

Die Macht der Verbraucher für nachhaltiges Wirtschaften

Die Ostfalia-Hochschule diskutiert über den öffentlichen Pranger bei Vergehen.

Von Christina Lohner

Braunschweig. Im digitalen Zeitalter führen Verfehlungen von Unternehmen womöglich innerhalb kürzester Zeit zu massiven Absatzeinbrüchen. Denn Nichtregierungsorganisationen können über soziale Medien sehr schnell darauf aufmerksam machen und Kunden mobilisieren. Allein deshalb müssten Unternehmen ein Interesse daran haben, nachhaltig zu wirtschaften, wie Stefan Zeranski feststellt, Vorstandssprecher des Ostfalia-Zentrums für Risikomanagement und Nachhaltigkeit (Zwirn). Doch auch die Verbraucher spielen dabei eine entscheidende Rolle.

Das wurde bei einer Tagung der Ostfalia-Hochschule zur Umsetzung der UN-Ziele für eine nachhaltige Entwicklung deutlich. Die „Sustainable Development Goals“ (SDG) sind nicht weniger als ein Rundumschlag, um sozusagen die Welt zu retten: gegen Hunger und Armut, für Bildung, faire Arbeitsbedingungen und Gleichberechtigung bis zum Klima- und Umweltschutz. Die aktuellen globalen Herausforderungen seien so groß, dass die SDG der einzige Weg zu mehr Generationengerechtigkeit sind, meint Zeranski. Winfried Huck, Ostfalia-Professor für internationales Wirtschaftsrecht, sieht das kapitalistische System in der Krise – das globale Wirtschaftssystem müsse sich ändern. Nur wie?

Ist staatlicher Zwang die Lösung, wie einer der gut 50 Teilnehmer wissen wollte – zum Beispiel für Konsumenten, die „Dreckschleudern“ fahren oder Thunfisch essen? Zumindest nicht für die Verbraucher, da waren sich alle vier Referenten einig. „Der Ruf nach dem Gesetzgeber ist falsch“, befand etwa Martin Müller, ebenfalls Ostfalia-Professor für inter-



Denise Gunkelmann füllt in ihrem Laden „Wunderbar unverpackt“ in Braunschweig Müsli in ein Glas.

Fotos: Henning Thobaben/Archiv, Christina Lohner

nationales Wirtschaftsrecht. „Wir dürfen die Verantwortung nicht delegieren.“

Die Verbraucher sollten sich an die eigene Nase fassen, findet der Wissenschaftler. Sie kauften beispielsweise trotz des Abgas-Betrugs weiterhin Volkswagen, sodass der Autobauer im vergangenen Jahr einen Absatzrekord erzielte. Andererseits steige durch eine Abkehr vom Diesel der CO₂-Ausstoß. Ein Lösungsansatz: öfter mit dem Rad fahren.

Die Bürger müssten auch als Konsumenten handeln, forderte Zeranski. „Wir stimmen als Verbraucher ab“, zum Beispiel mittels eines „grünen“ Sparbriefs, für den eine Bank eine CO₂-Reduktion nachweisen muss. Oder durch den Einkauf in einem Unverpackt-Laden, der laut Zeranski Druck auf Edeka, Rewe und Co mache. Auch Bewerber forderten heute zunehmend von Arbeitgebern, dass sie nachhaltig wirtschaften.

Verbraucher-Klagen im Stil der USA sind hierzulande nicht möglich. Die geplante Musterfeststellungsklage, durch die ab Herbst Verbraucherschutzverbände klagen können sollen, hält Müller für

„heiße Luft“, denn umgesetzt werde eine Minimallösung.

Neben den Verbrauchern sei aber auch der Staat gefragt, findet der Professor, zum Beispiel indem er öffentliche Aufträge an Unternehmen vergibt, die sich der verantwortungsvollen Unternehmensführung verpflichtet haben, etwa in der UN-Initiative „Global Compact“.

Führt „Naming and Shaming“, also der öffentliche Pranger, zu einem Umdenken in den Unternehmen, wie eine Teilnehmerin fragte? Grundsätzlich ja, meinten die Referenten. „Unternehmen haben eine Höllenangst davor“, glaubt Ralf Utermöhlen, Geschäftsführer des Braunschweiger Umwelt-Beratungsunternehmens Agimus. Er verwies etwa auf Aktivisten, die bei Aktionärsversammlungen für Aufruhr sorgen – die teils das größte Interesse der Medien auf sich ziehen. Laut Zeranski „zieht“ es, wenn Länder beispielsweise Steuervergehen Einzelner jahrelang offenlegen. Denn: „Die Leute wollen noch Karriere machen.“

Die Frage sei jedoch, ob die deutsche Politik dazu bereit wäre. Nach Auffassung von Huck stehen



„Wir Verbraucher stimmen ab. Konsumenten haben Einfluss.“

Stefan Zeranski, Professor der Ostfalia-Hochschule

dem Anprangern hierzulande die Persönlichkeitsrechte entgegen. Bei Unternehmen aus der Lebensmittelbranche hingegen schränkte das Bundesverfassungsgericht Zeranski zufolge den öffentlichen Pranger wegen Gesetzesverstößen nur leicht ein: durch eine Löschfrist von fünf Jahren.

Eine Teilnehmerin ärgert sich, dass sich Unternehmen Selbstverpflichtungen geben, die sich auf die Gesetzgebung auswirken: „Müsste es nicht andersherum sein?“ Müller sieht beim deutschen Staat ein Problem in der Vielzahl von Nachhaltigkeits-Initiativen auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene – der große Diskussionsrahmen führe zu keinem Ergebnis.

Bei der Umsetzung der UN-Ziele hapert es somit noch an vielen Stellen. Doch Utermöhlen zeigte sich überzeugt, dass es sich nicht um einen kurzlebigen Trend handelt, sondern um eine Transformation. Angesichts der zahlreichen Probleme – vom Plastik im Meer bis zu weltweiten Fluchtbewegungen – stehe die Welt am Abgrund. „Wir müssen die Kurve kriegen.“