

Nachhaltiges Wirtschaften

Faire Geschäfte rechnen sich

01.12.2010

3 (5) **Legende**

Nachhaltig wirtschaftende Unternehmen kommen nicht nur besser durch die Krise: Faire Geschäfte werden zum wichtigen Wachstumstreiber.



Macht der Moral: Anleger belohnen Unilevers (Knorr, Lätta) offensive Nachhaltigkeitsstrategie mit Aufschlägen an der Börse dpa/dpaweb

Unternehmen, die außer Gewinn und Umsatz auch soziale und ökologische Ziele in ihre Strategie integrieren, sind krisenfester. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Leuphana Universität Lüneburg. Im Konjunkturerinbruch, so das Ergebnis, hätten Investoren verstärkt auf Risiken wie Qualitätsskandale, Ausbeutungsvorwürfe und Umweltverpestung geachtet. Unternehmen, die solche Gefahren ignorieren, würden mit Risikoprämien bestraft: Die Schweizer Privatbank Sarasin hat errechnet, dass die Kreditausfallprämien für nicht nachhaltig wirtschaftende Konzerne bis zu einem halben Prozentpunkt höher sind. „Sie werden vom Markt als unsicherer eingestuft“, sagt Studienleiter Stefan Schaltegger.

[Skip to News](#)

5 Shortfacts (bitte klicken)

- **Neue Ansätze zu Umweltschutz und Green Economy**

Nachhaltiges Handeln und Wirtschaften kann sich rechnen. Nu

- **100,8 Kilogramm CO2 groß** ist die Entlastung, wenn eine Pe
- **17291 Tier- und Pflanzenarten** drohen auszusterben. Um die:
- **Eine Batterie für Deutschland** Norwegen hat ein neues Gesc Gaslieferant.
- **U-Bahn-Wärme** In den rund 300 Metrostationen der Pariser U Treppenschacht mit der U-Bahn-Station direkt verbunden ist. I

Schlagworte zum Thema

Fairer Handel Nachhaltigkeit

Als Beispiel für cleveres Verhalten gilt Unilever. Der Konsumgüterhersteller hat früh Maßnahmen eingeleitet, die den Einfluss seiner Produkte auf Boden, Wasser und Artenvielfalt begrenzen, und die Aktionen offensiv vermarktet. Die Strategie hat zu einer überdurchschnittlich guten Börsenentwicklung geführt.

Die deutsche Wirtschaft trägt dem Trend laut Schaltegger und der Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers Rechnung. Drei von vier Unternehmen verknüpfen nun ihr Nachhaltigkeitsengagement mit dem Kerngeschäft. Ganz oben stehen Energieeinsparung und Abfallvermeidung (siehe Grafik). Schaltegger: „Nachhaltigkeit ist kein Modetrend, sondern verändert die Unternehmensführung grundlegend.“

Ökomythen Die schlimmsten grünen Irrtümer

Autotest Im grünen Auto ist Spaß erlaubt

Green Economy Die Ökonomie der Ökologie

Umweltschutz Deutsche See überzeugt durch Nachhaltigkeit