

## TALENTE GESUCHT

www.deutschland-stipendium.uni-frankfurt.de

- Ideelles Förderprogramm
- 300 Euro monatlich
- Förderdauer mindestens 12 Monate
- Einkommens- und BAföG-unabhängig

Wir trauen Ihnen viel zu!

Ihr Team vom  
Studien-Service-Center

Deutschland  
STIPENDIUM

Wir sind dabei

## Nachhaltigkeit in Unternehmen

Interview mit Dr. rer. nat. Frauke Fischer, Inhaberin der Agentur auf!

Frau Dr. Fischer, Sie sind von Haus aus Biologin, nun aber nicht mehr nur als Dozentin für Internationalen Naturschutz aktiv, sondern auch Inhaberin einer Unternehmensberatung im Bereich Unternehmerische Verantwortung. Wie passt das zusammen?

*Als Biologin und Wissenschaftlerin weiß ich: Wir leben auf einem endlichen Planeten, wir sind abhängig von Ökosystemleistungen und natürlichen Ressourcen. Um die mit der Überschreitung der Grenzen unseres Planeten verbundenen globalen Probleme in den Griff zu bekommen, müssen alle mit anpacken, besonders auch Unternehmen, die in jeder Hinsicht große Wirkungen haben. Das sehen viele Entscheidungsträger im Privatsektor inzwischen ganz genauso.*

Viele Unternehmen veröffentlichen aber doch Nachhaltigkeitsberichte oder haben CSR- und Umweltbeauftragte. Warum braucht man dann noch Sie?

*Es fehlen Experten, die unternehmerisches Denken und naturwissenschaftliches Fachwissen mitbringen und beides auch auf Projektebene verbinden können. Dazu kommt, dass der Themenkomplex sich rasant entwickelt. Mitarbeiter von Unternehmen können mit dieser schnellen Entwicklung kaum Schritt halten, besonders nicht in der erforderlichen wissenschaftlichen Tiefe. Unternehmerische Verantwortung wahrnehmen heißt aber auch, sich ernsthaft und fundiert mit den relevanten Themen auseinanderzusetzen. Gut gemeint ist eben noch lange nicht gut gemacht! Gerade im Zeitalter der Vernetzung von Kunden untereinander, der*



### STECKBRIEF

#### Name

Dr. rer. nat. Frauke Fischer (Dipl. Biol.)

#### Karriere

Inhaberin der Agentur auf!, einer Unternehmensberatung mit den Schwerpunkten CSR, Nachhaltigkeit, Biodiversität und Klimaschutz

Dozentin für Internationalen Naturschutz an der Universität Würzburg mit den Forschungsthemen Qualitätsmanagement und Evaluierung von Natur- und Klimaschutzarbeit, Unternehmen und Biodiversität sowie Kommunikation von Biodiversität

Langjährige Leiterin der Forschungsstation der Uni Würzburg in Westafrika

Mentorin des Deutschlandstipendiums an der Universität Frankfurt

schnellen Verbreitung von Informationen im Web 2.0 und der damit verbundenen wachsenden Transparenz unternehmerischer Aktivitäten, muss die Nachhaltigkeitsstrategie eines Unternehmens auf sehr stabilen Fundamenten stehen. Hier kommen wir mit unserem Beratungsangebot, der großen wissenschaftlichen Expertise und unserem weitreichenden Expertennetzwerk ins Spiel.

**Stoßen Sie denn bei Unternehmen auf offene Ohren mit diesem Thema?**

Das kommt ganz darauf an. Der Leidensdruck und die Anforderungen sowohl des Gesetzgebers als auch der breiten Öffentlichkeit sind sicher noch nicht mit denen beim Thema Klimawandel vergleichbar – einem Thema, mit dem wir uns ja auch beschäftigen, das aber zu kurz greift, wenn es um unternehmerische Verantwortung in ihrer gesamten Breite geht. In der Regel sehen wir bei Inhaber geführten Familienunternehmen die Bereitschaft, sich der Problematik eines nicht-nachhaltigen Wirtschaftens anzunehmen, deutlicher als bei großen Konzernen. Aber auch in diesen wird den Entscheidern zunehmend klar, dass es so nicht weiter gehen kann.

**Wieso das?**

Egal, ob man nun Kartoffeln anbaut, Schuhe herstellt, mit Derivaten handelt oder eine Dienstleistung anbietet: die dafür notwendigen Ressourcen stellt letzten Endes die Natur zur Verfügung. Das sehen wir hier in Deutschland nicht so deutlich wie etwa in

der Elfenbeinküste, in der ich lange gearbeitet habe. Aber auch bei uns wird Unternehmenslenkern immer mehr klar, dass sie mit einer nachhaltigen Wirtschaftsweise nicht nur anderen, sondern in erster Linie auch sich selber helfen.

**Kostet nachhaltiges Wirtschaften nicht erst mal mehr Geld und ist damit eigentlich unwirtschaftlich?**

Das kommt sehr auf den betrachteten Zeitraum an. Wer ganz kurzfristig denkt, mag zu dem Ergebnis kommen, dass er mit der Übernutzung von Ressourcen und der Externalisierung von Kosten am besten fährt. Wer aber auch in Zukunft Zugang zu Märkten und Kapital haben möchte, sein Kerngeschäft langfristig betreiben will und seine Reputation nicht aufs Spiel setzen möchte, der begibt sich folgerichtig auf den Weg der Nachhaltigkeit.

**Was konkret ist hier dann Ihr Angebot an Unternehmen?**

Unsere Kunden sind unterschiedlich weit bzw. nähern sich dem Thema aus unterschiedlichsten Blickwinkeln. Demzufolge haben sie ganz verschiedene Wünsche an uns. Das reicht von der Analyse der Bedeutung des Themas Biodiversität für den eigenen Wirtschaftssektor, über die Auswahl freiwilliger CO<sub>2</sub> Kompensationsmaßnahmen über die Frage der verbesserten Motivation von Mitarbeitern, die Vermeidung von Greenwashing bis hin zur Begleitung von NGO Partnerschaften.

**Könnten Sie da mal Praxisbeispiele nennen?**

Für die Geschäftsleitung eines großen Automobilkonzerns haben wir Hintergrundinformationen zur Bedeutung des Themas Biodiversität für den Automobilsektor erstellt. Dann haben wir für einen großen Logistiker Projekte ausgewählt, bei denen der unternehmenseigene CO<sub>2</sub> Ausstoß im Rahmen freiwilliger Leistungen, wissenschaftliche belegt und mit positivem Effekt auf Ökosysteme, kompensiert werden konnte. Einen anderen Kunden vertreten wir im Kuratorium einer Stiftung und begleiten sein Engagement für den Naturschutz. Darüber hinaus haben wir Mandate, bei denen wir Mitarbeiter im Bereich Nachhaltigkeit ausbilden. Sehr häufig werden wir aber auch einfach mal für einen Vortrag auf einem Kundenevent oder eine Mitarbeiterveranstaltung gebucht.

**Das ist ein weites Feld – nur für Biologen?**

Keineswegs. Es fehlen im Bereich Nachhaltigkeit und CSR Experten, die über den Tellerrand hinaus schauen und nicht nur starr ihrem eigenen Studiengebiet verhaftet bleiben. Studierende, die sich in diesem Bereich fortbilden, haben unseres Erachtens große Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Wichtig ist, interdisziplinär zu denken. Das heißt, auch ein Jurist oder Wirtschaftswissenschaftler sollte wissen, was Nachhaltigkeit bedeutet und was Ökosystemleistungen sind. Während auch ein Biologe wissen muss, wie man einen Businessplan erstellt. Ganz große Chancen sehen wir im Bereich Kommunikation. Viele Wissenschaftler sind ganz einfach nicht

in der Lage, ihr Fachwissen in eine allgemein verständliche Form zu überführen, die dann ermöglichen würde, wissenschaftliche Erkenntnisse in unternehmerischer, gesellschaftliche und politische Entscheidungsprozesse einfließen zu lassen.

**Sehen Sie denn ein entsprechendes Interesse bei den Studierenden?**

Auf jeden Fall. Wir begleiten im Rahmen unseres eigenen gesellschaftlichen Engagements gerade eine Gruppe von Studierenden des Deutschlandstipendiums hier an der Universität Frankfurt. Während zu meiner eigenen Studienzzeit ein Thema wie die Übernutzung natürlicher Ressourcen höchstens eines war, mit dem sich Biologen beschäftigten, sehen wir bei unserer Stipendiatengruppe ein riesiges Interesse, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit und dem Problem der Überschreitung der Grenzen unseres Planeten auseinander zu setzen. Dabei wollen die Studierenden nicht nur Wissen vermehren, sondern dieses auch in konkreten Projekten umsetzen. Das macht viel Mut für die Zukunft.

**Dr. Frauke Fischer  
Agentur auf!**

**Eckenheimer Landstraße 50  
60318 Frankfurt**

**[kontakt@agentur-auf.de](mailto:kontakt@agentur-auf.de)  
[www.agentur-auf.de](http://www.agentur-auf.de)**