



# GRÜNES MASCHERL

OB LEBENSMITTELHANDEL, Rechenzentrum oder Bauträger: *Wer sich mit Nachhaltigkeit und ökologischem Wirtschaften beschäftigt, punktet bei Konsumenten, Kunden und Mitarbeitern.* Ein wachsender Markt und seine Pioniere.

**O**B ENERGIEEFFIZIENTE IT-INFRASTRUKTUR, Elektroautos im Fuhrpark, regionale Produkte in der Kantine oder Strom aus Wasser, Wind und Sonne: Immer mehr Unternehmen erkennen die Bedeutung sozialer Verantwortung. Sie investieren systematisch und publikumswirksam in entsprechende Aktivitäten. Mit mehreren Auswirkungen: Mündige Kunden goutieren dies mit mehr Umsatz, für die besten Köpfe am Arbeitsmarkt ist man als Arbeitsgeber attraktiv und letztlich sind grüne Investments auch am Finanzmarkt gefragt. »Gerade in Zeiten, in denen Unternehmen und ihre Topmanager mit hohen Bonuszahlungen und Misswirtschaft auf sich aufmerksam machen, ist das gesellschaftliche Engagement in der Wirtschaft von größter Bedeutung«, betont GfK-Expertin Sonja Buchinger. Die Österreicher sind laut einer aktuellen Umfrage der Meinungsforscher über dieses Thema keineswegs uninformiert. Neun von zehn haben eine Vorstellung von dem Begriff »soziale Verantwortung von Unternehmen«, fast ebenso viele halten derartige Aktivitäten für »sehr wichtig«. Im Mittelpunkt steht für die Menschen der Umweltschutz, etwa durch ein spezialisiertes Produkt-

angebot oder die Förderung der Region. Die Österreicher wünschen sich nachhaltig und ökologisch sinnvoll agierende Unternehmen.

»Wer der Meinung ist, in wirtschaftlich turbulenten Zeiten würden die Konsumenten nur noch auf den Preis und weniger auf Nachhaltigkeit achten, der irrt«, so Buchinger weiter. Gerade in diesen Zeiten sei eine langfristige Perspektive wichtiger denn je. »Die Bedeutung von Corporate Social Responsibility (CSR) wird in Zukunft sogar noch weiter zunehmen. Künftig werden sich Kunden vermehrt für Unternehmen entscheiden, die ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen«, analysiert sie.

## » Nicht unbedingt teurer «

Dass ökologisches Wirtschaften Unternehmen aber gar nicht teurer kommen muss, beweisen Stromanbieter wie oekostrom AG. Der Anbieter mit Sitz in Wien kauft neben der eigenen Produktion auch Strom am Markt zu, vornehmlich aus Kleinwasserkraftwerken, Windparks und Photovoltaikanlagen. »Das vergangene Jahr wäre für uns kein so großer Erfolg gewesen, wenn wir nicht preislich =>



**UMWELTMINISTER NIKI BERLAKOVICH** präsentierte im November 2011 Unternehmen, die dem klima:aktiv pakt2020 beigetreten sind. Zu den Partnern der ersten Stunde gehören die Buwog Gruppe, der Caritasverband der Erzdiözese Salzburg, McDonald's Franchise GmbH, REWE International AG, UniCredit Bank Austria AG und Vöslauer Mineralwasser AG.

⇒ sehr attraktive Produkte hätten«, weiß Vorstand Horst Ebner. Vor dem Jahr 2011 waren die Strompreise des alternativen Energieversorgers um gut ein Fünftel höher als der Marktdurchschnitt. So richtig massentauglich wurden die Produkte erst, als man sich konkurrenzfähig mit dem Strompreis einer Wien Energie oder EVN messen konnte. »Für uns als Anbieter ist es wichtig, den Kunden eine Wahlmöglichkeit für den Einstieg in den Ökostrom geben zu können«, meint Ebner (siehe Interview). Doch er erkennt neidlos an: Auch die großen Anbieter entwickelt sich weiter und wachsen im Bereich der Erneuerbaren. »Wir müssen das gesamte Energiesystem umbauen und da brauchen wir auch die großen Erzeuger dazu. Das werden die Kleinen alleine nicht schaffen.«

» Partner für Klimaschutz «

Und dass ökologisches Wirtschaften nicht nur etwas für die Kleinen ist, beweisen auch erste Großunternehmen in Österreich. Umweltminister Niki Berlakovich präsentierte Ende des Vorjahres Firmen, die einem Klimapakt mit dem Umweltministerium beigetreten sind. Seine Unterzeichner gelten als Wegbereiter und Vorbilder für betrieblichen Klimaschutz in der heimischen Wirtschaft. Zu den Partnern der ersten Stunde gehören die Buwog Gruppe, der Caritasverband der Erzdiözese Salzburg, McDonald's, Rewe, Bank Austria und Vöslauer. Um das Minimalziel des Paktes zu erreichen, müssen die Unternehmen ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen um 16 % reduzieren, die Energieeffizienz im Betrieb um 20 % steigern, den Anteil erneuerbarer Energien auf 34 % des gesamten Energieverbrauchs erhöhen und 10 % des Energiebedarfs der betrieblichen Mobilität durch Erneuerbare abdecken.

» Buwog «

Der Bauträger plant, Wohneinheiten bei Möglichkeit im Passivhaus- und Niedrigenergiehausstandard zu errichten. Rund die Hälfte der geförderten, neuen Wohnbauprojekte soll so klimafreundlichen Gebäudestandards entsprechen. Der durch die Bauweise reduzierte Heizbedarf wird darüber hinaus durch umweltfreundliche Fernwärme sowie Biomasse und Solarthermie gedeckt. Neben dem Baubereich setzt die Gruppe auch Maßnahmen in der Verwaltung um: die Umstellung auf effizientere IT-Hardware, der Bezug von Ökostrom bei den Allgemeinflächen und die Fuhrparkumstellung auf effizientere Fahrzeuge.

» Caritas «

Der Caritasverband der Erzdiözese Salzburg übernimmt für alle Mitarbeiter die Jahreskarte für den öffentlichen Verkehr vom Wohnort zur Dienststelle und stellt die Dienstfahrzeugflotte der Pflegedienste in der Stadt auf Fahrräder, E-Fahrräder und emissionsarme Erdgas-Kleinwägen um. Durch thermische Sanierungen, Wassereinsparprojekte und die Umstellung auf Fernwärme in großen Gebäuden setzte die Caritas Salzburg auch im Bereich Bauen wichtige Schritte, um den Energieverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu senken.

» McDonald's «

Zum Standard künftiger McDonald's-Restaurants gehören neben der Nutzung von Erdwärme und Solarthermie auch die optimale Wärmedämmung, die Verwendung ökologischer Baustoffe und der Einsatz energieeffizienter Geräte. Seit 2011 wird der Energiebedarf bei McDonald's in Österreich vollständig durch Ökostrom gedeckt. Ein strenges Mülltrennsystem sorgt auch bei den Verpackungen für Ressourceneffizienz, wobei die Wiederverwertung eine große Rolle spielt. So wird das Altöl aus den Restaurants für den Betrieb der konzern-eigenen Lkw-Flotte verwendet und deckt derzeit über 40 % des gesamten Treibstoffverbrauchs ab. Bis zum Jahr 2020 sollen 50 % der Lkw mit Altöl betrieben werden.

» Rewe «

Rewe als Gesamtkonzern hat das Ziel, die CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2015 um 30 % zu reduzieren. Durch den Einsatz energieeffizienter Geräte und Optimierungsmaßnahmen im Kühl- und Beleuchtungsbereich konnte bereits der Stromverbrauch in den Filialen erheblich gesenkt werden. Derzeit wird die erste Rewe-Filiale gebaut, die dem klima:aktiv-Gebäudestandard entspricht und als Vorbild für weitere Neubauten fungieren soll. Seit 2008 wird der Strombedarf des Konzerns vollständig über Ökostrom gedeckt. Darüber hinaus investiert Rewe in eigene Windkraft- und Photovoltaikanlagen. Die Eigenversorgungsquote liegt 2012 bei 2 % und soll in den kommenden Jahren gesteigert werden.

» Bank Austria «

Für die UniCredit Bank Austria AG tragen Investitionen in Green IT, Servervirtualisierungen und die Optimierung der Kälteanlagen zur Steigerung der Energieeffizienz bei. Statt weiten Dienstreisen setzt man vermehrt Videokonferenzen ein. Dadurch lassen sich im Mobilitätsbereich nicht nur Treibstoff, sondern auch CO<sub>2</sub>-Emissionen einsparen. Weiters: der Neubau der Firmenzentrale BA Campus in ökologisch nachhaltiger Bauweise und die Sanierung von Filialen und der Errichtung von drei Photovoltaikanlagen im Vorjahr 2011.

» Vöslauer «

Durch Investitionen in energieeffizientere Produktionsanlagen und die Optimierung der Verpackungs- und Recyclingprozesse hat der Getränkehersteller Vöslauer Mineralwasser AG seit 2005 rund 20 % seiner CO<sub>2</sub>-Emissionen einsparen können. Die für die Produktion benötigte Energie wird durch Ökostrom abgedeckt. Ein spezielles Produktionsverfahren ermöglicht eine höhere Recyclingquote: Vöslauer zählt zu den Pionieren auf diesem Gebiet und stellt 38 % der Flaschengrundstoffe aus recyceltem Material her. Durch die Einsparung zusätzlicher Verpackungen soll der Materialeinsatz bis 2015 um 20 % reduziert werden. Zusätzlich wollen die Niederösterreicher die Wärmedämmung ihrer Produktionshallen verbessern und die Thermalquellen am Produktionsstandort energetisch nutzen. ■

# »Noch denken viele nicht über dieses Thema nach«

HORST EBNER, Vorstand oekostrom AG, *über die angepeilte Energiewende in Europa* und das Marktpotenzial von »grünem« Strom im Gewerbe.

**(+) PLUS:** Die Atomkatastrophe in Japan hat den Willen zur Energiewende in Europa verstärkt. Welche Auswirkungen daraus spüren Sie am heimischen Strommarkt?

**Horst Ebner:** Die Katastrophe in Fukushima hat zu einem positiven Umdenken auf der ganzen Welt geführt, so auch in Österreich. Historisch gesehen hatten wir unmittelbar danach zwei der stärksten Monate unserer Unternehmensgeschichte – mit einem Nettokundenwachstum von mehr als 5.000 Kunden im vergangenen Jahr. Wir präsentieren uns dazu als glaubwürdiger Partner für einen Ausstieg aus den fossilen Energien und der Atomkraft – und gewinnen dabei nicht nur Stromkunden, sondern tragen auch aktiv zum Umbau des gesamten Energiesystems bei.

**(+) PLUS:** Es gibt den verpflichtenden Herkunftsnachweis für Strom auf den Stromrechnungen und die Darstellung klimaschädigender Auswirkungen. Hat Strom ein solches „Mascherl“ in dem europaweit notwendigen Geflecht von erneuerbaren Energien und Ausgleichsenergie nötig?

**Ebner:** Die Kennzeichnung, woher wir unseren Strom beziehen, ist auf jeden Fall sinnvoll, andernfalls sind die Kunden der Energiepolitik ihrer Anbieter völlig ausgeliefert. Sie wollen doch auch wissen, woher Ihre Bananen kommen oder der Käse auf Ihrem Frühstückstisch. Es gibt dazu bereits seit längerem auch eine Verordnungsrichtlinie der E-Control und auch im Elektrizitätswirtschafts- und -organisationsgesetz wurde dieser Service bereits von Anfang an berücksichtigt. Dabei geht es aber nicht darum einzelne Anbieter schlecht zu machen, sondern transparent aufzuzeigen, woher der Strom kommt: das Herkunftsland, der Anteil des inländischen Strombezugs und die Form der Energieerzeugung.

**(+) PLUS:** Strom hat aber im eigentlichen Sinne kein Mascherl.

**Ebner:** Das ist schon richtig. Natürlich kann man die Lieferung nicht physikalisch steuern, Elektronen fließen ja stets den Weg des geringsten Widerstandes. Wenn Sie neben dem Kraftwerk Simmering wohnen, werden Sie auch den Strom des Kraftwerks Sim-

mering bekommen – auch wenn Sie bei der oekostrom einkaufen oder am Papier Strom der Vorarlberger Illwerke beziehen. Den Unterschied macht hier aber der finanzielle Strom, der vom Verbraucher zu einem bestimmten Anbieter oder einem bestimmten Kraftwerk fließt. Entschließen sich viele Konsumenten, bei umweltbewusst wirtschaftenden Stromerzeugern einzukaufen, wird der Stromsee am heimischen Markt insgesamt sauberer. Bei mehr als 11.000 Kunden, wie wir sie der-

zeit haben, betrifft dies einen relativ kleinen Marktanteil. Hätten wir 100.000 Kunden, würde dieser Effekt bereits anders aussehen. Wichtig ist, was am Ende des Tages mit der Stromrechnung der Kunden finanziert wird. Wir investieren mit unseren Einnahmen in Windparks, Photovoltaikanlagen- und Biomasseanlagen sowie Kleinwasserkraftwerke. Daher bin ich zutiefst überzeugt, dass durch die Nachfrage das Marktangebot gezielt gesteuert werden kann – auch wenn dazu noch viel zu wenig in Österreich getan wird.

**(+) PLUS:** Wie wichtig ist Stromkunden die Herkunftsqualität von Energie im Vergleich zum Faktor Preis?

**Ebner:** Seit zehn Jahren Strommarktliberalisierung können die Kunden in Österreich frei ihren Lieferanten wählen. Bei durchschnittlich 1,2 % Wechselrate jährlich ist die Zahl der mündigen Kunden allerdings dramatisch gering. Entweder sind also alle mit ihren bisherigen Anbietern zufrieden, oder es denken nur wenige über dieses Thema nach. Ich fürchte, dass letzteres der Fall ist. Meinungsumfragen zufolge sind zwar 80 % der Österreicher gegen Atomstrom, viele haben ihn aber nachweislich auf der Stromrechnung.

Bislang war der Preis die wichtige Entscheidungsgrundlage für Konsumenten. Einer jüngsten Umfrage der Branche zufolge steht nun die Qualität an erster Stelle, der



**HORST EBNER:** «Fukushima hat zu einem positiven weltweiten Umdenken geführt.»

Strompreis folgt an zweiter Stelle. Wir haben jedenfalls Produkte, die sich preislich mit den am Markt gängigen Produkten der großen Energieversorger messen können.

**(+) PLUS:** Wie sieht es mit Unternehmen als Zielgruppe aus?

**Ebner:** Noch fehlen die Gewerbekunden als erfolgreiches Segment am wachsenden Markt der erneuerbaren Energien. Wir haben bereits interessante Großkunden wie etwa IKEA, Grüne Erde,

Almdudler und Gugler Cross Media – sie stammen teilweise aber selbst aus der Nachhaltigkeitsszene. Über Multiplikatoreffekte wollen wir nun auch Unternehmen aus anderen Wirtschaftsbereichen gewinnen. Der wachsende Trend zu Corporate Social Responsibility (CSR) stärkt bereits das Nachdenken über die bewusste Wahl eines Energielieferanten.

**(+) PLUS:** Was erwarten Sie für die nächsten Jahre?

**Ebner:** Unser strategisches Ziel ist die Verdreifachung unseres Volumens auf 30.000 Kunden in Österreich. Dieses Wachstum geht über neue Produkte und neue Dienstleistungen, so im wachsenden Markt zum Thema Energieeffizienz mit unserem Energiedienstleistungsunternehmen oekoplan. Wir glauben, dass dazu politisch gesehen auch Förderungen und Initiativen in allen Bereichen – bei Haushalten, im Gewerbe und in der Industrie – notwendig sind. ■

**Zum Unternehmen:** Die oekostrom AG ist eine österreichische Bürgerbeteiligungsgesellschaft im Eigentum von rund 2.000 Aktionären. Das Unternehmen wurde 1999 mit dem Ziel gegründet, eine nachhaltige Energiewirtschaft aufzubauen, Kunden mit grünem Strom zu versorgen und den Ausbau erneuerbarer Energiequellen in Österreich zu forcieren.