

PRESSEMITTEILUNG - Wien, 28. Juni 2010

Wir sitzen alle im selben Boot und haben keinen zweiten Planeten in der Tasche – Dringend gesucht: Menschen mit Verantwortung und PolitikerInnen mit Mut

„Radikales Umdenken ist notwendig.“, „Das Engagement Einzelner ist erfolgsentscheidend.“, „Mehr Information und Mündigkeit der KonsumentInnen und mehr öffentlicher Druck durch Medien und WählerInnen.“, „Bedeutende Rolle und Chancen für Frauen und Unternehmen“ – dramatische und besorgniserregende Aussagen bei der 22. hochkarätig besetzten **Women Talk Business®**-Podiumsdiskussion vor über 150 Gästen aus Wirtschaft und Medien in der RZB. Aber auch viele konkrete Beispiele zum Thema Umweltschutz von den vertretenen Unternehmen wurden vorgestellt.

Inhaltliche Schwerpunkte:

- Ehrenschutz: [Frauen sind wichtiger Wirtschaftsfaktor](#)
- [Engagement von Einzelpersonen ist erfolgsentscheidend](#)
- [Umweltschutz ist eine betriebswirtschaftliche Chance](#)
- [Konkrete Maßnahmen der Unternehmen](#)
- [Wachstumsbranche und Jobmotor der Sonderklasse](#)
- [Marktmacht der KonsumentInnen](#)
- [Öffentlicher Druck](#)
- [Publikumsmeinungen](#)
- [Das Indigo-Tuch des tanzenden Tuareg](#)



v.l.n.r. Backhausen, Zack, Hödlmayr-Gammer, Herbst, Cserny, Grim, Fischer, Bußwald, Plank

Thema: **Gesünder wirtschaften mit Klimaschutz: Verantwortung für Mensch und Umwelt**

Ehrenschutz: **Gabriele Heinisch-Hosek**, Bundesministerin für Frauen und Öffentlichen Dienst

Mag. Johanna Stefan, Vorstandsdirektorin DONAU Versicherung AG Vienna Insurance Group

Mag. Markus Beyrer, Generalsekretär Industriellenvereinigung Österreich

Gastgeberin: Prok. **Diana Zack**, Marketing Kommerzkunden, RZB

Podium: **Dipl.Ing. Petra Bußwald**, Geschäftsführende Gesellschafterin akaryon

Mag. Birgit Cserny, Geschäftsführerin VERBUND Austrian Renewable Power GmbH

Dipl.Ing. Margot Grim, Gesellschafterin e7 Energie Markt Analyse GmbH und Vorstand Facility Management Austria

MMag. Doris Herbst, CSR-Verantwortliche Saubermacher AG

Christine Hödlmayr-Gammer, MMC, stv. AR-Vorsitzende Hödlmayr International AG

Ing. Reinhard Backhausen, Geschäftsführender Gesellschafter Backhausen interior textiles

Dipl. Ing. Josef Plank, Geschäftsführer RENERGIE Raiffeisen Managementgesellschaft für erneuerbare Energie und stv. Vorsitzender der Raiffeisen Klimaschutz-Initiative

Moderation: **Dr. Sabine M. Fischer**, SYMFONY Consulting, **Women Talk Business®**-Initiatorin

Im Publikum gesichtet wurden unter anderem:

Emil Hierhold, Strategic Messages, Ivona Meissner, Best Western, Heinz Hofmann, uptime, Giulietta Bissuti, BRZ, Franziska Mally, card complete, Christine Bergmann, T-Mobile, Doris Mayr, RLB NÖ-Wien, Markus Simak, Hagelversicherung, Michaela Schuster-Gräffner, BAWAG, Beatrice Lacassagne, PEF, Sylvia Ehrenreich, Greepeace, Barbara Pitter-Mayer, Shell, Erna Nairz-Wirth, WU-Wien, Lukas Haider, Uniqa, Dorothea Mihokovic, SIEMENS, Brigitte Raicher, s Akademie, Sabine Prillmann, WU Executive Academy, Waltraut Urban, Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche, Inge Prohaska, BFI, Georg Benke, e7 Energie Markt Analyse, Beate Lechner, Architektin, Elisabeth Schrott, Vienna Insurance Group, Walter Barta, ÖBB, Vivianna Prochazka, WCN, Sissy Lauringer, Sorptimist-Club, Alice Austerlitz, ORF

Women Talk Business®-Ehrenschutz: Frauen sind wichtiger Wirtschaftsfaktor



Während Bundesministerin Gabriele Heinisch-Hosek („Gleichstellung von Frauen und Männern ist fair und wirtschaftlich notwendig“) und der Generalsekretär der Industriellenvereinigung Mag. Markus Beyrer („Ökonomisches Potenzial von Frauen hat große Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Österreich“) ihre Unterstützung für **Women Talk Business®** vorerst schriftlich dokumentiert haben (siehe www.symfony.at/wtb/statements.html), erklärte **Women**

Talk Business®-Schirmherrin Mag. Johanna Stefan, Vorstandsdirektorin der Donau Versicherung AG Vienna Insurance Group, persönlich, warum sie sich bei **Women Talk Business®** engagiert: „Wir sehen wichtige Synergien: Wir bieten Frauen im Vertrieb ausgezeichnete berufliche Möglichkeiten und sehen eine bessere Beratung, insbesondere für den Vorsorgebereich, wenn Frauen Frauen beraten.“ Weiters erläuterte Johanna Stefan passend zum Thema des Abends die finanzielle Unterstützung der Donau für die Donau-Auen. **Women Talk Business®**-TeilnehmerInnen konnten durch ihre Beteiligung an einem Gewinnspiel insbesondere den Erhalt der Sumpfschildkröte unterstützen. [Zurück zur Übersicht](#)

Engagement von Einzelpersonen ist erfolgsentscheidend

Am meisten Hoffnung für eine lebenswerte Umwelt für die eigenen Enkelkinder sah **Dipl. Ing. Josef Plank**, Geschäftsführer RENERGIE Raiffeisen Managementgesellschaft für erneuerbare Energie und stv. Vorsitzender der Raiffeisen Klimaschutz-Initiative, „erstens durch engagierte Bürgerinnen und Bürger, die ganz bewusst gegen Strukturen ankämpfen. Ankämpfen deshalb, weil große Strukturen in Politik und Wirtschaft auf das Bewahren aus sind, aber im Umweltschutz ein radikales Umdenken erforderlich ist. Zweitens gibt die Innovativkraft der Menschen, insbesondere im technischen Bereich, mir die Zuversicht, dass diese enorme Herausforderung für die Gesellschaft und die Wirtschaft bewältigt werden kann.“



Dass ein massives Umdenken erforderlich ist, dem stimmte insbesondere auch **Ing. Reinhard Backhausen**, Geschäftsführender Gesellschafter Backhausen interior textiles, zu. Backhausen erzählte, dass er durch die Fragen seiner eigenen Tochter nach dem gemeinsamen Kinobesuch von Al Gores Film „Eine unbequeme Wahrheit“ anfang, über die üblichen Umweltschutzmaßnahmen wie Mülltrennung etc. hinaus aktiv zu werden. Backhausen entwickelte die giffreie und flammenhemmende Faser „Returnity“ und stellte die gesamte Produktion nach dem „cradle to cradle“-Prinzip, einem technischen und biologischen Kreislaufsystem, um. Dafür suche Backhausen seit Jahren engagiert weltweit Partner, um als Industrieller seinen Betrag zur Ressourcenschonung und Abfallvermeidung zu leisten. „Returnity“ könne komplett wiederverwertet werden und als gänzlich anderes Produkt ein neues Leben beginnen. [Zurück zur Übersicht](#)



Umweltschutz ist eine betriebswirtschaftliche Chance

Backhausen bestätigte, dass seine Produktinnovation „Returnity“ für sein Unternehmen neue Kunden anzieht und bestehende Kunden besser bindet – mit 2%igen höheren Preisen, aber einer Rücknahmegarantie für die gebrauchten Stoffe und Rabattierung für weitere Einkäufe.

Mag. Birgit Cserny, Geschäftsführerin VERBUND Austrian

Renewable Power GmbH, zeigte am Beispiel des Verbund, dass

es auch betriebswirtschaftlich sinnvoll ist, in erneuerbare Energien, wie Wasserkraft, Windkraft und Sonnenenergie zu investieren. Nachhaltigkeitsberichte seit 2002, die durch externe Stelle zertifiziert werden, trügen auch zum Umweltschutz-Bewusstsein aller MitarbeiterInnen bei.

MMag. Doris Herbst, CSR-Verantwortliche der Saubermacher AG, berichtete, dass potentielle AuftraggeberInnen immer häufiger nach den Umweltschutzmaßnahmen eines Unternehmens fragten, und jenes Unternehmen die besseren Aufträge erhalte, dass hier eine profunde Expertise vorweisen könne. Die Saubermacher AG erwerbe auch durch die vielen Preise, zuletzt den Exportpreis 2010 in der Kategorie Information und Consulting, Aufmerksamkeit bei potentiellen Kunden-Unternehmen.

Christine Hödlmayr-Gammer, MMC, stv. Aufsichtsrats-Vorsitzende Hödlmayr International AG, ergänzte, dass bisher immer ‚Gewinn oder Umweltschutz‘ gegolten habe: „Es geht aber ‚sowohl als auch!‘“ betonte Hödlmayr-Gammer. Besonders hob sie hervor, dass „Familienunternehmen nicht in Quartalen denken, sondern in Generationen. Das Unternehmen soll ja auch für die nächsten Generationen profitabel erhalten werden, und da gehören eben auch die Social facts, nämlich engagierte MitarbeiterInnen, dazu.“ Und diese benötigten ein sicheres Umfeld und eine lebenswerte Umwelt, zeigte sich Hödlmayr-Gammer überzeugt.

Josef Plank sah einen wesentlichen Punkt in den Bewertungskriterien, die viel umfassender und realistischer sein müssten. „Nur einen Fokus zu bewerten, geht für die gesamte Menschheit schief. Wir müssen von produktionsorientierten Bemessungssystemen zu verbrauchsorientierten kommen: Das heißt, das Produkt, das verbraucht wird, hatte in Summe und weltweit gesehen einen so und so hohen CO2 Verbrauch inklusive Transport, nicht nur bei der Produktion am Standort X.“ Dies bräuchte global abgestimmte und umsetzbare Maßnahmen, erklärte Plank.

[Zurück zur Übersicht](#)

Konkrete Maßnahmen der Unternehmen

Um den Umweltschutz konkret voranzutreiben unterstütze der Verbund „die Bewusstseinsbildung bei den Kleinen durch eine Klimaschutzschule“, erzählte **Birgit Cserny**. Dabei könnten die Kleinen die Natur zum Beispiel in den Hohen Tauern gezielt hören, riechen, schmecken.

Dipl.Ing. Petra Bußwald, Geschäftsführende Gesellschafterin des Beratungsunternehmens Akaryon, erklärte das Angebot von Akaryon für Kunden-Unternehmen zum Thema Umweltschutz, wie Webtools zu entwickeln oder Förderanträge zu stellen. Im eigenen Unternehmen würde so viel Kommunikation als



möglich mithilfe moderner Telekommunikation abgewickelt und wenn physische Mobilität erforderlich sei, dann würden ausschließlich öffentliche Verkehrsmittel benützt.



Dipl.Ing. Margot Grim, Gesellschafterin e7 Energie Markt Analyse GmbH und Vorstand Facility Management Austria, berichtete, dass es am Markt kein Angebot für kleinflächige energieeffiziente Büros gebe. Dies wäre gerade für ein Unternehmen, das sich dem Umweltschutz verschrieben habe, sehr negativ. Als Dienstleister unterstütze Grim ihre Kunden dabei, zu erkennen, welche Maßnahmen nicht kostenintensiv wären, aber langfristig hohe Kosteneinsparungen brächten. Grim empfahl dabei vor allem „vorher genau darüber nachzudenken, welchen Nutzen man von einem Gebäude haben will. Dabei muss man auch sehr genau auf die Auswahl der Dienstleister achten und sich vorher gut informieren, damit man dann alle in einen sinnvollen Prozess einbinden kann.“

Doris Herbst erzählte von der Klimaschutzwoche, die aus der Klimaschutzcharta der Saubermacher AG abgeleitet worden war. Das erklärte Ziel wäre es gewesen, innerhalb einer Woche Bewusstseinsbildung für die Mitarbeiter zu machen: „Jeden Tag haben wir neue Informationen über mögliche einfache Beiträge zum Klimaschutz über unterschiedliche Kommunikationskanäle an die Mitarbeiter weitergegeben. Und wir haben einen Wettbewerb ausgeschrieben, bei dem durch Einsparen von CO2 z.B. durch Radeln, zu Fuß gehen, bei jemand anderem im Auto mitfahren, statt das eigene Auto nützen, Klimaschutzlose erhalten werden konnten.“ Die Mitarbeiter hätten sich gegenseitig angespornt, um die meisten Lose zu erhalten und es gab auch tolle Klimaschutz-Preise zu gewinnen. „Wir haben gesehen, dass Klimaschutz begeistern kann“, betonte Doris Herbst. Und weiter: „Wir haben es geschafft, den Umweltschutzgedanken ins Kerngeschäft zu integrieren und man kann mit Umweltschutz Geld verdienen.“

[Zurück zur Übersicht](#)

Wachstumsbranche und Jobmotor der Sonderklasse

„Umweltschutz-Technologien sind ein Jobmotor der Sonderklasse“, erklärte **Josef Plank. Sabine M. Fischer** ergänzte mit Zahlen: „Über 185.000 Menschen in Österreich sind im Umweltbereich derzeit tätig. Diese Beschäftigungszahl ist vergleichbar mit der Gastronomie- und Beherbergungsbranche. Bis 2020 sollen weitere 90.000 Green Jobs durch Anreize zur Gebäudesanierung und Erhöhung des Anteils an erneuerbaren Energien geschaffen werden.“

Die Saubermacher AG baue derzeit in Unterpremstätten eine Aufbereitungsanlage für Alt-Elektrokleingeräte auf. „Dort wollen wir diese Geräte in den Sekundärkreislauf zurückbringen und schaffen 80 Arbeitsplätze in der Region“, erläuterte **Doris Herbst**.



Josef Plank plädierte auch dafür, dass die Industrieländer effizientere technische Lösungen entwickeln, damit Schwellen- und Entwicklungsländer wie China und die anderen BRIC-Staaten zur Deckung des eigenen wachsenden Energiebedarfs gleich diese Lösungen nützen könnten und nicht auf veraltete Technologie zurückgreifen müssten.

[Zurück zur Übersicht](#)

Marktmacht der KonsumentInnen

Petra Bußwald unterstrich, dass umfassende Kostenwahrheit, die sich in den Preisen der Produkte niederschlägt, eindeutig zeigen würde, welche Produkte umweltfreundlich seien.

Margot Grim meinte, dass „die Macht der Konsumenten unendlich groß ist.“ Wenn Freunde Thunfisch mit dem Argument „der ist eh schon tot“ essen, dann gilt dieses Argument für Margot Grim nicht: „Wenn ich etwas kaufe, signalisiere ich, ich will es nächste Woche wiederhaben. Egal was, der Markt wird nachliefern, was ich kaufe.“

Das Podium stimmte der Aussage von **Sabine M. Fischer** zu, dass Social Media ein zunehmend wichtiger Informations- und Machtfaktor bei der Mobilisierung von Massen sein werden. [Zurück zur Übersicht](#)

Öffentlicher Druck

Podium und Publikum forderten von der Politik mehrfach bessere und klarere Rahmenbedingungen bei Information, Gesetzen und Förderungen in Umweltschutz-Angelegenheiten.

Insbesondere **Reinhard Backhausen** rief zu mehr öffentlichen Druck auf die Politik auf, **Josef Plank** riet auf Basis seiner umfangreichen Erfahrungen in der Politik zu eindeutigen Mehrheiten für den Umweltschutz und wünschte sich mehr Mut zur Veränderung von der Politik und den Unternehmen.

Margot Grim sah eine Schwierigkeit in der Komplexität des Umweltschutzes und der verschiedensten Branchen, die im Thema Umweltschutz involviert sind. [Zurück zur Übersicht](#)

Publikumsmeinungen



„NGOs spielen eine wichtige Rolle zwischen Verzweiflung des Einzelnen und der Möglichkeit, öffentlichen Druck aufzubauen.“

„Was nützt es, wenn in Österreich alle Häuser gedämmt, alle Österreicherinnen und Österreicher auf Fahrräder gesetzt, aber woanders die Bohrseln samt der Schildkröten verbrannt werden und die Autoindustrie in China alle Menschen in Autos setzt?“

„Österreich war immer ein Land der Technik, aber in Österreich scheint man viele Entwicklungen wie zum Beispiel in der Photovoltaik zu verschlafen.“

„Als Kundin ganz gezielt nach ökologischen, nachhaltigen und Fair-Trade-Produkten fragen, bewegt in den Unternehmen viel. Wenn ich etwas ändern will, muss ich aufstehen und nachfragen, sonst ändert sich nichts.“

„Damen tun eher etwas als Männer zum Thema Umweltschutz und sprechen das Thema eher an, wir alle sollten dieses entscheidende Thema hinaustragen und mit möglichst vielen Menschen über das diskutieren, was wir heute gehört haben.“ [Zurück zur Übersicht](#)

Das Indigo-Tuch des tanzenden Tuareg

Slow Fashion, agency for sustainable design, verlost unter den **Women Talk Business**[®]-TeilnehmerInnen einen Sieger-Design-Prototyp des international anerkannten Slow Fashion Award 2010: das **Schmuckaccessoires „ripped stripes“ vom Wiener Designlabel mija t. rosa.**

Das Stück besteht aus dem in Streifen gerissenen Turban-Stoff des ca. 35jährigen Tuaregs Assanaga Hamadede aus Agadez, Niger.

Mehr dazu unter <http://www.slowfashion.at/slow-fashion-award.html>



Das Glückssengerl bei der Ziehung war **Luzie**, die kleine Tochter des Microfinance-Experten **Leopold Seiler**. Die Gewinnerin strahlte über das ganze Gesicht als sie ihr neues Schmuckstück entgegennahm und **Lisa Niedermayr**, die geschäftsführende Gesellschafterin von Slow Fashion, die Geschichte des Stoffes erzählte.

„Es ist unglaublich“, meinte Sabine M. Fischer bei der Übergabe, „aber die Herkunft dieses Kleidungsstückes ist kraftvoll spürbar!“



Die Kommunikations- und Informations-Plattform **Women Talk Business**[®] wird ermöglicht von:

Raiffeisen Zentralbank www.rzb.at

Die Raiffeisen Zentralbank Österreich AG (RZB) ist das Spitzeninstitut der österreichischen Raiffeisen Bankengruppe. Sie ist eine der führenden Kommerz- und Investmentbanken des Landes und zählt in Zentral- und Osteuropa (CEE) zu den "Top-Playern". Die 1927 gegründete (nicht börsennotierte) RZB ist eine ausschließlich in österreichischem Eigentum stehende Großbank.

Donau Versicherung AG Vienna Insurance Group www.donau-versicherung.at

ist der traditionelle österreichische Gewerbeversicherer. Die Donau setzt ihren Fokus verstärkt auf das Firmengeschäft und baut 2010 speziell das Industriegeschäft aus. Mit einheitlichen und transparenten Lösungen betreuen die Donau Kleinbetriebe bis hin zu Konzernen. Die Donau deckt mit ihren flexibel gestaltbaren Produkten den Bedarf der Firmenkunden rasch und unbürokratisch ab und begleitet österreichische Unternehmer auch über die Landesgrenzen hinweg. Im Hinblick auf die strategische Weiterentwicklung der Donau spielt besonders die Krankenversicherung eine entscheidende Rolle. Diese seit Mai 2010 neu angebotene Sparte ist ein weiterer Schritt zu einem noch breiteren Produktportfolio für die Donau-Kunden und bietet unter anderem Tarife für ambulante Behandlungen – speziell auch alternativmedizinische Heilbehandlungen – sowie Sonderklasse- und Taggeldversicherung. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (nach UGB) stieg im Jahr 2009 um 37,7 Prozent auf 54,1 Mio. Euro. Das gesamte Prämienaufkommen 2009 betrug 683,6 Mio. Euro.

Industriellenvereinigung www.iv-net.at

Die IV ist eine Interessenvertretung auf freiwilliger Basis mit derzeit rund 3.500 Mitgliedern. Unser zentrales Ziel ist, die Interessen der Mitglieder in Europa und Österreich gezielt und nachhaltig zu vertreten. Zu den Lobbyingschwerpunkten der IV zählen neben wirtschaftspolitischen Themen wie Budgetsanierung, Arbeitsmarkt-, Verwaltungs-, Pensions- und Gesundheitsreform, Bildung oder Modernisierung des Steuersystems auch Gesellschaftspolitische wie die Verbesserung der Rahmenbedingungen für Frauen - Beruf - Familie.

Saubermacher Dienstleistungs AG www.saubermacher.at

Als Österreichs führendes Entsorgungs- und Verwertungsunternehmen ist die Saubermacher AG der kompetente Partner in allen Umweltfragen. Seit der Gründung im Jahr 1979 als Abfallsammler mit 5 Mitarbeitern folgte ein steiler Aufstieg zum erfolgreichen, international tätigen Unternehmen mit rund 3400 Mitarbeitern im In- und Ausland. Das Familienunternehmen betreut von der Konzernzentrale in Graz aus ca. 60 Standorte und Beteiligungen in Österreich, Slowenien, Kroatien, Ungarn, Tschechien, Rumänien, Bulgarien, Serbien, Montenegro und Mazedonien. Im Bereich der Entsorgung und Verwertung von Abfällen ist die Saubermacher AG der kompetente Partner von ca. 1600 Gemeinden und über 40.000 Betrieben aus Handel, Gewerbe und Industrie.

Slow Fashion - für mehr Nachhaltigkeit in der Modebranche www.slowfashion.at

Wir betrachten nachhaltige und innovative Textilien als kommunikatives Medium, in dem Öffentlichkeit und Intimität, soziale Verantwortung, ästhetisch-sinnliche Qualitäten und spezielle Materialeigenschaften eine tragende Rolle spielen.

SYMFONY Consulting - Karriere, Training, Moderation www.symfony.at

berät Unternehmen bei der Personalsuche, der Unternehmens-Kultur, der Mitarbeiter- und Führungskräfte-Entwicklung und der Unternehmens-Kommunikation nach innen und nach außen. Einzelpersonen werden im Bewerbungsprozess und bei der Karriereplanung erfolgreich unterstützt.

Wiener Zeitung - Basis für Ihre tägliche Informationsstrategie www.wienerzeitung.at

Die Wiener Zeitung ist ein umfassendes Informationsmedium für alle Entscheidungsträger im mittleren und höheren Management in der Privatwirtschaft wie auch im Öffentlichen Dienst sowie für alle Angehörigen freier Berufe. Sie versteht sich als redaktionell vollkommen unabhängige Qualitätszeitung. Ausführliche Berichterstattung aus dem Parlament, Hintergrundberichte aus der österreichischen Innenpolitik, aktuelle Informationen über das Wirtschaftsgeschehen und engagierte Kulturberichterstattung sind nur einige der Themenbereiche. Das Amtsblatt bietet täglich unverzichtbare Informationen, wie zB Ausschreibungen, Firmengründungen oder Insolvenzen. Die Freitag-Beilage „Wiener Journal“ ist ein Lebensstil-Magazin für Beilage „ProgrammPunkte“ bringt Österreichs umfassendste Information über das Radio- und Kulturprogramm.

Pressekontakt:

Dr. Sabine M. Fischer
Tel. 0676 840 321 871
sabine.m.fischer@symfony.at

Rückfragen zu **Slow Fashion** bitte direkt an
Lisa Niedermayr, Tel. 0676 619 396 0
lisa.niedermayr@utanet.at

Bitte geben Sie bei Foto-Veröffentlichungen den Fotocredit an: SYMFONY Heidrun Henke

