



# DOKUMENTATION

deutscher  
nachhaltigkeitspreis 2009



**„NACHHALTIGKEIT – EINE GROSSE IDEE. FÜR MICH DAS KONZEPT DER ZUKUNFT, WEIL ES EINE ANTWORT DARAUF GIBT, WIE WIR AUCH DEN KOMMENDEN GENERATIONEN – HIER UND ANDERSWO IN DER WELT – IHRE NATÜRLICHEN, WIRTSCHAFTLICHEN UND SOZIALEN LEBENSGRUNDLAGEN SICHERN HELFEN.“**

**Bundespräsident Horst Köhler**, Schirmherr des Deutschen Nachhaltigkeitstages 2008

**Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis prämierte 2008 erstmals Unternehmen, die vorbildlich wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung und Schonung der Umwelt verbinden - und nachhaltiges Handeln zu weiterem Wachstum nutzen. Im Fokus standen konsequentes Nachhaltigkeitsmanagement und markenprägende Kommunikation zu Nachhaltigkeitsthemen. Sonderpreise zeichneten Persönlichkeiten aus, die national oder international in herausragender Weise den Gedanken einer zukunftsfähigen Gesellschaft fördern.**

Hinter der Initiative versammelte sich eine Vielzahl von Stakeholdern, die das Thema Nachhaltigkeit in Deutschland aus unterschiedlichen Werten vorantreiben. Durch Fachberatung, Jurymitgliedschaft und kritische Begleitung unterstützten u.a. das Wuppertal Institut, das Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung, das Bundesumweltministerium, das VDI Technologiezentrum, der MARKENVERBAND, der Bundesverband für

Wirtschaftsförderung und Außenwirtschaft, der BUND, future e.V., EuroNatur und econsense das Projekt. Die Wettbewerbsmethodik wurde nach intensivem Stakeholderdialog von den Unternehmensberatungen A.T. Kearney und BBDO Consulting mit Dr. Günther Bachmann, dem Generalsekretär des Rates für Nachhaltige Entwicklung, erarbeitet.

Ca. 350 Unternehmen meldeten sich zur Premiere des Wettbewerbes an; ein großer Teil von ihnen sandte den bearbeiteten Fragebogen ein. Unter den Teilnehmern befanden sich zahlreiche KMU, bekannte Frontrunner im Feld nachhaltiger Entwicklung, viele internationale Konzerne und mehr als die Hälfte der DAX 30-Unternehmen. Die Wettbewerbsteilnehmer stellten sich einem dreistufigen Verfahren:

## STUFE 1

Über einen ca. 80seitigen Online-Fragebogen wurde zwischen dem 1.3. und dem 15.7.2008 erhoben, in welchem Umfang die Unternehmen ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeitsfaktoren in den einzelnen Stufen der Wertschöpfung umsetzen und wie Nachhaltigkeitsthemen die Markenstrategie beeinflussen.

## STUFE 2

Die besten Teilnehmer durchliefen Detailassessments; bei 30 Unternehmen wurden im August 2008 Vor-Ort-Besuche durchgeführt.




## STUFE 3

Auf der Basis dieser Untersuchungsergebnisse wählte eine interdisziplinär besetzte fünfzehnköpfige Jury am 3.9.2008 die Sieger aus.




PREISTRÄGER UNTERNEHMEN	
„Deutschlands nachhaltigstes Unternehmen“:	<b>BSH</b> Bosch Siemens Hausgeräte
Top 3 Deutschlands nachhaltigste Unternehmen:	<b>BASF</b>
Top 3 Deutschlands nachhaltigste Unternehmen:	<b>Steinbeis Papier</b>

PREISTRÄGER MARKEN	
„Deutschlands nachhaltigste Marke“:	<b>Henkel</b>
Top 3 Deutschlands nachhaltigste Marken:	<b>SolarWorld</b>
Top 3 Deutschlands nachhaltigste Marken:	<b>VW</b>

PREISTRÄGER WERTSCHÖPFUNG	
nachhaltigste Strategie:	<b>tegut ...</b>
nachhaltigster Einkauf:	<b>Axel Springer, Hess Natur</b>
nachhaltigste Produktion:	<b>SolarWorld</b>
nachhaltigste Produkte:	<b>Osram</b>
nachhaltigster Vertrieb:	<b>Barmenia Versicherungen</b>

SONDERPREISTRÄGER		
Besondere Leistungen:		<b>Annie Lennox</b>
Lebenswerk:		<b>Prof. Dr. Klaus Töpfer</b>
Ehrenpreis:		<b>SKH der Prince of Wales</b>



	<b>Dr. Alexander Güttler</b> Gründer und CEO komm.passion-Gruppe		<b>Jens Plachetka</b> Geschäftsführer H.J. Heinz GmbH, MARKENVERBAND		<b>Prof. Dr. Hartmut Vogtmann</b> Präsident EuroNatur Präsident Bundesamt für Naturschutz a.D.
	<b>Dr. Volker Hauff</b> Vorsitzender Rat für Nachhaltige Entwicklung		<b>Prof. Dr. Dr. F. J. Radermacher</b> Präsident Bundesverband für Wirtschaftsförderung und Außenwirtschaft		<b>Dr. Angelika Zahrnt</b> Mitglied Rat für Nachhaltige Entwicklung / Ehrenvorsitzende BUND
	<b>Reinhold Kopp</b> Kodirektor Europäisches Institut für Wirtschaft und Politik der UMC Potsdam (FH)		<b>Prof. Dr. H. J. Schellnhuber</b> Direktor Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung		<b>Dr. Dr. Axel Zweck</b> Leiter Zukünftige Technologien Consulting VDI Technologiezentrum
	<b>Dr. Christa Liedtke</b> Leiterin Forschungsgruppe Nachhaltiges Produzieren und Konsumieren Wuppertal Institut		<b>Jürgen Schmidt</b> Managing Partner BBDO Consulting	<b>LEITUNG DER JURYSITZUNG</b>	
	<b>Matthias Machnig</b> Staatssekretär im Bundesumweltministerium		<b>Dr. Otto Schulz</b> Partner A.T. Kearney, Deutschland		<b>Dr. Günther Bachmann</b> Generalsekretär Rat für Nachhaltige Entwicklung
	<b>Prof. Dr. Dr. h.c. mult. H. Meffert</b> Emeritierter Direktor Institut für Marketing Westfälische Wilhelms-Universität Münster		<b>Prof. Dr. Klaus Töpfer</b> Bundesminister a.D., Exekutivdirektor UNEP a.D., Mitglied Rat für Nachhaltige Entwicklung		



**350 Teilnehmer (unter ihnen CEOs, Nachhaltigkeitsverantwortliche deutscher und internationaler Unternehmen, CSR-Manager und Kommunikationsexperten, PR-Berater, NGO-Vertreter und Gäste aus Forschung, Medien und Politik) kamen am 5.12.2008 in Düsseldorf zusammen. Deutliche Statements, kontroverse Diskussionen und inspirierender Best Practice-Austausch prägten den ersten Deutschen Nachhaltigkeitstag.**

Bundesarbeits- und Sozialminister Olaf Scholz beschrieb in seinem Vortrag die ordnungspolitischen Steuerungsmechanismen, mit denen er als ressortverantwortliches Mitglied der Bundesregierung eine nachhaltige Entwicklung in Deutschland unterstützen möchte: Zentrale Stichworte waren Bildung, mehr gute Arbeit und ein CSR-Forum als Diskussionsplattform für die relevanten Stakeholder der Szene. Die Ergebnisse des Wettbewerbes um den Deutschen Nachhaltigkeitspreis stellte Dr. Volker

Hauff, Jurymitglied und Vorsitzender des Rates für Nachhaltige Entwicklung vor. Sein Fazit: Es gibt herausragende Leistungen zu würdigen, die Unternehmen können auf das Erreichte stolz sein. Der Initiator der Veranstaltung Stefan Schulze-Hausmann begrüßte zu Präsentationen und Talks die CEOs und Nachhaltigkeitsverantwortlichen der erfolgreichsten Unternehmen des Wettbewerbes, die im Anschluss ihre Strategien vorstellten. In vier hochkarätig besetzten Themenforen konnten die Teilnehmer mit Preisträgern und Experten unterschiedlicher Felder diskutieren. Provokante Thesen der Impulsreferenten lösten angeregten Diskurs aus.

Den eindrucksvollsten Auftritt des Tages hatte die Sängerin und Aktivistin Annie Lennox, Sonderpreisträgerin des Deutschen Nachhaltigkeitspreises. In bewegenden Worten warb sie um Unterstützung im Kampf gegen AIDS in der Dritten Welt. Das Schicksal des HIV-positiven

Kindes Avelile aus Südafrika, dargestellt in zwei Filmzuspielungen, rührte das Publikum.

In einer rund zwanzigminütigen Rede – aufgezeichnet kurz zuvor in London – wandte sich Prinz Charles als Ehrenpreisträger an das Publikum in Düsseldorf und warb für „Bescheidenheit und Demut gegenüber der Natur“. Er forderte entschlossenes und intelligentes Handeln, um kommenden Generationen kein vergiftetes Erbe zu hinterlassen.

Drei weitere Protagonisten nachhaltiger Entwicklung beendeten den Tag: Klimaforscher Prof. Dr. Hans Joachim Schellnhuber, Prof. Dr. Klaus Töpfer sowie der Staatssekretär im Bundesumweltministerium Matthias Machnig resümierten 2008 und skizzierten die aus ihrer Sicht notwendigen Schritte der nächsten Zukunft.



**750 Gäste feierten am 5.12.2008 im Düsseldorfer MARITIM Hotel die „Vorreiter 08“. Die Gala des Deutschen Nachhaltigkeitspreises führte einen ungewöhnlichen Mix von Menschen aus ganz unterschiedlichen Welten zusammen: Unternehmer, Politiker, Künstler, Medienvertreter, Forscher und Aktivisten.**

Der Großteil der Gäste entstammte verschiedenen Feldern der Wirtschaft und der Beratung. Eine bemerkenswerte „CEO-Dichte“ unterstrich die zunehmende Relevanz des Themas Nachhaltigkeit in den Führungsetagen; die große Gruppe der Nachhaltigkeits- und Kommunikationsverantwortlichen repräsentierte die Ebene des CSR-Tagesgeschäftes. TV-Prominenz wie Uschi Glas (seit langem in verschiedenen Nachhaltigkeitsinitiativen engagiert und schon beim Symposium dabei) zeigte ebenso Flagge wie die Vertreter von 40 Nichtregierungsorganisationen und Forschungseinrichtungen.

Die Gala setzte auf eine Balance aus Inhalt und Unterhaltung und Raum für Begegnung. Sabine Christiansen moderierte die Preisverleihung, in der prominente Gäste sehr persönlich Dimensionen der Nachhaltigkeit beleuchteten: Foodwatch-Gründer Dr. Thilo Bode sprach zum Beispiel über umwelt- und gesundheitsbewussten Lebensmittelhandel, Schauspieler Hannes Jaenicke berichtete von seiner ZDF-Produktion zum Thema Klimawandel, der „grüne Prinz“ Michael zu Salm-Salm erklärte die Wurzeln der Nachhaltigkeit in der Forstwirtschaft und die zweifache Olympiasiegerin Katarina Witt beschrieb ihr Stiftungsengagement für Kinderschutz.

Bundesjustizministerin Brigitte Zypries und EU-Vizepräsident Günter Verheugen überreichten die Preise: Der neue Vorstandsvorsitzende von Henkel Kasper Rorsted nahm die Auszeichnung für Deutschlands „nachhaltigste Marke“ entgegen. Bosch-Siemens Hausgeräte – vertreten durch CEO Dr. Kurt-Ludwig Gutberlet – wurde als „nachhaltigstes Unternehmen“ des Landes ausgezeichnet.

Der britische Botschafter in Deutschland Sir Michael Arthur hielt die Laudatio auf Prinz Charles, der die Gäste im Saal auf deutsch per Video-Message grüßte. Wer den Sonderpreis für sein Lebenswerk bekommen würde, blieb bis zum letzten Moment auch für den Preisträger geheim. Friedensnobelpreisträgerin Wangari Maathai löfnete per Video-Botschaft das Geheimnis – und sprach in persönlichen Worten über das große Engagement des Geehrten, Prof. Dr. Klaus Töpfer.

Höhepunkt des Abends nach einer Laudatio von Scorpions-Sänger Klaus Meine: Der Auftritt von Weltstar Annie Lennox. Mit einem bemerkenswerten Statement rief sie zu mehr Engagement gegen AIDS in der Dritten Welt auf und begeisterte das Publikum mit einem unplugged-Konzert.



**Über den roten Teppich und entlang einer Logowand des Projektes im Foyer des Locationpartners MARITIM Hotel erreichten die Gäste den Empfang.**

**Für Ehrengäste fand ein separater VIP-Empfang im ersten Stock statt. Gastgeber in der „Winner’s Lounge“ waren die Sponsoren Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH und A.T. Kearney; letztere waren auch Assessmentpartner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2008.**

Schon bei den Empfängen wurden kleine Speisen gereicht, die – wie das gesamte Catering des Tages – nach Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit zusammengestellt wurden. Alle Speisen und Zutaten stammten aus regionalem, saisonalem und ökologischem Anbau.

Für das Galamenu war der Sternekoch Holger Stromberg, Chefkoch der Deutschen Fußballnationalmannschaft, verantwortlich. Auf den Tischen fanden die Gäste Sauerteigbrot und Bio-Dinkel-Couvertbrötchen, optimales Speiseöl, Kernöl-Ricotta, Fleur de sel de Guerande sowie Luisensalz. Die drei Gänge umfassten in Heuduft gegartes Saiblingsfilet mit Crème Brûlée von der Pastinake und Kräuter-Blütensalat, geschmortes Hermannsdorfer Ochsenrippenfleisch auf kandierten Steckrüben, Petersilienpüree und Zitronen-Maronen-Pralinen sowie als Dessert deutschen Bratapfel mit Lorbeer und Zimtblüten-Parfait. Dazu gab es biodynamisch gekelterte Weine von Alois Lageder.

Das Grußwort hielt Günter Verheugen, Vizepräsident und Kommissar für Unternehmen und Industrie der Europäischen Kommission. Sabine Christiansen moderierte die Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2008.

Die Laudatoren bezogen sich in ihren Statements nicht auf einzelne Preisträger, sondern beleuchteten auf persönliche Weise verschiedene Dimensionen nachhaltiger Entwicklung.

<b>Natur</b>	Michael Prinz zu Salm-Salm, S. D. Karl-Friedrich Erbprinz von Hohenzollern
<b>Ernährung</b>	Dr. Thilo Bode (foodwatch e.V.)
<b>Energie</b>	Dietrich Walther (Unternehmerhochschule BITS)
<b>Ethik</b>	Brigitte Zypries (Bundesjustizministerin)
<b>Menschlichkeit</b>	Katarina Witt (Sportlerin)
<b>Klima</b>	Hannes Jaenicke (Schauspieler)
<b>Lebenswerk</b>	Wangari Maathai (Friedensnobelpreisträgerin 2004; Videobotschaft)
<b>Ehrenpreis</b>	Sir Michael Arthur (britischer Botschafter in Deutschland)
<b>Sonderpreis</b>	Klaus Meine (Scorpions)



Das Erscheinungsbild des Deutschen Nachhaltigkeitspreises entwickelte die Düsseldorfer CI-Agentur Claus Koch™. Alle Printmedien des Abends basierten auf dem durchgehenden Farbcode, der Typographie und dem markanten Logo der fünf Punkte. Gleiches gilt für die Preisstatuette, die aus fünf verschiedenfarbigen ineinander gestellten Aluminiumkugeln besteht und mit Unterstützung des Gesamtverbandes der Aluminiumindustrie in Handarbeit hergestellt wurde.

Das Design des Bühnenbilds stammt von Damir Tomaš, Inhaber der Frankfurter Kreativagentur Brandmission. Es stellt eine Ableitung des Logos des Deutschen Nachhaltigkeitspreises dar. Mehrere Projektoren warfen sich ständig verändernde Stand- und Bewegungsbilder, Logos und das Livebild auf die fünf überdimensionalen runden Flächen oberhalb des Bühnengeschehens. Für die technische Umsetzung – wie auch für die gesamte Veranstaltungstechnik von Symposium und Gala – sorgte die Produktionsgesellschaft satis & fy. Die Filme zu den Preisträger produzierte MACONDO Medien.

Die Sponsoren präsentierten sich auf unterschiedliche Arten. Die Volkswagen AG stellte den Shuttle Service mit CO<sub>2</sub>-reduzierten BlueMotion Fahrzeugen. Energieversorger EWE AG trug eine große, gutsortierte Bar im Foyer bei. Die Deutsche Post World Net – auch Logistikpartner des Preises – lud vor leuchtenden GoGreen-Displays zu CO<sub>2</sub>-neutralem Versand von Paketen ein. Ein eigens für den Deutschen Nachhaltigkeitstag errichtetes McCafé wurde als Anlaufpunkt für Kaffee- und Snack-Liebhaber hervorragend frequentiert. Die Ströer AG unterstützte die Kommunikationskampagne des Deutschen Nachhaltigkeitspreises und präsentierte sich im Nightclub mit einer Bar. Als Publikumsmagnet erwies sich die Cigar-Lounge des Verbandes der Deutschen Zigarrenindustrie. Das Team der SANSIBAR schenkte in einer mit großem Sylt-Panorama dekorierten Bar im Saal die Weine von Alois Lageder und eigenen Sekt aus.

Die Düsseldorfer Blumenstylisten von FIORI sorgten für die Tischdekoration. Kosmetikpartner THE BODY SHOP

betreute mit einer speziellen, besonders nachhaltig produzierten Kosmetiklinie Bühnenakteure und – in einer Beauty-Lounge – Galagäste.

Den Soundtrack des Abends komponierte und arrangierte der Musiker Erich Gibson-Gaissner. Im Zentrum stand eine Fünfterfolge, die sich im Wechsel der Kugelprojektionen, in Hintergrundmusik, Openingthema und Auf- und Abgängen wiederfand.

Im „Monkeys Club“, der Discothek des Abends, spielten Martin Ernst und die Allstars. Ein spätes Highlight setzte der norwegische Shooting Star Maria Mena, eine der weltweit erfolgreichsten Popkünstlerinnen 2008, u.a. mit „Just Hold Me“ und „All This Time“.



**Der Startschuss für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis fiel Anfang März 2008 bei einer Pressekonferenz im ZDF-Hauptstadtstudio in Berlin. In den vier Monaten danach lieferten die Website des Preises [www.deutscher-nachhaltigkeitspreis.de](http://www.deutscher-nachhaltigkeitspreis.de) und ständig aktualisierte Meldungen auf den vielbeachteten Websites der zahlreichen Partnerverbände und Organisationen (u.a. VDI, Potsdam-Institut, Rat für Nachhaltige Entwicklung) Informationen.**

Medienpartner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises war die Frankfurter Allgemeine Zeitung, die dem Projekt u.a. eine Sonderbeilage und halbseitige Ankündigungen widmete. Partner für die Medienbeobachtung war die Cision Deutschland GmbH in Stuttgart. Die Pressearbeit unterstützte die PR-Agentur komm.passion, Düsseldorf.

Eine schrittweise Bekanntgabe der Sonderpreisträger und der erfolgreichsten Unternehmen in verschiedenen Medien belebte die Vorberichterstattung. Eine breit angelegte Kommunikationsstrategie und intensive Medienkontaktarbeit brachten den Deutschen Nachhaltigkeitspreis auf Hunderte von Websites und Blogs, aber auch in Fachmedien und die Finanzpresse. Hierbei verstärkte die enge Kooperation mit den Kommunikatoren der Preisträger, die ihrerseits tätig wurden, die Wirkung (insgesamt 433 Clippings, davon 253 im Print und 24 im TV im Dezember). Das partnerschaftliche Engagement der Rheinischen Post und die enge Zusammenarbeit mit anderen Lokal- und Regionalmedien (Westdeutsche Zeitung, NRZ, Express etc.) sorgten für hohe Aufmerksamkeit in ganz Nordrhein-Westfalen – vor und nach der Veranstaltung. Schon gegen 23.00 Uhr hielten die Galagäste eine druckfrische RP mit Sonderseiten zum Abend in Händen.

Mehr als 60 Medienvertreter berichteten direkt von den Veranstaltungen, darunter viele TV-Sender. Der WDR schaltete live vom „roten Teppich“, warf einen Blick hinter die Kulissen der Veranstaltung und interviewte Initiator und Preisträger. Über Gala und Symposium wurde auf Sat.1 Regional, in den RTL-Formaten „Guten Abend“, „Exclusiv Weekend“ sowie bei VOX berichtet. Reuters war mit einem Fernsenteam vor Ort. CNBC, CenterTV sowie NRW.TV produzierten Sondersendungen. Die taz ließ einen Song (!) zum Event produzieren und stellte ihn online.

Der Deutsche Nachhaltigkeitstag und die Preisverleihung erzielten mit einer Print-Reichweite von über 6,8 Millionen im Dezember 2008 allein ein breites Presseecho: Meldungen und Artikel in BILD und BamS, in überregionalen Tages- und Wochenzeitungen wie SZ, taz, FR oder WamS, in allen größeren Printmedien regional sowie in Fachmagazinen wie W&V und People-Magazinen wie der BUNTEN belegten dies.



**Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis will sich selbst an den Regeln der Nachhaltigkeit messen lassen. Daher wurden von der ersten Projektphase an sämtliche produktiven und organisatorischen Schritte so umweltschonend wie möglich geplant und durchgeführt.**

Nach der Veranstaltung wurde ein detailliertes „Logbuch“ veröffentlicht, das die hierzu getroffenen Maßnahmen in den Feldern Büroorganisation, Logistik, Kommunikation, Papier, Webauftritt, Auswahl der Partner, Gästemanagement, Veranstaltungsproduktion, Catering, Künstlerprogramm etc. beschreibt. Das Organisationsteam schafft mit der Dokumentation die Berechnungsgrundlage für die Kompensation des projektbezogenen CO<sub>2</sub>-Fingerabdrucks, will Best Practice in den einzelnen Feldern liefern und eine Basis für einen eigenen Verbesserungsprozess legen.

Drei Beispiele: Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis fand klimaneutral statt; Partner war die Beratungsgruppe First Climate, die die Gesamtemissionen berechnete und durch Investitionen in eine türkische Windkraftanlage ausglich. Für Drucksachen wurde Recyclingpapier eingesetzt; Partner für Papier und Druck war die Initiative Pro Recyclingpapier. Mit dem festlichen Drei-Gang-Dinner gab Sternekoch Holger Stromberg, Küchenchef der Deutschen Fußballnationalmannschaft, ein Beispiel nachhaltiger Kochkunst: Alles bio, regional und fair gehandelt.

Die CO<sub>2</sub>-Bilanz des Deutschen Nachhaltigkeitspreises

Anreise	CO <sub>2</sub> [t]	Transfer	Personen	Distanz [einfach]	Distanz [gesamt]	CO <sub>2</sub> [t]	Catering	Anzahl	Teilnehmerzahl	CO <sub>2</sub> [t]	Übernachtung	Anzahl	CO <sub>2</sub> [t]
Flüge intern	10,25	Shuttle Services	350	10 km	3500 km	0,50	Symposion					350	4,13
Anreise Teilnehmer	60,00	Transfer gesamt				0,50	Frühstück	1	500	1,70	Übernachtung gesamt		4,13
Anreise gesamt	70,25	Veranstaltungsräume / Location			Fläche[m <sup>2</sup> ]	CO <sub>2</sub> [t]	Mittagsimbiss	1	500	3,25	Total		94,59
Printmaterial	CO <sub>2</sub> [t]	Symposion			2000	1,55	Nachmittagssnack	1	500	1,70	Sicherheitsaufschlag (20%)		18,92
Printmaterial gesamt	3,00	Gala			6800	1,70	Gala				GESAMTSUMME		113,51
							3-Gang-Menü	1	500	3,25			
							Catering gesamt			9,90			