

Verantwortung Zukunft

Ausgabe 2-2014 // Jahresabonnement 25,00 Euro

Das Magazin

IP: 82.165.40.206
ALTER: 54 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 2 Kinder / KONTAKTE: 224 Freunde / GEBURTSORT: Istanbul / WOHNORT: Frankfurt am Main / BERUF: Entwicklungsingenieur / BILDUNG: Hochschulabschluss / NETZWERKE: XING, Myspace, Facebook / PRODUKTE: Zahnpasta, Snowboard, Uhr / ORTE: Stadion, Büro, Hollywood

IP: 82.165.40.206
ALTER: 54 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 2 Kinder / KONTAKTE: 224 Freunde / GEBURTSORT: Istanbul / WOHNORT: Frankfurt am Main / BERUF: Entwicklungsingenieur / BILDUNG: Hochschulabschluss / NETZWERKE: XING, Myspace, Facebook / PRODUKTE: Zahnpasta, Snowboard, Uhr / ORTE: Stadion, Büro, Hollywood

IP: 192.168.1.1
ALTER: 31 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, 1 Kind / KONTAKTE: 464 Freunde / GEBURTSORT: München / WOHNORT: München / BERUF: Senior Consultant / BILDUNG: Hochschulabschluss / NETZWERKE: LinkedIn, Facebook / PRODUKTE: Kaffee, Wein, Bücher / ORTE: Kino, Park, Sportplatz

IP: 82.165.40.206
ALTER: 54 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 2 Kinder / KONTAKTE: 224 Freunde / GEBURTSORT: Istanbul / WOHNORT: Frankfurt am Main / BERUF: Entwicklungsingenieur / BILDUNG: Hochschulabschluss / NETZWERKE: XING, Myspace, Facebook / PRODUKTE: Zahnpasta, Snowboard, Uhr / ORTE: Stadion, Büro, Hollywood

IP: 191.2.0.4
ALTER: 33 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 3 Kinder / KONTAKTE: 498 Freunde / GEBURTSORT: Erfurt / WOHNORT: Erfurt / BERUF: Lehrer / BILDUNG: Hochschulabschluss / NETZWERKE: XING, Myspace, Facebook / PRODUKTE: Kinderschuhe, Ball, Rasierer / ORTE: Autobahn, Straßburg, Wald

IP: 58.456.4.2
ALTER: 24 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 1 Kind / KONTAKTE: 245 Freunde / GEBURTSORT: Hamburg / WOHNORT: Hamburg / BERUF: Softwareentwickler / BILDUNG: Hochschulabschluss / NETZWERKE: LinkedIn, Facebook / PRODUKTE: Kaffee, Wein, Bücher / ORTE: Kino, Park, Sportplatz

IP: 82.165.40.206
ALTER: 54 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 2 Kinder / KONTAKTE: 224 Freunde / GEBURTSORT: Istanbul / WOHNORT: Frankfurt am Main / BERUF: Entwicklungsingenieur / BILDUNG: Hochschulabschluss / NETZWERKE: XING, Myspace, Facebook / PRODUKTE: Zahnpasta, Snowboard, Uhr / ORTE: Stadion, Büro, Hollywood

IP: 22.777.0.5
ALTER: 33 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 1 Kind / KONTAKTE: 895 Freunde / GEBURTSORT: Erfurt / WOHNORT: Erfurt / BERUF: Lehrer / BILDUNG: Hochschulabschluss / EINKOMMEN: 46.250 / NETZWERKE: XING, Myspace, Facebook / PRODUKTE: Kinderschuhe, Ball, Rasierer / ORTE: Autobahn, Straßburg, Wald

IP: 192.168.2.3
ALTER: 32 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, 1 Kind / KONTAKTE: 467 Freunde / GEBURTSORT: München / WOHNORT: München / BERUF: Journalistin / BILDUNG: Hochschulabschluss / NETZWERKE: LinkedIn, Facebook / PRODUKTE: Kaffee, Wein, Bücher / ORTE: Kino, Park, Sportplatz

Big Data Freiheit schützen

Privatsphäre garantieren

Datenschutzbeauftragte Voßhoff:
„Rechtlichen Rahmen schaffen“

Verschlüsselungstechnik nutzen

Bitkom-Präsident Prof. Kempf
fordert Transparenz

Realtime-Analysen

Datenmengen – Herausforderung
und Chance für Banken

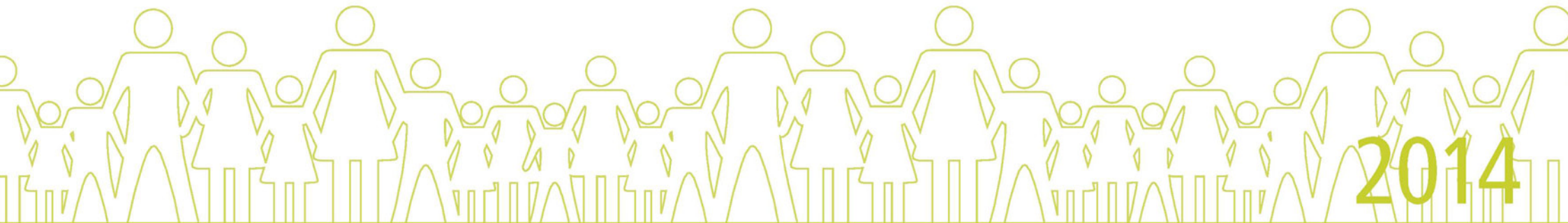
Die europäische Stadt

Dichte als
Innovationshub

Corporate Responsibility

Unternehmen und Verantwortung –
Trends in Corporate Responsibility

Mit Expertenbeiträgen
aus der Wissenschaft und von
namhaften Unternehmen



Beteiligte Unternehmen

- AstraZeneca GmbH
- Audi AG
- Bilfinger SE
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
- DuPont Sustainable Solutions
- Ford-Werke GmbH
- McDonald's Deutschland Inc.
- Microsoft Deutschland GmbH
- Procter & Gamble Germany
- Roland Berger Strategy Consultants GmbH
- Strotthoff International School
- Siemens AG
- Telefónica Germany
- Unternehmensgruppe Tengelmann
- 3M Deutschland GmbH
- Bayer AG
- Coca-Cola GmbH
- United Parcel Service Deutschland Inc. & Co.

Beteiligte Experten

- Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit gGmbH
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB)
- Charta der Vielfalt e.V.
- Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit (IZA)
- Leuphana Universität Lüneburg
- SERI Nachhaltigkeitsforschungs- und kommunikations GmbH
- United Nations Environment Programme (UNEP)

weitere Informationen unter



Bestellschrift:

F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH
Frankenallee 68 - 72 ■ 60327 Frankfurt am Main ■ Tel.: (0 69) 75 91-12 52 ■ Fax: (0 69) 75 91-80 12 52
E-Mail: verantwortungzukunft@faz-institut.de ■ www.verantwortungzukunft.com

Daten besser schützen

Big Data“ – der Begriff klingt nach Orwells „Big Brother“, dem großen Überwacher. Gemeint ist eine neue Technologie zur Auswertung riesiger Datenmengen. Mit Hilfe von Algorithmen können Informationen aus verschiedenen Quellen miteinander verknüpft und zu einem Profil verschmolzen werden.

Die Bändigung der Flut wird immer wichtiger, denn Daten entstehen ständig. In jedem Moment. Das jetzt schon gigantische Datenaufkommen verdoppelt sich ungefähr alle zwei Jahre. Oftmals stellen die Menschen sie eigenhändig zur Verfügung, etwa bei der Nutzung von Apps oder bei Einkäufen im Netz. Viele Daten werden aber von Maschinen automatisch erzeugt – von Smartphones, intelligenten Stromzählern oder durch die Elektronik im Auto.

Die Ziele der so gewonnenen Erkenntnisse sind sehr unterschiedlich. Marketingexperten setzen auf Konsumvorlieben, Bewegungsdaten von Smartphones sowie Informationen aus sozialen Netzwerken. Auch die Wettervorhersage kann nützlich sein, um bestimmte Produkte zu verkaufen.

Doch Big Data kann viel mehr – zum Beispiel im Verkehrsmanagement: In Stockholm werden Verkehrs- und Wetterdaten, aber auch Informationen über Unfälle ausgewertet mit dem Ergebnis: 20 Prozent weniger Verkehr und um 50 Prozent kürzere Fahrtzeiten. Oder in der Medizin: Big Data beschleunigt Diagnosen und Behandlung erheblich und hilft, Leben zu retten. Oder in der Energiewirtschaft: Intelligente Netze und Endgeräte reduzieren den Verbrauch und stellen eine optimale Versorgung sicher. Alles nahezu in Echtzeit.

Und die Kehrseite? Immer mehr Menschen haben Angst, dass sie „gläsern“ und damit manipulierbar werden. Vor allem drei aktuelle Entwicklungen nähren die Befürchtungen:

Nationale Geheimdienste, allen voran die NSA, haben sich Zugang zu vertraulichen Bereichen im Netz verschafft. Sie greifen auf Telefonate, E-Mails und Datenbanken zu und nutzen die Daten für Zwecke, über die sie keine Auskunft geben müssen.

Kriminelle Organisationen hacken sich professionell in Datensysteme von Unternehmen

oder Behörden ein und sind in der Lage, Bankverbindungen zu knacken, sensible Gesundheitsdaten abzuschöpfen oder persönliche Codes auszuspähen.

Durch die Nutzung von Facebook, Twitter, WhatsApp und Co. sammeln, speichern und verwerten Konzerne Persönlichkeitsdaten für unbekanntere Zwecke. Häufig werden sie weiterverkauft. Der Nutzer hat keinen Einblick, was mit den Informationen passiert, wer sie wo vorhält und wie verwendet. Und eine Löschung ist schwierig.

Daher beginnt jetzt die Öffentlichkeit, sich nicht nur mit der Faszination der Technik, sondern auch mit deren Gefahren zu befassen. Die diesjährige CeBIT trat an unter dem Motto „Datability“, abgeleitet von „Responsibility“ und „Sustainability“. Es ist demnach die Fähigkeit, große Datenmengen nicht nur in hoher Geschwindigkeit, sondern verantwortungsvoll und nachhaltig zu nutzen.



Gabriele Kalt,
verantwortliche
Redakteurin

Wie wird es weitergehen? Überwiegt der Nutzen die Angst oder umgekehrt? Wichtig ist eine stärkere Sensibilisierung für das Thema Datenschutz. Informationen müssen sicherer, Missbrauch muss ausgeschlossen werden. Auch die Transparenz dessen, was Datensammler konkret erfassen und speichern, sollte man verbessern. Das bedeutet

auch, die Löschung von privaten Daten zu erleichtern.

Wir haben versucht, den Stand der Diskussion in diesem Heft aufzuarbeiten, und dazu hochrangige Experten und Entscheider befragt. Vielleicht trägt dies dazu bei, den verantwortungsvollen Umgang mit Big Data zu befördern, damit wir alle einen sorgenfreien Umgang mit den wunderbaren Möglichkeiten der neuen Technologien pflegen können.



6



10



22

Freunde / GEBURTSORT:
Istanbul / WOHNORT: Frank-
furt am Main / BERUF:
Entwicklungsingenieur /
BILDUNG: Hochschulab-
schluss / EINKOMMEN:
82.600 / NETZWERKE: LinkedIn,
In, Myspace / PRODUKTE:
Milch, Hemden, Blumen /
ORTE: Teneriffa, Kneipe,
Verbraucherzentrale

IP 191.2.0.4

ALTER: 33 / GESCHLECHT:
männlich / FAMILIE: ledig,
3 Kinder / KONTAKTE: 498
Freunde / GEBURTSORT:
Iscar / WOHNORT: Dieburg /
BERUF: Elektriker /
BILDUNG: Hauptschulab-
schluss / EINKOMMEN:
31.250 / NETZWERKE: Yasni,
Studivz, Facebook
PRODUKTE: Bonbons, Papier,
Festplatte / ORTE: Rhein-
ufer, Bodensee, Kneipe

KONTAKTE: 567 Freunde /
GEBURTSORT: Bad Staffel-
stein / WOHNORT: Vallado-
lid / BERUF: Geschäftsfüh-
rer / BILDUNG: Hochschul-
abschluss / EINKOMMEN:
121.400 / NETZWERKE: Face-
book / PRODUKTE: Zahnpas-
ta, Snowboard, Uhr / ORTE:
Stadion, Büro, Hollywood

IP 88.174.0.3

ALTER: 36 / GESCHLECHT:
weiblich / FAMILIE:
verheiratet, 3 Kinder /
KONTAKTE: 478 Freunde /
GEBURTSORT: Weiterstadt /
WOHNORT: Langen / BERUF:
Selbstständig / BILDUNG:
Realschulabschluss /
EINKOMMEN: 25.210 / NETZ-
WERKE: Facebook, Lastfm,
Tumblr / PRODUKTE: Smart-
phone, Kinokarten, Blumen
/ ORTE: Hafen, Pferde-
stall, Restaurant

IP: 18.77.0.311

ALTER: 45 / GESCHLECHT:
weiblich / FAMILIE:
verheiratet, 2 Kinder /
KONTAKTE: 233 Freunde /
GEBURTSORT: Dietzenbach /
WOHNORT: Frankfurt am Main
/ BERUF: Hausfrau / EINKOM-
MEN: 25.450 / NETZWERKE:
Facebook, Stayfriends /
PRODUKTE: Kaviar, Beton,
Rollschuhe / ORTE: Frisör,
Christkindlmarkt, See

IP: 182.145.2.3
ALTER: 40 / GESCHLECHT:
weiblich / FAMILIE:
verheiratet, kinderlos /
KONTAKTE: 467 Freunde /
GEBURTSORT: Frankfurt am
Main / WOHNORT: Bad
Homburg / BERUF: Preiler
Journalistin / BILDUNG: RECH-
SCHULABSCHLUSS / EINKOM-
MEN: 41.200 / NETZWERKE:
LinkedIn, Facebook,
Lokalfluter, PRODUKTE:
Kaffee, Bücher, Regen-
schirm / ORTE: Reisebüro,
Schweiz, Bahnhof

IP: 145.4.55.2
ALTER: 17 / GESCHLECHT:
männlich / FAMILIE: ledig,
kinderlos / KONTAKTE: 254
Freunde / GEBURTSORT:
Illmenau / WOHNORT: Hanau
/ BERUF: Verwaltungskä-
mmerangestellter / BILDUNG:
Fachhochschulabschluss /
EINKOMMEN: 38.220 / NETZ-
WERKE: Facebook / PRODUK-
TE: Fußball, Notenblätter,
Weiß / ORTE: Bobensee,
Düne, Maldegg

IM GESPRÄCH

10 Professor Dieter Kempf

Präsident des Branchenverbands BITKOM
und Vorstandsvorsitzender der DATEV eG
„Verschlüsselungstechnik ist ein probates
Mittel“

22 Peter Hadasch

Personalvorstand der Nestlé Deutschland AG
„Mitarbeiter wollen einen Beitrag leisten“

40 Dr. Gunnar Bender

Director Public Policy von Facebook
Deutschland und Vorsitzender des TIM-
Committee der AmCham Germany
„Datenkompetenz: Aufklärung statt Verbote“

SCHWERPUNKT

6 Anforderungen an den Daten-
schutz heute und morgen

Andrea Voßhoff, die Bundesbeauftragte
für Datenschutz und Informationsfreiheit,
zum Thema Big Data

14 Den Datenschatz heben

Big Data verändert alles – aber nur,
wenn die Menschen den Technikern
weiter vertrauen

18 Digitale Kränkung und
Weltüberwachung?

In der F.A.Z. ist eine heftige Debatte
über die Risiken von Big Data entbrannt

AUS DER PRAXIS

26 „Realtime“-Analysen

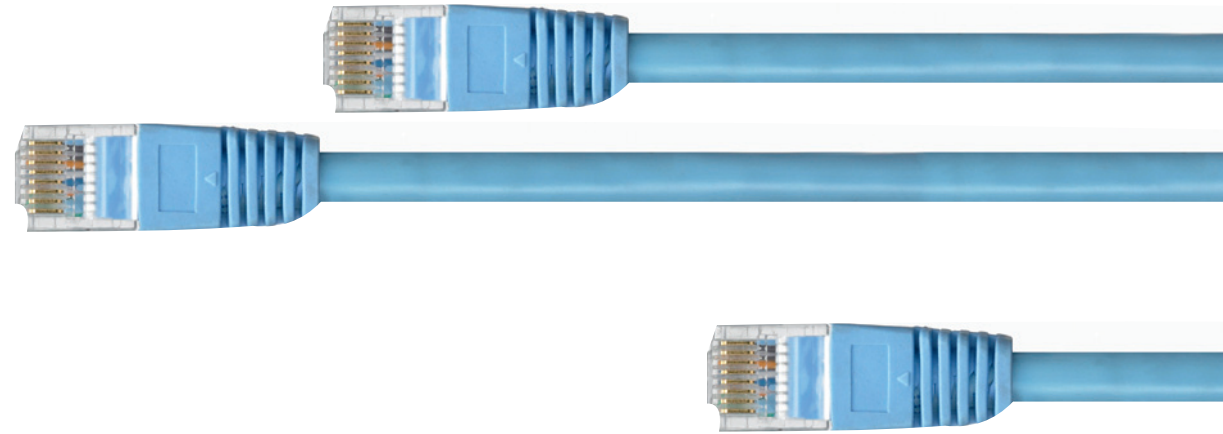
Datenmengen – Herausforderung und
Chance für Banken

30 Intelligente Technik von morgen

Bericht von der Fachkonferenz
„Verantwortung Zukunft“ im Rahmen
der Hannover Messe

36 Erfolgsfaktor „Einsparen“

Die Energiewende fängt bei jedem
zu Hause an



42

14

AUS DER FORSCHUNG

42 Städtische Dichte als Innovationshub

Die europäische Stadt –
Wege zur Nachhaltigkeit

48 Nachhaltigkeit – kein Widerspruch zu Wirtschaftlichkeit

Die diesjährigen Preisträger der
GreenTec Awards

AUS DER FORSCHUNG

50 Lorbeeren für die Pioniere

Der weltweite Standard AA 1000 beginnt
sich in Deutschland durchzusetzen

54 Gut zu wissen

56 Facts & Figures

58 Impressum



Big Data – Anforderungen an den Datenschutz heute und morgen

Technik und Recht müssen Privatsphäre und Datenschutz garantieren

Von Andrea Voßhoff

Big Data“ ist zurzeit in aller Munde. Vielfach werden die Vorzüge gepriesen und die wirtschaftlichen Möglichkeiten in den Vordergrund gestellt, die uns die entsprechenden Technologien bieten. Auf der anderen Seite wird ebenso intensiv darüber diskutiert, mit welchen Risiken für den Datenschutz und die Wahrung der Persönlichkeitsrechte der Einsatz dieser technologischen Möglichkeiten verbunden ist. Warum ist nun „Big Data“ mit einer neuen Qualität an Risiken für den Einzelnen verbunden?

Gehen wir zurück ins Jahr 1983: In seinem berühmten Volkszählungsurteil hat sich das Bundesverfassungsgericht mit einer ganz frühen Form von „Big Data“ auseinandergesetzt. Denn bei der seinerzeit geplanten Volkszählung stand ja die Befürchtung im Raum, der Staat könne Daten aus völlig un-

terschiedlichen Lebensbereichen zusammenführen, auswerten und daraus neue – für den Einzelnen nicht vorhersehbare – Erkenntnisse gewinnen. Was hat das Bundesverfassungsgericht seinerzeit zu diesen Befürchtungen gesagt?

„**Wer nicht mit hinreichender** Sicherheit überschauen kann, welche ihn betreffenden Informationen in bestimmten Bereichen seiner sozialen Umwelt bekannt sind, und wer das Wissen möglicher Kommunikationspartner nicht einigermaßen abzuschätzen vermag, kann in seiner Freiheit wesentlich gehemmt werden, aus eigener Selbstbestimmung zu planen oder zu entscheiden. Mit dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung wären eine Gesellschaftsordnung und eine diese ermöglichende Rechtsord-

nung nicht vereinbar, in der Bürger nicht mehr wissen können, wer was wann und bei welcher Gelegenheit über sie weiß. Wer unsicher ist, ob abweichende Verhaltensweisen jederzeit notiert und als Information dauerhaft gespeichert, verwendet oder weitergegeben werden, wird versuchen, nicht durch solche Verhaltensweisen aufzufallen.“ (BVerfGE 65, 1, 43)

Diese Aussagen waren 1983 geradezu prophetisch. Denn jetzt – 30 Jahre später – finden wir uns in weiten Teilen längst in einer genau solchen Situation wieder.

„Big Data“ bezeichnet das Ergebnis der Verknüpfung und Auswertung riesiger Datenmengen aus verschiedenen Quellen mit dem Ziel, möglichst in Echtzeit neue Erkenntnisse

daraus zu gewinnen. Befördert wurde diese Entwicklung einerseits durch die rasanten Fortschritte in der Informationstechnik. Neben dem Internet als inzwischen unverzichtbarem Bestandteil des täglichen Lebens haben sich weitere Technologien, wie z.B. Microcomputing, Speichertechnik oder Mobilfunk entwickelt, die mittlerweile in rasender Geschwindigkeit unsere Gesellschaft durchdringen. Bei Nutzung dieser Technologien entstehen bei jedem Mausklick verwertbare Daten. Diese Daten sind nicht in jedem Fall sofort personenbezogen. Sie sind aber individualisiert und können schon für sich genommen häufig auch zu einer Identifizierung des Einzelnen führen. Je mehr wir unsere wirtschaftlichen Aktivitäten und auch unsere Kommunikation mit der staatlichen Verwaltung ins Internet verlegen, desto mehr



IP: 86.174.230.100
 ALTER: 35 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, kinderlos / KONTAKTE: 200 / NETZWERKE: 200 / PRODUKTE: 200 / ORTE: 200

IP: 142.4.55.2
 ALTER: 35 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, 1 Kind / KONTAKTE: 200 / NETZWERKE: 200 / PRODUKTE: 200 / ORTE: 200

IP: 192.168.1.1
 ALTER: 35 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, kinderlos / KONTAKTE: 200 / NETZWERKE: 200 / PRODUKTE: 200 / ORTE: 200

IP: 191.2.0.4
 ALTER: 33 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, 3 Kinder / KONTAKTE: 498 / NETZWERKE: 498 / PRODUKTE: 498 / ORTE: 498

IP: 58.456.4.2
 ALTER: 24 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: verheiratet, 1 Kind / KONTAKTE: 245 / NETZWERKE: 245 / PRODUKTE: 245 / ORTE: 245

IP: 82.165.40.206
 ALTER: 54 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 2 Kinder / KONTAKTE: 224 / NETZWERKE: 224 / PRODUKTE: 224 / ORTE: 224

IP: 81.125.60.145
 ALTER: 33 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, 1 Kind / KONTAKTE: 83 / NETZWERKE: 83 / PRODUKTE: 83 / ORTE: 83

IP: 22.777.0.5
 ALTER: 33 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 1 Kind / KONTAKTE: 895 / NETZWERKE: 895 / PRODUKTE: 895 / ORTE: 895

IP: 142.4.55.2
 ALTER: 35 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, kinderlos / KONTAKTE: 200 / NETZWERKE: 200 / PRODUKTE: 200 / ORTE: 200

IP: 88.470.6.1
 ALTER: 32 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, 1 Kind / KONTAKTE: 32 / NETZWERKE: 32 / PRODUKTE: 32 / ORTE: 32

IP: 192.168.2.3
 ALTER: 42 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: verheiratet, kinderlos / KONTAKTE: 42 / NETZWERKE: 42 / PRODUKTE: 42 / ORTE: 42

Illustration: Rodolfo Fischer / iStock / Text: Kai Praum / Thinkstock

geben wir über alle unsere Lebensgewohnheiten Auskunft: von den bevorzugten Konsumgewohnheiten über unseren Tagesablauf bis hin zu Informationen darüber, wann wir uns wo aufhalten. Die damit einhergehenden Persönlichkeitsgefährdungen werden durch die zunehmende Vernetzung dieser Systeme weiter vertieft.

Des Weiteren bietet die Informations- und Kommunikationstechnik die Möglichkeit, mit überschaubarem wirtschaftlichem Aufwand all diese Daten aus völlig unterschiedlichen Quellen und Kontexten zusammenzuführen, automatisiert auszuwerten und auf dieser Basis die Persönlichkeit jedes Einzelnen auszuleuchten mit dem Ziel, daraus wiederum neue Korrelationen, neue Erkenntnisse zu gewinnen. Selbst wenn die Daten zunächst scheinbar nicht personenbezogen verwendet werden sollten, bedroht deren Zusammenführung das Recht auf informationelle Selbstbestimmung. Denn bis zur tatsächlichen Identifizierung eines Nutzers ist es meist nur ein kleiner Schritt.

Verstärkt werden diese Risiken noch durch weitere Phänomene. Stärker als je zuvor ist uns bewusst, wie sehr unser Kommunikationsverhalten von wenigen – meist außerhalb Europas niedergelassenen – fast monopolartigen Anbietern abhängt. So entstehen bei wenigen Unternehmen unvorstellbare Datenmengen, mit deren Hilfe die Persönlichkeit eines jeden von uns bis ins Innerste durchleuchtet werden kann – Big Data macht's möglich. Diese Unternehmen verfügen auf diese Weise über ein enormes Machtpotential. Solange diese Macht nicht zu Lasten der Freiheit des Einzelnen missbraucht wird, mag dies nicht so problematisch sein. Aber eine Garantie dafür gibt es nicht.

Darüber hinaus hat sich in den letzten Monaten gezeigt, in welchem Umfang offenbar Nachrichtendienste auf diese Datenmengen zugreifen und mit aus anderen Quellen stammenden Informationen zusammenführen können. Das Szenario vom Überwachungsstaat wird damit konkret – nicht nur in autoritär regierten Staaten, sondern auch

in traditionell demokratisch verfassten Gesellschaften.

Im Ergebnis zeigt sich damit eine gefährliche Tendenz, bei der die Möglichkeiten von Big Data, Data Mining und der modernen Informations- und Kommunikationstechnik dazu genutzt werden, die hergebrachten Abgrenzungen zwischen verschiedenen Aufgaben und Zweckbestimmungen in Frage zu stellen: Die informationelle Trennung zwischen Staat und Wirtschaft hat nicht zuletzt den Zweck, staatliche und wirtschaftliche Macht zu verteilen und damit zu begrenzen. Wenn diese Trennung faktisch mehr und mehr aufgehoben wird, ist auch die verfassungsrechtlich gebotene informationelle Gewaltenteilung nur noch auf dem Papier gegeben.

Daraus ergeben sich eine Reihe datenschutzrechtlicher Herausforderungen, unter anderem im Hinblick auf die fehlende Transparenz der Datenverarbeitung für den Betroffenen. Die Daten werden ohne Wissen der Betroffenen erhoben und weiterverar-

IP: 82.165.40.206
ALTER: 54 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: ledig, 2 Kinder / KONTAKTE: 224 Freunde / GEBURTSORT: Istanbul / WOHNORT: Frankfurt am Main / BERUF: Entwicklungsingenieur / BILDUNG: Hochschulabschluss / EINKOMMEN: 82.600 / NETZWERKE: 21 Links, 1 Rechts
IP: 81.125.00.145
ALTER: 32 / GESCHLECHT: weiblich / FAMILIE: ledig, 2 Kinder / KONTAKTE: 150 Freunde / GEBURTSORT: Berlin / WOHNORT: Berlin / BERUF: Manager / BILDUNG: Promotion / EINKOMMEN: 88.400 / NETZWERKE: 32 Links, 1 Rechts
IP: 193.50.135.21
ALTER: 45 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: verheiratet, 1 Kind / KONTAKTE: 100 Freunde / GEBURTSORT: Tasse, Sonnendres / GEBURTSORTE: Teneriffa, Kriepel, Atlanta / WOHNORT: Verbräucherzentrale
IP: 193.50.135.21
ALTER: 45 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: verheiratet, 1 Kind / KONTAKTE: 100 Freunde / GEBURTSORTE: Teneriffa, Kriepel, Atlanta / WOHNORT: Verbräucherzentrale
IP: 193.50.135.21
ALTER: 45 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: verheiratet, 1 Kind / KONTAKTE: 100 Freunde / GEBURTSORTE: Teneriffa, Kriepel, Atlanta / WOHNORT: Verbräucherzentrale
IP: 193.50.135.21
ALTER: 45 / GESCHLECHT: männlich / FAMILIE: verheiratet, 1 Kind / KONTAKTE: 100 Freunde / GEBURTSORTE: Teneriffa, Kriepel, Atlanta / WOHNORT: Verbräucherzentrale

IP: 22.777.0.5
 ALTER: 33 / GESCHLECHT:
 männlich / FAMILIE: ledig,
 1 Kind / KONTAKTE: 89
 Freunde / GEBURTSORT
 Erfurt / WOHNORT: Berlin
 BERUF: Lehrer / BILDUN
 Hochschulabschluss
 EINKOMMEN: 46.250 / NF
 WERKE: XING, Mysp
 Facebook / PRODU
 Kinderschuhe, Ball, R
 rer / ORTE: Aut
 Straßburg, Wald

GESCHLECHT:
 FAMILIE:
 KONTAKTE:
 GEBURTSORT:
 WOHNORT:
 BERUF:
 BILDUN:
 EINKOMMEN:
 WERKE:
 ORTE:

beitet. Zudem bleibt für die Betroffenen im Verborgenen, woher eine bestimmte Information stammt und ob diese richtig ist. So werden die Datenschutzrechte auf Auskunft, Berichtigung und Löschung weitestgehend ausgehöhlt.

Angesichts dieser Gefährdungen wird immer deutlicher, dass das aktuelle Datenschutzrecht, das sich darauf beschränkt, Verbote und Erlaubnisse zu formulieren, zu kurz greift. Bei der Debatte um die Modernisierung des Datenschutzrechts geht es aber nicht darum, den Einzelnen vor jeglicher Form von Verarbeitung seiner Daten zu bewahren. Die Änderungen im Bewusstsein und Verhalten der Menschen im selbstverständlichen Umgang mit der Informationstechnik müssen vielmehr berücksichtigt und respektiert werden. Im Hinblick auf die zunehmende Komplexität technologischer Systeme muss aber gewährleistet werden, dass der Betroffene die wesentlichen Kenntnisse hinsichtlich der zu seiner Person verarbeiteten Daten erlangt und dass er die



Andrea Voßhoff

tatsächliche Möglichkeit zur Entscheidung über echte Alternativen hat. Technik und Recht müssen Privatsphäre und Datenschutz garantieren. „Privacy by Design“, also die datenschutzkonforme Konzeption und Ausgestaltung von Datenbanken und Analysetools, wäre ein wichtiges datenschutztechnologisches Hilfsmittel zur Gewährleistung des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung. Daneben muss die Verpflichtung gelten, den Kunden in nachvollziehbarer Weise darüber zu informieren und ihm größtmögliche Autonomie einzuräumen, ob und ggf. in welcher Form seine dem Unternehmen zur Verfügung gestellten Daten Gegenstand von Auswertung und Profilbildung werden.

Um dies zu gewährleisten genügt es nicht, an Unternehmen und Verwaltungen zu appellieren. Vielmehr bedarf es auch entsprechender rechtlicher Rahmenbedingungen. Im Hinblick auf die zunehmende Globalisierung der Datenverarbeitung müssen solche Rahmenbedingungen auf internationaler, oder zumindest europäischer, Ebene geschaffen werden. Wie diese Rahmenbedingungen aussehen sollen, muss immer wieder Gegenstand einer gesellschaftlichen Debatte sein, an deren Ende man zu dem Schluss kommen wird, dass nicht alles erlaubt sein kann, was technologisch möglich ist. Die von der Europäischen Kommission vorgeschlagene Datenschutz-Grundverordnung ist hier ein erster Schritt in die richtige Richtung.

Andrea Voßhoff ist Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit, Bonn.

„Der Einzelne muss entscheiden, was ihm der Schutz seiner Daten wert ist“

Hohes Datenschutzniveau erhalten, ohne die technischen Möglichkeiten preiszugeben

Interview mit Professor Dieter Kempf, Präsident des Branchenverbandes BITKOM und Vorstandsvorsitzender der DATEV eG

Was genau bezeichnet Big Data?

Auf den Punkt gebracht, geht es darum, vorhandene Daten möglichst in Echtzeit nach unterschiedlichsten Kriterien auszuwerten, um Informationen zu erhalten, die dem einzelnen Nutzer oder einer Vielzahl von Nutzern einen Mehrwert bringen.

Nennen Sie uns einige Chancen, die Sie mit Big Data verbinden?

Big Data Analytics hat das Potential, den Menschen das Leben ein Stück weit angenehmer zu machen. Insbesondere in den Sektoren Energie, Verkehr und Gesundheit werden sich deutliche gesellschaftliche

Verbesserungen erzielen lassen. Sei es eine intelligente Energiesteuerung durch Einbezug der Vorhersage des lokalen Wetters oder eine verbesserte Verkehrsführung durch die Integration von Verkehrs- und Wetterdaten anhand einer Echtzeitanalyse – die Vorteile können immens sein.

Wo liegen die Risiken?

Das weltweit gespeicherte Datenvolumen und der Datenverkehr nehmen stetig zu. So nützlich die darin verborgenen Informationen auch sind – wenn wir sie sinnvoll aggregieren und analysieren, birgt dieses Tun natürlich auch die Gefahr des Missbrauchs. Deshalb ist die Analyse großer Datenmengen

nicht nur ein technisches, sondern auch ein gesellschaftspolitisches Thema. Nicht alles, was durch Big Data technisch machbar ist, darf und sollte auch umgesetzt werden. Um beim Beispiel der besseren Steuerung der Verkehrsströme durch Übermittlung der Daten in Echtzeit zu bleiben: Wir können auf Basis solcher Auswertungen Staus reduzieren und Unfälle vermeiden. Aber wollen wir durch die Bestimmbarkeit des einzelnen Fahrzeugs bzw. Fahrzeughalters oder gar Fahrers wirklich zu einem „gläsernen Autofahrer“ werden? Um die Potentiale von Big Data ausschöpfen zu können, müssen wir sicherstellen, dass die Daten nicht für Rückschlüsse auf den einzelnen Bürger verwendet werden. Wir müssen den Schutz der Privat-

sphäre glaubhaft gewährleisten und entsprechende Ängste abbauen.

Stichwort Geheimdienste: Können Deutschland und Europa mit der Entwicklung in Amerika überhaupt noch Schritt halten, oder sind unsere Daten schutzlos?

Die Daten sind immer so schutzlos, wie wir sie preisgeben. Obwohl immer wieder darüber spekuliert wird, wie Geheimdienste und Kriminelle Kryptiermethoden knacken, gibt es immer noch genug Algorithmen, die als sicher gelten können. Das ist ein stetiges Hase-und-Igel-Spiel. Wichtiger als die Frage der technischen Schutzmöglichkeiten ist aber die Bereitschaft der Nutzer, sie auch einzusetzen.



Foto: DATEV/6G

Denn grundsätzlich gilt: Je höher das Level an IT-Sicherheit, desto höher die Kosten und desto größer die Einbuße an Bequemlichkeit. Die Frage der Sicherheit ist also weniger eine technische als vielmehr eine der persönlichen oder gesellschaftlich vorherrschenden Prämissen.

Die Sammelwut von IT-Unternehmen, Versicherungen oder Geheimdiensten führt zu heftigen Diskussionen um die Themen Privatheit, Freiheit, Datenschutz. Viele Menschen fürchten die Totalüberwachung. Sehen Sie diese Gefahr?

Die Gefahr ist selbstverständlich vorhanden. Letztlich sammelt sich über nahezu jeden

Menschen eine Unmenge an Daten in diversen Speichertöpfen an. Die technischen Möglichkeiten, um diese zusammenzuführen und daraus Profile zu erstellen, werden immer ausgefeilter. Doch bislang sind diese Daten in der Regel nicht verknüpft. Unsere Datenschutzregeln verhindern dies. Deshalb ist es wichtig, dass wir uns ein hohes Datenschutzniveau erhalten, ohne die technischen Möglichkeiten preiszugeben. Das ist ein Spagat, sicherlich, aber er kann gelingen, und wir müssen ihn schaffen.

Was müsste die Politik konkret tun, um die Rechte von Privatpersonen – aber natürlich auch von Unternehmen – besser zu schützen?

Im Prinzip gibt das Bundesdatenschutzgesetz dafür einen guten Rahmen vor. Was den Schutz vor ausländischen staatlichen Auspähungen angeht, sind entsprechende Abkommen ratsam. Inwiefern solche politischen Absichtserklärungen aber dann wirklich eine Verhaltensänderung nach sich ziehen, bleibt fraglich. Ein Geheimdienst trägt diesen Namen ja, weil er in der Regel eben nicht transparent mit seinen Informationen und den Methoden zu deren Beschaffung umgeht.

Welche Rolle spielen Verschlüsselungstechnologien heute und in Zukunft?

Verschlüsselungstechnik ist ein probates Mittel für Unternehmen, aber auch für Privatpersonen, um es Außenstehenden massiv zu erschweren, ihren Datenverkehr auszuspähen. Die Enthüllungen von Herrn Snowden haben zunächst einmal Sensibilität gefördert,

und das ist gut so. Das Problem ist nur, dass der Einzelne immer entscheiden muss, was ihm der Schutz seiner Daten wert ist – monetär und an zusätzlichem Aufwand. Die Welle der Empörung hat auch die Bereitschaft für Schutzmaßnahmen ein Stück weit mitgetragen. Es bleibt aber abzuwarten, ob die Sensibilität auch anhält, wenn über längere Zeit nicht mehr über einschlägige Skandale berichtet wird.

Stichwort Social Media: Was müssten Plattformen wie Facebook oder Kaufhäuser wie Amazon tun, um verantwortungsvoll mit den Daten ihrer Kunden umzugehen?

Egal ob soziale Netzwerke oder Internetverkäufer: Unternehmen müssen transparent machen, was mit den ihnen überlassenen Daten geschieht oder geschehen soll. Dann hat der Kunde eine Möglichkeit, sein Verhal-

ten danach auszurichten. Solange es aber genug Menschen gibt, denen egal ist, wer ihre Daten für welchen Zweck verwendet, gibt es da keinen Handlungsdruck. Bei einigen sozialen Netzwerken gilt ja schon die in den Geschäftsbedingungen verankerte Regel, dass das Unternehmen automatisch die Verwertungsrechte für jedes Bild bekommt, das auf der Plattform eingestellt wird. Das ist sicherlich für viele nur schwer nachzuvollziehen. Dennoch laden Millionen von Nutzern dort ständig fleißig private Fotos hoch.

Das Netz vergisst nicht, sagt man. Müsste es – nach einer zu definierenden Zeit – einen Zwang zur Vernichtung von persönlichen Daten geben?

Es ist sinnvoll, dass Unternehmen Kunden- und Verbindungsdaten nach bestimmten Fristen löschen müssen. Datenlöschung für

das gesamte Internet umsetzen zu wollen halte ich aber für utopisch. Schließlich lässt sich der Weg der Information, die jemand vor Jahren beispielsweise bei Facebook gepostet hat und die über unzählige Kopiervorgänge im Netz verbreitet wurde, schon technisch nur schwer nachvollziehen und bestimmt nicht per Knopfdruck überall entfernen.

Die Fragen stellte Gabriele Kalt.



BMW i gestaltet die urbane Mobilität von morgen – und das schon heute. Mit innovativen Elektro- und Hybridfahrzeugen, aber vor allem mit einem nachhaltigen Konzept, das Mobilitätsdienstleistungen intelligent miteinander verknüpft. Erfahren Sie mehr unter:

www.bmwgroup.com/neuemobilitaet



Jetzt Film ansehen.

MANCHE REVOLUTIONEN SCHREIBEN GESCHICHTE. UNSERE DIE ZUKUNFT.

MOTOR EINER NEUEN MOBILITÄT.

**BMW
GROUP**



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Den Datenschatz heben

Big Data verändert alles – aber nur, wenn die Menschen den Technikern weiter vertrauen

Von Carsten Knop



Die Welt der Wirtschaft ändert sich mit einer atemberaubenden Geschwindigkeit. Der Grund: Es werden immer mehr Daten gesammelt, die zum Nutzen von Unternehmen und Kunden gleichermaßen eingesetzt werden können – wenn man verantwortungsvoll mit ihnen umgeht. Das spürt zum Beispiel der amerikanische Einzelhandelskonzern Wal-Mart, der in den Augen seines Vorstandsvorsitzenden Doug McMillon immer mehr von einem Logistikspezialisten zu einem Technologiekonzern wird. Das merkt aber auch eine Werbeagentur wie Publicis, die nach den Worten ihres Vorstandschefs Maurice Lévy lernen musste, dass im Internet „85 Prozent aller Kaufentscheidungen von Frauen beeinflusst werden“. Diese Frauen gelte es nun auf neuen Wegen zu erreichen. Und ein

in der Genanalyse tätiges Life-Science-Unternehmen wie Qiagen ist deshalb einem ständigen Wandel unterworfen, braucht immer mehr Software-Spezialisten. „In unserer Branche werden im laufenden Jahr mehr Daten erfasst und gespeichert als in der gesamten Geschichte der Menschheit zuvor“, sagt der Qiagen-Vorstandsvorsitzende Peer Schatz.

Sie alle äußerten sich auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos zu der Frage, welche Innovationen in den kommenden Jahren die bestehenden Geschäftsmodelle auf der Welt am stärksten verändern werden. Die Antwort war eindeutig: Zum einen wird es immer neue und bessere mobile Kommunikationsmöglichkeiten geben, bis hin zu bald wohl

allgegenwärtigen Computeruhren, wie Paul Jacobs glaubt, der Verwaltungsratsvorsitzenden des amerikanischen Chipherstellers Qualcomm. Zum anderen veränderten die Auswirkungen von „Big Data“, also die Auswertung riesiger und unstrukturierter Datenmengen in Echtzeit, alles. Die Frage sei nur, wie man diesen Datenschatz heben könne. Diese Frage treibt auch Wolf Lichtenstein um, den für Deutschland, Österreich und die Schweiz zuständigen Geschäftsführer des amerikanischen Softwarekonzerns SAS, der zu den Pionieren der „Big Data“-Analyse gehört. „Analytische Tiefe in Echtzeit zu mobilisieren ist ein zentraler Aspekt“, sagt Lichtenstein: „Die Aufgabe ist, unstrukturierte Daten in ihrer ganzen Komplexität und Breite zu

durchdringen, was nur ganz wenige Produkte leisten können.“ Wenn diese Tiefe fehle, könne es für die Unternehmen fatal werden: „Dann werden auf der Basis falscher, aber scheinbar analytisch legitimer Tatsachen falsche Entscheidungen getroffen.“

Hinzu komme: Wenn analytische Systeme in andere Umgebungen integriert würden, zum Beispiel in ein Auto, müssten Analyseergebnisse in Sekundenschnelle vorliegen, um diese in Echtzeit auswerten zu können. Auch das sei eine erhebliche Herausforderung für die Infrastruktur der Unternehmen. „Hier können moderne, sogenannte In-Memory-Strukturen in den Datenbanken helfen und eine Analysetechnologie, die auf diese



Geschwindigkeit ausgelegt ist", sagt Lichtenstein. Sicher ist: Es wird künftig immer mehr Produkte geben, in denen analytische Systeme laufen oder die über das Internet direkt mit Systemen kommunizieren: Autos, Maschinen, medizinische Geräte oder Haustechnik. Die Betriebsdaten werden dann erfasst, analysiert und für Prozessoptimierung, Wartungsmanagement oder für intelligente Informationsdienste eingesetzt. Dem Marktforschungsinstitut Gartner zufolge werden dank Big Data bis zum Jahr 2016 mehr als vier Millionen neue Arbeitsplätze entstehen. Auch wenn diese Prognose arg optimistisch sein dürfte, ist eine erhebliche Nachfrage nach entsprechenden Fachkräften nicht zu leugnen.

Foto: Thinkstock

Wie viel Schwung in dem Thema steckt, hat sich jüngst auch auf der Computermesse Cebit in Hannover gezeigt. Zugleich geht es überall um das Thema Sicherheit. Fraunhofer-Forscher haben deshalb auf der Cebit eine Software vorgestellt, die Daten, die in Fertigungsmaschinen entstehen, zum Zeitpunkt ihrer Entstehung verschlüsselt. Dadurch können Computer und Maschinen über einen sicheren Transportkanal kommunizieren. Es sind solche Fortschritte in der Verschlüsselungstechnologie, die gebraucht werden, um aus der Diskussion über die Überwachung durch die Geheimdienste und die Sammelwut großer Internetkonzerne von Google bis Facebook die richtigen Schlüsse zu ziehen. Denn ohne sichere Lö-

sungen, die dem Datenschutz Vorrang geben, wird Big Data niemals das von Gartner und anderen erhoffte Potential erreichen können.

Neben der möglichst harten und lückenlosen Ende-zu-Ende-Verschlüsselung der Daten, die zwischen den entsprechenden Geräten hin- und hergeschickt werden, gilt es dabei auch auf die Spur von Telekommunikationsnetzen zu gehen, die Reaktionszeiten im Bereich von einer Millisekunde ermöglichen. Das – und hier kommt das nächste Technischlagwort – nennt sich dann „taktiles Netz“. Wichtig ist es, auch hierfür die Standards aus Deutschland heraus mitzuge-



stalten. Denn Sicherheit und Schnelligkeit sind die zwei Themen, mit denen Deutschland im Internet der Zukunft die Gewichte zu seinen Gunsten verschieben kann. Big Data jedenfalls braucht beides. Und vor allem im Zusammenspiel mit Technologien wie dem Cloud Computing, also dem Betrieb ganzer IT-Infrastrukturen in dezentralen Rechenzentren, oder dem mobilen Internet, auf das die Menschen permanent über ihre Smartphones zugreifen, entwickeln sich laufend neue Einsatzmöglichkeiten. So sieht es auch der IT-Branchenverband Bitkom. Aber: Im Bitkom weiß man natürlich auch, dass das Blühträume bleiben, wenn die Daten nicht verantwortungsvoll genutzt werden. Und ge-



rade darüber werden die IT-Anbieter künftig sehr viel härter mit sich selbst und ihren Regierungen reden müssen. Ohne hohe eigene ethische Standards und weltumspannend gültige Regeln zum Datenschutz wird es nicht gehen. Aber mit der Stärkung des Vertrauens in die Produkte des eigenen Unternehmens muss man beginnen.

Wenn diese Grundvoraussetzung erfüllt ist, kann man sich wieder den spannenden Anwendungen rund um Big Data widmen. So hat der amerikanische Computerkonzern IBM ein Programm entwickelt, das es Energieversorgern ermöglichen soll, künftig sehr viel bessere Entscheidungen zur Steuerung ihrer Solar- und Windparks zu treffen: Wie stark weht der Wind? Wie häufig scheint die Sonne? Und wie kann man das Risiko der fluktuierenden Einspeisung erneuerbarer Energien in das Stromnetz beherrschbar machen? Solche Fragen will IBM nach Informationen der Frankfurter Allgemeinen Zeitung mit einem neuen Programm beantworten helfen, das



den Namen „HyRef“ (für Hybrid Renewable Energy Forecasting) trägt. Das IBM-Programm verbindet eine Big-Data-Analysetechnik mit Wettermodellen und Wetterdaten wie zum Beispiel Bildern von Wolken und Wolkenbewegungen, die Kameras in Echtzeit aufzeichnen. Auch Sensoren an Windkraftanlagen liefern Messdaten wie Windgeschwindigkeit, -richtung oder Temperatur für die Datenanalyse. So sollen Energieanbieter Wind und Sonne besser analysieren und damit genauer jene Energiemenge vorhersagen können, die aus diesen Erzeugungsanlagen in das Stromnetz eingespeist wird – bis hin zu Vorhersagen zu jeder einzelnen Turbine.

Derartige Prognosen können dann die Stromnetzbetreiber entlasten, die flexibel mit der Zuschaltung von konventionellen Kraftwerken oder Speichern reagieren müssen. Nach Angaben von IBM ist das neue Angebot dazu in der Lage, für Windparks Wettervorhersagen zu erstellen, die in 15-Minuten-Schritte unterteilt sind und bis

zu einem Monat im Voraus reichen. Im Einsatz ist die Lösung beim chinesischen Energieunternehmen State Grid Jibei Electricity Power Company Limited, einem Tochterunternehmen der staatlichen Stromnetzagentur SGCC (State Grid Corporation of China). Die Basis der Lösung bildet ein schon länger bekanntes Projekt von IBM zusammen mit dem dänischen Windparkhersteller Vestas Wind Systems. Vestas ist auf dieser Basis in der Lage, exakt vorherzusagen, welche Produktionsmengen und welchen Ertrag ein Windpark in den nächsten 20 Jahren erbringt. Big Data sei dank.

Carsten Knop ist verantwortlicher Redakteur für die Unternehmensberichterstattung der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

„Wir brauchen Journalisten, die Hintergründe transparent machen und zugleich für jeden verständlich formulieren können.“

Die Zielsetzung des Journalistenpreises, den die ING-DiBa einmal im Jahr vergibt, entspricht meiner Vorstellung von einem Wirtschaftsjournalismus, der dem Bürger Urteilskraft über ökonomische Themen verschafft.“



Helmut Schmidt, Bundeskanzler a. D.

DER HELMUT SCHMIDT JOURNALISTENPREIS 2014

Der Helmut Schmidt Journalistenpreis wurde erstmals 1996 ausgeschrieben und wird seitdem jedes Jahr für besondere Leistungen auf dem Gebiet der verbraucherorientierten Berichterstattung über Wirtschafts- und Finanzthemen verliehen. Der Preis ist insgesamt mit 30.000 Euro dotiert.

Einsendeschluss ist der 30. Juni 2014.

Nähere Informationen zum Preis und zur Anmeldung finden Sie unter www.helmutschmidtjournalistenpreis.de.

Digitale Kränkung und Weltüberwachung?

In der F.A.Z. ist eine heftige Debatte über die Risiken von Digitalisierung und „Big Data“ entbrannt / Eine Bestandsaufnahme

Den Anstoß gab wohl ein Insider, ein mit rotem Irokesenschnitt daherkommender Guru der Internetgemeinde. In einem langen, persönlichen Bekenntnis schrieb sich der Spiegel-Online-Kolumnist Sascha Lobo am 11. Januar 2014 in der F.A.Z.-Sonntagszeitung seinen Frust von der Seele. Jahrelang hatte er die Vorzüge des Internets und der digitalen Welt gepriesen, und nun zerstörten die NSA-Enthüllungen sein Weltbild. Und das fundamental.

Unter der Überschrift „Die digitale Kränkung des Menschen“ schrieb der Internet-Freak: „Ich habe mich geirrt, und zwar auf die für Experten ungünstigste Art, also durch Naivität. Es geht um den durch Edward Snowden aufgedeckten Spähskandal, die Totalüberwachung des Internets.“

Lobo: „Die positiven Versprechungen des Internets, Demokratisierung, soziale Vernetzung, ein digitaler Freigarten der Bildung und Kultur – sie waren ohnehin nur Möglichkeiten. Mit dem Netz hatte sich der bisher viel-

fältigste, zugänglichste Möglichkeitsraum aufgetan, stets schwang die Utopie einer besseren Welt mit.“ Daran habe sich wenig geändert – allerdings nur technisch. Die fast vollständige Durchdringung der digitalen Sphäre durch Spähapparate habe den „famosen Jahrtausendmarkt der Möglichkeiten“ in ein Spielfeld von Gnaden der NSA verwandelt. Denn die Überwachung sei nur Mittel zum Zweck der Kontrolle, der Machtausübung. Lobo: „Was so viele für ein Instrument der Freiheit hielten, wird aufs Effektivste für das exakte Gegenteil missbraucht.“

Das wahre Ausmaß sei der Politik erst bewusst geworden, als Kanzlerin Merkel mit Obama wegen ihres Diensthandys telefonieren musste und dabei die NSA mit der Stasi verglich. Und auch die Wirtschaft sei massiv betroffen. „Ihr Schaden besteht in der Aushöhlung ihres Erfolgsversprechens. Leistung! Geistiges Eigentum! Innovation! Deren Essenz ist ein Wissensvorsprung, und diesen vermeintlichen Vorteil hat die Spähmaschi-

nerie in den luftleeren Raum der Unsicherheit befördert“.

Und: „Jede Verteidigung sozialer Netzwerke muss nachträglich ergänzt werden um die Tatsache, dass soziale Netzwerke auch ein perfektes Instrument sind, um einen Sog privatester Informationen ins Netz zu erzeugen. Und damit zur Überwachung.“

Niemand solle sich heute noch Illusionen machen. Der Spähskandal betreffe auch jene, die glauben, der Totalüberwachung zu entgehen, indem sie soziale Medien wie Facebook nicht benutzen. Es gebe heute nur noch zwei Arten von Menschen: Die, deren Leben das Internet verändert habe, und die, die nicht wüssten, dass das Internet ihr Leben verändert hat.

„Warum wir jetzt kämpfen müssen“

Reaktionen auf Lobo ließen nicht lange auf sich warten. Den wohl wichtigsten Anstoß

gab am 2. Februar Martin Schulz (SPD), der Präsident des Europäischen Parlaments. Ebenfalls in der F.A.Z. rüttelte er unter der Überschrift „Technologischer Totalitarismus. Warum wir jetzt kämpfen müssen“ die Politik ordentlich auf. Er vergleicht aktuelle Entwicklungen des Webs mit der industriellen Revolution und kommt zu dem Schluss, dass Internetkonzerne und Geheimdienste den determinierten Menschen wollen. Daher fordert er: „Wenn wir weiter frei sein wollen, müssen wir uns wehren.“

Schulz: „So wie die sozialen Bewegungen im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert die entstehende Industriegesellschaft und den neuen radikalen Kapitalismus zähmen und humanisieren mussten, stellt sich heute wieder eine vergleichbare Aufgabe. Denn Digitalisierung der Welt hat bislang nur das Potential, um Wohlstand und große Innovation hervorzubringen. Denn genauso wie damals wird durch die rasante technische Entwicklung nicht zuallererst unsere Arbeitswelt her-

ausgefordert, sondern unsere Gesellschaft und unser Denken werden in ihrer Gesamtheit revolutioniert."

Der Sozialdemokrat übertrug die Entwicklung auf die Arbeitswelt: „Bedeutet es ein Mehr an Unabhängigkeit und Flexibilität, wenn immer mehr Menschen ihre E-Mails jederzeit auf ihrem Smartphone lesen und sie per elektronischen Kalender noch kurz vor dem Schlafengehen zu einer Teambesprechung am nächsten Morgen einladen? Oder führt dies zu einer Entgrenzung von Arbeit, wodurch wir das lang erstrittene Recht auf Freizeit, ohne es zu merken, einfach aufgeben?"

Schulz fragte weiter: „Macht das Speichern von Bewegungsbildern und Kommunikationsdaten unsere Welt wirklich sicherer, wie das seit 9/11 behauptet wird, oder wird damit der Staat, der ein neues ‚Super-Grundrecht Sicherheit‘ schützen will, nicht vielmehr selbst zum Sicherheitsrisiko für seine Bürger?"

Für Schulz sind dies elementare Fragen, die unsere Gesellschaft beantworten muss, wenn es nicht zu fatalen Fehlentwicklungen kommen soll. Schon jetzt versprechen Versicherungen Beitragsermäßigungen für „vernünftiges Verhalten“. In einem nächsten Schritt würden dann von denjenigen Risikoaufschläge verlangt, die sich dieser „freiwilligen“ Kontrolle ihres Verhaltens entzögen. Es sei aber absehbar, dass am Ende aus dem Risikoaufschlag ein Zwang zur Kontrolle werde, „natürlich immer mit dem fürsorglichen Argument, dass vernünftiges Verhalten gut für den Einzelnen und billiger für die Gesamtheit sei“. Eine solche Entwicklung werde schlussendlich aber zum am Netz hängenden Menschen führen, der in allen Lebenssituationen überwacht werde.

Und ein weiterer bedrückender Trend zeichnet sich nach Ansicht des SPD-Politikers ab: „Wenn wir Menschen durch diese Vernetzung nur noch die Summe unserer Daten sind, in unseren Gewohnheiten und Vorlieben kom-

plett abgebildet und ausgerechnet, dann ist der gläserne Konsumbürger der neue Archetyp des Menschen. Schon heute ist es das Geschäftsmodell von Facebook und anderen, unsere emotionalen Regungen und sozialen Beziehungen in ein ökonomisches Verwertungsmodell zu überführen und unsere Daten gewinnbringend zu nutzen. Wenn die Messung unseres Augenzwinkerns oder die Beschleunigung unseres Pulses beim Ansehen bestimmter Produkte in Echtzeit in die Datenbank von multinationalen Konzernen fließen, ist der neue Mensch nur noch die Summe seiner Reflexe, und er wird biologisch komplett determiniert."

Nach Ansicht von Schulz haben wir es zurzeit nur mit einer alles durchdringenden Technologie, aber noch nicht mit einem totalitären politischen Willen zu tun. „Doch die Verbindung von ‚big data‘, also der gewaltigen Sammelleidenschaft für Daten durch Private und den Staat, und ‚big government‘, also der hysterischen Überhöhung von Sicherheit,

könnte in die antiliberalen, anti-sozialen und antidemokratischen Gesellschaft münden."

Heimtückisches Wunschdenken

Bereits am nächsten Tag führte der Beitrag von Schulz zu einer ersten Reaktion, die im Laufe der folgenden Wochen in eine Diskussion in verschiedenen Medien mündete. Ebenfalls in der F.A.Z. konstatierte Evgeny Morozov, der an amerikanischen Eliteuniversitäten über die Gesellschaft und das Internet forscht: „Wenn es eine neue Technologie einzuschätzen gilt, ob nun ein ausgefallenes System zur biometrischen Identifizierung oder eine App zur Prüfung unserer Gesundheit, erhalten wir in der Regel drei Reaktionen. Technopessimisten lehnen sie rundheraus ab – sie hassen Technik und alles, was sie mit sich bringt. Technooptimisten empfangen sie mit offenen Armen, weil sie den Fortschritt lieben – und wie könnte Technologie uns etwas anderes als Fortschritt bringen? Technoagnostiker

schließlich verweisen darauf, dass jede Technik gut und böse sein könne.“

Morozov plädiert für einen gutinformierten, radikalen Agnostizismus. Es wäre naiv, wenn man meinte, diese neuen Technologien hätten nichts mit der Förderung oder Unterdrückung bestehender sozialer Zielsetzungen zu tun – denen des Staates, von Unternehmen, von sozialen Bewegungen. Wer zum Beispiel meine, ein ausgefallenes System zur biometrischen Identifizierung könne für gute und für schlechte Zwecke eingesetzt werden, und zwar mit gleicher Wahrscheinlichkeit für beide Szenarien, der gebe sich einem heimtückischen Wunschenken hin.

Deutsche Politiker meiden das Thema

Auch hier ließen die Antwort nicht lange auf sich warten. Als Reaktion auf Schulz und Morozov erschien am 11. Februar ein Beitrag der Juristin und Schriftstellerin Juli Zeh, die bereits in zahlreichen Stellungnahmen die Bedeutung der Privat- und Intimsphäre für die Identität des Menschen thematisiert hatte. Immer wieder hatte sie auf die Aussage des Bundesverfassungsgerichts verwiesen, dass schon der beobachtete Mensch kein freier Mensch mehr sei. Auch zeigten die Ergebnisse der Verhaltenspsychologie, dass ein Mensch anders reagiere, wenn er sich beobachtet weiß.

Juli beklagt die Zurückhaltung der Parteien: „Deutsche Politiker meiden das Thema Datenschutz üblicherweise wie der Teufel das Weihwasser. Während in Medien und Gesellschaft spätestens seit den Veröffentlichungen von Edward Snowden ein unausgesetzter Diskurs über die Implikationen von ‚Big Data‘ geführt wird, hüllt sich die deutsche Politik in verstocktes Schweigen.“

„Das Konzept der Menschenwürde gerät im wuchernden Goldrausch der Datenausbeutung zusehends unter die Räder. Schon beginnen Menschen zu fragen, was denn an systematischer Massenüberwachung überhaupt schlimm sein soll. Aus Hilflosigkeit gegenüber den rasanten Entwicklungen wird die Privatsphäre zum Anachronismus erklärt. Diese Haltung bedeutet nicht weniger als den Verzicht auf persönliche Autonomie.“

Wie könne man sich dem entziehen? Telefonieren ginge schon gar nicht. Vom Kauf eines Smartphones, eines Navigationssystems oder eines neuen Autos mit integriertem GPS wäre dringend abzuraten. Ein Bürger im Zustand digitaler Selbstverteidigung müsste in seiner Wohnung auf Rauchmelder und Alarmanlagen mit Bewegungssensoren verzichten. Er sollte weder Bahn fahren noch fliegen und demnächst auch nicht mehr zum Arzt gehen. Eine ordnungsgemäße Registrierung bei den Meldebehörden wäre kontra-

produktiv, erst recht die Führung eines Bankkontos oder Aufnahme eines Kredits. Die Ausübung eines durchschnittlichen Jobs mit überwachtem Computerarbeitsplatz käme ebenfalls nicht in Frage. Ein solcher Bürger müsste öffentliche Plätze wegen der Videoüberwachung meiden und dürfte weder im Internet noch in großen Supermarktketten einkaufen. Die Liste zu vermeidender Tätigkeiten ließe sich endlos fortsetzen.

„Falls am Ende einer politischen Debatte das Ergebnis stünde, dass wir auch im digitalen Zeitalter am Konzept des selbstbestimmten Individuums festhalten wollen, dass wir also nicht bereit sind, dieses Prinzip anderen legitimen Zielen wie Sicherheit oder Alltagsbequemlichkeit unterzuordnen, würde der politische Aufgabenkatalog im Handumdrehen Kontur gewinnen. Im Kern würde es darum gehen, der digitalen Identität ein vergleichbares Schutzniveau zuzubilligen wie der körperlichen Unversehrtheit oder der Unverletzlichkeit von Privateigentum.“

Verzicht auf Souveränität

Als eine Aufforderung an die FDP interpretierte der ehemalige Bundesinnenminister Gerhart Baum die Beiträge von Schulz und Zeh. Ein Liberaler könne in dieser Sache nicht abseitsstehen, schrieb er und antwortete am 20. Februar unter der Überschrift „Auf dem

Weg zum Weltüberwachungsstaat“ (ebenfalls in der F.A.Z.): „Es ist keine offene Frage, was der 11. September bewirkt hat. Die Antwort steht fest. Wir sind auf dem Weg in einen Weltüberwachungsstaat. Viele der eingeleiteten Maßnahmen leisten keinen wirksamen Beitrag zur Bekämpfung des Terrorismus, beschädigen unsere Werte, ohne dass wir die langfristigen Folgen überblicken.“

„Wir müssen davon ausgehen, dass die Digitalisierung ein Jahrhundertthema ist und alle Politikbereiche durchdringt, und zwar so intensiv, dass wir das heute in letzter Konsequenz noch gar nicht wahrnehmen. Es ist ein Querschnittsthema nationaler und internationaler Politik. Es geht um die Datensouveränität, die Europa zum Teil schon verloren hat. Wir sind gegen Angriffe auf unsere Grundrechte nicht zureichend geschützt. Ein Staat, der das nicht kann oder nicht will, verzichtet auf Teile seiner Souveränität.“

Der Handlungsbedarf erschöpfe sich aber nicht im Schutz unserer Daten, sondern durchziehe alle Politikfelder und werfe grundlegende ethische Fragen auf.

„Der Analyse der gesellschaftlichen Veränderungen müssen konkrete politische Forderungen und Vorschläge für Strategien folgen. Das erwartet die Öffentlichkeit von der Politik. Europa ist jetzt am Zug. Es müssen Ent-

scheidungen getroffen werden, zum Beispiel zur Reform des Datenschutzrechts. Ich erwarte, dass die Bundesregierung nicht wie bisher durch das federführende Bundesinnenministerium den Prozess blockiert, sondern sich an die Spitze der Bewegung setzt. Mit einer EU-Verordnung wird es auch möglich sein, die amerikanischen Online-Giganten, wenn sie Daten in Europa von Privaten abschöpfen und missbräuchlich verwenden, zur Rechenschaft zu ziehen. Die EU-Mitgliedstaaten müssen auch gegenüber den Vereinigten Staaten eine einheitliche Position finden."

Und weiter: „Wir müssen unsere Werte Schritt für Schritt auf die digitale Welt übertragen – auch in der Wirtschaft-, Sozial-, Bildungs-, Außen- und Sicherheitspolitik, wo dies nicht so auf der Hand liegt wie beim Datenschutz. Derart grundlegende Überlegungen fallen der Politik heute unter dem Druck tagespolitischer Ereignisse noch schwerer als früher, sind aber unumgänglich.“

Auf der anderen Seite könne und solle der Staat keine zu starke Rolle übernehmen. Trotz aller Enthüllungen über die NSA dürfe man nicht vergessen, dass das Internet weltweit für die Menschen einen früher unvorstellbaren Freiheitsgewinn gebracht hat. „Es ist dringend erforderlich, dass die Parteien unüberhörbar konkret Stellung zur digitalen

Zukunft beziehen. Es muss letztlich weltweit ein Weg gefunden werden, die großen Vorteile des digitalen Zeitalters zu nutzen, ohne die freiheitliche Substanz unserer Gesellschaft zu gefährden. Europa trägt dafür besondere Verantwortung.“

Misstrauen hat Auswirkungen auf das Wirtschaftswachstum

Es wunderte nicht, dass sich nach Netzgemeinde, Politik und Schriftstellern auch die Wirtschaft aktiv in die Debatte in der F.A.Z. einschaltete. Wenige Tage nach Baums Beitrag veröffentlichte die Zeitung (5. März) Ergebnisse aus einer Studie der Deutschen Bank über die digitale Zukunft. Die Bank warnt darin die Unternehmen davor, das Misstrauen der Bürger zu unterschätzen.

Laut Thomas Dapp, Mitautor der Studie und als Economist zuständig für den Bereich Innovation und digitale Ökonomie bei der Deutschen Bank, ist es „zu einer Schiefelage gekommen. Wenn wir keinen adäquaten Weg zur Regulierung finden, fallen mir für jedes positive Beispiel von Big Data ebenso Horrorszenerarien ein.“

Dapp im Interview: „Die Technologie ist noch jung, die gesellschaftlichen Wirkungen wenig erforscht. Die kommerziellen Perspektiven zeigen sich aber bereits. Vielen Unternehmen

ist klar, dass sie bei einem entsprechenden Umgang mit Daten ihre Kosten optimieren und auf Kunden sehr individuell zugehen können. Das bedeutet jedoch gleichzeitig die Gefahr, dass der Einzelne seine Datenhoheit verliert. Datensätze werden einmal erhoben und immer wieder neu verwendet. Sie können nie wissen, wo die Daten auch später eine Rolle spielen werden. Im schlechtesten Fall hängen heute bereits Karrieren davon ab. Die kommerziellen Absichten stehen bei der Diskussion um Big Data im Mittelpunkt. Nun gilt es weiter zu denken. Viele Akteure, die das digitale Ökosystem im Netz bestimmen, oder die Geheimdienste verursachen Unbehagen. Der Mensch ist im Internet nicht mehr allein, das darf nicht sein.“

Auch die Deutsche Bank hält fest: Um die Chancen von Big Data nutzen zu können, sei ein Regelrahmen notwendig. Wenn der optimal gestaltet sei, könne sich Big Data nicht nur wirtschaftlich positiv entwickeln, sondern auch wissenschaftlich und gesellschaftlich. Das Misstrauen werde sonst mittelfristig zu Innovationseinbußen führen, weil manche web-basierten Technologien nicht mehr angenommen werden. „Das hat letztlich auch Auswirkungen auf das Wirtschaftswachstum.“

Zusammenfassung: Gabriele Kalt

„Die Mitarbeiter wollen einen Beitrag leisten“

Peter Hadasch, Personalvorstand der Nestlé Deutschland AG, über unternehmerische Verantwortung als Erfolgsfaktor in der Personalarbeit

Herr Hadasch, Ihr Unternehmen findet sich regelmäßig in Rankings der beliebtesten Arbeitgeber in Deutschland wieder. Ist das ein Verdienst Ihrer Human-Resources-Arbeit?

Das kann man nicht so genau sagen, dafür gibt es mehrere Ursachen. Grundsätzlich gelten die Lebensmittelindustrie sowie Markenartikler per se als stabil, zuverlässig und vergleichsweise konjunkturresistent. Zudem nehmen die Menschen „draußen“ ein Unternehmen nie nur als Arbeitgeber wahr, sondern immer mit dem gesamten Unternehmensprofil. Dazu gehören Fragen wie: Was stellt das Unternehmen her? Welche Stellung hat es in der Gesellschaft? Welche Verantwortung übernimmt es? Nehmen Sie zum Beispiel die Finanzbranche: Die hatte vor zehn Jahren ein ganz anderes Standing in der Gesellschaft, aber durch die Finanzmarktkrise

ist die Finanzbranche in der Attraktivität für Arbeitnehmer abgerutscht.

Was bedeutet das für Nestlé?

Wir müssen uns immer fragen: Wie stellen wir uns insgesamt dar? Das tun wir seit etwa zwei Jahren im Rahmen unserer sogenannten Qualitätsinitiative sehr bewusst. Sie betrifft eigentlich das Unternehmen als Ganzes, verändert dabei aber auch das Bild als Arbeitgeber. Auf der anderen Seite müssen auch wir als HR-Organisation heute viel mehr nach außen hin spielen und den Dialog mit den Menschen suchen, die uns als Arbeitgeber noch nicht kennen. Dabei geht es um Fragen wie: Wie kann ich mich bewerben? Welche Jobmöglichkeiten habe ich? Wie sehen die konkreten Jobs aus? Wie sind die Karrierepfade bei Nestlé? Hier die Kommuni-

kation zu verbessern ist eine Sache, an der wir ständig arbeiten, sei es über die Optimierung unserer Internetseiten oder unsere Präsenz auf Social-Media-Kanälen. Dies betrifft sowohl den Inhalt unserer Kommunikation als auch den Weg zum Empfänger. Wir müssen uns dort hinbewegen, wo uns der potentielle Arbeitnehmer sucht und sehen will.

Ein Blick nach innen: Sie kommunizieren eine Mitarbeiterfluktuation von zwei Prozent – das ist nur etwa ein Viertel des Durchschnittswerts.

Auch das hängt mit verschiedenen Fakten zusammen. Wir hatten in der jüngeren Vergangenheit keine Personalabbaumaßnahmen und sind wenig von konjunkturellen Schwankungen betroffen – das wirkt sich natürlich auf die Fluktuation aus. Wir bewegen uns zu-

dem in einem Tätigkeitsbereich, in dem wir sehr stark auf das unternehmensspezifische Wissen unserer Mitarbeiter angewiesen sind. Sie sind nicht einfach austauschbar. Natürlich setzen wir daher auf eine ganze Reihe von Angeboten, wie soziale Maßnahmen oder Altersvorsorge, die darauf abzielen, unsere Mitarbeiter länger zu halten. Fast noch wichtiger ist aber: Wir müssen dem Mitarbeiter vermitteln, welchen gesellschaftlichen Auftrag Nestlé wahrnehmen möchte – und ihm darin eine aktive Rolle zugestehen.

Was meinen Sie damit?

Der Grundbegriff des Arbeitsvertrages, so wie ihn das deutsche Arbeitsrecht vorsieht, sieht eigentlich so aus: Der Mitarbeiter kommt zur Arbeit, bekommt einen klaren Auftrag, geht um fünf Uhr nach Hause und – ganz wichtig



– erscheint am nächsten Morgen wieder pünktlich. Nach diesem Modell ist der Mitarbeiter nie für das Ergebnis der Arbeit verantwortlich, er hat sie nur zu leisten. Dieses Modell funktioniert aber nicht mehr, es geht an den heutigen Menschen vorbei. Damit können Sie keine Bindung erreichen, sondern Sie betonen die Austauschbarkeit. Die Menschen wollen hier bei uns aber nicht nur funktionieren, sondern sie wollen einen Beitrag leisten. Dafür müssen sie erkennen können, welches der Beitrag ist, den man von ihnen erwartet, und welchen Anteil an dem Gesamtbeitrag des Unternehmens sie persönlich haben. Ähnliches gilt übrigens auch gegenüber dem Kunden. Es geht nicht nur darum, mit unseren Produkten technische Bedürfnisse zu erfüllen, also zum Beispiel, dass die Suppe nicht klumpt. Sondern auch um die Frage: Mit wem möchte ich in einen

Geschäftskontakt treten? Was soll das für ein Unternehmen sein, dessen Lebensmittel ich esse?

Wie transportieren Sie solche umfassenden Botschaften intern?

Natürlich nutzen wir klassische Kanäle wie Zeitungen, Newsletter oder unseren internen TV-Kanal für die HR-Kommunikation. Besonders wichtig ist aber der kritische Dialog mit den Mitarbeitern: Es geht nicht darum, bei ihnen Werbeveranstaltungen zu machen. Das wäre genau so sinnlos, wie wenn sich der Vater nur bei der heimischen Weihnachtsfeier in seiner Vaterrolle profilieren wollte: Wenn die Kinder unterm Christbaum sitzen, ist es zu spät, um zu klären, welche Rolle man als Familienoberhaupt das ganze Jahr über gespielt hat. Das muss man kontinuierlich und vor allem authentisch machen. Die übliche Betriebsveranstaltung, bei der wir uns Kravatten anziehen, ein paar schöne Charts zeigen und darüber reden, wie gut der Laden läuft – das funktioniert heute nicht mehr. Wir müssen in einen dauernden Dialog mit dem Mitarbeiter treten. Das bringt im Gegenzug auch das Unternehmen weiter, wenn wir im Dialogprozess aktiv zuhören.

Inwiefern?

Grundsätzlich haben unsere Mitarbeiter die gleichen Fragen an uns, wie die Menschen

„draußen“. Der Unterschied ist: Die Mitarbeiter kennen die Interna und sind völlig resistent gegen jede Art von Sprüchen. Sie müssen ihnen nachvollziehbare Antworten geben, Sie müssen Begründungen liefern, warum etwas so ist, wie es ist. Wenn Sie sich unter die Mitarbeiter stellen und ihnen erklären, warum bestimmte Rezepturen so aussehen, wie sie aussehen, warum Sie bestimmte Businessmodelle fahren – dann müssen Sie sich auch selbst die Frage stellen: Ist das, was wir tun, richtig? Sie müssen mit sich selbst im Reinen sein, um das wirklich erklären zu können. Dieser Prozess ist sehr erfolgreich. Damit erreichen Sie mehr Veränderung als durch die Nachfrage bei externen Unternehmensberatern.

Hat HR eine besondere Multiplikatorenfunktion, wenn es um die Vermittlung eines verantwortungsvollen Arbeitgeberbildes geht?

Absolut, das liegt in der Natur der Sache. „HRler“ sind wichtige Kommunikatoren im Unternehmen – das birgt Chancen, aber auch Risiken. Wenn man Menschen fragt, was sie von Beamten halten, würden wohl viele urteilen: Faule Hunde! Dabei kennen sie meist nur ihren Ansprechpartner im Finanzamt, im besten Fall noch jemanden von der Kfz-Zulassungsstelle. Also: Über diese wenigen Stellen definiert der Bürger sein Verhältnis zur staatlichen Verwaltung. Bei Unternehmen ist das sehr ähnlich. Wenn die Mitarbeiter sagen

„Nestlé will ...“, dann ist das immer etwas, das über HR kommuniziert wurde – egal ob es um Tarifierhöhungen, Reisekostenabrechnung oder eine neue Firmenwagenregelung geht. Die HR-Kommunikation wird von den Mitarbeitern als wichtige Kommunikation des Unternehmens wahrgenommen.

Ist sich HR dieser Rolle bewusst?

Inzwischen schon, auch wenn es eine Weile gedauert hat. Dahinter steckt zu lange der Gedanke: Das sind wir gar nicht, wir machen weder die Tarifverhandlungen noch die Raumplanung. Aber heute ist man als HRler derjenige, der es kommuniziert, und damit hat man die Verantwortung dafür, welches Bild der Mitarbeiter von seinem Arbeitgeber hat. Die Aufgabe von HR ist also, die Tatsachen so zu kommunizieren, dass der Mitarbeiter die Hintergründe besser versteht und nachvollziehen kann. Damit steigt die Akzeptanz. Und in vielen Fällen muss man sich tatsächlich auch hinterfragen: Wollen wir das jetzt wirklich? Wisst ihr eigentlich, welche Auswirkungen das hat? HR ist zwar der Kommunikator in Richtung Mitarbeiter. Aber man sollte sich auch als Botschafter der Mitarbeiter im Unternehmen verstehen: Welche Rückwirkung hat das, was ich kommuniziere? Wie trifft es das Unternehmen?

Welche Rolle spielt die persönliche Kommunikation?

Ich glaube, dass es in allen Funktionen wichtig ist, ein Gesicht zu haben, welches die Verantwortung repräsentiert, nicht nur für HR. Egal, über was Sie reden: Es kann keine Stimme aus dem Off sein, die irgendetwas erzählt. Sie brauchen Personen und Gesichter, an denen man Botschaften festmachen kann. Heute geht das aber noch weiter. Wenn Sie alle HR-Themen über einen einzigen Kopf vertreten wollen, werden Sie es nie schaffen, die gesamte Kompetenz, das Engagement und den Ehrgeiz aller Mitarbeiter zu zeigen. Und wie gesagt: Auch die Mitarbeiter wollen mit ihrem Beitrag erkennbar sein. Wenn sie einen Beitrag geleistet haben im Unternehmen, dann möchten sie damit in Erscheinung treten. Das ist ein wichtiger Teil der Anerkennung, die man einem loyalen Mitarbeiter entgegenbringen muss.

Das Gespräch führte Sarah Bautz.

5 Jahre Deutscher AnwaltSpiegel



Seit Mai 2009 informieren wir Sie 14-täglich, aktuell und kostenfrei unter www.deutscheranwaltspiegel.de

Wir danken unseren Strategischen Partnern, Kooperationspartnern und Fachbeiräten für ihre Unterstützung!

Strategische Partner



Kooperationspartner



„Big Data“ – Herausforderung und Chance für Banken

Neue Analysemöglichkeiten / Hohe technische Sicherheitsstandards

Von Dr. Martin Schmidberger

Das Schlagwort von „Big Data“ gehört zweifellos zu den gleichzeitig vielversprechendsten und umstrittensten Innovationen in der Finanzbranche der letzten Jahrzehnte. Denn „Big Data“ steht einerseits für neue, nahezu unbegrenzte Möglichkeiten der Datenspeicherung und -auswertung und somit für die Hoffnung auf deutliche Effizienz- und Qualitätsgewinne in den Bereichen Vertrieb, Service und Risikomanagement. Gerade im hart umkämpften deutschen Privatkundenmarkt geht somit bei Banken mit „Big Data“ die Hoffnung auf ein intelligenteres, schlankeres und somit kostengünstigeres Kundenmanagement einher. Andererseits steht der Begriff „Big Data“ aber längst auch als Synonym für die breite Sorge in der Öffentlichkeit vor der Gefahr eines kommerzgetriebenen

und verantwortungslosen Umgangs mit persönlichen Daten, des Verlusts von Privatsphäre und des unkontrollierten Austauschs und der Weitergabe eigener Daten. In diesem Spannungsfeld bewegen sich Banken bei der Anwendung und Nutzung von „Big Data“.

„Big Data“ – ein neuer Begriff mit langer Historie

Obwohl „Big Data“ ein vergleichsweise neues Schlagwort in der öffentlichen Diskussion und der Fachliteratur ist, sind die entsprechenden Fragestellungen und technologischen Entwicklungen, die unter den Begriff subsumiert werden, keineswegs neu. So hat die systematische Speicherung und Auswertung von Daten bereits seit Mitte der 1990er

Jahre Einzug in die Finanzbranche gehalten. Die Grundidee, wonach Unternehmen im Allgemeinen – und Banken im Besonderen – geradezu auf einem Daten„schatz“ sitzen, der ihnen – entsprechende Auswertungen vorausgesetzt – neue Erkenntnisse in Bezug auf Kundenstruktur und -verhalten wie z.B. soziodemographisches Profil, Kaufkraft, Kaufinteresse, Kündigungswahrscheinlichkeiten, aber auch Kreditausfälle etc. liefern kann, hat sich seit etwa 15 bis 20 Jahren sukzessive durchgesetzt und wird von den meisten Finanzdienstleistern mittlerweile professionell angewendet. Besondere Treiber dieser Entwicklung waren und sind die Direktbanken, deren Erfolg u.a. darauf fußt, mit Hilfe von „Data Driven Marketing“ und „Business Intelligence“ sogenannte „Kunden-In-


sights“ zu ermitteln, also Wissen über das Verhalten von Kunden aus den Daten zu extrahieren, das entweder in effiziente Vertriebsmaßnahmen oder kundenindividuelle Serviceleistungen umgesetzt werden kann. Eine besondere Rolle spielen hierbei „Predictive Analytics“ – statistische Verfahren, mit denen zu bestimmten Zielvariablen – wie z.B. Kauf- oder Kreditausfallwahrscheinlichkeit – diejenigen Merkmale innerhalb des eigenen Kundenstamms identifiziert werden, die statistisch betrachtet den größten Einfluss besitzen. Dieses Wissen fließt dann in die Selektions- und Filterregeln entsprechender Folgemaßnahmen ein. Wissen über Kunden, über deren Verhalten und Präferenzen, ist somit längst nicht mehr das Monopol von „Bankberatern“ oder Mitarbeitern im Sinne

eines „Tante-Emma“-Betreuungskonzepts, sondern solches Wissen wird systematisch aus (Massen-)Daten gewonnen.

Riesige Datenmengen und „Realtime“-Analysen

Die Grundideen von „Big Data“ sind somit deutlich älter, als dies der aktuelle „Hype“ um den Begriff eigentlich erwarten lässt. Was ist dann das spezifisch Neue an „Big Data“? Im technologischen Sinne beschreibt „Big Data“ Entwicklungen und Innovationen, die eine schnellere und flexiblere Datenspeicherung und -auswertung ermöglichen, als dies mit klassischen Data-Warehouse-Lösungen möglich ist. Dabei bezieht sich „Big Data“ explizit nicht nur auf die Größe der Datenmengen,

sondern zielt auch auf die Verarbeitungsgeschwindigkeit und die Strukturiertheit von Daten ab. Für Banken bringt diese technologische Innovation neue Anwendungsmöglichkeiten in den Bereichen Vertrieb, Risk- und Fraud-Management sowie im Kundenservice mit sich, nämlich Analysen ohne zeitlichen Verzug, d.h. in Echtzeit. Die „Realtime“-Analyse von Daten stellt für Banken wohl den kommerziell interessantesten Aspekt der „Big Data“-Entwicklungen dar. Für den Vertrieb ergibt sich z.B. die Möglichkeit, umfangreiche Datenmengen nach Mustern zu durchsuchen, die Basis für eine vertriebliche Ansprache sein können – so etwa die Identifizierung von Gehaltseingängen oder Mietzahlungen. Entsprechende Hinweise können dann „real-time“, also z.B. innerhalb derselben Session



bei Internetnutzern, als Basis für zielgenaue Service- oder Vertriebshinweise genutzt werden. Aus Risiko- und Fraud-Sicht schafft „Big Data“ die technologische Voraussetzung dafür, dass „risikobehaftete“ Transaktionen „realtime“ – also noch vor Buchung – abgefangen werden können. Schließlich kann mit „Big Data“-Technologien der Kundenservice optimiert werden, indem z.B. anstehende Fälligkeiten, fehlende Freistellungsaufträge oder ungünstige Gebührenmodelle proaktiv erkannt und Verbesserungsvorschläge in die Kundenkommunikation integriert werden.

Für Vertrieb, Risk- und Servicemanagement ist somit „Big Data“ ein potentieller Quantensprung in der systematischen Nutzung von Kundeninformationen zur Optimierung von Prozessen und Reduzierung von Kosten. Der Erfolg von Direktbanken – auch mit Blick auf hervorragende Werte in der Kundenzufriedenheit – zeigt, dass entsprechendes datengetriebenes Kundenmanagement von den Kunden selbst als sehr positiv und zielgerichtet wahr-

genommen wird. Inwieweit aber „Big Data“ diese hoch gesteckten Erwartungen auch tatsächlich in der Praxis erfüllen wird, wird nicht zuletzt von der Bereitschaft der Banken abhängen, in entsprechende Technologien zu investieren, denn „Big Data“-Technologien erfordern hohe Investitionen in Hard- und Software sowie in ein Redesign entsprechender Vertriebs- und Serviceprozesse. Nicht jede potentielle Anwendung wird vor diesem Hintergrund auch zwangsläufig einen „Business Case“ liefern, also einen positiven Deckungsbeitrag entsprechender Investitionen.

„Game Changer“ im Wettbewerb?

„Big Data“ kann somit zu Prozess- und Effizienzverbesserungen bei Banken beitragen, und die Zukunft wird zeigen, ob – und welchen – Instituten eine erfolgreiche Implementierung gelingt. Es besteht weitreichender Konsens darin, dass die effiziente und systematische Nutzung von vorliegen-

den Kundeninformationen für Service, Vertrieb und Risk – insbesondere in „Realtime“-Geschwindigkeit – zu einem zentralen Wettbewerbsvorteil für Banken werden kann. Insofern ist die Vermutung berechtigt, dass die Fähigkeiten der Banken, „Big Data“-Technologien nutzestiftend in ihren Unternehmen zu implementieren, zu einem wichtigen Wettbewerbsvorteil werden kann.

Insbesondere in den USA wird zudem offen darüber diskutiert, ob „Big Data“ Grundlage für ein neuartiges Geschäftsfeld von Banken sein kann. Grundidee hierbei ist, dass Banken über sehr detaillierte Informationen über ihre Kunden im Zahlungsverkehr und Konsumverhalten verfügen und dass diese im Kontext von „Big Data“ für neuartige Couponing- und Loyalty-Systeme genutzt werden können. Dieses Konzept der „Card Linked Offers“ basiert insbesondere auf der Auswertung von Kreditkartendaten und – auf entsprechenden Analysen basierend – der zielgruppengena-

en Zusteuerung von Angeboten, Kupons und Rabatten. Für den deutschen Markt scheint indes eine solche granulare Auswertung und Nutzung von individuellen Zahlungsverkehrsinformationen bis auf weiteres wenig realistisch – und aus der Perspektive des in Deutschland traditionell hohen Bedürfnisses nach Datenschutz heraus auch wohl wenig wünschenswert.

Skepsis in der Öffentlichkeit

„Big Data“ beschreibt nämlich nicht nur eine technologische Innovation. In einem breiteren Verständnis in der öffentlichen Diskussion steht „Big Data“ allgemein für die Omnipräsenz von Daten, deren Verknüpfbarkeit und Auswertbarkeit und für die Angst vor einer totalen Überwachung. Dementsprechend ist in der Öffentlichkeit der Wunsch nach einem umfassenderen Schutz vor tiefgreifender Datenanalyse und „Ausspähung“ deutlich gewachsen. Der zunehmende kommerzielle Umgang mit Kundenda-

ten und Verbraucherinformationen, z.B. durch Google, wird somit insbesondere in Deutschland durchaus kritisch betrachtet.

Für Banken ist diese weitverbreitete Skepsis Herausforderung und Chance zugleich. Die Herausforderung besteht darin, einerseits die Möglichkeiten gesteigerter Datenanalyse als Hebel für Vertrieb, Risiko und Serviceeffizienz zu betrachten und die Möglichkeiten von „Big Data“ professionell zu nutzen. Gleichzeitig sind Banken mehr denn je gut beraten, den Schutz der Kundendaten, das aktive Bekenntnis zum Bankgeheimnis und insbesondere hohe technische Sicherheitsstandards zum Schutze von Kundendaten als ein zentrales Kundenversprechen und als Wettbewerbsvorteil gegenüber potentiellen Wettbewerbern aus dem „Non Bank“-Bereich wie Google, PayPal zu verstehen und zudem in der Analyse von Kundendaten eine selbstaufgelegte Sparsamkeit walten zu lassen. Denn es ist nicht auszuschließen, dass auf lange Sicht die Möglichkeiten von „Big Data“ das

Gegenteil dessen bewirken, wofür „Big Data“ eigentlich steht, und einen nachhaltig intensiveren und umfassenderen Wunsch der Kunden nach Datenschutz und Datensparsamkeit in der Öffentlichkeit stimulieren. In diesem Sinne steht die öffentliche Diskussion zu „Big Data“ nicht nur im Bankenumfeld erst an ihrem Anfang.

Dr. Martin Schmidberger ist Generalbevollmächtigter der ING-DiBa, Bereichsleiter Produkt- und Zielgruppenmanagement und Lehrbeauftragter an der Goethe-Universität Frankfurt am Main u.a. zum Thema „Data Driven Marketing“.

Etwas mehr Sparsamkeit, bitte!

Wie wir uns nachhaltig mit Energie versorgen und weniger CO₂ verursachen können



Plädiert für eine effiziente und suffiziente Lebensweise: Dr. Stefan Thomas bei seinem Impulsvortrag.

Die von der Bundesregierung festgelegten Ziele in der Energiepolitik standen schon im Mittelpunkt so mancher Debatte. So soll unter anderem der Primärenergieverbrauch im Gebäudesektor bis zum Jahr 2050 um 80 Prozent reduziert werden. Außerdem sollen erneuerbare Energien dabei helfen, einen nahezu klimaneutralen Gebäudebestand zu erreichen. Als zu ambitioniert oder gar unrealistisch wurden diese Vorgaben oft kritisiert. Ich sage: Sie sind prinzipiell machbar. Und wir erhöhen unsere Chancen sogar noch, wenn wir künftig nicht nur effizienter, sondern auch suffizienter leben und produzieren.

Mit Hilfe von Effizienzmaßnahmen versuchen wir, durch Optimierung denselben Nutzen wie vorher bei gleichzeitig weniger Energieverbrauch zu stiften. Suffizienz geht noch einen Schritt weiter. Hierzu gehört, dass wir das Ausmaß des Nutzens kritisch hinterfragen und uns im Konsum und beim Angebot auf ein angemessenes Maß beschränken. Oder an einem konkreten Beispiel festge-

macht: Wieso reicht uns eine Wohnfläche von 40 Quadratmetern pro Kopf nicht mehr aus, weshalb muss es immer mehr sein? Selbst ein Passivhaus verbraucht weniger, wenn eine geringere Fläche beheizt werden muss. Auch bei ohnehin sparsamen Systemen oder Produkten ist also eine Beschränkung sinnvoll.

Die mit dem Begriff **Beschränkung** oft verbundenen negativen Assoziationen müssen übrigens nicht zwingend Auswirkungen auf unser derzeitiges Wachstums- und Wohlstandsmodell haben. Wir können auch versuchen, Wachstum anders zu generieren – trotz Suffizienz. Auch zeigen Studien, dass Wirtschaftswachstum und Wohlstand einerseits und Lebenszufriedenheit andererseits nicht unbedingt linear aneinander gekoppelt sein müssen. Trotz stark wachsenden Wohlstands hat die Lebenszufriedenheit in Deutschland in den vergangenen 40 bis 50 Jahren kaum zugenommen. Das lässt den Schluss zu, dass es einem Großteil der Bevölkerung zumindest nicht

schaden würde, wenn wir etwas genügsamer, etwas suffizienter leben würden.

Im Alltag unterscheiden wir oft gar nicht explizit zwischen Effizienz und Suffizienz, sondern wenden beide Aspekte gleichermaßen an. Und auch in der Stadtentwicklung, bei der Gebäudetechnik oder im Energiemanagement werden beide Strategien verfolgt und weiterentwickelt – mit dem gemeinsamen Ziel, Technik und Dienstleistungen zu entwickeln, die uns auch beim Schonen der Ressourcen entlasten. Die intelligente Technik von morgen ist also nicht entweder das eine oder das andere, sondern beides: effizient und suffizient.

Dr. Stefan Thomas ist Physiker und promovierter Politikwissenschaftler sowie Leiter der Forschungsgruppe Energie-, Verkehrs- und Klimapolitik bei der Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH.



NEUERSCHEINUNG

JAHRBUCH 2014 INNOVATION

INNOVATIONSTREIBER FÜR WIRTSCHAFT,
WISSENSCHAFT, POLITIK UND GESELLSCHAFT

Das Nachschlagewerk
zum Thema Innovation



FACTS:
120 SEITEN
HARDCOVER
PREIS: 29,90 EURO



Mit Beiträgen von u.a. Bildungsministerin Prof. Dr. Johanna Wanka, BDI-Präsident Ulrich Grillo, Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft Prof. Reimund Neugebauer, Dr. Kai Engel, Partner der A.T. Kearney GmbH, Prof. Dr. Thorsten Posselt, Leiter des Fraunhofer Zentrums für Mittel- und Osteuropa (MOEZ), Prof. Dr. Andreas Pinkwart, Inhaber des Stiftungsfonds Deutsche Bank Lehrstuhls für Innovationsmanagement und Entrepreneurship an der HHL Leipzig Graduate School of Management, Prof. Dr. Ellen Enkel, Leiterin des Dr. Manfred Bischoff Institut für Innovationsmanagement der Airbus Group, Dr. Bernd Drapp, Leiter Fachbereich Innovation im RWK Kompetenzzentrum.

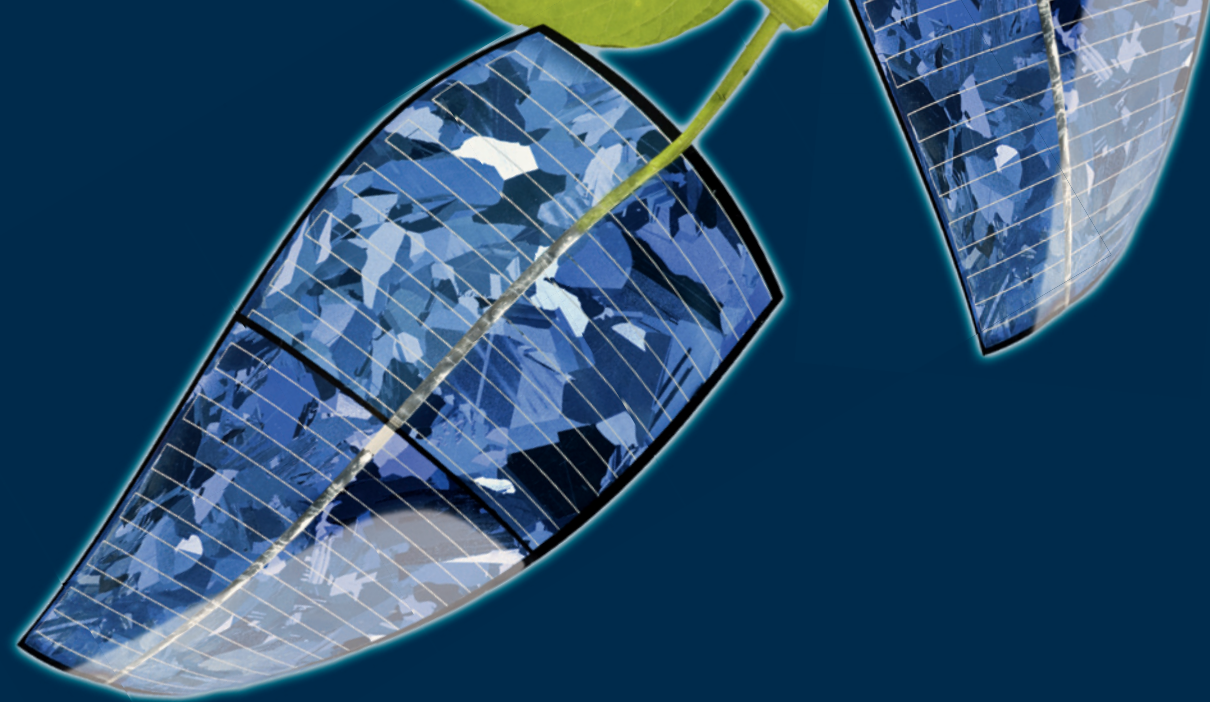
Sichern Sie sich Ihr Exemplar ab 14. Mai 2014:

F.A.Z.-Institut, Innovationsprojekte
Jennifer Maurer, Telefon: (069) 7591 – 3205, Mail: j.maurer@faz-institut.de

Neue Perspektiven für die Stadt

Experten sind überzeugt: Der Einsatz smarter Technik wird unseren Lebensraum verändern

Von Christina Lynn Dier



Viele Metropolen dieser Welt platzen schon jetzt aus allen Nähten und wachsen dennoch immer weiter. Dieser globale Megatrend der Urbanisierung bringt große soziale und ökologische Herausforderungen mit sich.

Doch welche Lösungsansätze gibt es? Darüber diskutierten Experten auf der Fachkonferenz der Initiative Verantwortung Zukunft.

Immer mehr Menschen leben in der Stadt und nicht mehr auf dem Land – Tendenz stark steigend. Schätzungen zufolge wird der Anteil der Stadtbevölkerung bis zum Jahr 2030 auf über 60 Prozent steigen. Und auch in den darauffolgenden Jahrzehnten ist eine Umkehr des Trends unwahrscheinlich. Sogenannte Smart Cities könnten eine Antwort auf die vielen Herausforderungen des Urbanisierungsprozesses sein. Mit Hilfe des systematischen Einsatzes von Informations- und Kommu-

nikationstechnologien versuchen diese Städte unter anderem ihren Ressourcenverbrauch zu verringern – und somit ihre Zukunftsfähigkeit zu verbessern.

Konkrete Forschungsarbeit betreibt hier etwa Siemens. „Wir haben vor gut anderthalb Jahren in London unser erstes Zentrum für nachhaltige Stadtentwicklung eröffnet“, erklärt Stefan Denig, Leiter Kommunikation und Marketing beim Siemens Global Center of Competence Cities. Das Projekt, das den Namen „The Crystal“ trägt, sei Konferenzzentrum, urbane Dialogplattform, Technologie- und Innovationszentrum in einem. „Wir haben damit die Möglichkeit, in die Zukunft der Städte zu blicken und Lösungen zu erarbeiten“, so Denig. Lösungen, die angesichts der enormen Urbanisierung gerade in den Schwellenländern dringend notwendig scheinen. „Hier müssen wir es schaffen, das Tempo der Urbanisierung richtig zu managen.“ Außer-

dem dürfe nicht ausschließlich das westliche Siedlungsmodell mit Eigenheim und Garten als Vorbild genommen werden: „Eine Zersiedelung wie in den Vereinigten Staaten kann nicht das Wachstumsmodell der Zukunft sein“, stellt Denig fest. Gerade Städte hätten das Potential für raum- und energieeffiziente Strukturen, die es brauche, um einer wachsenden Weltbevölkerung Raum zu bieten.

Auch in Deutschland wollen immer mehr Menschen nicht nur zentral, sondern auch zu bezahlbaren Preisen und ökologisch sinnvoll wohnen. „Nachverdichtungsstrategien in den einzelnen Stadtvierteln, bei denen dann Smart Grids zum Einsatz kommen, können eine Lösung sein“, erklärt Klaus Freiberg, Vorstandsmitglied beim Wohnungsunternehmen Deutsche Annington Immobilien Gruppe. Unternehmen wie seines sieht Freiberg übrigens besonders in der Pflicht: „Es

liegt in unserer gesellschaftlichen Verantwortung, bezahlbaren Wohnraum auch für die Zukunft sicherzustellen und dabei gleichzeitig die Voraussetzungen für die Energiewende zu schaffen.“ Die Deutsche Annington selbst habe das Ziel, möglichst viele Gebäude im Bestand energetisch zu sanieren. Mit jährlichen Investitionen von 115 Millionen Euro würde die jährliche Sanierungsrate bei mehr als 3 Prozent liegen. „Mit diesem Sanierungsfahrplan werden wir bis 2050 die Energieziele der Bundesregierung für unseren Bestand nahezu erreichen“, sagt Freiberg.

Für den Energieexperten Dr. Stefan Thomas vom Wuppertal Institut ist noch ein anderer Akteur gefordert: die Politik. Sie müsse die Perspektiven der Marktteilnehmer, also vor allem der Vermieter und Mieter, unter einen Hut bringen. „Nur so kann das Optimum aus



Großes Interesse: Viele Zuhörer wollten mehr über die Herausforderungen und Chancen der Urbanisierung erfahren.

Sicht des Klimaschutzes und der Volkswirtschaft erreicht werden", stellt Thomas fest. Zwang solle dabei das letzte Mittel sein, um zu sichern, was sich auch mit Unterstützung der Politik im Markt etabliert hat. „Zunächst sollte man staatlich unterstützen, indem man über konkrete Möglichkeiten und deren Wirtschaftlichkeit informiert und den Unternehmen und Bürgern Anreize für Investitionen in Energieeffizienz, aber auch für maßvollen Konsum setzt“, so Thomas.

Auch für Dr. Norbert Verwey, Geschäftsführer bei RWE Effizienz, bieten Städte noch ungeheure Potentiale für Energieeinsparungen. Insbesondere die effektive Steuerung der Raumwärme könne zu einer Reduzierung der CO₂-Emissionen führen. Die Steuerungsgeräte selbst seien zwar in der Anschaffung recht teuer, würden aber ein Energiemanagement ermöglichen, das exakt auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnitten ist. „Davon möchten wir unsere Kunden überzeugen. Wie

in der Energiewirtschaft allgemein hat sich auch das Selbstverständnis von RWE gewandelt. Wir bewegen uns weg vom Energieversorger hin zum Energiemanager“, so Verwey. Dazu gehöre auch, die Produkte an die Bedürfnisse der Kunden anzupassen und nicht umgekehrt.

Bei all den Herausforderungen, die der Urbanisierungsprozess zweifelsohne mit sich bringt, plädiert Stefan Denig von Siemens aber dafür, die Vorteile großer Ballungszentren nicht aus den Augen zu verlieren: „Das Wachstum urbaner Zentren bietet eine Chance für Entwicklung, Beschäftigung und Wohlstand.“

Christina Lynn Dier ist Redakteurin im F.A.Z.-Institut.



Auf der Suche nach dem Kraftstoff der Zukunft

Gleich mehrere Antriebskonzepte kämpfen um einen festen Platz im Auto von morgen. Einen klaren Sieger sehen die Experten nicht.

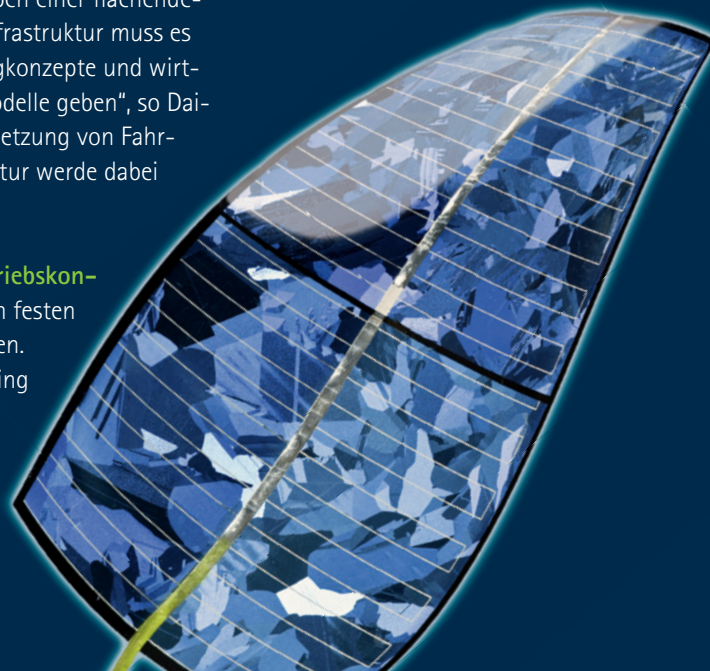
Von Christina Lynn Dier

Strom, Wasserstoff, Bioenergie oder doch Erdgas? Auf dem Weg zum CO₂-neutralen Autofahren stehen verschiedene Kraftstoff- und Antriebskonzepte im Wettbewerb. Nicht nur ökologisch sinnvoll, sondern auch sozial verträglich soll der Kraftstoff der Zukunft sein. Auf der Fachkonferenz von Verantwortung Zukunft diskutierten Experten darüber, was das Auto von morgen antreibt.

Über 40 Millionen Pkws sind aktuell auf Deutschlands Straßen unterwegs. Ein Großteil dieser Autos hat einen herkömmlichen Verbrennungsmotor unter der Haube. Geht es nach dem Willen der Bundesregierung, wird sich das schon bald ändern. Bis zum Jahr 2020 sollen eine Million Elektroautos über die Straßen rollen, so das ehrgeizige Ziel. Doch dafür braucht es die entsprechende Infrastruktur. Genau die versucht Thomas Daiber, Head of Global Sales bei Hubeat, derzeit aufzubauen. „Wir verbinden Ladeinfrastrukturen in Europa und ermöglichen so den einfachen Zugang zu Ladestationen für Elek-

trofahrzeuge“, erklärt Daiber das Konzept hinter dem Joint Venture, das von Unternehmen der Automobilindustrie, Energiewirtschaft und IT-Entwicklung gegründet wurde. Was sich einfach anhört, ist in Wirklichkeit mit großen Herausforderungen verbunden. Für den Erfolg der Elektromobilität müssen seiner Meinung nach gleich drei Voraussetzungen erfüllt sein: „Neben einer flächendeckend nutzbaren Ladeinfrastruktur muss es auch attraktive Fahrzeugkonzepte und wirtschaftliche Geschäftsmodelle geben“, so Daiber. Die intelligente Vernetzung von Fahrzeug und Ladeinfrastruktur werde dabei unabdingbar.

Doch auch andere Antriebskonzepte kämpfen um einen festen Platz im Auto von morgen. Für Dr. Christopher Hebling etwa ist Wasserstoff die „Königsklasse“. Der Leiter Energietechnik beim Fraunhofer-



Institut für Solare Energiesysteme sieht in der geringen Betankungszeit von rund 3 Minuten und der großen Reichweite von etwa 500 Kilometern wesentliche Vorteile für wasserstoffbetriebene Brennstoffzellen-Pkws. Noch fehle die Infrastruktur in Deutschland, aber perspektivisch solle es bundesweit 1.000 Betankungsmöglichkeiten geben. Dabei seien keine gesonderten Tankstellen nötig, vielmehr könne das bestehende Netz ausgebaut und mitgenutzt werden. „Damit die Energiebilanz stimmt, müssen bei der elektrolytischen Erzeugung des Wasserstoffs natürlich regenerative Energien wie Photovoltaik oder Wind zum Einsatz kommen“, ergänzt Hebling.

Stefan Majer vom Deutschen Biomasseforschungszentrum macht dagegen auf die Vorteile von Bioenergie aufmerksam. „Entgegen den oft herrschenden Vorurteilen können auch Biokraftstoffe nachhaltig produziert werden“, sagt Majer. So müsse die flüssige Biomasse, die energetisch als Biokraftstoff oder zur Erzeugung von Bioenergie genutzt



Elektrofahrzeuge oder wasserstoffbetriebene Brennstoffzellen-Pkws? Darüber sprechen Thomas Daiber (l.) und Dr. Christopher Hebling.



Carsten Knop, Moderator der Veranstaltung, diskutiert mit Stefan Majer und Stefan Siegemund über die Vorteile von Bioenergie und Erdgas (v.l.n.r.).

wird, für eine Zertifizierung gemäß EU-Richtlinie eine Vielzahl von Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Dazu zählten beispielsweise ein Mindestsparpotential für Treibhausgase, die Erhaltung der Biodiversität oder die Einhaltung von Sozialstandards. Doch Majer räumt ein: „Die Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion kann ab einem bestimmten Biokraftstoffbedarf gegeben sein.“ Daher ist für ihn klar: „Bioenergie – flüssig, in Gasform oder verstromt – kann im Mix der Kraftstoffe ein wichtiger Bestandteil sein, fossile Kraftstoffe aber nicht allein ersetzen.“

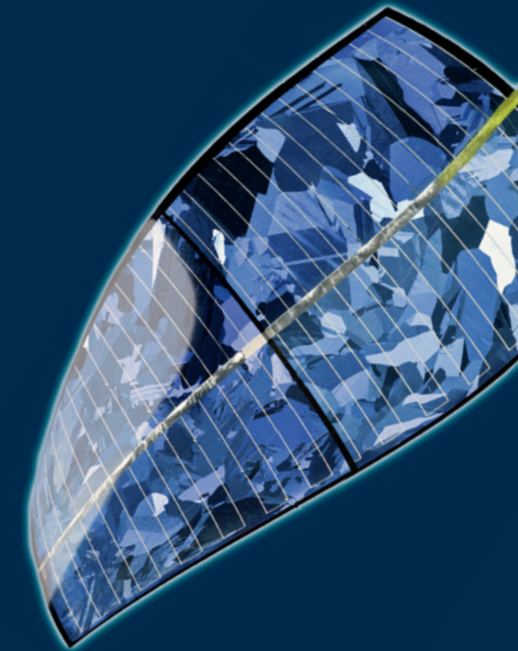
Stefan Siegemund von der Deutschen Energie-Agentur sieht anhand der Absatz-

zahlen und der technologischen Reife Erdgasfahrzeuge deutlich im Vorteil gegenüber anderen alternativen Kraftstoffen. „Allein im letzten Jahr wurden 40 Prozent mehr Erdgasfahrzeuge verkauft als im Vorjahr“, so Siegemund. Insbesondere in den Ballungszentren, aber auch in der Fläche sei die Infrastruktur bereits gegeben und eine Betankung problemlos möglich. Vor allem für diejenigen, die viel fahren, seien Erdgasfahrzeuge eine interessante und kosteneffiziente Alternative. „Die Fahrzeuge müssen sich natürlich weiter durchsetzen, denn noch handelt es sich um einen kleinen Markt mit hohem Potential“, erklärt Siegemund.

Welches Treibstoff- und Antriebskonzept werden wir in Zukunft also in unseren Fahrzeugen vorfinden? Thomas Daiber von Hubject glaubt: „Langfristig wird sich sicherlich ein alternativer Kraftstoff durchsetzen.“ Doch bis dahin würden sich die unterschiedlichen Konzepte gut ergänzen, die alle ihre Vor- und Nachteile hätten. Das sieht auch Stefan Siegemund so. „Bei der Frage nach dem besten alternativen Kraftstoff wäre es vermessen, ein Pauschalurteil abzugeben. Das ist oft auch vom Fahrprofil und der Region abhängig“, so der Experte der Deutschen Energie-Agentur. Schlussendlich würden der Preis und der Markt entscheiden.

Einig waren sich die Experten auch beim Thema Marktfähigkeit: „Wir dürfen uns nicht ewig auf Subventionen verlassen. Stattdessen gilt es, kommerzielle Lösungen zu finden, die wirklich funktionieren“, fasst Daiber zusammen.

Christina Lynn Dier ist Redakteurin im F.A.Z.-Institut.



Erfolgsfaktor „Einsparen“

Die Energiewende fängt bei jedem zu Hause an / Sparkassen entwickeln Initiative

Von Nadine Helterhoff

Die Energiewende ist eines der zentralen Projekte der neuen Bundesregierung. Bundeskanzlerin Angela Merkel hat vielfach darauf verwiesen, dass die erfolgreiche Umsetzung nur dann gelingen kann, wenn sich alle Bereiche der Gesellschaft in Deutschland daran beteiligen.

Die Pläne sind ambitioniert: Beim Ausbau der erneuerbaren Energien sollen im Jahr 2025 mehr als 40 Prozent des Stroms aus erneuerbaren Energien stammen, im Jahr 2050 sollen es sogar 80 Prozent sein. Was aber vielen noch nicht deutlich genug ist: Ein wesentlicher Erfolgsfaktor der Energiewende ist das Einsparen von Energie. Dafür muss und kann jeder Einzelne etwas tun. Denn bis 2050 will Deutschland die Hälfte seines heutigen Energieverbrauchs einsparen.

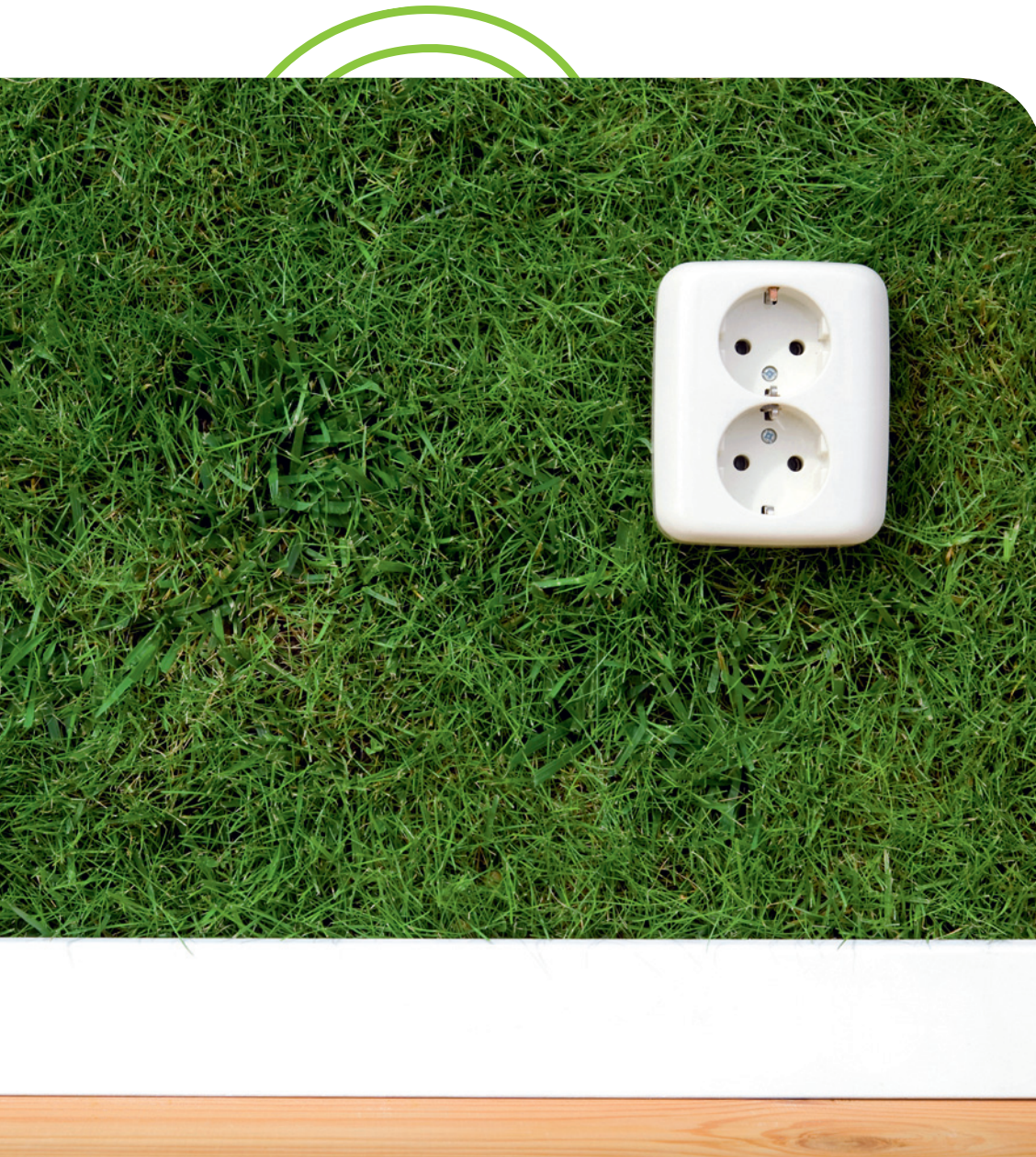
Insofern fängt die Energiewende bei jedem zu Hause an. Denn Fachkreise der Energie-

wirtschaft und der politischen Öffentlichkeit sind sich einig: Beim Thema Energieeffizienz gibt es Aufklärungsdefizite in weiten Teilen der Bevölkerung.

Die Sparkassen wollen diesen gesamtgesellschaftlichen Prozess weiter voranbringen. Viele von ihnen haben sich schon in den vergangenen Jahren als ein zentraler Treiber der Energiewende vor Ort etabliert. Sie reichen die meisten Kredite für Energieeffizienzmaßnahmen aus, unterstützen Bürgerinitiativen bei der Gestaltung der Energiewende, gehen strategische Partnerschaften mit Stadtwerken ein und legen Klimaschutzbriefe auf, um vor Ort die Erzeugung von eigener Energie aus sauberen Quellen zu fördern.

Sie sind es auch, die in ihrer Funktion als „Förderer des Sparens“ den Menschen die zahlreichen Vorteile eines bewussteren Um-





gangs mit unseren energetischen Ressourcen näherbringen. Es kommt nun darauf an, den vielfältigen bereits vorhandenen Aktivitäten in der Gesellschaft eine größere Aufmerksamkeit zu geben und noch mehr Bürgerinnen und Bürger zum Mitmachen zu bewegen.

Aus diesem Grund wurde die Initiative „Meine Energiewende“ entwickelt. Die Herausforderung besteht darin, das Thema aus der politischen, sehr abstrakten Ebene zu den Menschen zu bringen und es für jeden erlebbar zu machen.

Energieeffizienz oder Energiesparen sind nicht unbedingt positiv besetzt. Es kommt daher darauf an, die Lust am Energiesparen zu wecken. Außerdem soll die Initiative dazu animieren, weitere Lösungen zur Realisierung von Energiesparaktivitäten voranzutreiben.

„Meine Energiewende“ klärt auf und lädt zum Mitmachen ein. Die Initiative stellt vor allem das Handeln eines jeden Einzelnen in den Mittelpunkt. Jeder kann und soll seinen persönlichen Beitrag zur Energiewende vorstellen und in die Diskussion einbringen.

Seit März 2014 wird auf www.antworten.sparkasse.de gezeigt, was jeder in seinem Lebensumfeld tun kann, um die eigenen Ausgaben bezahlbar zu halten und den Energieverbrauch zu senken. Bürger, Unternehmer, Vertreter von Kommunen sollen sich über ihre Initiativen und Ideen zur Förderung der Energiewende austauschen und Mitwirkende zu gemeinsamen Aktionen anregen. Interessierte finden nützliche Tipps rund um das Energiesparen und die Energieeffizienz. Außerdem können sie Filme sehen, Fragen stellen und Beiträge kommentieren.

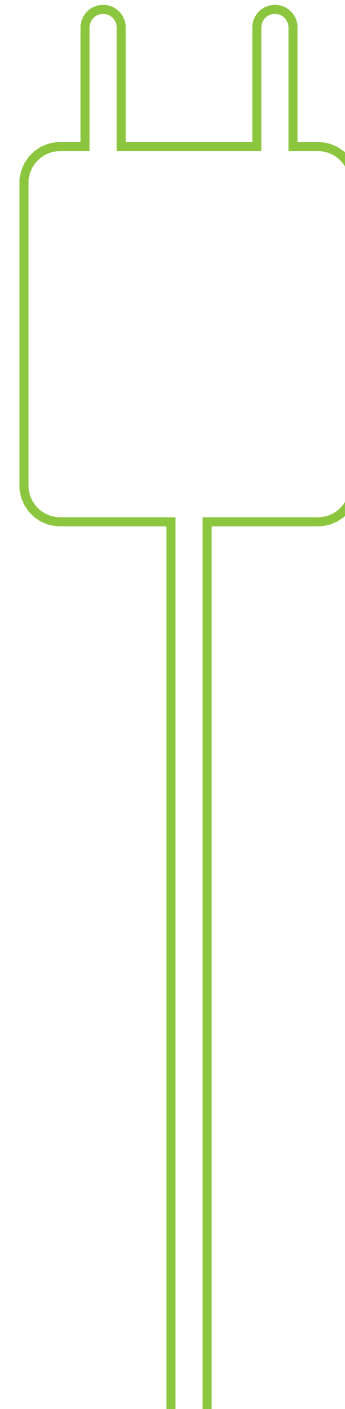
Zudem kann sich jeder am Wettbewerb um den Energiewendepreis mit seiner persönlichen Energiewende-Idee beteiligen. Die Bürgerinnen und Bürger sind eingeladen, ihre Ideen und Projekte zum Thema Energiesparen zu präsentieren. Ziel ist es, Beispiele zu zeigen, die besonders originell und gleichzeitig leicht nachzumahen sind. Über die beste Idee stimmt die beteiligte Community ab.

Die Initiative „Meine Energiewende“ findet nicht nur national, sondern auch lokal statt. Während auf Bundesebene unter anderem der Onlinewettbewerb, Anzeigenmotive und Onlineberatungsangebote (Energiesparkonto, Energiesparratgeber etc.) entwickelt wurden, unterstützen die Institute vor Ort die Initiative mit eigenen Aktionen, z.B. durch Energiespartage.

Bei diesen Aktionen setzen sie auch auf ihre Partner vor Ort wie etwa Verbraucherzentralen oder speziell zertifizierte Energieberater. Diese übernehmen die Fachberatung, der Sparkassen-Berater steht für die Finanzberatung inklusive der Förderprogramme zur Verfügung. So wird es leichter, seine ganz persönliche Energiewende zu gestalten.

Ein Netzwerk rund um die Energiewende hilft, das Thema noch stärker in die breite Öffentlichkeit zu tragen und die Informationslücken zu schließen.

Zu den Partnern gehören co2online, BUNDjugend und die Unternehmensverbände Deutscher Industrie- und Handelskammertag, Zentralverband des Handwerks sowie der Verband kommunaler Unternehmen. Im Rahmen dieser Partnerschaften werden gemein-



sam Inhalte entwickelt, welche die verschiedenen Aspekte des Energiesparens und der Energieeffizienz beleuchten. So gibt es beispielsweise Online-Beratungsschecks von co2online oder kleine „Lebensstilexperimente“ von BUNDjugend, in denen ausprobiert wird, in welchen Bereichen seines persönlichen Lebens der Einzelne Energie sparen kann.

Zudem steht ein kostenloses Energiesparkonto zur Verfügung. Hier können Kunden ihre Energiekosten jederzeit online ausrechnen und sich Einsparpotentiale aufzeigen lassen.

Auch mit dem ökologischen Fußabdruck kann Bürgerinnen und Bürgern das Thema Energieverbrauch nähergebracht werden. Mit einem online-basierten Fußabdruckrechner, der in Kooperation mit der BUNDjugend angeboten wird, kann jeder anhand seines eigenen Konsumverhaltens sehen, ob er schonend mit Energieressourcen umgeht.

Nadine Helterhoff ist Referentin PR/Issues Management beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband.

Die Stiftung als ein Unternehmensmodell der Zukunft: Chancen und Risiken

Symposium anlässlich des 125-jährigen Jubiläums der Carl-Zeiss-Stiftung

17. Juli 2014

Haus der Wirtschaft, Stuttgart

Die Carl-Zeiss-Stiftung nimmt ihr 125jähriges Stiftungsjubiläum gemeinsam mit den Stiftungsunternehmen Carl Zeiss AG und Schott AG sowie dem F.A.Z.-Institut zum Anlass für das Symposium „Die Stiftung als ein Unternehmensmodell der Zukunft: Chancen und Risiken“. Hochkarätige Vertreter aus Wirtschaft und Wissenschaft diskutieren über unternehmensverbundene Stiftungen mit besonderer sozialer und unternehmerischer Verantwortung.

Weitere Informationen zur Veranstaltung unter: <https://www.faz-institut.de/veranstaltungen/carl-zeiss-symposium>

Veranstalter:

Carl Zeiss Stiftung

SCHOTT
glass made of ideas



F.A.Z.-INSTITUT
FÜR MANAGEMENT-, MARKT- UND MEDIENINFORMATIONEN GMBH

Datenkompetenz: Aufklärung statt Verbote

Interview mit Dr. Gunnar Bender, Director Public Policy von Facebook Deutschland und Vorsitzender des Telecommunications, Internet, and Media (TIM) Committee der Amerikanischen Handelskammer in Deutschland (AmCham Germany)

Facebook wird bezüglich des Datenschutzes häufig kritisch gesehen. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Facebook hat sich von einer kleinen Website für Studenten zur weltweit größten Plattform entwickelt, auf der die Menschen auf die vielfältigste Art und Weise miteinander kommunizieren – sei es über Nachrichten, Chat, Videos oder Fotos. Für uns ist entscheidend, dass die Menschen auf Facebook jederzeit die volle Kontrolle über ihre Daten haben. Außerdem sehen wir unsere Verantwortung darin, bei der Entwicklung von neuen Tools und Features immer Kontrollmecha-

nismen mit anzubieten. Wir nennen dies Privacy by Design. Klar ist uns aber auch, dass wir noch stärker über unsere Angebote und die Möglichkeiten bei Facebook informieren müssen.

Laut einer TNS-Emnid-Umfrage, die Facebook in Auftrag gegeben hat, ist deutschen Internetnutzern der Schutz der persönlichen Daten äußerst wichtig. Zugleich ist aber nur jeder dritte Internetnutzer mit seinem Informationsstand zum Thema Datenschutz zufrieden. Wie befriedigt Facebook diesen Informationsbedarf?

Wichtig für uns ist es zunächst, dass wir Nutzern alle Fragen rund um das Thema Datenschutz, Sicherheit und Privacy bei Facebook und anderen Services beantworten. Dafür haben wir ein neues Datenkompetenzportal gestartet. „Leben in einer vernetzten Welt“ bietet allgemeine Informationen zu Facebook-eigenen Tools und zu konkreten deutschen Anlaufstellen, an die man sich zu Themen rund um den Datenschutz wenden kann. Unser Ziel ist es, die Menschen für den Schutz der eigenen Daten zu sensibilisieren und zu zeigen, dass sie volle Kontrolle über alle Daten und Informationen haben – Empowerment ist hierbei das Stichwort. Neben dem Portal testen

wir regelmäßig neue Wege, um Nutzer auf ihre Einstellungsmöglichkeiten auf Facebook aufmerksam zu machen. Eine dieser Varianten ist beispielsweise ein kürzlich integriertes Pop-up, in dem ein Dinosaurier Nutzer darauf aufmerksam macht, dass sie ihre Einstellungen länger nicht geändert haben.

Sie haben gerade deutsche Anlaufstellen erwähnt. Inwiefern arbeitet Facebook mit deutschen Organisationen und Institutionen zusammen?

Zum einen stehen wir in einem regelmäßigen engen Austausch mit öffentlichen Behörden und



Institutionen. Zum anderen arbeiten wir eng mit Partnern wie dem Verein Deutschland sicher im Netz e.V. zusammen, um IT-Kompetenzen aktiv zu stärken und um Risiken im Internet zu minimieren. Für Facebook ist Engagement und Kooperation für die Förderung der Datenkompetenz essentiell – beides soll Nutzern dabei helfen sich zu informieren und zu schützen.

Trotzdem gibt es immer wieder Kritik seitens einiger Datenschützer. Wie begegnet Facebook dieser Kritik?

Leider werden oft Verbote gefordert, statt mehr Aufklärung zu leisten. Wir haben ver-

schiedene Datenschützer immer wieder zu Dialogen eingeladen, diverse Male sogar nach Dublin in unser HQ – ohne Erfolg. Wichtig für uns ist daher, dass wir unsere

Positionen eindeutig formuliert haben und die Menschen darüber informieren, dass sie Facebook so nutzen können, wie sie es möchten, und ihre Daten selbst jederzeit

kontrollieren können. Das ist unser Verständnis von Datenkompetenz. Wir halten es für falsch, ständig Boykotte oder Verbote zu fordern, wie es beispielsweise der Datenschutzbeauftragte in Schleswig-Holstein regelmäßig tut. Es geht vielmehr darum, Menschen zu helfen und sie darüber zu informieren, wie sie ihre Daten richtig schützen können. So machen dies heute die meisten der Landesdatenschutzbeauftragten. Dies unterstützen wir. Denn gemeinsam müssen wir den Menschen helfen, kompetent in Bezug auf Selbstschutz zu sein.



Illustrationen: Katja Saar

Die europäische Stadt – Wege zur Nachhaltigkeit

Städtische Dichte als Innovationshub

Von Alexandra Quint und Dr. Oliver Parodi

Die Städte Europas zeigen sich heute mehr denn je in einer Vielfalt der Erscheinungsformen und strukturellen Transformation: globale Stadt, schrumpfende Stadt, Stadt der kurzen Wege, neoliberale Stadt, Netzstadt – die Auflistung ließe sich beliebig fortführen. Vor dem Hintergrund von Klimawandel, Ressourcenknappheit, Schuldenlast der öffentlichen Haushalte, sozialer Ungleichheit und vielen weiteren gegenwärtigen Herausforderungen ist allen Ausprägungen des Städtischen das Erfordernis gemein, ihre nachhaltige Entwicklung voranzutreiben. Denn in einem solchen gesamtgesellschaftlichen Wandel hin zu einer zukunftsfähigen Lebensweise spielen Städte eine bedeutende Rolle. Städte sind Verursacher wie Austragungsort der genannten Herausforderungen und bieten zugleich optimale Bedingungen zum Entwickeln von Lösungsstrategien.

Die Attraktivität des Urbanen

Nach Jahrzehnten der Suburbanisierung, der ressourcenfressenden Zersiedlung des Rau-

mes, beobachtet die Stadtforschung seit den neunziger Jahren einen immer deutlicher werdenden Trend in den Städten Europas. Wenngleich das Wachstum Suburbias abgeschwächt anhält und der Entwicklungstrend räumlich selektiv verläuft, erfahren einige Kernstädte wieder Wachstum an Bevölkerung und Arbeitsplätzen sowie eine neue Lebendigkeit. Die städtische Bevölkerung schätzt die neue Attraktivität des Urbanen: kulturelle Angebote, kurze Wege, eine gute medizinische Versorgung, ansprechende innerstädtische Wohnlagen, attraktive Arbeitsplätze und ein lebendiges öffentliches Leben. Urbanität wird zum Lebensstil. Der Architekt und Stadtforscher Klaus Brake benennt „stadtbildende Kräfte“, die die sogenannte Reurbanisierung im mitteleuropäischen Raum vorantreiben. Zu diesen zählen wissensintensive Ökonomien als Ergebnis unserer heutigen Wissensgesellschaft, die im globalisierten System auf den Standortvorteil „Urbanität“ angewiesen sind, und die Auflösung von herkömmlichen



Arbeits- und Lebensverhältnissen im Zusammenwirken mit der Emanzipation der Frau.

Die Stadt erfindet sich gegenwärtig neu. Sie wächst wieder, wird dichter. Den Trend der gegenwärtigen Reurbanisierung gilt es als großes Potential für eine nachhaltige Raumentwicklung in Europa im Allgemeinen und europäischer Städte im Besonderen zu nutzen. Urbanität als Lebensstil kann nachhaltig sein. Er bedeutet durch Verdichtung eine verringerte Inanspruchnahme der Ressource Boden. Er ermöglicht neue, CO₂-neutrale Mobilität durch kurze Wege. Er bietet Optionen zur konzentrierten Ver- und Entsorgung in regionalen Kreisläufen. Zentrale Fragen sind an das Potential Reurbanisierung gekoppelt – beispielsweise: Wie kann bezahlbarer Wohnraum für alle geschaffen und gesichert werden? Mit welchen Strategien und Instrumenten kann der Verdrängung der ärmeren Bevölkerung an die Ränder der Städte begegnet werden? Wie kann die gerechte

Verteilung der verbleibenden innerstädtischen Freiräume ermöglicht werden? Wie kann die Nachverdichtung urbaner Quartiere für die Stadtgesellschaft von heute und morgen gelingen und dazu beitragen, Monos-

strukturen zu lebenswerten Stadträumen weiterzuentwickeln? Und schließlich: Wie können Versorgung und Lebensqualität in Abwanderungsregionen im angemessenen Maße gewährleistet werden?

Die bürgerschaftliche Stadt

Der Wunsch der Zivilgesellschaft, Stadt mitzugestalten, ist spürbar und unübersehbar. Bürgerinnen und Bürger nehmen die Dinge zunehmend selbst in die Hand, wollen mitentscheiden, wenn es um ihre Stadt geht. Beispiele wie Stuttgart 21 und der jüngst aus der Bürgerschaft heraus errungene Volksentscheid zur Zukunft des Tempelhofer Feldes in Berlin belegen dies ebenso wie die Vielzahl an gut organisierten Bürgergruppen. Es handelt sich um ein Engagement, das auf Misstrauen gegenüber etablierten staatlichen Institutionen beruht, die mit reduzierten Steuerungsmöglichkeiten und eingeschränkten finanziellen Mitteln konfrontiert sind. Der Ruf nach lokaler Demokratie wird lauter. Und er wird zunehmend gehört.

Das aktive Engagement der Bürgerschaft stellt ein ebenso großes Potential für die nachhaltige Entwicklung europäischer Städte dar wie der gegenwärtige Reurbanisierungs-

trend. Aktives Mitgestalten der breiten Bevölkerung fördert nicht nur die Akzeptanz von Entwicklungsvorhaben. Es dient darüber hinaus der Etablierung einer Kultur der Nachhaltigkeit in den Köpfen der Menschen und beflügelt den Bewusstseinswandel.

Städte als Orte sozialer und technischer Innovationen

Die Beteiligung der Bürgerschaft an der Stadtgestaltung ist jedoch mit Herausforderungen verbunden. Zentral dabei ist, die gesamte Breite der Bevölkerung bestmöglich „mitzunehmen“, denn Mitgestaltung an Stadtentwicklungsprozessen darf keine Frage des Bildungsniveaus, des Alters und kultureller wie sozialer Kompetenzen sein. Gleichzeitig ist Stadtentwicklung ein komplexer Prozess, ein stetes Ringen von Akteuren mit unterschiedlichen Interessenlagen und Handlungslogiken im Kontext politischer, rechtlicher, gesellschaftlicher und monetärer Rahmenbedingungen. In Beteiligungsprozessen gilt es, Transparenz zu schaffen, indem Realitäten von involvierten Planern und Entwicklern deutlich gemacht werden. Wird dann Kreativität Raum gegeben, kann das Generieren innovativer Lösungswege für Problemlagen durch das Bündeln von Energien gelingen.

Städte mit ihren ausgeprägten technischen, wissenschaftlichen und gesellschaftlichen



Infrastrukturen, Interkulturalität und Netzwerken sind Schmelztiegel sozialer und technischer Innovationen. Sie sind kreative Experimentierräume für zukunftsweisende urbane Lebensweisen. Nicht zuletzt als Orte wirtschaftlich und politisch weitreichender Entscheidungen bieten Städte optimale Voraussetzungen, um sich den Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung zu widmen. Kurze Wege zwischen wissenschaftlicher und privatwirtschaftlicher Entwicklung sowie die Nähe zu Finanzkapital und staatlicher Entscheidungshoheit befördern technologische Innovationen im Urbanen. Selbst die räumliche „Entzerrung“ durch die modernen Informations- und Kommunikationstechnologien im globalisierten Zeitalter konnten die städtische Dichte als Innovationshub nicht entwerten.

Mehr als nur neue Technologien

Technologischen Innovationen wie E-Mobilität, Ambient Assisted Living (Assistenzsysteme für selbstbestimmtes Leben im Alter) oder energieeffiziente und ressourcenschonende Bauweisen insbesondere im Kontext des Smart-City-Ansatzes wird vielfach große Bedeutung für die nachhaltige Entwicklung von Städten beigemessen. Für eine nachhaltige Entwicklung braucht es jedoch mehr als nur neue Technologien. Vielmehr müssen diese eingebettet sein in einen gesamtgesellschaft-



SIR VIVAL, Rüdiger Nehberg will das Recht der Frauen auf körperliche Unversehrtheit mit der Kraft und Ethik des Islam stärken.
www.target-nehberg.de

„Ich gestalte
Zukunft!“

SIE AUCH? Dann ist **forum** Nachhaltig Wirtschaften Ihr Magazin: 4x im Jahr alles Wichtige über verantwortungsvolles Unternehmertum und spannende Geschichten über Weltveränderer wie Rüdiger Nehberg.

Jetzt
2 Ausgaben kostenlos
im Probe-Abo testen!
WWW.FORUM-CSR.NET/ABO



Forum
Nachhaltig Wirtschaften



Jetzt für 7,50 EUR am Kiosk oder unter
www.forum-csr.net/magazin. Auch als e-Magazin oder PDF.
Tel.: +49 (0)89 / 74 66 11- 0 | Mail: abo@forum-csr.net



lichen Wandel, einhergehend mit einem veränderten Bewusstsein für unsere Umwelt, Mitwelt und Nachwelt. Geschieht dies nicht, pflanzt sich unsere nicht nachhaltige Lebensweise auch im technischen Tun fort. Auch hier können Städte als Seismographen technischer Implikationen und mehr noch als Lernorte und gesellschaftliche Reallabore dienen, an denen aktiv soziale und technische Innovationen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung zusammengeführt, erprobt und geübt werden (so beispielsweise im Projekt Quartier Zukunft – Labor Stadt: www.quartierzukunft.de). Hierbei gilt es, die Qualitäten gewachsener europäischer Städte zu erhalten und, darauf aufbauend, neue Lebensqualitäten zu entdecken und zu erschließen.

Viele Wege zu einer nachhaltigen Stadt

Letztlich kann der Weg hin zur nachhaltigen Entwicklung europäischer Städte nur ein individueller sein, der die lokalen Gegebenheiten, Problemlagen und Entwicklungszusammenhänge berücksichtigt. Neben globalen und gesamtgesellschaftlichen Trends beeinflussen spezifische lokale Gegebenheiten, historisches Erbe, urbanistische Leitbilder und unterschiedliche Interessenlagen von Akteuren diese Entwicklungsprozesse. Urbane Räume sind immer Ausdruck lokaler und zeittypischer Umstände und Sichtweisen.

Kontrastierende stadträumliche und strukturelle Entwicklungen liegen oftmals unmittelbar nebeneinander, überlagern sich. Die Stadtforscher Dieter Läßle, Ulrich Mückenberger und Jürgen Obenbrügge sprechen in diesem Zusammenhang von „einer prinzipiellen Unbestimmtheit und Kontingenz städtischer Entwicklungen“, mit der wir gegenwärtig konfrontiert sind und in Zukunft sein werden. Diese Unbestimmtheit und die damit verbundene Vielschichtigkeit von Stadtentwicklungsprozessen hinterlassen zum einen das Unbehagen über das Ungewisse, bieten aber zum anderen Möglichkeitsräume für eine Vielfalt an Ansätzen für eine nachhaltige Entwicklung. Aus einer kontextuellen Verschiedenheit kommend, führen viele Wege zu einer nachhaltigen Stadt, sie unterscheiden sich in thematischer Fokussierung und Geschwindigkeit mitunter enorm. Gemein ist ihnen allen der Versuch des guten städtischen Lebens – im Gewahrsein unserer Umwelt, Mitwelt und Nachwelt.

Alexandra Quint und Oliver Parodi sind am Karlsruher Institut für Technologie in der transformativen und transdisziplinären Stadt- und Nachhaltigkeitsforschung tätig.



House of IT



FASZINATION 3D-DRUCK

Hype oder Realität

5. Juni 2014, Fraunhofer IGD, Darmstadt

Von nützlich bis überflüssig, der 3D-Drucker produziert es. 3D-Drucker stehen zukünftig in jedem Bastelkeller und bald wird jeder von der heimischen Werkbank aus Unikate oder Kleinserien drucken – so die Theorie. Bereits in den achtziger Jahren gab es erste Geräte, die Stücke aus Kunststoff drucken konnten. Sie wurden vornehmlich verwendet, um Modelle für den Flugzeug- oder Automobilbau herzustellen. Heute ist die Technologie wesentlich weiter: In Ingenieur- und Architekturbüros, bei Designern und Konstrukteuren sowie in vielen Sparten der Industrie nehmen 3D-Drucker einen immer wichtigeren Platz ein.

Im Rahmen der Kompass-Reihe lädt Sie das F.A.Z.-Institut gemeinsam mit dem House of IT am 5. Juni 2014 herzlich nach Darmstadt in das Fraunhofer-Institut für Graphische Datenverarbeitung ein. Tauchen Sie mit Experten des Fraunhofer IGD, der TU Darmstadt sowie der Festo AG & Co KG ein in die Faszination 3D-Druck und erleben Sie einen 3D-Drucker bei der Live-Produktion.

Anmeldung und weitere Informationen zu der kostenfreien Veranstaltung erhalten Sie unter:

www.kompass-projekt.de

Mitwirkende

FESTO

 **Fraunhofer**
IGD

 **TECHNISCHE**
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Eine Initiative von:



F.A.Z.-INSTITUT

INNOVATIONSPROJEKTE

Kofinanziert durch:



Nachhaltigkeit – kein Widerspruch zu Wirtschaftlichkeit

Grün ist mehr als ein Trend / Europas größter Umwelt- und Wirtschaftspreis

Von Julia Busch

Die GreenTec Awards sind eine Initiative für eine bessere öffentliche Wahrnehmung von Umwelttechnologien und Umweltengagement. Seit 2008 ehren die GreenTec Awards jährlich Pioniere, die mit ihren innovativen grünen Produkten, Projekten und Technologien auf dem Weg in eine umweltbewusste Zukunft einen Schritt vorangehen und einen Beitrag dazu leisten, Umwelt und Ressourcen zu schonen und Schadstoffe zu reduzieren. Mit der Unterstützung großer Medienpartner wie ProSieben, Wirtschaftswoche oder Verantwortung Zukunft wird das Thema Umweltschutz an die breite Bevölkerung herangetragen und aufgezeigt, dass Nachhaltigkeit keinesfalls im Widerspruch zu Wirtschaftlichkeit steht.

Interdisziplinäre Kompetenz in der 60-köpfigen Jury

Inhaltlicher Absender der GreenTec Awards ist eine 60-köpfige, interdisziplinäre Jury, die sich sowohl aus namhaften Vertretern aus Wirtschaft und Wissenschaft als auch

bekanntem Multiplikatoren aus der Unterhaltungs- und Medienbranche zusammensetzt. In einem mehrstufigen Wettbewerbsprozess, der vom TÜV Nord begleitet und zertifiziert wird, werden die Nominierten ermittelt. Die finale Entscheidung fiel in der Jurysitzung, die in diesem Jahr im Februar 2014 im Hotel Regent Berlin stattfand, wo alle Mitglieder zusammenkamen, um über die Preisträger zu diskutieren und abzustimmen.

Unterstützung durch namhafte Sponsoren

Die GreenTec Awards werden bis heute von den zwei deutschen Ingenieuren Sven Krüger und Marco Voigt veranstaltet und allein durch die Unterstützung namhafter Unternehmen ermöglicht. Die Unabhängigkeit von Politik, Stiftungen, Verbänden oder einzelnen Unternehmen macht die Awards einzigartig. Die offiziellen Sponsoren 50Hertz, Airbus Group, Climate-KIC, Ecover, Käfer Feinkost, NH Hotel Group, NOW,

Porsche, Tetra Pak, TÜV Nord, Varta Micro Group und WIL0 zeichnen sich durch ihr Engagement in den Bereichen Corporate Sustainability und Corporate Social Responsibility aus.

Dr. Markus Beukenberg, Chief Technical Officer bei WIL0 und Jurymitglied bei den GreenTec Awards, erklärt den Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit in Unternehmen und das Engagement von WIL0 bei den GreenTec Awards:

„Das Unternehmen WIL0 fühlt sich seit jeher dem Umweltschutz und der Energieeffizienz verpflichtet; unser Engagement reicht also historisch gesehen sehr weit zurück. Stärker als je zuvor gilt es heute, mit einem guten Beispiel voranzugehen und sowohl im beruflichen als auch im privaten Bereich eine umweltbewusste Lebensweise vorzuleben. Aus diesem Grund ist unser Engagement als Sponsor der GreenTec Awards eine natürliche und logische Konsequenz.“

Die Preisverleihung: Glamourös und grün zugleich – hier geht es um Lösungen

Den Höhepunkt der GreenTec Awards bildet die glamouröse Gala, die einmal im Jahr in Anwesenheit von mehr als 1.000 geladenen Gästen stattfindet und so klimafreundlich wie möglich durchgeführt wird. Die Veranstaltung ist auch bekannt als „Deutschlands grüner Teppich“, denn statt auf dem üblichen roten Teppich werden die Gäste auf einem aus Meeresmüll recycelten grünen Teppich empfangen. Dem Anlass entsprechend werden die Gäste mit dem Porsche Panamera S E-Hybrid am grünen Teppich elektrisch vorgefahren. Die namhaften Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft und Unterhaltung sowie rund 100 Journalisten und Medienvertreter erleben die Vergabe der begehrten Umweltpreise. Darüber hinaus präsentieren mehr als 30 namhafte Unternehmen ihre nachhaltigen Technologien und Produkte in der begleitenden Ausstellung. Von innovativer Hightech bis Bioschokolade eint die Aussteller ihr Engagement für eine



Die Initiatoren der GreenTec Awards (v.l.n.r.) mit Sven Krüger (Initiator GreenTec Awards), Peter Altmaier (Chef des Bundeskanzleramtes und Bundesminister für besondere Aufgaben), Marco Voigt (Initiator GreenTec Awards) // Preisträger 2014: Alle Preisträger der GreenTec Awards 2014 auf der Bühne // Umwelttechnologien in der Ausstellung (v.l.n.r.).

Folgende Projekte wurden 2014 mit den GreenTec Awards ausgezeichnet:

// **Automobilität:** Rubin – Aufbruch zur Industrialisierung von Naturkautschuk aus Löwenzahn // Continental Reifen Deutschland GmbH // www.continental-corporation.com // **Bauen & Wohnen:** Carbon Concrete Composite (C3) // TU Dresden, Institut für Massivbau // www.tu-dresden.de // **Energie:** Batteriepark zur technischen und wirtschaftlichen Integration von Wind- und Sonnenstrom // Younicos AG // www.yunicos.com // **Kommunikation:** Strom 09 – Volle Pulle Zukunft mit dem BVB // LichtBlick SE // www.strom09.de // **Lifestyle:** Bio-Natur-Strohhalme // Bio-Strohhalme.com // www.bio-strohhalme.com // **Luftfahrt:** E-PORT AN – Elektromobilität am Flughafen Frankfurt // Lufthansa Group, Fraport AG, Land Hessen, Modellregion Elektromobilität Rhein-Main // www.e-port-an.de // **Produktion:** Fabrik der Zukunft – Intelligente Verknüpfung von Produktion & Gebäude // Weidmüller Interface GmbH & Co. KG // www.weidmueller.de // **Recycling & Ressourcen:** Verbundmaterialien auftrennen mit Mikroemulsion // Saperatec GmbH // www.saperatec.de // **Wasser & Abwasser:** Stromspar-Kleinkläranlage PUROO // ATB Umwelttechnologien GmbH // www.atbnet.eu

Sonderpreise:

// **Galileo Wissenspreis:** Balkonbienen – ein urbanes Zuhause für Bienenvölker // www.balkonbienen.de // **IFAT Environmental Leadership Award:** Club of Rome // www.clubofrome.org // **intelligent urbanization:** Energieeffiziente Nutzung von Abwärme im Fernwärmenetz von Anshan // Danfoss // www.danfoss.com // **Music:** Schiller // www.musik.schillerserver.de // **Start-up:** akvoFloat – ermöglicht eine nachhaltigere und wirtschaftlichere Entsalzung // akvolution GmbH // www.akvolution.de // **WWF:** Stadtbiene 2.0 // O'pflanz is! e.V. // www.o-pflanzt-is.de

umweltfreundliche und ressourcenschonende Produktion.

Die GreenTec Awards 2014 als Auftaktveranstaltung der IFAT, Weltleitmesse für Umwelttechnologien

Die diesjährige Preisverleihung fand am 4. Mai 2014 erstmalig in Kooperation mit der Messe München im Internationalen Congress Center München (ICM) statt und fungierte als Auftaktveranstaltung für die weltweit größte Umwelttechnologiemesse IFAT. Bundesminister Peter Altmaier, Chef des Bundeskanzleramtes im Kabinett Merkel III, hielt zum zweiten Mal in Folge eine bewegende Begrüßungsrede, und der Umweltaktivist David Mayer de Rothschild zeigte zusammen mit Dr. Heike Schiffler von Tetra Pak auf, wie wichtig heute Engagement für eine nachhaltige Zukunft ist.

Für den Wettbewerb 2014 wurden über 200 Projekte eingereicht, darunter befanden sich

erstmalig auch 15 Prozent internationale Beiträge aus Europa, den USA und Asien. Die GreenTec Awards haben in den vergangenen Jahren stetig an Bedeutung gewonnen und haben es sich zum Ziel gesetzt, der weltweit wichtigste Umweltpreis zu werden. Mit mehr als 130 Partnern stehen die Zeichen weiterhin auf Wachstum.

Für die Veranstaltung des kommenden Wettbewerbs wird Deutschlands grüner Teppich im Mai 2015 erneut in Berlin ausgerollt. Unter dem Motto „Grüner, smarter, nachhaltiger“ werden die besten Umwelttechnologien des Jahres ausgezeichnet und für Gäste und die Öffentlichkeit erlebbar gemacht.

Julia Busch ist Onlineredakteurin bei den GreenTec Awards.

Lorbeeren für die Pioniere

Warum vor allem große Unternehmen ihr nachhaltiges Handeln durchleuchten, prüfen und beurteilen lassen / Der weltweite Standard AA 1000 beginnt sich erst langsam in Deutschland durchzusetzen

Prüfbescheinigung“ steht in großen Lettern über einem Dokument, das die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PwC am 24. Mai 2013 an die Deutsche Telekom übermittelte. Darin informieren die Prüfer die Öffentlichkeit darüber, dass sie die Telekom regelrecht auf den Kopf gestellt haben. Es wurden Management und Mitarbeiter befragt, interne Dokumente geprüft, Stakeholder-Aktivitäten gesichtet, Projekte nachvollzogen, Standorte besucht sowie

Verträge, Rechnungen und Berichte von externen Dienstleistern beurteilt.

Das alles im Kern für einen branchentypisch verschachtelten Satz am Ende des Dokuments: „Auf der Grundlage unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer gewissen Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die von der Gesellschaft eingerichteten Systeme und Prozesse in allen wesentlichen Belangen nicht dazu geeignet sind, die AA1000-Prinzipien ‚Inclusivity‘, ‚Materiality‘ und ‚Responsiveness‘ zu beachten.“

Doch der Satz scheint René Obermann, bis Ende 2013 CEO des Konzerns, wichtig zu sein. Persönlich schreibt er stolz in einem Begleitwort: „Die Deutsche Telekom bekennt sich zu ihrer gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung. Seit Jahren legen wir deshalb unsere ‚Corporate

Responsibility‘-Aktivitäten offen – umfassend und transparent.“

Auch andere – vor allem börsennotierte Großunternehmen – haben in den vergangenen Jahren das Instrument AA 1000 entdeckt und genutzt. So findet sich ein ähnlicher Satz im letzten Prüfbericht für die RWE, den PwC am 20. März 2013 formuliert und nach Essen geschickt hat. Man sei nach ausführlicher Prüfung zu dem Ergebnis gekommen, dass der Energieversorger seine Hausaufgaben in Bezug auf den Prüfungsstandard AA 1000 erfüllt habe. In Bezug auf die Prinzipien könne man unter anderem festhalten:

// Interne und externe Stakeholder würden im Rahmen unterschiedlicher Dialogformate in die Diskussion aktueller Themen einbezogen.

// Überregionale Stakeholderdialoge würden auf Konzernebene durch das zentrale CR-Management und die verantwortlichen Fachabteilungen, regionale Stakeholderdia-

loge durch die operativen Konzerngesellschaften organisiert und gesteuert. Gemäß den intern eingeführten Regeln der Zusammenarbeit erfolge eine Koordination durch das zentrale CR-Management, wenn konzernübergreifende Sachverhalte vorliegen.

// Zwischen den verantwortlichen Fachabteilungen und dem zentralen CR-Management sei ein regelmäßiger Austausch etabliert.

// Zur weiteren Vertiefung der Zusammenarbeit wesentlicher Konzerngesellschaften, insbesondere zur transparenten Einbeziehung von Stakeholdern, sei ein Workstream „Stakeholder-Management“ aufgesetzt worden.

// Im Rahmen des sogenannten Themenrads würden die Anliegen und Erwartungen der Stakeholder aufgenommen und bewertet.

// Die Ergebnisse dieser Analyse fließen systematisch – inhaltlich und strukturell – in das CR-Management, in einzelne CR-Projekte und in die CR-Berichterstattung ein.



// Die Kommunikation mit wesentlichen Stakeholdern erfolge umfassend über verschiedene Kommunikationswege und sei thematisch ausgewogen.

Wenn große Unternehmen einen solchen Aufwand betreiben und kostspielige Bescheinigungen bei den großen Prüfungsgesellschaften einholen, dann muss es triftige Gründe geben.

Die Beratungsgesellschaft KPMG, wie ihre großen Mitbewerber seit einigen Jahren ebenfalls mit eigenen Units auf diesem Feld aktiv, beschreibt die Vorteile: Eine freiwillige Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten stärke die Unternehmenskommunikation, denn sie

// wirke sich positiv auf die Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitsberichten aus,

// erhöhe grundsätzlich die Verlässlichkeit der Berichtsangaben,

// verbessere die Kommunikation der Gesellschaft mit externen Stakeholdern und

// erlaube eine unabhängige und dokumentierte Verifizierung der Performance.

Darüber hinaus zeige sich, dass sich die Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten auch unternehmensintern positiv auswirken könne, denn sie

// schaffe Aufmerksamkeit innerhalb des Unternehmens für die Bedeutung von Nachhaltigkeit sowie für das Management von Nachhaltigkeitsthemen und erhöhe die unternehmensinterne Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsstrategie,

// führe zu einer verbesserten Integration von sozialen und umweltrelevanten Belangen in die internen Abläufe, die Entscheidungsfindung und die Geschäftspolitik basierend auf Erkenntnissen und Empfehlungen im Rahmen der Prüfung und

// erhöhe die Qualität, Effizienz und Effektivität von Berichts- und Überwachungssystemen für Nachhaltigkeitsinformationen, die häufig noch nicht so ausgereift sind wie entsprechende Systeme und Prozesse der Finanzberichterstattung.

Es ist kein Zufall, dass die Prüfer abschließend mit dem Begriff Finanzberichterstattung operieren. Denn hier wird ein weiterer Grund angesprochen, warum die Entwicklung von Prüfverfahren für eine nachhaltige Unternehmensführung in den vergangenen Jahren so stark forciert wurde.

„Schon heute machen nicht-finanzielle Aspekte, also ökologische und soziale Informationen sowie Prinzipien der Unternehmensführung einen beträchtlichen Teil des Unternehmenswertes aus. Investoren und Analysten großer Assetmanagementhäuser honorieren die Offenlegung der sogenannten En-





Environment-Social-Governance-Kriterien und fragen diese zunehmend von sich aus nach", berichtete kürzlich Kristina Jeromin von der Deutschen Börse in diesem Magazin. Damit wachse die Überzeugung, dass relevante ESG-Aspekte in eine zeitgemäße Kapitalmarktcommunication gehören und erst eine ganzheitliche Berichterstattung eine verlässliche Bewertung des Chancen-Risiko-Profiles eines Unternehmens ermöglichen.

Nachhaltige Unternehmensführung und eine glaubwürdige Berichterstattung ist zum Investmentthema und damit zu einem wichtigen Teil der Überlebensstrategie geworden. Doch was genau verbirgt sich eigentlich hinter dem Kürzel AA 1000, das zunehmend in die Sprache der CSR-Community Einzug gehalten hat? Und für wen ist diese Ziffer überhaupt relevant?

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales definiert den Begriff in seinem Glossar zu „CSR Made in Germany“ so: „AA1000 beschreibt eine Serie von Standards zur Verankerung von Nachhaltigkeit in Organisationen. AA1000 wurde im Jahre 1999 von der Non-

Profit-Organisation

AccountAbility entwickelt. Zum Beispiel enthält der AA1000 Assurance Standard Leitsätze für die Verifizierung von Nachhaltigkeitsberichten. Der AA1000 Standard for Stakeholder Engagement wiederum gibt Hilfestellung bei der Einbeziehung relevanter Stakeholder in den organisationsweiten Nachhaltigkeitsprozess."

Die Seite „FAIRantwortlich handeln“ der vom BMZ (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) geförderten Organisation EarthLink e.V. erläutert: „Sie ist weltweit und auf alle Branchen anwendbar. Sie ist darauf ausgerichtet, Unternehmen darin zu unterstützen, Indikatoren und Ziele bezüglich ihrer gesellschaftlichen Auswirkungen festzulegen, die Fortschritte zu messen und über sie zu berichten.“

Zentrales Charakteristikum der AA-1000-Standards ist die Einbeziehung der relevanten Stakeholder in allen Phasen des Prozesses. Sie

können sowohl komplementär zu anderen Berichterstattungsinstrumenten (z.B. den Global Reporting Initiative Guidelines) wie auch als eigenständiges System angewandt werden.

Die AA-1000-Standards sind dabei prozessorientiert, das heißt, es werden keine inhaltlichen Vorgaben in Form von Anforderungen gesetzt, sondern Prinzipien und Prozesse definiert. Die AA-1000-Standards basieren auf den drei Prinzipien „Inclusivity“, „Materiality“ und „Responsiveness“, also der umfassenden Einbeziehung aller Stakeholdergruppen in die Prozesse eines Unternehmens („Inclusivity“), der Bestimmung der Relevanz und Bedeutung eines Themas für das Unternehmen und seine Stakeholder (Materiality) und der Art und Weise der Berücksichtigung und Zusammenarbeit mit Stakeholdern (Responsiveness).

Etwas nüchterner fällt dagegen die Beurteilung dessen aus, wie stark sich deutsche Unternehmen im internationalen Vergleich bereits mit dem AA 1000 befasst haben. Dazu schreibt FairLink: „In Deutschland sind die AA-1000-Standards nur wenig verbreitet und spielen für KMUs nur eine untergeordnete Rolle.“

Diese Einschätzung wird bestätigt von Kai Michael Beckmann, der bei PwC erstmals 2009 Corporate-Responsibility-Berichte nach AA 1000 prüfte. Auf die Frage, wie groß die Bereitschaft für eine Prüfung nach AA 1000 in Deutschland ist, nennt er zwar Vorreiter in den Reihen großer Unternehmen, appellierte aber gleichzeitig dafür, sich mit größerer Offenheit mit dem Thema auseinanderzusetzen: „Der Volkswagen-Konzern und die Otto-Group haben im Jahr 2009 ihre Nachhaltigkeitsberichte von PwC Deutschland nach dem neuen Standard prüfen lassen. Ansonsten herrscht noch große Skepsis.“

Auf Seiten der Unternehmen gebe es noch eine gewisse Verunsicherung, weshalb es sinnvoll sei, sich erst einmal zu informieren und dann schrittweise vorzugehen. „Durch Vorabgespräche versuchen wir für die Anforderungen zu sensibilisieren. Wir raten jedoch bei Erstprüfungen meistens dazu, eine Prüfung mit ‚limited assurance‘, also mit begrenzter Prüfungssicherheit, zu wählen – im Gegensatz zu ‚high assurance‘, also hinreichender Prüfungssicherheit.“

Brauchen Unternehmen, die sich bereits nach anderen Standards wie ISAE 3000 haben prü-

fen lassen, überhaupt eine solche „Bescheinigung“? Beckmann gibt sich überzeugt: „Eine Prüfung nach AA 1000 bietet einen deutlichen Mehrwert gegenüber der Prüfung nach ISAE 3000: AA 1000 enthält klare Vorgaben zu Prozessen und Strukturen im Nachhaltigkeitsbereich und genießt auch deshalb größere Reputation bei Stakeholdern.“ Dass Unternehmen in den Prüfbescheinigungen Empfehlungen zum Nachhaltigkeitsmanagement und -reporting erhalten, sei ein weiterer Vorteil.

Der Blick in die Vergangenheit zeige, dass sich ein Engagement lohne, betont PWC: „Lorbeeren für die Pioniere: Vorreiter, die ihr Nachhaltigkeitsmanagement und ihre Nachhaltigkeitsberichte bereits nach dem im Jahr 2008 veröffentlichten Standard haben prüfen lassen, schnitten in Nachhaltigkeitsrankings des Jahres 2009 hervorragend ab: BP plc errang Platz 1 im SAM's Dow Jones World Index. Vodafone belegte erste Plätze bei Accountability 2008 und im CRRA-Ranking 2008. Telefónica wurde der erste Platz zuteil beim Good Company Ranking 2008.“

Gabriele Kalt

Weiterführende Informationen:



<http://www.cr-bericht.telekom.com>



<http://www.accountability.org>



<http://www.pwc.de>



<http://www.fairantwortlich-handeln.de>



<http://www.kpmg.com>



<https://www.csr-in-deutschland.de>

GUT ZU WISSEN

System für erneuerbare Energien kostet nicht mehr als ein konventionelles. Um die Diskussion um die Finanzierbarkeit der Energiewende zu versachlichen und transparenter zu gestalten, hat der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) eine Studie zum Erneuerbare-Energien-Gesetz vorgelegt. Sie kommt zu zwei zentralen Ergebnissen. Über den reinen Stromverkauf lassen sich die zukünftig notwendigen Investitionen nicht finanzieren. Und die Berechnungen bis zum Jahr 2050 zeigen, dass der Ausbau erneuerbarer Energien in Deutschland etwa genauso viel kosten wird wie der Neubau von Kohle- und Gaskraftwerken.

Steigerung der grenzübergreifenden Mobilität. Sowohl die Beschäftigungsmöglichkeiten für Arbeitnehmer als auch die Chancen für Unternehmen können durch eine Stärkung der geographischen Mobilität europäischer Arbeitnehmer verbessert werden. Die Bertelsmann Stiftung hat hierzu eine Reihe von konkreten Politikempfehlungen veröffentlicht. Dabei stützt sie sich auf die detaillierte Analyse von fünf Szenarien, die helfen sollen, Einflussfaktoren und Herausforderungen für die Arbeitskräftemobilität im Jahr 2025 zu identifizieren. (Studie: Harnessing European Labour Mobility)

Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2014. Alle Unternehmen und Kommunen des Landes können sich ab sofort um den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2014 bewerben. Prämiert werden Unternehmen, die in vorbildlicher Weise soziale und ökologische Verantwortung mit erfolgreichen Geschäftsmodellen verbinden, und Kommunen, die im Rahmen ihrer Haushaltsmöglichkeiten eine besonders nachhaltige Stadtentwicklung betreiben. Die Bewerbungsfrist endet am 6. Juni.

Bürger schaffen Wissen. Um das Potential für Mitmachprojekte in der Wissenschaft zu steigern, fördert das Bundesministerium für Bildung und Forschung eine zentrale Anlaufstelle im Internet. „Bürger schaffen Wissen“ (www.buergerschaffenwissen.de) ist die Informationsplattform für Citizen-Science-Projekte in Deutschland. Wissenschaftler können ihre Projekte einstellen, über ihre Vorhaben informieren sowie Bürgerinnen und Bürger zum Mitmachen auffordern.

Zukunftsausstellung. Die Wanderausstellung „Ideen 2020“ bietet einen multimedialen Rundgang durch die Welt von morgen. Sie zeigt, wie wir vielleicht künftig leben, wohnen, uns fortbewegen oder kommunizieren. Zu den Forschungsthemen zählen: das Internet der Zukunft, die intelligente Fabrik, das Leben in der Stadt von morgen, die intelligente Energieversorgung zum Schutz der Erde, selbstbestimmtes Leben im Alter, Medizin der Zukunft. Gezeigt wird, an welchen Lösungsvorschlägen die Forscherinnen und Forscher arbeiten. Initiator des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekts ist die Helmholtz-Gemeinschaft. www.ideen2020.de

Label-App. Eine neue Label-App ermöglicht Verbrauchern, sich künftig direkt am Einkaufsort zu informieren, was sich hinter den einzelnen Labels verbirgt, erklären die Verbraucher-Initiative e.V., das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft und das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Seit dem Jahr 2000 ist das Portal www.label-online.de die zentrale Anlaufstelle zu allen Labelfragen. Die App ermöglicht jetzt auch mobil den raschen Zugriff.

Bericht zur Treibhausgasminderung. Die international vereinbarte Obergrenze von maximal 2°C kann mit ambitionierter Klimapolitik noch eingehalten werden, heißt es in dem neuen Bericht des Weltklimarats IPCC. Eine weitere Verzögerung von anspruchsvollen Klimaschutzmaßnahmen reduziere die Zahl der technologischen Optionen und erhöhe die Kosten des Klimaschutzes. Der Bericht ist der letzte von drei Teilbänden des 5. IPCC-Sachstandsberichts. (www.bmub.bund.de/N50407)

Ethische Mindeststandards bei Autoherstellern. Mehrere große Automobilhersteller haben gemeinsame soziale und ökologische Basisstandards für die Produktion in ihren weltweiten Lieferketten vereinbart. Die Unternehmen verstehen die neuen Leitlinien als „Minimalanforderung für Geschäftsethik“. Zu den Unterzeichnern gehören die Unternehmen BMW, Daimler und Volkswagen.

FACTS & FIGURES

// Deutsche wollen Nachhaltigkeit, aber nicht zusätzlich dafür zahlen

Dezember 2013 Studie (Ipsos)

Biogemüse, Biofleisch, nachhaltig produzierte Biobaumwolle – aber bitte vom Discounter. Sechs von zehn Deutschen achten auf nachhaltig hergestellte Produkte, aber nur 35 Prozent sind bereit, auch mehr dafür zu bezahlen. Dies ergab eine international durchgeführte Studie des Marktforschungsinstituts Ipsos.

Mit der Zustimmung zu dem Entscheidungskriterium „auf nachhaltig produzierte Produkte achten“ liegt Deutschland über dem globalen Durchschnitt: Lediglich jedem zweiten Weltbürger (51 Prozent) ist dies wichtig, aber immerhin 38 Prozent sind im weltweiten Durchschnitt bereit, dafür mehr zu zahlen. Auch europaweit liegen die Deutschen mit ihrem „grünen Empfinden“ zusammen mit den Bürgern aus der Türkei an der Spitze. Allerdings ist in der Türkei die Bereitschaft, für nachhaltige Produkte auch mehr zu zahlen, mit 54 Prozent sehr viel höher als in Deutschland.

Vor allem in Deutschland zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang zwischen dem Alter und der Einstellung zur Nachhaltigkeit. Je älter die Bürger sind, umso wichtiger ist sie: Mehr als zwei Drittel der 50- bis 64-Jährigen achten auf nachhaltig produzierte Waren. Die Zahlungsbereitschaft verhält sich dagegen umgekehrt: Während 31 Prozent der Älteren auch mehr für diese Produkte zahlen würden, sind es 38 Prozent der bis 35-Jährigen.



// Großanleger bewerten Nachhaltigkeit positiv

Juni 2013 Studie (Union Investment/ Universität Stuttgart)

Die Einstellung deutscher Großanleger gegenüber Strategien für nachhaltige Investments hat sich weiter verbessert. Das ergab eine Befragung von mehr als 200 institutio-

nellen Anlegern wie Banken, Versicherungen, Unternehmen, Pensionskassen und Stiftungen mit einem verwalteten Gesamtvermögen von mehr als 1 Billion Euro. Knapp die Hälfte der Befragten (48 Prozent) gab an, aktuell Nachhaltigkeitskriterien bei der Anlageentscheidung zu berücksichtigen. Dies gilt vor allem für Stiftungen und kirchliche Anleger sowie Großunternehmen. Sie berücksichtigen Nachhaltigkeitskriterien im Vergleich zu anderen Anlagekriterien besonders stark. Kirchen und Stiftungen setzen bereits bei 74 Prozent ihres investierten Kapitals auf Nachhaltigkeitsstrategien.

Insgesamt lassen sich die Großanleger dabei häufig durch die Werte des eigenen Unternehmens leiten (86 Prozent). Aber auch Aspekte des Portfoliomanagements spielen eine wichtige Rolle. So gaben 56 Prozent der Befragten an, durch nachhaltige Strategien das Risikomanagement optimieren zu wollen. Bei den nachhaltig gemanagten Anlagen dominieren Renten mit einem Anteil von 45 Prozent, es folgen Immobilien mit 20 Prozent und Aktien mit 14 Prozent.

Bei den Investoren, die bei der Kapitalanlage keine Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigen, konnte eine leicht abnehmende Skepsis festgestellt werden. Vor allem mangelnde Vorgaben in den Anlagerichtlinien bremsen die Nachfrage dieser Gruppe, wie 54 Prozent angaben. Genährt wird ihre Skepsis im Hinblick auf Strategien nachhaltigen Investments auch durch die Furcht vor Renditenachteilen. Diese Auffassung vertraten immerhin 36 Prozent der nicht nachhaltig investierten Großanleger.

Aus Sicht aller befragten Großanleger wird vor allem eine Veränderung der regulatorischen Anforderungen und der Risikobedingungen Rückenwind für das Thema Nachhaltigkeit bringen. Insgesamt 67 Prozent messen diesen Feldern eine hohe Bedeutung für die weitere Entwicklung von nachhaltigen Investments bei. Bei ohnehin stark regulierten Investorengruppen wie Einrichtungen der betrieblichen Altersvorsorge scheinen neue Impulse nur von der Regulierungsseite kommen zu können. Hierzu bahnen sich bereits Initiativen auf EU-Ebene an. Gleichzeitig gilt

es, bestehende Informationsdefizite abzubauen.



// Nachhaltigkeit in der Konsumgüterwirtschaft. Themen, Trends und Initiativen
Studie (GS1 Germany/UNEP/Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP))

Nachhaltigkeit ist der Megatrend schlechthin. Doch welche sind die zentralen Schlüsselthemen und Handlungsfelder für nachhaltiges Wirtschaften in der deutschen Konsumgüterwirtschaft? Dieser Frage geht die vorliegende Studie nach.

Die wesentliche Erkenntnis: Produkttransparenz ist der Haupttreiber für mehr Nachhaltigkeit in der Konsumgüterwirtschaft. Zum einen stellt Produkttransparenz einen wesentlichen Baustein bzw. eine Grundvoraussetzung für faire Handelspartnerschaften und Kooperationen sowie die Förderung nachhaltiger Konsummuster dar. Zum anderen wirkt mehr Transparenz als übergeordneter Hebel bzw. Grundvoraussetzung für die nachhaltige Ausrichtung von Produktionsketten und Lebensstilen. Sind unerwünschte soziale und ökologische Auswirkungen von Produkten für jeden deutlich er-

kennbar, ermöglicht dies ein gemeinsames Nachhaltigkeitsmanagement innerhalb der Wertschöpfungskette und befähigt die Konsumenten, solche Aspekte bei ihren Kaufentscheidungen stärker zu berücksichtigen. Darüber kann die Erreichung der zentralen Ziele Klimaschutz sowie nachhaltige Ressourcen- und Landnutzung wirkungsvoll unterstützt werden.

Ganz wesentlich ist es, Produkttransparenz ganzheitlich nachhaltig zu betrachten, damit im ersten Schritt keine wichtigen Faktoren ausgeblendet werden. Im zweiten Schritt muss eine Fokussierung auf die wesentlichen Nachhaltigkeitstreiber erfolgen (positive wie negative), so dass die Erhebung von Informationen und der Austausch in der Wertschöpfungskette effizient und praktikabel gestaltet werden können.

Um ein umfassendes Meinungsbild zu erstellen, wurde eine qualitative Befragung von Experten aus Industrie, Handel, Politik, Wissenschaft, Forschung, Zivilgesellschaft und Verbraucherverbänden durchgeführt.



// Berichterstattung zu Nachhaltigkeit wird verpflichtend

Das Europäische Parlament sieht eine verpflichtende Berichterstattung in Bezug auf

nichtfinanzielle und Diversity-Informationen (Nachhaltigkeitsaspekte) vor. Die EU-Kommission sah es als notwendig an, die Transparenz der Berichterstattung über Sozial- und Umweltaspekte zu erhöhen und rechtliche Mindestanforderungen in der EU festzuschreiben. Die Umsetzung der EU-Richtlinie in deutsches Recht muss bis 2016 erfolgt sein, welches voraussichtlich erstmalig für Geschäftsjahre mit Bilanzstichtag 31.12.2017 zwingend anwendbar sein wird.

Die Richtlinie sieht vor, dass künftig EU-weit Unternehmen im öffentlichen Interesse mit mehr als 500 Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen (sogenannte Public Interest Entities) berichten müssen. Darunter fallen voraussichtlich börsennotierte Unternehmen sowie Banken, Finanzdienstleister und Versicherungen (EU-weit rund 6.000 große Unternehmen).

In den Anwendungskreis fallende Unternehmen werden künftig verpflichtet, im Lagebericht bzw. Konzernlagebericht ein gesondertes „Non-financial Statement“ abzugeben. Sie sollen Information offenlegen, die die Entwicklung, die Leistung, den Status und die Auswirkung ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten erläutern. Die betroffenen Unternehmen werden verpflichtet, relevante und wesentliche Informationen zu Grundsätzen und Strategie (Policies), Ergebnissen (Outcomes) und Risiken (Risks), zu Umweltaspekten, Sozial-

und Arbeitnehmerbelangen, zum Schutz der Menschenrechte, zu Antikorruption und Bestechung, Vielfalt (Diversity) in Unternehmensleitungs- und Aufsichtsgremien sowie relevante KPIs hierzu zu veröffentlichen. Verlangt wird eine Erklärung mit einer Begründung bei Nichtbefolgung („Report or explain“). Form und Art der Berichterstattung werden nicht explizit vorgegeben werden. Unternehmen können nationale oder internationale Leitlinien verwenden (z.B. GRI, UN Global Compact, ISO 26000, EMAS, ILO oder den Deutschen Nachhaltigkeitskodex).

Im April 2013 hat die Europäische Kommission einen Abänderungsvorschlag zu den Berichtspflichten von Unternehmen (vgl. 4. und 7. EU-Modernisierungsrichtlinie) veröffentlicht. Am 15. April stimmten das Europäische Parlament und der Ausschuss der EU-Mitgliedsstaaten dem überarbeiteten Vorschlag zu.



Die Initiatoren



In Kooperation mit

Die Strategischen Partner



Deutsche Messe



Finanzgruppe



Die Medienpartner



Weitere Kooperationen



Impressum

Verantwortliche Redakteurin
Gabriele Kalt (gk)
g.kalt@verantwortungzukunft.com

Redaktion
Sarah Bautz (sah); Christina Lynn Dier (cld)
www.verantwortungzukunft.com

Projektmanagement
Kai Praum

Verlag
F.A.Z.-Institut für Management-,
Markt- und Medieninformationen GmbH
Geschäftsführung
Volker Sach
Frankenallee 68-72
60327 Frankfurt am Main
Telefon 069 7591 1888
Telefax 069 7591 1843
info@faz-institut.de
www.faz-institut.de

Abonnement
Onlinemagazin: kostenloser Download
Jahresabonnement (print): 25,00 Euro
Einzelausgabe: 15,00 Euro
Veröffentlichung: quartalsweise
Gestaltung: Rodolfo Fischer Lückert
Titelbild: Thinkstock

Druck und Verarbeitung
Boschen Offsetdruck GmbH, Frankfurt am
Main (mit Ökofarben gedruckt auf umwelt-
freundlichem Papier, Maxi Silk IGEPa)



Haftungsausschluss
Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert
und zusammengestellt. Für die Richtigkeit
und Vollständigkeit des Inhalts von „Ver-
antwortung Zukunft – Das Magazin“ über-
nehmen Redaktion und Verlag keine Ge-
währ. Alle Rechte zur Vervielfältigung und
Verbreitung in gedruckter, digitaler oder
sonstiger Form sind dem Verlag vorbehalten.

BEWERBEN SIE SICH!

Der Internationale Deutsche PR-Preis ist die höchste und renommierteste Auszeichnung der Kommunikationsbranche im deutschsprachigen Raum. Mit der gemeinsamen Vergabe der Preise wollen die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) und das F.A.Z.-Institut Spitzenleistungen von PR-Arbeit und Kommunikationsmanagement nachhaltig fördern. Die Ausschreibung erfolgt in Zusammenarbeit mit PRVA Public Relations Verband Austria, pr suisse – dem Schweizerischen Public Relations Verband SPRV und der GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V.

Einreichungsschluss ist der 30. Juni 2014

Weitere Informationen zur Einreichung
Telefon (0 30) 80 40 97 33

www.pr-preis.de





SIEMENS

Industrien brauchen Lösungen, mit denen Stromausfälle ausfallen.

Eine verlässliche Stromversorgung ist für wirtschaftlichen Erfolg unentbehrlich.

[siemens.com/energy](https://www.siemens.com/energy)

Schon der kürzeste Stromausfall hat volkswirtschaftliche Auswirkungen. So können beispielsweise Fertigungsanlagen beschädigt oder Produktionsabläufe erheblich gestört werden. Siemens entwickelt innovative

Technologien, mit denen Stromausfälle der Vergangenheit angehören und die Stromversorgung überall auf der Welt und zum wirtschaftlichen Vorteil aller zuverlässiger wird.

Answers for energy.