

13. RESPONSIBLE LEADERSHIP CONFERENCE

Nachhaltiges Wirtschaften für alle –
Ökologie, Soziales und Ökonomie im Einklang



**Responsible
LEADERSHIP**

Es ist eine Zeit der Krisen. Eine Zeit, in der politische und gesellschaftliche Konflikte den Diskurs prägen und in der Profit als Zielbild das wirtschaftliche Handeln bestimmt. Es ist eine Zeit, in der die Auswirkungen des Klimawandels sichtbar werden und die Notwendigkeit von Maßnahmen erbarmungslos verdeutlichen. Gleichzeitig ist es eine Zeit der Ermüdung, in der die Frage nach Nachhaltigkeit nicht zuletzt aufgrund neuer Regulatoren resignierte Reaktionen hervorrufen kann. Die Herausforderungen sind groß, die Frage, wo man anfangen soll, noch größer.

Doch genau das ist die Zeit, Nachhaltigkeit gemeinsam anzugehen und Chancen sowie Möglichkeiten mehr denn je in den Vordergrund zu stellen. Was es dafür deutlich braucht: Umdenken. Ein neues Narrativ für Unternehmen, das Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit nicht als Gegensätze definiert, sondern das eine als Grundlage für das andere unabdingbar miteinander verknüpft und mit Blick auf bereits geleistete Erfolge eine langfristige Zukunftsperspektive eröffnet. Es braucht ein Narrativ, das motiviert und mitnimmt. Außerdem braucht es Unternehmen, die vorangehen, mit Ambition und Innovationen die Transformation stärken und Lösungsbeispiele liefern, die man sich gerne abschauen darf. Dass es bei allen Herausforderungen an solchen Unternehmen nicht mangelt, zeigten die rund 320 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der 13. Responsible Leadership Conference, die den Satz leben, mit dem Moderatorin Anne Chebu in die Konferenz startete: „Nachhaltigkeit soll, darf und muss Spaß machen.“

Die Krisen beim Schopf packen

Unter dem Motto „Nachhaltiges Wirtschaften für alle. Ökologie, Soziales und Ökonomie im Einklang“ eröffnete Anne Chebu gemeinsam mit Gregor Vischer, Geschäftsführer des F.A.Z. Instituts, die Responsible Leadership Conference 2024 an einem Ort, der Nachhaltigkeit widerspiegelt wie kaum ein anderer und Biodiversität zum Greifen nah macht. Das Zoogesellschaftshaus in Frankfurt bot Bühne für Inspiration und Impulse wie auch einen Ort zum gemeinsamen Weiterdiskutieren – auch nach dem inhaltlichen Programm. Gastgeber der Veranstaltung war Eventexperte und „Kämpfer für den Zoo“ Michael Balzer.

Auch für den Auftaktdreher war das Zoogesellschaftshaus ein Heimspiel: Hausherr Dr. Christof Schenck, Geschäftsführer der Zoologischen Gesellschaft Frankfurt, startete die Konferenz inhaltlich mit seiner Keynote „Naturschutz als Verantwortung: Führungsrolle im globalen Wandel“. Zu Beginn ein Call-to-Action, denn für Handlungen sei dringend Anlass geboten, so der Biologe. Besorgniserregende Zahlen verdeutlichen das: Pro Tag verschwinden 150 Arten auf der Welt, eine weitere Million ist vom Aussterben bedroht. Die Entstehung neuer Pandemien ist dabei nur eine Konsequenz des Verlustes der Artenvielfalt. Die Wertschöpfung, die die Natur leistet,



Foto oben: gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit – die rund 320 Teilnehmenden der Responsible Leadership Conference

Foto links: Dr. Christof Schenck mit einer Botschaft, die nachhaltig: „Es liegt alles in unseren Händen.“

Foto rechts: DigitalSchoolStory bietet neue Lernmethoden mit mehr Machen statt Zuhören. Zwei Schülerinnen berichten.



Verantwortung gemeinsam angehen: Nachhaltiges Wirtschaften für alle

Nachhaltigkeit ist kein Thema, das man kurzfristig denken kann. Unternehmen sind dabei mehr in der Verantwortung, ihren Teil zu einer nachhaltigeren Zukunft beizutragen, als je zuvor. Bei der 13. Responsible Leadership Conference wurde über die notwendige Haltung, Voraussetzungen, aktuelle Hürden und innovative Lösungen diskutiert.

und die Konsequenzen, wenn diese wegfällt, werden übersehen – trotz klaren wirtschaftlichen Nutzens. Dr. Schenck rechnet hoch: Wenn man Bienen Mindestlohn zahlen müsste, würde ein Glas Honig 200.000 Euro kosten. Der Geschäftsführer schaut weiter auf die Sustainable Development Goals der UN und ordnet diese neu. Notwendig für alle anderen Ziele sei zunächst die stabile Basis einer intakten Biosphäre. „Wenn Hochwasser wie in Valencia oder dem Ahratal regelmäßig auftreten, hält das kein

Land aus“, warnt Dr. Schenck mit Blick darauf, dass sich ökologische, wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Krisen gegenseitig bedingen. Doch das Positive zum Schluss: „Es liegt alles in unseren Händen.“ Was es brauche, und so fasst Dr. Schenck die Relevanz der Konferenz und Verantwortung der Teilnehmer zusammen, seien „Leader“, die vorangehen und die Transformation verantwortungsbewusst umsetzen.

Während der beiden Konferenztage wurde dieser Appell ergänzt: Durch aktu-

elle politische Entwicklungen stehen Unternehmen noch mehr in der Verantwortung, ihren Teil für eine nachhaltige Zukunft zu leisten. Diese Transformation braucht Auf- und Erklärung. Entscheider müssen Komplexität reduzieren, die Themen aktiv angehen und vor allem konsequent dranbleiben. Dies erfordert Durchhaltevermögen und Mut, den Wandel anzugehen, auch wenn der Weg noch nicht im Detail bekannt ist.

Genau solche Leader fanden während der zwei Tage der Responsible Leader-

ship Conference vor und auf der Bühne zusammen. Nachhaltigkeitsexperten und Spezialisten für ihre Branche gaben in 14 Vorträgen und Paneldiskussionen Einblicke in Best-Practice-Projekte, stellten Innovationen vor und ordneten aktuelle Entwicklungen ein. Besonderer Höhepunkt auch in diesem Jahr war die Verleihung des Sustainable Future Awards. Henkel als Unternehmen mit einer langen Nachhaltigkeitstradition konnte sich über den Award freuen. CEO Carsten Knobel und Kommunikationschef Carsten Tilger

verdeutlichten im Gespräch zur Preisverleihung: Nachhaltigkeit braucht vor allem die klare Entscheidung dafür.

Ein Schwerpunktthema der diesjährigen Veranstaltung war die Einheit von Nachhaltigkeit und Wirtschaft. Kreislaufwirtschaft greift dies beispielhaft auf und verdeutlicht die Chancen für die Wertschöpfungskette, die aus dem Einklang entstehen können. Sieben Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wurden am zweiten Tag mit dem neu ins Leben gerufenen Circularity Champion Award ausgezeichnet. Die Jury des Awards, bestehend aus Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft, allen voran Prof. Dr. René Schmidpeter, der gemeinsam mit Moderatorin Daniela Bublitz den zweiten Konferenztag moderierte, lobte die Preisträger, die durch innovative Ansätze, zirkuläres Design und eine beispielhafte Transformation ihrer Wertschöpfungskette als Pioniere der Kreislaufwirtschaft vorangehen.

Neue Welt, neue Methoden, neue Skills

Die Transformation braucht neue Lösungen, das wurde an vielen vorgestellten Innovationen während der Konferenz deutlich. Diese zu entwickeln braucht Kreativität und die entsprechenden Methoden. Beides sollte man am besten schon in der Schule lernen, plädiert Dirk Huesmann, Geschäftsführer von wirDesign, während des Panels am ersten Konferenztag. Ein Projekt, das genau hier ansetzt, ist „DigitalSchoolStory“. Nina Mühlens, Ko-Founderin und Geschäftsführerin, sprach im Rahmen der Konferenz gemeinsam mit Frank Wellstein, Schulleiter der Taunusschule Bad Camberg, und Tanja Heinisch, Lehrerin und Projektverantwortliche, sowie zwei Schülerinnen über ihre Erfahrungen mit der neuen Lernmethode. DigitalSchoolStory ändert die Rolle des Lehrers, der zum Begleiter auf Augenhöhe wird. Weg vom Frontalunterricht, hin zu Peer-Learning-Gruppen, wo alle voneinander lernen. Dabei geht es um mehr als nur Fachwissen, sondern auch Kompetenzbildung: von Teamarbeit bis hin zu persönlicher Entwicklung. Das Fazit? Herausforderungen und Skepsis zu Beginn wurden schnell angegangen und über Bord geworfen, die neue Methode kommt an. Die Erfahrungen der Schülerinnen machen außerdem deutlich, was auch für Nachhaltigkeit gilt: Selbstwirksamkeit motiviert. Wer sich einbringen kann und merkt, wo er einen Beitrag leistet und Teil der Lösung ist, ist engagierter – beim Lernen wie auch der nachhaltigen Transformation.

Und, da herrscht Konsens bei den Konferenzteilnehmern, die Notwendigkeit der Transformation ist evident. Unternehmen, die sich nicht nachhaltig aufstellen, werden nicht nur ihre „License to operate“ verlieren, sondern auch wirtschaftlich scheitern. Zwar stehen zuerst Investitionen an, doch mangeln die Nachhaltigkeit ist langfristig teurer. Jeder kann und sollte dabei seinen Beitrag leisten – ein inspirierender und aktivernder Spirit, der die Responsible Leadership Conference 2024 prägte.

Der Sustainable Future Award 2024 geht an Henkel

Mit dem Willen, Dinge positiv zu verändern, der Entschlossenheit, dies konsequent umzusetzen, und Mut in der Kommunikation konnten Henkel-CEO Carsten Knobel und Kommunikationschef Carsten Tilger mit ihrer Nachhaltigkeitspositionierung überzeugen.

Die Entscheidung über die Vergabe des diesjährigen Sustainable Future Awards fiel eindeutig: Nachhaltigkeitsvorreiter Henkel. Ausgezeichnet wurden vor Ort Vorstandsvorsitzender Carsten Knobel sowie Carsten Tilger, Head of Global Corporate Communications and Public & Governmental Affairs.

Die Vergabe des Sustainable Future Awards vom F.A.Z. Institut und von Cision Germany basiert auf einer systematischen Medienanalyse in klassischen und sozialen Medien. Betrachtet wurden dabei die größten deutschen Unternehmen. Manuela Schreckenbach, Head of Insights bei Cision, erläutert, dass neben Tonalität auch die allgemeine Medienpräsenz der ESG-Themen sowie deren



Carsten Knobel (links) und Carsten Tilger (rechts) im Gespräch mit Sven Astheimer zu dem Nachhaltigkeitsengagement hinter dem Sustainable Future Award

ner Laudatio für Beifall im Publikum und fasst den Ansatz von Henkel treffend zusammen: nicht lange reden, handeln. Der Vorjahrespreisträger betonte, dass beste Themen ohne konsequente Umsetzung wertlos seien – eine Haltung, die Knobel verkörpert. „Gutes Tun ist das eine, die Entscheidung, Gutes zu kommunizieren, ist das andere“, schloss Dr. Jobst-Hinrich Wiskow, Newsroom-Leiter der KfW, seine Laudation für den zweiten Preisträger, Carsten Tilger, an. Hinter dem ambitionierten Nachhaltigkeitsengagement stecke viel Kommunikationsarbeit, die nicht nur die Fähigkeit erfordere, die richtigen Themen zu erkennen, sondern auch den Mut, Risiken einzugehen und die Entscheidung zur Kommunikation zu treffen.

Dass über Nachhaltigkeit bei Henkel nicht nur gesprochen, sondern diese aktiv gelebt wird, wurde im anschließenden Panel, moderiert von F.A.Z.-Ressortleiter Sven Astheimer, noch einmal deutlich. So betonten die beiden Preisträger, dass hinter dem Engagement und damit auch dem Award alle rund 50.000 Mitarbeiter des Konzerns stehen. Für den Kommunikationschef mache das die Aufgabe ei-

ner authentischen Nachhaltigkeitskommunikation leicht, erläuterte Tilger und betonte, er müsse keine Themen künstlich kreieren, sondern diese gezielt identifizieren und geschickt aufbereiten. An seiner konsequenten Haltung und Umsetzung im Nachhaltigkeitsbereich will Henkel in Zukunft festhalten, unabhängig von politischen Entwicklungen: „Einfach mal krass weitermachen.“

