

Heute starte ich ein bisschen anders. Willkommen bei Voices For Future, diesmal live on stage beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis in Düsseldorf. Wir schauen auf eine Bühne, auf der seit 18 Jahren die Zukunft gefeiert wird und auf der man auch mal ins Stolpern geraten kann. Und genau hier sitzen wir heute selbst, auf derselben Bühne, auf der wir schon einmal den Preis entgegennehmen durften. Unser Gast ist Stefan Schulze-Hausmann, Initiator und Gesicht des Deutschen Nachhaltigkeitspreises. Mit ihm sprechen wir darüber, wie aus einer Idee eine der sichtbarsten Nachhaltigkeitsplattformen in Europa geworden ist, was 18 Jahre Preisgeschichte mit ihm gemacht haben und wie man weitermacht, wenn plötzlich Kritik, Medienberichte und öffentliche Debatten genau diese Plattform in Frage stellen. Rein in die neue Folge.

Stefan, nimm Platz. Schön, dass du heute da bist.

Ja, der Noel hat gerade gesagt, die KI schreibt schneller als Journalisten tippen können. Und ja, ich glaube, was uns als Medienhaus, als Funke ausmacht, ist, dass wir immer noch am Ende den Menschen haben, der schaut, ob alles richtig ist. Und kein Artikel geht bei uns raus, ohne dass ein Mensch noch mal drüber geschaut hat.

Und das richtige Leben passiert ja drumherum und deswegen bin ich sehr, sehr stolz, dass du heute mit mir auf der Bühne bist. Man kennt dich ja als Initiator des Deutschen Nachhaltigkeitspreises, aber du hast ja ein bewegtes Leben davor. Du warst ja beim ZDF und hast ganz viele unterschiedliche Formate gemacht, von seriösen Interviews mit Politikern über Pep, was ein bisschen manchmal schräg war. Und als ich mich vorbereitet habe, habe ich gedacht, warum bist du nicht der jüngere Thomas Gottschalk geworden? Und du hast das hier gemacht.

Das ist eine ganz freundliche Frage. Die Älteren werden sich erinnern. Ich habe beim ZDF angefangen in den 80er Jahren. Das war die große Zeit des ZDF. Da gab es noch kein RTL, da gab es noch keine privaten und da war der Leichenberg einfach unbestritten.

Zumindest im Unterhaltungsbereich der König. Die ARD hatte Rudi Carell, da war nicht so ganz furchtbar viel los. und im ZDF hatte man dann eben Günther Jauch und Gottschalk und es war ein voll besetztes Haus mit Moderatoren. Ich habe mich damals beworben als Moderator, ich war Mitte 20, hatte keine genaue Ahnung, was das sein könnte, so richtig Fernsehmoderation. Ich war in einem Ferienclub, stand da auf der Bühne und habe gedacht, Mensch, man könnte eigentlich auch im Fernsehen moderieren und habe das dann versucht. Ich habe in der Zeit Jura studiert und hatte dann mein Examen gemacht, mein erstes und mich beim ZDF beworben. Kam in die Unterhaltung und da saß der damals berühmte Unterhaltungschef Wolfgang Penck und sagte, „wat denn, wat denn, ick hab doch so viele Moderatoren, wa?“, echter Berliner, der hatte sie alle erfunden, der hatte Traumschiff erfunden, der hatte all die Sachen erfunden und Gottschalk entdeckt und alles, der hatte alles, der wusste alles. Also ich war in dem Raum, da hing eine goldene Kamera an den Wänden und Fotos mit

berühmten Gesichtern. Ich fühlte mich klein und hässlich und dachte, mein Gott, dann hat er wohl recht, der Mann. Da bin ich zu 3sat gekommen und habe dort lange moderieren dürfen, 30 Jahre.

Und ja, dieses Format ist ja große Gala, Kongress und hat ja auch Sendequalität. Ja, wieso hast du gesagt, ich kehre dem ZDF und seinen ganzen Shows den Rücken und ich mache jetzt das?

Also den ZDF-Shows habe ich den Rücken gekehrt kehren müssen. Also man wollte mich als Moderator da nicht haben, das verstehe ich auch. Aber bei 3sat bekam ich Chancen und habe sehr viel moderieren dürfen dort. In den 90ern fast alle Sendereihen, die 3sat brachte, unter anderem eine Autosendung, später eine Wissenschaftssendung, die „Nano“ hieß, und viele andere Formate, unter anderem auch den Deutschen Umweltpreis, der mich auf den Gedanken des Nachhaltigkeitspreises brachte. Da ist eigentlich die Brücke. Insofern ist das kein Rückenkehren gewesen, sondern ein Übergang zum Nachhaltigkeitspreis.

Und ich habe einiges von dem, was ich so in meinem Beruf gelernt hatte, anwenden können. Beim Nachhaltigkeitspreis unter anderem eben Veranstaltungsproduktion. Und ich habe immer geschaut auf so große Preisverleihungsformate, die mir technisch imponierten, die mir von ihrer Emotionalität imponierten. **Und ich habe mich damals gefragt, könnte man nicht ein Thema wie Nachhaltigkeit, zumindest wenn es um Wertschätzung geht, wenn es um die Preisverleihung geht, wenn es um das Finale eines arbeitsreichen Jahres geht, kann man die nicht aufladen mit dem, was so eine Preisverleihung wie Bambi, damals Goldene Kamera und dergleichen, attraktiv macht.** Nämlich ein schöner Rahmen und ein wertschätzender Moment für die Preisträger. Und das war damals gegen den Wind. Wir wurden viel, viel angefeindet bis heute.

Ach, echt? Damals noch.

Natürlich.

Damals, als wir anfangen, 2008, war die, die im Grunde eine Zeit, die geprägt war von Bashing. Unternehmen, die nicht das taten, was sich Andersdenkende gewünscht haben, wurden aufs Schwerste gebasht. In jeder Form. Das hat bis heute ja nicht ganz aufgehört, aber es war damals nach meinem Gefühl stärker. Und wir kamen dann daher und sagten, wir wollen Unternehmen, die was Gutes machen, die das richtig machen, die es beherzt machen, die Verantwortung übernehmen, die wollen wir wertschätzen.

Die Gegenseite sagte, ein Moment, das müssen die doch, das ist doch deren Pflicht, das ist deren Aufgabe, dafür können die doch nicht extra noch einen Preis kriegen. Und wir haben dann gesagt, okay, wir wollen das trotzdem versuchen, gegen diese Bashing-Kultur, eine Kultur der Wertschätzung zu setzen und so haben wir begonnen.

Dann war das ja damals auch schon fast ähnlich herausfordernd, wie es heute ist oder ist es heute anders?

Es war insofern eine andere Zeit. Also wer vor 18 Jahren sich in diesem Feld schon bewegt hat, ich zum Beispiel nicht, ich habe das sehr blauäugig damals ins Leben gerufen. Ich hatte keine Idee, was das wirklich werden könnte, was es damals war, was es werden könnte. Der Begriff war neu, relativ neu und frisch. Er ist natürlich, wie jeder weiß, Hunderte von Jahren alt, aber er poppte in den News auf.

Nach meiner Erinnerung war es hauptsächlich der Klimawandel, der die Bild-Zeitung erreichte, der mit großen gelben Lettern in der Bild beschrieben wurde.

Und das war der Moment, wo nach meiner Wahrnehmung aus dem Bereich Umwelt, Umweltschutz und diesem Blick auf das Grüne, sage ich mal, der Begriff der Nachhaltigkeit sich entwickelte, auf drei Säulen beruhend. **Und meine Idee war am Anfang, einen Unternehmenspreis eben ins Leben zu rufen, der die Unternehmen, wie gerade gesagt, dafür würdigt, dass sie Vorreiter sind. Das hat sich bis heute nicht geändert, dass sie was tun auch hinaus über das, was sie müssen, sondern freiwillig...CSR-mäßig und die dort ja besonders bemerkenswerte Leistungen erbringen.** Das war die Grundidee.

Und hat sich in den 18 Jahren, so ein paar Momente haben sich da rausgescheltt, wo du sagst - „Aha-Moment“ - also für dich persönlich, dass sich tatsächlich was geändert hat oder dass da so eine Sprung-Innovation zum Thema Nachhaltigkeit gegeben hat?

Also das waren kleine Sprünge, die ich vielleicht damit beschreiben kann, dass ich beschreiben kann, wer sich bei uns bewirbt und womit. **Und am Anfang waren das vielfach PR-Agenturen. Die schrieben die Bewerbungen für die Unternehmen und da merkte man so ein bisschen, das wurde outgesourced, das war ein Kommunikationsthema und man hat sich beworben mit Leistungen, die man heute als Housekeeping bezeichnen würde.**

Eine Dienstwagenflotte angeschafft, die eben besonders wenig Sprit verbrauchte oder Recyclingklopapier. Dann wurden die Firmengebäude vernünftig geheizt, dann gab es Büromaterial...

Aber ist doch auch schon mal nachhaltig, oder?

Absolut, aber das hat damals, ich will nicht sagen gereicht, um einen Preis zu bekommen, aber das war damals etwas, worauf man sehr stolz war und was man als Nachhaltigkeit in die Bewerbung geschrieben hat. Und das hat sich über die Jahre deutlich verändert. Nachhaltigkeit ist eingezogen ins Kerngeschäft. Die Bewerbungen wanderten so nach unserer Wahrnehmung in den Unternehmen so

ein bisschen nach oben und hatten Aufmerksamkeit eben der Nachhaltigkeitsverantwortlichen, aber auch auf dem C-Level wurde das beobachtet und auch getrieben. Das war unsere Wahrnehmung. Das ging dann weiter, Kerngeschäft, Änderungen im Geschäftsmodell, bis eben hin zu fragen, welchen Beitrag leistet das Unternehmen zur Transformation? Also ein bisschen größer gedacht und in einem größeren Radius gedacht.

Okay, also da wurde dann tatsächlich auch das ganzheitlicher betrachtet, wo wir dann auch heute sind. Ja, zu Funke gehören ja auch neben Tageszeitungen, also Regionalmedien und Zeitschriften, auch noch so tolle Produkte wie die Gala. Und ja, da sind wir ja immer dabei, uns mit den Prominenten auseinanderzusetzen. Und auch der DNP hat ja einen gewissen Glamour-Faktor. Und wenn du jetzt so auf diese 18 Jahre zurückblickst, Ehrenpreisträger, König Charles, damals noch der Prince of Wales war da, was war so der Rampenlichtmoment, der dir besonders in Erinnerung geblieben ist und warum?

Also ähm...

Ich schreibe es auch nicht in der Gala.

Ja, aber da gehört es doch hin. **Die Ehrenpreisträger haben einen Sinn. Sie haben den Sinn, dass sie den Lichtkegel in die Veranstaltung ziehen und ihn dann, wenn es gut läuft, auch umlenken auf die anderen Preisträger, die eben nicht per se berühmt sind, die vielleicht mit sehr trockenen Tätigkeiten den Preis gewonnen haben, aber auf diese Weise auch Glanz abbekommen. Man kann den Glanz allein für diese Preisträger nur mit größerer Mühe schaffen.** Das haben wir natürlich versucht, versuchen wir immer noch. Aber so ein berühmter Mensch zieht die Aufmerksamkeit an sich und auf sich. Und damit haben wir begonnen, direkt im ersten Jahr.

Wir hatten großes Glück. Im ersten Jahr hat der damalige Prinz Charles zugesagt, den Preis anzunehmen. Der hatte ganz wenig Preise in Deutschland angenommen bisher. Wenige. Schon gar nicht die Medienpreise. hatten wir Glück. Wir hatten zwei Fürsprecher, die damals in unserer Jury waren, ähm...Professor Schellenhuber, Klimaforscher, hat Prinz Charles beraten damals. Und Hardy Vogtmann hieß der Mann, der hat damals das Umweltamt, nee das Bundesamt für Naturschutz geleitet, ein anderes, und hatte Charles beraten, in Cornwall sein Gut dort umzurüsten auf Biolandbau. Und beide haben ihn in die Zange genommen und gesagt, diesen Preis musst du abholen, den gab es noch gar nicht. Aber er hat dann gesagt, ja, das mache ich. Und er kam dann tatsächlich nach Berlin zu uns, für uns und hat den Preis entgegengenommen. Und das war natürlich ein Moment, den man nicht vergisst. Es war ein Ultra-Brimborium vorher, monatelang mit der Botschaft.

Das hat einen Riesenspaß gemacht, das war wirklich, wie man es sich vorstellt. Und dann war er da und war zuckersüß, kam mit Camilla und es war wirklich ein großes...

Er ist mit Camilla gekommen?

Mit Camilla da.

War der da schon verheiratet mit der?

Nein, er war noch in wilder Ehe lebend. Wir haben es damals auch der Gala berichtet.

Okay. Ja, ein Moment, der mir, wir haben als Preisträgerin, wir haben ja letztes Jahr den Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Medienbranche mit nach Hause nehmen dürfen, worüber wir immer noch super stolz sind. Und ein Moment, wo ich gedacht habe, das kann doch jetzt nicht wahr sein, war, wir wollen reingehen und dann kriege ich auf mein Handy die Nachricht: „Der Spiegel berichtet über den Deutschen Nachhaltigkeitspreis.“

Habe ich auch bekommen, die Nachricht.

Die hast du auch bekommen. Also das war echt so ein Moment, wo du denkst, das kann doch jetzt nicht wahr sein. Was schreiben die denn da?

Und ja, wie ist dir denn, ich will jetzt gar nicht das bewerten, was die geschrieben haben. Mir geht es darum, wie hast du den Abend überlebt?

Geräusch *räusper*

Also so schlimm.

Ich habe ihn überlebt.

Offensichtlich hast du ihn überlebt.

Also der Bericht kam natürlich gesetzt mittags um 14 Uhr, da ein Schwein, wer Böses dabei denkt, das passte dann, der Bericht wurde von uns kommentiert in den Tagen darauf. Es waren haltlose Vorwürfe, die geäußert wurden. Die, die uns länger kannten oder besser kannten, wussten das. Andere wussten es nicht. Viele haben auch nur die Überschrift vor der Paywall gelesen.

Leider war ja der Artikel hinter der Paywall und man konnte sich auch gar nicht mit den entsprechenden Anwürfen auseinandersetzen. Wir haben das kommentiert, haben es recht schnell gemacht. Es hat kein weiteres Medium aufgegriffen damals. Es hat uns vermutlich geschadet. Ich habe viele Gespräche danach geführt mit Sponsoren, die dann gefragt haben, was war denn da los.

Dann brauche ich immer 10, 15 Minuten, das zu erklären und zu erläutern, was wir dem Spiegel auch vorher alles erzählt hatten. Es aber etwas anders kam. Aber damit ist es auch gut.

Okay. Was hat das denn? Es hat ja offensichtlich was geändert, weil die Preise liegen jetzt zum Beispiel hier und werden nicht mehr abends verliehen.

Wie habt ihr euch denn dann im Nachgang neu sortiert, du und dein Team?

Also es wäre ein zu großes Kompliment für den Spiegel zu sagen, dass die Veränderungen, die wir für dieses Jahr herbeigeführt haben, auf diesen Bericht, der sich 0,0 mit dem Preis als solchen beschäftigt hat.

Dass die Änderungen darauf zurückzuführen sind. Wir haben jedes Jahr etwas verändert und werden das auch weiterhin tun. Und die wichtige Änderung war vor drei Jahren, das ist eine Änderung, die uns nicht nur das Leben leichter gemacht hat:

Wir haben entschieden, 100 Kategorien beim Unternehmenspreis einzuführen. Das war natürlich ein Sprung, wir hatten vorher eine andere Arithmetik, wir hatten fünf Transformationsfelder, nach denen wir geschaut haben. In diesen fünf Feldern suchen wir jeweils die besten, eben geordnet nach Klima, Natur, Ressourcen, Gesellschaft, Lieferkette. Fünf und dann der Faktor drei oder fünf in der Liste. Das ist eine überschaubare Zahl.

Mir hat man erklärt, dass aber, **wenn man Transformationen in die Breite treiben möchte, veritables Ziel ist, dem wir auch gerne unsere Unterstützung geben wollen. Wenn man es in die Breite bringen will, muss man die Branchen betrachten, muss man gucken, dass ein Automobilhersteller andere Herausforderungen hat als ein Eishersteller oder als Froster und dass das ZDF andere Herausforderungen hat als Einhorn.**

Diese Aufgabe, die Branchen näher zu betrachten, haben wir versucht dadurch zu lösen, dass wir einen Branchenschnitt gemacht haben, 100 Mal. Dass wir 100 Fachjuries zusammengestellt haben. Einige Juroren arbeiten in mehreren Juries, also wir haben nicht 5 mal 100, sondern es sind etwas weniger, es sind 250 Juroren. Wir haben uns da einer Mörder-Mörder-Ochsen-Tour ausgesetzt, gute Juroren zu finden aus den verschiedenen Bereichen, Fraunhofer-Professoren.

You name it. Es haben ganz wenige Nein gesagt. Bis heute sagen die allermeisten, die wir fragen, „haben sie Lust, in der Jury dabei zu sein?“ Die sagen ja. Das freut uns sehr. Das ist eine Wertschätzung, die uns wirklich freut. Und diese Juroren entscheiden dann in den Branchen. Zunächst haben wir bestimmte Verfahren, die durchlaufen werden, aber am Ende, und das war immer so, entscheiden Menschen, nämlich im Regelfall fünf, über die Preisträger.

Es wurde uns vorgeworfen, das ist eine Inflation. Man kann sagen, ja, natürlich ist 100 mehr als 5, das ist klar. Ob es eine Inflation ist, muss man genauer betrachten.

Wir haben es jetzt drei Jahre gemacht, wir gucken uns das jetzt genau an, wie es angekommen ist, ob es so weitergehen soll oder ob es vielleicht ein bisschen verändert werden könnte. Aber das Motiv dahinter war, in die Branchen schauen.

Und ich finde das auch gut, weil, wie du sagst, du kannst ja nicht das Automobilhersteller mit einem Lebensmittelhersteller vergleichen und ich selbst habe ja auch Juryarbeit geleistet und ja, ich muss sagen, es ist ja viel Arbeit im Maschinenraum passiert beim DNP, was auch sich auf die Arbeit der Jurys auswirkt. Also es ist viel, viel zum Guten gewendet worden, also dass man sich wirklich abstimmt, hinterfragt und sodass man dann auch zu einem super gut abgestimmten Juryergebnis kommt. Was hast du denn sonst noch am Maschinenraum verändert? Habt ihr jetzt mehr PS unter der Haube?

Also eine wichtige Veränderung, das haben Sie zum Teil schon kennengelernt, werden Sie gleich aber noch kennenlernen, sind die Masterclasses. Der Begriff ist überhaupt nicht neu, findet man bei ganz vielen Konferenzen. Masterclass ist immer, trifft jemanden, der irgendwas besser weiß als du. Best-Practice-Transfer, Lernen, Austausch.

Das war in den letzten Jahren ein bisschen unterbelichtet, das kann man sagen. Und da ist die Anregung, die sehr veritabel war, dieser Begriff der Massenabfertigung, klingt ganz doof, weil der Moment ist für viele ganz schön gewesen auf der großen Bühne. Das war nicht lang, aber das war ein schöner Moment. Da sind gute Fotos entstanden, aber das sind Sekunden.

Das hat mit Transfer von irgendwas nichts zu tun. Das ist einfach ein schöner Moment für den Preisträger. Was wir in diesem Jahr machen, ist, jedem Preisträger, also Faktor 100, die Möglichkeit zu geben, gleich hören Sie einige, für einige Minuten im Kongress sein Geschäftsmodell, seine Idee, seinen Erfolg vorzustellen, sich noch ein, zwei Fragen zu stellen und dann seinen Preis im Kongress entgegenzunehmen.

Das ist ein bisschen eine Verkopfung, das kann man sagen, aber hoffentlich eine fruchtbare, bei der unser Kongresspublikum mehr erfährt über die einzelnen Preisträger und umgekehrt, die das Gefühl haben, auch mehr über sich erzählen zu können.

Das ist eine der wichtigsten Veränderungen. Die Juryarbeit hat sich verändert. Das tut sie jedes Jahr. Ich glaube, da sind wir ein bisschen besser geworden. Das liegt daran, dass der Faktor 100 einfach auch eine Herausforderung war. Das läuft jetzt im dritten Jahr ein bisschen runder.

Letzter Punkt ist, dass wir die Preisverleihungen, die eigentlich zwei in den letzten Jahren immer waren, zu einer zusammengelegt haben. Sie sind ja auch dann keine Verleihung in dem engen Sinne mehr, weil die Preise ja im Kongress schon den Besitzer wechseln. Und wir haben uns heute Abend den Wunsch erfüllt, einen monothematischen Abend zu

machen, rings um ein Thema. Also das Gute von Preisverleihungen zu nutzen und zu kombinieren mit Zeit. Einfach den Einzelnen Zeit zu geben.

Heute Abend Maja Göpel, Mojib Latif, Johann Rockström, Vanessa Nakate, Luisa Neubauer, die haben Zeit, die reden mit uns, die reden mit Ihnen. Und wir hoffen, dass wir dadurch einen interessanten Abend Ihnen bieten können und uns auch gönnen können in dem Moment der Preisverleihung und hoffentlich gute Gespräche kombiniert.

Das finde ich ja toll, dass Sie dann auch näher tatsächlich an uns allen sind. Dass man die dann auch näher erleben kann.

Die sind da, hoffentlich.

Bestimmt, bestimmt. Und du bist ja immer jemand, der schon zwei Schritte vorwärts denkt. Was habt ihr denn vielleicht auch für die Zukunft für den DNP noch geplant im Petto?

Also, da wird jetzt eine interessante Zeit auf uns zukommen, nachzudenken. Wir hatten kein leichtes Jahr, das muss man auch sagen, wie viele von Ihnen, könnte ich mir vorstellen, in unterschiedlichen Berufen. war dieses ein Jahr des Gegenwindes. Das müssen wir sagen. Das Thema ist nicht vom Glück und von einer hohen Position auf den politischen Agenten bestrahlt. Und wir müssen gucken, was das mit unserem Projekt macht, wie die Diskussion weitergeht, ob man einen Preis, ein Forum, einen Kongress dieser Art braucht, ob man ihn haben möchte.

Heißt das, das gibt es dann nicht mehr? Stefan, heißt das, du wirst das jetzt..., also ob man das braucht?

Nein, das heißt das auf keinen Fall. Wir müssen nur gucken, ob es in dieser Gestalt weitergeht oder ob eine andere Gestalt notwendig wird oder sich besser eignet. Das müssen wir im Nachgang zu diesem Jahr uns ganz genau angucken.

Transformationsfeld DNP.

Ganz genau so.

Das hört sich spannend an.

Ganz genau so.

Ich bin gespannt, was dann da kommt.

Ja, wir sitzen ja hier auf der Bühne Und ich bin ja hier für ein Medienhaus. Und für uns ist das Thema Kommunikation ja immer ein Punkt. Kommunikation von Unternehmen, Kommunikation rund um das Thema Nachhaltigkeit. Uns ist es weiterhin wichtig und während vielleicht bei dem einen oder anderen Verlag das Thema ein bisschen in den Hintergrund rückt, möchten wir natürlich die Stimme noch weiter, ja noch lauter nach vorne bringen. Aber viele Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, die verstummen ja gerade so ein bisschen, Stichwort Green Hushing. Und nicht jeder will ja

auch auf einer Bühne stehen und das Thema breittreten. Ab und zu gibt es vielleicht auch mal einen Shitstorm und das Risiko davon. Was würdest du Unternehmen denn mitgeben? Du bist ja auch Kommunikator, Medienmensch, die momentan vielleicht denken, besser jetzt gerade nicht drüber reden und jetzt Lieferkettengesetz muss ich nicht mehr berichten, das muss ich nicht mehr auf der Webseite stellen. Was würdest du denen mitgeben und raten?

Das ist eine ganz schwierige Frage und es ist auch eine Beobachtung, die ich teile oder die wir teilen können. Vielleicht auch deckt sich das mit Ihren Erfahrungen, wie man im Moment als Unternehmen über Nachhaltigkeit spricht. Das ist nicht mehr so leicht.

Es gab einen Ausschlag am Anfang, den man durchaus als Greenwashing bezeichnen kann. Da wurden kleinste Errungenschaften im Unternehmen dermaßen laut rausgeblökt, dass man eigentlich auch darüber lächeln konnte, seinerzeit würde ich sagen. Das hat sich in meiner Wahrnehmung etwas eingependelt. Man ist dafür gebasht worden, der Verbraucher wird schlauer, wird informierter, wird kritischer, betrachtet das. Und es gibt bestimmt noch hier und da Auswüchse von Greenwashing, wo man sagen kann, hui, hui, hui. Aber meine Wahrnehmung ist, dass das einfach besser geworden ist. Bessere Kommunikation, tarterter, faktennäher, einfach besser.

Jetzt ist die nächste Frage. Ist das ein Thema, mit dem man als Unternehmen im Moment nach draußen gehen möchte? Möchte man sich damit individualisieren? Möchte man sagen, schaut auf uns. Wir machen was sehr Nachhaltiges. Bitte nachzählen, bitte prüfen, bitte nachmessen. Das ist mutig im Moment. Wer sagt, ich stelle meine Ziele nicht um und nicht ein und ich gehe nicht zurück von meinen Zielen, wir sind nach wie vor gut, wir sind toll aufgestellt, ihr könnt gerne gucken. Das bedarf im Moment durchaus einer Entscheidung und einer mutigen Entscheidung womöglich.

Ist das Unternehmertum dann?

Es ist Nachdenken über die richtige Kommunikationsstrategie und die Frage, passt da Nachhaltigkeit rein? Soll das ein wichtiges Element, ein individualisierendes Element meiner Unternehmenskommunikation sein? Ich habe festgestellt, einige vermeiden das Wort, die weichen dann aus auf andere schöne Worte. Das ist dann Innovation, das ist Zukunftsfähigkeit. Da ist dieses Wort Nachhaltigkeit gar nicht mehr drin, das sonst so nach vorne gehängt wurde, das wird so ein bisschen vermieden und andere Worte werden an die Stelle gesetzt. Das könnte ein Trend sein.

Selbst ein Flaggschiff, „Forum nachhaltig wirtschaften“, habe ich gerade gesehen, heißt nicht mehr „Forum nachhaltig wirtschaften“.

„Future Economy“ oder so, oder?

Seit heute heißt es“ Forum Future Economy“. Ich habe vorher mit den Jungs diskutiert. Ich habe gesagt, oh, habt ihr den Begriff abgeschüttelt? Das ist interessant. „Ja, haben die gesagt. Das klingt für uns jetzt zukunftsweisend. Das ist ja auch ein Anglizismus. Das ist einfach Englisch. Das ist modern. Fertig. Und das kann man machen. Jetzt sind wir natürlich mit dem deutschen Nachhaltigkeitspreis. Müssen wir mal gucken, ob der noch so heißen möchte oder ob wir da vielleicht zusammen mit der Gala vielleicht eine Umfrage machen, wie sollen wir heißen?

Ja, fragen wir doch mal die Leser der Funk-Mediengruppe. Ich nehme das mal mit. Ja, Stefan, das hat mich ein bisschen aus dem Konzept gebracht.

Du wolltest ja eigentlich, ja guck mal, wir sind jetzt schon fast am Ende. Ja, hättest du nicht gedacht, ne? Fast eine halbe Stunde sind wir jetzt unterwegs.

Wenn du jetzt so in die Zukunft blickst, wir sind jetzt fast am Ende unserer Session Thinking Ahead über Nachhaltigkeit, das habe ich auch Englisch geredet, über das Thema Nachhaltigkeit und für den DNP. Was wären die Visionen für die nächsten 18 Jahre? Oh Gott, oh Gott. Gibt es den DNP dann noch?

In 18 Jahren bin ich fast 80 Jahre alt. Bin ich über 80? Ach du Scheiße. *Gelächter*

Also meine Vision ist erstmal, ich mache das nicht mehr so lange, also hier. Ich würde mich sehr freuen, noch ein paar Jahre mitzuwirken an einem Projekt wie diesem. Wie immer es heißt und wie immer es sich anfühlt und was immer es beitragen kann.

Wir wollen was beitragen und wir haben darüber nicht gesprochen. Ich glaube, dass wir auch mit dem Nachhaltigkeitspreis Beiträge geleistet haben. Wir könnten ganz viele Geschichten erzählen, was in Unternehmen angerichtet wurde, was Nachhaltigkeitsverantwortliche nach dem Gewinn des Preises im Unternehmen für einen Zuwachs an Bedeutung und an Gehör verzeichnet haben, wenn der CEO gemerkt hat, „Oh, unser Nachhaltigkeitschef hat einen Preis ins Haus geholt. Achtung, was ist denn da los?“. Da gibt es ganz, ganz viele Geschichten, so eine Art von Aufwertung, nicht nur von Personen, sondern auch von Aktivitäten in Unternehmen durch eine Auszeichnung. Das sind alles kleine Impulse, die gut tun und die mit Wertschätzung zu tun haben und die dann Konsequenzen haben können.

Ich glaube, dass das richtig ist, so eine Plattform zu haben, auf der sich einmal im Jahr die Menschen treffen, die sich mit dem Thema befassen. Da darf auch ein Wein getrunken werden, da darf getanzt werden, da darf gefeiert werden. machen wir morgen Abend und ich glaube, das hat der Community immer gut gefallen. Es gab immer Mopperer, die gibt es auch heute noch, die kommen aber auch, die stehen auch in der Ecke und tanzen so ein bisschen verhaltener, aber die sind auch da und genießen es auch mit und das hätte ich ganz gerne noch ein paar Jahre.

Also, dass wir uns auch mal ein bisschen feiern und auf die Schulter klopfen können.

Ja, genau.

Something to look forward to. Super. Letzte Frage, was auch für das Soundbite des Podcasts genutzt wird. Wenn du die Zukunft, an die du glaubst, in einem einzigen Satz ausdrücken müsstest, wie würde der lauten?

Ich bin ja sozialisiert mit Nina Ruge. Nicht nur, dass ich mit ihr vor Jahren eine Talkshow moderiert habe. Sonntagsshow hieß das. Wieder sind es die Älteren, die sich daran nur erinnern werden.

Sie hat immer geendet mit alles wird gut. Das ist so ein optimistischer Satz. Der ist ja kurz, der tut gut. Das ist ja wie eine Affirmation. Und am Ende wird alles gut. und wenn es nicht gut ist, dann ist es noch nicht das Ende.

Das ist ein anderer, gern genommener Satz. Ich kann mich damit ziemlich gut identifizieren. Super, das ist doch ein toller Schlusssatz für unsere Podcast-Session heute. Ganz lieben Dank, Stefan, dass du heute da warst.

Am Ende geht es genau darum. Auszeichnungen können sichtbar machen, was möglich ist. Wirklich relevant werden sie aber erst dann, wenn dahinter eine glaubwürdige Nachhaltigkeitsarbeit steht. In Unternehmen, in Kommunen, in Organisationen, die sich auch dann weiterentwickeln, wenn kein Scheinwerfer auf sie gerichtet ist. Genau an diesem Punkt setzt Funke For Future an. Wir unterstützen Unternehmen dabei, Nachhaltigkeit nicht nur preisverdächtig, sondern vor allem wirksam im Alltag zu verankern.

Von Strategie und Governance bis hin zu Reporting und Kommunikation. Wenn ihr hier weiter einsteigen wollt, schaut gern bei unserer Funke For Future Academy vorbei.

Dort findet ihr Formate, in denen es um echte Transformationsfragen geht. Nicht um Trophäen, sondern um Substanz.

Alle Infos dazu findet ihr in den Shownotes.