



Markt im Wandel

INTERSOLAR Das Angebot an Speichertechnik für Solarstrom und die Präsenz der Solarthermie nehmen auf der Messe zu

140 Aussteller widmen sich diesem Thema. So hat zum Beispiel der Wechselrichterhersteller SMA einen PV-Wechselrichter mit integrierter Speicherfunktion angekündigt. Das System diene der „Optimierung des Eigenverbrauchs“, man biete „in Kombination mit modernen Solarprognosefunktionen“ und einer „neuen integrierten Speicherrückführung eine im Solarmarkt einzigartige Energiemanagementlösung“ an. Was das konkret sein soll, ist allerdings nicht zu erfahren – die Details gibt es erst zur Intersolar.

Die jüngsten Turbulenzen bei den deutschen Solarherstellern dämpfen das Messegeschäft kaum: Die Intersolar in München wird in diesem Jahr mit rund 2.000 Ausstellern nicht allzu sehr unter dem Vorjahreswert von 2.286 bleiben. Und die belegten Hallenflächen sind nach Angaben der Veranstalter mit rund 170.000 Quadratmetern sogar unverändert hoch.

Auch die Firma Conergy hat gerade seinen „Sonnenspeicher“ in der Testphase und spricht von einer Markteinführung „voraussichtlich im Laufe des vierten Quartals 2012“. Das System verfügt über eine Lithium-Ionen-Batterie mit einer Kapazität von wahlweise 8,8 oder 13,2 Kilowattstunden sowie eines „intelligenten Energiemanagementsystems.“

Der leichte Rückgang der Ausstellerzahl ist aber – trotz Pleiten in der deutschen Solarbranche – weniger durch das Wegbleiben hiesiger Hersteller bedingt; es sind vor allem kleine Firmen aus dem Ausland, die dieses Jahr auf dem Weg nach München verzichtet haben.

Beim Thema Selbstverbrauch des Solarstroms rückt auch die Elektromobilität ins Blickfeld: Im Rahmen einer Sonderschau auf dem Freigelände zeigt die Intersolar unter anderem entsprechende Ladestationen. Und auf dem Sektor der Anlagenüberwachung gibt es ebenfalls immer wieder neue Entwicklungen – die Kontrolle von Solarmodulen mittels Wärmebildkameras zum Beispiel nimmt zu.

Die großen Unternehmen hingegen – vor allem aus Asien – haben ihre Standflächen zum Teil noch aufgestockt. Mehr Platz als im letzten Jahr haben außerdem die deutschen Hersteller von Produktionsanlagen gesucht, denn der einschlägige Maschinenbau ist nach wie vor fest in deutscher Hand.

Solarenergie erzeugt aber nicht nur Strom, sondern gewinnt auch Wärme. Im Segment Wärmegewinnung sind die Ausstellerzahlen sogar leicht gestiegen. Neues Thema hier: der Einsatz von Solarkollektoren zur Gewinnung von industrieller Prozesswärme. Ein weiterer Markt, der langsam ins Blickfeld rückt, ist die Sonnenwärme für Mehrfamilienhäuser. **BERNWARD JANZING** www.intersolar.de

Die Themen der Messe werfen unterdessen ein Licht auf die anstehenden Marktveränderungen: Stromspeicherung und Netzintegration der Anlagen nehmen in München immer mehr Raum ein. Getrieben wird diese Entwicklung durch die sogenannte Netzparität: Da der Strom vom eigenen Hausdach bei Neuanlagen heute mitunter schon billiger ist als der Strom aus der Steckdose, liegt der Gedanke nahe, den Solarstrom selbst zu verbrauchen. Mehr als



Ökologische und soziale Verantwortung zu übernehmen, schließt Rendite nicht aus Foto: Ikon Images/Getty Images

Gut gewirtschaftet

CSR Von nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen profitieren nicht nur Umwelt und Gesellschaft, sondern auch die MitarbeiterInnen

VON KRISTINA SIMONS

Der Lebensmittelhändler tegut schickt seine Auszubildenden regelmäßig zum Sozialpraktikum in ein Behindertenwohnheim. Das Reinigungsunternehmen LR Facility Services verwenden nur noch umweltfreundliche Reinigungsmittel und hat nach der Tsunami-Katastrophe im Indischen Ozean Ende 2004 im Süden Sri Lankas ein eigenes Hilfsprojekt ins Leben gerufen und tatkräftig Frischwassertanks, Kindergärten sowie ein Berufsbildungszentrum aufgebaut. Und der Hersteller von Brems-, Weichen- und Signalsystemen Hanning & Kahl bietet seinen Mitarbeitern flexible Arbeitszeitmodelle, kostenlose Sprach- und Weiterbildungskurse, Rechts- und Steuerberatungen oder auch gemeinschaftliches Yoga an. All das versteht man unter Corporate Social Responsibility (CSR) oder, weiter gefasst, Nachhaltigkeit: Unternehmen handeln verantwortlich ihren Mitarbeitern, der Gesellschaft oder der Umwelt gegenüber, und zwar über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus.

für Arbeit und Soziales (BMAS). „Doch diese Masern sind kein Krankheitssymptom, sondern machen gesund.“ Für viele, vor allem große Unternehmen gehören CSR und Nachhaltigkeit heute nicht nur zum guten Ton, sondern zur Unternehmensstrategie. Nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ nutzen sie CSR auch gezielt dafür, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Doch auch viele kleine und mittelständische Unternehmen haben längst den strategischen Nutzen von CSR erkannt. Nicht zuletzt der drohende Fachkräftemangel macht eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur unverzichtbar. Zudem machen viele Kunden und Geschäftspartner verantwortliches

Wir haben es einfach gemacht, ohne zu wissen, wie es heißt

FRIEDHELM HINSENHOFEN, LR FACILITY SERVICES

unternehmerisches Handeln zum Entscheidungskriterium. Während viele Großkonzerne heute eigenen CSR-Beauftragten haben und alljährlich Nachhaltigkeitsberichte auf Hochglanzpapier veröffentlichen, engagieren sich viele Mittelständler, ohne das gleich mit Begriffen wie CSR oder Nachhaltigkeit zu verknüpfen. „Wir haben es einfach gemacht, ohne zu wissen, wie es heißt“, sagt etwa Friedhelm Hinsenhofen, Chef der besagten Reinigungsfirma LR Facility Services.

Ohne Frage gibt es aber auch schwarze Schafe unter den nachhaltig bewegten Unternehmen. Manch ein Konzern steckt lieber Millionen in CSR- oder Nachhaltigkeitskampagnen, statt etwa in den Produktionsländern auf faire Löhne und bessere Arbeitsbe-

dingungen zu dringen. „Greenwashing“ werden solche PR-Strategien auch genannt, die Unternehmen in ein grünes Mäntelchen kleiden sollen. Schon 2007 veröffentlichte der gemeinnützige Verein LobbyControl eine immer noch aktuelle Studie mit dem Titel „Greenwash in Zeiten des Klimawandels“. Als typische Instrumente nennt der Autor der Studie, Ulrich Müller, neben Anzeigen- und Werbekampagnen zum Beispiel auch die Übernahme von Okojargon, (Alibi-)Kooperationen mit Umweltorganisationen und das Hochjubeln kleiner, randständiger Umweltprojekte. Doch wie erkennen Verbraucher „ehrliches“ unternehmerisches Engagement? Öffentliche Unternehmen, die nachweislich die CSR-Prinzipien und die Richtlinien der Europäischen Union, der Vereinten Nationen und der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) vorbildlich in ihre Unternehmenskultur integriert haben, vergibt seit 2008 der Europäische Verband der öffentlichen Arbeitgeber und Unternehmen in Europa (CEEP) das CEEP-CSR Label – inzwischen über 65-mal (www.ceepsrlabel.eu). Rund fünfzig nachhaltig agierende privatwirtschaftliche Unternehmen haben sich in dem Verein „dasselbe in grün“ zusammengeschlossen (www.dasselbe-ingruen.de): von Restaurants über Möbelhersteller und Reiseveranstalter bis hin zu Druckereien. Sieben UnternehmerInnen haben den Verein im Juli 2009 gegründet. „Wir wollten eine Plattform im Netz schaffen, auf der sich Konsumenten über nachhaltige Unternehmen in ganz Deutschland informieren können“, sagt Vereinsvorsitzende Sabine Lydia Müller. Um Mitglied zu werden, muss jedes Unternehmen zunächst einen „Nachhaltigkeits-Check“ durch-

ANZEIGE

„Nach 60 Jahren im Ölgeschäft weiß ich: Meine Enkel müssen sich etwas anderes überlegen.“ Paul Getty

Wir haben da eine gute Idee ...

SolarPark Rosenhof
Wir machen die Energiewende Klimaneutral, ertragreicher, steuerlich anrechenbar

info@SolarArt.de
www.SolarArt.de

laufen, in dem zum Beispiel abgefragt wird, welche Siegel und Zertifikate die Nachhaltigkeit der angebotenen Produkte belegen. „Genauso wichtig sind uns aber auch die Rahmenbedingungen, etwa der Einsatz von Ökostrom in den Betrieben, die Kompensation von CO₂-Emissionen, atomstromfreie Webserver, Bio-Catering, soziale Arbeitsbedingungen und so weiter“, betont Müller.

Dem Ruf aus der Finanzwelt nach mehr Transparenz und Verantwortung folgend, hat der Rat für Nachhaltige Entwicklung im Oktober 2011 einen Deutschen Nachhaltigkeitskodex verabschiedet (www.nachhaltigkeitsrat.de). „Wir haben damit ein Instrument entwickelt, mit dem die ganze Wertschöpfungskette eines Unternehmens in puncto Nachhaltigkeit abgeklopft wird und es diesbezüglich vergleichbar und messbar macht“, erklärt Medienreferentin Katja Tamchina. Bislang haben sieben Wirtschaftsunternehmen eine freiwillige Entsprechungserklärung abgegeben und damit den Kodex anerkannt. Die entscheidende Hebelwirkung komme aber den Finanzinvestoren und -analysten zu. „Erst wenn die Nachhaltigkeit zum entscheidenden Kriterium machen, wird sich wirklich etwas ändern“, weiß Tamchina.

Verantwortung für Mensch und Natur

Wir entwickeln und produzieren ausschließlich am schwäbischen Unternehmenssitz, hauptsächlich mit Rohstoffen und Verpackungen aus der Region. Ökostrom-Nutzung und Zusammenarbeit mit einer sozial-ökologischen Bank gehören genauso dazu.

Die nachhaltige Nutzung der Speick-Pflanze sichert unsere Existenz und unterstützt Kärntner Almbauern.

Täglich arbeiten wir mit Herkblut für innovative und vertragliche Produkte.

SPEICK naturkosmetik

Schön. Voller Lebenskraft.

Nachhaltiger Hersteller Silber 2011 www.nachhaltig-umwelt.de

Die Verbraucher Initiative e.V.

www.speick.de