



Allgemeiner Studierendenausschuss  
der Fachhochschule Münster

# Nachhaltigkeit

in Bildung, Beruf & Alltag

## Kontakt

Bei Anregungen, Fragen und Kritik  
sind wir für euch erreichbar unter:

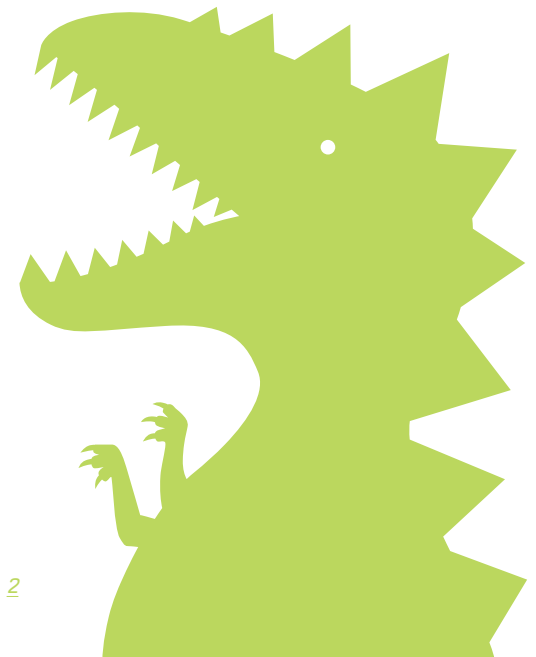
AStA der FH Münster  
Robert-Koch-Str. 30 | 48149 Münster  
Tel: 0251/83 64 99-1 | Fax: 0251/83 64 99-0  
[info@astafh.de](mailto:info@astafh.de) | [www.astafh.de](http://www.astafh.de)

Konzept & Koordination  
Arne Kiewit | [kiewit.arne@fh-muenster.de](mailto:kiewit.arne@fh-muenster.de)

Gestaltung  
Andrej Focht | [andrej.focht@fh-muenster.de](mailto:andrej.focht@fh-muenster.de)

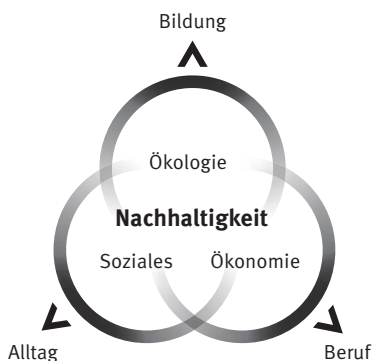
© Titelbild, Bild Seite 11: Arne Kiewit 2012

CO<sub>2</sub>-NEUTRAL GEDRUCKT AUF 100 % ALTPAPIER



## Wieso? Weshalb? Warum? – Unsere Motivation

*Nachhaltigkeit ist unlängst Trendthema des 21. Jahrhunderts: Nationen schließen Klimapakte, Multinationale Unternehmen richten ihre Unternehmensstrategie neu aus, um ökologisch und sozial korrekt zu handeln; Fairtrade-Kaffee und Bio-Bananen werden an jeder Straßenecke verkauft... Wir schlagen die Brücke zum Studium – zu euch!*



Über die genaue Definition von Nachhaltigkeit wird seit den Anfängen des Diskurses gestritten – so viel ist sicher. Allgemein hat sich aber das Verständnis durchgesetzt, dass gesellschaftlicher Wohlstand nur dann existieren kann, wenn die Bedürfnisse der gegenwärtigen Generationen befriedigt werden, ohne zu riskieren, dass zukünftige Generationen ihre Bedürfnisse nicht mehr befriedigen können. Das bedeutet zum Beispiel, dass natürliche Ressourcen langfristig (also auch für zukünftige Generationen) nutzbar bleiben und nicht dem kurzfristigen Profitdenken einiger Weniger zum Opfer fallen. Nicht nur die Folgen des Klimawandels als Symptom der industriellen Produktion und einer modernen Konsumgesellschaft haben uns dabei die Verletzlichkeit unserer Ökosysteme gelehrt.

Somit stehen wir – die Gesellschaft – vor der Herausforderung, Lösungen zur Bewältigung dieser Schlüsselprobleme zu finden. Sollte sich an dieser Stelle der ASTa der FH Münster einklinken? Klares »Ja!« Denn eine Entwicklung hin zu einer gerechteren, umwelt- und sozialverträglicheren (also nachhaltigeren) Zukunft ist nur dann möglich und somit erfolgreich, wenn sie von allen gesellschaftlichen Gruppen und Mitgliedern getragen wird. Ein uns wesentlich erscheinender Schlüssel liegt darin, den Diskurs in die Bildungslandschaft zu integrieren. Konkret: Wir möchten euch exemplarisch zeigen, an welchen Punkten Nachhaltigkeitsthemen im Studierendenalltag oder später in eurer beruflichen Laufbahn diskutiert werden, und euch Möglichkeiten aufzeigen, wie ihr euch darüber informieren, darauf vorbereiten oder euren persönlichen Beitrag leisten könnt.



## Auf der Suche nach dem richtigen Maß - Nachhaltiger Konsum im Studierendenleben?!

*Für manche hat das Stichwort »nachhaltiger Konsum« (noch immer) einen faden Beigeschmack; ist für einige mehr Verzicht als Tugend und polarisiert damit die Gemüter zwischen Skepsis und Hoffnung. So oder so stellen die Meisten schnell die richtigen Fragen: Worauf kommt es wirklich an? Was kann ich machen? Worauf muss ich achten?*

*Melanie Lukas ist Diplom-Öcotrophologin und Master of Science. Mittlerweile promoviert sie über Suffizienzstrategien im Alltag und ist Lehrbeauftragte am Fachbereich Öcotrophologie der FH Münster. Darüber hinaus ist sie Mitarbeiterin am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH in Wuppertal.*

Erinnerst du dich an deinen ersten Einkauf, nachdem der Umzug in die eigene Bude hinter dir lag; Mama und Papa sind weg und du bist endlich frei. Naja, fast. Denn der Einkauf im einem der REWE, ALDI, LIDL und EDEKA entpuppt sich schnell als Herausforderung. Endlich kannst Du »alles« kaufen, ohne auf die lästigen Kommentare der Eltern zu hören: »Das ist aber nicht unbedingt gesund?!« oder »Mmh, meinst Du nicht, dass wir so etwas noch zu Hause haben?!«. Nun wird alles besser. Die Freiheit ist zum Greifen nah. Doch dann folgt die Ernüchterung. Spätestens, wenn Du über die Höhe der Summe auf dem Bon erschrickst oder die schönen Produkte in der WG auspackst und versuchst, diese in einem viel zu kleinen Kühlschranksfach zu verstauen. Genau in diesem Moment stellen wir häufig fest, dass wir der vollen Bandbreite des Verkaufsmarketings erlegen sind. Wir beginnen uns Verhaltensweisen und Strategien anzueignen, um mit dem monatlichen Budget zurecht zu kommen. Wir verzichten vielleicht sogar häufiger auf Produkte oder machen uns zumindest mehr Gedanken um Dinge, die vorher keine übergeord-



nete Rolle spielten, z.B. wie viel Energie es kostet, Wäsche zu waschen oder zu heizen.

Mithilfe dieses Beispiels lässt sich verdeutlichen, worum es überhaupt geht. Unser alltägliches Verhalten ist geprägt von Konsum. Neben der Existenzsicherung ermöglicht Konsum auch die Teilhabe an der materiellen Kultur, Identitätsbildung und die soziale Abgrenzung von anderen Milieus und Gruppierungen. Wir belohnen uns durch Konsum, z.B. indem wir im Einkaufszentrum shoppen gehen oder mit der Amazon App auf dem iPhone

# Auf der Suche nach dem richtigen Maß - Nachhaltiger Konsum im Studierendenleben?!

ein PC Game bestellen. Wir grenzen uns von anderen Gruppen ab, indem wir bestimmte Konsumgüter – z.B. Kleidungsstücke oder Schmuck – kaufen bzw. nicht kaufen oder wir tun unseren Lieben etwas Gutes, indem wir sie reich beschenken. Unsere Volkswirtschaft ist dabei stark abhängig von dem Konsum der privaten Haushalte. Nicht umsonst verkündet die Gesellschaft für Konsumforschung jedes Jahr erneut voller Stolz, dass die Deutschen mehr Geld für den alljährlichen Weihnachtskonsum ausgeben wollen. Konsum ist also ein wichtiger und großer Teil des täglichen (Zusammen-)Lebens und der Wirtschaft. Genauso sind langlebige Konsumgüter wie Waschmaschinen, Kühlschränke, Fernseher und Autos in den meisten Haushalten der Industrieländer mittlerweile zur Grundausstattung geworden. Wir räumen immer mehr »Platz« ein und haben immer höhere Ansprüche an den Freizeitkonsum. Ein Beispiel: Heute ist eine Waschmaschine ein normaler Alltagsgegenstand und erleichtert uns das Leben, während in den 50er Jahren dieses Konsumgut ein großer Luxus war.

Doch zurück zur Nachhaltigkeitsdebatte, die mittlerweile nahezu alle Handlungsbereiche unseres täglichen Lebens erreicht hat. So steht der nachhaltige, verantwortungsvolle und ethische Konsum im Mittelpunkt der Verbraucherpolitik. Denn unser Verbraucherverhalten verursacht eine Vielzahl von Nebeneffekten. Für das Individuum kann ein übermäßiger Konsum zu einer Überschuldung führen oder zunehmend zu Krankheiten, z.B. durch eine vermeintlich falsche Ernäh-

rung. Im gesamtgesellschaftlichen System führt Konsum zu Umweltverschmutzung und Ressourcenverknappung. Ein weiteres Problem: Nordamerika und Westeuropa sind an rund 60% des weltweiten Verbrauchs beteiligt, obwohl sie nur 12% der Weltbevölkerung stellen. Doch nachhaltiger Konsum meint nicht nur, dass man ab und zu mal zum Rewe-Bio-Käse greift. Es handelt sich um eine viel komplexere Strategie, um tägliche Verhaltensweisen und Routinen zu überwinden. Es stellt sich immer die Frage, was das Konzept des nachhaltigen Konsums überhaupt ausrichten kann. Wissenschaftlich gesehen verdeutlicht der nachhaltige Konsum die Strategie des »besseren« oder »verbesserten« Konsums. Leider befinden wir uns damit direkt im nächsten Dilemma: Die Strategien des »verbesserten« Konsums zielen meist auf Effizienzgewinne ab und werden im Ganzen häufig durch sogenannte Rebound-Effekte vernichtet. Rebound-Effekte treten zum Beispiel auf, wenn ökologisch verträglichere Produkte stärker nachgefragt bzw. genutzt werden als deren ehemals konventionelle Alternative. Häufig kommt es dadurch auch nur zu Nachfrageverschiebungen, sogenannten »indirekten Rebounds«. So investieren Verbraucher das Geld, welches sie z.B. durch Energieeinsparungen eingespart haben, oft in andere Produkte oder Dienstleistungen, wie Urlaube. Im Allgemeinen ist auch das Wachstum der globalen Gesamtwirtschaft ein wichtiger Faktor für Rebound Effekte, denn obwohl viele Produkte mittlerweile deutlich energieeffizienter sind, steigt der Bedarf an Energie stetig. Mehr Menschen nehmen im-

# Auf der Suche nach dem richtigen Maß - Nachhaltiger Konsum im Studierendenleben?!

mer mehr Produkte und Dienstleistungen in Anspruch. Darüber hinaus erwähnen Kritiker nicht selten, dass der Einzelne nicht viel für den nachhaltigen Konsum bewirken kann und die Lösung der Probleme in gesetzlichen Vorschriften liegt. Das mag zu Teilen richtig sein, doch der Gesetzgeber benötigt sehr viel Zeit für Entscheidungen, während verbraucher-gesteuerte Nachhaltigkeitsprojekte – sogenannte Bottom-Up oder Grass-Root-Projekte – häufig lokal erfolgreich sind und schnell umgesetzt werden.

Weitere Dilemmata lassen sich schon an kleinen Beispielen des täglichen Konsums erkennen. Wir alle schauen beim täglichen Einkauf regelmäßig nach dem Preis der Produkte. Deshalb spielt bis heute der Einkauf von Bio-Lebensmitteln eine nur geringe Rolle bei der Betrachtung des gesamthauswirtschaftlichen Konsums in Deutschland. Bio-Lebensmittel werden so kritisch vom Verbraucher beäugt wie niemals zuvor. Diese machen einen Anteil von 4% des Konsums aus, während zum Beispiel regionale Lebensmittel auf eine viel größere Akzeptanz stoßen. Dieses Phänomen lässt sich ganz einfach begründen. In der Regel stammen regionale Produkte, die im konventionellen Lebensmittelmarkt angeboten werden, nicht aus biologischer Landwirtschaft und sind deshalb deutlich günstiger. Trotzdem ruft der Regionalitätsbegriff das positive Gefühl hervor, etwas »Gutes« getan zu haben. Dies verdeutlicht, wie komplex die täglichen Entscheidungen sind und es ist dabei auch verständlich, warum Verbraucher schnell verstört

reagieren. Nun stellt sich dir wahrscheinlich die Frage. »Was kann ich denn konkret tun?« Dazu empfiehlt es sich, eigene Prioritäten zu setzen. Am besten du überlegst dir, in welchem Handlungsbereichen im Alltag du beginnen kannst. Fällt es dir leichter, über deine Mobilitätsroutinen mit dem Auto nachzudenken und diese zu verändern, oder über deine täglichen Essgewohnheiten? Vielleicht überlegst du dir auch, ob du manchmal zu viel wegschmeißt. Neben den üblichen Dingen, die uns meist die Eltern schon beigebracht haben, also »Licht aus, wenn niemand im Zimmer ist« und »Heizung runter, wenn man das Haus verlässt«, gibt es im Bezug auf nachhaltigen Konsum diese sechs Ideen:

## **Rethink (Überdenken)**

Dieser Ansatz des nachhaltigen Konsums soll jeden Einzelnen zum Nachdenken animieren. Man stellt sich die Frage: Welche »schlechten« Angewohnheiten habe ich eigentlich? Lasse ich beim Zähneputzen immer noch das Wasser laufen oder vergesse ich beim Einkaufen regelmäßig den guten Jutebeutel und kaufe dann doch wieder eine Plastiktüte? Die kleinen Marotten des Alltags gilt es also zu überdenken.

## **Reduce (Reduzieren)**

Brauche ich wirklich ein weiteres Paar Schuhe oder das neue iPhone? Meist unterliegen unsere Konsumgewohnheiten nicht mehr der Notwendigkeit, sondern den Trends im eigenen Umfeld. Muss ich diesen Trends folgen oder kann ich auch so glücklich sein? Eine grundlegende Frage also.

# Auf der Suche nach dem richtigen Maß - Nachhaltiger Konsum im Studierendenleben?!

## Mobiler Rohstoff

Alte Handys enthalten wertvolle Metalle. Es ist also mehr als sinnvoll, sie wieder zu verwerten.

Der NABU hat als einer der größten und anerkanntesten Naturschutzverbände in Deutschland ein Projekt ins Leben gerufen, welches der AStA unterstützt: Ihr könnt eure alten Handy's bei uns abgeben und somit Gutes tun. Die Erlöse des Projektes kommen einem Nabu-Projekt (»Untere Have«) zugute.  
[www.nabu.de](http://www.nabu.de)

## Reuse (Erneut nutzen)

Diese Idee verweist auf einen wohlbekannten Aspekt hin: Second Hand. Welche Sachen lassen sich erneut oder anders nutzen? Ein schönes Phänomen bei alljährlichen Aufräumaktionen, du findest »neue« alte Klamotten im Kleiderschrank und wunderst dich, warum du diese nicht häufiger trägst.

## Reject (Ablehnen)

Ein weiterer Aspekt ist das Ablehnen der heutigen Konsumgewohnheiten. Velerorts bilden sich Communities, die z.B. die dynamische Landwirtschaft unterstützen, dabei direkt den Bauern monetär unterstützen und dadurch das marktwirtschaftliche System umgehen (z.B. in Münster der CSA Hof Entrup in Altenberge, [www.entrup.de](http://www.entrup.de)). Viele andere Ideen und Communities findest du im Netz.

## Recycle (Wiederverwerten)

Die Produkte neu definieren und alte Produkte umfunktionieren, ein weiterer Aspekt der Debatte um nachhaltigen Konsum. Neue

Trends lassen sich zum Beispiel in den Communities erkennen, die nicht nur Kleidung secondhand anbieten, sondern auch Anregungen zur »Recycling-Nutzung« bieten. Ein Beispiel dafür ist der Kleiderkreisel ([www.kleiderkreisel.de](http://www.kleiderkreisel.de)).

## Repair (Reparieren)

Zu guter Letzt ist der Aspekt des Reparierens zu nennen, der heute immer weiter in den Schatten der Aufmerksamkeit gerückt ist, da die Kosten einer Reparatur meist den Neuwert des Produktes übersteigen. Auch hier bilden sich immer mehr private Communities, die mit Tipps und Tricks jedem Laien helfen, defekte Produkte wieder auf Vordermann zu bringen. (z.B. [www.selbst.de](http://www.selbst.de), [www.diy-academy.eu](http://www.diy-academy.eu)) Die Aspekte des nachhaltigen Konsumlebens sind zudem häufig mit monetären Anreizen, sprich Geldeinsparungen, verbunden. Wenn du zum Beispiel deine Routinen im Alltag überdenkst und konsequent alle Stand-By-Schalter in deinem Zimmer ausschaltest, sparst du häufig bereits bis zu 30 Euro im Jahr. Noch weitreichender sind Strategien des »Selbst-machens« oder der »Second-Hand-Nutzung«. Häufig erhalten die Produkte für dich einen größeren Wert, du gehst sorgsamer mit Ihnen um und sparst gleichzeitig Geld. Wenn du dich weiter informieren willst, auch über Siegel und Qualitätskriterien »nachhaltiger Produkte«, die im Rahmen des Beitrags nicht weiter berücksichtigt werden konnten, schaue doch mal unter [www.nachhaltiger-warenkorb.de](http://www.nachhaltiger-warenkorb.de) rein und lasse dich inspirieren.



# Nachhaltiger Einblick in den beruflichen Alltag

*Um Corporate Social Responsibility (CSR), also unternehmerische Verantwortung, vom »Seifenblasenspiel der Marketingvokabel« zu lösen, müssen Unternehmen ausgehend von ihrem Wertegerüst und ihren Zielen, stärker denn je ihre gesellschaftliche Rolle und die daraus erwachsene Verantwortung definieren. Die Integration ökologischer und sozialer Verantwortung in das Management und in die Wertschöpfungskette eines Unternehmens verlangt Mitarbeitern fachliche, methodische und soziale Kompetenzen ab. Doch was bedeutet das für Hochschulabsolventen, die eine berufliche Karriere in der Wirtschaft anstreben? Wir haben einen Experten aus der Wirtschaft befragt.*

*Der AstA im Interview mit dem Nachhaltigkeitsbeauftragten des Drogeriemarktdiscounters ROSSMANN, Edzard Schönrock.*

**Herr Schönrock, Sie sind für das Nachhaltigkeitsmanagement eines der größten deutschen Drogeriemarktunternehmen verantwortlich. Was hat ein Drogeriemarkt mit Nachhaltigkeit zu tun?**

Es klingt zwar abgedroschen, aber jedes Unternehmen, egal welcher Branche, ist nun mal Teil der Gesellschaft und seiner Umwelt. Damit tragen auch wir Verantwortung für die Gesellschaft und den Schutz der Umwelt. Manche haben den Zusammenhang nicht ganz verstanden!

**Sie spielen auf die Schlecker-Pleite an?**

Ja, der Fall hat meines Erachtens gezeigt, dass viele Verbraucher ganz genau hinschauen, wo sie einkaufen. Fraglicher Umgang mit Mitarbeitern wird genauso kritisch gesehen wie Umweltskandale... Stichwort: Deep Water Horizon von BP!

**Was machen Sie denn besser?**

Erst einmal haben wir eine Vielzahl der Ihr Platz-Filialen übernommen und damit mehr als 2000 ehemalige Schlecker-Mitarbeiter. Die Übernahmequote unserer Azubis liegt bei über 90 %. Unsere Mitarbeiter bekommen – wenn sie sich beweisen – auch schnell Verantwortung übertragen und haben somit Gestaltungsmöglichkeiten in Eigenregie. Wir versuchen aber auch ganz konkret durch die Initiierung sozialer Initiativen oder durch die Unterstützung von Umweltschutzprojekten unserer Verantwortung gerecht zu werden. So unterstützen wir finanziell bereits seit vielen Jahren die Stiftung Weltbevölkerung, die sich bspw. für HIV-Prävention insbesondere in Entwicklungsländern einsetzt.

**Mit Verlaub, durch Geldspenden allein übernimmt man doch keine Verantwortung, oder?**



# Nachhaltiger Einblick in den beruflichen Alltag

Das ist korrekt. Zuerst einmal äußert sich unsere Unterstützung von Initiativen dieser Art nicht nur finanziell: Wir nutzen unsere Kommunikationskanäle (z.B. Internetauftritt oder Kundenmagazin), um bestimmte Problematiken und die Initiativen innerhalb unseres Kundenkreises bekannter zu machen. Gleichzeitig wird das Thema Nachhaltigkeit auch intern gespielt: Bspw. werden wir intern bald nur noch Büropapier aus 100 % Altpapier einsetzen. Dabei zahlen wir tendenziell eher drauf.

**Das klingt edel! Spielt Wirtschaftlichkeit denn keine Rolle?**

Wenn es um die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben geht, sicherlich nicht. Anderswo spielt die Wirtschaftlichkeit der Projekte eine ganz entscheidende Rolle – keine Frage. Wir konnten z.B. durch die Modernisierung unserer Lkw-Flotte und eines neuen Distributionskonzepts neben ca. 2.5 Mio. Transportkilometern und über 1.000 Tonnen CO<sub>2</sub> auch Kosten einsparen. Das ist immer ein gutes Argument!

**Sind ihre Mitarbeiter bei solchen Projekten involviert?**

Ja klar. Viele der Verbesserungsmaßnahmen werden aktiv von unseren Mitarbeitern über unser betriebliches Vorschlagswesen vorangetrieben.

**Das setzt aber auch gewisses Know-how voraus, oder?**

Richtig. Solche Lösungen verlangen fachliche, methodische und soziale Kompetenz unserer Fach- und Führungskräfte um sachgerechte Entscheidungen treffen zu können. Dabei arbeiten oftmals auch die unterschiedlichsten Abteilungen in den Projekten zusammen.



**Und was bedeutet das für Berufseinsteiger?**

Wir als Nachhaltigkeitsabteilung verstehen uns als Sparringspartner und Initiator neuer Ansätze. Das setzt beiderseitige Lernbereitschaft und den Willen voraus, gemeinsam neue Ideen und Konzepte zu entwickeln, die im ersten Moment vielleicht unkonventionell erscheinen. Für ihre Entwicklung ist Know-how unabdingbar. Wir freuen uns deshalb

# Nachhaltiger Einblick in den beruflichen Alltag

immer, wenn junge Nachwuchskräfte sensibilisiert gegenüber umweltbezogenen und sozialen Themen sind. In Zukunft wird das noch stärker von Berufseinsteigern gefordert werden.

## Wohin mit dem Elektro-Ding?

ReUse Computer erweckt deinen alten PC wieder zum Leben! Der Verein, dem Unternehmen und Privatpersonen angehören, entfernt sensible Daten, repariert und verkauft die wieder einsatzfähigen Computer weiter bzw. sichert eine umweltgerechte Entsorgung zu.  
[www.reuse-computer.de](http://www.reuse-computer.de)

## Haben Sie zum Abschluss noch einen Tipp für den Karrierestart?

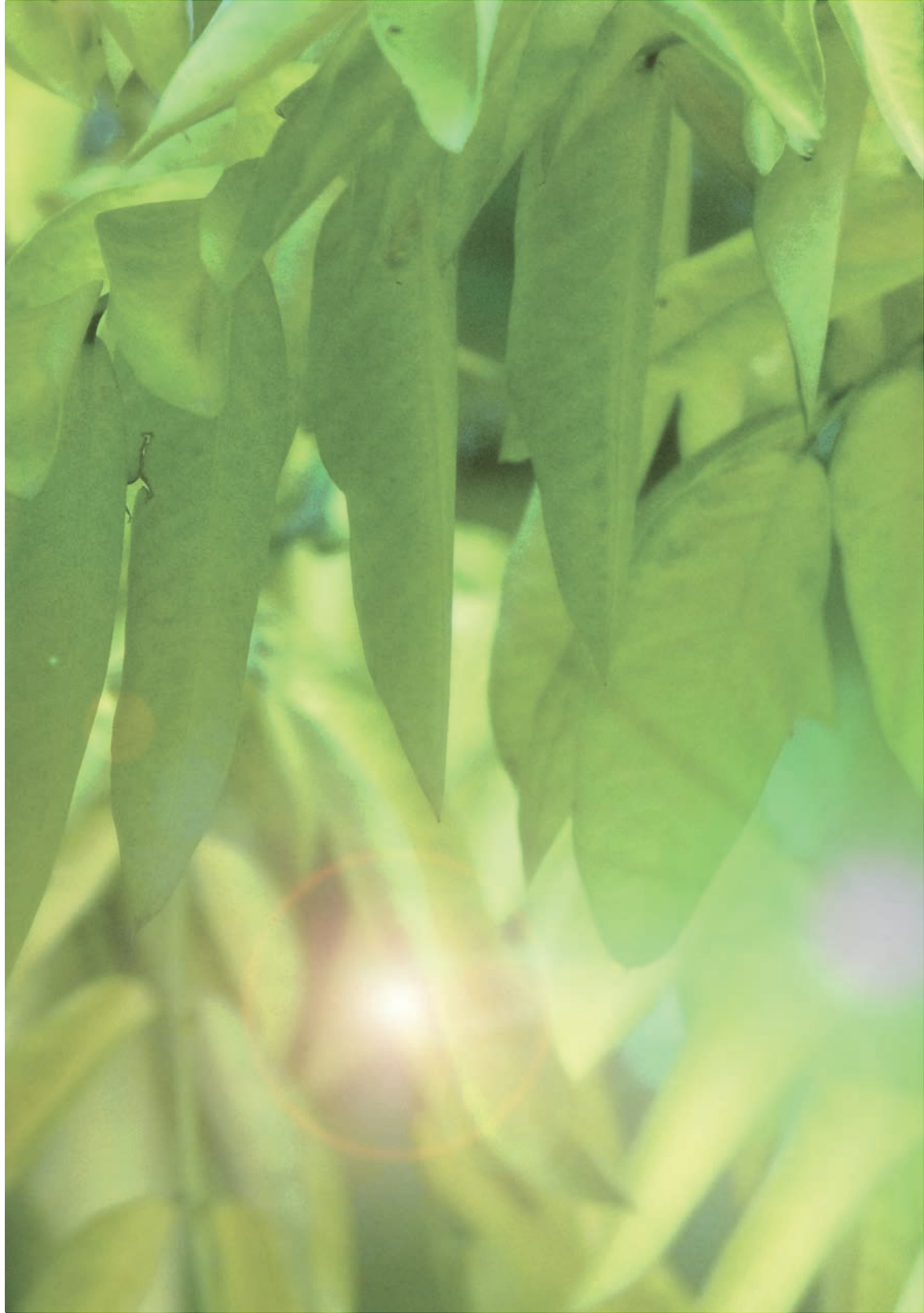
Ja! Nutzen Sie die Möglichkeiten ihres Studiums, um sich auch in Punkto Nachhaltigkeit aufzustellen, denn das Thema wird – erfreulicherweise – immer prominenter. Soll heißen: Schauen Sie auch links und rechts ihres Fachbereichs! Interdisziplinäres und vernetztes Denken ist heutzutage gefragt. Was nicht heißen soll, dass man überall Experte werden muss, aber gewisse Grundlagen nutzen immer!

Vielen Dank für ihre Einschätzung!



## Konkret?

Nun ja, manche Entscheidungen, z.B. hinsichtlich Produkt-Design oder auch in der Ausgestaltung der Lieferkette haben immense ökologische und soziale Auswirkungen, dessen sind sich Viele gar nicht bewusst: Was bedeutet es für die Beschaffungssicherheit, würden wir Schreibwarenprodukte aus Altpapier statt Frischholzfasern anbieten? Wie kann man Transportstabilität und eine ästhetische Gestaltung mit möglichst geringem Verpackungsgewicht verbinden, ohne die Kosten aus den Augen zu verlieren? Solche Fragen beschäftigen oftmals gleich mehrere Personen unterschiedlichster Unternehmen und Fachrichtungen von Einkauf über Produktmanager bis zum Logistikleiter.



# Unternehmen müssen nachhaltig wirtschaften! Eine Herausforderung für unsere Fachkräfte von Morgen

*Unternehmen stehen in den nächsten Jahren und Jahrzehnten vor großen, zahlreichen und zum Teil miteinander verflochtenen Herausforderungen. Die Reaktion auf und Anpassung an den Klimawandel, an die Ressourcenknappheit (Öl, Wasser, seltene Erden...) oder den demographischen Wandel können dabei aber auch zu entscheidenden Wettbewerbsvorteilen führen. Die dafür notwendigen Lösungen und Konzepte erfordern Know-How – auch und gerade von Studierenden.*

*Ein Beitrag von Prof. Dr. Nina V. Michaelis, Fachbereich Wirtschaft der FH Münster. Sie bietet das Pflichtmodul »Nachhaltiges Wirtschaften« für Betriebswirte an. Die Veranstaltung hält sie interdisziplinär mit Prof. Dr. Bert Kiel und der Doktorandin Therese Kirsch.*

Die meisten von Ihnen, egal ob Betriebswirte, Ingenieure, Architekten, Öcotrophologen, Sozialarbeiter oder Manager im Gesundheitswesen werden später in Unternehmen im weiteren Sinne arbeiten. Unternehmen wirtschaften heute in einem Umfeld, das wesentlich komplexer geworden ist als noch vor wenigen Jahrzehnten. Es gibt globale Herausforderungen, die nicht nur gesellschaftlich höchst relevant sind, sondern auch Unternehmen in besonderem Maße betreffen – als Chance, aber auch als Risiko für die eigene Geschäftstätigkeit.

Dazu zählen der Klimawandel, die Zerstörung von Ökosystemen, der Verbrauch nicht-erneuerbarer Ressourcen, die Übernutzung erneuerbarer Ressourcen, unzureichende Erwerbsarbeit, instabile Finanzmärkte, Unterentwicklung und Armut, der demographische Wandel und gewaltsame Konflikte. Diese Herausforderungen müssen wir gemeinsam meistern, wenn die



Entwicklung in Deutschland, in Europa und global nachhaltig (oder zukunftsfähig) verlaufen soll. Unsere politischen Vertreter müssen die richtigen Rahmenbedingungen schaffen. Dafür benötigen sie jedoch den entsprechenden Rückhalt in der Gesellschaft: Letztendlich ist nachhaltige Entwicklung die Aufgabe von allen, die auf dieser Erde leben, arbeiten und wirtschaften.

Ein Problem bei der Umsetzung ist die sogenannte »Ökonomisierung der Gesellschaft«.

# Unternehmen müssen nachhaltig wirtschaften!

## Eine Herausforderung für unsere Fachkräfte von Morgen

Viele politische Entscheidungen werden heutzutage unter das Primat der Wirtschaft gestellt. Die herrschende Lehre sowohl in der Volks- als auch in der Betriebswirtschaft geht vom Grundprinzip aus: »Mehr ist immer besser«. Deshalb muss sich unsere Gesellschaft daran messen lassen, ob und wie stark ihre Wirtschaftsleistung (das Bruttoinlandsprodukt) steigt und nicht daran, wie zufrieden ihre Mitglieder sind. Deshalb wird auch der Erfolg vieler Unternehmen danach bewertet, inwiefern sie ihren »shareholder value« (oder vereinfacht ausgedrückt: Unternehmenswert) maximieren und nicht danach, ob sie langfristig gut wirtschaften und wie zufrieden ihre Mitarbeiter und Kunden sind. Auch wir als Konsumenten definieren uns in der Regel darüber, was und wie viel wir besitzen, und zweifeln selten an, ob uns das wirklich hilft, ein gutes und zufriedenes Leben zu führen. Neue Konzepte werden glücklicherweise zurzeit sowohl wissenschaftlich als auch in der Politik diskutiert.

Chancen für Unternehmen bestehen, wenn sie sich den oben genannten Herausforderungen bewusst sind, und sie Lösungsansätze proaktiv in ihre Managementstrategie integrieren. Es ist sogar möglich, sich dadurch Wettbewerbsvorteile zu erarbeiten. Ein paar Beispiele: Unternehmen, die bereits ihren Energieverbrauch möglichst effizient gestaltet haben, müssen Preiserhöhungen im Stromsektor durch die Energiewende nicht so sehr fürchten, wie Konkurrenten, die das noch nicht getan haben. Unternehmen, die

jetzt schon auf die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter achten, gewinnen im Wettbewerb um die besten Arbeitskräfte, die im Zuge des demografischen Wandels knapper werden. Unternehmen, die schon jetzt »nachhaltige« Produkte entwickeln, reagieren frühzeitig auf eine wachsende Nachfrage in diesem Bereich.

Um in Unternehmen geeignete Konzepte umzusetzen, ist interdisziplinäre Zusammenarbeit unabdingbar. Bildung – also auch Ihre Ausbildung hier an der FH – spielt dabei eine wichtige Rolle. Die Herausforderungen sind komplex und die Antworten und Konzepte sind ebenso vielschichtig – sie lassen sich nicht nur einem Fachbereich zuordnen. Werden Sie bitte mit uns ein Teil der Lösung. Achten Sie darauf, die Perspektive auf die globalen Herausforderungen und geeignete Lösungsansätze in ihrem Studium nicht zu verlieren. Bleiben Sie neugierig und kritisch, stellen Sie klassisches Fachwissen durchaus auch in Frage, wenn Sie Nachhaltigkeitsaspekte nicht berücksichtigt sehen. Wir brauchen Sie als sozialen, verantwortungsvollen, gebildeten und engagierten Menschen, um die Entwicklung unserer Gesellschaft nachhaltig zu gestalten.



## Praktika und Jobangebote finden

*Internet-Stellenbörsen, die sich im Bereich Nachhaltigkeit auf Jobs, Praktika etc. spezialisiert haben:*

[www.fh-muenster.de/fb8/alumni/jobangebote.php](http://www.fh-muenster.de/fb8/alumni/jobangebote.php)

[www.nachhaltigejobs.de](http://www.nachhaltigejobs.de)

[www.csr-jobs.de](http://www.csr-jobs.de)

[www.greenjobs.de](http://www.greenjobs.de)

[www.oekojobs.de](http://www.oekojobs.de)

[www.sneep.info/stellenboerse](http://www.sneep.info/stellenboerse)

[www.juwi.de/karriere/jobangebote.html](http://www.juwi.de/karriere/jobangebote.html)

[www.renewrebels.com/site/bewerber](http://www.renewrebels.com/site/bewerber)

[www.rejm.de/stellenangebote.php](http://www.rejm.de/stellenangebote.php)

[www.netimpact.me/stellenboerse](http://www.netimpact.me/stellenboerse)

[www.jobmotor-erneuerbare.de](http://www.jobmotor-erneuerbare.de)

[www.developmentaid.org](http://www.developmentaid.org)

[www.devnetjobs.org](http://www.devnetjobs.org)

[www.faktorn.de](http://www.faktorn.de)

# Perspektive Nachhaltigkeit – Bildungsangebote der FH Münster

*Module, Ringvorlesungen und Initiativen der FH Münster im Überblick.*

*Tipp:: Es können – je nach Studienordnung – einzelne Module durch andere an anderen Fachbereichen mit Zustimmung des zuständigen Prüfungsamts ersetzt werden. Ansonsten lässt sich oft eine freiwillige Teilnahme an Lehrveranstaltungen mit einer Teilnahmebescheinigung bestätigen.*

## Studiengänge und Module

### Bachelor | Chemieingenieurwesen | Vertiefung »Nachhaltige Chemie« | FB 1

Die Absolventen dieser Profilierungsrichtung sollen als Experten in der Lage sein, Lebenszyklus Analysen (LCA = Life Cycle Assessment) im Bereich der Herstellung und Nutzung chemischer Produkte zu erstellen. Sie können auf dieser Basis die Nachhaltigkeit chemischer Wertschöpfungsketten bewerten und zur Optimierung beitragen. Sie sind gefragte Experten insbesondere in der Indus-

trie, da ein bedeutender Teil ihrer Ausbildung in Kooperation mit regionalen Unternehmen, im Sinne einer dualen akademischen Ausbildung, als »internship« stattfindet. Diese Praxisaufenthalte prägen, sowohl durch ihren Anteil, als auch inhaltlich das Curriculum und sind für die Absolventen dieses Vertiefungsprofils ein Herausstellungsmerkmal.

### Bachelor | Betriebswirtschaft | Modul »Unternehmen und Gesellschaft« | FB 9

Das Modul »Unternehmen und Gesellschaft« unterteilt sich in ein 2-tägiges Blockseminar zu ausgewählten wirtschaftsethischen Aspekten, wie z.B. »Ein ethisches Unternehmen – Was ist das?«, »Das Ende der Armut« oder »Corruption and Compliance« und eine semesterbegleitende Vorlesung »Nachhaltiges Wirtschaften«. In der Vorlesung lernen die Studierenden existenzielle Fragestellungen, die dem betriebswirtschaftlichen Prozess übergeordnet sind, zu erläutern

und die notwendigen gesellschaftlichen und wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Entwicklung zu beschreiben und zu diskutieren. Außerdem lernen sie die sich verändernden Anforderungen der Verbraucher an ein modernes Unternehmen zu erläutern, das Segment der nachhaltigen Verbraucher zu beschreiben, sowie konkrete Ansatzpunkte für die Umsetzung nachhaltigen Wirtschaftens in Unternehmen aufzuzeigen und zu bewerten.

# Perspektive Nachhaltigkeit – Bildungsangebote der FH Münster

## Master | Baugenieurwesen | Modul »Nachhaltiges Bauen« | FB 6

Ziel des Moduls »Nachhaltiges Bauen« ist es, dass die Studierenden ein Gebäude im Hinblick auf seine ökologische, wirtschaftliche und soziale Qualität beurteilen können. Dazu wird zunächst theoretisch in das Themenfeld eingeführt. An von den Studierenden selbst entwickelten Beispielen werden anschließend allgemeine Planungsgrundsätze sowie Kriterien für Soziokulturelle Qualität, Ökologische Qualität und Wirtschaftliche Qualität erarbeitet. Dabei werden auch die Wechselwirkungen der einzelnen

Nachhaltigkeitskriterien und die damit verbundenen Herausforderungen einbezogen. Außerdem werden Nachhaltigkeitszertifikate und ihre Auswirkungen auf den Planungs- und Bauprozess betrachtet. Zusätzlich wird anhand von Übungsbeispielen auf ausgewählte Kriterien des Deutschen Gütesiegels für Nachhaltiges Bauen (DGNB) eingegangen. In einer Hausarbeit bewerten die Studierenden anschließend ein konkretes Gebäude auf seine Nachhaltigkeit.

## Master | Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft | FB 8

Nachhaltige Entwicklung ist ein Leitbild für die Gestaltung eines wirtschaftlich leistungsfähigen, ökologisch verträglichen und sozial gerechten Ernährungssystems. Ziel ist eine bessere Lebensqualität für heutige und künftige Generationen. Die Ernährungswirtschaft ist – neben Energie und Mobilität – eine der wichtigsten Wirtschaftsbereiche im Bezug zu Nachhaltigkeit und ihr fällt dabei eine entsprechend wichtige Rolle zu. Umweltverträgliche Produktionsmethoden, Ressourcenschonung und die Bereitstellung gesunder Lebensmittel sind entscheidende Faktoren. Der 4-semesterige Masterstudiengang »Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft« am

Fachbereich Oecotrophologie greift diese Herausforderungen auf. Innovativ, interdisziplinär und mit internationalem Blick werden in vier Semestern Fachleute ausgebildet, die als führende Akteure neue Ideen, Methoden und Konzepte zur Nachhaltigkeit in die zukunftsorientierte Wirtschaft einbringen. Die Einbindung von Unternehmen der Ernährungswirtschaft zeigt die Nähe zur Praxis. Fallstudien, Firmenbesuche und Nachhaltigkeitschecks gehören zu den Standardelementen des Masterstudiengangs, der den Bogen von der Nahrungsmittelproduktion bis zum Endverbraucher spannt.



# Perspektive Nachhaltigkeit – Bildungsangebote der FH Münster

Master | International Marketing & Sales, International Commerce & Leadership

| Wahlpflichtfach »Nachhaltiges Wirtschaften – die globale Dimension« | FB 9

Das Wahlpflichtfach »Nachhaltiges Wirtschaften – Die globale Dimension« soll die Studierenden in die Lage versetzen, existenzielle Probleme, die dem betriebswirtschaftlichen Prozess übergeordnet sind, erläutern zu können. Des Weiteren sollen sie das Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung und seine Umsetzung auf gesellschaftlicher Ebene beschreiben und diskutieren, sowie den

Einfluss der sich verändernden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen auf ein globales Unternehmen einschätzen lernen. Ziel ist es auch, Ansätze zur Umsetzung von Nachhaltigkeit in Unternehmen kritisch zu beurteilen, sowie komplexe Problemstellungen selbstständig und verständlich aufbereiten, vorstellen und diskutieren zu können.

## Initiativen

Arbeitskreis Nachhaltigkeit und Ethik | Ringvorlesungen

Mit ihren Studierenden bildet die Fachhochschule Münster diejenigen aus, die unsere Zukunft als Entscheidungsträger von morgen aktiv mitgestalten werden. Ziel des Arbeitskreises »Nachhaltigkeit und Ethik« ist es, sie in die Lage zu versetzen, die Auswirkungen der technologisierten Gesellschaft auf Umwelt und die Weltbevölkerung systematisch zu erkennen – und bei der Lösung der daraus resultierenden Probleme zu helfen.

Mit Ringvorlesungen und Aktionen wie »Denken an morgen – Nachhaltigkeitswoche an der FH Münster« versucht der Arbeitskreis das Thema Nachhaltigkeit aktiv in die Fachhochschule einzubinden. Mitstreiter sind immer herzlich willkommen, um die Aktivitäten mitzugestalten und weiter auf- und auszubauen.

Weitere Infos findet ihr unter:

[www.fh-muenster.de/nachhaltigkeit](http://www.fh-muenster.de/nachhaltigkeit)

# Perspektive Nachhaltigkeit – Bildungsangebote der FH Münster

## Virtuelles Wasser

Virtuelles Wasser hat nichts mit PC-Games zu tun, sondern gibt den tatsächlichen Gesamtwasserverbrauch an. Liegt unser täglicher und direkter Wasserverbrauch bei ca. 130 L pro Person, so kommen wir »virtuell« (also über indirekte Wasserverbräuche) schnell mal auf 4.000 L pro Tag und Kopf! Das ist vor allem auf unseren Konsum zurückzuführen:

*...rate mal wie viel virtuelles Wasser für die Herstellung von 1 kg Röstkaffee erforderlich ist!?*

*Antwort: 21.000 L!*

1 Tasse Tee (0,25 L) = 30 L virtuelles Wasser

1 L Wein = 960 L virtuelles Wasser

1 L Bier = 300 L virtuelles Wasser

1 kg Schweinefleisch = 4800 L virtuelles Wasser

## Aktionen des AStA – Wir informieren euch!

Nachhaltigkeit steht auch auf der Agenda des AStA. Durch die Initiierung und Unterstützung verschiedener Aktionen und Veranstaltungen versuchen wir das Thema in den Vordergrund zu rücken. Alles über aktuelle Veranstaltungen erfährt ihr auf unserer Homepage, bei Facebook oder per Mail.

[www.astafh.de](http://www.astafh.de)

[www.facebook.com/astafhmuenster](https://www.facebook.com/astafhmuenster)

**Fragen und Anregungen gerne an:**

[umwelt@astafh.de](mailto:umwelt@astafh.de)

## Brainteaser: Papier

*Wie groß wäre ein Turm aus dem in Deutschland verbrauchten DIN-A4-Papier?*

Legt man die vom Bundesministerium für Umwelt (BMU) veröffentlichte Menge von 800.000 Tonnen/Jahr zugrunde, wäre der Stapel ca. 16.000 km hoch!

Ein Grund mehr auf Recyclingpapier umzustellen. Das erkennst du bspw. durch Labels wie »Der blaue Engel« oder »ÖKOPapier«.

# Quellenverzeichnis

## **Auf der Suche nach dem richtigen Maß - Nachhaltiger Konsum im Studierendenleben?!**

Bilharz, M. (2004): Ökologisches Wissen zwischen unendlicher Komplexität und faktischer Irrelevanz: Ein strategischer Lösungsansatz; in: Natur und Kultur, 5. Jg., Nr. 2, S. 71-87

Fischer M./ Sommer, B. (2012): Verbrauchte Zukunft Mentale und soziale Voraussetzungen verantwortungsvollen Konsums. Friedrich-Ebert-Stiftung.

Princen, S. (2005): The logic of Sufficiency. MIT Press.

Schmidt-Bleek, F (2008): Nutzen wir die Erde richtig?, Fischer Taschenbuch Verlag.

Shove, E. (2003): Converging Conventions of Comfort, Cleanliness and Convenience. Journal of Consumer Policy 26: 395–418, 2003. Kluwer Academic Publishers.



Allgemeiner Studierendenausschuss  
der Fachhochschule Münster

