

Zertifizierung und Prämierung

Klassifikationen von Nachhaltigkeit

Timo Wiegand

Für die deutsche Bundeskanzlerin scheint die Sache klar: »Wir müssen sämtliche Entscheidungen daraufhin abklopfen, ob sie auch der Nachhaltigkeit dienen« (Bundesregierung 2017) – so äußerte sich Angela Merkel zuletzt auf der Konferenz des Rates für Nachhaltige Entwicklung. Nachhaltigkeit sei »ein umfassender Auftrag zur Transformation für alle Staaten und [...] für jeden Einzelnen von uns«. Richtig umgesetzt stelle Nachhaltigkeit ein gesellschaftliches Handlungsprinzip dar, von dem weder die Wirtschaft noch der private Konsum ausgenommen bleibe. Nur durch die Orientierung an den Kriterien von Nachhaltigkeit könne ein künftig tragfähiger Zustand der Gesellschaft erreicht werden. Doch wie muss ein so umfassender gesellschaftlicher Wandel konzipiert sein, ohne zugleich handfeste Konflikte über die richtige Interpretation von Nachhaltigkeit zu provozieren?

Die Forderung nach einem Wandel in Richtung Nachhaltigkeit besteht schon seit den 1980er Jahren. Seither gilt dieser Wert zunehmend als unverzichtbar und erstrebenswert für nahezu jeden Gesellschaftsbereich. In der Praxis kommt es jedoch immer wieder zu Konflikten bei der Frage, was unter Nachhaltigkeit eigentlich verstanden werden soll. Dabei fehlt es nicht an Versuchen, Kriterien für deren Umsetzung zu entwickeln (vgl. Radkau 2011), wie bereits das sogenannte Drei-Säulen-Konzept der Nachhaltigkeit aus den 1990er Jahren zeigt (vgl. UN 1992; Enquette-Kommission 1998). Auch haben einzelne Staaten vermehrt nationale Nachhaltigkeitsstrategien zu ihrer politischen Agenda gemacht (vgl. WBGU

2011; Bundesregierung 2016). Dennoch fehlt es dabei an konkreten Konzepten, nicht selten beschränkt man sich auf unverbindliche Empfehlungen. Ähnliches gilt für die transnationalen Abkommen der letzten Jahre. Die *Agenda 2030* der Vereinten Nationen benennt zwar 17 *Sustainable Development Goals* (UN 2015) – die Vereinbarkeit der Ziele und deren Umsetzung sind aber weitgehend unklar und werden durch die Möglichkeit der einseitigen Aufkündigung, wie kürzlich durch die USA, weiter erschwert.

Die Omnipräsenz von Nachhaltigkeit trägt daher ambivalente Züge. Einerseits wurde ihr zunehmend der Status einer Leitnorm für zahlreiche Gesellschaftsbereiche zuteil. Andererseits ist ebendiese Leitnorm in ihrer konkreten Ausgestaltung weitgehend umstritten. Zwar ist man sich im politischen Diskurs westlicher Länder weithin einig darin, dass die gegenwärtige ökologische Belastung langfristig untragbar sei. Doch was der richtige Weg zum Ziel einer nachhaltigen Gesellschaft ist und was unter einer solchen Gesellschaft überhaupt verstanden werden soll, bleibt unklar. Worauf kann nachhaltiges Handeln heute also gründen?

DIE DOPPELROLLE VON UNTERNEHMEN

Im Unterschied zu den globalen Großkonzepten wird Nachhaltigkeit mittlerweile häufig in kleinerem Format, aber mit dem Ziel größerer Wirksamkeit verfolgt. Einer der prominentesten Vertreter dieser Herangehensweise ist der Klimaaktivist, Milliardär und ehemalige Bürgermeister von New York Michael Bloomberg. Nachhaltigkeit, so Bloomberg, finde heute »vor allem auf lokaler Ebene statt, in Städten, in Bundesstaaten, in Unternehmen« (SPIEGEL 2017: 94). Insbesondere die Wirtschaft sei zentral für nachhaltigen Wandel, wobei den Unternehmen ein besonders großes Potential nachgesagt wird. Als ökonomischen Akteuren kommt ihnen eine Doppelrolle zu: Sie gelten als hauptverantwortlich für die ökologischen Probleme der Gegenwart, halten aber gerade deshalb alle Möglichkeiten zur Umkehrung dieser Entwicklung in den Händen. Ihr Tun ist somit nicht nur im ökonomischen Sinne von Bedeutung, sondern in Sachen Nachhaltigkeit auch gesellschaftlich

höchst relevant. Wandelt sich die unternehmerische Praxis, stellen sich auch die Märkte und schließlich die gesamte Gesellschaft um. Es scheint daher kein Widerspruch zu sein, dass der Kapitalismus zwar häufig als zentrales Problem für Nachhaltigkeit identifiziert wird, die in ihm wirtschaftenden Unternehmen aber gleichzeitig als *Change Agents* und Pioniere einer »großen Transformation« (WBGU 2011) von Ökonomie und Gesellschaft gelten.¹

Unternehmen ihrerseits interpretieren diese Rolle des Pioniers auf je eigene Weise. Ökologisch ausgerichtete Akteure wie etwa der *Demeter-Verband* sprechen über Nachhaltigkeit als ethische »Antwort auf Globalisierung und Wirtschaftsmacht«, die durch »faire Preise, soziale Verbindlichkeit und nachhaltige Entwicklungsperspektiven« (Herrnkind 2017) umgesetzt werden soll. Der Konsumgüterkonzern *Unilever* hingegen versteht Nachhaltigkeit als ein originär unternehmerisches Konzept: »Nachhaltigkeit ist bei Unilever ein immanenter Bestandteil unseres Geschäftsmodells und Teil unserer globalen Strategie. Wir wollen auch in Zukunft wachsen, sind uns aber bewusst, dass Wachstum um jeden Preis kein gangbarer Weg ist.« (B.A.U.M. 2011) Für *Siemens* setzt sich Nachhaltigkeit aus den Zielen »Stärkung der Wirtschaft, Entwicklung lokaler Arbeitsplätze und Kompetenzen, Innovation, Umwelt und Nachhaltigkeit, Steigerung der Lebensqualität und Unterstützung der gesellschaftlichen Transformation« zusammen. Nachhaltigkeit sei ein innovatives Konzept, um »profitables und langfristiges Wachstum zu erzielen« (Siemens 2016). Solch unterschiedliche Interpretationen der gleichen Idee sind für Umweltverbände wiederum ein Indiz für den Missbrauch des Begriffs Nachhaltigkeit als »inhaltsleere Greenwashing-Kampagne« (Deutschlandfunk 2012). Nicht der nachhaltige Wandel der Wirtschaft stehe im Mittelpunkt, sondern die Anpassung von

1 | Auf globaler Ebene adressieren die Vereinten Nationen Unternehmen entsprechend und fordern die Veränderung ihrer Handlungsmuster: »We call upon all businesses to apply their creativity and innovation to solving sustainable development challenges. We will foster a dynamic and well functioning business sector, while protecting labour rights and environmental and health standards.« (UN 2015)

Nachhaltigkeit an die Geschäftsinteressen einzelner Unternehmen. Außerdem fehle es an für eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit ausschlaggebenden Strukturveränderungen (vgl. Fleming/Jones 2013). Nachhaltige Argumente müssten sich im Unternehmen bis dato zuerst ökonomisch rechtfertigen lassen. Die Wirtschaft sei deshalb nur bedingt »resonanzfähig« für jene Belange von Nachhaltigkeit (vgl. Engels 2010), die wachstums- und profitorientierten Zielen widersprechen.

Unternehmen stecken heute in einer Zwickmühle. Sollten sie sich den Forderungen nach Nachhaltigkeit völlig verweigern, müssen sie künftig mit ökonomischen Einbußen rechnen. Beziehen sie hingegen Nachhaltigkeit nach Maßgabe ökonomischer Kalküle mit ein, erfolgt Kritik von außen, was ihrer Reputation schadet und Gewinnchancen gleichermaßen beeinträchtigen kann. Um dieser Zwickmühle zu entgehen, nutzen Unternehmen verstärkt Instrumente der *Zertifizierung* und *Prämierung*. Sie dienen dazu, die eigene Definition von Nachhaltigkeit durch Dritte bestätigen und sich durch objektivierte Beweisformen eine gesellschaftliche Vorreiterrolle anerkennen zu lassen. Bedenkt man die wichtige Rolle von Unternehmen für einen nachhaltigen Wandel, sollten daher die Instrumente der Zertifizierung und Prämierung und deren Auswirkungen zentrale Themen der soziologischen Forschung sein.

DIE SOZIALE KLASSEFIKATION VON NACHHALTIGKEIT

Zertifikate und Prämierungen sind charakteristisch für die moderne Gesellschaft. Sie vereinheitlichen nicht selten konflikthafte Deutungen und verdichten Paradigmatisches in gültige Aussagen zur Sache. Soziologisch wird dem Rechnung getragen, indem Praktiken der Definition und Bewertung zunehmend zum Gegenstand der Forschung werden (vgl. Power 1997; Lamont 2012; Kjellberg/Mallard 2013). Um zu verstehen, wie Nachhaltigkeit in Unternehmen bewertet wird, reicht es jedoch nicht aus, nur die Praxis von Zertifizierungen und Prämierungen zu analysieren. Allein schon die Existenz solcher Bewertungsinstrumente selbst gibt Anlass zu weitreichenden soziologischen Fragen: Wodurch

sind sie grundlegend charakterisiert? In welchem Verhältnis stehen die Bewertungsinstrumente zueinander, wenn sie wirtschaftlich eingesetzt werden? Wie wird nachhaltige ökonomische Praxis als solche kategorisiert? Welche Bedeutung haben Unternehmensziele, die der Nachhaltigkeit widersprechen?

Die soziologische Theorie nähert sich Phänomenen der Definition und Bewertung mit dem Begriff der *Klassifikation*, wofür soziologiehistorisch die Arbeiten von Emile Durkheim und Marcel Mauss maßgeblich sind. Kennzeichnend für Klassifikationen ist demnach, »dass die Vorstellungen nach einem Modell geordnet sind, das aus der Gesellschaft stammt« (Durkheim/Mauss 1993 [1903]: 199). Die Klassifizierung von Objekten, Begriffen und Idealen ist nicht an individuelle Präferenzen gebunden, sondern durch Verfahren bedingt, die nur durch die soziale Ordnung der Gesellschaft selbst erklärt werden können. Es ist daher keineswegs selbstverständlich, dass Nachhaltigkeit heute vorwiegend durch Zertifikate und Prämierungen klassifiziert wird. Sie gelten nur deshalb als aussagekräftig, weil sie auf einem gesellschaftlichen Bewusstsein für die Notwendigkeit einer nachhaltigen Wirtschaft beruhen und dies durch Zertifikate und Prämierungen vermeintlich repräsentiert werden kann.

Für die Praxis des Klassifizierens erweist sich die soziologische Theorie Pierre Bourdieus als besonders aufschlussreich. Bourdieu zufolge beruhen Klassifikationen auf gesellschaftlichen Herrschaftsverhältnissen, auf Kämpfen »um die Macht zur Produktion und Durchsetzung der legitimen Weltsicht« (Bourdieu 1992: 147). Gültige Klassifikationen sind demnach Produkte gesellschaftlicher Auseinandersetzungen um die legitime Benennung von Objekten, Konzepten oder Ideen. In Klassifikationskämpfen werden die Grenzen von Nachhaltigkeit symbolisch vermessen und gegebenenfalls neu justiert. Dabei werden gesellschaftlich anerkannte Klassifikationen hergestellt und jene Deutungen und Definitionen ausgeschlossen, die sich nicht durchsetzen konnten. Ebendiese Macht der Unterscheidung kommt Zertifizierungen und Prämierungen heute im ökonomischen Feld zu; sie trennen die »nachhaltigen« von den »nicht-nachhaltigen« Unternehmen.

Aktuelle soziologische Untersuchungen zur Klassifikation von Nachhaltigkeit konzentrieren sich zumeist auf deren ökonomische Potentiale. So wird etwa gezeigt, dass die Klassifikation bestimmter Produktionsstandards (z.B. »Bio«) Marktzugangs-hürden verringert (vgl. Koos 2011) oder neue lukrative Märkte erschafft, wie am CO₂-Handel exemplarisch deutlich wird (vgl. Knoll 2012). Auch ließen sich vielfach pragmatische Kompromisse zwischen Nachhaltigkeitsansprüchen und ökonomischen Nutzenerwartungen erkennen, die für alle Seiten vorteilhaft seien (vgl. Suckert 2015). Mitunter wird angenommen, dass diesen Entwicklungen ein moralischer Wandel der Gesellschaft zugrunde liege, der sich zwangsläufig auch auf Unternehmen und Märkte ausbreite (vgl. Stehr 2007; Aykel 2014; Koos 2016).

Die Annahme eines moralischen Wandels, der eine nachhaltige Wirtschaft hervorbringe, versperrt jedoch den Blick auf die Struktur der hierbei zur Anwendung kommenden Klassifikationen. Zertifikate und Prämierungen verfolgen bestimmte Ziele, die nicht außerhalb der Regeln des ökonomischen Feldes stehen. Ähnlich wie Tognato (2014) und Maeße (2017) es für andere Bereiche der Wirtschaft nachgewiesen haben, beruht auch die Klassifikation nachhaltiger Unternehmen auf der Benennungsmacht bestimmter Akteure und ihrer Interessen. Unternehmen müssen heute ein wesentlich ökonomisches Interesse daran haben, als nachhaltig klassifiziert zu werden. Bevor man also eine »Moralisierung von Märkten« als soziologische Erklärung solcher Klassifikationen heranzieht, sollte zumindest geklärt sein, welche Funktionen die jeweiligen Zertifikate und Prämierungen erfüllen. Ist mit dem Label »nachhaltig« tatsächlich ein entsprechender Wandel unternehmerischen Handelns verbunden oder stellt es nur eine rhetorische Nebelwand dar, hinter der sich die üblichen ökonomischen Denkmuster verbergen?

DIE ZERTIFIZIERUNG VON NACHHALTIGKEIT

Die Legitimität gesellschaftlicher Ziele ist in besonderem Maße von ihrer Bestätigung durch Dritte abhängig. Zertifizierungen, ins allgemeine Bewusstsein getreten etwa durch die

Bewertungspraxis von Ratingagenturen, können Investitionen in Millionenhöhen bewirken oder bei mangelhafter Treffsicherheit ökonomische Turbulenzen auslösen, wie zuletzt die Finanzkrise 2008 dokumentierte. Die Zertifizierung ökonomischer Praxis als nachhaltig muss ökologische Werte mit ökonomischen Zielen verbinden. Hierbei lassen sich *Zertifikate*, *Indizes* und *Ratings* als drei Typen der Zertifizierung von Nachhaltigkeit unterscheiden.

Zertifikate

Feldinterne Zertifizierung

Zertifikate und Siegel werden häufig von externen Institutionen vergeben, die selbst ökonomische Akteure sind und somit wirtschaftlich handeln. Mittlerweile hat sich ein breiter Markt solcher Nachhaltigkeitszertifikate entwickelt, auf dem für beinahe jedes Marktsegment ein eigenständiges Angebot existiert. Das Bestreben geht dahin, ökonomische Zielsetzungen mit gesellschaftlichen Nachhaltigkeitsforderungen zu vereinen. Unterschiedliche Verfahren konkurrieren hier um die Deutungsmacht der eigenen Klassifikation. Da die Nachfrage nach einem Zertifikat in erster Linie von dessen Reputation im Kreis der Adressaten abhängt, unterstehen auch die Kriterien von Nachhaltigkeit dem ökonomischen Prinzip von Angebot, Nachfrage und Preis. Je genauer die Klassifikation von Nachhaltigkeit an die wirtschaftliche Realität eines Unternehmens angepasst ist, desto geringer sind die ökonomischen Kosten für das Zertifikat und umso größer ist die potentielle Nachfrage im Feld.

Exemplarisch hierfür steht das *Prime-Zertifikat Corporate Responsibility*. Das Verfahren verfolgt einen *Best-in-Class*-Ansatz und zertifiziert jene Unternehmen, welche die sogenannte *Prime Schwelle* überschreiten. Ab dieser Schwelle gilt ein Unternehmen als nachhaltig und hat einen Anspruch auf Zertifizierung. Den Standard der Nachhaltigkeit klassifizieren spezielle Hilfsinstrumente (z.B. eine *Sustainability-Matrix*), die Objektivität, Nachvollziehbarkeit und Wiederholbarkeit signalisieren sollen. Feldinterne Zertifizierungen sollen »Unternehmen als kritische Messlatte und gleichzeitig als Impulsgeber für die Integration ökologischer und sozialer Belange« (OekomResearch 2017) dienen.

Unternehmensinterne Zertifizierung

Unternehmensinterne Zertifizierungen sind von feldinternen zu unterscheiden. Hier ist einzig für das eigene Unternehmen festgelegt, was unter Nachhaltigkeit verstanden wird und wie die eigenen Standards dafür bestimmt sind. Solche Zertifikate definieren Nachhaltigkeit innerhalb der Grenzen eines Unternehmens und klassifizieren, wie hoch das interne Potential zum nachhaltigen Wandel ist. Der Konzern *Unilever* etwa benutzt solch interne Zertifizierungen, da nur ein Drittel der für seine Produkte benötigten Ressourcen mit Hilfe externer Zertifikate und Siegel als nachhaltig ausgewiesen werden kann. Die restlichen zwei Drittel werden mit Verweis auf den *Unilever Sustainable Agriculture Code* intern qualifiziert. Ein eigens hierfür etabliertes Forschungszentrum – das *Safety & Environmental Assurance Centre (SEAC)* – erarbeitet die unternehmerischen Kriterien von Nachhaltigkeit und verbindet sie mit dem *Unilever Sustainable Living Plan* – dem nachhaltigen Entwicklungs- und Modernisierungsplan des Unternehmens. Die unternehmensinterne Definition von Nachhaltigkeit beruht auf sieben Kriterien, die den nachhaltigen Wandel konkret anleiten sollen: »Improving Health and Well-Being, Reducing Environmental Impact, Enhancing Livelihoods, More Growth, Lower Costs, Less Risk and More Trust« (Unilever 2017).

Intermediär-vermittelte Zertifizierung

Davon abweichend gibt es Verfahren, bei denen die Zertifizierungsinstanz zwar außerhalb steht, sich das Zertifikat selbst aber an Akteure innerhalb der Wirtschaft richtet, was sich als intermediär-vermittelte Klassifikation von Nachhaltigkeit bezeichnen lässt. Solche Zertifikate richten sich zwar nicht direkt an den Regeln des ökonomischen Feldes aus, sind davon aber auch nicht unabhängig, da sich die Adressaten in wirtschaftlichen Wettbewerben befinden. Solche Verfahren sind bestrebt, die Grenzziehungen ökonomischer Nachhaltigkeit soweit im eigenen Sinne zu dehnen, dass sie die Existenz der Unternehmen nicht gefährden; schlussendlich müssen aber auch diese Verfahren daran interessiert sein, die Reputation der eigenen Klassifikation im unternehmerischen Umfeld zu steigern. Konzessionen und Kompromisse

mit den Regeln des ökonomischen Feldes sind deshalb unausweichlich. Intermediär-vermittelte Zertifizierungen sind zwar nicht von vornherein ökonomisch vereinnahmt; aber auch sie können sich der Realität wirtschaftlicher Konkurrenz nicht völlig entziehen und müssen ökonomische Unternehmensziele zumindest graduell berücksichtigen.

Beispielhaft hierfür stehen agrarindustrielle Initiativen wie der *Demeter Verband*. Er zertifiziert Unternehmen der Lebensmittel- und Agrarbranche mit dem Siegel *Demeter – biodynamisch*. Als gemeinnütziger Verein steht er außerhalb direkter ökonomischer Zwänge, als Dachverband vertritt er jedoch die Unternehmen, die eine Zertifizierung anstreben oder dem Verband bereits angehören. Nachhaltigkeit ist in einem 126 Seiten starken Richtlinienkatalog definiert und wird als Grundsatz und eigenständiger Wert, aber auch als wirtschaftliches Oberziel verstanden:

»Werten und Grundsätzen stehen auf der operativen Ebene effektive Prozesse und Leitlinien gegenüber. Strategien können nur mit professionellen Strukturen und Funktionen umgesetzt werden. Ganz entscheidend ist aber: Beide Realitäten und Ebenen begegnen sich in den Menschen und deren Beziehungen, denn sie sind die Handelnden, deren Maßnahmen zu qualitätsvollen Ergebnissen führen.« (Demeter 2016: 9f.)

Feldexterne Zertifizierung

Eine besondere Freiheit von ökonomischen Zwängen wird sich vielfach von feldexternen Zertifizierungen erhofft. Gemeint sind Verfahren aus dem politischen Bereich, denen aufgrund der Gestaltungsmacht der Politik ein besonderes Wirkungspotential nachgesagt wird. Ein typischer Fall dafür ist das 2001 etablierte *Eco-Management and Audit Scheme* (EMAS), das europäische Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung, mit dem Ziel, eine nachhaltige Ökonomie zu realisieren (vgl. EMAS 2013). Nachhaltigkeit wird hier über interne EMAS-Verordnungen, Beschlüsse der Europäischen Kommission, das deutsche Umweltauditgesetz und weitere politische Leitlinien klassifiziert. Dies ändert aber nichts daran, dass sich auch politische Zertifizierungsinitiativen an

Unternehmen richten und von ihnen nachgefragt werden müssen, um politischen Definitionen von Nachhaltigkeit Gewicht zu verleihen. Sind die Standards, d.h. die Kosten für ein Unternehmen zu hoch, wird das Verfahren ignoriert. So konkurrieren auch feldexterne Zertifikate stets mit vergleichbaren Verfahren um die Erweiterung des Adressatenkreises. In dieser Situation befindet sich auch EMAS und stemmt sich gegen die Dominanz des Zertifikats der *International Organization for Standardization* (ISO/EN ISO 14001). Auch deshalb sind die Ansprüche externer Zertifizierungen häufig im Stil eines unverbindlichen Angebots formuliert.

Indizes

Indizes sind als Typus vom Zertifikat zu unterscheiden. Sie kennzeichnen wirtschaftliche Akteure, die, indem sie die Kriterien eines bestimmten Verfahrens erfüllen, in eine mehr oder weniger abgeschlossene Gruppe nachhaltiger Unternehmen aufgenommen werden. Das Ziel ist stets, besonders wichtige Unternehmen in einem Index aufführen zu können. Nur so ist es möglich, die Reputation des Index zu erhöhen und die Deutungsmacht über die Klassifikation von Nachhaltigkeit zu erweitern. Fehlen aussagekräftige Unternehmen im Klassement, ist es sinnvoll, die Kriterien stärker an die Erfordernisse der Adressaten anzupassen. Illustrativ für solche Verfahren ist der *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI). Unternehmen der Finanzbranche werden durch ein *Corporate Sustainability Assessment* (CSA) und auf der Grundlage nicht eigens verifizierter Online-Fragebögen als Nachhaltigkeitspioniere in den Index aufgenommen. Die Selbstcharakterisierung genügt, um indiziert zu werden. Es verwundert daher nicht, dass sich das Verfahren branchenintern großer Beliebtheit erfreut.

Ratings

Ratings erweitern die Klassifikationspraxis von Indizes. Über die binäre Unterscheidung von nachhaltig und nicht-nachhaltig hinaus benoten Ratingverfahren Unternehmen und staffeln sie

in Gruppen mehr oder weniger nachhaltiger Fälle (A+, A, B+, B usw.). Nachhaltigkeit wird als steigerungsfähiger Handlungsmodus klassifiziert; die Unternehmen werden nach ihrem Pionierstatus unterschieden. Damit bestätigen die Ratings nicht nur die unternehmerischen Bemühungen um Nachhaltigkeit, sondern weisen durch die Benotung zugleich auf Nachhaltigkeitsdefizite hin. Ein Begriff von Nachhaltigkeit, der in fest umrissenen Kriterien gründet, ist Ratingverfahren nicht unterlegt. Nachhaltigkeit ist hier nur eine relative Vergleichskategorie und folgt dem Muster des Mehr oder Weniger.

Das *Carbon Disclosure Project* gilt als eines der aussagekräftigsten Nachhaltigkeitsratings. Hier können neben Unternehmen auch öffentliche Institutionen, Regionen und Staaten miteinander verglichen werden. Nachhaltigkeit wird dabei an verfahrensintern definierten Kriterien vermessen. Welchem Status die Nachhaltigkeitsbemühungen eines Unternehmens entsprechen, wird für jeden Fall einzeln bewertet (die Benotung hier: A++ bis D--).

DIE PRÄMIERUNG VON NACHHALTIGKEIT

Neben Zertifikaten, Indizes und Ratings wird Nachhaltigkeit auch durch Prämierungen klassifiziert. Um dabei Erfolg zu haben, müssen sich Unternehmen unter Konkurrenten als Beste beweisen. Während bei Zertifizierungen also stets eine Schwelle angibt, ab wann ein legitimer Anspruch auf Auszeichnung besteht, entscheiden sich Prämierungen in der Konkurrenz zwischen wenigen. Die Gewinner solcher Wettbewerbe – nicht das Verfahren selbst – haben die Deutungsmacht über die Klassifikation von Nachhaltigkeit. Unterschieden werden hier zwei Arten der Prämierung: *Rankings* und *Preise*.

Rankings

Rankings erinnern an Tabellen und übersetzen Nachhaltigkeit in eine Rangfolge, in der jede Position nur einmal besetzt werden kann. Am oberen Ende befindet sich das nachhaltigste

Unternehmen, am unteren Ende das am wenigsten nachhaltige. Nachhaltigkeit klassifiziert sich hier von selbst und kann durch die Erhebung von qualitativen oder quantitativen Unterschieden und die damit erzeugten Abstände einzelner Unternehmen konkretisiert werden. Rankings erneuern damit Ungleichheiten zwischen Unternehmen, erweitern die wirtschaftliche Konkurrenzsituation um die Kriterien der Nachhaltigkeit und ermöglichen so eine weitere Runde kapitalistischer Wettbewerbe, jedoch unter neuen Vorzeichen.

Ein typisches Beispiel für solche Verfahren ist das *GlobalScan SustainAbility Top Ranking*. Nachhaltigkeit wird hier mit dem Ziel klassifiziert, Unternehmen für die ökonomischen Wettbewerbe der Zukunft vorzubereiten. Demnach gehört Nachhaltigkeit zur obligatorischen unternehmerischen Grundausstattung, ohne die man künftig nur geringe Chancen auf Gewinne hat. Die tabellarische Übersetzung von Nachhaltigkeit beruht hier auf turnusmäßig erhobenen Expertenumfragen. Die meistgenannten Unternehmen werden als besonders nachhaltig klassifiziert und als *Corporate Leaders* am oberen Ende des Rankings aufgeführt.

Preise

Aufgrund ihrer genuin wettbewerblichen Struktur zählen Preise und Awards mittlerweile zu den bedeutendsten Bewertungsinstrumenten im ökonomischen Feld (vgl. Bühler/Werron 2014). Unternehmen treten bewusst in den Wettbewerb um solche Auszeichnungen ein. Die Verfahren produzieren einen Gewinner (oder Preisträger) und den Rest derjenigen, die leer ausgehen. Preise sind ein sichtbares Zeichen für den Wettbewerbserfolg, auch und in besonderem Maße bei der Bewertung unternehmerischer Nachhaltigkeit. Dabei bietet sich zur Beurteilung nur an, was im einzelnen Unternehmen als nachhaltige Praxis existiert. Die Deutungsmacht über Nachhaltigkeit liegt also nicht bei einer eigens dafür eingesetzten Jury, sondern bei den Unternehmen selbst. Allein das, was sie dem Preisverfahren als ihre Interpretation einer nachhaltigen Ökonomie anbieten, kann zur Bewertung

herangezogen werden. Exemplarisch wird dies am gemäßigten Anspruch des *Deutschen Nachhaltigkeitspreises* deutlich:

»Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis unterstützt den Wandel zu einer nachhaltigen Gesellschaft. Er bestärkt die relevanten Akteure aus Wirtschaft, Kommunen und Forschung in nachhaltigem Handeln und trägt dazu bei, die Grundsätze nachhaltiger Entwicklung in der öffentlichen Wahrnehmung stärker zu verankern.« (DNP 2017)

Negativpreise

In kritischer Abgrenzung zu den Preisen für Nachhaltigkeit werden von einigen Organisationen »Negativ-Preise« vergeben. Diese Preise klassifizieren Nachhaltigkeit nicht anhand dessen, was von den Unternehmen zur Bewertung freigegeben wird, sondern bewerten die Nachhaltigkeitsdefizite. Allerdings erschließt sich über den Nachweis solcher Defizite hinaus nur wenig über die Erfordernisse einer nachhaltigen Ökonomie. Negativpreise benennen stets nur Einzelfälle und Ausreißer. Für die Kriterien einer nachhaltigen Ökonomie im Allgemeinen sind sie wenig aussagekräftig. In Deutschland verleiht der Naturschutzbund NABU den berüchtigten *Dinosaurier des Jahres*, um auf die eklatantesten ökologischen Verfehlungen einzelner Akteure aufmerksam zu machen. Dabei finden sich unter den Dinosauriern der vergangenen Jahre auch solche Unternehmen, die von anderen Klassifikationsinstanzen gerade als Vorreiter für nachhaltiges Wirtschaften ausgezeichnet worden sind, etwa der Energiekonzern *RWE*, der zwar ISO-zertifiziert ist, im Jahr 2010 aber dennoch den Dinosaurier-Preis erhielt (vgl. NABU 2017).

KONFLIKTE UM DIE KLASSEFAKATIONEN VON NACHHALTIGKEIT

Eine Bestandsaufnahme der derzeit zu beobachtenden Klassifikationen von Nachhaltigkeit hinterlässt kein eindeutiges Bild. Einerseits war Nachhaltigkeit als Leitidee noch nie so erfolgreich wie heute. Die Verabschiedung der 17 Ziele für eine globale

nachhaltige Entwicklung durch die Vereinten Nationen steht für diesen Erfolg und kann als historischer Durchbruch bezeichnet werden. Dies täuscht jedoch nicht über die vielfachen Probleme in der Umsetzung von Nachhaltigkeit hinweg. Nachhaltigkeit realisiert sich ja nicht als abstrakte Idee, sondern muss gerade im ökonomischen Feld aktiv als Ziel verfolgt werden; sie wird nicht bruchlos von einer Leitidee zu einer gesellschaftlichen Praxis. In jedem Gesellschaftsbereich versuchen Akteure überdies, Nachhaltigkeit auf je eigene Weise zu bestimmen. Allgemeine Prinzipien, wie sie die Vereinten Nationen und nationale Nachhaltigkeitsstrategien formulieren, geben wenig Hilfsmittel für eine nachhaltige Praxis an die Hand. Erst bestimmte Klassifikationen machen Nachhaltigkeit in spezifischer Weise operabel. Besonders zeigt sich dies bei den Klassifikationen von Nachhaltigkeit in ökonomischen Kontexten. Zertifizierungen definieren Geschäftspraktiken als nachhaltig und verhelfen Unternehmen so zu einer vermeintlich zukunftsfähigen Grundlage. Auf den ersten Blick scheint es deshalb so, als ob die Probleme einer nachhaltigen Ökonomie durch Zertifikate und Prämierungen tatsächlich gelöst werden könnten.

Ein anderes Bild ergibt sich, wenn man die Implikationen solcher Klassifikationen näher beachtet. Zertifikaten und Prämierungen ist gemein, dass auch sie dem Prinzip von Angebot und Nachfrage unterliegen. Nicht jedes Zertifikat für ökonomische Nachhaltigkeit ist daher gleich deutungsmächtig. Die nötige Durchsetzungsmacht hängt auch davon ab, wie weitgehend ein Zertifikat seine Kriterien an die Interessen von Unternehmen anpassen kann, ohne Glaubwürdigkeit zu verspielen. Eine Rolle spielt dabei auch, ob mit den Auszeichnungen selbst gehandelt wird, ob Unternehmen intern über die Kriterien von Nachhaltigkeit bestimmen oder ob nachhaltiges Wirtschaften von externen Institutionen ohne primär ökonomische Interessen klassifiziert wird.

Nicht weniger ökonomisch geprägt sind Prämierungen von Nachhaltigkeit. Bei der Unterscheidung in wenige nachhaltige Vorzeigounternehmen und den nicht-nachhaltigen Rest werden Verteilungsmuster reproduziert, die für die Ökonomie des

winner-take-all-Prinzips typisch sind (Frank/Cook 1996). Zudem besteht nicht zuletzt aufgrund der Vielzahl an Instrumenten und damit verbundenen Interessen eine Reihe von Widersprüchen bei der konkreten Klassifikation von Nachhaltigkeit. Wenig erforscht ist bisher, wie viel Deutungsmacht einzelne Verfahren auf sich vereinigen können und welche gesellschaftlichen Konfliktlinien in den Klassifikationen von Nachhaltigkeit sichtbar werden.

LITERATUR

Aykel, Dominic (2014): Ökonomisierung und moralischer Wandel. Die Ausweitung von Marktbeziehungen als Prozess der moralischen Bewertung von Gütern, MPIfG Discussion Paper 14/13, Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.

B.A.U.M. (2011): Portrait: Harry J. M. Brower – Unilever Deutschland GmbH. URL: www.baumev.de/News/7833/HarryJMBrouwerUnileverDeutschlandGmbH.html, zuletzt aufgerufen am: 20.10.2016.

Bourdieu, Pierre (1992): Sozialer Raum und symbolische Macht, in: Ders., Rede und Antwort, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 135-154.

Bühler, Martin/Werron, Tobias (2014): Zur sozialen Konstruktion globaler Märkte. Ein kommunikationstheoretisches Modell, in: Andreas Langenohl und Dietmar Wetzel (Hg.), Finanzmarktpublika. Wirtschaft und Gesellschaft, Wiesbaden: Springer, 271-299. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19707-4-13>

Bundesregierung (2016): Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie, Berlin: Die Bundesregierung.

Bundesregierung (2017): Rede von Bundeskanzlerin Merkel bei der 17. Jahreskonferenz des Rates für Nachhaltige Entwicklung am 29. Mai 2017, Berlin: Die Bundesregierung.

Demeter (2016): Erzeugung und Verarbeitung. Richtlinien für die Zertifizierung »Demeter« und »Biodynamisch«, Darmstadt: Demeter e.V.

Deutschlandfunk (2012): Kritik an Unilever-Nominierung für Deutschen Nachhaltigkeitspreis, URL: www.deutschlandfunk.de/kritik-an-unilever-nominierung-fuer-deutschen.697.de.html?dram:article_id=230162, zuletzt aufgerufen am 20.10.2016.

DNP (2017): Diese Ziele verfolgt der Deutsche Nachhaltigkeitspreis, URL: <https://www.nachhaltigkeitspreis.de/home/preis/leitbild/?PHPSESSID=jcmgm9muh3uk4qeild5te4hib2#nachhaltigkeit>, zuletzt aufgerufen am 24.02.2017.

Durkheim, Emile/Mauss, Marcel (1993 [1903]): Über einige primitive Formen der Klassifikation, in: Emile Durkheim, Schriften zur Soziologie der Erkenntnis, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 169-256.

EMAS (2013): DAS EMAS-LOGO. Ein Leitfaden mit Verwendungsbeispielen für ausgezeichneten Umweltschutz, Berlin: Umweltgutachterausschuss beim Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit.

Engels, Anita (2010): Ökologische Resonanz in der Wirtschaft. Moralisierung der Märkte?, in: Christian Büschner und Klaus P. Japp (Hg.), Ökologische Aufklärung: 25 Jahre »Ökologische Kommunikation«, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 99-130. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92425-0-4>

Enquete-Kommission (1998): Schutz des Menschen und der Umwelt. Ziele und Rahmenbedingungen einer nachhaltig zukunftsverträglichen Entwicklung, Berlin: Deutscher Bundestag.

Fleming, Peter/Jones, Mark T. (2013): The End of Corporate Social Responsibility. Crisis and Critique, London: Sage.

Frank, Robert/Cook, Philip J. (1996): The Winner-Take-All Society. Why the Few at the Top Get So Much More Than the Rest of Us, New York: Penguin Books.

Herrnkind, Renée (2017): Demeter – ein Standard weltweit, URL: <https://www.alnatura.de/de-de/panorama/anthroposophie/biodynamisch-seit-1924/demeter>, zuletzt aufgerufen am 03.01.2017.

Kjellberg, Hans/Mallard, Alexandre (2013): Valuation Studies? Our Collective Two Cents, in: Valuation Studies, Jg. 1, 11-30. DOI: <https://doi.org/10.3384/vs.2001-5992.13111>

Knoll, Lisa (2012): Über die Rechtfertigung wirtschaftlichen Handelns. CO2-Handel in der kommunalen Energiewirtschaft, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-531-18983-3>

Koos, Sebastian (2011): Varieties of Environmental Labelling, Market Structures, and Sustainable Consumption Across Europe, in: Journal of Consumer Policy, Jg. 34, 127-151. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10603-010-9153-2>

Koos, Sebastian (2016): Die organisierte Vermarktlichung der Moral und die Moralisierung der Märkte. Eine vergleichende Analyse der Fair-Handelsbewegung und der Entstehung ethischen Konsums in Europa, in: Berliner Journal für Soziologie, Jg. 26, 171-199. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11609-016-0315-1>

Lamont, Michèle (2012): Toward a Comparative Sociology of Valuation and Evaluation, in: Annual Review of Sociology, Jg. 21, 1-21. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-070308-120022>

Maeße, Jens (2017): Deutungshoheit. Wie Wirtschaftsexperten Diskursmacht herstellen, in: Julian Hamann, Jens Maeße, Vincent Gengnagel, Alexander Hirschfeld (Hg.), Macht in Wissenschaft und Gesellschaft, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 291-318. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-14900-0_12

NABU (2017): Wer wird Dinosaurier des Jahres? Seit 1993 vergibt der NABU Deutschlands peinlichsten Umweltpreis, URL: <https://www.nabu.de/wir-ueber-uns/aktionen-und-projekte/dino-des-jahres/>, zuletzt aufgerufen am 30.05.2017.

OekomResearch (2017): oekom research. URL: www.oekom-research.com/index.php, zuletzt aufgerufen am 10.01.2017.

Power, Michael (1997): The Audit Society. Rituals of Verification, New York: Oxford University Press.

Radkau, Joachim (2011): Die Ära der Ökologie, München: C.H. Beck. DOI: <https://doi.org/10.17104/9783406619021>

Siemens (2016): Nachhaltigkeit leben – im Interesse künftiger Generationen, URL: <https://www.siemens.com/global/de/home/unternehmen/nachhaltigkeit/business-to-society.html>, zuletzt aufgerufen am 26.07.2017.

SPIEGEL (2017): »Wir müssen Trump helfen«, Nr. 30, 94-96.

Stehr, Nico (2007): Die Moralisierung der Märkte. Eine Gesellschaftstheorie, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Suckert, Lisa (2015): Organisierter Kompromiss. Wie Ecopreneur-Unternehmen das Dilemma der Nachhaltigkeit lösen, in: Lisa Knoll (Hg.), Organisationen und Konventionen. Die Soziologie der Konventionen in der Organisationsforschung, Wiesbaden: Springer, 193-224. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-658-02007-1_8

Tognato, Carlo (2014): (Un-)Heiliger Spread: Zur öffentlichen Sakralisierung finanzwirtschaftlicher Indikatoren, in: Andreas Langenohl und Dietmar Wetzel (Hg.), Finanzmarktpublika. Wirtschaft und Gesellschaft, Wiesbaden: Springer, 121-143. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-531-19707-4_6

UN (1992): Report of the United Nations Conference on Environment and Development: Rio de Janeiro, 3 – 14 June 1992, New York: United Nations.

UN (2015): Transforming our World. The 2030 Agenda for Sustainable Development, New York: United Nations.

Unilever (2017): Product Safety & Quality, URL: <https://www.unilever.com/sustainable-living/what-matters-to-you/product-safety-and-quality.html>, zuletzt aufgerufen am 10.01.2017.

WBGU (2011): Welt im Wandel. Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation, Berlin: WBGU.