

BERLINER

Wirtschaft



Das Magazin
der Industrie- und
Handelskammer zu
Berlin 01/2022
berliner-wirtschaft.de

Ehrenamt

Eric Schweitzer als
Vizepräsident der IHK
Berlin verabschiedet

Seite 12

Außenwirtschaft

IHK-Präsident mit
Regierendem Bürgermeister
in Dubai und Abu Dhabi

Seite 16

Parlament
der Wirtschaft:
Der Countdown zur
IHK-WAHL 2022
Wahlgruppen und
Kandidatur
S. 15

Nachhaltig gewinnt

Wirtschaftswachstum, Klimaschutz und
Soziales zukunftsträchtig in Einklang bringen:
Beraterin Antje Meyer zeigt im Netzwerk
Unternehmensverantwortung, wie's geht

Seite 20, Interview Seite 30



SCHWERPUNKT
Nachhaltige Wirtschaft

*Frederike Fink wacht beim
Caterer Berlin Cuisine Jensen
über Nachhaltigkeit,
zum Beispiel mit Kohlrabi als
essbarem Geschirr*



FOTO: AMIN AKHTAR

WACHSTUM IN GRÜN

Berlins Unternehmen beweisen vielfach, dass Ökonomie und Ökologie gut harmonieren können. Neben Umweltfreundlichkeit zählen zum nachhaltigen Wirtschaften auch Aspekte wie Soziales oder faire Lieferketten

von *Eli Hamacher*

Wenn Berlin Cuisine die Tische für große Events von Unternehmen deckt, kommen statt Tellern Kohlrabi auf den Tisch. Die hat der Koch innen ausgehöhlt und mit einem Gericht gefüllt. „So verzichten wir auf Geschirr und senken zum Beispiel den Wasserverbrauch für das Spülen“, sagt Frederike Fink, die bei dem 2013 gegründeten Catering-Spezialisten das Nachhaltigkeitsmanagement verantwortet. Bucht der Kunde „Hidden Vegan“, können seine Gäste eine Überraschung erleben. Erst nach dem Dinner verkündet der Koch, dass er nur pflanzenbasierte Zutaten verwendet hat. „Oftmals ist die Überraschung dann groß, weil viele gar nicht bemerkt haben, dass im Essen Fleisch gefehlt hat“, so Fink.

Gesetzliche Vorgaben und Freiwilligkeit

Nach einem ersten schwierigen Corona-Jahr, in dem die Event-Umsätze der Berliner deutlich zurückgingen, hat sich die Berlin Cuisine Jensen GmbH im vergangenen Jahr dank innovativer Ideen wieder gut erholt. „Virtual Taste“ heißt das neue Produkt, das das Unternehmen seinen Kunden anbietet. Diese können virtuelle Events buchen, bei denen ein Koch live durch eine Koch-Show führt. Alle Eingeladenen bekommen vorab die Zutaten nach Hause geschickt und können beim Team-Event mitkochen.

Egal ob Ein-Mann-Start-up oder Konzern mit vielen Tausend Mitarbeitern: Das Thema Nachhaltigkeit ist mitten in der Wirtschaft angekommen. Den großen Rahmen setzen gesetzliche Vorgaben wie der Green Deal der EU oder zum Beispiel das Lieferkettengesetz. Hinzu kommen freiwillige Maßnahmen wie eine Zertifizierung nach dem europäischen Umweltmanagementsystem EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), mit dem Unternehmen nach außen demonstrieren, dass sie einen wirksamen Beitrag zum Umweltschutz leisten und gesellschaftliche Verantwortung tragen. Schließlich geben sich Länder und Städte eigene Regeln, um ESG-Ziele (Environment, Social, Governance, steht für Klimaschutz, soziale Verantwortung und gute Unternehmensführung) zu erreichen.

So hat sich Berlin mit dem Berliner Klimaschutz- und Energiewendegesetz (EWG Bln) das Ziel gesetzt, bis spätestens zum Jahr 2045 die Kohlendioxid-Emissionen auf ein klimaneutrales Niveau zu senken. Dabei nimmt der Wärmesektor eine zentrale Rolle ein. Er ist laut Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz für rund die Hälfte der Kohlendioxid-Emissionen verantwortlich. Rund die Hälfte der insgesamt 17 Mio. Tonnen Kohlendioxid-Ausstoß in Berlin werde durch Beheizung, Klimatisierung oder Warmwassernutzung in Gebäuden >

Vorige Doppelseite:
Frederike Fink
Nachhaltigkeits-
managerin Berlin
Cuisine Jensen GmbH
In der Corona-
Pandemie setzt der
2013 gegründete
Caterer mit seinen
60 Mitarbeitern auf
innovative Lösungen
wie virtuelle
Koch-Events, bei
denen ein Profi alle
Teilnehmer am
Monitor anleitet.



Nachrichtungsbericht
 Weitere Infos zum
 ersten Nachhaltig-
 keitsbericht der IHK
 Berlin und das komplette
 Dokument zum Down-
 load unter: [ihk-berlin.de/
 nh-bericht](http://ihk-berlin.de/nh-bericht)

Linda Preil
Leiterin Nachhaltig-
keitsabteilung Einhorn
Products GmbH
Das Geschäftsmodell
ist Nachhaltigkeit
pur: vegane Kaut-
schuk-Kondome und
Periodenprodukte mit
fairer, umweltfreund-
licher Lieferkette.
Auch die Kultur des
2015 gegründeten
Unternehmens folgt
dem Prinzip, etwa
bei Führung und
Bezahlung.

verursacht. Um klimaneutral zu werden, müssen die Emissionen des Wärmesektors um mehr als 80 Prozent gesenkt werden.

Um die Bemühungen für mehr Tempo beim Klimaschutz zu beschleunigen, hat der Verein Berliner Kaufleute und Industrieller (VBKI) eine Initiative mit mehr als 30 Berliner Firmenchefs ins Leben gerufen. Die im Forum „CEOs for Berlin“ versammelten Unternehmen sagen zu, im Schulterschluss mit Politik und Gesellschaft den Weg zur klimaneutralen Metropolregion Berlin-Brandenburg zu ebnen und den Klimaschutz in der Metropolregion zu beschleunigen. Zu dem Bündnis, das einen regelmäßigen Austausch mit dem neuen Senat anstrebt, gehören alle in Berlin vertretenen Dax-Unternehmen, die Gasag, Schindler, Stadler, BMW Berlin und die landeseigenen BSR und BVG.

„Die Berliner Wirtschaft hat in den vergangenen zehn Jahren ihre CO₂-Emissionen um rund ein Fünftel senken können – und das, obwohl die Wirtschaftsleistung im selben Zeitraum um gut 20 Prozent gestiegen ist! Das zeigt, dass die Entkopplung von Wirtschaftswachstum und CO₂-Emissionen in vielen Bereichen der Wirtschaft längst Realität ist“, unterstreicht Henrik Vagt, Geschäftsführer Wirtschaft & Politik bei der IHK Berlin. Doch das sei nur eine Seite der Medaille. Auf der anderen Seite komme es ganz entscheidend auf die Innovationskraft der Wirtschaft an, Lösungen für eine nachhaltige Zukunft zu entwickeln. „CO₂-arme Energieversorgung der Großstadt, klimaschonender Verkehr, energieeffiziente Gebäude – die Aufgabenliste für das klimaneutrale Berlin ist lang. Ein wichtiges Signal ist, dass der neue Senat angekündigt hat, die Clusterstrategie um das Thema Green Economy zu erweitern.“ Unternehmen der Umwelt- und Energiewirtschaft seien mit rund 80.000 Beschäftigten eine wichtige Säule der Berliner Wirtschaft. Die Transformation zur klimaneutralen Wirtschaft unterstützt die IHK Berlin mit zahlreichen Services (siehe Seite 28).

Berlin Cuisine hat sich auch von der Pandemie nicht bremsen lassen. „Unsere Strategie, wie wir uns nachhaltiger aufstellen, haben wir konsequent umgesetzt“, unterstreicht Fink. Trotz des hohen Aufwandes ließ sich das Unternehmen im vergangenen Jahr EMAS-zertifizieren. Das Gütesiegel zahlt sich aus. „Einige unserer Kunden fragen konkret danach, verlangen sogar die Zertifizierung oder wir weisen von uns aus darauf hin“, erklärt die Betriebswirtin, die sich nach dem

Auf dem Prüfstand

IHK Berlin veröffentlicht für das Jahr 2021 erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht



Erster Bericht Die IHK Berlin hat erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt. Ziel ist es, einen ersten Eindruck des bei der IHK entwickelten Nachhaltigkeitsansatzes und -managements zu gewähren.

In einem zweijährigen Turnus soll über Fortschritte bei der IHK berichtet werden.

Struktur Dazu sagte IHK-Hauptgeschäftsführer Jan Eder: „Wir wollen das Thema Nachhaltigkeit grundsätzlich und strukturiert angehen, und genau diese Struktur gibt uns der Nachhaltigkeitsbericht. Der Charme dieser Art des Berichtes liegt vor allem darin, dass wir einfach dort anfangen können, wo wir stehen, und uns in den nächsten Jahren daran entlang entwickeln können.“ Konkret prüft die IHK alle Angebote auf Nachhaltigkeitsaspekte und deren Wirkungsgrad und entwickelt sie – den Bedarf der Mitgliedsunternehmen immer im Blick – gezielt weiter.

Kennzahlen Bei der Erstellung des Berichts hat sich die IHK am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) orientiert. Die DNK-Verweise bei den Kapiteln veranschaulichen, auf welches der 20 DNK-Kriterien sich der jeweilige Inhalt bezieht. Bei der Darstellung der Kennzahlen sind die DNK-Kennzahlen explizit ausgewiesen. Die Kennzahlen in den Kennzahlentabellen beziehen sich, soweit nicht anders ausgewiesen, auf das Jahr 2020. Die IHK wird alle zwei Jahre über Fortschritte berichten.

Bachelor mit einem Master in Nachhaltiger Unternehmensführung für ihre Aufgabe fit gemacht hat. Im vergangenen Jahr habe Berlin Cuisine zudem alle Stromer durch Elektro-Fahrzeuge ersetzt, die die 60 Mitarbeiter sowohl dienstlich wie auch privat nutzen können. Für die sechs Handlungsfelder Produkte, operatives Geschäft, Mobilität, Mitarbeitende, Partner, Gesellschaft habe man sich zudem in einer Umwelterklärung 2020 interne Nachhaltigkeitsziele gesetzt. Dabei geht es zum Beispiel um das Senken von Emissionen, Abfall oder Wasserverbrauch, aber auch »





Martha Wanat
Co-Gründerin und
Geschäftsführende
Gesellschafterin
Bicipi Holding GmbH

Konzepte für Unternehmen rund ums Rad sind das Geschäft von Bicipi. Zudem berät Wanats Mobilitätsberatung Mond Immobilienentwickler, andere Firmen und Kommunen zu allen Aspekten der urbanen Verkehrswende.

um das konsequente Schulen der Belegschaft mit Blick auf ihre Aufgaben in den umweltrelevanten Bereichen.

Mehr Geld für grüne Produkte

Nachhaltigkeit wird für Konsumenten immer wichtiger, das belegt eine im November 2021 veröffentlichte Studie der Marketingberatung Simon-Kucher & Partners. Danach gaben 74 Prozent der deutschen Verbraucher an, ihr Konsumverhalten in den vergangenen fünf Jahren deutlich hin zu mehr Nachhaltigkeit verändert zu haben. Für 58 Prozent spielt das Thema beim Einkaufen eine relativ wichtige bis sehr wichtige Rolle. Ein Drittel wäre bereit, für grüne Produkte oder Dienstleistungen mehr Geld auszugeben, wobei die Bereitschaft bei Konsumgütern am größten ist.

Auf ressourcenschonendem Wirtschaften basiert auch das Geschäftsmodell der Einhorn Products GmbH. Im Jahr 2015 gegründet, beschäftigt sie heute 25 Mitarbeiter und vertreibt vegane Kondome aus Kautschuk sowie nachhaltige Periodenprodukte. Produzieren lassen die Berliner in Deutschland, Malaysia, Slowenien und Italien. Verkauft werden die Sortimente im deutschsprachigen Raum in Einhorns Online-Shop ebenso wie über Supermärkte, Drogerieketten und Amazon. Zuletzt war der Umsatz von 5,5 auf 6,2 Mio. Euro (2020) gestiegen. Von Anfang an wollte das Unternehmen beweisen, dass Wirtschaft auch anders geht. „Sustainability ist einer der drei Grundwerte, nach denen wir unser gesamtes Handeln ausrichten – von der Strategie über die Frage, wie wir wachsen wollen, bis hin zu der Zusammensetzung unserer Produkte“, sagt Linda Preil, die die Nachhaltigkeitsabteilung mit vier MitarbeiterInnen leitet.

Seiner sozialen Verantwortung gegenüber den Kollegen werde das Start-up gerecht, indem es unter anderem ein faires Gehalt zahle, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermögliche und einen demokratischen Führungsstil pflege. Die beiden Gründer gaben ihre Weisungsbefugnis schon kurz nach der Gründung ab und übertrugen die Verantwortung auf von der Belegschaft gewählte Räte, etwa für

Strategie, Gehalt und Personal. Mal trifft der jeweilige Rat allein eine Entscheidung, bei übergeordneten Themen entscheiden alle gemeinsam. Ein Selbstläufer war der neue Führungsstil keinesfalls. „Zunächst gab es ein Machtvakuum. Wir mussten erst lernen, alle Entscheidungen selbst zu treffen und nichts mehr delegieren zu können“, erzählt Preil, die sich auch im Netzwerk Unternehmensverantwortung in der IHK Berlin engagiert. Mittlerweile hätten sich die neuen Strukturen etabliert.

Mit den Lieferanten will Einhorn Products die Wertschöpfungsketten positiv verändern. In Thailand kooperiert das junge Unternehmen mit PlantagenbetreiberInnen, die die Kautschukbäume, die den Latex liefern, kombiniert mit anderen Nutzpflanzen in sogenannten Agroforstsystemen anbauen. Gegenüber reinen Mono-

kulturen werden so weniger Dünger und Wasser verbraucht, weil der Boden dank der Artenvielfalt mehr Flüssigkeit speichern kann. „Unser Ziel ist es, dass auch andere Kunden den fair und nachhaltig angebauten Rohstoff beziehen“, sagt Preil, die mit Einhorn Products im vergangenen Jahr die Regenerative Rubber Initiative ins Leben rief, um Wissen, Erfahrung und Ressourcen auch mit Wettbewerbern zu teilen. „Rohstoffanbau und Ökosystemschutz sind kein Gegensatz“, so Preil.

Möglichst emissionsfrei durch die Stadt

Wie wir uns heute und morgen fortbewegen, damit beschäftigt sich Martha Wanat bei der Berliner Bicicli Holding GmbH und der Mobilitätsberatung Mond. Seit 2017 begleitet das Unternehmen Immobilienentwickler, Unternehmen und Kommunen bei der urbanen und betrieblichen Mobilitätswende. „Die Pandemie hat wie ein Katalysator gewirkt. Nach unserem Start wurden wir mit unseren Visionen von klimaneutralen Mobilitätskonzepten noch als Exoten wahrgenommen“, erinnert sich die Gründerin. Heute arbeitet ihr Unternehmen, das aktuell 15 Mitarbeitende beschäftigt, mit Kunden wie großen Immobilienentwicklern oder zum Beispiel dem Immobilienfinanzierer BerlinHyp zusammen.

Für sie entwickelt Mond Konzepte, wie Beschäftigte möglichst emissionsfrei ihren Arbeitsplatz erreichen können, sei es mit dem Rad, dem E-Rad, dem Elektroroller, dem ÖPNV oder schlicht zu Fuß. Neben dem Consulting bietet Bicicli für die Beschäftigten der Kunden Dienstrad-Leasing-Programme sowie Fahrradflotten im Full-Service-Leasing an. Das Rad-Sortiment konfiguriert Bicicli als Händler entsprechend den Bedürfnissen der Auftraggeber. Zum ganzheitlichen Service gehört auch der Aufbau der Mobilitätsinfrastruktur, angefangen von Finanzierung, Versicherung, Parkplätzen, Ladesäulen über digitale Reservierungs-, Schließ- und Trackingsysteme bis hin zur Wartung.

Umweltfreundliches Handeln spielt nicht nur im Geschäftsmodell, sondern auch im Geschäftsalltag eine wichtige Rolle. „Wir fahren in der Stadt alle ausschließlich mit dem Fahrrad, besitzen in der Firma vier Falträder, nutzen für längere Strecken den ÖPNV, bei Dienstreisen die Deutsche Bahn und für Transporte Kurier“, sagt Wanat, die sich wie Linda Preil von Einhorn Products in der IHK Berlin im Netzwerk Unternehmensverantwortung engagiert. Auf Nachhaltigkeit achtet die Geschäftsführung auch bei der Zusammen-

setzung der Belegschaft. „Wir sind ein sehr diverses und interdisziplinäres Team“, unterstreicht die Gesellschafterin. Die Spitze sei neben ihr mit einem Mann besetzt, das Alter reiche von 20 bis Ende 50, beschäftigt seien Menschen unterschiedlicher Herkunft, Ausbildung sowie sexueller Orientierung.

Wie die Gesellschaft Ressourcen sparen und Produkte langfristig nutzen kann, beschäftigt auch Friedrich Köser. Events wie der Black Friday, die die Konsumenten mit Preisknüllern zu hemmungslosem Konsum verführen wollen, sind ihm deshalb ein Dorn im Auge. Im Dezember 2020 gründete der 28-Jährige die GreenCircle GmbH, und wie der Firmenname vermuten lässt, geht es bei seinem Geschäftsmodell um die Kreislaufwirtschaft. Sein Credo: „Wir haben als Gemeinschaft genug Dinge von weit her eingekauft, um damit einen Großteil unserer Bedürfnisse zu decken. Wir müssen es jetzt einfach machen, diese Gegenstände untereinander auszutauschen.“

Auf der Plattform GreenCircle präsentiert der Unternehmer lokale Gebrauchtwaren aller Art. Die holen die Mitarbeiter zu einer vereinbarten Zeit in wiederverwendbaren Boxen beim Kunden zuhause ab, den Erlös teilen sich GreenCircle und Verkäufer. Unverkäufliches geht nach Rücksprache als Spende etwa an den Kältebus oder andere soziale Organisationen. Auch gekaufte Produkte bringt Köser's Team persönlich in einem Elektro-Fahrzeug vorbei. 24 Stunden lang hat der Käufer ein Rückgaberecht. Auf Wunsch nimmt der Fahrer auch direkt wieder Waren zum Verkauf mit. „Anders als bei etablierten Plattformen, wie ebay-Kleinanzeigen, müssen unsere Kunden ihre Produkte nicht fotografieren, beschreiben, um den Preis feilschen und die Abholung organisieren“, sagt Köser.

Zu den Top-Sellern gehören Dekoartikel, eher ausgefallene Haushaltsgeräte wie Messgeräte für Pflanzenwachstum, Joghurtbereiter, Tofupressen sowie Sportgeräte. „Wir haben junge Kunden, die sich erstmals einrichten und Gebrauchtes für wenig Geld erstehen wollen.“ Zu den Zielgruppen des Unternehmens zählen junge Studenten, Berufstätige und junge Familien mit wenig Geld und wenig Zeit sowie Ältere mit wenig Muße und teils großen Beständen an Produkten, die sie selbst zwar nicht mehr, andere aber sehr gut gebrauchen können. Als neue Dienstleistung will das Berliner Start-up künftig das Leihen von Produkten anbieten. Gegen eine Gebühr von zehn »



Die Pandemie hat wie ein Katalysator für klimaneutrale Mobilitätskonzepte gewirkt.

Martha Wanat

20 %

CO₂-Emissionen hat die Berliner Wirtschaft in den vergangenen zehn Jahren eingespart. Und das bei einem Anstieg der Wirtschaftsleistung um 20 Prozent im selben Zeitraum.

74 %

der Verbraucher gaben bei einer Umfrage der Agentur Simon-Kucher & Partners an, ihr Konsumverhalten in den vergangenen fünf Jahren nachhaltiger ausgerichtet zu haben.



Andre Hempel
Gründer und Inhaber lab
of rent e.K.

Mitten in der Corona-Krise hat der Unternehmer 2020 seine Denkfabrik gegründet. Ihr Ziel ist es, die Sharing-Economy in die Bereiche Möbel, Mode und Lifestyle zu übertragen. Serviced Apartments und Coworking-Spaces arbeiten bei der Ausstattung bereits mit dem Mietmodell.

Euro monatlich können Kunden bis zu fünf Produkte gleichzeitig nutzen, statt sie direkt zu kaufen. Einmal im Monat kommt GreenCircle vorbei und tauscht diese Gegenstände aus.

Das Prinzip Teilen statt Kaufen

Was die Autoindustrie schon seit Jahren mit Mieten beziehungsweise Teilen statt Kaufen vorlebt, soll sich jetzt auch verstärkt in anderen Branchen durchsetzen. Der Berliner Unternehmer Andre Hempel hat daraus ein Geschäftsmodell gemacht und im Jahr 2020, mitten in der Corona-Krise, eine Denkfabrik für Unternehmen gegründet, die er beim Aufbau einer zirkulären Wirtschaft berät. Sein lab of rent konzentriert sich dabei aktuell auf die Bereiche Möbel, Fashion und Lifestyle. „Zunächst geht es in unserer Beratung darum, welche gesellschaftlichen und

gesetzlichen Anforderungen die Firmen heute schon und künftig erfüllen müssen“, sagt Hempel. Dazu gehörten zum Beispiel der Aufbau einer langfristigen Nachhaltigkeitsstrategie, die Berechnung des ökologischen Fußabdrucks, Maßnahmen zur Reduzierung von CO₂, das Erstellen von Nachhaltigkeitsberichten ab einer Beschäftigtenzahl von 500 Mitarbeitern, die Folgen des Lieferkettengesetzes oder die Zertifizierung des Umweltmanagementsystems.

Anders als in der Autoindustrie stünden Miet-Geschäftsmodelle in der Möbelbranche noch ganz am Anfang. Aber aus Hempels Sicht gibt es durchaus Wachstumspotenzial. Zu seinen Kunden zählt unter anderem ein Schweizer Produzent von Büromöbeln, der Ende 2021 in das Vermietgeschäft eingestiegen ist. Zielgruppen seien neben privaten Kunden auch Firmen, die Serviced Apartments oder Coworking-Spaces ausstatten. „Der Kunde kann sich durch das Mieten von Möbeln flexibler an neue Gegebenheiten, etwa veränderte Auslastungen oder Stilwünsche, anpassen, erzielt steuerliche Vorteile, und gesamtwirtschaftlich schont die längere Nutzungsdauer Ressourcen“, erklärt Hempel.

Voraussetzung sei, dass hochwertige Materialien verarbeitet würden. In Serviced Apartments, die voll möbliert auf Zeit vermietet werden, würden heute

schon immer häufiger in Waschkellern gemietete Maschinen stehen, für die die Mieter nur noch entsprechend dem Verbrauch zahlen. Der Eigentümer der Maschine stellt sicher, dass das Produkt up-to-date und voll funktionsfähig ist. Nach diesem Prinzip arbeiten zum Beispiel auch der neue Geschäftsbereich von Miele „theupgreat“ und „bluemovement“ von Bosch mit Haushaltsgeräte-Abos für ein nachhaltiges Zuhause.

Im Fashionbereich hat Hempel ein junges Unternehmen beraten, das ausschließlich nachhaltige Materialien in der Produktion einsetzt. Getragene und nicht mehr gebrauchte Kleidungsstücke können Kunden zurückschicken, bekommen eine kleine Vergütung, und der Hersteller verwendet Teile des Materials für neue Waren. „Auch das reduziert den Einsatz von knappen Ressourcen erheblich“, so Hempel. ■

FOTO: LAB OF RENT