**Gastkommentar: Hans Harrer, Vorstandsvorsitzender des Senat der Wirtschaft und Initiator des SDG Awards für Unternehmen**

**Umwelt ist fad! Schneewittchen lässt grüßen**

Obgleich sich jeder selbst der Nächste ist, gelang es der Weltgemeinschaft 2016, mit der Verabschiedung der UN-Nachhaltigkeitsziele in Form der 17 SDGs, eine umweltpolitisch richtungsweisende Entscheidung zu fällen. „Auch nur wieder eine Augenauswischerei“, sagen die einen, „wird eh nicht wirklich umgesetzt“, die Reaktion der anderen. Viele haben erst gar keine Meinung, da sie schlicht nicht wissen, worum es sich bei den SDGs eigentlich handelt. Diesem bedeutenden Kürzel Leben einzuhauchen, hat man nämlich in den einzelnen Ländern – zumindest aber in Österreich - völlig vernachlässigt. Wer das nicht glaubt, sollte einmal Bekannte, PassantInnen auf der Straße oder auch UnternehmerInnen und ManagerInnen nach den SDGs fragen. Die Antwort wird ernüchternd sein. Außer diese Ziele zu beschließen, hat man es völlig verabsäumt, dem Thema durch Erklärungen, ja vor allem auch durch Werbung, Gewicht zu verleihen. In Österreich gibt es nicht einmal eine Stabsstelle, die für alle Ministerien die SDG-Umsetzung koordiniert und deren Umsetzung mitverfolgen soll. Jeder macht irgendetwas. Und auch den Medien ist das Thema nicht wichtig genug. So wurde uns aus der Chefredaktion einer der großen überregionalen Tageszeitungen unlängst ausgerichtet, dass das Thema „SDG“ für Unternehmen doch eher ziemlich fad sei.

Also alles für den „Hugo“? Nein so schnell sollte man das Thema nicht abschreiben, denn es wird sicher noch sehr relevant für Unternehmen werden. Aber nur wer sich dessen bewusst ist und sich eingehend damit beschäftigt, wird zu den Gewinnern zählen. Beispiel gefällig? Wer hat vor Jahren gedacht, dass die Klimaneutralität eines Unternehmens zur Grundvoraussetzung für die Teilnahme an einer Ausschreibung wird? Es wäre also an der Zeit, die SDGs aus dem Dornröschenschlaf zu holen und in jedem Unternehmen darüber nachzudenken, welche der 17 SDGs für das eigene Unternehmen von Relevanz sein und durch ihre Implementierung einen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten könnten. Damit würde man nicht nur einen wertvollen Beitrag für die Umwelt leisten und zukünftigen Ansprüchen gerecht werden, sondern sich darüber hinaus auch bei der Personalsuche gegenüber anderen Unternehmen profilieren. Denn die zukünftigen MitarbeiterInnen der Generation Z werden garantiert mehr auf diese „Feinheiten“ reflektieren, als man es heute vermuten würde. Untersuchungen belegen bereits, dass diese jungen Menschen großen Wert auf ethisches Handeln ihrer Arbeitgeber legen.

Dass man seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv bei der Umsetzung der SDGs einbeziehen soll, um sie dabei auch gleich in ihrem ganz persönlichen Lebensumfeld nachhaltig zu beeinflussen, versteht sich von selbst. Wer erkennt, wie positiv diese Maßnahmen im Unternehmen gelebt werden, wird sein ganz persönliches Handeln ebenfalls viel eher nachhaltiger ausrichten. Das Thema Klima und Umweltschutz (SDG Nr. 13) sei nur ein Beispiel: Letztendlich beeinflussen wir alle gemeinsam das Klima und jeder noch so kleine Schritt kann nur positiv sein. Es gibt viele Möglichkeiten im Unternehmen Klima- und Umweltschutzmaßnahmen zu implementieren, sei es aus Überzeugung oder aus Marketingüberlegungen - der Umwelt sind die Beweggründe aber schließlich egal. Man muss es nur tun!