

BUSINESS ART

DAS MAGAZIN FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

02 | 2013

BUSINESSART 2/2013, Pbb., Erscheinungsort St. Pölten, Verlagspostamt 3100, Zulassungsnummer: 13Z039642M Ö: € 5,80



GEWINNBRINGEND

Nachhaltige Beschaffung im Unternehmen

CHECKLIST: Wie Sie Ihre Veranstaltungen und Events grün ausrichten.

PORTRAIT: Die Kraftquellen der Familie Klaus.

VERGLEICH: Kunststoff, Biofolie oder Papier – was ist ökologischer?

/ KURZMELDUNGEN & BÜCHER



URSULA SIMACEK,

CEO der Simacek Facility Management Group ist neue Präsidentin der CSR-Unternehmensplattform respACT. Sie folgt Peter J. Oswald, CEO von Mondi Europe und International, nach. Simacek: „CSR als Managementansatz zu sehen, bedeutet CSR im Kerngeschäft des Unternehmens zu etablieren. Die Zusammenarbeit mit gesellschaftspolitischen Vertretungen und den Anspruchsgruppen von respACT insgesamt ist von höchster Bedeutung, da nur durch Kooperation neue Systeme entstehen können, die eine neue Qualität für die Betriebsführung in unserem Land bedeutet.“



MAG. ELMAR PAIREDER

ist seit Anfang März neuer Leiter des Umwelttechnik-Clusters und des Netzwerks Ressourcen- und Energieeffizienz der Clusterland Oberösterreich GmbH. Der 37-jährige Wilheringer war zuvor zehn Jahre als Projektmanager im Mechatronic-Cluster tätig.

„MOLL, DES GOHT“

Unternehmen müssen nachhaltig handeln und die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft unterstützen. Davon sind acht Top-ManagerInnen in Vorarlberg überzeugt: Andrea Schwärzler (Schwärzler Hotels), Marie-Luise Dietrich (Pfanner), Günther Lehner (Alpla), Gerald Fitz (Haberkorn), Hubert Rhomberg (Rhomberg Bau), Jürgen Sutterlüty (Sutterlüty), Wolfram Senger-Weiss (Gebrüder Weiss) und Martin Pfanner (Omicron). Sie haben sich zum Verein „Moll, des goht“ (Ja, das geht) zusammengeschlossen, um nachhaltiges Handeln innerhalb und außerhalb ihrer Unternehmen konsequent zu unterstützen. Typisch Vorarlberg: Querdenken ist erlaubt. Und wie diese Unternehmen beweisen – erfolgreich.



BOOKLET COMMUNICATING SUSTAINABILITY TOWARDS 2052

Klimaschutz, nachhaltige Entwicklung, Spielregeln zur Gerechtigkeit und Diversität sind mögliche kulturelle Innovationen für das globale Überleben der Menschheit. Wie können wir diese Veränderungen so erzählen, dass sie trotz der in ihnen steckenden Unsicherheiten überzeugender und lebenswerter sind, als die heutige Alltagskultur? Für die „Erzählung aus der Zukunft“ sind Alternativen und Möglichkeiten der Entwicklung

ebenso notwendig wie Metaphern, Bilder und Symbole. Diese können nur in partizipativen Kommunikationsprozessen entstehen. Das Booklet ist eine Sammlung von audiovisuellen Auseinandersetzungen mit Fragen der Transformation hin zur nachhaltigen Entwicklung.

Booklet *Communicating Sustainability towards 2052* | Hrsg. KMGNE – Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung | DVD / Preis € 19,80 | Bestellung auf www.kmgne.de

TRIGOS 2013

Die Nominierten sind allesamt Vorreiter: Kastner GmbH ebenso wie die VBV, Variotherm ebenso wie Gartenleben oder der Lebensart Verlag (Anm. der Redaktion: Wir freuen uns sehr!). Das ist auch der Einführung einer neuen Kategorie „Ganzheitlichstes CSR-Engagement“ zu danken, in der auf die Integration von Corporate Social Responsibility ins Kerngeschäft Wert gelegt wird. „Ganzheitliche CSR-Strategien, redliche Geschäftsführung und ethisches Handeln sind das Fundament für nachhaltigen Erfolg“, erklärt KommR Alfred Harl, Obmann Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Unternehmensberatung und IT, sein Engagement als langjähriger Partner des TRIGOS.

www.trigos.at/nominierung ■



FAIRNESS ALS RESSOURCE – KANN MAN EHRlich KOMMUNIZIEREN?

Es klingt einfach: faire Kommunikation. Und doch geht es in der Praxis so häufig schief. Irgendwann stellt sich heraus: Unternehmen haben über ihre Produkte nicht die Wahrheit gesagt. PolitikerInnen haben den Mund zu voll genommen. Zuweilen schummeln auch GutachterInnen und WissenschaftlerInnen. Medien übertreiben und verzerren. Faire Kommunikation ist nicht selbstverständlich. Manfred Prisching gibt Antworten

auf die Frage, was Fairness in der Kommunikation bedeuten kann. Abseits von Kategorien wie Lüge oder Wahrheit ist für Prisching Anstand und der Wille zu Ehrlichkeit der Schlüssel für faires Kommunikationsverhalten. Er findet Hinweise bei alten Volkswahrheiten, bespricht sozialwissenschaftliche Publikationen und Managementliteratur.

Fairness als Ressource | Manfred Prisching | Leykam Verlag | Preis € 17,90 | ISBN-13: 9783701178193