



Till Isensee und Sonja Bähr

Tiliscos Kolumne

# Der Kampf um die Nachhaltigkeit geht weiter!

Und zusätzlich zu einem oft unklaren Frontverlauf, tummeln sich viele Unternehmen auch auf mehreren Kriegsschauplätzen. Die Wortwahl ist Ihnen zu martialisch? Na klar, denn die Lage ist auch ernst.

Warum setzen wir die schöne, gute, grüne Nachhaltigkeit in einen Kontext mit diesen harten und kriegerischen Begriffen? Der Grund ist das „Shell Urteil“, das als „Hammer“, wie ein „Paukenschlag“ oder als „Dammbruch“ bezeichnet wird. Die Berichte geizen nicht mit Superlativen, um die Dimensionen dieser richterlichen Entscheidung in den Niederlanden zu beschreiben. Denn tatsächlich ist es das erste Mal, dass nicht nur ein global tätiger Konzern wie Shell von mehr als 17.000 Umweltschützern verklagt wurde, sondern auch, dass ein Gericht den Klägern zuerkennt, dass das Unternehmen deutlich mehr in Sachen Klimaschutz unternehmen muss.

Der Forderung, dass Shell bis 2030 seine Emissionen um 45 Prozent im Vergleich zu 2019 senken soll – und zwar nicht nur die eigenen, sondern auch die seiner Kunden – der Fluggesellschaften, der Autofahrer an den Tankstellen und der Hausbesitzer, die mit Öl und Gas heizen, hat das Gericht in Den Haag vollumfänglich entsprochen. Während es auch Stimmen gibt, die beklagen, dass Richter Umweltpolitik betreiben, zementiert dieses Urteil, dass Klimaschutz ein Menschenrecht ist, das heißt die Menschen haben ein Recht darauf, dass Regierungen und Konzerne in der Verantwortung

stehen, sie vor den Folgen des Klimawandels zu schützen. Und das wiederum bedeutet, dass Unternehmen, die sich in ihren Nachhaltigkeitsberichten oder in der Außenkommunikation zu weitreichenden Zielen verpflichten, diese auch einklagbar einlösen müssen. Reine Lippenbekenntnisse, Nachhaltigkeit als Trend oder als Marketingversprechen, weil es gerade „in“ ist, werden zukünftig zum noch größeren Risiko. Das gilt in gleicher Weise, wenn Unternehmen eine scheinbar einfache Unterschrift beispielsweise bei der Ellen MacArthur Foundation tätigen, ohne zu wissen, was auf sie zukommt oder überhaupt in der Lage zu sein, die damit verbundenen ehrgeizigen Ziele auch erreichen zu können. Wann wohl das erste Verpackungsunternehmen unter den Beklagten sein wird?

Kein Greenwashing mehr! Mehr ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele und Unternehmen, die in der Pflicht stehen, diese glaubhaft und transparent erreichen zu müssen, da sie nun einklagbar sind – eine gute Strategie im andauernden Kampf gegen Ressourcenverschwendung und Klimawandel.

Internet: [tilisco.de](http://tilisco.de)