Ulrich Auer

Ohne die Evolution des Wertesystems kein nachhaltiges ESG

ESG ist keine neue Erfindung. Es existierten früher nur nicht diese drei bezeichnenden Buchstaben. Es gab einfach Menschen, die seit jeher bestmöglich ethisch-verantwortlich gegenüber der Umwelt und der Gesellschaft agiert haben. Gesetze und Verordnungen mussten nicht erst den notwendigen Druck erzeugen. Sie hatten einfach das richtige Mind- und Feel-Set. Aber warum sind es trotz aller inzwischen bereits bestehenden und kommenden Regulatorien, drohenden Konsequenzen bei Nichtbeachtung sowie warnender, umfangreicher Artikel und Literatur zum Informieren immer noch nicht ausreichend viele? Wieso dringt das brisante Thema anscheinend noch immer nicht wirklich tief bei der überwiegenden Masse und Belegschaft der meisten Unternehmen ein, führt zu entsprechenden Erkenntnissen und somit zu eigenmotivierten Handlungen? Was können wir, die meinen ESG verstanden zu haben, beitragen, um diesen dringenden, notwendigen Push in alle Ebenen zu befördern?

Die Situation und der Mensch

Es stellt sich leidvoll die Frage, wie etliche Teilnehmer, nach Gesprächen und Vorträgen zum Thema ESG, es anscheinend ohne Störgefühl schaffen, anschließend ein T-Bone Steak zu bestellen, in den Oberklassewagen steigen, davon erzählen, dass sie am Wochenende für einen 3-tägigen Touri-Kurztrip in den Flieger steigen oder aber ohne ökonomische Notwendigkeit anstelle an einen sozialen Träger eine Einheit an einen anderen für ein paar Euro mehr vermieten.

Wenn man da mal nachhakt, bekommt man oft zu hören „Na wir machen doch schon dies oder jenes für die Umwelt, das habe ich verantwortlich veranlasst, da werde ich doch wohl noch...“. Soweit zur Rationalisierung und somit zur Rechtfertigung der eigenen Verhaltensweise.

„Noch“ repräsentiert auf anderer Weise aber auch exakt die Situation, in der wir uns befinden. Noch verbunden mit alten Gepflogenheiten, die einem ein Stück Sicherheitsillusion geben und dem Gegenüberstehenden, an die Tür Hämmernden, neuen, notwendigen Verhaltensweisen die keinen Halt vor der eigenen Komfortzone machen.

Anscheinend wünscht sich immer noch eine Mehrheit, dass die Sonne nie untergehen, es immer bergauf oder alles zumindest gleich bleiben soll. Das entspricht aber nicht den Naturgesetzen.

Der Earth-Overshoot-Day präsentiert uns knallhart, dass — ins monetäre übersetzt — wir bereits vor Monatsmitte pleite sind und wir für die Resttage jeden Monat ein Darlehen aufnehmen müssen, um zu überleben. Aber auch das gibt es bald nicht mehr und die Zinslast wird immer erdrückender.

DAS UNTERNEHMEN

Das neue Mind-Set von heute ist die DNA von morgen

blueorange
Development 21 GmbH Berlin

Kurzvorstellung
blueorange Development 21 GmbH Berlin ist Teil der blueorange group. An 4 Standorten sind für die Gruppe 45 Mitarbeiter tätig. Die blueorange group ist wiederum Teil des Real Estate Bereichs der BRAWO GROUP (vormals Volksbank BraWo Unternehmensgruppe) mit einer Bilanzsumme von ca. 6 Mrd. Euro. Unter ihrem Dach sind rund 200 erfolgreich operierende Tochter- und Enkelgesellschaften vereint. Private Banking, Immobiliengeschäft, Projektsteuerung und sogar ökologisch wertvolle Energiegewinnung ergänzen das klassische Bankgeschäft. Ein Sonderplatz gebührt der Volksbank BraWo Stiftung.

USPs des Unternehmens
Unser Hauptfokus der blueorange Development 21 GmbH Berlin liegt auf dem Bereich von Refurbishments von Bestandsgebäuden sowie das Schaffen von Planungs- und Baurecht, die Erschließung von Grundstücken und das Realisieren von Geschosswohnungsbauten, aber auch von Reihen- und Doppelhäusern. Unsere Projekte und Konzeptionen werden nach ESG-Richtlinien geplant. Wir sind Green-Deal und Klima-ready!

Track Record
Seit über 10 Jahren ist die blueorange group spezialisiert auf Stadt- und Regionalentwicklung, auf Quartiers- und Standortentwicklung. Sie konzipiert, finanziert und realisiert hochwertige und nachhaltige Projektentwicklungen – für eigene Projekte und als externe Dienstleistung.

Viele Menschen haben aber ein Talent zum Verdrängen dringender, notwendiger Handlungen bzw. eigener anstehender Veränderungen. Change bedeutet für die meisten mehr Risiko, Verlustangst, Schmerz und Ego-Reduzierung, anstatt das als Chance zu begreifen.

Aber solange es eben nicht richtig wehtut, geht man nicht zum Arzt und übrigens...2050 ist ja gefühlt noch sehr weit weg. Toralf Staud und Nick Reimer erwähnen in ihrem Buch „Deutschland 2050“ hinsichtlich des Phänomens dieser falschen Zeitwahrnehmung den Begriff der „psychologischen Distanz“.

Bleiben wir etwas bei der Psychologie. Veränderungen, insbesondere wenn sie vermeintlich negativ die Komfortzone tangieren, erfordern Bewältigungsenergie.

Die hiesigen Zeiten sind ebenfalls eine Offenbarung der eigenen Lebenssituation, insbesondere die Quellen der Lebensfreude sind als Energietreibstoff gefragt. Die Dimension ist abhängig von der Sichtweise, ob das Glas doch eher halb voll oder leer ist und ob wir in der Lage sind, dankbar das anscheinend selbstverständliche Normale als besonders wertvoll zu klassifizieren.

Unsere Gesellschaft ist sehr fragil geworden. Eine Folge jahrelanger Fülle und gefühlt grenzenloser Freiheit!? Jetzt, wo aufgrund spürbarer disruptiver Veränderungen von außen Verluste drohen, übertriebene Angst- und Panikmache subtil manipulierend omnipräsent sind, werden wir zunehmend dünnhäutiger, intoleranter und klammern uns an Vertrautes.

Somit führt uns diese Erkenntnis zur eigentlichen Ursache, warum sich der ESG-Mind-Set-Shift außerhalb der Vorreiterszene und Führungsetagen offensichtlich so zäh gestaltet.

Ein Anfang für den Menschen

Wir in den ESG-Foren, Konferenzen, Arbeitsgruppen etc. dürfen uns nicht in Sicherheit wiegen, sondern sollten aufpassen, dass wir nicht den falschen Eindruck bekommen, dass die Mehrheit der Menschen bereits so tickt wie wir. Das mehrheitliche Bewegen unter Gleichgesinnten verzerrt die eigene Wahrnehmung und Realität.

Auch dass in den einschlägigen Immobilienmedien mehr als die Hälfte der Artikel das Thema ESG beinhaltet, erweckt schnell den Eindruck, dass alle das Thema begriffen haben und es bereits umsetzen. Das kann ein gefährlicher Trugschluss sein.

Zumindest in den meisten Führungsetagen dürfte das Thema mehrheitlich zwar längst verstanden worden sein. Aber wie sieht es in den anderen Ebenen der Firmen aus? Das ist doch genau die zahlenmäßig größere Zielgruppe, die wir versuchen müssen, durch Überzeugung zu gewinnen und nicht über Regeln und Vorschriften zum entsprechenden Handeln zu bringen.

Diese Menschen verkörpern doch das Herz eines jeden Unternehmens. Wie können wir sie sensibilisieren und ermutigen? Nur Handlungen aus eigener innerer Überzeugung sind nachhaltig.

Menschen entfalten ihr volles Energiepotential, wenn sie eben durch eigene Erkenntnis motiviert entsprechend agieren. Das ist keine neue wissenschaftliche Studie, sondern sollte eine Binsenweisheit sein.

Also sprechen wir über die Soll-Startposition für eine authentisch angetriebene, ESG-geprägte Arbeitsweise mit proaktiven Elementen.

Im vorherigen Teil dieses Beitrags haben wir die im Wege stehenden Blockaden ausreichend dargelegt.

Welche allerersten Weichen sind also in Kenntnis dieser schwierigen Voraussetzungen nunmehr zu stellen?

Lassen Sie uns auf den Bereich Business in unserer geografischen Sphäre fokussieren, in der wir uns tagtäglich bewegen.

Fangen wir unternehmensintern an:

Schaffen wir doch erst einmal die Grundvoraussetzungen für ein neues Mind-Set, damit Menschen bzw. unsere Teams überhaupt bereit sind, aktuelle Themen in der Tiefe an sich heranzulassen. Basis für einen Change!

Als da wären die ersten Schritte:

- Gemeinschaftsgefühl stärken. Treffen Sie sich so oft es geht und besprechen Sie Themen und Probleme zusammen. Gemeinschaft schafft ein Sicherheits- und Geborgenheitsgefühl und entfacht eine eigene Dynamik. Diese Basis ist insbesondere durch die Corona bedingte, zusätzliche Homeoffice-Isolation arg belastet worden.

- Versuchen Sie die komplexen Neuerungen und Informationen rund um das Thema ESG zu bündeln und zu priorisieren und nur die wesentlichen Basics zu kommunizieren. Die Informationsflut ist sonst für alle überfordernd. Überforderung schafft jedoch Abwehrverhalten und schürt Ängste.

- Gehen Sie voran und seien Sie Vorbild. Man muss nicht gleich nur Fahrrad fahren und vegan leben. Seien Sie auch mutig, den eigenen Transformationsprozess zu zeigen. Stetig kleine Fortschritte, aber auch Widersprüche zu offenbaren, machen einen menschlich und authentisch.

- Strahlen Sie trotz schwieriger Zeiten Zuversicht aus und gehen Sie straight den Weg. Mit „I want you to panic“ frei nach Greta Thunberg, schaffen wir noch mehr Verunsicherung. Bei einem Feueralarm wird ein Gebäude ja auch geordnet in Zweierreihen verlassen.

Diese Basics sind jedoch nur nachhaltig, wenn diejenigen, die sie vermitteln, bereits die nachfolgenden Werte und Überzeugungen leben:

- Soziale Rendite kommt vor monetärer Rendite
- Gemeinnutz steht vor Eigennutz
- Herzlichkeit, Wohlwollen und Empathie sowie Wertschätzung
- Partizipation und Mitgestaltung
- Integrität und Authentizität
- Wissensteilung und offene Kommunikation
- Gesunde Dissonanzkultur und Toleranz
- Verbundenheit aller Dinge und Zirkularität als Naturgesetz

ESG ist keine neue Religion, dennoch sind die dahinterstehenden Ziele zur Schaffung einer enkeltauglichen Welt dringendst umzusetzen. Wir sind alle keine Heiligen, aber versuchen wir — wenn man merkt, dass einem mal wieder die Hose näher ist als das Hemd — notfalls mit Eigendisziplin an uns selbst und dem Transformationsprozess zu arbeiten. Sonst wird das nichts mit einem ehrlichen und nachhaltigen ESG und einer neuen DNA für unsere Zukunftssicherung. ■

DER AUTOR

Ulrich Auer

Seit 2021 ist Ulrich Auer Geschäftsführer der blueorange Development 21 GmbH Berlin. Er besitzt über 30 Jahre Berufserfahrung in der Bau- und Immobilienbranche, insbesondere im Bereich der Projektentwicklung, des Asset- und Fonds-Managements sowie in der Projektsteuerung und Bauleitung. Er zeichnet sich heute maßgeblich verantwortlich für die Implementierung von ESG in den Real Estate Bereich der blueorange group sowie der BRAWOGROUP.

BLUEORANGE DEVELOPMENT 21 GMBH BERLIN
Kurfürstendamm 15, 10719 Berlin, Deutschland
T: +49 162 7241114, u.auer@21-development.de