

Was es braucht, ist vorbehaltlose Ehrlichkeit

Terra-Co-Founder Günther Reifer berät und begleitet Unternehmen auf ihrem Dekarbonisierungspfad und bereitet sie auf die Nachhaltigkeitsberichtspflichten gemäß der EU-Taxonomie vor. Sein wichtigstes Credo: Jede:n wertfrei dort abzuholen, wo er oder sie steht.

Wir treffen Günther Reifer in seinem neuen Büro in einem eindrucksvoll weitläufigen Gebäudeflügel des Brixner Domherrenhofs. Gleichwohl er als einer der profundesten Nachhaltigkeitsberater unserer Breiten gilt, würde man ihn in seinem stylish-eleganten Outfit und mit der markanten Designerbrille auf den ersten Blick eher für den Inhaber einer Kreativagentur halten. Auch das Interieur versprüht keinerlei selbstgezimerten Öko-Flair, sondern zeugt von einem überaus erlesenen Vintage-Geschmack. Das kommt nicht von ungefähr. Denn bevor sich Reifer 2009, am Höhepunkt der damaligen Finanzkrise, während einer spirituellen Reise in der Wüste Sinai zu einem radikalen Daseins-Shift und gemeinsam mit Geschäftspartnerin Evelyn Oberleiter zur Gründung des Terra-Beratungs-Institutes entschloss, war der studierte Betriebswirt überaus erfolgreich in der Möbelbranche tätig.

TURNAROUND DURCH INNOVATION

Einzig sein im Vorjahr im Eigenverlag herausgegebenes Buch „So tickt Nachhaltigkeit“, das er für Gespräch und Shooting mit liebevoller Geste neben sich legt, verweist auf das, was ihn in den letzten fünfzehn Jahren beschäftigt und antreibt. Und das ist nichts weniger als ein „Whole System Change“, also die totale Veränderung unseres ökonomischen Denkens und Handelns, hin zu Purpose und Impact und zu einer regenerativen Wirtschaft. „Wir haben in den letzten Jahrzehnten großartigen Wohlstand erreicht, allerdings auf Kosten von Natur

und Umwelt und bei Betrachtung der globalen Wertschöpfungskette vielfach auch unter Verletzung der Menschenrechte. Das müssen wir in den nächsten dreißig Jahren nun wieder richten,“ erklärt uns Reifer. Und zwar ohne die Wirtschaft zu ruinieren. Der Turnaround müsse vielmehr mit Innovationskraft und den vielen schlaunen Köpfen in den Unternehmen gelingen.

WEG VOM LINEAREN DENKEN

Denn die Unternehmen seien nicht Teil des Problems, sondern Teil der Lösung, betont Reifer. „Wenn die Unternehmen umden-

ken, ihre Produkte und Geschäftsmodelle verändern, dann formt sich ein neuer Kontext.“ Das impliziere allerdings eine Abkehr vom gelernten linearen Denken, das die Auswirkungen des eigenen wirtschaftlichen Handelns konsequent ignoriert. Nötig sei vielmehr ein systemisches Mindset, das genau hinsieht und erkennt, dass alles mit allem zusammenhängt. Das CO₂, das etwa in Bangladesch oder China emittiert werde, von wo wir bekanntlich eine Vielzahl von Produkten und Gütern beziehen, bleibe ja nicht dort, sondern verteile sich über die gesamte Atmosphäre. In diesem neuen Narrativ, erläutert Reifer, ist Wirtschaft

ZUR PERSON

Günther Reifer ist Co-Gründer und CEO des Terra Institute, das sich auf Transformationsbegleitung in Richtung nachhaltiges Wirtschaften spezialisiert hat. Die Beratungsschwerpunkte des gebürtigen Südtirolers liegen in den Bereichen Purpose und Strategie, Circular Economy und Sustainable Finance. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Brixen, aber auch Standorte in Innsbruck, Ulm, Mailand und London.

© ARIA SADRSAIEK



also nicht mehr länger ein von Umwelt und Gesellschaft losgelöster Solitär, sondern vielmehr ein darin eingebetteter integraler Bestandteil. Es gehe daher auch nicht mehr darum, weniger Schaden als bisher anzurichten, sondern tatsächlich Gutes zu tun.

DRIVE DURCH DIE REGULATORIK

Als Reifer und Oberleiter 2010 mit Terra in Brixen durchstarteten, galten sie mit ihrem transformativ-nachhaltigen Beratungsansatz noch als Exoten der Branche. Mittlerweile müsse man sich vor allem bei größeren Aufträgen ständig mit den Big Four matchen, erzählt Reifer. Nachhaltigkeit sei durch Green Deal und EU-Taxonomie zu einem unternehmerischen Must geworden. Denn es gebe nun einen klaren legislativen Rahmen für Transformation und Dekarbonisierung. So unterliegen ab 2025 alle größeren Unternehmen einer standardisierten Nachhaltigkeitsberichtspflicht. Damit komme deutlich mehr Drive in das Thema, weil sich nicht nur berichtspflichtige Unternehmen damit zu beschäftigen beginnen.

NACHHALTIGKEIT ALS IMAGEFAKTOR

„Wenn die großen Unternehmen ihre Kennzahlen und ihren Dekarbonisierungspfad öffentlich machen, bringt das automatisch auch Mitbewerber unter Zugzwang, die noch nicht unter die Verordnung fallen“, weiß Reifer. Nachhaltigkeit erweise sich außerdem mehr und mehr als bestimmender Image- und Reputationsfaktor, sowohl am hart umkämpften Arbeitgebermarkt wie auch bei einer zusehends sensibilisier-

ten Kundschaft, die „ihre Stimmzettel immer bewusster einsetzen wird“, ist Reifer überzeugt. Die Regulatorik sei ganz klar ein Trigger, der natürlich auch als lästig empfunden werde, weil die Berichterlegung schon mit einigem Aufwand verbunden sei. Dabei wäre es besser, die Transformation, um die wir ohnehin nicht mehr herumkommen, als Chance zu begreifen, findet Reifer. „Wer jetzt schon beginnt, unabhängig davon, ob er einen Bericht vorlegen muss oder nicht, hat einen Entwicklungsvorsprung.“ Der Shift gehe ohnehin nicht von heute auf morgen, brauche außerdem viel Geduld sowie ein gänzlich anderes Führungsverständnis von neuen, mutigen Leader:innen, die bereit seien, aus den überkommenen Denkmustern auszusteigen.

Die meisten Unternehmen gehen das Thema übrigens recht pragmatisch mit der Erhebung ihres CO₂-Abdrucks an, um dann irgendwann festzustellen, dass sie auch

KEINE EINFACHE SACHE

Die meisten Unternehmen gehen das Thema übrigens recht pragmatisch mit der Erhebung ihres CO₂-Abdrucks an, um dann irgendwann festzustellen, dass sie auch

LESEEMPFEHLUNG:

In „So tickt Nachhaltigkeit“ skizziert Terra-Co-Founder Günther Reifer „die großen Zusammenhänge und Grundlagen“



für eine nachhaltige Unternehmenstransformation. In eindringlichen Worten und unterstützt von zahlreichen Grafiken, Tabellen und Flow-Charts schafft er zunächst ein Grundverständnis des Status quo – angefangen bei der Emissions- bis hin zur Ressourcenverteilung –, erklärt dann die von den SDGs und dem EU-Aktionsplan abgeleiteten legislativen Notwendigkeiten, behandelt hilfreiche Denkansätze und bietet einen umfassenden Überblick über die geforderten Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Im vierten Teil des Buches listet er die Herausforderungen und Risiken der einzelnen Branchen auf und gibt zuletzt konkrete Prozess- und Handlungsempfehlungen „für den Weg zu einer nachhaltigeren Organisation“. Fazit: ein gleichermaßen kompaktes und profundes Orientierungs- und Arbeitsbuch, das Entscheidungs- und Verantwortungsträger:innen einen guten Einstieg in die Thematik bietet.

einen strategischen Überbau benötigen. „L'appetito vien mangiando – der Appetit kommt beim Essen“, lächelt Reifer, der im Laufe des Gesprächs frei heraus bekennt, selbst kein Vegetarier zu sein. Was für ihn kein Widerspruch ist. „Man kann seinen Fußabdruck reduzieren, ohne auf alles zu verzichten.“ Es müsse noch Genuss stattfinden können im Leben und man dürfe keinesfalls fundamentalistisch sein, sonst sei man weder als Berater noch als Unternehmen anschlussfähig. Daher entziehe er sich auch ganz bewusst den gängigen Bildern und Vorstellungen. Die für ihn wichtigste Transformationsqualität sei ohnehin vorbehaltlose Ehrlichkeit. Außerdem sei es für ihn zentral, alle, die sich ehrlich auf den Weg machen wollen, wertfrei da abzuholen, wo sie gerade stehen. „Nachhaltigkeit hat viele Facetten, aber sie ist eines garantiert nicht: eine einfache Sache, die man einfach zu dem hinzufügen kann, was man bereits tut.“

Christine Frei