



Science For A Better Life

BRANCHE

Pharmazeutisch-chemische Industrie

BESCHÄFTIGTE

111.800

BAYER AG

51368 Leverkusen

www.Bayer.de

www.Bayer.com

ANSPRECHPARTNER

Dirk Frenzel

Konzernkommunikation

Tel. +49 (0)214 / 3 02 99 08

dirk.frenzel@bayer.com

B.A.U.M.-MITGLIED SEIT 2010



INTERVIEW MIT PROF. DR. WOLFGANG PLISCHKE, IM VORSTAND DER BAYER AG VERANTWORTLICH FÜR TECHNOLOGIE, INNOVATION UND NACHHALTIGKEIT

„NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION GEHEN HAND IN HAND“

Herr Prof. Plischke, welche Bedeutung hat Nachhaltigkeit für ein Unternehmen wie Bayer?

Nachhaltigkeit ist bei Bayer direkt verknüpft mit Innovation. Nachhaltigkeit spielt bei uns bereits in der Forschung und Produktentwicklung eine Schlüsselrolle: Denn nur nachhaltige Innovationen garantieren wirtschaftlichen Erfolg. Und gerade vor dem Hintergrund steigender Rohstoff- und Energiepreise bilden vor allem Material- und Energieeffizienz, aber auch Prozess- und Produktinnovationen hierfür eine grundlegende Basis.

Wir wollen mit unseren Innovationen Beiträge leisten, um die zentralen Herausforderungen, vor denen unsere Gesellschaft steht, lösen zu können: eine wachsende Weltbevölkerung, die ernährt werden will; eine älter werdende Gesellschaft, die auch im Alter gesund leben will; weltweiter wachsender Wohlstand bei gleichzeitiger Schonung natürlicher Ressourcen und verbesserter Energieeffizienz.

In der Gesellschaft ist in den vergangenen Jahren das Bewusstsein für Nachhaltigkeit stark gewachsen. Ganz unterschiedliche Gruppen, z. B. Konsumenten, Bewerber oder Investoren, legen Wert darauf, dass sich das weltweite volkswirtschaftliche Wachstum nachhaltig entwickelt. Sie erwarten von uns als Unternehmen dazu substantielle Beiträge. Daran arbeiten wir – verstärkt auch mit Partnern. Und wir freuen

uns, dass wir für diese Strategie, in der Nachhaltigkeit und Innovation Hand in Hand gehen, auch externe Anerkennung finden und beispielsweise mit dem SAM Sustainability Award 2012 und dem Güte-Siegel „Gold Class“ ausgezeichnet worden sind.

Welche Bedeutung haben Partnerschaften für Sie?

Sie sind uns sehr wichtig. Wir kooperieren weltweit mit einer Vielzahl von Partnern und Nicht-Regierungsorganisationen. Dass dies erfolgreich ist, sieht man in vielen Bereichen. Im Rahmen unserer „Access to Medicine“-Strategie arbeiten wir mit verschiedenen privaten und staatlichen Organisationen zusammen, wie zum Beispiel der Weltgesundheitsorganisation WHO.

In unseren bewährten „Food Chain Partnership“-Programmen bringen wir alle Akteure der Lebensmittelkette zusammen. Wir helfen Landwirten, den Ertrag ihrer Felder zu steigern, und tragen gleichzeitig dazu bei, die Qualität der Nahrungsmittel zu erhöhen. Unser „EcoCommercial-Building-Programm“ vernetzt alle Akteure im Bereich Gebäudebau, um einen wichtigen Beitrag zum ressourcenschonenden Bauen zu leisten.

Darüber hinaus kooperieren wir mit Forschungsinstituten und Universitäten, mit anderen Unternehmen und privaten und öffentlichen Institutionen. In all diese Partnerschaften bringt jeder seine Stärken und Kompetenzen ein, und das Ergebnis ist entsprechend wertvoll.



Bayer investiert nicht nur in Innovationen, sondern auch in die Wachstumsmärkte. Welche Rolle spielen diese Märkte für eine nachhaltige Entwicklung?

Eine sehr große. Wir wollen mit unseren Produkten dazu beitragen, die Probleme, die sich durch das Wachstum ergeben, nachhaltig zu lösen. Gleichzeitig sind diese Märkte wichtig für die nachhaltige Entwicklung unseres Geschäfts, denn dort gibt es großes Potenzial.

Das erfordert sicherlich große Investitionen und eine gewisse Anpassungsfähigkeit?

Ja. Wir investieren viel in die Wachstumsmärkte – in Personal, Produktion, Vertrieb und in die Forschung und Entwicklung. Die Chancen sind enorm. Eine wichtige Rahmenbedingung ist das jeweilige rechtliche und regulatorische Umfeld. Zudem sind die Märkte sehr heterogen. Hierauf müssen wir flexibel reagieren und insbesondere unternehmerische Lösungen entwickeln, die auf die spezifische Situation passen. Wir adressieren mit unseren Produkten Megatrends wie Gesundheit, Ernährung und Ressourceneffizienz, die gerade in diesen Märkten enorme Veränderungsprozesse auslösen.

Hier wollen wir unsere Beiträge leisten, um in verschiedenen Bereichen das Leben der Menschen zu verbessern. Dazu gehört nicht nur das eigene verantwortungsbewusste Verhalten, sondern beispielsweise auch ein nachhaltiges Lieferanten-Management. Qualität und Preis sind weiterhin zentrale Kriterien für die Auswahl unserer Lieferanten.

Wir erwarten aber auch, dass unsere Zulieferer überall auf der Welt soziale, ökologische und ethische Standards erfüllen. Das überprüfen wir regelmäßig. Hierfür haben wir spezielle Prozesse etabliert – auch in diesem Nachhaltigkeits-Segment investieren wir

Geld und Zeit, weil es sich langfristig für alle Beteiligten lohnt.

Das sind anspruchsvolle Ziele. Wie setzen Sie Ihre Vorstellungen denn in der Praxis um?

Indem wir unser Handeln klar an unseren Werten orientieren: Dies sind Leadership, Integrity, Flexibility und Efficiency. Jeder Mitarbeiter hat damit eine klare, verbindliche Richtschnur. Diese Werte sind die Grundlage unserer Unternehmenskultur, aber auch integraler Bestandteil unserer Management-Systeme. Damit gewährleisten wir ihre Umsetzung in der täglichen Praxis. Das macht uns nachhaltig erfolgreich.

Wie sehen denn der Finanzmarkt und die Aktionäre Ihr Nachhaltigkeits-Engagement?

Nachhaltig zu wirtschaften trägt wesentlich zur Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens bei. Wir müssen heute verantwortungsbewusst agieren, um auch morgen noch erfolgreich sein zu können. Und nur so sichern wir unsere gesellschaftliche Akzeptanz, die letztlich unsere „License to operate“ ist. Diese Auffassung teilen auch der Finanzmarkt und die Aktionäre. So hat Bayer im Markt für gesellschaftlich verantwortliche Anlagemöglichkeiten – den sogenannten „Socially Responsible Investments“ – einen guten Ruf. Dort weiß man, dass unsere Entwicklungspipeline gut gefüllt ist, dass wir Lösungsbeiträge für wichtige Herausforderungen der Gesellschaft bieten, uns ambitionierte Ziele setzen und zu anspruchsvollen Normen und Werten bekennen – und uns auch auf sozialem Gebiet für die Lösung gesellschaftlicher Aufgaben engagieren. Das Vertrauen des Finanzmarkts und die steigende Nachfrage nach guter Performance auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit spornen uns an, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzuverfolgen.