



Impulsiv(ES) – Der Ordnungsnewsletter

Nr. 7 - Oktober 2014

Neuestes + Fundsachen aus der Welt der Ordnung

aktuell

„Mensch ärgere Dich nicht“ – 100 Jahre und kein bisschen leise

„Mensch ärgere Dich nicht“ – die Aufforderung des wohl bekanntesten deutschen Brettspiels ist gesetzt und quasi in Stein gemeißelt; dennoch – früher oder später geschieht genau das Gegenteil: Siegesicher, kurz vor dem Ziel oder einfach mitten drin passiert's - unerwartet und unbarmherzig: Die eigenen Püppchen fliegen auf Veranlassung eines Gegenspielers, der seine Freude kaum verhehlen kann oder will, mit der passenden Würfelzahl aus dem Spiel. „Der andere hat Glück gehabt“, denke ich und mache gute Miene zum „bösen“ Spiel ...ist doch nur Spaß ... oder? Im Laufe des Spiels merke ich, dass meine drei Gegenspieler (oder sagt man wirklich „Mitspieler“?) ähnliche Gedanken und Zweifel hegen. (Bild: hamburg-fotos-bilder.de / pixelio.de)



Die Psychologie des Brettspielklassikers lässt sich auf unser Alltags- und besonders unser Berufsleben übertragen: „Mensch ärgere Dich nicht!“ sollte man sich jeden Morgen sagen. Abweichungen dieser positiv selbstgesteckten Verhaltensanordnung sind ganz normal und noch dazu ... herrlich menschlich!

<http://www.schmidtspiele.de/mensch-aergere-dich-nicht-100-jahre-jubilaem.html>

Zum „nicht Ärgern“ braucht es sinnvollerweise neben guten Vorsätzen konkrete Ideen und Anregungen für die Umsetzung. Schauen Sie sich das Youtube-Video von Edith Stork an, wenn Sie sich künftig zumindest weniger über Ihre „UN-ORDNUNG“ im Büro oder zu Hause ärgern möchten:

[„Raus aus dem Papier- und Festplatten-Chaos: Edith Stork erklärt, was Sie brauchen“](#)

gefragt

Ordnung braucht Nachhaltigkeit!

Die Redaktion IMPULSIV(ES) hat die praxiserfahrene Nachhaltigkeitsexpertin, Sachbuchautorin, Redakteurin und Wirtschaftspsychologin Dr. Alexandra Hildebrandt interviewt, die viele Jahre Führungspositionen in der Wirtschaft - z.B. bei der KarstadtQuelle AG (Arcandor) - innehatte und Mitglied in der Kommission Nachhaltigkeit beim Deutschen Fußball-Bund (DFB) war.

IMPULSIV(ES): NACHHALTIGKEIT - das Schlagwort unserer Zeit! Manche Menschen fühlen sich schon gut, wenn sie diese Vokabel überhaupt in den Mund nehmen. Welche Fehlinterpretationen haben dazu geführt, dass dieser Begriff längst nicht mehr nur positiv besetzt

ist?

Alexandra Hildebrandt: Die größte Skepsis am Nachhaltigkeitsbegriff entsteht durch seine mittlerweile inflationäre Verwendung, die ihn seiner Glaubwürdigkeit beraubt hat. Tatsächlich entsteht oft der Eindruck, dass Nachhaltigkeit als Leerformel für alles steht. Abstrakte Wörter, die keine Emotionen auslösen, sollten möglichst durch konkrete Begriffe oder Beschreibungen ersetzt werden. Was nicht fassbar ist, lädt dazu ein, individuell aufgefüllt und benutzt zu werden. Im Begriff der Nachhaltigkeit sammelt sich für mich alles, was im Leben wesentlich ist: Stabilität, aber auch das Prinzip Hoffnung.

Dazu passt auch ein Satz, der sich im 1807 von Joachim Heinrich Campe herausgegebenen Wörterbuch der deutschen Sprache findet: „Nachhalt ist das, woran man sich hält, wenn alles andere nicht mehr hält“. Das Thema hat mit Lebensreserven zu tun, über die wir hinreichend verfügen sollten, weil sie dabei helfen, nicht in Schockstarre zu verfallen und handlungsfähig zu bleiben. Es geht um ein persönliches und gesellschaftliches Immunsystem, das gemeinsame Überlebensperspektiven eröffnet.

IMPULSIV(ES): Geben Sie unseren Lesern einprägsame Stichworte: Was sollte Nachhaltigkeit beinhalten, was nicht?

Alexandra Hildebrandt: Wir haben es in unserem Leben immer mit beschränkten Ressourcen zu tun - daher tun wir gut daran, diese so zu nutzen, dass wir immer wieder darauf zurückgreifen können. In Unternehmen ist Nachhaltigkeit nicht gleichzusetzen mit Aktivitäten jenseits des Kerngeschäfts - sie ist Teil des Kerngeschäfts! Sie ist kein Marketinginstrument, sondern eine strategische Herausforderung, kein Projekt, sondern ein Prozess. Sie steht nicht für ein Konzept, sondern für eine Leitidee und Haltung.

Zu den grundlegenden Herausforderungen gehören die interne Strukturierung des Themas, die Bestimmung seiner Reichweite und Grenzen, vor allem aber die glaubwürdige Kommunikation nach innen und außen, denn neben der Konzentration auf Gewinn und Kundenbindung darf die Öffentlichkeitswirkung des Unternehmens und die Beziehung zu seinen Anspruchsgruppen (Stakeholdern) nicht vernachlässigt werden.

„Kommunikation schafft Transparenz, und Transparenz schafft Akzeptanz.“ (Edith Stork)

Professionelles Nachhaltigkeitsmanagement folgt immer einem Ordnungsprinzip, das mit der Ausrichtung der Unternehmensführung, -kultur und -struktur mit Blick auf sozial und ökologisch verantwortliche unternehmerische Handlungsmuster verbunden ist. - In einem wirklichen Entwicklungsprozess ist die Selbstorganisation aller beteiligten Akteure ein zentrales Element. Dazu braucht es ein entsprechendes Verständnis von Ordnung.

IMPULSIV(ES): „Büro-Organisation für Unternehmen gelingt nachhaltig durch mein lizenziertes Organisationssystem A-P-DOK® (Administration – Projekte – Dokumentation)“, resümiert die Ordnungsexpertin Edith Stork. Dadurch wird es ermöglicht, eine in jedem Büro für alle Beteiligten nachvollziehbare und verbindliche Ordnung einzuführen und vor allem beizubehalten.

Setzt genau an diesem Hebel Nachhaltigkeit aus Ihrer Sicht beim Thema „Ordnung“ an?

Alexandra Hildebrandt: Es ist eine große Bereicherung innerhalb der Nachhaltigkeitsdebatte, die zuweilen viel Staub angesetzt hat, sich mit Edith Stork und ihrem Prinzip Ordnung zu beschäftigen: zum einen, weil sie dem Thema im besten Wortsinn die Schwere nimmt und auf Augenhöhe des Einzelnen herunterbricht, aber auch, weil sie zeigt, dass Nachhaltigkeitsmanagement mit Vereinfachung zu tun hat. Aber sie steht ebenfalls für etwas Entscheidendes, das mit dem Thema ruhig in Verbindung gebracht werden darf: Humor und Optimismus. Viele Studien bestätigen, dass es sich als Satisficer besser lebt, weil diese Menschen eine höhere Selbstachtung und Lebenszufriedenheit haben.

Ordnung und Psychohygiene gehören zusammen. Edith Stork ist im positiven Sinne „anstößig“ ist, sie gibt anderen einen „Schub“. Vor diesem Hintergrund ist sie für mich „Aufräum- oder Ordnungsexpertin“ und Unternehmensberaterin. Es geht um das Ganze und um die Schaffung eines klugen Bewusstseins, wie der Mensch mit sich und seinem (Arbeits-)Leben umgeht.

Die Selbstorganisation umfasst für sie ja nicht nur die eigene Arbeitsstruktur, wie man etwas macht, sondern den Ablauf aller Arbeitsschritte am eigenen Platz und im Verbund mit den Arbeitsbeziehungen und -abläufen mit den anderen Kollegen. Aus Managementperspektive ist es von besonderer Bedeutung, dass sie Ordnung in Beziehung mit der Fähigkeit setzt, eine klare

Entscheidung zu treffen und Nein-Sagen-Können.

An ihrem Beispiel zeigt sich zugleich das Big Picture, dessen Rahmen wir selbst setzen müssen, wenn wir Wege in eine zukunftsfähige Moderne finden wollen. Dafür braucht es eine wichtige Kompetenz, auf die Steve Jobs immer wieder verwiesen hat: „Konzentrieren heißt nein sagen.“ Blendwerk und Fassaden haben dann keine Chance mehr, weil nur die inneren Reserven zählen, die dafür sorgen, dass das eigene Fundament nicht ins Wanken kommt.

IMPULSIV(ES): Kürzlich hat die Umweltschutzorganisation WWF in Berlin den „Living Planet Report“ vorgestellt: Fakt ist, die Deutschen verbrauchen für ihren Lebensstil pro Jahr weit mehr als doppelt so viele natürliche Ressourcen wie ihr eigenes Land dauerhaft zur Verfügung stellen kann.

Lässt sich daraus ein generelles Problem zur Tendenz ableiten, zu unüberlegt und verschwenderisch mit Ressourcen – z.B. auch im Büro-Alltag umzugehen? An welcher Stelle fordern Sie ein „Umdenken“?

Alexandra Hildebrandt: Das Büro ist ein schönes Beispiel dafür, dass ein Umdenken und Handeln im Kleinen möglich ist, denn oft genügen schon einfache Maßnahmen, um den eigenen Bezug zur Nachhaltigkeit mit konkreten Taten sichtbar zu machen – z. B. in einer „ordentlichen“ und umweltfreundlichen Arbeitsumgebung. Für Verbraucher bieten unabhängige und anerkannte Umweltzeichen und Labels bei der Orientierung einen verlässlichen Anhaltspunkt und fördern damit bewussten Konsum.

IMPULSIV(ES): Geben Sie für unsere Leser bitte abschließend einige konkrete Tipps für einen „Klimawandel im Büro“.

Alexandra Hildebrandt: Tipps für einen „Klimawandel im Büro“:

„Auch im Betrieb und im Büro brauchen Menschen Kultur.“ (Edith Stork)

„Die Organisation in allen Bereichen von der Verwaltung bis zum Produktmanagement ist die prozessorientierte Zukunftssicherung eines Betriebes.“ (Edith Stork)

1. Papierauswahl

Eine Umstellung auf Recyclingpapier ist einfach und bewirkt hohe ökologische Einspareffekte. Eine klare Orientierung bietet der Blaue Engel. Das Umweltzeichen garantiert, dass bei der Herstellung 100 Prozent Altpapier verwendet wurde und die Produktion nach strengsten ökologischen Kriterien erfolgt. Das „memo AG“ Multifunktionspapier „Recycling Plus“ wird von dem führenden Unternehmen in Deutschland für die Herstellung hochwertiger grafischer Recyclingpapiere aus 100 % Altpapier produziert. Aufgrund seiner Umweltverträglichkeit trägt das Eigenmarkenprodukt des Unternehmens den „Blauen Engel“ und ist mit dem „NordicSwan“ und dem „EU-Ecolabel“ ausgezeichnet.

2. Kopierer und Drucker

Die Frage, ob das Dokument wirklich ausgedruckt werden muss, ist zwar simpel, aber nicht überflüssig. Wenn unbedingt gedruckt werden muss, sollte gefragt werden, ob nicht auch ein doppelseitiger oder verkleinerter Druck ausreicht. Fehldrucke können als Notizzettel verwendet werden.

Bei der Beschaffung von Kopiergeräten, Arbeitsplatzdruckern und -PCs sollten Produkte mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ bevorzugt werden und Röhrenmonitore durch ergonomisch und ökologisch vorteilhaftere, besonders energieeffiziente TFT-Bildschirme ausgetauscht werden (vgl. memo AG-Nachhaltigkeitsbericht).

3. Büromaterial

Bei Verbrauchsmaterialien wie Stiften oder Kleber sollte darauf geachtet werden, dass sie – wie z.B. Kugelschreiber - nachfüllbar und aus umweltfreundlichen Materialien sind. Wegwerfprodukte wie Einwegkugelschreiber sollten vermieden werden. Zu ökologischen Büromaterialien gehören z. B. auch Ordner und Etiketten aus recyceltem Altpapier, Cradle-to-Cradle-zertifizierte Prospekthüllen (Rexel Sichthüllen „ecodesk“), solarbetriebene Taschenrechner, Schubladenboxen aus recycelten Getränkeflaschen, Geodreieck von Linex, die zu 100 Prozent aus Polymilchsäure bestehen.

Erhältlich sind diese Produkte u.a. bei der memo AG. „Anspruch des Unternehmens ist es, für jeden Produktbereich die jeweils nachhaltigste Alternative anzubieten – und das zu einem fairen Preis. Soweit möglich orientieren wir uns bei der Produktlistung an den Kriterien anerkannter Umweltzeichen und Gütesiegel. Besonderes Augenmerk legen wir dabei auf unsere memo AG-Markenartikel. Sie erfüllen besonders hohe ökologische Standards, um Mensch, Umwelt und Klima bei Herstellung, Gebrauch und Verwertung geringstmöglich mit Schadstoffen zu belasten“, so Claudia Silber, Leiterin Unternehmenskommunikation bei der memo AG.

4. Büromöbel

Die Möbel sollten möglichst aus nachwachsenden Rohstoffen aus Holz sein, das aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammt. Darauf verweisen das FSC-Umweltzeichen oder das PEFC-Zeichen. Heimische Holzarten benötigen kürzere Transportwege und sind umweltfreundlicher. Das Siegel des Europäischen Verbandes ökologischer Einrichtungshäuser ÖkoControl ist auf Möbeln aus emissionsarmen Rohstoffen zu finden. Der Blaue Engel, das älteste Umweltzeichen Deutschlands, zeichnet mit RAL-UZ 38 Holz Möbel aus nachhaltiger Forstwirtschaft aus, Polstermöbel, die das Zeichen RAL-UZ 117 tragen, werden umweltgerecht hergestellt. Ein Beispiel für die Einheit von Langlebigkeit, Qualität, Ökologie und Service hinsichtlich Wartung und Reparatur sind die TREND-Systemeinrichtungen im Bereich Büromöbel bei der memo AG.

Teppichböden gehören in Büros ebenfalls dazu: Der Hersteller verkauft den Teppichboden an einen Kunden, liefert und verlegt ihn. Der Hersteller trifft die Vereinbarung, dass er den Boden wieder zurückkaufen kann, wenn er für den Kunden ausgedient hat. Das bringt zweifachen Nutzen: „Erstens wird der Wert dieser Wirtschaftsgüter bereits beim Verkauf festgelegt; wenn der Boden aus Petrochemikalien besteht und der Preis für Petrochemikalien zehn Jahre nach dem Kauf des Bodens gestiegen ist (durchaus möglich), dann ist die Option, diese technischen Nährstoffe zurückzukaufen und weiterzuverwerten, für den Hersteller attraktiv, denn der Einkauf neuer Ressourcen würde ihn teurer kommen.“ (Michael Braungart und William McDonough: Intelligente Verschwendung. Auf dem Weg in eine neue Überflusgesellschaft. München 2013, S. 155) Der Teppichhändler „Desso“ setzt beispielsweise darauf: Er stellt ca. 60 Prozent seines Sortiments aus recycelten Materialien her. Gebrauchte Teppichböden werden zurückgenommen und wieder neu verarbeitet.

5. Reinigung

Die Zusammenarbeit mit einem Reinigungsdienst sollte detaillierte Informationen über die Sammellogistik und zusätzlich die Verwendung umweltschonender, nachfüllbarer Reinigungsmittel beinhalten.

6. Strom

Je leistungstärker der Computer, desto mehr Energie wird verbraucht. Eine Auflistung von energieeffizienten Bürogeräten ist unter www.office-topten.de zu finden. Zusätzliche Orientierung zum Energieverbrauch geben verschiedene Label. Der Energy Star kennzeichnet beispielsweise energiesparende PCs, Bildschirme, Drucker, Faxgeräte, Kopierer, Scanner und Multifunktionsgeräte. Auch das europäische Umweltzeichen, das TCO-Label oder der Blaue Engel weisen auf Energieeffizienz hin. In längeren Pausen sollten die Geräte (mindestens Desktop) ausgeschaltet werden. Mit einer schaltbaren Steckdosenleiste können PC, Drucker, Telefon und andere Geräte vom Netz genommen werden. Mit Energiemonitoren lassen sich Stromtreiber schnell und gezielt identifizieren.

7. Beleuchtung

Es sollte so viel wie möglich mit Tageslicht gearbeitet werden. Oberlichter und große Fensterflächen gewährleisten, dass im ganzen Haus viel Licht ist. In der dunklen Jahreszeit erzielt die memo AG den gleichen Effekt mit einer flimmerfreien Tageslicht-Vollspektrum-Beleuchtung. Elektronische Vorschaltgeräte senken den Energieverbrauch um ca. 25 % und die Lebensdauer der Lampen wird wesentlich verlängert.

Wo großzügige Fensterflächen und zusätzliche Oberlichter nicht ausreichen, verwendet das Unternehmen Tageslichtspektrum-Leuchten mit elektronischen Vorschaltgeräten. In den Bürogängen sorgen Bewegungsmelder und Tageslichtsensoren dafür, dass sich die Beleuchtung nur bei Bedarf anschaltet.

„Mit modernen Beleuchtungssystemen ist es heute gut möglich, ein natürliches Tageslicht zu erzeugen, indem man indirektes Licht einsetzt, das zum Beispiel von der

Decke reflektiert wird.“ (Edith Stork)

8. Regional, bio und fair

Viele Öko-Lieferdienste bieten an, Abokisten oder Lunchboxen ins Büro zu bringen. Viele Unternehmen stellen ihren Mitarbeitern kostenlos Obst und Gemüse aus regionalem, biologischem Anbau zur Verfügung.

„Ernährt sich der Büromensch wirklich normal und richtig gemäß seiner sitzenden Tätigkeit?“ (Edith Stork)

9. Entsorgung

Mit dem „Wertstoff-Box“-System bietet die memo AG ihren Kunden bereits seit 1992 ein bequemes Rücksendeverfahren für alle bei ihr gekauften, ge- und verbrauchten Produkte an. Es kann zur Rücksendung von leeren Großbehältern, Tonermodulen oder Inkjet-Druckköpfen sowie alten Lampen und letztlich CDs/DVDs verwendet werden.

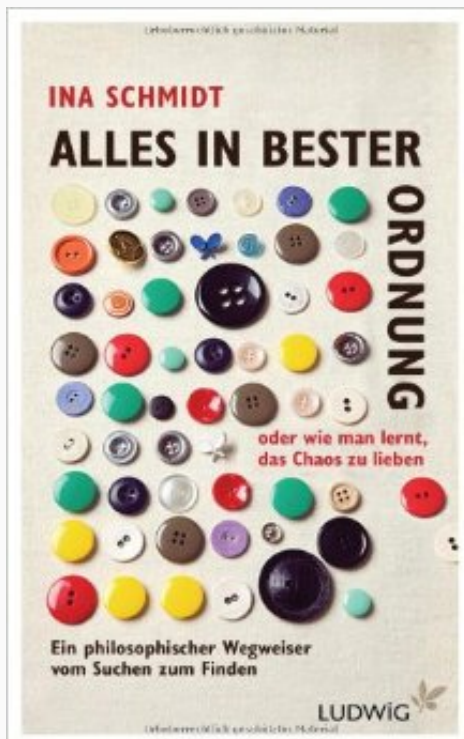
In Zusammenarbeit mit den Lieferanten und ausgewählten, zertifizierten Recyclingunternehmen wird für die zurückgesendeten Produkte die jeweils beste Verwertungsalternative ausgewählt. Gibt es für ein Produkt keine geeignete Lösung, wird es demontiert – sofern technisch und wirtschaftlich möglich – in reine Wertstoffe und einer stofflichen Verwertung zugeführt.

Ja, es gibt sie noch die guten Dinge und Beispiele. Sie brauchen keinen Zeigefinger, um sie sichtbar zu machen, sondern Inspiration und Aufmerksamkeit, die den Anfängergeist wachrufen, um Zukunft schon heute zu gestalten.

Zitate aus: Edith Stork: Tatort Büro. Gegen die Zurichtung des Menschen im Büro. Beltz: Weinheim und Basel 2004. Das Buch kann bei Edith Stork direkt per mail geordert werden.

Die wichtigsten Label – insbesondere zum Thema „Nachhaltigkeit“- finden Sie unter www.label-online.de

empfohlen



ALLES IN BESTER ORDNUNG

oder wie man lernt, das Chaos zu lieben: Ein philosophischer Wegweiser vom Suchen zum Finden

Ina Schmidt

ISBN – 13: 978-3453280274

Ludwig Buch Verlag
Erschienen Oktober 2011

Ein philosophischer Wegweiser vom Suchen zum Finden, durch den man sich „durch-denken“, aber nicht mühevoll "durcharbeiten" muss. Ina Schmidt bringt philosophische Grundgedanken und Antworten auf die von ihr in diesem Zusammenhang gestellte Frage, was „Ordnung“ in unserem Leben bedeutet, bunt und kurzweilig zusammen.

Eine der zentralen Fragen, die das Buch aufgreift, ist die nach Zugangsmöglichkeiten zu inneren und äußeren Ordnungsstrukturen. „Das Problem“ so konstatiert die Autorin „liegt darin, dass wir nicht mehr genau wissen, was wir wirklich brauchen!“

Ordnung hat ungeahnte und weitreichende Facetten. Es geht um mehr als nur um die „äußere“ sofort erkennbare Ordnung zum reinen Selbstzweck. Ina Schmidt beschreibt philosophisch-fröhlich „Ordnung“ als eine Suche nach dem „Einverständnis zwischen mir und den Dingen“ – und damit meint sie Themen genauso wie Aufgaben, Menschen genauso wie Gegenstände. Ein spannendes Buch, das ein fächerartiges Dorado mit vielen

Anregungen für den Leser bereithält, der willens ist, hinter „die Fassaden“ zu schauen. Wir lernen, wie eng Innehalten, Reflektieren und Handeln beim Thema „Ordnung“ zusammengehören. Die Autorin schreibt philosophisch-lebensnah, eine gute Mischung, wenn man sich der großen Herausforderung „ORDNUNG“ mit all seinen Verflechtungen nicht nur vordergründig nähern möchte. Ein intellektuell forderndes und förderndes Buch.

[Auf Amazon ansehen](#)

nachgehakt

Frauen an die Spitze – (Immer noch) Mehr Forderung als Realität

„Frauen in Führungsfunktionen sind keine stutenbissigen Ladies“, wurde schon vor zwei Jahren im Wirtschaftsteil der „WELT“ bekräftigt. Belegt ist es durch eine Studie, in der ehemalige Absolventen von knapp 30 führenden Business-Schools in Asien, Kanada, Europa und den USA befragt wurden.



Männer fördern eher Männer als Frauen – einer der entscheidenden Gründe, dass Frauen es mit dem Aufstieg in Vorstände und Aufsichtsräte so schwer haben. Deutsche Chefetagen sind immer noch überwiegend Männerzirkel. (Bild: twinlilly / pixelio.de)

Im Frühjahr 2014 endete die 2-jährige Kampagne „Frauen an die Spitze!“, mit der die Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen und die IHK Berlin ein gemeinsames Bündnis zur Verbesserung der Karrierechancen von Frauen

im Berufsleben geschaffen haben.

Die Initiative „Frauen an die Spitze!“ hat das Thema „Frauen in Führungspositionen“ aus Unternehmenssicht stärker beleuchtet und zielte darauf ab, die Karrierechancen von Frauen im Berufsleben zu verbessern. Eine Unternehmenskultur der Gleichberechtigung soll gefördert werden. Es gilt, weibliche Beschäftigte über ihre Karrieremöglichkeiten gezielt zu informieren. Unternehmen wurden dabei unterstützt, unternehmens- und bedarfsgerechte Instrumente zur Frauenförderung zu entwickeln und die Potenziale gut qualifizierter Frauen entdecken und nutzen zu können.

Männer und Frauen sind nicht gleich – natürlich und Gott sei Dank nicht! Wenn sie aber unter den gleichen Bedingungen denselben Tätigkeiten nachgehen, sollten sie auch gleich behandelt werden! So weit, so gut - zumindest in der Theorie. Versteht jeder, will aber nicht jeder.

Schauen wir mal gespannt in die Zukunft, wie die Forderung „Frauen an die Spitze“ im 21. Jahrhundert nicht nur Eingang in die Chefetagen, sondern vorab und parallel ganz selbstverständlich in die Köpfe der XY- und XX-Chromosomenträger findet.

persönliches

Die Nachhaltigkeit ist am 14.10.2014 genau 300 Jahre alt geworden.

Wald, Dürren Sturm und Käfer, damals wie heute

Zum Anfang ein Zitat von Hans Carl von Carlowitz

„**Verwundern muss man sich wohl, dass die meisten vermögsten Leute auf grosse Häuser, Palläste, Schlösser und dergleichen Baue, ihr meist Vermögen anwenden; wäre aber vielleicht vorträglich, wenn sie ihren Grund und Boden anzubauen, und zu verbessern suchten, als welches doch ihnen so wohl, als denen Nachkommen und gemeinen Besten weit nutzbarer fallen dürfte.**“ (es ist in damaligem Deutsch zitiert)

Am 14.10.1645 wurde Hans Carl von Carlowitz, also vor 300 Jahren, auf Burg Rabenstein bei Chemnitz als zweiter von 17 Kindern und als Spross einer Adelsdynastie geboren. Nach dem Studium reiste er durch das heutige Europa und befasste sich überall mit der jeweiligen Waldgesetzgebung. Damals wie heute gab es Dürren, Brände, Sturm und Borkenkäfer. 1710 erlebte von Carlowitz einen trockenen Sommer mit allen genannten Schäden. Gleichzeitig reduzierte ein gezielter Raubbau die Sächsischen Wälder. Damals wie heute hingen die europäischen Montanreviere vom Wohl und Wehe des Holzes ab. Die Holzverknappung bedeutete den Niedergang der Industrie aufgrund von folgeschweren Energiemängeln. Von Carlowitz erkannte die Gesetzmäßigkeit der Vernichtung der Wälder.



(Foto: angieconscious / pixelio.de)

1713 schrieb er das Buch „Sylvicultura oeconomica“, in dem u.a. stand, „dass nur soviel Holz geschlagen werden sollte, wie durch planmäßige Aufforstung, durch Säen und Pflanzen nachwachsen konnte“. Das Buch erschien als Premiere auf der Ostermesse zu Leipzig. Von Carlowitz widmete das Buch dem Kurfürsten Friedrich August I. von Sachsen (August der Starke).

Er lebte in dem schönen Renaissance-Städtchen Freiberg mit Frau und drei Töchtern. Er verstarb am 3. März 1714. Den nachhaltigen Erfolg seines Buches erlebte er nicht mehr. Aus diesem forstwirtschaftlich geprägten Ansatz entwickelte sich der heutige Leitgedanke: „ von den Zinsen zu leben und nicht vom Kapital“

Hans Carl von Carowitz ist der Erfinder der Nachhaltigkeit.

www.carlowitz.gesellschaft.de

www.nachhaltigkeitsrat.de

siehe auch YouTube: „Gute Ansichten von Konstantin Wecker“ oder Love Green TV Interviews

Liebe Leserinnen und Leser,

vor die Sommerferien hatten wir den „Wasserfußabdruck“ gesetzt. Wir sind zwar nicht perfekt, aber nah dran. Sie erinnern sich, wir verbrauchen 3x den Inhalt des Bodensees an Wasser...wir hatten eine schönen messingfarbenen Wasserhahn als symbolische Abbildung vorgesehen, aber er wollte nicht in den Newsletter Nr. 6. Da wir unerbittlich sind, zwingen wir ihn jetzt, sich in Nr. 7 zu zeigen:



Voilà:

(Foto: Detlef Menzel / pixelio.de)

Dieser Newsletter wurde länger als geplant. Sie und ich halten das aus, da das Thema Nachhaltigkeit eben nachhaltig lang sein muss.

Das nächste Mal werde ich mich über die Ordnung und Genauigkeit der Sprache genüsslich ironisch äußern.

In diesem Sinne ist die Welt nicht immer in Ordnung, also üben wir unerlässlich Nachhaltigkeit, damit wir es können und professionell anwenden.

Ihre



Edith Swobbe

[Alle Termine \(ordnung.com\)](#)

[Zum Webinarangebot](#)

Zur Facebook-Gruppe

Wenn Sie diese E-Mail (an: unknown@noemail.com) nicht mehr empfangen möchten, können Sie diese [hier](#) abbestellen.

A-P-DOK® - Beratung für Büro-Organisation
Aumühlenstrasse 10
61440 Oberursel
Deutschland
E-Mail: impulsives@ordnung.com

Redaktion: Beate Sohl, Presse und PR
Gestaltung und Umsetzung: eckpunkte Kommunikationsberatung (www.eckpunkte.com)

powered by
CleverReach 