



Unternehmen und Biodiversität: Wie weit kann das Engagement gehen?

Thomas Vellacott

CEO WWF Schweiz

Bern, 17. Januar 2014

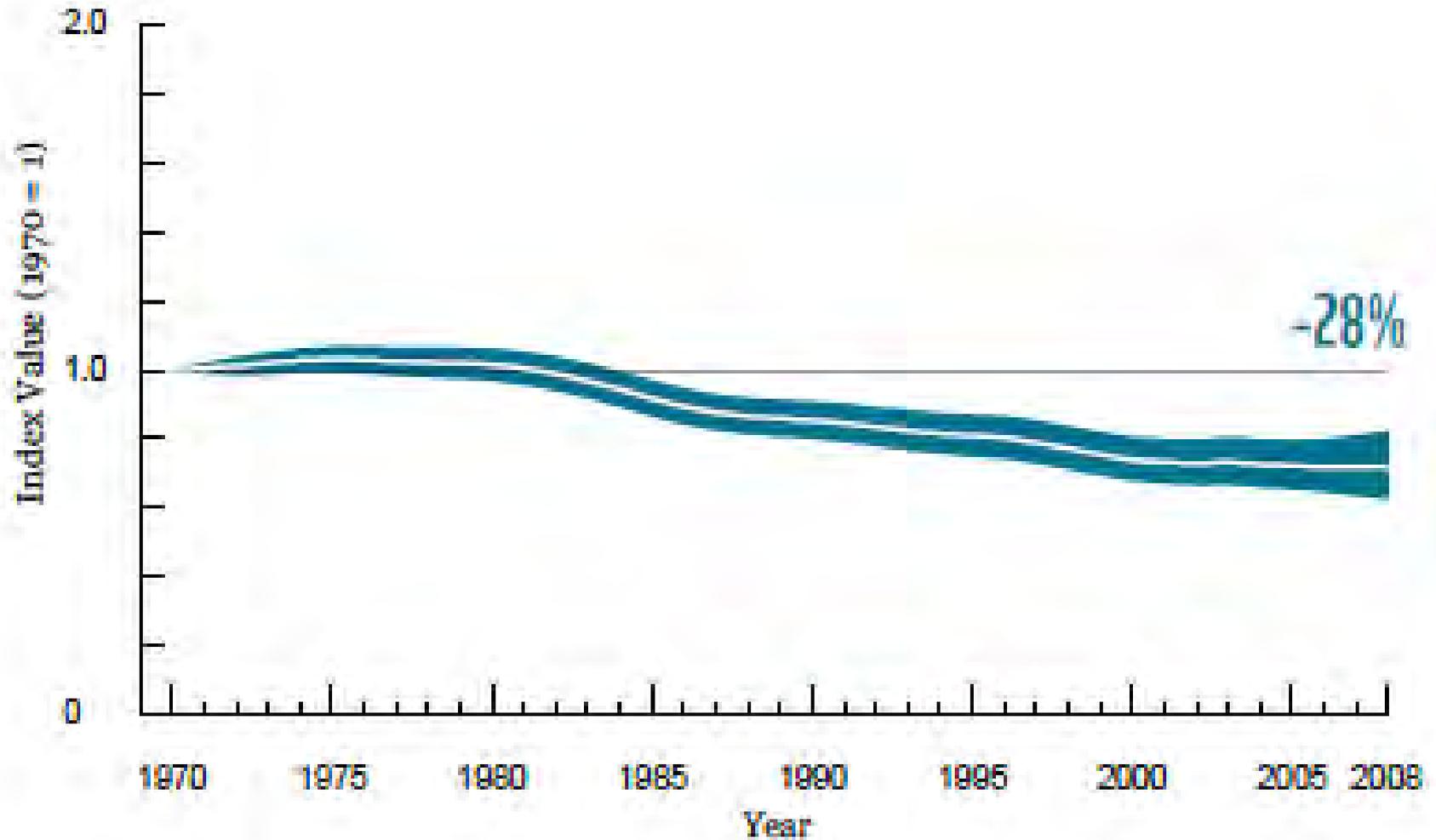


Inhalt

- 1. Problemstellung**
2. Lösungsansatz des WWF
3. Fazit



Living Planet Index

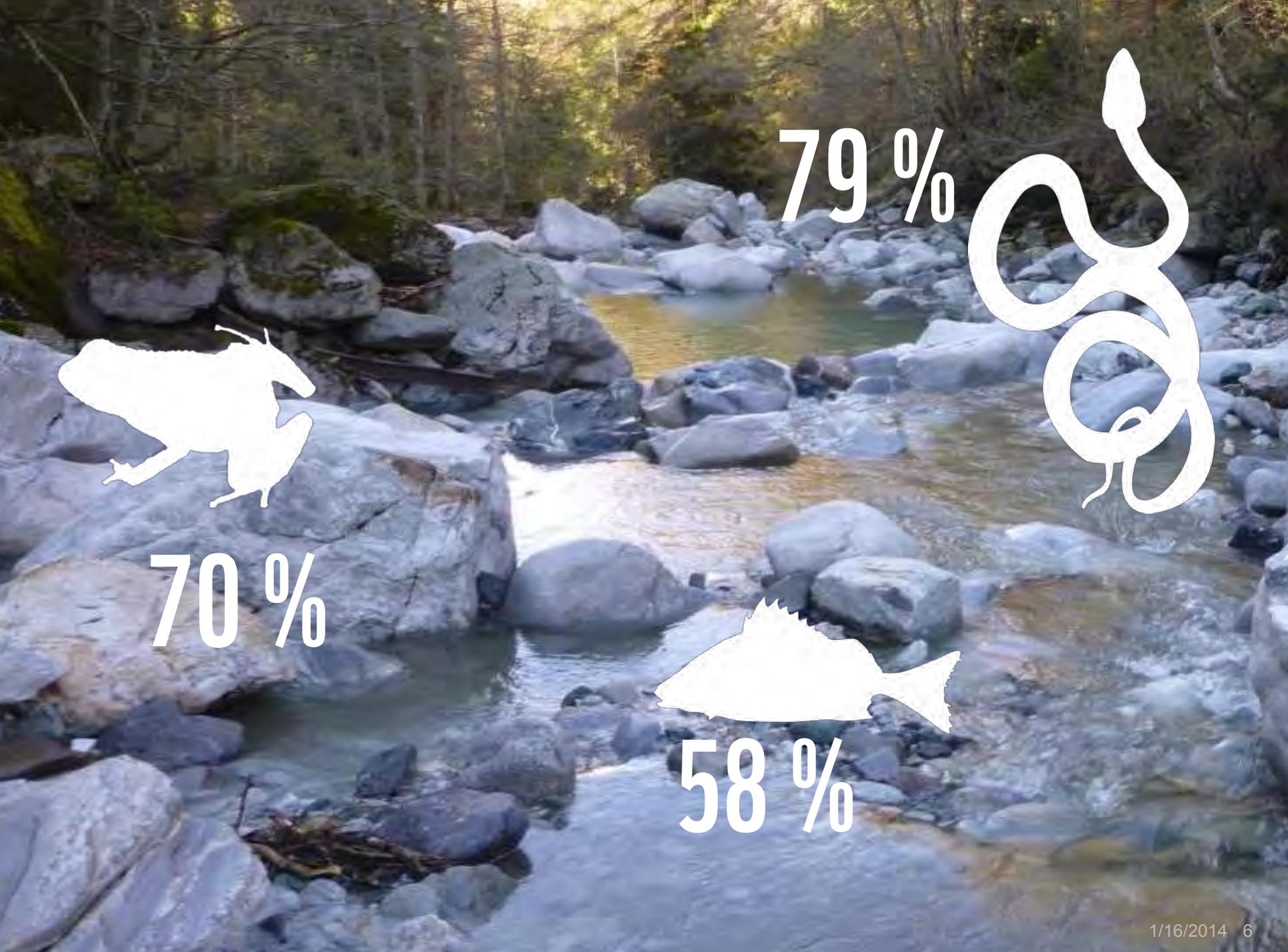




Ökologischer Fussabdruck







70 %

79 %



58 %



Inhalt

1. Problemstellung

2. Lösungsansatz des WWF

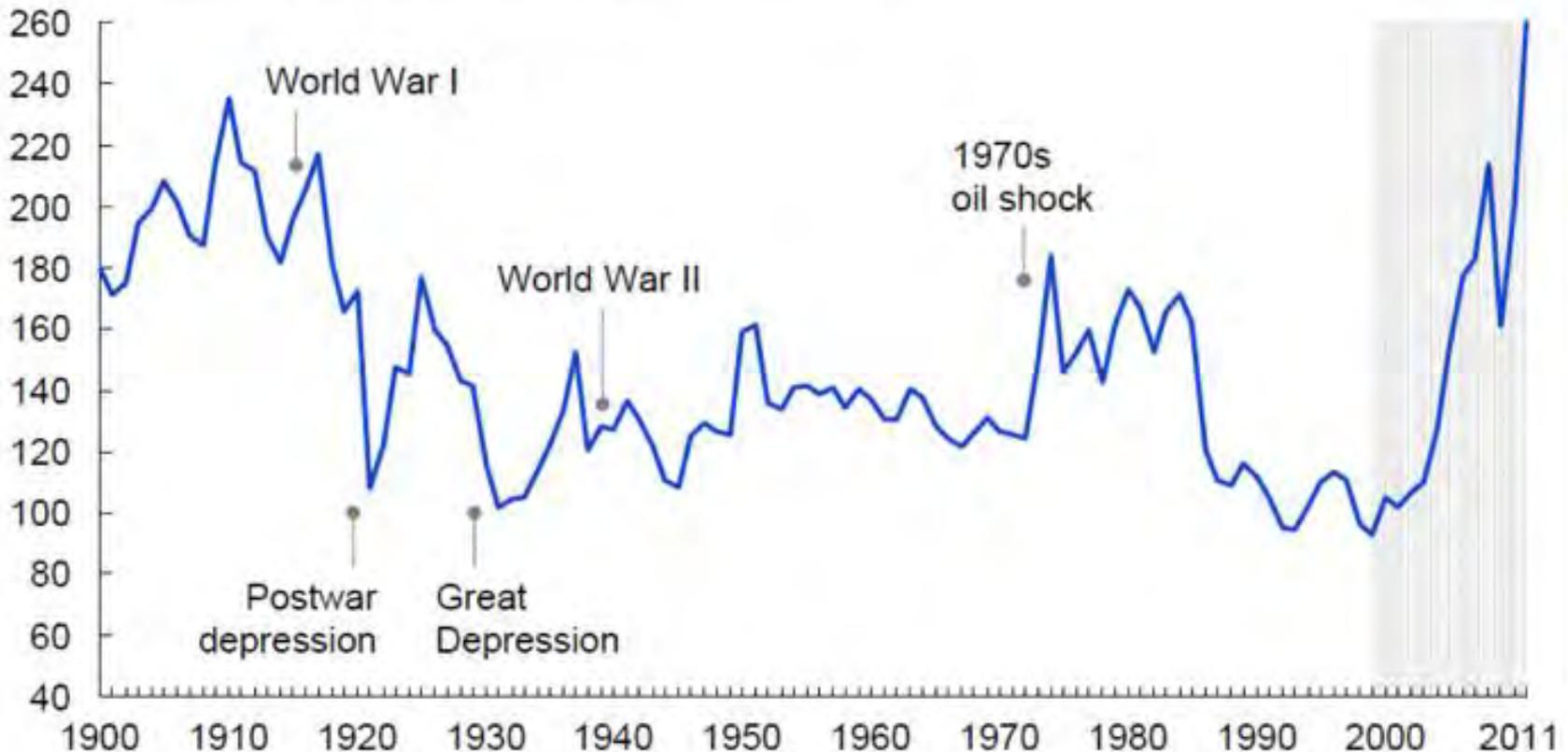
3. Fazit

Warum setzen sich Unternehmen für Biodiversität ein?



Commodity prices have increased sharply since 2000, erasing all the declines of the 20th century

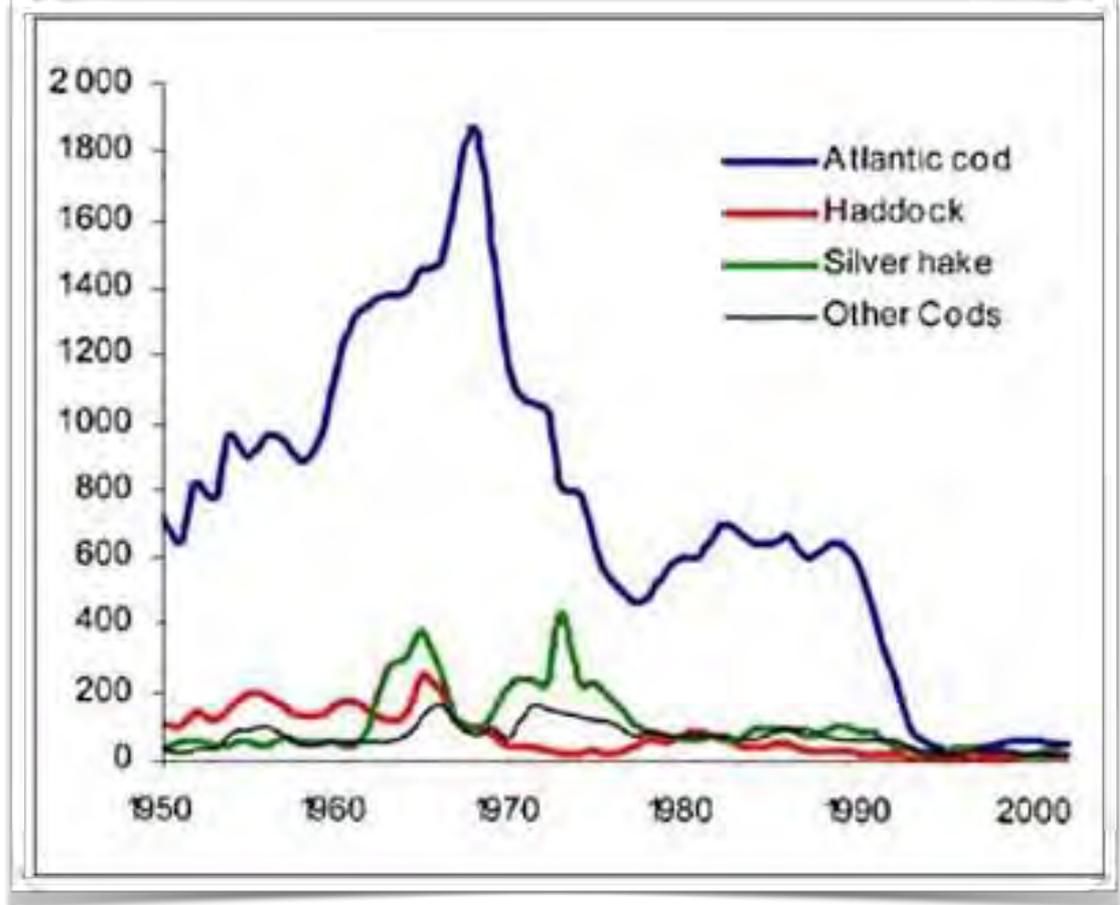
MGI Commodity Price Index (years 1999–2001 = 100)¹



¹ See the methodology appendix for details of the MGI Commodity Price Index.

² 2011 prices are based on average of the first eight months of 2011.

SOURCE: Grilli and Yang; Stephan Pfaffenzeller, World Bank; International Monetary Fund (IMF); Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD); UN Food and Agriculture Organization (FAO); UN Comtrade; McKinsey analysis





1/15/2014 11

15km² of rain forest disappears every minute





**P
U
S
H**

Druck
Konsumverhalten
Regulierung



Sektorstandards
Partnerschaften
Start-up Förderung

**P
U
L
L**

BCI

Better
Cotton
Initiative





中国银行业监督管理委员会
CHINA BANKING REGULATORY COMMISSION



UNEP Finance Initiative

中国—非洲银行业绿色信贷 经验交流会



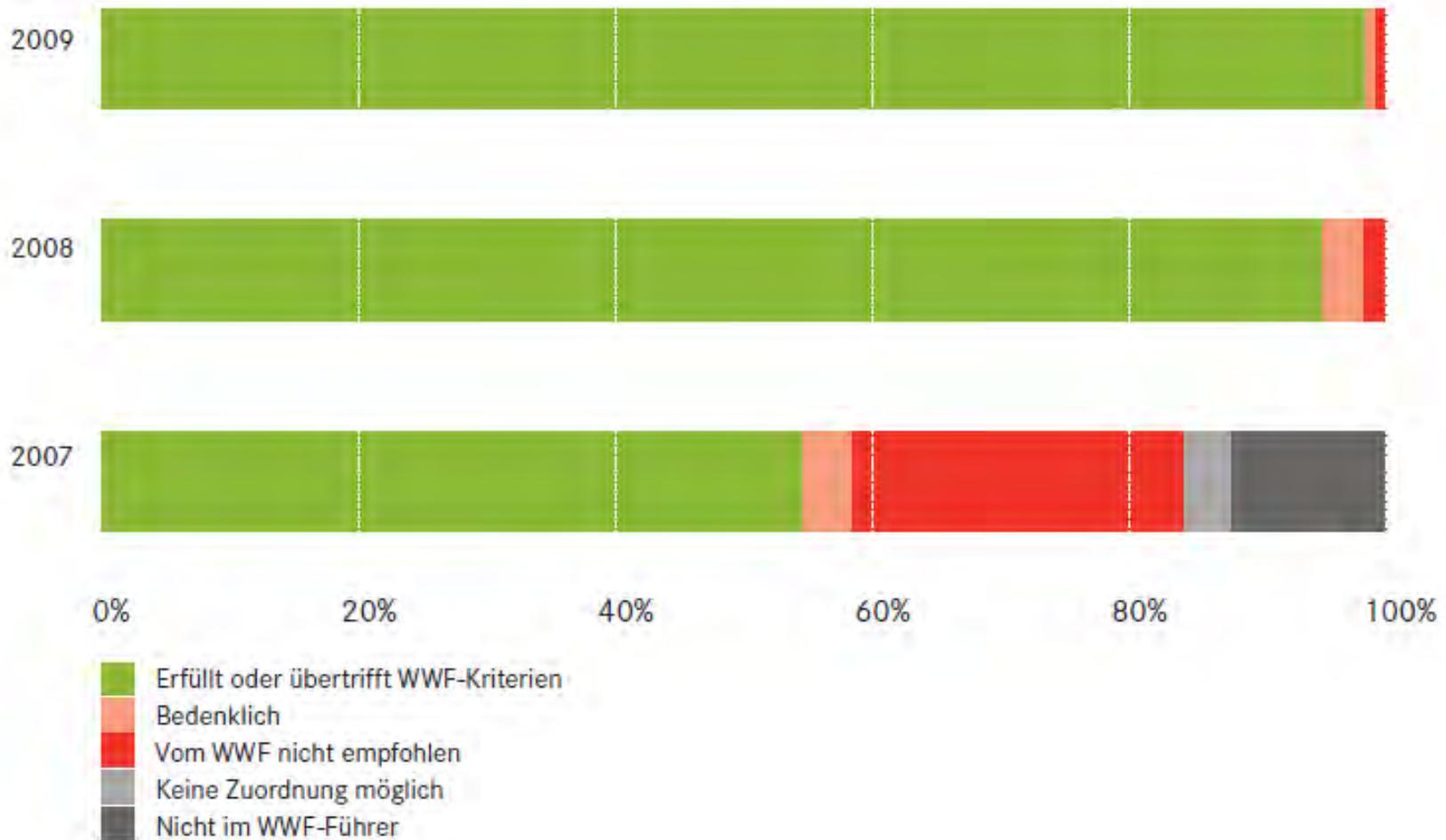
China-Africa Sustainable Banking Strategic Dialogue

中国·北京
China Beijing
1.11



Märkte verändern

Fischkonsum SV Schweiz nach WWF-Kategorien



Messbare Ziele und Transparenz



Wir versprechen Moritz,
dass bis 2020 unser Fisch-
angebot aus nachhaltigen
Quellen stammt.

In Zusammenarbeit mit 

GENERATION M

Hier stehen wir mit unseren Versprechen per Ende 2012

Transparente Kommunikation:
Zwei Mal jährlich legt die Migros Rechenschaft über die erzielten Fortschritte ab.

Icon	Count	Status
	32	Versprechen Auf Kurs
	3	Versprechen Nicht auf Kurs
	5	Versprechen Ziel erfüllt
	2	Versprechen Ziel verfehlt



Inhalt

1. Problemstellung
2. Lösungsansatz des WWF
- 3. Fazit**



Fazit

- **Die nicht-nachhaltige Nutzung von Ressourcen und die Abnahme der Biodiversität bedrohen unsere Lebensgrundlagen**
- **Unternehmen brauchen für ihren Geschäftserfolg verlässlichen Zugang zu Ressourcen und Märkten**
- **Die Veränderung von Märkten hin zu mehr Nachhaltigkeit bedarf einer Kombination aus Sektorstandards, Partnerschaften, Druck und staatlicher Regulierung**
- **Engagements von Unternehmen für die Umwelt müssen zu messbaren, relevanten und transparenten Verbesserungen führen**



for a living planet[®]