

Wie sieht ein nachhaltiges Menü 2030 aus?

Dieser Fragestellung widmeten sich über 230 Vertreter und Vertreterinnen der FMCG-Branche während der X. ZNU-Zukunftskonferenz, zu der das ZNU – Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke bereits zum zehnten Mal geladen hatte. Die Konferenz dient Hersteller und Handel, um Nachhaltigkeitsherausforderungen zu diskutieren. Neben interessanten Impulsvorträgen wurde in acht branchenspezifischen Workshops mit den Teilnehmern über Trends, Herausforderungen und den Ausblick in die Zukunft diskutiert. Um den Blick in die Zukunft zu unternehmen und dabei die gesamte Wertschöpfungskette greifbarer zu machen, stand die zentrale Leitfrage „Wie sieht ein nachhaltiges Menü 2030 aus?“ im Vordergrund.

Begrüßt wurden die Teilnehmer durch den Dekan der Wirtschaftsfakultät, Prof. Dr. Marcel Tyrell, der die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit für die Werte der Universität Witten/Herdecke hervorhob und die Schnittstellenarbeit des ZNU zwischen Praxis und Wirtschaft unterstrich. Die beiden Gründer und Leiter des ZNU, Dr. Axel Kölle und Dr. Christian Geßner, eröffneten die Veranstaltung mit einer Ermutigung der Unternehmen, sich den gesellschaftlichen Zukunftsfragen zu widmen und in Kooperation mit Gleichgesinnten mehr Verantwortung für Nachhaltigkeitsthemen der SDGs wie z. B. Klima, Gesundheit und Menschenrechte zu übernehmen. Dabei gelte es umzuschalten von der Defensive auf die Offensive, Nachhaltigkeit noch stärker als Innovationsmotor zu begreifen und gemeinsam an intelligenten Zukunftslösungen und Klimaneutralität für ein Menü in 2030 zu arbeiten.

Der erste Tag der X. ZNU-Zukunftskonferenz stand im Zeichen des Austausches und der Diskussion rund um wesentliche Nachhaltigkeitsthemen, die in acht branchenspezifischen Workshops durch die Teilnehmer intensiv genutzt wurden.

Die Branchenworkshops

- a) Bei dem Thema Molkereiprodukte, das von Hans Wortelkamp (Milch-Marketing) moderiert wurde, ging es um neue Vermarktungskonzepte im Handel sowie direkt vom Hof, um alternative vegetarische Produktangebote und die Verbesserung von Tierwohlaspekten.
- b) Dr. Sabine Eichner (dti) ermittelte im Workshop Tiefkühlkost, wie Klimaneutralität im Jahr 2030 erreicht werden könnte, welche Aspekte in der Nachhaltigkeitskommunikation von den Anspruchsgruppen erwartet werden und wie wichtig partnerschaftliche Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette inklusive Logistik ist.
- c) Im Workshop Getränke moderierte Holger Eichele (Deutscher Brauer-Bund) folgende Kernthemen: Ökologisch verträglichere Getränkeverpackungen, Nachhaltigkeit in einem globalen Lieferantennetzwerk, Logistik- und Bestelloptimierung, Klimaschutz-herausforderungen sowie die Bewertung und kontinuierliche Verbesserung vielfältiger Nachhaltigkeitskriterien.
- d) Im Workshop „Fleisch & Gewürze“ diskutierte Renate Kühlcke (afz) lebhaft mit den Teilnehmern zu Tierwohlaspekten und deren Anerkennung, zum Fleisch der Zukunft, zu idealen Kommunikationsregeln in Zeiten von Social Media und über die Intransparenz des Gewürz- und Kräutermarktes.
- e) Kaasten Reh (Fruchthandel Magazin) stellte bei „Obst & Gemüse“ die Fragen, welche Bedeutung die Transportverpackung/Verkaufsverpackung in der Supply Chain hat, welche alternativen Anbaumethoden rückläufige Aargflächen kompensieren können und wie sich der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln verringern lässt.
- f) Die Süß- & Backwarenbranche hob unter der Leitung von Moderator Karsten Daum (BDSI) hervor, dass professionelle Kakaokooperativen die Basis für eine nachhaltige Lieferkette darstellen. Angesichts sinkender Weltmarktpreise für Kakao stellte Fairtrade seine Mindestpreise und fixe Prämien als essentiellen Faktor vor. Die Transparenz der Lieferkette wird hier bereits zur Selbstverständlichkeit. Offen blieb die Frage, wie die Rohstoffe 4.0 im Jahr 2030 aussehen werden.
- g) Den Außer-Haus-Markt begleitete Claudia Zilz (gv-praxis). Wesentliche Themen waren transparente Beschaffung, die Vermeidung von Lebensmittelverlusten, Klimaschutz sowie Kommunikation als A und O für erfolgreich gelebte Nachhaltigkeit.
- h) Svenja Alberti (LZ direkt) führte durch die Themen um Gesundheit und Kosmetik. Fragen wie, „was kann ein Arbeitgeber für die Gesundheit seiner Mitarbeiter tun?“ und „wie kann Nachhaltigkeit in Jahresgesprächen thematisiert werden?“ wurden diskutiert. Herausforderungen zeigten sich in der pragmatischen und belastbaren Bewertung von Nachhaltigkeit in der Lieferkette und der Definition nachhaltiger Inhaltsstoffe.

Zusammenfassung | X. ZNU-Zukunftskonferenz 19. & 20.04.2018 in der Arena auf Schalke

Der Konferenzabend stand aufgrund der Örtlichkeit, dem Stadion auf Schalke, ganz im Tenor des Fußballs. Nachdem Clemens Tönnies alle Gäste nach der Stadionführung begrüßt hatte und dabei auch auf die Nachhaltigkeitsaktivitäten seiner Unternehmen aufmerksam machte, konnten sich die Teilnehmer beim Tischkickerturnier um den ZNU Future Cup ein wenig sportlich betätigen und den Abend für intensive Gespräche nutzen.

Durch den zweiten Tag führte die Journalistin Frau Dr. Tanja Busse. In ihren einleitenden Worten betonte sie, dass sich beim Blick in die Zukunft des Menüs 2030 viele Rahmenbedingungen bei den Herstellern sowie die Gewohnheiten bei den Konsumenten zwangsläufig ändern müssten, um einer nachhaltigen Entwicklung Rechnung zu tragen.

Den Auftakt bereitete der Friedensaktivist und Demo-Koch Wam Kat, der eindrucksvoll darlegte, wie die Gesellschaft dreimal am Tag mit der Auswahl ihres Essens politische Impulse auslösen kann. Er konstatierte, dass jeder Bürger, der sich emotional von diesen Herausforderungen betroffen sieht, Impulse setzen kann und muss. Auch die Politik nahm er in die Pflicht, indem er anhand der Beispiele Salz und Mineralwasser die Sinnhaftigkeit des Mindesthaltbarkeitsdatums in Frage stellte. Als nachhaltige Lösung führte er eine Rückführung des Lebensmittelanbaus in den lokalen Raum an.

Der Zukunftsforscher Dietmar Dahmen stellte die „Superhelden des Wandels“ vor, und zeigte, wie wichtig es für Unternehmen ist, eine Bereitschaft für den nachhaltigen Wandel zu entwickeln, nicht zuletzt, um somit Innovationen im Unternehmen und entlang der Wertschöpfungskette zu pushen und dadurch das langfristige Überleben des Unternehmens vor dem Hintergrund sich wandelnder Märkte und einer sich ständig wandelnden Umwelt zu sichern. Als helfende „Superhelden“ führte er künstliche Intelligenz, Virtual Reality, Roboter, Blockchain, Data und Connectivity an. Die größte Hürde stelle dabei dar, „das Alte aufzugeben“. Dies präsentierte er sehr eindrucksvoll auf der Bühne, indem er mit der Kettensäge die „Kissen der Bequemlichkeit“ zerstörte.

Im Anschluss ging Paolo Barilla unter dem Leitsatz „Good for you – Good for the planet“ darauf ein, wie das Familienunternehmen seit 140 Jahren ikonische Produkte anbietet und seinen Beitrag für die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung leistet. Barilla reduzierte nicht nur seinen Einfluss auf die Umwelt durch die Reduktion des Wasserverbrauchs um 21% und 28% weniger CO₂-Emissionen sowie weitere Maßnahmen, sondern fokussiert sich gleichzeitig stark auf die Weiterentwicklung der Nährwertprofile seiner angebotenen Produkte. Seit 2010 wurden 360 Produkte überarbeitet, die Verwendung von gesättigten Fette um 8.950 Tonnen reduziert, Palmöl aus allen Rezepturen eliminiert und eine Vielzahl an Vollkornprodukten entwickelt. Eine weitere Initiative ist die Stiftung des BCFN-Forums als ein multidisziplinärer „Think-Tank“, das in diesem Jahr in Brüssel und Mailand stattfindet.



Zusammenfassung | X. ZNU-Zukunftskonferenz 19. & 20.04.2018 in der Arena auf Schalke

Seitens der Bitburger Braugruppe stellte Jan Niewodniczanski heraus, dass für ihn besonders wichtig ist, die Mitarbeiter gezielt zu unterstützen und im Rahmen der Personalpolitik auf bestehende Herausforderungen, wie z. B. den demographischen Wandel, zu reagieren. Im Bereich des Klima- und Ressourcenschutzes geht Bitburger ebenfalls voran: „Mit dem Ansatz ‚ZNU goes Zero‘ wollen wir uns als gesamtes ZNU-Netzwerk und auch individuell als Bitburger Braugruppe mit „Bitburger goes Zero“ unserer Verantwortung für das Klima stellen und den Ansatz als zusätzlichen Innovationsmotor nutzen“, so der Familienunternehmer und ZNU-Beirat.

Impulse für nachhaltig ausgerichtete Geschäftsmodelle gaben die beiden Start-Up-Gründer Dr. Sandra von Möller und Matti Spiecker.

Das „KIDsmiling-Fußballprojekt: Fit für die Zukunft durch Kicken“ von Dr. Sandra von Möller, spricht insbesondere perspektivlose Kinder und Jugendliche an, die keine Anbindung an Vereine und Institutionen haben. Ziel des KIDsmiling-Fußballprojektes ist es, die Kinder und Jugendlichen in ihrer Selbstmotivation zu stärken und sie für Zukunftsperspektiven stark und fit zu machen. Das spielerische Miteinander und das erlebte Gemeinschaftsgefühl von Kindern und Jugendlichen unterschiedlicher Herkunft fördert das Sozialverhalten und steht bei den Trainingseinheiten und der Teilnahme an organisierten Fußballturnieren im Vordergrund.

LIMBUA Geschäftsführer Matti Spiecker stellte sein Unternehmen vor. Als Pionier für den Anbau von Bio-Macadamia-Nüssen mit Kleinbauern in Kenia für Dr. Hauschka gestartet, ist LIMBUA heute ein weltweit führender Bio-Macadamia-Produzent. Das deutsch-kenianische Unternehmen sieht sich heute als innovative Schnittstelle zwischen Kleinbauern in Afrika und anspruchsvollen Qualitätskunden in aller Welt, um Nachhaltigkeit in globalen Wertschöpfungsketten zu verankern.

Zum Abschluss der Jubiläumskonferenz übergab die ZNU-Leitung das Zertifikat zum ZNU-Standard „Nachhaltiger Wirtschaften“ an das Catering der Schalker Arena Management GmbH. Die Abteilung um Geschäftsführer Dieter Schmidt hatte sich in den letzten Monaten intensiv um die Integration eines Nachhaltigkeitsmanagement-Systems gekümmert und wurde nun als erstes Unternehmen aus dem Catering-Bereich erfolgreich von einem unabhängigen Zertifizierer auditiert.

Die XI. ZNU-Zukunftskonferenz wird am 02. & 03. April 2019 stattfinden.



Zusammenfassung | X. ZNU-Zukunftskonferenz 19. & 20.04.2018 in der Arena auf Schalke

Über uns

Die Universität Witten/Herdecke (UW/H) nimmt seit ihrer Gründung 1982 eine Vorreiterrolle in der deutschen Bildungslandschaft ein: Als Modelluniversität mit über 2000 Studierenden in den Bereichen Gesundheit, Wirtschaft und Kultur steht die UW/H für eine Reform der klassischen Alma Mater. Wissensvermittlung geht an der UW/H immer Hand in Hand mit Werteorientierung und Persönlichkeitsentwicklung.

Das ZNU – Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung ist ein anwendungsorientiertes Forschungsinstitut innerhalb der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft. Als Nachhaltigkeitsinitiative von Wirtschaft und Wissenschaft arbeitet das ZNU in den Bereichen Forschung, Lehre, Weiterbildung und Konferenzen daran, Nachhaltigkeit für Führungskräfte von heute und morgen greifbar zu machen und für die Chancen Nachhaltiger Unternehmensführung zu begeistern – driving sustainable change.

Witten wirkt. In Forschung, Lehre und Gesellschaft

Kontakt

ZNU – Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung
Alicia Seifer, Alicia.Seifer@uni-wh.de
Patricia Kief, Patricia.Kief@uni-wh.de
Tel.: +49 (0) 2302 926-545

ZNU – Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung
Universität Witten/Herdecke
Alfred-Herrhausen-Straße 50, 58448 Witten
Zentrumsleitung: Dr. Axel Kölle und Dr. Christian Geßner

Ihre Ansprechpartnerin: Alicia Seifer
Tel. +49 (0) 2302 926-545, znu@uni-wh.de
www.uni-wh.de/znu

