

„Ein guter Teil des Ganzen sein“

Nachhaltigkeit in Handel und Industrie – Austausch zu Strategien und Projekten – Kompetenzen gemeinsam entwickeln – Zukunftskonferenz des ZNU

Witten. Impulse geben, Erfahrungen teilen, Nachhaltigkeit greifbarer machen: Das waren die Ziele der 8. Zukunftskonferenz Food an der Universität Witten/Herdecke. Rund 130 Fachleute aus Handel und Industrie nahmen an der Veranstaltung des Zentrums für nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) teil.

Wer konsequent nachhaltig sein will, muss ein großes Rad drehen – auch im Bereich Lebensmittel. Das Thema ist bei den globalen Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen bis 2030 prominent vertreten. „Es geht um verantwortlichen Konsum und verantwortliche Produktion“, sagt Christian Geßner, der zusammen mit Axel Kölle das ZNU leitet. Im Detail fordert die UN, dass beispielsweise die Lebensmittelverschwendung um die Hälfte reduziert werden soll. „Das bedeutet umsteuern und den Ressourcenverbrauch senken“, interpretiert Kölle.

Nachhaltigkeit müsse zum Innovationsmotor für solche Verbesserungen werden. In der Branche vermisst das ZNU allerdings noch ein Quäntchen Experimentierfreude.

„Wir sollten radikalere Wege gehen, konsequenter sein und den Markt schneller bearbeiten“, rüttelt Geßner das Auditorium auf. Auch die ganzheitliche Verankerung der Thematik im Kerngeschäft bereite noch

Probleme, so der Referent in seinem Überblick über den Status Quo.

Develey-Geschäftsführer und ZNU-Beirat Michael Durach plädiert ebenfalls für einen ganzheitlichen Ansatz: Für ein Unternehmen müsse Nachhaltigkeit selbstverständlich sein, „dann ergeben sich nachhaltige Produkte ganz automatisch“. Einzelne Vorzeigeprodukte seien wenig sinnvoll, ebenso wie der Einzug der Thematik „über Analysten oder die Marketingabteilung“. Develey selbst ver-



FOTOS: LUDWIG HEIMRATH



ZNU-Gründer: Christian Geßner (l.) und Axel Kölle beschreiben Perspektiven für die nachhaltige Unternehmensführung.

halte sich ganz bewusst eher defensiv: „Wir machen erst mal unsere Hausaufgaben, bevor wir nach außen gehen“, so Durach.

Die gemeinsame Entwicklung von Kompetenzen entlang der Wertschöpfungsketten war ein weiteres Thema der Konferenz. So hat Rewe-Händler Stefan Lenk gemeinsam mit mehreren Herstellern ein Pilotprojekt aufgesetzt, um herauszufinden, wie sich der Konsument am POS für das Thema Nachhaltigkeit begeistern lässt (Iz 03-



16). „Es war eine spannende Erfahrung, an der wir viel Spaß hatten“, resümiert der Kaufmann. Das Projekt habe „überraschend hohe Umsatzzuwächse“ gebracht. „Das macht uns Mut, es auch in anderen Bereichen zu

versuchen.“ Nachdem das Vorhaben zunächst in drei Märkten umgesetzt wurde, will Lenk es demnächst auf alle neun Standorte ausweiten und zusätzliche Partner ins Boot holen. Als zentralen Erfolgsfaktor nennt er gut

Kundensicht:

Die Rewe-Kaufleute Stefan Lenk (v.l.) und Friedhelm Dornseifer, Michael Durach (Develey), Sabine Kästner (Laverana) und Moderator Bernd Biehl (LZ) lauschen der Studentin Maren Raß.



Start-up: Mit dem Projekt „Nearbees“ will Viktoria Schmidt lokale Imker unterstützen und Bienen schützen.



Spielraum: Nachhaltigkeit braucht gute Ideen. Eine Mal-Session setzt die Kreativität der Konferenzteilnehmer frei.

Input: 130 Fachleute nehmen an der Zukunftskonferenz Food teil.

geschulte Mitarbeiter – auf Seiten der Industrie, die die Produkte auf der Fläche präsentieren, aber auch auf Seiten des Handels. Zum Gesamtpaket Nachhaltigkeit gehört für ihn darüber hinaus, „ein Unternehmen so zu führen, dass es gesund weitergegeben werden kann“, eine anständige Behandlung der Mitarbeiter und ein sparsamer Umgang mit Ressourcen. „Wir wollen ein guter Teil des Ganzen sein“, fasst der Kaufmann seinen Ansatz zusammen. cd/lz 10-16