

Das Forum des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Privaten Universität Witten/Herdecke in tk-report minus 18

Verantwortlich für den Inhalt:

ZNU, Alfred-Herrhausen-Straße 50,  
58448 Witten, [www.uni-wh.de/znu](http://www.uni-wh.de/znu)

Das ZNU ist eine Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft und das mittlerweile 13-köpfige ZNU-Team hat sich zum Ziel gesetzt, das Thema Nachhaltigkeit greifbar, umsetzbar und glaubwürdig kommunizierbar zu gestalten. Die vom ZNU entwickelten Instrumente sind wissenschaftlich fundiert und praxisorientiert.

## Sehr geehrte Damen und Herren,

Nachhaltigkeit lässt sich langfristig erfolgreich nur gemeinsam erarbeiten und umsetzen! Unter eben diesem Motto „Wie können wir gemeinsam nachhaltiger werden – Im Unternehmen – In der Wertschöpfungskette – In der Gesellschaft“ haben wir am ZNU unsere diesjährige VI. Zukunftskonferenz Food an der Universität Witten/Herdecke Anfang März durchgeführt.

Wie die Impulsvorträge von Topvertretern der Handels- und Herstellerseite im Plenum gezeigt haben und was in den drei parallelen Workshops intensiv weiter diskutiert und in Tipps und Stolpersteinen ausgearbeitet wurde, zeigt die wesentlichen, schrittweisen Anforderungen in Richtung ernsthafte und glaubwürdige Umsetzung von Nachhaltigkeit. Zuerst geht es, das Thema Nachhaltigkeit für alle Beteiligten greifbar und messbar – auch über einen längeren Zeitraum hinweg – zu machen. Hierbei ist es wichtig, dass das Thema als Lernprozess zu verstehen ist und dass Nachhaltigkeit als Strategie verstanden „von Oben“ kommen muss. Dies bestätigte Develley-Geschäftsführer Michael Durach, nach dessen Meinung die Umsetzung von Nachhaltigkeit nur erfolgreich sein kann, wenn diese aus tiefster innerer Überzeugung der Geschäftsführung komme. Nur wenn die Vorbildfunktion der Leitung und der Führungskräfte gegeben ist, kann der erforderliche operative Umsetzungsprozess in den jeweiligen Abteilungen greifen und konstruktiv mit und von den Mitarbeitern weiterentwickelt werden. Die erfolgreiche Umsetzung dieser beschriebenen Strukturen ist – neben weiteren Unternehmen – der Firma Agrarfrost im Rahmen der Zukunftskonferenz bestätigt worden. Agrarfrost

wurde seitens des TÜV Rheinland Cert bestätigt, erfolgreich ein Nachhaltigkeitsmanagement-System nach ZNU-Standard „Nachhaltiger Wirtschaften Food“ implementiert zu haben. Auf einer solchen Basis lässt sich das Thema Nachhaltigkeit dann im konstruktiven Dialog mit allen relevanten Anspruchsgruppen entlang der Wertschöpfungskette und schlussendlich gesamtgesellschaftlich erfolgreich kommunizieren und weiterentwickeln.

### Die nächsten Termine des ZNU

NachhaltigkeitsmanagerFood:

6.-18. 9 und 18.-20.11. 2014

7. Zukunftskonferenz Food: 4.3.2015

Hierbei sind neben Handel und Industrie insbesondere auch die Zulieferer entlang der gesamten Kette und schlussendlich auch die Verbraucher und konstruktive NGO's mit einzubeziehen. Bei diesem Wertschöpfungskettenansatz geht es um die Betrachtung von Produkten respektive um Rohstoffe. Um hier sogenannte Hot-Spots systematisch zu identifizieren und für Unternehmen greifbar zu machen, wurde der ZNU-Hot Spot Guide entwickelt. Dieses wissenschaftlich fundierte und neutrale Instrument dient den Beteiligten der Wertschöpfungskette dazu, zu ihren relevanten Hot-Spots eine Position zu entwickeln und auf dieser Basis effektive und effiziente Maßnahmen zu deren Behebung umzusetzen.

Weitere wichtige Erkenntnis der Konferenz war es, dass sich Unternehmen schrittweise dem Thema Nachhaltigkeit nähern sollten. Dies gilt sowohl für die konkrete Umsetzung – auf Basis einer Priorisierung der Aktivitäten und Handlungsfelder – als auch für eine glaub-

würdige Kommunikation. Auch für die zunehmend wichtige Kommunikation mit allen Anspruchsgruppen gilt es, ein Vorgehen „der kleinen und fundierten Schritte“ zu gehen und somit authentisch wahrgenommen zu werden und nicht in einen „green washing-Verdacht“ zu geraten. Dass das Thema Nachhaltigkeit auch ökonomisch weit aus relevanter für Unternehmen ist als nachwievor häufig angenommen, zeigte die Vorstellung des ZNU-Pilotprojektes „Kosten-Nutzen-Betrachtung von Nachhaltigkeit“ bei der Firma Kuchenmeister. Deren Geschäftsführer Hans-Günter Trockels zeigte auf, dass Kuchenmeister – unter Berücksichtigung aller Erfassungshindernisse im Detail – einen größeren Nutzen als Kosten über definierte, längere Zeiträume zu verzeichnen habe.

Einig waren sich alle Konferenzteilnehmer, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher in gemeinsamen Aktionen insbesondere auch von Handels- und Herstellerseite zunehmend für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren seien. Nur so ließe sich ein konstruktiver und dauerhafter Dialog aufbauen und Transparenz schaffen, nicht zuletzt auch über die steigenden Rohstoff- und Produktionskosten – auch unter Nachhaltigkeitsaspekten.

Ich freue mich darauf, Ihnen in kommenden Ausgaben von tk-report minus 18 weitere Einblicke in die wissenschaftlich fundierten Arbeiten des ZNU geben zu können und hierbei auch stets erfolgreiche Umsetzungsbeispiele aus der unternehmerischen Praxis vorzustellen.

**Mit den besten Grüßen  
Ihr Axel Kölle**