

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,

um das Thema Nachhaltigkeit – verstanden als Lernprozess – erfolgreich im Unternehmen umsetzen zu können, bedarf es der Berücksichtigung verschiedener Aspekte, die sich insbesondere um die „allerwichtigste Ressource“ in einem Unternehmen, die Menschen, drehen. Nur wenn sichergestellt ist, dass sowohl die Unternehmensleitung auf strategischer Ebene als auch die Mitarbeiter auf operativer, abteilungsspezifischer Ebene gewillt sind, sich schrittweise dem Thema Nachhaltigkeit zu nähern und entsprechende Nachhaltigkeitsthemen sukzessive um-

zusetzen, wird es gelingen, einen größtmöglichen Nutzen aus dem ganzheitlichen Ansatz der Nachhaltigkeit zu ziehen.

Neben der Erfüllung der unterschiedlichsten externen Anspruchsgruppenforderungen geht es vornehmlich darum, die internen Anspruchsgruppen eines Unternehmens – also die Mitarbeiter, die Geschäftsführung und die Gesellschafter – vom Thema Nachhaltigkeit zu begeistern und somit auch emotional stärker an das Unternehmen zu binden. Aufgrund des demographischen Wandels sowie des zunehmenden

Fachkräftemangels erscheint diese Betrachtung von besonderer Bedeutung.

Ein Unternehmen aus der TK-Branche, dem dies in besonderer Weise seit geraumer Zeit gelingt, ist die Firma Erlenbacher Backwaren GmbH. Deren Geschäftsführer Bernhard Neumeister hat sich schon seit 2009 „offiziell“ das Thema Nachhaltigkeit auf die Fahnen geschrieben. Neben zahlreichen Nachhaltigkeitsanforderungen auf Rohstoff- und Produktebene, die bei Erlenbacher konsequent angegangen und umgesetzt werden, spielen für Herrn Neumeister gerade auch seine Mitarbeiter eine entscheidende Rolle für die Zukunftssicherung des Unternehmens. Zahlreiche über gesetzliche Anforderungen hinausgehende Gesundheitsmaßnahmen werden seit Jahren umgesetzt. Hier sind beispielsweise Gripeschutzimpfungen, Ernährungsschulungen oder auch Darmkrebsvorsorge zu nennen. In der betriebseigenen Kantine werden weit über dem „normalen Kantinenniveau“ verschiedene, gesunde Gerichte angeboten. Nicht zuletzt die Firmenläufe der Mitarbeiter runden ein stimmiges, mitarbeiterorientiertes Bild ab.

Angestoßen durch die ausgebildete Nachhaltigkeitsmanagerin Nicole Relke (gleichzeitig Geschäftsleitung Einkauf) wurden schon vor einigen Jahren sogenannte „Nachhaltigkeitsbotschafter“ bei Erlenbacher ausgebildet. Hierbei handelte und handelt es sich um Auszubildende/Lehrlinge und Trainees, die „fit gemacht werden in Sachen Nachhaltigkeit“ und denen ein zeitliches und finanzielles Budget zur Umsetzung ihrer eigenen, arbeitsplatzspezifischen Verbesserungsvorschläge rund um Nach-



Fotos: erlenbacher backwaren

Erlenbacher setzt in Groß-Gerau bereits seit 2009 systematisch auf das Thema Nachhaltigkeit.



Die Mitarbeiter spielen eine zentrale Rolle im Nachhaltigkeits-Konzept von Erlenbacher.

haltigkeitsthemen zur Verfügung gestellt wurden und werden. Hierdurch lässt sich die Eigenverantwortung der einzelnen Mitarbeiter gezielt fördern und das Thema Nachhaltigkeit wird für alle Beteiligten greifbarer. Die Nachhaltigkeitsbotschafter bringen somit neue, frische Ideen in das Unternehmen und übertragen ihr Engagement im besten Sinne auch als BotschafterInnen nach innen und nach außen.

Neben diesen so relevanten mitarbeiterorientierten Maßnahmen hat die

Firma Erlenbacher auch in den „klassischen“ Feldern der Nachhaltigkeit ihre Hausaufgaben gemacht. So wurden zum Beispiel schon vor einigen Jahren fundierte Produktklimabilanzen erstellt, um entlang der Wertschöpfungskette Verbesserungspotentiale zu identifizieren. Auf deren Basis wurden entsprechende Maßnahmen eingeleitet, die sowohl den Klimaschutz verbessern als auch für eine Kostenreduktion sorgen. Hieran wird deutlich, dass Unternehmen von einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz profitieren. Um all die

zahlreichen Maßnahmen auf Unternehmens- und Produktebene noch stärker zu systematisieren und somit intern und extern glaubwürdiger kommunizieren zu können, implementiert Erlenbacher momentan ein Nachhaltigkeitsmanagement-System nach dem ZNU-Standard „Nachhaltiger Wirtschaften Food“ und lässt dieses System im Herbst/Winter 2014 von einem externen, unabhängigen, geprüften Zertifizierer auditieren.

Die Resonanz des BtoB und standortbezogenen ZNU-Standards wächst stetig bei Hersteller, Handel und Zertifizierern. Ich freue mich darauf, Ihnen in den 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.

Nachhaltigkeitsmanager Food

Profitieren Sie – wie bereits über 200 Fach- und Führungskräfte aus der Ernährungswirtschaft – von der fundierten Weiterbildung. Zahlreiche Praxisbeispiele runden das wissenschaftliche Fundament auf Unternehmens- und Produktebene ab.

Nächste Termine in 2014: 16.-18. September, 18.-20. November

Save the date: VII. Zukunftskonferenz Food – 04. März 2015

www.uni-wh.de/znu

Mit den besten Grüßen
Ihr Axel Kölle