

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 ist aus der Ernährungswirtschaft nicht mehr wegzudenken, dies gilt nicht zuletzt auch für die Tiefkühlbranche. Zu beobachten ist hier allerdings eine starke Spreizung zwischen Unternehmen, die sich fundiert mit dem Thema auseinandersetzen respektive das Thema Nachhaltigkeit als Treiber von Innovationen auf Unternehmens- und Produktebene nutzen. Weiterhin gibt es Unternehmen, die das Thema Nachhaltigkeit – insbesondere getrieben von außen – eher halbherzig umsetzen und nicht zuletzt gibt es die Unternehmen, die Nachhaltigkeit eher als einen neuen, temporären und zu vernachlässigbaren Trend verstehen, der schon wieder an ihnen vorbei ziehen wird. Sicherlich gibt es zwischen diesen drei Positionen noch „Übergangszonen“, aber so stellt sich momentan das Bild im Großen und Ganzen dar.

Wo lassen Sie sich selber und Ihr Unternehmen in diesem Bild einordnen? Gerne möchte ich Sie mit dem heutigen ZNU-Forum davon überzeugen, sich zunehmend der ersten Gruppe anzunähern und das Thema Nachhaltigkeit – oder nennen Sie es Zukunftsfähigkeit – fundiert und Erfolg bringend in Ihrem Unternehmen und Ihr tägliches Handeln zu etablieren.

Denn Fakt ist, Themen wie Klimawandel, demografischer Wandel, Tierwohl, Gesundheit oder auch (Anti-)Korruption – allesamt Bestandteile eines fundierten Nachhaltigkeitsansatzes respektive eines Nachhaltigkeitsmanagementsystems – werden noch an Bedeutung gewinnen und das gesellschaftliche und damit auch das wirtschaftliche Handeln zunehmend prägen. Insbesondere die Interdependenzen zwischen Themen –

### Nachhaltigkeitsmanager Food

Profitieren Sie – wie bereits über 250 Fach- und Führungskräfte aus der Ernährungswirtschaft – von der fundierten Weiterbildung. Zahlreiche Praxisbeispiele (Handel und Hersteller) runden das wissenschaftliche Fundament auf Unternehmens- und Produktebene ab.

**Termine in 2015:** 21.-23. April, 15.-17. September, 10.-12. November

### VII. Zukunftskonferenz Food

Topvertreter von Handel und Industrie treffen sich zur Diskussion von innovativen Ansätzen rund um das Thema Nachhaltigkeit in der Lebensmittelbranche.

**Termin:** 4. März 2015

auch auf Unternehmens- und Produktebene – machen deutlich, wie wichtig es ist, sich im Sinne eines proaktiven, nachhaltigen Risikomanagements hier zu engagieren. So hat der anthropogene Klimawandel steigenden Einfluss auf die Rohstoffsicherung insbesondere in der Ernährungsbranche. Verschiebungen von Klimazonen, Dürren und Extremwetterereignisse wie Stürme, Starkregen und Hagel lassen ganze Ernten ausfallen.

Studien zeigen, dass Unternehmen, die ökologische und soziale Themen fundiert umsetzen, Vorteile bei der Gewinnung von neuen Mitarbeitern haben und die bestehende Belegschaft stärker motiviert ist und sich mit dem Unternehmen verbundener fühlt. Hierdurch wird nicht zuletzt auch die Innovationsfreude der Belegschaft gefördert und eine zunehmende Eigenverantwortung der Mitarbeiter gesteigert. Somit macht schon

allein der demografische Wandel und damit der Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit die fundierte Beschäftigung mit dem Thema Nachhaltigkeit erforderlich. Maßnahmen zu Themenfeldern wie Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie Work-Life-Balance gilt es heutzutage bedarfsgerecht umzusetzen und nicht als „Vierlefan“ abzutun – dies gilt insbesondere auch für Unternehmen, die geografisch nicht in Ballungsgebieten liegen, was häufig auf Unternehmen der Foodbranche zutrifft.

Nutzen Sie nachhaltige Impulse bei der Entwicklung von Produkten – hier sind zum Beispiel der Bezug von Rohstoffen aber auch Verpackungslösungen zu nennen. Die Optimierung der Logistik (z.B. Tourenplanungen und Palettenauslastungen) führen zu echten finanziellen Einsparungen, schonen die Umwelt und signalisieren in die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette hinein die Übernahme von Verantwortung für Mensch und Natur und machen Sie und Ihr Unternehmen zu einem verlässlichen Partner.

Nutzen Sie das Thema Nachhaltigkeit fundiert und damit glaubwürdig und erfahren Sie, wie sich damit Ihre Anspruchsgruppen – von den Mitarbeitern bis zum Handel – begeistern lassen.

Ihnen, Ihren Mitarbeitern und Kollegen sowie Ihren Familien wünsche ich eine frohe, gesegnete und erholsame Weihnachtszeit und einen guten Rutsch in ein erfolgreiches Jahr 2015, in dem Sie das Thema Nachhaltigkeit zur weiteren Stärkung Ihrer Wettbewerbsfähigkeit nutzen sollten!

**Mit den besten Grüßen  
Ihr Axel Kölle**