



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,

wie sieht es denn bei Herstellern und Handel mit dem Umsetzungsstand des viel diskutierten Themas Nachhaltigkeit aus? Ich freue mich darauf, Ihnen in diesem ZNU-Forum einige Kernergebnisse unserer aktuellen Umfrage – die wir wie 2010 wieder gemeinsam mit der Lebensmittelzeitung (LZ) durchgeführt haben – aufzuzeigen und insbesondere die unter anderem daraus abgeleiteten ZNU-Thesen zum Umsetzungsstand Nachhaltigkeit in der Ernährungsbranche vorzustellen.

„Mit Hilfe eines Online-Fragebogens haben wir im November 2014 Händler und Hersteller über die LZ-Medien online zum Thema Nachhaltigkeit befragt. Insgesamt haben wir hierbei 347 verwertbare Antworten erhalten (Handel n = 129, Hersteller n = 218), so Verena Diekmann, wissenschaftliche Mitarbeiterin im ZNU und seitens des ZNU Projektleiterin der Umfrage.

Zu den wesentlichen Ergebnissen der Umfrage gehört die Tatsache, dass sowohl Handel als auch Hersteller das Thema Messbarkeit von Nachhaltigkeit als große Herausforderung sehen. Dem

### Nachhaltigkeitsmanager Food

Profitieren Sie von der fundierten Weiterbildung. Zahlreiche Praxisbeispiele (Handel und Hersteller) runden das wissenschaftliche Fundament auf Unternehmens- und Produktebene ab.

### Termine in 2015:

15.-17. September  
10.-12. November

### Die fünf ZNU-Thesen zur Nachhaltigkeit in der Ernährungsbranche

- › Das Nachhaltigkeitsbewusstsein ist gestiegen, eine erste Einordnung auf Geschäftsführer-Ebene hat stattgefunden, immer mehr Unternehmen etablieren unternehmensweite Strategien, aber noch selten erfolgt der Wissenstransfer entlang der Wertschöpfungskette.
- › Das Potenzial von Nachhaltigkeit als Innovationsmotor zur Zukunftssicherung wird zwar gesehen, jedoch wird es bislang in Unternehmen noch (längst) nicht ausgeschöpft.
- › Viele Unternehmen sehen die Wirksamkeitsmessung ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten als große Herausforderung. Hierfür suchen sie nach verlässlichen Leitplanken und praktikablen Instrumenten, die sie dabei unterstützen können.
- › Unternehmen entwickeln zunehmend Nachhaltigkeitskompetenzen und festigen ihr Nachhaltigkeitsverständnis. Allerdings werden die Erwartungen der Anspruchsgruppen dabei noch weitgehend außen vorgelassen respektive nicht konsequent miteinbezogen.
- › Die Nachhaltigkeitsaktivitäten werden nach wie vor nicht ausreichend nach innen und außen kommuniziert.

gegenüber ist festzustellen, dass die eigentliche Definition von Nachhaltigkeit in der aktuellen Umfrage, im Gegensatz zu 2010, nicht mehr als großer Stolperstein bewertet wird. Das Thema scheint grundsätzlich in der Branche angekommen zu sein.

Die Hersteller können den Händlern gegenüber in Sachen Nachhaltigkeit insbesondere punkten durch Verpackungslösungen, Innovationen, Zertifizierung von Nachhaltigkeitsaktivitäten, Informationen über Produkte / Aktionen sowie Endverbraucher Marketing / Werbung. Lassen Sie mich aus den Umfrageergebnisse und unseren umfangreichen Arbeiten mit der Praxis (über 100 Nachhaltigkeits-Checks in Unternehmen der

Branche sowie interaktive Ausbildung von über 250 Nachhaltigkeitsmanagern) die folgenden ZNU-Thesen zur Nachhaltigkeit in der Ernährungsbranche auflisten (s. Kasten). Die Endversion der Studie wird im Mai erstellt sein.

Ich freue mich darauf, Ihnen in den kommenden Ausgaben des TK-Reportes konkrete Antworten und Lösungansätze auf unsere ZNU-Thesen aufzuzeigen. – dies nicht zuletzt anhand von entsprechenden erfolgreichen Praxisbeispielen, auch aus dem TK-Bereich.

Mit den besten Grüßen auch von meiner Kollegin Verena Diekmann

Ihr Axel Kölle