



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,

nicht zuletzt auf der vor uns liegenden Anuga wird sich zeigen, dass das Thema Nachhaltigkeit global wie auch national und regional von Bedeutung ist.

Aber egal auf welche geopolitischen Ausmaße wir schauen, die gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung für Mensch und Natur muss bei allen Betrachtungen im Mittelpunkt stehen. Dies wird umso relevanter, je stärker die Akteure die zunehmend notwendige Beleuchtung der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigen (müssen). Nicht zuletzt unsere, seitens des ZNU in Kooperation mit der Lebensmittel Zeitung durchgeführte, aktuelle Studie zum Thema Nachhaltigkeit in der FMCG-Branche zeigt auf, dass bezüglich einer systematischen Wertschöpfungskettenbetrachtung sowohl bei Händlern als auch bei Herstellern noch Luft nach oben ist. Aus eben diesem Grunde wünschen sich sowohl Handel als auch Hersteller einen intensiveren Dialog sowie eine bessere Kompetenzentwicklung entlang der Wertschöpfungskette – insbesondere auch an der Schnittstelle zwischen ihnen.

Im Folgenden möchte ich Ihnen hierzu einige Handlungsempfehlungen geben, die sich aus unseren langjährigen und umfangreichen Arbeiten im ZNU – speziell mit Handel und Herstellern – ableiten lassen:

- Machen Sie das Thema Nachhaltigkeit zum Fundament Ihres Unternehmensleitbildes und damit Ihrer Unternehmensstrategie – der ganzheitliche Ansatz ist entscheidend.
- Tauschen Sie sich entlang der Kette insbesondere auch zwischen Her-

### Nachhaltigkeitsmanager Food

10.-12. November 2015 in Witten

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.

stellern und Händlern stärker aus und partizipieren Sie so vom Know-how des anderen.

- Berücksichtigen Sie Nachhaltigkeitsaspekte von vornherein in die Entwicklung neuer Produkte und Prozesse, zum Beispiel bei Verpackungslösungen oder auch neuen Produktrezepturen
- Nutzen Sie in der Praxis bewährte und anerkannte Instrumente wie den ZNU-Nachhaltigkeits-Check oder auch den ZNU-Standard „Nachhaltiger Wirtschaften Food“, um Ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten zu systematisieren und messbar zu machen.
- Benennen und qualifizieren Sie Nachhaltigkeitsteams, zum Beispiel im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanager Food des ZNU – Themenorientierung steigert hierbei die Dynamik.
- Erfassen Sie die Wünsche der internen und externen Anspruchsgruppen systematisch und regelmäßig und

schaffen Sie somit Transparenz, unter anderem auch bei den MitarbeiterInnen (Aktivierung der Eigenverantwortung).

- Konzentrieren Sie sich auf die wesentlichen Herausforderungen auf Unternehmens- und Produktebene (Hot Spots, vgl. auch GRI 4).
- Bauen Sie eine glaubwürdige Nachhaltigkeitskommunikation auf (z.B. nach GRI) und Kommunizieren Sie Ihre Erfolge – insbesondere auch die kleinen Schritte.
- Behalten Sie Augenmaß, Nachhaltigkeitsarbeit braucht Raum und Zeit, um (ökonomische) Wirksamkeit zu entfalten.

Die hier von mir aufgelisteten Handlungsempfehlungen sollen Sie dabei unterstützen, das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen ebenfalls fundiert und glaubwürdig auf- und auszubauen. Hierbei gilt es aber, die für Ihr Unternehmen und für Ihre TK-Branche spezifischen Themenfelder und Ansprüche im Blick zu haben und stets Ihre Mitarbeiter und deren Kompetenzen respektive deren Kompetenzentwicklung in den Fokus zu stellen.

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

**Mit den besten Grüßen  
Ihr Axel Kölle**