

ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften

# Die Revisionsfassung ist da!

**Nachhaltigkeit greifbar und messbar machen und damit die Basis einer glaubwürdigen Kommunikation schaffen. Ein Gastbeitrag von Dr. Axel Kölle und Dr. Christian Geßner, den Leitern des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung innerhalb der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft an der Universität Witten/Herdecke.**

Nachhaltiges Handeln und Wirtschaften spielen für die TK-Branche nicht zuletzt aus ökonomischer Sicht seit vielen Jahren eine wichtige Rolle und gewinnen mit dem steigenden Vertrieb und Verbrauch von Tiefkühlprodukten und dem gleichzeitig in der Bevölkerung wachsenden Nachhaltigkeitsbewusstsein noch weiter an Bedeutung. Die deutsche Tiefkühlwirtschaft ist eine der fünf größten Teilbranchen der Lebensmittelindustrie und ist sich ihrer Verantwortung bewusst.

Die Branche arbeitet stufenübergreifend schon von jeher zusammen, was für alle Bereiche der Branche von der Beschaffung der Rohwaren bis zum Handel gilt und Hersteller von tiefgekühlten Lebensmitteln genauso wie Tiefkühllogistiker, -lagerhäuser und Tiefkühltechniker umfasst. Die Kettenverantwortung ist in der Branche tief verankert, da die Produkte nur so einwandfrei bis zum Verwender gelangen können.

Wie die gemeinsame Studie von dti und ZNU aus dem Jahr 2016 zeigt, liegt im ökologischen Bereich der größ-

te Hot-Spot der TK-Branche insbesondere im Bereich der energiesparenden Technik, die die hohe Bedeutung des Energieverbrauchs zum Tiefgefrieren widerspiegelt – dies schätzen Hersteller, Handel, Logistiker und TK-Techniker übereinstimmend ein.

Im ökonomischen Bereich ist das bedeutendste Thema die Gewährleistung der Produktqualität. Insbesondere bei Herstellern, Handel, Logistikern und TK-Herstellern. Bei Herstellern und Handel wird weiterhin auch explizit das Thema Lebensmittelkennzeichnung genannt.

Die sozialen Themen gewinnen zunehmend an Bedeutung, so sehen Hersteller, Handel, Logistiker und TK-Techniker gleichermaßen das Thema Gesundheit an erster Stelle. Weitere wichtige Felder sind die Bereiche Menschenrechte, Weiterbildungsmöglichkeiten und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Anhand der dti/ZNU-Studie zeigt sich auch, dass alle Stufen der TK-Kette dem Thema Nachhaltigkeit einen zunehmend wichtigen Stellenwert einräumen und diese sowohl innerbetrieblich, z.B. bei Reduzierung des Wasser- oder Energieverbrauchs oder auch dem Einsatz von Kältemitteln. Außerbetrieblich sind sich die Befragten ebenfalls einig, dass das Thema Nachhaltigkeit sowohl bei Neukundengewinnung als auch bei ansteigenden Zahlungsbereitschaften positiv zu bewerten ist.

Wie aber lässt sich das Thema Nachhaltigkeit systematisch und mit einem vertretbaren Aufwand im Unternehmen implementieren, wie lassen sich die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen begeistern, wie wird das Thema wirklich businessrelevant und lässt sich schlussendlich auch glaubwürdig intern und extern kommunizieren?

Um hier Unterstützung zu bieten, hat das ZNU den ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften entwickelt, der in diesem Sommer in der Revisionsfassung erschienen ist.



Dr. Christian Geßner und Dr. Axel Kölle (v.l.n.r.), Zentrumsleiter am ZNU

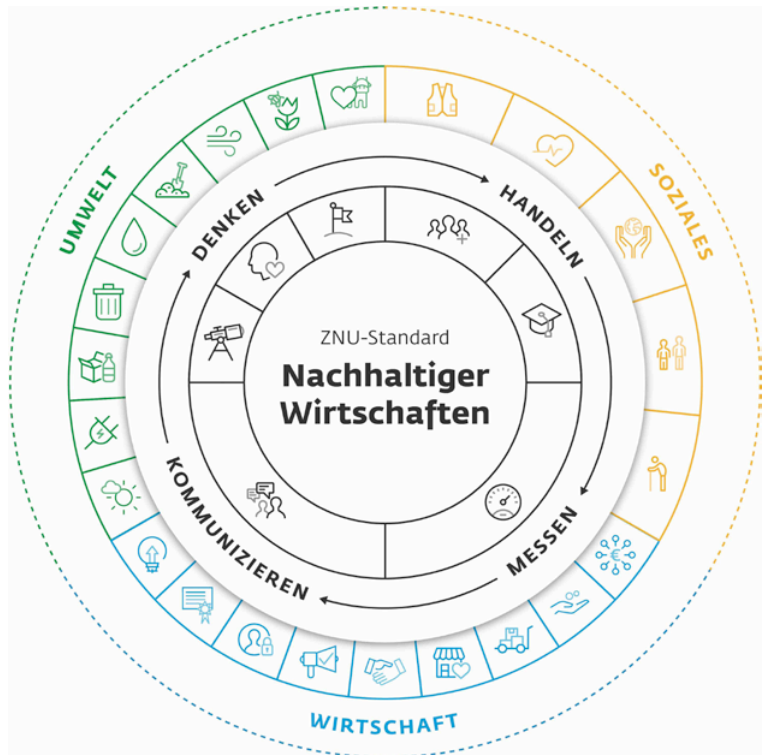
Der ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften dient Unternehmen dazu, ihr unternehmerisches Handeln Schritt für Schritt nachhaltiger zu gestalten und strebt eine kontinuierliche Verbesserung an. Er ist der einzige praxiserprobte und zertifizierbare Standard, der die Entwicklung eines integrierten Managementsystems zum nachhaltigeren Wirtschaften fordert und fördert und dabei die Dimensionen Umwelt, Wirtschaft und Soziales und deren Wechselwirkungen berücksichtigt.

Als erster händler- und herstellerübergreifender Standard wurde er vom ZNU gemeinsam mit dem TÜV Rheinland Cert entwickelt. Seit 2013 wurde gemeinsam mit Pilotunternehmen ein Ansatz erarbeitet, der sich durch Ganzheitlichkeit und Praxisnähe auszeichnet. Unternehmen wie Agrarfrost, Erlenbacher, die Bitburger Braugruppe, Ritter Sport, Devely Senf & Feinkost, Kerrygold, Kuchenmeister oder die Nagel Group u.v.a. nutzen den Standard mittlerweile zur lebendigen Weiterentwicklung ihrer bestehenden Managementsysteme in Richtung Nachhaltigkeit. Der extern zertifizierbare ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften ermöglicht Nachhaltigkeitsaktivitäten nach innen und außen transparent und glaubwürdig gegenüber allen Anspruchsgruppen zu kommunizieren.

In der ab sofort erhältlichen Revisionsfassung werden aktuelle Themenfelder wie z. B. Innovationen, individuelles Engagement, nachhaltiger Konsum und der Beitrag zu den UN-Sustainable Development Goals (SDGs) stärker betont, sodass der aktualisierte Standard für die Wirtschaft auch als Instrument zur Umsetzung globaler Nachhaltigkeitsziele dienen kann.

Die Revisionsfassung des ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften ist nun auch international anwendbar. Er ist offen für alle Branchen, für Hersteller ebenso wie für Dienstleister. Die neue Aufteilung der Standard-Beschreibung in neun Dokumente schafft Klarheit: So bilden Z 1 und Z 2 das Herzstück des Standards mit Zielen, Überblick der Anforderungen und den entsprechenden Nachweismöglichkeiten. Die weiteren Standard-Dokumente beschreiben alle weiteren Informationen rund um den Standard und das Zertifizierungssystem, sodass die Informationen gezielter und übersichtlicher zur Verfügung stehen. Zudem wird der Standortstandard zum Unternehmensstandard mit der Möglichkeit einer Multi-Site-Zertifizierung, die für große Unternehmen mit mehreren Standorten oder Filialen eine Vereinfachung im Zertifizierungsprozess darstellt.

Im Folgenden wird – nicht zuletzt aufgrund der Aktualität – kurz ein ZNU-Projekt vorgestellt, dessen Basis ebenfalls Nachhaltiger Wirtschaften bildet. ➔



### Wie gestalten Sie nachhaltige Unternehmensführung?

#### Denken

- Früherkennung
- Philosophie / Werte
- Ziele / Meilensteine

#### Handeln

- Integration / persönlicher Beitrag
- Bildung / Lernprozess

#### Messen

- Diagnose / Leistung

#### Kommunizieren

- Dialogkultur

### Was unternehmen Sie konkret in den Handlungsfeldern?

#### Umwelt

- Klima
- Energie
- Verpackung
- Abfall
- Wasser
- Boden
- Luft
- Biodiversität
- Tierwohl

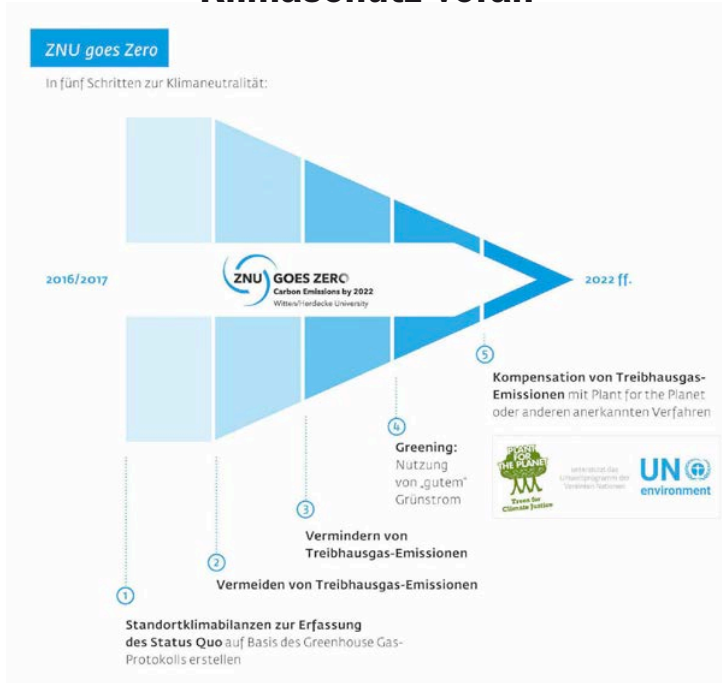
#### Wirtschaft

- Innovation
- Qualität
- Daten
- Ehrliche Werbung
- Fairer Wettbewerb
- Regionales Engagement
- Beschaffung
- Faire Bezahlung
- Gerechte Wertschöpfung

#### Soziales

- Arbeitssicherheit
- Gesundheit
- Menschenrechte
- Kultur der Vielfalt
- Demografie

## Mittelstand geht in Sachen Klimaschutz voran



### 📍 ZNU

Das ZNU – Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung ist ein anwendungsorientiertes Forschungsinstitut innerhalb der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Universität Witten/Herdecke.  
[www.uni-wh.de/znu](http://www.uni-wh.de/znu)

#### Kontaktinformationen

Kesta Ludemann  
[www.znu-standard.com](http://www.znu-standard.com)  
Nachhaltiger Wirtschaften  
Kesta.Ludemann@uni-wh.de  
Tel: 02302 926-867

Christina Meyer  
[www.znu-goes-zero.de](http://www.znu-goes-zero.de)  
Christina.Meyer@uni-wh.de  
Tel: 02302 926-545

Patricia Kief  
Marketing und Kommunikation  
patricia.kief@uni-wh.de  
Tel: 02302 926-862

Die Bundesregierung kommunizierte jüngst, dass sie ihre gesteckten Klimaziele nicht erreichen wird, der Weltklimarat hingegen drängt dringend zum Handeln, um den Klimawandel entgegen zu treten. Das ZNU mit seinen über 70 Netzwerkpartnern übernimmt die notwendige Verantwortung. Wir müssen gemeinsam und sofort tätig werden, um der Erderwärmung entgegen zu treten. Mit der Initiative „ZNU goes Zero“ verpflichten sich die ZNU-Partner, schrittweise sämtliche THG-Emissionen, die an den Unternehmensstandorten anfallen, bis 2022 und darüber hinaus auf Netto-Null zu stellen.

Um „Netto-Null“ zu erreichen, setzt das ZNU als „Qualitätssicherer“ und Impulsgeber auf ein schrittweises Vorgehen. Nachdem eine fundierte Status-Quo-Erfassung stattgefunden hat, bei der Klimabilanzen nach anerkannten Verfahren wie z.B. das greenhouse gas protocol als Basis dienen, sind die nächsten Schritte das Vermeiden und Vermindern von THG-Emissionen. Dies lässt sich beispielsweise durch Wärme-Rückgewinnungsanlagen, Einsatz moderner Beleuchtungsmittel wie LED, Vermeiden von Leckagen bei Kühlmitteln, Nutzung von Erdwärme bis hin zu Dienstwagenregelungen realisieren. Die Schritte Vermeidung und Verminderung lassen sich dabei idealerweise auch mit dem ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften umsetzen und nachweisen. Danach sollte die Nutzung von „gutem Grünstrom“ erfolgen. Bei der Auswahl sind die Sicherstellung des Neubaus von

Anlagen, die Herkunft des Grünstroms und die Erneuerbare-Energien-Projekte, die unterstützt werden, zu berücksichtigen. Im letzten Schritt werden unvermeidliche THG-Emissionen mittels Klimakompensationen auch andernorts ausgeglichen und diese in doppelter Hinsicht. Mit sog. Gold-Standard-Zertifikaten werden die Emissionen erstmals kompensiert und anschließend nochmal durch das aktive Pflanzen von Bäumen ausgeglichen – also findet eine doppelte Kompensation statt. Ergänzt wird dies um Bildungsmaßnahmen, um auch zukünftige Generationen von vornherein für den Klimaschutz zu sensibilisieren.

Beim Thema Kompensation setzt das ZNU auf die Kombination von „Bildung, Boden und Bäume“ d.h. das neben der Sensibilisierung und Ausbildung junger Menschen konkret Bäume zur Aufnahme und langfristigen Bindung der CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Atmosphäre gepflanzt werden. Hier ist Plant-for-the-Planet erster Ansprechpartner, weitere werden momentan identifiziert.

Als erste Unternehmen aus dem Netzwerk haben sich die Bitburger Braugruppe, Ritter Sport, Develey, Kuchenmeister, Schalke Catering, der Gemüsering und die Spedition Große-Vehne als Vorreiter des Projektes verpflichtet und somit schafft es der Mittelstand, die wichtigen und richtigen Schritte in Sachen Klimaschutz einzuleiten. □