



Innovations-  
experte Dietmar  
Dahmen rockt  
den Saal.

## Superman gesucht

Wie sieht das nachhaltige Menü im Jahr 2030 aus? Diese Frage diskutierten kürzlich zwei Tage lang über 230 Vertreter aus Lebensmittelhandel und Gastronomie-Branche auf der 10. ZNU-Zukunftskonferenz in der Arena auf Schalke.

Zur Jubiläumskonferenz eingeladen hatte das Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke. Während am ersten Tag in acht Workshops die Ernährung der Zukunft kontrovers diskutiert wurde, standen am Folgetag top Vorträge auf

dem Programm. Für den Kult-Koch und Friedensaktivisten Wam Kat ist die „Bio-Gurke mit Kondom“ (Gurke mit Plastikhülle überzogen) Sinnbild dafür, wie wenig ganzheitlich Unternehmen derzeit Nachhaltigkeitsthemen angehen. Ins Visier nahm Wam Kat ebenso das Mindesthaltbarkeits-

datum. Es sei heute krank, sehr krank, es werde immer kürzer, provozierte der Niederländer, der schon auf dem legendären Greenpeace-Schiff „Rainbow Warrior“ kochte. Das Trinkwasser im Boden sei Millionen Jahre alt, dann werde es in Flaschen gefüllt und sei plötzlich nach 16 Monaten verdor-



Impulsgeber im Workshop Außer-Haus (v.l.): Diana Wicht (McDonald's), Dieter Schmidt (Schalke 04 Catering), Melanie Pregel (Transgourmet) und Moderatorin Claudia Zitz (gv-praxis)

### Bio-Gurke mit Kondom ist wenig nachhaltig.

ben. Sein Appell: beim Einkauf genauer hinzuschauen. Essen sei Politik, jeder könne täglich mit einer bewussten Wahl zu einer nachhaltigen Welt beitragen. Um grüne Themen im Unternehmen zu verankern, müssen alte Zöpfe radikal abgeschnitten werden. „Geht nicht, gibt's nicht!“, findet Zukunftsforscher Dietmar Dahmen, der



Der niederländische Friedensaktivist und Koch Wam Kat kochte bereits auf dem legendären Greenpeace-Schiff „Rainbow Warrior“.



auf sehr unterhaltsame Weise die „Superhelden des Wandels“ präsentierte. „Wenn das Umfeld sich ändert, müssen Sie sich auch ändern“, betonte der Innovationsexperte mehrmals. „Ein Jockey im Wasser benötigt kein Pferd mehr, sondern einen Delphin, um erfolgreich zu sein.“ Dabei sei wichtig: Ein neues, nachhaltiges Produkt müsse dem Kunden einen echten Zusatznutzen liefern. Das Attribut „Bio“ allein verspreche keinen Erfolg. „Das heißt am Ende mehr Arbeit für Sie und weniger für den Verbraucher“, sagte Dahmen. Sein Plädoyer: „Seien Sie Superman, brechen Sie durch die Wand der ewigen ‚das geht nicht‘-Sager“. Unter dem Leitsatz „Good for you – Good for the planet“ stellte Unternehmer-Ikone Paolo Barilla die Agenda des traditionsreichen Pasta-Herstellers vor. Barilla hat in den vergangenen Jahren den Wasserverbrauch um 21 und die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 28 Prozent senken können. Gleichzeitig feile man an den Nährwertprofilen: Seit 2010 wurden 360 Produkte überarbeitet, der Einsatz von gesättigten Fetten um 8.950 Tonnen reduziert – und Palmöl gänzlich aus allen Rezepturen verbannt. Ebenso ambitioniert geht die Bitburger Braugruppe an das Thema heran. Ziel sei es, die CO<sub>2</sub>-Emissionen auf

Null zu fahren, erläuterte Jan Niewodniczanski, Geschäftsführer der Bitburger Braugruppe und ZNU-Beratsmitglied. „Mit dem Projekt „Bitburger goes Zero“ wollen wir uns der Verantwortung für das Klima stellen und den Ansatz gleichzeitig als zusätzlichen Innovationsmotor nutzen“, betonte der Unternehmenslenker. Wie Entscheider Nachhaltigkeit Stück für Stück in ihrem eigenen Betrieb verankern können, diskutierten Vertreter aus Gemeinschafts- und Markengastronomie im Workshop Außer-Haus-Essen. Im Fokus stand eine nachhaltige Wertschöpfungskette vom Acker bis zum Teller. Impuls-

### Nachhaltig vom Acker bis zum Teller.

geber waren Diana Wicht (McDonald's), Dieter Schmidt (Schalke Gastronomie) und Melanie Pregel (Transgourmet). McDonald's beispielsweise verfolgt mit dem Programm „Scale for Good“ eine globale Nachhaltigkeitsstrategie. „Wir benötigen skalierbare Lösungen“, erläuterte Wicht. Im Fokus des Global Players stehen die vier Themen: Verpackung & Recycling, nachhaltige Beschaffung von Rindfleisch, Produktverantwortung

in punkto gesunder Ernährung sowie Mitarbeiter. Die beiden Gründer und Leiter des ZNU, Dr. Axel Kölle und Dr. Christian Geßner, zogen eine positive Bilanz der Konferenz und ermutigten die Teilnehmer, mehr Verantwortung für drängende Nachhaltigkeitsthemen wie Klima, Gesundheit und Menschenrechte zu übernehmen. Dabei gelte es, Nachhaltigkeit noch stärker als Innovationsmotor zu begreifen und gemeinsam an intelligenten Zukunftslösungen zu arbeiten. Zum Vormerken: die nächste Zukunftskonferenz findet vom 2. bis 3. April 2019 statt. [www.uni-wh.de/znu](http://www.uni-wh.de/znu)

Am ersten Tag wurde in acht parallelen Workshops über das Menü der Zukunft diskutiert.

### ZNU für Gastros

Das ZNU – Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung will Nachhaltigkeit für Entscheider greifbarer machen und für die Chancen nachhaltiger Unternehmensführung begeistern. Lebensmittel-Hersteller und Außer-Haus-Betriebe können Partner des ZNU werden und vom Austausch mit anderen Partnern sowie einem umfassenden ZNU-Nachhaltigkeitscheck inklusive Audit profitieren. Als erster Gastro-Betrieb erhielt auf der Zukunftskonferenz die Catering-Abteilung des FC Schalke 04 Arena Management das renommierte ZNU-Zertifikat. Mehr Informationen unter: [www.uni-wh.de/znu](http://www.uni-wh.de/znu)