

Dr. Silke WARTENBERG, Bonn

Nachhaltigkeitsgipfel 2013

► Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie – Herausforderungen an Produzenten und Lieferanten

Wie nachhaltig ist die deutsche Wirtschaft? Können Weltmarken nachhaltig sein? Kann die nachhaltige Kontrolle der Herkunft von Produkten gewährleistet werden? Geben Standards Sicherheit bei der Überwachung von Nachhaltigkeit? Welche Aussagekraft haben Umweltlabels? Wie wichtig ist soziale Verantwortung für Unternehmen? Diese Fragen standen im Fokus des Nachhaltigkeitsgipfels, der am 17. September 2013 in Wiesbaden stattfand.

Zwölf Referenten und rund 40 Teilnehmer waren der Einladung des Management Forums der Verlagsgruppe Handelsblatt gefolgt und diskutierten über Ökonomie und Ökologie sowie Transparenz und Glaubwürdigkeit. Die Veranstaltung fand in Kooperation mit dem Institut für Nachhaltiges Management (ifnm) und dem Institut für Handelsforschung (IFH) statt

Jan A. Eggert von der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels (AVE) & Business Social Compliance Initiative (BSCI) re-

ferierte über Sozialstandards in der internationalen Lieferkette. Die BSCI wurde 2003 als non-profit Wirtschaftsinitiative zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der globalen Lieferkette gegründet und zählt inzwischen mehr als 1.200 Mitglieder aus 22 Ländern. Diese unterzeichnen einen Code of Conduct und verpflichten sich dazu, die Inhalte in ihrer internationalen Lieferkette zu implementieren. Der BSCI Code zielt unter anderem auf die Themen Diskriminierung, Kinderarbeit, Mindestlöhne, Begrenzung der Arbeitszeit (auf 48



Dr. Phillip Inderhees präsentierte das Nachhaltigkeitsprogramm des DMK (Fotos: Dr. S. Wartenberg)

Unser Verständnis von Nachhaltigkeit



Stunden/Woche zzgl. zwölf Überstunden), Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz, Umweltschutzmaßnahmen etc..

Wie lokale Wertschöpfung und globales Sourcing zusammenpassen, erklärte Andrea Weber, Metro Cash & Carry (Metro AG). Von internationaler Gremienarbeit und der Harmonisierung von Standards profitiere ein Handelsunternehmen, da letztendlich Produkte geliefert werden, die den Anforderungen der Kunden entsprechen, erklärte Weber. Den Lieferanten werde durch Zertifizierungen und Standards Marktzugang verschafft. Im Zuge von „Lieferantenentwicklungsprogrammen“ unterstützt die Metro Group Lieferanten in zahlreichen Ländern (v. a. China, Ägypten, Indien, Pakistan, Russland, Ukraine, Vietnam), internationale anerkannte Standards zu erfüllen. Dies geschieht in Kooperation mit verschiedenen öffentlichen und privaten Partnern sowie mit der lokalen Wirtschaft, Behörden und Regierungen. Pro-

gramminhalte sind hierbei besonders die „technische Ausbildung“, dass heißt Schulungen und Informationen über Hygiene, Kühlketten, Nachverfolgbarkeit etc. sowie eine gezielte Bewusstseinsbildung für Lebensmittel und Produktionsbedingungen vor dem Hintergrund aktueller globaler Herausforderungen.

■ „Unsere Milch. Unsere Welt“

Dr. Philipp Inderhees, Leiter Nachhaltigkeitsmanagement bei der Deutschen Milchkontor GmbH, berichtete über das Nachhaltigkeitsprogramm DMK 2020. Unter dem Titel „Unsere Milch. Unsere Welt“ hat DMK eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet. „Der wirtschaftliche Erfolg des DMK muss mit den Bedürfnissen seiner Milcherzeuger und Mitarbeiter sowie den Anforderungen von Gesellschaft, Natur und Umwelt dauerhaft vereinbar sein“, so Inderhees. Hierzu gehören Aspekte der wirtschaftlichen Stabilität, des gesellschaftlichen Wandels und der Verknappung der Ressourcen. Im Unternehmen wurde das Nachhaltigkeitsmanagement als Stabstelle eingerichtet, Arbeitsgruppen wurden gebildet. Beispielsweise hat die Arbeitsgruppe „Nachhaltige Milcherzeugung“ vier Kernbereiche im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie identifiziert: Kuhkomfort, Tiergesundheit, Futteranbau und Fütterung. Für jeden Bereich wurden Indikatoren formuliert, die auf wissenschaftlichen Untersuchungsergebnissen und Praxiserfahrungen beruhen. Im Juni dieses Jahres erfolgte eine umfassende Befragung der Milcherzeuger zu den Indikatoren. Insgesamt konnten 45 Prozent der Milcherzeuger und 60 Prozent der Milchmenge erfasst werden, so Inderhees. Um den Kuhkomfort zu verbessern, sollen u. a. ausreichende Bewegung der Kühe und tiergerechte Ruhebereiche gewährleistet werden. Die Tiergesundheit soll durch eine tierärztliche Betreuung aller Kühe und Gesundheitspräventionsmaßnahmen kontinuierlich verbessert werden. Im Bereich Futteranbau soll der nachhaltige Anbau auch bei Importfuttermitteln unterstützt werden. Stickstoff- und Phosphateinträge aus Wirtschaftsdünger sollen reduziert und die Biodiversität in den Regionen gefördert werden. Im Bereich Fütterung soll eine bedarfs- und tiergerechte Fütterung umgesetzt und optimale Futter- und Tränkebedingungen für alle Kühe etabliert werden. Weitere Ziele gibt es für die Bereiche Umwelt (Aktionsfelder Energie, Wasser, Logistik, Abfall), Milch (Wertschöpfung, Qualität, Produktsicherheit, Verpackung), Team (Zufriedenheit, Bildung, Vielfalt,

Identifizieren. Erkennen.

Wirtschaftliche Stabilität

- Mehrwert für Anteilseigner und Mitarbeiter
- Absatz- und Produktionsrisiken vermeiden
- Unternehmen verantwortungsvoll ausrichten
- Ressourceneffizienz steigern

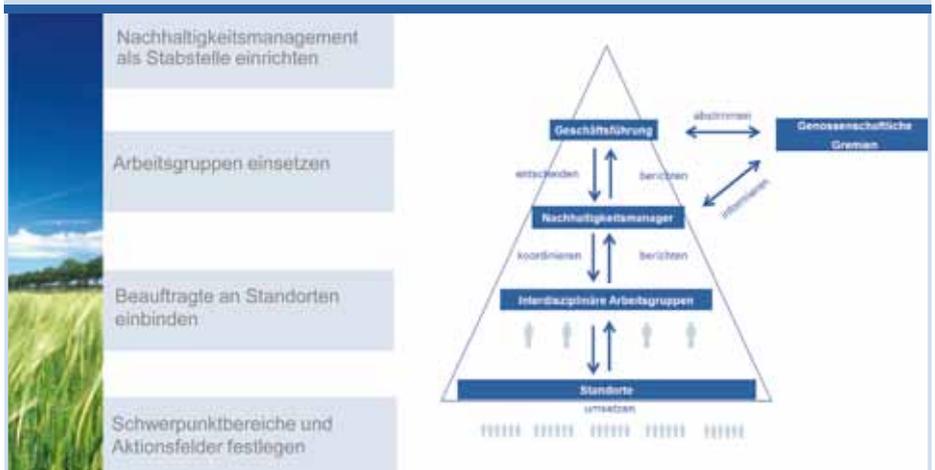
Gesellschaftlicher Wandel

- Zunehmende Debatte um nachhaltiges Wirtschaften
- Wachsendes Bewusstsein, dass eine gemeinsame Lösung gefunden werden muss
- Steigende Erwartungen an Unternehmen

Ressourcen werden knapper

- Weltweite Bevölkerungsentwicklung
- Steigender Lebensstandard
- Endliche Rohstoffverfügbarkeit
- Klimatische Veränderungen

Grundlagen schaffen. Strukturen bilden.



Ehrenamt) und Gesellschaft (Dialog, Milchkompetenz, Forschung, Engagement).

■ „Masterlösung“

Geben uns Standards Sicherheit bei der Überwachung von Nachhaltigkeit? Dieser Frage ging Dr. Andrea Niemann-Haberhausen, Leiterin Service Line Food & Beverage DNV Business Assurance Germany nach. Anforderungen

zu Nachhaltigkeit gewinnen immer mehr an Bedeutung. Dabei gibt es nicht „die Masterlösung“ für alle Betriebe. Bei den Nachhaltigkeitsstandards wird eine Entwicklung wie zu Beginn der Einführung von Lebensmittelstandards beobachtet. Und der Schlüssel? Nur dann, wenn ein Unternehmen selbst der Treiber ist, sein eigenes Tempo und die eigenen Ziele bestimmt, kann Nachhaltigkeit Teil des Risikomanagements eines Unternehmens sein, betonte Niemann-Haberhausen.

Technik + Service

SCHUY ... Ihr Partner in der Lebensmittelindustrie

„Billig sind unsere Maschinen nicht – aber konkurrenzlos preiswert“

Hans Schuy GmbH & Co. KG | Johann-Pülsch-Straße 5 | D-36088 Hünfeld
 Tel: +49 (0)6652 606-0 | Fax: +49 (0)6652 606-90 | E-Mail: office@schuy.com | Internet: www.schuy.com