

# Herausforderungen zur Nachhaltigkeit

## Unternehmen zwischen nachhaltiger Wertschöpfung und glaubwürdiger Kommunikation

**Dr. Michael Lendle**

*Nachhaltigkeit ist nicht nur eine kurzfristige Modeerscheinung unserer Zeit, sondern mittlerweile eines der wichtigsten Themen in der Ernährungswirtschaft. Nachhaltig zu sein gehört heute zum guten Ton und kein Unternehmen kann es sich leisten, nicht nachhaltig zu wirtschaften.*

Betrachten wir die heutige Situation der Ernährungswirtschaft, dann befindet sich diese häufig in einem Kreislauf wirtschaftlichen Handelns, der zum Ziel hat, Kosten zu senken, Mengen zu steigern und der auf kontinuierliches Wachstum ausgerichtet ist. Viele Lebensmittel werden vom Acker bis zur Ladentheke als industriell erzeugte und verarbeitete Produkte gehandelt und eine steigende Anzahl an Verbrauchern empfindet dieses Wirtschaften als befremdlich. Neben dem gesellschaftlichen Wertewandel, dem Anwachsen von moralischen Ansprüchen der Verbraucher und einer Reihe von Lebensmittelskandalen, gelten auch die fortschreitende Globalisierung sowie der zunehmende Rückzug des Staates aus der sozialen Verantwortung als treibende Kräfte, aufgrund derer die Diskussion um Nachhaltigkeit immer mehr an Stellenwert gewinnt. Im Rahmen der von der Europäischen Union und dem Land Nordrhein-Westfalen geförderten „Nachhaltigkeitsstudie Ernährung.NRW“ untersuchte das Institut für Nachhaltiges Management e.V. (IfNM) gemeinsam mit zwei renommierten Lehrstühlen der Universität Bonn die Einflüsse und Synergien nachhaltigen Wirtschaftens von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) auf die Lebensmittelkette in Nordrhein-Westfalen. Die wertschöpfungskettenübergreifende Analyse der Wirkungen nachhaltigen Wirtschaftens verfolgte dabei zentrale Fragestellungen:

- Was bedeutet Nachhaltigkeit für die ernährungswirtschaftlichen Wertschöpfungsketten in NRW, der ökonomischen, der ökologischen und der sozialen Dimension?
- An was müssen sich die Akteure gemäß der verschiedenen Stakeholder-Ansprüche halten?
- Welche Implikationen ergeben sich hieraus für die Gestaltung von Nachhaltigkeit?
- In welcher Weise kommunizieren Unternehmen der Ernährungswirtschaft ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten und welche Dimensionen der Nachhaltigkeit erfahren besondere Beachtung. Um die Sichtweise und bereits bestehende Maßnahmen seitens der Unternehmen zu erfassen, führte das Projektteam der Nachhaltigkeitsstudie Ernährung.NRW eine Online-Umfrage, Experteninterviews, Regionalworkshops und Gruppendiskussionen mit Unternehmen der Agrar- und Ernährungsbranche in NRW sowie relevanten Stakeholdern entlang der gesamten Wertschöpfungskette durch. Zur Bewertung der Nachhaltig-

Nachhaltigkeit –  
mittlerweile eines  
der wichtigsten Themen  
in der Ernährungs-  
wirtschaft

keitskommunikation wurden Internet-Blogs, Unternehmens-homepages sowie das Sortiment des Lebensmitteleinzelhandels analysiert, um zu untersuchen, ob, in welchem Umfang und mit welchen Schwerpunkten Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsstrategien kommunizieren. Die „Nachhaltigkeitsstudie Ernährung.NRW“ zeigt, dass die Botschaft bei Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft durchaus angekommen ist: Nachhaltigkeit ist das Gebot der Stunde. Es wird nicht mehr über Sinn und Unsinn von Nachhaltigkeitsbemühungen diskutiert, sondern darüber, wie eine tatsächliche und wirksame Umsetzung im Unternehmen wie auch transparente und glaubwürdige Kommunikation an relevante Stakeholder aussehen kann. Allerdings gibt

es große Unterschiede zwischen den Unternehmen, die sowohl das Verständnis von Nachhaltigkeit, als auch deren Umsetzung im Unternehmen sowie schließlich die Kommunikation mit den Stakeholdern betreffen. Da offenbar Wissen und Verständnis die Voraussetzung für eine effektive Umsetzung sind, liegt hier ein erster Schlüssel zum Erfolg. Die Erweiterung dieser Wissensbasis erfordert dabei gleichermaßen unternehmerische Eigeninitiative wie die Unterstützung durch Fachverbände, Beratung und Politik.

Die vorliegende Broschüre fasst die wesentlichen Ergebnisse der „Nachhaltigkeitsstudie Ernährung.NRW“ zusammen: [www.nachhaltigkeitsstudie-nrw.de](http://www.nachhaltigkeitsstudie-nrw.de)



**Dr. Michael Lendle**

Geschäftsführer des IfNM-Institutes für Nachhaltiges Management e.V. und Geschäftsführer der Managementberatung AFC Risk & Crisis Consult GmbH in Bonn

[michael.lendle@ifnm.net](mailto:michael.lendle@ifnm.net)