

Moral endet nicht am Regal

ZNU-Zukunftskonferenz Food – ZNU-Zertifikat könnte B2B-Standard werden

Witten-Herdecke. Motivierende Anregung und praxisnaher Erfahrungsaustausch standen im Mittelpunkt der 9. Zukunftskonferenz des Zentrums für nachhaltige Unternehmensentwicklung, ZNU.

„Nature is over“, so zitierte der frühere Bundesumweltminister Klaus Töpfer die Wissenschaftler, die das „Anthropozän“, das Menschheitszeitalter ausgerufen haben. Nicht mehr die Natur, sondern die Menschen provozieren geologische und klimatische Ereignisse. Verantwortung zwingt dazu, die Wertschöpfungsketten als Ganzes zu sehen, denn die deutsche Fleischproduktion beispielsweise beginnt schon am Rio de la Plata, mit südamerikanischem Soja. Dass wir die internationalen Handelsbeziehungen gerecht gestalten, sei nicht nur humanitär, sondern vor allem auch egoistisch zu begründen. Unsere Überschüsse bedingen die Defizite andernorts, aber wir brauchen ja



Im Dialog: Tanja Busse befragt Händler und Hersteller zu gemeinsamen Ansätzen.

Handelspartner und dürfen sie nicht niederkonkurrieren, so der frühere UN-Umweltdirektor vor den ZNU-Gästen in Witten. Auch der kritische Abenteurer Arved Fuchs plädierte eindringlich für mehr Schutz der bedrohten Weltregionen.

Solche Botschaften kommen an und finden immer mehr Niederschlag in deutschen Unternehmen, nicht nur denen, die im ZNU-Partnernetzwerk organisiert sind und die sich nach dem ZNU-Standard haben zertifizieren lassen. Für Florian Schütze, Nachhaltigkeitsmanager bei Lidl ist das Thema wesentlich für die Zukunft und das Profil eines Handelsunternehmens. Lidl hat für sein Sortiment Nachhaltigkeit neben die Qualitätssicherung und den Einkauf gestellt.

Mit dem Befund, „die Moral endet am Regal“, möchte man sich nicht mehr abfinden. Am Beispiel Geflügel und Kakao erläuterte Schütze die Kriterien des Discounters. Mit gentechnikfreier Ware und zertifiziertem Kakao und Zusammenarbeit mit den entsprechenden Verbänden sieht sich Lidl auf dem richtigen Weg. Im ZNU-Standard sieht er ein sinnvolles Instrument. Transparenz und Zusammenarbeit mit den NGOs sind auch für Guido Wolf, Ültje-Geschäftsführer, Kernelemente der Strategie. Nüsse als vegane Lebensmittel stehen so wieso in der Konjunktur.

Nachhaltigkeit ist für Start ups ein Muss, auch bei Unternehmertöchtern. Karolin Trockels produziert auf Dattelpflanzung biologische Glücksmomente und Verena Bahlsen scannt mit dem Unternehmen Hermann's das Netz nach innovativen Ideen ab. Und in der dritten Welt erfolgreich ist der Verein EinDollarBrille, der Millionen das Sehen erleichtert. bb/lz 14-17



Nachdenklich:

Klaus Töpfer, Ex-Umweltminister und UN-Umweltbeauftragter, plädiert für eine saubere und faire erste Meile in der Wertschöpfungskette. Nicht aus Humanismus, sondern aus Egoismus.



Diskutanten: Christian Geßner, ZNU, Andreas Schindler, Don Limon, Guido Wolf, Ültje, Florian Schütze, Lidl, Josef Stitzl, Hochland, und Axel Kölle, ZNU (v.l.).