

4 | Nachrichten

Im Dschungel der Siegel für Nachhaltigkeit hilft die BVE mit einem Leitfaden

Die BVE hat einen Branchenleitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erstellt, der als **Orientierungshilfe** für die Nachhaltigkeitsberichterstattung für kleine und mittlere Unternehmen der Ernährungsindustrie dient. Schließlich kann die Berichterstattung als strategisches Werkzeug nach außen ein Spiegelbild des Unternehmens sein. Sie dient zur Kommunikation mit den wichtigsten Anspruchsgruppen (Nachwuchskräfte, Verbraucher, NGOs, Handelspartner etc.), das Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Wettbewerbsvorteile schafft. Nach innen wirkt sie wie ein Werkzeug für den strategischen Umgang mit Nachhaltigkeit. Sie ist Strategiepapier und Controlling-System für Geschäftsführung, Investoren und Mitarbeiter, das den strategischen Umgang mit Nachhaltigkeitsaspekten ermöglicht, Orientierung und Sicherheit gibt.

Bei der Berichterstattung bilden **Reportingstandards** den Rahmen und geben auch Orientierung für den Gesetzgeber. Beim Thema Nachhaltigkeit sollte ein Reporting mit Maß und Ziel verfolgt werden, unterscheiden sich doch zum Beispiel schon beim Umfang Global Reporting Initiative (GRI) mit 362 Seiten, European Federation of Financial Analysts Societies (EFFAS) mit 170 Seiten und der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) mit 56 Seiten stark. Die GRI verlangt 58 Standardangaben und 92 Leistungsindikatoren (Key Performance Indicator - KPI), EFFAS 98 KPI und der DNK 20 Kriterien und 28 bzw. 16 KPI. Auch sind bei GRI und EFFAS sehr viele zusätzliche Daten wie Umsatz, Ergebnis und Wertschöpfung erforderlich, während der DNK sich auf einige wenige Zusatzdaten wie THG-Emissionen oder Stunden der Weiterbildung beschränkt. Der Branchenleitfaden der BVE zeigt diese Unterschiede auf, nach GRI zertifiziert ist zum Beispiel die Vion Food Group.

Der **Deutsche Nachhaltigkeitskodex** wurde 2011 vom Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) und der Bundesregierung entwickelt. Er reflektiert die wesentlichen international etablierten Standards und Managementansätze (wie GRI und EFFAS) und ist kompatibel. Er steht damit für eine vergleichbare Berichterstattung und ist der einfachste Einstieg für kleine und mittlere Unternehmen. Nicht zuletzt ist der Kodex ein von Politik, Wirtschaft und zivilgesellschaftlichen Organisationen anerkanntes Steuerungsinstrument für nachhaltiges Wirtschaften.

Der Branchenleitfaden steht zum **Download** in der Infothek der BVE bereit, zusätzlich kann ein Exemplar des Leitfadens online bestellt werden. www.bve-online.de

Nachhaltig wirtschaften e

Die Fleischwirtschaft steht immer wieder im Blickpunkt der Öffentlichkeit - meist leider nicht mit positiven Themen. Dass ein Engagement im ökologischen und sozialen Bereich neben einem besseren Image auch ökonomischen Erfolg bringt, zeigte das „Forum der Fleischwirtschaft“ von afz und „Fleischwirtschaft“. Und nicht zuletzt zählt eine nachhaltige Unternehmensführung auch auf das Renommee als Arbeitgeber ein.

OSNABRÜCK

GERD ABELN UND SANDRA SIELER

Unternehmenslenker, Nachhaltigkeitsexperten und Produzenten sind auf Einladung der afz und ihrer Schwesterzeitschrift „Fleischwirtschaft“ im Medienzentrum der NOZ in Osnabrück zusammengekommen, um das nachhaltige Wirtschaften in der Branche in all seinen Facetten zu beleuchten. Rund 100 Teilnehmer zählte das Forum, das inzwischen zum vierten Mal in der Friedensstadt stattfand.

Die theoretische Basis für das Forumsthema „Nachhaltigkeit leben – Verantwortung zeigen. Damit Fleisch eine Zukunft hat“ legten Stefanie Sabet von der BVE und Dr. Axel Kölle vom ZNU unter dem Aspekt „Das große Ganze“. „Ich möchte für Sie den Pudding Nachhaltigkeit an die Wand nageln“, verdeutlichte Kölle, der das ZNU Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung an der Universität Witten/Herdecke 2009 mit gegründet hat, die Komplexität des Themas. Das Drei-Säulen-Modell „Ökologie, Ökonomie und Soziales“ kann für ihn nur dann in der Fleischbranche Fuß fassen kann, wenn vom Azubi bis zum Chef alle mitmachen. Nachhaltigkeit heißt dabei mehr Verantwortung zu übernehmen – für Mensch und Natur, für die Wertschöpfungskette und für den offenen Dialog mit Anspruchsgruppen. Das schaffe einen Mehrwert für die Unternehmen, die immer im Mittelpunkt des Dreiecks Soziales, Wirtschaft und Umwelt stehen. Es gelte, die Zielkonflikte innerhalb der drei Komponenten zu managen.

Eine Nachhaltigkeitsstrategie ist für Kölle auch ökonomisch rational, weil ihre konkrete Umsetzung die Motivation der Mitarbeiter erhöht und damit die Innovationskraft des Unternehmens stärkt. Und nicht zuletzt, so der Referent: „Nachhaltigkeit macht Spaß“.

Nachhaltigkeit als Werttreiber

Stefanie Sabet von der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (BVE) zeigte den politischen Rahmen für das Thema Nachhaltigkeit auf und verwies auf Mindeststandards, die gesetzlich kontrolliert werden. Auch wenn seit 2017 EU-weit für bestimmte kapitalmarktorientierte Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern neue Berichtspflichten gelten, ist die Ernährungsindustrie davon kaum betroffen. Die BVE-Experten riet dennoch, sich mit dem Thema intensiv zu beschäftigen, denn der Markt verlange Handeln: Verbraucher kaufen bevorzugt nachhaltige Lebensmittel, der LEH setzt eigene Standards und Banken hinterfragen immer mehr Nachhaltigkeit von Investments. „Der BVE will Ihnen die Hemmschwelle nehmen“, folgerte Sabet und verwies auf den Leitfaden ihrer Organisation (siehe Box links).



Eine Million Hähnchen pro Tag schlachten, kann das nachhaltig sein? Damit umriss Dr. Ingo Stryck von Wiesenhof das Spannungsfeld, in dem sich der Geflügelspezialist bewegt. Er hatte die Antwort gleich parat: Wenn Menschen Fleisch essen wollen, müssen Tiere getötet werden. Sicher könne man sich darüber unterhalten, wie viel tierisches Protein wir zu uns nehmen und wie wir es erzeugen. Fleisch werde aber seinen Stellenwert in unserer Ernährung behalten.

Wiesenhof wird in der Tradition eines Familienunternehmens geführt, in dem verantwortliches Handeln und eine nachhaltige Ausrichtung eine zentrale Rolle spielen. Seit 2010 ist der Hähnchenvermarkter Partner des ZNU in Witten. Der Standort Wietze/Holte diente sogar als Pilotbetrieb bei der Entwicklung des ZNU-Standards „Nachhaltiger Wirtschaften Food“. Inzwischen sind alle deutschen Hähnchen- und Putenschlachtereien der PHW-

» Wir brauchen mehr Empathie fürs Tier.«

Dr. Gerald Otto

Gruppe sowie die Wurstproduktion vom ZNU zertifiziert. Die Maßnahmen im Konzern reichen vom effizienten Umwelt- und Energiemanagement bis zu den mehr als 600 Lkw, die mit aus Geflügelfett gewonnenem Biosprit fahren. Für dieses Jahr hat sich Wiesenhof unter anderem vorgenommen, Projekte zu Tierschutz und Tierwohl zu forcieren und alternative Haltungssysteme sowie die Mitarbeit in Tierwohlinitiativen zu intensivieren.

Ökologisch ist auch ökonomisch

Gegenüber seinem Vorredner von Wiesenhof müsse er umsatztechnisch ein paar Vorkommastellen wegstreichen, meinte Tobias Metten

augenzwinkernd und lenkte den Blick damit auf sein mittelständisches, regional im Sauerland verwurzelt Unternehmen mit 250 Mitarbeitern und rund 100 Mio. Euro Jahresumsatz. Nachhaltigkeit wird hier ebenfalls in allen drei Dimensionen gelebt. Im sozialen Bereich umfasst das etwa ein intensives Engagement in Sachen Aus- und Weiterbildung oder die Integration von körperlich eingeschränkten Mitarbeitern, beispielsweise von Gehörlosen in der Aspik-Manufaktur. Bei der Werkszusammenlegung im Jahr 2008 standen mehr die ökonomischen und ökologischen Gedanken im Vordergrund. Rund zwölf Millionen Euro investierte der Wursthersteller damals in moderne Maschinen und damit in eine ressourceneffiziente Produktion, die Energie- und Materialkosten senkt – und gleichzeitig der Ökologie zugute kommt. 2014 installierten die Sauerländer ein Blockheizkraftwerk, das zur Entlastung der Um-

n ergibt Sinn



Nachhaltigkeit geht alle an: große wie kleine Unternehmen. Das spiegelte auch das Publikum wider. Hilfestellung zum Einstieg ins Thema bietet der Leitfaden des Branchenverbands BVE, den Stefanie Sabet (links unten) vorstellte. Bei Dr. Nino Terjung (rechts, Mitte) wurde es experimentell: Er stellte das Ohmsche Erhitzen mittels Strom vor. Und Guido Maßmann von Avo (oben rechts) zeigte sich beim Besuch im Gewürzwerk von Avo als perfekter Gastgeber. Fotos: Hermann Penttermann

Mehr Fotos gibt's in unserer Bildergalerie: www.fleischwirtschaft.de/bild



Eine Analyse für den ganzen Lebenszyklus

Geschlossener Kreislauf: Die Ökobilanz fängt beim Rohstoff an, reicht über die Wertschöpfungskette bis zum Verbraucher und endet erst mit der Entsorgung oder der Wiederverwertung.

Die Methodik und den Nutzen von Lebenszyklus-Analysen (LCA – Life Cycle Assessments) für Fleischwaren stellte Dr. Stefan Irmischer vom DIL (Deutsches Institut für Lebensmitteltechnik) aus Quakenbrück vor. „LCAs sind komplexe Verfahren und benötigen als Grundlage objektive, validierbare Datensätze“, fasste Irmischer seine Ausführungen zusammen. Diese Daten stünden in der Regel in der Wertschöpfungskette zur Verfügung, man müsse sie nur nutzen, um Nachhaltigkeit in vier Phasen messbar zu machen. Im Fleischbereich sollten LCA zuerst in einem definierten Ziel und Zeitrahmen in relativen Ansätzen auf Kilogramm, Stück oder andere Einheiten bezogen werden. Dann müsse eine Sachbilanz mit allen technischen In- und Outputs erstellt werden. Im dritten Schritt erfolge eine Wirkungsabschätzung zum Beispiel mit Blick auf Ozon-, Land- oder Wasserverbrauch. Schließlich mündet Phase 4 in die Auswertung der Ergebnisse, die ggf. eine kritischen Betrachtung unterzogen werden.

LCA beziehen sich also auf spezielle Randbedingungen bzw. Szenarien und sind weit mehr als ein CO₂-Fußabdruck. Da sie wissenschaftlich belegt sind, liefern sie objektive Aussagen zur Nachhaltigkeit und dienen der Entscheidungsfindung. *abe | afz 26/2017*

Exklusiver Termin im Gewürzwerk

Am Vortag des „Forums der Fleischwirtschaft“ hatten die Teilnehmer Gelegenheit zu einer Besichtigung des Gewürzwerke von Avo in Belm, vor den Toren Osnabrücks. Geschäftsführer Guido Maßmann hieß die Gäste persönlich willkommen und umriss in kurzen Worten die Unternehmensstrategie als Partner der Fleischwirtschaft.

Das Unternehmen blickt auf eine mehr als 150-jährige Tradition zurück und ist dabei technisch auf neuestem Stand. Mehr als 18 Mio. Euro investierte der Gewürzspezialist in den letzten Jahren in eine hochentwickelte Prozesstechnik, die zum Beispiel auch ein fahrerloses Container-Transportsystem beinhaltet. Von der konnten sich die Besucher bei dem ausführlichen Rundgang dann gleich selbst überzeugen. Avo bietet ein Programm von mehr als 5000 Würzstoffen, Marinaden und Zusatzstoffen, das erfordert ein ausgeklügeltes Lager- und Logistiksystem. *si | afz 26/2017*

welt einerseits und zu einer Minderung der steigenden Energiekosten andererseits führte. „Unser Finanzgeschäftsführer hätte gern mehr davon“, unterstrich Metten die Wirksamkeit dieser Maßnahme.

In fairer Gemeinschaft

Die Goldschmaus-Gruppe plant, bis Ende 2017 alle Werkvertragsmitarbeiter fest anzustellen. Auch das ist eine Facette der Nachhaltigkeit. So übernimmt der Tier- und Fleischvermarkter Verantwortung für seine Mitarbeiter, rechnet aber im Gegenzug mit einer stärkeren Bindung der Kollegen und einer gesteigerten Identifikation mit dem Unternehmen. „Und wir haben jetzt die Probleme, die vorher der Personaldienstleister hatte“, beschrieb Geschäftsführer Dr. Gerald Otto gleich die Herausforderungen, die mit der Umstellung verbunden sind: Wohnraum beschaffen, die Organisation der täglichen Anfahrt, Sprachkurse für eine bessere Integration, um nur

einige zu nennen. „Aber wir können nicht eine Gruppe kommunizieren und zwei Gruppen von Mitarbeitern haben“, meint Otto.

Ein weiterer nachhaltiger Erfolgsfaktor der Verbundgruppe Goldschmaus ist die Partnerschaft mit den Landwirten. Schlüssel sei die offene und faire Kommunikation zwischen Lieferant und Abnehmer, zum Beispiel bei Schlachtbefunddaten. Durch das Zurückspiegeln zum Mäster weiß jeder, wo er im Vergleich zu den anderen Landwirten steht, und sieht sein Verbesserungspotenzial. Hinzu kommt ein Beratungskonzept mit dem Schweinegesundheitsdienst der Landwirtschaftskammer Niedersachsen. Ottos Resümee: „Nur als faire Gemeinschaft können wir dem Kunden ein faires Produkt anbieten.“

Der „Osnabrücker Friedensschinken“ von Bedford ist der Branche schon seit Jahren ein Begriff: Von jedem verkauften Schinken geht ein Euro an die Kinderhilfsor-

ganisation „terre des hommes“. Seit Projektbeginn in 2003 kamen mehr als 850 000 Euro für Kinder in Kriegs- und Krisengebieten zusammen. Das finden nicht nur die Kleinen vor Ort toll, das strahlt auch auf die Mitarbeiter der Manufaktur im heimischen Osnabrück ab. Sie sind stolz in einem so engagierten Unternehmen zu arbeiten. Zweiter Schwerpunkt und zugleich Herzensangelegenheit von Bert Mutsaers, der das Unternehmen zusammen mit seiner Schwester Gabriele führt, ist das Offenstall-Projekt. Hier haben die Schweine Kontakt zur Außenwelt durch eine offene Front oder einen Auslaufstall. Es gibt Stroheinstreu und mehrere Klimazonen: zum Laufen, Liegen und Koten. „Es geht darum, einen Bereich zwischen konventionell und Bio zu besetzen“, erläuterte Mutsaers. Auch dieses Projekt bringe positive Resonanz bei Medien und Verbrauchern. Der Bedford-Chef appellierte an die Zuhörer, ebenfalls

solche Aktionen zu fördern: „Lieber im Vorfeld agieren, als im Nachhinein reagieren“, sei seine Maxime.

Sekundenschnell garen mit Strom

Energie sparen möchte Dr. Nino Terjung vom DIL Deutsches Institut für Lebensmitteltechnik und Fleisch sekundenschnell garen dank Ohmscher Erhitzung. Bei diesem Verfahren erhitzt sich das Lebensmittel beim Durchleiten von Strom. „Das Verfahren ist relativ einfach, die Umsetzung komplex“, so Terjung. Ein Film veranschaulicht, wie Brät in 80 Sekunden auf 72 Grad Kerntemperatur erhitzt wird. Im Vergleich zu Dampf seien diese Werte deutlich besser. Als Anwendung kann er sich das Auftauen von Gefrierfleischblöcken ebenso vorstellen wie das Garen von Wurst und Fleisch in gleichmäßigen Blöcken. Von Vorteil sei ein hoher Salzgehalt, Speck und Sehnen als „Widerstände“ könne man allerdings nicht gebrauchen. *afz 26/2017*