

Nachhaltig Lebensmittel produzieren

Lebensmittelwirtschaft

Fragen und Antworten
zur Nachhaltigkeit
entlang der Wertschöpfungskette



Nachhaltig Lebensmittel produzieren

Fragen und Antworten zur Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette

Inhalt

Lebensmittelwirtschaft

Einführung

Was bedeutet Nachhaltigkeit?	1
Das nachhaltige Unternehmen – in Kurzform.	2

Zertifizierungen und Bewertungssysteme

Ein Überblick	4
Sustainability Assessment of Food and Agriculture (SAFA) . . .	6
Gemeinwohlbilanz	7
Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)	8

Ressourcen

Rohstoffe und Lebensmittel	9
Regional und saisonal	10
Ökologische Erzeugung	11
Ökologische Lebensmittelverarbeitung	12
Ökokontrolle	13
Nachhaltige Landwirtschaft	14
Fairer Handel	15
Biodiversität.	16
Authentizität und Rückverfolgbarkeit	18
Betriebsverpflegung	19
Personal	20
Energie und Verwertungseffizienz	21
Verwerten statt verschwenden	22

Gesellschaft

Das Unternehmensumfeld	23
Nachhaltigkeitskommunikation.	24
Links	25
Impressum/Bildverzeichnis	26

Einführung

Die Zukunft „schmeckt“... nachhaltig!
Was das heißt? Wir haben es für Sie in dieser kompakten Broschüre zusammengefasst – angereichert mit zahlreichen Tipps für die Praxis und zum Weiterlesen. Denn Lebensmittel sollen in unserer Gesellschaft nicht nur satt machen und Genuss bieten. Politik, Konsumenten und Beteiligte der Wertschöpfungskette wünschen sich mehr und mehr nachhaltiges Handeln. Hier wird viel Potenzial für die Positionierung und Profilierung Ihres Unternehmens geboten, das darauf wartet, von Ihnen genutzt zu werden. Um in eine nachhaltigere Zukunft zu starten, ist alles möglich: von der Überprüfung des Rohwareneinsatzes bis hin zu Umstrukturierungen im Betrieb. Los geht's!

Was ist Nachhaltigkeit?

Der Begriff Nachhaltigkeit darf ruhig wörtlich verstanden werden: Nachhaltig ist etwas dann, wenn es „hält“, wenn es nicht auf kurzfristigen Erfolg, sondern auf Langlebigkeit und Stabilität ausgelegt ist. Seinen Ursprung hat das Konzept der Nachhaltigkeit vor über 300 Jahren in der Waldwirtschaft. Dabei sollte nicht mehr Holz aus den Wäldern entnommen werden, als nachwachsen kann. Heute geht



„Schlage nur so viel Holz ein, wie der Wald verkraften kann!
So viel Holz, wie nachwachsen kann!“

Hans Carl von Carlowitz, „Sylvicultura oeconomica“ (1713)



es längst nicht mehr nur um den planvollen Umgang mit Holzvorräten. Langfristige Verantwortung, generationsübergreifende Planung und gemeinsame Sicherung sind zentral für eine nachhaltige Entwicklung. Herkunft und Verbrauch von Rohstoffen, der Umgang mit unseren Lebensgrundlagen und das soziale Miteinander werden nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit überdacht und integriert. Wesentlich bei einer nachhaltigen Entwicklung ist die gleichzeitige und gleichberechtigte Gewichtung der Bereiche Ökologie, Ökonomie und Soziales. Nachhaltige Entwicklung bedeutet für ein Unternehmen vor allem stetige Anpassung – ein immerwährender Prozess, der nie zu Ende geht!

Das nachhaltige Unternehmen – in Kurzform



Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen rückt zunehmend in den Fokus der Öffentlichkeit. Diese sogenannte „Corporate Social Responsibility“ (CSR) geht über die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen hinaus und ist Teil der nachhaltigen Unternehmensführung. Neben sozialen und ökologischen Aspekten umfasst nachhaltige Unternehmensführung auch die langfristige ökonomische Sicherung des Unternehmens.

Die Wertschöpfungskette im Blick

Vom Acker auf den Teller (und tlw. auch zurück: Cradle to Cradle), wie es so bildhaft ausgedrückt wird, verdeutlicht das Verantwortungsbereich Lebensmittel verarbeitender Unternehmen. Dabei gilt es, angrenzende Themenfelder wie Rohstoffe, Energie und gesellschaftliche Fragen einzubeziehen.

Ein Leitbild für die Nachhaltigkeit

Wie ist es möglich, die Vielzahl an Themen, die in einem nachhaltigen Unternehmen relevant sind, betriebspezifisch zu erschließen und für das gesamte Unternehmen lebendig zu machen? Eine Möglichkeit bietet sich durch die Entwicklung eines Leitbilds. Geschieht dies partizipativ, z. B. in Form

von gemeinsamen Workshops, können auch Mitarbeiter oder Stakeholder mitgestalten – und ein abstraktes Leitbild mit Leben füllen. Mögliche Inhalte sind:

- Ihr **Selbstbild/Selbstverständnis** (Corporate Identity),
- **Gleichwertigkeit** von Ökologie, Ökonomie und sozialen Faktoren,
- externes und internes **fares, partizipatives Handeln**,
- Verfahren zum **Dialog** mit relevanten Interessengruppen, z. B. Grundsätze kooperativer Zusammenarbeit,
- **Verantwortung** den Kunden und der Gesellschaft gegenüber,
- **Ideen-, Beschwerde-, Change- und Konfliktmanagement**,
- **normatives** Management wie z. B. Qualitätsmanagement.

Die Behandlung der Themen Ökologie, Ökonomie und Soziales stellt für jedes Unternehmen ein individuelles Entwicklungsfeld dar – denn jeder Betrieb hat seine Stärken und Schwächen.

Beispiele aus dem Internet:

www.landbrot.de > Backstube > Leitbild Demeter Baecker

www.rapunzel.de > Firmenziele

www.alnatura.de > Über uns > Grundsätze

www.andechser-natur.de > Unternehmen > Philosophie

Ökologie

• Herkunft

Regionale Produkte schonen die Umwelt durch kurze Transportwege. Sie unterstützen auch sozial-ökonomische Belange (siehe: regionale Wertschöpfung). Bei einem nachhaltig oder ökologisch arbeitenden Landwirt können diese Rohstoffqualitäten bezogen werden. Auch bei Rohstoffen, die es in der Region nicht geben kann, ist es möglich, auf Nachhaltigkeit zu achten, z. B. durch fair gehandelte Rohwaren.

• Ökologisierung

Technische Abläufe können Sie so verbessern, dass Rohstoffe, Fläche, Strom, Wasser und Energieträger wie Öl oder Gas eingespart werden und die Umwelt weniger belastet wird.

Ökonomie

• Ökonomische Tragfähigkeit

Natürlich sollte der Betrieb stets zahlungsfähig bleiben und Investitionen tätigen können. Vermögen und Einkommen müssen langfristig gesichert werden.

• Regionale Wertschöpfung

Mit Rohwaren direkt vom Landwirt oder einer Erzeugergemeinschaft aus der Region können Sie die Wertschöpfung vor Ort fördern. Gemeinsam können Sie besondere Rohstoffe oder Qualitäten entwickeln. Langfristige Verträge fördern beide Partner und dienen der Transparenz und dem nachhaltigen Qualitätsmanagement. Netzwerken ist gefragt!



Soziales

Verankern Sie in Ihrem Leitbild die Wertschätzung für alle Beteiligten! Insbesondere die Bereiche faire Entlohnung, soziales Miteinander, Vereinbarkeit von Familie und Beruf (bzw. eine ausgewogene Work-Life-Balance) sowie Möglichkeiten zur Weiterentwicklung und Weiterbildung tragen dazu bei. Übernehmen Sie gesellschaftliche Verantwortung!

- **Auszubildende** einstellen – sie sind eine Investition in die Zukunft.
- **Geschlechter- und Generationengerechtigkeit** beachten.
- **Inklusion** von Menschen mit Beeinträchtigungen.
- **Integration** von neuen Mitbürgern.
- **Angebote für Kunden und Umgebung**, wie z. B. Betriebsführungen.

Die Kunst einer Leitbildentwicklung besteht darin, einen stetigen Entwicklungsprozess anzustoßen.

Tipp: Formulierungen sollten nicht allgemein gehalten werden, sondern einen persönlichen Bezug ermöglichen.

Zertifizierungen und Bewertungssysteme: Ein Überblick

Zertifizierungen und Standards zeigen, welchen Grundsätzen sich ein Betrieb verpflichtet fühlt. Die Kennzeichnung mit entsprechenden vertrauten Labeln und Siegeln hilft Ihnen bei der Suche nach geeigneten, nachhaltig wirtschaftenden Lieferanten. Im Handel spielen Siegel teilweise eine große Rolle, hier werden oft spezifische Themen wie Regionalität, Tierwohl oder Umweltschutz kommuniziert und beworben. Viele Verbraucher orientieren sich an Zertifizierungen.

Im Handel gibt es für einzelne Produkte verschiedene Nachhaltigkeitsiegel. Was hier für jedes einzelne Unternehmen sinnvoll ist, muss individuell geprüft werden. Letztlich wenig vertrauenswürdig ist die Nutzung von eigenen siegelartigen Werbebotschaften, die eine Produkteigenschaft hervorheben.

Lassen Sie sich unabhängig und extern zertifizieren und stellen Sie die dafür benötigte Transparenz her! Dies ist für Unternehmen, Stakeholder und Verbraucher die nachhaltigste Lösung und erleichtert dem Endkunden den gezielten Einkauf.

Prüfen Sie die am Markt vorhandenen Siegel und wählen Sie diese so aus, dass



Sie hier Ihr Entwicklungspotenzial entfalten können. Einige Beispiele für Siegel und Zeichen mit Relevanz im Lebensmittelbereich:



• **Fairtrade**
Zertifizierung für Güter aus fairem Handel. Im Vordergrund stehen menschenwürdige Lebens- und Arbeitsbedingungen für die Erzeuger, aber auch eine umweltverträgliche Produktion soll unterstützt werden.



• **EU-Bio-Logo und Bio-Siegel**
Kennzeichnung für Lebensmittel und andere Produkte aus ökologischem Landbau und Bio-Produktion laut EU-Rechtsvorschriften.



• **Regionalfenster**
Informationsfeld, das Aussagen zur Herkunft der eingesetzten Zutaten sowie zum Ort der Verarbeitung enthält.



• **Marine Stewardship Council**
Kennzeichnet Fisch aus nachhaltiger Fischerei, die den Erhalt von Fischbeständen gewährleistet, zum Schutz der Lebensräume im Meer beiträgt und Arbeitsplätze sichert.



• **Tierwohl-Label des Deutschen Tierschutzbundes**
Label für die Fleischverarbeitung zugunsten des Tierwohls (z. B. Vorgaben zur Haltung, Schlachtvorgang) und der Fleischqualität (z. B. Gentechnikfreiheit).



• **Forest Stewardship Council**
Papier ist bei einer Vielzahl von Verpackungen kaum wegzudenken. FSC kennzeichnet Holz- und Zelluloseprodukte aus nachhaltiger Waldwirtschaft.

Zur Zeit wird ein staatliches Tierwohl-Label durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft entwickelt.

Mehr Informationen finden Sie zum Beispiel unter www.label-online.de

Neben den für den Verbraucher sichtbaren Siegeln gibt es zahlreiche Standards und Bewertungsinstrumente, welche die Nachhaltigkeit von Unternehmen systematisieren und bewerten. Sie helfen bei der Einführung nachhaltiger Strukturen und erfassen Nachhaltigkeit als Prozess. Einige Beispiele:

- **ISO 14001**
Die internationale Umweltmanagementnorm bezieht sich auf die mit Produktionsprozessen und Dienstleistungen verbundenen Fragen des Umweltmanagements.
- **Social Accountability International SA8000**
Der weltweit zertifizierbare Standard für die sozial verantwortliche Unternehmensführung beschreibt die Mindestanforderungen an Sozial- und Arbeitsstandards.
- **Business Social Compliance Initiative (BSCI)**
Verfolgt das Ziel einer weltweiten Verbesserung von Arbeitsbedingungen in internationalen Wertschöpfungsketten (im Kontext zu SA8000-Standard).
- **Sustainability Balanced Scorecard (SBSC)**
Weiterentwicklung eines strategischen Managementtools (Balanced Scorecard (BSC)) mit dem Ziel integrierter unternehmerischer Beiträge zur Nachhaltigkeit – also die Kombination von Ökonomie, Ökologie und Sozialem.
- **ISO 26000**
Nicht zertifizierbare Norm, die definiert, was gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln ausmacht, mit Empfehlungen zur Implementierung.
- **Ökobilanz (ISO 14044)**
Lebenszyklusanalyse der Umweltwirkungen eines Produkts. Dazu gehören sämtliche Umweltwirkungen während Produktion, Nutzung und Entsorgung des Produkts sowie vor- und nachgeschaltete Prozesse.
- **Product Carbon Footprint (PCF)**
Betrachtung aller klimarelevanten Gase der gesamten Wertschöpfungskette bis hin zur Entsorgung der Verpackung.
- **Greenhouse Gas Protocol**
Praktischer Bilanzierungsleitfaden, der in unterschiedliche Emissionsbereiche einteilt: 1. eigene Verbrennung, 2. eingekaufte Energie, 3. Dienst- und Vorleistungen.
- **ZNU Standard Nachhaltiger Wirtschaften Food**
Der Standard soll helfen, Nachhaltigkeitsaktivitäten zu strukturieren, weiterzuentwickeln und glaubwürdig zu kommunizieren.
- **BVE-Branchenleitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)**
Orientierungshilfe der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie für die Nachhaltigkeitsberichterstattung nach dem DNK. Speziell auf Ernährungswirtschaft zugeschnitten mit zahlreichen Praxisbeispielen.



Umweltfreundliche Beschaffung lautet das Stichwort bei Institutionen und Ausschreibungen der öffentlichen Hand. Interessante Anregungen liefert der in diesem Zusammenhang erstellte Leitfaden „Umweltfreundliche Beschaffung in der Praxis“ (2016). Tipp für den Materialeinkauf: Achten Sie auf Produkte mit diesen Kennzeichnungen:



Der Blaue Engel – seit 1978 ein Kompass für umweltfreundliche Produkte (aktuell rund 12.000 Produkte). www.blauer-engel.de



Das EU Ecolabel ist seit 1992 ein anerkanntes EU-Umweltzeichen. Das Spektrum reicht vom Reinigungsmittel bis zu Beherbergungsbetrieben (keine Lebensmittel). www.eu-ecolabel.de

Um ein Gespür für die unterschiedlichen Schwerpunkte und Herangehensweisen der Bewertungssysteme zu bekommen, stellen wir Ihnen auf den nachfolgenden Seiten einige Systeme etwas ausführlicher vor.

Sustainability Assessment of Food and Agriculture



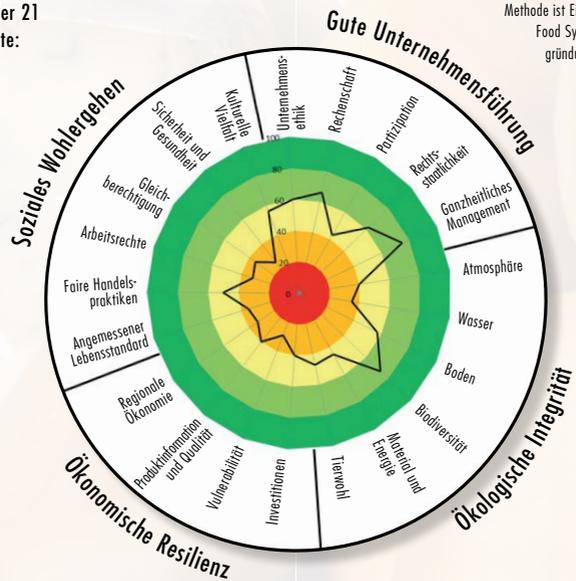
Um die Nachhaltigkeitsleistungen von landwirtschaftlichen Betrieben und Unternehmen der Lebensmittelbranche ganzheitlich und vergleichbar messen und bewerten zu können, wurden im Auftrag der Vereinten Nationen die SAFA-Nachhaltigkeitsrichtlinien veröffentlicht. Diese weltweit gültigen Richtlinien definieren vier Dimensionen und unterscheiden insgesamt 21 Themenfelder und 58 Unterthemen mit jeweils einem spezifischen Nachhaltigkeitsziel und geben damit einen einheitlichen Rahmen vor.

Ein Beispiel: SMART (Sustainability Monitoring and Assessment Routine)

Um die SAFA-Richtlinien einfach und effizient anwendbar zu machen, wurde das SMART-Tool entwickelt. Mit diesem wird der gesamte Einflussbereich eines Betriebs innerhalb der kompletten Wertschöpfungskette betrachtet und im Hinblick auf die Zielerreichung jedes der 58 SAFA-Unterthemen bewertet.



Beispiel für ein Bewertungsschema für jedes der 21 SAFA-Themengebiete:



Hinweis: SMART als Marke und Methode ist Eigentum der Sustainable Food Systems GmbH, einer Ausgründung der drei Forschungsinstitute FiBL Schweiz, FiBL Deutschland und FiBL Österreich.

Informationen und Download zu den SAFA-Guidelines: www.fao.org/nr/sustainability/sustainability-assessments-safa/en

Gemeinwohlbilanz – ein alternativer Ansatz



Die Gemeinwohl-Ökonomie ist ein alternatives Wirtschaftsmodell, das auf den Werten Menschenwürde, Mitgefühl, Solidarität, soziale Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie auf



demokratischer Mitbestimmung und Transparenz aufbaut. Ziel eines am Gemeinwohl orientierten Unternehmens ist „das Gelingen von zwischenmenschlichen und ökologischen Beziehungen“*. Der Beitrag zum Gemeinwohl wird dabei zum Faktor für den unternehmerischen Erfolg und mit der sogenannten Gemeinwohl-Bilanz gemessen. Das bedeutet: Nicht mehr die wirtschaftliche Erfolgsmessung an monetären Werten (wie Finanzgewinn oder Bruttoinlandsprodukt) steht für die Unternehmen im Vordergrund, sondern humane und ökologische Nutzwerte (Grundbedürfnisse, Lebensqualitätsfaktoren und Gemeinschaftswerte).

Ökologische Produkte und Produktion, eine hohe Arbeitsplatzqualität, innerbetriebliche Mitbestimmung und geringe Steuerung durch Fremdkapital sind weitere Stichworte, die Vorteile für die Gemeinwohlbilanz eines Unternehmens beschreiben. Kurz zusammenfassen lassen sich die Prinzipien des Modells so:

- Gemeinwohl vor Gewinnmaximierung,
- Kapital als Mittel, nicht als Selbstzweck,
- Erhöhung von Freiheit und Demokratie.

Die Gemeinwohl-Orientierung eines Unternehmens lässt sich auf einen Blick erfassen. Anhand eines Kriterienkatalogs wird die Unternehmensleistung jährlich mit Punkten bewertet.

Weitere Informationen: [Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie, www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

*Quelle: Christian Felber, Autor „Gemeinwohl-Ökonomie“

GEMEINWOHL-MATRIX 4.1		GEMEINWOHL ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft						
Diese Version gilt für alle Bilanzen, die ab dem 15. März 2013 für das rückliegende Bilanzjahr eingereicht werden.		WERT	Menschenwürde	Solidarität	Ökologische Nachhaltigkeit	Soziale Gerechtigkeit	Demokratische Mitbestimmung & Transparenz	
A) Lieferantinnen	A1: Ethisches Beschaffungsmanagement Aktive Auseinandersetzung mit den Risiken zugekaufter Produkte / Dienstleistungen, Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl von Lieferanten und Dienstleistungserbringern	90						
B) GeldgeberInnen	B1: Ethisches Finanzmanagement Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Auswahl der Finanzdienstleistungen; gemeinwohlorientierte Veranlagung und Finanzierung	30						
C) MitarbeiterInnen inklusive EigentümerInnen	C1: Arbeitsplatzqualität und Gleichstellung mitarbeiter/innen: Organisationskultur und -strukturen, faire Beschäftigungs- und Entgeltregeln, Arbeitsschutz und Gesundheitsförderung einschließlich Work-Life-Balance Flexible Arbeitszeiten, Gleichstellung und Diversität	90	C2: Gerechte Verteilung der Erwerbsarbeit Abbau von Überstunden, Verzicht auf überhöhten Verträgen, Reduktion der Regierkosten, Beitrag zur Produktion für Arbeitslosigkeit	50	C3: Förderung ökologischer Verhaltens der MitarbeiterInnen Aktive Förderung eines nachhaltigen Lebensstils der MitarbeiterInnen (Biodiät, Ernährung, Weiterbildung und Berufszusammenhang schaffende Maßnahmen, nachhaltige Organisationskultur	30	C4: Gerechte Verteilung des Einkommens Umfassende innerbetriebliche Transparenz, Wahl der Führungsbefugnisse durch die MitarbeiterInnen, konsensuale Mitbestimmung bei Grundsatz- und Rahmenentscheidungen, Übergabe Eigenes an MitarbeiterInnen z.B. Sozialrat	60
D) KundInnen / Produkte /	D1: Ethische Kundenbeziehung Ethischer Umgang mit KundInnen, Weitergabe von Informationen, Know-How		D2: Solidarität mit Mitunternehmern Weitergabe von Informationen, Know-How		D3: Ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D4: Soziale Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen	D5: Erhöhung der sozialen und ökologischen Branchenstandards	

Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)



Das System wurde von der Europäischen Union entwickelt und ist ein Gemeinschaftssystem aus Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung. Die Eigenverantwortung der Wirtschaft bei der Bewältigung ihrer direkten und indirekten Umweltauswirkungen ist maßgeblich. Das Managementsystem nach EMAS, das eine kontinuierliche Verbesserung des Betriebs verlangt, ist trotz der hohen Umwelтанforderung das erfolgreichste Instrument in diesem Bereich.

EMAS verlangt:

- Einhaltung der Rechtsvorschriften,
- Verbesserung der Leistungen für den Umweltschutz über den gesetzlichen Standard hinaus,
- Beteiligung der Arbeitnehmer,
- Kommunikation mit der Öffentlichkeit und interessierten Kreisen (z. B. Banken, Versicherungen, Zulieferer),
- Überprüfung der Umweltverbesserungen durch einen staatlich zugelassenen und überwachten, unabhängigen Umweltgutachter.

Unternehmen, die sich nach EMAS zertifizieren lassen, erstellen für die Öffentlichkeit regelmäßig eine Umwelterklärung. Diese muss von einem unabhängigen, staatlich zugelassenen Umweltgutachter

überprüft werden (Auditierung). Erfüllt sie die strengen Voraussetzungen der EG-Umwelt-Audit-Verordnung, wird sie vom Gutachter als gültig anerkannt (Validierung). Es erfolgt der Eintrag in das EMAS-Register der Industrie- und Handelskammern (IHK) und der Handwerkskammern. Das öffentlich-rechtliche EMAS-System deckt alle Umweltaspekte der Corporate Social Responsibility (CSR) zuverlässig ab. Es entspricht dem Umweltmanagementsystem ISO 14001 und geht darüber hinaus.

Eine Datenbank der EMAS-Umwelterklärungen ist zu finden unter: www.emas.de
> Teilnahme > Umwelterklärungen > Sammlung
Hier sind Umwelterklärungen von zurzeit 74 Lebensmittelverarbeitern und Getränkeherstellern wie z. B. HiPP, Ludwig Stocker Hopfisterei oder Andechser Molkerei Scheitz GmbH einsehbar.

Natürlich stellen die Anforderungen der verschiedenen Nachhaltigkeitssysteme eine Herausforderung für Unternehmen dar. Doch ob in einzelnen Schritten oder mit Bewertungssystem – es sind wichtige Wege für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens!

Rohstoffe und Lebensmittel

Naheliegender Einsatz nachhaltiger und/oder ökologischer Rohstoffe. Denn wer nachhaltig wirtschaften möchte, muss einen Blick auf die Rohstoffe werfen, aus denen seine Produkte hergestellt werden. Wo kommen sie her? Wie wurden sie angebaut, bearbeitet und verarbeitet? Welche Arbeitsbedingungen sind beim zuliefernden Betrieb üblich? Wie sieht es mit den Transportwegen aus? Nur aus nachhaltig erzeugten und verarbeiteten Rohstoffen können Lebensmittel entstehen, die das Prädikat „nachhaltig“ verdient haben. Wesentliche Nachhaltigkeitsmerkmale im Bereich Rohwaren haben wir hier zusammengestellt.

Regionale Rohwaren

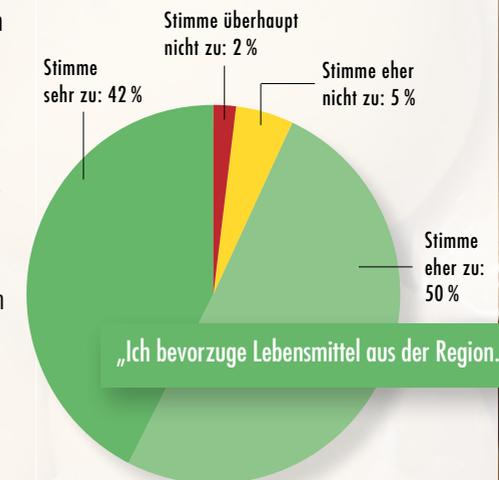
werden nur über kurze Strecken und in der Regel nur mit geringem Energieaufwand transportiert. Natürlich lassen sich bei größeren Unternehmen nicht alle Rohwaren aus der Umgebung der Fabrikation beziehen. Einzelne regionale Produkte, Zutaten oder Produktlinien sowie die Bevorzugung von langfristigen Lieferbeziehungen mit Landwirten aus der Region können hier Lösungsansätze sein. Was im Einzelfall unter „regional“ zu verstehen ist, muss jeder Betrieb für sich selbst definieren. So kann er

als Grenze für die Herkunft seiner Rohstoffe einen Kulturraum (z. B. Niederrhein), eine politische Einheit (z. B. Main-Kinzig-Kreis) oder eine Landschaft (z. B. Odenwald, Rhön, Eifel) festlegen. Wichtig ist dabei, dass diese Regionen den Verbrauchern klar kommuniziert werden.

Hohe Akzeptanz bei den Verbrauchern

Verbraucher zeigen eine hohe Akzeptanz regionaler Lebensmittel. Bei einer repräsentativen Verbraucherumfrage des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft im Jahr 2013 wurde ermittelt, dass 92 % aller Befragten Lebensmittel aus der Region bevorzugen. Je älter und besser gebildet die Befragten waren, desto mehr war ihnen an regionalen Produkten gelegen.

Hinweis: Weitere Informationen dazu sind z. B. in der Studie: „Zielkonflikt beim Lebensmitteleinkauf: Konventionell regional, ökologisch regional oder ökologisch aus entfernteren Regionen“ unter <http://orgprints.org/30487/> zu finden.



Quelle: Umfrage des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft, 2013

Regional und saisonal



Ökologische Erzeugung



Alle auf dieser Seite aufgeführten Siegel sind zertifizierungs- und lizenzpflichtig und werden unabhängig überprüft.



Regionalsiegel der Bundesländer

Die meisten Bundesländer haben Regionalsiegel eingeführt, wie z. B. „Gutes aus Hessen“ oder „Geprüfte Qualität Bayern“.



Regionale Bio-Siegel

In verschiedenen Bundesländern (z. B. BW und MV) und Regionen Deutschlands (z. B. Rhön) wurde zur Förderung der Regionalvermarktung das Bio-Siegel mit Herkunftsbestimmungen verknüpft oder ein neues regionales Bio-Zeichen entwickelt (HE, BY). Alle Produkte, die dieses Siegel

tragen, müssen neben der entsprechenden Herkunft auch die Grundanforderung der EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erfüllen und zusätzlich das EU-Bio-Logo tragen.

Regionalfenster

Das Regionalfenster informiert über die Herkunft der eingesetzten landwirtschaftlichen Zutaten und den Ort der Verarbeitung. Die Region muss kleiner als Deutschland sein und wird eindeutig benannt, z. B. Bundesland, Landkreis oder Radius in Kilometern.



Saisonale Produkte

Diese sind nicht nur unter Marketingaspekten zu betrachten, sondern auch eine Möglichkeit, auf energieaufwendige und teure Lagerung und Kühlung zu verzichten.



Der Bundesverband der Regionalbewegung e. V. benennt weitere Initiativen zur Förderung der Regionalität. Nähere Informationen unter www.regionalfenster.de

Ökologische Rohwaren

Ökologisch wirtschaftende Betriebe haben in Sachen Nachhaltigkeit große Vorteile. Denn zum einen sind die Begriffe „Öko“ und „Bio“ eindeutig rechtlich definiert und geschützt (EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau) und zum anderen wird, wie der Name schon sagt, Ökologie mehr Platz eingeräumt. Grundsätzlich geht es bei dieser Form der Landwirtschaft darum, hochwertige Erzeugnisse zu produzieren, die gut für die Umwelt und das Wohlbefinden der Tiere sind. Im landwirtschaftlichen Betrieb wird daher vieles getan, um eine Kreislaufwirtschaft mit möglichst geschlossenen Nährstoffzyklen zu ermöglichen. Die Kreislaufwirtschaft ist eine Basis der landwirtschaftlichen Nachhaltigkeit. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung bezeichnet den Ökolandbau als Gold-Standard.

Die ökologische Landwirtschaft

Einige wichtige Eckpunkte dieser Wirtschaftsweise sind:

- **Keine chemisch-synthetischen Düngemittel**
Die Bodenfruchtbarkeit wird z. B. durch den Einsatz von Leguminosen gefördert, die Stickstoff aus der Luft binden können.

- **Vielfältige Fruchtfolge**

Sie sorgt für humusreichen Boden und verminderten Schädlings- und Krankheitsdruck bei den Kulturen.

- **Flächegebundene Tierhaltung**

Die maximale Anzahl der auf einem Betrieb gehaltenen Tiere hängt mit dessen Fläche zusammen.

- **Tierwohl**

Der Auslauf und die Haltebedingungen der Tiere sind an besondere Anforderungen bezüglich Herkunft, Unterbringung, Haltung und Fütterung geknüpft.

- **Umwelt**

Der Ökolandbau schützt die Umwelt und insbesondere das Grundwasser vor Verunreinigungen durch chemisch-synthetische Dünger wie schnell lösliche, mineralische Stickstoffdünger und chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel. Die Vielfalt der Lebewesen und Lebensräume bleibt erhalten.

- **Bodenschutz**

Intakte Böden können dauerhaft stabile Erträge liefern und CO₂ speichern. Der Ökolandbau schützt Ackerböden, verbessert die Aufnahme von Niederschlagswasser, fördert die Bodenfruchtbarkeit und mindert die Erosion.

- **Rechtssicherheit**

Der Ökolandbau bietet Sicherheit durch unabhängige regelmäßige Kontrollen zur Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben.

Ökologische Lebensmittelverarbeitung



Voraussetzung für die Kennzeichnung eines Produkts als Bioprodukt ist die Einhaltung der EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau. Für die Verarbeitung von Biorohstoffen wird hier insbesondere Folgendes geregelt:

- Es dürfen nur biozertifizierte Rohstoffe eingesetzt werden. Die wenigen zulässigen konventionellen Zutaten erfordern eine Ausnahmegenehmigung und dürfen einen Anteil von fünf Prozent nicht überschreiten.
- Zulässige Zusatz- und Hilfsstoffe werden in den EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau vorgegeben.
- Der Einsatz von Gentechnik und ionisierender Bestrahlung zur Keimabtötung ist grundsätzlich verboten.
- Ebenso wie für Erzeugung und Handel besteht auch für Verarbeiter eine Kontroll- und Kennzeichnungspflicht.

teten Produkten sind so zu gestalten, dass eine Verwechslung, Vermischung oder Kontamination mit Produkten und Stoffen, die nicht den EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau entsprechen, ausgeschlossen ist.

Bioverbände

Zusätzlich zu der Erzeugung und Verarbeitung nach den gesetzlichen Regelungen der EU gibt es privatrechtliche Standards, nach denen produziert werden kann. Landwirte und Verarbeiter können sich nach den Richtlinien der Bioverbände zertifizieren lassen. Diese Regelungen sind strenger als die von der EU vorgegebenen.



Warenzeichen deutscher Bioverbände

Ökokontrolle



Wie sieht eine Ökokontrolle aus?

Jeder Betrieb, der den Begriff „Bio“ oder „Öko“ für seine Produkte nutzt, muss sich einer privaten und zugelassenen Öko-Kontrollstelle unterstellen. Die Kontrolle erfolgt mindestens einmal jährlich (meist angemeldet), zusätzlich sind Stichprobenkontrollen möglich. Die Kontrolle besteht aus:

1. Dokumentenprüfung, d. h.,

- Wareneingangs- und Warenausgangsdokumente sowie
- Rezepturen

werden bezüglich des Warenflusses auf Plausibilität geprüft.

2. Betriebsbegehung, d. h., die

- Kennzeichnung der einzelnen Rohwaren,
- Lagerhaltung, Trennung von konventioneller und Bioware,
- Verarbeitungsvorgänge, Trennung und Reinigung,
- Etikettierung und Werbung

werden vor Ort gesichtet und überprüft. Die Kosten des Kontrollverfahrens trägt das Unternehmen.

Verzeichnis der Ökokontrollstellen:
www.oekolandbau.de > service > adressen > oeko-kontrollstellen

Ökologische und Tierwohl-Belange sind also im Ökolandbau abgedeckt – in den anderen Bereichen der Nachhaltigkeit trägt jeder Biobetrieb selbst die Verantwortung zur Umsetzung.



DE-ÖKO-000
EU-Landwirtschaft

Beispiel für das EU-Bio-Logo mit verpflichtender Angabe der Öko-Kontrollstellen-Codenummer sowie Herkunftsangabe – mehr Informationen unter www.ec.europa.eu > agriculture > organic.



Das deutsche Bio-Siegel: Zurzeit nutzen rund 4.800 Unternehmen das nationale staatliche Bio-Siegel auf über 75.000 Produkten – mehr Informationen zum Einsatz des Bio-Siegels auch in Fleischereien finden Sie unter www.oekolandbau.de > bio-siegel.

Mehr Informationen unter:
www.oekolandbau.de > Verarbeiter > Herstellungspraxis
www.boelw.de

- Lagerung, Produktion und Transport von ökologischen Rohwaren und verarbei-

Nachhaltige Landwirtschaft

Ist-Werte verglichen und so die Stärken und Schwächen des Betriebs herausgearbeitet. Auf dieser Grundlage kann der Betrieb sich immer weiter verbessern. Das Zertifikat ist jeweils drei Jahre lang gültig.

Weitere Informationen unter:
www.nachhaltige-landwirtschaft.info

Die vorgestellten Zertifizierungen und Standards werden regelmäßig im Rahmen privater Kontrollverfahren überwacht.

Der DLG-Nachhaltigkeitsstandard



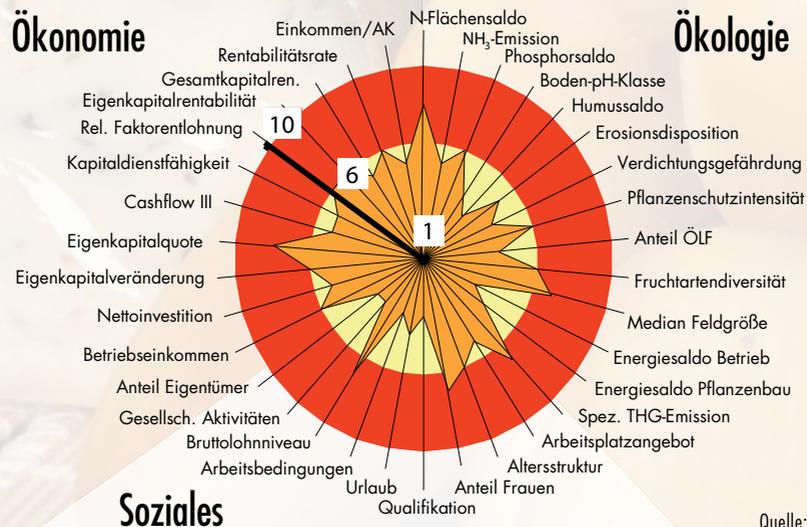
Die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft e. V. (DLG) hat den DLG-Nachhaltigkeitsstandard entwickelt. Zum Erwerb der Zertifizierung werden die letzten drei Bewirtschaftungsjahre analysiert und Ökologie, Ökonomie und Soziales im Sinne der Nachhaltigkeit bewertet. Anhand von Indikatoren werden Soll- und

Das Kriteriensystem für nachhaltige Landwirtschaft (KSNL) der Thüringer Landesanstalt für Landwirtschaft



Anhand eines Kriteriensystems für nachhaltige Landwirtschaft wird ein Stärken-Schwächen-Profil erstellt, das dem Landwirt als Orientierung für die weitere Planung und Betriebsentwicklung dient. Die Nachhaltigkeit eines Betriebs lässt sich in einem Diagramm als „Spinnennetz“ (orange) darstellen. Reichen die Spitzen in den roten Ring hinein, ist das als kritische Situation bzw. Belastung zu bewerten. Je näher am Zentrum ein Wert liegt, desto besser ist das zugehörige Kriterium umgesetzt.

Darstellung „Spinnennetz“ KSNL



Fairer Handel



Organisationen und Hersteller des fairen Handels achten insbesondere auf die gerechte Entlohnung der Arbeiter, soziale Absicherung und Projekte wie z. B. Schulbauten in den Herkunftsländern. Klassische Fairtrade-Lebensmittel sind Kakao und Kaffee. Aber auch Tee, Zucker, Gewürze, getrocknete Früchte und Nüsse gehören zum breiten Sortiment des fairen Handels. Oft werden fair gehandelte Produkte ökologisch angebaut.



Beispiele für Bio- und Fair-Siegel

Die Seite www.biofair-vereint.de zeigt Beispiele aus Deutschland, wie Wertschöpfungsketten fair gestaltet werden können.



Beispiele für Anbieter fair gehandelter Produkte

Wer sein Unternehmen am Prinzip Fairness orientiert und auch seine Lieferanten danach auswählt, trägt dazu bei, dass das entsprechende Bewusstsein im Arbeitsleben wächst. In Deutschland gibt es auch in der heimischen Produktion einige Initiativen für faire Lebensmittel, oft in Zusammenhang mit ökologischer Erzeugung. So gibt es beispielsweise Bioverbände, die nach einem Fair-Siegel zertifizieren, oder den Bio-Fair-Verein, der ebenso unabhängig zertifizieren lässt.

Informationen zu Deutschlands größter Aktionswoche zum fairen Handel erhalten Sie unter www.faire-woche.de.

Das Siegel „Fairtrade“ wird unter www.fairtrade-deutschland.de beschrieben. Zurzeit gibt es in Deutschland über 3.000 gekennzeichnete Produkte.



Biodiversität



Biodiversität ist der Fachbegriff für die biologische Vielfalt. Sie ist Teil der Säule „Ökologie“ des Nachhaltigkeitskonzeptes. Der Kauf von Rohstoffen aus nachhaltiger Landwirtschaft trägt in vielfacher Weise zur Erhaltung der biologischen Vielfalt bei.

Zur Biodiversität gehören

- die Vielfalt der Arten,
- die Vielfalt der Ökosysteme,
- die Vielfalt der Lebensräume und
- die genetische Vielfalt innerhalb der Tier- und Pflanzenarten.

Alle vier Komponenten beeinflussen sich gegenseitig.

Um alte Sorten zu erhalten, können Lebensmittel verarbeitende Unternehmen diese in ihre Produkte einbeziehen. Dies klappt am besten, wenn man langfristige Abnahmeverträge mit den Erzeugern abschließt und so den zyklischen Schwankungen am Markt entgegenwirkt. Langfristige Verträge sind für beide Seiten nachhaltig, es bietet Sicherheit bei der Rohstoffbeschaffung und Anbau- und Abnahmesicherheit beim Erzeuger.

Aktuell sind die Grundlagen unserer Nahrungsmittel jedoch alles andere als divers: Nur etwa 30 Pflanzenarten liefern 95 % der pflanzlichen Nahrungsmittel. Sollten auch nur wenige dieser Nahrungspflanzen ausfallen, ist die Lebensmittelversorgung ernsthaft in Gefahr. Moderne Hochleistungstierassen sind auf eine spezielle, intensive Tierhaltung ausgelegt. Die oft robusteren alten Rassen (z. B. Schaf-, Ziegen- und Rinderrassen) lassen sich dagegen zur Erhaltung wertvoller Biotope nutzen. Seien Sie kreativ: Entdecken und pflegen Sie die Potenziale alter Arten und Sorten zum Nutzen für Ihr Unternehmen und die Umwelt.

Biodiversität im Internet:

Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen e. V. www.g-e-h.de
GENRES – Informationssystem Genetische Ressourcen
www.genres.de

Hot Spots der Biodiversität: Streuobstwiesen

Weitläufige Streuobstwiesen prägen die Kulturlandschaft, sehen schön aus und produzieren neben Marktgütern vielfältige nicht direkt marktfähige Leistungen wie den Erhalt des Lebensraums von über 5.000 Tier- und Pflanzenarten. Sie erhalten das Genreservoir selten gewordener Obstsorten und dienen dem Boden- und Gewässerschutz durch ganzjährig geschlossenen Unterwuchs. Tipp: Die Pflege oder Anpflanzung einer Streuobstwiese unterstützt auch die Nachhaltigkeitskommunikation des Unternehmens und ist mit Gemeinschaftsaktionen für die Teamentwicklung hilfreich. So pflanzten beispielsweise die Bioverarbeiter Paul Söbbeke und Stefan Voelkel in Niedersachsen zum 25-jährigen Bestehen der Bio-Molkerei Söbbeke in Niedersachsen eine Streuobstwiese.

Weitere Informationen zu Streuobstwiesen gibt es beispielsweise beim NABU: www.nabu.de/natur-und-landschaft/landnutzung/streuobst

Produktionsintegrierte Kompensation (PiK) für landwirtschaftliche Betriebe

PiK ermöglicht die Förderung gefährdeter Tier- und Pflanzenarten und gleichzeitig die landwirtschaftliche Nutzung der Kompensationsflächen. Durch Naturschutzmaßnahmen verursachte Mindererträge oder höhere Aufwendungen werden vom Eingriffsverursacher monetär ausgeglichen. Ein Beispiel ist der doppelte Saatreihenabstand: Hierbei wird die Ansaatdichte reduziert bzw. der Reihenabstand verdoppelt, sodass Licht auf den Ackerboden gelangt und der Wuchs von Ackerwildkräutern gefördert wird.

www.bayerischekulturlandstiftung.de/pik-beispiele

Weitere spannende Projekte aus dem Bereich biologische Vielfalt finden Sie z. B. auf diesen Internetseiten:

- www.bodensee-stiftung.org
- www.slowfood.de > [biokulturelle_viel-falt](#) > [arche_des_geschmacks](#)
- www.biologisheviefalt.bfn.de
- Kohlenstoffzertifikate zur Verbesserung der eigenen Treibhausgasbilanz z. B. www.moorfutures.de



Emmer und Einkorn sind alte, mit dem Weizen verwandte Getreidearten, die keine hohen Ansprüche an Klima und Boden haben. Robuster als ihr

moderner Verwandter können Sie auch auf schlechten Böden und bei ungünstigen Klimabedingungen angebaut werden. Für den biologischen Landbau sind sie interessant, weil sie wenig anfällig sind und sich auch ohne chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel durchsetzen.

Authentizität und Rückverfolgbarkeit



Eine effiziente und stufenübergreifende Rückverfolgbarkeit ist eine der zentralen Herausforderungen für die Lebensmittelbranche, ganz gleich ob ökologisch oder konventionell gewirtschaftet wird. Als Grundlage für alle Qualitätssicherungsmaßnahmen müssen die zahlreichen Akteure der Wertschöpfungskette sowie der vor- und nachgelagerten Warenströme zu kommunikativer und technischer Vernetzung bereit sein.

Auch die Verbraucher möchten authentische Zutaten und Lebensmittel. Unterstützen Sie Ihre Glaubhaftigkeit durch Rückverfolgbarkeitssysteme, die Ihren Rohstoffen und Warenströmen angepasst sind. Machen Sie Ihre Kunden darauf aufmerksam!

Die Rückverfolgbarkeit ist mit der Verordnung (EG) Nr. 178/2002 seit 01.01.2005 für Lebensmittel Pflicht. Lebensmittelunternehmen sind verpflichtet, Behörden auf Nachfrage über ihre Lieferanten und Abnehmer zu informieren. Die Rückverfolgbarkeit kann in verschiedener Form an Endverbraucher kommuniziert werden.

Transparenz vom Acker bis zum Teller

Ein anschauliches Beispiel ist die Qualitätsinitiative „Bio mit Gesicht“, welche die Herkunft von landwirtschaftlichen Mono- sowie verarbeiteten Produkten wie z. B. Molkereierwaren oder Kartoffelerzeugnissen für den Verbraucher genau dokumentiert.

bio-mit-gesicht.de



Betriebsverpflegung



Kantine und Kaffeeküche

Die Kantine hat in der Nachhaltigkeitsentwicklung eines Unternehmens eine Paraderolle. Denn „Nachhaltige Ernährung“ setzt das gesellschaftliche Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung für den Ernährungsbereich um – die Kantine ist also eine hervorragende Bühne dafür.

- ressourcenschonendes Haushalten,
- Bevorzugung pflanzlicher Lebensmittel,
- Fisch aus nachhaltiger Aquakultur oder Fischerei,
- Genussvolle, allergenfreie und bekömmliche Speisen.

In der Kaffeeküche oder bei Besprechungen kann ein Unternehmen auf nachhaltige Produkte zurückgreifen und Flagge zeigen. Achten Sie hier ebenso wie in der Kantine auf den Bezug von nachhaltig erzeugten Lebensmitteln, z. B. Kaffee und Tee aus fairem Handel oder Dauergebäck einer regionalen (Bio-)Bäckerei.

Haben Sie schon mal über eine Bio-Obstkiste für die Mitarbeiter nachgedacht? Anbieter im gesamten Bundesgebiet bieten einen Lieferservice an. Als Unternehmen unterstützen Sie damit nicht nur die regionale Bioerzeugung und den Handel, sondern drücken auch Wertschätzung gegenüber Ihren Mitarbeitern aus.



Die vier Dimensionen der nachhaltigen Ernährung
Quelle: Karl von Koerber, 2012

Grundsätze für eine nachhaltige Ernährung (Kantine) sind demnach

- regionale und saisonale Erzeugnisse,
- Bevorzugung gering verarbeiteter Lebensmittel,
- Fleisch aus tiergerechter Haltung,
- ökologisch erzeugte Lebensmittel,
- fair gehandelte Lebensmittel,

Informationen zum Thema „Nachhaltige Gemeinschaftsverpflegung“ finden Sie z. B. hier:

- www.oekolandbau.de > Großverbraucher
- www.bio-spitzenkoeche.de
- www.gv-nachhaltig.at
- www.biokannjeder.de

Nachhaltiges Personalmanagement



Energieeffizienz



„Wertschätzung vermitteln“ ist auch eines der wesentlichen Stichwörter für eine nachhaltige Personalpolitik. Bereits in der Übersicht auf Seite 3 haben wir unter dem Stichwort „Soziales“ zahlreiche Themen nachhaltiger Mitarbeiterführung aufgeführt. Ergänzend sind zu nennen:

Interne Kommunikation

Mitarbeiter tragen und entwickeln ein Nachhaltigkeitskonzept im Unternehmen, wenn sie von Anfang an eingebunden sind und zum Mitmachen motiviert werden. Erfolgreich und gemeinsam neue Wege zu beschreiten, stärkt die Beziehung zum Unternehmen und schafft weitere Potenziale. Die interne Kommunikation sollte der externen vorangestellt sein!

Persönliche Entwicklung

Wenn auf Vorlieben und Stärken der Mitarbeiter eingegangen wird, steigt die Einsatzfreude im Beruf. Das Angebot zur Weiterbildung und die Anpassung und Entwicklung von Arbeitsgebieten Einzelner sind wesentliche Themen.

Inklusion, Geschlechter- und Generationengerechtigkeit

Gegenseitige Anerkennung kann seitens des Unternehmens beispielsweise durch Partizipations- und Mentorenprogramme unterstützt werden.

Weitere Tipps:

- Gesundheitsmanagement
- Weiterbildung, Qualifizierungsmaßnahmen
- Faire Entlohnung
- Familienbewusste Personalpolitik
- Werteorientierte Unternehmenspolitik
- Work-Life-Balance
- Leistungsgerechtigkeit
- Transparenz und Mitbestimmung

Weitere Anregungen geben diese Seiten:

- www.biofair-vereint.de
- www.nachhaltigbio.ch
- www.nachhaltigkeitspreis.de

Energieeffizienz in der Ernährungswirtschaft ist natürlich so individuell wie die Betriebe selbst. Doch allgemeine Tipps und Themengebiete gibt es trotzdem.

Arbeiten mit sauberer Energie

Ökostromanbieter beziehen Strom aus erneuerbaren Energien. Die Energiequellen können Wasserkraft, Windenergie und Solarenergie, aber auch Bioenergie und Geothermie sein. Vor einem Wechsel des Stromanbieters sollte man sich über verschiedene Anbieter und ihre Angebote informieren. Manche liefern nur zum Teil Ökostrom, andere zu 100 %.

Zum Beispiel unter www.gruenerstromlabel.de kann man Anbieter finden, die zu 100 % Strom aus erneuerbaren Energien anbieten. Investitionen in neue Anlagen und innovative Energieprojekte sind damit garantiert.

Fördermöglichkeiten im Energiebereich

Lassen Sie sich bei Neuerungen im Energiebereich unterstützen: Angepasste, intelligente Lösungen für Ihren Standort sowie Hilfe durch den Förderdschungel bekommen Sie beispielsweise bei einer Energieberatung. Denn es lohnt sich, den

Einige Bundesländer bieten Energieberatungsportale mit gezielten Informationen für Unternehmen an, z. B.:

- www.lena.sachsen-anhalt.de
- www.energieeffizienz-hessen.de
- www.energieatlas.bayern.de

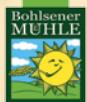
Unternehmensstandort im Ganzen zu betrachten und Synergien durch beispielsweise Abwärme oder Kühlwasser zu nutzen.

Hier wird über zahlreiche Unterstützungsmöglichkeiten aufgeklärt, wie z. B.:

- Energieberatung – bis 80 % des Beraterhonorars,
- Kälte- und Klimaanlage – Sanierung und Neuinvestition,
- hocheffiziente Querschnittstechnologien – bis 30 % des Investitionsvolumens,
- Kraft-Wärme-Kopplung.

Weitere Informationen im Internet:

- Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) www.bafa.de > Energie
- www.ble.de > unsere Themen > Klima und Energie > Bundesprogramm Energieeffizienz



Die gute alte Mitarbeiterzeitung – clever eingesetzt!

Bei der Bohlsener Mühle wird die hausinterne Mitarbeiter-Zeitung von den Azubis gestaltet. Dieses abteilungsübergreifende gemeinsame Projekt führt dazu, dass die Azubis sich Informationen über das Unternehmen besorgen und aufbereiten. Das trägt zur Identifikation mit dem Betrieb bei und fördert neben der jeweiligen Abteilungkenntnis das Verständnis für die Philosophie des Gesamtunternehmens.

Verwerten statt entsorgen



Die sinnvolle Entwicklung von Koppelprodukten ist bereits in der Betriebswirtschaftslehre ein klassisches Thema. Es finden sich inner- und überbetrieblich immer wieder neue Kombinations- und Verarbeitungsmöglichkeiten von Reststoffen. Es sollten also regelmäßig alle Verarbeitungsprozesse entlang der Wertschöpfungskette auf weitere Kombinationsmöglichkeiten mit Koppelprodukten geprüft werden wie z. B. die Verarbeitung von Dinkelspelz zu Heizpellets, von Steinobstkernen zu Füllstoffen, von veredelten Lebensmitteln oder pharmazeutischen Produkten.

Auch wenn im Alltagsgeschäft wenig Zeit für diese vermeintlichen Nebenschauplätze

ist – setzen Sie sich hier einmal in der Produktentwicklung zusammen, holen Sie sich Beratung von außen dazu und denken Sie in alle Richtungen! Ökonomisch und ökologisch gesehen, zahlt sich die vollständige Rohstoffverwertung oftmals bereits in unmittelbarer Zukunft aus.

Verpackung

Zu nachhaltiger Lebensmittelproduktion gehört ein bewusster Umgang mit Verpackungsmaterial. Zum einen sollte natürlich auf überflüssiges Verpackungsmaterial verzichtet werden. Zum anderen spielt die Materialauswahl eine Rolle. Neben dem Schutz für Lebensmittel sind aus nachhaltiger Sicht auch Rohstoffe, Produktion und Entsorgung der Materialien wichtige Parameter.

Spannend sind hier die Entwicklungen der vergangenen Jahre im Bereich Biokunststoffe. Biokunststoff bzw. biobasierte Kunststoffe werden auf Basis nachwachsender Rohstoffe produziert. Sie unterscheiden sich von herkömmlich produziertem Kunststoff vor allem darin, dass sie nicht auf dem endliche verfügbaren Rohstoff Erdöl basieren und in der Regel biologisch abbaubar sind.

Das Unternehmens- umfeld



Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln ist keine neue Thematik. Bereits vor mehr als hundert Jahren setzten sich große industrielle Unternehmen auch in Deutschland für soziale Belange ein.

Gibt es gesellschaftliche Probleme an unserem Standort? Unterstützen wir Mitarbeiter bei gemeinnützigem Engagement? Welche Spendenaktionen sind für den Betrieb geeignet (mit Verbindung zum Kerngeschäft)?

Weitere Tipps für Ihren unternehmerischen Beitrag zum Gemeinwohl:

- **Anbieten von Ausbildungsplätzen**
So bieten Sie jungen Menschen eine Perspektive und leisten einen Beitrag zu deren beruflicher Qualifikation
- **Weiterbildung**
Die Fachkräfteweiterbildung ist ein wichtiges Element der nachhaltigen Betriebsführung. Auch wenn die Arbeitsbelastung hoch ist: Weiterbildung ist für die Entwicklung des Betriebs maßgeblich.
- **Kooperation mit berufsbildenden und allgemeinen Schulen**
Machen Sie sich für Schüler in Ihrem Umfeld interessant! So können Sie motivierte junge Auszubildende und Mitarbeiter gewinnen, die am Standort und in der Region verankert sind.

- **Publikumsveranstaltungen und Beteiligung an regionalen Veranstaltungen**
Betriebsführungen oder ein Tag der offenen Tür helfen dabei, den Kontakt zum Umfeld aufzubauen und zu erhalten. In diesem Rahmen lassen sich die Besonderheiten Ihres Betriebs und Ihr nachhaltiges Konzept besonders gut erläutern.

- **Sponsoring**
Mit Sponsoring ausgewählter Vereine oder Veranstaltungen im Ort kann soziale Verantwortung übernommen werden. Spenden für karitative Zwecke oder Förderung der Ausbildung sind weitere Möglichkeiten.

- **Stärkung von regionalen Wertschöpfungsketten**
Langfristige regionale Partnerschaften zwischen Verarbeitern und Landwirten tragen ganz wesentlich zur Entwicklung einer Region bei. Hier seien nur drei Aspekte genannt: Erhalt von Arbeitsplätzen in ländlichen Regionen, das Wiederbeleben regionaler Traditionen oder Spezialitäten und die Sicherung der spezifischen Kulturlandschaft vor Ort.

Weitere Informationen unter:

- www.csr-in-deutschland.de
- www.nachhaltigbio.de

Das „Biokunststoff-Tool“ der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e. V. (AÖL) informiert und vergleicht am Markt verfügbare Stoffgruppen auf Nachhaltigkeitskriterien und ist explizit für Lebensmittelhersteller aufbereitet: www.aeel.org > Biokunststoff-Tool

Der Bund ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) hat einen Leitfaden für Unternehmen zur nachhaltigen Verpackung entwickelt: www.boelw.de > Themen > Verpackung

Das Umweltbundesamt informiert über die Verwertung von Abfall als Ressource: www.umweltbundesamt.de > Themen > Abfall/Ressourcen

Nachhaltigkeitskommunikation



Links – eine kleine Auswahl

Bei der Vielzahl an Informationen, mit denen der Verbraucher täglich konfrontiert wird, ist es nicht leicht, sich als Betrieb Gehör zu verschaffen. Das Interesse lässt sich jedoch mit größtmöglicher Transparenz wecken: Herkunft der Rohwaren im Zusammenhang mit authentischen Erzeugergeschichten, Einblick in die Arbeitsabläufe des Betriebes sowie die Bandbreite sozialer Aktivitäten mit den entsprechenden Gesichtern sind einige Anregungen dazu.

Wichtig dabei sind klare, glaubwürdige und nachvollziehbare Aussagen. Verzichten Sie auf eigene labelartige Auszeichnungen, die die Verbraucher verunsichern könnten – hier ist weniger meistens mehr.

Bewährte Auszeichnungen mit Bezug zu Verbraucherinteressen sind z. B. das Bio-Siegel und das EU-Bio-Logo, das Regionalfenster sowie die Vegetarisch-/Vegan-Zertifizierung des VEBU (Vegetarierbund Deutschland e. V.) und des VegOrganic e. V.

Das Portal www.label-online.de enthält Informationen und Bewertungen zu Labels in Deutschland

Für die Kommunikation gegenüber Kunden und Stakeholdern stehen Ihnen zahlreiche Wege zur Verfügung:

• Presse und Medienarbeit

Da nachhaltige Lebensmittelherzeugung von Transparenz und Glaubwürdigkeit lebt, kommt der Öffentlichkeitsarbeit eine entscheidende Bedeutung zu. Sachliche, verständliche und kontinuierliche Information der Öffentlichkeit wirkt imagefördernd, schützt präventiv vor Krisen und hilft unterstützend in Krisen.

• Internet und soziale Medien

Das Unternehmensengagement auf der eigenen Internetseite zu präsentieren, gehört mittlerweile zum Standard. Interessant sind auch weitere digitale Formate wie Nachhaltigkeitsportale, Blogs, Twitter, Pageflows, Webinare u. a. m. Erfolgreich über soziale Medien zu kommunizieren benötigt Zeit! Daher ist zu diesem Zweck explizit Personal einzuplanen.

• Nachhaltigkeitsbericht

Nicht nur bei börsennotierten Unternehmen erfreut sich der Nachhaltigkeitsbericht einer hohen Beliebtheit. Zeigen Sie, was Sie alles können!

Weitere Informationen können Sie hier finden:

- www.bne-portal.de
- www.csrgermany.de

Fachinformationen und Praxishilfe rund um Ökolandbau und -verarbeitung

- www.oekolandbau.de > Verarbeiter
- www.oekolandbau.de > Handel

Internetpräsenz des staatlichen Biosiegels

- www.bio-siegel.de

Internetpräsenz des Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft

- www.bundesprogramm.de

Internetpräsenz des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)

- www.bmel.de

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) – Spitzenverband von Erzeugern, Verarbeitern und Händlern ökologischer Lebensmittel in Deutschland

- www.boelw.de

Internetseite der FAO mit Informationen zur Nachhaltigkeitsbewertung (englisch)

- www.fao.org/nr/sustainability/sustainability-assessments-safa/en

Netzwerk zu CSR Unternehmensführung

- www.csr-news.net

Nachhaltigkeitskampagne des Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN)

- www.nachhaltigbio.de

Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)

- www.emas.de

Deutscher Nachhaltigkeits-Kodex

- www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de

Bioverbände

- www.bioland.de
- www.biokreis.de
- www.biopark.de
- www.demeter.de
- www.ecoland.de
- www.ecovin.de
- www.gaea.de
- www.naturland.de
- www.verbund-oekochoefe.de

Fairer Lebensmittelhandel – z. B.:

- www.forum-fairer-handel.de
- www.fairtrade.de
- www.fairtrade-deutschland.de
- www.dwp-rv.de
- www.el-puente.de
- www.gepa.de

IMPRESSUM

Herausgeber:

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE),
Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau
und andere Formen nachhaltiger
Landwirtschaft (BÖLN)
Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn
www.ble.de



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

BÖLN

Bundesprogramm Ökologischer Landbau
und andere Formen nachhaltiger
Landwirtschaft

Text: FiBL Projekte GmbH,
Frankfurt am Main; www.fibl.org

Gestaltung und Lektorat:

N-Komm Agentur für Nachhaltigkeits-
Kommunikation UG, Frankfurt am Main;
www.nkomm.eu

Bezug: www.oekolandbau.de > Service > Informations-
materialien und Bilder > Informationsmaterialien

Bildnachweis:

www.oekolandbau.de/Copyright BLE/Dominic Menzler:
Hintergrund Titel, Innen- und Rückseite, 5, 11, 12,
13, 15 o., 16 u., 18 o. + u. l. + u. r., 19 o., 20 o.;
Jürgen Acker/pixelio.de: 1 l.; Harry Hautumm/pixelio.de:
1 M.; drubig-photo/fotolia.de: 1 M.; sergign/fotolia.de:
1 r.; Regierung von Unterfranken: 2, 27; Europäische
Kommission: 4 o., 8; Rainer Sturm/pixelio.de: 3 o., 7
o., 10 u. l., 13 u. l.; www.oekolandbau.de/Copyright
BLE/Thomas Stephan: 6, 8, 9 o., 13 o., 14 r., 15,
17, 18 u. M., 22, 23; Oliver Mohr/pixelio.de: 10 o.;
Fairtrade Deutschland: 15 u.; annix/pixelio.de: 16 o.;
Creativ Colletion: 17 r.

Auflage: 2. Auflage, Mai 2018

Diese Broschüre wurde im Rahmen der „Qualifizierungsmaßnahmen zur Stärkung der nachhaltigen und ökologischen Lebensmittelproduktion für das Lebensmittelhandwerk, die Lebensmittel verarbeitende Außer-Haus-Verpflegung und die Ernährungswirtschaft und für Institutionen, die diese Lebensmittelverarbeiter entsprechend dem benannten Ziel beraten, kontrollieren oder ausbilden oder im Bereich der regionalen Wertschöpfung vernetzend tätig sind“, erstellt. Diese Maßnahme wurde initiiert und finanziert durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft.

www.oekolandbau.de