



# Nachhaltigkeit in der Lebensmittelindustrie

DR. ANGELA KOHL • STEFANIE SABET

**Inzwischen ist kaum mehr eine gesellschaftliche oder politische Debatte um das Thema „Nachhaltigkeit“ ohne das Thema „Lebensmittel“ – oder umgekehrt – möglich. Aktuelle Schwerpunkte reichen in Deutschland von Plastikreduktion über das Vermeiden von Lebensmittelverschwendung, dem Schutz von Biodiversität und Menschenrechten bis hin zu Reformulierung und gesundem Lebensstil.**

Nachhaltigkeit ist eine Wirtschaftsweise und bedeutet, nicht auf Kosten zukünftiger Generationen oder anderer Länder zu leben. „Nachhaltigkeit“ ist dabei als ganzheitlicher, integrativer Ansatz zu verstehen, der die Ebenen Ökologie, Ökonomie und Soziales gleichermaßen mit einbezieht (UN 2015). Wenngleich darüber Konsens herrscht, können die gesellschaftlichen und politischen Vorstellungen zur Gestaltung einer nachhaltigen Entwicklung doch sehr unterschiedlich ausfallen. Oft sind dabei die sich aus den drei Ebenen ergebenden Zielkonflikte die größte Herausforderung. Gleichzeitig zeigt sich hier die Komplexität des Nachhaltigkeitsgedankens und die Notwendigkeit, seine Umsetzung als gemeinsame, gesamtgesellschaftliche Aufgabe zu verstehen.

## Globale Herausforderungen und Ziele – Sustainable Development Goals der UN

Vor dem Hintergrund der wachsenden globalen Herausforderungen, wie der steigenden Weltbevölkerung und damit einhergehender knapper Ressourcen und Klimaveränderungen, bekommt die Vereinbarung gemeinsamer Ziele und Maßnahmen auf internationaler Ebene besondere Relevanz. Den aktuellen Rahmen für

das globale Nachhaltigkeitsengagement bildet die im September 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedete „Agenda 2030“, die darin 17 Ziele (Sustainable Development Goals, SDGs) für eine nachhaltige Entwicklung formuliert. Erstmals wurde damit die Umsetzung der globalen Entwicklungsziele nicht nur als gesamtgesellschaftliche Aufgabe, sondern auch als Aufgabe aller Staaten begriffen: Sie gilt für Entwicklungsländer, Schwellenländer und Industriestaaten gleichermaßen. An der Agenda 2030 orientieren sich auch die Nachhaltigkeitsstrategien der Europäischen Union und Deutschlands (*EU-Strategiepapier; Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie 2018*).

Ernährung und Lebensmittel spielen in allen Nachhaltigkeitsstrategien eine zentrale Rolle. So ist eine nachhaltige Lebensmittelproduktion beispielsweise Gegenstand gleich mehrerer Hauptziele und damit in der Agenda 2030 fest verankert. Die Themenfelder reichen von „ausgewogener Ernährung“, „Ernährungsbildung“, „nachhaltige Bewirtschaftung von Land und Meeren“, „Ernährungssicherheit“, „nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster“ sowie „fairer Handel“ bis hin zur „Vermeidung von Lebensmittelverschwendung“.

**Lesen Sie dazu auch den Beitrag „UN-Ziele für Nachhaltige Entwicklung – Der Beitrag der Ernährung“ auf den Seiten 34–41 in Ernährung im Fokus 01 2020.**

Auch die Unternehmen haben sich dazu bekannt, dass es nahezu kein Ziel der Agenda 2030 gibt, zu dem die Lebensmittelwirtschaft nicht beitragen kann, so etwa zu den Themen „erneuerbare Energie“, „Infrastruktur und Versorgung von Städten“ und „berufliche Bildung“.

## Nachhaltigkeit in den Unternehmen der Lebensmittelindustrie

Für die Lebensmittelindustrie ist nachhaltiges Wirtschaften heute unabdingbar. Um ein Unternehmen über mehrere Generationen am Markt zu halten, ist die Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Faktoren erforderlich. Zusätzlich sind die wachsenden Ansprüche der Verbraucher zu bedenken.

### Ökonomische Aspekte

Um der Umsetzung von Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen gerecht zu werden, müssen Herausforderungen, Chancen und Risiken, aber auch wichtige Anspruchsgruppen bekannt sein. Ermittelt wird das zunächst im Rahmen einer „Wesentlichkeitsanalyse“, die – je nach Unternehmen und Produkt – individuell ausfällt und aufgrund sich stetig wandelnder Rahmenbedingungen an den Märkten weiterentwickelt werden muss.

Auf die Strategie folgt die Prozessgestaltung: Nachhaltigkeit muss im gesamten Lebensmittelunternehmen gelebt werden. Dafür ist es wichtig, Regeln, Prozesse, Kennzahlen und Anreize zur Umsetzung von Nachhaltigkeit zu etablieren, damit die eigenen Nachhaltigkeitsziele gemeinsam mit allen Mitarbeitern erreicht oder Rückstände ausgeglichen werden können.

### Ökologische Aspekte

Hinsichtlich der ökologischen Aspekte von Nachhaltigkeit spielen vor allem der Umgang mit Ressourcen wie Agrarrohstoffen, Energie, Wasser sowie klimarelevante Emissionen eine wichtige Rolle. Die Maßnahmen des betrieblichen Umweltschutzes richten sich vor allem nach den jeweiligen unternehmens- und produktspezifischen Herausforderungen und können entsprechend variieren. Bei Unternehmen, die überregional beliefern, geht es zum Beispiel in erster Linie darum, Emissionen, die durch den Transport entstehen, zu reduzieren. Bei Unternehmen, die häufig Importrohstoffe verwenden, rücken etwa Herstellungs-, Liefer- und Arbeitsbedingungen beim Erzeuger in den Vordergrund. Bei Unternehmen, die vor allem tierische Produkte verarbeiten oder handeln, sind Aspekte des Tierwohls zu bedenken. Nachhaltigkeit im Sinne von Energieeffizienz werden wichtig, wenn Unternehmen aufgrund spezieller Produktionsprozesse oder Kühlketten einen hohen Energiebedarf haben. Das Ziel, Lebensmittelverluste zu minimieren, betrifft nahezu alle Unternehmen der Branche.

### Soziale Aspekte

Bei den sozialen Aspekten von Nachhaltigkeit geht es zum Beispiel um Themen wie Arbeitnehmerrechte, Compliance, Chancengerechtigkeit, Gesundheit oder Vereinbarkeit von Familie und Beruf, die Rolle der Unternehmen in der Region sowie „Menschenrechte in der Lieferkette“.

Übersicht 1: Beispielhafte Initiativen und Aktivitäten der Lebensmittelindustrie zur Nachhaltigkeit	
Aktivität/Initiative	Webseite
Round Table Responsible Soy (RTRS)	<a href="http://www.responsiblesoy.org">www.responsiblesoy.org</a>
Fruit Juice CSR Platform	<a href="http://www.juicecsr.eu">www.juicecsr.eu</a>
Global Coffee Platform/Common Code for the Coffee Community (4c)	<a href="http://www.globalcoffeeplatform.org">www.globalcoffeeplatform.org</a>
BVE-Regionalinitiative Nachhaltigkeitsförderung – Workshops für mehr Nachhaltigkeit und Transparenz in der Lebensmittelwirtschaft	<a href="http://www.bve-online.de/themen/nachhaltigkeit/initiativen-nachhaltigkeit/bve-regional-initiative-nachhaltigkeitsfoerderung-1">www.bve-online.de/themen/nachhaltigkeit/initiativen-nachhaltigkeit/bve-regional-initiative-nachhaltigkeitsfoerderung-1</a>
Nachhaltigkeit in der Tiefkühlwirtschaft Das Engagement des Deutschen Tiefkühlinstituts (dti) und seiner Mitglieder	<a href="http://www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-tiefkuehlbranche">www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-tiefkuehlbranche</a>
BVE für mehr Engagement in der Entwicklungszusammenarbeit – EZ-Scout Programm	<a href="http://www.bve-online.de/themen/nachhaltigkeit/initiativen-nachhaltigkeit/ez-scout-programm">www.bve-online.de/themen/nachhaltigkeit/initiativen-nachhaltigkeit/ez-scout-programm</a>
Hand in Hand für verantwortungsvolle Fischerei Das Engagement des Waren-Vereins der Hamburger Börse e. V. und seiner Partner	<a href="http://www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-fischerei-waren-verein">www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-fischerei-waren-verein</a>
Unternehmen für mehr Biologische Vielfalt (UBi 2020)	<a href="http://www.bve-online.de/themen/nachhaltigkeit/initiativen-nachhaltigkeit/ubi-2020">www.bve-online.de/themen/nachhaltigkeit/initiativen-nachhaltigkeit/ubi-2020</a>
Mit einem Leitfaden zum Erfolg Nachhaltiges Handeln in der milchwirtschaftlichen Praxis	<a href="http://www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-milch-wirtschaft">www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-milch-wirtschaft</a>
Global Forum for Food and Agriculture Berlin e. V. für die globale Ernährungssicherung	<a href="http://www.bve-online.de/themen/nachhaltigkeit/welternahrung/gffa">www.bve-online.de/themen/nachhaltigkeit/welternahrung/gffa</a>
Die Milch macht's nachhaltig QM-Milch-Nachhaltigkeitsmodul als freiwilliges Basistool für Nachhaltigkeitsaspekte in der Milcherzeugung	<a href="http://www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-milch">www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-milch</a>
BVE-Fachtagungen Energiewende in der Ernährungsindustrie	<a href="http://www.bve-online.de/veranstaltungen/fachtagungen/fachtagung-energiewende-in-der-ernaehrungsindustrie">www.bve-online.de/veranstaltungen/fachtagungen/fachtagung-energiewende-in-der-ernaehrungsindustrie</a>
Nachhaltiger Fisch im Netz Informationen zu nachhaltiger Fischerei auf zentraler Website	<a href="http://www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-fischerei-fischbestaende">www.lebensmittelverband.de/de/lebensmittel/nachhaltigkeit-und-umwelt/erfolgs-geschichten/nachhaltige-fischerei-fischbestaende</a>
Durchsetzung einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft – Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister	<a href="http://www.bve-online.de/themen/umwelt/kreislaufwirtschaft/zentrale-stelle-1">www.bve-online.de/themen/umwelt/kreislaufwirtschaft/zentrale-stelle-1</a>

## Aktivitäten und Initiativen

Die Lebensmittelindustrie engagiert sich bereits in Form zahlreicher Aktivitäten und Initiativen für nachhaltiges Wirtschaften (**Übersicht 1**). Die Ansatzpunkte sind vielfältig und in der Regel branchen- und produktspezifisch. Sie reichen vom Lieferketten- und Rohstoffmanagement über Energieeffizienz und Abfallvermeidung in der Produktion bis hin zu gemeinsamem sozialen Engagement mit den Kunden. Die sich aus den verschiedenen Ebenen der Nachhaltigkeit ergebenden Stufen Ökologie, Gesellschaft und Ökonomie stehen häufig im Zielkonflikt und stellen die Unternehmen immer wieder vor Herausforderungen.

## Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung

Zahlreiche Unternehmen der Ernährungsindustrie nehmen bereits an dem Gemeinschaftssystem für das freiwillige Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (Eco-Management and Audit Scheme, EMAS) teil. Zwölf Prozent der EMAS-Organisationen der Industrie entstammen der Ernährungsindustrie. Das entspricht dem Anteil der Branche an der Industrie insgesamt (*DIHT*). Das Gemeinschaftssystem für das freiwillige Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung ist ein von den Europäischen Gemeinschaften 1993 entwickeltes Instrument für Unternehmen, die ihre Umweltleistung verbessern wollen. EMAS geht jedoch über ein reines Managementsystem hinaus: Es ist leistungsorientiert, der Betrieb soll sich also über die umweltgesetzlichen Anforderungen hinaus verbessern.

## Lebensmittelverschwendung

Viele Unternehmen haben das Vermeiden von Lebensmittelverlusten bereits in ihre unternehmensspezifische Nachhaltigkeitsstrategie aufgenommen und ihre Mitarbeiter vor allem im Hinblick auf die Vermeidung von Lebensmittelverlusten in der Produktion geschult. Maßnahmen umfassen die verantwortungsbewusste Rohstoffbeschaffung, optimierte Prozesse in der Produktion, die sinnvolle Nutzung von Nebenprodukten und Reststoffen, den Einsatz von Warenwirtschaftssystemen zur Belieferung sowie bedarfsgerechte Verpackungen. Darüber hinaus gibt es verschiedene Initiativen der Industrie, die dazu beitragen sollen, der Lebensmittelverschwendung in nachgelagerten Teilen der Lebensmittelkette zu begegnen.

## Großverbraucher-Initiative „United Against Waste“

Der Verein „United Against Waste – Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung“ wurde 2012 als Industrieinitiative für den Großverbrauchermarkt ins Leben gerufen. Der Verein soll mit seiner Arbeit dazu beitragen, die Verluste von Lebensmitteln in der gesamten Prozesskette, vom Einkauf über die Vor- und Zubereitung, die Portionierung bis zur Ausgabe an den Verbraucher zu verringern. United Against Waste hat 2015 erstmals einen Round Table gegen Lebensmittelverschwendung im Außer-Haus-Markt einberufen, ein interdisziplinäres Expertenteam, das praxistaugliche Lösungen erarbeitet. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) hat der Initiative 2015 sein Qualitätssiegel „Werkstatt N“ für besonders nachhaltiges Handeln verliehen ([www.united-against-waste.de](http://www.united-against-waste.de)).



Die Lebensmittelindustrie engagiert sich in zahlreichen Initiativen, zum Beispiel im Rohstoffmanagement, in der Energieeffizienz und in der Abfallvermeidung; teilweise sogar zusammen mit den Kunden.

## Aktion „Clever einkaufen und essen“

2013 riefen mehrere Verbände der Lebensmittel verarbeitenden, verpackenden und importierenden Industrie die Initiative „Clever einkaufen und essen“ ins Leben. Die Initiative will Verbraucher aufklären, wie sie durch einen bewussten Genuss von Lebensmitteln einen Beitrag zu weniger Lebensmittelverschwendung leisten können ([www.facebook.com/clevereinkaufendessen](http://www.facebook.com/clevereinkaufendessen)).

## Projekt „Lecker tafeln“

„Lecker tafeln!“ haben der Bundesverband Deutsche Tafel e. V. zusammen mit der Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb) und dem Lebensmittelverband Deutschland e. V. (ehemals BLL) ins Leben gerufen. Das Projekt verfolgt zwei wichtige Ziele:

- Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken
- die Ernährungs- und Lebensmittelkompetenz von Tafel-Gästen zu verbessern

Auf eine kindgerechte Vermittlung wird dabei besonders viel Wert gelegt. Gemeinsame Mahlzeiten finden in vielen Familien immer seltener statt, oft lernen Kinder nicht mehr, wie sie ausgewogene, nahrhafte Gerichte zubereiten können. „Lecker tafeln!“ bietet Tafel-Gästen verschiedene Maßnahmen an, zum Beispiel Workshops, Verkostungs- und Kochaktionen.

## Initiative „Every Crumb Counts“

Vor dem Hintergrund des von der Europäischen Union angestrebten Ziels, die Menge unnötiger Lebensmittelabfälle bis 2020 zu halbieren, gründeten Vertreter der Lebensmittelkette 2013 die europäische Initiative „Every Crumb Counts“. Ziel ist nicht nur gegen die Verschwendung von Lebensmitteln vorzugehen, sondern auch auf die Förderung eines Lebenszyklusansatzes hinzuwirken. Dieser soll dann in europäische, nationale und globale Lösungen und Initiativen in diesem Bereich einfließen. „FoodDrinkEurope“ ist der europäische Dachverband.





Im Bemühen um nachhaltige Lieferketten spielt der faire Handel, zum Beispiel im Bereich Kakao, eine wichtige Rolle.

## Engagement für nachhaltige Lieferketten

Wenngleich die deutsche Lebensmittelindustrie mit ihrer Wertschöpfung in Deutschland verankert ist, ist sie auf einige wesentliche Importe von Rohstoffen angewiesen. Auch in der komplexen und teils internationalen Lieferkette finden sich viele Beispiele, wo Unternehmen mit anderen Akteuren der Lieferkette für mehr Nachhaltigkeit aktiv werden.

### „Forum Nachhaltiger Kakao“

Der Verein „Forum Nachhaltiger Kakao“ wurde als gemeinsame Initiative von Bundesregierung, Zivilgesellschaft, Industrie und Handel gegründet. Er bringt relevante Akteure aus Deutschland mit den Akteuren aus den Produktionsländern und aus internationalen Initiativen zusammen. Ziel des Forums ist es, die Lebensumstände der Kakaobauern zu verbessern, die natürlichen Ressourcen und die Biodiversität in den Anbauländern zu schonen und zu erhalten sowie den Anteil an nachhaltig erzeugtem Kakao zu erhöhen. Das „Forum Nachhaltiger Kakao“ hat über 70 Mitglieder und steht weiteren Interessenten offen. 2016 zeichnete die Bundesregierung das „Forum Nachhaltiger Kakao“ als Leuchtturmprojekt der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie aus. 2017 erhielt es den ZEIT WISSEN-Preis „Mut zur Nachhaltigkeit“ aus ([www.kakaoforum.de](http://www.kakaoforum.de)).

### „Forum Nachhaltiges Palmöl“ (FONAP)

Auch das FONAP ist eine Initiative von Wirtschaft, Politik und Nichtregierungsorganisationen. Sie hat das Ziel die Nachhaltigkeit im Palmölsektor zu fördern und gemeinsam tragfähige Lösungen für die Verbesserung der Anbaubedingungen zu erarbeiten. Das Forum wurde 2013 gegründet und zählt derzeit 43 Mitglieder. Das Bun-

desministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) fördert das Forum finanziell. Das FONAP hat sich zum Ziel gesetzt, dass in Deutschland künftig ausschließlich nachhaltig zertifiziertes Palmöl eingesetzt wird („100-Prozent-Ziel“). Die Mitglieder des Forums haben dazu eine Selbstverpflichtung abgegeben. Das FONAP berät Mitglieder hinsichtlich des Einsatzes von nachhaltigem Palmöl und stellt relevante Marktinformationen zur Verfügung. Darüber hinaus engagiert es sich für eine Verbesserung der bestehenden Zertifizierungssysteme. Im Austausch mit Nachhaltigkeitsinitiativen in anderen Ländern bringt sich das FONAP auch in die internationalen Debatten zur Nachhaltigkeit im Palmölsektor ein ([www.forumpalmoel.org](http://www.forumpalmoel.org)).

### „Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte“ (NAP)

Der Nationale Aktionsplan zur Umsetzung der Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) gilt für alle Unternehmen in Deutschland seit 2018. Ziel des Aktionsplanes der Bundesregierung ist es, dass mindestens 50 Prozent aller in Deutschland ansässigen Unternehmen mit über 500 Beschäftigten bis 2020 die im NAP beschriebenen Elemente menschenrechtlicher Sorgfalt in ihre Unternehmensprozesse integriert haben. Das gilt vor allem dann, wenn die Unternehmen in Ländern tätig sind, in denen rechtsstaatliche Grundsätze nicht oder nur unzureichend durchgesetzt werden. Die BVE bietet den Unternehmen der Ernährungsindustrie, die über komplexe Lieferketten besonders betroffen sind, Hilfestellung bei der Umsetzung des NAP. Dazu liegt ein Branchenleitfaden vor. Dieser soll eine Orientierung geben, welche wesentlichen Elemente und Prozesse im jeweiligen Unternehmen zu berücksichtigen sind und wo Risiken und Herausforderungen liegen können. Anhand von Best-Practice-Beispielen aus der Branche können Unternehmen und Verbände lernen, wie andere

Akteure die Kernelemente des NAP erfolgreich implementiert und bestehende Maßnahmen und Prozesse im Unternehmen mit dem NAP kompatibel gemacht haben. Eine gemeinsame branchenspezifische Beratung mit dem NAP-Helpdesk der Agentur für Wirtschaft und Entwicklung ergänzt das Angebot, das Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft kostenfrei und vertraulich zu Umsetzungsfragen berät.

## Produktinnovationen

Die Verantwortung zur Umsetzung des Nachhaltigkeitsgedankens liegt bei den Unternehmen selbst. Über alle Unternehmensgrößen hinweg gibt es zahlreiche Aktivitäten: Unternehmen reduzieren ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen, sichern Zulieferern über Langzeitkontrakte stabile Preise, fördern Chancengleichheit bei der Karriereentwicklung – öffentlich sichtbar auf Verpackungen oder Webseiten ist das Engagement aufgrund der Vielseitigkeit selten. Dass die Notwendigkeit zur Kommunikation steigt, belegt beispielsweise auch die wachsende Zahl an nachhaltigen Produktinnovationen mit freiwilligen Aussagen zur Umweltfreundlichkeit. Nachhaltige Transportwege oder Herstellungsverfahren, die biologische Abbaubarkeit von Verpackungen oder der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Produkten spielen hier eine Rolle. In den vergangenen fünf Jahren nahm die Zahl entsprechender Produktinnovationen um 44 Prozent zu (*Innova Market Insights*).

Darüber hinaus wirkt die Lebensmittelwirtschaft in der Produktentwicklung darauf hin, auf die sich wandelnden Ernährungsbedürfnisse einzugehen. Beispiele sind neue oder veränderte Rezepturen, der Einsatz pflanzlicher Proteinquellen oder die Erweiterung des Sortiments um Produkte für besondere Ernährungsbedürfnisse wie gluten- oder laktosefreie Erzeugnisse. Im Rahmen der Grundsatzvereinbarung zwischen dem BMEL und den teilnehmenden Verbänden des Runden Tisches zur „Nationalen Innovations- und Reduktionsstrategie zur Reduktion von Zucker, Fetten und Salz in Fertigprodukten“ haben acht Verbände der Lebensmittelwirtschaft und des Lebensmittelhandels branchen- oder produktbezogene Prozess- und Zielvereinbarungen über spezifische Schritte, Maßnahmen und Ziele zur Reduktion von Salz, Fett oder Zucker festgelegt, die bis 2025 umgesetzt werden sollen.

## Berichterstattung und Kommunikation

Beim Nachhaltigkeitsengagement der Unternehmen stellt sich häufig die Frage nach der Mess- und Vergleichbarkeit von Zielen. Die Unternehmen der Ernährungsindustrie haben daher die freiwillige Berichterstattung über ihre Aktivitäten, Ziele und Herausforderungen verstärkt. Damit werden sie dem steigenden Wunsch nach Transparenz gerecht.

Heute hat sich eine Vielzahl von Methoden und Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung etabliert. Die Europäische Union führte diese verpflichtend für große Unternehmen ein. Seit 2013 verlangt Richtlinie 2014/95/EU, dass die Unternehmen bestimmte nicht-finanzielle und die Diversität betreffende Informationen (z. B. soziale und umweltbezogene Faktoren) zukünftig offenlegen müssen.

## Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)

In der Ernährungsindustrie ist aufgrund der mittelständischen Struktur nur ein Teil der Unternehmen von der europäischen Nachhaltigkeitsberichterstattung betroffen. Dennoch hat die Branche seit 2016 die

Berichterstattung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) gefördert. Leitfäden und regionale Informationsveranstaltungen sollen vor allem kleinen und mittleren Unternehmen der Ernährungsindustrie den Einstieg in die eigene freiwillige und vergleichbare Nachhaltigkeitsberichterstattung erleichtern. Für Unternehmen jeder Größe kann der Kodex ein hilfreicher Rahmen sein, um das eigene Nachhaltigkeitsengagement transparent zu machen.

## Fazit und Ausblick

In der Lebensmittelindustrie spielt das Thema Nachhaltigkeit eine immer wichtigere Rolle. Nachhaltigkeitsherausforderungen wie höhere Energie- und Ressourceneffizienz, Reduktion von Treibhausgasemissionen, nachhaltige Rohwarenbeschaffung und Bewältigung des demografischen und gesellschaftlichen Wandels stehen dabei im Fokus.

Die Lebensmittelindustrie engagiert sich in Form zahlreicher Aktivitäten und Initiativen zum nachhaltigen Wirtschaften. Lösungsansätze reichen vom Lieferketten- und Rohstoffmanagement über Energieeffizienz und Abfallvermeidung in der Produktion bis hin zu gemeinsamem sozialen Engagement mit den Kunden, Reduzierung von Verpackungsmüll und Lebensmittelverlusten bis hin zum Bodenschutz, Einsatz pflanzlicher Proteinquellen oder der Reduktion von Zucker, Fetten und Salz in Fertigprodukten. Dabei ist eine nachhaltige Lebensmittelproduktion nur in interdisziplinärer, partnerschaftlicher Zusammenarbeit und im gemeinsamen Dialog entlang der gesamten Lebensmittelkette möglich. Das schließt Erzeuger und Lieferanten, Handel, Verbraucher und gesellschaftliche Institutionen, Politik, Wissenschaft und die Unternehmen selbst mit ein. Der Weg zur Nachhaltigkeit erfordert die Priorisierung von wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Zielen. Darin wird für die Unternehmen der Lebensmittelbranche weiterhin eine große Herausforderung liegen. ■

## Literatur

Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie – Aktualisierung 2018: [www.bundesregierung.de/resource/blob/975274/1546450/65089964ed4a2ab07ca8a4919e09e0af/2018-11-07-aktualisierung-dns-2018-data.pdf](http://www.bundesregierung.de/resource/blob/975274/1546450/65089964ed4a2ab07ca8a4919e09e0af/2018-11-07-aktualisierung-dns-2018-data.pdf)

EMAS Register, Deutscher Industrie- und Handelskammertag: [www.emas-register.de/emas-register](http://www.emas-register.de/emas-register)

EU-Strategiepapier Sustainability Now! A European Vision for Sustainability: [www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/rapport\\_kff.pdf](http://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/rapport_kff.pdf)

Innova Market Insights: [www.innovamarketinsights.com](http://www.innovamarketinsights.com)



### FÜR DAS AUTORENTEAM

Dr. Angela Kohl ist Diplom-Ökotrophologin und seit 2009 in der wissenschaftlichen Leitung des Lebensmittelverbandes Deutschland e. V. tätig. Sie ist dort für die ernährungspolitischen Themen zuständig.

**Dr. Angela Kohl**  
Lebensmittelverband Deutschland e. V.  
Claire-Waldoff-Straße 7, 10117 Berlin  
[kohl@lebensmittelverband.de](mailto:kohl@lebensmittelverband.de)