

NACHHALTIGKEIT UND VERANTWORTUNG IN DER UNTERNEHMENS- KOMMUNIKATION

Nachhaltigkeit in der Milchtechnologie

M5



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



bibb Bundesinstitut für
Berufsbildung



Impressum

LUFA Nord-West

*Institut für Lebensmittelqualität,
Milchwirtschaftliches Bildungszentrum*

Ammerländer Heerstraße 115 – 117
26129 Oldenburg

Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT

Osterfelder Straße 3
46047 Oberhausen

Universität Osnabrück

*Institut für Erziehungswissenschaft,
Arbeitsgruppe Berufs- und Wirtschaftspädagogik*

Katharinenstraße 24
49078 Osnabrück

Redaktion

Dr. Helmut Steinkamp,
Ina Lange (LUFA Nord-West),
Dr. Daniel Maga,
Anja Gerstenmeier (Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT),
Prof. Dr. Dietmar Frommberger,
Mareike Beer (Universität Osnabrück)

Gestaltung und Satz

anner.ruhr Medienagentur GmbH

LIZENZHINWEIS

Dieses Lernmodul unterliegt der Creative Commons Lizenz „Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA)“.



Die Lizenz wird erklärt unter:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>
Stand: Juli 2020

Der NaMiTec-Modellversuch

Die Abkürzung NaMiTec steht für die „Entwicklung eines Aus- und Weiterbildungskonzeptes zur Erhöhung des Beitrages zur **Nachhaltigen** Entwicklung in der **Milchtechnologie**“.

Der Modellversuch NaMiTec im Förderschwerpunkt „Berufsbildung für nachhaltige Entwicklung 2015-2019“ (BBNE) wird vom Bundesinstitut für Berufsbildung aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung gefördert. Am Modellversuch waren das Milchwirtschaftliche Bildungszentrum der Landwirtschaftlichen Untersuchungs- und Forschungsanstalt LUFA in Oldenburg, das Fraunhofer Institut UMSICHT, Oberhausen und das Fachgebiet Berufs- und Wirtschaftspädagogik der Universität Osnabrück beteiligt.

Die NaMiTec-Nachhaltigkeitsmodule im Überblick

M1 – Basiswissen Nachhaltigkeit

M2 – Verpackungen

M3 – Ressourcen

M4 – Betriebliche Mitbestimmung

M5 – Nachhaltigkeit und Verantwortung in der Unternehmenskommunikation

Die Nachhaltigkeitsmodule bauen aufeinander auf und haben enge Bezüge zum betrieblichen wie schulischen Teil der Berufsausbildung zur Milchtechnologin/zum Milchtechnologen. Sie sollen ausbildungsbegleitend während der gesamten Dauer der Ausbildung bearbeitet werden:

Erstes Ausbildungsjahr: M1 und M2

Zweites Ausbildungsjahr: M3 und M4

Drittes Ausbildungsjahr: M5

Zur Selbstkontrolle für das gelernte Wissen gibt es online das „Molki – Quiz“.

Mit den Informationen aus jedem Modul lässt sich dieses schrittweise beantworten.

<https://www.lufa-nord-west.de//index.cfm/article/2150>

Den QR – Code zum Quiz finden Sie auf der letzten Seite dieses Moduls.

Hinweis: Die im Text eingebundenen QR-Codes/Internetlinks wurden zum Zeitpunkt der Drucklegung auf Aktualität und Verfügbarkeit der Inhalte überprüft (s. letztes Zugriffsdatum). Das Redaktionsteam hat keinen Einfluss auf die Verfügbarkeit der verlinkten Inhalte. Es ist daher möglich, dass im Lauf der Zeit einzelne Links veralten und die verlinkten Inhalte nicht mehr zur Verfügung stehen. Hierfür bittet das Redaktionsteam um Verständnis. Das Redaktionsteam versichert, dass ihm zum Zeitpunkt des Setzens der Verlinkung keinerlei rechtliche Verstöße bekannt waren und es die fremden Websites im Rahmen des Zumutbaren geprüft hat.

Inhaltsverzeichnis

Einordnung und Lernziele	S. 1
1 Was ist CSR bzw. eine Nachhaltigkeitsberichterstattung?	S. 3
1.1 Mögliche Gründe für eine CSR-Berichterstattung	S. 9
1.1.1 Praxisbeispiele aus der Milchwirtschaft	S. 10
2 Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung	S. 14
2.1 Was berichten deutsche Molkereien?	S. 15
3 Produktlabel	S. 21
3.1 Die wichtigsten Biosiegel im Überblick	S. 23
3.2 Was bedeutet „Greenwashing“?	S. 24
 Notizen	S. 28

Einordnung und Lernziele

Einordnung in den Ausbildungskontext

Bezüge zu den Pflichtthemen der Erfahrungsberichte aus dem Ausbildungsnachweis:

- Übergeordnetes Thema mit Schnittstellen zum Qualitätsmanagement

Bezüge zur Verordnung über die Berufsausbildung zum Milchtechnologen / zur Milchtechnologin vom 09.04.2010:

- A 2) Qualitätssicherungssysteme anwenden
- A 8) Informations- und Kommunikationstechniken anwenden

Bezüge zu den Lernfeldern (LF) des Rahmenlehrplanes für den Ausbildungsberuf Milchtechnologe / Milchtechnologin vom 25.02.2010:

- LF 1) Den Ausbildungsbetrieb präsentieren
- LF 12) Qualität von Milchprodukten sichern

Lernziele

Sie kennen...

- den CSR-Begriff und seine Bedeutung in der Milchwirtschaft
- Handlungsfelder, Ziele und Maßnahmen aus Nachhaltigkeitsberichterstattungen
- die Vorteile einer CSR-Berichterstattung oder eines Leitbildes mit Nachhaltigkeitsbezug
- die gängigen Siegel und Label im Lebensmittelbereich
- den Begriff „Greenwashing“ und seine Merkmale

Sie können...

- wesentliche Gründe für eine CSR-Berichterstattung nennen
- seriöse von unseriösen Siegeln/Logos/Labeln unterscheiden
- argumentativ begründen, welchen Stellenwert Nachhaltigkeit in der Milchwirtschaft hat und weshalb Molkereien nachhaltig wirtschaften sollten



EINSTIEGSSITUATION

Marie befindet sich im dritten Ausbildungsjahr. Aktuell führt ihr Ausbildungsbetrieb, die Naturmilch GmbH, eine Mitarbeiterumfrage durch. Mithilfe dieser Umfrage möchte ihr Betrieb zukünftige Handlungsfelder sozialer Nachhaltigkeit identifizieren und vor allem die Mitarbeiterzufriedenheit in den Blick nehmen. Die Ergebnisse der Umfrage, inklusive der Handlungsfelder, entsprechende Maßnahmen und Zielformulierungen stellt die Naturmilch GmbH unter anderem in dem kommenden Nachhaltigkeitsbericht vor.

Marie berichtet abends zuhause von der aktuellen Mitarbeiterumfrage und dem geplanten CSR-Bericht ihres Unternehmens.

Ihr Vater ist skeptisch: *„Dieses ganze Nachhaltigkeitsthema ist ja schön und gut, aber Unternehmen sind doch in erster Linie dafür da, um Gewinne zu erwirtschaften und um Arbeitsplätze zu schaffen. Nachhaltigkeit ist vielleicht die Aufgabe der Politik oder kann in Schulen unterrichtet werden. Aber wenn man nicht aufpasst, macht zu viel Nachhaltigkeit gut wirtschaftende Unternehmen kaputt und vernichtet Arbeitsplätze. Der Bericht deines Unternehmens ist dafür ein gutes Beispiel: da wird viel Geld ausgegeben und Arbeitszeit investiert, nur*

damit am Ende eine Hochglanz-Broschüre entsteht, die sowieso niemand liest. Die Arbeitszeit könnte man besser nutzen. Und außerdem bringen Mitarbeiterbefragungen ohnehin nichts. Mitarbeiter, die unzufrieden sind, sagen schon von selbst was. Und wem das Unternehmen nicht mehr gefällt, der kann sich ja einen anderen Job suchen. Da muss sich jeder um sich selbst kümmern. So sehe ich das.“

Marie ist irritiert – sie ist vorher noch nie auf den Gedanken gekommen, dass jemand etwas gegen „mehr Nachhaltigkeit“ haben könnte. Den Argumenten ihres Vaters stimmt sie eigentlich nicht zu, aber ganz ignorieren kann sie seine Ansichten auch nicht.

Marie fragt sich also: Warum macht sich ihr Ausbildungsbetrieb die Mühe, eine Mitarbeiterbefragung zu organisieren und einen umfangreichen Bericht zu schreiben, wenn hierfür Arbeitszeit verwendet wird, die zu Überstunden führt oder in der Produktion fehlt?

Kurz gesagt: Was hat ein Betrieb davon, eine CSR-Berichterstattung zu verfassen?



Aufgabe 1: Denken Sie kurz über das Argument von Maries Vater nach: Schadet „zu viel Nachhaltigkeit“ einem Unternehmen vielleicht? Notieren Sie Ihre Meinung.

.....

.....

.....

.....

1 | Was ist CSR bzw. eine Nachhaltigkeitsberichterstattung?

Hinweis: Die mit *-Sternchen versehenen Begriffe sind in der Verständnis- und Hintergrundinformations-Box am Ende des Textes erläutert.

CSR* steht für „Corporate Social Responsibility“. Hierunter versteht man die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens bzw. der Nachhaltigkeit.

Seit dem Jahr 2017 sind Unternehmen, welche am Kapitalmarkt orientiert* sind und mehr als 500 Mitarbeiter*innen beschäftigen, verpflichtet, alle ihre CSR-Aktivitäten in Form eines Nachhaltigkeitsberichtes gegenüber Stakeholdern* offenzulegen. Innerhalb der Nachhaltigkeitsberichterstattung erfolgt eine Beschreibung aller nachhaltigkeitsorientierten Tätigkeiten eines Unternehmens hinsichtlich der ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeitsthemen.

Mithilfe einer transparenten* Berichterstattung besteht die Möglichkeit, Vertrauen sowie Glaubwürdigkeit und Akzeptanz seitens der Anspruchsgruppen zu schaffen. Zudem sind mit der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens Ziele verknüpft (z.B. Senken der betrieblichen Treibhausgasemissionen um 10 %), deren Fortschritt im Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert wird. Der Nachhaltigkeitsbericht stellt somit ein Steuerungsinstrument dar, welches Unternehmen ermöglicht, ihr Nachhaltigkeitsengagement öffentlich zu kommunizieren.

Zudem dient die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes Unternehmen als Orientierungshilfe. Durch die Darstellung der ökologischen, ökonomischen und sozialen Aktivitäten eines Unternehmens besteht die Chance, Verbesserungspotentiale zu identifizieren und künftig die unternehmensspezifischen Kennzahlen und Leistungsindikatoren* zu verbessern.

Die Sustainable Development Goals* (SDGs), welche im Jahr 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedet wurden, werden dabei oft als übergeordnete Leitziele herangezogen. Viele Unternehmen nutzen die SDGs, um die unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsziele an ihnen auszurichten.

■ VERSTÄNDNISBOX I

CSR heißt wörtlich übersetzt: Corporate = unternehmerisch, Social = sozial, gesellschaftlich; Responsibility = Verantwortung

Kapitalmarktorientiert sind Unternehmen, die Aktien oder Anleihen herausgeben. In der Regel sind das Aktiengesellschaften (AG) oder Kapitalgesellschaften (KG), aber auch eine GmbH kann kapitalmarktorientiert sein.

Stakeholder: Jede Gruppe oder Einzelperson, für die es aufgrund ihrer Interessenlage von Belang ist, wie ein bestimmtes Unternehmen sich verhält. Es kann zwischen internen und externen Stakeholdern unterschieden werden. Stakeholder können die Erreichung der Unternehmensziele beeinflussen oder von diesen beeinflusst werden (z. B. Aktionär, Mitarbeiter, Kunde, Lieferant).

transparent: wörtlich für durchscheinend, meint hier: frei zugänglich, nachvollziehbar, schlüssig

Leistungsindikator: ein Merkmal, Hinweis oder Anzeichen, mit dessen Hilfe Entwicklungen mess- und sichtbar gemacht werden können. Im Qualitätsmanagement werden Indikatoren festgelegt und dann regelmäßig überprüft

SDG heißt wörtlich übersetzt: Sustainable = nachhaltig; Development = Entwicklung; Goals = Ziele

In Modul „M1 – Basiswissen Nachhaltigkeit“ wurden die SDGs bereits kurz genannt. Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung umfasst insgesamt 17 Ziele und 169 Unterziele.



Abbildung 1: 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung



Bildquelle: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Nachhaltigkeitsindikatoren/Publikationen/Downloads-Nachhaltigkeit/indikatoren-0230001189004.pdf?__blob=publicationFile&v=6
(letzter Zugriff: 04.06.2021)



Die Ziele können wie folgt beschrieben werden:

-
- Ziel 1** Armut in allen ihren Formen und überall beenden.
-
- Ziel 2** Den Hunger beenden, Ernährungssicherung und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern.
-
- Ziel 3** Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern.
-
- Ziel 4** Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern.
-
- Ziel 5** Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen.
-
- Ziel 6** Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten.
-
- Ziel 7** Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern.
-
- Ziel 8** Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern.
-
- Ziel 9** Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen.
-
- Ziel 10** Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern.
-
- Ziel 11** Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten
-
- Ziel 12** Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen.
-
- Ziel 13** Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen.
-
- Ziel 14** Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen.
-
- Ziel 15** Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen.
-
- Ziel 16** Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen.
-
- Ziel 17** Umsetzungsmittel stärken und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen.
-



Aufgabe 2: Auch Maries Unternehmen richtet seine Nachhaltigkeitsberichterstattung an den SDGs aus.

- a) Überlegen Sie sich, welche Maßnahmen die Naturmilch GmbH umsetzen könnte. Finden Sie mindestens zwei Maßnahmen zum vorgegebenen SDG 4 – hochwertige Bildung. Orientieren Sie sich an den vorgegebenen Beispielen zum SDG 13.
- b) Wählen Sie ein weiteres SDG frei aus und formulieren Sie mögliche Maßnahmen (mindestens zwei), die das Unternehmen festschreiben könnte.

Nachhaltigkeitsziel	Innerbetriebliche Maßnahme(n)
 <p>SDG 4 - hochwertige Bildung</p>	
<p>SDG ____</p>	
 <p>SDG 13 - Maßnahmen zum Klimaschutz</p>	<p>Die Naturmilch GmbH plant Investitionen für eine Photovoltaikanlage auf dem Firmendach. So kann der hohe Strombedarf der Molkerei durch einen erhöhten Anteil an erneuerbaren Energien gedeckt werden.</p> <p>Die Naturmilch GmbH führt zweimal jährlich Mitarbeiter*innenschulungen zum Thema „Klimaschutz“ durch, an denen alle Mitarbeiter teilnehmen. Hier geht es z.B. um die Vermeidung von Druckluftverlust und Wassereinsparungsmöglichkeiten.</p> <p>Im Qualitätsmanagement der Naturmilch GmbH sind klare Jahreskennzahlen zum Strom- und Wasserverbrauch festgelegt. Die Einhaltung der Kennzahlen wird durch das interne Controlling überwacht.</p>

c) Überlegen Sie: Welche dieser Maßnahmen aus Aufgabe 2 werden so ähnlich bereits in Ihrem Betrieb umgesetzt? Zählen Sie diese stichpunktartig auf.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

d) Welche der Maßnahmen aus der Tabelle (in Aufgabe 2) spielen in Ihrem Ausbildungsbetrieb Ihrer Ansicht nach bislang keine Rolle?

.....

.....

.....

.....

.....

e) Wählen Sie eine der unter d) genannten Maßnahmen aus. Könnte eine dieser Maßnahmen zukünftig in Ihrem Betrieb umgesetzt werden? Wenn ja – wie? Wenn nein - warum nicht?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.1 Mögliche Gründe für eine CSR-Berichterstattung

Mögliche Gründe eines Unternehmens, sich für die Erstellung eines CSR-Berichts und für die Umsetzung einer unternehmensinternen CSR-Strategie zu entscheiden, sind:

- › **Persönliche Motivation:** Vor allem in kleinen und mittelständischen Unternehmen spielen das Engagement und die Motivation der Unternehmensleitung eine große Rolle. Besonders inhabergeführte, traditionelle Familienunternehmen handeln oft nach ethisch-moralischen Überzeugungen hinsichtlich der eigenen Verantwortung für die Region. Hierzu gehört verantwortungsvolles Handeln gegenüber der Natur und Umwelt sowie gegenüber den Mitarbeitenden und der Gesellschaft.
- › **Wettbewerbsvorteile:** Die CSR-Strategie eines Unternehmens kann zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil werden. Andere Firmenkunden oder die Endverbraucher*innen achten zunehmend auf die Ökobilanz von Produkten. Einige Unternehmen oder auch Kommunen achten bereits darauf, dass sie ihre Waren nur von Zulieferern erhalten, die soziale und ökologische Grundsätze einhalten.
- › **Wirtschaftlicher Nutzen durch Einsparungen:** Indem in nachhaltige Technologien investiert wird oder ein Unternehmen seine internen Prozesse optimiert (=verbessert), kann ein Unternehmen mittel- bis langfristig seine laufenden Kosten senken (z.B. Strom, Wasser etc.). CSR hilft dabei, Kennzahlen zu ermitteln und dient dem internen Controlling.
- › **Mitarbeiterbindung:** Wenn Mitarbeitende sich mit den Zielen ihrer Tätigkeit und dem Unternehmen identifizieren, stärkt dies ihre Motivation. Die „Fridays for Future“-Bewegung zeigt z.B., dass Klima- und Umweltschutz vor allem für junge Menschen ein großes Thema ist. Ein im CSR-Bereich engagiertes Unternehmen ist attraktiv für seine Mitarbeiter*innen. Aktiv umgesetzte „Corporate Social Responsibility“ stärkt z.B. faire Arbeitsbedingungen, den Arbeitsschutz und Maßnahmen zur Mitarbeitergesundheit.
- › **Rechtliche Verpflichtung:** Für große Unternehmen gibt es eine gesetzlich festgelegte CSR-Berichtspflicht. Davon betroffen sind alle kapitalmarktorientierten Unternehmen sowie Kreditinstitute und Versicherungsunternehmen. Die Berichtspflicht gilt für Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern oder deren Umsatzerlöse sich auf mehr als 40 Millionen Euro belaufen. Kleine und mittelständische Unternehmen sind demnach nicht berichtspflichtig, allerdings kann durchaus davon ausgegangen werden, dass die berichtspflichtigen Großbetriebe CSR-Informationen von ihren Zulieferbetrieben einfordern.
- › **Öffentlichkeitsarbeit:** Unternehmen können ihre CSR-Berichterstattung für die Öffentlichkeitsarbeit und das Marketing nutzen. „Tue Gutes und sprich darüber“ ist ein alter Leitsatz, der auch auf das nachhaltigkeitsorientierte Handeln im Unternehmen angewandt werden kann. Das Hauptziel guter Öffentlichkeitsarbeit ist dabei, das Unternehmen und seine Produkte gegenüber Kunden und Geschäftspartnern sowie weiteren Stakeholdern positiv darzustellen.

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales schreibt zur CSR-Berichterstattung:

„Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln im Sinne von CSR ist ein klarer Wettbewerbsvorteil. Vor allem aber fordert unser Verständnis einer sozialen Marktwirtschaft auch von den Unternehmen gesellschaftliche und ökologische Verantwortung zu tragen. Soziale Verantwortung und unternehmerischer Erfolg sind also zwei Seiten derselben Medaille.“

Quelle: Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.): CSR-Preisträger 2013-2017. CSR-Trends, Berlin 2018

1.1.1 Praxisbeispiele aus der Milchwirtschaft



Aufgabe 3: Marie will wissen, ob andere Molkereien ebenfalls aktiv im Bereich „CSR“ sind. Sie recherchiert im Internet und findet heraus, dass jedes Jahr der „Deutsche Nachhaltigkeitspreis“ für Unternehmen verliehen wird. Auch Betriebe aus der Milchwirtschaft gehören dabei zu den Preisträgern und Finalisten.



NERDBOX

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis ist Europas größte Auszeichnung für Spitzenleistungen im Bereich Nachhaltigkeit. Er wird jährlich von der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis vergeben - in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, kommunalen Spitzenverbänden, Wirtschaftsvereinigungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen.

- a) Lesen Sie die folgenden Praxisbeispiele. Unterstreichen Sie die hier genannten Gründe, weshalb sich die vorgestellten Unternehmen für eine CSR-Berichterstattung entschieden haben.

Beispiel 1: Molkerei Berchtesgadener Land¹

2019 erhielt die Molkerei Berchtesgadener Land den Deutschen Nachhaltigkeitspreis für Unternehmen mittlerer Größe. Die Motive der Molkerei Berchtesgadener Land zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sind nicht nur auf ethische Überzeugungen oder politische Regulationen zurückzuführen, sondern werden vermehrt aufgrund bestehender Wettbewerbsbedingungen, Imageverbesserung oder Kosteneinsparungen durchgeführt. Das unternehmerische Handeln der Molkerei Berchtesgadener Land wird vom Prinzip „Verantwortung für Mensch, Tier und Umwelt“ geleitet. Wie dieses Leitbild in die Praxis umgesetzt wird, berichtet die Molkerei im Nachhaltigkeitsbericht auf insgesamt 54 Seiten. Hier legt die Genossenschaftsmolkerei offen, welche Ziele sie verfolgt, welche Maßnahmen schon erfolgreich umgesetzt wurden und welche neuen Projekte in Angriff genommen werden. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den wesentlichen Handlungsfeldern: Erhalt der kleinbäuerlichen Strukturen mit einer umweltverträglichen Landwirtschaft und ökologisch und sozial verträgliches Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

„Unsere wesentlichen Handlungsfelder zeigen deutlich: Nachhaltigkeit wird bei uns ganzheitlich – von der Kuh bis zur Verpackung und darüber hinaus – gedacht. Entsprechend vielfältig sind unsere Maßnahmen“, erläutert Lisa Weitz, Nachhaltigkeitsbeauftragte der Molkerei Berchtesgadener Land. „In unserer Genossenschaft denken und handeln wir in Generationen. Uns für eine zukunftsfähige Wirtschaftsweise einzusetzen, ist deshalb eine Selbstverständlichkeit. Der Nachhaltigkeitsbericht gibt unseren Kunden, Lieferanten und allen Interessierten einen transparenten und ehrlichen Überblick über unser Engagement in Sachen verantwortungsvolles Wirtschaften im Sinne der UN Nachhaltigkeitsziele.“ Und auch bei der Produktion des Nachhaltigkeitsberichtes wird auf Umweltschutz geachtet: Er ist online veröffentlicht. Zusätzlich wird er in kleiner Stückzahl klimaneutral gedruckt, das heißt, dass alle Treibhausgasemissionen, die beim Druck entstehen, vollständig kompensiert werden.“

Beispiel 2: Privatmolkerei Bauer²

Die Privatmolkerei Bauer gehörte zu den Finalisten des „Deutschen CSR-Preises 2012“.

„Die Nominierung ist eine großartige Bestätigung unserer Arbeit und unserer Überzeugungen“, sagt Geschäftsführer Markus Bauer, der das Unternehmen gemeinsam mit seinem Bruder Florian in fünfter Generation leitet. „Für unsere Familie ist das Thema Nachhaltigkeit mehr als nur eine grüne Idee: Die Entwicklung und Herstellung natürlicher Milchprodukte und der schonende Umgang mit der Natur sind für uns untrennbar miteinander verbunden.“ Produktion „ohne Gentechnik“ - diese Einstellung hat die Privatmolkerei aus dem bayerischen Wasserburg tief verinnerlicht. Ein besonderes Anliegen ist es dem Unternehmen, die Ausbreitung gentechnisch veränderter Organismen einzudämmen. Bereits seit April 2011 werden alle Markenprodukte aus dem Hause Bauer mit Milch „ohne Gentechnik“ produziert, im März 2012 brachte die Molkerei Deutschlands erste Fruchtjoghurts ohne Gentechnik in den Handel.

Beispiel 3: Milchviehbetrieb Wolters / Bauernkäserei Wolters GmbH³

Der Milchviehbetrieb und die Bauernkäserei Wolters GmbH gewannen 2017 den Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Betriebliche Integration geflüchteter Menschen“.

Vom Firmeninhaber Wolters wurde Anfang der 1990er Jahre die ehemalige LPG (= *landwirtschaftliche Produktionsgenossenschaft*; Begriff aus der Agrarwirtschaft der Deutschen Demokratischen Republik DDR (1949-1990)) in einen Wirtschaftsbetrieb mit 40 Mitarbeitern überführt. Anders als in westdeutschen landwirtschaftlichen Betrieben gehörten zu dieser Zeit keine ausländischen Mitarbeiter zum Betrieb – bis ins Dorf Bandelow bei Prenzlau in Brandenburg kam Mitte der 1990er Jahre niemand. Die Öffnung gegenüber Zugewanderten aber ist eine absolute Notwendigkeit für Betriebe wie seinen, stellt Wolters klar. Die Einstellungsvoraussetzung sei nicht zwingend gutes Deutsch, sondern Empathie und Zuverlässigkeit. Firmenchef Wolters betont: „Durch den CSR-Preis der Bundesregierung positionieren wir uns als Unternehmen deutlich nach außen im Sinne einer Unternehmensphilosophie, die sich der gesellschaftlichen Verantwortung bewusst ist, die man als Unternehmer trägt. Dazu gehört auch die gesellschaftliche und unternehmerische Aufgabe der Integration. Wir möchten unseren Kunden und potentiellen Kunden zeigen, wo wir in der Gesellschaft stehen und dadurch eine langfristige Kundenbindung an unsere regionalen Marken schaffen. Diese Unternehmensphilosophie ist aus unserer Sicht wichtig, weil eine Kundenbindung über niedrige Preise uns keine Chance bietet, uns als kleines Unternehmen gegenüber großen Unternehmen zu behaupten.“

- b) Schauen Sie sich die unterstrichenen Gründe noch einmal an. Beschreiben Sie, welche dieser Gründe auch in Ihrem Ausbildungsbetrieb von Bedeutung sind.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

¹zitiert nach: <https://www.forum-csr.net/News/14002/MolkereiBerchtesgadenerLandleistetihrenBeitragzudenUNNachhaltigkeitszielen.html>, letzter (letzter Zugriff: 17.08.2020)

²zitiert nach: <https://www.wasserburg24.de/wasserburg/region-wasserburg/wasserburg-am-inn-ort63092/molkerieibauer-csr-preis-nominiert-ro24-2255079.html>, (letzter Zugriff: 19.08.2020)

³zitiert nach: <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/CSR-Preis/Rueckblick/CSR-Preis-2017/Preistraeger-2017/Wolters/wolters.html>, (letzter Zugriff: 19.08.2020)



Die drei Betriebe scheinen sehr unterschiedliche Motive für die Erstellung der CSR-Berichte zu haben.

Marie fragt sich, ob jeder Betrieb seinen eigenen Weg in der nachhaltigen Entwicklung finden muss oder ob es vielleicht Standards* für „Corporate Social Responsibility“ und Nachhaltigkeitsberichte* gibt.

■ VERSTÄNDNISBOX II

Was ist ein „Standard“?

Ein Standard kann sinngemäß als Regelwerk, Norm oder Orientierung verstanden werden. Ein Standard ist eine allgemein anerkannte und praktisch angewandte Art und Weise, die sich gegenüber anderen Arten und Weisen durchgesetzt hat oder zumindest als Richtschnur gilt.

„Corporate Social Responsibility“ und Nachhaltigkeitsberichte:

Sehr oft werden die Begriffe CSR und Nachhaltigkeitsberichterstattung synonym (=gleichbedeutend) genutzt. In diesem Material wird dies der Einfachheit halber ebenso gehandhabt. Dennoch soll betont werden, dass CSR zugleich ein Managementansatz und an den Belangen der Stakeholder (vgl. Seite 4) orientiert ist. Dagegen gibt es Unternehmen, die nicht CSR-berichtspflichtig sind und dennoch ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten in Form eines Nachhaltigkeitsberichtes offenlegen.

2 | Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

Für die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes können Unternehmen auf Standards zurückgreifen. Der am häufigsten verwendete Standard ist der deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK). Oft orientieren sich Unternehmen aber auch an Richtlinien wie etwa an den von der Global Reporting Initiative (GRI) entwickelten Regelwerken. Die Anwendung der Standards ist nicht verpflichtend.

Deutscher Nachhaltigkeitskodex DNK*: Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) ist ein anwendungsfähiger Standard mit 20 Kriterien für eine Berichterstattung. Er gibt einen Rahmen für die Berichterstattung nichtfinanzieller Leistungen vor, der von Unternehmen jeder Größe und Rechtsform genutzt werden kann. Die 20 Kriterien sind in vier verschiedene Themenbereiche aufgeteilt: Strategie, Prozessmanagement, Umweltbelange und Gesellschaft.

Global Reporting Initiative GRI*: Das Ziel einer Berichterstattung nach GRI ist eine internationale Standardisierung und Vergleichbarkeit der Berichte. Mit den GRI-Richtlinien soll nachhaltige Entwicklung weltweit unterstützt werden. Gleichzeitig soll es Firmen, Regierungen, Investoren, Arbeitnehmern und einer interessierten Öffentlichkeit ermöglicht werden, vergleichbare Entscheidungen zu treffen. Insofern bietet die Berichterstattung nach GRI eine Orientierungshilfe. Im GRI sind bestimmte Kennzahlen und Indikatoren angegeben, mit denen Unternehmen zu wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Aspekten ihrer Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen Stellung beziehen können. So wird die Vergleichbarkeit der Berichte erhöht. Die Standards sind durchnummeriert und weisen teils große Überschneidungen zu den SDGs auf (z.B. lautet der GRI 302 Energie, der GRI 303 Wasser und Abwasser und der GRI 405 Diversität und Chancengleichheit).

Das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung vergleicht Nachhaltigkeitsberichte deutscher Unternehmen und unterscheidet dabei Groß-, Klein-, und mittelständische Unternehmen. Der Vergleich basiert auf ökologischen und sozialen sowie management- und kommunikationsorientierten Kriterien. Er wird regelmäßig in einem Ranking veröffentlicht. Durch dieses Ranking wird zusätzlich eine Vergleichbarkeit der Unternehmen im Hinblick auf das nachhaltige Handeln und die Nachhaltigkeitsaktivitäten ermöglicht.

NERDBOX

Der DNK wurde 2010 vom Rat für Nachhaltige Entwicklung mit Vertreterinnen und Vertretern der Politik, des Finanzmarkts, Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen in einem Dialog-Prozess entwickelt. Dieser Rat ist ein Beratungsgremium mit Mandat der Bundesregierung.



Quelle: <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/Home/DNK/DNK-Overview>
(letzter Zugriff 23.06.2021)

Die GRI ist eine gemeinnützige Stiftung nach niederländischem Recht, die aus verschiedenen Quellen - Regierungen, Unternehmen, Stiftungen, Partnerorganisationen und Unterstützern - finanziert wird.



Quelle: <https://www.gabler-banklexikon.de/definition/global-reporting-initiative-gri-70766>
(letzter Zugriff 23.06.2021)

2.1 Was berichten deutsche Molkereien?

Viele deutsche Molkereibetriebe berichten über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten. Innerhalb der Berichte wird das Nachhaltigkeitsengagement der Molkerei gegenüber Mensch, Tier und Umwelt und die damit verbundenen Maßnahmen dargestellt. Nicht alle Molkereien orientieren sich dabei an den Vorgaben und Richtlinien der GRI-Kriterien, sondern fertigen ihren Bericht ohne die Einhaltung einer vorgegebenen Norm an, oder sie integrieren ein Nachhaltigkeitskapitel innerhalb des Geschäftsberichtes.

Auch wenn das übergeordnete Leitbild der nachhaltigen Entwicklung (siehe Modul M1 – Basiswissen Nachhaltigkeit) ökonomische, ökologische und soziale Aspekte gleichermaßen umfasst, werden von den Unternehmen in den Nachhaltigkeits- bzw. CSR-Berichten vor allem die ökologischen und sozialen Aspekte betont.

In der folgenden Tabelle sehen Sie einen Auszug aus dem Nachhaltigkeitsbericht der Molkerei Ammerland (Tabelle 1). Der Nachhaltigkeitsbericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards erstellt und ist online verfügbar.

Table 1: Nachhaltigkeitsziele der Molkerei Ammerland (Auszug aus dem Nachhaltigkeitsbericht, veröffentlicht im Oktober 2020)

Ziele	Maßnahmen	Termin	Status	
Unternehmensführung				
Nachhaltigkeitsmanagement weiter strategisch ausbauen	Überarbeitung des Nachhaltigkeitsleitbilds vor dem Hintergrund von Weiterentwicklungen seit der erstmaligen Veröffentlichung im Jahr 2011	2019	Überarbeitetes Nachhaltigkeitsleitbild im Februar 2019 veröffentlicht.	✓
	Weiterentwicklung interner Strukturen zur Erfassung und Bearbeitung von Nachhaltigkeitsthemen	2021	Bearbeitungsbeginn 2020	★
Dialog mit Stakeholdern erweitern	Verstärkung und Verstetigung des Dialogs zu Nachhaltigkeitsthemen insbesondere mit Mitarbeitern, Milchlieferanten, Kunden und NGOs	kontinuierlich	Pilotphase Nachhaltigkeitsmodul mit Milchlieferanten fortgesetzt, Unterstützung externer Initiativen wie PRO WEIDELAND, gemeinsame Projekte und Aktionen mit Kunden.	↻
Milcherzeugung				
Stabilen Milchauszahlungspreis erwirtschaften	Erwirtschaftung eines mindestens regional überdurchschnittlichen Milchauszahlungspreises	kontinuierlich	Milchauszahlungspreis lag 2018 und 2019 jeweils über dem Durchschnitt des Landes Niedersachsen (GRI: 201-1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert).	↻
Nachhaltige Milcherzeugung fördern	Weitere Teilnahme am Pilotprojekt Nachhaltigkeitsmodul von QM-Milch; Befragung von Milchlieferanten zu Nachhaltigkeit in der Milcherzeugung	2020	Pilotphase Anfang 2020 erfolgreich abgeschlossen, 1.060 Milcherzeuger haben an der Befragung teilgenommen, die Ergebnisse wurden umfassend mit den Landwirten kommuniziert (102-12 Externe Initiativen).	✓

Ziele	Maßnahmen	Termin	Status	
Produktion und Produkte				
Biomilchprodukte vermarkten	Einführung zusätzlicher Biomilchprodukte unter unserer Marke „Ammerländer“	2020	Einführung Ammerländer Bio-H-Milch Anfang 2020.	✓
Mitarbeiter				
Mitarbeiter ausbilden	Ausbildungsquote dauerhaft bei 10 Prozent halten	kontinuierlich	Ausbildungsquote im Berichtszeitraum 9,1 % (2018) bzw. 8,7 % (2019).	↻
Weiterbildung ausbauen	Durchführung von Informationsveranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit	2019	Suche nach geeigneten Möglichkeiten noch nicht abgeschlossen, Prüfung der Etablierung eines Online-Formats.	...
Umwelt				
Wasserverbrauch und Abfall systematisch steuern	Implementierung von Managementsystemen für die Bereiche Wasser und Abfall	2020	Wassermanagementsystem: Vorbereitungen im Jahr 2019 durch Masterarbeit; System soll bis Q3 2020 aufgebaut werden. Abfallmanagementsystem: Zunächst werden personelle Voraussetzungen geschaffen, danach Beginn der Implementierung.	...
Gesellschaft				
Gemeinwesen unterstützen	Unterstützung von Projekten und Maßnahmen in den Bereichen nachhaltige Landschaftsentwicklung, Bildung, Familie, Kultur und Entwicklungshilfe	kontinuierlich	Beispiele aus dem Berichtszeitraum: Gestaltung von Weideausflügen als öffentlichkeitswirksame Ereignisse (in Kooperation mit dem Grünlandzentrum), Unterstützung der Aktion „Frisches Frühstück“, Teilnahmen an regionalen Veranstaltungen (Landtage Nord, Kochen am Schloss, Inklusionsspieltag bei Werder Bremen, Beach Days Borkum, Landesturnier in Rastede); Unterstützung der Demonstrationen von Landwirten im Herbst 2019	↻

✓ Ziel erreicht

↻ Zwischenergebnis erreicht, Bearbeitung wird fortgesetzt

... in Umsetzung

★ Neues Ziel



Quelle: Nachhaltigkeitsbericht 2018/2019 der Molkerei Ammerland: https://molkerei-ammerland.com/de-de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsberichte/molkerei_ammerland_nachhaltigkeitsbericht_2018_2019.pdf
(letzter Zugriff: 15.12.2020)



Aufgabe 4: Betriebliche Erarbeitungsaufgabe zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

a) Verfasst auch Ihr Ausbildungsbetrieb einen Nachhaltigkeitsbericht? Wenn ja, warum?

.....

.....

.....

.....

b) Welche Handlungsfelder, Ziele und Maßnahmen werden in diesem Bericht beschrieben? Zählen Sie diese auf.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

c) Hat Ihr Ausbildungsbetrieb ein Leitbild? Auf welche nachhaltigkeitsrelevanten Aspekte nimmt dieses Bezug? Beantworten Sie die Frage stichpunktartig.

➤ *Wenn Ihr Betrieb weder einen Nachhaltigkeitsbericht verfasst noch sich ein Leitbild gegeben hat, berücksichtigen Sie die anderen Kommunikationsmedien Ihres Ausbildungsbetriebes (z.B. Homepage oder Flyer). Was steht hier zu den nachhaltigkeitsrelevanten Aspekten Ihres Betriebes (stichpunktartig)?*

.....

.....

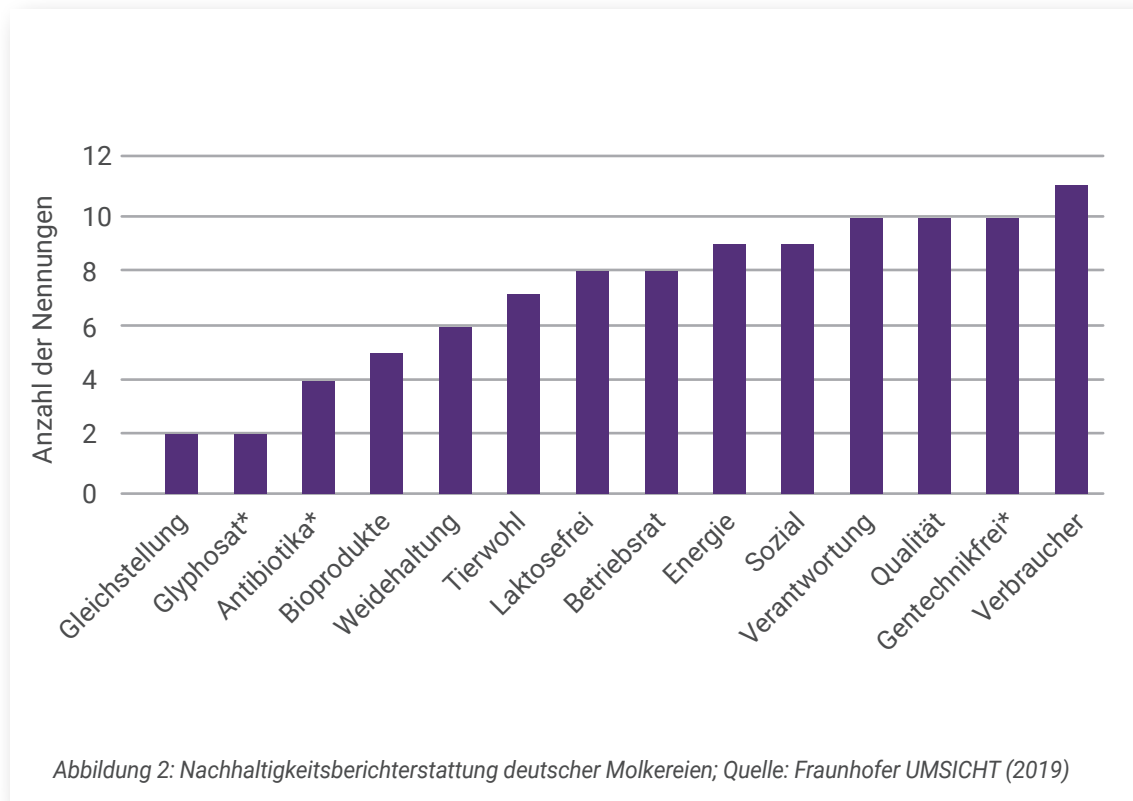
.....

.....

.....

Sie haben sich nun mit den Handlungsfeldern und Schwerpunkten Ihres Betriebes beschäftigt. Aber worüber berichten andere deutsche Molkereien?

Mithilfe einer Auswertung von 12 Nachhaltigkeitsberichten deutscher Molkereibetriebe konnten die am häufigsten genannten **Themenbereiche** identifiziert werden. Sie finden diese in der **Abbildung 2**:



Marie fällt auf, dass in der Nachhaltigkeitsberichterstattung am häufigsten die **Verbraucher** genannt werden.

Sie fragt sich: Warum ist das so?

Unter anderem liegt das sicherlich an dem veränderten Kaufverhalten, das von den Molkereien nun berücksichtigt werden muss. Die Nachfrage nach verantwortungsbewusst hergestellten Molkereiprodukten steigt stetig, vor allem Bioprodukte liegen im Trend.

Dabei spielen ökologische Aspekte und das Tierwohl eine große Rolle für die Verbraucher*innen, aber oft geht es ihnen auch um eine generell hohe Produktqualität und –sicherheit. Diese erwarten die Verbraucher*innen vor allem von nachhaltig produzierten und biologisch zertifizierten Produkten.

Dass den Molkereien dies bewusst ist, zeigen ihre Nachhaltigkeitsberichte. Hierin sind wichtige Themen z.B. der Verzicht auf Gentechnik* und Glyphosat* im Futtermittelanbau sowie die Reduktion von Antibiotikaeinsatz* in der Tierhaltung. Außerdem wird großer Wert auf die Weidehaltung und das Tierwohl im Allgemeinen gelegt.

Warum auf Gentechnik, Glyphosat und Antibiotika in der Tierfutter- und Milchproduktion verzichtet werden sollte, können Sie in der Verständnisbox nachlesen!

■ VERSTÄNDNISBOX III

Gentechnik bezeichnet gezielte Eingriffe in das Erbgut von Lebewesen, um die DNA zu verändern. In der Landwirtschaft ist es das Ziel, dass die Pflanzen entweder selbst Schädlinge abwehren (BT-Pflanzen) oder sie tolerant gegen Unkrautvernichtungsmittel werden (HT-Pflanzen). Etwa 30 Prozent der gentechnisch veränderten Pflanzen weisen beide Eigenschaften auf: Sie sind sowohl tolerant gegenüber Herbiziden (tolerant gegenüber Herbiziden meint: sie dulden bzw. reagieren nicht mit vermindertem Wachstum auf Unkrautvernichtungsmittel) und wehren eigenständig Insekten ab (Quelle: utopia.de). Aber Gentechnik ist oft nicht so genau, wie die Forschung es sich wünscht. Es kann zu „off-target“-Effekten kommen, bei denen auch Gene verändert werden, die eigentlich nicht verändert werden sollen. Auch passen sich andere Organismen wie Unkräuter an die gentechnisch veränderte Pflanze an. Hierdurch können „Superunkräuter“ entstehen – dann muss sogar mehr Unkrautvernichtungsmittel gespritzt werden. In Deutschland werden seit 2012 generell keine gentechnisch veränderten Pflanzen für Lebens- oder Futtermittel mehr angebaut.

Glyphosat ist ein Herbizid, das heißt ein Unkrautbekämpfungsmittel. Glyphosat wird vor allem in der Landwirtschaft eingesetzt, aber auch im Gartenbau, in der Industrie und von Privathaushalten. Unter dem Produktnamen „Roundup“ wurde Glyphosat erstmals von der Firma Monsanto auf den Markt gebracht. Es wirkt nicht-selektiv gegen Pflanzen, dies bedeutet, dass alle damit behandelten Pflanzen absterben. Ausnahmen bilden Nutzpflanzen, die gentechnisch so verändert worden sind, dass sie eine Herbizidresistenz gegenüber Glyphosat besitzen (s.o., HT-Pflanzen).

Antibiotika sind das wichtigste Arzneimittel zur Behandlung von Infektionskrankheiten. Antibiotika dürfen eigentlich nur erkrankten Tieren gegeben werden, werden aber auch gesunden Tieren verabreicht, wenn Artgenossen im Stall Krankheitssymptome aufweisen. Laut Robert-Koch-Institut ist es unstrittig, dass bestimmte resistente Bakterien oder ihre Resistenzgene aus dem Bereich der Landwirtschaft (wie etwa der Tiermast) auf den Menschen übertragen werden können (vgl. https://www.rki.de/SharedDocs/FAQ/Krankenhausinfektionen-und-Antibiotikaresistenz/FAQ_Liste.html, (letzter Zugriff: 21.09.2020)). Deshalb gefährden (zu viele) Antibiotika im Tierfutter die menschliche Gesundheit.



Aufgabe 5: Betriebliche Erarbeitungsaufgabe zur nachhaltigkeitsbezogenen Öffentlichkeitsarbeit

Die Analyse der 12 Nachhaltigkeitsberichte (Abbildung 2: Nachhaltigkeitsberichterstattung von Molkereien) hat gezeigt, dass die Molkereien sich stark an den Bedürfnissen der Verbraucher orientieren und ihre Öffentlichkeitsarbeit entsprechend gestalten.

Ist das in Ihrem Betrieb ähnlich? Wie gestaltet Ihr Ausbildungsbetrieb seine Öffentlichkeitsarbeit und die Kommunikation in Richtung Verbraucher?

- › Tipps zur Beantwortung der Frage: Nutzt Ihr Ausbildungsbetrieb Produktkennzeichnungen wie DLG- oder Bio-Siegel? Welche Informationen stellt Ihr Betrieb auf seiner Homepage zur Verfügung (z.B. FAQ-Listen, Offenlegung der Produktions- und Lieferketten, Betonung besonderer Eigenschaften der Produkte wie z.B. laktosefrei, gentechnikfrei, ohne Gelatine etc.)? Engagiert sich Ihr Betrieb in der Region, etwa als Sponsor (z.B. von Sportmannschaften/-vereinen oder durch Teilnahme an Ausbildungsplatzbörsen etc.)?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Marie wird immer klarer, wie eng die Wirtschaftsfähigkeit ihres Ausbildungsbetriebes mit nachhaltiger Entwicklung zusammenhängt.

Nachhaltig wirtschaftende Unternehmen werden von den Verbraucher*innen eher akzeptiert, nachhaltig produzierte Waren eher gekauft. Außerdem hat ein Betrieb eine gewisse Verantwortung für die der Produktion vor- und nachgelagerten Prozesse und für seine Mitarbeitenden. Marie ist der Überzeugung, dass die Naturmilch GmbH in Sachen „nachhaltige Entwicklung“ auf einem guten Weg ist. Durch die intensive Beschäftigung mit den Nachhaltigkeitsaktivitäten innerhalb der Milchwirtschaft und ihres Ausbildungsbetriebes im Besonderen fühlt sie sich darin gestärkt, sich für den richtigen Beruf entschieden zu haben. Sie findet es wichtig, dass Unternehmen auch soziale und ökologische Problemstellungen in den Blick nehmen.

Das sollte ihrer Meinung nach ruhig noch mehr betont werden. Zum Beispiel hält sie eine gute Produktkennzeichnung für den richtigen Weg – denn ihre Kaufentscheidung treffen die Verbraucher*innen ja im Supermarkt am Regal der Molkereiprodukte.

3 | Produktlabel

Marie unterhält sich in ihrer Frühstückspause mit ihrem Kollegen Juri über das Thema CSR, Marketing und die unterschiedlichen Produktlabel.

Marie hat als Zwischenmahlzeit einen Müsliriegel dabei. Der ist mit einer „Fair-Trade“-Kennzeichnung versehen. Dann muss er doch auch „bio“ sein, glaubt sie. Ihren Kaffee trinkt sie mit viel Milch. Auf der Verpackung steht „Weidemilch“. Es ist Anfang Dezember und Marie fragt sich, ob Milchkühe aktuell überhaupt noch auf der Weide stehen können.

Juri und Marie finden die vielen unterschiedlichen Siegel, Label und Bezeichnungen verwirrend und möchten wissen:

- Gibt es geschützte Begriffe und Label?
- Wie kann der Verbraucher erkennen, welche Qualitätsanforderungen an „Bio-Produkte“ gestellt werden?
- „Bio“, „Fair-Trade“ und „regional“ – ist das alles dasselbe?!



Aufgabe 6: Betrachten Sie die Produkte Ihres Betriebes.

a) Welche Label werden bei Ihnen zur Produktkennzeichnung auf der Fertigware verwendet?

.....

.....

.....

.....

b) Sind die von Ihnen verwendeten Rohwaren auch mit Label versehen? Wenn ja, benennen Sie diese.

.....

.....

.....

.....

Label und Standards

Viele Verpackungen sind mit Label versehen. Ein Label (aus dem Englischen für ‚Zettel‘ oder ‚Etikett‘), auch Prüf- oder Gütesiegel, ist ein Qualitätsmerkmal. Die Produkte im Einzelhandel sind sehr häufig mit Label versehen, die Hinweise auf die umweltfreundliche Produktion der Waren, der Sozialverträglichkeit oder ihrer Zutaten geben sollen.

Doch wer darf diese Label verwenden?

Ein Label dient als Information und als Marketinginstrument. Um ein Label verwenden zu dürfen, muss der entsprechende Standard berücksichtigt werden. Der Standard gibt die Regeln für die Vergabe des Labels vor. Das Label darf ein Unternehmen nach einer erfolgreichen Zertifizierung führen. Die Zertifizierung ist der Nachweis des Unternehmens, dass es nach einem bestimmten Standard agiert. Zertifizierte Label und Standards sorgen somit für Transparenz.

Seit Anfang der 1990er Jahre gibt es die EG-Öko-Verordnung. Die Begriffe „Bio“ und „Öko“ sind seitdem rechtlich geschützte Bezeichnungen. Diese Verordnung legt fest, wie Bio-Lebensmittel produziert, kontrolliert nach Europa importiert und gekennzeichnet werden. Die Öko-Verordnung soll damit für einen fairen Wettbewerb sorgen und Verbraucher vor Irreführung bei Bio-Produkten schützen.

Die EG-Öko-Verordnung legt für Bio-Produkte den **gesetzlichen Mindeststandard** für die Landwirtschaft und die Lebensmittelproduktion fest. Einige Regeln der nationalen **Bio-Verbände gehen aber über diesen Standard hinaus**: So verlangen die privaten Richtlinien der Anbauverbände beispielsweise die Umstellung des gesamten landwirtschaftlichen Betriebes auf eine ökologische Bewirtschaftung, beschränken die Menge zugelassener Zusatzstoffe in der Verarbeitung noch stärker oder schreiben noch schärfere Regeln für die Tierhaltung vor.

Aber schon für den Mindeststandard nach der EG-Öko-Verordnung gilt: Der Verbraucher kann sich sicher sein, dass die Ware nach den Vorschriften der EG-Öko-Verordnung hergestellt und kontrolliert wurde, wenn auf der Verpackung etwa die Bezeichnungen und Hinweise „Bio“, „Öko“(logisch) oder „aus kontrolliert ökologischem Anbau“ stehen.

Nicht geschützt nach der EG-Öko-Verordnung hingegen sind Begriffe wie „schadstoffkontrolliert“, „natürlich“ oder „naturnah“, „unbehandelt“, „aus umweltschonender Landwirtschaft“ oder „aus Freilaufhaltung“.

NERD-WISSEN

Das EU-Bio-Recht gilt für pflanzliche und tierische Lebens- und Futtermittel aus ökologischer Landwirtschaft und ökologischer Verarbeitung. Für Agrarerzeugnisse, die nicht Lebens- oder Futtermittel sind, gilt das Bio-Recht nur, solange diese nicht verarbeitet wurden. Zum Beispiel regelt die Öko-Verordnung den Anbau von Öko-Baumwolle, nicht aber wie Jeans oder T-Shirts daraus gewebt werden müssen.

3.1 Die wichtigsten Biosiegel im Überblick



EU-Biosiegel (seit 2010)

Ab dem 1. Juli 2010 und in der gesamten europäischen Union gültig und verpflichtend: das neue EU-Biosiegel. Es muss auf allen vorverpackten Öko-Lebensmitteln stehen, die in den EU-Mitgliedsstaaten produziert wurden und den Standards des Siegels entsprechen. Ein Kriterium: Mindestens 95 Prozent der Zutaten aus landwirtschaftlicher Erzeugung müssen aus ökologischem Anbau stammen.



Deutsches Bio-Siegel (seit 2001)

Bleibt trotz neuem EU-Siegel gültig und kann freiwillig weiter (aber nur zusätzlich zum EU-Biosiegel) auf Produkten verwendet werden. Das deutsche Siegel wird vom Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) vergeben und kennzeichnet Lebensmittel aus kontrolliert ökologischem Anbau. Die Kriterien für die Vergabe des Siegels richten sich nach den Bestimmungen der EG-Bio-Verordnung. Auch hier gilt: Mindestens 95 Prozent der Zutaten, die landwirtschaftlich erzeugt wurden, stammen aus ökologischem Anbau.



demeter (seit 1928)

Ältestes Biosiegel mit leicht esoterischem Einschlag. Das Demeter-Zeichen kennzeichnet Lebensmittel aus biologisch-dynamischer Landwirtschaft – eine spezielle Form der ökologischen Wirtschaftsweise. Demeter-Bauern verstehen ihren Betrieb als Organismus, der materiellen und immateriellen Einflüssen wie kosmischen Wirkungen von Mond und Planeten ausgesetzt ist. Hoher ökologischer Standard bei Erzeugung und Verarbeitung der Produkte – Demeter geht mit seinen Richtlinien über die gesetzlichen Anforderungen der EG-Öko-Verordnung hinaus.



Bioland (seit 1976)

Das Siegel des größten Bioanbauverbandes Deutschlands aus Bauern und Herstellern. Das Warenzeichen kennzeichnet Erzeugnisse aus organisch-biologischer Landwirtschaft. Besonderen Wert wird auf die nachhaltige Pflege des Bodens und die Erhaltung der langfristigen Bodenfruchtbarkeit gelegt. Die strengen Bioland-Richtlinien gehen über die gesetzlich vorgeschriebenen Kriterien der EG-Öko-Verordnung hinaus.



Naturland (seit 1982)

Hohe ökologische Anforderungen: Die "Naturland"-Kennzeichnung achtet akribisch auf die Einhaltung der ökologischen Standards für die Erzeugung landwirtschaftlicher Produkte und geht in ihren Anforderungen über die in der EG-Öko-Verordnung vorgeschriebenen Richtlinien hinaus. Das Siegel kennzeichnet neben Lebensmitteln und Wein, ökologische Aquakulturen, Textilien, Waldflächen und Holzprodukte.



Biopark (seit 1991)

Das Biopark-Verband vereint heute mehr als 700 Betriebe und Händler. Das Siegel setzt auf kontrolliert ökologische Landwirtschaft, verfolgt hohe ökologische Standards und zeichnet echte Bio-Produkte aus.



Text- und Bilderquelle: <https://eatsmarter.de/gesund-leben/news/bio-kennzeichnung-eu-fuehrt-neues-siegel> (letzter Zugriff: 22.06.2021)



Aufgabe 7: Sicherlich kennen Sie noch weitere Label und Siegel.

Nennen Sie mindestens fünf weitere Produktbezeichnungen oder Siegel, die man auf Verpackungen von Milch, Milchprodukten oder anderen Lebensmitteln findet. Beschreiben Sie stichpunktartig, was das jeweilige Siegel/Label aussagt.

1.
2.
3.
4.
5.

Marie recherchiert im Internet. Schnell stößt sie auf Webseiten, auf denen diese Vielzahl an Label, Siegeln und Kennzeichnungen kritisch diskutiert werden.

„Greenwashing“ ist dabei ein Begriff, der in diesem Zusammenhang häufig genannt wird.



3.2 Was bedeutet „Greenwashing“?

Mit „Greenwashing“ bezeichnet man Kampagnen und PR-Aktionen, mit deren Hilfe Produkte oder das gesamte Unternehmen als umweltfreundlich und ethisch-moralisch korrekt handelnd dargestellt werden soll. Dieser äußere Schein entspricht aber nicht der Realität.

„Greenwashing“ ist ein relativ neues Wort, das an den englischen Begriff „Whitewash“ angelehnt ist. Whitewash hat dabei zwei Bedeutungen. Zum einen ist damit weiße Wandfarbe (im Deutschen auch „Tünche“) gemeint, zum anderen meint „Whitewash“ aber auch das ‚Übertünchen‘, ‚Beschönigen‘ oder ‚Vertuschen‘ einer falschen oder illegalen Aktivität. In diesem Sinne wird beim „Greenwashing“ einer Sache ein ‚grüner Anstrich‘ gegeben, der in keiner Weise den Tatsachen entspricht.

Beispiele:

› Verpackungsdesign und Produktkennzeichnung

Bei einzelnen Produkten geht mit der Strategie des Greenwashings häufig eine Veränderung des Verpackungsdesigns einher. Für die farbliche Gestaltung der Umverpackung orientiert man sich an der Farbe Grün und es werden selbst erfundene Label oder nicht geschützte Begriffe (wie „naturnah“ oder „schadstoffkontrolliert“) genutzt.

› Betonung einzelner Produktmerkmale

Eine einzelne Eigenschaft eines Produktes wird als umweltfreundlich beworben, auf andere Eigenschaften und/oder Zutaten im Produkt trifft dies aber nicht zu (wie „produziert mit Bio-Milch“, obwohl Milch als Zutat im Endprodukt nur einen Bruchteil ausmacht).

› Unternehmen positioniert sich zur Nachhaltigkeit ohne konkrete Aktivitäten

Das Unternehmen präsentiert sich sehr aufgeschlossen gegenüber dem Thema Nachhaltigkeit und betont die Relevanz von nachhaltigem Handeln, es kann aber selbst kaum oder keine Aktivitäten aufweisen, um die Haltung auch durch Taten zum Ausdruck zu bringen („Lippenbekenntnis“).



Aufgabe 8: Fallen Ihnen Produkte oder Logos von Unternehmen ein, bei denen die ursprüngliche Farbgebung nun zu „grün“ gewechselt ist? Recherchieren Sie gegebenenfalls auf utopia.de oder auf anderen Homepages und nennen Sie mindestens drei Produkte oder Logos.

1.

2.

3.



Marie hatte immer schon das Gefühl, nicht jedem Aufdruck auf einem Produkt trauen zu können. Nun kann sie die Produktkennzeichnungen etwas besser einschätzen und weiß in etwa, welche Produktkennzeichnungen seriös und vertrauenswürdig sind.

In diesem Zusammenhang findet sie so manches Produkt im Supermarkt trotz korrekter Kennzeichnung unter Nachhaltigkeitsaspekten fragwürdig:

Ist es ein Widerspruch, wenn vegane „Bio-Apfelschorle“ in Einwegplastikflaschen verkauft wird?

Kann eine Bio-Banane mit langem Transportweg tatsächlich aus ökologischer Sicht in Ordnung sein?

Denken Sie doch mal darüber nach, wenn Sie das nächste Mal beim Einkaufen sind...

Marie weiß, dass sie auch als Verbraucherin kritisch sein und Produktkennzeichnungen hinterfragen sollte. In ihrer Rolle als Milchtechnologin hat sie aber auch eine eigene Verantwortung im Produktionsprozess zu tragen. Marie nimmt sich fest vor, auch beruflich als Milchtechnologin für Transparenz und „ehrliche“ Kommunikation einzustehen und nicht mit „greenwashing“ zu täuschen – so wie sie es sich selbst als Verbraucherin auch wünschen würde.



Aufgabe 9: Sie stehen bald vor Ihrer Abschlussprüfung und werden wahrscheinlich anschließend in einer Molkerei tätig sein.

Das Thema Nachhaltigkeit wird Sie in Ihrem beruflichen und privaten Alltag dabei weiter begleiten. Je nach Perspektive und Rolle können die Ansprüche an verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln und der eigene Einfluss auf die Förderung nachhaltiger Entwicklung unterschiedlich sein.

a) Konsumenten und Konsumentinnen

Beantworten Sie stichpunktartig: Welche Forderungen haben Sie als Verbraucher*in an ein nachhaltig produziertes Produkt? Was ist Ihnen als Verbraucher*in besonders wichtig?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b) Milchtechnologininnen und Milchtechnologen

Wie beurteilen Sie Ihre berufliche Rolle in der Förderung von nachhaltiger Entwicklung im Unternehmen? Worauf haben Sie Einfluss? Was ist Ihnen als Fachkraft besonders wichtig?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Aufgabe 10 - Abschlussaufgabe

Werfen Sie einen Blick in Ihre berufliche Zukunft: Sie haben die Abschlussprüfung mit sehr gutem Erfolg bestanden und arbeiten als Fachkraft in einer Molkerei. Dort verdienen Sie ein gutes Gehalt, sammeln viel Berufserfahrung und haben viele eigene Ideen. In drei Jahren gründen Sie deshalb ein Start-Up-Unternehmen und werden Ihr eigener Chef. Sie führen ein kleines Unternehmen mit einem spezialisierten Produktportfolio und sind Vorgesetzte/r von 9 Mitarbeiter*innen.

Sie möchten unternehmerisch verantwortungsvoll und nachhaltig handeln. Was ist Ihnen als Arbeitgeber*in besonders wichtig? Entwerfen Sie stichpunktartig ein nachhaltiges Unternehmenskonzept.

› *Tipp zur Bearbeitung: Skizzieren Sie, welche Produkte Sie mit Ihrem Start-Up für wen unter welchen Voraussetzungen herstellen wollen. Seien Sie kreativ – ein Start-Up braucht eine innovative Idee, aber auch eine genaue Kenntnis des Marktes und der Konkurrenz. Formulieren Sie außerdem mindestens ein Ziel Ihres Unternehmens: was wollen Sie anders/besser machen als andere Unternehmen?*

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Aufgabe 11: Vervollständigen Sie bitte diesen Satz:

Bei der Bearbeitung dieses Moduls war neu für mich, dass...

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Testen Sie sich selbst!



Hier finden Sie das „Molki-Quiz“ und sehen, ob Sie es „gecheckt“ haben
Gehen Sie auf <https://www.lufa-nord-west.de//index.cfm/article/2150>



Jetzt geht's weiter im Beruf!
Bleiben **Sie** nachhaltig !



