

Jedes Wort zählt!

ESSEN IN HESSEN

Hintergrundpapier Nachhaltigkeitsberichterstattung

In Zusammenarbeit mit:



Impressum

Projektförderung Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU)

Förderkennzeichen: AZ I 1-003d10 / DBU: Az. 3328801

Projektpartner: WWF Deutschland, United against Waste e.V., Institut für nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft e.V. (INL)

Herausgeber: WWF Deutschland

Autorin: Kerstin Weber (WWF),

Mitarbeit: Tanja Dräger de Teran (WWF), Torsten von Borstel (United against Waste e.V.),
Toni Meier, Urte Grauwinkel (Institut für nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft e.V.)

Redaktion: Thomas Köberich (WWF Deutschland)

Gestaltung: Marijke Küsters, www.mkuesters.com

Produktion: Maro Ballach (WWF Deutschland)

Druck: oeding print GmbH

Papier: Gedruckt auf 100% recyceltem Altpapier, das mit dem Blauen Engel ausgezeichnet ist.

Bildnachweise: GettyImages (Titelmotiv), S. 4: Simon Peel/Unsplash, S. 8: Diana Oborska/Unsplash,
S. 20: Johnny McClung/Unsplash, S. 27: Markus Spiske/Unsplash, S. 28: Jonathan Borba/
Unsplash, S. 31: Sven Scheuermeier und Gardie/Unsplash, S. 32: Toa Heftiba/Unsplash,
S. 35: Markus Spiske/Unsplash

Stand: März 2019

INHALTSVERZEICHNIS

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | EINLEITUNG | 5 |
| 2 | DANKSAGUNG | 7 |
| 3 | STRUKTUR DES DOKUMENTES | 9 |
| 4 | UNTERNEHMERISCHE NACHHALTIGKEIT UND NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG | 9 |
| 4.1 | Gründe für Nachhaltigkeitsberichterstattung | 10 |
| 4.2 | Hürden der Nachhaltigkeitsberichterstattung | 11 |
| 4.3 | Prinzip der Wesentlichkeit | 12 |
| 4.4 | Was ist das Wesentliche für die Außer-Haus-Verpflegung? | 12 |
| 4.5 | Freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung | 14 |
| 4.5.1 | Global Reporting Initiative (GRI) | 14 |
| 4.5.2 | Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK) | 15 |
| 4.6 | Umweltmanagement | 18 |
| 4.6.1 | ISO 14001 | 19 |
| 4.6.2 | ECO-MANAGEMENT AND AUDIT SCHEME (EMAS) | 19 |
| 5 | NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG IN DER AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG | 21 |
| 5.1 | Bedeutung der Außer-Haus-Verpflegung | 21 |
| 5.2 | Nachhaltigkeit in der Außer-Haus-Verpflegung | 21 |
| 5.3 | Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Außer-Haus-Verpflegung | 21 |
| 5.4 | Stand der Dinge Nachhaltigkeitsberichterstattung in der der Außer-Haus-Verpflegung | 22 |
| 5.5 | Instrumente zur Erhebung von Kennzahlen und Indikatoren | 22 |
| 5.5.1 | Nachhaltigkeitsbewertung von Gerichten | 22 |
| 5.5.2 | Messung von Lebensmittelabfällen | 24 |
| 5.6 | Wo besteht bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Außer-Haus-Verpflegung der größte Handlungsbedarf? | 26 |
| 6 | AUSGEWÄHLTE BEISPIELE DER AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG | 29 |
| 7 | FAZIT | 33 |
| 8 | EMPFEHLUNGEN FÜR DIE WIRTSCHAFT | 34 |
| 9 | EMPFEHLUNGEN FÜR DIE POLITIK | 35 |



1 EINLEITUNG

HINTERGRUND

Zunehmend rücken unsere Ernährungsstile und deren Auswirkungen auf Umwelt und Klima in den Fokus wissenschaftlicher und politischer Diskussionen. Eine Änderung unserer Ernährungsgewohnheiten wird als ein Hebel erkannt, mit dem sich die Folgen globaler Herausforderungen wie Klimawandel, Artensterben etc. abschwächen lassen. Gleiches gilt für die derzeit sehr hohen Nahrungsmittelabfälle, die es nicht nur aus ethisch-moralischen, sondern auch aus Gründen des Ressourcen- und Klimaschutzes zu reduzieren gilt. Eine gesunde, nachhaltige Ernährung gesellschaftsfähig zu machen, ist überdies auch vor dem Hintergrund ernährungsbedingter Gesundheitsprobleme dringend geboten. Die aktuellen Ernährungsgewohnheiten verursachen jährliche Kosten von fast 17 Mrd. Euro, die vom deutschen Gesundheitssystem getragen werden müssen.¹ Gesundheitliche und ökologische Nachhaltigkeit sind daher in wichtigen Aspekten zielkongruent, sodass das Projekt beide Teilziele verfolgt.

Um Veränderungen im Ernährungsstil und bei der Verringerung von Nahrungsmittelverlusten zu erreichen, bietet sich die Außer-Haus-Verpflegung in besonderer Weise an. Schon heute nimmt ein großer Anteil der Verbraucher seine Mahlzeiten unterwegs ein oder lässt sie sich liefern. Zukünftig wird die Außer-Haus-Verpflegung weiter an Bedeutung gewinnen.² Untersuchungen zeigen, dass selbst kleine Veränderungen in den Menülinien bereits signifikante Effekte hervorbringen. Sie schmälern den Ressourcenfußabdruck erheblich und dienen der Gesundheit. Nach dem Privathaushalt trägt die Außer-Haus-Verpflegung darüber hinaus am meisten zur Lebensmittelverschwendung bei. Über 35 % der im Außer-Haus-Markt zubereiteten Lebensmittel landen im Abfall. Gleichzeitig verfügt dieser Bereich über ein hohes Abfall-Vermeidungspotenzial mit hohem finanziellem Einsparpotenzial.³ Der Außer-Haus-Verpflegung kommt darüber hinaus eine zentrale Rolle zu, was die Kommunikation dieser Themen anbelangt. Sie umfasst ganz unterschiedliche Zielgruppen, angefangen von Kindertagesstätten und Schule und Hochschule über Betriebsrestaurants bis hin zu Krankenhäusern und Einrichtungen für Senioren und Menschen mit Behinderungen. Hierzu gehört auch, dass die Ausbildung in diesen Berufszweigen in umfassender Weise Nachhaltigkeitsaspekte in Theorie und Praxis umfasst.

DAS PROJEKT „ESSEN IN HESSEN“

Diese Thematik wird im Projekt „Essen in Hessen“ aufgegriffen. Nachhaltigkeit, Gesundheit, Genuss und Wirtschaftlichkeit sollten bestmöglich aufeinander einzahlen. Das Projekt „Essen in Hessen“ besteht aus zwei Arbeitsschwerpunkten: der konkreten Zusammenarbeit mit Modellbetrieben sowie der Etablierung eines Dialogforums „Auf dem kulinarischen Weg zur Nachhaltigkeit“.

1 <http://dipbt.bundestag.de/doc/btd/18/077/1807704.pdf>

2 Nestlé Zukunftsstudie (2015): Wie is[s]t Deutschland 2030

3 <http://www.united-against-waste.de/der-verein/zwischenbilanz>

ZUSAMMENARBEIT MIT MODELLBETRIEBEN

Zusammen mit ausgewählten Modellbetrieben im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung werden Pilotprojekte zum Thema ressourcenschonende Ernährung und Verminderung von Lebensmittelabfällen umgesetzt. Ziel ist es, ein nachhaltigeres Speiseangebot in der Gemeinschaftsverpflegung bei gleichzeitiger Minimierung von Lebensmittelverlusten zu erreichen. Umgesetzt wird dies im Rahmen einer Prozessbegleitung mit dem Ziel, das Speiseangebot unter ganzheitlicher Betrachtung des Produktions-, Verarbeitungs- und Konsumtionsprozesses zu optimieren, zu dokumentieren, auszuwerten und entsprechende Ergebnisse zu kommunizieren. Dafür werden in ausgewählten Modellbetrieben Bilanzierungsrechnungen anhand ausgewählter Kennzahlen durchgeführt, um aufzuzeigen, wie sich die Preis- und Kostensituation verändert und welche Effekte dies auf die Umwelt hat. Zudem werden dabei gesundheitliche Aspekte beleuchtet. Erstmals kombiniert dieses Projekt verschiedene Instrumente, was die Analyse, Bewertung und Optimierung beider Themenfelder – nachhaltige Ernährung und die Vermeidung von Lebensmittelabfällen – möglich macht. Gesundheitliche, ökologische und ökonomische Effekte werden dabei umfassend und integrativ betrachtet sowie entsprechende Ergebnisse zielgruppenspezifisch kommuniziert.

DIALOG „AUF DEM KULINARISCHEN WEG ZUR NACHHALTIGKEIT - ESSEN IN HESSEN“

Begleitend zu den Pilotprojekten wurde das Dialogforum „Auf dem kulinarischen Weg zur Nachhaltigkeit – Essen in Hessen“ gestartet. Langfristiges Ziel ist es, das Dialogforum als dauerhafte Plattform für die Kommunikation und Zusammenarbeit von Verpflegungsbetrieben, Politik und Forschung im Sinne einer nachhaltigen und ressourcenschonenden Außer-Haus-Verpflegung in Hessen zu etablieren. Aufgabe der Dialogplattform ist es, konkrete Handlungsempfehlungen an Politik, Wirtschaft und Ausbildung zu erarbeiten. Thematische Schwerpunkte liegen auf der Nachhaltigkeitsberichterstattung, der Bildung und Ausbildung, der Kommunikation zu Mitarbeitern und Kunden sowie bei der Adressierung von Veränderungsnotwendigkeiten an Politik und Forschung.

Das Projekt wird durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) sowie durch das Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz finanziell und inhaltlich unterstützt und gefördert. Die Projektkoordinierung liegt beim WWF. Projektpartner sind United against Waste e. V. und das Institut für Nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft e. V. (INL).

MITWIRKUNG DER DIALOGTEILNEHMER AN DEM HINTERGRUNDPAPIER

Das *Projektteam* hat entlang der genannten Schwerpunkte Diskussionsgrundlagen entwickelt mit dem Ziel, die Hintergründe und Rahmenbedingungen aufzuzeigen sowie Vorschläge für Empfehlungen aufzuföhren. Anliegen des Projektteams ist es, dass sich die Perspektiven der Teilnehmer in diesem Papier wiederfinden. In diesem Sinne wurden die Teilnehmer der Dialogplattform an der Erstellung des Papieres beteiligt. Dabei sei darauf hingewiesen, dass sich die thematische Arbeit dieses Projektes auf den Aspekt „ressourcenschonende Ernährung“ fokussiert. Eine umfassende Betrachtung nachhaltiger Ernährung, die unter anderem auch soziale Aspekte umfasst, sollte nicht geleistet werden.

2 DANKSAGUNG

Wir möchten den unten aufgeführten Experten ganz herzlich dafür danken, dass Sie uns geholfen haben, die dargestellten Themen einzuordnen.

- Insbesondere Lea Czapek von der Universität Kassel, die auf Basis ihrer Masterarbeit einige Teile dieses Papiers selber verfasst hat
- DBU, namentlich Verena Exner
- Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, namentlich Maria Ertl
- Torsten von Borstel (United against Waste e. V.)
- Dr. Toni Meier, Henriette Knöbel, Urte Grauwinkel (Institut für nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft e. V.)
- Thomas Voß (LWL Kliniken Münster)
- Dörte Folkers, Herr Pfefferle (Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.)
- Silke Friedrich (FH Münster)
- Prof. Christian Herzig (Universität Kassel)
- Nicole Haas Wisag Catering GmbH & Co. KG)
- Franziska Hamma (Sodexo GmbH)
- Melanie Prengel (Transgourmet GmbH & Co. OHG)
- Tabea Siebertz (Rat für Nachhaltige Entwicklung)
- Pia Bonke (Compass Group GmbH)
- Silvio Weißmann (Primus Service GmbH)

Ein besonderer Dank gilt darüber hinaus allen anderen Teilnehmern des Dialogforums „Auf dem Weg zur kulinarischen Nachhaltigkeit“, die mit ihrem Engagement und ihrer Bereitschaft, das Projekt zu unterstützen, wertvoll für die Entwicklung des Papiers beigetragen haben.



3 STRUKTUR DES DOKUMENTES

Das vorliegende Dokument konzentriert sich im Wesentlichen auf die Thematik der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Es zielt darauf ab, in einem ersten Schritt die grundsätzlichen Prinzipien der Nachhaltigkeitsberichterstattung darzulegen und anschließend herzuleiten, inwiefern die Nachhaltigkeitsberichterstattung aus der Perspektive der Außer-Haus-Verpflegung ausgestaltet werden könnte. Abschließend werden konkrete Handlungsempfehlungen für die Außer-Haus-Branche genannt. Dabei werden insbesondere die Themen der ressourcenschonenden Ernährung sowie die Vermeidung von Lebensmittelabfällen betrachtet.

Das Dokument erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Fokussierung auf die Aspekte der ressourcenschonenden Ernährung sowie die Vermeidung von Lebensmittelabfällen ergibt sich durch die Arbeitsschwerpunkte des Projektes „Essen in Hessen“. Die beiden Themen werden von den Initiatoren des Projektes als zentrale Herausforderungen hinsichtlich der Nachhaltigkeit in der Außer-Haus-Verpflegung gesehen.

4 UNTERNEHMERISCHE NACHHALTIGKEIT UND NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG

Die Auseinandersetzung mit der Berichterstattung über Nachhaltigkeitskennzahlen gewinnt für Unternehmen weltweit an Relevanz. Als erster Schritt zur Nachhaltigkeitsberichterstattung ist es zunächst notwendig, dass sich ein Unternehmen mit der Thematik der Nachhaltigkeit beschäftigt und diese im Kerngeschäft des Unternehmens verankert. Im Hinblick darauf, dass sich Wertschöpfungsketten und Geschäftsbeziehungen ständig weiter verflechten, wird es für Unternehmen immer wichtiger, die Auswirkungen ihres unternehmerischen Handelns zu beleuchten. Denn nur wer die Auswirkungen und negativen Effekte seiner Tätigkeit kennt, kann entsprechend gegensteuern, Minderungsmaßnahmen einleiten und unternehmerische Risiken verringern. Eine angemessene externe Kommunikation spielt dabei eine wesentliche Rolle. An dieser Stelle setzt die Nachhaltigkeitsberichterstattung an.⁴

Nachhaltigkeitsberichterstattung ist ein unternehmerisches Kommunikationsinstrument, das dazu dient, über die Herausforderungen, Chancen und Risiken in Bezug auf Nachhaltigkeit, mit denen die zentralen Aktivitäten eines Unternehmens in Verbindung stehen, zu informieren. Adressiert werden dabei die verschiedenen Anspruchsgruppen wie Mitarbeiter, Kunden, Mitbewerber, Politik und Zivilgesellschaft. In einem Nachhaltigkeitsbericht werden ökologische, ökonomische, gesundheitliche und soziale Zusammenhänge ganzheitlich dargestellt und die Konsequenzen der unternehmerischen Tätigkeit aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet.⁵

Im Folgenden werden die Gründe für eine Nachhaltigkeitsberichterstattung aufgezeigt, das Prinzip der Wesentlichkeit bei der Berichterstattung erläutert sowie unterschiedliche international bereits etablierte Instrumente vorgestellt, die sich zur Berichterstattung nutzen lassen.

4 Kopp, Matthias et al. (2014): Überblick zu (internationalen) Anforderungen an das nicht-finanzielle Berichtswesen – Fokus auf klimainduzierte Risiken für Unternehmen, URL: http://klimareporting.de/sites/default/files/2014_07_15_klimareporting_anforderungen_nicht_finanzielles_reporting_fokus_klima_0.pdf (Zugriff: 21.02.2018)

5 Brugger, Florian (2010): Nachhaltigkeit in der Unternehmenskommunikation

4.1 GRÜNDE FÜR NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG

■ Schaffung von Transparenz durch offene Kommunikation

Als erster Schritt zur Nachhaltigkeitsberichterstattung ist es zunächst generell notwendig, dass sich ein Unternehmen mit der Thematik der Nachhaltigkeit beschäftigt und sie im Kerngeschäft verankert. Unternehmen können Nachhaltigkeitsberichterstattung nutzen, um transparent über ihre Nachhaltigkeitsbemühungen zu kommunizieren. Eine offene Kommunikation bedeutet, dass über Erfolge, jedoch auch über Konflikte auf dem Weg zu nachhaltiger Entwicklung berichtet wird. Das schafft Transparenz und signalisiert Bereitschaft zum Austausch mit den Stakeholdern.⁶ Insbesondere für Mitarbeiter sowie potenzielle Mitarbeiter (z.B. Fachkräfte) können diese Informationen von Interesse sein, um sich über das Engagement des Unternehmens zu informieren und sich damit zu identifizieren. Auch für die Endkonsumenten ist die transparente Berichterstattung von Interesse, die sich dadurch über die Nachhaltigkeitsbemühungen des Unternehmens informieren können. In der Außer-Haus-Verpflegung kann sich der Konsument beispielsweise über Herkunft und Verarbeitungsgrad eingesetzter Rohwaren ins Bild setzen. Allerdings sind die Berichte für den Endkonsumenten oft zu umfangreich. Eine angemessene Tischgastkommunikation ist bei dieser Zielgruppe möglicherweise sinnvoller.

■ Identifizierung von Schwachstellen und Einsparpotenzialen

„You Can't Manage What You Don't Measure“. Dieser Satz trifft die Problematik im Kern. Nur durch eine Identifizierung der Schwachstellen und Einsparpotenziale lassen sich Maßnahmen ergreifen, diese zu beheben. Durch eine Erhebung von Nachhaltigkeitsindikatoren lassen sich Schwachstellen erkennen. Erst durch Nachhaltigkeitsberichterstattung beginnen manche Unternehmen erst, sich mit der Problematik auseinanderzusetzen und entsprechende Prozesse einzuleiten, um notwendige Daten zu ermitteln. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung fördert den kontinuierlichen Verbesserungsprozess.⁷ Dadurch lassen sich Risiken vermindern und Ressourcen einsparen. Die positive Kommunikation kann als Motivation dienen, das Thema der Nachhaltigkeit auf die eigene Agenda zu setzen. Eine Zusammenstellung aller Nachhaltigkeitsaktivitäten führt zur aktiven Auseinandersetzung mit den eigenen Stärken und Schwächen.

■ Schaffung eines Wettbewerbsvorteils

Durch die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts können sich Unternehmen signifikante Wettbewerbsvorteile gegenüber Mitbewerbern ohne Nachhaltigkeitsbericht sichern, da ihre Tätigkeiten transparent dargestellt und Einsparpotenziale kenntlich werden.

■ Vergleichbarkeit schaffen

Durch Standardisierung der Berichterstattung lassen sich Nachhaltigkeitsleistungen der verschiedenen Unternehmen vergleichen. So kann ein Unternehmen herausfinden, wie es in der Gegenüberstellung zu einem Wettbewerber dasteht. Auch Stakeholder wie potenzielle Kunden oder Investoren können anhand eines Nachhaltigkeitsberichtes die Nachhaltigkeitsleistungen der Unternehmen einschätzen.⁸ Bisher allerdings ist eine wirkliche Vergleichbarkeit noch schwierig. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) versucht durch eine zentrale Datenbank, auf der die Berichte eingesehen und nach Berichtskriterien gefiltert werden können, Vergleichbarkeit herzustellen.

6 Herzig, Christian; Schaltegger, Stefan (2004): Nachhaltigkeit in der Unternehmensberichterstattung. Gründe – Probleme – Lösungsansätze; Diskussionspapier zum Fachdialog des Bundesumweltministeriums (BMU) am 13. November 2003, Berlin. Lüneburg: CSM

7 BMUB (2008): Nachhaltigkeitsberichterstattung, URL: http://www.4sustainability.de/fileadmin/redakteur/Publikationen/BMU_Nachhaltigkeitsberichterstattung_Empfehlungen_Unternehmenspraxis_2008.pdf (Zugriff: 21.02.2018)

8 Herzig, Christian; Schaltegger, Stefan (2004): Nachhaltigkeit in der Unternehmensberichterstattung: Gründe – Probleme – Lösungsansätze; URL: http://www2.leuphana.de/umanagement/csm/content/nama/downloads/download_publikationen/39-9downloadversion.pdf, Zugriff: 22.02.2018

- **Erfüllung von Kundenwünschen**

In öffentlichen Ausschreibungen spielen neben wirtschaftlichen Aspekten verstärkt Anforderungen zur Nachhaltigkeit eine Rolle bei der Vergabeentscheidung. Dies ist insbesondere für Unternehmen der Außer-Haus-Verpflegung relevant. Sie können durch Nachhaltigkeitsbemühungen und die Berichterstattung darüber anders auf die Ausschreibungen reagieren und sich so einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern verschaffen.⁹

4.2 HÜRDEN DER NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG

- Die Anforderungen der gängigen Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung (z. B. nach GRI, Global Reporting Initiative) sind sehr hoch und für KMU (Kleine und mittlere Unternehmen) teilweise überfordernd. Je komplexer die Anforderungen sind, desto schwieriger wird die Umsetzung. Damit sinkt auch die Motivation, das Thema anzugehen.
- Insbesondere für KMU ist es eine Herausforderung, die notwendigen Daten für die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu erfassen. Zudem werden die Wertschöpfungsketten komplexer und erschweren es den Unternehmen, die notwendige Transparenz zu schaffen. Dies gilt auch für die Unternehmen der Außer-Haus-Verpflegung.
- Hohe Kosten, Personalaufwand, fehlende Erfahrungen und Qualifikation schrecken viele Unternehmen ab, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen.
- Unternehmen sind in erster Linie der ökonomischen Nachhaltigkeitsdimension unterstellt. Nur mit einer wirtschaftlich stabilen Basis kann sich ein Unternehmen auch ökologisch und sozial engagieren und im zweiten Schritt das Thema der Berichterstattung angehen.

9 Kompass Nachhaltigkeit (2016): Wie integriere ich Nachhaltigkeit in meinen Beschaffungsprozess?;
URL: <http://oeffentlichebeschaffung.kompass-nachhaltigkeit.de/nachhaltigkeit-im-beschaffungsprozess/>, Zugriff: 22.02.2018

4.3 PRINZIP DER WESENTLICHKEIT

Bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung geht es darum, dass ein Unternehmen die wesentlichen Informationen über die sozialen und ökologischen Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit offenlegt. Ein Unternehmen muss für sich individuell festlegen, welche Nachhaltigkeitsthemen von zentraler Bedeutung sind. Dies bezieht sich auf das Kerngeschäft eines Unternehmens, also die Unternehmenstätigkeiten, mit denen ein Unternehmen hauptsächlich seine Leistung erbringt.¹⁰ Die ermittelten Themen dienen dann als Grundlage für die Nachhaltigkeitsbemühungen des Unternehmens.

Zur Ermittlung der wesentlichen Themen kann eine Wesentlichkeitsanalyse (Materialitätsanalyse) dienen. Dieses Analysewerkzeug dient dazu, die für ein Unternehmen und seine Anspruchsgruppen (Stakeholder) bedeutenden Nachhaltigkeitsthemen zu ermitteln.¹¹

4.4 WAS IST DAS WESENTLICHE FÜR DIE AUßER-HAUS-VERPFLEGUNG?

Wie in 3.3 erwähnt, kann ein Unternehmen für sich individuell festlegen, welche Nachhaltigkeitsthemen von zentraler Bedeutung sind. Dies gilt auch für die Außer-Haus-Verpflegung. Zwar lassen sich keine allgemeingültigen Vorgaben machen, welche Themen in den Nachhaltigkeitsberichten der Branche kommuniziert werden. Es können an dieser Stelle jedoch Anregungen gegeben werden, welche Themen von Akteuren des Dialogforums „Essen in Hessen“ als wesentlich für die Außer-Haus-Verpflegung identifiziert wurden. Da der Fokus des Forums auf den ökologischen Auswirkungen liegt, werden an dieser Stelle die ökologischen Auswirkungen betrachtet. Trotzdem können ebenso soziale Kriterien von Relevanz sein.

Mögliche Aspekte der Außer-Haus-Verpflegung

Umwelt

- Inanspruchnahme der natürlichen Ressourcen: Welche natürlichen Ressourcen werden bei der Produktion der Rohstoffe (vorgelagert) sowie der Zubereitung von Speisen (am Produktionsstandort) in Anspruch genommen (z. B. Boden, Wasser, Energie)?
- Klimarelevante Emissionen: Welche Emissionen (direkt und indirekt) fallen beim Produktionsprozess an welcher Stelle an? Z. B. bei der Produktion der Rohstoffe (vorgelagert), Anlieferung, Produktion/Verarbeitung der Speisen.
- Wie lassen sich diese Emissionen reduzieren? Z. B. durch Einsatz erneuerbarer Energien, effiziente Verarbeitung und Reduzierung von Lebensmittelabfällen.
- Transparenz in der Lieferkette: Wo und wie werden die eingesetzten Rohstoffe produziert/angebaut?
- Erfassung der anfallenden Lebensmittelabfälle (aus Lager, [Über-]Produktion und Tellerrücklauf).

10 BVE (2015):BVE-Branchenleitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/fileadmin/user_upload/dnk/dok/Leitfaden_zum_Deutschen_Nachhaltigkeitskodex_BVE.pdf (Zugriff: 21.02.2018)

11 <https://www.controlling-wiki.com/de/index.php/Wesentlichkeitsanalyse>

Gesundheit

- Darstellung spezifischer Maßnahmen im Bereich *public health nutrition* des Unternehmens (vorbeugender öffentlicher Gesundheitsschutz durch Ernährung), bspw.
 - durch das Monitoring kritischer gesundheitsrelevanter Lebensmittelinhaltsstoffe (Salz, gesättigte Fette, Zucker) und das Setzen entsprechender Zielwerte (Beispiel: „Bis 2020 Reduktion der eingesetzten Kochsalzmenge um 25 %“)
 - durch Bilanzierung der ernährungsphysiologischen Ausgewogenheit spezifischer Menülinien und des Gesamtangebots in Bezug auf Brennwert, Nährstoffe, Lebensmittelauswahl, Speiseplanung und -zubereitung
- durch Darstellung und Einordnung spezifischer Maßnahmen im Bereich *public health* – allgemeine Verhaltens- und Verhältnisprävention (Sportangebote, gesundheitsförderliche Infrastrukturen)

Sozial

- Arbeitnehmerrechte, Chancengerechtigkeit – Diversität, Arbeitssicherheit, Qualifizierung (Förderung von Weiter- und Ausbildung der Mitarbeiter), Gesundheitsschutz, Integration von Migranten, Menschen mit Einschränkungen (Behinderung), angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf
- Gemeinwesen: Unterstützung der Region vor Ort – soziales Engagement für Benachteiligte etc.
- Ernährungssouveränität, Ernährungssicherung, Weitergabe von Lebensmitteln (Food Sharing), Nutzung der Abfallreste

Aus Perspektive der Außer-Haus-Verpflegung zählen insbesondere die Produktion der Rohstoffe (z. B. Anbau, Tierhaltung), der Einkauf sowie die Fertigung der Speisen zu den wesentlichen ökologischen Aspekten. Es sollte möglichst die gesamte Wertschöpfungskette betrachtet werden. Neben den ökologischen Auswirkungen der eingesetzten Rohstoffe ist zudem die Gesundheitsverträglichkeit der Speisen relevant. Ebenso spielen die anfallenden Lebensmittelabfälle und deren Auswirkungen auf die Umwelt eine zentrale Rolle.¹² Es gilt, Lösungen dafür zu finden, wie man das Speiseangebot und die Rezepturen möglichst ressourcenschonend ausgestaltet und anfallende Lebensmittelabfälle durch gezielte Mengenplanung möglichst reduziert oder ganz vermieden werden.

12 <https://www.globalreporting.org/information/g4/G3andG3-1/guidelines-online/TechnicalProtocol/Pages/MaterialityInTheContextOfTheGRI-ReportingFramework.aspx>

4.5 FREIWILLIGE NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG

Bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung gibt es keine einheitlichen Vorgaben über die Form der Berichterstattung. Unternehmen können frei wählen, in welcher Form sie ihre Aktivitäten darstellen und kommunizieren. Im Folgenden werden zwei gängige Standards der Berichterstattung dargestellt.

4.5.1 GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Die Global Reporting Initiative (GRI) bietet Unternehmen frei verfügbare Richtlinien zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten. Die aktuelle Version der Richtlinien (GRI Standards) besteht aus einer Reihe modular zusammengesetzter Standards (ökologisch, ökonomisch, sozial). Dabei können Unternehmen die für sie relevanten themenspezifischen Standards auswählen und nach diesen berichten. Diese Entwicklung gestaltet die Berichterstattung flexibler, da nicht mehr die gesamte Bandbreite an Indikatoren berichtet werden muss, sondern nur diejenigen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitsleistung des jeweiligen Unternehmens wesentlich („material“) sind.¹³ Die ökologischen Indikatoren umfassen die Themen Material, Energie, Wasser, Biodiversität, Emissionen, Abwasser u. Abfall, ökologische Compliance und ökologische Lieferantenbewertung.

Wesentlichkeit

Auch bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GRI findet das Prinzip der Wesentlichkeit Anwendung. Durch eine Wesentlichkeitsanalyse im Vorfeld der Berichterstattung muss ein Unternehmen für sich individuell festlegen, welche Nachhaltigkeitsthemen von zentraler Bedeutung sind. Durch das Prinzip der Wesentlichkeit wird vermieden, dass ein Unternehmen zu Indikatoren berichten muss, die für die eigene Geschäftstätigkeit nicht relevant sind. Dies gestaltet die Berichterstattung flexibler.

Welche Kriterien oder Leistungsindikatoren sind für die Außer-Haus-Verpflegung relevant in Bezug auf unsere Fragestellung?

Lebensmittelverschwendung

Einen Indikator speziell zu Lebensmittelverschwendung und Lebensmittelabfällen gibt es nicht, da die Indikatoren allgemein für alle Branchen verfügbar sind und es bei der aktuellen Version der Richtlinien keine branchenspezifischen Standards (z. B. für Ernährungsindustrie) gibt. (Bei der Vorgängerversion G4 gab es einen Standard, der sich speziell auf die Lebensmittelherstellung bezog.¹⁴)

Das Thema könnte unter dem Punkt *GRI 306: Abwasser & Abfall* aufgegriffen werden und dort speziell unter *306.2: Waste by type and disposal method*.¹⁵

Ressourcenschonende Ernährung

Das Thema Ernährung ließe sich in dem GRI-Indikator 301: Materialien und dort insbesondere unter *301.1: Materials used by weight and volume* darstellen. Dort könnten Unternehmen der Außer-Haus-Verpflegung über die eingesetzten Rohstoffe berichten.¹⁶

13 <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/>

14 GRI (2014): Food Processing, URL: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G4-Food-Processing-Sector-Disclosures.pdf> (Zugriff: 31.10.2018)

15 GGRI (2018): GRI 306: Effluents and Waste, URL: <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/gri-306-effluents-and-waste/> (Zugriff: 12.04.2017)

16 GGRI (2018): GRI 301: Materials, URL: <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/gri-301-materials/> (Zugriff: 12.04.2017)

4.5.2 DEUTSCHER NACHHALTIGKEITSKODEX (DNK)

Der deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) ist ein Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung und wurde vom Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) der Bundesregierung als Empfehlung an die deutsche Wirtschaft und zur freiwilligen Anwendung entwickelt. Er ist in 20 Kriterien aufgeteilt, die ökologische, soziale und ökologische Aspekte abdecken. Den Kriterien sind ein oder mehrere quantifizierbare Leistungsindikatoren (KPIs) zugeordnet, die den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und des europäischen Dachverbandes für Finanzanalyse (EFFAS) entnommen wurden und zusätzlich zu den Kodexkriterien angewendet werden sollen. Diese Anknüpfung an bestehende Berichtsstandards ist eine Besonderheit des DNK. Berichtet ein Unternehmen nach dem DNK, so hat es zu Beginn die Option zu entscheiden, ob es die Leistungsindikatoren der GRI oder die von EFFAS berichtet. Die Entscheidung ist für den gesamten Kodex beizubehalten und auf alle Kriterien anzuwenden. Definition und Berechnung der Leistungsindikatoren werden in den jeweils zugrunde liegenden Standards erläutert. Nach eigenen Angaben reduziert der DNK die GRI-Indikatoren auf das Wesentliche.

Die Anwendung des DNK beruht auf dem „comply or explain“-Prinzip: Werden die Daten bisher noch nicht erhoben oder sind die Informationen für den Geschäftsfall nicht wesentlich, kann ein Indikator ausgelassen werden. Die Daten und Informationen werden in einer „Entsprechenserklärung“ zusammengefasst.¹⁷

Die Entsprechenserklärungen werden in einer öffentlichen Datenbank zusammengefasst. Die Daten werden durch den RNE auf Vollständigkeit, jedoch nicht auf Inhalt geprüft. Die Grundidee ist es, eine zentrale Datenbank zu erstellen, um Vergleichbarkeit zu ermöglichen. Zudem ist die Datenbank öffentlich, um Transparenz und Kritikfähigkeit zu gewährleisten.

Kompatibilitätsversion zur DNK-Entsprechenserklärung

Berichtet ein Unternehmen bereits nach einem gängigen Standard (z. B. GRI, UN Global Compact, ISO 26000 etc.), besteht die Möglichkeit, die bestehende Berichterstattung als Informationsbasis für die Entsprechenserklärung zu nutzen. Dazu wird bei dem entsprechenden Kriterium darauf verwiesen, an welcher Stelle bereits (z. B. Seitenangaben im Nachhaltigkeitsbericht, Internet-Link) kompatibel berichtet wird.

Wesentlichkeit

Der DNK schließt das Prinzip der Wesentlichkeit mit ein. Die Unternehmen sollen untersuchen, welche Aspekte relevant und wesentlich für die Unternehmenstätigkeit sind und diese entsprechend berichten.

Eignung für die Außer-Haus-Verpflegung

Welche Kodexkriterien oder Leistungsindikatoren sind für die Außer-Haus-Verpflegung relevant in Bezug auf unsere Fragestellung?

17 https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/fileadmin/user_upload/dnk/dok/kodex/DNK_Broschuere_2017.pdf (Zugriff: 26.01.2017)

Lebensmittelverschwendung und ressourcenschonende Ernährung

Auch der DNK verfügt über keine expliziten Kriterien zu den Themen Lebensmittelverschwendung und ressourcenschonende Ernährung, da die Indikatoren des DNK ebenso wie die der GRI allgemeingültig für alle Branchen verfügbar sind. Die Themen ließen sich jedoch in den Umweltindikatoren unterbringen oder als branchenspezifische Informationen in den jeweiligen Kriterien ergänzen.

In Anlehnung an den branchenspezifischen Leitfaden für die Ernährungsindustrie (BVE-Branchenleitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex [DNK]¹⁸) wären nachfolgende Indikatoren des DNK für Unternehmen der Außer-Haus-Verpflegung geeignet, um über Lebensmittelverschwendung und ressourcenschonende Ernährung zu berichten.

Indikator 4: Tiefe der Wertschöpfungskette

„Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.“

Leitfragen

- Wie sieht Ihre Wertschöpfungskette aus?
- Inwiefern kennen Sie die jeweiligen sozialen und ökologischen Probleme, die auf den einzelnen Stufen auftreten?
- Wie begegnen Sie diesen Problemen?
- Kommunizieren Sie mit Ihren Lieferanten und Geschäftspartnern darüber und wenn ja, wie?

Indikator 10: Innovations- und Produktmanagement

„Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.“

Leitfragen

- Nutzen Sie Nachhaltigkeit als Triebfeder für Innovationen und wenn ja, wie?
- An welchen Innovationen arbeiten Sie aktuell und/oder welche wollen Sie in Angriff nehmen?
- Kennen Sie die sozialen und ökologischen Wirkungen Ihrer wesentlichen Produkte und Dienstleistungen und wie ermitteln Sie diese?

¹⁸ https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/fileadmin/user_upload/dnk/dok/leitfaden/Leitfaden_zum_Deutschen_Nachhaltigkeitskodex_BVE.pdf (Zugriff: 24.05.2018)

Indikator 11a: Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

„Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.“

Leitfragen

- Welche Agrarrohwaren sind für Sie strategisch wichtig, und inwieweit sind Sie mit den Bedingungen bei der Erzeugung und in der Lieferkette vertraut?
- Ist Ihnen bekannt, welchen ökologischen, sozialen und ökonomischen Zwängen die Erzeugung und Zulieferung ausgesetzt sind?
- Wo und wie nutzen Sie Ihre Einflussmöglichkeiten und welche Ziele setzen und erreichen Sie?
- Besteht eine Nachhaltigkeitszertifizierung, z. B. nach „Stop climate change?“

Indikator 11 b: Management der Agrarrohstoffherzeugung und -lieferkette

„Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen es trifft, um eine ökologisch, sozial und ökonomisch verantwortliche Erzeugung von Agrarrohwaren und die entsprechende Lieferkette sicherzustellen.“

Leitfragen

- Welche Agrarrohwaren sind für Sie strategisch wichtig, und inwieweit sind Sie mit den Bedingungen in Erzeugung und Lieferkette vertraut?
- Inwiefern achten Sie auf Regionalität bzw. Saisonalität?
- Ist Ihnen bekannt, welchen ökologischen, sozialen und ökonomischen Zwängen die Erzeugung und Zulieferung ausgesetzt sind?
- Wo und wie nutzen Sie Ihre Einflussmöglichkeiten und welche Ziele setzen und erreichen Sie?
- Besteht eine Zertifizierung nach Öko-VO, ebenso der Lieferanten?

Indikator 12: Ressourcenmanagement

„Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat und wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen.“

Auf Grundlage der Analyse von Kriterium 11a sollen hier Effizienz- beziehungsweise Einsparziele für die wichtigsten Ressourcen festgelegt werden. Klimaschutz, Ressourcen- und Flächenverbrauch, Lebensmittelverluste, Abfälle – das sind Themen für jedes Unternehmen.

Leitfragen

- Welche Ziele haben Sie sich für die ökologischen Aspekte Ihrer Unternehmenstätigkeit gesetzt?
- Erreichen Sie diese Ziele und wenn ja, wie?¹⁹

19 https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/fileadmin/user_upload/dnk/dok/kodex/DNK_Broschuere_2017.pdf (26.01.2017)

Indikator 14: Arbeitnehmerrechte

„Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert.“

Leitfragen

- Wie beachten Sie die Rechte Ihrer Arbeitnehmer inklusive Leiharbeiter, Werksarbeiter?
- Was tun Sie gegebenenfalls über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus, um die Mitarbeiter einzubinden?
- Beziehen Sie bewusst Produkte aus fairem Handel?

4.6 UMWELTMANAGEMENT

Umweltmanagement umfasst klassischerweise Daten, Ziele und Maßnahmen zum Umwelteinfluss eines Unternehmens und zu dessen Minderung.²⁰ Die durch ein Umweltmanagementsystem erfassten Umweltaspekte sind zum Beispiel Energie- und Materialverbrauch, Emissionen, Flächennutzung, Abfall oder Abwasser.²¹ Dabei können die erhobenen Daten sehr gut als Grundlage für eine spätere Nachhaltigkeitsberichterstattung dienen.

Im Folgenden sind exemplarisch zwei Standards für Umweltmanagementsysteme beschrieben, die in Deutschland häufig Anwendung finden.

Eignung für die Außer-Haus-Verpflegung

Welche Daten, die zur Grundlage des Umweltmanagements erhoben werden, sind für die Außer-Haus-Verpflegung relevant in Bezug auf unsere Fragestellung?

Umweltaspekte können selber gewählt werden, z. B. in die Atmosphäre abgegebene Emissionen, Ableitungen in Gewässer, Verunreinigungen von Boden, Verbrauch von Rohstoffen und natürlichen Ressourcen, Energieverbrauch, Erzeugung von Abfall.

Für die Außer-Haus-Verpflegung sind im Hinblick auf das Umweltmanagement die Themen Ressourceneinsatz und Vermeidung von Lebensmittelabfällen essenziell, da sie das Kerngeschäft betreffen.

20 Kopp, Matthias et al. (2014): Überblick zu (internationalen) Anforderungen an das nicht-finanzielle Berichtswesen – Fokus auf klimainduzierte Risiken für Unternehmen, URL: http://klimareporting.de/sites/default/files/2014_07_15_klimareporting_anforderungen_nicht_finanzielles_reporting_fokus_klima_0.pdf (Zugriff: 27.02.2018)

21 UBA (2017): Umwelt- und Energiemanagement, URL: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/wirtschaft-umwelt/umwelt-energiemanagement> (Zugriff: 27.02.2018)

4.6.1 ISO 14001

Die Umweltmanagement-Norm ISO 14001 ist ein privatwirtschaftliches Instrument ohne rechtliche Bindung, das Anforderungen an ein Umweltmanagementsystem von produzierenden und dienstleistenden Unternehmen vorgibt. Aufbauend auf der *Plan-Do-Check-Act-Methode* liegt der Fokus auf Prozessmanagement und kontinuierlicher Verbesserung des Umweltmanagements im Unternehmen. ISO 14001 beinhaltet die Einführung einer Umweltpolitik, die Bestimmung bedeutender Umweltaspekte sowie eine entsprechende Festlegung von Umweltzielen. Sie bildet die Grundlage für EMAS, wobei Organisationen für die EMAS-Zertifizierung zusätzliche Fragen adressieren müssen.²² Die ISO 14001-Norm wird durch externe Auditoren validiert.²³

4.6.2 ECO-MANAGEMENT AND AUDIT SCHEME (EMAS)

Das *Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)* ist eine Umweltbetriebsprüfung für Organisationen aller Art und basiert als öffentlich-rechtliches Instrument auf der EU-Verordnung Nr. 1221/2009. EMAS inkludiert die Kriterien von ISO 14001, wobei darüber hinaus Anforderungen an messbare Verbesserungen der Umweltleistung gestellt werden.²⁴ Während sich die ISO 14001 auf die Verbesserung des Managementsystems konzentriert, verpflichten sich EMAS-Organisationen zu einer kontinuierlichen Verbesserung ihrer Umweltleistung über gesetzliche Anforderungen hinaus.

Bei EMAS ist der Dialog mit der Öffentlichkeit ein wesentlicher Bestandteil des Umweltmanagementsystems. Dabei wird eine öffentlich zugängliche Zusammenfassung der wichtigsten Informationen wie beispielsweise die direkten und indirekten Auswirkungen auf die Umwelt der Unternehmenstätigkeit sowie die Umweltleistungen und Umweltziele des Unternehmens in Form einer Umwelterklärung verlangt. Die Zertifizierung erfolgt durch akkreditierte Umweltgutachter.²⁵

22 Kopp, Matthias et al. (2014): Überblick zu (internationalen) Anforderungen an das nicht-finanzielle Berichtswesen – Fokus auf klimainduzierte Risiken für Unternehmen, URL: http://klimareporting.de/sites/default/files/2014_07_15_klimareporting_anforderungen_nicht_finanzielles_reporting_fokus_klima_0.pdf (Zugriff: 27.02.2018)

23 Geschäftsstelle des Umweltausschusses (2015): Systematisches Umweltmanagement, URL: http://www.emas.de/fileadmin/user_upload/06_service/PDF-Dateien/Mit-EMAS-Mehrwert-schaffen_Vergleich-ISO14001.pdf (Zugriff: 10.05.2018)

24 Kopp, Matthias et al. (2014): Überblick zu (internationalen) Anforderungen an das nicht-finanzielle Berichtswesen – Fokus auf klimainduzierte Risiken für Unternehmen, URL: http://klimareporting.de/sites/default/files/2014_07_15_klimareporting_anforderungen_nicht_finanzielles_reporting_fokus_klima_0.pdf (Zugriff: 27.02.2018)

25 Kopp, Matthias et al. (2014): Überblick zu (internationalen) Anforderungen an das nicht-finanzielle Berichtswesen – Fokus auf klimainduzierte Risiken für Unternehmen, URL: http://klimareporting.de/sites/default/files/2014_07_15_klimareporting_anforderungen_nicht_finanzielles_reporting_fokus_klima_0.pdf (Zugriff: 27.02.2018)



5 NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG IN DER AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG

5.1 BEDEUTUNG DER AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG

Eine zentrale Rolle, um Ernährungsstile zu verändern und Nahrungsmittelverluste zu verringern, spielt die Außer-Haus-Verpflegung. Nach dem Lebensmitteleinzelhandel mit 117,8 Mrd. EUR steht die Außer-Haus-Verpflegung mit einem Umsatz von 71,1 Mrd. EUR im Jahr an zweiter Stelle beim Absatz von Lebensmitteln und macht inzwischen fast 40 Prozent aller Lebensmittelausgaben aus.²⁶ Laut den Angaben der Nestlé-Zukunftsstudie kommt dem Out-of-Home-Verzehr in Zukunft ein bedeutender Stellenwert zu. Immer mehr Mahlzeiten werden zukünftig unterwegs verzehrt, bei der Arbeit oder während einer anderen Tätigkeit. Flexible Tagesabläufe, hohe Arbeits- und Aktivitätsintensität, hohe Mobilität, knapper Wohnraum einhergehend mit kleineren Küchen und schwindenden Kochkenntnissen treiben diese Entwicklung voran.²⁷

5.2 NACHHALTIGKEIT IN DER AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG

Wie bereits unter 3.4 erwähnt, gewinnt das Thema Nachhaltigkeit auch für die Außer-Haus-Verpflegung verstärkt an Bedeutung. Insbesondere das steigende Interesse der KonsumentInnen an der Herkunft und den Produktionsbedingungen der Rohstoffe ist dafür ein Einflussfaktor. Gleichzeitig werden globale Wertschöpfungsketten immer komplexer und das Speiseangebot vielfältiger.²⁸ Dabei gilt es, dass die Unternehmen nicht nur die Tätigkeiten im eigenen Betrieb betrachten, sondern über das Hofitor hinaus blicken. Wesentliche Themen aus ökologischer Sicht sind dabei die eingesetzten Rohwaren und deren Auswirkungen auf die Umwelt sowie die anfallenden Lebensmittelabfälle.²⁹ Es gilt Lösungen dafür zu finden, wie man das Speiseangebot und die Rezepturen möglichst ressourcenschonend ausgestaltet und anfallende Lebensmittelabfälle durch eine gezielte Mengenplanung möglichst reduziert oder ganz vermeidet.

5.3 NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG IN DER AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG

Der externen Kommunikation kommt besondere Bedeutung zu, um den zahlreichen und vielschichtigen Forderungen und Belangen zu begegnen, die zunehmend von verschiedenen Anspruchsgruppen an die Ernährungsbranche gestellt werden. So sollten auch Unternehmen der Außer-Haus-Gastronomie regelmäßig, systematisch und offen über nachhaltigkeitsbezogene Belange Bericht erstatten. Zur Berichterstattung käme etwa ein Nachhaltigkeitsbericht in Betracht, der sich an anerkannten Standards wie z. B. GRI oder dem DNK orientiert.³⁰ Allerdings ist die Form der Berichterstattung nach GRI möglicherweise nur für große Unternehmen geeignet und mit zu viel Aufwand für kleinere Unternehmen und Küchen verbunden. Möglicherweise eignet sich dazu der weniger umfangreiche DNK besser. Grundsätzlich bedarf es gängiger Lösungen zur Kommunikation der Nachhaltigkeitsaktivitäten für kleine und mittlere Unternehmen.

26 BVE (2015): Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2015. URL: <https://www.bve-online.de/themen/branche-und-markt/ernaehrungsindustrie-in-zahlen/deutsche-ernaehrungsind2015>, (Zugriff: 16.04.2018)

27 Nestlé Zukunftsforum (2015): Wie is(s)t Deutschland 2030?

28 Nahgast (2016): Vorschlag für ein Leitbild „Nachhaltigkeit in der Außer-Haus-Gastronomie“, URL: http://nahgast.de/wp-content/uploads/2016/09/NAHGast_Leitbild.pdf (Zugriff: 23.02.2018)

29 BVE (2015): BVE-Branchenleitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/fileadmin/user_upload/dnk/dok/Leitfaden_zum_Deutschen_Nachhaltigkeitskodex_BVE.pdf (Zugriff: 23.02.2018)

30 Nahgast (2016): Vorschlag für ein Leitbild „Nachhaltigkeit in der Außer-Haus-Gastronomie“, URL: http://nahgast.de/wp-content/uploads/2016/09/NAHGast_Leitbild.pdf (Zugriff: 27.02.2018)

Thematisch sollte jedes Unternehmen individuell entscheiden, welche Themen es als relevant betrachtet. In der Außer-Haus-Verpflegung ist neben den eingesetzten Ressourcen insbesondere das Thema der Lebensmittelverschwendung relevant, das auch in den letzten Jahren unter anderem durch das Sustainable Development Goal 12 an Aufmerksamkeit gewonnen hat. So könnte diese Thematik verstärkt in die Nachhaltigkeitsberichterstattung integriert werden.

5.4 STAND DER DINGE NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG IN DER AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG

Recherchiert man über Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher Unternehmen, so stellt man fest, dass sich sieben der zehn umsatzstärksten Catering-Betriebe zu ihrem Vorgehen bezüglich Nachhaltigkeit äußern. Alle sieben berichtenden Unternehmen sind international tätig. Deren Abfall-Vermeidungsstrategien beziehen sich daher nicht ausschließlich auf Maßnahmen und Aktivitäten in Deutschland. Drei der sieben Unternehmen wenden Umweltmanagementprogramme bzw. Standards an und stellen sich somit einem internationalen Vergleich. Die Größe des Unternehmens scheint im Verhältnis der Zahl möglicher Aktivitäten zu stehen, je größer und internationaler das Unternehmen, desto intensiver wird über das Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit berichtet.

Konkrete Aussagen über Abfallvermeidung finden sich nur vereinzelt. Ergebnisse von erfolgreich umgesetzten Maßnahmen werden selten berichtet. Häufig werden Absichtserklärungen sowie Partnerschaften mit Umweltinitiativen beschrieben. Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter stehen bei den aktiven Maßnahmen im Vordergrund. Einige Unternehmen setzen ein Abfall-Analyse-Tool zur Sensibilisierung und Reduktion des Lebensmittelabfalls ein. Es lassen sich keine Aussagen über das Nachhaltigkeitsengagement von kleinen und mittleren Unternehmen treffen. Ausgewählte Beispiele über die Nachhaltigkeitsaktivitäten und die entsprechende Berichterstattung großer deutscher Cateringunternehmen werden in Kapitel 6 dargestellt.

5.5 INSTRUMENTE ZUR ERHEBUNG VON KENNZAHLEN UND INDIKATOREN

5.5.1 NACHHALTIGKEITSBEWERTUNG VON GERICHTEN

Es existieren diverse Instrumente zur Bewertung der Nachhaltigkeitsauswirkungen von Speisen. Durch Anwendung derartiger Instrumente lässt sich das gesamte Speiseangebot eines Betriebes der Außer-Haus-Verpflegung bewerten. Die Systeme basieren meist auf messbaren Indikatoren, für die entsprechende Werte ermittelt werden. Als ökologische Indikatoren seien beispielsweise der Wasserverbrauch, der Flächenverbrauch und die verursachten Treibhausgasemissionen genannt. Diese Werte lassen sich sehr gut als Grundlage für eine Nachhaltigkeitsberichterstattung nutzen.

Nachfolgend werden beispielhaft einige Instrumente zur Nachhaltigkeitsbewertung von Gerichten vorgestellt.

SusDISH³¹

<http://www.nutrition-impacts.org/media/susDISH.pdf>

Das an der Universität Halle-Wittenberg entwickelte Instrument zeichnet sich durch ein breites Set an Umwelt- und Gesundheitsindikatoren aus, die im Rahmen der Bilanzierung erfasst werden (15 Umweltkennzahlen, 16 Gesundheitsindikatoren). Neben klassischen Umweltindikatoren, wie Treibhausgas-, Wasser- und Flächenfußabdruck, werden in susDISH zusätzlich Biodiversitäts- und Toxizitätseffekte sowie die gesamte Wertschöpfungskette beleuchtet. Die gesundheitlichen Aspekte werden anhand von Nährstoffempfehlungen bilanziert. Zudem werden mit susDISH wirtschaftliche Kennzahlen erfasst. Nach der Bewertung der Rezepturen nach Gesundheitswert und Umweltbelastungspunkte werden individuelle Rezepturoptimierungen angeboten.

Menü-Nachhaltigkeits-Index (MNI)³²

Der an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften entwickelte Menü-Nachhaltigkeits-Index (MNI) wurde als Tool für schweizerische GV-Betriebe entwickelt und beleuchtet sowohl Gesundheits- (15 Indikatoren) als auch Umweltaspekte (31 Umweltindikatoren). Wirtschaftliche Kennzahlen werden im MNI nicht beleuchtet. Da der Umweltbewertung vornehmlich schweizerische Umweltkennzahlen zugrunde liegen und zudem die Aggregation der Umweltkennzahlen mit der schweizerischen Methode der ökologischen Knappheit erfolgt, ist die Methode nicht auf deutsche GV-Betriebe übertragbar. Biodiversitätseffekte bleiben im MNI unberücksichtigt.

Nutritional Footprint³³

https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/5680/file/5680_Lukas.pdf

Das Instrument des Nutritional Footprints basiert auf dem am Wuppertal Institut entwickelten MIPS-Konzept³⁴ (Material-Input pro Einheit Service). Im Gegensatz zu den beiden oben genannten Instrumenten wird mit dem Nutritional Footprint lediglich ein schmales Set an Indikatoren beleuchtet (vier Umwelt- und vier Gesundheitsaspekte). Biodiversitäts- und Toxizitätseffekte werden mit dem Tool nicht untersucht. Ebenso wenig erfolgt eine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung.

NAHGAST-Speisenbewertung

<http://nahgast.de/pages/speisenbewertung/>

Ein Ziel des Projektes NAHGAST war es, einen möglichst standardisierbaren Ansatz zur Nachhaltigkeitsbewertung von Speiseangeboten in der Außer-Haus-Gastronomie zu entwerfen. Die Betriebe können durch den entwickelten Nachhaltigkeitsrechner ihre Speisen hinsichtlich der ökologischen, sozialen, gesundheitlichen und ökonomischen Auswirkungen bewerten. Dafür wurden für alle Dimensionen messbare Indikatoren bestimmt. Zudem sollen Verbesserungspotenziale aufgezeigt und den Verbraucher(inne)n ökologische, gesundheitliche, soziale und ökonomische Auswirkungen von Speisen einfach vermittelt werden.³⁵

31 Meier, T.; Gärtner, C.; Christen O. (2015): Bilanzierungsmethode susDISH – Nachhaltigkeit in der Gastronomie – Gesundheits- und Umweltaspekte in der Rezepturplanung gleichermaßen berücksichtigen. DLG-Mitteilungen 01/2015, Frankfurt (Main)
<http://www.nutrition-impacts.org/media/susDISH.pdf>

32 <https://www.zhaw.ch/de/lfsm/institute-zentren/ilgi/nachhaltigkeit-und-energie/nachhaltigkeit/>

33 Lukas, M., Rohn, H., Lettenmeier, M., Liedtke, C., & Wiesen, K. (2015). The nutritional footprint-integrated methodology using environmental and health indicators to indicate potential for absolute reduction of natural resource use in the field of food and nutrition. *Journal of Cleaner Production*

34 Ritthoff, M., Rohn, H., & Liedtke, C. (2002). MIPS berechnen: Ressourcenproduktivität von Produkten und Dienstleistungen. *Wuppertal Spezial*, 27

35 NAHGAST (2017): Speisenbewertung, URL: <http://nahgast.de/pages/speisenbewertung/> (Zugriff: 01.03.2018)

5.5.2 MESSUNG VON LEBENSMITTELABFÄLLEN

Da das Thema der Lebensmittelverschwendung in den letzten Jahren zunehmend an Relevanz gewonnen hat, spielt es auch in der externen Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen der Außer-Haus-Verpflegung eine Rolle. Bei der Thematik der Lebensmittelverluste besteht das Problem, dass es gegenwärtig an einem einheitlichen, klaren begrifflichen Fundament mangelt. Durch abweichende Definitionen und Kategorisierungen wird eine umfassende Bestandsaufnahme sowie die Vergleichbarkeit der Datenerhebungen erschwert.

So gilt es bei der Berichterstattung über Lebensmittelverluste zu definieren:

- Was wird im eigenen Betrieb unter Lebensmittelabfällen verstanden?
- Was ist der Mess- bzw. Berichtszeitraum?
- Was sind die Verlustkategorien?
- Welche Größen wurden mittels eines Messverfahrens erhoben, welche mittels eines Schätzverfahrens?
- Wo bestehen methodische bzw. messtechnische Unsicherheiten bei der Erhebung?

Abfall-Analyse-Tool (United against Waste e. V.)

<http://www.united-against-waste.de/lebensmittelabfall/loesungen/abfall-analyse-tool>

Um nachweisen zu können, wie viel Prozent der tatsächlichen Lebensmittelabfälle vermeidbar wären, entwickelte UAW Mitte 2014 das Abfall-Analyse-Tool.³⁶ Abfälle werden anhand vier transparenter Sammelbehälter, die den gesamten Küchenprozess abbilden, sortiert, gewogen und dokumentiert. Das Tool zielt darauf ab, das tatsächliche Aufkommen von Lebensmittelabfällen in den einzelnen Messbereichen (Lager, Produktionsabfall in der Küche, Überproduktion am Buffet, Tellerrücklauf) zu überblicken und Ursachen zu eruieren. Auf Basis der Ergebnisse werden Maßnahmen zur Abfallvermeidung für den jeweiligen Betrieb entwickelt. Dabei lassen sich Kosten- wie auch Umwelteinsparungspotenziale (Euro, CO₂, Wasser, Anbaufläche) ermitteln. Das Abfall-Analyse-Tool ist für diverse Bereiche der Außer-Haus-Verpflegung geeignet, da die Messmethode den gesamten Küchenprozess der AVH abbildet.³⁷

Folgende offene Fragen lassen sich durch die Anwendung des Abfall-Analyse-Tools klären:

- Wie hoch sind die anfallenden Lebensmittelabfälle zu einem bestimmten Zeitpunkt?
(Status quo der Abfallmessung)
- An welchen Stellen fallen die meisten Lebensmittelabfälle an?
- Welche Maßnahmen werden an welcher Stelle zur Reduzierung angewendet?
- Wie viel wurde dadurch eingespart? Welche Erfolge kann der Betrieb vorweisen?

³⁶ United against Waste (o.J.): Abfall-Analyse-Tool, URL: <http://www.united-against-waste.de/lebensmittelabfall/loesungen/abfall-analyse-tool> (Zugriff: 10.05.2018)

³⁷ United against Waste (o.J.): Zwischenbilanz, URL: <http://www.united-against-waste.de/der-verein/zwischenbilanz> (Zugriff: 10.05.2018)

Leanpath

<https://www.leanpath.com/>

Leanpath ist ein softwarebasiertes Tool zur Erfassung von Lebensmittelabfällen in Betrieben. Durch die Anwendung von Kameras und Waagen werden die anfallenden Lebensmittel bestimmt und kategorisiert. Die Ergebnisse werden in einem Online-Portal erfasst und grafisch dargestellt. Auf Basis der Ergebnisse werden Einsparpotenziale aufgezeigt. Daraufhin lassen sich Maßnahmen zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen ergreifen.³⁸

RessourceManager-Food

<http://tti-resources.de/resourcemanager-food/>

Der ResourceManager-Food ist eine Hardware/Software-Lösung mit Datenbankbindung und dient der Erfassung von Lebensmittelabfällen in der Außer-Haus-Verpflegung. Erfasst werden Art, Gewicht und Menge sowie Gründe des Wegwerfens. Neben dem Gewicht kann das Tool auch Faktoren wie Kosten und klimarelevante Emissionen abbilden.³⁹

Küchenmonitor

<https://kuechenmonitor.de/pages/index.html>

Das Online-Analysetool für Speiseabfalldaten wurde gezielt nach den Anforderungen der Schulverpflegung entwickelt. Mit dem Online-Auswertungstool können Schulen, Küchen und Caterer ihre Abfalldaten einfach und schnell selbst auswerten. Die grafisch aufbereiteten Ergebnisse ermöglichen es, eigene Lösungen und Maßnahmen gegen Speiseabfälle zu entwickeln. Da anders als bei den meisten Messmethoden alle Komponenten der Produktion und der Ausgabestelle erfasst werden, sind Lösungsansätze bis auf die Ebene von Menülinien und einzelnen Rezepturen möglich. Dadurch können sowohl Speisepläne, Menüs, aber auch Produktionsmengen und Portionsmengen optimiert werden.⁴⁰

Leitfaden zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen – iSuN

<http://www.lebensmittel-abfall-vermeiden.de/wp-content/uploads/2016/09/leitfaden-grosskuechen-lebensmittelabfaelle-vermeiden.pdf>

Das Institut für Nachhaltige Ernährung und Ernährungswirtschaft (ISuN) der Fachhochschule Münster hat gemeinsam mit Praxispartnern den Leitfaden „Großküchen & Lieferanten – Lebensmittelverluste gemeinsam reduzieren – Leitfaden für das Küchenmanagement als Hilfestellung zum Ressourcenschutz“ entwickelt, der praxiserprobte Tipps und Hilfestellung zur Vermeidung von Lebensmittelverlusten beispielsweise in der Küche oder am Buffet gibt.⁴¹

Leitfaden Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Catering – UBA

https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1968/publikationen/161020_uba_fachbroschure_catering_bf.pdf

Das Umweltbundesamt hat gemeinsam mit dem DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V.) einen Praxisleitfaden entwickelt, der sich mit praktikablen und einfach umsetzbaren Tipps für ein umweltfreundliches Catering an Caterer sowie deren Beschäftigte und Zulieferer wendet. Der Leitfaden zeigt, wie durch gezielte Planung und Berücksichtigung aller Prozessschritte im Rahmen eines Caterings Lebensmittel- und Speisenabfälle reduziert und die dennoch entstehenden Lebensmittelreste sinnvoll genutzt werden können.⁴²

38 Leanpath (2018): Leanpath Food Waste Prevention, URL: <https://www.leanpath.com/> (Zugriff: 11.04.2018)

39 TTI – Resources (2018): ResourceManager-FOOD, URL: <http://tti-resources.de/resourcemanager-food/> (Zugriff: 11.04.2018)

40 Verbraucherzentrale NRW (o. J.): Küchenmonitor, URL: <https://kuechenmonitor.de/pages/index.html> (Zugriff: 01.10.2018)

41 ISuN (2015): Leitfaden für das Küchenmanagement als Hilfestellung zum Ressourcenschutz, URL: <http://www.lebensmittel-abfall-vermeiden.de/wp-content/uploads/2016/09/leitfaden-grosskuechen-lebensmittelabfaelle-vermeiden.pdf> (Zugriff: 10.05.2018)

42 UBA (2016): Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Catering, URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1968/publikationen/161020_uba_fachbroschure_catering_bf.pdf (Zugriff: 10.05.2018)

Projekt ReFoWas – Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen

www.refowas.de

Das Forschungsprojekt REFOVAS erhebt und bewertet nicht nur Speiseabfälle, sondern entwickelt praxistaugliche Materialien sowie Aktionen für die Schulmensa und den Unterricht. Mit diesem Aktionspaket werden die Akteure rund um die Schulverpflegung angesprochen: Schulleitungen, alle Typen von Verpflegungsanbietern, Lehrer und Lehrerinnen, pädagogische Fachkräfte (OGS), Schüler und Schülerinnen sowie Schulträger und Eltern.⁴³

5.6 WO BESTEHT BEI DER NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG IN DER AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG DER GRÖSSTE HANDLUNGSBEDARF?

- Als erster Schritt auf dem Weg zu einer glaubwürdigen Berichterstattung ist die Verankerung des Leitbildes der Nachhaltigkeit im Kerngeschäft des Unternehmens notwendig. Die Berichterstattung folgt dem nachhaltigen Handeln. So gilt es zunächst, die Akteure der Außer-Haus-Verpflegung für das Thema Nachhaltigkeit zu begeistern. Die Berichterstattung ist ein zweiter Schritt.
- Die Anforderungen der gängigen internationalen Standards (z. B. GRI) sind sehr hoch und können oft von KMU (kleine und mittlere Unternehmen) nicht geleistet werden. Es bedarf einer niedrighwelligen Struktur der Berichterstattung für kleinere Unternehmen. Der DNK (Deutsche Nachhaltigkeitskodex) ist möglicherweise eine Alternative für KMU.
- Die Branche benötigt transparente Aufklärung über den gesamten Prozess der Erstellung einer Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie eine aktive Unterstützung und klare, in der Praxis umsetzbare Vorgaben.
- Es ist wichtig, Best-Practice-Beispiele miteinzubeziehen. Der Austausch mit Praktikern ist wichtig, um das Thema erfolgreich anzugehen.
- Verantwortung betrifft alle Akteure. Die Verantwortung sollte in der Außer-Haus-Verpflegung beispielsweise nicht nur bei den Catering-Unternehmen liegen. Auch der Kunde (Vertragspartner etc.) und der Endkonsument müssen miteinbezogen werden. So werden die Nachhaltigkeitsbemühungen eines Caterers oft begrenzt durch die Erwartungen des Kunden an die Speisen und die fehlende Mehrpreisbereitschaft.
- Es sollten Kennzahlen festgelegt werden, die für die Unternehmen anwendbar und realistisch sind.
- Die Zielgruppen eines Catering-Unternehmens sind in erster Linie die Mitarbeiter, Kunden und potenzielle Kunden. In zweiter Linie sind die Zivilgesellschaft, Mitbewerber und die Politik zu nennen.
- Die Kommunikation der Nachhaltigkeitsleistungen in Form eines Nachhaltigkeitsberichtes würde den Ansprüchen der Zielgruppen Kunde und Mitarbeiter nicht gerecht werden. Diese Zielgruppe benötigt in erster Linie kurze und knappe Informationen. Die Berichterstattung ist daher in der jetzigen Form eher eine formale Erfüllung einer Anforderung. In der Praxis wird dieses Instrument für die eben genannte Zielgruppe eher weniger bis gar nicht genutzt.

⁴³ ReFoWas (2018): Projektbeschreibung, URL: <https://refowas.de/projektbeschreibung> (Zugriff: 19.10.2018)





6 AUSGEWÄHLTE BEISPIELE DER AUSSER-HAUS-VERPFLEGUNG

BEISPIELE

Im Rahmen einer Studienrecherche wurde die Berichterstattung von Cateringbetrieben bezüglich Lebensmittelabfallvermeidung unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit untersucht. Hieraus sollen einige Beispiele dargestellt werden:

Apetito AG

Die Apetito AG ist ein Catering-Unternehmen und veröffentlicht im Rahmen der Umsetzung des Umweltmanagementsystems EMAS III regelmäßig eine Umwelterklärung. Daraus erklärt sich die Verantwortung, den betrieblichen Umweltschutz kontinuierlich zu verbessern. Nach Angaben des Unternehmens ist das Umweltmanagementsystem insbesondere bei der Thematik Lebensmittelverschwendung hilfreich. Ein Umweltbeauftragter ist unter anderem für das Thema Abfall zuständig. Durch den Einkauf von ökologischen und wirtschaftlich vorteilhaften Großgebinden, langen Haltbarkeiten von Tiefkühlkomponenten sowie auf die jeweilige Zielgruppe angepasste Portionierung gewährleistet das Unternehmen, dass nur eine geringe, unvermeidbare Menge Abfall anfällt. Apetito AG berichtet, dass der Verbrauch von Zutaten durch veränderte Losgrößen und optimierte Prozesse im Zeitraum 2014 bis 2016 um 5,3 % reduziert werden konnte. Apetito AG ermittelt Umweltaspekte und deren Auswirkungen mittels einer ABC-Analyse durch den Umweltbeauftragten. Als vorbeugende Maßnahmen werden Abfalltrennung, Verwertung oder Entsorgung durch zertifizierte Unternehmen sowie Bilanzierung der unterschiedlichen Abfallströme genannt. Apetito AG hat sich zum Ziel gesetzt, den anfallenden spezifischen Restmüll im Zeitraum 2017 bis 2019, bezogen auf das Jahr 2016, auf +/- 2,5 % zu begrenzen.⁴⁴

Aramark Deutschland

Aramark Deutschland ist ein Dienstleistungsunternehmen aus dem Bereich Catering. Es setzt in seinem Unternehmen seit mehreren Jahren das „Waste Management Programm“ zur Lebensmittelabfallvermeidung und -verwertung ein. Dies geht aus dem im Internet veröffentlichten Pressebericht des Unternehmens hervor. Das Programm dient der Sensibilisierung der Mitarbeiter zum sorgsamem Umgang mit Lebensmitteln. Überproduktionen sollen verhindert werden. Eine möglichst genaue Mengen- und Bedarfsplanung steht im Vordergrund. Seit 2012 erhalten die Mitarbeiter Schulungen zur handwerklichen Verarbeitung hinsichtlich Abfallvermeidung. Nassmüll wird gesammelt, analysiert und protokolliert. Es wurden über 50 Schulungen für Küchen- und Betriebsleiter durchgeführt, für gesamte Küchenteams über 600 Trainingseinheiten organisiert. Nicht vermeidbare Lebensmittelreste werden Biogasanlagen zugeführt, um Energie daraus zu gewinnen. Zudem werden Altspeiseöle gesammelt und für Biodiesel weiterverwendet. Durch die Maßnahmen des „Waste Management Programms“ konnten rund 50 % der vermeidbaren Abfälle reduziert werden. 2016 wurde Aramark Deutschland dafür mit dem Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung nominiert.⁴⁵

44 Apetito (2017): Umwelterklärung für den Standort Rheine. Bewertungszeitraum 2014–2016. URL: <https://www.apetito.de/unsere-werte/nachhaltigkeit> (Zugriff: 29.06.2018)

45 Aramark Holdings GmbH & Co. KG (2016): ÜBER UNS – Aramark wurde für den Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung nominiert. URL: unter <https://www.aramark.de/ueber-uns/presse/2016-04-bundespreis> (Zugriff: 15.06.2018)

Compass Group (Deutschland)

Das Catering-Unternehmen Compass Group Deutschland GmbH berichtet in der Unternehmensbroschüre 2014 von der Initiative „Trim-Tax“, einem System, das den Mitarbeitern die anfallenden Abfallmengen aufzeigt. Das Programm trägt zur langfristigen Reduzierung von Lebensmittelabfällen durch Sensibilisierung bei. So konnten Prozesse erstellt werden, die für alle Betriebe verbindlich zur Anwendung kommen. Zudem kooperiert das Unternehmen mit der Umweltinitiative „United against Waste“, deren Ziel ebenfalls die Reduktion von Lebensmittelverschwendung ist. Im Bereich der Abfallverwertung berichtet Compass Group Deutschland über die Nutzung von 4.319 t Speiseresten als Biobrennstoff zur Strom- und Fernwärmeversorgung. Auch werden Altseifeöle zu Biodiesel weiterverarbeitet.⁴⁶

Dussmann Service Deutschland GmbH

Dussmann Group (Berlin) ist ein deutscher Dienstleister. 2016 veröffentlichte das Unternehmen seinen dritten Nachhaltigkeitsbericht. In dem Kapitel „Ökonomische Aspekte“ berichtet Dussmann über sein Engagement zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen. Das Unternehmen ist 2014 der Initiative „United against Waste“ beigetreten. Ziel der internationalen Bewegung ist es, auf das Problem der Lebensmittelverschwendung aufmerksam zu machen. Es soll den sorgsam und effizienten Umgang mit Lebensmitteln fördern. Zunächst in Pilotprojekten und mittlerweile als Standard angewendet, werden Informationsmaterialien zur Sensibilisierung der Mitarbeiter zur Verfügung gestellt, Schulungen durchgeführt und ein Abfall-Analyse-Tool zur Überprüfung und Optimierung der Prozesse eingeführt. Durch diese Maßnahmen können Potenziale in den einzelnen Betrieben identifiziert werden.

Dussmann Group wendet zudem den Berichtsstandard der Global Reporting Initiative (GRI-G4) an. Somit ist der Nachhaltigkeitsbericht auch auf der GRI-Homepage veröffentlicht.⁴⁷

Transgourmet

Transgourmet ist ein Lebensmittelhandelsunternehmen, das insbesondere Großverbraucher beliefert. Das Unternehmen nutzt den Deutschen Nachhaltigkeitskodex, um über seine Nachhaltigkeitsbemühungen zu berichten. Die nachhaltige Beschaffung der Rohstoffe ist dabei ein besonderes Thema. Das Sortiment an Produkten mit hohen Nachhaltigkeitsstandards wird kontinuierlich ausgebaut und die Kunden entsprechend beraten.⁴⁸ Auch das Thema Vermeidung von Lebensmittelabfällen steht seit einigen Jahren bei dem Unternehmen auf der Agenda. Gemeinsam mit United Against Waste e. V. berät Transgourmet seine Kunden bei der Umsetzung von praxistauglichen Lösungen zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen. Den Kunden angeboten werden IT-Lösungen zur bedarfsgerechten Planung sowie Seminar- und Workshop-Angebote, die sich an Betriebsleiter, Küchenleiter und Köche richten.⁴⁹

46 Compass Group Deutschland GmbH (2014): Nachhaltigkeitsbroschüre.

URL: <https://www.compass-group.de/verantwortung/nachhaltigkeit/> (Zugriff: 15.06.2018)

47 Dussmann Group (2016): Future in Our Hands – Corporate Responsibility Report. 05/2014-04/2016. Berlin (3.).

URL: https://www.dussmanngroup.com/uploads/tx_niyumpu/DussmannGroup_CorporateResponsibility_2016_EN.pdf (Zugriff: 23.07.2018)

48 Transgourmet (2018): URL: <http://datenbank2.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/Profile/CompanyProfile/12152/de/2016/dnk> (Zugriff: 10.10.2018)

49 Transgourmet (2017): Nein zum Wegwerfen: gemeinsam für weniger Lebensmittelabfälle in Großküchen,

URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjYs7a26_vdAhXvwIsKHSFaD6cQFjABegQICBAC&url=https%3A%2F%2Fwww.presseportal.de%2Fdownload%2Fdocument%2F442460-pressemitteilung-transgourmet-foodwaste-september2017.pdf&usq=AOvVaw0j-XpNiNixWceqcO8mwNYg (Zugriff: 10.10.2018)





7 FAZIT

Dieses Hintergrundpapier gibt einen kurzen Überblick über Nachhaltigkeitsberichterstattung generell sowie in der Außer-Haus-Verpflegung. Die Auseinandersetzung mit der Berichterstattung über Nachhaltigkeitskennzahlen gewinnt für Unternehmen zunehmend an Relevanz. Als erster Schritt zur Nachhaltigkeitsberichterstattung ist es zunächst nötig, dass ein Unternehmen sich mit der Thematik der Nachhaltigkeit beschäftigt und im Kerngeschäft des Unternehmens verankert. Die Vorteile der Berichterstattung sind vielseitig. Damit schafft sie Transparenz und identifiziert Schwachstellen. Mit der Offenlegung von Nachhaltigkeitsinformationen kann sie Vergleichbarkeit schaffen und die Auseinandersetzung mit den Auswirkungen der eigenen Unternehmenstätigkeit fördern.

Gleichzeitig gibt es zahlreiche Herausforderungen und Hürden, denen die Unternehmen bei der Berichterstattung gegenüberstehen. Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen ist die Datenerfassung oft schwierig. Die Anforderungen der gängigen Standards (wie z. B. GRI) sind sehr hoch und teilweise überfordernd. Eine Lösung könnte der Deutsche Nachhaltigkeitskodex sein, der die Kriterien der Global Reporting Initiative auf einige wesentliche Punkte reduziert.

In Bezug auf die Branche der Außer-Haus-Verpflegung ist festzustellen, dass insbesondere die großen Catering-Unternehmen in Deutschland zum großen Teil über Nachhaltigkeitsaspekte berichten. Dafür werden Standards wie GRI oder DNK genutzt, ebenso wie die Umweltmanagementsysteme EMAS und ISO 14001. Lebensmittelabfallvermeidung ist dabei oft ein wichtiges Thema. Oft werden dabei weniger erzielte Ergebnisse als vielmehr Absichtserklärungen und eingeleitete Maßnahmen dargestellt.

Für kleine und mittlere Unternehmen ist die Thematik der Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Branche der Außer-Haus-Verpflegung oft noch Neuland, wo erheblicher Handlungsbedarf besteht.

Aus den betrachteten Inhalten dieses Papieres ergeben sich Empfehlungen für die Wirtschaft und die Politik, die in Kapitel 8 und 9 dargestellt werden.

8 EMPFEHLUNGEN FÜR DIE WIRTSCHAFT

Erste Schritte für Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Außer-Haus-Verpflegung:⁵⁰

- **Identifizieren Sie die für Ihre Unternehmen wesentlichen Themen.**
 - Welche Themen sind in Bezug auf Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen relevant?
Führen Sie eine Wesentlichkeitsanalyse durch.
 - Z. B.: Woher beziehen Sie Ihre Rohwaren? Wie viel Lebensmittelabfälle fallen in Ihrem Unternehmen an?
Wie setzen sich Ihre Rezepturen zusammen? Gibt es Einkaufsrichtlinien zu Nachhaltigkeitsaspekten?
- **Verankern Sie das Thema Nachhaltigkeit im Kerngeschäft. Definieren Sie Ihre Strategie zum Thema Nachhaltigkeit unter Einbeziehung der für Sie wesentlichen Themen.**
 - Welche Komponenten umfasst Ihr Kerngeschäft?
 - Wie lautet Ihre Nachhaltigkeitsstrategie?
- **Identifizieren Sie Ihre Stakeholder und legen Sie die Zielgruppe für die Berichterstattung fest.**
 - Wen wollen Sie über Ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten informieren (z. B. Konsumenten, Kunden, Mitarbeiter, Investoren, Lieferanten, Zivilgesellschaft)?
 - Treten Sie mit Ihren Stakeholdern in einen Dialog.
- **Sammeln Sie Informationen zu den für Sie wesentlichen Themen.**
 - Wählen Sie geeignete Leistungsindikatoren für die Informationen, die Sie erheben wollen (z. B. Bio-Anteil an den eingesetzten Rohstoffen, anfallender Abfall, Mahlzeittypen, Menükomponenten, Nachhaltigkeitsbewertung von Speisen).
 - Sammeln und erheben Sie die benötigten Daten (z. B. durch Abfallmessungen).
- **Setzen Sie sich konkrete Ziele, und legen Sie geeignete Maßnahmen zur Zielerreichung fest.**
 - Legen Sie anhand der ermittelten Informationen konkrete Ziele fest (z. B. 100 % Bio-Fleisch, Reduzierung der Lebensmittelabfälle um 50 %).
 - Verknüpfen Sie diese Ziele eng mit Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie.
- **Legen Sie die Form sowie die Rahmenbedingungen der Berichterstattung fest.**
 - In welcher Form möchte ich Bericht erstatten (z. B. anhand eines Standards wie GRI oder DNK, Umweltberichterstattung im Rahmen eines Managementsystems, über andere Informationsmaterialien)?
 - Stellen Sie ein Team zusammen.
 - Erstellen Sie einen Zeitplan.
- **Erstellen und verbreiten Sie Ihren Nachhaltigkeitsbericht.**
 - Nutzen Sie eine zielgruppenorientierte Sprache.
 - Gestalten Sie den Bericht übersichtlich.
 - Verbreiten Sie den Bericht aktiv an die Zielgruppen.
- **Entwickeln Sie Ihren Bericht weiter.**
 - Entwickeln Sie einen langfristigen Prozess zur regelmäßigen Datenerhebung und Berichterstattung.
 - Zeigen Sie im nächsten Bericht einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess auf.

⁵⁰ Econsense (2014): In 7 Schritten zum Nachhaltigkeitsbericht,
URL: https://bdi.eu/media/presse/publikationen/2014_11_7_Schritten_Nachhaltigkeitsbericht_BDI_econsense.pdf (Zugriff: 17.07.2018)

9 EMPFEHLUNGEN FÜR DIE POLITIK

- Durch einen Wettbewerb und die Auszeichnung von Unternehmen könnte die hessische Politik Anreize schaffen, damit Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit auf ihre Agenda setzen und eine Berichterstattung darüber implementieren.
- Zudem sollte ein aktiver Austausch in Form von Dialogen weiter ausgebaut werden. Die Plattform „Essen in Hessen“ könnte ein geeigneter Ort sein, um das Thema der Nachhaltigkeit in der AHV voranzutreiben und einen Austausch zwischen Praktikern zu fördern.
- Das Land Hessen könnte Unterstützungsangebote in Form von Workshops und Schulungen anbieten, um Unternehmen bei der Datenerhebung/Etablierung der Berichterstattung zu unterstützen. Gerade bei den ersten Schritten können Hilfsangebote ausschlaggebend sein, da gerade kleine und mittlere Unternehmen auch wegen fehlender Ressourcen überfordert sind.
- Ebenso sinnvoll wären praxisnahe Tipps zur zielgruppengerechten Kommunikation.
- Zudem könnte das Bundesland die Themen Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsberichterstattung mit praxisbegleitender Forschung in der AHV vorantreiben.



Mehr Informationen zum WWF finden Sie unter wwf.de/ernaehrung

Mehr Informationen zu susDISH finden Sie unter nutrition-impacts.org/media/susDISH.pdf

Mehr Informationen zu United against Waste finden Sie unter united-against-waste.de

Unterstützen Sie den WWF

IBAN: DE06 5502 0500 0222 2222 22

Bank für Sozialwirtschaft Mainz

BIC: BFSWDE33MNZ

WWF Deutschland

Reinhardtstraße 18

10117 Berlin | Germany

Tel.: +49(0)30 311 777 700

Fax: +49(0)30 311 777 888

info@wwf.de | wwf.de