



Christina Emmermann

# Stakeholderbasierte Nachhaltigkeitsbewertung von Produkten

Kriterienkatalog für Lebensmittel

Christina Emmermann  
**Stakeholderbasierte Nachhaltigkeitsbewertung von Produkten**

Kriterienkatalog für Lebensmittel

978-3-86581-489-0

410 Seiten, 17 x 24 cm, 39,95 Euro

oekom verlag, München 2014

©oekom verlag 2014

[www.oekom.de](http://www.oekom.de)

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Tabellenverzeichnis.....	IX
Anhangsverzeichnis.....	XI
Abkürzungsverzeichnis.....	XI
1 Einleitung.....	1
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung.....	1
1.2 Fragestellung und Ziele der Arbeit.....	5
1.3 Forschungsansatz.....	6
2 Nachhaltiges Wirtschaften.....	8
3 Identifikation und Analyse der Anspruchsgruppen.....	18
3.1 Stakeholder-Konzept.....	19
3.1.1 Stakeholder-Theorie.....	20
3.1.2 Kritik an der Stakeholder-Theorie.....	23
3.1.3 Stellungnahme zur Kritik an der Stakeholder-Theorie.....	25
3.2 Stakeholder-Identifikation.....	29
3.3 Stakeholder der Lebensmittelhersteller.....	32
3.4 Ansprüche der identifizierten Stakeholder.....	47
3.5 Stakeholder-Priorisierung.....	55
3.6 Zusammenführung der Einzelergebnisse.....	62
3.7 Zwischenfazit.....	71
4 Bisherige Ansätze zur Bewertung der Nachhaltigkeit auf Produktebene.....	73
4.1 Ansätze aus der Wissenschaft.....	76
4.1.1 Material-Input pro Serviceeinheit.....	76
4.1.2 COMPANies and Sectors path to Sustainability.....	78
4.1.3 Cradle to Cradle.....	80
4.1.4 Product Sustainability Assessment.....	82
4.1.5 Product Carbon Footprint.....	85
4.1.6 Product Water Footprint.....	87
4.1.7 ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften <sup>Food</sup> .....	89
4.1.8 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	92
4.2 Ansätze aus der Praxis.....	96
4.2.1 Life Cycle Assessment.....	97
4.2.2 SocioEcoEfficiency-Analysis von BASF.....	98
4.2.3 AgBalance™ von BASF.....	100
4.2.4 PRO PLANET-Label der REWE Group.....	103

4.2.5	Sustainability Measurement and Reporting System .....	106
4.2.6	Sustainability Index von Walmart.....	107
4.2.7	Lebensmittel-Siegel.....	110
4.2.8	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	118
4.3	Zwischenfazit.....	121
5	Themen nach Produktwarengruppen .....	123
5.1	Back- und Süßwaren .....	125
5.1.1	Ökologische Themen .....	127
5.1.2	Soziale Themen .....	129
5.1.3	Ökonomische Themen.....	130
5.1.4	Dimensionsübergreifende Themen.....	133
5.1.5	Zwischenfazit.....	134
5.2	Fleisch und Fleischerzeugnisse .....	136
5.2.1	Ökologische Themen .....	138
5.2.2	Soziale Themen .....	142
5.2.3	Ökonomische Themen.....	146
5.2.4	Dimensionsübergreifende Themen.....	146
5.2.5	Zwischenfazit.....	147
5.3	Milch und Milcherzeugnisse .....	149
5.3.1	Ökologische Themen .....	151
5.3.2	Soziale Themen .....	154
5.3.3	Ökonomische Themen.....	156
5.3.4	Dimensionsübergreifende Themen.....	158
5.3.5	Zwischenfazit.....	159
5.4	Obst und Gemüse .....	161
5.4.1	Ökologische Themen .....	163
5.4.2	Soziale Themen .....	165
5.4.3	Ökonomische Themen.....	166
5.4.4	Dimensionsübergreifende Themen.....	167
5.4.5	Zwischenfazit.....	168
5.5	Zwischenfazit.....	171
6	Priorisierung der identifizierten Themen.....	173
6.1	Kriterien für die Priorisierung .....	175
6.2	Priorisierung der Themen der Produktwarengruppe Back- und Süßwaren.....	177
6.3	Priorisierung der Themen der Produktwarengruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse.....	188
6.4	Priorisierung der Themen der Produktwarengruppe Milch und Milcherzeugnisse .....	193
6.5	Priorisierung der Themen der Produktwarengruppe Obst und Gemüse.....	198

---

6.6	Zwischenfazit.....	203
7	Entwicklung eines Kriterienkatalogs.....	207
7.1	Vorbereitung .....	208
7.1.1	Abgleich mit dem Berichtsleitfaden G3.1 der Global Reporting Initiative .....	209
7.1.2	Unternehmensbefragung.....	217
7.2	Kriterienkatalog .....	221
7.2.1	Aufbau des Kriterienkatalogs.....	221
7.2.2	Punktevergabe.....	226
7.2.3	Darstellung der Endergebnisse .....	229
7.3	Kriterienkatalog für die Produktwarengruppe Back- und Süßwaren .....	232
7.4	Kriterienkatalog für die Produktwarengruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse.....	246
7.5	Kriterienkatalog für die Produktwarengruppe Milch und Milcherzeugnisse.....	260
7.6	Kriterienkatalog für die Produktwarengruppe Obst und Gemüse .....	276
7.7	Zwischenfazit.....	290
8	Fazit und Ausblick .....	291
9	Literatur.....	310
10	Anhang .....	352

**Abbildungsverzeichnis**

Abb. 1:	Forschungsdesign der Arbeit; eigene Darstellung .....	7
Abb. 2:	„Double Pyramid“ – Ernährungspyramide und die ökologische Pyramide .....	11
Abb. 3:	Systeme, Konzepte und Instrumente zur Begegnung der vier Nachhaltigkeits Herausforderungen .....	15
Abb. 4:	Themenorientierte Integration von Nachhaltigkeit in das strategische Management .....	16
Abb. 5:	Linkage-Modell: Stakeholder-Registrierung anhand ihrer Verbindungen zum Unternehmen .....	32
Abb. 6:	Stakeholder-Identifikation der Barilla Group .....	43
Abb. 7:	Analysierte Stakeholder-Gruppen der Lebensmittelhersteller .....	46
Abb. 8:	Institutionelles gesellschaftliches Umfeld der Lebensmittelhersteller .....	48
Abb. 9:	Stakeholder-Typologie zur Veranschaulichung von deren Relevanz für Unternehmen .....	58
Abb. 10:	Typologie von unternehmerischen Stakeholdern .....	62
Abb. 11:	Indikatoren der AgBalance™ Methode von BASF .....	101
Abb. 12:	Beziehungsgeflecht: Lebensmittelprodukte – Stakeholder – Nachhaltigkeit .....	305

**Tabellenverzeichnis**

Tab. 1	Genannte Stakeholder-Gruppen von Lebensmittelherstellern .....	37
Tab. 2	Übersicht über die Relevanz der Stakeholder aus unternehmerischer Sicht inkl. einiger Stakeholder-Ansprüche .....	63
Tab. 3	Übersicht ausgewählter wissenschaftlicher Ansätze zur Bewertung der Nachhaltigkeit auf Produktebene inkl. Untersuchungsparameter .....	95
Tab. 4	Übersicht ausgewählter unternehmerischer Ansätze zur Bewertung der Nachhaltigkeit auf Produktebene inkl. Untersuchungsparameter .....	120
Tab. 5	Übersicht über die identifizierten Themen der Produktwarengruppe Back- und Süßwaren entlang der Wertschöpfungskette.....	135
Tab. 6	Übersicht über die identifizierten Themen der Produktwarengruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse entlang der Wertschöpfungskette .....	148
Tab. 7	Übersicht über die identifizierten Themen der Produktwarengruppe Milch und Milcherzeugnisse entlang der Wertschöpfungskette .....	160
Tab. 8	Übersicht über die identifizierten Themen der Produktwarengruppe Obst und Gemüse entlang der Wertschöpfungskette.....	170
Tab. 9	Themenpriorisierung der Produktwarengruppe Back- und Süßwaren unter Berücksichtigung der Stakeholder-Interessen inkl. deren Priorität für Unternehmen .....	180
Tab. 10	Themenpriorisierung der Produktwarengruppe Back- und Süßwaren unter Berücksichtigung von ergänzenden Themenmerkmalen.....	183
Tab. 11	Themenpriorisierung anhand aller Kriterien für die Produktwarengruppe Back- und Süßwaren .....	185
Tab. 12	Themenpriorisierung für die Produktwarengruppe Back- und Süßwaren anhand von Belegen aus der Literatur .....	187
Tab. 13	Themenpriorisierung der Produktwarengruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse unter Berücksichtigung der Stakeholder-Interessen inkl. deren Priorität für Unternehmen .....	189
Tab. 14	Themenpriorisierung der Produktwarengruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse unter Berücksichtigung von ergänzenden Themenmerkmalen.....	190
Tab. 15	Themenpriorisierung aller Kriterien für die Produktwarengruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse .....	192

Tab. 16	Themenpriorisierung der Produktwarengruppe Milch und Milcherzeugnisse unter Berücksichtigung der Stakeholder-Interessen inkl. deren Priorität für Unternehmen .....	194
Tab. 17	Themenpriorisierung der Produktwarengruppe Milch und Milcherzeugnisse unter Berücksichtigung von ergänzenden Themenmerkmalen.....	195
Tab. 18	Themenpriorisierung anhand aller Kriterien für die Produktwarengruppe Milch und Milcherzeugnisse.....	197
Tab. 19	Themenpriorisierung der Produktwarengruppe Obst und Gemüse unter Berücksichtigung der Stakeholder-Interessen inkl. deren Priorität für Unternehmen .....	199
Tab. 20	Themenpriorisierung der Produktwarengruppe Obst und Gemüse unter Berücksichtigung von ergänzenden Themenmerkmalen .....	200
Tab. 21	Themenpriorisierung anhand aller Kriterien für die Produktwarengruppe Obst und Gemüse .....	202
Tab. 22	Ableich der Aspekte innerhalb der Indikatorprotokolle der Global Reporting Initiative Version 3.1 unter Berücksichtigung des Food Processing Sector Supplements .....	212
Tab. 23	Darstellung der erzielten Punktzahl als ein Endergebnis des Kriterienkatalogs ....	229
Tab. 24	Darstellung der Punkteskala zur Anpassung der erzielten Punktzahl an das Schulnotensystem .....	231
Tab. 25	Darstellung der fehlenden Informationen innerhalb der Nachhaltigkeitsdimension als ein Endergebnis des Kriterienkatalogs.....	231
Tab. 26	Darstellung der fehlenden Informationen entlang der Wertschöpfungsstufen als ein Endergebnis des Kriterienkatalogs.....	232
Tab. 27	Kriterienkatalog zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung eines Produktes aus der Produktwarengruppe Back- und Süßwaren.....	234
Tab. 28	Kriterienkatalog zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung eines Produktes aus der Produktwarengruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse.....	248
Tab. 29	Kriterienkatalog zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung eines Produktes aus der Produktwarengruppe Milch und Milcherzeugnisse.....	262
Tab. 30	Kriterienkatalog zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung eines Produktes aus der Produktwarengruppe Obst und Gemüse.....	278
Tab. 31	Empfehlungen für die Wirtschaft, Wissenschaft und Politik aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse in dieser Arbeit .....	308