

03.2016 | „Nachhaltig verstehen“
Catering Inside

Partner // Kolumne

Nachhaltig verstehen

TEXT: KLAUS HÄCK

Nachhaltigkeit – was ist das denn?

Bei dieser Frage fängt doch der ganze Schlamassel schon an. Selbst die Wissenschaftler können sich nicht über eine Definition zur Nachhaltigkeit einigen. Was bleibt da schon für die Unternehmen übrig? Im Dickicht von Verbänden und Zertifizierungen malen sie sich grün an, je nach Wunsch und Ausrichtung, ökologisch oder wirtschaftlich. Die am meisten verwendete Definition ist die aus dem Brundtland-Bericht der UN von 1987. Frei übersetzt bedeutet Nachhaltigkeit eine Entwicklung, die gewährt, dass künftige Generationen nicht schlechter gestellt sind, ihre Bedürfnisse zu befriedigen als gegenwärtig lebende. Soll das heißen, dass wir einfach den Status Quo halten? Also, wir züchten weiterhin Antibiotika Hühnchen, lassen Tomaten in sechs Wochen zur prallen, nach nichts schmeckenden roten Früchten reifen und freuen uns, dass wir acht mal die Woche Fleisch essen zu einem Preis, zu dem wir kein Hundefutter erhalten? Das ist Nachhaltigkeit? Vielleicht interpretiere ich das ja

falsch. Ohne es zu kompliziert und zu komplex werden zu lassen, es müsste doch einen Ansatz geben, auf den man sich einigen kann. Nachhaltigkeit ist hip und sie ist nützliches Marketing in ökonomischer Hinsicht. Unter dieser Voraussetzung jedoch werden die folgenden Generationen leiden, denn dann dient sie nur dazu, den Profit der Unternehmen zu optimieren. Aus meiner Sicht ist Nachhaltigkeit eine Haltung, die gelebte Unternehmenswerte in Bezug auf die ökonomische und ökologische Verantwortung gegenüber unserer Gesellschaft hervorbringt. So z.B. im Restaurant „Sosein“ in Nürnberg, wo Küchenchef Felix Schneider sagt: „Wir wechseln das Gericht nicht, wenn es uns nicht mehr gefällt, sondern wenn es den Sinn erfüllt hat, d.h. das ganze Tier verbraucht ist!“ Das ist ein Statement, eine Haltung, die geprägt ist vom nachhaltigen Umgang mit Umwelt, Natur und Ernährung. Das macht Sinn – eine ganzheitliche Wertschätzung gegenüber dem Produkt, verbunden mit Geschmack und Erlebnis für den Gast.



Klaus Häck unterstützt als Professional Coach Führungskräfte und Unternehmer in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung. Dabei ist er auf die Branchen Catering, Gastronomie und Hotellerie spezialisiert. Außerdem ist er Beirat Wissen & Bildung beim Foodservice Consulting Society International (FCSI).
Kontakt: www.hommequadrat.de