

BioVal Reallabor Ritter Sport ‚Rohstoff-Zielsysteme für Biodiversität‘: Eine Wirkungsgeschichte

Narrativ auf Basis des Wirkungsworkshops am 28. Februar 2022

von Jasmin Wiefek und Martina Schäfer (ZTG); Stand: 5. Mai 2022

Die Ritter Sport Schokolade ist eine der bekanntesten Schokoladenmarken der Welt. Hinter diese Marke steht der deutsche Lebensmittelhersteller Alfred Ritter GmbH & Co. KG. (im Weiteren hier kurz „Ritter GmbH“) aus Waldenbuch in Baden-Württemberg. Das 1912 gegründete Familienunternehmen beschäftigt gut 1.500 Mitarbeiter:innen und verkauft seine Produkte in mehr als 100 Ländern. Quadratisch – praktisch – aber auch wirklich nachhaltig? Um Bemühungen in Richtung Nachhaltigkeit weiter voranzutreiben, hat sich die Ritter GmbH im Jahr 2021 dem Forschungsprojekt „BioVal“ als Praxispartnerin angeschlossen. Ziel des Vorhabens war es zu erkunden, welche Ansprüche das Unternehmen an seinen Rohstoffbezug stellen sollte, um zum Erhalt und der Förderung von Biodiversität in der Lieferkette beitragen zu können.

Konkreter Ansatzpunkt für das Vorhaben war es zu prüfen, inwiefern in den Beschaffungsprozessen der Ritter GmbH die Wirkungen auf Biodiversität zufriedenstellend erfasst werden. Hierbei konzentrierte man sich zunächst auf die Rohstoffe Kakao, Milch und Palmöl. Über die dreijährige Zusammenarbeit im BioVal-Projekt mit verschiedenen Hochschulen, weiteren Praxispartner:innen und aufgrund unternehmensinterner Abstimmungen gelang es der Ritter GmbH schließlich, die Auswirkungen der einzelnen Rohstoffe auf die Artenvielfalt adäquat abzubilden und diese Informationen so in die Beschaffungsprozesse zu integrieren, dass die Lieferant:innen entsprechend ausgewählt bzw. gezielte Anforderungen an diese gestellt werden konnten. Unterstützend wirkten in diesem Prozess die neu entwickelten Methoden des BioVal-Projekts, die eine Wirkungsabschätzung von Rohstoffen auf Biodiversität ermöglichen. Hilfreich war zudem der ‚Arbeitskreis (AK) Biodiversität‘, in dem sich die Ritter GmbH mit den anderen Praxispartner:innen und weiteren Unternehmen zu ihren Erfahrungen im Projekt ausgetauscht hat. Über den AK haben dann auch weitere Unternehmen erfahren, wie der Schutz und die Förderung von Biodiversität konkret im Unternehmensmanagement verankert werden kann und einige Unternehmen haben selber angefangen dies in ihrem Wirtschaften stärker zu berücksichtigen.

Durch die Teilnahme der Ritter GmbH am BioVal-Projekt wurde das Bewusstsein für den nötigen Schutz der Artenvielfalt im Unternehmen wie auch entlang der Lieferketten gestärkt. Sowohl auf der unternehmenseigenen Kakao-Plantage in Nicaragua als auch mit den Lieferant:innen für Milch und Palmöl hat die Ritter GmbH Maßnahmen zur Förderung von Biodiversität diskutiert, bewertet und zunächst einfache Maßnahmen innerhalb der Projektlaufzeit von BioVal umgesetzt. Auch über die Projektlaufzeit hinaus wurden diese Kooperationen fortgesetzt und weitergehende Maßnahmen implementiert. Die Anpassung der Herstellungsverfahren hatte zur Folge, dass nicht nur die Produkte der Ritter GmbH, sondern auch von anderen Rohstoffabnehmer:innen biodiversitätsfreundlicher wurden.

Die Ritter GmbH erkundet, wie es bzgl. der Beschaffung seiner Rohstoffe zum Erhalt der Biodiversität beitragen kann

Die Auswirkungen der einzelnen Rohstoffe auf Biodiversität werden adäquat abgebildet und diese Informationen in den Beschaffungsprozess integriert

Über den Erfahrungsaustausch im AK Biodiversität haben auch weitere Unternehmen angefangen den Schutz und die Förderung von Biodiversität in ihrem Wirtschaften stärker zu berücksichtigen

Das Bewusstsein für den Biodiversitätsschutz wurde im Unternehmen und in den Lieferketten gestärkt und biodiversitätsfördernde Maßnahmen bei den Lieferant:innen umgesetzt

Zudem hat die Ritter GmbH auch nach Projektabschluss den Bezug weiterer Rohstoffe in Hinblick auf den Schutz und die Förderung von Biodiversität geprüft und entsprechende Anpassungen vorgenommen. Das Engagement für Biodiversität konnte auch deswegen um sich greifen, weil im BioVal-Projektverlauf weitere Unternehmen und andere Akteure wie beispielsweise der Süßwarenverband oder das Forum nachhaltiges Palmöl überzeugt wurden, sich dafür zu engagieren. Als alleiniger Akteur hätte die Ritter GmbH beispielsweise beim Thema Erdbeeren, bei denen die Ritter GmbH nur ein Marktakteur unter vielen ist, nicht ausreichend Einfluss auf die Lieferant:innen ausüben können, um diese zu biodiversitätsschützenden Maßnahmen zu bewegen. Somit war die Marktmacht ein Hebel, der genutzt wurde. Die Lieferant:innen waren aber auch von sich aus motiviert, sich zu engagieren, da fortlaufende Kommunikation den Mehrwert der Maßnahmen – der sich zum Beispiel in der langfristigen Sicherung von Rohstoffen zeigen kann – bewusst gemacht wurde. Auch finanzielle Anreize, wie politische Fördermaßnahmen, haben diesen Prozess positiv beeinflusst.

Aber nicht nur bei den Wirtschaftsakteuren, auch bei den Konsument:innen ist das Bewusstsein für biodiversitätsfördernde Lebensmittel gestiegen und hat die Handlungs- und Zahlungsbereitschaft zugenommen. Ein Grund hierfür war, dass die Ritter GmbH über ihre Homepage und ihre Nachhaltigkeitsberichte ihr Engagement öffentlichkeitswirksam kommuniziert hat – und sich dadurch auch gegenüber Wettbewerber:innen profilieren konnte – aber auch, dass der Biodiversitätsschutz als eines der wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen einen Platz im aktuellen öffentlichen Diskurs gefunden hat.

Weitere Unternehmen und Akteure wie der Süßwarenverband etc. engagieren sich für Biodiversität

Die Lieferant:innen sehen einen Mehrwert im Schutz und der Förderung von Biodiversität und sind daher motiviert, entsprechende Maßnahmen umzusetzen

Für die Konsument:innen und im öffentlichen Diskurs ist Biodiversität ein wichtiges Thema, sodass die Zahlungs- und Handlungsbereitschaft zunimmt

Das von Unternehmen und Hochschulen durchgeführte Projekt BioVal (Biodiversity Valuing & Valuation) erarbeitet Lösungen, um negative Auswirkungen auf Biodiversität entlang des Produktlebenswegs von Lebensmitteln zu verringern. In dem inter- und transdisziplinären Projekt mit einer Laufzeit von drei Jahren (ab November 2021) werden Unternehmen aus dem Lebensmittelsektor mit wissenschaftlich fundierten Tools in der Entwicklung und Erprobung eines wirksamen Biodiversitätsmanagements unterstützt und Konsument:innen mit gezielten Kommunikationsmaßnahmen adressiert. Die wissenschaftlichen Partner:innen in dem Projekt sind das ZNU-Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung der Universität Witten/Herdecke, die Hochschule Bochum sowie das Zentrum für Technik und Gesellschaft (ZTG) der Technischen Universität Berlin. Praxispartner:innen im BioVal-Projekt sind neben der Alfred Ritter GmbH & Co. KG, die FRoSTA AG und die Seeberger GmbH.

Weitere Informationen finden sich unter www.bio-val.de