

CH - Thayngen ▶

[Global Services](#)

[Services DACH](#)

[Listen](#) ▶

[Services DACH
Startseite](#)

[Mein Inside-Profil
bearbeiten](#)

[Mein HR DACH](#)

[Mein Team
managen DACH](#)

[Mein Travel
Management](#)

[Meine Finanzen
& Expenses](#) ▶

[Meine
Rechtsabteilung](#)

[Meine Location](#) ▶

[Meine IT](#)

[Mein SHE](#) ▶

 [Papierkorb](#)

 [Gesamter
Websiteinhalt](#)

08.07.2014

Lebhaftes Interesse fürs Thema Nachhaltigkeit

Schweiz-Chef Alexander Kühnen referierte beim Wirtschafts-Talk Bodensee



Nachhaltigkeit ist der Kern des Unilever-Geschäftsmodells. Dies illustrierte Alexander Kühnen, VP Customer Development und Managing Director Switzerland (Foto links), in einem Vortrag vor etwa 80 Vertretern von Unternehmen, Organisationen und Gemeinden aus der Bodenseeregion.

Von der Vision zu klaren Zielen

Rasant wachsende Bevölkerung, Klimawandel mit Herausforderungen für die Hygiene, Unternahrung ebenso wie Fettleibigkeit – nur einige der

Herausforderungen, denen die Welt gegenübersteht. Unilever übernimmt hier Verantwortung mit dem Sustainable Living Plan, den CEO Paul Polman vor 3 Jahren vorstellte. Die Vision: Verdoppelung des Geschäftsvolumens bei gleichzeitiger Halbierung des ökologischen Fußabdrucks und Ausweitung des sozialen Engagements.

Viele Vorteile

Alexander Kühnen nannte eine ganze Reihe von Vorteilen, die der Nachhaltigkeitsplan neben den positiven Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft hat: Das Geschäftsmodell inspiriert die Mitarbeiter, bringt Kostenvorteile, fördert Innovationen und eröffnet neue Dimensionen in den Gesprächen mit Kunden. Der Schweiz-Chef nannte Beispiele für die Fortschritte, etwa die Verwendung von „grünem“ Strom, den Einsatz von nachhaltig angebauten Rohwaren oder die Finanzierung von Millionen von Schulmahlzeiten. „Entscheidend aber bleibt, dass die Verbraucher den Mehrwert verstehen!“

Die anschließende etwa halbstündige Frage-und-Antwort-Runde war von Engagement, Neugier und Fachwissen geprägt. Ob man das Salz in den Produkten nicht durch Kalium ersetzen könne, ob Unilever Verpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen plane, ob sich letztlich nicht der Druck der wirtschaftlichen Ziele durchsetze ... „Das Thema Nachhaltigkeit muss vom Business getragen werden,“ betonte Customer Director Patrick Moosbrugger. Seine Kollegin Nadia Meier hob die Rolle der DACH Foundation hervor, die Mitarbeiter und deren Projekte mit ökologischen oder sozialen Zielen mit bis zu 3.000 Euro fördert. Und: „Wenn man irgendwo auf der Welt bei Unilever einen Workshop hat, trifft man immer Kollegen, die die Vision kennen und leben!“

Netzwerken nach dem Vortrag

Das Netzwerk Bodensee veranstaltet jährlich sieben Wirtschafts-Talks in der Bodenseeregion, davon je zwei in Österreich und in der Schweiz. Hier berichten führende Vertreter international bekannter Unternehmen über ihre Konzepte und Erfahrungen aus unternehmerischen Schlüsselthemen und gehen auf aktuelle Herausforderungen ein. Ziel ist, die teilnehmenden Führungskräfte zu vernetzen und den Erfahrungsaustausch zu fördern.



Organisatorin Helen Brestel-Spannagel, Kundendirektoren Patrick Moosbrugger und Nadia Meier sowie Veranstalter Guido Hunke (v.l.).

By [Westermann, Klaus](#) 