Nachhaltigkeitsbericht

2019

LIST

VIELFALT IM HANDEL

Wilhelm LIST Nachfolger GmbH & Co.KG

List

seit 1830

Ein paar Worte vorweg…

Ob während des Einkaufens im Supermarkt, beim Durchblättern der Illustrierten oder beim allabendlichen Durchschalten durchs Fernsehprogramm – an dem schon fast inflationär verwendeten Begriff **Nachhaltigkeit** kommt man heutzutage kaum noch vorbei. In den Supermarktregalen wächst die Zahl der nachhaltig hergestellten Produkte und immer mehr Unternehmen werben damit, sich nachhaltig zu verhalten und binden den Begriff in ihrem Internetauftritt mit ein.
Vorangetrieben wird der Trend zu mehr Nachhaltigkeit nicht nur durch das veränderte Kaufverhalten der Kunden, sondern auch durch Maßnahmen seitens der Politik. So hat bspw. im Jahr 2014 das Europäische Parlament gemeinsam mit den Mitgliedsstaaten der EU die sogenannte **CSR-Richtlinie** verabschiedet. Diese verpflichtet Betriebe, die eine bestimmte Größe bzw. Mitarbeiterzahl überschreiten (derzeit liegt die Grenze laut nationalem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz bei 500 Mitarbeitern/innen), seit 2017 dazu, über ihre finanziellen Aktivitäten hinaus, auch über ihr soziales und ökologisches Handeln zu berichten.[1] Es geht also nicht nur darum, dass Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung (**Corporate Social Responibility (CSR)**) übernehmen, sondern dass sie dies auch transparent an ihre Stakeholder kommunizieren.[2]

Zwar sind wir als mittelständisches Unternehmen von dieser Regelung nicht betroffen, dennoch gewann das Thema **nachhaltiges Handeln** – aufgrund seiner hohen gesellschaftlichen Relevanz – auch für uns immer stärker an Bedeutung. Wir stellten uns die Frage, welche Erwartungen an die Forderung nach mehr Nachhaltigkeit geknüpft sind und wie Maßnahmen aussehen könnten, um diesen gerecht zu werden. Als Ergebnis veröffentlichten wir 2016 unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht. Diesen haben wir aktualisiert und um Nachhaltigkeitsprojekte, die wir in den letzten Jahren durchgeführt haben bzw. für die nahe Zukunft planen, erweitert.[3]
Der aktuelle Nachhaltigkeitsbericht 2018/19 gibt zunächst einen kurzen Überblick über unsere unternehmerischen Tätigkeiten und einige Ansätze zur Definition des Begriffs „Nachhaltigkeit“. Darüber hinaus soll der Bericht nicht nur eine Auflistung von bereits durchgeführten und derzeit geplanten Aktivitäten sein, sondern auch aufzeigen:

- welche positiven Effekte sich durch nachhaltige Entwicklungen sowohl für unsere Stakeholder (Kunden, Mitarbeiter usw.) als auch für uns als Unternehmen ergeben,
- wie nachhaltiges Handeln in die Unternehmensaktivitäten integriert werden kann und
- dass nachhaltiges Handeln und langfristige Unternehmensplanung eng miteinander verknüpft sind

[1] Vgl. Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), Referat "CSR"- Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (o.D.); Scholz & Friends Berlin GmbH (2017); § 289b-e sowie § 315b-c HGB.
[2] Vgl. Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015a).
[3] Projekte, die wir vor 2016 geplant und umgesetzt haben und die bis heute einen positiven Effekt auf die „Nachhaltigkeitsbilanz“ unseres Unternehmens haben, werden in diesem Bericht ebenfalls mit aufgeführt.

Gliederung

1. Vorstellung des Unternehmens

2. Nachhaltigkeit – mehr als nur ein Trend des 21. Jahrhunderts

3. Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie
   3.1 Umwelt
   3.2 Produkte, Kunden, Lieferanten & Partnerunternehmen
   3.3 Mitarbeiter & Nachwuchsarbeit
   3.4 Finanzierung
   3.5 Unternehmensführung
   3.6 Gesellschaftliches Engagement

4. LIST als regionaler Vermieter

5. Ausblick / Ziele für die Zukunft

6. Quellen

1. Vorstellung des Unternehmens

Die Wilhelm **LIST** Nachfolger GmbH & Co. KG ist ein 1830 gegründetes mittelständisches Lebensmittel-Großhandelsunternehmen mit Sitz in Goslar.
Wir betreiben zwei C+C Abholmärkte in Goslar und Quedlinburg und sind in Hannover mit einem Vertriebsbüro vertreten. Unser Einzugsgebiet erstreckt sich von Magdeburg und Hannover im Norden bis nach Göttingen und Halle im Süden. Im Rahmen unseres Unternehmens betreiben wir einen Gastronomie- und Großverbraucher-, einen Süßwaren- und Tabakwaren- sowie einen Obst- und Gemüsegroßhandel. Aufgrund dieser Vertriebsstruktur und dem damit verbundenen vielfältigen Angebot (ca. 16.000 Artikel), zählen nicht nur Kunden aus der Gastronomie & Hotellerie, zu unseren Abnehmern, sondern auch Caterer, Krankenhäuser und Heime sowie Tankstellen, Kioske, Bäckereien und Lebensmittel-Einzelhändler.

Neben der **Selbstabholung** bieten wir unseren Kunden einen **Zustellservice** mit 22 LKW, der von mehr als 2.000 unserer ca. 5.500 Kunden genutzt wird.
Für den reibungslosen Ablauf von der Bestellung bis hin zur Auslieferung und für eine kompetente und umfassende Betreuung und Beratung in unseren Märkten sowie beim Kunden vor Ort sorgen momentan insgesamt 160 Mitarbeiter/Mitarbeiterinnen; davon 18 Außendienstmitarbeiter.
Zudem arbeiten wir mit verschiedenen großen Einkaufs- und Vertriebsorganisationen, wie z.B. dem Service- Bund/ Markant und der REWE/DOHLE zusammen.
Auf unsere Tätigkeiten im Bereich **Immobilien** möchten wir in Kapital 4 kurz eingehen und Ihnen unser jüngstes Projekt „**KontorHaus List**“ vorstellen.

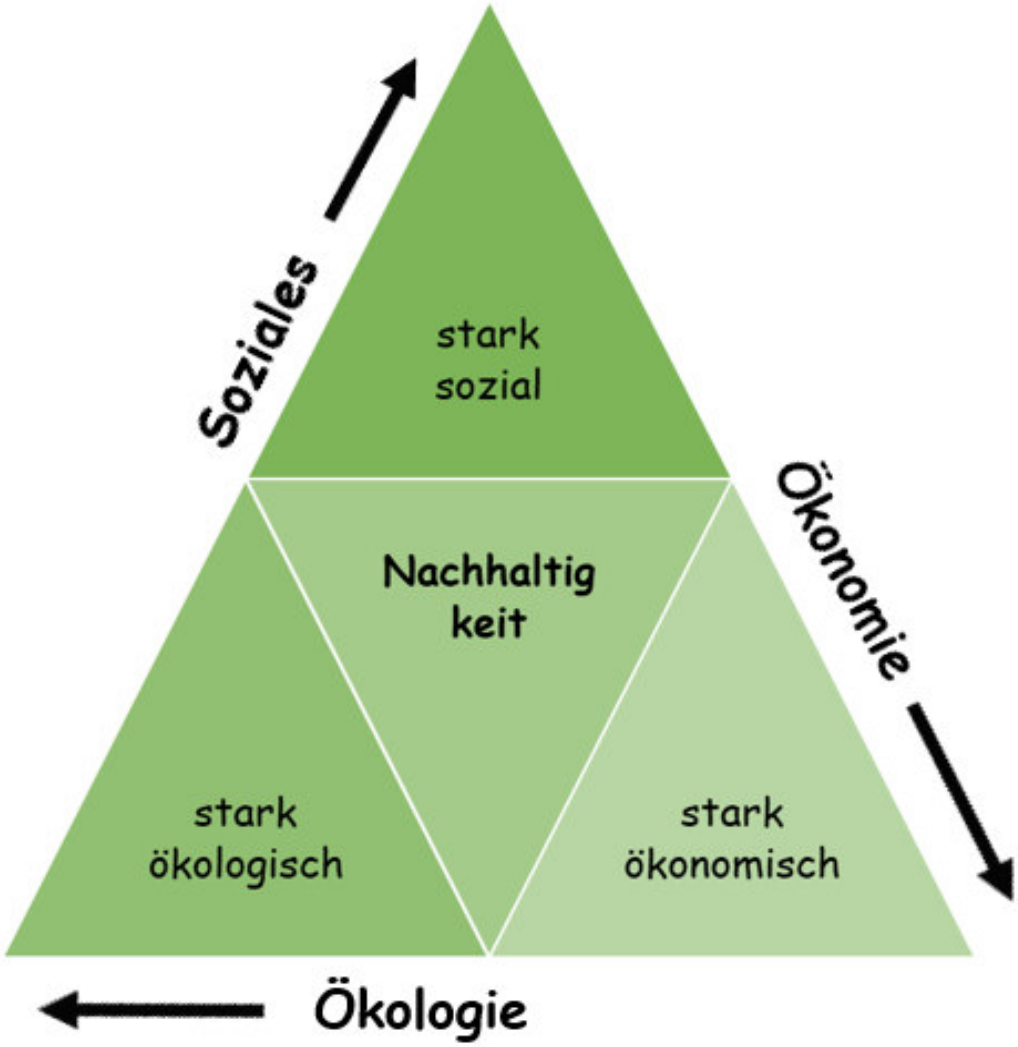
2. Nachhaltigkeit – mehr als nur ein Trend des 21. Jahrhunderts

Dass der Begriff und die Forderung nach mehr Nachhaltigkeit keine Erfindungen des 21. Jahrhunderts sind, zeigt ein Blick in die Literatur. Bereits 1713 setzte sich **Hans Carl von Carlowitz**, der u.a. deutscher Kameralist und Oberberghauptmann des Erzgebirges war, für ein nachhaltiges Handeln in der Forstwirtschaft ein. Unter dem Einfluss der im 18. Jahrhundert drohenden Holzknappheit formulierte von Carlowitz zunächst Nachhaltigkeit als ein **forstwirtschaftliches Prinzip**, nach dem nur so viel Wald abgeholzt werden dürfe, wie der Wald auch in nächster Zeit auf natürliche Weise regenerieren könne.[4]

[4] Vgl. Carlowitz-Gesellschaft e. V. (o.d.); Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015b). Gerade in der Forstwirtschaft zeigen sich schon früh Bemühungen, die wir heute als „nachhaltig“ bezeichnen. Noch bevor es den Begriff als solchen gab, setzten sich bspw. im Hochmittelalter Markgenossenschaften dafür ein, Wälder, die im Gemeindebesitz („Allmende“) waren, vor Übernutzung und Degradierung zu schützen. Ähnliche Überlegungen zum Schutz und der Zukunftsfähigkeit des Waldes fanden sich um diese Zeit auch im Salinenwesen. Festgeschrieben wurden diese in der Salinenverordnung als Gebot des „ewigen Waldes“. (Vgl. u.a. ID Wald GmbH (o.D.) Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (o.D)).

Im Rahmen des „**Brundtland**“- Berichts 1987 verfasste die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen eine über die Forstwirtschaft hinausgehende, aber im Kern sehr ähnliche Definition.[5] Danach zeichnen sich nachhaltige Entwicklungen dadurch aus, dass sie nicht nur im Interesse der jetzigen Generation sind, sondern darüber hinaus auch die Bedürfnisse der zukünftigen Generationen mit berücksichtigen.
Damit rückt die **gesellschaftliche Verantwortung** von Entscheidungsträgern, insbesondere in Unternehmen, immer stärker in den Vordergrund. Sie haben nicht nur eine Verantwortung gegenüber ihren direkten Stakeholdern, sondern nach diesem Verständnis auch gegenüber der gesamten Menschheit.

Das **integrierende Nachhaltigkeits- Dreieck** beschreibt Nachhaltigkeit zudem als ein Zusammenspiel im **Spannungsfeld von Ökonomie, Ökologie und Sozialem**. Erst durch die Berücksichtigung aller drei Dimensionen ist es demnach möglich, nachhaltige Entscheidungen zu treffen und so nachhaltige Entwicklungen voranzutreiben.[6]
Bezogen auf den Wirtschaftskontext handelt demnach bspw. ein Unternehmen dann nachhaltig, wenn er seine Gewinne umweltbewusst und sozialverträglich erwirtschaftet.[7]



Grafik: erstellt durch List, in Anlehnung an Alexandro Kleine

[5] Vgl. Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015c); World Commission on Environment and Development (1987), Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015d).
[6] Vgl. Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015e) und Kleine (2009).
[7] Vgl. Pufé (2014).

3. Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie

Auch wenn es scheint, als müsse Nachhaltigkeit über Gesetze oder durch die Schaffung von Anreizsystemen den Unternehmen als eine Art Verpflichtung auferlegt werden, so soll der Bericht zeigen, dass es auch im Interesse bzw. in der Natur eines Unternehmens liegen kann, sich nachhaltig zu verhalten.
Möchte bspw. ein Unternehmer langfristig am Markt bestehen und sich erfolgreich gegen seine Mitbewerber durchsetzen, dann wird er automatisch Entscheidungen treffen, die sowohl die Bedürfnisse seiner gegenwärtigen als auch seiner zukünftigen Kunden, Mitarbeiter und Gesellschafter erfüllen.[8] Langfristige **Unternehmensplanung** und nachhaltiges Handeln sind daher eng miteinander verknüpft und leisten einen wichtigen Beitrag zum Fortbestand eines Unternehmens.
Gerade auch für LIST als Familienunternehmen sind diese Motive fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Für uns gilt damit eben nicht die Aussage des früheren deutschen Umweltministers und Direktors des UN-Umweltprogramms Klaus Töpfer: „*Wenn einem nichts mehr einfällt, spricht man über nachhaltige Entwicklung…*“

Im Folgenden haben wir unsere **Maßnahmen** sechs Kategorien zugeordnet:

- Umwelt,
- Produkte, Kunden, Lieferanten & Partnerunternehmen,
- Mitarbeiter & Nachwuchsarbeit,
- Finanzierung,
- Unternehmensführung,
- Gesellschaftliches Engagement

Da der Begriff der nachhaltigen Entwicklung ein Zusammenwirken von Ökonomie, Ökologie und Sozialem beschreibt, berücksichtigen die folgenden Maßnahmen jede dieser drei Dimensionen, jedoch – je nach Kategorie bzw. Tätigkeitsbereich – mit unterschiedlicher Gewichtung. So spielen bspw. im Rahmen von Finanzierungsentscheidungen ökonomische Aspekte bezogen auf unsere Unternehmensaktivitäten eine größere Rolle als ökologische.

Wie sich, basierend auf den oben genannten Definitionen von Nachhaltigkeit, ein solches Zusammenwirken unserer Ansicht nach auf ein Unternehmen übertragen lässt, möchten wir Ihnen zunächst exemplarisch anhand der Kategorie „Umwelt“ genauer erläutern, bevor wir Ihnen anschließend unsere Maßnahmen vorstellen.

3.1 Umwelt

Bei Maßnahmen, die in diese Kategorie fallen, stehen zunächst ***ökologische*** Kriterien, wie bspw. die Reduzierung der Emissionen und des Energieverbrauchs, im Vordergrund. In einem zweiten Schritt findet dann der ***ökonomische*** Aspekt seine Berücksichtigung – und zwar, wenn

[8] Im Sinne der einfacheren Lesbarkeit haben wir uns dafür entschieden, bei den von uns formulierten Beispielen von einer geschlechtergerechten Sprache abzusehen und nur von Unternehmer, Kunde, Mitarbeiter usw. zu sprechen.

es um die Amortisation der dafür zu tätigen Investitionen und die Höhe des Einsparpotenzials bisher anfallender (Neben-) Kosten geht.
Da von einem ressourcen- und umweltschonenden Umgang sowohl die heutigen als auch die zukünftigen Generationen profitieren, wirken sich solche Entscheidungen ebenfalls auch auf ***sozialer*** Ebene positiv aus.

Reduzierung von Emissionen

Sowohl im Rahmen unseres **Zustellservices** als auch unseres Außendienstes sind wir auf den regelmäßigen Einsatz von LKW und PKW angewiesen.
Ein kleiner Beitrag, um die von uns zurückgelegten Fahrtstrecken und den damit verbundenen Schadstoffausstoß zu vermindern, besteht darin, dass wir seit 1966/67 eine betriebseigene Tankstelle unterhalten. Auf diese Weise fallen zahlreiche, unnötige Fahrtstrecken weg. Ebenso können die Standzeiten an einer externen Tankstelle, die weder für die Mitarbeiter noch für die Kunden einen Mehrwert haben, reduziert werden. Hinzu kommen Einsparungen durch den günstigeren Einkauf größerer Mengen Dieselkraftstoffs.

Eine weitere Möglichkeit zur Emissionsreduktion sehen wir zudem in der Zusammenarbeit mit **regionalen Werkstätten** und Handwerksbetrieben. Kurze Wege für den Fuhrpark bieten dabei den Vorteil, dass weniger Schadstoffe ausgestoßen werden und so Treibstoffkosten gesenkt werden können. Außerdem unterstützen sie ein flexibles und kommunikatives und damit schnelles und erfolgreiches Arbeiten.

Verringerung unseres Energieverbrauchs

Während im Sommer ein hoher Energieverbrauch durch die **Kühlung** der frischen Lebensmittel zu verzeichnen ist, sind es im Winter die großen Verkaufs- und Lagerflächen, die es zu beheizen gilt. Energie ist somit für uns nicht nur ein zwingend benötigter Produktions-, sondern auch bedeutender Kostenfaktor. Maßnahmen, die es uns ermöglichen den Einsatz dieses Faktors bei gleichbleibender Leistung (bspw. ausreichende Kühlung unserer Frischeprodukte) zu reduzieren, spielen bei LIST daher bereits seit vielen Jahren eine wichtige Rolle.

Zunächst prüfte 1999 die Firma **DEMACS** mithilfe umfangreicher Messungen, wo sich in unserem Betrieb Möglichkeiten ergeben, um langfristig den Energieverbrauch zu senken.[9]
In dem Zusammenhang wurden nicht nur kleinere Umrüstungen an der Lichttechnik vorgenommen (z.B. Einbau von Lichtsensoren), sondern auch eine **Energieoptimierungsanlage** installiert, die dafür sorgt, dass die während der Hauptzeit auftreten Leistungsspitzen in die Nebenzeit verlagert werden. Bevor es zur Überschreitung eines zuvor gesetzten Spitzenlastwertes kommt, schaltet das System Verbraucher, die zu diesem Zeitpunkt nicht benötigt werden, ab bzw. regelt sie herunter. Neben dem Energieverbrauch können auf diese Weise auch die mit den Leistungsspitzen einhergehenden hohen (Energie-) Kosten verringert werden.[10]

[9] DEMACS Dynamische Energie Management und Controlling Systeme GmbH.
[10] Leistungsspitzen werden relativ teuer verkauft und wirken sich daher auch „negativ“ auf den Wert für den Leistungspreis des gesamten Monats aus.

Die Energie- bzw. Kostenersparnis, die durch die Installation der Anlage erzielt wird, variiert von Monat zu Monat. Je höher die Leistungsspitze in einem Monat, desto höher ist auch die Einsparung, die mit der Regulierung auf den festgelegten Spitzenlastwert erreicht werden kann. Im Durchschnitt ließen sich so jährlich ca. € 6.000.- an Energiekosten einsparen.

Neben der eben beschriebenen (intelligenten) Steuerung und Regulierung trägt der Einsatz energiesparender Geräte in der **Licht- und Kältetechnik** dazu bei, dass wir unseren Energieverbrauch langfristig senken können.

In der Lichttechnik hat sich bspw. die **LED- Leuchte** als energieeffiziente Alternative zur bisher häufig verwendeten Leuchtstoffröhre erwiesen.
Ihr Vorteil ist nicht nur ihre längere Lebensdauer und ihr bis zu 70% geringerer Stromverbrauch, sondern auch, dass sie im Gegensatz zur Leuchtstoffröhre kein Quecksilber enthält.[11]

In den Jahren 2014/15 wurde bereits - auf Basis eines DEKRA-Gutachtens - damit begonnen, die Warenannahme, ein Großteil der Lagerhalle/n sowie den gesamten C&C- Markt mit LED- Leuchten auszustatten.

Eine vollständige Umrüstung unseres Betriebes auf LED konnte 2018 erreicht werden; mit dem Ergebnis, dass neben einer Einsparung von 72t CO2 pro Jahr, der Energieverbrauch um insgesamt ca. 120.000 kWh gesenkt und damit die Stromkosten um fast 20.000,- € /Jahr reduziert werden konnten.

Ähnlich wie die im gesamten Betrieb verwendete Energieoptimierungsanlage sorgen auch die 2008 und 2012 für die Kühlbereiche installierten **Verbundanlagen** für einen effizienten Einsatz der benötigten Energie.

Entsorgung und Wiederverwertung von Abfallprodukten

Lebensmittel, die das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) überschritten haben, sowie Verpackungsmaterialien wie Papier, Pappe und Folie gehören bei LIST zu den gewöhnlich anfallenden Abfallprodukten. Um die Anzahl der zu entsorgenden Lebensmittel so gering wie möglich zu halten, helfen u.a. die im Unternehmen regelmäßig durchgeführten MHD-Kontrollen. Auf diese Weise können Produkte, die ihr MHD in nächster Zeit erreichen, dem Kunden günstiger angeboten und so mit einer höheren Wahrscheinlichkeit noch verkauft und verbraucht werden. Die dabei erhobenen Daten helfen uns zudem bei der Optimierung unserer Disposition.

[11] Vgl. TEC-Institut für technische Innovationen GmbH & Co. KG (2014). Die Maßnahme zur Umrüstung auf LED wurde z.T. mit Fördergeldern des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle unterstützt.

Aus den im Rahmen der MHD-Kontrollen gewonnen Daten ließ sich bspw. ablesen, dass bestimmte Gastronomiekunden derzeit kleinere Abpackungen im Bereich Tiefkühlkost (TK) stärker nachgefragen als die typischen Großhandelsgrößen. Dementsprechend haben wir im letzten Jahr damit begonnen unser TK-Sortiment z.T. neu auszurichtenauszurichten und durch kleinere Einzelhandelsgrößen zu ergänzen. Auch wenn das auf der einen Seite zu einem Mehr an Verpackungen führt, so hat diese Veränderung den Vorteil, dass weniger Lebensmittel - wegen Überschreitung des MHDs - sowohl möglicherweise bei LIST als auch beim Kunden entsorgt werden müssen.

Überschreiten Produkte trotzdem ihr MHD, werden sie bisher von uns aus dem Angebot genommen und entsorgt.

Im Gegensatz zum **Verbrauchsdatum**, welches angibt *bis wann* ein Lebensmittel *verbraucht werden sollte* (z.B., weil es leicht verderblich ist), sagt das **Mindesthaltbarkeitsdatum** lediglich etwas darüber aus, *wie lange* ein Produkt unter angemessenen Aufbewahrungsbedingungen seine spezifischen Eigenschaften (Geschmack, Konsistenz usw.) *mindestens behält*.[12]
So ist es uns rechtlich erlaubt, Produkte, die das MHD überschritten haben, sofern wir sie als sichere Lebensmittel deklarieren, weiterhin anzubieten. Dann trägt allerdings nicht mehr der Hersteller die Verantwortung für das Produkt, sondern der Händler, der die Ware in den Verkehr bringt.[13]

Um zum einen unserer Sorgfaltspflicht nachzukommen, d.h. u.a. nur sichere Lebensmittel in den Verkehr zu bringen, und zum anderen dazu bei zu tragen, dass weniger Lebensmittel mit noch einwandfreier Qualität entsorgt werden, prüfen wir derzeit - u.a. in Abstimmung mit unserer Versicherung und dem Ordnungsamt - eine geeignete Vorgehensweise, um beiden Forderungen gerecht zu werden.

Lebensmittel, die über dem MHD sind und aus der gleichen Charge stammen könnten bspw. zunächst **stichprobenartig kontrolliert** und anschließend z.B. zum **privaten Verbrauch** vergünstigt abgegeben oder verschenkt werden.

Dem Thema „Reduzierung von Lebensmittelabfällen“ widmen wir uns zudem auch über den Service-Bund. Als Partner der Initiative United Against Waste e.V. (UAW) unterstützen wir den Verein dabei, Maßnahmen zur Verringerung von Lebensmittelabfällen in der Food-Branche zu entwickeln.[14]

[12] Vgl. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), Referat 215 Lebensmittelinformation, Lebensmittelkennzeichnung (2016), S. 8.
[13] Vgl. Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V. (2018).
[14] Weitere Informationen zur Initiative United Against Waste e.V. finden Sie unter: https://www.united-against-waste.de/.

Damit der von Hans Carl von Carlowitz geforderte nachhaltige Umgang mit unseren Wäldern bzw. Ressourcen erreicht werden kann, spielen auch Maßnahmen wie das **Recycling** eine wichtige Rolle. Denn die Aufbereitung von entsorgten Materialien wie bspw. Papier und Pappe zu wiederverwendbaren Sekundärrohstoffen wie u.a. Altpapier trägt dazu bei, dass die natürlichen Ressourcen geschont werden können.

Für uns übernimmt das in der Region ansässige und zertifizierte Recycling Unternehmen EXNER - Geiger Trenntechnik sowohl die umweltgerechte Entsorgung als auch die Aufbereitung der in unserem Betrieb anfallenden Abfallprodukte.[15]

Und was EXNER - Geiger im großen Stil macht, das versuchen wir im Kleinen. Statt nicht mehr benötigte, einseitig bedruckte Werbeflyer, Folder oder Angebotsblätter wegzuwerfen, werden sie geleimt und bei uns im Unternehmen rückseitig als „Schmierpapier"/ „Notizblöcke" wiederverwendet.

3.2 Produkte, Kunden, Lieferanten & Partnerunternehmen

Eine der wichtigsten Aufgaben im Unternehmen ist es, Produkte und Dienstleistungen bereitzustellen, mit denen der Kunde zufrieden ist. Zwar stellt Zufriedenheit schon an für sich genommen ein erstrebenswertes Ziel dar, doch daran anknüpfende Effekte wie u.a. der Aufbau und **Erhalt langfristiger Kundenbeziehungen** sind auch aus ökonomischer Sicht von Vorteil. Neben relativ hohen Aufwendungen für notwendige Neukundenakquise können die begrenzten personellen sowie finanziellen Ressourcen bspw. für eine intensive Bearbeitung und Betreuung der Bestandskunden eingesetzt werden.
Der persönliche Austausch mit langjährigen Kunden ermöglicht nicht nur routinierte und damit schnellere und weniger fehleranfällige Arbeits- und Dienstleistungsprozesse, sondern auch eine Verbesserung des Produkt- und Serviceangebotes (u.a. eine verstärkte Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden). Dies führt letztendlich auch zu einer Steigerung der **Kundenzufriedenheit**.

In der Literatur gibt es eine Vielzahl von Modellen, die sich mit der Entstehung von Zufriedenheit beschäftigen. Ein sehr bekanntes ist das sogenannte **Konfirmations-/ Diskonfirmationsparadigma**.[16] Hier wird angenommen, dass sich Zufriedenheit dann einstellt, wenn die subjektiv wahrgenommene Leistung (Ist- Leistung) der erwarteten Leistung (Soll- Leistung) entspricht oder diese sogar noch übertrifft.[17]
Für LIST bedeutet das, mithilfe innovativer Ideen und hoher Standards wie z.B. im Bereich des **Qualitätsmanagements**, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und anzubieten, die mindestens die Erwartungen unserer Kunden erfüllen oder - noch besser - diese übertreffen. D.h. Maßnahmen zur Qualitätssteigerung führen zu einer höheren Kundenzufriedenheit und der folgende Abschnitt zeigt, dass es häufig nachhaltige Entwicklungen sind, die zu qualitativ hochwertigen Produkten und Dienstleistungen führen.

---

[15] Weitere Informationen über die EXNER - Geiger Trenntechnik GmbH finden Sie auch auf der Homepage des Unternehmens: https://www.exner-trenntechnik.de/.
[16] Vgl. u.a. Bösener (2015), S. 13ff.
[17] Ist- Leistung wäre dann bspw. das gekaufte, höherwertige Produkt, während die Soll- Leistung/ Standardleistung das ist, was einem die Werbung zuvor versprochen hat oder was vergleichbare Konkurrenzprodukte leisten.

Produktqualität

Der Begriff Qualität bezieht sich - gerade in der Lebensmittelbranche - nicht mehr nur auf das schlichte Endprodukt mit seinen Inhaltsstoffen, sondern umfasst darüber hinaus auch die Schritte, die die Ware - ausgehend von der Produktion über die Verarbeitung bis hin zur Auslieferung bzw. dem Verkauf (Prozessqualität) - durchläuft. Während der **Preis** zwar für viele Verbraucher weiterhin ein wichtiges Entscheidungskriterium beim Kauf darstellt, gewinnt die Frage nach der **Qualität** zunehmend an Bedeutung. Dieser Wandel ist nicht zuletzt auch auf die diversen Ernährungstrends zurückzuführen, die dadurch entstehen, dass der Mensch im Einklang mit seinem Körper, den Tieren bzw. der gesamten Umwelt leben und sich dementsprechend auch ernähren möchte.
Offensichtlich stehen die Ideen, die diesen Trends zu Grunde liegen, in einem engen Zusammenhang mit denen des Nachhaltigkeitskonzeptes. Daher lassen sich nachhaltige Entwicklungen einerseits und Prozess- bzw. Produktqualität andererseits oftmals mit ein und denselben Maßnahmen erreichen.
Wie eingangs erwähnt, arbeiten wir im Vertrieb wie auch im Einkauf mit bundesweit tätigen Organisationen (Service-Bund/Markant, DOHLE/REWE, tabacos) zusammen.[18]
Diese **Kooperationen** ermöglichen LIST einerseits zu Konzern-Konditionen, d.h. zu vergleichsweise niedrigen Preisen einzukaufen, andererseits aber auch **Eigenmarken** zu entwickeln, die unseren Vorstellungen von **Qualität** und **Transparenz** gerecht werden. Auf welche grundlegenden Kriterien wir bei der Entwicklung Wert legen, möchten wir Ihnen im Folgenden anhand von zwei für den Fleisch- bzw. Fischbereich konzipierten Service-Bund Eigenmarken zeigen.[19]

Rodeo Ranch Quality

Neben Rindfleisch aus Uruguay, Neuseeland sowie Argentinien und Irland bieten wir unter der Marke Rodeo Ranch Quality auch Lammfleisch aus Neuseeland an. Da wir in allen vier Herkunftsländern mit nur wenigen ausgewählten Betrieben zusammenarbeiten, ist es uns möglich, regelmäßige Qualitätskontrollen durchzuführen und eine transparente und lückenlose **Rückverfolgbarkeit** zu gewährleisten. Die weiten und reichlich mit Gräsern und Kräutern bewachsenen Weideflächen bieten neben den in allen vier Regionen herrschenden gemäßigten Temperaturen optimale Bedingungen für eine **artgerechte und umweltschonende Tierhaltung**. Artgerecht, weil die Rinder und Schafe das

[18] Vgl. Service- Bund GmbH & Co. KG (o.D.); DOHLE Handelsgruppe Holding GmbH & Co. KG (o.D.); tabacos GmbH (o.D.).
[19] Weitere ausführliche Informationen zu den hier vorgestellten und weiteren Eigenmarken finden Sie sowohl auf unserer Homepage als auch auf der des Servicebundes.
Quelle des Fotos: https://www.servicebund.de/sortiment/rodeo/rodeo-uruguay.html.

ganze Jahr über auf der Weide gehalten werden und sich so ausreichend bewegen und auf natürliche Weise ernähren können.[20]
Umweltschonend, da die Nutzung der weiten Landstriche für die artgerechte Tierzucht zu einem nachhaltigen Umgang mit eben diesen Flächen führt. Beispielsweise werden die Bäume und Sträucher auf den Weiden nicht abgeholzt, sondern für die Tiere stehen gelassen.

Mermaid Seafood

Qualität, Transparenz und eine persönliche Zusammenarbeit mit ausgewählten Betrieben sind neben Nachhaltigkeit in Produktion und Verarbeitung bei der Konzeption unserer Eigenmarken wesentliche Anforderungskriterien. Im Rahmen von Mermaid Seafood kann der Kunde bspw. anhand der Angaben auf der Verpackung zurückverfolgen, woher seine gekauften Meerestiere (Garnelen, Muscheln etc.) ursprünglich stammen und wie und von wem sie aufgezogen, gefangen und verarbeitet wurden.
Darüber hinaus ist es uns wichtig, – egal ob die Tiere wild gefangen oder aus einer kontrollierten Aufzucht (Aquakultur) stammen – dass **ökologische Standards** (u.a. Rücksicht auf die Umwelt und das Ökosystem) eingehalten werden. Daher versuchen wir, wenn möglich, v.a. mit MSC-zertifizierten Fischereien sowie ASC-zertifizierten Fisch- und Garnelenfarmen zusammenzuarbeiten. Dies gilt sowohl für unsere Service-Bund Eigenmarke Mermaid Seafood als auch für die Fischprodukte, die wir von Fischereibetrieben u.a. aus Bremerhaven direkt beziehen.

Während das Siegel des **Marine Stewardship Council (MSC)** Meerestiere aus nachhaltiger Fischerei kennzeichnet, sagt eine Zertifizierung durch das **Aquaculture Stewardship Council (ASC)** neben den ökologischen Standards und der **artgerechten Tierhaltung** (u.a. Verzicht auf vorsorgliche Zufütterung von Antibiotika und Wachstumsbeschleunigern) auch etwas über die Einhaltung **sozialer Standards im Herkunftsland** (u.a. Arbeitsschutz, keine Kinderarbeit) aus.[21]

[20] Eine Ausnahme bildet Irland. Die Temperaturen erlauben zwar auch hier in den Wintermonaten eine Weidehaltung, jedoch ist die Feuchtigkeit im Vergleich zu Südamerika und Neuseeland etwas höher, sodass die Tiere – ständen sie auf der Weide – die Grasnarbe zerstören würden. Daher werden in diesen Monaten die Rinder in offenen Ställen gehalten und mit im Sommer geerntetem und getrocknetem Gras gefüttert.
[21] Weitere Informationen zu unserem Qualitätsmanagement und unseren Zertifizierungen (u.a. MSC Zertifizierung, BIO-Zertifikat) finden Sie auch auf unserer Homepage; Wilhelm LIST GmbH & Co. KG (o.D.b).

Regionalität

Das umfangreiche **LIST- Sortiment** wird nicht nur durch die oben beschriebenen Eigenmarken, sondern auch durch ca. 550 regionale Artikel ergänzt. Nach unserem Verständnis ist dabei all jenes regional, was in einem **Umkreis von 100km** hergestellt wird. Neben Fleischwaren von Brennecke und Leiste gehören dazu bspw. auch das Blankenburger Wasser, das Altenauer Bier sowie die Schnäpse und Liköre aus der Klosterbrennerei Wöltingerode.

Unsere Auswahl an regionalen Produkten bauen wir kontinuierlich aus, sodass wir u.a. seit 2017 unseren Kunden auch **frisches Wild aus den Wäldern des Harzes** anbieten können. Beliefert werden wir vom Unternehmen St. Hubertus in Thale/Westerhausen.

Mit der Wahl von heimischen Wild (Hirsch, Reh und Schwein) erhält der Kunde Fleisch von Tieren, die sich ihrer **natürlichen Lebensweise** entsprechend nur von dem was die Natur zur Verfügung stellt ernährt und darüber hinaus viel bewegt haben. Zudem müssen nur kurze Transportstrecken zurückgelegt werden.

Die **kurzen Transportwege** schonen dabei nicht nur die Umwelt und senken die Treibstoffkosten, sondern sie tragen außerdem dazu bei, dass die Ware schneller vom Produzenten zu uns in den Handel und anschließend von uns zu dem Kunden gelangen kann. **Frische und Geschmack** bleiben so – dank geringer Lager- und Fahrtzeiten – erhalten.

Dieser Vorteil macht sich insbesondere bei Artikeln aus dem Obst & Gemüsebereich bemerkbar, sodass wir auch hier, wenn möglich, auf regionale Produkte setzen (z.B. Spargel aus dem Braunschweiger Land). Oftmals kann so auch Verpackungsmaterial (i.e.L. Folie) eingespart werden, da LIST **Obst & Gemüse überwiegend unverpackt** handelt.

Ein weiterer Baustein zu mehr Regionalität ist dabei natürlich auch, verstärkt **saisonal einzukaufen**. Dementsprechend machen wir unsere Kunden – ob im persönlichen Gespräch, im Rahmen unserer Angebotsfolder oder durch Hinweisschilder am Regal – auf die regionale Ware sowie saisonale Produkte aufmerksam.

Da die Ware nicht nur zu uns in den Betrieb gelangen muss, sondern wir sie auch noch an unsere Kunden ausliefern, haben wir uns aus den oben genannten Gründen (Frische der Produkte, Verringerung des Schadstoffausstoßes etc.) dafür entschieden, unseren **Zustellservice** nur in einem **Umkreis von 120km** anzubieten.

Ein ebenfalls nicht zu vernachlässigender positiver Effekt von „Regionalität“ ist, dass durch die Zusammenarbeit mit den Betrieben vor Ort Arbeitsplätze geschaffen, zumindest aber gesichert werden können. Mit dem Nebeneffekt, dass der lokale/**regionale Geldkreislauf** die Wirtschaft in der Region weiter stärkt.

Bio-Lebensmittel

Während laut einer Umfrage der Universität Göttingen im Jahr 2017 bereits knapp die Hälfte der Verbraucher angaben, beim Kauf ihrer Lebensmittel auf die *regionale Herkunft* zu achten, waren es nur ca. 30%, die den Aspekt der **ökologischen Produktion** hier als wichtig empfanden.[22] Ausschlaggebend beim Kauf seien hingegen eher ein guter Geschmack (95,4%), gute Qualität (76,9 %) und ein günstiger Preis (64,4%).
Da auch wir uns nach der Nachfrage unserer Kunden richten, stammt ein Großteil unserer Lebensmittel weiterhin aus der konventionellen Landwirtschaft bzw. von nicht biozertifizierten Betrieben.

Wir haben jedoch in den letzten Jahren verstärkt unser Sortiment um **Bio-Produkte** erweitert. Anfang diesen Jahres kamen bspw. Produkte der Marke REWE Bio sowie Bio-Eier des Birkenhofes (Goslar) dazu. Um unsere Kunden auf das neue Angebot aufmerksam zu machen, werden die ökologisch hergestellten Lebensmittel besonders im Angebotsfolder hervorgehoben und durch Verweise am Regal explizit beworben. Im letzen Jahr konnten wir in unserem Bio-Segment einen Umsatzanstieg um gut 11% verzeichnen. Dieser Bereich hat sich damit stärker entwickelt als das Gesamtunternehmen.

Service-/Dienstleistungsqualität

Wie auch bei der Produktqualität können wir **Kundenzufriedenheit** erst dann erreichen, wenn es uns gelingt, einen Service zu bieten, der den Erwartungen unserer Kunden entspricht oder diese Erwartungen sogar übertrifft (siehe 3.2 Einleitung).

Neben unserem „**Notdienst**“, der es dem Kunden ermöglicht auch sonn- und feiertags dringend benötigte Ware in unseren beiden LIST-C+C-Märkten einzukaufen, trägt der Einsatz von **Telematik** dazu bei unseren täglichen Zustellservice zu optimieren. Da das Telematiksystem nicht nur eine exakte GPS-Ortung der LKW, sondern auch eine fehlerfreie Kommunikation zwischen dem LIST-Großhandel und den Fahrern sicher stellt, ist es zum einen möglich auf Rückmeldungen von belieferten Kunden schnell zu reagieren (bspw. wenn ein Kunde im Unternehmen anruft, um die Anlieferungszeit zu erfragen bzw. zu verschieben) und zum anderen die Routenplanung dauerhaft zu verbessern. Denn dank der Speicherung der **GPS-Daten** kann z.B. über einen längeren Zeitraum geprüft werden, ob es innerhalb der Tour vermeidbare Standzeiten oder „Umwege“ gibt. Diese zu erkennen und zu vermeiden, ist dabei nicht nur im Sinne der Kunden und LKW- Fahrer, sondern darüber hinaus auch für Ökologie und Ökonomie von Vorteil (u.a. Verringerung des Spritverbrauchs und damit verbunden geringere Kosten für das Unternehmen).[23]

[22] Vgl. Kühl et al. (2017), S.14. Weitere Informationen zum Birkenhof finden Sie auch auf der Homepage des Betriebes unter: https://www.birkenhof-goslar.de/.
[23] Weitere Informationen zum Thema „Telematiksysteme“ finden Sie u.a. auf der Homepage der Bornemann AG unter: http://www.bornemann.net/.

Im Jahr 2017 begannen wir - gemeinsam mit dem Göttinger Unternehmen M.I.T. - unsere **EDV zu modernisieren**. Das steigerte zum einen die Effizienz von innerbetrieblichen Abläufen (schnellere und transparentere Übermittlung von Daten, bessere Bevorratung u.ä.), was wiederum eine Verbesserung der **Servicequalität** zur Folge hatte (u.a. zügigere Bearbeitung von Kundenanfragen). Zum anderen konnte mit der EDV-Umstellung der **Papierverbrauch reduziert** werden, was wiederum auch eine **Einsparung der Drucker- und Tintenkosten** zur Folge hatte. Denn im Vergleich zur alten EDV werden im neuen System bereits alle zur Auswertung nötigen Informationen so zusammengeführt, dass unsere Mitarbeiter vieles direkt am Bildschirm ablesen und bearbeiten können. Die Daten müssen also nicht mehr wie früher ausgedruckt und manuell miteinander abgestimmt werden.

Inwieweit die von uns gewählten Maßnahmen zur Steigerung der Produkt- und Servicequalität auch geeignet sind, die Bedürfnisse unserer Kunden zu erfüllen, messen wir nicht nur mithilfe von Umfragen, sondern erfahren wir auch im Rahmen **persönlicher Kundengespräche**.
Die langfristigen Kundenbeziehungen tragen dazu bei, dass zum einen die Bereitschaft an unseren Umfragen teilzunehmen relativ hoch ist und zum anderen die Kunden ihre Kritik offen und sehr differenziert an unsere Mitarbeiter herantragen. Auf diese Weise entsteht ein recht repräsentatives Bild, das zeigt, wo unsere Stärken im Sortiments- und Dienstleistungsangebot liegen, bzw. in welchen Bereichen wir noch nicht den Anforderungen unserer Kunden genügen und an uns arbeiten müssen.
Die Umfragen und persönlichen Kundengespräche unterstützen zudem unser klassisches **Beschwerdemanagement**, da mögliche Schwachstellen früher erkannt – und bevor es zu einer für den Kunden unbefriedigenden Situation kommt – behoben werden können.

Bei Fragen oder Bestellungen, bspw. im Rahmen unseres Zustellservices, stehen wir unseren Kunden natürlich auch telefonisch zur Verfügung. Um auch hier unseren Kunden einen noch **besseren Service** bieten zu können (bspw. eine schnellere und zuverlässigere Aufnahme der Bestellungen) werden wir 2019 eine neue **cloudbasierte und bedienerfreundliche Telefonanlage** installieren. Diese hat u.a. den Vorteil, dass die Mitarbeiter sowohl über den PC als auch über das Handy Telefongespräche annehmen können. Für den Bestellvorgang bedarf es damit grds. nur noch eines Gerätes und der Mitarbeiter kann sich ganz **flexibel** - je nach Situation - mit dem Kunden austauschen, Fragen beantworten und die Bestellung aufnehmen.

Im Sinne einer stetigen Verbesserung der eigenen Dienstleistungsqualität wurde von den im Service-Bund zusammengeschlossenen Unternehmen ein für alle Unternehmen übergreifender Score, der **Service-Bund National (SBN) Score**, entwickelt. Er soll u.a. die Betriebe dabei unterstützen, einen (über alle Unternehmen hinweg) einheitlichen Service für die Kunden anbieten zu können und mithilfe der im SBN Score festgelegten Kriterien das eigene

Unternehmen auf den „Prüfstand“ zu stellen. Da ein Großteil der Gesellschafter im Service-Bund in zweiter, dritter oder auch vierter Generation geführte Familienunternehmen sind, stellt auch für sie nachhaltiges Handeln ein wichtiger Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie dar. Deutlich wird dies u.a. anhand der für den SBN Score herangezogenen Kriterien. Neben der Zuverlässigkeit und Schnelligkeit von Reklamationen spielt für eine positive Bewertung auch eine IFS-Zertifizierung, die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichte sowie das Vorhandensein eines Bio-Sortiments eine Rolle.

3.3 Mitarbeiter & Nachwuchsarbeit

Für viele Arbeitnehmer sind neben einer leistungsgerechten **Vergütung** ein **gutes Betriebsklima**, Arbeitsplatzsicherheit und die Möglichkeit zur **Weiterbildung** wichtige Kriterien bei der Wahl des Arbeitsplatzes. Als Arbeitgeber liegt es daher in unserem Interesse, dies zu berücksichtigen und damit zur Zufriedenheit und Leistungsbereitschaft unserer derzeitigen und zukünftigen Mitarbeiter beizutragen.
Der seit Anfang der 70er Jahre bestehende **Betriebsrat** leistet in seiner auf gegenseitigem Vertrauen und Konsens ausgerichteten Arbeit hierzu einen wesentlichen Beitrag.
Häufig stehen zudem die Maßnahmen, die die Interessen der Arbeitnehmer berühren, in einem komplementären Verhältnis zu denen, die der Arbeitgeber als vorteilhaft für sein Unternehmen ansieht. Zum Beispiel liegt der Anteil unserer Mitarbeiter/innen, die länger als 20 Jahre in unserem Unternehmen tätig sind bei über 40% und die **Fluktuationsrate** bei 3,9%. Die geringe Fluktuation der Mitarbeiter/innen ist u.a. Ausdruck einer positiven Arbeitseinstellung verbunden mit einer hohen Motivation. Zudem trägt sie auch dazu bei, dass sich die Aneignung von speziellem (Unternehmens-)Wissen über einen längeren Zeitraum rentieren kann und die „weniger produktiven“ Anlern- und Einarbeitungsphasen reduziert werden können.
Auch **Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen** sind sowohl aus Sicht des Arbeitgebers (u.a. Schaffung von Humankapital) als auch aus Sicht des Arbeitnehmers, z.B. um eine höhere Qualifikation zu erreichen, sinnvoll. In Zusammenarbeit u.a. mit dem Service-Bund können wir unseren Mitarbeiter/innen ein breites und individuell zusammenstellbares Angebot an Seminaren und Schulungen anbieten (u.a. in Bereichen wie EDV, Vertrieb, Lager & Logistik, Führungs- und Methodenkompetenz).[24]

Die klare **LIST-Organisationsstruktur** mit einer flachen Hierarchie, verbunden mit dem Prinzip der „offenen Tür“ schaffen zudem nicht nur kurze Wege, sondern bauen auch Barrieren zwischen Mitarbeiter/innen und Vorgesetzten ab und unterstützen so einen vertrauensvollen Umgang. Probleme oder Fragen können auf diese Weise direkt angesprochen und dementsprechend schnell gelöst werden.
Ein solches Vorgehen ist auch gerade dann sinnvoll, wenn man bedenkt, dass nicht für jede mögliche Situation, die passieren kann, bereits ein Katalog an dazu entsprechenden Handlungsalternativen existiert. Bspw. können wir als Dienstleistungsunternehmen vielen unserer Mitarbeitern keine flexiblen Arbeitszeiten, wie Gleitzeit oder auch Home-Office anbieten, jedoch sind wir stets darum bemüht, eine **gemeinsame Lösung** zu erarbeiten, sollte

[24] Weitere Informationen zu unseren Schulungen und Seminaren finden Sie auf unserer Homepage. Dort finden Sie auch die praxisorientierten Seminare, die wir für unsere Kunden anbieten sowie Informationen zu unserem Studienangebot und unseren Praktikums- und Ausbildungsplätzen.

ein Mitarbeiter von uns aus bestimmten Gründen (z.B. als Frau im Mutterschutz) bereits wieder arbeiten gehen wollen; dies aber nur für ein paar Stunden in der Woche.
Hinzu kommt, dass ein Vorgesetzter nicht immer im Vorhinein abschätzen kann, ob ein Mitarbeiter, der eine neue Position im Unternehmen mit umfassenderen Aufgaben und mehr Verantwortung erhält, an diesen neuen Herausforderungen wächst oder aber sich überfordert fühlt. Auch hier hilft ein offenes und ehrliches Gespräch, um gemeinsam mit dem Mitarbeiter ein Tätigkeitsfeld abzustecken und Verantwortlichkeiten zu definieren, mit denen er sich gefordert, aber nicht überfordert fühlt.
Durch das individuelle Eingehen auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter lässt sich u.a. auch die **Chancengerechtigkeit** stärken. Im ersten Beispiel geschieht dies, indem die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gefördert wird.

Ein kleiner Schritt zu mehr **Vielfalt** in unserem Unternehmen konnte mit der Schaffung eines Arbeitzplatzes für einen schwerbehinderten Mitarbeiter im FONDACO Markt in Quedlinburg erreicht werden.

Die gelungene Integration des Mitarbeiters in den Betrieb und das soziale Umfeld wurde 2017 vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales mit der Auszeichung "Haus der Inklusion" geehrt.

Um über den Betriebsrat hinaus, die **Mitsprache** unserer Mitarbeiter/innen an den Prozessen unseres Unternehmens zu fördern, informieren wir sie regelmäßig über interne Neuerungen (Umbaumaßnahmen, neue Vermarktungskonzepte u.ä.) Seit 2003 geschieht dies u.a. auch im Rahmen der tertialsweise erscheinenden **LIST-News**. In diesem können die Mitarbeiter/innen zudem auch mehr über die eigenen Kollegen erfahren. So gibt es immer wieder Mitarbeiterporträts, eine Vorstellung der neuen Praktikanten und Auszubildenden sowie Mitteilungen über Hochzeiten, Familienzuwächse und Jubiläen etc.

Neben den beruflichen Aufstiegs- und Karrierechancen spielt bei der Wahl des Arbeitsplatzes für viele Arbeitnehmer auch die **soziale Absicherung** im Alter eine wichtige Rolle. Im Rahmen unserer 2002 eingeführten **betrieblichen Altersvorsorge** können wir zumindest einen kleinen Beitrag dazu leisten, dass unsere Mitarbeiter/innen im Alter besser abgesichert sind.
Zudem gibt es noch fast 80 Mitarbeiter/innen und ehem. Mitarbeiter/innen, denen Leistungen aus unserer **Unterstützungskasse** gewährt werden bzw. noch zustehen. Fast 1 Mio. € wurden allein in den letzten 15 Jahren für Rentenzahlungen seitens des Unternehmens zur Verfügung gestellt. Die Unterstützungskasse wurde allerdings 2001 geschlossen. Die höhere Lebenserwartung, verbunden mit dem derzeit niedrigen Renteneintrittsalter und die wachsende Zahl an Mitarbeitern in unserem Betrieb ließen die für die Unterstützungskasse aufzubringende Liquidität dermaßen ansteigen, dass es aus wirtschaftlichen Überlegungen heraus nicht mehr zu vertreten war, diese Form der Altersversorgung weiterhin anzubieten.
Investitionen, die einen wesentlichen Beitrag zum Fortbestand des Unternehmens leisten, können schließlich nur getätigt werden, wenn ausreichend finanzielle Mittel zur Verfügung stehen. Unter anderem die von uns als Ausbildungsbetrieb bereitgestellten **Praktikums- und**

Ausbildungsplätze sowie die in Zusammenarbeit mit dem Service- Bund **angebotenen dualen Studiengänge** stellen solche wichtigen Investitionen dar.[25]
Sie berücksichtigen sowohl die betriebswirtschaftlichen Belange des Unternehmens (u.a. qualifizierte Nachwuchskräfte für den Betrieb auszubilden) als auch die soziale Verantwortung gegenüber zukünftigen Generationen.

Zur Arbeit gehören ebenso auch die Frühstücks- und die Mittagspause. Dafür stehen unseren Mitarbeiter/innen zwei **Aufenthaltsräume** - sowie den Rauchern ein extra Pausenraum - zur Verfügung.

2018/19 wurden diese ansprechender gestaltet und erneuert (neuer Anstrich, neue Möbel u.ä.), um zum allgemeinen Wohlbefinden der Mitarbeiter beizutragen.

3.4 Finanzierung

Um die oben beschriebenen Maßnahmen sowie die regelmäßig zu tätigenden Investitionen in den Bestand (z.B. Instandhaltung, Reparaturen) und in die Weiterentwicklung des Unternehmens zu finanzieren, gibt es verschiedene Möglichkeiten.
Wir haben uns seit Generationen im Wesentlichen für die **Eigen- bzw. Selbstfinanzierung** entschieden. Durch diese Unternehmenspolitik u.a. der Gewinnthesaurierung müssen zukünftige Mitarbeiter des Unternehmens nicht neben den laufenden Kosten auch noch hohe Tilgungs- und Zinszahlungen erwirtschaften. Somit wird nur so viel investiert, wie der Betrieb auch nachhaltig erwirtschaftet kann. Dies schafft eine gesunde Balance zwischen Wachstum und Entwicklung einerseits und der finanziellen Sicherheit und Stabilität des Unternehmens (u.a. durch die Bildung von Rücklagen für zukünftige Investitionen) andererseits.
Damit einher geht eine hohe Eigenkapitalquote, die dem Unternehmen Eigenständigkeit und Unabhängigkeit gibt und den Mitarbeitern ein hohes Maß an **Arbeitsplatzsicherheit** bietet.

3.5 Unternehmensführung

Wie bereits zu Beginn des Berichtes in Kapitel 3 beschrieben, stellt **Nachhaltigkeit** für uns ein fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie dar. Für uns bedeutet das, im Rahmen von Entscheidungsprozessen, neben den ökonomischen ebenso auch die sozialen und ökologischen Aspekte zu berücksichtigen.
Dazu gehört, bestehende Strukturen und Unternehmensabläufe immer wieder kritisch zu hinterfragen und auf Verbesserungspotenzial hin (bspw. Einsparung von Kosten, effizienter Umgang mit Ressourcen) zu überprüfen. So bietet bspw. der Einsatz neuer Technologien und innovativer Produkte häufig sowohl aus ökonomischer als auch aus ökologischer Sicht Vorteile. Dieser **laufende Prozess** ist auf der Ebene der **Geschäftsführung** fest verankert.

[25] Weitere Informationen zu unseren Angeboten an Ausbildungs- und Praktikumsplätzen sowie den dualen Studiengängen finden Sie auf unserer Homepage und auf der des Service-Bundes.

Ein weiterer Punkt, der u.a. im **Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)** bei der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes abgefragt wird, ist das *gesetzes- und richtlinienkonforme Verhalten* von Unternehmen.[26] Hierzu gehört neben der Verhinderung von Korruption im Besonderen ganz allgemein auch die Einhaltung und Befolgung von gesetzlicher Bestimmungen und Regeln eines Unternehmens (**Compliance**). Rechtsverstöße sollen so verhindert und Haftungsrisiken für leitende Organe gesenkt werden.
Ein wesentlicher Schritt, um Compliance im Unternehmen zu erreichen, ist sich als **Geschäftsführung** und Vorgesetzter klar zur **Gesetzes- und Regeltreue zu positionieren** und die **Werte** des Unternehmens vorzuleben. Darüber hinaus können **Schulungen** dabei helfen die Mitarbeiter für bestimmte Situationen zu sensibilisieren und ihnen Rechts- und Handlungssicherheit zu geben. Über die Food Service-Akademie des Service-Bundes können wir uns als Vertrieb bspw. individuell zum Thema Compliance schulen lassen.[27]

Mit dem Inkrafttreten der neuen **Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)** am 25. Mai 2018 kam auch die Verpflichtung zur Bestellung eines in- oder externen Datenschutzbeauftragten.[28] Da ein zertifizierter Datenschutzexperte bereits das nötige Fachwissen im Bereich Datenschutz mitbringt, haben wir uns dafür entschieden, diese Stelle extern zu besetzen.

Um u.a. den Datenschutzvorschriften (bspw. Art 5, Abs. 1 lit. f DSGVO „*Integrität und Vertraulichkeit*“) bestmöglich nachzukommen, spielt die Sicherheit unserer **IT-Systeme** eine wichtige Rolle. Neben den präventiven Maßnahmen zum Schutz unserer IT (Virenschutzprogramme, Schulung der Mitarbeiter/innen u.ä.) wird in diesem Jahr der Abschluss einer **Versicherung von Cyberrisiken** geprüft. Sie greift bspw. im Falle einer Betriebsunterbrechung infolge einer Cyber-Attacke. So könnten wir - trotz Betriebsausfall - die laufenden Kosten, wie z.B. Löhne und Gehälter für unsere Mitarbeiter/innen zahlen.

3.6 Gesellschaftliches Engagement

Auch außerhalb unseres Unternehmens sind wir bemüht, nachhaltige Entwicklungen zu begleiten und **soziale Projekte** und Einrichtungen in der Region zu fördern sowie das **ehrenamtliche Engagement** unserer Mitarbeiter zu unterstützen.
So sind viele unserer Mitarbeiter/innen ehrenamtlich in Vereinen und Verbänden tätig (z.B. Nachwuchsarbeit in Sportvereinen, Feuerwehr, Rote Kreuz). Andere wiederum übernehmen bspw. ein Ehrenamt als Richter/in am Arbeits- bzw. Finanzgericht oder sind Mitglied in einem Gremium der Industrie- und Handelskammer Braunschweig. Während sie so in den IHK-Prüfungsausschüssen die Aus- und Fortbildung des kaufmännischen und gewerblichen Nachwuchses unterstützen, können im Rahmen der IHK-Vollversammlung und des

[26] Vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung (o.D.).
[27] Vgl. Service- Bund GmbH & Co. KG (o.D.b).
[28] Vgl. intersoft consulting services AG (o.D.a) sowie für Art. 5 DSGVO: intersoft consulting services AG (o.D.b).

Wirtschafts- und Handelsausschuss Vorschläge und Entwürfe zu nachhaltigen Entwicklungen eingebracht und diskutiert werden.
Neben unserem Personalleiter Herr Michael Plumenbohm, der u.a. als Mitglied im Personalleiterausschuss des AGV Harz e.V. einen wichtigen Beitrag zum intensiven Austausch von fachspezifischen Wissen leistet und sich als ehrenamtlicher Richter am Arbeitsgericht gesellschaftlich engagiert, setzt sich auch der Geschäftsführer Herr R.-Rudolf von Oehsen schon seit vielen Jahren u.a. als Vorstandsmitglied des AGV Harz e.V. und des Industrievereins Goslar sowie als Mitglied der Kaufmannsgilde Goslar e.V. für die Interessen der Arbeitgeber, der Industrie sowie des Goslarer Handels ein.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe **gemeinnütziger Vereine**, denen wir dabei helfen möchten, ihre sozialen und kulturellen Ziele langfristig umsetzen zu können.
So spendet LIST regelmäßig an überregional tätige Verbände (u.a. AIDS- Hilfe, Leben mit Krebs, Hospiz, Drogenberatung, Diakonie) und unterstützt als **Sponsor** oder durch **Lebensmittelspenden** viele regionale Einrichtungen (Freiwilligenagentur Goslar, Die Tafel, Goslarsche Höfe, Bürgerbücherei, Sportvereine u.ä.) und Projekte in Goslar (Tombola, Mini-WM).

Ein gutes Beispiel für die „sozialverträgliche Erwirtschaftung von Gewinnen“ (siehe Kapitel 2) stellt die WERKSTATT der Lebenshilfe Goslar e.V. dar.[29] Durch ein differenziertes Qualifizierungs- und Arbeitsangebot wird hier Menschen mit Behinderungen die Möglichkeit gegeben, am Arbeitsleben teilzuhaben, ihre Interessen und Fähigkeiten zu erweitern und sich beruflich – auch auf dem allgemeinem Arbeitsmarkt – zu positionieren.
Mit den vielfältigen Arbeitsmöglichkeiten für die Mitarbeiter geht ein umfangreiches Leistungsangebot (u.a. Druckerei, Raumausstattung, Holz- und Metallverarbeitung sowie Garten- und Landschaftsbau) für die Kunden einher. Um den Verein in seinem Bestreben zu unterstützen, „Voraussetzungen für ein selbstverständliches Miteinander von Menschen mit und ohne Beeinträchtigungen zu schaffen“, vergeben wir nicht nur regelmäßig Druckaufträge an die WERKSTATT (Bsp…), sondern haben hier auch Teile der Geräte und Sitzbänke für den Spielplatz des KontorHauses (siehe Kapitel 4) fertigen lassen.[30]

4. LIST als regionaler Vermieter

LIST ist nicht nur im Bereich des Lebensmittel-Großhandels tätig, sondern vermietet im Rahmen der **LIST - Grundstücks- und Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG** auch Wohn- und Gewerbeimmobilien in Goslar, Seesen, Quedlinburg und Einbeck.
An dieser Stelle möchten wir daher auch kurz auf ein größeres Immobilienprojekt von uns eingehen, welches wir in den letzten vier Jahren entwickelt und 2018 fertiggestellt haben.

Dafür werfen wir zunächst einen Blick zurück auf die Geschichte unseres Unternehmens. Bevor der Betrieb – so wie man ihn heute kennt – vor den Toren Goslars 1964/65 entstand, existierte er seit seiner Gründung 1830 durch August-Gottfried Sandvoss zunächst als Materiawaren-Großhandel in der **Breiten Straße 30/31** in der Goslarer Innenstadt. 1865 wurde das Geschäft

[29] Ausführliche Informationen zum Verein Lebenshilfe Goslar sowie die von den Vereinsmitgliedern gegründete Gesellschaft „Lebenshilfe Goslar gem. GmbH“ finden Sie unter: https://www.lebenshilfe-goslar.de/.
Druckaufträge, die wir nicht an die WERKSTATT vergeben (bspw. unser monatlicher Angebotsfolder), werden (vorrangig?) von der Druckerei Quedlinburg DRUCK bearbeitet.
[30] Lebenshilfe Goslar gemeinnützige GmbH (o.D.a).

vom Namensgeber Wilhelm LIST übernommen. In Familienbesitz kam es 1920, als Rudolf Thiele Inhaber des Unternehmens wurde. Er entwickelte den Betrieb zu einem Kolonialwaren-Großhandel weiter, in dem die Kunden u.a. Delikatessgurken nach Rezepturen des Hauses und Kaffee aus der Lister Kaffeerösterei kaufen konnten. Aus Platzgründen zog das Unternehmen Mitte des 20. Jhr. in die Lilienthalstraße, seinem jetzigen Standort, um.

Mit dem Ortswechsel der Firma musste aber auch eine neue Funktion für das **Stammhaus** gefunden werden. Zunächst zog für mehrere Jahrzehnte ein Möbelhaus in die Gewerberäume ein, später wurden die Flächen getrennt voneinander an Vereine, das Stadtarchiv und ein Antiquariat vermietet; mit dieser Form der Vermietung waren jedoch oft auch Leerstände verbunden, da sich der Bedarf auf nur einige wenige Räume beschränkte.

Wir begannen daher, Nutzungskonzepte zu entwickeln, die eine langfristige Vermietungslösung für die Immobilie vorsahen und im besten Fall das ca. 4.000 qm² große Grundstück als eine Einheit betrachteten (bspw. in Form eines Kulturzentrums, eines Hotels oder als Wohnquartier).
Hierbei war es uns wichtig, nicht nur die **wirtschaftlichen Aspekte** zu berücksichtigen, sondern auch die **gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen** unserer Entscheidung miteinzubeziehen. Eine aus ökonomischer Sicht risikolose und recht vorteilhafte Lösung wäre bspw. der Verkauf des gesamten Grundstückes gewesen. Doch uns war es ebenso wichtig, dass das teilweise unter Denkmahlschutz stehende Gebäude mit seinen historischen Feinheiten und Verweisen auf das ehemalige Kontorhaus in seinem Charakter erhalten bleibt und durch seine Funktion und Erscheinung zudem zur Attraktivität der Goslarer Unterstadt beiträgt.

Aus diesen Gründen haben wir uns dafür entschieden, die ehemaligen Gewerbeflächen zu **24 modernen und größtenteils barrierefreien Wohnungen** umzubauen. Sowohl durch die Gestaltung der einzelnen Wohnungen (u.a. Ausstattung mit Balkonen, Berücksichtigung von späteren Ein- / Umbaumaßnahmen im Alter) sowie der gemeinschaftlich genutzten Fläche (großzügige Innenhöfe mit Spiel- und Grillplatz, Aufzug), wollten wir **alle Generationen** gleichermaßen ansprechen.
Wir hoffen, dass diese Maßnahmen zu einem auf lange Sicht guten Miteinander und offenen Austausch zwischen den verschiedenen Genrationen im **KontorHaus List** beitragen.

Blick in den Innenhof zur Dedeleberstraße

Blick in den Innenhof zur Breiten Straße

5. Ausblick / Unsere Ziele für die Zukunft

In den vorherigen Kapiteln haben wir Ihnen eine Auswahl an nachhaltigen Entwicklungen, die LIST in den letzten Jahren als Unternehmen vorangetrieben hat, vorgestellt.
Das letzte Kapitel unseres Berichtes möchten wir nun gerne dafür nutzen, Ihnen noch einen Ausblick auf die in diesem Jahr **anstehenden Projekte und Maßnahmen** zu geben.

Um das Ziel einer effizienten Energienutzung zu erreichen, ist 2019 u.a. die **Modernisierung** unsere **Heizungsanlage** (Grundlage ist das bereits erwähnte DEKRA-Gutachten) geplant.

Zudem werden im **Feinkost-Bereich** Veränderungen vorgenommen. Durch eine Kunststoff-Pendeltür abgetrennt von der weiteren Großhandelsware werden hier auf einer Fläche von ca. 400qm² Produkte bei einer Temperatur von 7°C gelagert. Zusätzlich ist auch ein gut 5 Meter langes Kühlregal (2°C) im Einsatz. Da einige Lebensmittel, die bisher im Kühlregal standen, auch bei einer Temperatur von 7°C gelagert werden dürfen und weitere Feinkostprodukte in das Sortiment aufgenommen werden, die ebenfalls nicht bei 2°C gekühlt werden müssen, wird das große Kühlregal im kommenden Jahr durch ein kleineres ersetzt. Auf diese Weise kann der **Energieverbrauch reduziert** und damit verbundene Kosten und Emissionen gesenkt werden.

Zur Sicherstellung unserer **Service- und Produktqualität** erfüllen wir bereits heute eine Reihe von national und international anerkannter Standards (u.a. MSC, HACCP). Diese sollen in Zukunft durch eine **IFS-Zertifizierung** ergänzt werden, da wir so unseren Kunden die Qualität unserer Produkte noch besser vermitteln können. Während wir an unserem Standort in Quedlinburg (FONDACO) bereits die ersten Schritte zur Zertifizierung durchlaufen haben, um 2019 nach dem **International Featured Standard (IFS) Food** zertifiziert zu werden, sind wir in Goslar derzeit noch in der Vorbereitungsphase (u.a. Bestandsaufnahme).[31]

Einen weiteren Service, den wir unseren Kunden ab Mitte des kommenden Jahres anbieten möchten, ist eine **Bestell-App** (E-List / E-LISTe**).** Mit dieser soll der Kunde die Möglichkeit bekommen, seine Bestellung mobil – und damit ganz flexibel – erfassen und an uns versenden zu können. Wir hoffen, durch Entwicklungen wie diese noch wettbewerbsfähiger zu werden und so auch die Arbeitsplatzsicherheit unserer Mitarbeiter zu erhöhen.

Und nachdem im letzten Jahr die Aufenthaltsräume der Mitarbeiter/innen erneuert wurden, folgen 2019 die Sanitäranlagen. In diesem Zusammenhang sollen ebenfalls auch die Kundentoiletten saniert werden. Mithilfe dieser Maßnahmen möchten wir das Wohlbefinden am Arbeitsplatz bzw. die Zufriedenheit der Kunden in unserem Unternehmen erhöhen.

Ein paar Worte zum Schluss…

Wir habe mit diesem Nachhaltigkeitsbericht versucht, Ihnen unser mittelständisches Familienunternehmen als der Umwelt und der Gesellschaft verpflichtendes, wirtschaftlich handelndes Unternehmen vorzustellen. Sicher gibt es noch viel zu tun – wir arbeiten daran. **Danken** möchten wir Ihnen für Ihr Interesse und wir würden uns über konstruktive Hinweise und Anregungen, die die nachhaltige Entwicklung von LIST unterstützen, freuen.

Gestaltung &Text: Nadine von Oehsen

[31] Informationen zum IFS finden sie u.a. auf der Homepage der IFS Management GmbH (o.d.).

6. Quellen

Birkenhof-Stiftung (o.D.), https://www.birkenhof-goslar.de/, 03.06.2019.

Bornemann AG (o.D.), http://www.bornemann.net/, 30.05.2019.

Bösener, Kathrin (o.D.), Kundenzufriedenheit, Kundenbegeisterung und Kundenpreisverhalten. Empirische Studien zur Untersuchung der Wirkungszusammenhänge, Wiesbaden.

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), Referat "CSR"- Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (o.D.), Neue CSR-Berichtspflicht für Unternehmen ab 2017, https://www.csr-in-deutschland.de/DE/Politik/CSR-national/Aktivitaeten-der-Bundesregierung/CSR-Berichtspflichten/richtlinie-zur-berichterstattung.html, 20.05.2019.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), Referat 215 Lebensmittelinformation, Lebensmittelkennzeichnung (2016), Kennzeichnung von Lebensmitteln (Flyer, Stand 2018), https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Flyer-Poster/Flyer-LM-Kennzeichnung.pdf?__blob=publicationFile, S. 8, 31.05.2019.

Carlowitz-Gesellschaft e. V. (o.D.), Hans Carl von Carlowitz, http://carlowitz-gesellschaft.de/hans-carl-von-carlowitz/, 22.05.2019.

DOHLE Handelsgruppe Holding GmbH & Co. KG (o.D.), https://www.dohle-gruppe.com/, 30.05.2019.

EXNER - Geiger Trenntechnik GmbH (o.D.), https://www.exner-trenntechnik.de/, 30.05.2019.

HGB, Bundesrepublik Deutschland, vertreten durch die Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz (o.D.), Handelsgesetzbuch § 289b-e sowie § 315b-c HGB https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/__289b.html, https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/__289c.html, https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/__289d.html, https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/__289e.html und https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/__315b.html, https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/__315c.html, 22.05.2019.

ID Wald GmbH (o.D.), Die frühen Ursprünge der Nachhaltigkeit, https://www.forstwirtschaft-in-deutschland.de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeit/nachhaltigkeit-im-mittelalter/, 04.06.2019.

IFS Management GmbH (o.D.), https://www.ifs-certification.com/index.php/de/, 30.05.2019.

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015a), Nachhaltigkeitsberichte & CSR-Berichterstattungspflicht, https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/csr_berichte_1037.htm, 20.05.2019.

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015b), Hans Carl von Carlowitz, 1713, https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/hans_carl_von_carlowitz_1713_1393.htm, 22.05.2019.

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015c), Brundtland Bericht, 1987, https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland_report_563.htm, 22.05.2019.

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015d), Nachhaltigkeit Definition, https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/definitionen_1382.htm, 22.05.2019.

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken (2015e), Nachhaltigkeitsdreieck / Dreieck der Nachhaltigkeit, https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/nachhaltigkeitsdreieck_1395.htm, 20.05.2019.

intersoft consulting services AG (o.D.a), DSGVO. Datenschutzbeauftragter, https://dsgvo-gesetz.de/themen/datenschutzbeauftragter/, 31.05.2019.

intersoft consulting services AG (o.D.b), Art. 5 DSGVO. Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten, https://dsgvo-gesetz.de/art-5-dsgvo/, 31.05.2019.

Kleine, Alexandro (2009), Operationalisierung einer Nachhaltigkeitsstrategie. Ökologie, Ökonomie und Soziales integrieren, Wiesbaden.

Kühl, S., Zühlsdorf, A., Viergutz, T., Fellner, J., Spiller, A. (2017), Zutatenhinweise auf Lebensmittelverpackungen: Verbraucherwahrnehmung im Spannungsfeld von Produktaufmachung, tatsächlichen Zutatenanteilen und Aromen, Kommentiertes Chartbook zur repräsentativen Umfrage für den vzbv im Rahmen der wiss. Begleitforschung zum Projekt Lebensmittelklarheit, https://www.lebensmittelklarheit.de/sites/default/files/17-09-06_vzbv_studie_zutatenhinweise_auf_lebensmittelverpackungen.pdf, S. 14, 31.05.2019.

Lebenshilfe Goslar gemeinnützige GmbH (o.D.a), https://www.lebenshilfe-goslar.de/, 03.06.2019.

Lebenshilfe Goslar gemeinnützige GmbH (o.D.b), Leitbild, https://www.lebenshilfe-goslar.de/ueber-uns/leitgedanke-und-aufgaben, 03.06.2019.

Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (o.D.), Geschichte der Nachhaltigkeit in Mitteleuropa, http://www.ml.niedersachsen.de/startseite/themen/waelder_niedersachsen/geschichte-der-nachhaltigkeit-in-mitteleuropa-111912.html, 04.06.2019.

Pufé, Iris (2014), Was ist Nachhaltigkeit? Dimensionen und Chancen. In: Bundeszentrale für politische Bildung (2014): Aus Politik und Zeitung - Nachhaltigkeit (APuZ). Jahrgang 64, online unter: https://www.bpb.de/apuz/188663/was-ist-nachhaltigkeit-dimensionen-und-chancen, 20.05.2019.

Quedlinburg DRUCK GmbH (o.D.), https://www.q-druck.de/, 03.06.2019.

Rat für Nachhaltige Entwicklung (o.D.), Deutscher Nachhaltigkeitskodex. 20 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten, https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/Home/DNK/Criteria/20-Gesetzes-und-richtlinienkonformes-Verhalten, 31.05.2019.

Scholz & Friends Berlin GmbH (2017), Die CSR-Richtlinie kompakt erklärt, https://www.csr-berichte.de/csr-richtlinie-2017/, 20.05.2019.

Service- Bund GmbH & Co. KG (o.D.), http://www.servicebund.de/, 30.05.2019.

Service- Bund GmbH & Co. KG (o.D.a), Service. Food-Service Akademie, https://www.servicebund.de/service.html, 30.05.2019.

tabacos GmbH (o.D.), https://www.tabacos.de/, 30.05.2019.

TEC-Institut für technische Innovationen GmbH & Co. KG (2014), Vergleich: LED-Röhren mit Leuchtstoffröhren TEC-Report (Ausgabe 16/2014), http://www.tec-institut.de/wp-content/uploads/2018/02/TR16-1_TEC-Report_Maerz-14_DE-HP_WEB.pdf, 29.05.2019.

United Against Waste e.V (o.D.), https://www.united-against-waste.de/, 20.05.2019.

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V. (2018), Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) ist nicht gleich Verbrauchsdatum, https://www.verbraucherzentrale.nrw/wissen/lebensmittel/auswaehlen-zubereiten-aufbewahren/mindesthaltbarkeitsdatum-mhd-ist-nicht-gleich-verbrauchsdatum-13452, 31.05.2019.

Wilhelm LIST Nachfolger GmbH & Co. KG (o.D.), Wilhelm List Nachfolger GmbH & Co. KG, https://www.list-goslar.com/, 30.05.2019.

Wilhelm LIST Nachfolger GmbH & Co. KG (o.D.a), Unternehmen. Qualitätsmanagement https://www.list-goslar.com/unternehmen.html, 30.05.2019.

World Commission on Environment and Development (1987), Our Common Future. Oxford University Press, Oxford, http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm, 22.05.2019.