

# Qualitätsmerkmal

Die Anforderungen an Unternehmen haben sich durch die Globalisierung, neue Megatrends, veränderte Informations- und Kommunikationsbedingungen und den Einfluss von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) stark verändert. Nachhaltigkeitsmanagement ist dabei keine Modeerscheinung, sondern zunehmend ein strategischer Wettbewerbsfaktor. Immer mehr Verbraucher, mitunter auch Investoren, geben an, dass Themen wie die Einhaltung von Sozialstandards, Ethik-Richtlinien und eine faire Produktion wichtige Einflussgrößen ihrer Kaufentscheidungen sind.

Peter Ristic betreibt das sozial-ökologische Engagement in seinem Unternehmen aus Leidenschaft. Seit mittlerweile 50 Jahren bringt die Ristic AG die schönsten Früchte des Meeres auf den heimischen Tisch. Dabei ist ihm ein nachhaltiger Wildfang genauso wichtig wie die anerkannt biologische Aufzucht nach Naturland-Richtlinien. Mit dieser Philosophie hat sich Ristic vom reinen Importeur zum weltweit agierenden Seafood-Spezialisten

## Ristic – Eine Marke mit Anspruch

entwickelt. Gezielt investiert er in wissenschaftliche Projekte in Costa Rica, um einen nachhaltigen Wildfang und die Zucht von Garnelen in rein biologischen Aquakulturen zu gewährleisten. Neben den ökologischen Vorteilen kommen auch die sozialen Aspekte des Engagements zum Tragen: 2006 errichtete Ristic in Puntarenas, Costa Rica, eine neue Fabrik und schuf so rund 250 neue Arbeitsplätze in einer sozialschwachen Region.

Im Gespräch erläutert er, worauf es ihm in der Lebensmittelbranche ankommt und warum er nicht nur mit dem Kunden „rechnet“:

Nachhaltiger Konsum durchdringt alle Lebensbereiche. Fast täglich erreichen Verbraucher verunsichernde Mitteilungen, wie bei-

spielsweise zu Unsicherheiten in der Lebensmittelproduktion, zu unzureichenden Arbeits- und Sicherheitsbedingungen in Zulieferbetrieben oder zu umweltschädlichen Anbaumethoden. In den vergangenen Jahren konnten auch immer wieder Fehlentwicklungen im Bereich Seafood Produktion, Handel und Vertrieb beobachtet werden. Was ist der Grund dafür?

*„Den Verbrauchern wurde ein Preisniveau vorgestellt, das sich mit der nachhaltigen Nutzung der Ressourcen nicht vereinbaren lässt. Werbeslogans wie „Geiz ist geil“, mit denen lange am Markt geworben wurde, sagen nichts anderes aus als „Billig ist gut.“ Auch wird vielfach vermittelt, dass Unternehmen nur dann überleben können, wenn sie sich dem Druck des Marktes beugen. Damit verbunden ist eine immer schnellere und billigere Produktion. Meeresfrüchte und Seafood sind jedoch etwas Einzigartiges. Sie enthalten lebenswichtige Vitamine und Spurenelemente. Dass sie preislich mit anderen Lebensmitteln konkurrieren, macht keinen Sinn. Das Problem ist, dass sich durch den hemmungslosen*



Ein nachhaltiger Wildfang und die Zucht von Garnelen in biologischen Aquakulturen ist das Anliegen der Ristic AG.

# Ethik

„ Durch den Dialog mit Stakeholdern können ökologische und soziale Risiken frühzeitig erkannt und gemindert werden.“

*Billigwahn die Qualität verschlechtert hat. Wenn guter Wein mit Wasser verdünnt wird, ist es eben kein guter Wein mehr! Und wenn Ristic ein minderwertiges Sortiment anbietet, dann hat das Unternehmen seine Mission verloren. Ohne qualitativ hochwertige Produkte, die nun einmal ihren Preis haben, kann unser Unternehmen nicht existieren und ich behaupte, das kann auch kein anderes.“*

Wirtschaftliches Handeln basiert auf den Leistungen der Natur: Die Entnahme von Rohstoffen für die industrielle Produktion, aber auch die grundsätzlich kostenlose Bildung fruchtbarer Böden oder die Reinhaltung der Luft können auf Dauer nur funktionieren, wenn die Gesellschaft sorgsam mit den komplexen Naturstrukturen umgeht. Weshalb liegt Ihnen daran, die Bedeutung von Biodiversität für Ihr Kerngeschäft zu analysieren und welche Konsequenzen ziehen Sie daraus?

*„Unser Leben hat sich aus dem Meer entwickelt. Es gilt, dieses für die nachfolgenden Generationen als Lebensgrundlage zu erhal-*

*ten. In unserem Engagement stellen wir daher zusätzlich die neben Korallenriffen und den tropischen Regenwäldern produktivsten Ökosysteme der Erde in den Mittelpunkt – die Mangrovenbäume. Ihr Wurzelwerk und das sich dazwischen sammelnde Sediment sind Lebensraum sowie wichtige Laich- und Aufwuchsgebiete für Fische, Krebse und Garnelen. Überall, wo Mangrovenwälder großflächig abgeholzt wurden, gehen die Erträge der Küstenfischerei drastisch zurück. Wir setzen uns deshalb für die Aufforstung von Mangroven ein. Bisher konnten bereits knapp 20 000 neue Mangroven eingepflanzt werden. Zudem finanziert Ristic eine eigene Aufwuchsstation für Mangrovenpflanzen, die kontinuierlich ausgesetzt werden und so zukünftig ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten sollen.“*

Marken sind Versprechen, denn sie verleihen eine einzigartige Identität, Vertrauen und Glaubwürdigkeit – da weiß man eben, was man hat. Ihr eigener Name „ist“ zugleich das Unternehmen. Wofür steht die Marke Ristic?

*„Unsere Marke und ihr Image stehen für Qualität, emotionale Nähe, Vertrauen und Differenzierung. Markenerfolg ist für uns vor allem das, was dahinter steht: die Idee und Haltung und natürlich die Produktkompetenz. Eine authentische Marke bildet gleichsam das Dach der Gemeinsamkeit von Unternehmen und Kunden. Bei dem Namen Ristic spiegelt sich das auch im Slogan ‚Genuss mit gutem Gewissen‘ wieder.“*

Partnerschaften, wie mit dem WWF, Kooperationen und Netzwerke haben für Sie eine besondere Bedeutung. Der Begriff „Netzwerken“ kommt ja aus dem Fischereiwesen. Welche Vorteile sehen Sie darin?

*„Kooperationen bieten für alle Beteiligten nachhaltige Vorteile. Zusammen sind wir besser, als jeder einzelne von uns. Beziehungen, bei denen es um glaubwürdige und sinnstiftende Inhalte geht, verbessern die Erfolgsaussichten erheblich, da die Marktzusammenhänge immer komplexer geworden sind und der Wettbewerb immer härter wird. Durch den*



Peter Ristic setzt sich persönlich dafür ein, dass den Garnelenfischern und deren Familien eine existenzsichernde, langfristige Perspektive gegeben wird.



„ Die kleinen gewerblichen Küstenfischer konnten überzeugt werden, ihre Garnelen nach ökologischen Kriterien zu fangen, um eine Überfischung und Schädigung Ökosystems zu vermeiden.“

*Dialog mit Stakeholdern können ökologische und soziale Risiken frühzeitig erkannt und gemindert werden.“*

Forschung ist Teil der Ristic-Philosophie. Auch auf dem Gebiet der Aquakultur haben Sie neue Wege beschritten. Was wurde hier konkret getan?

*„Um vor Ort eine ganzheitliche Strategie für den Garnelenfang, aber auch für die Garnelenzucht zu implementieren, fördern wir wissenschaftliche Projekte, beispielsweise das PPP-Projekt mit der DEG (Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH) in Zusammenarbeit mit den renommierten Universitäten Universidad de Costa Rica und Universidad Earth. Ziel war in diesem konkreten Projekt die erstmalige Zusammenführung von Fang, Zucht, Produktion und Vertrieb zum Zweck einer optimalen Qualitätssicherung, aber auch die Abkehr von den traditionellen Produktionsländern in Asien. Diese waren aufgrund der Nutzung von Antibiotika*

*und der Rodung von Mangrovenwäldern zunehmend in Verruf gekommen. Unsere umfangreichen Forschungen schafften die Voraussetzungen für einen ökologisch nachhaltigen Wildfang sowie für den Erhalt und die Weiterentwicklung der Qualitätsstandards von Tiefseegarnelen aus Mittelamerika. In Kooperation mit Fischern, Fischereibehörden und der Wissenschaft gelang es uns, unsere Strategie zur Erhaltung der Biodiversität des Meeres erfolgreich umzusetzen.*

*In Costa Rica kommen heute zum Beispiel neuartige Scherbretter zum Einsatz. Sie verringern die Belastung des Meeresgrundes erheblich und tragen dazu bei, den nicht nutzbaren Beifang zu minimieren. Zudem konnten die kleinen gewerblichen Küstenfischer überzeugt werden, ihre Garnelen nach ökologischen Kriterien zu fangen, um eine Überfischung und Schädigung des küstennahen maritimen Ökosystems zu vermeiden. Die Produkte werden von uns erworben, vor Ort weiterverarbeitet und nach Europa exportiert.*

*Durch dieses Engagement konnte den Garnelenfischern von Costa Rica eine neue, existenzsichernde, langfristige Perspektive gegeben werden. In Indien planen wir aktuell ein weiteres Garnelenprojekt.“*

Bereits 2008 ist die Ristic AG für ihr sozial-ökologisches Engagement vom Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE) mit dem „Preis für Unternehmensethik“ ausgezeichnet worden mit der Begründung: „Die Ristic AG ist Vorreiter im Kampf um einen umwelt- und sozialverträglichen Garnelenfang. Ausgezeichnet wird der jahrelange, besonders vielschichtige, proaktive und kreative Ansatz der Firma zur nachhaltigen Sicherung maritimer Ressourcen.“ Was bedeutet Ihnen dieser Preis?

*„Er ist Würdigung und Bestätigung unseres nachhaltigen Engagements zugleich.“*

Das Interview führte Dr. Alexandra Hildebrandt, Nachhaltigkeitsexpertin und DFB-Nachhaltigkeitsbeauftragte **B**



Das Wurzelwerk der Mangrovenbäume und das sich dazwischen sammelnde Sediment sind der Lebensraum für Garnelen. Ristic setzt sich für die Aufforstung derartiger Mangroven ein.