

„Eine Null versteht jeder“

FÜHRUNG: Develey-Chef Michael Durach über seine Nachhaltigkeitskonzepte

Michael Durach ist der Typ Macher: groß, trainierte Figur, ausholende Gestik, lockere Sprüche. Dass der Chef des bayerischen Senf- und Feinkostproduzenten Develey lieber etwas tut, anstatt nur darüber zu reden, passt zu ihm – selbst wenn es um Nachhaltigkeit geht. Beim 4. Südtiroler Führungsforum in Bozen hat er die Nachhaltigkeitskonzepte seines Unternehmens vorgestellt.

Nachhaltiges Bauen, nachhaltiges Wachstum, nachhaltiges Wirtschaften: Heute ist der Begriff Nachhaltigkeit zwar omnipräsent, doch für viele bleibt er schwer greifbar. „Ich bin überzeugt, dass über 50 Prozent der Firmenchefs gar nicht wissen, worum es dabei geht“, meinte denn auch Michael Durach bei seinem Vortrag in Bozen.

Durach hingegen weiß, worum es geht. Nicht umsonst hat ihn der bayerische Verband der Familienunternehmer für sein Nachhaltigkeitsengagement als „Bayerischer Familienunternehmer des Jahres“ ausgezeichnet, und die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte hat ihm den renommierten „Axia-Award“ verliehen, mit dem jedes Jahr herausragende Unternehmen des deutschen Mittelstandes geehrt werden.

Tatsächlich hat sich Develey konkret mit dem Einklang von Ökonomie, Ökologie und sozialen Aspekten befasst und ein Nachhaltigkeitsprogramm auf die Beine gestellt. Nichts, was mit „kosmetischer Nachhaltigkeit“ („tolle Berichte, aber nichts dahinter“, O-Ton Durach) oder mit von Aktionären und Analysten „erzwungener Nachhaltigkeit“ zu tun hat, wie der 46-Jährige versicherte. Ihm geht es um „gelebte Nachhaltigkeit“.

Seine Strategie: Wachstum mit Rücksicht auf Mensch, Natur und die regionalen Wurzeln des Unternehmens. Sein Ziel: bis 2020 die CO₂-Neutralität zu erreichen, also den Ausstoß des klimaschädlichen Kohlendioxids bei Develey auf Null zu reduzieren.

Durach hätte auch vorgeben können, die CO₂-Emissionen, wie es die EU plant, bis 2020 um 20 Prozent oder wie Deutschland will, um 40 Prozent zu sen-



Develey-Chef Michael Durach

Hansjörg Gruber

ken. Aber das war ihm wohl zu wenig ambitioniert – und zu wenig prägnant. „40 Prozent von was? Das versteht ja keiner. Eine Null versteht jeder.“ Deshalb fixierte der Unternehmer für sich auch das Ziel „Null Verwendung von Palmöl, null Müll zur Depo- nie.“

Von 2008 bis 2013 hat Develey deshalb vor allem einmal Geld in die Hand genommen: Es wurde eine Hackschnitzelanlage errichtet, das Unternehmen an das Geothermienetz angeschlossen, eine Kälteanlage auf CO₂-Basis mit Wärmerückgewinnung installiert, darauf Wert gelegt, das Saatgut regional anzubauen, um mit kürzeren Transportwegen

weiteres Kohlendioxid einzusparen und in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter investiert. Zudem wurden regionale Lieferanten gefördert und der Fuhrpark wurde verbessert.

Von 2009 bis 2013 hat der Senfhersteller eigenen Angaben zufolge insgesamt sechs Millionen Euro in die diversen Maßnahmen investiert. Der restliche Anteil der CO₂-Emissionen, der dann noch bei Develey entstand, wurde durch den Kauf international anerkannter Zertifikate für Umweltprojekte kompensiert.

Ergebnis: 2013 hat das Unternehmen an seinem Standort in Unterhaching bei München die CO₂-Neutralität erreicht. „Nun geht es darum, das Konzept auf die anderen Standorte auszuweiten“, kündigte Michael Durach an. Für den Feinkostspezialisten ist sein Engagement eine Frage der Verantwortung – „auch für die Welt“. Und davon sieht er offensichtlich bei seinen Unternehmerkollegen noch zu wenig. „Bei den meisten hört leider die Verantwortung vor der Fabrikstür auf.“

Für Durach heißt Nachhaltigkeit, ein Unternehmen „verantwortungsvoll und vererbungsfähig“ zu führen. „Man muss auch an die nachfolgenden Generationen denken und nicht wie Politiker nur bis zu den nächsten Wahlen.“ Das bedeute auch, Wachstum nicht über alles zu stellen. Er selbst nehme daher auch maue Jahre gelassen hin. Develey erwirtschaftet mit seinen fast 2000 Mitarbeitern heute zwar einen Umsatz von rund 400 Millionen Euro, aber der Gewinn war 2013 „eben mal weniger“, wie Durach gegenüber dem „Handelsblatt“ einräumte. „Wachstum ist wichtig, aber wenn es mal nicht der Fall ist, ist das auch in Ordnung. Wichtiger ist, dass das Unternehmen Bestand hat“, bekräftigte der Unternehmer in Bozen.

Ein Weltverbesserer und Gutmensch wie er ihm Buche steht? Das sieht Durach anders: „Nachhaltigkeit soll keine gemeinnützige Tat sein. Vielmehr ist sie eine Quelle für einen langfristigen Wettbewerbsvorteil.“ Wer nachhaltig denke, müsse also nicht „in Wollsocken herumlaufen“. Das würde zu einem Macher wie Michael Durach auch gar nicht passen. (gam)

© Alle Rechte vorbehalten

ZUM UNTERNEHMEN

Develey in Kürze

Die Develey Holding wurde 1845 in München als Senfmanufaktur gegründet. Das Unternehmen gilt als der Erfinder des süßen Senfs (1854). In den 1970er Jahren wurde Develey von der Familie Durach – damals vor allem ein Sauerkrautproduzent – übernommen. Heute erwirtschaftet Develey mit rund 2000 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 400 Millionen Euro. Zum Unternehmen gehören die Marken Develey, Löwensenf Bautzner. Zudem beliefert Develey McDonalds. Das Unternehmen hat 17 Standorte in neun Ländern, unter anderem in Italien mit einer Niederlassung in Lana. (gam)®

DIE VERANSTALTUNG

4. Südtiroler Führungsforum

Über 100 Unternehmer und Führungskräfte haben vergangene Woche am 4. Südtiroler Führungsforum in der Eurac teilgenommen. Die Veranstaltung, die jedes Jahr vom Personalberatungsunternehmen Staff & Line aus Kaltern organisiert wird, stand heuer unter dem Motto „Nachhaltigkeit, die Chance!“

Neben Develey-Geschäftsführer Michael Durach referierten der Generaldirektor von Siemens Italia, Federico Golla, und Unternehmensberater Jörn Wiedemann vom Terra Institute aus München darüber, wie man Nachhaltigkeit im Betrieb umsetzen kann. Über Nachhaltigkeit in der Auto- und deren Zulieferindustrie sprachen der Inhaber des Lananer Automobilzulieferers Autotest und „Dolomiten“-Manager des Jahres 2013, Josef Unterholzner, BMW-Manager Franz Linner sowie Dieter Althaus, Ex-Ministerpräsident von Thüringen und heute Vizepräsident von Magna International. „Design und Kommunikation für nachhaltigen Wandel“ lautete das Thema von Kris Krois, Professor an der Freien Universität Bozen, während Ernst Wunderbaldinger, Ex-Generaldirektor der Tiroler Sparkasse, über die Nachhaltigkeit von Finanzgeschäften sprach. (gam)®