



## **B.A.U.M.-Umweltpreis 2011**

Kategorie: Großunternehmen

**Harry J. M. Brouwer**  
**Unilever Deutschland GmbH**  
**Unilever Deutschland Holding GmbH**



Harry J. M. Brouwer, Jahrgang 1958, ist seit April 2009 Vorsitzender der Geschäftsführung von Unilever Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH). Seine Karriere begann 1983 beim späteren Bestfoods-Konzern, der damaligen CPC. Hier war er zunächst als Product Manager für Dextro und Knorr, später als Sales Manager, Verkaufsleiter und Marketing Manager tätig. Ab 1989 leitete er von Hongkong aus das Caterplan Food Service Geschäft in sechs Ländern der Region. Nach Stationen im Marketing- und Sales-Bereich in den Niederlanden, Irland und in der Zentrale Englewood Cliffs in den USA wurde Harry Brouwer 1998 Marketing & Sales Director für Bestfoods Benelux. Nach der Übernahme von Bestfoods war Harry Brouwer zunächst vier Jahren lang als Mitglied der Geschäftsführung von Unilever-Bestfoods in Hamburg tätig. 2004 übernahm er als Chairman die Geschäfte in den Niederlanden und führte diese ab 2008 sehr erfolgreich mit Belgien zur Mehrländer-Organisation (MCO) zusammen.

Mit 400 Marken in über 14 Kategorien von Haushaltsreinigern, Körperpflegeprodukten und Lebensmitteln gehört Unilever weltweit zu den größten Anbietern von Verbrauchsgütern. Zum Unilever-Portfolio gehören unter anderem die Marken Knorr, Rama, Pfanni, Becel, Bertolli, Langnese, Axe, Rexona, Dove, Domestos, Coral und Viss. Nachhaltiges Engagement für Umwelt und Gesellschaft gehört zu den Unternehmenszielen des Konzerns. Unilever führt bereits seit zwölf Jahren den Dow Jones Sustainability Index für den Lebensmittelsektor an und beweist damit sein langjähriges, kontinuierliches und erfolgreiches Engagement. Bei der Bewertung lag das Unternehmen in allen drei Kerndimensionen – Umwelt, Ökonomie und Gesellschaft – vorn. Auch auf nationaler Ebene kann Unilever nachhaltige Erfolge verbuchen. So war Unilever Deutschland in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Zukunftsstrategie (Konzern)“ für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2010 nominiert und gehörte hierbei neben Puma und SAP zu den Top 3 in dieser Kategorie.

Für die Zukunft hat sich Unilever ehrgeizige Ziele gesetzt. Im November 2010 wurde der Unilever Sustainable Living Plan veröffentlicht. Dieses strategische Schlüsselpapier verpflichtet alle Konzerneinheiten, drei Kernziele bis 2020 zu erreichen. Unilever hat sich zum Ziel gesetzt, die Umweltauswirkungen der Produkte zu halbieren, landwirtschaftliche Rohwaren zu 100 Prozent aus nachhaltigem Anbau zu beziehen sowie 1 Milliarde Menschen zu besserer Gesundheit und mehr Lebensqualität zu verhelfen. Damit verpflichtet sich Unilever, die Umweltbelastung entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis 2020 nachweislich zu reduzieren – von der Gewinnung der Rohmaterialien über die Produktion und Distribution bis hin zur Produktnutzung durch Verbraucher einschließlich der Abfallbeseitigung von Restverpackungen. Harry Brouwer sieht die Möglichkeit, diese großen, globalen Ziele mit vielen

lokalen Taten zu erreichen. Hierfür führt Unilever in Deutschland, Österreich und in der Schweiz zahlreiche Maßnahmen durch. Diese reichen von Konsumenten-Initiativen zum Thema Gesundheit und Ernährung über verstärkte Verwendung nachhaltiger Rohwaren bis zu Maßnahmen zur Reduzierung von Treibhausgasen beim Waschen, in der Produktion und in der Logistik. So beziehen z. B. die Unternehmenszentrale in der Hamburger HafenCity sowie alle neun deutschen Produktionsstätten ihren Strom seit Anfang 2010 aus Wasserkraft. Dadurch konnte Unilever seine CO<sub>2</sub>-Emissionen um 60.000 Tonnen pro Jahr senken.

Bei den Mitarbeitern führt Unilever in Deutschland, Österreich und der Schweiz ein Programm durch, das Information und Wissen an die Mitarbeiter weitergibt und sie für Nachhaltigkeit begeistern soll. Das Unternehmen möchte seine Mitarbeiter dabei unterstützen, Nachhaltigkeit sowohl im Beruf als auch im Privaten zu leben. Unter anderem unterstützt Unilever das gemeinnützige Engagement seiner Mitarbeiter, bietet Gesundheitschecks, umfangreiche Sportangebote und Burn-Out-Prävention sowie Sicherheits- und Umwelttrainings an. Eine neue Auto-Richtlinie, Leihfahrräder, Einsatz modernster Videokonferenz-Technologien, flexible Arbeitszeiten und -strukturen, konsequente Mülltrennung sind hierbei weitere Schlaglichter einer nachhaltigen Unternehmensführung.

Zudem übernimmt Unilever gesellschaftliche Verantwortung und unterstützt Projekte wie die „Powertüte“ – eine Initiative von REWE und den Tafeln in Deutschland, die Kinder an ausgewählten Schulen täglich mit einem gesunden Frühstück versorgt – oder führt in Kooperation mit dem Frankfurter Zentrum für Essstörungen Workshops zum Thema Selbstbewusstsein durch.

Mit der neuen Unternehmenszentrale in der Hamburger HafenCity setzte Unilever zudem ein deutliches und sichtbares Zeichen für die Nachhaltigkeit. Das Gebäude hat bereits zahlreiche Auszeichnungen erhalten. So wurde es beim World Architecture Festival in Barcelona – besonders aufgrund seiner Nachhaltigkeit – als das beste Bürogebäude der Welt ausgezeichnet und erhielt das Umweltzeichen der HafenCity in Gold für nachhaltiges Bauen. Es ist weltweit das erste Gebäude, in dem es ausschließlich LED-Beleuchtung gibt, und kann daher extrem energiesparend betrieben werden. Die drei Nachhaltigkeitsaspekte – Ökologie, Soziales und Ökonomie – wurden in dem Gebäude perfekt umgesetzt. „Wir haben die Stromkosten um 70 Prozent gesenkt und die Wärmekosten um 40 Prozent. Der Umzug hat sich gelohnt. Wir haben nicht nur einige Millionen Euro durch den Umzug gespart, sondern auch die Arbeitsatmosphäre hat sich für die Mitarbeiter stark verbessert“, benennt Brouwer in einem Interview mit dem Hamburger Abendblatt die Vorzüge des Gebäudes.

Im Rahmen eines Wirtschaftsempfangs unter dem Motto „Nachhaltigkeit zahlt sich aus“ zur Begrüßung des Hamburger Umwelthauptstadtjahres im Unilever-Haus brachte Harry Brouwer das Thema auf den Punkt: „Die Umwelt geht uns alle an.“ Dies spiegelt sich auch in der täglichen Arbeit des Konzerns. „Nachhaltigkeit ist bei Unilever ein immanenter Bestandteil unseres Geschäftsmodells und Teil unserer globalen Strategie. Wir wollen auch in Zukunft wachsen, sind uns aber bewusst, dass Wachstum um jeden Preis kein gangbarer Weg ist“, sagt Brouwer und zieht unter Verweis auf die vielen Initiativen des Konzerns zur Nachhaltigkeit insbesondere in Deutschland folgendes Fazit: „Wir sind also auf dem richtigen Weg und werden diesen auch in Zukunft weitergehen – kleine Schritte mit großer Wirkung!“ In Anerkennung dieser Leistung erhält Harry J. M. Brouwer den B.A.U.M.-Umweltpreis in der Kategorie „Großunternehmen“.