

# Der SustainAbility Guide



Der SustainAbility Guide ist ein **Self-Assessment-Tool**, das speziell für Führungskräfte in Unternehmen von Hila Attaie in Zusammenarbeit mit dem verrocchio Institute for Innovation Competence entwickelt wurde.

Als praktischer Wegweiser unterstützt er Sie dabei, Ihre derzeitigen Nachhaltigkeitsbemühungen sichtbar zu machen und konkrete Felder für nachhaltige Praktiken und Potenzialfelder für nachhaltige Innovationen zu identifizieren.

Nachhaltigkeit hat sich zu einem Mindset, einer **grundlegenden Haltung** entwickelt, die sich wie ein roter Faden durch alle Unternehmensbereiche zieht. Sie umfasst nicht nur **ökologische**, sondern auch **soziale** und **wirtschaftliche** Aspekte.

Unternehmen, die nachhaltig handeln, gewinnen das Vertrauen der Kunden einerseits und das der Mitarbeitenden andererseits. Dadurch stärken sie ihre **Marktposition** maßgeblich. Schließlich geht es um die Frage, wie Sie als Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich sein und gleichzeitig Gutes für die Umwelt und die Gesellschaft leisten können.

Nachhaltiges oder gar regeneratives Wirtschaften hilft Ihnen, nicht nur Ihre Umweltauswirkungen zu minimieren, sondern auch Ihre **Wettbewerbsfähigkeit** zu steigern und den langfristigen Erfolg zu sichern. Daher ist es wichtig anzuerkennen, dass nachhaltige Praktiken – egal in welchem Bereich – nicht nur ethisch, sondern auch wirtschaftlich sinnvoll sind.

Darüber hinaus sind nachhaltige Unternehmen besser auf zukünftige **Herausforderungen** wie sich ändernde Umweltauflagen und steigende Ressourcenkosten vorbereitet. Mit einer enkelfähigen Ausrichtung sichern Sie die langfristige Existenz Ihres Unternehmens.

Genau hier setzt der SustainAbility Guide an. Wie der Name schon sagt, bietet das Tool Orientierung und befähigt den Anwender, neue Handlungsfelder für mehr Nachhaltigkeit in Unternehmen aufzudecken.

Häufig legen Unternehmen den Schwerpunkt in erster Linie auf Themenfelder, die eine erkennbare Außenwirkung aufweisen, wie bspw. die Reduzierung von Plastikverpackungen. Allerdings existiert in Unternehmen darüber hinaus ein beträchtliches Potenzial für nachhaltiges Handeln, das bisher häufig übersehen und ungenutzt bleibt.

An dieser Stelle ist es uns wichtig anzumerken, dass eine **nachhaltige Transformation** auch eine **permanente Beweglichkeit** nach sich zieht. Sie ist also mit der Abarbeitung einer Checkliste niemals beendet. Es geht uns eher darum, Dinge in Bewegung zu setzen und in Bewegung zu halten, um eine langfristige Anpassungsfähigkeit Ihres Unternehmens an Ihr Umfeld zu gewährleisten.

Mit anderen Worten ist der Zweck dieses Tools nicht eine Vorwärtsrolle, um in der neuen Position die nächsten Jahrzehnte zu verweilen. Vielmehr wollen wir in Ihrem Unternehmen Dinge konstant, aber bewusst ins Rollen bringen.

Dieses Tool fungiert als Guide durch einzelne Unternehmensbereiche und nimmt Sie an die Hand, um spezifische Potenzialfelder für eine nachhaltige Transformation in Ihrem Unternehmen zu entdecken.


Dieses praktische Self-Assessment-Tool ist wie ein „Stadtführer“ aufgebaut und ermöglicht Ihnen, in zehn Unternehmensbereiche einzutauchen und spezifische Business-Potenzialfelder für ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit zu identifizieren.

Durch eine umfassende Reihe spezifischer Fragen zeigt das Tool Führungskräften verschiedene Dimensionen der Nachhaltigkeit auf, darunter Umweltverträglichkeit, soziale Verantwortung, wirtschaftliche Nachhaltigkeit und Governance.


Das einfache Bewertungssystem durch eine 5-Punkte-Skala ermöglicht es dem Anwender, den Status quo in den entsprechenden Themenfeldern effektiv zu erfassen. Die Skalierung ermöglicht eine visuelle Darstellung darüber, bei welchen Themenfeldern noch Handlungsbedarf besteht und deckt folgende Skalenwerte ab:

**1.  Potenzial bisher nicht gesehen**

In diesem Stadium sind die Aspekte oder Potenziale, die in den Fragen angesprochen werden, noch nicht erkannt oder wurden bisher noch nicht berücksichtigt.

**2.  Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen**

Hier haben Sie erkannt, dass es in diesen Bereichen Potenzial gibt, jedoch wurden noch keine Maßnahmen ergriffen, um dieses Potenzial zu nutzen.

**3.  Potenzial erkannt und teilweise erschlossen**

Sie haben das Potenzial identifiziert und einige Schritte unternommen, um es zu erschließen, aber diese sind noch nicht vollständig entwickelt oder umgesetzt.

**4.  Potenzial voll erschlossen**

Haben Sie das Potenzial bereits erschlossen, gilt es diese in regelmäßigen Abständen erneut zu betrachten, mit Ihrem Umfeld abzugleichen und bei Bedarf mit neuen Erkenntnissen und Möglichkeiten weiterzuentwickeln.

**5.  Thema nicht relevant für uns**

Sollte das Thema für Sie nicht relevant sein (z.B. der Bereich Produktion für reine Dienstleistungsunternehmen), können Sie dieses entsprechend kennzeichnen.

## Wesentliche Vorteile:

Die Fragen sind abteilungs- und somit themenspezifisch aufbereitet. Sie zeigen in den jeweiligen Unternehmensbereichen entsprechende Potenzialfelder auf, ohne Anspruch auf Vollständigkeit. Die Fragen geben dem Leser Orientierung und regen zu weiterem Nachdenken an.

Durch die Vielfalt der Möglichkeiten befähigt der SustainAbility Guide Ihnen als Führungskraft, ein positives und mutiges Zukunftsbild Ihres Unternehmens zu entwerfen. Ja, er macht Lust auf Zukunft und hilft durch konkrete Maßnahmen heute schon damit zu starten.

Das Self-Assessment-Tool bietet Ihnen nicht nur eine Möglichkeit, Ihre Nachhaltigkeitsleistung qualitativ zu bewerten, sondern fördert auch die Transparenz. Es unterstützt Sie dabei, Ihre Nachhaltigkeitsziele zu definieren, Benchmarks festzulegen und den Fortschritt im Laufe der Zeit zu verfolgen.

Der SustainAbility Guide ist somit ein wertvolles Instrument für Unternehmen, die ihre Nachhaltigkeitsbemühungen verbessern und blinde Flecken aufdecken möchten. Durch die Erfassung von brachliegenden Potenzialfeldern können Sie gezielte Maßnahmen ergreifen, um Ihre betriebliche Effizienz zu steigern, Ihre soziale und ökologische Wirkung zu verbessern und langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern.

# So nutzen Sie unseren SustainAbility Guide



Herzlich willkommen zu unserem SustainAbility Guide durch Ihr Unternehmen! Wie bereits erwähnt ist es unser Ziel, Ihnen dabei zu helfen, brachliegende Potenzialfelder in Ihrem Unternehmen auf eine informative und strukturierte Weise zu erkunden.

Gehen Sie auf Entdeckungstour und freuen Sie sich auf die Vielfalt an Möglichkeiten, die Sie kurz-, mittel- und langfristig in Ihrem Unternehmen in Angriff nehmen können, um „nachhaltig“ zu wachsen – und dass in jeder Hinsicht: ökologisch, ökonomisch und sozial.

## 1. Überblick verschaffen

- Starten Sie mit einem Blick auf die Grafik auf der nächsten Seite. Diese farbenfrohe Übersicht zeigt Ihnen die Vielfalt der Potenzialfelder in Ihrem Unternehmen und an den Schnittstellen zu externen Stakeholdern.
- Nutzen Sie das darauffolgende Inhaltsverzeichnis, um sich mit den verfügbaren Potenzialfeldern in den verschiedenen Unternehmensbereichen vertraut zu machen und die für Sie relevanten Themenfelder zu identifizieren.

## 2. Erkunden

- Blättern Sie durch die Seiten und folgen Sie dabei den Symbolen, die Sie sowohl in der Übersichtsgrafik, im Inhaltsverzeichnis als auch im Assessment-Tool finden.
- Tauchen Sie tiefer ein in die für Sie relevanten Themenfelder und lesen Sie zu Beginn jedes Kapitels die ausführliche Beschreibung. Dadurch erfahren Sie mehr über die Bedeutung dieser Felder im Kontext der Nachhaltigkeit.

## 3. Self-Assessment

- Nun können Sie mit dem Self-Assessment starten.
- Bitte lesen Sie die Fragen zu den verschiedenen Themenbereichen sorgfältig durch und verwenden Sie die Skala, um anzugeben, ob und in welchem Maße Sie das Potenzialfeld für sich nutzen können.

## 4. Ausblick

- Am Ende jedes Kapitels haben Sie die Möglichkeit, eigene Fragestellungen zu der jeweiligen Grafik zu ergänzen.
- Basierend auf Ihren Bewertungen erhalten Sie auf den letzten Seiten einen Ausblick als Empfehlung für das weitere Vorgehen.











Wir wünschen Ihnen viel Freude auf Ihrer Entdeckungsreise zu einer enkelfähigen Ausrichtung Ihres Unternehmens!



Der Sustainability Guide führt durch zehn wichtige Unternehmensbereiche

# Inhaltsverzeichnis SustainAbility Guide

Überblick über die zehn Unternehmensbereiche, die der SustainAbility Guide adressiert und untersucht:

<p><b>1. Nachhaltige Führung</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>1.1 Purpose, Vision, Mission</li> <li>1.2 Strategie &amp; Performance</li> <li>1.3 Umweltschutz</li> <li>1.4 Soziale Verantwortung &amp; Gemeinwohl</li> <li>1.5 Kultur &amp; Bildung</li> <li>1.6 Empowerment</li> <li>1.7 Prozesse und Strukturen</li> <li>1.8 Stakeholder Engagement</li> </ul>	<p><b>6. Marketing</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>6.1 Kundenbeziehung und Kommunikation</li> <li>6.2 Nachhaltigkeit und Ethik</li> <li>6.3 Marketingstrategie &amp; Kundenverständnis</li> </ul>
<p><b>2. Personalwesen</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>2.1 Rekrutierung</li> <li>2.2 Mitarbeiterentwicklung</li> <li>2.3 Arbeitsbedingungen</li> <li>2.4 Vielfalt und Inklusion</li> <li>2.5 Mitarbeiterengagement</li> <li>2.6 Nachhaltige Vergütung und Anreize</li> </ul>	<p><b>7. Vertrieb</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>7.1 Vertriebsstrategie</li> <li>7.2 Kundenkontakt &amp; Beziehungen</li> <li>7.3 Messung &amp; Erfolg</li> <li>7.4 Nachhaltige Mobilität</li> </ul>
<p><b>3. Forschung &amp; Entwicklung</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>3.1 Value Proposition Design</li> <li>3.2 Ressourcenoptimierung</li> <li>3.3 Nachhaltigkeitsforschung</li> <li>3.4 Partnerschaften</li> </ul>	<p><b>8. Logistik</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>8.1 Logistikprozess</li> <li>8.2 Umweltschutz</li> <li>8.3 Dienstleiter</li> </ul>
<p><b>4. Beschaffung</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>4.1 Verantwortungsvolle Beschaffung</li> <li>4.2 Transparente Lieferketten</li> </ul>	<p><b>9. Finance/Controlling</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>9.1 Investition &amp; Strategie</li> <li>9.2 Budgetplanung</li> </ul>
<p><b>5. Produktion</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>5.1 Ressourceneffizienz</li> <li>5.2 Produktionsprozess</li> <li>5.3 Kreislaufwirtschaft</li> </ul>	<p><b>10. IT/Digitalisierung</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>10.1 Digitale Ressourcen</li> <li>10.2 Digitalisierung der Abläufe &amp; Prozesse</li> <li>10.3 Partnerschaften</li> </ul>

# 1. Nachhaltige Führung



In einem erfolgreichen nachhaltigen Unternehmen spielen Sie als Führungskraft eine entscheidende und inspirierende Rolle. Sie sind die treibende Kraft hinter der nachhaltigen Transformation und zeigen mit Leidenschaft und Überzeugung, dass Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen von großer Bedeutung ist. Als Visionäre und Vorbilder bauen Sie ein inspirierendes Zukunftsbild für das Unternehmen auf.

Sie schaffen damit eine klare Ausrichtung, indem Sie Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil des Geschäftsmodells verstehen. Sie vermitteln diese Vision mit Begeisterung, in dem Sie Ihren Worten Taten folgen lassen.

Ihre Teams motivieren Sie, sich aktiv für nachhaltige Praktiken im Unternehmen einzusetzen. Sie als Führungskraft unterstützen die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie, indem Sie Ressourcen bereitstellen, die notwendigen Veränderungen fördern und innovative Lösungen vorantreiben. Sie schaffen eine Kultur des Wandels und der kontinuierlichen Verbesserung, in der Ihre Mitarbeitenden ermutigt werden, ihre Ideen und ihr Potenzial einzubringen.

Darüber hinaus setzen Sie sich für eine enge Zusammenarbeit mit internen und externen Stakeholdern ein. Auf diese Weise etablieren Sie ein starkes Netzwerk für den Austausch von Best Practices und gemeinsames und stetes Lernen. Nachhaltige Führung bedeutet auch, eine transparente Kommunikation und den Dialog zu fördern, um die Bedürfnisse und Erwartungen der Stakeholder zu verstehen und diese in Entscheidungsprozesse einzubeziehen.






Durch Ihr eigenes Handeln und Ihre Entscheidungen zeigen Sie, dass sie hinter den Nachhaltigkeitswerten stehen. Sie berücksichtigen ökonomische, soziale und ökologische Ziele gleichermaßen und tragen zur positiven Veränderung bei.






Als Führungskraft in einem erfolgreichen nachhaltigen Unternehmen schaffen Sie eine inspirierende Umgebung, in der jeder Mitarbeiter sein volles Potenzial entfalten und einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten kann. Ihre Leidenschaft und Ihr Engagement wecken Lust und Motivation in Ihrem Team, um gemeinsam eine nachhaltige Zukunft zu gestalten.

Was das konkret bedeutet, erfahren Sie anhand folgender Fragestellungen.




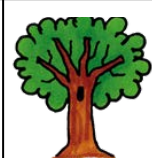
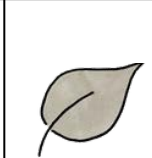
## Self-Assessment Nachhaltige Führung




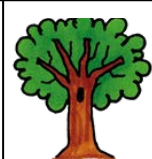
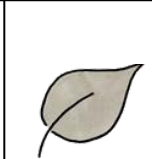
Bitte lesen Sie die folgenden Fragen zum Thema nachhaltige Führung sorgfältig durch und markieren Sie auf der Skala den zutreffenden Status zu der jeweiligen Frage.




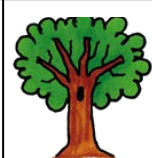
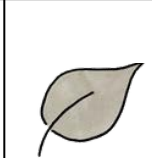
<h2>1.1 Purpose, Vision, Mission</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Tragen wir als Unternehmen eine klare Botschaft in die Welt hinaus?					
Hat diese Botschaft für die Gesellschaft und/oder Umwelt einen Wert?					
Haben wir einen starken Purpose: Wissen wir, warum wir tun, was wir tun?					
Leben unsere Mitarbeitenden diesen Purpose?					
Arbeiten wir gemeinsam auf ein enkelfähiges Zukunftsbild unseres Unternehmens hin?					
Unterstützen wir mit unserem Business die Sustainable Development Goals?					





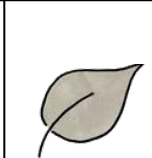
<h2>1.2 Strategie &amp; Performance</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Planen wir strategisch und mit langfristiger Perspektive?					
Ist unser Unternehmen zukunftsfähig und langfristig profitabel aufgestellt?					
Nehmen wir Veränderungen in unserem Umfeld wahr?					
Passen wir unsere strategische Ausrichtung aufgrund wahrgenommener Umfeldveränderungen an?					
Ist unsere Wertschöpfung in Bezug auf mögliche Risiken resilient aufgestellt?					













	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Wissen wir, welche gesetzlichen Anforderungen bzgl. Nachhaltigkeit auf uns zukommen?					
Entwickeln wir innovative Lösungen, um sowohl ökonomische als auch soziale und ökologische Ziele zu erreichen?					
Haben wir eine Nachhaltigkeitsstrategie mit Zielen, Maßnahmen und Kennzahlen?					
Haben wir für die Definition von Erfolg auch andere Kennzahlen als Profitabilität etabliert?					
Integrieren wir Nachhaltigkeit systemisch in alle Unternehmensbereiche?					

<b>1.3 Umweltschutz</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Engagieren wir uns als Unternehmen für den Umweltschutz?					
Arbeiten wir aktiv an der Reduzierung unseres ökologischen Fußabdruckes?					
Arbeiten wir gemeinsam daran unsere Umwelt aktiv zu regenerieren und achten wir auf einen positiven Handabdruck in der täglichen Arbeit?					
Setzen wir erneuerbare Energien ein?					
Fördern wir mit allen Mitteln die Energieeffizienz?					
Fördern wir den verantwortungsvollen Umgang mit unseren Ressourcen?					




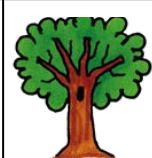
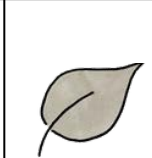
	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Setzen wir auf Abfallvermeidung und Recycling in allen Bereichen?					
Kennen wir die Auswirkungen unserer Geschäftsaktivität auf die Umwelt im Detail?					
Haben wir ein integratives Verständnis von der Natur in unserem Unternehmen etabliert?					
Bewegen wir uns mit unserem Business innerhalb der planetaren Grenzen?					





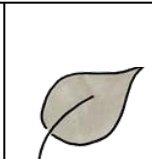
<b>1.4 Soziale Verantwortung &amp; Gemeinwohl</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Tragen wir eine soziale Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitenden, Kunden und Partnern?					
Übernehmen wir als Unternehmen eine aktive Rolle in der Gesellschaft?					
Entwickeln wir ständig unser lokales Engagement im Unternehmensumfeld weiter?					
Sind die Geschäftspraktiken entlang unserer Supply Chain transparent?					

<h2>1.5 Kultur &amp; Bildung</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Geben wir unseren Teams eine solide Basis, damit sie ihr volles Potenzial für die Erreichung unseres gemeinsamen Zukunftsbildes entfalten können?					
Unterstützen wir unsere Mitarbeitenden, eigene Zukunftsprojekte fürs Unternehmen zu verfolgen?					
Entwickeln wir gemeinsam das Bild einer nachhaltigen Zukunft für unser Unternehmen?					
Tragen wir mit unserem Angebot zu „Sustainable Literacy“ <sup>1</sup> bei?					
Machen wir das Thema Nachhaltigkeit für jeden unserer Mitarbeitenden zugänglich?					
Machen wir das Thema Nachhaltigkeit für jeden unserer Mitarbeitenden erlebbar?					
Ist kontinuierliches Lernen fest in unserem geschäftlichen Alltag integriert, um unser zukünftiges Zielbild zu erreichen?					
Entwickeln wir als Unternehmen gemeinsamen mit den Mitarbeitenden nachhaltige Werte?					






<h2>1.6 Empowerment</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Energetisieren wir unsere Teams für das Thema Nachhaltigkeit?					
Befähigen wir unsere Teams, Nachhaltigkeit im Geschäftsalltag zu integrieren?					

<sup>1</sup> "Sustainability Literacy" ist das Wissen, die Fähigkeiten und die Denkweise, die es dem Einzelnen ermöglichen, sich für den Aufbau einer nachhaltigen Zukunft zu engagieren und zu diesem Zweck fundierte und wirksame Entscheidungen zu treffen.






	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Berücksichtigen wir in den Zielvereinbarungen, Bewertungen und Karriereplanungen nebst monetärer Ziele auch soziale und ökologische Ziele?					
Zeigen wir in unserer Haltung und Kommunikation eine individuelle Wertschätzung unseren Mitarbeitenden gegenüber?					
Denken wir Feedbackgespräche für eine nachhaltige Entwicklung unserer Mitarbeitenden?					
Gelingt es uns, die erzielten Ergebnisse (Outcome) stärker zu betonen als die bloße Aktivität (Output)?					
Schaffen wir mit unserer Aus- und Weiterbildung langfristig Perspektiven für unsere Mitarbeitenden?					

<b>1.7 Prozesse und Strukturen</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Nutzen wir Potentiale für mehr Nachhaltigkeit durch Öffnung unseres Unternehmens durch Partnerschaften? (Cross-Industry, Lieferanten, NGOs?)					
Denken wir unsere bestehenden Prozesse nachhaltig neu?					
Verabschieden wir uns kontinuierlich von überholten Prozessen?					
Bleiben wir auf dem neuesten Stand der Technik, die Nachhaltigkeit fördert?					
Nutzen wir Digitalisierung, um nachhaltige Potentiale auszuschöpfen?					
Setzen wir auf kontinuierliche Verbesserung unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen?					

## 1.8 Stakeholder Engagement

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Führen wir einen offenen Dialog mit unseren Mitarbeitenden, Kunden, Lieferanten, Investoren, Gemeinden?					
Setzen wir auf maximale Transparenz in Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern?					
Verstehen wir die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Interessensgruppen?					
Beziehen wir diese in unsere Unternehmensstrategie ein?					
Nutzen wir eine gesunde Fehlerkultur für unsere nachhaltigen Ziele?					
Fördern wir Teambuilding für die Erreichung unserer nachhaltigen Ziele?					
Zeigen wir in unserem Handeln deutlich, dass wir das umsetzen, was wir sagen? (Walk the talk)					

## 1.9 Platz für eigene Fragen

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

## 2. Personal



Das Personalwesen eines erfolgreichen nachhaltigen Unternehmens basiert vorwiegend auf Prinzipien der sozialen Verantwortung und Umweltfreundlichkeit. Es umfasst die gezielte Auswahl von Mitarbeitenden, die Werte und Vision Ihres Unternehmens teilen. Es fördert faire Arbeitsbedingungen, transparente Kommunikation, eine ausgeglichene Work-Life-Balance und Wertschätzung Ihrer Mitarbeitenden unternehmensweit. Weiterhin legt es Wert auf Weiterbildung, Diversität und Inklusion. Nachhaltiges Personalmanagement zielt auf langfristige Beschäftigung und Mitarbeiterbindung ab.






Darüber hinaus setzen es auf umweltfreundliche Praktiken in der Arbeitsumgebung um. Ihre Personalabteilung unterstützt die Umsetzung Ihrer Nachhaltigkeitsziele und -initiativen im gesamten Unternehmen.






Es ist jedoch ebenso entscheidend, ökonomische Aspekte im Personalwesen nicht außer Acht zu lassen. Schließlich baut der wirtschaftliche Erfolg Ihres Unternehmens auf Ihren Mitarbeitenden auf. Daher sind deren Leistungsbereitschaft, Kompetenz und Mindset von entscheidender Bedeutung.






Investitionen in das Wohlbefinden und die Entwicklung Ihrer Mitarbeitenden zahlen sich nicht nur sozial und ökologisch aus, sondern tragen auch zur Steigerung des wirtschaftlichen Erfolgs Ihres Unternehmens bei. Ein zufriedenes, kompetentes und nachhaltig denkendes Team ist eine wesentliche Ressource für den langfristigen Erfolg Ihres Unternehmens






### Self-Assessment Personal

Nehmen Sie sich als Unternehmensverantwortliche die Zeit und tauchen Sie mit Ihrem Personalteam gemeinsam in die folgenden Themenfelder ein. Bitte lesen Sie die folgenden Fragen zum Thema Nachhaltigkeit im Personalwesen sorgfältig durch und markieren Sie auf der Skala den zutreffenden Status zu der jeweiligen Frage.

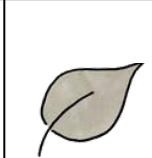
<h2>2.1 Rekrutierung</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Bilden die nachhaltigen Werte des Unternehmens die Grundlage bei unserem Recruiting?					
Machen wir unser nachhaltiges Handeln für interessierte Bewerber sichtbar?					
Können wir mit unserem nachhaltigen Handeln von uns als Arbeitgeber überzeugen?					
Stellen wir sicher, jene Kandidaten auszuwählen, die sich für Nachhaltigkeit interessieren und über entsprechende Kenntnisse und Erfahrungen verfügen?					
Wird im Recruiting Prozess unser Purpose genügend sichtbar?					
Berücksichtigen wir bei der Auswahl von Bewerbern auch deren Kompetenzen und Fähigkeiten, die zur Erreichung unserer Unternehmensziele beitragen können?					



<h2>2.2 Mitarbeiterentwicklung</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Schulen wir unsere Mitarbeitenden in ihren Fachbereichen kontinuierlich?					
Schulen wir unsere Mitarbeitenden in Bezug auf Nachhaltigkeit kontinuierlich?					
Stärken wir das Bewusstsein unserer Mitarbeitenden in Bezug auf Nachhaltigkeit?					
Gelingt es uns stets neues Wissen ins Unternehmen einzutragen?					
Geben wir unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich kontinuierlich in Zukunftsthemen weiterzubilden und eigene Expertisen aufzubauen?					

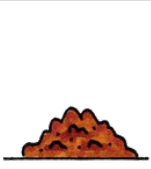



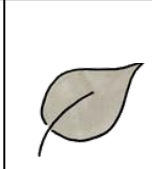
	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Fördern wir bereichsübergreifende Zusammenarbeit, um unserem Zukunftsbild näherzukommen?					
Bieten wir unseren Mitarbeitenden ausreichende Entwicklungsmöglichkeiten, um sie langfristig in unserem Unternehmen wachsen zu lassen?					




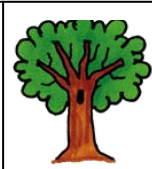
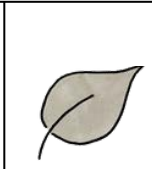
<b>2.3 Arbeitsbedingungen</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Tun wir alles, um die physische Gesundheit unserer Mitarbeiter zu steigern?					
Tun wir alles, um die mentale Gesundheit unserer Mitarbeiter zu steigern?					
Entwickeln wir die Resilienz unserer Mitarbeiter und unserer Organisation?					
Entwickeln wir Achtsamkeit zu einem nachhaltigen Tool? <sup>1</sup>					
Tragen wir zur Gesundheitsvorsorge unserer Mitarbeitenden bei?					
Fördern wir Freizeitaktivitäten, Laufgruppen und sportliche Betätigungen außerhalb der Arbeitszeiten?					
Gestalten wir die Arbeitsplätze ergonomisch?					
Sind unsere Arbeitsplätze sicher?					








	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Integrieren wir ausreichende Bewegung in den Arbeitsalltag unserer Mitarbeitenden?					
Achten wir auf ausreichende Pausenzeiten unserer Mitarbeitenden?					
Zahlen wir mit der Gestaltung der Arbeitsplätze auf Nachhaltigkeit ein?					
Achten wir auf eine ausreichende Belüftung und Klimatisierung der Arbeitsräume?					
Achten wir auf eine ausreichende Beleuchtung in den Arbeitsräumen?					
Stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeitenden sich am Arbeitsplatz wohlfühlen?					
Bieten wir genügend Rückzugsmöglichkeiten für konzentrierte Einzelarbeit?					
Fördern wir kreative Teamarbeit mit entsprechenden Räumlichkeiten und Tools?					
Sorgen wir für angemessene nachhaltige Arbeitsmittel?					
Ermöglichen wir flexible Arbeitsmodelle?					
Haben wir eine gesunde und effiziente Meeting-Kultur?					
Bieten wir Lebensmittel mit geringem CO2 Abdruck, aus regionalem Anbau, möglichst unverpackt in unseren Kantinen an?					
Gelingt es uns, Lebensmittelverschwendung zu minimieren?					

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Achten wir im Bereich Verpflegung auf sinnvollen Umgang mit Plastik?					
Achten wir auf im Bereich Verpflegung auf eine nachhaltige Logistik?					
Achten wir im Bereich Verpflegung auf sinnvollen Umgang mit Plastik?					
Bieten wir gesunde und ausgewogene Mahlzeiten an?					
Gelingt es uns Verpackungsmaterialien zu minimieren?					
Arbeiten wir mit Mehrwegsystemen von Lebensmittel- und Getränkeverpackungen?					
Bieten wir nachhaltige und gesunde Getränke an?					
Ist unsere Arbeitskleidung nachhaltig hergestellt?					
Ist unsere Arbeitskleidung nachhaltig gereinigt?					
Ist unsere Arbeitskleidung nachhaltig repariert bzw. entsorgt?					
Fühlen sich unsere Mitarbeitenden wohl in den Arbeitskleidern?					
Entsprechen die Unterkünfte unserer Mitarbeitenden den geltenden gesetzlichen Standards in Bezug auf Wohnqualität und Sicherheit?					
Fördern wir die Nutzung von umweltfreundlichen Verkehrsmitteln wie Fahrgemeinschaften, öffentlichen Verkehrsmitteln oder Jobrad?					






	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Gibt es ein Feedback-System, um die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden zu erfassen?					
Haben unsere Mitarbeitenden die Möglichkeit, Bedenken oder Probleme jeglicher Art zu äußern?					
Werden Schritte unternommen, um auf Anliegen der Mitarbeitenden einzugehen und mögliche Verbesserungen vorzunehmen?					

<b>2.4 Vielfalt und Inklusion</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Gehen wir die Themen Mobbing in unserem Unternehmen aktiv an?					
Gehen wir das Thema sexuelle Belästigung in unserem Unternehmen aktiv an?					
Stellen wir sicher, dass alle Mitarbeitenden unabhängig von ihrem Geschlecht ihrer ethnischen Zugehörigkeit, ihrer sexuellen Orientierung oder anderen Merkmalen gleiche Chancen haben?					
Unterstützen wir unsere Mitarbeitenden beim Thema Kinderbetreuung?					
Stellen wir sicher, dass beiden Elternpaare die gleichen Unterstützungsmöglichkeiten geboten werden?					
Fördern wir aktiv auch väterliche Elternzeiten?					
Klären wir über gleichberechtigte Arbeitszeitmodelle für Elternpaare auf?					






## 2.5 Mitarbeiterengagement

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Fördern wir Nachhaltigkeitsinitiativen unserer Mitarbeitenden?					
Haben Mitarbeitende die Möglichkeit, ihre Ideen für die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens einzubringen?					
Binden wir die Kenntnisse und Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden in unsere Nachhaltigkeitsstrategie ein?					
Sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen wie Wasser, Papier, Energie etc.?					
Schaffen wir ein positives Arbeitsklima?					
Gelingt es uns aus Fehlern kontinuierlich zu lernen?					
Teilen unsere Mitarbeitenden unseren Purpose?					
Identifizieren sich unsere Mitarbeitenden mit unserer Unternehmensstrategie?					
Sind unsere Strategie und unser Weg allen Mitarbeitenden bekannt?					
Gelingt es uns, jeden einzelnen Mitarbeiter in dem zu befähigen, was sie am besten können?					

## 2.6 Nachhaltige Vergütung und Anreize

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Ist unsere Entlohnung und unser Prämiensystem sozial gestaltet?					
Sorgen wir für Fairness für alle Mitarbeitende?					
Belohnen wir nachhaltige Verhaltensweisen und Leistungen unserer Mitarbeitenden durch entsprechend ausgerichtete Anreizsysteme?					
Nutzen wir nachhaltige Potenziale in Prämiensystemen?					

## 2.7 Platz für eigene Fragen

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

## 3. Forschung & Entwicklung



Als nachhaltiges Unternehmen haben Sie mit Ihrer Forschung und Entwicklung (F&E) die wichtige Aufgabe, für die Umwelt und Gesellschaft klügere Lösungen zu entwickeln. Sie gehen mit wirtschaftlich attraktiven Angeboten, ökologische und soziale Herausforderungen innovativ an. Durch einen systematischen Ansatz treiben Sie langlebige und kreislauffördernde Produkt- und Prozessinnovationen voran. Dabei legen Sie den Fokus auf Identifizierung und Verwendung umweltfreundlicher Materialien, Verbesserung von Produktionsprozessen und Erschließung/Anwendung alternativer Energiequellen, um Ressourcenverbrauch und Emissionen zu reduzieren.

Sie ermöglichen mit Ihrem F&E-Team Wissensaustausch und den Zugang zu neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen, in dem Sie die Zusammenarbeit mit Universitäten, Forschungseinrichtungen und Branchennetzwerken fördern.






Durch einen iterativen Innovationsprozess, bei dem Prototypen kostengünstig hergestellt und getestet werden, stellt Ihr Team sicher, dass nachhaltige Lösungen effizient und effektiv in die Praxis umgesetzt werden können. Zudem verfolgt Ihr F&E-Team Trends und Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit, um frühzeitig auf neue Herausforderungen zu reagieren.




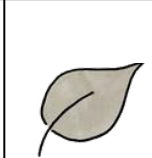
Eine enge Verknüpfung zwischen F&E, Unternehmensstrategie und Nachhaltigkeitszielen ist entscheidend, um langfristigen Erfolg zu gewährleisten und einen positiven Beitrag für Gesellschaft und Umwelt zu leisten. Durch die Entwicklung klügerer Lösungen trägt Ihre F&E-Abteilung maßgeblich zur Innovationskraft Ihres nachhaltigen Unternehmens bei.

### Self-Assessment Forschung & Entwicklung




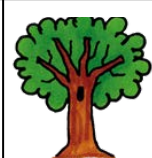
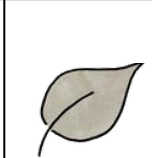
Begeben Sie sich als Unternehmensführung nun gemeinsam mit Ihrem Team auf Entdeckungstour von Nachhaltigkeitspotenzialen im Bereich der Forschung & Entwicklung in Ihrem Unternehmen. Bitte lesen Sie die folgenden Fragen sorgfältig durch und markieren Sie auf der Skala den zutreffenden Status zu der jeweiligen Frage.





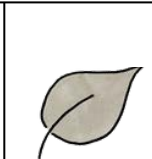
### 3.1 Value Proposition Design

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Arbeiten wir mit dem Ansatz von Planet Centric Design?					
Denken wir beim Design unserer Produkte in Kreisläufen?					
Haben wir beim Design die gesamte Wertschöpfungskette im Blick?					
Binden wir Akteure in der Wertschöpfungskette in den Design Prozess ein?					
Denken wir beim Design unserer Produkte bereits in zirkulären Geschäftsmodellen?					
Kümmern wir uns nicht nur um die Bedürfnisse unserer Kunden, sondern auch um die des Planeten?					
Schaffen wir Nutzen sowohl für unsere Kunden als auch für den Planeten, indem wir positive Veränderungen für beide Seiten anstreben?					
Leistet unser Angebot einen positiven Beitrag zu den Sustainable Development Goals?					
Achten wir beim Design auf umweltfreundliche Materialien?					
Ist unser Angebot nachhaltig verpackt?					
Gelangt unser Produkt nachhaltig zum Kunden?					
Wissen wir, wo unsere Komponenten herkommen?					
Achten wir schon beim Design auf resiliente Lieferketten?					




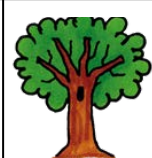
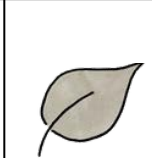
	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Achten wir auf Minimierung von Materialeinsatz?					
Sind unsere Produkte kreislauffähig?					
Beachten wir die Reduzierung von Abfällen bereits im Designprozess?					
Sind unsere Angebote langlebig gedacht?					
Haben wir interne Nachhaltigkeitsstandards für das Design neuer Angebote etabliert?					
Ist das Nutzererlebnis (User Journey) mit unserem Angebot auf nachhaltige Weise gestaltet?					
Wissen wir, was mit unserem Produkt nach dem Gebrauch passiert?					
Wissen wir, wie unser Produkt entsorgt wird?					
Arbeiten wir mit Forschungseinrichtungen zum Thema Recycling und Upcycling?					
Können wir die Lebensdauer unserer Produkte durch Reparatur, Wartung und Upcycling verlängern?					
Berücksichtigen wir die sozialen Auswirkungen unserer Angebote neben den Umweltauswirkungen?					
Setzen wir Ecodesign-Prinzipien ein, um Produkte von vornherein so zu gestalten, dass sie leicht recycelbar oder wiederverwendbar sind?					
Untersuchen wir die Möglichkeit, innovative Geschäftsmodelle zu entwickeln, die Sharing Economy basieren?					



	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Denken wir bereits bestehende Produkte neu?					
Verwenden wir standardisierte Mehrwegverpackungen für unsere Produkte?					
Achten wir auf wiederabbaubare Verpackungen aus natürlichen Quellen?					
Lassen wir uns beim Design neuer Produkte von der Natur inspirieren, um klügere Lösungen zu finden?					

<b>3.2 Ressourcenplanung</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Arbeiten wir mit dem neusten Stand der Technik, um Nachhaltigkeitspotenziale auszuschöpfen?					
Entwickeln wir energieeffiziente Technologien und Prozesse?					
Setzen wir energieeffiziente Technologien und Prozesse für das Design unserer Angebote ein?					
Reduzieren wir mit unserem Angebot den Energieverbrauch?					
Reduzieren wir mit unserem Angebot den Verbrauch von Wasser?					
Sind uns die Umweltauswirkungen unserer neuen Angebote bekannt?					






### 3.3 Nachhaltigkeitsforschung

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Betreiben wir aktive Forschung und Entwicklung in den Bereichen erneuerbare Energien, Kreislaufwirtschaft und nachhaltige Materialien?					
Kooperieren wir mit akademischen Institutionen und externen Forschungspartnern, um innovative nachhaltige Technologien zu entwickeln?					
Arbeiten wir an Projekten zur Verbesserung der Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit unserer Produkte und Dienstleistungen?					
Unterstützen wir die Entwicklung von branchenübergreifenden Nachhaltigkeitsstandards und -richtlinien?					

### 3.4 Partnerschaften

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Nutzen wir Up-Stream-Partnerschaften (in Richtung der Lieferanten) in der Wertschöpfungskette, um Nachhaltigkeitspotenziale auszuschöpfen?					
Nutzen wir Down-Stream-Partnerschaften (in Richtung Endabnehmer) in der Wertschöpfungskette, um Nachhaltigkeitspotenziale auszuschöpfen?					
Nutzen wir die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen, um Nachhaltigkeitspotenziale auszuschöpfen?					
Arbeiten wir mit öffentlichen Einrichtungen, um Nachhaltigkeitspotenziale auszuschöpfen?					
Ist uns bekannt, welche Partnerschaften uns unterstützen können, um unsere Angebote nachhaltiger zu designen?					

### 3.5 Platz für eigene Fragen

3.5 Platz für eigene Fragen	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

## 4. Beschaffung



Die Beschaffung eines nachhaltigen Unternehmens beinhaltet die strategische Auswahl von Lieferanten und die Gestaltung von Lieferketten, die ökologische und soziale Kriterien erfüllen und wirtschaftliche Aspekte im Auge behalten.

Durch umfassende Nachhaltigkeitskriterien und Audits werden potenzielle Lieferanten bewertet und Partnerschaften aufgebaut, die den Unternehmenswerten entsprechen. Ihre Beschaffungsabteilung arbeitet eng mit anderen Abteilungen zusammen, um die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen zu gewährleisten

Eine nachhaltige Beschaffung kann zum Erfolg Ihres Unternehmens beitragen, indem sie die Lieferkettentransparenz verbessert, Kreisläufe stärkt und den Zugang zu nachhaltigeren Materialien eröffnet.






Durch die Zusammenarbeit mit ausgewählten Lieferanten kann sie zudem Kosten einsparen, Effizienzen steigern und Innovationen realisieren.

Eine nachhaltige Beschaffung trägt zur langfristigen Wettbewerbsfähigkeit und zum Erfolg Ihres Unternehmens bei.






### Self-Assessment Beschaffung

Entdecken Sie als Geschäftsführung nachfolgend mit Ihrem Team brachliegende Potenzialfelder für Nachhaltigkeit im Bereich Beschaffung. Bitte lesen Sie die folgenden Fragen rund um das Thema Beschaffung sorgfältig durch und markieren Sie auf der Skala den zutreffenden Status zu der jeweiligen Frage






## 4.1 Verantwortungsvolle Beschaffung

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Stammen unsere Komponenten und Materialien aus verantwortungsvollen Quellen?					
Achten wir bei der Beschaffung unserer Materialien auf „Fair Trade“?					
Stellen wir sicher, dass bei der Beschaffung Umweltauswirkungen minimiert werden?					
Besteht ein Bestreben zum Local Sourcing von unseren Komponenten?					
Ist uns bekannt, an welchen Stellen in der Lieferkette wir CO2 reduzieren können?					
Ist die Verpackung der angelieferten Ware nachhaltig und wiederverwendbar?					
Sind uns die Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes im Detail bekannt?					
Fördern wir mit unserer Beschaffung Kreislaufwirtschaft, Recycling und Vermeidung von Einwegprodukten?					
Sparen wir Einkaufskosten durch Wiederverwendung von Materialien?					
Lassen wir abgenutzte Gegenstände wo möglich aufarbeiten (z.B. Refurbishment von Möbeln und Smartphones)?					

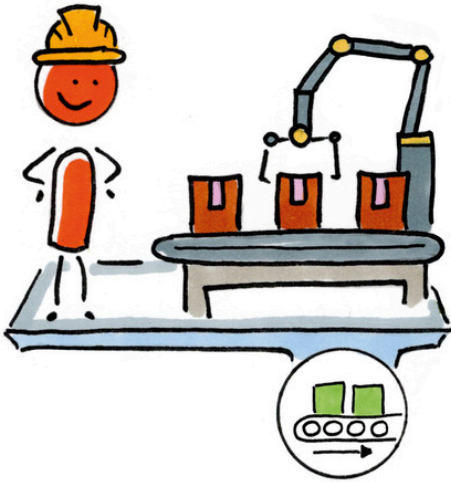
## 4.2 Transparente Lieferketten

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Sind uns die Geschäftspraktiken entlang der Lieferkette bekannt und transparent?					
Ist uns bekannt, dass keine illegalen und unethischen Praktiken in unserer Lieferkette involviert sind?					
Gestalten und entwickeln wir unsere Lieferkette passend zu unserem enkelfähigen Zukunftsbild?					
Leisten wir aktiv einen positiven Beitrag zum Umweltschutz mit unserer Beschaffung?					
Arbeiten wir mit unseren Lieferanten an innovativen Lösungen für mehr Nachhaltigkeit in der Lieferkette?					
Findet ein kontinuierlicher Austausch von Wissen, Erfahrungen und Technologien mit unseren Lieferanten statt?					
Haben wir mit unseren Lieferanten gemeinsame Nachhaltigkeitsziele definiert?					
Pflegen wir eine offene und partnerschaftliche Kommunikation mit unseren Lieferanten?					
Haben wir ein Lieferantenbewertungssystem installiert?					
Arbeiten wir mit unseren Lieferanten zusammen, um Materialien zurückzunehmen und in den Produktionskreislauf zurückzuführen?					
Finden Nachhaltigkeitsaspekte in dieser Lieferantenbewertung ausreichend Beachtung?					

### 4.3 Platz für eigene Fragen

4.3 Platz für eigene Fragen	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

## 5. Produktion



Die Produktionsabteilung eines erfolgreichen nachhaltigen Unternehmens ist effizient und umweltfreundlich aufgestellt. Durch den Einsatz modernster Technologien und durchgehender Digitalisierung erreichen Sie einen hohen Grad an Ressourceneffizienz und Abfallvermeidung. Sie setzen auf erneuerbare Energiequellen, um den Energiebedarf zu decken, und nutzen nachhaltige Materialien für die Herstellung Ihrer Produkte. Mit Ihrem strikten Qualitätsmanagement gewährleisten Sie, dass Komponenten aus Re- und Upcycling-Quellen den hohen Qualitätsstandards entsprechen.

Ihre Mitarbeitende werden kontinuierlich geschult und sensibilisiert, um nachhaltige Praktiken in ihren Arbeitsalltag zu integrieren.

Ein enger Austausch mit der Forschung & Entwicklung, mit Lieferanten und Dienstleistern fördert den Einsatz neuer umweltfreundlicher Technologien. Ihre Produktionsabteilung arbeitet eng mit internen und externen Partnern zusammen, um innovative Lösungen umzusetzen und den gesamten Produktionsprozess effizient, ressourcenschonend und umweltfreundlich zu gestalten.

Durch diese ganzheitliche Herangehensweise trägt Ihre Produktionsabteilung maßgeblich zur Nachhaltigkeitsstrategie Ihres Unternehmens bei.






### Self-Assessment Produktion




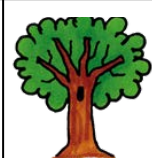
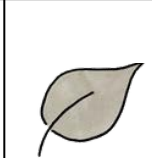
Nachfolgend haben Sie als Führungskraft die Möglichkeit, Potenzialfelder für den Bereich Produktion in Ihrem Unternehmen zu erkunden. Nehmen Sie sich die Zeit und bearbeiten Sie gemeinsam mit ihrem Team durch die folgenden Fragenstellungen.




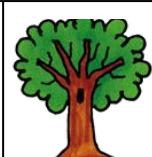
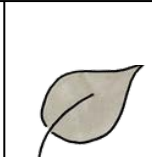
Lesen Sie die Fragen sorgfältig durch und markieren Sie den zutreffenden Status zu der jeweiligen Frage auf der Skala.








## 5.1 Ressourceneffizienz

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Haben wir unseren Energieeinsatz zu einem Minimum reduziert?					
Setzen wir erneuerbare Energien ein?					
Sind Maßnahmen definiert, um unseren Wasserverbrauch zu minimieren?					
Gehen wir sparsam mit dem Einsatz von Rohstoffen um?					
Setzen wir energieeffiziente Technologien ein?					
Achten wir auf die Vermeidung und Minimierung von Abfällen?					
Setzen wir Verfahren für Recycling und für die Wiederverwendung von Materialien ein?					
Setzen wir auf Abgasreduktion?					
Wissen wir, wie wir weiter den CO <sub>2</sub> -Ausstoß reduzieren können?					
Setzen wir umweltfreundliche Materialien ein?					
Sind unsere Materialien biologisch abbaubar?					
Sind unsere Reinigungsmittel umweltfreundlich?					
Haben wir schädliche Chemikalien bereits eliminiert?					






	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Implementieren wir Lean-Prinzipien, um den Ressourceneinsatz in unseren Produktionsprozessen zu optimieren?					
Haben wir ein System zur kontinuierlichen Überwachung und Berichterstattung über unseren Ressourcenverbrauch implementiert?					

<b>5.2 Produktionsprozess</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Haben wir Maßnahmen definiert, um den Ausstoß von Treibhausgasen, Luftverschmutzung und anderen schädlichen Emissionen zu minimieren?					
Setzen wir emissionsarme Technologien ein?					
Wissen wir, wie nachhaltiger Arbeitsschutz aussehen kann?					
Schöpfen wir Potenziale im Bereich Steuerung der Produktionsprozesse, um Fehlproduktion nachhaltig zu vermeiden?					
Nutzen wir unsere Qualitätssicherung zur Nachhaltigkeitssteigerung?					
Ist unser Reinigungsprozess nachhaltig durchdacht?					
Nutzen wir nachhaltige Potenziale im Bereich Produktionsplanung?					
Stellen wir sicher, dass bei Produktwechsel wenig Material verschwendet wird?					
Nutzen wir nachhaltige Potenziale im Bereich Partnerschaften in der Produktion?					

### 5.3 Kreislauffähigkeit

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Wissen wir, welche Materialien wir einem Upcycling zuführen können?					
Ist unser Recyclingprozess nachhaltig durchdacht?					
Wissen wir, welche Kreislaufsysteme wir kreieren können?					
Haben wir bereits Kreislaufsysteme implementiert, um Materialien wiederzuverwenden?					
Sorgen wir dafür, dass Materialien vom Endverbraucher wieder zu uns zurückfinden?					
Nutzen wir nachhaltige Potenziale im Bereich Abfall & Reststoffe?					
Arbeiten wir branchenübergreifend zum Thema Cradle to Cradle?					

### 5.4 Platz für eigene Fragen

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

## 6. Marketing



Das Marketing eines erfolgreichen nachhaltigen Unternehmens ist auf eine transparente und authentische Kommunikation auf Augenhöhe mit seinen Kunden und Kundinnen ausgelegt.

Es legt großen Wert darauf, die Nachhaltigkeitsbemühungen Ihres Unternehmens hervorzuheben und die Verbraucher über die positiven Auswirkungen ihrer Kaufentscheidungen zu informieren.

Ihre Marketingstrategie basiert auf ethischen Prinzipien und beinhaltet eine klare Darstellung der ökologischen und sozialen Verantwortung Ihres Unternehmens.






Ihre umweltfreundlichen Produkteigenschaften werden betont und Nachhaltigkeitslabels und Zertifizierungen genutzt, um die Glaubwürdigkeit zu stärken.






Eine aktive Präsenz in den sozialen Medien und der Einsatz von Influencer-Marketing helfen Ihnen, eine breite Zielgruppe zu erreichen.




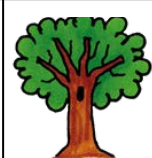
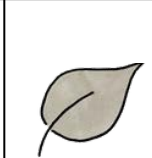
Das Marketingteam arbeitet eng mit anderen Abteilungen zusammen, um sicherzustellen, dass die gesamte Wertschöpfungskette nachhaltige Prinzipien einhält. Durch diese Ausrichtung stärkt Ihr Marketing das Vertrauen der Kunden und fördert eine langfristige Bindung an die Marke

### Self-Assessment Marketing






Marketing ist Ihr Bindeglied zum Kunden. Entdecken Sie die Potenzialfelder für Nachhaltigkeit in diesem Bereich, in dem Sie die folgenden Fragen sorgfältig durchlesen und gemeinsam mit Ihrem Marketing-Team den zutreffenden Status auf der Skala markieren.

<h2>6.1 Kundenbeziehung und Kommunikation</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Ist unsere Kommunikation zum Kunden ehrlich und transparent?					
Ist dem Kunden unser „nachhaltiges Warum“ – unser Purpose – bekannt?					
Gelingt es uns, unsere Kunden ständig im Blick zu haben, zu kennen und zu verstehen?					
Haben wir eine langfristige Kundenbeziehung auf Augenhöhe etabliert?					
Schaffen wir es, nicht nur Produkte zu verkaufen, sondern eine Botschaft zu vermitteln?					
Setzen wir nachhaltige Druck- und Etikettierungsmaterialien ein?					
Bieten wir Informationen zur umweltfreundlichen Entsorgung unserer Verpackungen und Produkte?					






<h2>6.2 Nachhaltigkeit und Ethik</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Gelingt uns ein Datenschutz unserer Kunden nachhaltig?					
Entwickeln wir Communities, die nachhaltig auf Gesellschaft und Umwelt wirken?					
Bringen wir einen Mehrwert für die Gesellschaft durch unsere Social-Media-Aktivitäten?					
Machen wir Ethik in unserem Business für unsere Stakeholder sichtbar und greifbar?					

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Sichern wir die langfristige Sicherheit und Zufriedenheit unserer Kunden mit unseren Angeboten?					
Können wir maximale Transparenz über unser Angebot herstellen?					
Binden wir informierte Verbraucher aktiv ein, um das volle Potenzial der Nachhaltigkeit auszuschöpfen?					
Schaffen wir es, mit unseren Angeboten nachhaltiges Wissen an unsere Stakeholder zu vermitteln?					
Ist sichergestellt, dass Greenwashing in unserer Kommunikation keinen Platz hat?					
Legen wir die Herkunft unserer Produkte offen?					
Sind unsere Events nachhaltig organisiert?					
Kooperieren wir mit Influencern und Partnern, die unsere Nachhaltigkeitswerte teilen?					
Verleihen wir unserer Marke durch Partnerschaften und Kooperationen im Nachhaltigkeitsbereich Glaubwürdigkeit?					
Arbeiten wir mit gemeinnützigen Organisationen oder NGOs zusammen, um soziale und umweltbezogene Zwecke zu unterstützen?					

### 6.3 Marketingstrategie und Kundenverständnis

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Wissen wir, wie Werbung nachhaltig neu gedacht werden kann?					
Wissen wir, wie der Kunde im Detail mit unseren Produkten umgeht?					
Wissen wir, warum Menschen bei uns kaufen?					
Kennen wir die Bedürfnisse und Werte nachhaltig bewusster Kunden?					
Wecken wir in unseren Kunden ein größeres Nachhaltigkeitsbewusstsein?					
Zahlt unser Marketing auf die Sustainable Development Goals ein?					

### 6.4 Platz für eigene Fragen

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

## 7. Vertrieb



Im Vertrieb eines erfolgreichen nachhaltigen Unternehmens steht eine kundenorientierte und nachhaltige Ausrichtung im Fokus.

Durch aktive Kundenbindung und Betonung der Nachhaltigkeitsvorteile der Produkte gelingt es Ihrem Vertriebsteam enge Beziehung zu den Kunden aufzubauen. Transparente und ethische Verkaufsprozesse gewährleisten Vertrauen und Glaubwürdigkeit.

Dabei setzt Ihr Team auf umweltfreundliche Verpackungen und Versandlösungen, um ökologische Belastungen zu minimieren.

Ihr Kundenservice ist stets erreichbar und informiert kompetent über Fragen zu Nachhaltigkeit und Produktqualität.

Durch Kooperationen mit Einzelhandelspartnern, die dieselben nachhaltigen Werte teilen, erreichen Sie eine größere Reichweite.






Diese kundenorientierte und nachhaltige Ausrichtung im Vertrieb festigt Ihre Kundenbeziehungen und unterstützt den Erfolg Ihres Unternehmens nachhaltig.

### Self-Assessment Vertrieb






Bitte lesen Sie die folgenden Fragen zum Thema Vertrieb sorgfältig durch und markieren Sie auf der Skala den zutreffenden Status im Kontext der Nachhaltigkeit zu der jeweiligen Frage













## 7.1 Vertriebsstrategie

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Setzen wir Nachhaltigkeit für einen fairen Wettbewerb ein?					
Wirken wir Korruption effizient entgegen?					
Zahlt unser Vertriebssystem auf die Sustainable Development Goals ein?					
Bieten wir Produkte und Dienstleistungen an, die langlebig und reparierbar sind?					
Haben wir eine nachhaltige Preisstrategie, die fairen Handel und langfristige Kundenbeziehungen fördert?					
Berücksichtigen wir die sozialen und ökologischen Kosten bei der Preisgestaltung unserer Produkte?					
Gibt es Anreize für Kunden, nachhaltige Produkte zu wählen, wie bspw. Rabatte oder Prämien?					
Bieten wir nachhaltige Produktangebote an?					
Nutzen wir Partnerprogramme, um nachhaltige Produkte und Lösungen gemeinsam zu vermarkten?					






## 7.2 Kundenkontakt und Beziehungen

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Gestalten wir unsere/n Kundenkontakt/-besuche nachhaltig?					
Wissen wir, wie nachhaltig gedachte Kundenbeziehungen aussehen?					






	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Haben wir ein Bild davon, wie nachhaltiges Reklamationswesen aussehen kann?					
Haben wir ein Konzept für nachhaltiges Beschwerdemanagement und Kundenrückgewinnung?					
Fördern wir bei unseren Kunden die Pflege, Reparatur und Wiederverwendung unserer Produkte?					
Setzen wir Anreize für Kunden, Produkte zu recyceln oder zurückzugeben?					
Schulen wir unser Vertriebspersonal, damit sie Kunden über die Nachhaltigkeitsvorteile unserer Produkte aufklären können?					
Bieten wir Schulungen für unsere Kunden an, um nachhaltige Nutzung und Entsorgung zu unterstützen?					

<b>7.3 Messung &amp; Erfolg</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Wissen wir, wie sichtbar nachhaltige Veranstaltungen uns erfolgreich machen können?					
Haben wir Erfolgsmessungen für unseren Vertrieb implementiert, die nicht (nur) auf reinen Absatz- und Wachstumzahlen beruhen?					
Haben wir KPIs (Key Performance Indicators) für nachhaltige Vertriebsziele definiert und verfolgen diese?					

## 7.4 Nachhaltige Mobilität

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Haben wir Richtlinien oder Anreize für die Nutzung umweltfreundlicher Fahrzeuge für unser Vertriebspersonal?					
Fördern wir nachhaltige Mobilität wie öffentliche Verkehrsmittel, Fahrradnutzung oder Fahrgemeinschaften für unsere Vertriebsmitarbeiter?					
Ermutigen wir unser Vertriebspersonal dazu, Besprechungen und Kundenbesuche so zu planen, dass Fahrten minimiert werden?					
Bieten wir Optionen für Homeoffice oder virtuelle Kundenmeetings an, um die Notwendigkeit von Geschäftsreisen zu reduzieren?					
Verfolgen wir den CO2-Fußabdruck unserer Vertriebsaktivitäten und setzen uns Ziele zur Reduzierung?					
Haben wir Maßnahmen ergriffen, um Geschäftsreisen nachhaltiger zu gestalten, wie etwa den Einsatz von Videokonferenztechnologie?					

## 7.5 Platz für eigene Fragen

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

## 8. Logistik



Die Logistik eines nachhaltigen Unternehmens zeichnet sich durch ihre effiziente und umweltfreundliche Ausrichtung aus.

Dabei wird besonderes Augenmerk auf die Optimierung der Lieferkette gelegt, um Transportwege zu minimieren und den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren.

Durch den Einsatz von Technologien für Routenoptimierung werden Echtzeitdaten erfasst, um Ressourcen effizient zu nutzen. Um Abfall zu reduzieren, werden nachhaltige Verpackungsmaterialien eingesetzt.






Zudem wird eine sorgfältige Bestandsverwaltung durchgeführt, um Überproduktion und Verschwendung zu vermeiden.

Als nachhaltiges Unternehmen pflegen Sie enge Partnerschaften mit Lieferanten, um gemeinsam nachhaltige Lösungen entlang der gesamten Logistikkette umzusetzen. Diese ganzheitliche Ausrichtung ermöglicht es, eine effiziente und umweltschonende Logistik zu gewährleisten.






### Self-Assessment Logistik

Entdecken Sie nun das Potenzial für mehr Nachhaltigkeit im Bereich Logistik Ihres Unternehmens. Lesen Sie gemeinsam mit Ihrem Team die nachfolgenden Fragen durch und markieren Sie den zutreffenden Status auf der Skala.






## 8.1 Logistikprozesse






	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Ist uns bekannt, wie wir durch effiziente Routenplanung Geld und Energie sparen können?					
Setzen wir moderne Routing- und Telematiksysteme ein für optimale Transportrouten?					
Nutzen wir Partnerschaften mit anderen Unternehmen oder Plattformen, um Leerfahrten zu vermeiden?					
Wissen wir, wie wir Transportwege (lokal anstatt global) nachhaltig neu denken können?					
Denken wir Kühlketten nachhaltig neu?					
Verwenden wir energieeffiziente Kühltechnologien und erneuerbare Energiequellen für unsere Kühlketten?					
Sind unsere Lagerhaltung und das Bestandsmanagement effizient aufgestellt?					
Setzen wir moderne Lagerverwaltungssysteme und Technologien wie RFID ein, um den Lagerbestand zu optimieren und Energie zu sparen?					
Setzen wir neue Technologien ein, um Lagerbestände zu reduzieren und Energie zu sparen?					
Haben wir automatisierte Lager- und Kommissioniersysteme sowie Predictive Analytics für die Bestandsreduzierung und Energieeinsparung im Einsatz?					






## 8.2 Umweltschutz

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Werden umweltfreundliche Verpackungsmaterialien eingesetzt?					
Verwenden wir recycelbare und biologisch abbaubare Verpackungsmaterialien?					
Setzen wir womöglich Mehrweg-Transport-Verpackungen ein?					
Ist Umweltschutz als Leitlinie für unsere Logistik etabliert?					
Wissen wir, wie eine effiziente Abgasverringerng aussehen kann?					
Nehmen wir Einfluss auf den Feinstaub?					
Reduzieren wir kontinuierlich unseren verursachten Feinstaub?					
Nutzen wir umweltfreundliche Fahrzeugtechnologien?					

## 8.2 Dienstleister

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Wissen wir, welche Transportmittel zukünftig am nachhaltigsten sind, und richten wir uns danach aus?					
Wissen wir, wie nachhaltig unsere Dienstleister aufgestellt sind?					
Wählen wir Logistikdienstleister nach ihrem ökologischen und sozialen Impact aus?					

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Setzen wir geräuschreduzierende Technologien für die Verbesserung des Komforts in Logistikzentren und Transportfahrzeugen?					
Findet eine Evaluierung und Auswahl von Transportdienstleistern statt, die umweltfreundliche Konzepte anbieten?					
Berücksichtigen wir ökologische und soziale Kriterien bei der Auswahl unserer Logistikdienstleister?					

<b>8.4 Platz für eigene Fragen</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

## 9. Finance/Controlling



Die Finanzabteilung und das Controlling eines nachhaltigen Unternehmens sind auf eine ganzheitliche und langfristige Perspektive ausgerichtet. Sie legen Wert auf eine umfassende finanzielle Bewertung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen, um deren ökonomischen Nutzen zu erfassen.

Ihre Finanzabteilung unterstützt Sie als Geschäftsleitung bei der Entwicklung nachhaltiger Investitionsstrategien und der Identifizierung von Wachstumschancen im Einklang mit den Nachhaltigkeitszielen.

Ihr Controlling stellt sicher, dass die Nachhaltigkeitsziele in den Geschäftsprozessen verankert sind und kontinuierlich überwacht werden.

Durch transparente Berichterstattung und regelmäßige Nachhaltigkeitsaudits stellen Sie die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards sicher.






Mit Ihrer Finanzabteilung und Ihrem Controlling tragen somit maßgeblich zur ganzheitlichen und langfristigen Ausrichtung Ihres Unternehmens bei






### Self-Assessment Finanzen & Controlling






Auch mit dem Bereich Finanzen & Controlling können Sie nachhaltiges Wirtschaften in Ihrem Unternehmen verstärken. Entdecken Sie gemeinsam mit Ihrem Team die Potenziale anhand der folgenden Fragestellungen.






Lesen Sie diese bitte sorgfältig durch und markieren Sie den zutreffenden Status auf der Skala.



<h2>9.1 Investitionen &amp; Strategien</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Wissen wir, wie nachhaltige Investments aussehen können?					
Berücksichtigen wir ESG-Kriterien für nachhaltige Investitionsstrategien?					
Unterstützen wir nachhaltige Projekte mit unseren Investitionsentscheidungen?					
Beziehen wir die gesamten Lebenszykluskosten bei Investitionsentscheidungen ein, um sicherzustellen, dass nachhaltige Optionen langfristig wirtschaftlich sind?					
Arbeiten wir mit Partnern, um Zugang zu nachhaltigen Investitionsmöglichkeiten zu erhalten?					
Betrachten wir auch langfristige Risiken ökologischer, ökonomischer und sozialer Natur (Nachhaltigkeitsrisiken) bei unseren Investitionsentscheidungen?					
Entwickeln wir Strategien und Maßnahmen zur Risikominimierung dieser Risiken?					
Haben wir Methoden zur Messung des sozialen und ökologischen Impacts von Investitionen implementiert?					
Sorgen wir dafür, dass die Verwaltung von Nachhaltigkeitsaspekten das Unternehmen nicht unnötig beeinträchtigt?					

<h2>9.2 Budgetplanung &amp; Reporting</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Haben wir konkrete Budgets für Nachhaltigkeitsinitiativen und -projekte festgelegt?					
Nutzen wir Anreizsysteme, um Mitarbeitende zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele zu motivieren?					

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Nutzen wir Subventionierung, um unsere Nachhaltigkeitsprojekte zu finanzieren?					
Haben wir ein umfassendes Nachhaltigkeitsreporting etabliert, das uns transparente qualitative sowie quantitative Indikatoren für unsere aktuelle IST-Situation liefert?					
Haben wir eine transparente Berichterstattung über Fortschritte bei Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele etabliert?					

<b>9.3 Platz für eigene Fragen</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

## 10. IT/Digitalisierung



Als erfolgreiches nachhaltiges Unternehmen nutzen Sie die Digitalisierung auf vielfältige Weise, um Ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Durch den Einsatz digitaler Technologien können Sie Prozesse automatisieren, was zu einer Effizienzsteigerung und Ressourceneinsparungen führt.

Die Datenerfassung und -analyse ermöglicht eine fundierte Überwachung von Ihren Umweltauswirkungen und Ressourcenverbrauch in Echtzeit.

Durch digitale Kommunikationsplattformen und virtuelle Zusammenarbeit können Sie Geschäftsreisen reduzieren.






Die Digitalisierung unterstützt auch die Entwicklung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen, bspw. durch virtuelle Prototypen und IoT-Technologien zur Überwachung der Produktlebenszyklen.






Die Transparenz entlang der Lieferkette wird durch den Einsatz von digitalen Tools wie Blockchain verbessert. Zudem ermöglicht die Digitalisierung Ihren Kunden einen leichteren Zugang zu nachhaltigen Produkten und Unternehmen sowie die Teilhabe an nachhaltigen Initiativen.






Als nachhaltiges Unternehmen nutzen Sie die Digitalisierung, um Effizienz zu steigern, Transparenz zu fördern und innovative Lösungen für eine nachhaltigere Zukunft zu schaffen.






### Self-Assessment IT/Digitalisierung

Bitte lesen Sie die folgenden Fragen zum Thema IT/Digitalisierung sorgfältig durch und markieren Sie auf der Skala den zutreffenden Status im Kontext der Nachhaltigkeit zu der jeweiligen Frage.






<h2>10.1 Digitale Ressourcen</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Gelingt es uns durch Digitalisierung physische Ressourcen einzusparen?					
Arbeiten wir mit einer digitalen Dokumentenverwaltung, um Papier- und Druckkosten sowie Materialverschwendung zu vermeiden?					
Setzen wir virtuelle Meetings ein, um Energie und Kosten bei Reisen zu vermeiden?					
Setzen wir intelligente Energiemanagementsysteme ein?					
Nutzen wir digitale Lösungen für eine nachhaltige Mobilität wie Carsharing, intelligente Verkehrssysteme etc.?					
Nutzen wir digitale Plattformen oder Tools zur Berichterstattung über unsere Nachhaltigkeitsleistungen und -fortschritte, um Transparenz für Stakeholder zu schaffen?					
Setzen wir das Internet der Dinge (IoT) und Sensoren ein, um den Verbrauch von Ressourcen wie Wasser und Energie in Echtzeit zu überwachen und zu optimieren?					

<h2>10.2 Digitalisierung der Abläufe und Prozesse</h2>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Sind unsere Workflows digital und effizient aufgestellt?					
Greifen die einzelnen Unternehmensbereiche optimal digital ineinander ein, sodass keine Ineffizienzen entstehen?					
Setzen wir Digitalisierung effizient entlang der Wertschöpfungskette ein, um Transparenz zu schaffen?					
Nutzen wir digitale Plattformen, um unsere Logistik zu optimieren?					

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Nutzen wir digitale Lösungen, um effizienter und präziser Ressourcen einzusetzen (z.B. Wasser und Energie)?					
Arbeiten wir mit Sensoren, um die Produktion und Logistik effizienter zu gestalten?					
Nutzen wir Blockchain-Technologie für eine effizientere Rückverfolgbarkeit?					
Nutzen wir KI und maschinelles Lernen, um Geschäftsprozesse weiter zu optimieren und Verschwendung von Ressourcen zu vermeiden?					

<b>10.3 Partnerschaften</b>	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns
Sind wir durch digitale Verknüpfung optimal mit unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette verbunden?					
Nutzen wir digitale Kollaborationsplattformen, um in Echtzeit mit unseren Partnern in der Wertschöpfungskette zu kommunizieren und Informationen auszutauschen?					
Nutzen wir digitale Lösungen, um mehr Transparenz für unsere Kunden zu schaffen?					
Haben wir eine Datenstruktur geschaffen, die die Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten auf Umwelt und Gesellschaft bemisst? (Impactmessung)					
Tauschen wir Daten mit unseren Partnern aus, um gemeinsam die Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten auf Umwelt und Gesellschaft zu messen und zu bewerten?					

## 10.4 Platz für eigene Fragen

	 Potenzial bisher nicht gesehen	 Potenzial erkannt, aber noch nicht erschlossen	 Potenzial erkannt und teilweise erschlossen	 Potenzial voll erschlossen	 Themen nicht relevant für uns

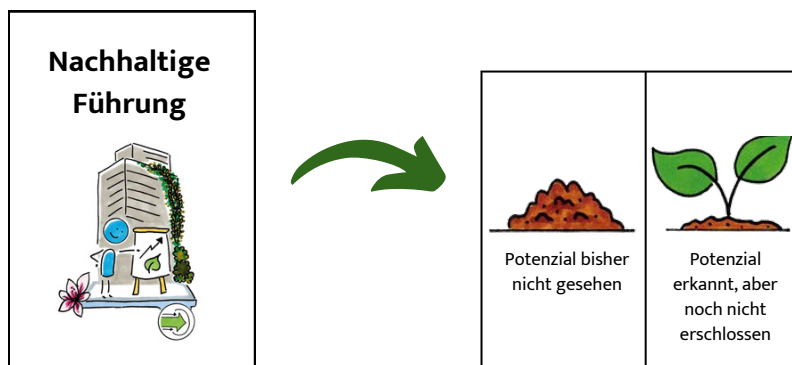
## Empfehlungen für die nächsten Schritte



Sie sind nun am Ende des Self-Assessments angekommen. Mit Ihrem Deep Dive in zehn Unternehmensbereiche haben Sie hoffentlich eine Menge an Potenzialfeldern für mehr Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen aufdecken können.

### Wie geht es nun weiter?

Nachhaltige Transformation in einem Unternehmen startet mit der entsprechenden Haltung bzw. dem Mindset. Daher ist das Ergebnis Ihrer Analyse im ersten Kapitel (Nachhaltige Führung) ausschlaggebend für die für den Erfolg des Prozesses des gesamten Prozesses hin zu einer enkelfähigeren Version Ihres Unternehmens:

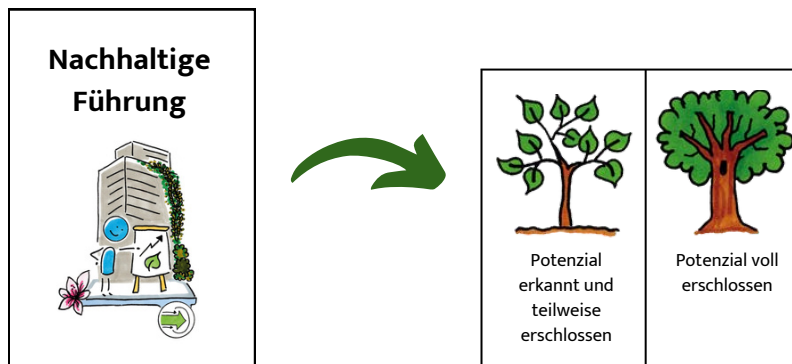


Wenn Sie zum Thema „Nachhaltige Führung“ die genannten Potenziale mehrheitlich noch nicht gesehen haben, empfehlen wir Ihnen in einem ersten Schritt, an der Findung Ihres Purpose zu arbeiten.

Binden Sie Ihr Team ein, um Ihre Botschaft zu finden, die Sie in die Welt hinaustragen. Finden Sie gemeinsam mit Ihrem Team heraus, warum Sie tun, was Sie tun. Erarbeiten Sie ein starkes und inspirierendes Zukunftsbild für Ihr Unternehmen. Das ist die Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung der hier dargestellten Möglichkeiten.

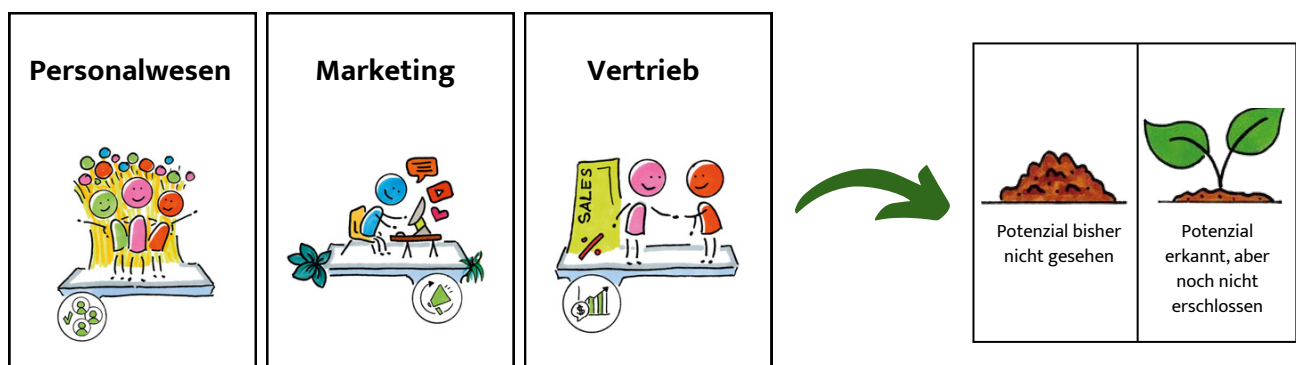
Hilfreiche Methoden sind **Purpose Booster, Backcasting, Seismograf**.

Die Methoden finden Sie in unserem großen Handbuch Nachhaltigkeit oder in unserem digitalen INNOVATION WIKI unter [www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung](http://www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung).



Arbeiten Sie bereits an den meisten der dargestellten Potenzialfeldern, dann ist „Sustainable Leadership“ für Sie nichts Neues. Es lohnt sich dennoch, diese im Hinblick auf Ihr Zukunftsbild ganzheitlicher zu betrachten und bei Bedarf etwaige Lücken zu schließen. Denken Sie an eine flächendeckende Kommunikation in Ihrem Unternehmen, aber auch zu anderen Stakeholdern.

Sie haben schon gemerkt, dass der Schwerpunkt je nach Themenbereich etwas variiert. Während es sich in den Bereichen Personal, Marketing und Vertrieb eher um soziale Themen handelt, liegt der Focus in den Abteilungen Forschung & Entwicklung, Beschaffung, Produktion und Logistik mehr auf den ökologischen Aspekten der Nachhaltigkeit.



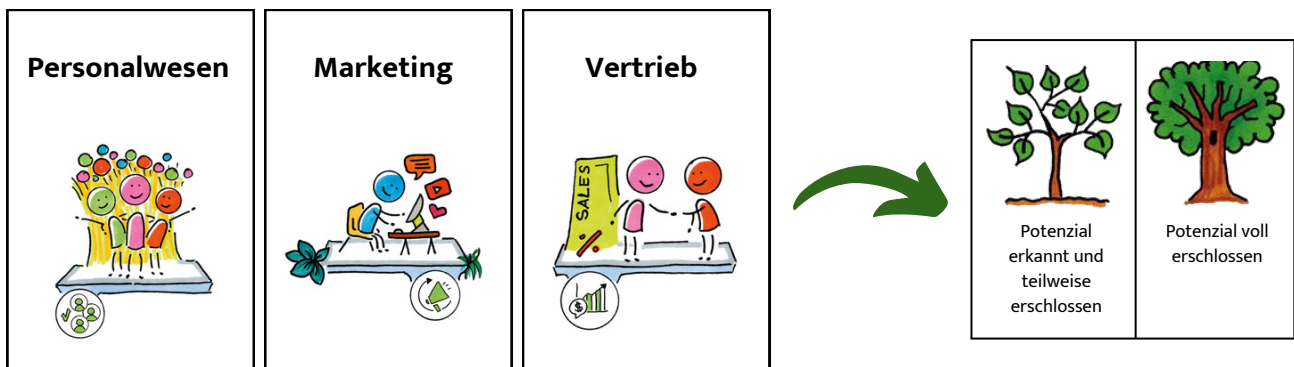
Haben Sie in den sozialen Themenfeldern wie Personal, Marketing und Vertrieb die Potenziale bisher eher noch nicht erkannt bzw. ausgeschöpft, möchten wir Sie ermutigen, sich mit Ihren Stakeholdern näher zu befassen.

Versuchen Sie ihre Bedürfnisse, Wünsche, Hoffnungen, aber auch Ängste, Hindernisse und Blockaden zu verstehen. Binden Sie Ihre Stakeholder aktiv in die Gestaltung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie ein, um eine erfolgreiche Umsetzung Ihrer Bemühungen sicherzustellen.

Folgende Methoden in diesem Buch können Ihnen dabei behilflich sein: **Planetary Actors**, **Sustainability Story**, **Grüne Stunde**, **Stakeholderanalyse**.

Die Methoden finden Sie in unserem großen Handbuch Nachhaltigkeit oder in unserem digitalen INNOVATION WIKI unter [www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung](http://www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung).

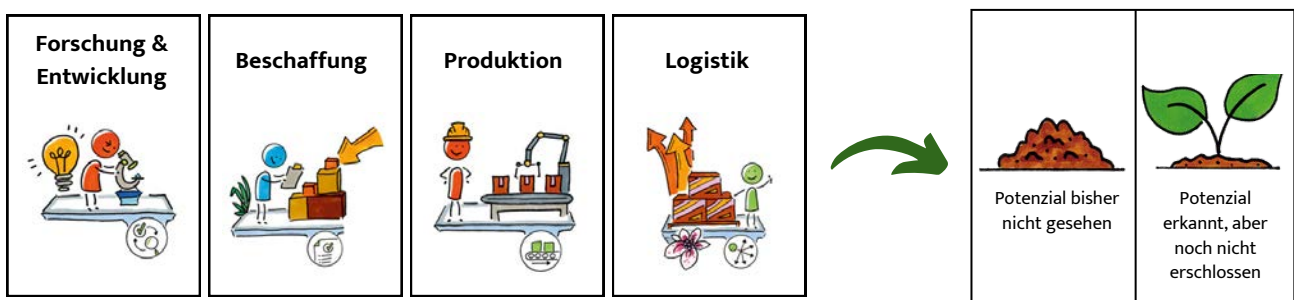




Haben Sie in diesen Themenfeldern die Potenziale mehrheitlich bereits erkannt und ganz oder teilweise schon erschlossen, möchten wir Ihnen ans Herz legen, genügend Zeit in eine transparente Kommunikation in allen Richtungen mit Ihren Stakeholdern zu investieren.

Auch hierzu gibt es einige hilfreiche Methoden in diesem Buch, wie z.B. **Nachhaltigkeitskommunikationstypologie, Sustainability Pitch, Nachhaltigkeitskommunikation.**

Die Methoden finden Sie in unserem großen Handbuch Nachhaltigkeit oder in unserem digitalen INNOVATION WIKI unter [www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung](http://www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung).

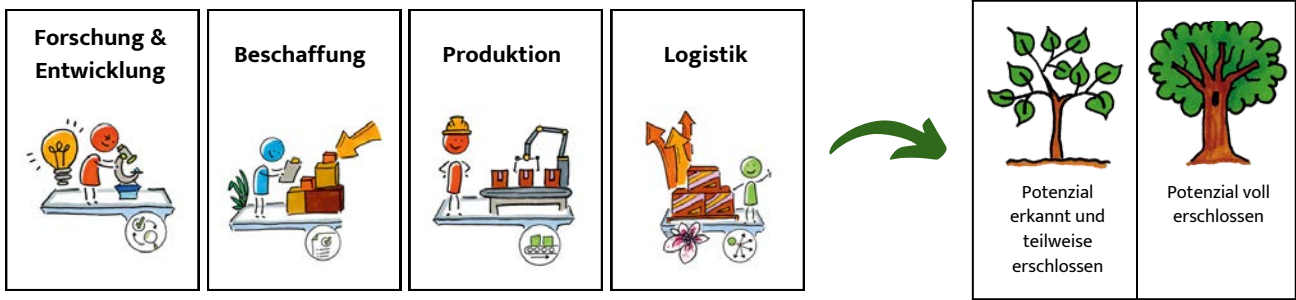


In den Bereichen Forschung & Entwicklung, Beschaffung, Produktion und Logistik geht es um Ihre Supply Chain, wo ökologische Aspekte besonders im Vordergrund stehen.

Haben Sie in diesen Bereichen die dargestellten Potenziale bisher noch nicht erkannt, möchten wir Sie ermutigen, sich mit dem Design Ihrer Produkte und Prozesse zu beschäftigen. Denken Sie neue Produkte von Anfang an nachhaltig und überarbeiten Sie bestehende Produkte und Prozesse.

Hierzu stehen Ihnen eine Reihe vielfältiger Methoden zur Verfügung, wie z.B. **Planet Centric Design, Planetary Value Chain, Product Design Challenger, Circular Design Brief.**

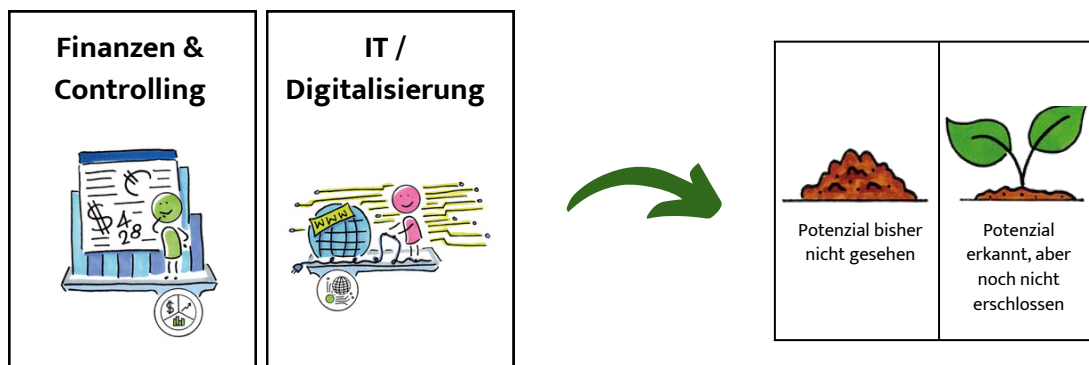
Die Methoden finden Sie in unserem großen Handbuch Nachhaltigkeit oder in unserem digitalen INNOVATION WIKI unter [www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung](http://www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung).



Haben Sie in den genannten Bereichen die Potenziale bereits erkannt und diese auch teilweise oder ganz erschlossen, möchten wir Sie einladen, Ihre Aktivitäten stets mit Ihrem Umfeld abzugleichen.

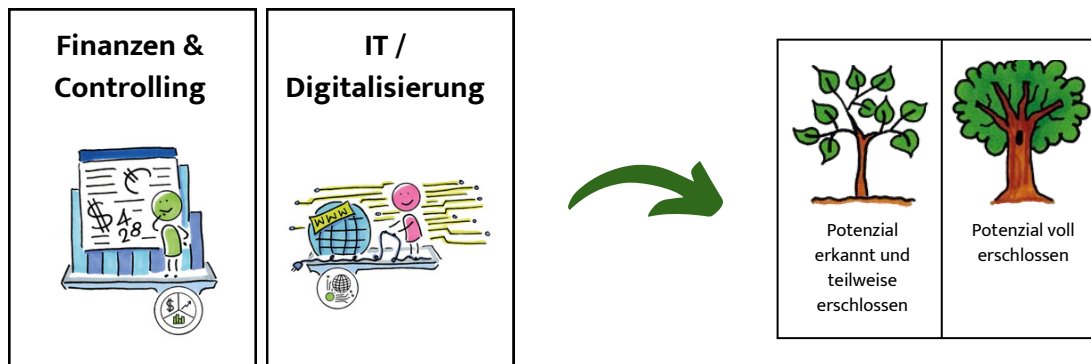
Nutzen Sie neue Technologien und Partnerschaften, um Ihre Produkte und Prozesse in regelmäßigen Abständen auf den Prüfstand zu setzen und diese stets weiterzuentwickeln.

Siehe dazu Methoden des Working Guide/Anwendungsfelder Nr. P3 und P10 im großen Handbuch Nachhaltigkeit oder in unserem digitalen INNOVATION WIKI unter [www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung](http://www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung).



Finanzen/Controlling und IT/Digitalisierung bilden die „Enabler“ für die nachhaltige Transformation Ihres Unternehmens. Liegen die Potenziale in diesem Bereich noch eher ungesehen, möchten wir Sie ermuntern, sich mit der strategischen Ausrichtung und Ressourcenallokation für Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen zu beschäftigen. Machen Sie sich auch mit den gesetzlichen Anforderungen vertraut.

Siehe dazu Methoden des Working Guide/Anwendungsfelder Nr. P2, P3, P5 im großen Handbuch Nachhaltigkeit oder in unserem digitalen INNOVATION WIKI unter [www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung](http://www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung).



Schöpfen Sie bereits das Potenzial dieser unterstützenden Funktionen in Ihrem Unternehmen im Rahmen der Nachhaltigkeit, möchten wir Sie dazu ermutigen, sich mit den anderen Abteilungen Ihres Unternehmens zu vernetzen. Prüfen Sie, wo Ressourcen verschwendet werden, Informationen fehlen oder das Budget fehlt, um gezielt die Nachhaltigkeitsbemühungen Ihres Unternehmens zu stärken.

Siehe dazu Methoden des Working Guide/Anwendungsfelder Nr. P10 im großen Handbuch Nachhaltigkeit oder in unserem digitalen INNOVATION WIKI unter [www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung](http://www.innovation.wiki/de/wiki-methodensammlung).

**Sie haben Fragen zum SustainAbility Guide  
oder den Methodenempfehlungen?**

**Sie möchten gerne Unterstützung  
beim weiteren Vorgehen?**

**Schreiben Sie uns an!**

**[www.verrocchio.institute](http://www.verrocchio.institute)**

**[www.inno-jump.com](http://www.inno-jump.com)**