

30 MINUTEN FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

10 TEILIGE VERANSTALTUNGSREIHE MIT
INFORMATIONEN UND PRAKTISCHEN
HINWEISEN FÜR IHR UNTERNEHMEN.

FOLGE

10

C

Bild Adobe



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen





PETER ABELMANN

W. GEILENKIRCHEN

HEIKE HERZIG



Bild Adobe



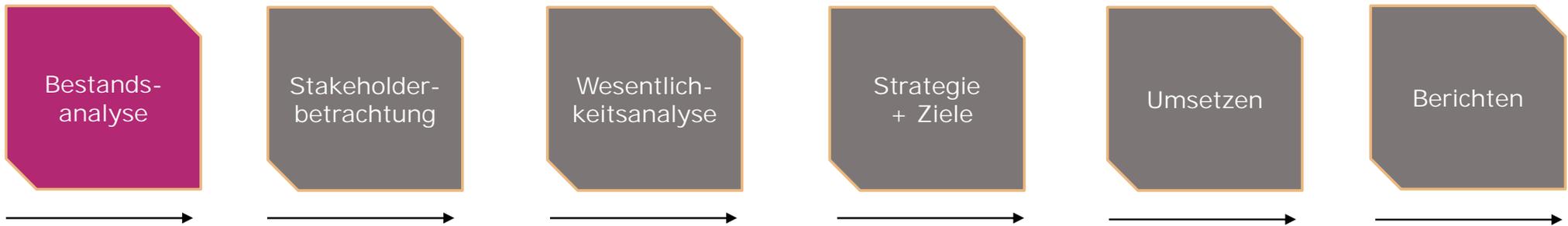
Vom IST zum SOLL und
zum ersten Bericht.

Strategisch vorgehen!

1. IST-Standort bestimmen
2. Aktuelle Verkehrslage checken, Routenoptionen setzen
3. SOLL-Ziel bestimmen
5. Losfahren, Staus umfahren
6. Ankommen

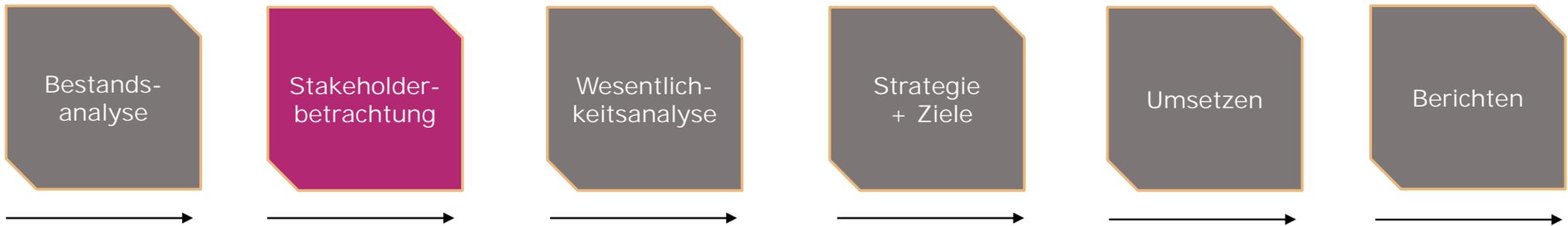


Bestands- oder IST-Analyse.



Strategie	Wesentlichkeit	Ziele	Tiefe der Wertschöpfungskette	STRATEGIE Kriterien 1-4					
01	02	03	04						
Verantwortung	Regeln und Prozesse	Kontrolle	Anreizsysteme	Beteiligung von Anspruchsgruppen	Innovations- und Produktmanagement	PROZESSMANAGEMENT Kriterien 5-10			
05	06	07	08	09	10				
Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	Ressourcenmanagement	Klimarelevante Emissionen	UMWELT Kriterien 11-13						
11	12	13							
Arbeitnehmerrechte	Chancengerechtigkeit	Qualifizierung	Menschenrechte	Gemeinwesen	Politische Einflussnahme	Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	GESELLSCHAFT Kriterien 14-20		
14	15	16	17	18	19	20			

Stakeholderbetrachtung



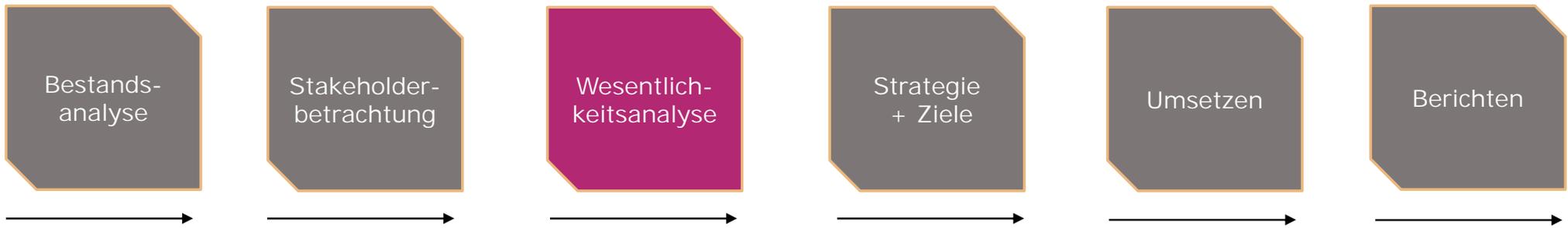
... wer sind die Stakeholder, entlang der gesamten Wertschöpfungskette?

... für jeden Unternehmensbereich gibt es spezifische Anspruchsgruppen,

... diese unterschiedlichen Perspektiven müssen berücksichtigt werden,

... deshalb entsprechende Mitarbeitende einbeziehen.

Doppelte Wesentlichkeit



Künftig sowohl die Bedeutung/Einfluss für das Unternehmen (**Outside-In**) als auch die Auswirkungen der eigenen Geschäftstätigkeit (**Inside-Out**) bestimmen.

Ergebnisse des DNK, Teil 1: Wesentlichkeit

Im DNK gelten Nachhaltigkeitsthemen entsprechend als wesentlich, wenn sie in eine der folgenden Kategorien fallen:

1. **Outside-in-Perspektive:** Nachhaltigkeitsthemen, die mit Chancen oder Risiken für den Geschäftsverlauf, dem Jahresabschluss oder der Lage des Unternehmens (Unternehmensrelevanz) verbunden sind.
 2. **Inside-out-Perspektive:** Nachhaltigkeitsthemen, auf welche sich die Geschäftstätigkeit, Geschäftsbeziehungen sowie Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens, wahrscheinlich entweder positiv oder negativ, auswirken (Nachhaltigkeitsrelevanz).
- + **Stakeholderperspektive:** Nachhaltigkeitsthemen, die von zentralen Stakeholdern als wesentlich definiert werden (Stakeholderrelevanz).

Workshop zur Priorisierung

<https://sdg-indikatoren.de/>



Step 1: SWOT-Analyse.



Aus der Gegenüberstellung der internen Faktoren (Stärken und Schwächen) und

der externen Faktoren (Chancen und Risiken/Bedrohungen) wird schnell und einfach ein ganzheitliches Bild der Unternehmenssituation gewonnen.

Step 2:
SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS.



Workshop zur Priorisierung

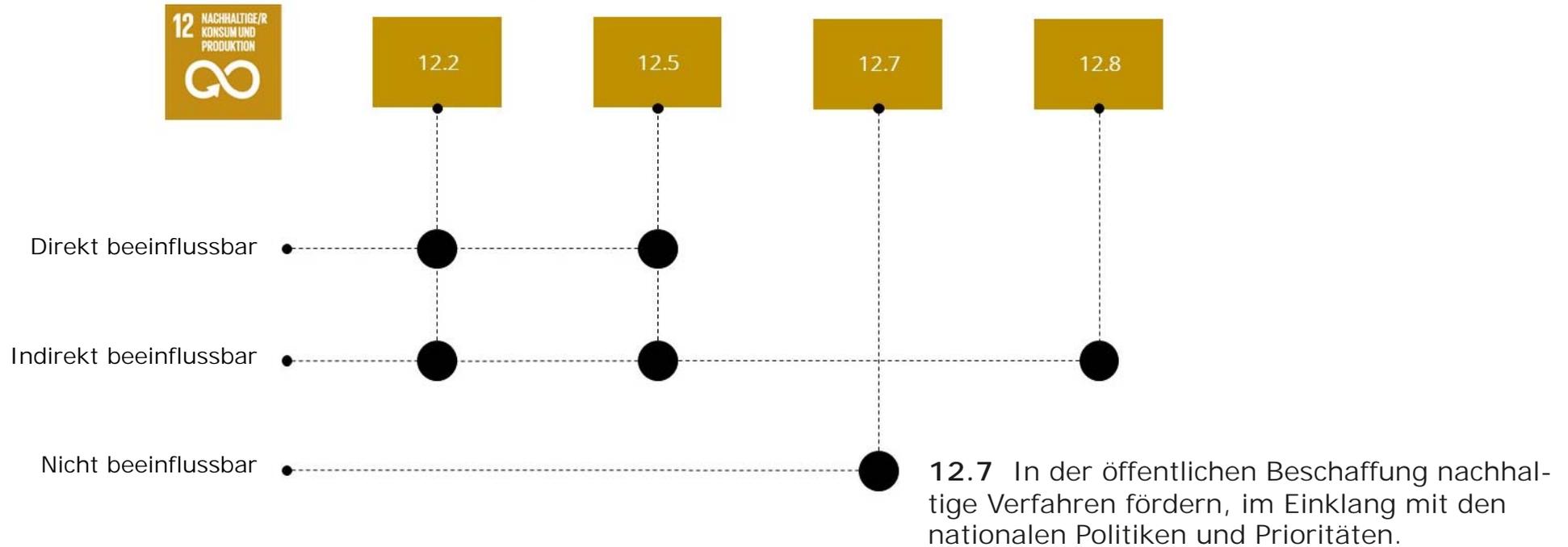


Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen

- 12.1** Den Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster umsetzen, wobei alle Länder, an der Spitze die entwickelten Länder, Maßnahmen ergreifen, unter Berücksichtigung des Entwicklungsstands und der Kapazitäten der Entwicklungsländer.
- 12.2** Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen.
- 12.3** Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringern.
- 12.4** Bis 2020 einen umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien und allen Abfällen während ihres gesamten Lebenszyklus in Übereinstimmung mit den vereinbarten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken.
- 12.5** Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern.
- 12.6** Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen.
- 12.7** In der öffentlichen Beschaffung nachhaltige Verfahren fördern, im Einklang mit den nationalen Politiken und Prioritäten.
- 12.8** Bis 2030 sicherstellen, dass die Menschen überall über einschlägige Informationen und das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur verfügen.

Workshop zur Priorisierung

12.2 Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen.



Workshop zur Priorisierung



Welchen Einfluss hat Ihr Unternehmen auf dieses Ziel?
Direkt, indirekt oder keinen Einfluss?

Positiver Einfluss:

Negativer Einfluss: ...

Vor- und nachgelagerte Prozesse der Wertschöpfungs-
kette sollen mitgedacht werden.

Outside-In / Inside-Out berücksichtigen

In welchem Maße lassen sich positive Effekte ausweiten
und negative Auswirkungen reduzieren?

Bewertung der Wesentlichkeit für das Unternehmen: 1-5

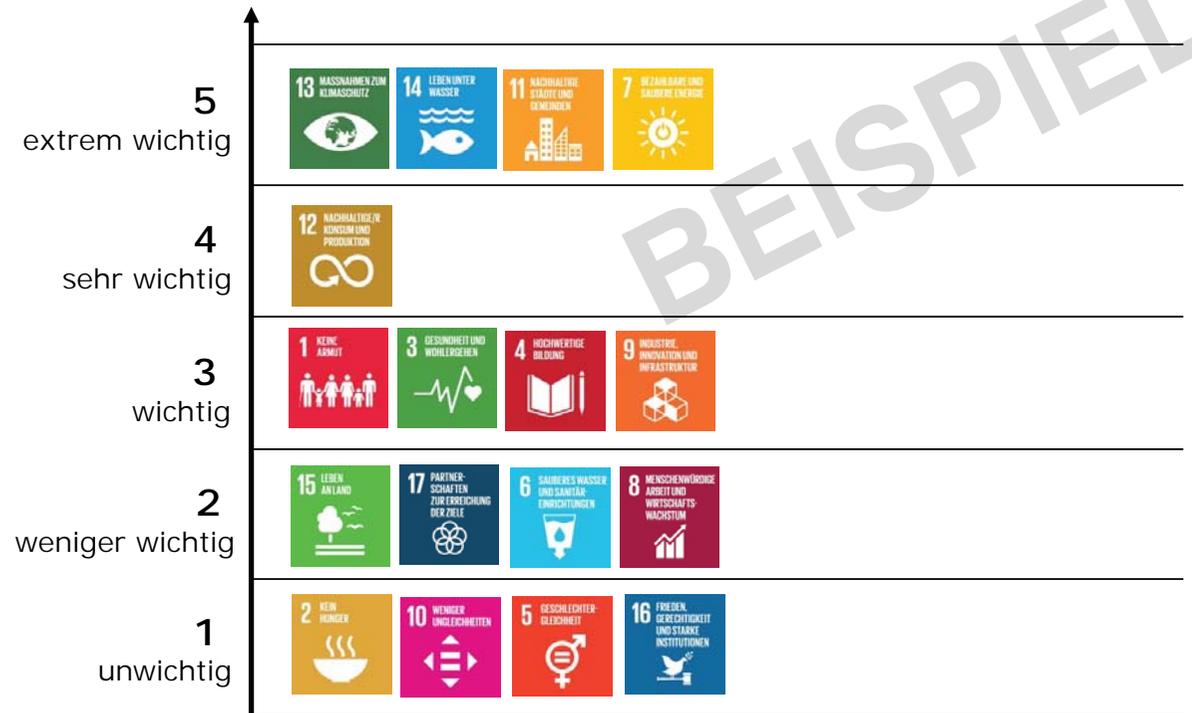
Wesentlichkeit aus Sicht ...

... des Unternehmens

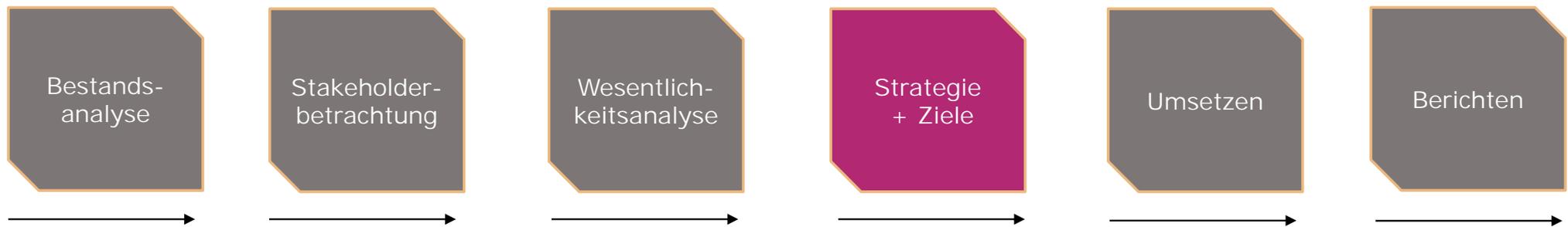


Wesentlichkeit aus Sicht ...

... der Stakeholder

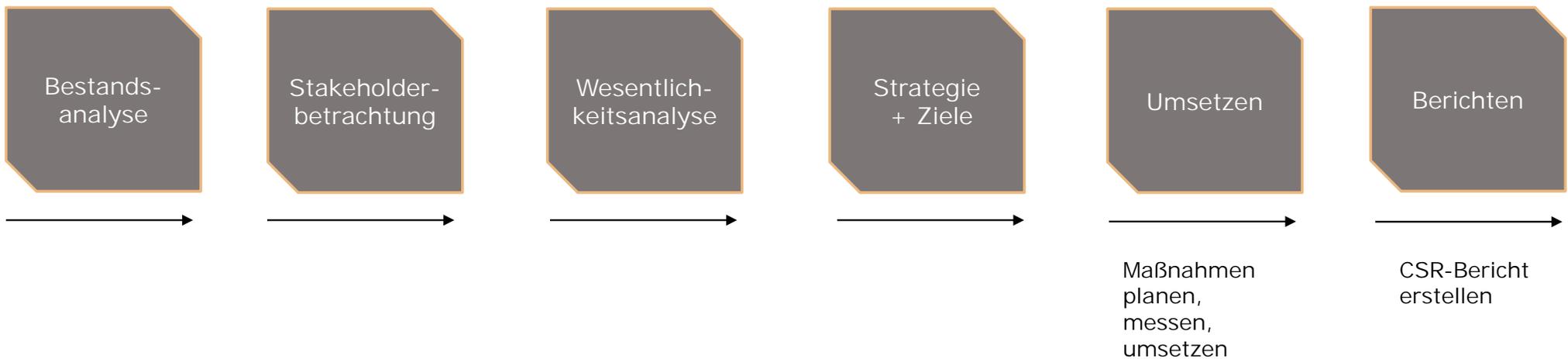


CSR-Projekt: Vom IST zum SOLL und zum ersten Bericht



1. Aussagen + Erkenntnisse aus Bestandsanalyse
2. Die Ergebnisse der Stakeholder-Analyse
3. Wesentlichkeitsanalyse: SWOT + 17 SDGs

CSR-Projekt: Vom IST zum SOLL und zum ersten Bericht



Zeit für Ihre Fragen

Unsere Veranstaltungsreihe „30 Minuten für mehr Nachhaltigkeit“ vermittelt in 10 kurzen Webinaren wesentliche Informationen und unterstützt Sie mit Anregungen, Ideen und praktischen Hinweisen für Ihr eigenes Unternehmen.

Folien senden wir Ihnen auf Wunsch gerne zu.

 **YouTube** Alle Folgen jetzt auch auf
https://www.youtube.com/results?search_query=log-it+club+e.v

Informationen auch in unserem Greenpaper.



www.logit-club.de/netzwerk/netzwerk-logistikmarketingnrw

Haben Sie Fragen, Anregungen zur Nachhaltigkeit in der Logistik? **Wir freuen uns auf Ihren Input!**



Bild von Glenn Carstens-Peters auf Unsplash

LOG-IT Club e.V.
Janine Elter

Mallinckrodtstraße 320
44147 Dortmund

Tel 0172-6895980

j.elter@logit-club.de

www.kompetenznetzlogistik-nrw.de

www.logit-club.de

LinkedIn:
www.linkedin.com/company/log-it-club-e-v

Twitter: @LogistikNRW

**HERZIG Marketing
Kommunikation GmbH**
**Heike Herzig /
Werner Geilenkirchen**

Hansaring 61
50670 Köln

Tel 02234 9899050

info@herzigmarketing.de

www.herzigmarketing.de

LinkedIn:
www.linkedin.com/company/herzig-marketing-kommunikation-gmbh/



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

