

# 30 MINUTEN FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

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

FOLGE

# 2

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



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



## 1. Priorisierung

Zu großer Fokus auf  
„erprobte operative  
Bereiche“

Trendstudie zeigt, mit welchen Digitalisierungsmaßnahmen sich Fach- und Führungskräfte in Logistik und SCM aktuell konkret befassen.

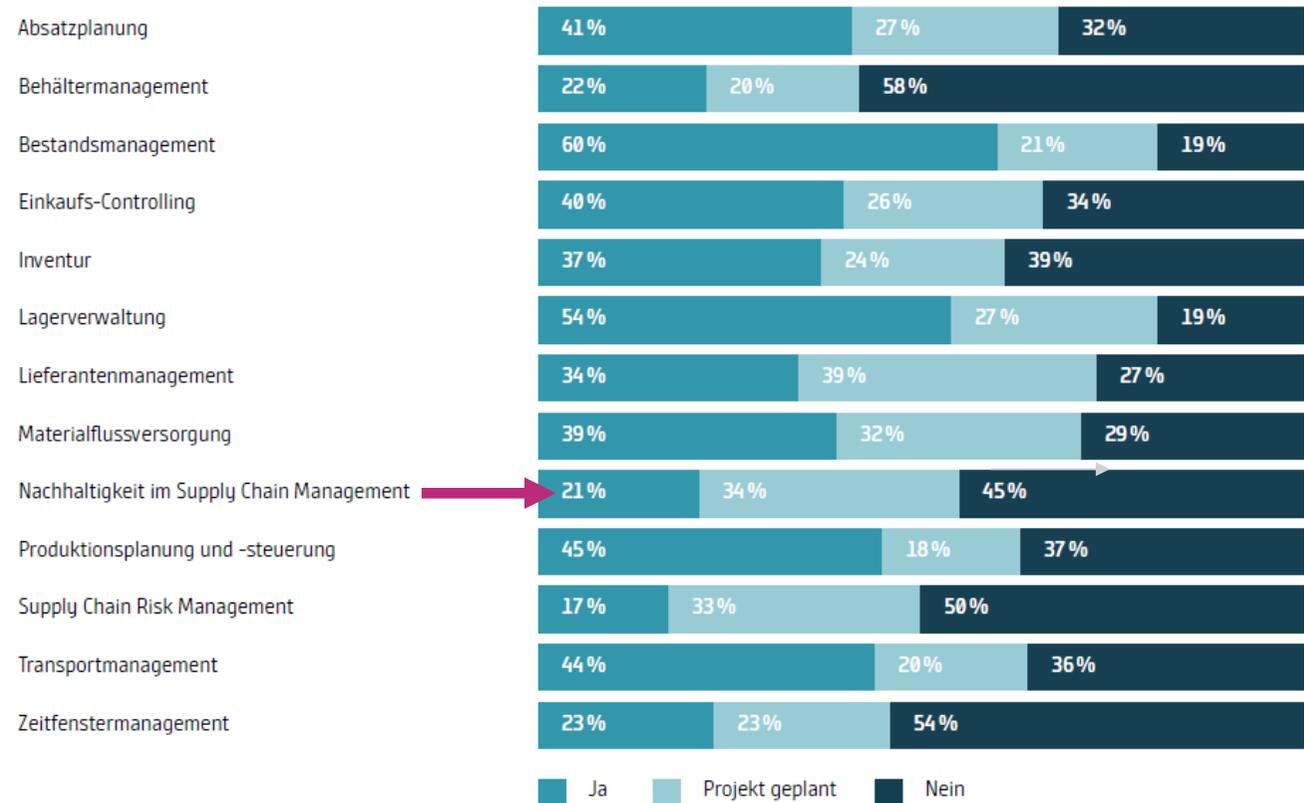


Diagramm 6: Haben Sie in den folgenden Bereichen Digitalisierungsprojekte angestoßen? (n = 190; © INFORM GmbH)

## 2. Strategie

Ein strategischer Fokus auf Themen und Differenzierung im Markt lässt sich nicht erkennen. Es gelingt oft nicht, das Thema Nachhaltigkeit mit der Unternehmensstrategie zu verknüpfen.

## 3. Ziele

Unternehmen setzen sich aus Unsicherheit, keine, zu hohe oder zu wenig ambitionierte Ziele.

## 4. Transparenz

Verlässliche Daten (z.B. Emissionen) entlang der Supply Chain fehlen oder werden nicht genutzt.

## 5. Umsetzung

Verantwortung, Ressourcen, Kosten und Prozesse sind nicht ausreichend definiert, Know-how fehlt.

## Richtig starten – Was tun? Was nicht!

- Welche Fehlersollte man unbedingt vermeiden?
- **Wichtige erste Schritte auf dem Weg zur langfristigen CSR-Strategie.**
- Stakeholderanalyse und mehr.
- Raum für Fragen.

## Strategisch vorgehen!

- Planung einer integrativen, langfristigen und zur Nachhaltigkeit beitragenden Strategie.
- Die Formulierung mittel- und langfristiger Ziele.
- Übersetzung in konkrete Maßnahmen.
- Klare Kommunikation nach innen und außen.

## Beispiel Navigation.

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



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



## Projektstart: IST-/Bestandsanalyse



## IST-/ Bestandsanalyse anhand DNK\* -Kriterien

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

\*<https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/Home/DNK/Criteria>

## Stakeholderbetrachtung



## 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.



WER	WICHTIGKEIT	EINFLUSS	ERWARTUNG	RISIKEN	REAKTION
	Bewertungs-Skala 1 bis 10: (10=extrem wichtig)	Welche Einflussmöglichkeit hat unser Unternehmen auf die Stakeholder?	Welche Anforderungen und Erwartungen haben die Stakeholder an unser Unternehmen?	Besteht Konfliktpotenzial und welche Probleme könnten mit Stakeholdern auftreten?	Wie reagiert unser Unternehmen auf Anforderungen und eventuelle Kritik?
Kunden	10	Einfluss durch Vorbildfunktion und Einbeziehen in nachhaltige Projekte.	Reibungsloser Ablauf, IT-Schnittstellen, TCF (Transport Carbon Footprint)	Nicht vorhandene Kennzahlen für Ausschreibungen.  Erhöhte Kosten.	

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



NÄCHSTER TERMIN. 30. MÄRZ – 15 UHR

NACHHALTIGER WERDEN MIT DER BAHN  
(DB CARGO)

3

Anmeldung formlos per mail bei [j.elter@logit-club.de](mailto:j.elter@logit-club.de)

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](https://www.youtube.com/results?search_query=log-it+club+e.v)

Informationen auch in unserem Greenpaper.



[www.logit-club.de/netzwerk/netzwerk-logistikmarketingnrw](http://www.logit-club.de/netzwerk/netzwerk-logistikmarketingnrw)

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



**LOG-IT Club e.V.**  
**Janine Elter**

Mallinckrodtstraße 320  
44147 Dortmund

Tel 0172-6895980

[j.elter@logit-club.de](mailto:j.elter@logit-club.de)

[www.kompetenznetzlogistik-nrw.de](http://www.kompetenznetzlogistik-nrw.de)

[www.logit-club.de](http://www.logit-club.de)

LinkedIn:  
[www.linkedin.com/company/log-it-club-e-v](http://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](mailto:info@herzigmarketing.de)

[www.herzigmarketing.de](http://www.herzigmarketing.de)

LinkedIn:  
[www.linkedin.com/company/herzig-marketing-kommunikation-gmbh/](http://www.linkedin.com/company/herzig-marketing-kommunikation-gmbh/)

Bild von Glenn Carstens-Peters auf Unsplash



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

