



Nachhaltiges Wirtschaften

Wie Ihnen der Einstieg gelingt



IHK Rheinhausen

Inhalt

I	Zukunftsfähig Wirtschaften durch Nachhaltigkeit	4
	Eine Einordnung	5
	Welche Ergebnisse lassen sich erzielen?	6
	Der Schlüssel: Handeln – in Aktionsfeldern	7
II	Nachhaltiges Wirtschaften in fünf Aktionsfeldern gedacht	8
	Das Herzstück: Führung & Planung	8
	Commitment und Teambuilding	8
	Die Sicht nach innen: Wesentlichkeits-, Umfeld- und Stakeholderanalyse	9
	Strategie- und Zielbestimmung	10
	Information und Kommunikation	10
	Ökonomie	12
	Produkte und Fertigung	12
	Wertschöpfungskette und Geschäftsbeziehungen	13
	Innovation	13
	Arbeitsplatz	14
	Personalentwicklung	14
	Digitalisierung: Datenschutz und Umgang mit künstlicher Intelligenz (KI)	14
	Diversität & Chancengleichheit	15
	Vereinbarkeit Familie & Beruf	15
	Ökologie	16
	Energie- und Ressourceneffizienz	16
	Umweltmanagement und Klimawandel	17
	Mobilität und Logistik	17
	Gemeinwesen	18
III	IHK für Rheinhessen – Ihr Dialogpartner	19

1. Zukunftsfähig Wirtschaften durch Nachhaltigkeit

Unsere globalisierte Weltwirtschaft befindet sich mitten in einem Transformationsprozess, der schnell voranschreitet. Diese Veränderung drückt sich insbesondere durch den Klimawandel, Ressourcenknappheit und Ungleichheiten in der Bevölkerung aus. Hinzu kommt, dass Unternehmen heute unter einer sehr viel stärkeren und kritischeren Beobachtung stehen als früher und sie sich damit ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nicht mehr entziehen können. Die tägliche Informationsflut aufgeklärter Konsumenten erfordert ihre Reaktion im fast selben Augenblick und trifft Unternehmen oftmals unvorbereitet. Nicht nur Großkonzerne, ebenso deren Zulieferer und Geschäftspartner – oft kleine und mittlere Unternehmen – sehen sich auch aufgrund regulatorischer Rahmenbedingungen mit entsprechenden Forderungen ihrer Kunden konfrontiert und einem enormen Anpassungsdruck ausgesetzt.

Doch neben all den enormen gesellschaftlichen und unternehmerischen Herausforderungen, die dieser Transformationsprozess an uns alle stellt, bieten sich auch große **Chancen**.

Die Zeiten ändern sich. Das Konzept der Nachhaltigkeit, einst ein Nischenthema, hat durch den Wandel massiv an Bedeutung gewonnen. **Die Übernahme von Verantwortung für das eigene Handeln war zwar schon immer die Basis guter Unternehmensführung**, doch wird sie in diesen Zeiten mehr denn je eingefordert. Vor allem die Chancen am Finanzmarkt werden mittlerweile durch eine nachhaltige Wirtschaftsweise erhöht. Institutionelle Investoren prüfen bei der Kreditvergabe nach umweltverträglichen und sozialen Kriterien, wie sie ihre Mittel vergeben. Hierfür nachhaltig aufgestellt zu sein, ist sinnvoll. Doch dies ist nur einer von vielen Vorteilen nachhaltigen Wirtschaftens.

Wie gelingt es Ihnen als kleinem oder mittelständischem Unternehmen (KMU), ins Handeln zu kommen, um zukünftig reaktionsfähig zu sein sowie nachhaltig und glaubwürdig am Markt aufzutreten?

Hier kommen wir als Ihre IHK für Rheinhessen ins Spiel. Zunächst geht es darum, **anzuerkennen, dass Sie als KMU bereits an vielen Stellen nachhaltig Wirtschaften**. Dass Sie bereits ökonomische, ökologische und soziale Verantwortung als Unternehmer leben. Dies ist Ihnen unter Umständen noch gar nicht bewusst.

Wir möchten Sie mit dieser Broschüre beim Einstieg in nachhaltiges Wirtschaften unterstützen. Der regulatorische Druck durch verpflichtende nationale und EU-Rahmenbedingungen, wie das neue Lieferkettengesetz, wird zukünftig eher zu- als abnehmen; Freiwilligkeit allein wird dann nicht mehr ausreichen. Deshalb ist es unser Ziel, Ihnen eine **strategische Herangehensweise für nachhaltiges Wirtschaften** zu vermitteln, damit Sie zum einen gut auf weitere regulatorische Rahmenbedingungen vorbereitet sind und zum anderen langfristig im Wettbewerb bestehen können.

Die Broschüre ist eine Einladung von uns an Sie, Ihr nachhaltiges Potenzial zu strukturieren und zu kommunizieren. Sie bietet praxisorientierte Unterstützung mit Denkanstößen in Form konkreter Fragen und mit Vorschlägen für gezielte Maßnahmen.

Viele kleine Schritte ergeben ein großes Ganzes! Die Entscheidung liegt bei Ihnen.

Eine Einordnung

Das Prinzip der Nachhaltigkeit geht bereits viele Jahrzehnte zurück und fristete lange ein Nischendasein. Ursprünglich aus der Forstwirtschaft kommend, wird der Grundgedanke der Nachhaltigkeit heute immer breiter ausgelegt und auf alle Bereiche des Lebens übertragen. Es ging zunächst hauptsächlich darum, dass nur so viele Ressourcen aus dem Umweltsystem zu entnehmen sind, wie auch zukünftig wieder nachwachsen können. Mit der Veröffentlichung des Brundtland-Berichts 1987 erlangte der Begriff der Nachhaltigkeit letztendlich Einzug in die öffentliche Diskussion. Der Bericht war ein Meilenstein für die nachhaltige Entwicklung und Treiber für zukünftige wegweisende Initiativen. Zu weiteren wichtigen Eckpfeilern des internationalen Engagements zur Bekämpfung der Klimakrise und für eine sozialökologische Transformation zählen das **Pariser Klimaabkommen** und die **siebzehn Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals – SDGs)** aus dem Jahr 2015, durch die sich erstmals auch Industriestaaten auf gemeinsame Nachhaltigkeitsziele verpflichtet haben.

Übertragen auf die Wirtschaft werden im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit Begrifflichkeiten wie **nachhaltiges Wirtschaften** und **Corporate Social Responsibility (CSR)** genutzt. Hier geht es um den Beitrag der Wirtschaft zur nachhaltigen und zukunftsfähigen Entwicklung. In den letzten Jahren haben sich unterschiedliche Strömungen entwickelt, so dass es keine einheitliche Definition für nachhaltiges Wirtschaften gibt. Grundsätzlich ist es ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, soziale und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit zu integrieren – im besten Fall über die gesetzlichen Anforderungen hinaus.

Nachhaltiges Wirtschaften als **integrierter Managementansatz** bei KMU nach **wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Leistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette** ist daher der Fokus der vorliegenden Broschüre.

Frage:



Welchen Beitrag kann ich mit meinem Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten?

Welche Ergebnisse lassen sich erzielen?

Im Blick von Unternehmen steht neben dem guten und verantwortlichen Handeln auch der Blick auf das wirtschaftliche Ergebnis des Engagements. Die Implementierung von nachhaltigem Wirtschaften sollte optimalerweise den Gewinn des eigenen Unternehmens langfristig steigern, damit sich ökonomische, ökologische und soziale Interessen in einem Geschäftsmodell die Balance halten.

Frage:



Wie sind diese Ergebnisse zu erreichen?

Durch nachhaltiges Wirtschaften lassen sich für ein Unternehmen ganz konkrete positive Ergebnisse erzielen. Hierzu einige Beispiele:

- Kostensenkungen durch Innovationssteigerung und effizienteren Ressourceneinsatz
- Senkung des Risikopotenzials
- Erschließung neuer Märkte sowie Marktdifferenzierung
- Stärkung von Wettbewerbsvorteilen gegenüber Mitbewerbern
- Schnelle und resiliente Reaktionsfähigkeit am Markt auf kurzfristiges Marktgeschehen
- Verbesserung der Chancen bei institutionellen Anlegern und am Finanzmarkt
- Reputationssteigerung
- Stärkung der Kundenbindung
- Steigerung des Potenzials als Arbeitsgeber gegenüber den Mitbewerbern
- Bindung von Mitarbeitenden sowie Stärkung der Mitarbeiterzufriedenheit
- Schaffung von Transparenz durch die Auseinandersetzung mit eigenen Unternehmenszielen und -werten

Ein großer Gewinn ist, dass die **Organisation – unter Einbindung der Beschäftigten – an sich in Bewegung kommt**. Sie können sich dabei durchaus überraschen lassen, welche kundenfreundlichen Ideen sich mit Nachhaltigkeit realisieren lassen und welches Potenzial in Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern schlummert.



Der Schlüssel: Handeln – in Aktionsfeldern

Es wird bei Ihnen im Unternehmen gelebte Praxis sein, Ihre Kunden und Mitarbeiter gut zu behandeln, die Umwelt zu schonen und sich im lokalen Umfeld zu engagieren. Doch als **ganzheitliches, systematisiertes und gesteuertes Managementkonzept** wird Nachhaltigkeit selten verstanden und oft sogar unterschätzt.

Das führt dazu, dass das bisherige Engagement selten aufeinander abgestimmt ist. Der Mehrwert, der durch die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung entsteht, kann sich daher nicht entfalten. Ihr nachhaltiges Engagement versiegt z. B. in Projekten oder in Sponsoring, ohne dass Ihre unternehmenseigenen Prozesse und Abläufe langfristig davon profitieren können oder die Öffentlichkeit davon erfährt.

Um zu konkreten Ergebnissen durch nachhaltiges Wirtschaften zu kommen, braucht es die **Integration von Instrumenten und Maßnahmen in den Geschäftsalltag**. Die folgenden fünf Aktionsfelder sollen Sie dabei unterstützen, Ihren nachhaltigen Aktivitäten Struktur zu verleihen.



Die fünf Aktionsfelder werden im weiteren Verlauf einzeln beschrieben und durch gezielte Fragestellungen und Maßnahmen erhalten Sie Anregungen für Ihren Einstieg. Die Aktionsfelder stehen nicht isoliert nebeneinander, sondern in Bezug zueinander. Die sich überschneidenden Aspekte sind dem am stärksten betroffenen Aktionsfeld zugeordnet.

Die notwendige Tiefe und Breite sind von der Größe des Unternehmens, seiner Branche, der Art der Geschäftstätigkeit und der Höhe der Risiken abhängig – also ziemlich individuell. Die Umsetzung ist daher nicht als starre Abfolge zu verstehen. Jeder Schritt ist ein Erfolg. Gerade kleine und mittlere Unternehmen sollten ihre Themen priorisieren und direkt beginnen. Nachhaltiges Wirtschaften ist ein Prozess, der sich entwickelt, verändert und in Etappen gegangen werden kann.

II Nachhaltiges Wirtschaften in fünf Aktionsfeldern gedacht

Das Herzstück: Führung & Planung

Commitment und Teambuilding

Nachhaltiges Wirtschaften wird in Unternehmen innovativ und aktiv gelebt, wenn sich allen voran die **Führung des Unternehmens zu bestimmten grundlegenden sozialen und ökologischen Prinzipien bekennt**. Sie sollten bereit sein, dafür zeitliche, personelle und finanzielle Ressourcen zur Verfügung zu stellen. Es bedarf Ihrer eigenen Überzeugung und Willenskraft, den Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung konsequent zu verfolgen.

Eine schriftliche Grundsatzerklärung (bspw. ein Ethikkodex sowie Führungsgrundsätze), die Sie unter Beteiligung Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erstellen, ist ein gutes Instrument, um zu verdeutlichen, wofür Ihr Unternehmen steht und nach welchen ethischen Grundsätzen Sie wirtschaften. Darin sollte festgelegt sein, wie Sie Ihre Verantwortung verstehen und welche Ziele Sie sich setzen. Eine Grundsatzerklärung kann die Innovationskraft Ihres Unternehmens auf eine breitere Basis stellen sowie dabei unterstützen, Risiken zu minimieren und neue Chancen zu eröffnen.

Fragen:



Aus welcher Motivation betreiben Sie Ihr nachhaltiges Engagement?

Haben Sie Ihre Belegschaft hinter sich stehen?

Werden klare Verantwortlichkeiten innerhalb des Unternehmens festgelegt?

Dieses Vorgehen ist eine besondere Chance für KMU, ihre Belegschaft an der Mission sowie den Planungen der Führungsspitze teilhaben zu lassen und deren Ideen mit einzubinden. Beteiligen Sie daher Ihre Beschäftigten von Anfang an transparent und regelmäßig, um von deren Potenzial in diesem Prozess zu profitieren. Informieren Sie sie konsequent darüber, wo Sie gerade stehen. Erst wenn Sie nach innen klar kommunizieren, kann Ihre Kommunikation nach außen glaubhaft bestehen.

Schaffen Sie ein Anreizsystem und Verantwortungsbereitschaft, damit sich Ihre Mitarbeitenden beteiligen und den gesamten Prozess motiviert begleiten. Nachhaltigkeit erfordert nicht selten einen längeren Atem.



Die Sicht nach innen: Wesentlichkeits-, Umfeld- und Stakeholderanalyse

Um die wichtigsten Themen der unternehmerischen Verantwortung für Ihr Unternehmen zu identifizieren, kann eine **Wesentlichkeitsanalyse** hilfreich sein. Hier ermitteln Sie im Team die erwünschten und unerwünschten Nebenwirkungen Ihrer Geschäftstätigkeit auf Nachhaltigkeitsaspekte. Der Fokus ist dabei auf Ihr Kerngeschäft gerichtet. Damit können Sie konkretisieren, welche Chancen zur Lösung gesellschaftlicher Probleme Sie unter Einsatz der Kernkompetenz des Unternehmens ergreifen können. Besinnen Sie sich auf Ihr Kerngeschäft und Ihre Werte.

Sie sehen den Wald vor lauter Bäumen nicht? Haben Sie Mut zur Lücke. Für KMU ist es entscheidend, ihre wesentlichen Themen zu sammeln, zu bewerten und zu priorisieren. Sie sollen nicht alle Themen sofort angehen. Viel wichtiger ist es, glaubwürdige, konkret umsetzbare und erreichbare Ziele auszuwählen. Dazu zählt etwa die Gewährleistung exzellenter Produktqualität, die hohes Engagement der Mitarbeiter voraussetzt.

Ihr Unternehmen ist Teil der Gesellschaft. Nachdem Sie Ihre wesentlichen Themen identifiziert haben, gilt es, diese **mit Ihrer Außenwelt abzugleichen**. Sie sind in Kontakt mit einer Vielzahl von unterschiedlichen Gruppen, die von Ihren unternehmerischen Tätigkeiten direkt oder indirekt betroffen sind bzw. diese Tätigkeiten selbst beeinflussen können.

Als KMU sind Sie in den Städten und Regionen vor Ort. Nah an der Bevölkerung, haben Sie den Vorteil gegenüber Großkonzernen, dass Sie die Herausforderungen und Bedürfnisse Ihres engsten Umfelds in der Regel gut kennen und unproblematisch und unbürokratisch zu deren Lösung beitragen können.

Obwohl Sie Ihre Ansprechpartner häufig gut kennen, ist eine **Stakeholderanalyse** im Anschluss einer Wesentlichkeitsanalyse zu empfehlen. Als Vorbereitung auf diese ist zunächst die Analyse aller Rahmenbedingungen, die auf das Unternehmen wirken könnten, ratsam – also eine Analyse des Unternehmens-Umfeldes. Es ist ein wichtiges Instrument, das zu einem zusätzlichen Erkenntnisgewinn für Ihr Unternehmen führen wird. In diesem Schritt werden alle **sachlichen internen und externen Einflüsse** gesammelt, die zukünftig hohen Einfluss auf die Unternehmensentwicklung haben, wie etwa gesetzliche, geografische und klimatische Faktoren sowie Markttrends.

Bei der Stakeholderanalyse geht der Blick weit über historisch gewachsene, geschäftliche und persönliche Beziehungen hinaus und kann zahlreiche „blinde Flecken“ erhellen. Es ist hierfür essenziell zu ermitteln, mit wem Ihr Unternehmen unter strategischen Einflüssen und besonders mit Blick in die Zukunft wie in Beziehung steht. In Krisenzeiten profitieren Sie dann gegenseitig von diesen tragfähigen Beziehungen und dem aufgebauten Vertrauen.

Für die Analyse bietet sich ebenfalls an, die Gruppierung nach Aktionsfeldern vorzunehmen:



Ökonomie: alle Akteure, mit denen eine Marktbeziehung besteht, z. B. Kunden, Lieferanten



Ökologie: Umweltschutzgruppen, Anwohner, NGOs



Arbeitsplatz: Beschäftigte, aber auch Behörden



Gemeinwesen: Mitbürger am Standort, soziale und kulturelle Einrichtungen, lokale Politik

Fragen:



Was ist ihr Kerngeschäft?

Wie wollen Sie als Organisation wahrgenommen werden?

Wo liegen Ihre Stärken und Schwächen?

Welchen Beitrag wollen Sie mit Ihren Produkten zur nachhaltigen Entwicklung leisten?

Fragen:



Welchen geografischen und klimatischen Faktoren ist das Unternehmen zukünftig ausgesetzt?

Welche rechtlichen Aspekte sind zukünftig zu berücksichtigen und relevant für meine Branche?

Gibt es gesellschaftliche Entwicklungen, an denen ich meine Unternehmensstrategie ausrichten muss?

Von welchen technischen Neuerungen könnte mein Unternehmen in Zukunft profitieren?

Fragen:



Wer übt welche Macht, Legitimation, Dringlichkeit und welches Interesse auf Ihr Unternehmen aus?

Wer beeinflusst Ihr unternehmerisches Handeln und wie ist der Kontakt zu diesen Gruppen?

Weitere Infos



Weiterführende Informationen zu visuellen Methoden finden Sie hier:

rheinessen.ihk24.de/nachhaltigkeit

Fragen:



Wie gehen Sie zukünftig strategisch vor?

Welche Ziele setzen Sie sich?

Sind diese realistisch?

Bis wann können Sie diese erreichen?

Bedenken Sie, dass diese Analysen **unternehmensindividuell** sind und sich je nach Geschäftsmodell, Rechtsform, Größe, Standort und Märkten deutlich unterscheiden. Daher ist es wichtig, **themenspezifisch die bedeutsamen Anspruchsgruppen herauszustellen** und in Bezug auf ihre Relevanz für Ihr Unternehmen zu priorisieren. Stellen Sie sich dabei nebenstehende Fragen.

In einem partnerschaftlichen Dialog, bspw. an einem Runden Tisch, werden die Ergebnisse aus der Wesentlichkeitsanalyse diskutiert und **gleiche Interessen oder Zielkonflikte** offengelegt. Nachhaltiges Wirtschaften ist eine Leitidee, die Unternehmen im Dialog mit ihren wichtigen Anspruchsgruppen kontinuierlich weiterentwickeln sollten. Dieser Prozess endet im Grunde nie, denn wie sich das Marktgeschehen ändert, so verändern sich auch die Interessen Ihrer Anspruchsgruppen.

Für die praktische Umsetzung der vorgestellten Analysen eignen sich vor allem visuelle Methoden, wie etwa Mindmaps sowie das Business Model Canvas. Beides sind Methoden, die direkt gemeinsam im Team angewandt werden sowie flexibel und kostengünstig einzusetzen sind.

Strategie- und Zielbestimmung

Nun haben Sie im Dialog mit Ihren Anspruchsgruppen die wesentlichen Themen Ihres Unternehmens erfasst und können **Ihre Strategie und Ziele festlegen**.

Die strategischen Aktivitäten des Unternehmens sollten so ausgerichtet sein, dass sie zur Wertschöpfung beitragen. Dazu zählen ökonomische, rechtliche und direkt mit dem Kerngeschäft zusammenhängende ethische Aspekte. **Beliebig und nach dem eigenen Ermessen verteilte Wohltaten sind nicht Teil des strategisch nachhaltigen Wirtschaftens.**

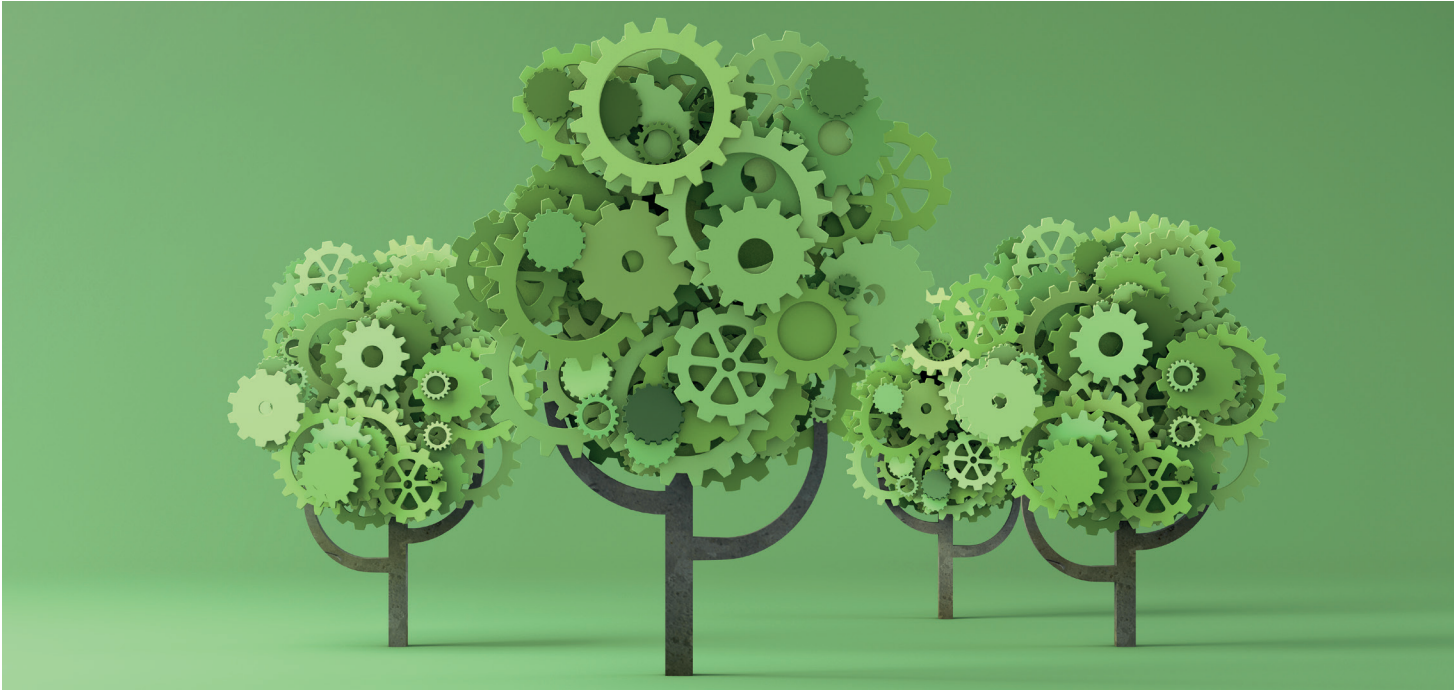
KMU sind durch ihre weniger komplexen Entscheidungsstrukturen und kürzere Kommunikationskanäle im Vergleich zu Großunternehmen im Vorteil, so dass der Planungs- und Entscheidungsprozess schneller durchlaufen werden kann.

Information und Kommunikation

Sobald Sie Ihr strategisches Vorgehen und Ihre Ziele bestimmt haben, widmen Sie sich der Umsetzung sowie der Kommunikation. Es gibt verschiedene interne wie externe Gruppen, die sich für Ihr nachhaltiges Engagement interessieren: Beschäftigte, Investoren, Konsumenten, die Zivilgesellschaft oder auch Kunden und Geschäftspartner. Sie fragen immer häufiger und kritisch nach, wie Unternehmen mit sozialen, ökologischen und ökonomischen Risiken umgehen. **Kommunizieren Sie dies offen unternehmensintern und auch nach außen gegenüber Ihren Kunden, Wettbewerbern und Anspruchsgruppen.**

Nutzen Sie hierfür Ihre Grundsatzerklärung, die als Maßstab des eigenen Handelns sowohl intern als auch extern kommuniziert werden kann.

In die Organisation hinein ist es wichtig, dass Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begeistern, den Prozess zu begleiten. Halten Sie sie informiert – etwa durch das Intranet oder Newsletter. Schaffen Sie Interesse und Neugier durch Beteiligung und etablieren Sie Anreize, indem Sie Beschäftigte bspw. als Nachhaltigkeits-Botschafter



einsetzen. Informieren Sie Ihre Mitarbeitenden transparent und regelmäßig darüber, wo Sie gerade stehen. Je besser informiert diese sind, desto mehr werden sie sich Ihrem Weg anschließen.

Transparentes über Ihren Prozess zu berichten, kann Ihre Glaubwürdigkeit und Vertrauen in Ihr Unternehmen nach außen steigern. Es ist wichtig, Ihr Engagement öffentlich zu machen, wenn Sie etwas vorweisen können. **Es ist nie verkehrt, auch kleine Schritte auf dem Weg zu kommunizieren.**

Die Kommunikation kann durch Pressemeldungen, Meldungen in den sozialen Medien, Interviews etc. erfolgen.

Die höchste Form der Kommunikation im Nachhaltigkeitskontext ist die **Berichterstattung nach anerkannten Standards**. Sie ist dann zu empfehlen, wenn Sie sich bereits länger mit der nachhaltigen Entwicklung Ihres Unternehmens auseinandersetzen. Die Berichterstattung dient zur Überprüfung der Angemessenheit und Effektivität der ergriffenen Maßnahmen. Wer die Inhalte entsprechend kommuniziert, kann damit Kunden, Bewerbern, regionalen Akteuren und Mitarbeitern die Strategie und das Geschäft besser erklären. Und Sie zeigen damit, was Sie mit Ihrem Unternehmen gerade für die Gesellschaft leisten: durch Ihre Produkte, als Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber sowie durch Engagement für die Region. Hier gibt es mittlerweile zahlreiche etablierte Berichtstandards, die nach Zweck und internationaler Reichweite Ihres Unternehmens auszuwählen sind. Ihre IHK für Rheinhausen berät Sie hierzu gerne.

Fragen:



Wie kommunizieren Sie über Ihren Prozess hin zur Nachhaltigkeit?

Werden in Ihrem Unternehmen Daten und Informationen gesammelt, um die Umsetzung der wesentlichen sozialen und ökologischen Aspekte dokumentieren zu können?

Weitere Infos



[Alles zu den Berichtsstandards:](#)

rheinhausen.ihk24.de/csr-berichtspflicht

Ökonomie

Eine stabile wirtschaftliche Entwicklung Ihres Unternehmens ist abhängig von unterschiedlichen Akteuren, die Ihr Wirken beeinflussen. Das Aktionsfeld „Ökonomie“ betrachtet Ihre Marktbeziehungen zu Konsumenten, Geschäftspartnern, Investoren und Wettbewerbern entlang Ihrer gesamten Wertschöpfungskette. Durch den regulatorischen Druck steigen Anforderungen an ein verantwortliches Lieferkettenmanagement national wie international.



Quellenachweis

Fragen:



Warum wird Ihr Unternehmen am Markt gebraucht?

Welche negativen Auswirkungen haben Ihre Produkte und Dienstleistungen?

Führt die Geschäftsführung bei identifizierten Risiken eine Folgenabschätzung durch?

Wie wird die Rückmeldung der Konsumenten zum Produkt organisiert?

Produkte und Fertigung

Vor diesem Hintergrund ist es ein zentrales Ziel des nachhaltigen Wirtschaftens, die Auswirkungen des eigenen Handelns zu kennen, konsequent zu hinterfragen, warum das Unternehmen am Markt erfolgreich ist, und es kontinuierlich den Marktgegebenheiten anzupassen. Die Erfassung der Risiken bspw. bei der Herstellung, dem Verkauf und Konsum Ihrer Produkte und Dienstleistungen, führen zu einem Überblick über die eigenen Beschaffungsprozesse, deren Struktur und den Akteuren in der Lieferkette.



Maßnahmen:

- Berücksichtigung der ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen auf den gesamten Produktlebenszyklus bei der Produktgestaltung
- Gewährleistung von hoher Sicherheit von Produkten und Dienstleistungen sowie Dokumentation von Prozessen
- Überprüfung des Einkaufs der Verbrauchsmaterialien: Einsatz nachhaltiger Produktbestandteile
- Verlängerung des Produktlebenszyklus mit Blick auf ihre Reparaturfreundlichkeit und Wiederverwertbarkeit
- Beachtung von Sozial- und Umweltaspekten bei Finanzierung und Veranlagung
- Schutz und Respekt vor geistigem Eigentum und Ablehnung von Werkspionage
- Begegnung gegenüber Ihren Zulieferern, Mitbewerbern und Kunden partnerschaftlich und mit Respekt

Wertschöpfungskette und Geschäftsbeziehungen

Die Nutzung der Vorteile globaler Lieferketten und offener Märkte durch Unternehmen führt zu einer Mitverantwortung für deren Entwicklung. Liefer- und Wertschöpfungsketten sind über die Jahre komplexer geworden und insbesondere können länderübergreifende Wirtschaftsbeziehungen mit erheblichen wirtschaftlichen, politischen, ökologischen, sozialen und kulturellen Risiken verbunden sein. Speziell liegen diese Risiken in den vorgelagerten Stufen der Wertschöpfung, im Zuliefernetzwerk.

Doch auch hier gilt es, Augenmaß zu halten. Ein durchschnittliches Unternehmen kann nicht für jeden Lieferanten über alle Stationen hinweg Verantwortung übernehmen. Aber es kann zunehmend Transparenz erlangen und mit wichtigen Lieferanten langfristig zusammenarbeiten.



Maßnahmen:

- Formulierung klarer Vorgaben (Verhaltenskodizes) gegenüber Wirtschaftspartnern
- Berücksichtigung von Sozial- und Umweltkriterien im Beschaffungswesen, deren Einhaltung durch regelmäßige Audits bei den wichtigsten Lieferanten überprüft werden
- Schulung der Lieferanten hinsichtlich Verhaltenskodizes
- Beteiligung von regionalen Anbietern im Vergabeprozess
- Überprüfung der Angebote neben dem Preis ebenfalls auf Nachhaltigkeitsaspekte und
- Abwägung bei Finanzierungsentscheidungen auf Sozial- und Umweltaspekte und angemessenes Risiko
- Entschiedenes und transparentes Vorgehen gegen Korruption und Bestechung

Innovation

Das bewusste Erbringen nachhaltiger Leistungen und Eingehen auf die Bedürfnisse Ihres direkten Unternehmerumfeldes führt oftmals zu neuen Produkt- oder Serviceideen, die Ihnen Wettbewerbsvorteile ermöglichen können.



Maßnahmen:

- Anstreben von ressourcenschonenden und sozialverträglichen Produkt-, Service- und Prozessinnovationen
- Investitionen in umwelt- und sozialbezogene Forschung und Entwicklung
- Einsatz von fortschrittlichen, umweltfreundlichen und sozialverträglichen Technologien

Fragen:



Kennen Sie Ihre Wertschöpfungskette und wissen Sie, woher Ihre Rohstoffe und Zulieferprodukte kommen?

Berücksichtigen Sie in der Produkt- und Dienstleistungsentwicklung gesellschaftliche Bedürfnisse und demografische Trends?

Formulieren Sie Richtlinien für die ökologischen und sozialen Bedingungen für Ihre Zulieferbetriebe?

Wie gestalten Sie Ihre Lieferantenbeziehungen?

Frage:



Wie begegnen Sie als Unternehmen neuen Ideen und wie werden diese gefördert?



Arbeitsplatz

Beim Aktionsfeld „Arbeitsplatz“ geht es um Investitionen in das Potenzial von gut ausgebildeten, motivierten und loyalen Mitarbeitern. Diese zählen zu Ihren wichtigsten Ressourcen. Neben der Wahrung von gesetzlich vorgeschriebenen arbeitsschutzrechtlichen Gesundheits- und Sicherheitsbedingungen und der Förderung ihrer beruflichen Entwicklung gilt es, die Achtung von Vielfalt, die Gewährleistung von Chancengleichheit sowie die freiwillige betriebliche Unterstützung zur Erhaltung der Gesundheit am Arbeitsplatz zu fördern.

Neben diesen weichen Faktoren findet die digitale Transformation immer stärker Einzug in die Arbeitsprozesse der Mitarbeitenden und beeinflusst diese. Daher zählt es ebenfalls zur nachhaltigen Entwicklung, sich in Bezug auf Datensicherheit und Datenschutz sowie auf den Einsatz der künstlichen Intelligenz (KI) als Unternehmen gegenüber den Beschäftigten pflichtbewusst aufzustellen.

Fragen:



Wie fördern Sie Ihre Beschäftigten bei der betrieblichen und persönlichen Weiterbildung?

Was macht Ihr Unternehmen für Bewerber besonders attraktiv?

Wie binden Sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Entscheidungen mit ein?

Wie stärken Sie als Unternehmen die langfristige Beschäftigungsfähigkeit von Arbeitnehmern, wenn sich Berufsbilder immer schneller wandeln?

Welchen Stellenwert hat betriebliches Gesundheitsmanagement in Ihrem Unternehmen?

Personalentwicklung



Maßnahmen:

- Stärkung einer agilen Unternehmenskultur
- Gestaltung von flexiblen Arbeitszeitmodellen
- Förderung der Initiative und Eigenverantwortung der Beschäftigten hinsichtlich Nachhaltigkeit (bspw. Projekte von Auszubildenden)
- Investition in Personalentwicklung, Förderung von Lernen in digitalen Formaten
- Evaluierung der Mitarbeiterzufriedenheit
- Erhalt und Förderung der Gesundheit der Belegschaft
- Nachhaltiges Wirtschaften als integraler Bestandteil von Zielvereinbarungen und Mitarbeiterjahresgesprächen

Fragen:



Wie werden die Daten, die von außen kommen, in Ihrem Unternehmen verarbeitet und wie transparent wird darüber berichtet?

Wie setzen Sie Anwendungen der KI für Beschäftigte und Kunden verantwortungsvoll ein?

Digitalisierung: Datenschutz und Umgang mit künstlicher Intelligenz (KI)



Maßnahmen:

- Herstellung von Transparenz bei der Verarbeitung und Speicherung von Daten
- Erstellung eines IT-Sicherheitskonzepts, das durch verschiedene Tools die IT-Infrastruktur schützt
- Sensibilisierung aller Mitarbeitenden für das Thema Datensicherheit und Datenschutz
- Beschleunigung der Verarbeitungsprozesse durch den Einsatz von intelligenten Steuerungssystemen
- Sicherstellung des Einsatzes einer angemessenen Datenschutzlösung, die alle kritischen Unternehmensdaten schützt
- Schutz von Daten von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern und Achtung der Privatsphäre

Diversität & Chancengleichheit



Maßnahmen:

- Gestaltung von altersgemäßen, behindertengerechten und barrierefreien Arbeitsplätzen und -bedingungen
- Durchführung diskriminierungsfreier und transparenter Personalauswahlverfahren
- Anerkennung der Verschiedenartigkeit der Menschen, Einsatz für Chancengleichheit
- Unterbindung von Diskriminierung jeder Art, bspw. Anti-Diskriminierungs-Programme
- Unterstützung von Inklusion und Partizipation von Minderheiten in der Belegschaft
- Frauenförderung durch betriebliche Programme und Karriereplanung

Fragen:



*Wie divers ist Ihr Unternehmen aufgestellt?
An welchen Stellen im Unternehmen können
Sie Chancengleichheit stärken?*

Vereinbarkeit Familie & Beruf



Maßnahmen:

- Zeitliche Unterstützung bei der Betreuung von Kindern
- Zeitliche Unterstützung bei der Betreuung von Familie und Pflege von Angehörigen
- Kooperation mit Tagesmüttern, Kindertagestätten und -gärten vor Ort

Fragen:



*Welchen Beitrag können Sie zur Vereinbarkeit
von Familie und Beruf leisten?
Welche flexiblen Arbeitszeitmodelle bieten Sie
Ihren Beschäftigten?*

Ökologie

Das Aktionsfeld „Ökologie“ arbeitet Ihr ökologisch verantwortliches Handeln heraus. Wirtschaften zieht häufig einen Eingriff in die natürliche Lebensgrundlage nach sich. Dem kann konkret durch die Minimierung schädlicher Folgen und Risiken, u. a. durch einen effizienten Ressourceneinsatz sowie die Überprüfung des Einsatzes von erneuerbaren Rohstoffen und Energieträgern, entgegenwirkt werden. Eine konsequente und durchgängige Ermittlung der Umweltauswirkungen Ihrer Unternehmensaktivitäten entlang Ihrer Wertschöpfungskette sollte Ihr Ziel sein.



Fragen:



Können die Produkte selbst zur globalen Energieeinsparung beitragen?

Können Einsparpotenziale hinsichtlich Energie- und Ressourcenverbrauch identifiziert werden?

Wie können Sie den Energiekonsum für digitale Dienstleistungen reduzieren und nachhaltig gestalten?

Energie- und Ressourceneffizienz



Maßnahmen:

- Erhöhung der Energieeffizienz der Gebäude, Anlagen und Produktionsprozesse
- Entwicklung von Herstellungsverfahren mit immer geringer werdendem Ressourcen- und Energieverbrauch
- Ersetzen nicht erneuerbarer Rohstoffe und Energieträger durch erneuerbare
- Vermeidung von Überschussproduktionen, Schließung von Stoffkreisläufen und Erzielen von möglichst guter Wiederverwendung und -verwertung
- Schutz des Trinkwassers und Einführung eines effizienten Wassermanagements
- Nutzung von Sekundärrohstoffen oder nachwachsenden Rohstoffen
- Prüfung des Einsatzes von regionalen Vorprodukten

Umweltmanagement und Klimawandel



Maßnahmen:

- Vermeidung von direkten und indirekten Emissionen von Treibhausgasen, insbesondere Reduzierung Ihrer CO₂-Emissionen, auch in vor- und nachgelagerten Prozessen
- Förderung der Bewusstseinsbildung und von Innovationen zum Klimaschutz
- Einsatz von Umweltmanagementsystemen (bspw. ISO 14001) und Anstreben der Zertifizierung
- Rückführung von Produkten und Produktkomponenten in die Wirtschafts- und Materialkreisläufe am Ende Ihrer Nutzungsphase
- Vermeidung und Kompensation von negativen Einflüssen auf die Umwelt, indem Schadstoffe, Emissionen, Abwässer, Abfälle, Geruch und Lärm reduziert werden
- Einhaltung hoher Sicherheitsstandards
- Negative Umweltauswirkungen am Standort überprüfen
- Vermeidung von Übernutzung der Flächen
- Erhaltung von Lebensräumen und der Artenvielfalt
- Prüfung bei den Neuanschaffungen von technischen Geräten auf Green IT-Zertifikate
- Umstellung der Korrespondenz, wo immer möglich, auf digitale Wege
- Vorzug, wenn immer möglich, der Videokonferenzlösungen vor Dienstreisen

Mobilität und Logistik



Maßnahmen:

- Einsatz von verkehrsmindernden Technologien und angepassten Arbeitszeitmodellen (bspw. mobiles Arbeiten)
- Optimierung des Transport- und Mobilitätsmanagements durch moderne Logistikkonzepte
- Sukzessive Ausstattung des Fuhrparks mit umwelt- und sozialverträglichen Verkehrsmitteln
- Einführung eines Mobilitätsmanagementsystems für die Belegschaft (Jobtickets, Jobräder etc.)

Fragen:



Lassen sich klimagasproduzierende und chemisch belastende Prozesse in umweltfreundliche Varianten umwandeln?

Was können wir als Unternehmen zum Erhalt der Biodiversität beitragen?



Frage:



Inwiefern lässt sich das unternehmenseigene Transport- und Logistikwesen effizienter organisieren?

Fragen:



Welche Rolle spielt das Unternehmen in der Region?

Welche Kooperation wäre mit anderen Unternehmen sinnvoll?

Weisen Ihre Spendenaktionen eine Verbindung zu Ihrem Kerngeschäft auf?

Welche gesellschaftlichen Entwicklungen wirken auf Ihr Unternehmen positiv/negativ?

Inwiefern unterstützen Sie Ihre Beschäftigten bei deren gemeinnützigem Engagement?

Gemeinwesen

Als Unternehmen sind Sie mit Ihrem Unternehmensstandort und Niederlassungen u. a. durch die Schaffung von Arbeitsplätzen in ein lokales Umfeld eingebunden. Durch den Kontakt und Dialog mit Ihren Interessensgruppen übernehmen Sie und Ihre Belegschaft gesellschaftliche Verantwortung. Dies fördert Ihre Akzeptanz und Wertschätzung am Unternehmensstandort, Ihr Image und der Bekanntheitsgrad des Unternehmens werden gesteigert. Zugleich stärkt Ihr Engagement das Betriebsklima und steigert die Mitarbeiterbindung. Achten Sie darauf, dass Ihr gesellschaftliches Engagement inhaltlich Ihr Kerngeschäft ergänzt, so dass der Nutzen Ihrer Unterstützung sich auf beiden Seiten wiederfindet. Nicht nur finanzielle Mittel fördern den gesellschaftlichen Zusammenhang, Ihr Umfeld wird auch durch den Einsatz Ihrer unternehmens- und branchenspezifischen Wissensvermittlung profitieren.



Maßnahmen:

- Förderung der lokalen Wirtschaft mit Blick auf regionale Lieferanten
- Prüfung, ob Teilfertigungsschritte Ihrer Produktion an Werkstätten für behinderte Menschen abgegeben werden können
- Förderung des gemeinnützigen Engagements der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Suche nach Kooperationen mit gleichgesinnten Unternehmen
- Anschluss an Brancheninitiativen
- Bildungsförderung am Standort: Angebot an Ausbildungsplätzen, Praktika, Ferienjobs für junge Menschen am Standort
- Kooperation mit Sozial-, Gesundheits- und Umweltorganisationen sowie Kultur- und Sporteinrichtungen
- Förderung des Austauschs von Kulturen
- Dialogveranstaltungen mit gesellschaftlichen Gruppen

III IHK für Rheinhessen – Ihr Dialogpartner

Die IHK für Rheinhessen und ihre Mitgliedsunternehmen wollen nachhaltiges Wirtschaften weiter vorantreiben. Mit dieser Broschüre geben wir Ihnen eine Orientierungshilfe an die Hand, die es Ihnen erleichtern soll, Nachhaltigkeit in die Unternehmenskultur, Prozesse und Geschäfte zu integrieren.

Darüber hinaus bieten wir Ihnen umfangreiche und weiterführende Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit.

Besuchen Sie gerne die Internetseite der IHK für Rheinhessen unter

 rheinessen.ihk24.de/nachhaltigkeit

Hier finden Sie Erläuterungen, Hintergrundinformationen und Ansprechpartner zu aktuellen Themen sowie Online-Tools zum nachhaltigen Wirtschaften.

Sollten Sie weitere Fragen haben, kontaktieren Sie uns gerne. Wir freuen uns, wenn wir mit Ihnen ins Gespräch kommen und Sie bei Ihrem nachhaltigen Engagement unterstützen können.

Ihre IHK für Rheinhessen

 +49 (6131) 262-0


 service@rheinessen.ihk24.de


Impressum

Herausgeber:

IHK für Rheinhessen | Schillerplatz 7 | 55116 Mainz

 +49 (6131) 262-0

 service@rheinessen.ihk24.de

 rheinessen.ihk24.de

Gestaltung: Milena Stubbe, IHK für Rheinhessen

Stand: März 2022

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

