

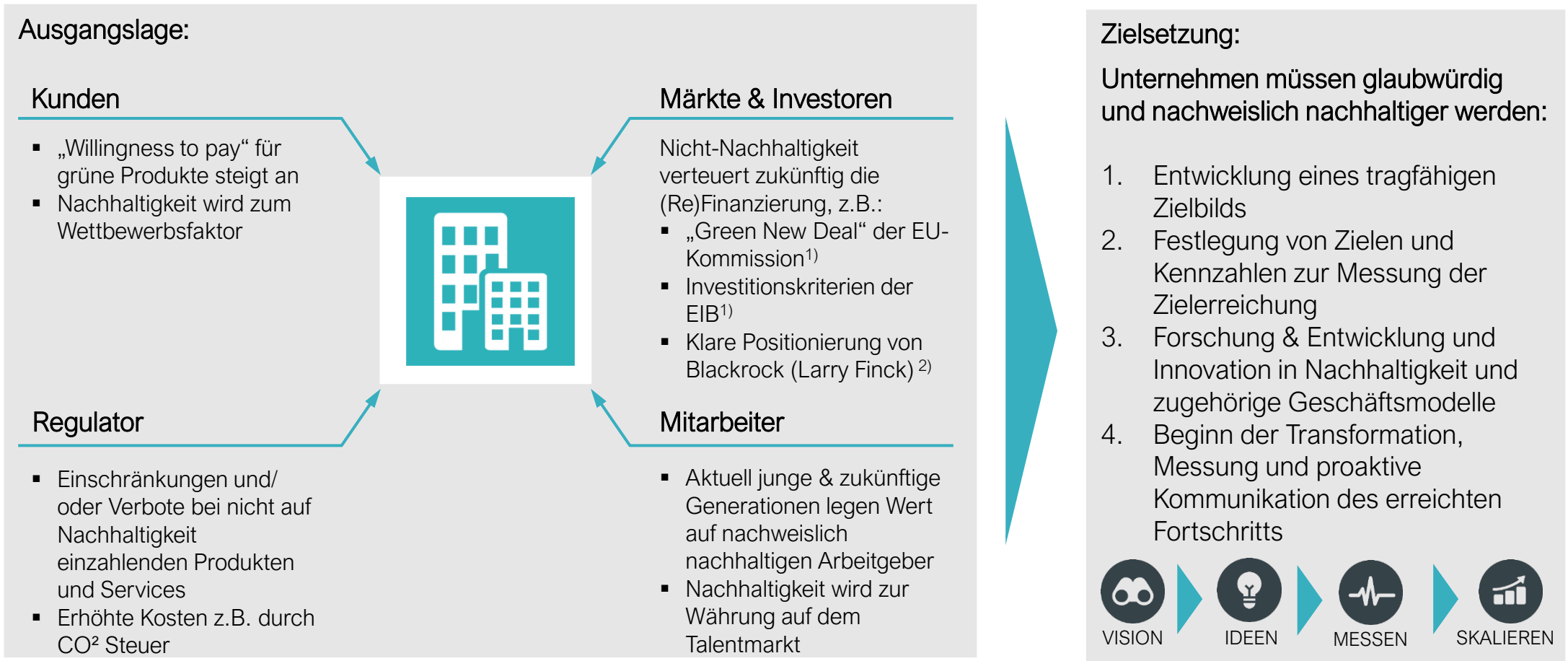
Nachhaltigkeit im Unternehmen umsetzen

Sharkbite Innovation GmbH



➤ HANDLUNGSDRUCK ERWÄCHST AUS VIELFÄLTIGEN DIMENSIONEN.

Die Ausrichtung an nachhaltigen Zielen wandert vom reinen Corporate Social Responsibility Reporting zum Kern einer Unternehmung: Das Geschäftsmodell muss nachweisbar nachhaltig werden.



1) Quelle: <https://www.eib.org/en/press/all/2019-313-eu-bank-launches-ambitious-new-climate-strategy-and-energy-lending-policy>

2) Quelle: <https://www.blackrock.com/de/privatanleger/larry-fink-ceo-letter>

› Welche Art von Nachhaltigkeitsmanagement betreiben Sie heute?



Einteilung der Universität St. Gallen



Nachhaltigkeit 0.0

The Business of Business
is Business

- Reines Shareholder Value Denken
- Nachhaltigkeit ist Aufgabe des Staates
- GE unter Jack Welch



Nachhaltigkeit 1.0

Nachhaltigkeit als Mittel
zum Zweck

- Kosten einsparen
- Risiken minimieren
- Employer Branding

Weit verbreiteter Stand



Nachhaltigkeit 2.0

Triple Bottom Line

- Ökonomie, Ökologie und Soziales als gleichwertige Unternehmensziele
- Organisatorische Verankerung im Unternehmen



Nachhaltigkeit 3.0

Lösen von gesellschaftlichen
Problemen

- Positiver Impact als primäres Ziel des unternehmerischen Handelns
- Problem Owner anstatt Solution Owner

Inside Out Betrachtung: Wie wirkt das Unternehmen auf die Umwelt







Outside In Betrachtung*

*Die Lösung von gesellschaftlich relevanten Herausforderungen und Problemen hat schon immer zur Gründung weltweit erfolgreicher Firmen wie Nestle oder Unilever geführt. Heute befindet sich z.B. IKEA schon auf Weg zur Nachhaltigkeit 3.0

➤ METHODIK



Egal, wo Sie heute stehen: Unsere Methodik bietet Ihnen den passenden Einstiegspunkt und lässt sich individuell an Ihr Unternehmen anpassen.

Phase	1: Status Quo SWOT Analyse 	2: Definition Leitbild/ Vision 	3: Ableitung Ziele und KPIs 	4: Innovation, F&E, M&A 	5: Transformation 
Kernfrage	Welche Stärken und Schwächen habe ich und wie welche Chancen u. Risiken entstehen in meiner Unternehmensumwelt?	Welches Unternehmen mit welchem Angebot möchte ich morgen sein?	Welche Ziele unterstützen mein Leitbild, welche KPIs ²⁾ machen sie messbar?	Welche (technischen) Innovationen benötige ich zur Zielerreichung?	Wie erreiche ich operativ meine Ziele?
Kernaktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> Analyse des internen Stärken und Schwächen Qualitative Erhebung externer Veränderungen Ableitung Chancen & Risiken 	Definition: <ul style="list-style-type: none"> Zukünftiger Fokus Zukünftige Geschäftsmodelle & Wertschöpfungsketten Transformationsbedarf 	Ableitung von SMARTen Zielen ¹⁾ und Soll-KPIs ²⁾ aus: <ul style="list-style-type: none"> Stakeholder-Erwartungen Frameworks Megatrends Validierung 	<ul style="list-style-type: none"> Ableitung des Entwicklungsdeltas Erstellung einer Innovation Long List Innovations-Roadmap F&E M&A 	<ul style="list-style-type: none"> Umbau von bestehenden Wertschöpfungsketten Einzug von neuen Wertschöpfungsketten Rückbau von obsoleten Teilen
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> Ist-Zustand des Unternehmens Aktuelle Übersicht zu Trends, Regularien und Wettbewerb Delta zum Status Quo 	<ul style="list-style-type: none"> Langfristiges Leitbild Strategische Stoßrichtung(en) Strategische Roadmap 	<ul style="list-style-type: none"> Langfristige Ziele Geeignete KPIs Mess- und Steuerkreis Roadmap für Umsetzung 	<ul style="list-style-type: none"> Proof of Concepts Piloten Validierte Geschäftsmodelle 	<ul style="list-style-type: none"> Reale Transformation Ist-KPIs Kommunikation
Feedback					

1) Operationalisierbare Ziele, d.h.: „Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-based“
 2) Key Performance Indicator: Messbare Kennzahl

➤ SYSTEM DER NACHHALTIGKEIT



17 Ziele | UN 2015 | Laufzeit bis 2030

➤ Beispielhafter Zielprozess



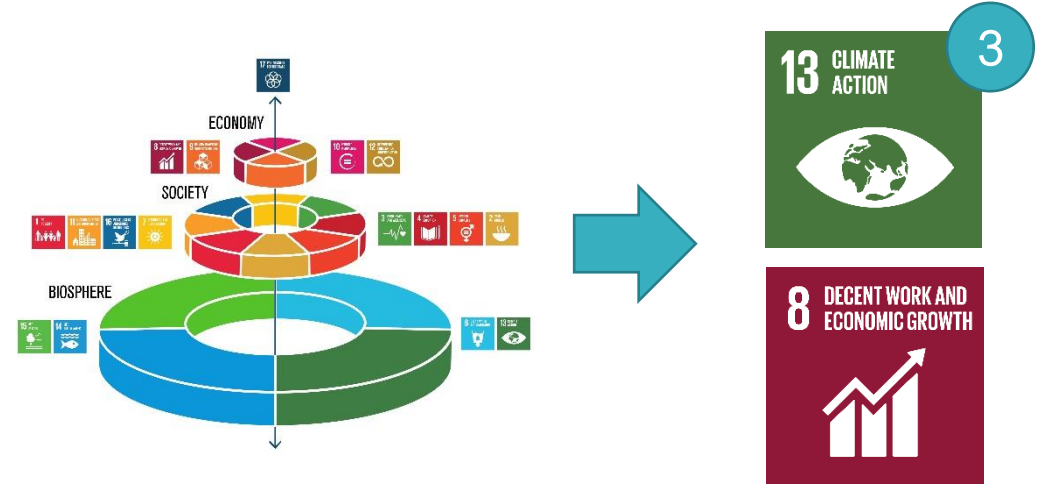
1

Wo stehen wir?



2

Was wollen wir erreichen?



Welche SDGs sind betroffen?



4



Welche Metrik?



DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Welche externe Überprüfung?



5



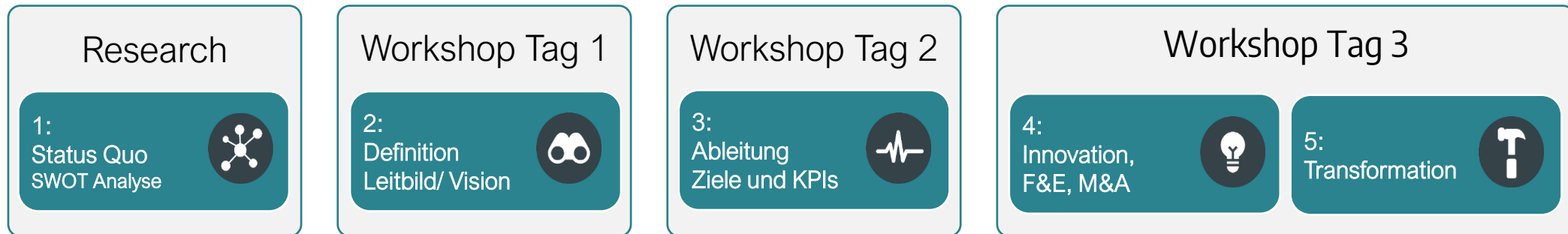
6

Welche Maßnahmen?



➤ Beispielhafter Implementierungsplan

- Research und Analyse im Vorfeld
- 3 Workshopmodule
- Jeweils 4 Stunden Workshop an 3 Tagen
- Empfehlung Rhythmus: z.B. jeden 1 und 3 Dienstag im Monat | Projektlaufzeit 2-3 Monate

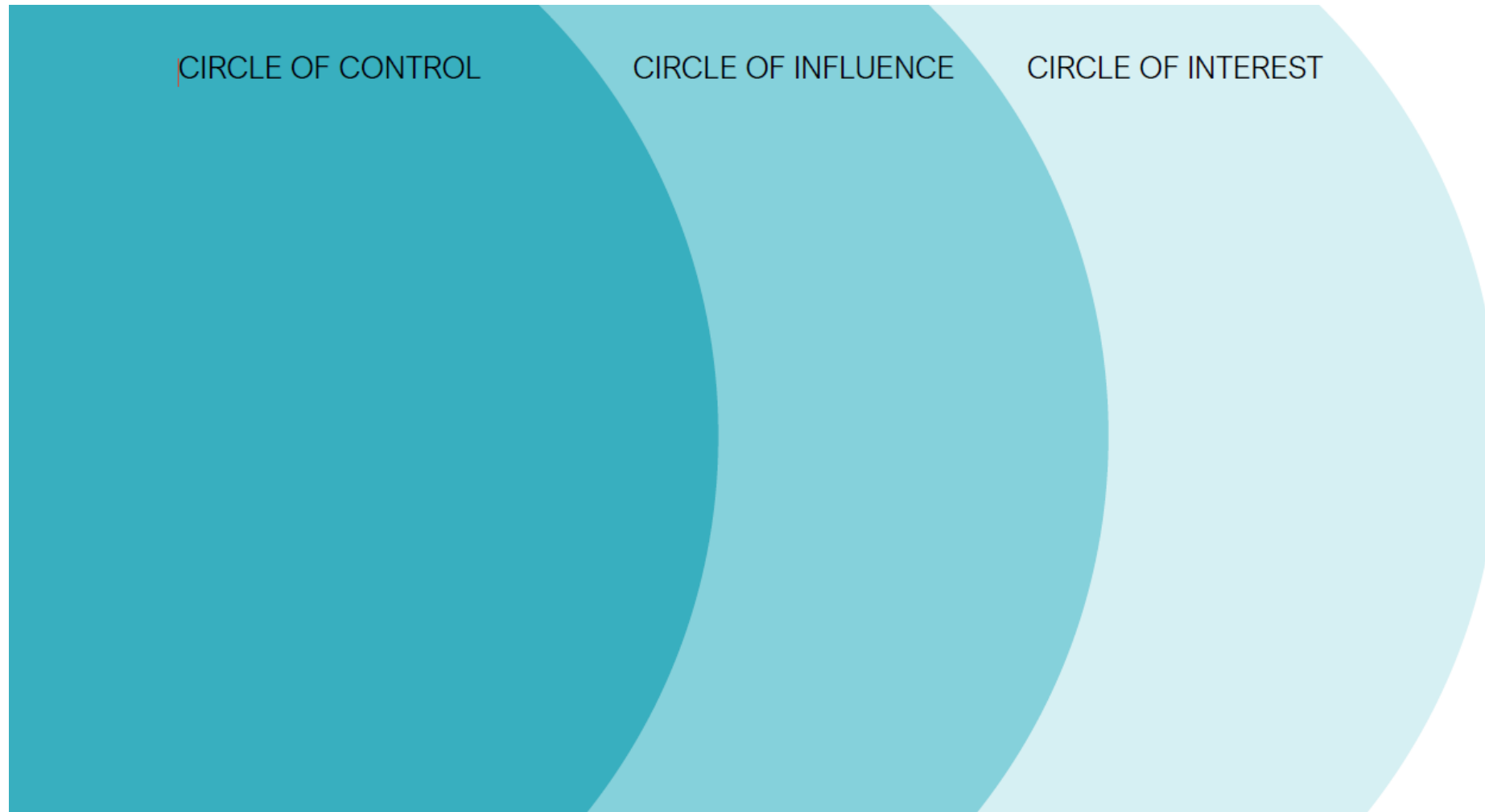




KICK-OFF
SWOT
Selbstevaluation

➤ Circle of Influence

Scope für Ihr Unternehmen festlegen



› Interne Perspektive

SWOT Analyse

- Was haben wir bereits? Wo stehen wir?
- Gibt es bereits eine Nachhaltigkeitsstrategie?
- Wie sind wir aufgestellt?
- Gibt es bereits ein Unterstützernetzwerk?
- Wo könnten wir mehr machen?



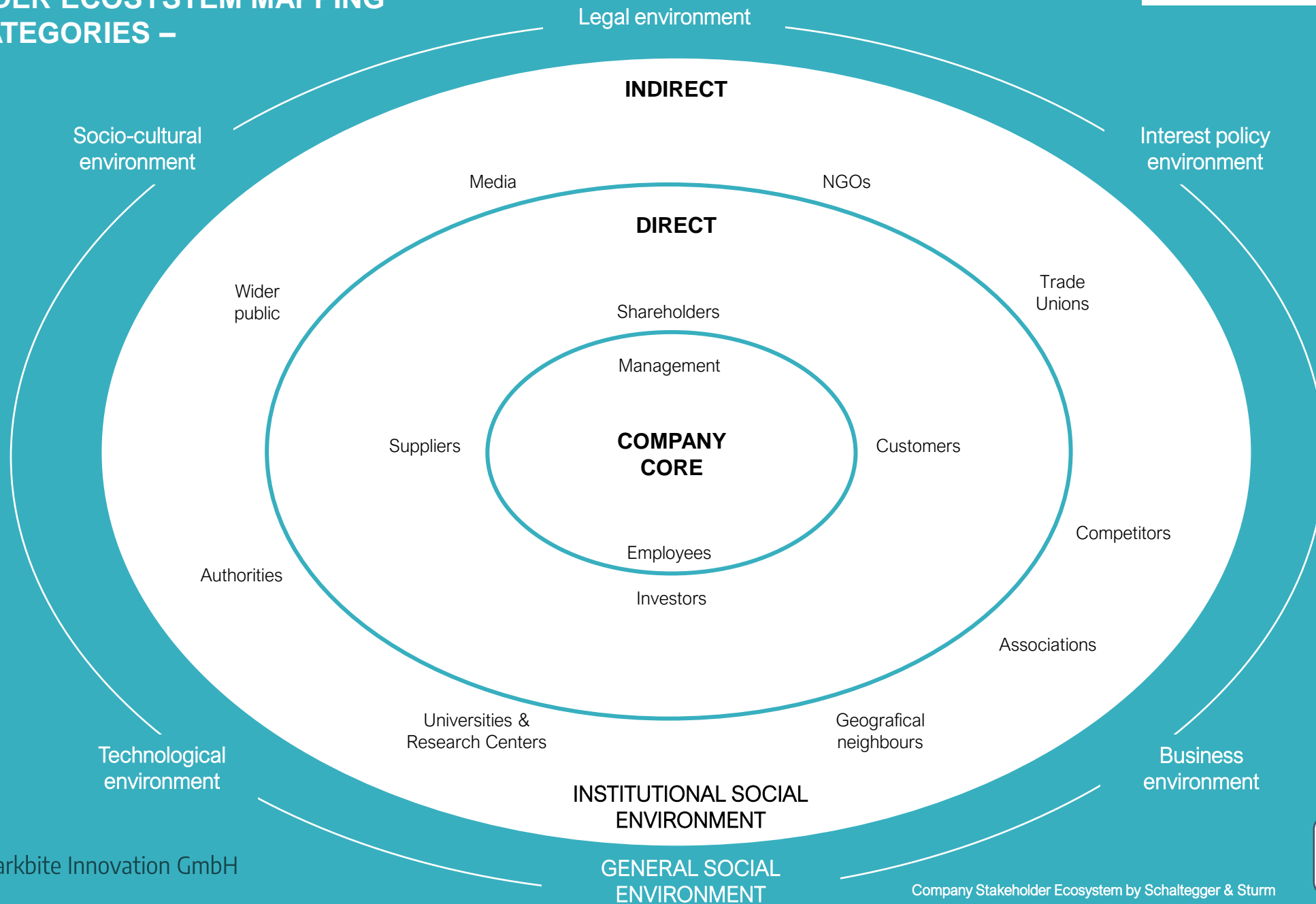
SWOT – Strengths Weaknesses Opportunities Threats



STAKEHOLDER ECOSYSTEM MAPPING

– INPUT CATEGORIES –

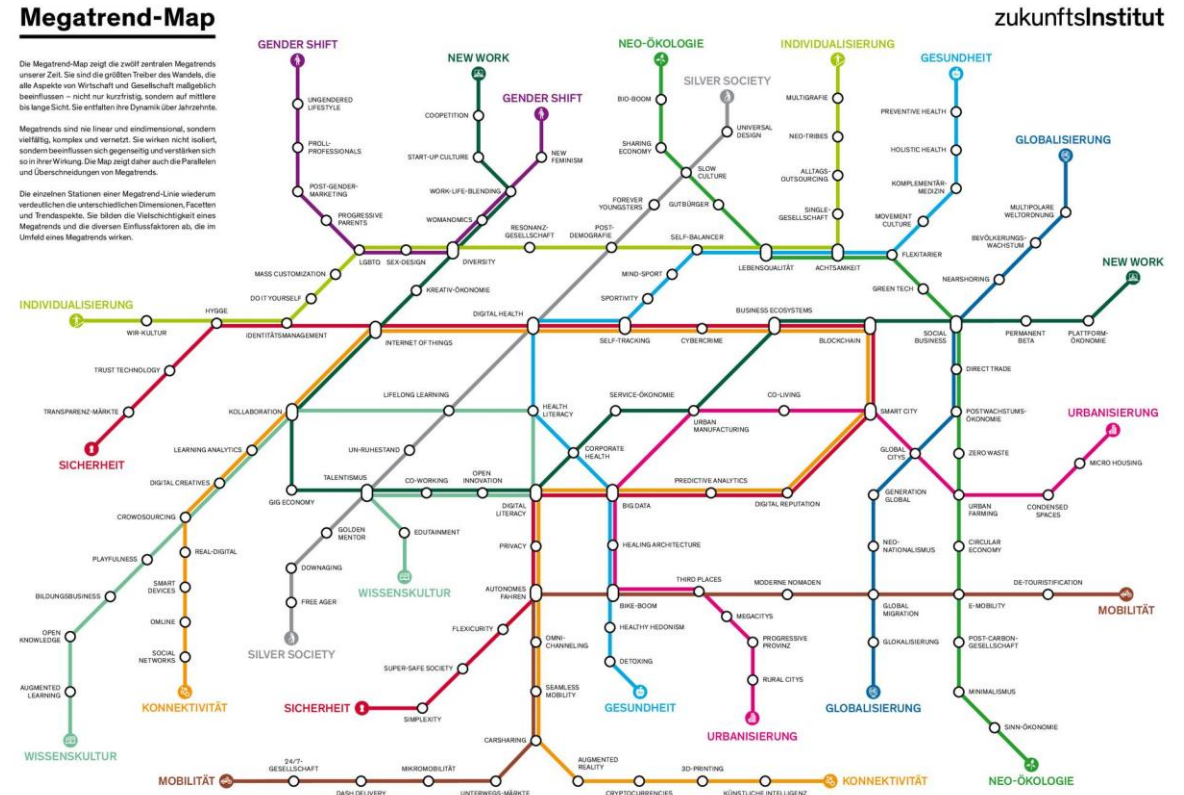
Project Name:



➤ Trend- und Startup Scouting, Fördermittel



- Analyse der deutschsprachigen Startups
 - Trendanalyse
 - Materialien
- Regularien
 - EU
 - Länderspezifisch
- Förderungen
 - Innovation
 - Nachhaltigkeit



Ergebnisse

- Zukünftige Technologie- und Marktentwicklungen sind bekannt
- Potentielle Startup-Kooperationspartner sind identifiziert
- Zu erwartende Regulatorische Eingriffe können berücksichtigt werden
- Fördermöglichkeiten sind transparent.

➤ Wettbewerbsanalyse

Best Practices und Standards in Ihrer Branche kennen



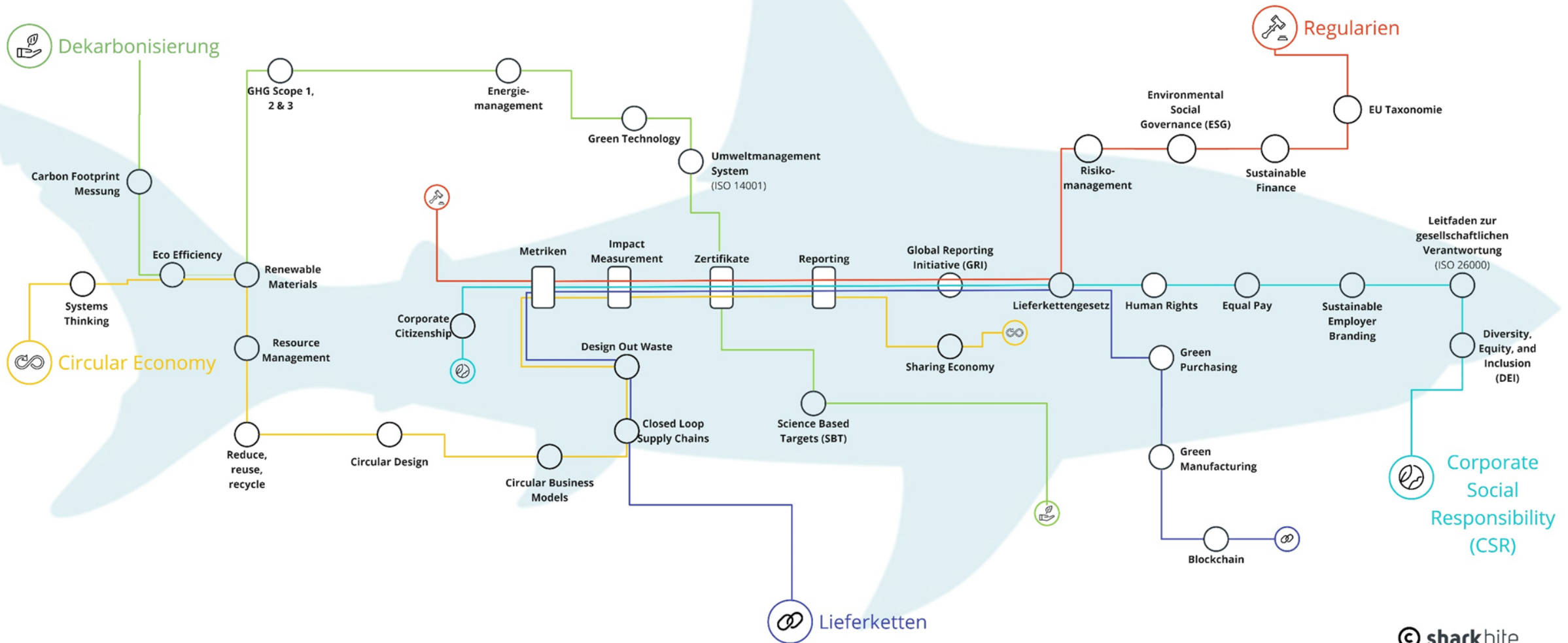


Fragen?



Vision und Ziele

Wichtige Handlungsfelder für Nachhaltigkeit im Unternehmen



› Brave actions are based on bold visions



Eine neue Form der Wirtschaft, die die planetarischen Grenzen respektiert und soziale Gerechtigkeit fördert.



Wir setzen uns für die **Erreichung der SDGs der Vereinten Nationen bis 2030** ein und inspirieren leidenschaftliche Handlungen für eine lebenswerte Zukunft.



Wir fördern eine **Zebra-Wirtschaft**, die Menschen und Organisationen nährt und respektiert und Partnerschaften für eine positive Wirkung nutzt - weltweit.



Wir befähigen **Einzelpersonen, Start-ups und Unternehmen**, ihre Organisationen durch den Einsatz unserer unternehmerischen Kraft und unserer **Innovationswerkzeuge** auf eine **nachhaltige Entwicklung** auszurichten.



› Formulierung einer Vision



VISION

Beschreibt eine zukünftige Realität, die das Unternehmen anstrebt und von der es sich inspirieren lässt. Idealerweise ist die Vision einfach und verständlich formuliert (leichte Kommunikation). Sie weckt Emotionen (motivierende Wirkung) und macht Sinn (nachhaltiger Antrieb). Die Vision steht wie ein Nordstern über den konkreten Maßnahmen und Zielen. Sie wird meist in einem Satz formuliert.

BEISPIELE

- Facebook: »To give people the power to share and make the world more open and connected.«
- Wikipedia: »A world in which every single person is given free access to the sum of all human knowledge.«
- Ben & Jerry's: »Making the best possible ice cream, in the nicest possible way.«

Formulierung einer “Arbeitsvision”

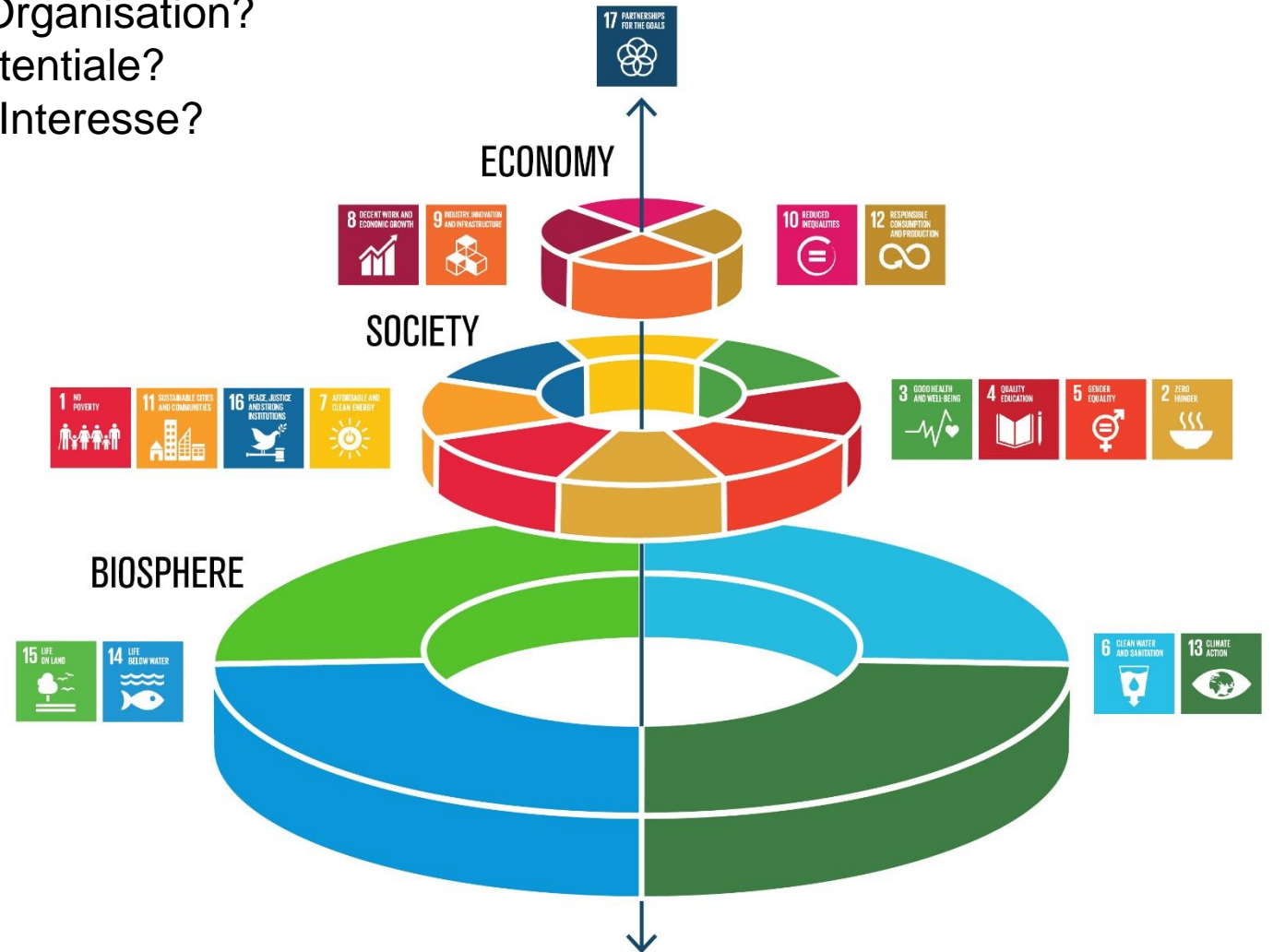
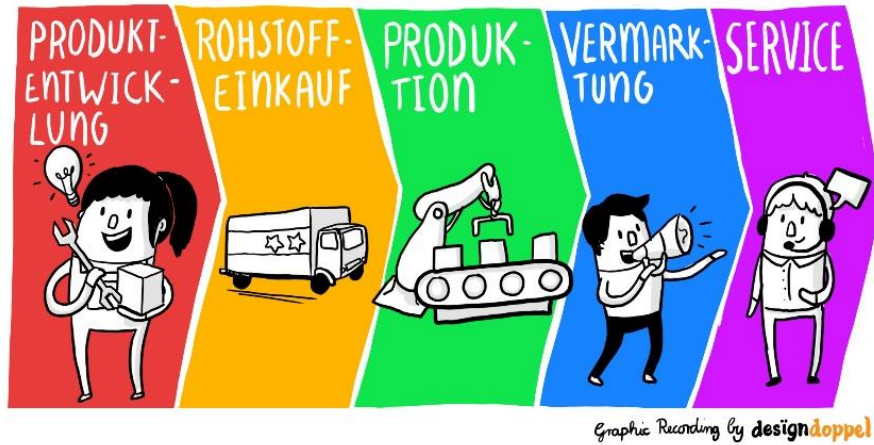
Als Firma (Ökosystem, Stakeholder) XY, **möchten wir** (mit Nachhaltigkeit wachsen) **um** (unsere Resilienz) zu gewährleisten.



➤ FORMULIERUNG VON ZIELEN FÜR DIE RELEVANTEN SDGs

- Wo liegen die größten Stärken meiner Organisation?
- Wo liegen die größten Optimierungs-Potentiale?
- Wo besteht ein besonderes, kulturelles Interesse?

Wertschöpfungskette



› FORMULIERUNG VON ZIELEN FÜR DIE RELEVANTEN SDGs



Welche SDGs sind relevant?



Welche Ziele setze ich mir für die ausgewählten SDGs?



Ziel

SMART-METHODE: ZIELE BESSER FORMULIEREN UND ERREICHEN

S	M	A	R	T
Spezifisch	Messbar	Attraktiv	Realistisch	Terminiert
Ziele so konkret und spezifisch wie möglich formulieren.	Qualitative und quantitative Messgrößen bestimmen.	Planen Sie so, dass Sie auch Lust haben, die Ziele zu erreichen.	Machbarkeit der Aufgabe innerhalb der Zeit und mit den Mitteln.	Ziele zeitlich bindend planen: Was ist bis wann zu erledigen?

➤ NACHHALTIGKEITZIELE ENTLANG DER RELEVANTEN SDGs



Ziele in Handlungsfeldern der Nachhaltigkeit bei xy:

<p>13 CLIMATE ACTION</p>	<p>Ziel</p>	<p>CO₂-Neutralität in Scope 1 & 2 bis 2025 – getrieben durch Innovation und immer weniger Kompensation.</p>
<p>3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING</p>	<p>Ziel</p>	<p>Branchen-Vorbild für höchste Gesundheits-Standards von Fahrern, Lagerarbeitern und Angestellten.</p>
<p>4 QUALITY EDUCATION</p>	<p>Ziel</p>	<p>Qualifizierung unserer Mitarbeiter - auch und vor allem in den von Digitalisierung betroffenen Bereichen.</p>
<p>5 GENDER EQUALITY</p>	<p>Ziel</p>	<p>Anstieg der Diversität im Führungskreis durch Qualifizierungs- und Förderungsmaßnahmen für Frauen in der Logistik.</p>
<p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>	<p>Ziel</p>	<p>...</p>

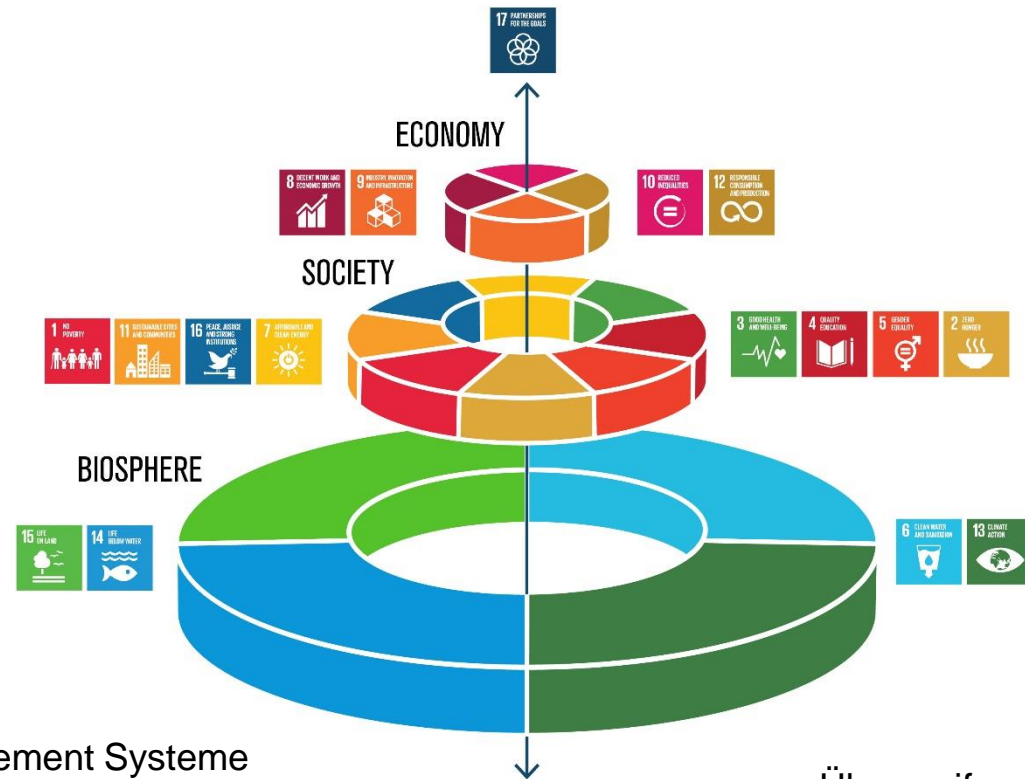


Fragen?



Transparenz, Messen, Zertifizieren

➤ EINTEILUNG DER VERSCHIEDENEN INSTRUMENTE



Berichts- und Controlling-Instrumente (Ökologische Nachhaltigkeit)

Ökobilanz (LCA)



Übergreifende Management Systeme (Nachhaltigkeit)



Berichts- und Controlling-Instrumente (Soziale Nachhaltigkeit)



Berichts- und Controlling-Instrumente (CO₂-Emissionen)



Übergreifende Berichts- und Controlling-Instrumente (Nachhaltigkeit)



› Zertifikate für SDGs



<https://www.tuvsud.com/en/services/sustainability/sustainability-services-un-sdg-goals>

MAPPING THE UN'S SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS TO OUR BUSINESS

First announced in 2015, the UN's Sustainable Development Goals are a set of 17 specific targets intended to contribute to a better, more sustainable future for all.

At TÜV SÜD, we are covering multiple SDGs with our service segments auditing and system certification, inspection, testing and product certification, advisory, and training.



12. Responsible Consumption and Production

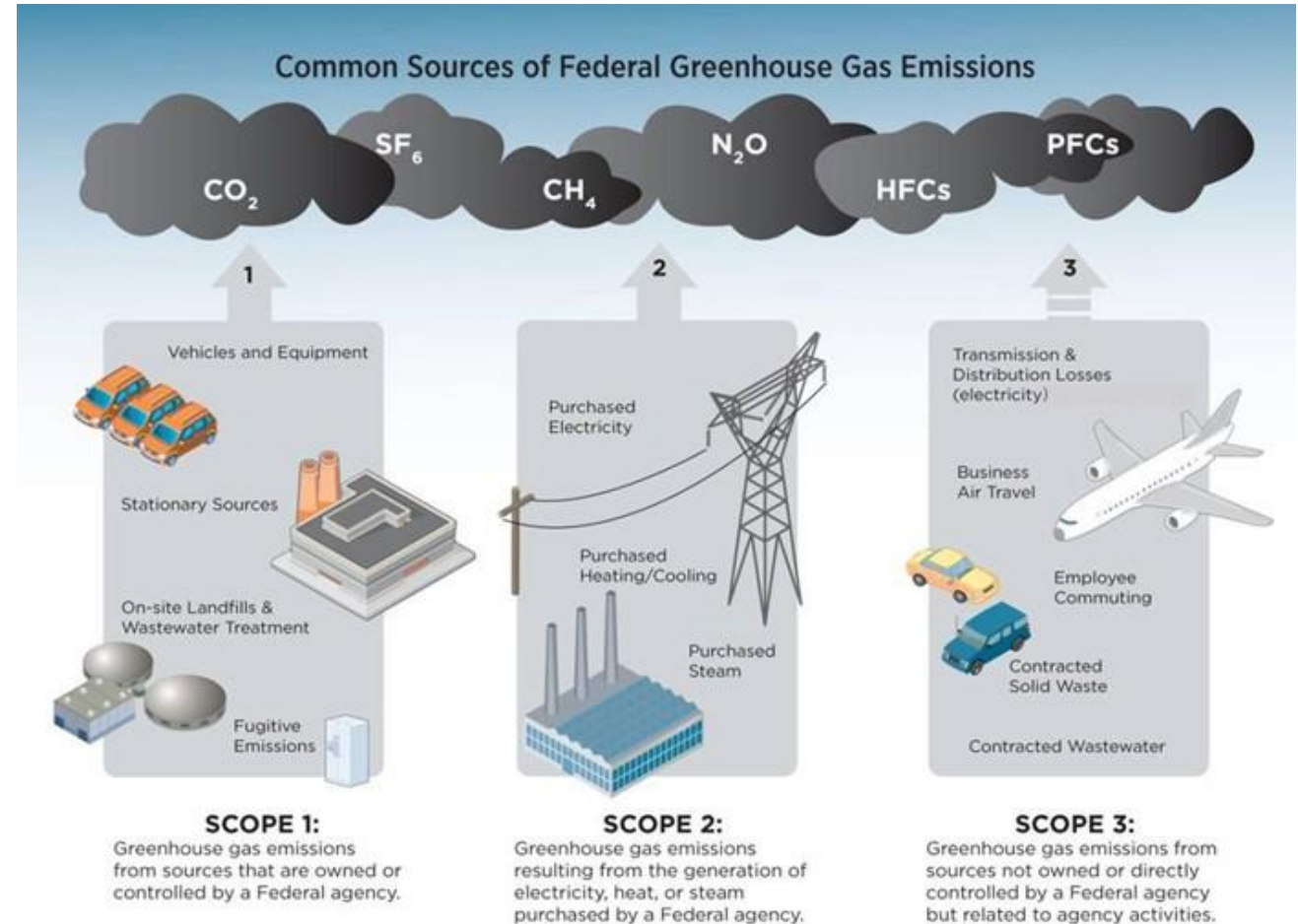
- Sustainable Battery Certification
- CO2 neutral Fabs
- IFS (International Featured Standard) Food Certification
- BRC (British Retail Consortium) Food Certification
- SIRI (I4.0) - Smart Industry Readiness Index (Industry 4.0)
- CSR Implementation and Social Audits
- ISO 9001 - Quality Management; ISO 14001 - Environmental Management; ISO 22000 - Food Safety Management; FSSC 22000 - Foundation Food Safety System Certification; ISO 50001 - Energy Management; ISO 55001 - Asset Management
- Trainings



➤ GREENHOUSE GAS PROTOCOL

FAKTEN ZUM GHG PROTOKOLL

- privater internationaler Standard (Carbon Accounting) & dazugehörigen Berichtswesen
- (Weiter-) Entwickelt vom WIR (World Resources Institute) und dem WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)
- Bilanziert wird über Scope 1, 2 und 3
- Ermöglicht Teilnahme am Carbon Disclosure Project (CDP):
 - Sammlung von Treibhausgas-Bilanzen in Greenhouse Gas Registries
 - Veröffentlichung dieser – für Öffentlichkeit, Investoren oder Behörden zugänglich





Fragen?

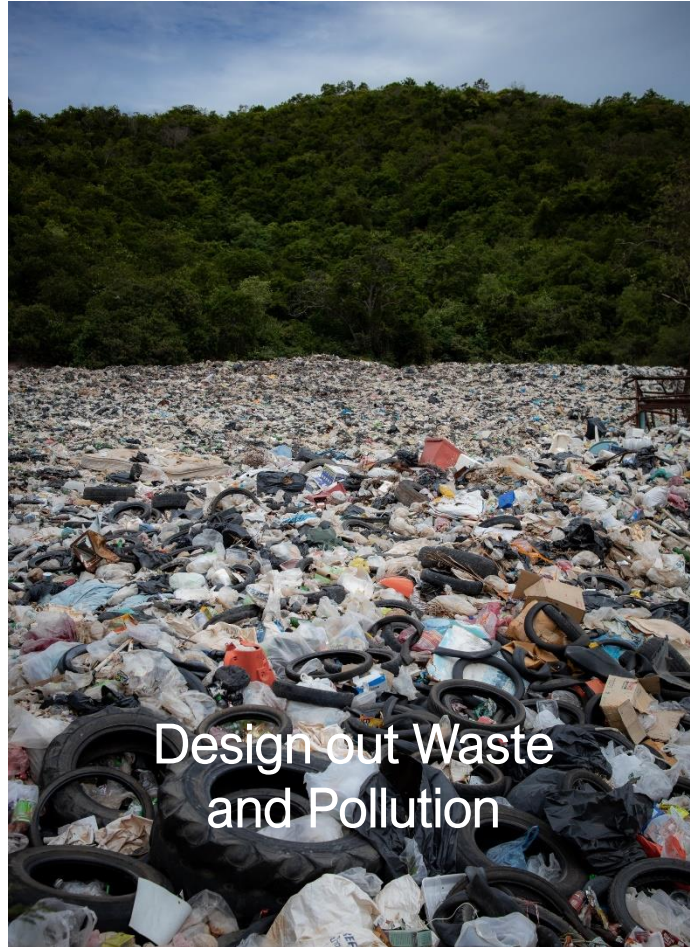


Maßnahmen entwickeln

17 Diamonds Prozess der Nachhaltigkeit



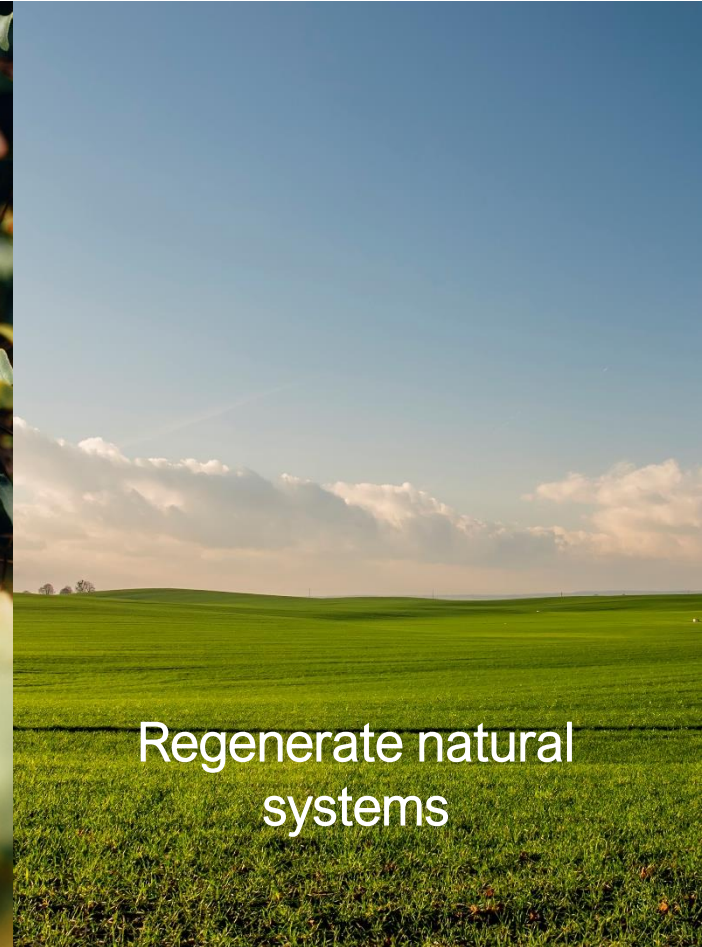
› 3 Prinzipien



Design out Waste
and Pollution



Keep products and
materials
in use

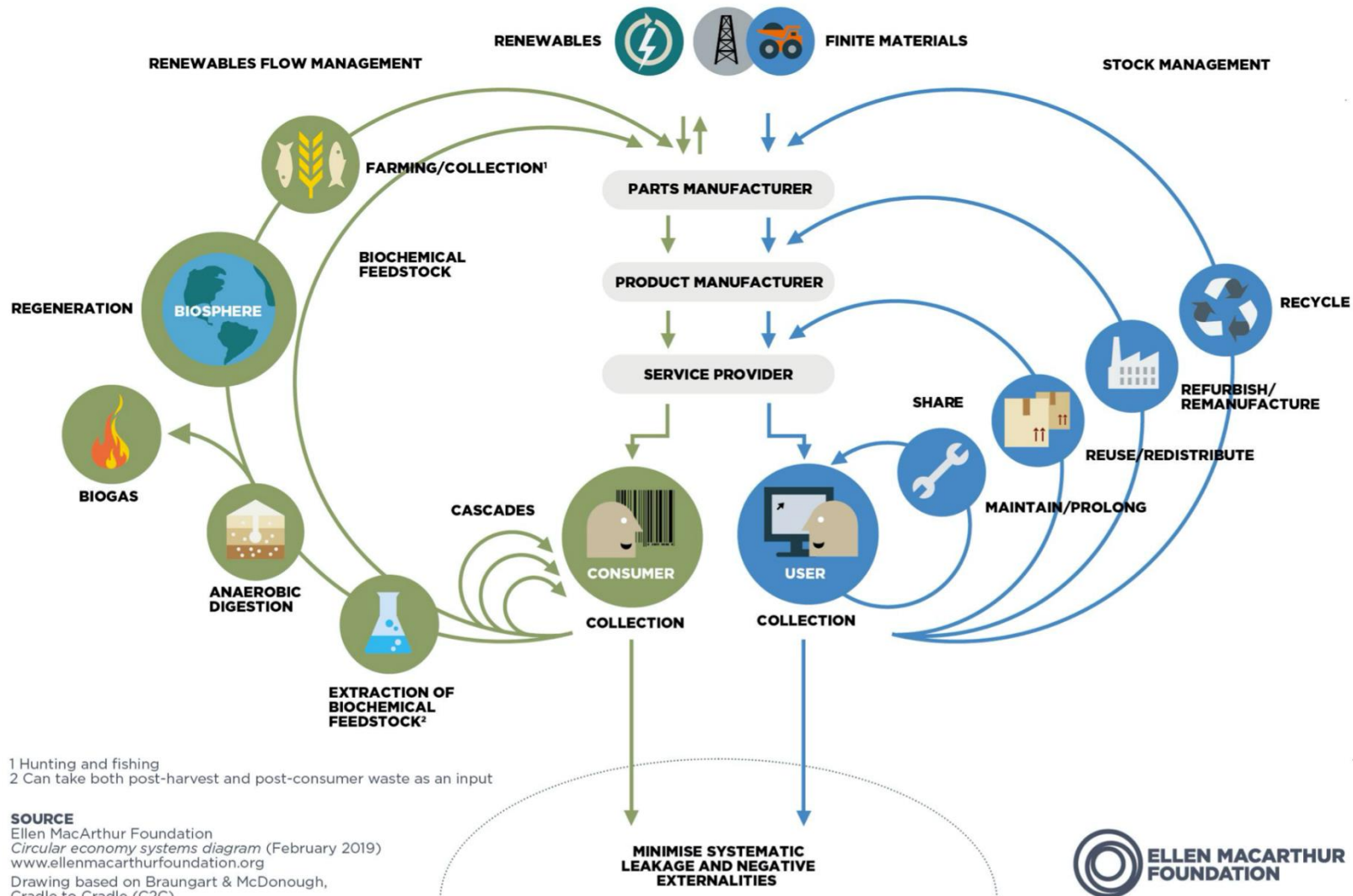


Regenerate natural
systems

› Die Loops schließen



Biologischer Cycle



Technischer Cycle

1 Hunting and fishing
2 Can take both post-harvest and post-consumer waste as an input

SOURCE
Ellen MacArthur Foundation
Circular economy systems diagram (February 2019)
www.ellenmacarthurfoundation.org
Drawing based on Braungart & McDonough,
Cradle to Cradle (C2C)



➤ Nach der ersten Nutzung - Lebensende vs. Nutzungsende



Die drei häufigsten Gründe für die Entsorgung von Produkten

Emotionale Obsoleszenz

- neues ästhetisches Design
- Wunsch des Benutzers nach Neuem
- Mangelnde Bindung an das Produkt

Technologische Obsoleszenz

- Ergebnis von technologischem Wandel
- oder Fortschritt, der ein altes Produkt inkompatibel mit neuen Technologien macht

Funktionale Obsoleszenz

- Ist erreicht, wenn ein Produkt nicht mehr so funktioniert wie im Neuzustand oder komplett ausfällt, z. B. durch Verschleiß.



Ein Produkt wird obsolet, wenn es von seinem Benutzer nicht mehr als nützlich oder bedeutsam erachtet wird.

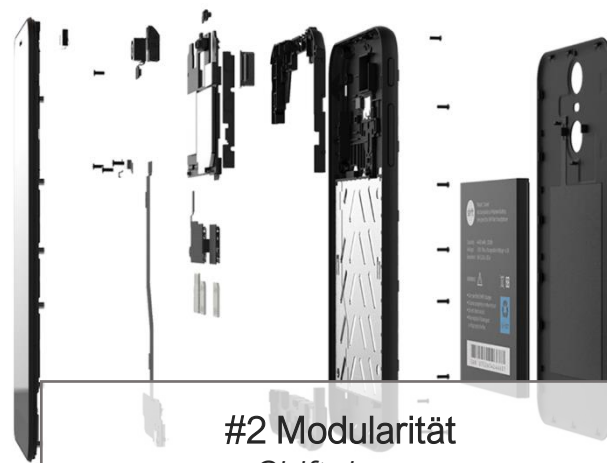
Dabei bedeutet in der linearen Wirtschaft das Nutzungsende oftmals unnötigerweise auch das Lebensende des Produktes.



› Design Strategien



#1 Sichere and zirkuläre
Materialien
Ecovative



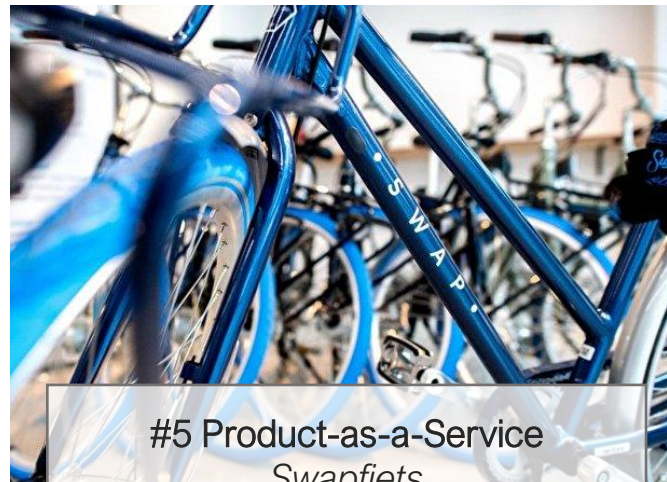
#2 Modularität
Shiftphone



#3 Dematerialisierung
Unverpackt



#4 Reuse | Mehrfach-Nutzung
Recup



#5 Product-as-a-Service
Swapfiets



#6 Take Back
Loop



Fragen?

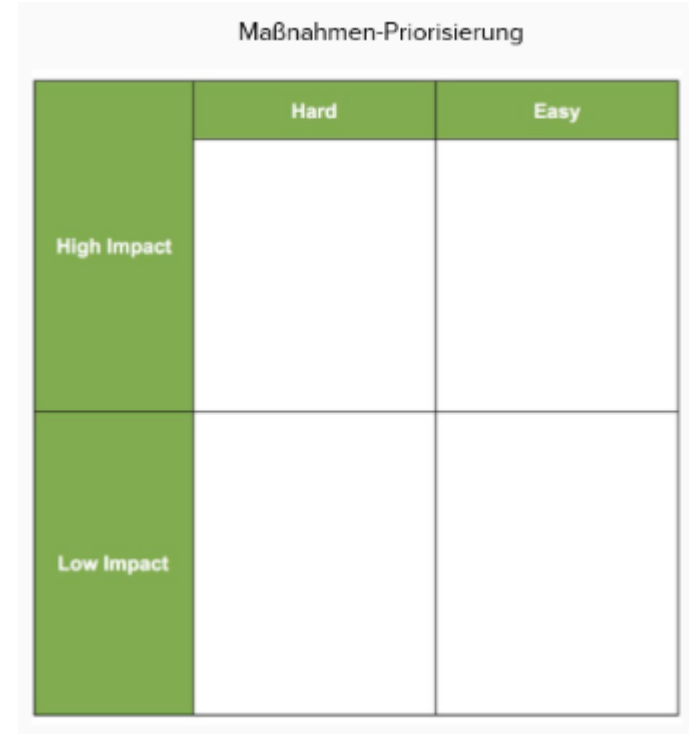


Maßnahmen für mein Unternehmen ableiten



➤ Maßnahmen ableiten und Priorisieren

Impact – Effort Matrix



Enabler Maßnahmen nicht vergessen!
(wenn Sie z.B. CO₂ reduzieren wollen, müssen Sie erst mal Transparenz herstellen)



Fragen?

› Ihre Ansprechpartner



DR.-ING. DANIEL GROOS

**Sustainability Expert &
Managing Director**

10+ years leading innovation initiatives
in the automotive sector

Former Managing Director of
etventure Learning Hub GmbH

Systemic coach and DesignThinking expert

Owner of several patents

Doctorate in Mechanical Engineering
and Master in Economics



daniel.groos@sharkbite.international
+49 171 5312696



ISABEL DINGLER

**Innovation Strategist &
Intrapreneurship Expert**

Expert in Intrapreneurship, Design Sprints
& Hackathons

M.Sc. Consumer Science, Innovation
& Entrepreneurship

Consultant @ Manage&More

Fraunhofer Venture | Birkenstock Digital |
BMW Group |



isabel.dingler@sharkbite.international
+49 160 98117558



DIVE WITH US.

Sharkbite Innovation GmbH
hello@sharkbite.international
www.sharkbite.international

Munich Office
Hans-Mielich-Straße 13
81543 Munich

Berlin Office
Friedrichstraße 120
10117 Berlin

Hamburg Office
Breitenfelder Straße 72
20251 Hamburg



#1 Safe and Circular Materials



Description

What materials should we use to create things? Some materials contain chemicals that are hazardous to humans or the environment. Additives are often used unintentionally or for performance reasons - such as improving flexibility or durability - but there are ways to **design them out**. Refuse unnecessary (harmful) materials, look for non-toxicity and biodegradability.



Examples:

- Evoware (edible sachets and food wraps from seaweed)
- Ecovative (packaging out of mushrooms)
- Allbirds (Shoes with circular materials)





#2 Modularity



Description

Modular design is a useful strategy for making products easier to repair, remanufacture, and upgrade. By making it **easy to remove only part** of a product, you make it easier to disassemble, lowering the cost and effort to swap out components when they are damaged

Examples:

- Shiftphone (Smartphones)
- Gerard Str. (Headphones)





#3 Dematerialization



Description

De-materialisation aims to create products that require less or no material. This can be achieved by **intelligent product design** that allows to remove certain materials or parts from a product while maintaining the functionality. Alternatively, technological progress enables the creation of a digital variant of a physical product or service that allows for the reduction of even more resource use and environmental externalities.

Examples:

- Algramo (packaging-free hygiene products)
- MIWA (packaging-free shopping systems)
- Spotify, Netflix (digital offer)
- Smartphone (phone, navigator, music player)





#4 Repairability



Description

This pattern describes the **maintenance, early recognition of defects and repair of products** during the use phase to enable the longest possible product life cycle. This is generally regarded as one of the most environmentally friendly and efficient measures to reduce overall resource consumption; it often influences the handling of warranties, changes to the product quality and construction and the involvement of customers in the process.

Examples:

- Fixfirst (repair service for household appliances)
- Patagonia (Guide to repair zippers)
- iFixit (repair guides for hundreds of products)
- Repair Cafés





#5 Reuse | Multi-Usage



Description

The product-reuse strategy describes the reuse of products for the purpose for which they were designed. The part-reuse strategy represents a process by which used products are **collected and disassembled**. These parts are then either repaired or directly used to create the same or a different product. The result can be a refurbished or remanufactured product that is sold cheaper, an upgraded product with a higher quality (technologically or aesthetically) or a completely different and 'new' product.

Examples:

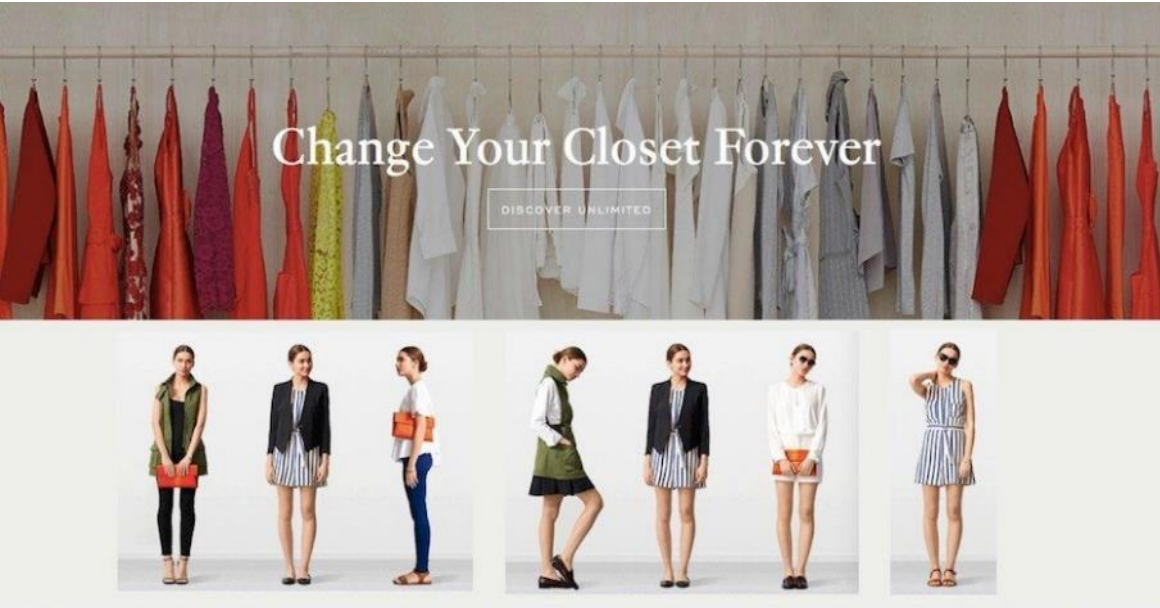
- Recup (coffee cup deposit system)
- Refurbed (refurbished technology)



BUSINESS
MODELS



PRODUCTS



#6 From Products to Services



Description

Central to the concept of circular economy is a shift from **ownership to access**; understanding that customers often only require access to a product for a short period of time after which they can return it to the service provider or pass it on to a new user. Products can be offered on a short term basis (through rental, subscription, sharing or leasing) rather than selling it to them forever.

Examples:

- Swapfiets (Rental Bikes)
- Rent the Runway (clothes rental)
- Philipps Lightning Services
- Library of Things





#7 Take Back

Description

Reverse logistics includes all the logistical processes necessary for closing a loop by returning the products or materials after the use phase. This involves a comprehensive perspective on the processes relating to collection, transport, storage, handling and selection, as well as the sorting out of products or product components. The recovered products, parts or materials are used as valuable resources for new products.

Examples:

- Teemill (T-Shirts take back)
- Loop (circular shopping platform)



BUSINESS
MODELS



PRODUCTS



Working Session – Design Strategies



10 Min



Evaluate the **design strategies** with regard to your business

Think not only about your product & business model, but also about **production, delivery, packaging** etc.

Identify **2-3 potentials** for your business