



**Interreg**  
Deutschland - Danmark



**SARA** |   
WE SUPPORT THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

15. Juni 2022

09:00 Uhr – 10:30 Uhr

## SARA Workshop

### Nachhaltigkeitsfrühstück für Unternehmen

- Gast: Sustaineration

am 15.06.2022

20 Teilnehmer\*innen, plus

Moderation:

Mandy Drebold (KielRegion)

Stephan Lubomierski (WFG Kreis RD-ECK)

Gast:

Niels Christiansen (Sustaineration)

Teilnehmer\*innen:

Susanne Klaar (KlaarDesign / RENN.nord)

Kristina Bergfeld (Stadtwerke Kiel)

Henrike Bratz (Boy Strategie und Kommunikation)

Ruth Kerschhagl (Grundfos Pumpenfabrik GmbH)

Helmut Nissen (Together-Marketing)

Jan Cornils (WTSH GmbH)

Heiko Petersen (KSV Holstein)

Annette Moritz (IB.SH)

Rolf Weinkauff (?)

Jule Wirries (Fa. Ehrich)

Sabine Kerstensteiner (BWH-SH)

Burkhard Otzen (WiREG)

Klaus Borcharding (BWH-SH)

Barbara Eschke (Worlee Chemie)

Rüdiger Klanck (BWH-SH)  
Falk Gudat (SWN Stadtwerke Neumünster)  
Niklas Meyer (Naturaneo)  
Tatjana Balcke (WFG Rd-Eck / Balcke Kommunikation)  
Alina Becker (WFG Rd-Eck)  
Bo Schmid-Bonde (WFG Rd-Eck)

09:00 Uhr – Fr. Drebold und Hr. Lubomierski:

### **Begrüßung, kurze Vorstellung des SARA-Projekts und Agenda**

Am Nachhaltigkeitsfrühstück nahmen 17 Unternehmen aus verschiedenen Branchen teil. Der Erfahrungslevel zu Nachhaltigkeitsthemen war unterschiedlich. Als Gast war Niels Christiansen von Sustaineration eingeladen. Das Unternehmen spezialisiert sich auf Unternehmensberatung im Bereich Nachhaltigkeit.

### **09:05 Uhr - Gastvortrag Sustaineration**

Herr Christiansen stellte den Teilnehmer\*innen den von Sustaineration entwickelten CSR-Check (**C**orporate **S**ocial **R**esponsibility) vor, ein Online-Tool, welches KMU durch internes Self-Assessment befähigen soll, eine Nachhaltigkeitsanalyse ihres Unternehmens durchzuführen. Mit Hilfe des **CSR-Checks** ermitteln Unternehmen, wo sie im Bereich Nachhaltigkeit stehen und identifizieren notwendigen Handlungsbedarf. Konkrete Empfehlungen des Tools helfen dabei, die CSR-Performance schrittweise zu verbessern.

Ein **Nachhaltigkeitsbenchmark** zeigt die Position der Firmen im Vergleich zum Branchendurchschnitt. Durch eine anschließende Wesentlichkeitsanalyse und Befragung der Stakeholder, kann mit dem Programm eine individuelle **Wesentlichkeitsmatrix** für das Unternehmen erstellt und essentielle Ziele (SDGs) herausgefiltert werden. Darauf basierend entwickeln die Unternehmen eine **Nachhaltigkeitsstrategie**. Das Online-Tool finden Sie unter: <https://csr-check.com>

Herr Christiansen zeigte nach der Vorstellung des CSR-Checks den Prozess an einem Beispiel auf und veranschaulichte die Funktionen und Abläufe des Tools. Zusätzlich teilte er seine Erfahrungen als Geschäftsführer von Sustaineration mit deren Kunden. Beispielsweise gibt es häufig interne Diskussionen bei den Nutzern während der Bearbeitung des CSR-Checks. Diese sind konstruktiv und tragen zur Weiterentwicklung des Unternehmens bei.

Eine Diskrepanz zwischen der anfänglich bestimmten Relevanz unterschiedlicher Nachhaltigkeitsthemen und der aktuellen Leistungen in den Unternehmen, zeigt Potenziale und Verbesserungsmöglichkeiten auf.

Da die evaluierten Unternehmen mit dem Branchendurchschnitt im Nachhaltigkeitsbenchmark eingeordnet und verglichen werden, kann es vorkommen, dass in bestimmten Branchen bisher zu wenige Teilnehmer erfasst sind. Die Aussagekraft des Vergleichs ist dann nicht repräsentativ. In diesen Fällen unterstützt Sustaination die Unternehmen bei der Einordnung individuell.

Am Ende des CSR-Checks steht eine Auswertung, die die jeweiligen Ausprägungen bei den 17 Sustainable Development Goals anzeigt. Hier wird auch zukünftiges Potenzial aufgezeigt.

Zielgruppe des CSR-Checks sind besonders KMU, die über ein begrenztes Budget für Nachhaltigkeitsanalysen mitbringen. Es handelt sich bei dem Tool quasi um eine „Do-it-Yourself“-Beratung. Das Online-Tool ist als Einstieg in eine unternehmensspezifische Nachhaltigkeitsstrategie gedacht. Primär, um individuelle Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren. Unternehmen nutzen gewöhnlich in zeitlichen Abständen von einem Jahr oder länger.

### 09:50 Uhr - **Offene Diskussion und Erfahrungsberichte**

Im Anschluss an den Vortrag wurden weitere Fragen von Herrn Christiansen beantwortet und sogleich in eine Diskussion mit Erfahrungsberichten der teilnehmenden Unternehmen übergeleitet.

Vertreter\*innen der Unternehmen Stadtwerke Kiel, Grundfos Pumpenfabrik GmbH, Fa. Ehrich und SWN Stadtwerke Neumünster teilten ihre Erfahrungen bezüglich der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie. Dabei zeigte sich, dass die Unternehmen unterschiedlich weit bei der Umsetzung der jeweiligen Nachhaltigkeitsstrategie sind. Sie haben unterschiedliche SDGs für sich identifiziert. Alle verfolgen das Ziel, in den Unternehmen mehr Nachhaltigkeit zu etablieren und dazu deren Belegschaft aktiv einzubinden.

Dabei zeigt sich, dass die Einbeziehung der Mitarbeiter\*innen eine große Herausforderung darstellt. Die Vertreter\*innen waren sich einig, dass „Top-Down“-Kommunikation wenig erfolgversprechend ist. Stattdessen sollte die Belegschaft aktiv einbezogen werden.

Von einem Teilnehmer wurde als möglicher Lösungsansatz zur Mitarbeiterintegration vorgeschlagen, private und berufliche Themen in der Nachhaltigkeitsstrategie enger zu verknüpfen. Um die beruflichen Nachhaltigkeitsziele besser zu verankern, sollten sie den Mitarbeitenden auch Spaß machen und auch in ihrem privaten Umfeld einen

Mehrwert bieten. So ist das Thema über die beruflichen Informationskanäle hinaus präsent. Als Beispiel wurde das sogenannte „Jobfahrrad“ (E-Bike) genannt, welches arbeitsübergreifend nutzbar ist.

Eine weitere Schwierigkeit besteht darin, Prioritäten zu setzen. Alltägliche Ansätze und Aufgaben für mehr Nachhaltigkeit sollten von den strategischen und langfristigen Zielen abgegrenzt werden. Da es nicht möglich ist, jede Idee der Belegschaft sofort umzusetzen, kann dies zu Frustration auf Seite der Mitarbeiter\*innen führen. Der Aufbau von emotionalen Bindungen der Belegschaft zu den Themen des Nachhaltigkeitsmanagements, könnte ein Ansatz für eine bessere und ausdauernde Beschäftigung mit den Themen darstellen.

Das Unternehmen Grundfos Pumpenfabrik GmbH stellte seinen Ansatz zu mehr Nachhaltigkeit vor: Ein vorher bestimmter „Green-Budget“ ist dazu da, Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit und Klimaschutz umzusetzen. Die Wirtschaftlichkeit der Maßnahme ist zweitrangig. So können auch Ansätze realisiert werden, die ökonomisch nicht direkt lohnenswert erscheinen. Grundfos nutzt ein eigenes Assessment-Tool, um die Firmenstandorte untereinander im Bereich Nachhaltigkeit vergleichbar zu machen. Bei Mitarbeitendenbefragungen zeigt sich, dass es eine starke Diskrepanz zwischen theoretischer Nachhaltigkeit und gelebter Realität gibt. Angemerkt wurde auch, dass Grundfos aufgrund seiner Größe und der finanziellen Ressourcen nicht direkt mit KMUs vergleichbar ist.

Ein wertvoller Ansatz, um die Nachhaltigkeitsstrategie durchzusetzen ist es, die Position für eines/einer Nachhaltigkeitsmanagers/in zu schaffen. Darin waren sich die Referenten einig. Es zeigte sich zudem, dass Unternehmen, in denen die Geschäftsführung ein persönliches Anliegen an Nachhaltigkeit hat, mehr Aktivitäten für dieses Thema entwickeln. Insbesondere das Reporting bzw. Monitoring der Erfolge ist wichtig, um Prozesse messbar zu machen und die Entwicklungen fortzuführen.

10:30 - **Ende**

Fazit: Auf dem Nachhaltigkeitsfrühstück wurden viele Erfahrungen ausgetauscht. Es ergab sich weiterer Gesprächsbedarf. Der Wunsch nach weiterem Austausch wurde von den Teilnehmenden bekräftigt. Insbesondere die Etablierung von Nachhaltigkeit in KMU sollte in Zukunft mehr Unterstützung erfahren. Entsprechende erfolversprechende Ansätze wären zu diskutieren. Best Practice Beispiele können dabei ein wichtiges Element sein.