

Impulstalk

Anreize für Nachhaltiges Wirtschaften 2025

Ursula Tischner, CEO
econcept – Agency for Sustainable Design

Wilhelm Büchner Hochschule
Prof. Nachhaltiges Design



sustainability
circle 2.0

Wenn andere zurückrudern, gehen wir voran.

Jetzt erst recht!

Geopolitische Dimensionen von Ressourcen



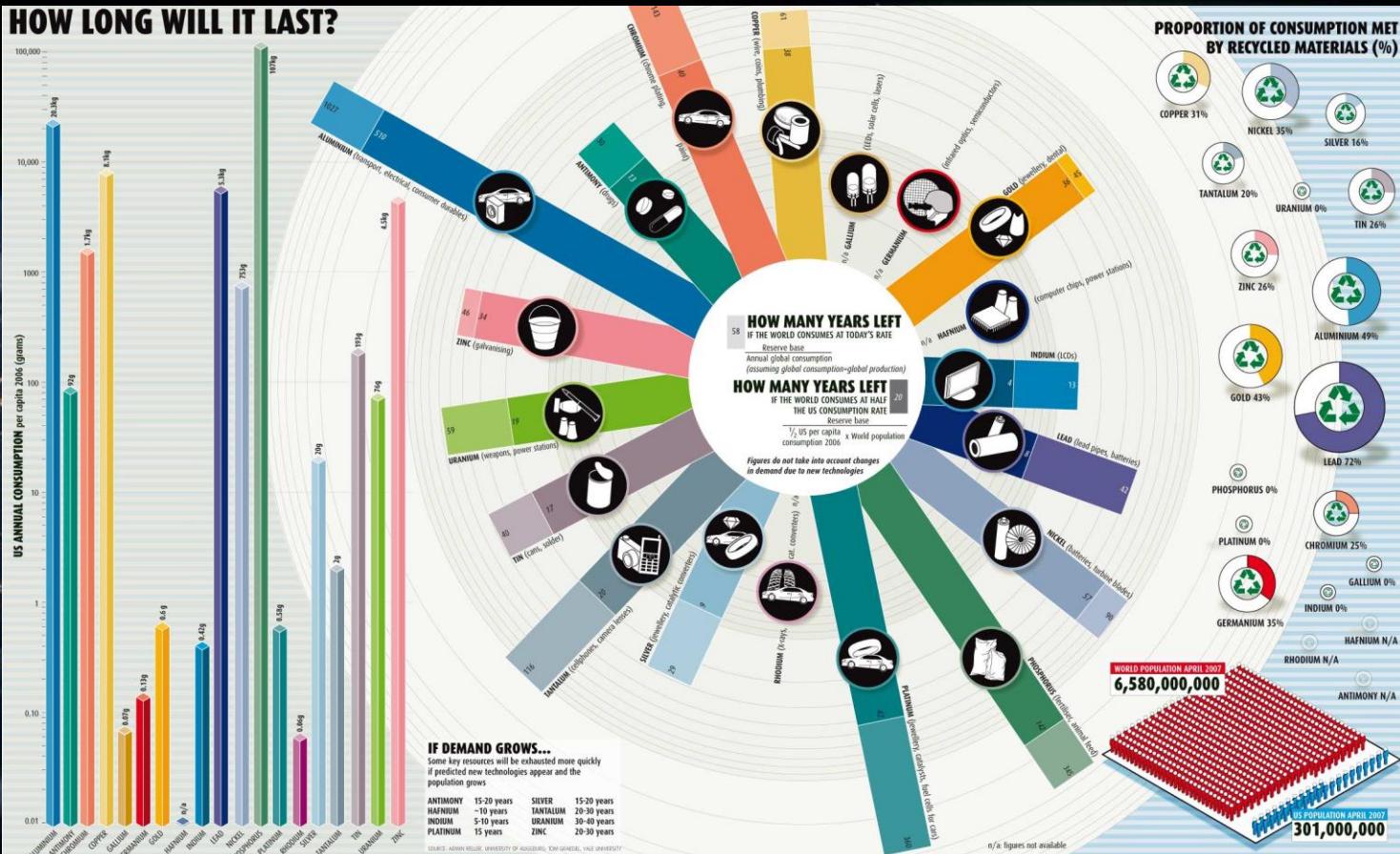
DRILL BABY DRILL

Geopolitische Dimensionen von Ressourcen



Begrenzte Ressourcenverfügbarkeit

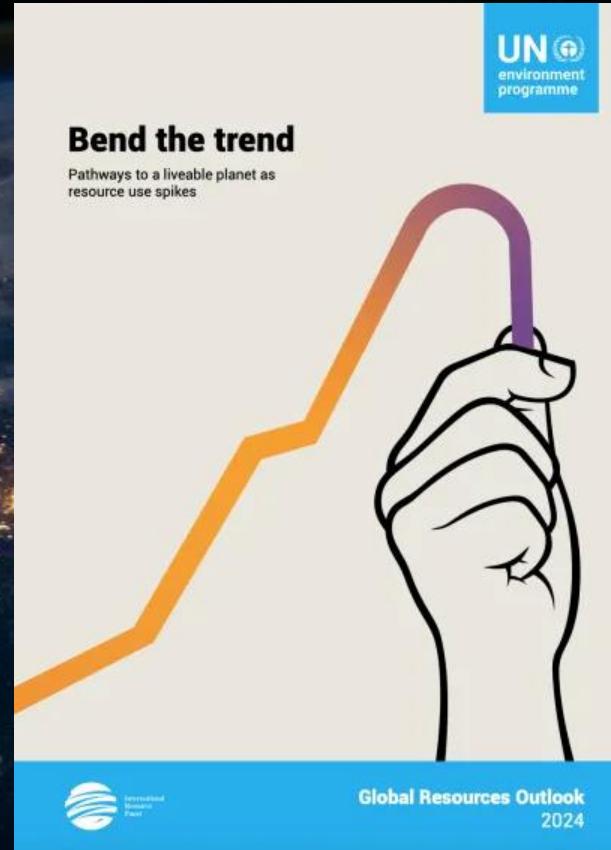
Earth's natural wealth: an audit , David Cohen 23 May 2007, NewScientist.com



Wachsender Verbrauch

„Global material extraction surged from 30 billion tonnes in 1970 to 106.6 billion tonnes in 2024, an average annual growth of 2.3% per year.

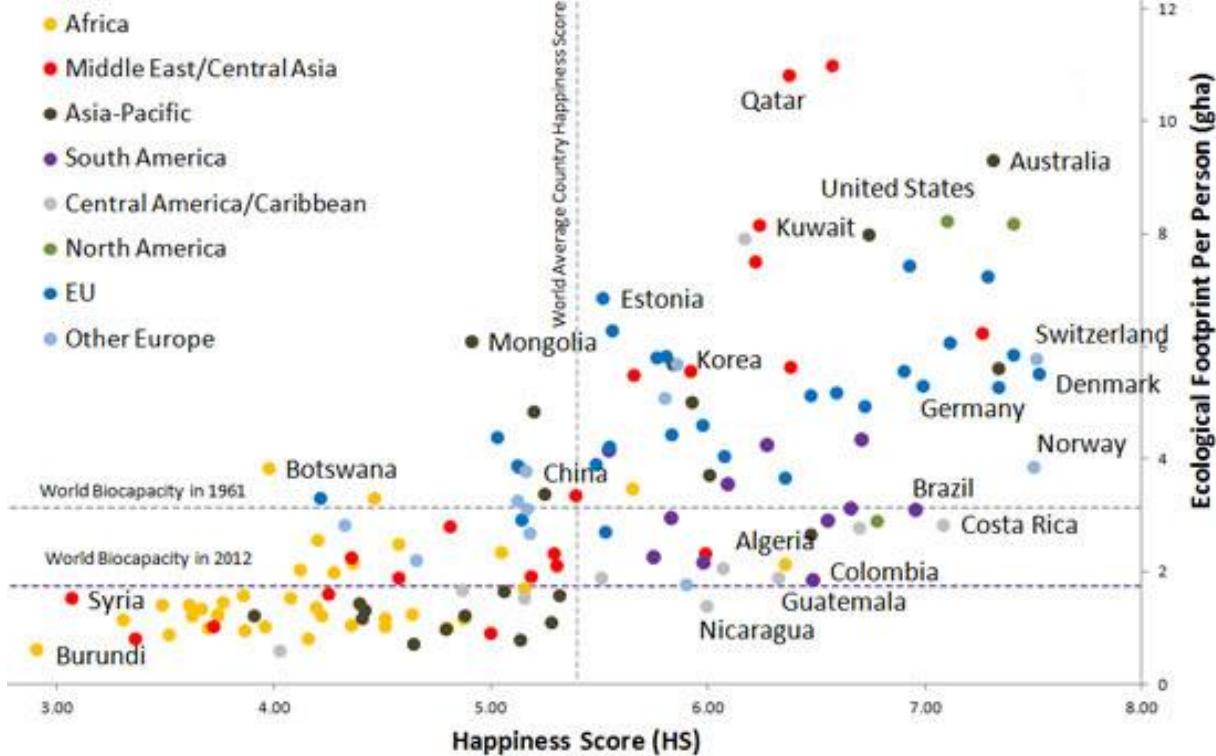
While large disparities exist, to satisfy global demand each person now uses on average 13.2 tonnes of materials per year. This is up from an average of just 8.4 tonnes per person fifty years ago.



Ziel: Decoupling

Happiness und Wellbeing
vom Ökologischen
Fußabdruck abkoppeln.

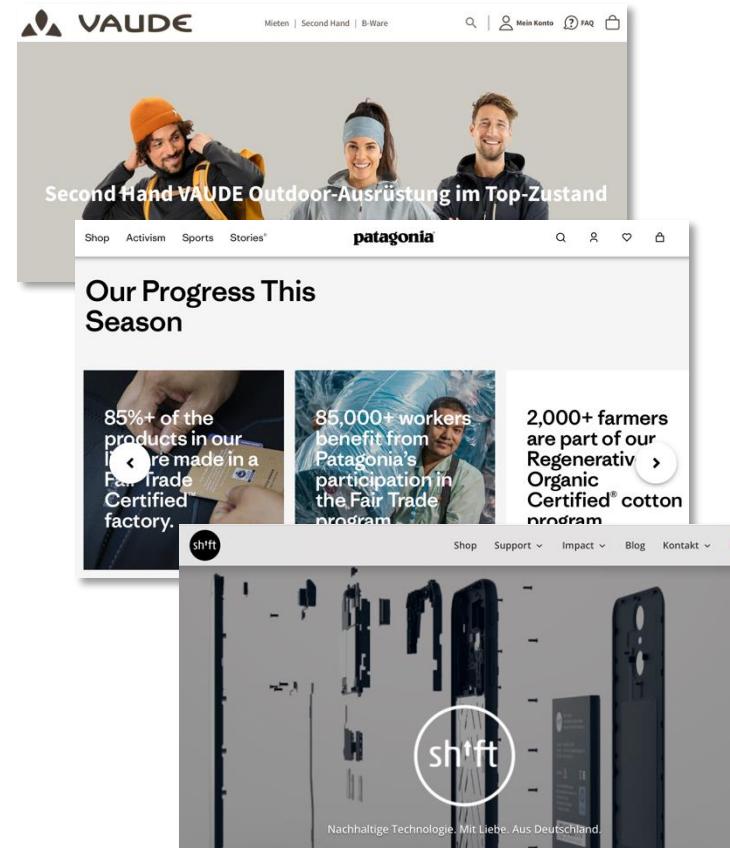
Ecological Footprint and Happiness



Global Footprint Network
<https://www.footprintnetwork.org>

Nachhaltige Geschäftsmodelle

- **Wirtschaftlichen Erfolg mit sozialen, ökologischen und kulturellen Zielen verbinden**
- Das Wohl von Menschen und Erde und die Berücksichtigung nachhaltiger **Werte im Mittelpunkt der Geschäftsstrategien**
- **Positive soziale Auswirkungen** z. B. durch Fair Trade, faire Arbeitsbedingungen oder Unterstützung lokaler Gemeinschaften.
- **Umweltfreundliche Praktiken**, die Ressourcen schonen und Naturschutz fördern
- **Transparenz über Geschäftspraktiken**, Unternehmensentscheidungen und deren Auswirkungen auf die Gemeinschaft
- **Partizipation von Stakeholdern** (z.B. Mitarbeiter, Kunden, Zulieferer) an Entscheidungsprozessen
- **Wirtschaftlicher Erfolg**, um langfristige Existenz zu sichern



The Sustainability Business Roadmap

From CSR
to Innovation &
Design for
Sustainability
and Sustainable
Value Creation.

License to Operate

Meet legal requirements on social and environmental issues and avoid fines and penalties.

Giving Back, Doing Good

Contribute to specific causes or promote CSR activities in ways that enhance company brand, image and reputation.

Operational Alignment

Use core competencies, existing processes and systems to improve social and environmental outcomes, and business value.

Primary Value Creator

Differentiating the company as an authentic purpose-led business that designs & innovates to create sustainable value for people, planet and itself.

Purpose Economy: z. B. Goldeimer und Wildplastic

Goldeimer: gemeinnütziges Unternehmen (seit 2022 in Verantwortungseigentum), das Toilettenpapier und Trockentoiletten mit sozialen Projekten verbindet.

Wildplastic: Unternehmen in Verantwortungseigentum, das zirkuläre Produkte (Verpackungen, Abfallbeutel) aus "wildem" Plastik (aus der Umwelt) produziert.

<https://goldeimer.de> <https://wildplastic.com>



80% WILDPLASTIC®

Anfangs waren es 50%, inzwischen können 80% wildes Plastik in unserer Verpackung verarbeitet werden.



MACHT MÜLL ZUM WERTSTOFF

WILDPLASTIC® arbeitet dafür, dass wildes Plastik kein Müll bleibt, und führt die wertvolle Ressource zurück in den Wertstoffkreislauf.



VERBESSERT ARBEITSBEDINGUNGEN

Das wilde Plastik stammt aus Indonesien. Durch die Wertschöpfung werden Arbeits- und Lebensbedingungen vor Ort verbessert.



GEMEINWOHLORIENTIERT

WILDPLASTIC® ist ebenso wie Goldeimer ein Unternehmen in Verantwortungseigentum. Wir teilen die gleichen Werte.

Anreize zum nachhaltigen Wirtschaften

PUSH

- ✓ Gesetzgebung
- ✓ Lieferkettengesetz
- ✓ Single Use Plastics Directive
- ✓ WEEE / RoHS / REACH
- ✓ Ecodesign Directive
- ✓ Packaging/ Battery Directive etc.
- ✓ Zertifizierungen und Standards

PULL

- ✓ Kundennachfrage
- ✓ Medien und Öffentlichkeit
- ✓ NGOs und Watchdog Organisationen
- ✓ Skandale und Protest
- ✓ Imageverbesserung
- ✓ Kundenbindung stärken
- ✓ B2B Nachfrage
- ✓ Öffentliche Beschaffung
- ✓ Finanzinvestoren

BENEFITS

- ✓ Gutes Gewissen
- ✓ Zufriedenere Mitarbeiter:innen
- ✓ Innovationsführerschaft
- ✓ Kosten senken
- ✓ Risiken minimieren
- ✓ Kostenlose gute Presse
- ✓ Positive Impact/ Social Value

Anreize und Regularien: Market Push / Pull

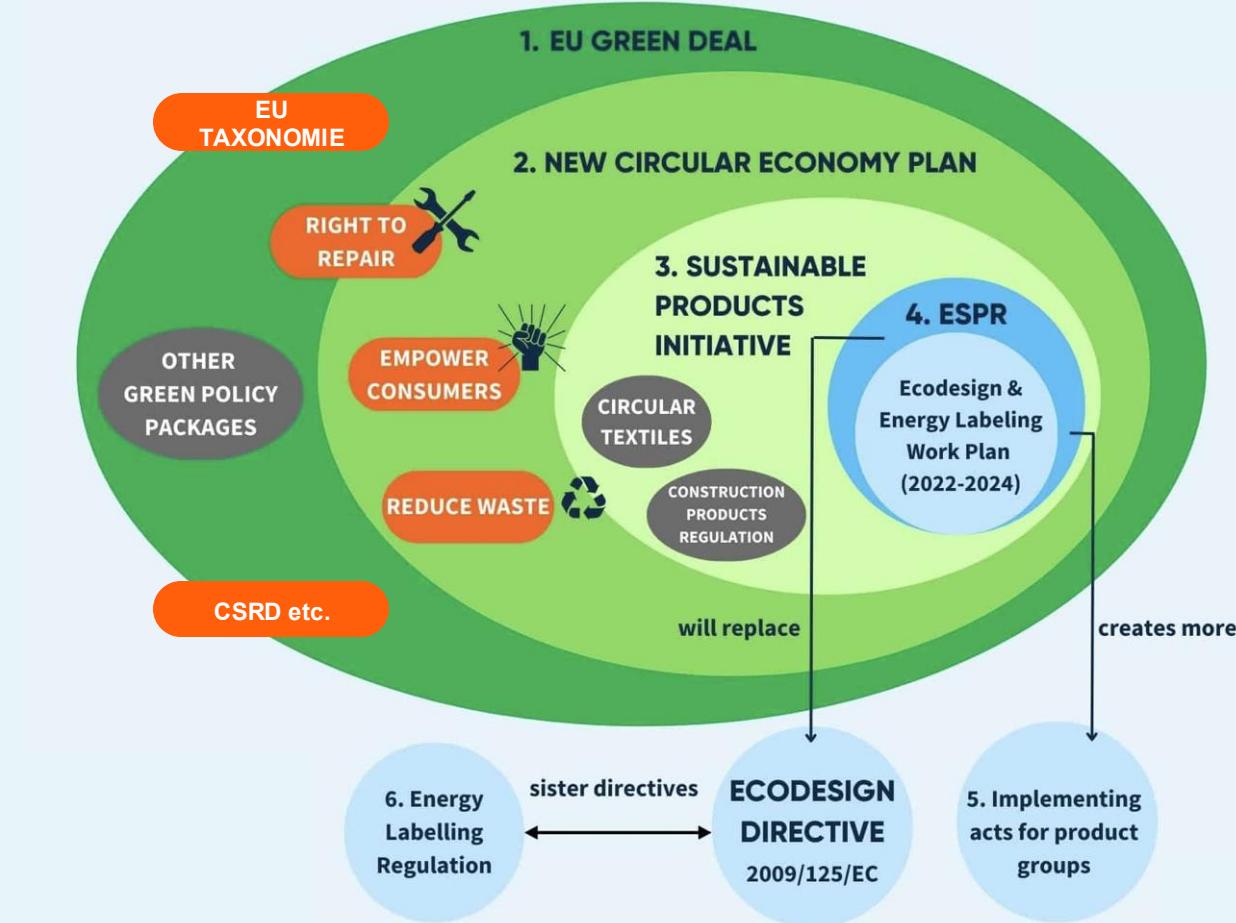
- **Nachfrage erhöhen:** Konsumenten sind zunehmend an nachhaltigen und ethischen Produkten interessiert. Unternehmen, die nachhaltige Modelle anbieten, können sich von der Konkurrenz abheben und eine loyale Kundenbasis aufbauen. Bildung nötig.
- **Social Pressure:** Investoren, Kunden und die Öffentlichkeit legen zunehmend Wert auf nachhaltige Praktiken. Unternehmen, die ihren sozialen und ökologischen Verpflichtungen nicht nachkommen, können negative Auswirkungen auf ihr Geschäftsergebnis erfahren.
- **Bewertung von Unternehmen durch Dritte:** Unabhängige Bewertungsmechanismen, die Unternehmen auf Basis ihrer sozialen und ökologischen Leistungen beurteilen und entsprechende Vorteile (wie Zugang zu neuen Märkten) bieten. (z. B. B-Corps)
- **Öffentliche Beschaffung:** Die Bindung der Zuweisung öffentlicher Aufträge an die Erfüllung von sozialen und ökologischen Kriterien.
- **Anreizprogramme durch Gamification:** z.B. Nachhaltigkeits-Challenges, bei denen Kunden, Mitarbeiter oder Gemeinden durch die Teilnahme an Nachhaltigkeitsinitiativen Punkte sammeln und Prämien erhalten können.

Anreize und Regularien: Legislatory Push

- **Legislatory Push:** Gesetze, Vorschriften und Standards für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung, die Unternehmen dazu drängen, ihre Praktiken anzupassen.
- **Pflicht zur radikalen Offenlegung der Vergütung:** Unternehmen sollten Gehälter, Boni und Vergütungsstrukturen vollständig offenlegen. Dies fördert nicht nur eine gerechtere Vergütung, sondern erhöht auch den Druck zur Reduzierung von Einkommensunterschieden.
- **Pflicht zur erweiterten Mitbestimmung:** Unternehmen sollten Systeme einführen, bei denen Stakeholder (Kunden, Mitarbeiter, Zulieferer) eine Stimme in der Unternehmensstrategie haben. Dies könnte durch digitale Abstimmungen oder Plattformen für Vorschläge geschehen.

Die Gesetzgebung pusht bereits

(... und das bleibt
hoffentlich auch so ...)



Quelle: erweitert nach
<https://ecochain.com/blog/espr-2024-overview/>

Anreize: Marktchancen verbessern

- **Wettbewerbsvorteile, Innovation und Differenzierung:** Die Einführung von innovativen, nachhaltigeren Geschäftsmodellen kann Unternehmen helfen, sich auf dem Markt zu differenzieren, was zu einem nachhaltigen Wettbewerbsvorteil führt.
- **Branding und Reputation Management:** Ein positives Image als verantwortungsbewusstes Unternehmen kann das Vertrauen der Verbraucher erhöhen und zu einer stärkeren Markenbindung führen. Transparente, nachhaltige Praktiken stärken die Reputation.
- **Zukunftssicherung:** Unternehmen, die proaktiv nachhaltige Geschäftsmodelle einführen, sind besser auf zukünftige gesellschaftliche, ökologische und wirtschaftliche Veränderungen vorbereitet und können Risiken besser managen. (Es macht keinen Sinn, krampfhaft an alten Technologien wie Verbrennungsmotor festzuhalten).
- **Mitarbeitermotivation und –bindung:** Viele Angestellte fühlen sich mit Unternehmen, die sozial und ökologisch verantwortlich handeln, stärker verbunden. Dies kann zu einer höheren Mitarbeitermotivation, Produktivität und geringeren Fluktuationsraten führen.
- **Wettbewerbe, Preise, Prämiens für nachhaltige Praktiken:** Belohnungs- und Belobigungssysteme für Unternehmen, die nachweislich ihre Umwelt- und Sozialbilanz verbessern.

Finanzielle Anreize und Maßnahmen

- **Kosteneinsparungen:** Die Implementierung nachhaltiger Praktiken, wie z.B. Kreislaufwirtschaft, Ressourcenschonung und Abfallvermeidung, kann Kosten reduzieren.
- **Leichterer Zugang zu Finanzmitteln:** Viele Investoren bevorzugen Unternehmen, die soziale und ökologische Verantwortung zeigen. Zugang zu grünen Investitionen oder Fördermitteln kann erleichtert werden.
- **Zuschüsse/ Steuervergünstigungen** für Unternehmen, die in nachhaltige Technologien oder soziale Projekte investieren. Umsatz-/Mehrwertsteuersenkung ... (Es macht keinen Sinn, Solar-Einspeisevergütung oder E-Auto Prämien einfach zu streichen.)
- **Startkapital/ Existenzgründungsförderung** für Öko-soziale Start-Ups,
- **Zugang zu Fördermitteln** für Unternehmen, die nachhaltige Initiativen fördern/ entwickeln. Finanzielle Unterstützung von nachhaltigen Forschungs- und Entwicklungsvorhaben durch die öffentliche Hand.
- **Risikoteilung durch Collaborative Ownership:** Entwicklung von public private Partnerships, um das unternehmerische Risiko z.B. von Start-Ups zu minimieren.

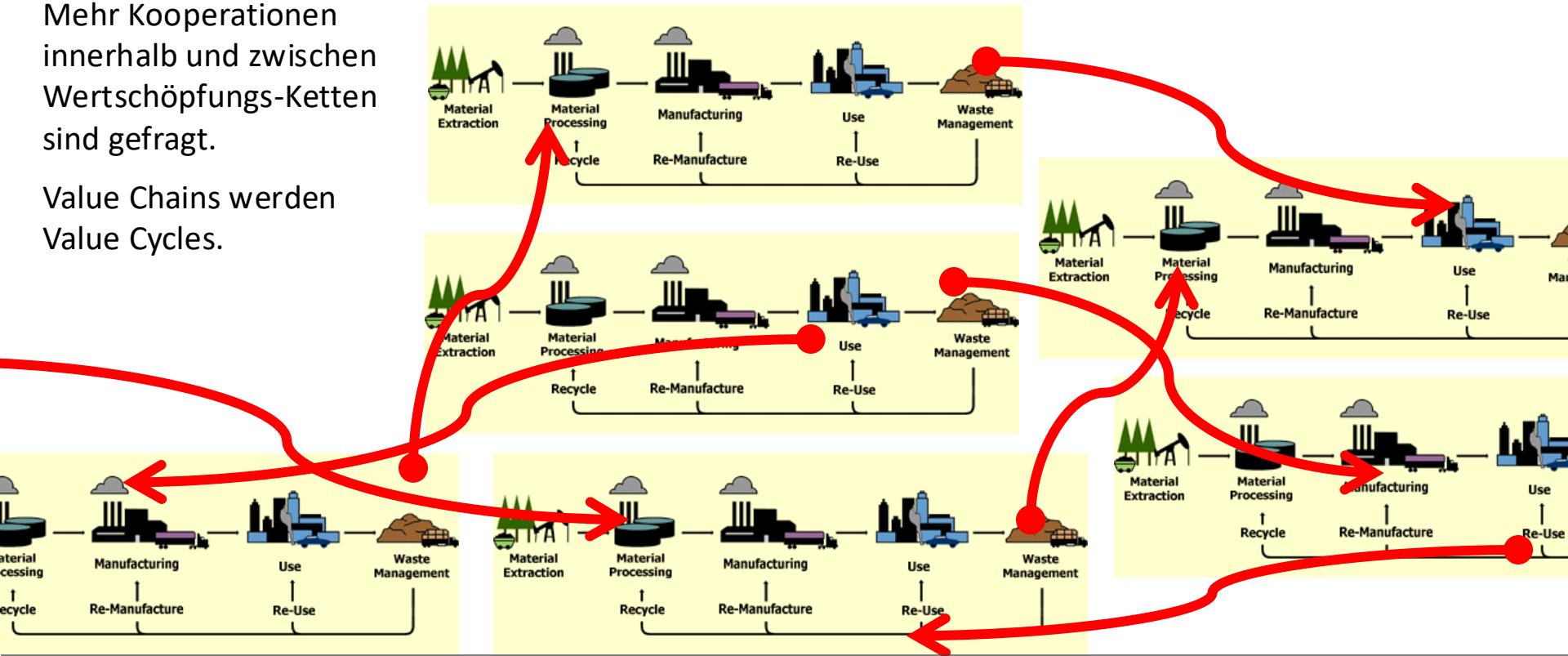
Organisatorische Anreize und Maßnahmen

- **Netzwerk- und Kooperationsmöglichkeiten:** Nachhaltige Geschäftsmodelle eröffnen Möglichkeiten zur Kooperation mit Nichtregierungsorganisationen und anderen Gleichgesinnten, um gemeinsam an sozialen und ökologischen Zielen zu arbeiten.
- **Errichtung von Kooperations-Netzwerken und –Plattformen:** Öffentliche Unterstützung / Einrichtung von Plattformen, die Unternehmen ermöglichen, gemeinsam an Lösungen für soziale und ökologische Herausforderungen zu arbeiten
- **Blockchain für Lieferketten-Transparenz nutzen:** Kunden könnten jeden Schritt der Herstellung und Lieferung sehen, was den Druck auf Unternehmen erhöht, nachhaltiges Lieferkettenmanagement aufzubauen.
- **(Öffentliche) Unterstützung von Tauschmärkten:** Peer-to-Peer-Tauschhandel Plattformen könnten geschaffen werden, die den Tausch von Materialien, Produkten und Dienstleistungen fördern, sodass weniger Ressourcen verbraucht werden.

Kreislaufwirtschaft

Mehr Kooperationen innerhalb und zwischen Wertschöpfungs-Ketten sind gefragt.

Value Chains werden Value Cycles.

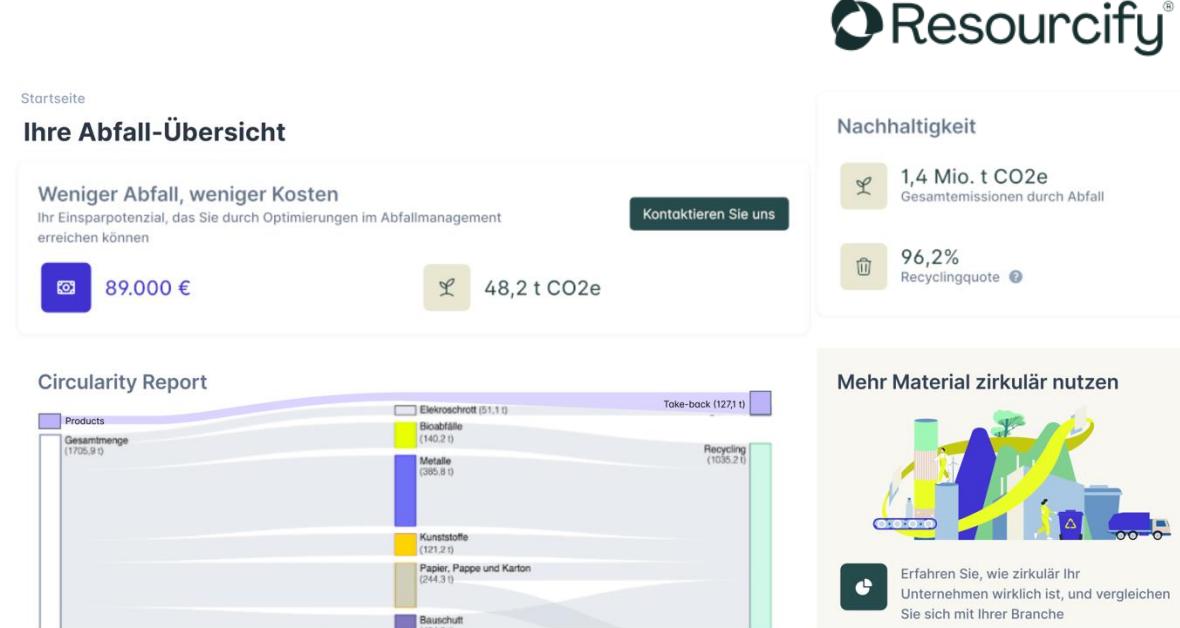


Digitalisierung, Social Media und KI können helfen

Erleichtert durch Digitalisierung /
Social Media / IoT / Industry 4.0 / KI:

Marktteilnehmer wissen, wo
Produkte, Komponenten und
Materialien sind, in welchem
Zustand sie sich befinden und wann
sie für eine nächste Anwendung zur
Verfügung stehen, können digitale
Prozesse optimieren, Kunden direkt
einbinden etc.

**Schnellstmöglich sinnvolle
Anwendungen von KI fördern**, bevor
die aktuellen Entwicklungen uns
überrollen.



z.B. resourcify <https://www.resourcify.com/de>

Die wichtigsten Elemente

- Die **persönliche Motivation von Initiator:innen**, seien es Unternehmerfamilien, -persönlichkeiten oder Einzelpersonen, die ein nachhaltigkeits-orientiertes Projekt/ Unternehmen starten/ betreiben.
- **Solche “Überzeugungstäter” in Unternehmen finden und unterstützen ! Bottom up und Top Down.**
- Dass die nachhaltige Initiative früher oder später **wirtschaftlich erfolgreich** wird (scaling und multiplying), sonst verschwinden die guten Initiativen oft schnell wieder. **Kooperationen** sind hilfreich.
- **Umfassende Bildungs-, Ausbildungs- und Schulungsprogramme**, um Konsumenten, Mitarbeitende und Unternehmen in den besten Praktiken für Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung zu unterstützen.



Anja von Dewitz, beim Klimastreik 2021



Chouinard am Mt. Hood, Oregon,
Ende der 1970er Jahre



Samuel Waldeck, Carsten Waldeck / Foto: Shift



Viel Erfolg,
vielen Dank
und schöne Feiertage

u.tischner@econcept.org

ursula.tischner@wb-fernstudium.de