



WIN-Charta-Leitsatzdossier 6: Produktverantwortung



LEITSATZ 6 – PRODUKTVERANTWORTUNG

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz herstellen.“

EINFÜHRUNG und Hintergrund

Produkte und Dienstleistungen hinterlassen auch außerhalb der betriebsinternen Prozesse einen ökologischen und sozialen Fußabdruck. Unternehmensverantwortung betrifft deshalb nicht nur Prozesse und Produktionsschritte im Betrieb, sondern den gesamten Produktlebenszyklus – von der Gewinnung und Weiterverarbeitung der Materialien und Rohstoffe bis hin zur abschließenden Entsorgung und Wiederverwertung. Als Unternehmen gilt es sich dieser Verantwortung bewusst zu werden. Von einem Engagement für Produktverantwortung können Sie in vielfältiger Weise profitieren. Indem Sie gemeinsam mit Ihren Lieferanten sicherstellen, dass Rechtsvorschriften und internationale Grundsätze eingehalten werden, reduzieren Sie Risiken für Unterbrechungen in der Lieferkette oder Lieferverzögerungen. Durch die Steigerung von Effizienzen können Kosten für Rohstoffe, Energie und Transport gesenkt oder Arbeitsproduktivitäten erhöht werden. Letztendlich verbessern Sie durch Ihr Bekenntnis zur Produktverantwortung die Außenwirkung ihrer Produkte und Dienstleistungen. Das öffentliche Bekenntnis zu Produktverantwortung kann zum Imageträger für Ihr Unternehmen werden. Wie können Sie sich für mehr Produktverantwortung in Ihrem Unternehmen engagieren? Ein zentrales Handlungsfeld ist die Schaffung von Transparenz. Durch die gezielte Analyse ihrer Lieferkette oder des gesamten Lebenszyklus

Ihres Produktes gewinnen Sie, Ihre Partner und Kunden einen Überblick über Prozesse und die ökologische und soziale Wirkung ihres Produktes und können Ansatzpunkte für konkrete Maßnahmen identifizieren. Mit produktbezogenen Maßnahmen optimieren Sie die Gestalt und Zusammensetzung Ihres Produktes nach Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit.

Mit managementorientierten Lösungsansätzen verbessern Sie die Steuerung von Prozessen und Abläufen ebenso wie die Interaktion mit Ihren Partnern. Hierbei ergeben sich viele Synergien zu anderen Leitsätzen (Bspw. 4 – Ressourcen und 11 – Regionaler Mehrwert). Diese bieten eine gute Ausgangsbasis für Ihr Engagement in den elf weiteren Leitsätzen, denn im Rahmen Ihres Nachhaltigkeitsberichtes sollten Sie für alle Leitsätze Ihr Engagement darlegen.

IN DIESEM DOSSIER

Aktivitäten der WIN-Charta Unternehmen	Seite 3
Praxisbeispiele aus Baden-Württemberg	Seite 4
Was kann mein Unternehmen tun?	Seite 7
Möglichkeiten der quantitativen Berichterstattung	Seite 10
Der Leitsatz im Kontext der WIN-Charta	Seite 11

AKTIVITÄTEN der WIN-Charta Unternehmen

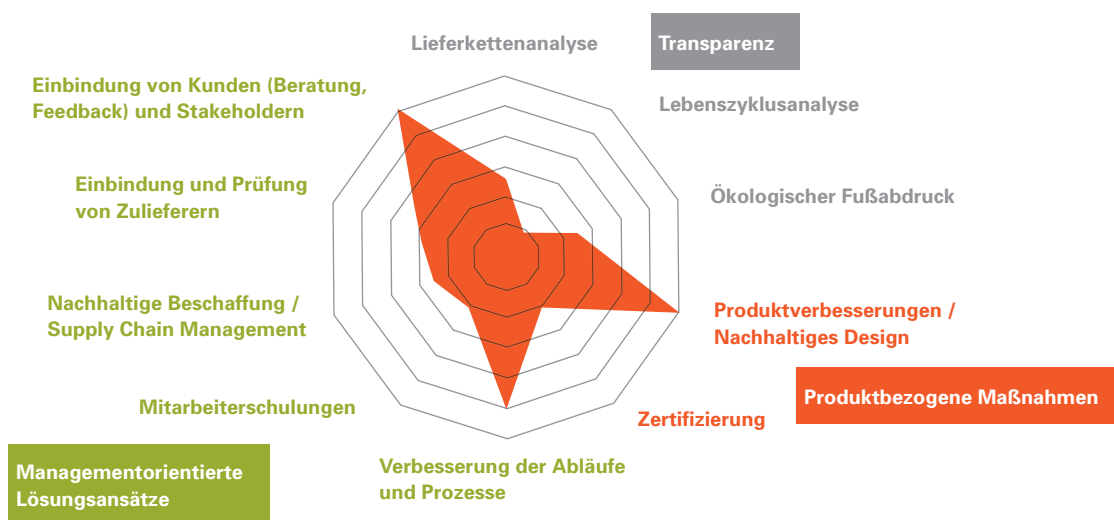
MIT DEM LEITSATZ VERBUNDENE ZIELSETZUNGEN

Um den Leitsatz Produktverantwortung zu konkretisieren und auf ihre situativen Kontexte zu übertragen, haben die Unternehmen eine Bandbreite spezifischer Zielsetzungen formuliert.



MASSNAHMENFELDER DER WIN-CHARTA UNTERNEHMEN

In der praktischen Umsetzung haben die WIN-Charta Unternehmen eine Reihe von Maßnahmen identifiziert, um diese Ziele zu erreichen. Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht, welchen Aktivitätenfokus die WIN-Charta Unternehmen in den bisher eingegangenen Zielkonzepten und Berichten setzt (Stand: 2016). Hier zeigt sich eine Konzentration auf insbesondere drei Maßnahmenfelder. Die meisten Aktivitäten sind im Kontext managementorientierter Lösungsansätze anzusiedeln.



PRAXISBEISPIELE aus Baden-Württemberg



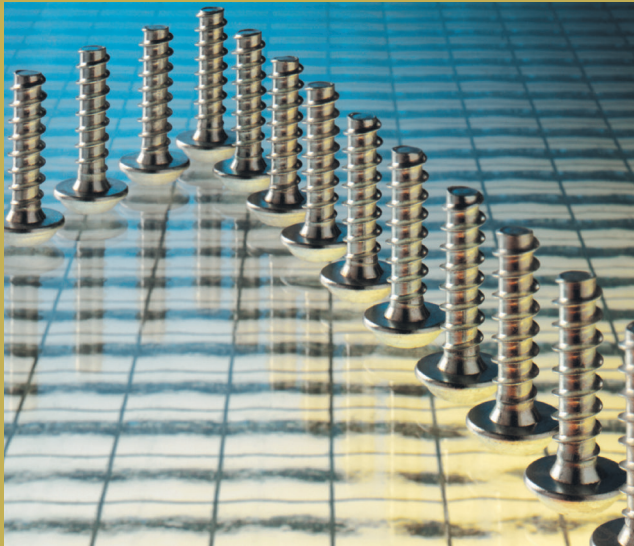
Arnold Umformtechnik SE & Co. KGaA

Branche: Metallbe- und verarbeitung
Gründung: 1898
Unternehmenssitz: 74670 Forchtenberg-
Ernsbach
Mitarbeiter: 1.132 weltweit
Internet: www.arnold-fastening.com



Sto SE & Co. KGaA

Branche: Baugewerbe
Gründung: 1955
Unternehmenssitz: 79780 Stühlingen
Mitarbeiter: 5.400
Internet: www.sto.de



Arnold Umformtechnik GmbH + Co. KG

„Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet bei ARNOLD UMFORMTECHNIK seit mehr als 100 Jahren, dass die sozialen, ökologischen und ökonomischen Fußspuren welche das Unternehmen und alle Mitarbeiter bei Ihrem Wirken hinterlassen, im Einklang miteinander stehen müssen und somit zur langfristigen Zukunftssicherung führen sollen.“

Seit mehr als 100 Jahren ist Arnold Umformtechnik mit Sitz in Forchtenberg im Bereich der Umformtechnik tätig. 2014 hat das Unternehmen damit begonnen seine komplette Lieferkette nach Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln.

ANALYSE UND ENTWICKLUNG DES PRODUKTIONS- PROZESSES

Arnold Umformtechnik hat einen einheitlichen Prozess entwickelt mit dem der eigene Produktionsprozess nach Aspekten der Produktivität und Ressourceneffizienz optimiert wird. Mit diesem Prozess schafft es die Firma Komponenten und Produkte zu identifizieren, bei denen Ressourcen verschwendet werden. Bestehende Potenziale können hierauf aufbauend entwickelt und ausgeschöpft werden.

LIEFERANTENBEWERTUNG NACH NACHHALTIG- KEITSASPEKTEN

Das Unternehmen hat die WIN-Charta Grundsätze in die jährlich stattfindende Lieferantenbewertung aufgenommen. Hiermit sollen die Geschäftspartner für das Thema sensibilisiert und für ein Engagement motiviert werden.

PRODUKTOPTIMIERUNG MIT DEM KONZEPT BLUE FASTENING

Die enge Zusammenarbeit mit Kunden und Zulieferern bietet viel Potenzial, um Produkte und Produktionsprozesse nach Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit zu optimieren und effizienter zu gestalten. Arnold Umformtechnik hat kundenseitig das Konzept „Blue Fastening“ entwickelt: Im Zentrum des Konzeptes steht intelligente Verbindungstechnik, mit der die Abnehmer und Nutzer Effektivitäts- und Effizienzsteigerungen erzielen können. Ziel des Unternehmens ist es die Technik seinen Kunden zu vermitteln und bereits im Entwicklungsprozess Kooperationen anzustoßen.

Die Ansprache erfolgt über individuelle Kundenveranstaltungen und einen allgemeinen Nachhaltigkeitskongress für die Verbindungselementeindustrie.

! GEWÄHLTE INDIKATOREN

- Erfüllungsgrad der Bearbeitung von Potenzialteilen:
Ziel: 100% → Ergebnis: 100%
Ziel 2015: 100%
- Investitionsvolumen in Kaltumformtechnik und damit verbundene Produktionsprozesse:
Ziel: 17,3 Mio. Euro → Ergebnis: 17,3 Mio. Euro
Ziel 2015: 22,1 Mio. Euro



Sto SE & Co. KGaA

„Produktverantwortung und Transparenz sind zentrale Bestandteile unserer produktbezogenen Nachhaltigkeitsaktivitäten. Entsprechende Analysen und Informationen ermöglichen Verarbeitern und Nutzern unserer Produkte ihre Ansprüche an Gesundheits- und Umweltschutz, Qualität und Wohlbefinden nachweislich erfüllt zu bekommen.“

Die Firma Sto engagiert sich für nachhaltiges Bauen. Das Unternehmen möchte seinen Kunden größtmögliche Transparenz bieten und setzt sich für branchenweite Standards ein.

ZERTIFIZIERUNG VON ÖKOLOGISCHEN NACHHALTIGKEITSSTANDARDS MIT UMWELTLABELS

Eine zunehmende Herausforderung stellt die Vielfalt an Umweltzeichen und Zertifikaten dar, mit jeweils unterschiedlichen Kriterien und meist nur nationalem Bekanntheitsgrad. Das erschwert sowohl für Kunden als auch Hersteller die Auswahl passender Umweltlabel. Sto verwendet deshalb Label, die einen hohen Standard nachweisen und im Markt eine breite Akzeptanz und Verbreitung finden.

TRANSPARENZ FÜR KUNDEN DURCH NACHHALTIGKEITSDATENBLÄTTER

Das Unternehmen beobachtet, dass Kunden, die nachhaltig bauen möchten, die Informationen eines Umweltzeichens nach Typ I (z. B. Der Blaue Engel, natureplus) oder Typ III (Umweltproduktdeklarationen) nicht ausreichen oder nicht zufrieden stellen. Sto hat deshalb mit sogenannten Nachhaltigkeitsdatenblättern ein eigenes Format entwickelt, in dem umfassende Informationen übersichtlich dargestellt werden. Sto hinterlegt die Nachhaltigkeitsdatenblätter bei den jeweiligen Produkten und stellt sie öffentlich und kostenfrei zum Download zur Verfügung.

BRANCHENWEITE BEREITSTELLUNG UND ZUGÄNGLICHKEIT VON PRODUKTINFORMATIONEN

Umweltproduktdeklarationen (EPDs) eignen sich v. a. als Basis für Ökobilanzen eines Gebäudes, als allgemeine Umwel-

tinformation und zur Analyse von Optimierungspotenzialen. EPDs erfordern eine Verifizierung durch unabhängige Dritte (in Deutschland z. B. durch das Institut Bauen und Umwelt e.V.). Sto erstellt in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Verbänden Muster-EPDs und engagiert sich für ihre internationale Harmonisierung und Anerkennung. Beispielhaft hat das Unternehmen zudem die Vorgehensweise zur Erstellung von EPDs für einzelne Produkte auf die Zertifizierung kompletter Wärmedämm-Verbundsysteme in Form von sogenannten ESDs (Environmental System Declarations) übertragen. Hierdurch werden die Berechnungen für Architekten und Auditoren erleichtert.

PRODUKTOPTIMIERUNG DURCH VERBESSERUNG DES ZERTIFIZIERUNGSSYSTEMS FÜR NACHHALTIGES BAUEN

Um das Thema nachhaltiges Bauen weiter zu verbreiten und zugänglich zu machen, hat sich Sto aktiv an der Erstellung des ersten Leitfadens „Bauprodukte in der DGNB Zertifizierung“ der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen beteiligt. Der Leitfaden erklärt, welche Kriterien bei Bauprodukten im Rahmen von DGNB-Gebäudezertifizierungen zu berücksichtigen sind und wo sie zu finden sind.

! GEWÄHLTE INDIKATOREN

- **Anzahl an Nachhaltigkeitsdatenblättern:** Ende 2015 sollen in allen Produktgruppen für die wichtigsten Produkte (gemessen am Umsatz und ihrer Bedeutung für nachhaltiges Bauen) Nachhaltigkeitsdatenblätter vorliegen.
- **Internationale Harmonisierung von Umweltstandards für Bauprodukte, EPDs und Umweltzeichen:** in 2015 soll über Verbandsaktivitäten die europäische Harmonisierung deutlich vorankommen.

HANDLUNGSOPTIONEN

Was kann mein Unternehmen tun?

Die Beispiele aus Baden-Württemberg haben Ihnen einen ersten Einblick gegeben, wie sich WIN-Charta Unterzeichner für mehr Produktverantwortung in ihren Unternehmen engagieren.

Nun kommt es darauf an, was Sie in Ihrem Unternehmen tun können! Im Folgenden möchten wir Ihnen einen Überblick über Handlungsempfehlungen und konkrete Instrumente geben sowie Tools vorstellen, die Ihnen bei der Umsetzung helfen.

- Ein zentraler Baustein einer Unternehmenspolitik für mehr Produktverantwortung kann die Schaffung von Transparenz sein. Methoden wie die Lebenszyklusanalyse helfen Ihnen dabei sich einen Überblick über den Lebensweg von Produkten und Dienstleistungen zu verschaffen.
- Mit produktbezogenen Maßnahmen optimieren Sie die Nachhaltigkeit von Produkten und Dienstleistungen.
- Um Abläufe in Ihrem Unternehmen und außerhalb sozial und ökologisch nachhaltig zu gestalten, können Sie auf unterschiedliche managementorientierte Lösungsansätze zurückgreifen.

MÖGLICHE HANDLUNGSFELDER UND INSTRUMENTE IM LEITSATZ PRODUKTVERANTWORTUNG



Transparenz

Um Verantwortung für Ihr Produkt zu übernehmen, sollten Sie einen Überblick über vor- und nachgelagerte Prozesse und Produktionsschritte haben. Geeignete Instrumente, die Ihnen dabei helfen, sind u. a. die Lebenszyklus- und Lieferkettenanalyse und der CO₂-Fußabdruck. Orientierung geben Leitfäden und Analysetools.

LIEFERKETTENANALYSE

Mit der Lieferkettenanalyse werden vorgelagerte Prozesse und Komponenten, die in Ihr Produkt eingehen, analysiert. Sie werden nach sozialen und ökologischen Maßstäben untersucht und bewertet.

! Im WWW finden sich zahlreiche Tools und Leitfäden für die Erfassung und Analyse der eigenen Lieferkette. Einen schnellen Einblick bietet beispielsweise das englischsprachige Tool Supply Chain Self Assessment ([Link](#)).

LEBENSZYKLUSANALYSE

Die Lebenszyklusanalyse spannt einen weiteren Rahmen. Neben den vorgelagerten werden auch nachgelagerte Prozesse und Komponenten einbezogen. Ziel ist es, einen ganzheitlichen Überblick über die Stationen zu gewinnen, die Ihr Produkt während seines gesamten Lebens durchläuft (vgl. Abbildung 5).

Bei der Lebenszyklusanalyse liegt der Fokus stärker als bei

der Lieferkettenanalyse auf ökologischen Aspekten wie dem Ressourcenverbrauch oder der Wiederverwertbarkeit.

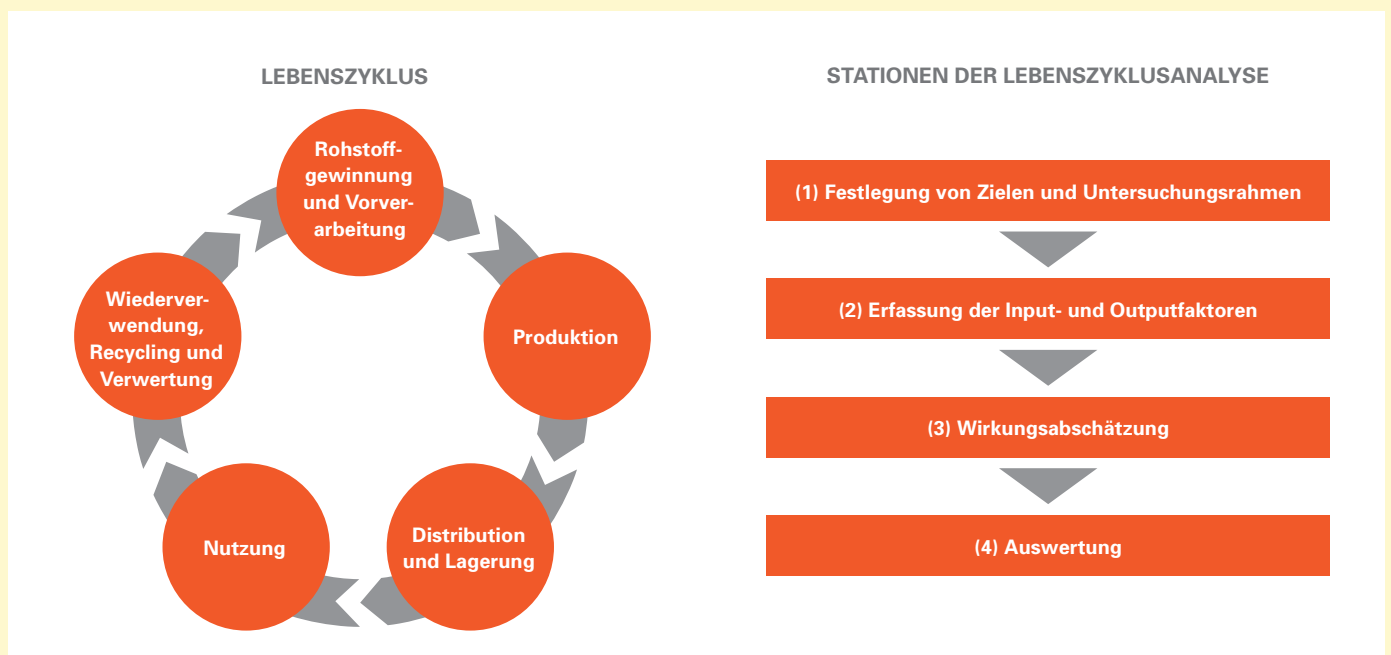
Die Methodik der Lebenszyklusanalyse hilft Ihnen bei der systematischen Erfassung des Lebenszyklusses Ihrer Produkte und Dienstleistungen.

! Einen guten Einstieg in das Thema gibt die englischsprachige Europäische Plattform für Life Cycle Assessment. Neben grundlegenden Informationen verschafft das Portal Zugang zu Studien und Handbüchern sowie Lebenszyklusdaten ([Link](#)) Die Internationale Organisation für Normung gibt einen Überblick über definierte Standards des Ansatzes ([Link](#)) Das WebPortal ProBas dient als Bibliothek für Lebenszyklusdaten nach zentralen Kategorien (Energie, Transport, Entsorgung, Materialien) ([Link](#))

CO₂-FUSSABDRUCK

Mit dem CO₂-Fußabdruck erfassen Sie die Menge an CO₂-Emissionen, die durch Ihre Produkte oder Dienstleistungen verursacht werden. Wenn Sie zusätzlich noch die Ressourcenerwirkung in Ihre Betrachtung einbeziehen erhalten Sie den ökologischen Fußabdruck.

! Der Leitfaden „Produktbezogene Klimaschutzstrategien“ gibt einen umfassenden Überblick über das Modell und gibt Hinweise wie Sie den CO₂-Fußabdruck Ihrer Produkte und Dienstleistungen erfassen können ([Link](#)).



Produktbezogene Lösungsansätze

Laut einer Untersuchung der EU-Kommission entscheidet sich zu 80 Prozent bereits in der Designphase, wie nachhaltig ein Produkt ist. Mit produktbezogenen Lösungsansätzen arbeiten Sie daran die Eigenschaften Ihrer Produkte und Dienstleistungen gezielt nach Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit zu optimieren. Die Chance besteht darin hierdurch Ressourcen und Kosten einzusparen, die Außenwirkung des Produktes zu verbessern und Innovationspotenziale zu erschließen.

NACHHALTIGES PRODUKTDESIGN

Nachhaltiges Produktdesign zielt darauf ab die Umweltauswirkungen sowie die sozialen Auswirkungen eines Produktes zu mindern.

Zentrale Stellschrauben für ein nachhaltiges Design sind

- Material- und Energieeinsatz (vgl. Leitsatz 4 – Ressourcen),
- Sozial- und Gesundheitsverträglichkeit,
- Gebrauchstauglichkeit und Langlebigkeit,
- Emissionen und Abfälle und die
- Wiederverwertbarkeit.

Oftmals werden vor allem ökologische Aspekte in den Vordergrund gestellt (Ökodesign).

! Einen Überblick über zentrale Leitlinien des Ökodesigns finden Sie beispielsweise auf der Internetseite des Umweltbundesamtes (Link).

PRODUKTLABEL

Labels und Zertifikate bieten einen Orientierungsrahmen dafür, wie Sie Ihr Produkt nach ökologischen oder sozialen Standards designen und optimieren können. Öko-Label wie der Blaue Engel oder das Fairtrade-Label, das soziale Gesichtspunkte von Nachhaltigkeit anspricht, stellen klare Anforderungen an Produkte und Dienstleistungen. Die Kriterienkataloge können Ihnen als Checkliste dienen. Gleichzeitig schaffen Sie mehr Transparenz für Ihre Kunden.

! Das Portal label-online.de liefert Hintergrundinformationen und Bewertungen zu Produkt-, Dienstleistungs- und Managementlabeln (Link).

REPARATUR UND REMANUFACTURING

Reparatur und Remanufacturing von Produkten helfen dabei Ressourcen einzusparen und die Langlebigkeit der Güter wieder mit einem Wert zu versehen. Während beim Recycling Ausgangsmaterialien zu Sekundärrohstoffen weiterverarbeitet werden, bezeichnet das Remanufacturing den Prozess der Zerlegung, Aufarbeitung (säubern, reparieren, austauschen) und die Neumontage von Produkten. Ziel ist die Neunutzung des Produktes. Bekannt ist diese Praxis u. a. von Laptops oder aus der Automobilindustrie. Remanufacturing wird hier im industriellen Maßstab betrieben. Die Reparatur setzt weiter vorne im Produktzyklus an und ermöglicht die weitere Nutzung des Gutes. Diese Fähigkeiten sind bereits beim Produktdesign mitzubedenken.



Managementorientierte Lösungsansätze

Mit managementorientierten Lösungsansätzen arbeiten Sie gezielt daran Abläufe in Ihrem Unternehmen, bei Zulieferern und Partnern zu optimieren.

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG/ NACHHALTIGES SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Wie kann ich meine Lieferkette nach nachhaltigen Gesichtspunkten gestalten? Oder auch wie kann ich bei der Beschaffung von Verbrauchs- oder Hilfsmitteln, wie zum Beispiel Computern, Gesichtspunkte der Nachhaltigkeit zugrunde legen?

Methodische Hilfestellung bei der Klärung dieser Fragen liefern nachhaltige Beschaffung oder ein nachhaltiges Supply Chain Management. Hiermit steuern Sie unternehmensübergreifende Material-, Finanz- und Informationsflüsse unter Berücksichtigung der drei Nachhaltigkeitsdimensionen. Hierbei gilt: Das Rad muss nicht neu erfunden werden! Beispiele von Wettbewerbern oder Partnern sowie branchenübergreifende Initiativen helfen spezifische Herangehensweisen und Ansatzpunkte zu erkennen.

! Informationen liefert beispielsweise das Informationszentrum für betrieblichen Umweltschutz. Hier werden potenzielle Umweltrisiken und Anforderungen an den betrieblichen Umweltschutz gegliedert nach Branchen aufgezeigt. Schauen Sie am besten direkt ob auch Ihre Branche dabei ist ([Link](#)).

Das Online-Portal „Kompass Nachhaltigkeit“ – umfassenden Überblick über Instrumente der nachhaltigen Beschaffung, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen ([Link](#)).

ZULIEFERER EINBINDEN

Um für das Thema Produktverantwortung zu sensibilisieren und einen besseren Überblick über Ihre Lieferkette zu bekommen, sollten Sie Ihre Zulieferer in den Prozess einbinden. Sprechen Sie Ihre Zulieferer gezielt an: Bei mehreren Zulieferern bietet sich eine eigene Infoveranstaltung an. Genauso gut können Sie das Thema aber auch in Verhandlungsgesprächen ansprechen. Wichtig ist, dass Sie Ihre Erwartungen gegenüber Ihren Geschäftspartnern formulieren und auf Ihr Engagement aufmerksam machen.

! Orientierung gibt der Leitfaden Nachhaltigkeit in der Lieferkette ([Link](#)).

PRODUKTVERANTWORTUNG FÖRDERN LASSEN

Unternehmen, die Produktverantwortung übernehmen, schaffen betriebswirtschaftlichen Nutzen und generieren gleichzeitig einen gesellschaftlichen Mehrwert. Ihr Engagement können Sie sich deshalb durch verschiedene Landes-, Bundes- und EU-Programme fördern lassen. Gerade das Engagement kleiner und mittlerer Unternehmen wird unterstützt.

! Orientierungshilfe bietet der Leitfaden Förderhilfen betrieblicher Umweltschutz für KMU des Ministeriums für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg ([Link](#)).

MÖGLICHKEITEN der quantitativen Berichterstattung

Indikatorenvorschläge zur Messung des Leitsatzes

(1) UNBEDENKLICHKEIT (G4-PR1)

Untersuchte Produkte und Dienstleistungen in %

(2) TRANSPARENZ (G4-PR3)

Art der veröffentlichten Informationen über Produkte und Dienstleistungen sowie % der Produkte, über die informiert wird

(3) AUSMASS DER UMWELTBELASTUNG (G4-EN27)

Ausmaß der Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen

(4) FEEDBACKKULTUR (G4-PR5)

Praktiken und Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit.

DER LEITSATZ im Kontext der WIN-Charta



Die WIN-Charta umfasst insgesamt 12 Leitsätze, die sich inhaltlich ergänzen und so nachhaltiges Wirtschaften in allen Facetten abbilden. Mit Ihrem Engagement im Leitsatz 6 Produktverantwortung können Sie deshalb auch Impulswirkungen in anderen Bereichen erzielen. Gerade dieser vielschichtige Leitsatz entfaltet zahlreiche Synergien zu den anderen Leitsätzen. Andererseits ist nachhaltiges Wirtschaften in seiner

Komplexität nicht immer widerspruchsfrei. Es können Zielkonflikte entstehen, mit denen ehrlich und verantwortungsvoll umgegangen werden muss.

Abschließend möchten wir Ihnen einen Überblick über Synergien und mögliche Zielkonflikte mit weiteren Leitsätzen geben:

SYNERGIEN MIT WEITEREN LEITSÄTZEN

<p>LEITSATZ 1 <i>Menschen- und Arbeitnehmerrechte</i></p>  <p>Starker Zusammenhang: Transparenz und Normen in der Lieferkette.</p>	<p>LEITSATZ 2 <i>Mitarbeiterwohlbefinden</i></p>  <p>Ein positiver Faktor für die Mitarbeiterzufriedenheit ist das Wissen etwas sinnvolles zu tun und ein als gut empfundenes Produkt herzustellen.</p>	<p>LEITSATZ 3 <i>Anspruchsgruppen</i></p>  <p>Produktverantwortung ist eine zentrale Forderung vieler Anspruchsgruppen.</p>	<p>LEITSATZ 4 <i>Ressourcen</i></p>  <p>Produktverantwortung stützt sich auf den Bezug und effizienten Umgang mit nachhaltigen Ressourcen.</p>
<p>LEITSATZ 5 <i>Energie und Emissionen</i></p>  <p>Nachhaltige Produkte sparen Energie ein und minimieren Emissionen.</p>	<p>LEITSATZ 6 <i>Produktverantwortung</i></p> 	<p>LEITSATZ 7 <i>Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze</i></p>  <p>Verbesserte Absatzchancen durch verantwortungsbezogenen Imagegewinn. Kosten können sinken (Produktverbesserungen) oder steigen (Nachhaltigkeitsanforderungen).</p>	<p>LEITSATZ 8 <i>Nachhaltige Innovation</i></p>  <p>Gezielte Produktverbesserungen erfordern nachhaltige Innovationen.</p>
<p>LEITSATZ 9 <i>Finanzentscheidungen</i></p>  <p>Nachhaltige Investitionen können ein Baustein für Produktverantwortung darstellen.</p>	<p>LEITSATZ 10 <i>Anti-Korruption</i></p>  <p>Produktverantwortung fordert soziale Nachhaltigkeit im Unternehmen und bei ihren Partnern ein.</p>	<p>LEITSATZ 11 <i>Regionaler Mehrwert</i></p>  <p>Eine nachhaltige Lieferkette reduziert Lieferwege und kann z.B. die Rolle regionaler Zulieferer stärken.</p>	<p>LEITSATZ 12 <i>Anreize zum Umdenken</i></p>  <p>Transparenz über die sozialen und ökologischen Auswirkungen von Produkten kann Lernprozesse in Gang setzen.</p>



N! **NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN**

WIRTSCHAFTSINITIATIVE NACHHALTIGKEIT

Mit der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN) und dem Initiativkreis werden die Erfahrungen und das Wissen engagierter Unternehmen gebündelt. Mit der WIN-Charta bietet das Land ein systematisches Nachhaltigkeitsmanagementsystem für Unternehmen an. Das WIN-Forum bietet zusätzlich Netzwerk und Ideenaustausch für nachhaltiges Wirtschaften.

FRAGEN?

Kontaktmöglichkeiten

WIN-Charta Geschäftsstelle

0711 126-2661

charta@win-bw.com

Umweltministerium Baden-Württemberg

Peter Wüstner

0711 126-2664

Bild Seite 9: © jd-photodesign - fotolia.com

