

KLIMAWIN-LEITSATZDOSSIER

Leitsatz 05: Produktverantwortung



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR UMWELT, KLIMA UND ENERGIEWIRTSCHAFT

Inhalt

1. Einführung, Hintergrund und Ziele des Leitsatzes	4
2. Formulierungshilfen für Ziele im Rahmen der KLIMAWIN	5
3. Geeignete Maßnahmen und Instrumente	6
4. Möglichkeiten der quantitativen Berichterstattung	10
5. Bezug zur Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)	11
6. Die KLIMAWIN	12
7. Impressum	14
8. Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“	15

LEITSATZ 05 – PRODUKTVERANTWORTUNG:



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

Einführung, Hintergrund und Ziele des Leitsatzes

Produkte und Dienstleistungen hinterlassen auch außerhalb der betriebsinternen Prozesse einen ökologischen und sozialen Fußabdruck. Die Produktverantwortung von Unternehmen bezieht sich auf die ethische und nachhaltige Gestaltung, Produktion und Vermarktung von Produkten. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, nicht nur qualitativ hochwertige Produkte anzubieten, sondern auch sicherzustellen, dass ihre Herstellungsprozesse ethischen Standards entsprechen und Umweltauswirkungen minimiert werden. Im Sinne der Produktverantwortung sollten Produkte und Dienstleistungen über ihre gesamte Lebensdauer hinweg klimaschonend und nachhaltig gestaltet sein. Dies kann durch hohe Energieeffizienz, Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Wiederverwendbarkeit erreicht werden. Unternehmen stehen vor der Aufgabe, innovative Wege zu finden, um

den ökologischen Fußabdruck und die sozialen Auswirkungen ihrer Produkte kontinuierlich zu verbessern.

Von einem Engagement für Produktverantwortung können Sie in vielfältiger Weise profitieren. Durch die Steigerung von Effizienzen können Kosten für Rohstoffe, Energie und Transport gesenkt oder die Arbeitsproduktivität erhöht werden. Neben den ökonomischen Aspekten trägt eine nachhaltige Produktgestaltung maßgeblich zur Außenwirkung eines Unternehmens bei. Ihre Kundschaft schätzt hochwertige, langlebige und ökologisch sowie sozial verantwortlich gestaltete Produkte. Das öffentliche Bekenntnis zu Produktverantwortung kann zum positiven Imageträger für Ihr Unternehmen werden und die Marke stärken.

Ziele des Leitsatzes 05 – Produktverantwortung

Produktionsprozesse optimieren

Ökobilanzierung durchführen

Mit Kundschaft in Dialog treten

Nutzungsphase klimaschonend und nachhaltig gestalten

Kreislauffähigkeit herstellen

Formulierungshilfen für Ziele im Rahmen der KLIMAWIN

Einer Ihrer ersten Schritte als neues KLIMAWIN-Unternehmen ist das Ausfüllen des Zielkonzepts. Mit dem Zielkonzept formulieren Sie Entwicklungsschritte in Ihrem Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement. Die folgenden Beispiele für selbstgesteckte Ziele können Ihnen als Inspiration für Ihr Zielkonzept dienen. Bitte setzen Sie sich quantifizierte Ziele, wenn es Ihnen möglich ist:

PRODUKTIONSPROZESSE OPTIMIEREN

- Wir optimieren kontinuierlich unsere Produkte und Dienstleistungen im Hinblick auf minimale Umweltbelastung, Ressourcenschonung und Energieeffizienz.
- Neben den technischen Anforderungen, den Kosten, dem Preis und der Qualität werden wir in Zukunft auch die ökologischen Auswirkungen des Produktes betrachten. So können frühzeitig Maßnahmen ergriffen werden, um die Produkte umweltfreundlich zu gestalten.
- Wir werden unsere Produktionsprozesse durch ein Label unabhängig zertifizieren lassen.

ÖKOBILANZIERUNG DURCHFÜHREN

- Wir betrachten nicht nur den CO₂-Ausstoß eines Produkts im Einsatz, sondern während seines gesamten Produktlebenszyklus – den sogenannten „Product Carbon Footprint“.
- Wir erstellen ein einfaches Ökobilanzierungstool zur Anwendung in der Produktentwicklung.
- Wir werden unsere Wertschöpfungsprozesse und die Produktlebenszyklen bezüglich Klimaschutz und Nachhaltigkeit untersuchen und Transparenz herstellen.
- Wir setzen uns zum Ziel, unsere Produkte mit Hilfe eines Dienstleistungsunternehmens zu bewerten und einen CO₂-Fußabdruck zu erstellen.

NUTZUNGSPHASE KLIMASCHONEND UND NACHHALTIG GESTALTEN

- Wir setzen uns zum Ziel, unsere Produkte und Dienstleistungen während ihrer Nutzungsphase so klimaschonend und nachhaltig wie möglich zu gestalten.
- Wir werden für all unsere Produkte Selbstreparierleitungen kostenlos zur Verfügung stellen.

KREISLAUFFÄHIGKEIT HERSTELLEN

- In Zukunft sollen unsere Produkte und Dienstleistungen in ihrer ursprünglichen Nutzungsform mehrfach wiederverwendet werden können.
- Bis [Jahr] werden alle unsere Produkte und Dienstleistungen recycelbar sein.
- Wir schaffen Transparenz darüber, wie unsere Produkte und Dienstleistungen am Ende ihrer Nutzungsphase behandelt werden sollten.
- Wir erhöhen den Anteil an Rezyklaten um [Prozentsatz] Prozent.
- Wir führen Rücknahmeprogramme für Produkte am Ende ihrer Lebensdauer ein, um Recycling und umweltfreundliche Entsorgung zu fördern.

MIT KUNDSCHAFT IN DIALOG TRETEN

- Wir messen am Feedback und durch regelmäßig stattfindende Stakeholderdialoge, wie zufrieden unsere Kundschaft mit den Umweltinformationen zu unseren Produkten ist.
- Für unsere Kundinnen und Kunden werden wir transparent darlegen, wie hoch die Treibhausgasemissionen sind, die durch unsere Produkte und Dienstleistungen entstehen.
- Wir möchten die Erlangung von Zertifikaten oder Labeln für nachhaltige Produktionspraktiken erhöhen, um die Glaubwürdigkeit und Transparenz gegenüber Kundinnen und Kunden sowie Stakeholdern zu stärken.

Geeignete Maßnahmen und Instrumente

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.

3.1 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 unter anderem die Lebenszyklus- und Lieferkettenanalyse sowie der CO₂-Fußabdruck.

3.1.1 LIEFERKETTENANALYSE

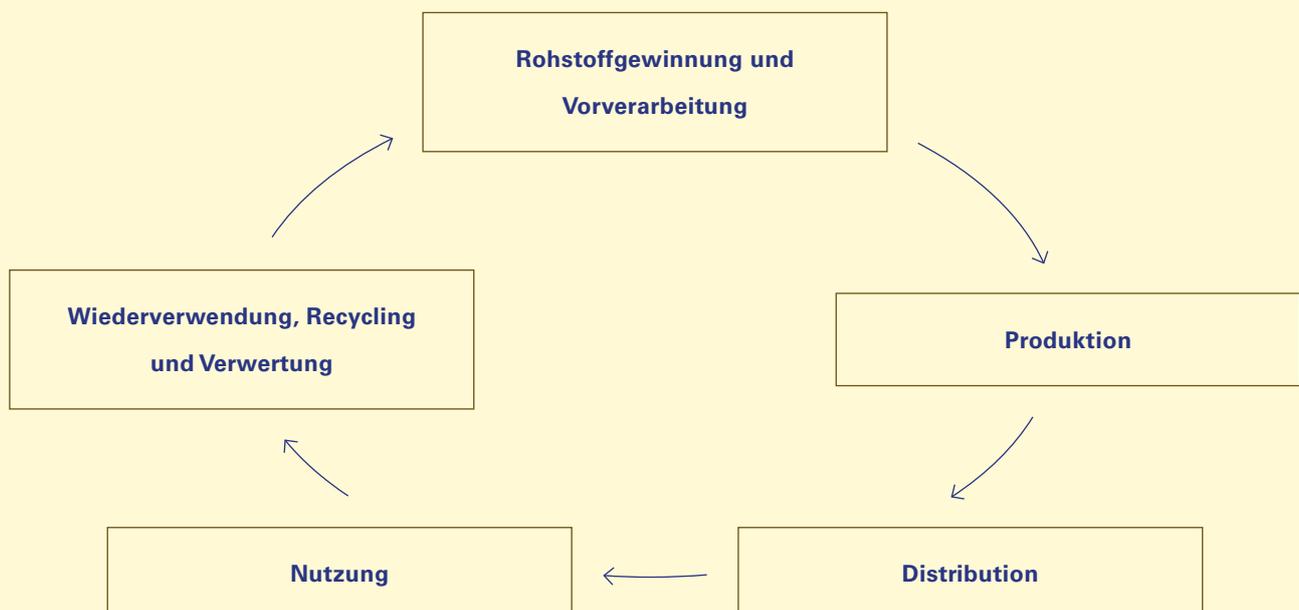
Mit der Lieferkettenanalyse werden vorgelagerte Prozesse und Komponenten, die in Ihr Produkt eingehen,

analysiert. Sie werden nach sozialen und ökologischen Maßstäben untersucht und bewertet.

3.1.2 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 (siehe Abbildung).

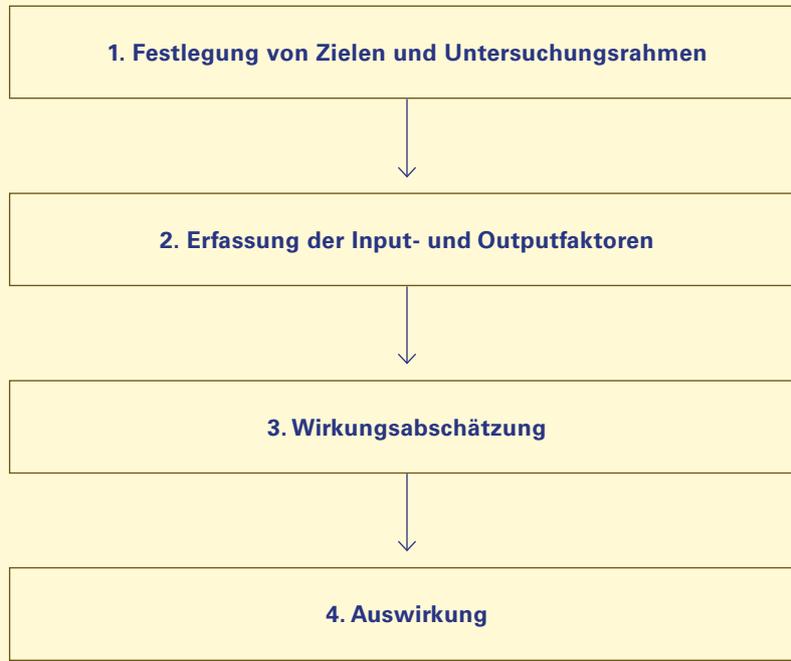
ABBILDUNG: LEBENSZYKLUSANALYSE



Bei der Lebenszyklusanalyse liegt der Fokus stärker auf ökologischen Aspekten wie dem Ressourcenverbrauch oder der Wiederverwertbarkeit als bei der Lieferkettenanalyse. Die Methodik der Lebenszyklusanalyse hilft

Ihnen bei der systematischen Erfassung der Lebenszyklen Ihrer Produkte und Dienstleistungen. Beispielhaft durchlaufen Sie dabei die folgenden Schritte:

ABBILDUNG: STATIONEN DER LEBENSZYKLUSANALYSE



3.1.3 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 Ressourcenwirkung in Ihre Betrachtung einbeziehen, erhalten Sie den ökologischen Fußabdruck.

3.2 Produktbezogene Lösungsansätze

Entscheidend für die klimaschonende Wirkung und Nachhaltigkeit eines Produkts ist bereits die Designphase. Mit produktbezogenen Lösungsansätzen arbeiten Sie daran, die Eigenschaften Ihrer Produkte und Dienstleistungen gezielt nach Gesichtspunkten des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit zu optimieren. Dadurch können Ressourcen und Kosten eingespart, die Außenwirkung des Produktes verbessert und Innovationspotenziale erschlossen werden.

3.2.1 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
- Sozial- und Gesundheitsverträglichkeit
- Gebrauchstauglichkeit und Langlebigkeit

- Emissionen und Abfälle
- 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 (umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/produkte/oekodesign).

3.2.2 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 Kundschaft.

3.2.3 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 in seiner ursprünglichen Funktion. Bekannt ist diese Praxis unter anderem 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. Diese Fähigkeiten sind bereits beim Produktdesign mitzubedenken.

3.3 Managementorientierte Lösungsansätze

Mit managementorientierten Lösungsansätzen arbeiten Sie gezielt an der Optimierung von Prozessen in Ihrem Unternehmen, bei Zulieferfirmen und in Partnerschaften.

3.3.1 NACHHALTIGE BESCHAFFUNG/NACHHALTIGES SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

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 3 Nachhaltigkeitsdimensionen.

Hierbei gilt: Das Rad muss nicht neu erfunden werden! Beispiele von Wettbewerberinnen und Wettbewerbern oder Partnerinnen und Partnern sowie branchenübergreifende Initiativen helfen spezifische Herangehensweisen und Ansatzpunkte zu erkennen.

3.3.2 ZULIEFERUNTERNEHMEN EINBINDEN

Um für das Thema Produktverantwortung zu sensibilisieren und einen besseren Überblick über Ihre Lieferkette zu bekommen, sollten Sie Ihre Zulieferunternehmen in den Prozess einbinden.

Sprechen Sie Ihre Zulieferunternehmen gezielt an: Bei mehreren Zulieferfirmen 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 Geschäftspartnerinnen und -partnern formulieren und auf Ihr Engagement aufmerksam machen.

i

WEITERE INFORMATIONEN

Hier finden Sie weitere Informationen zur Produktverantwortung:

- [European platform on life cycle assessment](#)
- [Informationen zum Ökodesign vom Umweltbundesamt](#)
- [Übersicht über soziale und ökologische Produktsiegel vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung](#)
- [KMU Kompass für nachhaltige Lieferketten](#)
- [Circular Thinking in Standards von DIN](#)

Möglichkeiten der quantitativen Berichterstattung

Um das Erreichen Ihrer Ziele später überprüfen zu können, sollten Sie neben der qualitativen Beschreibung ergriffener Maßnahmen und Erfolge auch quantitative Indikatoren verwenden. Vorschläge für quantitative Indikatoren zur Messung des Leitsatzes sind:

- Product Carbon Footprint, produkt- beziehungsweise dienstleistungsorientierte CO₂-Bilanz
- Anteil recyclingfähiger Materialien in Produkten und bei Dienstleistungen
- Durchschnittliche Nutzungsdauer der Produkte und Dienstleistungen
- Anteil an ökologisch und nachhaltig zertifizierten Produkten und Dienstleistungen

Bezug zur Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) formuliert seit 2023 die Regeln zur nicht-finanziellen Berichterstattung von Unternehmen. Als Teil der CSRD legen die 12 European Sustainability Reporting Standards (ESRS) die wesentlichen Themenfelder der unternehmerischen Nachhaltigkeitsberichterstattung fest. Der KLIMAWIN-Leitsatz 05 – Produktverantwortung berührt den Großteil der ESRS, hat aber keine umfassende Überschneidung mit einem bestimmten Leitsatz. Teilaspekte decken sich mit den folgenden ESRS:

- **ESRS E1 Klimawandel**
- **ESRS E2 Umweltverschmutzung**
- **ESRS E3 Wasser- und Meeresressourcen**
- **ESRS E4 Biologische Vielfalt und Ökosysteme**
- **ESRS E5 Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft**
- **ESRS S1 Eigene Belegschaft**
- **ESRS S2 Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette**
- **ESRS S3 Betroffene Gemeinschaften**
- **ESRS S4 Verbraucher und Endnutzer**

Die KLIMAWIN

Mit dem Unterzeichnen der KLIMAWIN bekennen sich Unternehmen zu ihrer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren sie sich mit der Region, in der sie wirtschaften. Die folgenden 12 Leitsätze, die sich inhaltlich ergänzen und klimaschützendes sowie nachhaltiges Wirtschaften in

allen Facetten abbilden, beschreiben das Nachhaltigkeitsverständnis der KLIMAWIN und ihrer Mitgliedsunternehmen. Ausführliche Informationen und weitere Unterzeichnende der KLIMAWIN finden Sie auf: nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin.

KLIMA UND UMWELT



Leitsatz 01 – Klimaschutz:

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“



Leitsatz 02 – Klimaanpassung:

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“



Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft:

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“



Leitsatz 04 – Biodiversität:

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“



Leitsatz 05 – Produktverantwortung:

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

SOZIALE VERANTWORTUNG



Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette:

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“



Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden:

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“



Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen:

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

ÖKONOMISCHER ERFOLG UND GOVERNANCE



Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze:

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“



Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert:

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“



Leitsatz 11 – Transparenz:

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“



Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation:

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

KONTAKT

Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich gerne an das Team der Klimaschutzstrategie

„Unternehmen machen Klimaschutz“:

Telefon: +49 711 126 266 1 | E-Mail: klimawin@nachhaltigkeitsstrategie.de

Impressum

HERAUSGEBER

Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg
Kernerplatz 9 | 70182 Stuttgart

KONTAKT

Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“

Telefon: + 49 711 126 266 1

E-Mail: klimawin@nachhaltigkeitsstrategie.de

REDAKTION

Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg

TEXT UND GESTALTUNG

Prognos AG | [prognos.com](https://www.prognos.com)

ÖkoMedia GmbH | [oekomedia.com](https://www.oekomedia.com)

BILDNACHWEIS

Grafiken und Illustrationen: © ÖkoMedia GmbH

COPYRIGHT

© 05 / 2024, Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg

MEHR INFORMATIONEN

nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig



Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“



Beim Klimaschutz kommt der Wirtschaft eine besondere Rolle und Verantwortung zu. Die Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“ will möglichst viele baden-württembergische Unternehmen dabei unterstützen, systematisch und strukturiert unternehmerischen Klimaschutz umzusetzen und signifikant Treibhausgase zu reduzieren.

Alle Unternehmenszielgruppen – Einsteiger, engagierte Unternehmen und Vorreiter – können spezifische Unterstützungs-, Kommunikations- und Vernetzungsangebote nutzen. So soll nachhaltiges und klimabewusstes Wirtschaftswachstum unterstützt und gleichzeitig Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit gesichert werden.

MEHR INFORMATIONEN

nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig