

KLIMAWIN-LEITSATZDOSSIER

Leitsatz 09: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze



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	11
5. Bezug zur Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)	12
6. Die KLIMAWIN	13
7. Impressum	15
8. Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“	16

LEITSATZ 09: UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE:



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

Einführung, Hintergrund und Ziele des Leitsatzes

Nachhaltiges und klimaschonendes Wirtschaften bedeutet auch ökonomisch erfolgreiches Wirtschaften. Ohne die finanzielle Grundlage lassen sich andere Nachhaltigkeits- und Klimaziele kaum erreichen. Wesentliches Element ist eine langfristige strategische Orientierung, die grundsätzlich den Vorzug vor kurzfristigen Erfolgen erhält.

Langfristig erfolgreich agierende Unternehmen generieren neues Wissen durch Innovationen, schaffen Arbeitsplätze in der Region und stärken damit die lokale Wirtschaft.

Jeder Leitsatz der KLIMAWIN kann direkt oder indirekt zum langfristigen Unternehmenserfolg beisteuern. Um sich gegen die Konkurrenz durchzusetzen, brauchen Unternehmen Alleinstellungsmerkmale. Nachhaltiges und klimaschonendes Wirtschaften kann ein solches Merkmal

darstellen. Gerade auch vor dem Hintergrund des vielerorts vorherrschenden Fachkräftemangels, der sich in Zukunft noch verschärfen wird, müssen Unternehmen verstärkt um qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werben. Das erfordert neue Rekrutierungsmethoden sowie innovative Gestaltungsmöglichkeiten des Arbeitsalltages.

Die Faktoren, die den Unternehmenserfolg ausmachen, sind sehr spezifisch und hängen stark vom jeweiligen Marktumfeld des Unternehmens ab. Für jedes Unternehmen sind weitsichtige Entscheidungen der Schlüssel für ein erfolgreiches, nachhaltiges und klimaschonendes Wirtschaften. Finanzentscheidungen sollten zukunftsorientiert und generationengerecht ausgerichtet werden.

Leitsatz 09: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Arbeitsplätze sichern und schaffen

Beziehungen zur Kundschaft pflegen und ausbauen

Produktion erhöhen und Umsatz steigern

Finanzen vorausschauend planen

**Produkt- und Dienstleistungsportfolio
weiterentwickeln**

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:

ARBEITSPLÄTZE SICHERN UND SCHAFFEN

- Wir schaffen neue Arbeitsplätze und Ausbildungsmöglichkeiten in der Region.
- Wir steigern die Attraktivität unserer Arbeitsplätze. In renommierten Arbeitgeberrankings erreichen wir eine Top-Platzierung.
- Wir erhöhen die Anzahl unserer Ausbildungsplätze um [Prozentsatz] Prozent.
- Wir pflegen Kooperationen mit verschiedenen Schulen in der Region, um den Übergang zwischen Schule und Beruf aktiv zu gestalten.

PRODUKTIVITÄT ERHÖHEN UND UMSATZ STEIGERN

- Wir setzen uns strategische mittel- bis langfristige Wachstumsziele.
- Wir streben an, das jährliche Umsatzwachstum um [Prozentsatz] Prozent zu steigern und gleichzeitig die Gewinnmarge um [Prozentsatz] Prozent zu erhöhen.
- Wir investieren in unser Unternehmen und in die Region.
- Wir reduzieren die Fehlerkosten.
- Wir erhöhen die Effizienz unserer Mitarbeitenden.
- Durch kontinuierliche Prozessoptimierung und eine effizientere Nutzung von Ressourcen streben wir an, die operativen Kosten zu reduzieren.

PRODUKT- UND DIENSTLEISTUNGSPORTFOLIO WEITERENTWICKELN

- Wir diversifizieren unser Produkt- und Dienstleistungsportfolio, um resilient gegenüber Krisen und Veränderungen zu sein.
- Für eine hohe Wettbewerbsfähigkeit entwickeln wir unsere bestehenden Produkte und Dienstleistungen weiter.
- Wir setzen uns das Ziel, eine Innovationskultur im Unternehmen zu fördern, und streben an, mindestens [Prozentsatz] Prozent unseres Budgets in Forschung und Entwicklung zu investieren.

BEZIEHUNGEN ZUR KUNDSCHAFT PFLEGEN UND AUSBAUEN

- Wir pflegen aktiv die Beziehung zur bestehenden Kundschaft.
- Wir gewinnen neue Kundinnen und Kunden.
- Wir streben danach, die Kundenzufriedenheit durch hohe Produktqualität und exzellenten Kundenservice zu steigern, um die Markentreue zu stärken und langfristigen Unternehmenserfolg zu gewährleisten.

FINANZEN VORAUSSCHAUEND PLANEN

- Unsere Finanzplanung ist im Rahmen der mittelfristigen Umsatz- und Personalplanung auf 10 Jahre im Voraus berechnet und nachvollziehbar ausgelegt.
- Wir pflegen ein ausgewogenes Verhältnis von Eigen- und Fremdkapital. Unkalkulierbare Risiken vermeiden wir dabei. Finanzielle Investitionen werden immer unter Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien getroffen.
- Wir streben dauerhaft eine hohe Eigenkapitalquote an, um auch in Zukunft unabhängig unternehmerisch entscheiden zu können.
- Dank hoher Liquiditätsreserven sichern wir uns gegen Schwankungen der Finanzmärkte ab.

Geeignete Maßnahmen und Instrumente

Nachhaltiges und klimaschonendes Wirtschaften bedeutet, vor allem den langfristigen Unternehmenserfolg vor Augen zu haben. Von Ihrem Erfolg kann die gesamte Region profitieren. Wirtschaftlicher Erfolg bemisst sich dabei nicht nur nach der erzielten Rendite, sondern drückt sich auch in der Zahl gehaltener oder neu geschaffener Arbeitsplätze sowie in den gezahlten Gehältern, Steuern, Abgaben und Spenden aus.

Die Grundlage für den unternehmerischen Erfolg und sichere Arbeitsplätze bilden unter anderem eine trans-

parente und langfristig orientierte Unternehmensstrategie, Kontinuität und Stabilität in der Unternehmensentwicklung, ein verantwortungsvoller Umgang mit Mitarbeitenden und Kapital, eine glaubhafte und berechenbare Führung sowie die Motivation Ihrer Mitarbeitenden. Nachfolgend finden Sie konkrete Hinweise und Tipps, wie Sie nach der Formulierung Ihrer Zielsetzungen Ihren Unternehmenserfolg sicherstellen und bestehende Arbeitsplätze halten sowie neue schaffen können.

3.1 Betreuung und Akquise der Kundschaft

Eine breite und verlässliche Kundschaft ist eine entscheidende Basis für Ihren Unternehmenserfolg.

3.1.1 AKQUISE VON KUNDINNEN UND KUNDEN

Bevor Sie aktiv auf die Suche nach Kundschaft gehen, ist eine gründliche Marktforschung und Analyse Ihrer Zielgruppen unerlässlich. Identifizieren Sie potenzielle Kundinnen und Kunden und prüfen Sie sorgfältig, ob deren Bedürfnisse mit Ihren Produkten oder Dienstleistungen in Einklang stehen. Bei der Akquise von Kundinnen und Kunden erweisen sich 2 Herangehensweisen als erfolgreich. Aktive Gewinnung von Kundschaft kann beispielsweise Kaltakquise, Auftritt auf Branchentagen und Veranstaltungen sowie (individualisierte) Werbemaßnahmen beinhalten. Sie können für die aktive Akquise ein Team aufsetzen, welches sich vorrangig damit befasst. Dieses Team kann Strategien entwickeln, um potenzielle neue Kundengruppen rechtzeitig zu identifizieren und anzusprechen.

Neben der aktiven Gewinnung von neuer Kundschaft bildet die passive Akquise eine zweite wichtige Säule.

Es ist ratsam, in branchenspezifischen Verzeichnissen und Bewertungsportalen gelistet zu sein. Durch eine übersichtlich gestaltete Unternehmenswebsite können Sie ebenfalls Präsenz zeigen und potenzielle Kundinnen und Kunden auf Ihr Unternehmen aufmerksam machen. Mithilfe dieser Maßnahmen bauen Sie sich ein großes Netzwerk auf, welches wiederum zu neuer Kundschaft führen kann.

Sowohl bei der Akquise als auch bei der Betreuung Ihrer Kundschaft ist es wichtig, dass Sie als Partner oder Partnerin auf Augenhöhe auftreten und eine langjährige Bindung anstreben. Im Mittelpunkt des Denkens und Handelns stehen Ihre Kundinnen und Kunden mit ihren Wünschen und Bedürfnissen. Es ist wichtig, dass Sie Ihre Zielgruppe direkt ansprechen und sich somit als vertrauenswürdiger Geschäftspartner beziehungsweise Geschäftspartnerin positionieren.

3.1.2 BEDARFSANALYSE

Eine Bedarfsanalyse der Kundschaft hilft, über die aktuellen Bedürfnisse Ihrer Kundinnen und Kunden informiert

zu sein. Diese kann auf individueller Basis in Form von Gesprächen und Umfragen erfolgen oder Sie bedienen sich an Ergebnissen von Marktforschungsstudien. Es ist hilfreich, sich in Ihre Klientinnen und Klienten hineinzuversetzen und die unterschiedlichen individuellen Bedürfnisse zu kennen und zu verstehen. Sorgen und Nöte sollten aktiv angegangen werden. Dies kann durch spezifische Kundendienste wie Produktberatung oder Garantieleistungen geschehen.

Eine Marktrecherche hilft Ihnen sowohl bei der Neugewinnung als auch bei der Pflege Ihrer Kundschaft. Mit dem notwendigen Marktwissen erfahren Sie, wo Bedarf am Markt besteht und wer Ihre Zielgruppe ist. Dadurch erkennen Sie mögliche neue Geschäftsfelder und können Wertschöpfungspotenziale ermitteln. Dieses Wissen hilft Ihnen, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung bei Bedarf rechtzeitig anzupassen.

3.1.3 MARKETINGMASSNAHMEN

Neben einer gezielten Akquise können Sie auch Gebrauch von Marketingmaßnahmen machen. Erhöhen Sie die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte beispielsweise online durch eine ansprechende und gut strukturierte Homepage. Suchen Sie nach weiteren Plattformen, auf denen Sie mögliche Kundinnen und Kunden erreichen, und verbessern Sie Ihre Social Media Auftritte. Damit gewinnen Sie an Bekanntheit und schärfen Ihr Profil. Formulieren Sie eine klare und überzeugende Botschaft, die Ihre Alleinstellungsmerkmale hervorhebt. Ihre Kommunikation sollte ansprechend und zielgerichtet sein, um potenzielle Kundinnen und Kunden auf Ihr Angebot aufmerksam zu machen.

Stimmen Sie Ihre Marketingmaßnahmen mit den Ergebnissen Ihrer Bedarfsanalyse ab. Sie können Ihre Werbemittel effizienter einsetzen, wenn Sie wissen, wer Ihre Kundschaft ist.

3.2 Arbeitsplätze

Die Qualität Ihrer Produkte hängt zum großen Teil von der Leistung Ihrer Mitarbeitenden ab. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind mitunter jedoch nicht leicht zu finden. Schaffen Sie arbeitnehmerfreundliche Arbeitsbedingungen, um auf dem knappen Fachkräftemarkt zu punkten. Investieren Sie in die Qualifizierung, aber auch in Maßnahmen zur Steigerung der persönlichen Identifikation Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Unternehmen. Dies führt zu einem langfristigen Verhältnis zwischen den Arbeitnehmenden und dem Arbeitgebenden.

3.2.1 DIE ANZAHL DER MITARBEITENDEN ERHALTEN UND STEIGERN

Gerade kleine und mittlere Unternehmen leben von dem Wissen und Engagement ihrer Beschäftigten. Langjährige und bewährte Mitarbeitende haben wert-

volles, unternehmensspezifisches Wissen. Das personen- gebundene Wissen sollte erhalten und strukturiert weitergegeben werden, damit die Qualität Ihrer Arbeit auch von den jüngeren Generationen erfüllt werden kann. Trotz des hohen Stellenwertes der Erfahrung sollten Sie junge Bewerberinnen und Bewerber einstellen und gegebenenfalls ausbilden, denn eine Diversität unter Ihren Mitarbeitenden steigert auch Ihre Innovationsfähigkeit.

Passen Sie die Rekrutierungsstrategie Ihren Bedürfnissen an und testen Sie gegebenenfalls neben bewährten Methoden auch neue Möglichkeiten der Rekrutierung zukünftiger Angestellter. Neben Online-Recruiting gibt es auch innovative Apps, die den Einstellungsprozess vereinfachen sollen.

3.2.2 MASSNAHMEN ZUR EINBINDUNG DER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen und Ihren Produkten führt zu höherer Zufriedenheit und Leistung und damit zur langfristigen Bindung Ihrer Angestellten. Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Mitarbeitenden über wichtige Entwicklungen informieren und in Entscheidungsprozesse an verschiedenen Stellen einbinden. Nur so können Sie transparent und nachvollziehbar wirtschaften.

Durch Teamtraining, die Zuordnung eines Paten beziehungsweise einer Patin und die Erstellung eines Einarbeitungsplans stärken Sie die Eigenverantwortung Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erhöhen die Effizienz der internen Arbeitsabläufe.

3.2.3 QUALIFIKATION DER MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Um dem technologischen Fortschritt gewachsen sein zu können, benötigen Sie qualifizierte Mitarbeitende. Diese sollten auf aktuelle Anforderungen des Marktes vorbereitet werden, damit Sie im Wettbewerb mit anderen Unternehmen nicht den Anschluss verlieren.

Sorgen Sie für ein Angebot an fachlichen Weiterbildungen für Ihre Angestellten. Innerhalb von Schulungen können sie Methoden zur Qualifikations- und Effizienzsteigerung verbessern. Zudem können sie spezifische Fähigkeiten erlangen, die explizit in Ihrem Unternehmen gefragt sind.

Indem Sie Ihre Belegschaft in ihrer Entwicklung unterstützen, schaffen Sie eine höhere Zufriedenheit und steigern die Attraktivität Ihres Unternehmens als Arbeitgebender.

3.2.4 ATTRAKTIVITÄT ALS ARBEITGEBENDER STEIGERN

Der demografische Wandel und der Fachkräftemangel sind gerade für viele kleine und mittlere Unternehmen zu einer ernstzunehmenden unternehmerischen Herausforderung geworden. Machen Sie es potenziellen Arbeitnehmenden einfach, sich für Sie zu entscheiden. Zu attraktiven Arbeitsbedingungen gehören beispielsweise Weiterbildungsmöglichkeiten, flexible Arbeitszeitgestaltung und Familienfreundlichkeit. Ein gutes Arbeitsklima und Teamzusammenhalt sind ebenfalls wichtig. Motivieren Sie Ihre Mitarbeitenden und sorgen Sie sich um deren Zufriedenheit, denn ein langfristiges Arbeitsverhältnis ist für beide Seiten von Vorteil.

3.3 Ausbildung

Auch die betriebliche Ausbildung kann vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels eine gute Lösungsstrategie darstellen.

3.3.1 AUSBILDUNGSPLÄTZE SICHERN UND SCHAFFEN

Investitionen in die Schaffung von Ausbildungsplätzen sind gleichzeitig Investitionen in die Zukunft des Unternehmens. Qualifiziertes und kompetentes Personal ist die Grundvoraussetzung für die langfristige Wettbewerbsfähigkeit. Mit hausinternen Ausbildungsplätzen können Sie den Wissensaustausch zwischen erfahrenen und jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ermöglichen

und gezielt die Fähigkeiten schulen, die für Sie im Unternehmen relevant sind.

3.3.2 AUSBILDUNGSMÖGLICHKEITEN BEWERBEN

Ein wichtiger Aspekt zur Steigerung der Attraktivität Ihres Unternehmens für junge Menschen beziehungsweise potenzielle Auszubildende ist die Erhöhung der Sichtbarkeit Ihres Unternehmens. Hierfür ist eine große Vielfalt an Aktionen denkbar: Teilnahme an den landesweiten KLIMA.LÄND.TAGEN, Kooperationen mit Schulen, Teilnahme an Berufsinformationstagen, Ferienjobs, Flyer, Social Media Präsenz oder Sponsoring von Sport- oder Kulturangeboten.

3.3.3 KOOPERATIONEN MIT BILDUNGSEINRICHTUNGEN

Durch Kooperationen mit Wissens- und Bildungseinrichtungen verschaffen Sie sich Zugang zu aktuellem Know-how über die für Sie relevanten Themen. Hier bieten sich vielfältige Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen wie Universitäten und Hochschulen an. Gleichzeitig ist man direkt an der Quelle zu hochqualifiziertem Personal beziehungsweise potenziellen zukünftigen Arbeitnehmenden. Über diese Einrichtungen können Sie Ihre eigenen Stellenangebote gezielt bewerben. Weitere Möglichkeiten bieten duale Ausbildungsangebote oder etwa duale Studiengänge.

3.3.4 PRAKTIKUMSPLÄTZE/ABSCHLUSSARBEITEN

ANBIETEN

Kooperationen mit Bildungseinrichtungen, insbesondere mit Hochschulen, schaffen zusätzlich eine Plattform für Praktikumsplätze oder Abschlussarbeiten in Ihrem Unternehmen. Zum einen erreichen Sie hochqualifizierte junge Menschen für eine mögliche zukünftige Zusammenarbeit. Diese erhalten einen Einblick in Ihr Unternehmen und werden in den Arbeitsalltag integriert. Zum anderen wird spezifisches Wissen aufgebaut, von dem auch Ihr Unternehmen langfristig profitieren kann. Zudem steigern Sie die Attraktivität Ihres Unternehmens und ermöglichen jungen Hochschulabsolventen und -absolventinnen einen direkten und einfachen Berufseinstieg.

3.4 Erfolgreich Wirtschaften

Für mittelständische Unternehmen in Deutschland nimmt die Wettbewerbssituation durch größeren Preisdruck, kürzere Produktionszyklen sowie steigende Flexibilisierungsanforderungen stetig zu.

3.4.1 UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Eine langfristige Unternehmensstrategie ist ein wichtiger Baustein für Ihren Erfolg. Dies gilt insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen, deren Stärken wie Qualität, Service und Flexibilität einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil darstellen. Eine nachhaltige Unternehmensstrategie sollte mögliche Herausforderungen frühzeitig adressieren und gezielt angehen. Die nachfolgenden Handlungsansätze können hierzu Impulse geben.

3.4.2 PROZESSPLANUNG UND QUALITÄTSMANAGEMENT

Um möglichst kurzfristig und flexibel auf Veränderungen des Marktes reagieren zu können und Verluste zu vermeiden, setzen viele Unternehmen auf eine passfähige Kapazitätsplanung. Prozessoptimierung und Ressourceneffizienz sind Aspekte, die sich direkt auf Ihre unternehmensinternen Kosten auswirken.

Im Idealfall lassen sich auf diese Weise gesparte Mittel für zukunftsorientierte Innovationen und Investitionen oder für ein optimiertes Qualitätsmanagement nutzen. Investieren Sie zudem in langfristige und vertrauensvolle Geschäftspartnerschaften, um Ihren Qualitätsstandard zu gewährleisten. Um Ihre Kundschaft zufriedenzustellen, müssen Sie auf die Qualität der Arbeit Ihrer Zulieferfirmen und Geschäftspartnerschaften vertrauen können.

3.4.3 DIGITALISIERUNG

Durch die Integration digitaler Technologien in alle Aspekte Ihres Unternehmens können Sie effizienter arbeiten, Ihre Reichweite erhöhen und Ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern.

Ein zentraler Aspekt der Digitalisierung ist die Automatisierung von Prozessen. Durch den Einsatz von innovativer Software und digitalen Tools können repetitive Aufgaben automatisiert werden, was Zeit und Ressourcen spart und menschliche Fehler minimiert. Dies ermöglicht es Unternehmen, sich auf strategischere Aufgaben zu konzentrieren und ihre Produktivität zu steigern.

Darüber hinaus eröffnet die Digitalisierung neue Möglichkeiten der Interaktion mit Kundinnen und Kunden und des Marketings. Durch die Nutzung von sozialen Medien, E-Commerce Plattformen und anderen digitalen Kanälen können Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen einem breiteren Publikum zugänglich machen und gezielt auf die Bedürfnisse Ihrer Kundschaft eingehen.

Wichtig ist, dass Sie in Ihrem Unternehmen individuell Ihre Digitalisierungsbedarfe und -chancen analysieren. Nicht in jedem Unternehmen sind die gleichen Investitionen zielführend. Gleichzeitig ist es wichtig, Ihre Mitarbeitenden auf dem Weg der Digitalisierung mitzunehmen und mit Weiterbildungen auf die neuen Möglichkeiten aufmerksam zu machen.

3.4.4 FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Investitionen in Forschung und Entwicklung (F und E) ermöglichen es Ihnen, innovative Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die den sich ständig ändernden Bedürfnissen Ihrer Kundschaft gerecht werden und Sie von Ihren Wettbewerbern abheben.

Ein zentraler Aspekt von F und E ist die Schaffung von Wissen, technologischem Fortschritt und neuen klima-

schonenden Technologien und Produkten. Durch die Durchführung von Forschungsprojekten und die Entwicklung neuer nachhaltiger und klimaschonender Technologien können Sie Ihre Produkte verbessern, neue Märkte erschließen und Ihre Produktionsprozesse optimieren.

F und E spielt auch eine wichtige Rolle bei der Förderung der Zusammenarbeit und des Wissenstransfers innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Durch Partnerschaften mit Forschungseinrichtungen, Hochschulen und anderen Unternehmen können Sie von externem Fachwissen profitieren und Ihre Innovationskapazität steigern.

3.4.5 INVESTITION IN DIE REGION

Die Zusammenarbeit mit lokalen und regionalen Partnerinnen und Partnern verkürzt Transportwege, senkt Transaktionskosten und schafft Arbeitsplätze in der Region. Dies erhöht die regionale Attraktivität, was sich wiederum positiv auf die Menschen und damit auf die Beschäftigten beziehungsweise die potenziellen Arbeitnehmenden auswirkt. Ein positives regionales Image kann sich zudem günstig auf Investitions- und Kooperationsentscheidungen von Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern auswirken.

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:

- Darstellung wesentlicher Finanzkennzahlen (Umsatz, Gewinn, ...)
- Aufbereitung der Mitarbeitendenentwicklung, inklusive Anteil der Auszubildenden
- Abgleich der geplanten und tatsächlichen finanziellen Entwicklung
- Ausgaben für Forschung und Entwicklung im Verhältnis zum Umsatz
- Anzahl der Patentanmeldungen pro Jahr
- Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- oder Weiterbildung pro Mitarbeitenden

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 Unternehmenserfolg und die finanzielle Entwicklung eines Unternehmens wird in den ESRS nicht explizit aufgegriffen. Die Berichtsanforderungen zur finanziellen Berichterstattung sind durch andere nationale und europäische Richtlinien festgelegt. Darüber hinaus berührt der Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze den **ESRS S1 Eigene Belegschaft**.

Ziel des **ESRS S1 Eigene Belegschaft** ist es, die wesentlichen Auswirkungen des Unternehmens auf seine eigene Belegschaft sowie die damit zusammenhängenden wesentlichen Risiken und Chancen zu verstehen, beispielsweise die wesentlichen positiven und negativen tatsächlichen oder potenziellen Auswirkungen des Unternehmens auf seine eigene Belegschaft, oder die finanziellen Auswirkungen der wesentlichen Risiken und Chancen, die sich kurz-, mittel- und langfristig aus den Auswirkungen und Abhängigkeiten des Unternehmens in Bezug auf seine eigene Belegschaft ergeben. Für weitere Informationen zum ESRS S1 siehe auch KLIMAWIN-Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden.

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