Bundesministerium
für Arbeit und Soziales

CSR-PREIS
DER BUNDESREGIERUNG

der WETTBEWERB 2020 im ÜBERBLICK

INHALTSVERZEICHNIS

04
Grußwort des Ministers

06
Die Methodik des Wettbewerbs

08
Die Jury des CSR-Preises 2020

14
Die Preisträgerunternehmen 2020

20
Nominierte Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten

32
Nominierte Unternehmen mit 250 bis 999 Beschäftigten

44
Nominierte Unternehmen mit 1000 und mehr Beschäftigten

56
Nominierte Unternehmen in der Sonderpreiskategorie
Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement

68
Nominierte Unternehmen in der Sonderpreiskategorie
CSR und Digitalisierung

80
Der Wettbewerb im Kompaktüberblick

84
Impressum

Bildquelle: BMAS / Dominik Butzmann

Sehr geehrte Damen und Herren,

nachhaltiges Wirtschaften ist das Gebot der Zeit. Die COVID-19-Pandemie zeigt uns die sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Herausforderungen der Gegenwart wie unter einem Brennglas.

Wir werden ein Gesetz auf den Weg bringen, das die unternehmerische Sorgfaltspflicht in Lieferketten zur Stärkung von Menschenrechten regelt. Gleichzeitig wollen wir die deutsche EU-Ratspräsidentschaft in diesem Jahr dafür nutzen, um auch auf der europäischen Ebene entsprechende Regelungen voranzubringen.

Wir müssen gemeinsam handeln, und die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen können uns dabei eine Richtschnur sein. Wir müssen sie mit Ausdauer und Konsequenz verfolgen.

Die gute Nachricht ist: Wir fangen nicht bei Null an. Bei zahlreichen Unternehmen sehe ich schon viel Veränderung und den Mut zur Verantwortung – zum gemeinsamen Wohl von Unternehmen, Beschäftigten und der Region, in der sie produzieren. Das ist, was wir unter Corporate Social Responsibility (CSR) verstehen.

Um alle Aspekte von CSR zu berücksichtigen, brauchen Unternehmen einen strategischen Ansatz, der verantwortungsvolles Unternehmenshandeln verbindet mit wirtschaftlichem Erfolg,

guter Arbeit und einem schonenden Umweltmanagement. Genau diesen so wichtigen Ansatz verfolgen die 25 Unternehmen, die für den CSR-Preis der Bundesregierung 2020 nominiert sind, auf vielfältige Weise.

Die fünf Preisträgerunternehmen sowie alle nominierten Unternehmen setzen neue CSR-Standards. Sie zeigen eines: Sozial und ökologisch verträgliches Unternehmenshandeln ist der Schlüssel für eine erfolgreiche Zukunft. Sie veranschaulichen, wie Globalisierung fair gestaltet werden kann. Und sie beweisen, dass die Potenziale der Digitalisierung im Sinne einer verantwortungsvollen Unternehmensführung eingesetzt werden können.

Ich bin sicher: Die 25 Porträts der nominierten Unternehmen werden Ihnen wertvolle Impulse geben. Ihr Engagement bietet Beispiele und Inspiration für hoffentlich viele Verantwortliche in großen und kleinen Unternehmen. Ich wünsche den guten Beispielen des CSR-Preises 2020 eine weite Verbreitung und viele Nachahmerinnen und Nachahmer.

Ihr

Hubertus Heil, MdB
Bundesminister für
Arbeit und Soziales

DIE METHODIK DES WETTBEWERBS

Im Verlauf der vier bisherigen Wettbewerbsdurchgänge hat der CSR-Preis der Bundesregierung eine hohe Bekanntheit und Reputation erlangt. Er zeichnet sich durch seine fundierte und ganzheitliche Methodik, durch die Einbindung wichtiger Stakeholder und durch die mit Mitgliedern des Nationalen CSR-Forums der Bundesregierung besetzte Jury aus. Die Auswahl der diesjährigen Preisträgerunternehmen erfolgt in drei Größenklassen – kleine Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten, mittlere mit 250 bis 999 und große Unternehmen mit 1000 und mehr Beschäftigten – und zwei Sonderpreiskategorien: Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement sowie CSR und Digitalisierung.

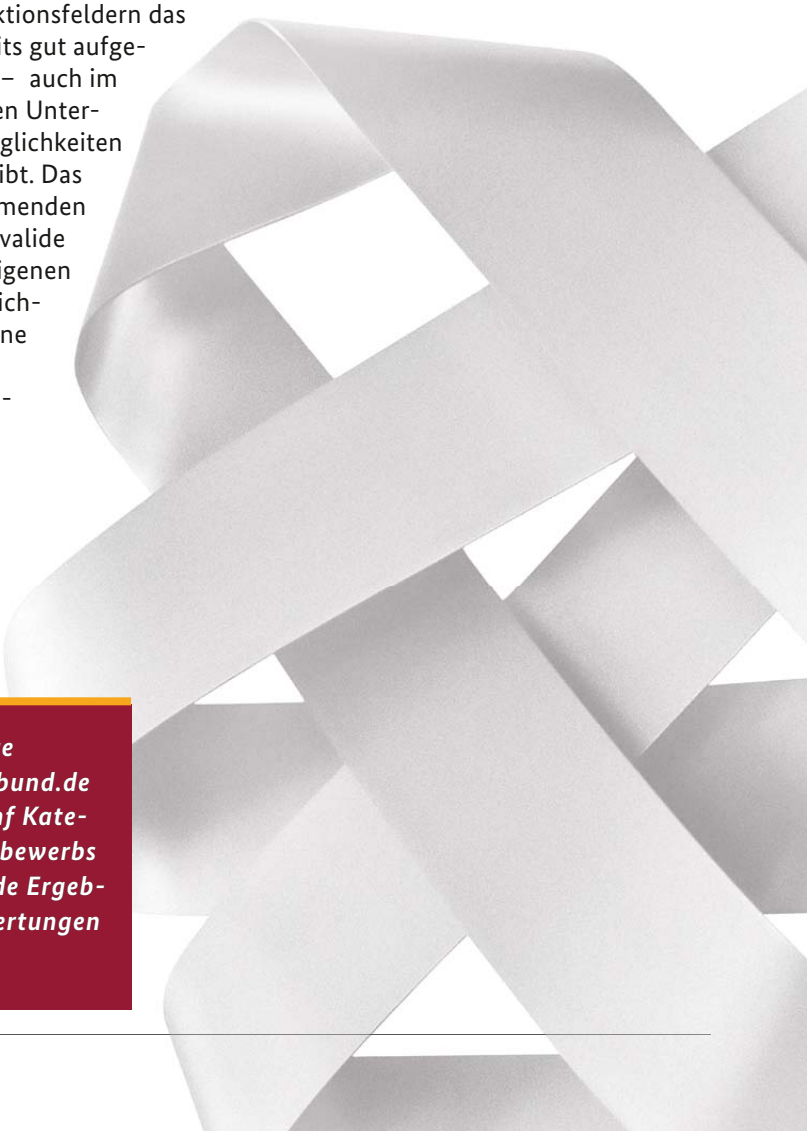
Der Wettbewerb besteht aus drei Phasen: die Management-Befragung, die Stakeholder-Befragung und die Jury-Entscheidung.

In der ***Management-Befragung*** beantworten alle Bewerberunternehmen umfassende Fragen in festgelegten Aktionsfeldern. Erbeten werden Informationen zu CSR-relevanten Strategien, Zielen, Verantwortungsstrukturen und Managementansätzen, aber auch zu erzielten Ergebnissen und erbrachten Leistungen. Zudem haben die Unternehmen die Gelegenheit, individuelle CSR-Maßnahmen zu präsentieren. Nach Auswertung der Management-Befragung ergibt sich eine Punkte-Rangordnung. Aus dem Kreis der bis zu zehn bestplatzierten Unternehmen nominiert die Jury in jeder Größenklasse und in den beiden Sonderpreiskategorien jeweils fünf Unternehmen.

Für die nominierten Unternehmen ergänzt die ***Stakeholder-Befragung*** die Management-Befragung. Ziel dieser Erhebung ist der Abgleich der unternehmerischen Selbsteinschätzung mit der Außenperspektive. Die finale Entscheidung über die Preisträger wird somit auf eine breite Datenbasis gestellt. Die Befragungen der Stakeholder werden als leitfadengestützte Interviews geführt und qualitativ ausgewertet. Befragt werden für alle nominierten Unternehmen Beschäftigte beziehungsweise deren Interessenvertretung sowie Akteure aus dem jeweiligen politischen und zivilgesellschaftlichen Umfeld, beispielsweise Behörden, wissenschaftliche Institutionen oder Nichtregierungsorganisationen.

Auf Grundlage des Rankings aus der Management-Befragung sowie der qualitativen Ergebnisse der Stakeholder-Befragung ***entscheidet die Jury*** über die Gewinnerunternehmen des CSR-Preises der Bundesregierung. Auf Seite 14 ff. werden die Preisträger*innen des aktuellen Wettbewerbs veröffentlicht – einschließlich der ausführlichen Begründungen, warum sich die Jury für diese Unternehmen entschieden hat. Herzstück des CSR-

Preises der Bundesregierung ist sein Lernpreischarakter: Alle am Wettbewerb teilnehmenden Unternehmen erhalten eine ***individuelle Auswertung der Ergebnisse*** der Management-Befragung. Die Auswertung enthält Hinweise dazu, in welchen Aktionsfeldern das Unternehmen bereits gut aufgestellt ist und wo es – auch im Vergleich zu anderen Unternehmen – noch Möglichkeiten der Verbesserung gibt. Das bietet allen teilnehmenden Unternehmen eine valide Einschätzung der eigenen Leistungen und gleichzeitig Anreize für eine zielgerichtete und kontinuierliche Weiterentwicklung.



Auf der Webseite www.csr-preis-bund.de sind für alle fünf Kategorien des Wettbewerbs 2020 umfassende Ergebnisse und Auswertungen abrufbar.

DIE JURY DES CSR-PREISES 2020

Björn Böhning
Beamteter Staatssekretär
im Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Vorsitzender der Jury

„Viele Unternehmen verstehen ihre gesellschaftliche Verantwortung längst als strategisches Kernthema – CSR ist heute keine Kür mehr. Haltung, Moral und ein ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein sind keineswegs Profitbremsen, sondern entscheidende Faktoren für langfristigen ökonomischen Erfolg. Der CSR-Preis der Bundesregierung macht unternehmerisches Engagement sichtbar. Er würdigt vorbildliche Ansätze und zeigt ganz konkret, wie nachhaltiges Wirtschaften effizient und wirksam gelingen kann.

Bildquelle: BMAS / J. Konrad Schmidt

Hartmut Bäumer
Vorsitzender des Vorstands,
Transparency International
Deutschland e. V.

„Dauerhaft wirtschaftlicher Erfolg verlangt Vertrauen und die Bereitschaft der Unternehmen, die Verantwortung für die Folgen ihrer Wirtschaftsaktivitäten für ihre Belegschaft und die Gesamtgesellschaft im In- und Ausland zu übernehmen.

Bildquelle: Transparency International Deutschland e. V.

Dr. Nicola Brandt
Leiterin, OECD Berlin Centre

„Corporate Social Responsibility (CSR) ist nichts anderes als das unternehmerische Leitbild unserer guten alten sozialen Marktwirtschaft: Gesellschaftliche Verantwortung gehört zu einer auf Dauer angelegten unternehmerischen Erfolgsstrategie genauso wie das Gewinnstreben. Das bedeutet Einsatz für gute und faire Arbeitsbedingungen, Achtung für das Vertrauen der Kundinnen und Kunden, Vermeidung von Umweltschäden und Engagement für gemeinsame Werte. Bei der OECD sind wir überzeugt: In unserer globalisierten Welt müssen Unternehmen diese Verantwortung für ihre gesamte Wertschöpfungs- und Lieferkette übernehmen, über alle beteiligten Länder hinweg. Wer das in besonderer Weise beherzigt, dem gebührt Ehre. Das soll der CSR-Preis zum Ausdruck bringen. Ich bin gerne dabei!

Bildquelle: OECD / Axel Schmidt

Dr. Achim Dercks
Stellvertretender Hauptgeschäftsführer, Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

„Mit dem CSR-Preis würdigt die Bundesregierung das vielfältige Engagement von Unternehmen aller Größen im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung und Nachhaltigkeit. Es ist daher gut, dass 2020 wieder Unternehmen ausgezeichnet werden.

Bildquelle: DIHK / Jens Schicke

Thomas Fischer
Abteilungsleiter Grundsatzfragen und Gesellschaftspolitik, Deutscher Gewerkschaftsbund

„Vorbildliches gesellschaftliches Engagement setzt stets voraus, dass ein Unternehmen sowohl in ökologischer als auch in sozialer Hinsicht Verantwortung übernimmt.

Bildquelle: DGB / Simone M. Neumann

Jochen Flasbarth
Beamteter Staatssekretär im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit

„Nachhaltige Entwicklung bedeutet auch nachhaltiges Wirtschaften auf der Unternehmerseite. Maßnahmen der Unternehmen, die dem Umwelt- und Klimaschutz dienen und die sozialen Wirkungen auf die Gesellschaft mit einbeziehen, tragen weltweit zu mehr Gerechtigkeit bei und fördern gleichzeitig eine nachhaltige Entwicklung im Sinne der Agenda 2030. Der CSR-Preis erkennt die Leistungen dieser vorbildlichen Unternehmen an.

Bildquelle: Bundesregierung / Sandra Steins

Dr. Ulrich Nußbaum
Beamteter Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

„Die Verbindung von unternehmerischen Interessen mit dem Blick auf die Interessen der gesamten Gesellschaft macht die soziale Marktwirtschaft zum Erfolgsmodell. Nachhaltigkeit ist dabei ein zentraler Wert. Der CSR-Preis zeigt, wie Unternehmen in der Praxis aus Nachhaltigkeit Gewinn schöpfen – für sich und die Gesellschaft.

Bildquelle: BMWi / Susanne Eriksson

Birgit Riess
Direktorin Programm Unternehmen in der Gesellschaft, Bertelsmann Stiftung

„Viele Unternehmen richten bereits ihr unternehmerisches Handeln nach sozialen und ökologischen Aspekten aus und machen damit ihre Verantwortung gegenüber Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten deutlich. Dieses vorbildliche Engagement sichtbar zu machen, das zu einer nachhaltigen Entwicklung unserer Gesellschaft beiträgt, ist Aufgabe des CSR-Preises der Bundesregierung. Aber was bedeutet Verantwortung im Zeitalter der Digitalisierung? Ich begrüße es sehr, dass sich der diesjährige Sonderpreis mit dieser Frage auseinandersetzt.

Bildquelle: Bertelsmann Stiftung

Prof. Dr. habil. Josef Wieland
Direktor, Leadership Excellence Institut Zeppelin (LEIZ) an der Zeppelin Universität

„Die jüngsten Entwicklungen im CSR-Management deuten klar darauf hin, dass eine wesentliche Aufgabe der Wirtschaft im 21. Jahrhundert darin bestehen wird, ‚Shared Value' zu schaffen.

Bildquelle: Leadership Excellence Institute Zeppelin

Michael Windfuhr
Stellvertretender Direktor, Deutsches Institut für Menschenrechte

„Die Produktqualität lässt sich heute eigentlich nicht mehr ohne Beachtung von Nachhaltigkeitswirkungen und der Vermeidung menschenrechtlicher Risiken beschreiben – entlang des gesamten Lebenszyklus der Produkte.

Bildquelle: DIMR / Anke Illing

DIE PREISTRÄGERUNTERNEHMEN 2020

Kategorie Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten

Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG

Die Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG überzeugt die Jury als sozialökologisches Vorreiter-Unternehmen, das seit fast 25 Jahren kontinuierlich seine Umweltleistung im Rahmen des europäischen Umweltmanagementsystems EMAS verbessert und über die ganze Breite seiner Geschäftstätigkeit Aspekte der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung verinnerlicht. Wesentliche Nachhaltigkeitsstrategien fokussieren die Regionalität der Zulieferer, eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit diesen und das ausgeprägte Verantwortungsbewusstsein für das direkte Betriebsumfeld. So unterstützt das Unternehmen landwirtschaftliche Betriebe bei der professionellen Umsetzung von sogenannten Kulturlandplänen zur Förderung des Naturschutzes und der Artenvielfalt. Auch bei Lieferanten aus dem Ausland wird streng auf die Einhaltung ökologisch zertifizierter Qualitätsstandards geachtet. Hinsichtlich der Einhaltung von Sozialstandards entlang der internationalen Lieferkette wird das Unternehmen vom Bio-Anbauverband Naturland beraten und zertifiziert. Positiv hervorzuheben ist zudem die ökologische Gestaltung des gesamten Produktsortiments. Alle angebotenen Getränke sind gemäß den Vorgaben des staatlichen Biosiegels zertifiziert, die Biersorten sogar darüber hinaus nach den strengeren Regeln einiger Bio-Anbauverbände. Das komplette Sortiment ist ausschließlich in Glas-Mehrweg-Flaschen erhältlich.

Kategorie Unternehmen mit 250 bis 999 Beschäftigten

UNTERNEHMENSGRUPPE
NASSAUISCHE HEIMSTÄTTE
WOHNSTADT

Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt

Die in der Wohnungswirtschaft tätige Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt setzt Themen der gesellschaftlichen Verantwortung systematisch entlang fest definierter Handlungsfelder um. Dazu gehört, dass das Unternehmen wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte mit konkreten Zielen unterlegt und in einem Nachhaltigkeitsbericht regelmäßig über umgesetzte Maßnahmen und deren Erfolge informiert. Insbesondere die Selbstverpflichtung, bis 2050 einen vollständig klimaneutralen Gebäudebestand zu erlangen, wird von der Jury ausdrücklich als ambitionierte Strategie zur Erreichung des im Übereinkommen von Paris 2015 fixierten Zwei-Grad-Ziels begrüßt. Weiterhin zeichnet sich die Unternehmensgruppe durch ihr Engagement für die gesamte Wohnungswirtschaft aus: Durch die Mitbegründung des bundesweiten Bündnisses „Initiative Wohnen.2050“ fördert sie den regelmäßigen Wissensaustausch innerhalb der Branche, der alle Mitglieder dazu befähigen soll, eine eigene Klimastrategie zu entwickeln. Bauprozesse werden zudem an anerkannten Nachhaltigkeitsstandards ausgerichtet. Ein Wohnungsbauprojekt ist bereits mit dem DGNB-Zertifikat in Gold prämiert.

Kategorie Unternehmen mit 1000 und mehr Beschäftigten

BASF
We create chemistry

BASF SE

Der Chemiekonzern besticht durch sein langjähriges CSR-Engagement und eine ganzheitliche CSR-Strategie, die in alle Unternehmensbereiche hineinwirkt und an internationalen Standards ausgerichtet ist. Insbesondere bei der integrierten Berichterstattung und der Darstellung der CO_2-Emissionen übernimmt das Unternehmen eine Vorreiterrolle und fördert durch Transparenz die Umsetzung von Nachhaltigkeit auch bei anderen Unternehmen der Branche. Die BASF SE zeigt sich darüber hinaus als verantwortungsbewusste Arbeitgeberin und adressiert das Thema der menschenrechtlichen Sorgfalt systematisch in Steuerungs- und Entscheidungsfindungsprozessen. Auch das Engagement als Gründungsmitglied der branchenübergreifenden Value Balancing Alliance e. V. wird von der Jury positiv hervorgehoben. Die Organisation erarbeitet einen Standard, mit dessen Hilfe unternehmerische Wertbeiträge in ökologischer, sozialer und finanzieller Hinsicht für die Gesellschaft sichtbar gemacht werden. Die Jury hat sich für die Auszeichnung der BASF SE in dem Bewusstsein entschieden, dass die Geschäftsfelder des Chemiekonzerns eine ausgeprägte Form verantwortungsvollen Unternehmenshandelns erfordern und damit einhergehende Geschäftsabläufe fortwährend neue und spezifische Entwicklungspotenziale offenbaren. So verbindet sie mit der Würdigung des bisherigen CSR-Engagements und mit Blick auf durchaus auch vorhandene Kontroversen den ausdrücklichen Auftrag, dieses Verantwortungsverständnis kontinuierlich weiterzuentwickeln und konsequent umzusetzen.

Sonderpreis Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement

GEPA – The Fair Trade Company

Als Pionierunternehmen des fairen Handels überzeugt GEPA – The Fair Trade Company die Jury. Das gesamte Sortiment ist nach strengen internationalen Standards zertifiziert. Beeindruckt ist die Jury vom individuellen und lösungsorientierten Umgang mit Problemlagen bei Lieferanten. Bei über 90 Prozent der Zulieferer werden unabhängige Audits umgesetzt. Die Beschäftigten der Lieferanten können zudem über ein Beschwerdesystem direkt bei GEPA Missstände im eigenen Betrieb anzeigen. Regelmäßige Kommunikation, langfristige Lieferbeziehungen und eine partnerschaftliche Zusammenarbeit sind die Maximen des unternehmerischen Handelns. Dabei setzt das Unternehmen mit der Definition von sozialen und ökologischen Standards für die Vertragsproduzenten von Lebensmitteln, handwerklichen Erzeugnissen und Textilien bereits seit Langem Maßstäbe. Das Preisträgerunternehmen zeigt eindrucksvoll, dass nachhaltige Lieferketten auch in Ländern mit überaus schwierigen politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen etabliert werden können.

Sonderpreis CSR und Digitalisierung

HEAG Holding AG

Die HEAG Holding AG beschäftigt sich seit 2015 intensiv mit Chancen und Risiken der Digitalisierung. Sie verbindet ihre Strategie in vielfältiger Weise mit der Nachhaltigkeitsausrichtung der Darmstädter Stadtwirtschaft und der Stadt Darmstadt selbst. Das Unternehmen überzeugt die Jury mit der Ganzheitlichkeit seines Ansatzes, mit dem nicht nur einzelne Projekte gefördert, sondern umfassende Lösungen und Handlungsstrategien für die „digitale Stadt“ entwickelt werden.

So wurden durch die HEAG Holding AG im Dialog mit relevanten Stakeholdern bereits mehr als 30 Digitalisierungsprojekte unter Berücksichtigung von spezifischen Nachhaltigkeitsanforderungen umgesetzt. Das Gewinnerunternehmen zeigt mit diesem Ansatz eindrucksvoll, wie herkömmliche Geschäftsmodelle durch Digitalisierung nachhaltiger gestaltet werden können, und übernimmt Verantwortung für die gesamte Region.

UNTERNEHMEN

mit bis zu 249 Beschäftigten

Die Nominierten in dieser Größenkategorie

Unternehmensname:	*Alma & Lovis GmbH*
Branche:	*Textil- und Modeindustrie*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*10*
Webseite:	*www.almalovis.de*
Kontakt:	*info@almalovis.de*

Bewusster Gegenentwurf zur konventionellen Modeindustrie

Im Jahr 2011 gründeten Annette Hoffman und Elke Schilling das nachhaltige Modelabel Alma & Lovis in Bonn. Seitdem vertreibt das Unternehmen ökologisch und fair produzierte Damenbekleidung und leistet damit seit Jahren Pionierarbeit in der Modebranche. Beide Gründerinnen haben zuvor langjährige Expertise in der konventionellen Modebranche gesammelt. Bei Auslandsaufenthalten in verschiedenen Produktionsstätten in der Türkei und Fernost hat Elke Schilling Missstände wie die Ausbeutung von Frauen und Kindern miterleben müssen: prekäre Arbeitsbedingungen, Kinderarbeit, fehlende Arbeitsverträge oder Umweltverschmutzung aufgrund von unfachgerechter Entsorgung. Diese prägenden Erfahrungen mit sozialen und ökologischen Missständen waren für sie die grundlegende Motivation, mit ihrem eigenen Unternehmen Alma & Lovis von Beginn an neue Wege zu beschreiten und den treuen Konsumentinnen eine ökologische und sozial-faire Alternative mit hoher Langlebigkeit zum herkömmlichen Bekleidungsangebot zu bieten. Hinsichtlich der großen Herausforderungen, die eine ganzheitlich nachhaltige Produktion von Kleidungsstücken mit sich bringt, setzt das Unternehmen auf Vernetzung. So engagiert sich Alma & Lovis in verschiedenen Netzwerken der nachhaltigen Textilindustrie, um den partnerschaftlichen Austausch mit Mitbewerbern zu Themen wie Rohstoffeinkauf oder Produktionsstätten zu fördern. Dabei geht es nicht nur um den reinen

“Es muss ein Umdenken in der konventionellen Modebranche stattfinden. Unser Ziel ist es, unser nachhaltiges Geschäftsmodell aus der Nische heraus in die Breite zu tragen.

Annette Hoffman (links) zusammen mit Elke Schilling, Geschäftsführerinnen, Alma & Lovis GmbH

Wissenstransfer; die Hersteller*innen besuchen auch gemeinsam Textilmessen oder sammeln Stoffbestellungen, um größere Kontingente abnehmen zu können. Eine enge Kooperation besteht beispielsweise mit der Grüne Erde GmbH, die sich ebenfalls auf die Herstellung und den Handel mit ökologischen, nachhaltigen und sozial-fairen Produkten spezialisiert hat. Darüber hinaus unterstützt Alma & Lovis bereits seit 2012 die Organisation FEMNET mit vielen gemeinsamen Aktionen wie Informationsveranstaltungen, Filmvorführungen, fairen Modenschauen und Podiumsdiskussionen zur Stärkung von Frauenrechten. Dank der stetigen und umfangreichen Bemühungen um eine nachhaltige Lieferkette und Herstellung sind alle Produkte von Alma & Lovis mit dem Fair-Wear-Siegel oder dem GOTS-Standard zertifiziert. Diese zeichnen Textilien aus, die hohe soziale beziehungsweise ökologische Standards einhalten. Dazu zählen biologische Anbaumethoden, aber auch ein striktes Verbot von Kinderarbeit oder Diskriminierung am Arbeitsplatz. Im September 2019 wurden zusätzlich sechzig Kleidungsstücke des Modelabels mit dem Grünen Knopf, dem staatlichen Siegel für nachhaltige Textilien, ausgezeichnet. Diese Zertifizierungen bieten Kundinnen, die sich bewusst für nachhaltige Mode entscheiden, Transparenz. Auch die Mitarbeiter*innen des Unternehmens werden in die Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsengagements einbezogen. So nutzt das Modelabel auf Initiative einer Mitarbeiterin beispielsweise mehrfach verwendbare Versandkartons aus Graspapier, zunächst im Testbetrieb und heute standardmäßig. Dieser partizipative Ansatz wirkt sich positiv auf die Motivation der Belegschaft aus. Auch die zunehmende mediale und gesellschaftliche Aufmerksamkeit für Nachhaltigkeitsthemen begünstigt das Geschäft des Modelabels. Die beiden Gründerinnen hoffen, mit ihrem Beispiel zu einem generellen Umdenken in der Modebranche beizutragen.

Unternehmensname:	*BESONDERE ORTE Umweltforum Berlin GmbH*
Branche:	*Veranstaltungsdienstleister*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*60*
Webseite:	*www.besondere-orte.com*
Kontakt:	*info@besondere-orte.com*

BESONDERE ORTE

Veranstaltungsmanagement mit nachhaltigem Fokus

Die BESONDERE ORTE Umweltforum Berlin GmbH ist ein Veranstaltungsdienstleister, dessen Kerngeschäft die Bereitstellung von außergewöhnlichen Räumlichkeiten für Konferenzen und Kongresse mit bis zu vierhundert Personen ist. Das Unternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, historische Gebäude entsprechend der ursprünglichen Nutzung „mit Leben zu füllen". So soll auch die oftmals aufwendige Architektur der Gebäude erhalten bleiben. Gegründet wurde der Betrieb im Jahr 2000; inzwischen zählt der Dienstleister insgesamt acht Veranstaltungslocations in der deutschen Hauptstadt zu seinem Portfolio. Eine nachhaltige Ausrichtung der eigenen Geschäftstätigkeit war für BESONDERE ORTE von Beginn an wichtig. Aus diesem Grund entschied sich das Unternehmen schon frühzeitig für die Umsetzung ökologischer Maßnahmen wie beispielsweise den Bau eines Blockheizkraftwerks und die Installation einer Solarfassade im Umweltforum, dem Stammhaus des Unternehmens. Zudem setzt das Unternehmen konsequent auf nachhaltiges Catering aus der Region. Alle Getränke – vom Kaffee bis zum Apfelsaft – sowie Milchprodukte und Backwaren werden in Bio-Qualität angeboten. Mittlerweile

wird bei der gesamten Veranstaltungsausstattung – bis hin zur Bestuhlung– auf nachhaltige Kriterien geachtet. Durch langfristige und vertrauensvolle Kooperationen mit Partnerunternehmen ist BESONDERE ORTE heute in der Lage, seinen Kund*innen einen Veranstaltungsservice zu bieten, der für eine ganzheitliche Verantwortung steht – auch nach Veranstaltungsende. So werden übrig gebliebene Lebensmittel über die App Too Good To Go und die Kooperation mit www.foodsharing.de der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt. Der soziale Zusammenhalt innerhalb des eigenen Unternehmens ist für BESONDERE ORTE ebenso wichtig. Aus diesem Grund findet am Jahresbeginn ein jährliches Auftakttreffen zu CSR-Themen mit der gesamten Belegschaft statt. Dieses Treffen soll die Transparenz und den Informationsaustausch innerhalb des Unternehmens fördern. Zudem werden aktuelle Informationen zu CSR-Maßnahmen über die interne Kommunikationsplattform verbreitet. Darüber hinaus sollen den Mitarbeiter*innen mithilfe von regelmäßigen interaktiven Aktionen wie Themenwochen zu Mülltrennung (siehe Bild links) und Lebensmittelverschwendung praktische Impulse für den Alltag mitgegeben werden. Dabei können die Mitarbeiter*innen auch selbst aktiv mitwirken und Ideen einbringen, zum Beispiel im internen Vorschlagswesen oder in der Nachhaltigkeits-AG. Durch sein langjähriges Engagement wird BESONDERE ORTE als authentischer Vertreter für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche gewürdigt und gilt als Pionier für die Ausrichtung von Green Meetings. Besonders stolz ist der Veranstaltungsdienstleister auf die EMAS-Zertifizierung für ein wirkungsvolles Umweltmanagement an bislang vier Veranstaltungslocations. Darüber hinaus wurde die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens im Rahmen eines freiwilligen Audits, der im Jahr 2018 stattfand, nach den Kriterien von Sustainable Meetings Berlin bewertet und in die höchste Kategorie „Leader“ eingeordnet. Auch im Bereich Arbeitgeberattraktivität steht BESONDERE ORTE gut da: Die IHK Berlin hat das Unternehmen mit dem Prädikat „Exzellente Ausbildungsqualität“ ausgezeichnet.

“Gemeinsam mit unseren Zulieferern wollen wir zeigen, dass Nachhaltigkeit auch in der Eventbranche gelebt werden kann. Unser ganzheitliches Konzept reicht von der Produktion von Ökostrom durch Sonnenlicht bis zum Angebot von Speisen und Getränken in zertifizierter Bio-Qualität.

Anke Stopperich, Geschäftsführerin, BESONDERE ORTE Umweltforum Berlin GmbH

Unternehmensname:	*fairafric GmbH*
Branche:	*Lebensmittelindustrie*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*10*
Webseite:	*www.fairafric.com*
Kontakt:	*elisa.scheidt@fairafric.com*

Faire Bio-Schokolade made in Africa

Das Münchner Sozialunternehmen fairafric GmbH vertreibt als erstes Unternehmen fair produzierte Bio-Schokolade in Europa, die komplett in Westafrika hergestellt wird. Gründer Hendrik Reimers hat es sich zum Ziel gesetzt, so viele Prozessschritte wie möglich, vom Ernten der Kakaobohnen bis zum Verpacken der Schokolade, direkt in Ghana umzusetzen. So möchte fairafric die lokale Infrastruktur unterstützen. Die Beschaffung fair und biologisch angebauter Kakaobohnen stellte das Unternehmen anfangs vor Herausforderungen, da entsprechende Strukturen kaum vorhanden waren. Dazu kommen Unwägbarkeiten wie durch den Klimawandel bedingte Dürreperioden, die in

Ghana bereits heute deutlich zu spüren sind. In Kooperation mit Yayra Glover Limited werden die Farmer*innen vor Ort im Farmmanagement und im Bio-Anbau geschult, um den Ertrag und die Qualität des Kakaos zu steigern und damit die Einkommen zu erhöhen. Damit die Schokolade auf dem europäischen Markt vertrieben werden darf, muss die Fertigung hohen Qualitätsstandards entsprechen. Im Gegensatz zu allen Großunternehmen exportiert fairafric die Kakaobohnen nicht nach Europa, sondern lässt die Schokolade in einem ghanaischen Werk produzieren. Dieses Jahr geht das Unternehmen noch einen Schritt weiter: Ab Herbst 2020 wird die Schokolade in einer neu-

en solarbetriebenen Fabrik in direkter Nähe der Kakaofelder in der Region Suhum produziert. Finanziert wird das ambitionierte Vorhaben durch Eigenkapital, Crowdlending und ein Darlehen der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG). In enger Kooperation mit lokalen Partner*innen möchte fairafric den Menschen in der ländlichen Region eine langfristige Perspektive bieten und dadurch Landflucht verhindern. Die derzeit fünf Mitarbeiter*innen vor Ort profitieren von fairer Vergütung, einer Betriebsrente und kostenfreier Gesundheitsversorgung. Nach Fertigstellung der Fabrik werden es 80 weitere Mitarbeiter*innen sein. Zudem wird die wirtschaftliche Entwicklung der Region gefördert, um diese auch für andere Unternehmen attraktiv zu machen. Für einen ganzheitlichen Ansatz zur Schokoladenproduktion geht es aber nicht nur um die Einhaltung sozialer, sondern auch ökologischer Kriterien. Dafür reicht die Verwendung von zertifizierten Bio-Kakaobohnen allein nicht aus. So müssen während des Baus der Produktionsfabrik auch für die Aufbereitung von Zu- und Abwasser innovative Lösungen gefunden werden; genauso wie für den überschüssigen selbst produzierten Solarstrom. Diese Beispiele zeigen, dass fairafric nicht nur die komplette Produktion der Schokolade in Ghana realisiert, sondern auch einen konkreten Mehrwert für den Ausbau der lokalen Infrastruktur leistet. Die umfangreichen Bemühungen von fairafric sind ein Alleinstellungsmerkmal auf dem Markt der Bio-Schokolade. Für Reimers ist die „Made in Africa“-Schokolade eine konsequente Weiterentwicklung des fairen Handels. Um für mehr Bewusstsein und Interesse für diesen ganzheitlichen Ansatz zu werben, hat sich das Unternehmen gut vernetzt. Neben finanzieller Unterstützung durch die DEG pflegt fairafric ein enges Verhältnis zum Weltladen-Dachverband e. V. Dieser kontrolliert das Unternehmen und berät es hinsichtlich Standards des fairen Handels sowie des Managements der Lieferant*innen. Gemeinsam mit den Partner*innen in Deutschland und Ghana geht fairafric mit positivem Beispiel voran.

“Siebzig Prozent des weltweiten Kakaos stammt aus Westafrika, weniger als ein Prozent der Schokolade wird dort produziert. Wir von fairafric machen den Unter schied und produzieren unsere Schokolade vom Baum bis zur fertig verpackten Tafel in Ghana. So wird das lokale Einkommen pro Tonne Kakao vervierfacht.

Elisa Scheidt, Head of Marketing, fairafric GmbH

Unternehmensname:	*Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG*
Branche:	*Bio-Getränkehersteller*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*144*
Webseite:	*www.lammsbraeu.de*
Kontakt:	*nachhaltigkeitsmanagement@lammsbraeu.de*

Partnerschaftlich und regional verankert zur etablierten Bio-Brauerei

Die Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG ist eine der ältesten Bio-Brauereien Deutschlands. Neben verschiedenen Biersorten stellt das Unternehmen auch Bio-Limonaden her und füllt Mineralwasser in Bio-Qualität ab. Als Familienunternehmen ist Neumarkter Lammsbräu tief in seiner Ursprungsregion, der Oberpfalz, verwurzelt. So besteht zu den Landwirt*innen der Region, die das Getreide für die Bierproduktion anbauen, bereits seit rund 40 Jahren ein partnerschaftliches und vertrauensvolles Verhältnis. Die gute Zusammenarbeit mündete 1989 in die Gründung einer ökologischen Liefergemeinschaft. Diese bietet dem Unternehmen einerseits Rohstoffsicherheit, andererseits entwickelte sich daraus eine Kooperative, die aktiv gemeinschaftliche Wertschöpfung betreibt. So können die Landwirt*innen biologisch angebautes Braugetreide zu wirtschaftlichen Preisen und festen Abnahmemengen verkaufen. Damit leisten sie einen positiven Beitrag zum Umweltschutz und zur Erhaltung der Biodiversität. Um das Bewusstsein und das Interesse für eine nachhaltige Agrarwirtschaft weiter zu stärken, initiierte das Unternehmen zusätzlich sogenannte „Kulturlandpläne“. Dabei finanziert Neumarkter Lammsbräu einigen Landwirt*innen seiner Zulieferkette

“ Kern unserer Unternehmensphilosophie ist, eine gemeinsame Wertschöpfung mit den Menschen zu betreiben, statt sich des Marktes zu ‚bedienen‘. Wir stehen für langfristige Partnerschaften, die sich für Mensch und Natur starkmachen.

Johannes Ehrnsperger, Geschäftsführer, Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG

eine Beratung durch eine Bioland-Fachberaterin. Diese gibt professionelle Hilfestellung bei der Festlegung und Umsetzung konkreter Naturschutzmaßnahmen im eigenen Betrieb. Bis einschließlich 2018 konnten insgesamt 19 solcher Kulturlandpläne umgesetzt werden. Zudem organisiert die Brauerei Besichtigungen auf Höfen der Region, um den Landwirt*innen die Möglichkeit zu geben, ihr erfolgreiches Engagement für den Naturschutz zu präsentieren. Aber auch bei den Rohstoffen für die Bio-Limonaden, die nicht aus der unmittelbaren Region bezogen werden können, bemüht sich Neumarkter Lammsbräu um eine transparente Lieferkette. So wird bei Lieferanten aus dem Ausland streng auf die Einhaltung ökologisch zertifizierter Qualitätsstandards geachtet. Zudem lässt sich die Brauerei hinsichtlich der Einhaltung von Sozialstandards entlang ihrer internationalen Lieferkette vom Bio-Anbauverband Naturland beraten und zertifizieren. Nachhaltigkeitsideen der Mitarbeiter*innen werden immer wieder im Rahmen der Verleihung des Nachhaltigkeitspreises der Neumarkter Lammsbräu gewürdigt. Das Unternehmen zeichnet sich auch durch gesellschaftliches Engagement aus. Gemeinsam mit der Lebenshilfe e. V. macht sich die Brauerei für Kinder und Jugendliche mit Förderbedarf stark: Im Rahmen von Corporate Volunteering können sich Mitarbeiter*innen während der Arbeitszeit freistellen lassen, um die Jugendlichen kennenzulernen und gemeinsam mit ihnen an einem Bewusstsein für Ökologie und soziale Verantwortung auf der firmeneigenen Streuobstwiese zu arbeiten. Die rundum nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens kommt bei den Kund*innen an: Entgegen dem Branchentrend steigt die Nachfrage nach ökologisch gebrauten Bieren an und macht Neumarkter Lammsbräu zu einem der führenden Unternehmen in diesem Segment. Außerdem erhält die Firma in Zeiten des Fachkräftemangels zahlreiche Initiativbewerbungen von potenziellen neuen Mitarbeiter*innen, die sich explizit für die CSR-Maßnahmen der Brauerei begeistern.

Unternehmensname:	*Steinbildhauerei Vincent*
Branche:	*Steinmetz & Steinbildhauerhandwerk*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*3*
Webseite:	*www.steinbildhauerei-vincent.de*
Kontakt:	*info@steinbildhauerei-vincent.de*

Lokale Wertschöpfung im Handwerk

Die Steinbildhauerei Vincent ist ein Handwerksbetrieb aus Nordrhein-Westfalen, der sich auf die Naturwerksteinbearbeitung und die Fertigung von Grabmälern, Objekten und Skulpturen spezialisiert hat. Noch bevor sich Inhaber Timothy C. Vincent im Jahr 2003 selbstständig gemacht hat, kam er im Rahmen seiner Gesellenausbildung mit dem Thema Kinderarbeit in der indischen Grabmalproduktion in Berührung. Diese Erfahrung hat seine Haltung geprägt, dass der Wohlstand des Einen nicht durch die Ausbeutung des Anderen oder gar der Schwächsten gelingen kann. Deshalb entschied er bei seiner Unternehmensgründung, sich auf nachhaltiges Wirtschaften zu fokussieren und einen CSR-Maßnahmenkatalog zu entwickeln. Dazu gehört zum Beispiel die Wiederaufbereitung und -verwendung von alten Grabsteinen. Dies stellt in deutschen Betrieben eher die Ausnahme dar, da importierte Steine aus Fernost verhältnismäßig kostengünstig erhältlich sind. Hinzu kommt, dass es großes handwerkliches Geschick und viel Zeit erfordert, die Steine wiederaufzubereiten. Die Steinbildhauerei Vincent hat sich dennoch bewusst für dieses Verfahren entschieden, um globale Ressourcen zu schonen und die Klimabelastung durch lange Transportwege zu verringern. Ein weiterer Vorteil: Die Wertschöpfung verlagert sich dadurch auf die lokale Ebene und schafft und sichert Arbeitsplätze innerhalb des Unternehmens. Zudem zeigt sich, dass die genannten Aspekte auch zunehmend die Kaufentscheidungen der Kund*innen beeinflussen. Kauft der Betrieb Steine für die Weiterverarbeitung zu, werden diese ausschließlich vom europäischen Markt bezogen. Hier steht eine Vielzahl qualitativ hochwertiger Natursteine zur Verfügung, die unter kontrolliert fairen Arbeitsbedingungen gewonnen werden. Bei der Bearbeitung der Steine wird zudem weitgehend auf handwerkliche, manuelle Tätigkeiten mit geringem Energieverbrauch geachtet. Dank seiner Bemühungen, unter anderem in den Bereichen der Ressourcenschonung und einer transparenten Lieferkette, ist dem Unternehmen 2019 das ZNU-Zertifikat Nachhaltiger Wirtschaften ausgestellt worden. Die Steinbildhauerei kompensiert seit 2018 ihre CO_2-Emissionen durch die ClimatePartner GmbH.

Als weitere Maßnahme veröffentlicht der Betrieb regelmäßig eine Erklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Als Handwerksbetrieb vor Ort leistet die Steinbildhauerei Vincent einen Beitrag zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit. So hat der Inhaber das Sozialprojekt „Andenken“ ins Leben gerufen. Hierbei werden auf Friedhöfen mithilfe von Steinstelen Erinnerungsorte für Verstorbene geschaffen, deren Gräber nach Ablauf der Ruhezeit nicht mehr auffindbar sind. Zudem ist Timothy C. Vincent Mitbegründer und Vorstand des Vereins Handwerk mit Verantwortung e. V. Die gemeinnützige Organisation wurde 2015 gegründet und hilft Kund*innen bei der Suche nach verantwortungsvoll wirtschaftenden Unternehmen. Durch Vortragsreihen soll auch ein Bewusstsein für die vielfältigen Potenziale von CSR-Maßnahmen im Handwerk geschaffen werden. Das nachhaltige Wirtschaften bietet dem handwerklichen Betrieb auch ein attraktives Alleinstellungsmerkmal bei der Suche nach neuen Auszubildenden und Fachkräften.

“ Nachhaltiges Wirtschaften ist keine ‚Kann‘-Möglichkeit unternehmerischen Handelns, sondern eine ‚Soll‘-Forderung. Ich möchte zeigen, dass nachhaltiges Wirtschaften im Handwerk möglich ist und großes Potenzial für die Zukunft bietet.

Timothy C. Vincent, Geschäftsführer, Steinbildhauerei Vincent

UNTERNEHMEN

mit 250 bis 999 Beschäftigten

Die Nominierten in dieser Größenkategorie

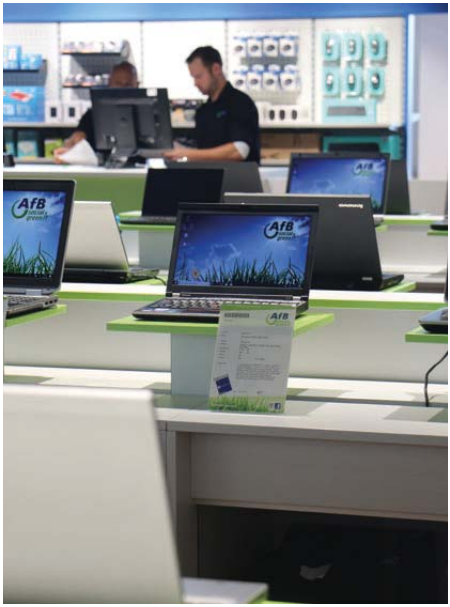
Unternehmensname:	*AfB gemeinnützige GmbH*
Branche:	*Elektrotechnik*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*440*
Webseite:	*www.afb-group.de*
Kontakt:	*cr@afb-group.eu*

Ein zweites Leben für Smartphone & Co

Die AfB gGmbH mit Sitz in Düren hat es sich als gemeinnützige GmbH zum Ziel gemacht, gebrauchten IT- und Mobilgeräten ein zweites Leben zu schenken. Durch Aufbereitung und Weiterverkauf verlängert AfB die Nutzungsdauer elektronischer Geräte. Dafür beschäftigt das 2004 gegründete Unternehmen an mittlerweile 19 Standorten in Deutschland und im europäischen Ausland Menschen mit geistigen und körperlichen Beeinträchtigungen und bietet ihnen so einen langfristigen und attraktiven Arbeitsplatz in der IT-Branche. In Deutschland sind insgesamt 126 beeinträchtigte Personen aktiv, und in den weiteren europäischen Ländern sind es insgesamt 88 Personen. Mit dieser ganzheitlichen Unternehmensstrategie will AfB gesellschaftliche Inklusion und Umweltschutz gleichermaßen stärken. Um den selbst gesteckten Zielen gerecht zu werden, verzichtet AfB im Vergleich zu Wettbewerbern sogar auf einen Teil des monetären Gewinns, sofern dieser nicht mit den ökologischen und sozialen Ansprüchen des Unternehmens zu vereinbaren ist. Dies stellt für das Unternehmen einen Zielkonflikt dar, da es im gleichen Maße wirtschaftlich handeln muss, um langfristig am Markt Bestand zu haben. Beispielsweise exportiert AfB grundsätzlich keinen sogenannten Elektroschrott in den globalen Süden. Auch die Datenlöschung sowie die anschließende Aufbereitung der IT-Geräte findet ausschließlich in Deutschland statt. Dadurch entstehen Arbeitsplätze mit angemessenen und fairen Löhnen. Durch die Vermeidung

“Unser Kerngeschäft ist nicht nur die Wiederverwertung gebrauchter IT-Hardware. Wir wollen auch über Umweltbelastungen und über die Bedeutung einer inklusiven Gesellschaft aufklären. Unser Ziel ist es, zum Nachdenken anzuregen.

Daniel Büchle, Geschäftsführer, AfB gemeinnützige GmbH



langer Transportwege werden zudem Emissionen eingespart und ein umweltfreundliches Recycling sichergestellt. AfB ist es wichtig, über sein ganzheitliches Engagement sowie den Mehrwert von wiederaufbereiteten IT-Geräten aufzuklären. So sucht das Unternehmen proaktiv den Kontakt zu lokalen Endkund*innen. Auf diese Weise fördert AfB die Sichtbarkeit von inklusivem Leben und Arbeiten innerhalb der Gesellschaft. Auch die Mitarbeiter*innen sowie Partnerunternehmen sind stets gebeten, sich aktiv in die Nachhaltigkeitsaktivitäten einzubringen. So fand im Juni 2018 ein Social & Green IT-Dialog statt, der den Austausch mit verschiedenen Stakeholdern des Unternehmens zu nachhaltigen IT-Lösungen befördert hat. Ein weiterer Dialog fand 2020 in digitaler Form statt. AfB leistet damit über sein Kerngeschäft hinaus einen zivilgesellschaftlichen Mehrwert. Dazu gehört auch die Unterstützung zahlreicher Initiativen und Projekte im In- und Ausland mit digitalem Schwerpunkt. Beispielsweise stellt das Unternehmen gemeinsam mit der Organisation Labdoo Projekten der Entwicklungszusammenarbeit Hardware zur Verfügung, die über sogenannte Flugpaten mit geringen CO_2-Emissionen in ferne Länder gelangt. Außerdem hilft AfB gemeinsam mit JOBLINGE e. V. sozial schlechtergestellten Jugendlichen durch die Bereitstellung von IT-Hardware bei der Suche nach einem Arbeitsplatz. Auch Geflüchtete unterstützt AfB bei der Ausstattung mit mobilen Geräten, und durch die Versorgung von Kindertagesstätten und Schulen stärkt das Unternehmen die digitale Bildungsarbeit.

Unternehmensname:	*Carl Schlenk AG*
Branche:	*Metallerzeugung und -bearbeitung*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*987*
Webseite:	*www.schlenk.com*
Kontakt:	*kommunikation@schlenk.de*

Familienunternehmen mit Mut und Engagement

Die Carl Schlenk AG ist ein mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Barnsdorf bei Roth. Seit ihrer Gründung 1879 ist die Firma in Familienbesitz und heute weltweit in der Produktion von Metallpulvern, Effektpigmenten und Metallfolien für verschiedenste Industrien tätig. Den nachfolgenden Generationen bestmögliche Lebensbedingungen zu hinterlassen, war dem Familienunternehmen schon immer ein besonderes Anliegen. So sind die regionale Verankerung und ein hohes ökologisches Bewusstsein fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Bereits Anfang der 1990er-Jahre wurde ein ökologisches Ausgleichskonzept umgesetzt, um die natürliche Umgebung des Hauptsitzes in Mittelfranken zu erhalten. Mithilfe von extensiver Landwirtschaft und der Schaffung natürlicher Retentionsflächen wurde die Biodiversität vor Ort gefördert – ein erster Grundstein für das heutige ganzheitliche Nachhaltigkeitsengagement. Die Carl Schlenk AG ist überzeugt, dass technische Innovationen einen bedeutenden Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten können. So entwickelte das Unternehmen ein Metallpigment, mit dem beim Lackieren einer Autokarosserie nur noch ein statt zwei Lackiervorgänge notwendig sind. Mithilfe dieser Innovation werden Kosten, Ressourcen und Abfall reduziert. Geboren werden solche Ansätze im internen Steuerungskreis, den die Unternehmensführung eigens zur Weiterentwicklung des CSR-Engagements der Carl Schlenk AG gegründet hat. Dieser tagt mindestens zweimal jährlich und legt die strategische Ausrichtung des Nachhaltigkeitsmanagements fest. Darüber hinaus werden die Mitarbeiter*innen aus Produktion und Verwaltung motiviert, eigene Ideen über das betriebliche Vorschlagswesen oder im direkten Dialog mit dem Nachhaltigkeitsbeauftragten zu

kommunizieren. Bei der Erstellung von Verfahrensanweisungen und Projektplänen werden Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt und konkrete Maßnahmen in die Prozessbeschreibungen integriert, beispielsweise zur Abfallvermeidung im Rahmen von Herstellungsverfahren. Das Unternehmen übernimmt zudem Verantwortung für die eigene Lieferkette. Die Erteilung einer Selbstauskunft auf Basis der Kriterien des UN Global Compact wird bei allen Lieferanten vorausgesetzt. Sollte dies trotz mehrfacher Aufforderungen verweigert oder nur teilweise ausgeführt werden, wird die Geschäftsbeziehung beendet oder gar nicht erst eingegangen. Auch an internationalen Standorten achtet das Unternehmen darauf, dass ähnlich hohe Arbeitsschutzstandards wie in Deutschland gelten. Die Bedingungen vor Ort und die Einhaltung der hohen Anforderungen werden bei regelmäßigen Besuchen von der Geschäftsführung persönlich überprüft. Auch das Wohlbefinden der eigenen Mitarbeiter*innen in Mittelfranken liegt dem Unternehmen am Herzen. Sie profitieren von einem umfassenden betrieblichen Gesundheitsmanagement, bestehend aus gesundheitlicher Beratung und Sportangeboten. Zudem gibt es seit mehr als zehn Jahren eine betriebseigene Kinderbetreuung, die großen Anklang findet und die die Arbeitgeberattraktivität weiter erhöht hat. Auch der permanente Dialog mit externen Akteuren wird gepflegt: Das Unternehmen tauscht sich zum Beispiel regelmäßig mit der Umweltbehörde des zuständigen Landratsamts oder der Lokalinitiative des BUND aus. Darüber hinaus engagiert sich die Carl Schlenk AG in bundesweiten Initiativen wie dem Deutschen Global Compact Netzwerk, dem Branchenverband Chemie[3] oder dem Umweltpakt Bayern.

“Als Familienunternehmen nehmen wir unsere regionale wie auch globale Verantwortung ernst. So setzen wir beispielsweise auf Produktinnovationen zur Ressourcenschonung, um bestmögliche Lebensbedingungen für die heutige und nachfolgende Generationen zu schaffen.

Dr. Daniela von Schlenk, Director Public Relations, Carl Schlenk AG

Unternehmensname:	*edding Aktiengesellschaft*
Branche:	*Konsumgüterindustrie (Schreibwaren)*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*679*
Webseite:	*www.edding.com*
Kontakt:	*PSiebel@edding.de*

Recycling als Gen der firmeneigenen Nachhaltigkeits-DNA

Als international agierendes Familienunternehmen hat die edding Aktiengesellschaft die Bedeutung nachhaltigen Wirtschaftens für einen langfristigen Unternehmenserfolg frühzeitig erkannt. So hatte die Firma bereits bei der Unternehmensgründung im Jahr 1960 die Idee, nachfüllbare Marker zu produzieren, und legte damit den Grundstein für ihr heutiges Nachhaltigkeitsengagement. Dazu gehören beispielsweise seit 2008 Zertifizierungen von Produktionsstandorten nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001. Nach und nach wurden die einzelnen Aktivitäten zu einem integrativen System, das neben ökologischen auch soziale Aspekte wie Regelungen zum Arbeitsschutz oder zur Arbeitssicherheit abdeckt. Inzwischen hat sich Nachhaltigkeit zum elementaren Bestandteil der Unternehmenssteuerung entwickelt. Eine zentrale Stabsstelle identifiziert und koordiniert zahlreiche Schnittstellen zwischen den einzelnen Fachabteilungen. Über die Balanced Scorecard wird das proaktive und eigenständige Handeln der Abteilungen im Sinne der unternehmenseigenen CR-Strategie bestärkt. Die strategischen Ziele und Kennzahlen der Abteilungen berücksichtigen explizit die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens. Auf diese Weise werden alle Fachbereiche des Unternehmens dazu verpflichtet, sich fortlaufend mit CR-Themen auseinanderzusetzen und eigenständig Lösungsansätze zu ent-

“Langfristig erfolgreiches Wirtschaften steht bei der edding AG über kurzfristiger Gewinnmaximierung. Mit unserer CR-Strategie wollen wir zugleich unserer Verantwortung für die Welt von heute und von morgen gerecht werden.

Patricia Siebel, Head of CR Coordination, edding AG

wickeln. Dieses Engagement seit Jahren aufrechtzuerhalten und alle Mitarbeiter*innen für ökologische und soziale Problemstellungen zu sensibilisieren, bedeutet für das Unternehmen eine stetige Herausforderung. So implementierte edding ein internationales CR-Botschafter* innen-Programm. 125 der insgesamt rund 600 Mitarbeiter*-innen weltweit sind heute Multiplikator*innen für Nachhaltigkeitsthemen. Diese Struktur hilft bei der Umsetzung umfassender CR-Maßnahmen unter Berücksichtigung landes- und organisationsspezifischer Besonderheiten. Im Ergebnis wurden bereits internationale Aktionen initiiert, beispielsweise ein plastikfreier Tag an allen Unternehmensstandorten. Das Botschafter*innen-Programm hat die Wirksamkeit der Maßnahmen gesteigert und Nachhaltigkeit als Schlüsselthema in allen Abteilungen verankert. Zudem wurde ein Gemeinschaftsgefühl der Mitarbeiter*innen über Landesgrenzen hinweg geschaffen. Um seiner Produktverantwortung gerecht zu werden und Recycling weiter zu fördern, hat das Unternehmen zusätzlich kostenlose Rücknahmeboxen für gebrauchte Marker etabliert: Hiermit können die Stifte von Verwaltungen oder Industrieunternehmen nach Gebrauch an edding zurückgeschickt und im Sinne zyklischer Produktionsprozesse als Grundmaterial für die Anfertigung neuer Produkte genutzt werden. Die Produktlinie EcoLine ist ein Beispiel, wie edding recycelte Materialien und nachwachsende Rohstoffe für eine ressourcenschonende Herstellung einsetzt. Die umfassenden Bemühungen zahlen sich aus: Produkte der umweltfreundlichen Serie EcoLine wurden mittlerweile zum dritten Mal mit dem GREEN BRANDS Award ausgezeichnet, zusätzlich erhielt der edding 24 EcoLine highlighter das Umweltsiegel Blauer Engel. Perspektivisch soll der Einsatz von recycelten Materialien weiter ausgebaut werden, um natürliche Ressourcen zu schonen und im Rahmen der eigenen Geschäftstätigkeit einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft zu leisten.

Unternehmensname:	*GESOBAU AG*
Branche:	*Wohnungswesen*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*399*
Webseite:	*www.gesobau.de*
Kontakt:	*nachhaltigkeit@gesobau.de*

GESOBAU
Hier wohnt Berlin.

Gemeinsam für eine nachhaltige Stadtentwicklung

Die GESOBAU AG ist ein städtisches Wohnungsbauunternehmen und leistet einen aktiven Beitrag, um in der wachsenden Stadt Berlin auch in Zukunft bezahlbaren Wohnraum für breite Schichten der Bevölkerung bereitzustellen und lebendige Nachbarschaften zu fördern. Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil der Unternehmensführung und wird von Mitarbeiter*innen nach innen und außen gelebt. Das kommunale Wohnungsbauunternehmen fühlt sich verpflichtet, an der verantwortungsvollen Gestaltung der Zukunft mitzuwirken. Dabei möchte es so wirtschaften, dass es allen gut geht – den Mieter*innen, dem Unternehmen und der Umwelt. Die GESOBAU erhöht ihren Wohnungsbestand durch Neubau und Ankauf bis 2026 von derzeit rund 43.000 auf 52.000 Wohnungen. Der Bürgerbeteiligung kommt bei Neubau und Bestandsentwicklung im Hinblick auf Planung, Projektumsetzung und Entscheidungsprozesse eine besondere Bedeutung zu. Wohnungsangebote für besondere Bedarfsgruppen werden in die Wohnraumentwicklung integriert und umgesetzt. Für diese baut die GESOBAU barrierearm und stellt Flächen für die Gemeinschaft bereit. Zudem soll das „Pflege@Quartier“-Angebot ausgebaut werden. Im Mittelpunkt des Projekts steht das Anliegen, Lösungen zum Erhalt der Selbstständigkeit im häuslichen Bereich anzubieten. Technische Alltagshilfen ermöglichen selbstbestimmtes Wohnen im Alter und

können bei Bedarf in die Wohnungen eingebaut werden. Das Unternehmen verfolgt durch die Unterzeichnung der Klimaschutzvereinbarung mit dem Land Berlin ambitionierte Ziele. Entsprechend wurden die durchschnittlichen CO_2-Emissionen pro Wohnung auf aktuell 1,38 Tonnen pro Jahr gesenkt. Die zentralen Maßnahmen zur Erreichung dieses Ziels sind energieeffizientes Bauen und energetische Modernisierungen. Die Maßnahmen werden sozial verträglich und wirtschaftlich umgesetzt. Die GESOBAU hat seit 2008 rund 560 Millionen Euro in ihre Bestände im Märkischen Viertel in Berlin investiert und die Großwohnsiedlung im Budget- und Zeitplan bis Ende 2015 energetisch modernisiert. Seit 2019 werden die rund 13.500 GESOBAU-Wohnungen zudem mit 100 Prozent CO_2-neutraler Wärme aus nachwachsenden Rohstoffen versorgt. Die Energiegewinnung erfolgt durch die Nutzung von Holzhackschnitzeln aus lokalen Beständen. Damit wird in diesem Quartier bereits heute das Ziel der Bundesregierung erreicht, bis 2050 einen klimaneutralen Baubestand zu schaffen. Die energetische Modernisierung und die klimafreundliche Wärmeversorgung erfolgten ohne Mehrkosten für die Mieter*innen. Um zivilgesellschaftliche Entwicklungen zu fördern, vernetzt sich die GESOBAU gezielt mit lokalen Partner*innen aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Vereinen, die versuchen, gemeinsam die besten Lösungen für tägliche Herausforderungen zu finden. Auch die Mitarbeiter*innen beteiligen sich an der Entwicklung der Wohnquartiere: 2019 leisteten 300 Mitarbeiter*innen im Rahmen des internen Unternehmensziels „1100 Stunden sozial engagiert“ insgesamt 1449 Stunden sozialen Engagements für die Stadt Berlin. Den Einsatz honorierte die GESOBAU mit einer Spende an die GESOBAU-Stiftung – jede geleistete Stunde entsprach 25 Euro. So kamen 36.225 Euro der Förderung gemeinnütziger lokaler Institutionen wie Schulen, Jugend- und Sportvereinen oder auch der Seniorenarbeit zugute.

*“Als kommunale Wohnungsbaugesellschaft gehört es zu unserem Selbstverständnis, verantwortungsvoll zu handeln – für unser Unternehmen mit seinen Mitarbeiter*innen, für unsere Mieter*innen und die Umwelt, heute und in Zukunft. Wir fühlen uns der nachhaltigen Zukunftsgestaltung verpflichtet und verfolgen Nachhaltigkeit deshalb als grundlegende und wertschöpfende Unternehmensstrategie.*

Jörg Franzen, Vorstandsvorsitzender, GESOBAU AG

Unternehmensname:	*Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt*
Branche:	*Wohnungswesen*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*750*
Webseite:	*www.naheimst.de*
Kontakt:	*felix.lueter@naheimst.de*

UNTERNEHMENSGRUPPE NASSAUISCHE HEIMSTÄTTE WOHNSTADT

Vorreiter auf dem Weg zur Klimaneutralität

Die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt mit Sitz in Frankfurt am Main ist eines der größten Wohnungsunternehmen in Deutschland. Sie verwaltet über 60.000 Wohnungen an insgesamt 128 Standorten und bietet verschiedene Dienstleistungen in den Bereichen Wohnen, Bauen und Stadtentwicklung an. Seit Gründung der Unternehmensgruppe vor über 95 Jahren steht das Gemeinwohl im Mittelpunkt der Geschäftstätigkeit. Das Unternehmen ist sich seiner Größe und der damit verbundenen Wirkkraft auf Stadtentwicklung und soziale Gerechtigkeit sehr bewusst. Diesen Einfluss möchte die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt ausdrücklich dafür nutzen, breite Bevölkerungsschichten mit bezahlbarem Wohnraum auszustatten. Zudem trägt die Unternehmensgruppe gesellschaftliche Verantwortung, indem sie Impulse für Themen wie soziale Gerechtigkeit innerhalb der Gesellschaft gibt. Dazu zählt beispielsweise die Unterstützung von Mieter*innen in finanziellen Notlagen oder von Personen, die von Wohnungslosigkeit bedroht sind. Darüber hinaus arbeitet die Unternehmensgruppe mit verschiedenen Sozialverbänden wie der Caritas oder der Diakonie zusammen, um im Rahmen eines bedarfsgerechten Quartiers-

*“ Vom Hausmeister bis zur Führungskraft stehen alle unsere Mitarbeiter*innen geschlossen hinter unserem Ziel der Klimaneutralität. Den Herausforderungen des Klimawandels können wir nur gemeinsam begegnen. Deswegen stehen wir in engem Austausch mit anderen engagierten Unternehmen der Wohnungswirtschaft.*

Felix Lüter, Leiter Kompetenzcenter Nachhaltigkeitsmanagement, Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt

managements den sozialen Zusammenhalt zu stärken. Einen wichtigen Meilenstein in der Wohnungswirtschaft hat die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt mit der „Initiative Wohnen.2050“ gesetzt, einem Zusammenschluss engagierter Wohnungsbauunternehmen. Ziel ist es, bis zum Jahr 2050 einen klimaneutralen Gebäudebestand zu erlangen. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, sollen alle Mitglieder durch Wissensaustausch dazu befähigt werden, eine eigene Klimastrategie zu entwickeln. Bereits zur Gründungsveranstaltung im Januar 2020 gehörten insgesamt 24 Unternehmen, darunter sechs der zehn größten Unternehmen der Wohnungswirtschaft, der bundesweiten Initiative an. Auch durch die Veröffentlichung einer Studie zu Nachhaltigkeit im Bauprozess und zur Dämmstoffnutzung im Hinblick auf CO_2-Emissionen hat die Unternehmensgruppe breite Beachtung innerhalb der Wohnungswirtschaft erhalten. Da sich die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt in der Verantwortung sieht, ausreichend günstigen Wohnraum insbesondere in Ballungsräumen zur Verfügung zu stellen, können notwendige oder wünschenswerte Sanierungen zur Klimaneutralität nicht einfach auf die Mieten der Wohnungen umgelegt werden. Auch die Partner der Initiative machen sich entschlossen auf den Weg, ihren Beitrag zum Paris-Abkommen zu leisten. Sie werden allerdings finanziell auf Unterstützung angewiesen sein, um ihre Maßnahmen zur Erreichung der Klimaziele in vollem Umfang umsetzen zu können. Auch hier will die Initiative gemeinsam den Dialog mit der Politik suchen. Die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt richtet ihr ganzheitliches Nachhaltigkeitsengagement nach acht Handlungsfeldern aus. Neben dem Engagement für Klimaschutz und bezahlbaren Wohnraum arbeitet das Unternehmen bereits seit vier Jahren an verschiedenen Mobilitätsmaßnahmen. Dazu zählt neben Ladesäulen für Elektrofahrzeuge und E-Carsharing für Mieter*innen an Pilotstandorten auch ein Jobradangebot für die eigenen Mitarbeiter*innen. Zur Förderung einer nachhaltigen Beschaffung bezieht die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte | Wohnstadt zu 99 Prozent Ökostrom für Geschäftsgebäude und Allgemeinstrom der Wohngebäude sowie klimaneutralisiertes Erdgas und -öl für die Wohnungsbestände. Weiterhin verpflichtet die Unternehmensgruppe ihre Lieferanten zur Unterzeichnung eines Code of Conduct zur Einhaltung von Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette.

UNTERNEHMEN

mit 1000 und mehr Beschäftigten

Die Nominierten in dieser Größenkategorie

Unternehmensname:	*BASF SE*
Branche:	*Chemische Industrie*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*117.628*
Webseite:	*www.basf.com*
Kontakt:	*sustainability@basf.com*

Systematische Nachhaltigkeitsanalyse für mehr als 50.000 Produktlösungen

Der Chemiekonzern BASF SE setzt sich seit der Unternehmensgründung vor fast 155 Jahren für soziale Standards und Arbeitsschutzrechte ein. Als eines der ersten Unternehmen baute BASF Betriebskrankenhäuser und Wohnsiedlungen für seine Angestellten. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung ist somit schon immer fester Teil der Unternehmensphilosophie. Bereits in den 1960er-Jahren hat der Chemiekonzern mit Sitz in Ludwigshafen sein soziales Engagement um ökologische Verantwortungsübernahme erweitert. Im Jahr 1974 wurde die damals größte Kläranlage Europas durch BASF eröffnet. Zudem veröffentlichte BASF bereits 1998 als eines der ersten Unternehmen einen Umweltbericht. 1996 hat BASF eine Methode zur Messung der Nachhaltigkeitsleistung der eigenen Produkte entwickelt. Die sogenannte Ökoeffizienz-Analyse setzt das ökonomische Potenzial eines Produktes ins Verhältnis zu seiner ökologischen Auswirkung. BASF hat mit der Sustainable Solution Steering-Methode seit 2013 insgesamt über 50.000 Lösungen bewertet und dadurch das Fundament für eine nachhaltige Produktpalette geschaffen. Jedes neue Produkt durchläuft das Verfahren. Sogenannte „Accelerator“ leisten einen substanziellen Nachhaltigkeitsbeitrag in der Anwendung. Dagegen wird die Vermarktung von „challenged“- Produkten, die die Nachhaltigkeitskriterien nicht ausreichend erfüllen, innerhalb von fünf Jahren nach deren Erstbewertung eingestellt. Für jedes dieser Produkte wird

ein Aktionsplan entwickelt. Dieser umfasst zum Beispiel Forschungsprojekte, Reformulierungen zum Optimieren der Produkteigenschaften oder das Ersetzen durch eine Alternative. 2019 hat BASF die branchenübergreifende Value Balancing Alliance e. V. mitgegründet. Diese setzt sich dafür ein, dass bei der Bewertung von Unternehmen neben finanziellen Kennzahlen auch ökologische und soziale Aspekte berücksichtigt werden. BASF hält diese Änderung in der Unternehmensbewertung für einen unerlässlichen Faktor, um Unternehmen insgesamt zu mehr Nachhaltigkeit zu bewegen. Denn dieser Paradigmenwechsel belohnt Firmen, die aktiv in Nachhaltigkeit investieren. Die Allianz wird von zahlreichen Unternehmen und politischen Institutionen wie der OECD unterstützt. Auch für die Zukunft hat sich BASF einiges vorgenommen. Bis 2030 will das Unternehmen CO_2-neutral wachsen. Die Treibhausgasemissionen sollen trotz des angestrebten Geschäftswachstums auf dem Niveau von 2018 gehalten werden. Außerdem soll der Anteil der verkauften Produkte mit besonders positiver Nachhaltigkeitsbewertung stark ansteigen. Darüber hinaus läuft seit 2018 ein Projekt, das eine Kreislaufwirtschaft von Kunststoffabfällen etablieren soll. Dieses Verfahren ermöglicht es, aus Materialien, die sonst auf Deponien landen oder thermisch verwertet würden, neue Produkte herzustellen. Die ersten Produkte, wie Isolierboxen oder Verpackungen, konnten bereits mithilfe des Verfahrens entwickelt werden. Auch hier arbeitet BASF an der Weiterentwicklung und daran, die Kreislaufwirtschaft im Sinne der Ressourcenschonung zu etablieren. Als Chemieunternehmen hat BASF schon frühzeitig den Wert eines intensiven Austauschs mit Stakeholdern erkannt. So wurde 2013 ein Stakeholder Advisory Council gegründet, in dem internationale Nachhaltigkeitsexperten mit dem BASF-Vorstand wesentliche Themen kritisch diskutieren. Neben einem kontinuierlichen Dialog mit Stakeholdern und Investor*innen informiert BASF jährlich in einem integrierten Bericht über den Grad der Zielerreichung sowie über Chancen und Risiken durch Nachhaltigkeit.

„Wir integrieren Nachhaltigkeitskriterien in alle wichtigen Entscheidungsprozesse – von Forschung und Entwicklung bis hin zu Investitionsentscheidungen. Seit 2020 haben wir als Konsequenz unserer integrierten Strategie erstmals in der Unternehmensgeschichte wesentliche Nachhaltigkeits-KPIs gleichrangig mit finanziellen KPIs in der Unternehmenssteuerung verankert.

Tanja Castor, Corporate Sustainability Strategy, BASF SE

Unternehmensname:	*REWE Group*
Branche:	*Lebensmitteleinzelhandel*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*345.000*
Webseite:	*www.rewe-group.com*
Kontakt:	*nachhaltigkeit @rewe-group.com*

Eigenes Label als Orientierungshilfe für bewusste Kaufentscheidungen

Die REWE Group ist einer der führenden deutschen Handels- und Touristikkonzerne mit Sitz in Köln. Das Unternehmen ist genossenschaftlich organisiert und betrachtet Nachhaltigkeit bereits seit Langem als zentrales Element der Strategie. Diesen Anspruch hat die REWE Group 2011 in einem eigenen Wertekanon formuliert, der „Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften". Sie bildet die Grundlage für das umfassende Nachhaltigkeitsengagement des Konzerns. Für dessen Umsetzung wurden als strategischer Rahmen vier Säulen definiert: „Grüne Produkte", „Energie, Klima und Umwelt", „Mitarbeiter" sowie „Gesellschaftliches Engagement". Mit ihrem Engagement hat die REWE Group als einer der ersten Lebensmittelhändler in Deutschland das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich in den Fokus gerückt und damit der gesamten Branche positive Impulse gegeben. Besonderen Wert legt der Konzern auf Transparenz: 2009 veröffentlichte er erstmals einen Nachhaltigkeitsbericht und veranstaltete eine Reihe von Dialogforen zur Information der interessierten Öffentlichkeit. Von Anfang an war es der REWE Group wichtig, alle Mitarbeiter*innen für Nachhaltigkeit zu begeistern und sie zu Multiplikator*innen sowohl nach innen als auch nach außen zu machen. Um

„Mit unserem umfassenden Engagement, einer transparenten Berichterstattung und mit intensiven Stakeholderdialogen haben wir als eines der ersten Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich in den Fokus gerückt und damit die gesamte Branche positiv verändert.

Nicola Tanaskovic, Bereichsleiterin Corporate Responsibility, REWE Group

auch die zahlreichen Mitarbeiter*innen der Märkte zu erreichen, wurden vielfältige Workshops und Schulungsformate entwickelt. Hier erwarben die Teilnehmer*innen Wissen, das sie an ihre Kolleg*innen vor Ort weitergaben. Diese Maßnahmen haben dazu beigetragen, dass Nachhaltigkeit heute in der Breite der Organisation angekommen ist und gelebt wird. Die REWE Group hat bereits verschiedene Nachhaltigkeitsprojekte umgesetzt. So führte sie 2009 mit dem eigens entwickelten Label PRO PLANET eine gruppenweite Kennzeichnung für nachhaltige Produkte ein. Das Besondere dabei ist, dass bei der Vergabe nicht nur ökologische Faktoren berücksichtigt werden, sondern auch soziale Aspekte und das Thema Tierwohl. Diese umfassende Bewertung bietet den Verbraucher*innen eine Orientierungshilfe für bewusste Kaufentscheidungen. Mit dem Green-Building-Konzept arbeitet die REWE Group zudem daran, eine neue Generation von Handelsimmobilien zu fördern, die technische und bauliche Details im Sinne der Nachhaltigkeit berücksichtigen. Die Bauweise orientiert sich an den Kriterien der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB). Die inzwischen mehr als 230 Green Buildings kombinieren zukunftsweisende Architektur mit energieeffizienter Technologie und dem Einsatz erneuerbarer Energien. Anstrengungen unternimmt die REWE Group auch, um Verpackungen umweltfreundlicher zu gestalten. Im Vordergrund steht dabei das Bestreben, weniger Verpackungsmaterial zu verwenden und so Ressourcen zu schonen. Darüber hinaus sollen Verpackungen kontinuierlich optimiert werden, um negative Umwelteffekte zu reduzieren. Dafür verfolgt das Unternehmen einen strategischen Ansatz, durch den Verpackungen systematisch überprüft und, wo möglich, reduziert oder verbessert werden. Bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie arbeitet die REWE Group mit verschiedenen Akteuren zusammen. Im Fall des Naturschutzbundes Deutschland (NABU) mündete die langjährige Kooperation 2015 in eine dauerhafte strategische Partnerschaft.

Unternehmensname:	*SAP SE*
Branche:	*Softwareentwicklung*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*100.030*
Webseite:	*www.sap.com*
Kontakt:	*sustainability@sap.com*

SAP als Multiplikator für intelligente Nachhaltigkeitslösungen

Die SAP SE mit Sitz in Walldorf ist das drittgrößte Softwareunternehmen der Welt und hat sich auf die Bereitstellung von Softwarelösungen für die Abwicklung von Prozessen in Unternehmen spezialisiert. Vor rund zehn Jahren hat SAP erste Schritte beim Thema Nachhaltigkeit unternommen. Seitdem wurde das gesamte Unternehmen schrittweise in Richtung ganzheitliche Steuerung und Verbindung von ökonomischer, ökologischer und sozialer Wertschöpfung weiterentwickelt. Die Bereitstellung von Lösungen für effizientes Arbeiten und eine optimierte Nutzung von begrenzten Ressourcen ist das Kerngeschäft von SAP. Die Produkte sollen die Kund*innen dabei unterstützen, komplexe CSR-Fragestellungen in der eigenen Geschäftstätigkeit zu lösen. Zu Beginn des Nachhaltigkeitsengagements bei SAP bestand die Herausforderung, den Wissenstransfer von CSR-Themen zwischen den Fachabteilungen sicherzustellen. Dies wurde durch einen unternehmenseigenen Sustainability Council erreicht, der sich regelmäßig austauscht, klare Nachhaltigkeitszielvorgaben erarbeitet und diese kommuniziert. Der Council definiert Bereichsziele, um Nachhaltigkeit in Entwicklung, Vertrieb, Services und andere Vorstandsbereiche einzubetten. Das Unternehmen hat sich ambitionierte

CO_2-Reduktionsziele gesetzt, möchte aber vor allem über Analysetools und Prozessoptimierungen helfen, die Emissionen seiner Kund*innen zu senken. Auch Geschlechtergerechtigkeit ist ein Thema, bei dem SAP als Vorbild gelten möchte. So hat sich das Unternehmen das Ziel gesetzt, bis 2022 den Anteil der Frauen im Management auf 30 Prozent zu steigern. Zum Ende des ersten Quartals 2020 lag der Anteil bei 26,8 Prozent. Um möglichst alle Mitarbeiter*innen des Unternehmens zu erreichen, wurden verschiedene Austauschformate zu CSR-Themen entwickelt. Zuletzt gaben 94 Prozent der Mitarbeiter*innen an, dass sie es wichtig finden, dass SAP Nachhaltigkeit ernsthaft verfolgt. Die im Intranet live übertragenen „Coffee Corner Sessions" sollen einen offenen Diskurs über die CSR-Unternehmensstrategie anregen und Raum für das Feedback aller Mitarbeiter*innen weltweit schaffen. Es besteht über das „Sustainability Champions"-Netzwerk die Möglichkeit für Mitarbeiter*innen, bis zu zehn Prozent der Arbeitszeit in soziale oder ökologische Projekte und Initiativen bei SAP zu investieren, worüber weltweit über 250 Mitarbeiter*innen zu Sustainability Champions wurden. In Kooperation mit der NGO Made in a Free World wurde ein Tool entwickelt, das für das Risikomanagement gegen Sklaven- und Kinderarbeit in Lieferketten genutzt werden kann. Es funktioniert wie eine Datenbank, in der aus 500.000 Quellen wie Behördendaten und Nachrichtenseiten nachhaltigkeitsrelevante Informationen zu den Lieferant*innen gesammelt werden. So kann schneller nachvollzogen werden, ob es innerhalb der eigenen Lieferkette Risikofälle gibt, die negative Auswirkungen auf die Umwelt haben oder die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht verletzen. Ähnliche Anwendungen können auch Endverbraucher*innen zur Verfügung gestellt werden. In einer Kooperation von SAP mit Bumble Bee Seafoods wurde mithilfe des SAP Cloud Platform Blockchain Service ein Tool errichtet, mit dem die Lieferkette von in Indonesien gefangenem Thunfisch bis in die Supermarktregale nachvollzogen werden kann.

„Als Softwareunternehmen besteht unser größter Hebel darin, unseren Kunden mit digitalen Lösungen zu helfen, positive wirtschaftliche, soziale und ökologische Wir kungen innerhalb der planetaren Grenzen zu erzielen. Mit über 400.000 Kunden haben wir enormes Potenzial, die Transformation zu inklusivem, nachhaltigem Wirtschaften mitzugestalten.

Daniel Schmid, Chief Sustainability Officer, SAP SE

Unternehmensname:	*Stadtreinigung Hamburg AöR*
Branche:	*Abfallwirtschaft*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*3300*
Webseite:	*www.stadtreinigung.hamburg*
Kontakt:	*nachhaltigkeit @stadtreinigung.hamburg*

STADTREINIGUNG.HAMBURG

Mit erneuerbarer Energie und umweltfreundlichem Recycling für eine nachhaltige Hansestadt

Die Stadtreinigung Hamburg übernimmt als Anstalt öffentlichen Rechts (AöR) zentrale Aufgaben der Daseinsvorsorge in der Stadt Hamburg. Im Mittelpunkt stehen dabei Leistungen im Bereich Abfall- und Ressourcenwirtschaft sowie Stadtsauberkeit. Neben einer umweltgerechten Verwertung und Entsorgung von Abfällen ist es der Stadtreinigung Hamburg ein Anliegen, mithilfe gezielter Kommunikation und partizipativer Angebote über einen bewussten Umgang mit Abfall aufzuklären und einen nachhaltigen Lebensstil der Bevölkerung zu fördern. Die Stadtreinigung Hamburg sieht sich selbst als Pionierin für eine nachhaltige Unternehmensführung von kommunalen Unternehmen sowie in der Abfallwirtschaft allgemein. So wurde bereits 1999 die Deponierung von Abfällen eingestellt, obwohl ein gesetzliches Verbot für unbehandelte Siedlungsabfälle erst 2005 in Kraft trat. Dadurch konnten die CO_2-Emissionen massiv reduziert werden. Die Stadtreinigung Hamburg ist überzeugt, dass nur verantwortungsvoll handelnde Unternehmen langfristig Bestand haben werden. Durch verschiedenste Anlagen avancierte die

„Das Kerngeschäft unseres Unternehmens liegt in der umweltverträglichen stofflichen und energetischen Verwertung von Abfällen. Abfall ist Rohstoff. Wir sind der festen Überzeugung, dass nur nachhaltig handelnde Unternehmen dauerhaft und erfolgreich bestehen können.

Prof. Dr. Rüdiger Siechau, Sprecher der Geschäftsführung, Stadtreinigung Hamburg AöR

Stadtreinigung zum zweitgrößten Energieversorger der Stadt Hamburg. Die Wege der Energiegewinnung reichen von der thermischen Verwertung über die Nutzung von Deponiegas und Altholzverwertung bis hin zu Solar- und Windkraft. Dabei ist das Unternehmen stets auf der Suche nach innovativen technischen Lösungen, um die Ressourcen- und Energieverwertung der Stadt Hamburg weiter zu verbessern. Die Stadtreinigung Hamburg speist Biogas, Fernwärme und Strom aus Abfallverwertung, Fotovoltaik und Windkraft in die Netze ein und baut diese klimaneutrale Energieerzeugung weiter aus. Um dieses ambitionierte Vorhaben umzusetzen, wird derzeit das Zentrum für Ressourcen und Energie (ZRE) geplant: eine Kombination aus modernen Sortier- und Recyclinganlagen für Hausmüll und Bioabfall. Die Fertigstellung des ZRE ist bis 2025 anvisiert. Neben der Implementierung technischer Lösungen sieht die Stadtreinigung Hamburg ihre Verantwortung insbesondere darin, die Produktion von Abfällen zu reduzieren. Dafür hat das Unternehmen zahlreiche Angebote für die Bürger*innen geschaffen. Hierzu zählt beispielsweise eine kostenfreie Zero-Waste-App, mit der Anwender*innen plastikarme und -freie Einkaufsmöglichkeiten in ihrer Umgebung finden können. Zudem erstellte die Stadtreinigung einen Einkaufsratgeber, der dabei hilft, tägliche Besorgungen so zu gestalten, dass der dabei entstehende Abfall bestmöglich recycelt werden kann. Dieser sorgte deutschlandweit für Aufmerksamkeit. Begleitet wurden die Maßnahmen durch die Kampagne „Der beste Müll ist keiner“. Durch die Einstellung von Geflüchteten und Langzeitarbeitslosen möchte die Stadtreinigung Hamburg zu einem integrativen Zusammenleben beitragen. Auch Ausbildungen in Teilzeit in zwölf verschiedenen Berufen werden angeboten. Der umfangreiche Maßnahmenkatalog in sozialen und ökologischen Fragestellungen macht die Stadtreinigung Hamburg nicht nur als Arbeitgeberin attraktiv: Er steigert darüber hinaus das Vertrauen der Bürger*innen in das Unternehmen. Bei der Vergabe von städtischen Aufträgen für Schulen oder Krankenhäuser ist das Unternehmen durch seine ganzheitliche und langfristige Nachhaltigkeitsstrategie im Vorteil.

Unternehmensname:	*Wilo SE*
Branche:	*Maschinenbau*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*7749*
Webseite:	*www.wilo.com*
Kontakt:	*sustainability@wilo.com*

Globale Megatrends als Rahmen für die eigene Nachhaltigkeitsstrategie

Die Wilo SE ist einer der weltweit führenden Hersteller von Pumpen und Pumpsystemen für Gebäudetechnik, Wasserwirtschaft und Industrie. In der Unternehmensstrategie hat Wilo sechs globale Megatrends definiert, die für das gegenwärtige und zukünftige Geschäft von zentraler Bedeutung sind: Globalisierung, Urbanisierung, Energieknappheit, Wasserknappheit, Klimawandel und digitale Transformation. Kern der Nachhaltigkeitsstrategie ist es, mehr Menschen mit sauberem Wasser zu versorgen und gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Wilo arbeitet fortlaufend daran, Nachhaltigkeit in allen Bereichen und an allen internationalen Standorten des Unternehmens zu verankern. Die Koordination einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie über die internationalen Standorte hinweg stellt durchaus eine Herausforderung für das Unternehmen dar. Bei einer erfolgreichen

Umsetzung hilft eine gute Vernetzung innerhalb und außerhalb der Unternehmensstruktur. Die konkrete Planung der Nachhaltigkeitsbemühungen erfolgt gemeinschaftlich in jährlichen persönlichen Treffen mit den internationalen HSE-Verantwortlichen (Health, Safety, Environment) und wird von diesen zurück in ihre Standorte getragen. Wilo hat sich das Ziel gesetzt, bis 2025 klimaneutral zu produzieren. Außerdem arbeitet das Unternehmen intensiv auf zyklische Produktionsprozesse, beispielsweise durch die Wiederaufbereitung und -verwertung der Pumpsysteme, hin. Hierbei stehen die Themen Energieeffizienz und Ressourcenschonung im Vordergrund. 2019 beteiligte sich das Unternehmen an einem Forschungsprojekt, das die Rückführung von ausgebauten Altpumpen untersucht hat. Trotz der logistischen Herausforderung, einmal verbaute Pumpsysteme aus dem Markt zurückzuholen und wieder in den Produktionsprozess zu integrieren, sieht Wilo ein großes Potenzial in der Kreislaufwirtschaft. Denn der Ansatz erlaubt es, Rohstoffe und Energie einzusparen und somit einen positiven Beitrag zu leisten. In partnerschaftlicher Kooperation mit dem Hauptgesellschafter der Wilo SE, der Wilo-Foundation, engagiert sich das Unternehmen bei einer Vielzahl von sozialen Projekten. Denn neben der Sicherstellung der Unternehmenskontinuität setzt sich die Familienstiftung für das Gemeinwohl ein und unterstützt Projekte in den Bereichen Wissenschaft, Bildung und Soziales sowie Kultur und Sport finanziell. Verantwortliches Handeln und gesellschaftliches Engagement gehören für die Wilo-Gruppe untrennbar zu einer erfolgreichen Unternehmensentwicklung. Das Unternehmen unterstützt zum Beispiel AFRIKA KOMMT!, eine Initiative der deutschen Wirtschaft. Durch dieses Programm werden talentierte afrikanische Nachwuchskräfte in deutschen Unternehmen auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereitet. Ein weiteres Projekt ist die Kooperation mit der Baobab Children Foundation in Kissi (Ghana), die sich seit mehr als 18 Jahren um Kinder und Jugendliche kümmert. Mit solarbetriebenen Wasserpumpen ermöglicht Wilo hier eine zuverlässige Trinkwasserversorgung.

“ Die Arbeit mit den kostbaren Ressourcen Wasser und Energie setzt grundsätzlich nachhaltiges Denken und Handeln voraus und ist bei Wilo fest in der Unternehmenskultur verankert.

Oliver Hermes, President & Chief Executive Officer (CEO), Wilo Group

VERANTWORTUNGSVOLLES

Lieferkettenmanagement

Die Nominierten in dieser Sonderpreiskategorie

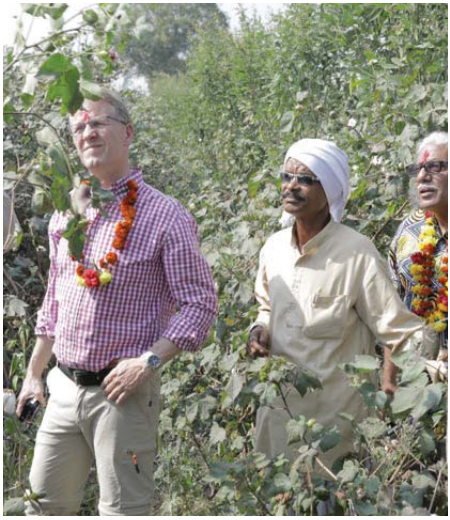
Unternehmensname:	*Dibella GmbH*
Branche:	*Textilindustrie*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*39*
Webseite:	*www.dibella.de*
Kontakt:	*gnass@dibella.de*

Transparenz in der textilen Lieferkette

Das Unternehmen Dibella wurde 1986 gegründet und ist ein B2B-Anbieter für nachhaltige Objekttextilien in der Hotellerie, Gastronomie sowie im Gesundheitswesen. Die Hauptzulieferer des Unternehmens kommen aus Indien, Pakistan und China. Trotz der komplexen Lieferkette achtet Dibella streng auf Transparenz, langfristige Geschäftsbeziehungen und gute Lebensbedingungen für alle Beteiligten. So setzt sich der Textillieferant insbesondere für ökologische und sozial faire Anbaumethoden seiner Baumwolle ein, kooperiert mit lokal ansässigen Initiativen sowie einer überschaubaren Anzahl an Fertigungsunternehmen.
Um einen möglichst engen Austausch zu ermöglichen, ist Dibella zudem dauerhaft mit einem Büro in Indien präsent. In diesem Zuge entstand auch die Zusammenarbeit mit der Chetna-Kooperative, einem Zusammenschluss von indischen Kleinbauern. Gemeinsam entwickelten die Partner Herstellungs- und Arbeitsstandards, die eine sozial faire und ökologische Produktion ermöglichen. Für die weiteren Produktionsprozesse wurde ein umfassender Code of Conduct erstellt, der alle Zulieferbetriebe zur Einhaltung sozial-ökologischer Anforderungen verpflichtet. Dadurch sollen sichere Arbeitsbedingungen und Umweltschutz vor Ort realisiert werden. Im Gegenzug sichert Dibella seinen Lieferanten feste Abnahmemengen und stabile Preise zu. Die fortlaufenden Bemühungen Dibellas haben sich ausgezahlt: Heute gilt die mittelständische Firma über die Textil-

„Dibella hat den gesellschaftlichen Wertewandel frühzeitig erkannt: Durch nachhaltige Produktion und gute Arbeitsbedingungen wollen wir eine Wertschöpfung über die gesamte Lieferkette hinweg schaffen.

Ralf Hellmann, Geschäftsführer, Dibella GmbH



branche hinaus als Pionierin für Zusammenarbeit und Engagement in der Lieferkette. 2019 wurde das Unternehmen zudem mit dem staatlichen Siegel Grüner Knopf für sozial und ökologisch hergestellte Textilien ausgezeichnet.
Das Unternehmen ist stolz auf seine beständigen, vertrauensvollen Partnerschaften und die Transparenz, die es seinen Kund*innen gewährleisten kann. Auch eine umfangreiche CSR-Risikobewertung von Zulieferbetrieben mithilfe eines Online-Tools gehört zum unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsmanagement. Dadurch kann sich Dibella einen Überblick über die Menschenrechtssituation sowie über Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen in den Zulieferbetrieben und deren Ländern verschaffen.
Darüber hinaus zählt aber immer auch die persönliche Einschätzung durch den Kontakt zu den Menschen vor Ort. Daher führt der Einkaufsleiter in den Zulieferbetrieben, je nach Produktionsland, mehrmals jährlich Kontrollen durch. Dibella pflegt aber nicht nur mit seinen Zulieferern transparente und partnerschaftliche Beziehungen, sondern auch mit seinen Kund*innen: So bietet der Textillieferant seinen Abnehmer*innen an, die Unternehmensreisen zu begleiten, um sich einen persönlichen Eindruck von den Maßnahmen zu verschaffen. 2019 veröffentlichte Dibella zudem eine der weltweit ersten Wirkungsstudien über die Lebens- und Arbeitsverhältnisse der Baumwollfarmer*innen in Indien. Auf Grundlage einer aufwendigen zweijährigen Datenerhebung der Chetna-Kooperative gibt die Studie einen detaillierten Einblick, wie sich die Unternehmensaktivitäten von Dibella auf die Bedingungen vor Ort, beispielsweise die Wohnsituation oder den Ausbildungsstand der Farmer*innen, auswirken.

Unternehmensname:	*Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG*
Branche:	*Automobilindustrie*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*35.000*
Webseite:	*www.porsche.com*
Kontakt:	*nachhaltigkeit@porsche.de*

Mit nachhaltigen Lieferketten den Premiumsektor prägen

Die Porsche AG mit Sitz in Stuttgart ist eines der größten deutschen Automobilunternehmen im Premiumsektor. Dies begreift das Unternehmen, das Teil des VW-Konzerns ist, als Verantwortung, und strebt an, im Bereich Nachhaltigkeit und bei seinem Lieferkettenmanagement neue Standards zu setzen. Ein Umdenken hin zu mehr Nachhaltigkeit ist für Porsche nicht nur notwendig, um sich verändernden Kundenwünschen anzupassen. Vielmehr wird dies auch als ein Aspekt der zukunftssichernden Unternehmensführung wahrgenommen. Um die eigenen Lieferketten dauerhaft nachhaltig zu gestalten, wurde im gemeinsamen Konzernverbund ein Instrument zur Bewertung entwickelt. Das dreistufige S-Rating wurde im Juli 2019 bei Porsche implementiert und wird verpflichtend bei allen Zulieferern des VW-Konzerns angewendet. Im ersten Schritt werden die Lieferketten hinsichtlich ihrer sozialen und ökologischen Standards geprüft. Im zweiten Schritt werden eventuelle Risiken gemeinsam besprochen und mögliche Lösungswege erarbeitet. Auf dieser Basis kann im letzten Schritt eine finale Bewertung des Lieferanten stattfinden. Das Ergebnis entscheidet darüber, wie die weitere Zusammenarbeit verläuft. Das Bewertungsmodell wird für die Beschaffungsprozesse bei allen Marken des VW-Konzerns verpflichtend durch-

geführt. Darüber hinaus werden auch Workshops und Schulungen angeboten, in denen die Lieferanten qualifiziert werden, um ihr Ergebnis zu verbessern. So hat Porsche einen maßgeblichen Einfluss auf seine Lieferanten und fungiert als Multiplikator für eine nachhaltige Geschäftspraxis. Die umfassende Analyse der Lieferketten ist eine große Herausforderung für Porsche, da diese oft sehr kleinteilig und global vernetzt sind, wie etwa die Lieferkette der Batterien für E-Mobilität. Auch die Vielfalt der benötigten Teile und Materialien erhöht den Aufwand enorm. Bei Lederumfängen wurde erstmals ein Pilotprojekt mit der Blockchain-Technologie gestartet. Porsche verwendet diese, um eine ganzheitliche Transparenz in der Wertschöpfungskette zu schaffen. Bei dem Piloten mit Leder-Cockpitteilen geht es konkret um Herkunft und Verarbeitung des Naturproduktes, das der Sportwagenhersteller anschließend in seiner eigenen Sattlerei zu individuell konfigurierten Innenausstattungen weiterverarbeitet. Des Weiteren werden derzeit KI-Applikationen getestet, die besondere Risiken und Verstöße innerhalb der Lieferketten identifizieren sowie automatisch melden und somit als Frühwarnsystem dienen. Der Automobilhersteller legt großen Wert auf einen kontinuierlichen Austausch mit seinen internen und externen Stakeholdern, um Nachhaltigkeitskonzepte zu erarbeiten und sich über bewährte Best-Practice-Ansätze auszutauschen. Hierfür wurde 2016 ein Nachhaltigkeitsbeirat geschaffen, der ausschließlich aus externen Expert*innen besteht. Der Beirat soll das Nachhaltigkeitsengagement von Porsche kritisch bewerten, wertvolle Impulse zur Weiterentwicklung bieten sowie den Vorstand entsprechend beraten. Durch den kontinuierlichen Austausch innerhalb verschiedener Initiativen möchte Porsche einen weiteren Beitrag leisten. Als Mitglied der Value Balancing Alliance e. V. möchte das Unternehmen einen standardisierten und praxistauglichen Ansatz entwickeln, der die Auswirkungen der Nachhaltigkeitsbemühungen auf die Natur und die Gesellschaft messen kann. Dies soll eine Abkehr der Bewertung von rein finanziellen Aspekten forcieren. Zudem ist Porsche Mitglied des Branchendialogs Automobilindustrie des Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte (NAP), der vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) koordiniert wird.

“ Für Porsche ist Nachhaltigkeit nicht verhandelbar. In der Beschaffung ist Nachhaltigkeit ein genauso wichtiges Kriterium wie Kosten, Qualität und Logistik.

Uwe-Karsten Städter, Mitglied des Vorstandes, Beschaffung, Porsche AG

Unternehmensname:	*GEPA – The Fair Trade Company*
Branche:	*Groß- und Außenhandel*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*170*
Webseite:	*www.gepa.de*
Kontakt:	*presse@gepa.de*

Globaler Handel auf Augenhöhe

Die Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH (GEPA) aus Wuppertal steht seit ihrer Gründung 1975 für fairen Handel von Produkten wie beispielsweise Kaffee und Schokolade.
Anfangs wurde der Idealismus der GEPA und vieler anderer Aktiver aus der Fair-Trade-Bewegung eher skeptisch gesehen; heute gilt das Unternehmen als Pionier für einen fairen Welthandel. GEPA setzt Standards für würdige Arbeits- und Lebensbedingungen der Menschen, die an der Herstellung der angebotenen Produkte beteiligt sind. Ziel ist ein globaler Handel auf Augenhöhe. Die GEPA möchte so postkoloniale Handelsstrukturen in globalen Lieferketten aufbrechen und – wo möglich – Wertschöpfung in die Länder verlagern, in denen die Rohwaren angebaut werden.
Der faire Handel ist im Gesellschaftsvertrag als einziger Unternehmenszweck verankert. Heute arbeitet die GEPA nach den Grundprinzipien der World Fair Trade Organization (WFTO) und hat dies auch im Rahmen des WFTO-Garantieprogramms überprüfen lassen. Zusätzlich arbeitet die GEPA mit fünf weiteren Zertifizierungs- und Montitoringsystemen zusammen, zum Beispiel FLO-Cert und Naturland FAIR. Die GEPA ist stolz auf ihre jahrzehntelange Pionierarbeit und ihre Glaubwürdigkeit. Der Aufbau transparenter

und fairer Handelsbeziehungen war ein langwieriger Prozess. Durch einen umfangreichen Maßnahmenkatalog und enge Partnerschaften zu Lieferanten ist es dem Unternehmen gelungen, die Wertschöpfungskette nachvollziehbar offenzulegen. Jedes Produkt kann in seinen einzelnen Produktionsschritten zurückverfolgt und hinsichtlich sozialer und ökologischer Kriterien überprüft werden.
Um die hohen Qualitätsstandards der Produkte zu gewährleisten, bietet die GEPA ihren Partner*innen umfangreiche Schulungen. Dabei lernen die Zulieferbetriebe beispielsweise Maßnahmen zur CO_2-Reduktion oder zum wassersparenden Anbauverfahren kennen.
Ein weiterer Schwerpunkt ist seit 2018 das Projekt „Wertschöpfung im Ursprung“ am Beispiel von Röstkaffee aus Guatemala, Honduras und Ruanda. Der größte Teil der Wertschöpfung konzentriert sich auf die weiterverarbeitenden Schritte. Davon profitieren die Menschen in den Anbauländern. So kann durch Röstung beziehungsweise Veredelung von Kaffeebohnen vor Ort der erwirtschaftete Gewinn für lokale Produzent*innen deutlich steigen.
Mit diesem Ansatz werden Strukturen aufgebaut, die die Lebenswelt der Menschen nachhaltig verbessern. Dabei setzt die GEPA seit jeher auf gentechnikfreie Produkte und das Prinzip „bio und fair“.
Insgesamt stammen 84 Prozent der Produkte aus geprüftem ökologischen Anbau und tragen damit zu einer nachhaltigeren Landwirtschaft in den Anbauländern bei. Das erfolgreiche Engagement der letzten Jahrzehnte soll weiter ausgebaut werden: Mit dem Zeichen „fair +“ will die Gesellschaft ein Signal setzen und den fairen Handel weiterentwickeln. Darüber hinaus ist ein verstärktes Engagement auf dem afrikanischen Kontinent geplant. Ein Beispiel ist das „Taste Fair Africa“-Sortiment, das im Fachhandel erhältlich ist. Auch in Europa ist das Unternehmen aktiv: 2011 hat es beispielsweise die erste Schokolade mit fair gehandelter Milch von deutschen Produzenten ins Produktportfolio aufgenommen. Zukünftiges Ziel der GEPA ist es, den Weg des fairen Handels weiterzugehen und die eigene Marktposition zu stärken, ohne dabei die Unternehmensphilosophie zu verwässern.

“ Die komplette Lieferkette – von den Ressourcen, der Herstellung über die Produktion bis zum Vertrieb – abbilden zu können, ist vor allem bei Schokolade ein sehr kleinteiliger Prozess. Doch jetzt können wir wirklich jeden Schritt verfolgen und transparent darstellen.

Brigitte Frommeyer, Pressereferentin, GEPA – The Fair Trade Company

Unternehmensname:	*Haas & Co. Magnettechnik GmbH*
Branche:	*Metallerzeugung*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*24*
Webseite:	*www.haas-magnettechnik.com*
Kontakt:	*csr@haas-magnettechnik.com*

Pionier nachhaltiger Magnetherstellung

Die Haas & Co. Magnettechnik GmbH ist ein Familienunternehmen mit Sitz in Wiesbaden, das sich auf die Herstellung und den Vertrieb von Produkten der Magnettechnikindustrie spezialisiert hat. Das Unternehmen beschäftigt sich seit rund zehn Jahren intensiv mit sozialen und ökologischen Fragestellungen der eigenen Geschäftstätigkeit. Durch die anhaltenden Bemühungen des Unternehmens konnten bereits viele Nachhaltigkeitsaspekte erfolgreich umgesetzt werden. So nahm Haas Magnettechnik an dem INQA-Projekt „Zukunftsfähige Unternehmenskultur“ teil, um für Fachkräfte besonders attraktiv zu bleiben und seinen Mitarbeiter*innen Weiterbildungsmöglichkeiten zu bieten. Als größte Herausforderungen stellen sich jedoch ökologische und menschenrechtliche Bedingungen entlang der Lieferkette heraus: Die Seltene Erde Neodym ist ein Grundstoff zur Magnetherstellung. Das Vorkommen ist zu rund 90 Prozent auf die Volksrepublik China beschränkt. So ist eine langfristige Zusammenarbeit mit China Basis des wirtschaftlichen Erfolgs der Haas & Co. Magnettechnik GmbH. Um eine größtmögliche Transparenz entlang der Lieferkette sicherzustellen, setzt das Unternehmen auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten. Durch langjährigen persönlichen Kontakt hat Haas Magnettechnik die Arbeitsbedingungen

“ Als Familienunternehmen haben wir seit jeher ein hohes Verantwortungsbewusstsein gegenüber unseren Mitarbeitenden und Lieferanten. Nachhaltigkeit für Mensch und Natur spielt für uns im gesamten Herstellungsprozess eine wesentliche Rolle – vor Ort wie auch in unserer internationalen Lieferkette.

Christopher Haas, Geschäftsführer, Haas & Co. Magnettechnik GmbH

in seinem Zulieferbetrieb signifikant verbessern können. Die fortlaufende Umsetzung von Maßnahmen zu Arbeitssicherheit und Mitarbeitergesundheit, wie die Einführung von Atemschutzmasken und Sicherheitsbekleidung, erwies sich dabei als echte Win-win-Situation: Einerseits wurde die Zufriedenheit der chinesischen Mitarbeiter*innen gesteigert, andererseits wurden Produktionsausfälle und somit ökonomische Verluste für den Lieferanten vermieden. Diese positiven Erfahrungen möchte Haas Magnettechnik weitergeben: Im Rahmen der neu gegründeten deutsch-chinesischen Brancheninitiative FairMagnet sollen soziale und ökologische Aspekte beim Abbau sowie bei der Weiterverarbeitung von Seltenen Erden gefördert werden. Dabei steht der partnerschaftliche Austausch zwischen Rohmagnetherstellern aus China und Importeuren aus Deutschland im Mittelpunkt. Ziel der Zusammenarbeit ist es, einen eigenen Zertifizierungsstandard für Hersteller zu entwickeln, der neben sozialen auch ökologische Aspekte berücksichtigt– ein Novum für die Branche. So soll sichergestellt werden, dass auch weitere Zulieferbetriebe in China zukünftig von hohen Umwelt- und Arbeitssicherheitsstandards profitieren. Die erzielten Erfolge belegen: Das Unternehmen hat gemeinsam mit seinem chinesischen Partner einen Machbarkeitsbeweis für die Umsetzung von CSR-Ansätzen in globalen Lieferketten erbracht. Darüber hinaus ist Haas Magnettechnik auch in Deutschland aktiv: Das Unternehmen kooperiert mit dem Fraunhofer-Institut, um die Wiederverwertung von Windrädern, in denen Neodym verbaut worden ist, deutschlandweit zu fördern. Durch die Verwendung von recyceltem Material möchte das Unternehmen der Rohstoffverknappung vorbeugen. Damit zeigt Haas Magnettechnik, dass das eigene CSR-Engagement nicht mit der Unternehmensgröße zusammenhängt und sowohl auf technischer Innovation als auch auf vertrauensvollen Partnerschaften über Landesgrenzen hinaus beruht.

Unternehmensname:	*REWE Group*
Branche:	*Lebensmitteleinzelhandel*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*345.000*
Webseite:	*www.rewe-group.com*
Kontakt:	*nachhaltigkeit @rewe-group.com*

Herausforderungen in der Lieferkette gezielt identifizieren und angehen

Die REWE Group mit Sitz in Köln zählt zu den größten deutschen Handels- und Touristikkonzernen – der besonderen Rolle und Einflussmöglichkeiten, die damit einhergehen, ist sich das Unternehmen bewusst. In ihren Leitlinien formuliert die REWE Group klare Regeln für die eigene Geschäftstätigkeit und ihre globalen Lieferketten, um Fairness sicherzustellen, Kinderarbeit zu verhindern und existenzsichernde Einkommen zu gewährleisten. Darin sind die Prozesse definiert, mit denen der Konzern Menschenrechte stärken und Arbeitsbedingungen verbessern möchte. Um seinem hohen Anspruch gerecht zu werden, hat das Unternehmen 2008 begonnen, seine Lieferketten hinsichtlich geltender CR-Standards zu überarbeiten und zu verbessern. Unterstützt wird die REWE Group dabei seit rund zehn Jahren von einem externen Nachhaltigkeitsgremium, das mit fünf Vertreter*innen von Nichtregierungsorganisationen besetzt ist und bei strategischen Entscheidungen regelmäßig einbezogen wird. Bei der Umsetzung von transparenten Lieferketten steht das Unternehmen aufgrund der großen Bandbreite des Sortiments sowie der vielen unterschiedlichen Rohstoffe täglich vor großen Herausforderungen. Daher führt es seit 2016 eine umfassende Risikoanalyse durch,

“Wir möchten innerhalb unserer Geschäftsfelder aktiv zur Verbesserung sozialer und ökologischer Bedingungen in den Wertschöpfungsketten beitragen. Unsere Kunden sollen darauf vertrauen können, dass wir uns um unsere Produkte und deren Produktionsbedingungen kümmern – vom Bodensee bis Bangladesch, vom Alten Land bis in die Tropen.

Dirk Heim, Bereichsleiter Nachhaltigkeit Ware, REWE Group

um besonders kritische Rohstoffe zu identifizieren. So wurde unter anderem beim Produkt Orangensaft akuter Handlungsbedarf festgestellt. Entsprechend stolz ist das Unternehmen auf den ersten komplett rückverfolgbaren Orangensaft seiner Eigenmarken „REWE Beste Wahl“ und „Paradiso“ bei PENNY, der seit 2019 in den Märkten erhältlich ist. Die REWE Group hat gemeinsam mit Fairtrade ein Projekt mit Schulungsprogrammen gestartet, um die wirtschaftliche Situation speziell von kleinbäuerlichen Orangenproduzenten zu verbessern. Im Bereich Kakao hat die REWE Group in Kooperation mit Fairtrade, dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) sowie deren Initiative für nachhaltige Agrarlieferketten (INA) ein Projekt mit einer Kakaobauern-Kooperative in Ghana gestartet. Dessen Ziel ist es, existenzsichernde Einkommen für Kakaobauern zu erreichen. Die entsprechende Schokolade ist ab Herbst 2020 in den Märkten erhältlich. Alle Lieferanten, Produktionsstätten und Erzeuger werden von der REWE Group konsequent auf Nachhaltigkeit überprüft. Alle Produktionsstätten in sogenannten Risikoländern (Definition nach amfori) müssen nach anerkannten Sozialstandards auditiert sein. Strategische Produktionsstätten durchlaufen zudem ein eineinhalbjähriges individuelles und intensives Trainingsprogramm. Erzeuger von sogenannten Fokusrohstoffen müssen nach einschlägigen Nachhaltigkeitsstandards zertifiziert sein. Mit den umfassenden Maßnahmen will die REWE Group die aktuellen Herausforderungen offensiv angehen und höhere Standards im Lieferkettenmanagement der gesamten Lebensmittelbranche setzen.

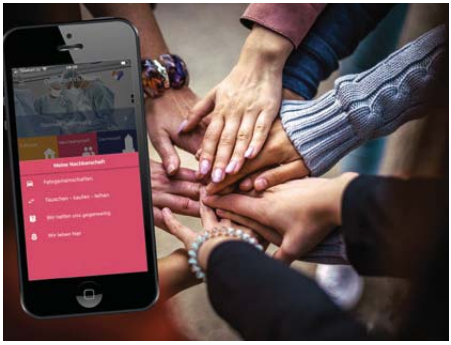
CSR und Digitalisierung

Die Nominierten in dieser Sonderpreiskategorie

Unternehmensname:	*HEAG Holding AG*
Branche:	*Managementholding*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*35 (Konzern: ca. 2800)*
Webseite:	*www.heag.de*
Kontakt:	*daniel.pfeffer@heag.de*

Potenziale der Digitalisierung für ein nachhaltiges Stadtleben

Die HEAG Holding AG ist die Führungsgesellschaft des HEAG-Konzerns und berät die Wissenschaftsstadt Darmstadt in allen wirtschaftlichen Angelegenheiten. Gemeinsam mit der Wissenschaftsstadt Darmstadt und den Unternehmen der kommunalen Wirtschaft arbeitet die HEAG am Konzept einer digitalen Stadt, um die Leistungen der Daseinsvorsorge so effizient wie möglich bereitzustellen. Durch einen umfangreichen Maßnahmenkatalog, der beispielsweise den Aufbau eines digitalen Verkehrs- und Umweltsensornetzes in Darmstadt umfasst, sollen die Ressourcen der Stadt effizient genutzt und gesteuert werden.
Das Konzept der „Digitalstadt Darmstadt“, das in enger Zusammenarbeit mit der Wissenschaftsstadt, der Kommunal- und der Privatwirtschaft entwickelt wurde, erhielt 2016 vom Digitalverband Bitkom e. V. die Auszeichnung „Digitale Stadt“.
Im Sinne einer proaktiven Beteiligung wurde ein Unternehmerbeirat gegründet, der die Umsetzung der geplanten Maßnahmen unterstützt. Für die Bürger*innen soll der Alltag in vielen Bereichen durch digitale Abläufe angenehmer,



effizienter und ressourcenschonender gestaltet werden. Ein Ethik- und Technologiebeirat hilft, diese Vorhaben erfolgreich umzusetzen und mit den Risiken der Digitalisierung abzuwägen. Ein Beispiel für digitale Anwendungen im Bereich gesellschaftliches Engagement der HEAG ist die Nachbarschaftsapp „Darmstadt im Herzen“, deren Ziel eine stärkere Vernetzung der Bürger*innen ist. So können über die Anwendung beispielsweise Fahrgemeinschaften gebildet werden. Ergänzt wird die App unter anderem um die Funktionen des füreinander Einkaufens sowie eines digitalen Tausch- und Leihladens. Innerhalb der Stadt sollen zur Abwicklung dieser Geschäfte physische

Orte geschaffen werden, die das digitale mit dem realen Leben verknüpfen. Dies fördert Gemeinschaftlichkeit und schont Ressourcen. Die HEAG setzt sich zudem intensiv für die Förderung von Unternehmensgründungen und Vereinen in der Wissenschaftsstadt Darmstadt und der Region ein. Das Unternehmen bietet einerseits ein umfangreiches Gründercoaching an. Dies beinhaltet kostenfreie Beratungsleistungen und Mentoringangebote. Flankiert wird das Angebot durch die Bereitschaft, als Referenzkunde jungen Unternehmen für innovative Produkt- oder Dienstleistungsideen zur Verfügung zu stehen. Auch die Stärkung von Vereinen und Initiativen ist der HEAG Holding AG wichtig, um das Engagement von ehrenamtlich Tätigen zu würdigen und die Vereinsführung mit Wissen zu unterstützen. Hierzu werden persönliche Coaching-Gespräche mit Expert*innen sowie Workshops angeboten. Im Rahmen der Digitalisierung setzt sich die Gesellschaft kritisch auch mit den durch digitale Prozesse verursachten CO_2-Emissionen auseinander und prüft vor diesem Hintergund den Einsatz digitaler Instrumente.
Auch die Themen regenerative Energien, bezahlbarer Wohnraum und Verkehrswende gewinnen an gesellschaftlicher Relevanz und betreffen direkt die Geschäftsmodelle des Unternehmens. Die HEAG ist davon überzeugt, dass durch ihren partizipativen Ansatz und die digitalen Transformationsprozesse auch diese Herausforderungen gemeistert werden können.

“ Digitalisierung muss einen klaren Mehrwert für die Gesellschaft haben. Mit unserer Nachbarschaftsapp ‚Darmstadt im Herzen‘ wollen wir das gesellschaftliche Miteinander durch die Verknüpfung des digitalen mit dem realen Leben stärken.

Daniel Pfeffer, Handlungsbevollmächtigter Unternehmensentwicklung, HEAG Holding AG

Unternehmensname:	*Hostsharing eG*
Branche:	*Informations- und Kommunikationstechnologien*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*8*
Webseite:	*www.hostsharing.net*
Kontakt:	*info@hostsharing.net*

Nachhaltige Community Cloud für unternehmenskritische Anwendungen

Die Hostsharing eG bietet ihren Kund*-innen hochverfügbare Plattform-Services auf eigener Infrastruktur für deren Internetanwendungen und Cloud-Lösungen sowie individuelle IT-Services. Das Besondere an Hostsharing ist die genossenschaftliche Rechtsform. Die Firma wurde im Jahr 2000 von IT-Spezialisten aus ganz Deutschland in Hamburg gegründet. Für die Genoss*innen betreibt Hostsharing die Managed Operations Platform als Service. Alle, die Direktleistungen von der Genossenschaft beziehen, sind zugleich Anteilseigner*innen von Hostsharing, sodass die Interessen der Nutzer*innen mit denen der Investierenden übereinstimmen. Dies gilt entsprechend auch für die Angestellten. Die Hostsharing eG ist damit eine Konsumentengenossenschaft, die von ihren Kund*innen und Mitarbeiter*innen selbst verwaltet wird. Hostsharing hat sich den Grundsätzen der Gemeinwohlökonomie verpflichtet und ist Mitglied im Gemeinwohlökonomie Deutschland e. V.

*“Die Rechtsform Genossenschaft macht unser Unternehmen in der Branche einzigartig. Alle Kund*innen und Mitarbeiter*innen von Hostsharing sind auch Anteilseigner*innen des Unternehmens. Wir haben ein gemeinsames Interesse daran, die Genossenschaft weiterzuentwickeln.*

Estelle Goebel-Aribaud, Marketing Managerin, Hostsharing eG

Der Erfolg des Unternehmens bemisst sich dabei nicht nach rein finanziellen Aspekten. Hostsharing wirtschaftet nach demokratischen Werten, und in Unternehmensentscheidungen werden stets die Auswirkungen auf Natur und Gesellschaft berücksichtigt. Auf die Kombination von genossenschaftlicher

Organisation und gemeinwohlorientiertem Fokus ist das Unternehmen besonders stolz. Im Jahr 2019 hat Hostsharing den ersten Nachhaltigkeitsbericht nach den Grundsätzen der Gemeinwohlökonomie veröffentlicht, eine entsprechende Bilanz ist in Planung. Die Mitglieder und Mitarbeiter*innen werden in alle wesentlichen Entscheidungen einbezogen und gestalten das Unternehmen mit. Zu den Mitgliedern zählen kleine und mittlere Unternehmen, Genossenschaften, Vereine, IT-Entwickler*innen sowie Blogger*innen. Die wirtschaftliche Förderung der Mitglieder ist der Auftrag einer Genossenschaft. Hostsharing verfolgt dieses Ziel durch individuelle Leistungen und verursachergerechte Kostenumlage. Die technische Infrastruktur befindet sich in zertifizierten Rechenzentren in Deutschland und ist so ausgelegt, dass sie ökologisch nachhaltig und mit der gewünschten Performance und Datensicherheit betrieben wird. Bei der Beschaffung neuer Server, dem Hauptbetriebsmittel für das Kerngeschäft von Hostsharing, setzt das Unternehmen auf Nachhaltigkeitsstandards. Außerdem werden alle Rechenzentren, die von Hostsharing genutzt werden, mit Ökostrom betrieben. Dies sowie die Arbeit in verteilten Teams mit Homeoffice führt zu einer deutlichen Reduzierung von Treibhausgasen, da Wegstrecken von und zur Arbeit sowie der Gesamtenergiebedarf sehr gering sind. Zum anderen verringert Hostsharing den ökologischen Fußabdruck durch geschicktes Ressource Pooling in den Rechenzentren. Hostsharing lastet die vorhandenen Serverkapazitäten optimal aus. Auch die Lebensdauer der technischen Komponenten wird vollständig ausgenutzt, um Ressourcen zu schonen und somit auch unnötige Treibhausgasemissionen zu vermeiden. Insgesamt setzt das Unternehmen auf einen persönlichen Austausch mit den Mitgliedern und auf eine starke Open Source Community. Die Mitglieder stehen in einem permanenten Austausch, kommen bei Firmenevents zusammen und engagieren sich gemeinsam für freie Software und offene Netze.

Unternehmensname:	*mitunsleben GmbH*
Branche:	*Gesundheits- und Sozialwesen*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*25*
Webseite:	*www.mitunsleben.de*
Kontakt:	*e.frati@mitunsleben.de*

Orientierung in der Pflege mithilfe künstlicher Intelligenz

Die mitunsleben GmbH aus Berlin ist ein Start-up mit digitalem Fokus im Pflegebereich. Es hat es sich zum Ziel gesetzt, mit seiner Plattform den unübersichtlichen Pflegemarkt zugänglicher zu gestalten und seinen Kund*innen passgenaue Angebote zu vermitteln. Das gemeinwohlorientierte Unternehmen sieht sich dabei als Digital- und Sozialunternehmen. Das Kerngeschäft ist auf Nachhaltigkeit ausgelegt, insbesondere auf den sozialen Aspekt der Gesundheitsversorgung. Aktuell hat mitunsleben einen besonderen Fokus auf die moralischen Fragen gerichtet, die im Rahmen der Verwendung von künstlicher Intelligenz in Verbindung mit Gesundheitsdaten aufkommen. Diese werden mit einer Ethikexpertin oder in Workshops mit Angehörigen und Betroffenen diskutiert. Als derzeit größtes Geschäftsfeld betreibt das Unternehmen seit Oktober 2019 die Plattform mitpflegeleben.de, die bisher insgesamt 25.699 Einrichtungen aufführt. Auf der Plattform findet mithilfe von künstlicher Intelligenz eine digitale Beratung statt, um den Kund*innen passgenaue Pflegeangebote vorzuschlagen. Dabei werden unterschiedliche Angebote, von ambulanten Diensten bis hin zu stationärer Pflege, abgedeckt. Die Anbieter*innen haben die Möglichkeit, ihre Angebote zu platzieren und ebenfalls passende Patient*innen zu finden. Durch die Nutzung künstlicher Intelligenz profitieren beide Seiten: Pflegesuchende ersparen sich eine mühsame oder langwierige Recherche, und Anbieter*innen können den Interessierten ihr Portfolio leichter bereitstellen. Die Mitarbeiter*innen von mitunsleben werden stark in die Entwicklung von CSR-Maßnahmen eingebunden, bringen sich ein und helfen dabei, lebendige Strukturen zu schaffen. In regelmäßigen Meetings werden gemeinsam mit der gesamten Beleg-

schaft konkrete Zielsetzungen einer nachhaltigen Digitalisierung für das Unternehmen entwickelt. Die aktive Auseinandersetzung mit CSR und ethischen Fragestellungen ist eine grundsätzliche Einstellungsvoraussetzung bei mitunsleben. Bereits im Rahmen des Bewerbungsverfahrens werden potenzielle Arbeitnehmer*innen über die ethischen und moralischen Grundsätze aufgeklärt. Das Wertesystem des Unternehmens orientiert sich an dem der Gesellschafter, zu denen beispielsweise die Caritas und die Johanniter zählen. Um die digitalen Angebote konsequent im Sinne der Kund*innen weiterzuentwickeln, arbeitet mitunsleben eng mit den Pflegeanbieter*innen und Sozialverbänden, wie beispielsweise dem Verband für Digitalisierung und Sozialwirtschaft e. V., zusammen. Gemeinsame Workshops mit den Pflegedienstleister*innen haben sich als effektives Format erwiesen, um einen zielführenden Wissenstransfer zu gewährleisten. Das Unternehmen plant zudem eine Ausweitung des Firmenportfolios. So wird bereits an einer weiteren digitalen Plattform gearbeitet, die Menschen mit Behinderung in den Fokus nimmt. Mitunsleben möchte künstliche Intelligenz und selbstlernende Systeme effizient in der Sozialwirtschaft einsetzen und so einen gesamtgesellschaftlichen Mehrwert bieten. Mithilfe dieser digitalen Systeme sollen Privatkund*innen, Anbieter*innen und Patient*innen verbunden und ihr Alltag vereinfacht werden. So wird von mitunsleben ein Weg aufgezeigt, wie digitale Technologie für die Gesellschaft eingesetzt wird und einen positiven Effekt für die Menschen haben kann.

“ Mit unserer Plattform möchten wir Pflegebedürftigen und ihren Angehörigen Orientierung im Pflegedschungel bieten. So finden sie schnell und kostenfrei bedarfsgerechte Angebote. Die digitale Transformation ermöglicht es uns, effiziente, passgenaue Pflegelösungen anzubieten.

Cornelia Röper, Geschäftsführerin, mitunsleben GmbH

Unternehmensname:	*SAP SE*
Branche:	*Softwareentwicklung*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*100.030*
Webseite:	*www.sap.com*
Kontakt:	*sustainability@sap.com*

Digitalisierung für nachhaltiges Wirtschaften

Die SAP SE stellt ihren Kund*innen weltweit Softwarelösungen zur Verfügung, durch die sich Geschäftsprozesse abbilden und effizient abwickeln lassen. Als drittgrößtes Softwareunternehmen weltweit möchte SAP vorangehen und zeigen, wie Digitalisierung nachhaltiges Unternehmenshandeln ermöglicht. Mithilfe digitaler Lösungen können beispielsweise komplexe Lieferketten abgebildet und im Sinne der Nachhaltigkeitsperformance optimiert werden. Für SAP beinhaltet Digitalisierung die Chance, die Wirtschaft und das gesamte Zusammenleben nachhaltiger zu gestalten. So beschäftigt sich das Unternehmen aus Walldorf auch intensiv mit Themen rund um Big Data und selbstlernende Systeme sowie mit den ethischen Herausforderungen von künstlicher Intelligenz.

SAP-Lösungen werden beispielsweise im Gesundheitswesen zur Krebsanalyse eingesetzt. Sie ermöglichen es, Patientendaten konsolidiert auf eine einzige Plattform zu bringen, zu verknüpfen und zu analysieren, um individuelle Behandlungen für die Patient*innen zu finden und so die Heilungschancen der Therapien zu steigern. Am Beispiel sensibler Patientendaten wird deutlich, welche Rolle Datenschutz zum Beispiel durch Anonymisierung und Sicherheit im Kontext verantwortungsvoller

Digitalisierung spielt. SAP investiert sehr stark in Forschungsvorhaben, um die eigene Cloud-Infrastruktur und Datensicherheit stetig zu optimieren. SAP-Cloud-Produkte werden auch in Smart-City-Projekten genutzt, wie beispielsweise in Buenos Aires, wo Sensoren im Kanalsystem frühzeitig vor Überflutungen warnen.
Das Unternehmen übernimmt soziale Verantwortung auch über die Bereitstellung von Software hinaus. SAP ist überzeugt, dass digitale Anwendungen großes Potenzial im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit haben und das Leben von Menschen weltweit verbessern können. Daher wurde die „Africa Code Week“ ins Leben gerufen. An dieser nehmen mittlerweile 37 afrikanische Länder teil, und bisher wurden fast 90.000 Jugendliche erreicht und in Coding-Techniken weitergebildet. Gemeinsam mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) setzt sich SAP für die Stärkung der digitalen Infrastruktur in Afrika ein, indem existenzsichernde Arbeitsplätze geschaffen und zukunftsfähige Wirtschaftsstrukturen aufgebaut werden. Um gemeinsam mit gleichgesinnten Unternehmen an der Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs) zu arbeiten, ist SAP unter anderem Mitglied in der Global Alliance for YOUth, deren Ziel es ist, Jugendlichen weltweit durch gezielte Bildungsformate eine Perspektive zu bieten.
Darüber hinaus ist das Unternehmen seit Beginn an Teil der Corporate Digital Responsibility-Initiative des Bundesministeriums der Justiz und für Verbaucherschutz (BMJV).
Ziel der Initiative ist die Entwicklung von Leitlinien zum verantwortungsvollen Umgang mit Digitalisierung.
Im Rahmen einer Kooperation mit der Ellen McArthur Foundation setzt sich SAP zudem für die Weiterentwicklung der Kreislaufwirtschaft ein. In weiteren Projekten arbeitet SAP gemeinsam mit anderen Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Bildungseinrichtungen und Regierungen an der Reduzierung von Plastik in den Weltmeeren. Hier kann SAP mit umfassender digitaler Expertise wertvolle Beiträge leisten. Über den digitalen Marktplatz Ariba Network beispielsweise sollen gezielt Einkäufer*innen mit Lieferanten für recyceltes Plastik und Plastikalternativen verbunden werden.

“ Digitalisierung und Nachhaltigkeit müssen gemeinsam gedacht werden und Hand in Hand ineinandergreifen. Dies ist zur Erreichung einer Vielzahl der ehrgeizigen UN-Nachhaltigkeitsziele unabdingbar.

Daniel Schmid, Chief Sustainability Officer, SAP SE

Unternehmensname:	*Telefónica Deutschland Holding AG*
Branche:	*Telekommunikation*
*Anzahl Mitarbeiter*innen:*	*8590*
Webseite:	*www.telefonica.de/verantwortung*
Kontakt:	*cr-de@telefonica.com*

Digitale Chancen sicher und inklusiv nutzen

Telefónica Deutschland ist einer der führenden Telekommunikationsanbieter in Deutschland. Bis 2022 will das Unternehmen mit Sitz in München zum „Mobile Customer & Digital Champion“ werden, indem Kund*innen mobile Freiheit ermöglicht und dazu passende Produkte und Leistungen angeboten werden.
Digitale Verantwortung (Corporate Digital Responsibility, CDR) spielt für Telefónica eine wichtige Rolle und ist Teil der Nachhaltigkeitsstrategie. Das Unternehmen setzt sich in einem Digitalen Manifest für einen neuen digitalen Pakt ein. Nur durch umfassende Modernisierung sozialer, wirtschaftlicher und demokratischer Institutionen kann Digitalisierung für alle Menschen gelingen, was ein wichtiges Ziel Telefónicas ist. Dazu werden die Netze in Stadt und Land massiv ausgebaut und Jugendlichen in Workshops digitale Kompetenzen, beispielsweise zum Umgang mit Cybermobbing, vermittelt. Telefónica will alle Generationen für einen verantwortungsvollen Umgang mit der digitalen Welt sensibilisieren. Dafür kooperiert das Unternehmen mit der Stiftung Digitale Chancen im Projekt „Digital mobil im Alter – Tablet-PCs für Senioren“. So sollen ältere Menschen den sicheren Umgang mit digitalen Medien erlernen. Unter fachkundiger Begleitung können sie Tablets ausprobieren und dabei lernen, das Internet und Apps bedürfnisbezogen zu nutzen.
Darüber hinaus setzt Telefónica auf den regelmäßigen Austausch mit Unter-

“ Wir haben uns zum Ziel gesetzt, den digitalen Wandel zum Wohle der Gesellschaft zu gestalten und den Menschen stets in den Mittelpunkt der Transformation zu stellen.

Claudia von Bothmer, Head of Corporate Responsibility, Telefónica Deutschland

nehmen, Gesellschaft und Politik, um Chancen und Risiken der Digitalisierung zu diskutieren. Dazu finden Veranstaltungen zu aktuellen und gesellschaftsrelevanten Fragen der Digitalisierung im Telefónica BASECAMP in Berlin statt.
Telefónica ist seit Beginn Teil der CDR-Initiative des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz, welche die Entwicklung von CDR-Prinzipen zum Ziel hat. Telefónica setzt auf den verantwortungsvollen Einsatz von Digitalisierung für gesellschaftlichen Wohlstand. Entscheidend ist dabei auch die Datensicherheit. Ein Beispiel hierfür ist die TÜV-zertifizierte Datenanonymisierungsplattform (DAP). Über diese können große Datenmengen unter Einhaltung hoher Datenschutzstandards für gesellschaftliche Zwecke genutzt werden. Mithilfe der DAP kann beispielsweise der Verkehr in Großstädten gesteuert werden. Dazu werden Verkehrsdaten von Mobiltelefonen gesammelt und ausgewertet. So können Ampelschaltungen für eine effiziente Verkehrssteuerung optimiert oder die Taktungen des öffentlichen Nahverkehrs in Echtzeit angepasst werden.
Telefónica bekennt sich zu ethischen Prinzipien für künstliche Intelligenz (KI). Diese dienen dem Unternehmen als Orientierung, wenn es mit Daten und KI arbeitet und gleichzeitig einen positiven Einfluss der Technologie auf die Gesellschaft unterstützt.
Die Herausforderung der Digitalisierung kann aus Sicht des Unternehmens nur gesamtgesellschaftlich gelöst werden. So sollen „Blaupausen“ zur nachhaltigen und inklusiven Digitalisierung erarbeitet werden, bei denen auch die Mitarbeiter*innen einbezogen werden.
Digitalisierung verändert die Arbeitswelt und bietet gleichzeitig Chancen. Mit dem Positionspapier „Freiheit und Verantwortung im digitalen Zeitalter“ gibt Telefónica Mitarbeiter*innen Orientierung und Sicherheit bei Themen wie „Entwicklung und Qualifizierung“ oder „sichere Nutzung moderner Arbeitsmittel“.

DER WETTBEWERB IM KOMPAKTÜBERBLICK

Ablauf des CSR-Preises 2020

Bewerbung
Am Wettbewerb können Unternehmen unabhängig von ihrer Größe und Branchenzugehörigkeit teilnehmen. Voraussetzung ist der Unternehmenssitz in Deutschland.

Preiskategorien
Ausgezeichnet werden Unternehmen in unterschiedlichen Größenklassen
→ kleine Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten
→ mittlere Unternehmen mit 250 bis 999 Beschäftigten und
→ große Unternehmen mit 1000 und mehr Beschäftigten

sowie in zwei ***Sonderpreiskategorien***
→ Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement und
→ CSR und Digitalisierung.

Handlungsfelder
Bewertet werden die Unternehmen in den fünf Aktionsfeldern „Unternehmensführung", „Markt", „Arbeitsplatz", „Umwelt" und „Gemeinwesen" beziehungsweise in den jeweiligen Aktionsfeldern der Sonderpreiskategorien.

Dreistufiger Analyseprozess
1. Management-Befragung mit anschließender Nominierung
2. Stakeholder-Befragung
3. Jury-Entscheidung über die Preisträger-Unternehmen

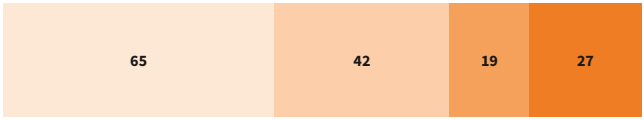
CSR-Preis als Lernpreis
Alle teilnehmenden Unternehmen erhalten nach Abschluss des Wettbewerbs eine unternehmensindividuelle Auswertung ihrer Ergebnisse sowie eine Zusammenfassung der Gesamtergebnisse aus der Management-Befragung.

TEILNEHMERZAHLEN DES CSR-PREISES DER BUNDESREGIERUNG

2013

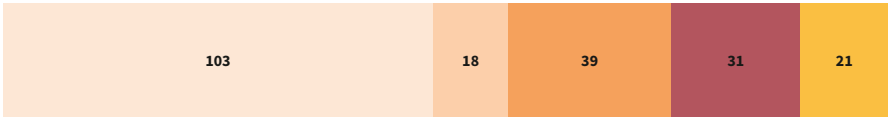
GK 1 (1–49) **GK 2** (50–499) **GK 3** (500–4999) **GK 4** (5000+)

2014



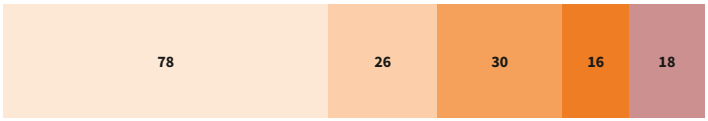
GK 1 (1–49) **GK 2** (50–499) **GK 3** (500–4999) **GK 4** (5000+)

2017



GK 1 (1–249) **GK 2** (250–999) **GK 3** (1000+) **Sonderpreis: Integration Geflüchteter** **Sonderpreis: Lieferkette**

2020



GK 1 (1–249) **GK 2** (250–999) **GK 3** (1000+) **Sonderpreis: Lieferkette** **Sonderpreis: Digitalisierung**

Gesamt (755 Bewerberunternehmen)

2013	2014	2017	2020
222	153	212	168

***GK = GRÖSSENKLASSE**

DIE PREISTRÄGERUNTERNEHMEN DER VERGANGENEN WETTBEWERBSDURCHGÄNGE

2013

THOMAS BECKER – ATELIER FÜR SCHMUCK
Unternehmen mit bis zu 49 Beschäftigten

STUDIOSUS REISEN MÜNCHEN GMBH
Unternehmen mit 50 bis 499 Beschäftigten

HIPP GMBH & CO. PRODUKTION KG
Unternehmen mit 500 bis 4999 Beschäftigten

TCHIBO GMBH
Unternehmen mit 5000 und mehr Beschäftigten

TÜRENMANN STUTTGART GMBH & CO. KG
Sonderpreis der Jury 2013

2014

SPEICK NATURKOSMETIK WALTER RAU GMBH & CO. KG
Unternehmen mit bis zu 49 Beschäftigten

LEBENSBAUM / ULRICH WALTER GMBH
Unternehmen mit 50 bis 499 Beschäftigten

BISCHOF + KLEIN GMBH & CO. KG
Unternehmen mit 500 bis 4999 Beschäftigten

OTTO GROUP
Unternehmen mit 5000 und mehr Beschäftigten

MICAS AG
Sonderpreis der Jury 2014

2017

GUNDLACH BAU- UND IMMOBILIEN GMBH & CO. KG
Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten

RAPUNZEL NATURKOST GMBH
Unternehmen mit 250 bis 999 Beschäftigten

GROHE AG
Unternehmen mit 1000 und mehr Beschäftigten

WELEDA AG
Sonderpreis Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement

BAYERISCHE BLUMEN ZENTRALE GMBH
Sonderpreis Betriebliche Integration geflüchteter Menschen in kleinen und mittelständischen Unternehmen

BOEBA MONTAGEN- UND ALUMINIUM-BAU GMBH
Sonderpreis Betriebliche Integration geflüchteter Menschen in kleinen und mittelständischen Unternehmen

ESTA APPARATEBAU GMBH & CO. KG
Sonderpreis Betriebliche Integration geflüchteter Menschen in kleinen und mittelständischen Unternehmen

MEVANTA PFLEGEGESELLSCHAFT MBH
Sonderpreis Betriebliche Integration geflüchteter Menschen in kleinen und mittelständischen Unternehmen

MILCHVIEHBETRIEB WOLTERS GMBH / BAUERNKÄSEREI WOLTERS GMBH
Sonderpreis Betriebliche Integration geflüchteter Menschen in kleinen und mittelständischen Unternehmen

SCHMAUDER & RAU GMBH
Sonderpreis Betriebliche Integration geflüchteter Menschen in kleinen und mittelständischen Unternehmen

IMPRESSUM

Herausgeber
Bundesministerium für Arbeit und Soziales,
Referat VI b 3 „CSR – Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“
11017 Berlin

Stand
September 2020

Wenn Sie Bestellungen aufgeben möchten
Best.-Nr.: A 431
Telefon:
030 18 272 272 1, Telefax: 030 18 10 272 272 1

Schriftlich:
Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de, Internet: www.bmas.de

Gehörlosen-/Hörgeschädigten-Service:
E-Mail: info.gehoerlos@bmas.bund.de, Fax: 030 221 911 017
Gebärdentelefon: www.gebaerdentelefon.de/bmas

Konzept und Gestaltung
facts and fiction GmbH
Scholz & Friends Reputation
Bildquellen: Wenn nicht anders angegeben, Fotos aus den Unternehmen

Druck
Hausdruckerei des BMAS, Bonn, gedruckt auf 100 % Recyclingpapier

Die Inhalte der Nominiertenporträts (S. 20 bis S. 79) wurden vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) nicht auf ihre Richtigkeit geprüft. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben übernimmt das BMAS daher keine Gewähr.

www.csr-preis-bund.de
#CSRPreisBund
@csrpreisbund