

Nachhaltig = grün?
Schon, aber nicht nur; Best Practice

Vom Arosa Bärenland zu tfy-consult



there
for
you.

Deine digitale Spendenplattform für
Klima, Tiere und Menschen.



Über uns



Pascal Jenny
Gründer & VPR



Florian Hoffmann
Gründer & VPR



Joëlle Frank
Sustainability
Managerin



Lukas König
Sustainability
Consultant



Patrizia Baldi
Sustainability
Consultant

Über 100 Kunden in mehr als 20 Branchen

10 Mitarbeitende im Ökosystem there for you

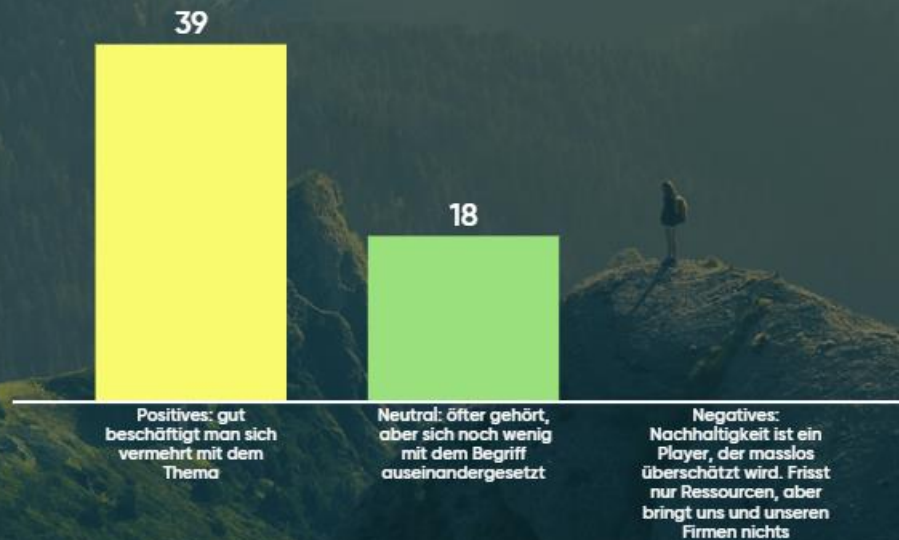
Innovatives **KMU** mit dem Ziel, Unternehmen auf deren Weg in eine nachhaltigere Zukunft zu begleiten

Gegründet in der wunderbaren Feriendestination **Arosa**, sind wir heute in der ganzen Schweiz tätig und unterstützen Unternehmen aller Grössen und Reifegrade

Was löst der Begriff Nachhaltigkeit für Emotionen aus?



Was löst der Begriff Nachhaltigkeit bei dir persönlich aus?



Was bedeutet Nachhaltigkeit für euch?

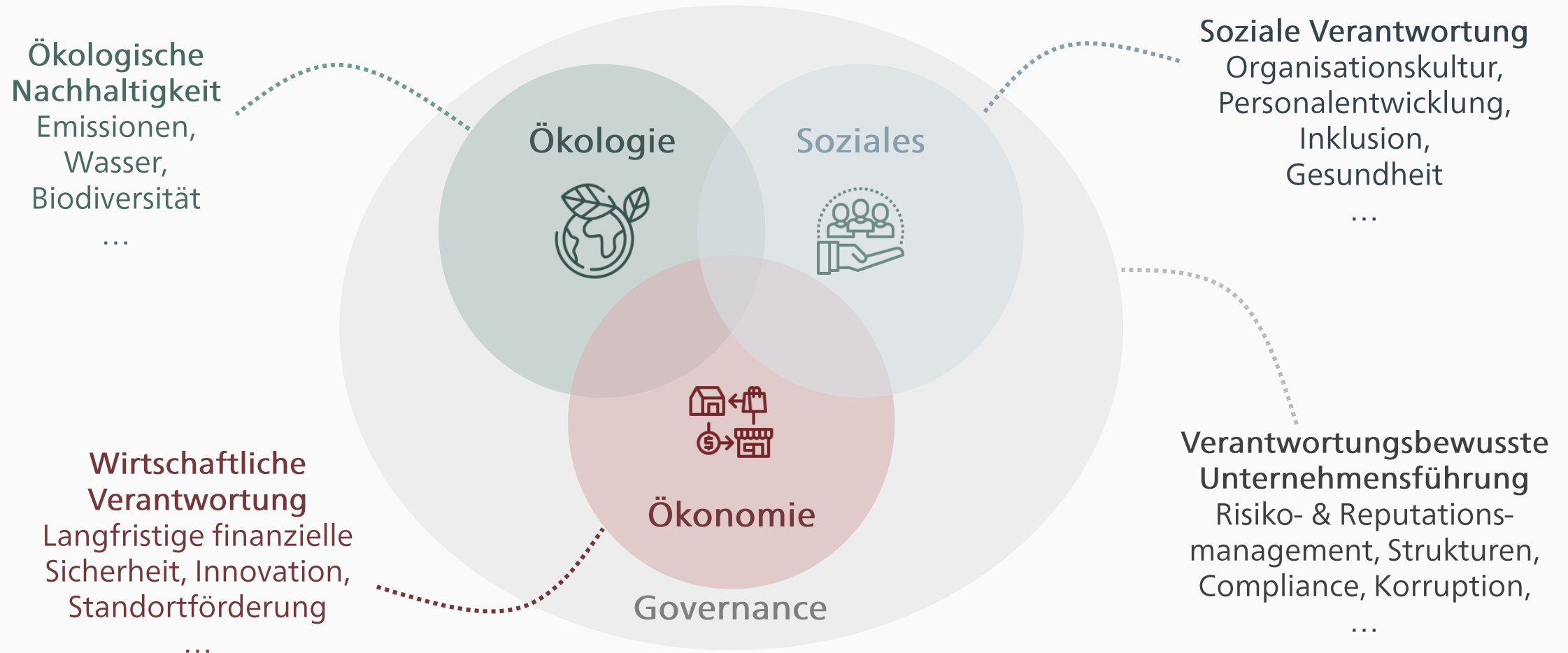


Was bedeutet Nachhaltigkeit für euch?

60 responses



Um unternehmerischen Mehrwert zu schaffen, müssen alle vier Dimensionen der Nachhaltigkeit betrachtet werden



16 Nachhaltigkeitskategorien von tfy-consult

Governance Soziales Ökologie Ökonomie



Wo Schweizer Unternehmen stehen

Suchend (60%)

Keine explizite Strategie

Keine organisatorische Verankerung

Allenfalls ad hoc Massnahmen

Einseitig (20%)

Fokus nur auf eine Dimension, oft Ökologie

Spezialistenteams in wesentlichen Prozessen

Massnahmen mit Fokus Ökologie

Formal ok (15%)

Zertifizierung aber keine «echte Strategie»

Isolierte Stabsstelle für Nachhaltigkeit oder «Zusatzrolle»

«Jo-Jo Effekt bei den Massnahmen»

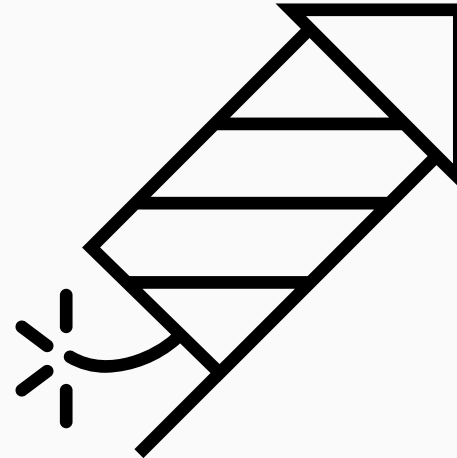
Pioniere (5%)

Strategie vorhanden

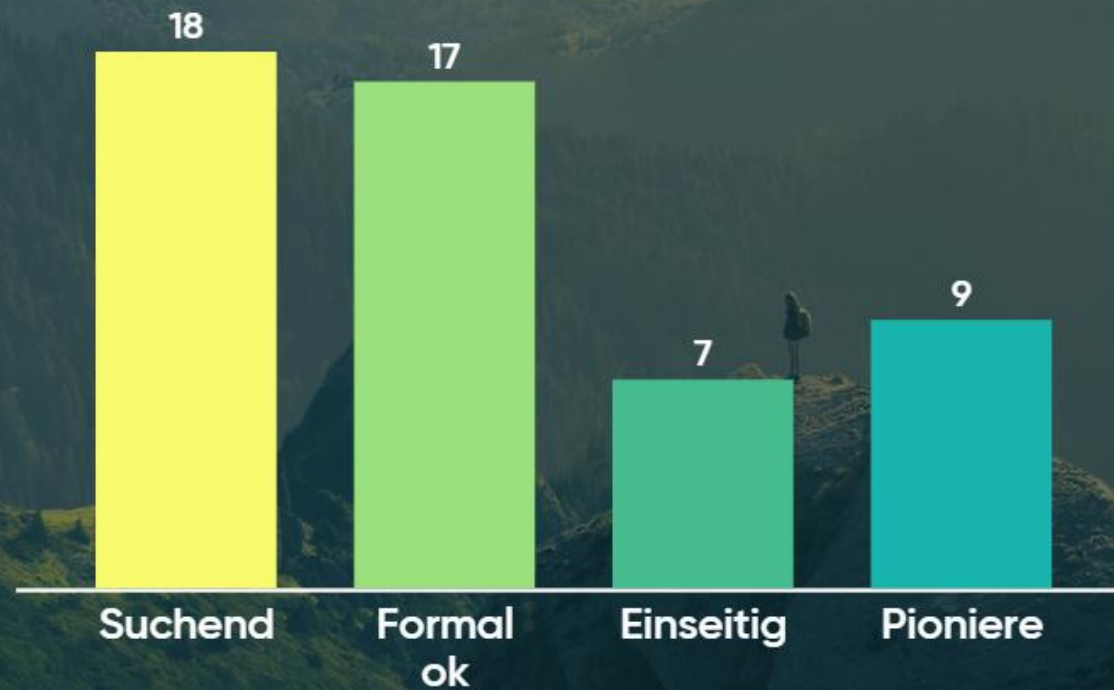
Organisatorische Verankerung gefestigt

Gezielte Massnahmen

Wie stuft ihr euer Unternehmen ein?



Wie stuft ihr euer Unternehmen ein?



Viele Organisationen wissen (noch) nicht, wie sie mit dem strategisch relevanten Thema Nachhaltigkeit umgehen sollen



Nachhaltigkeit ist zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor geworden – dieser Effekt wird sich in Zukunft noch verstärken



Zwei Drittel aller Konsumenten sind bereit, sich von Marken ohne aufrichtiges Engagement zu trennen

Oracle Studie 2022



Für 86% der Schweizer Unternehmen ist Nachhaltigkeit notwendig für die Zukunftsfähigkeit
Commerzbank Schweiz, 2021



53% der Schweizer:innen möchten nicht für einen Arbeitgeber tätig sein, der nicht ihren Vorstellungen bezüglich Nachhaltigkeit entspricht
(Jobcloud 2020)



Nachhaltigkeit ist die Zukunft der Immobilienbranche, da sie nicht nur den Bedürfnissen der aktuellen Generation entspricht, sondern auch den Anforderungen zukünftiger Generationen gerecht wird.

Impact Insider 2023



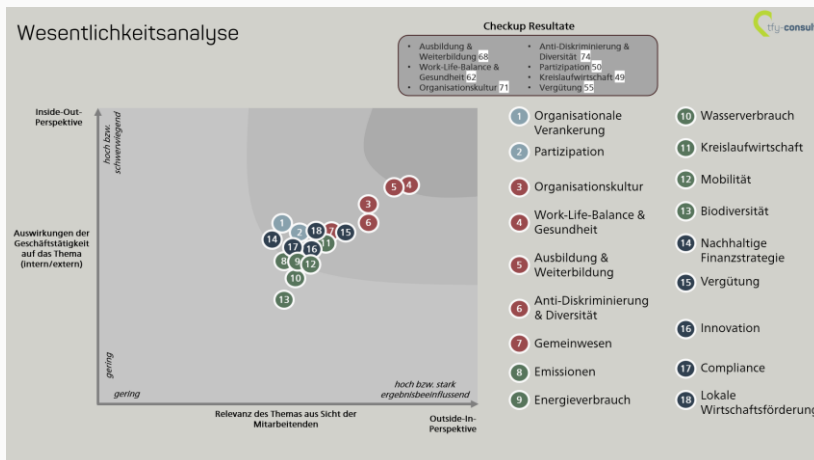
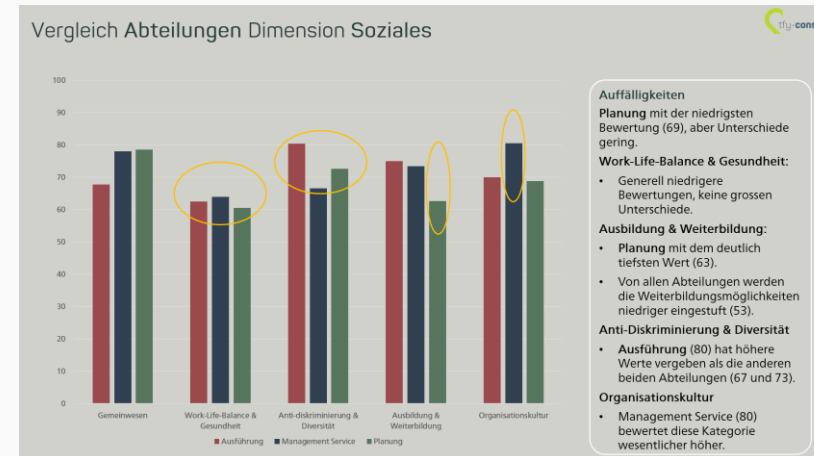
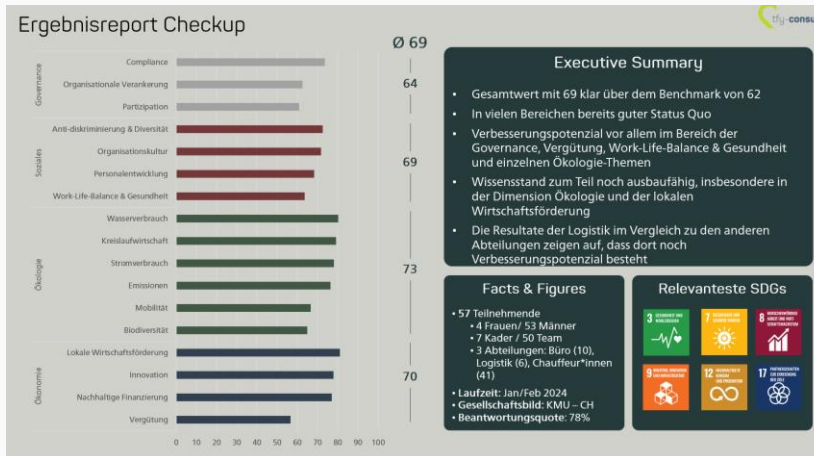
Immer mehr Regierungen konkretisieren eigene Programme, Vorschriften und Gesetze zum Erreichen der SDGs

Deloitte, 2023

Von der Standortbestimmung zur Strategie bis hin zu Regulation und Berichterstattung decken wir alle relevanten Themen ab



Neben internen und externen Vergleichen wird eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt und Massnahmen definiert



3-5 Fokusthemen / Massnahmen im 2024

Thema	Kurzbeschreibung	Owner	Deadline
Strategie und Organisation	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie und Ziele allgemein verschriftlichen (verbildlichen) und Nachhaltigkeitsaspekte integrieren • Rolle zum Thema Nachhaltigkeit definieren und integrieren 		Ende Q3 2024
Partizipation & Innovation	<ul style="list-style-type: none"> • Brainstorming und Massnahmenplan zur Integration und Aktivierung von Mitarbeitenden bei Innovations- und Nachhaltigkeitsthemen • Stärker in Geschäftstätigkeit / Ergebnisse einbeziehen • Generell Innovationsfokus festlegen 		Ende Q3 2024
Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> • Überlegungen, wie ÖV sinnvoll integriert werden könnte • Alternativ/ergänzend Überlegungen zu einer (elektrifizierten) Flotte • Bei den individuellen Fahrzeugen prüfen, ob Elektroautos gefördert werden können • Kompensationsüberlegungen vornehmen 		Ende Q3 2024
Vergütung	<ul style="list-style-type: none"> • Gegencheck Gender-Pay Gap • Thema dann auch kommunikativ angehen 		Ende Q3 2024
Kommunikation intern und extern	<ul style="list-style-type: none"> • Über alle Dimensionen prüfen, welche Themen neu / stärker kommuniziert werden könnten / sollten • Prüfen, ob auch extern kommuniziert werden könnte/sollte • Kommunikation Ergebnisse Checkup Nachhaltigkeit 		Ganzes 2024

Datum für Checkpoint: Ende Q3 2024

Wo drückt der Schuh?



Wo drückt der Schuh?



Beispiele für umgesetzte Massnahmen (bei ausgewählten Unternehmen)

Ökologie

Emissionen/Kreislaufwirtschaft:

Das nachhaltigste Bauteil, ist jenes, das man nicht verwendet

Governance

Verantwortlichkeiten:

Definition von internen Verantwortlichkeiten und Einbindung von Belegschaft z.B. NextGeneration à la Bühler

Ökonomie

Vergütung:

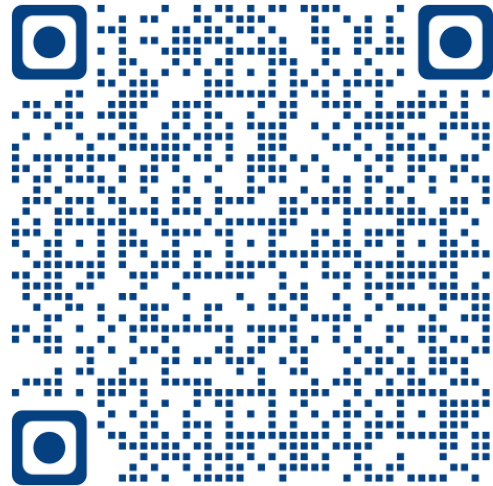
Anreize für nachhaltiges Verhalten

Soziales

Personalmanagement:

Weiterbildung von Aussendienst «Ambassadors» im Bereich Nachhaltigkeit

Impact – noch heute



Alle Projekte ansehen

Schülerinnen-Patenschaften zum Schutz vor Genitalverstümmelung

Projektstatus

5'087,00 CHF 14'000,00 CHF

Welchen Betrag möchtest du einsetzen?

50,00 CHF

50 CHF 100 CHF

500 CHF 1'000 CHF

FREIER BETRAG

JETZT SPENDEN

Alle Projekte ansehen

Hilfe für Asbestopfer und deren Angehörige

Projektstatus

2'530,00 CHF 1'000'000,00 CHF

Welchen Betrag möchtest du einsetzen?

500,00 CHF

100 CHF 500 CHF

1'000 CHF 5'000 CHF

FREIER BETRAG

JETZT SPENDEN

