

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 & VRP



Florian Hoffmann  
Gründer & VRP



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

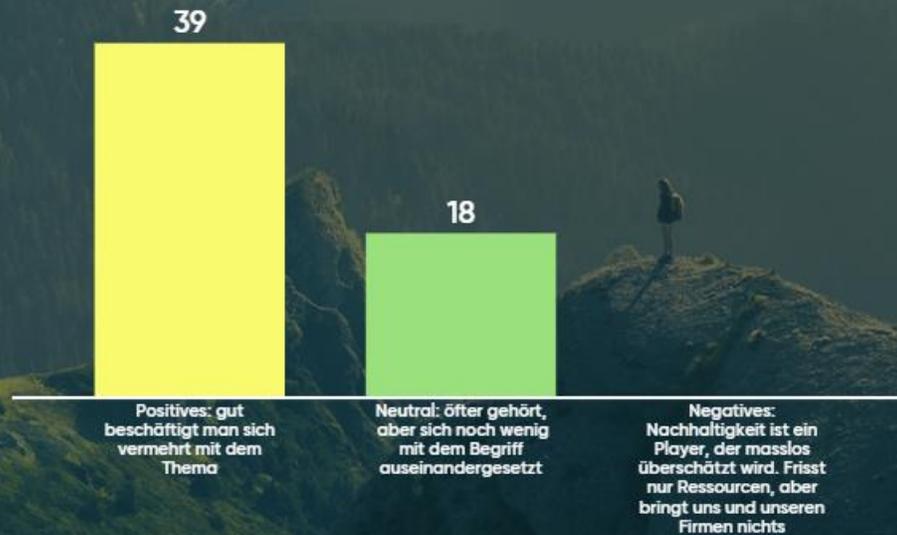
Gegründet in der wunderbaren Feriendestination **Arosa**, sind wir heute in der ganzen Schweiz tätig und unterstützen Unternehmen aller Grössen und Reifegrade

# Was löst der Begriff Nachhaltigkeit für Emotionen aus?

---



# Was löst der Begriff Nachhaltigkeit bei dir persönlich aus?



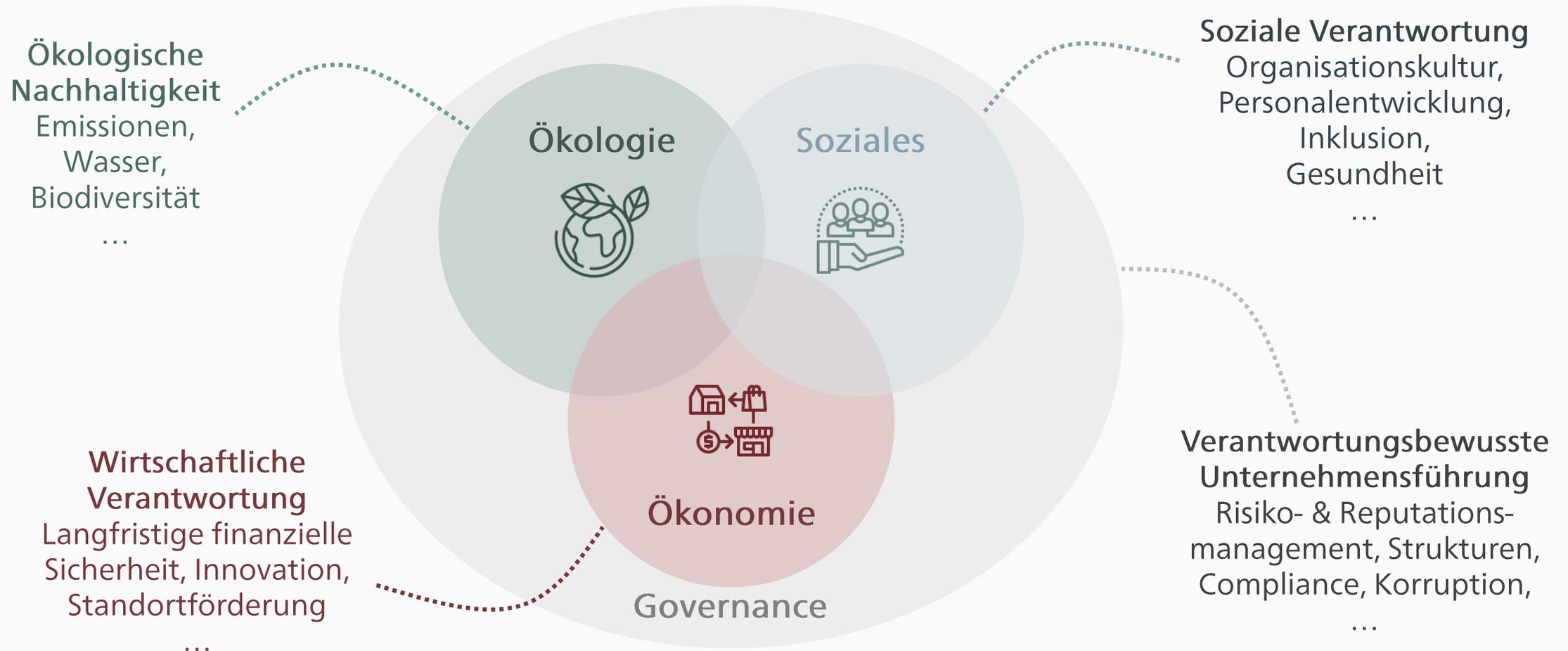
# Was bedeutet Nachhaltigkeit für euch?

---





# 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»

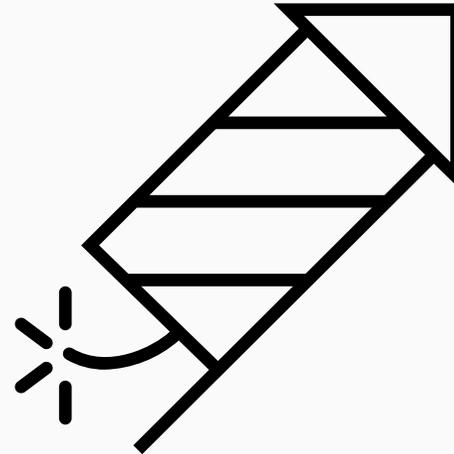
## Pioniere (5%)

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



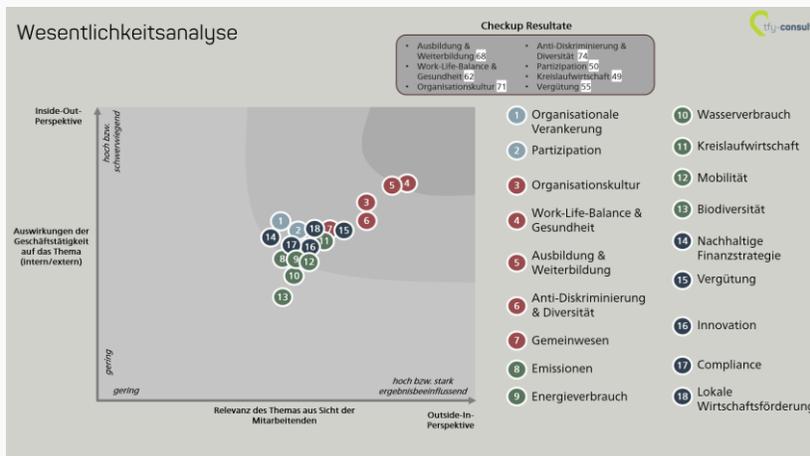
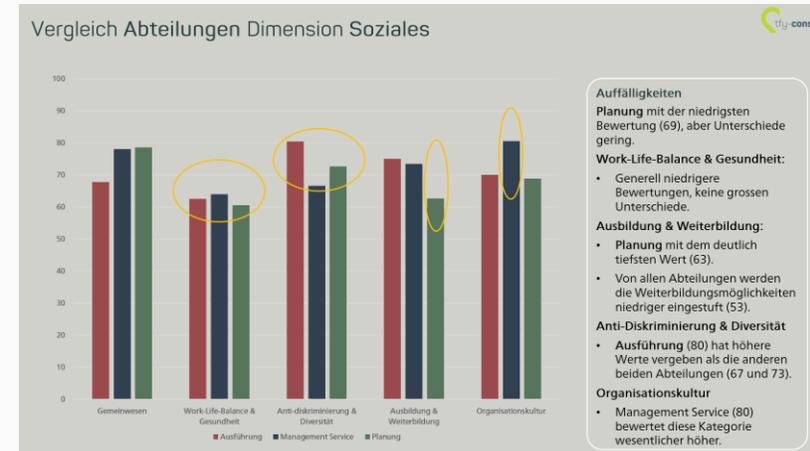
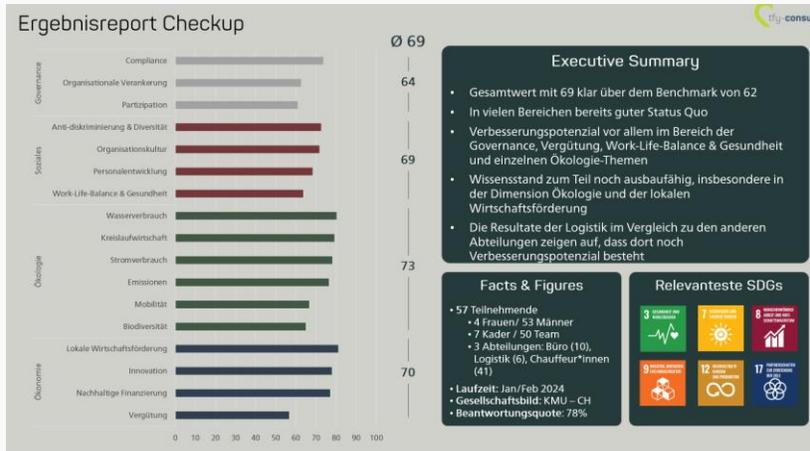
Immer mehr Regierungen konkretisieren eigene Programme, Vorschriften und Gesetze zum Erreichen der SDGs

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
<b>Strategie und Organisation</b>	• Strategie und Ziele allgemein verschriftlichen (verbildlichen) und Nachhaltigkeitsaspekte integrieren • Rolle zum Thema Nachhaltigkeit definieren und integrieren		Ende Q3 2024
<b>Partizipation &amp; Innovation</b>	• Brainstorming und Massnahmenplan zur Integration und Aktivierung von Mitarbeitenden bei Innovations- und Nachhaltigkeitsthemen • Stärker in Geschäftstätigkeit / Ergebnisse einbeziehen • Generell Innovationsfokus festlegen		Ende Q3 2024
<b>Mobilität</b>	• 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
<b>Vergütung</b>	• Gegencheck Gender-Pay Gap • Thema dann auch kommunikativ angehen		Ende Q3 2024
<b>Kommunikation intern und extern</b>	• 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:**

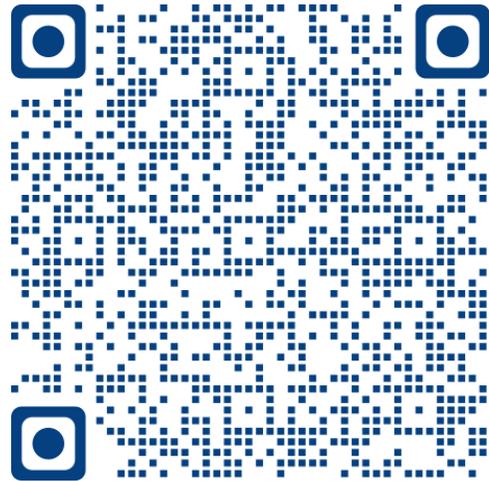
Anreize für nachhaltiges Verhalten

## 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

