



CAS Sustainable Management

Abschlussarbeiten 2022/23



SUSTAINABILITY

ECONOMY | ECOLOGY | SOCIETY

HSLU Hochschule
Luzern

Einleitung

Nachhaltigkeit ist kein Trend – sondern Zukunft!

Im März 2022 haben 27 Teilnehmende den CAS Sustainable Management der Hochschule Luzern in Angriff genommen. Die Abschlussarbeiten, welche in dieser Broschüre vorgestellt werden, sind der Schlusspunkt der Ausbildung. Alle Teilnehmenden haben den Kurs erfolgreich abgeschlossen.

Im CAS Sustainable Management eignen sich die Teilnehmenden umfassendes Wissen rund um das Thema Nachhaltigkeit an. Neben der Vermittlung der theoretischen Grundlage, ergänzt um Workshops und Praxisreferate, hat in diesem Studium der Praxistransfer eine hohe Bedeutung. Die Abschlussarbeit bildet dabei eine der Haupttransferbrücke in die Praxis. Die Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit und nachhaltigem Handeln in Unternehmen und Organisationen hat erst dann eine Wirkung, wenn auch Taten folgen. Das wissen unsere Teilnehmenden und entsprechend haben diese Arbeiten auch einen hohen Praxisfokus.

Weiterbildung ist dann gelungen, wenn sie die Teilnehmenden befähigt und sie darin unterstützt, aufgrund ihres Handelns Wirkung zu erzielen. Die nachfolgenden Arbeiten geben einen Einblick in einige dieser Wirkungsfelder. So unterschiedlich diese auch sind, gemeinsam ist allen das Bestreben, die Praxis in eine nachhaltigere Zukunft zu lenken.

Die vorliegenden Arbeiten des Abschlussjahrganges CAS SuMa 2022 zeigen die breite Palette der Handlungsmöglichkeiten. Es sind wertvolle Beiträge für die Praxis entstanden und zukunftsfähiges Handeln wird aufgezeigt. Mit großem und außergewöhnlichem Engagement haben die Teilnehmenden Handlungsfelder und Lösungswege in eine nachhaltigere Zukunft aufgezeigt.

Wirkung entsteht umso mehr, je mehr die Menschen an das glauben, was sie tun. Die Absolventinnen und Absolventen des CAS Sustainable Management 2022 glauben an eine nachhaltige Zukunft und leisten mit den hier vorliegenden Arbeiten einen wertvollen Beitrag dazu.

Ein großes Danke für das außergewöhnliche Engagement und die tolle Zusammenarbeit *im* und auch *nach* dem CAS Sustainable Management.

Prof. Dr. Markus Zemp

Dr. Martin Brassler

Sandra Matter

Programmleitende des CAS SuMa

Inhaltsverzeichnis

Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz für die Erlebnisbank - Raiffeisen Mischabel-Matterhorn Genossenschaft	5
<i>Ivan Bregy, Simone Keller, Thomas Kaufmann</i>	
Radys – Eine Analyse zum Potenzial der Kreislaufwirtschaft.....	6
<i>Sina Kraus, Corinne Herger, Fabienne Thoma, Daniela Schürmann</i>	
Vom Fussabdruck zum Handabdruck – Eine Fallstudie zum wirtschaftlichen und kommunikativen Potenzial des Handabdrucks der Weltklasse Zürich.....	7
<i>Judith Bisig, Roman Della Rossa, Hannes Egger</i>	
Nachhaltigkeit EnergyAir.....	8
<i>Chiara Fabel, Susanne Mitchell, Philipp Wüst</i>	
Nicht-finanzielle Berichterstattung im Bereich der Unternehmensverantwortung Auswirkungen von Art. 964a-c OR auf die Unternehmen in der Schweiz	9
<i>Roland Z'Rotz, Rolf Ochsenbein</i>	
Nachhaltigkeitsanalyse in KMU – Fallstudie zu einer Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse mit Massnahmenvorschlägen für die 1a hunkeler AG ...	10
<i>Alfred W. Kammerhofer</i>	
Mobilitätsmanagement und Pendelverkehr - Lösungsansätze für Schweizer Unternehmen	11
<i>Marion Baud-Lavigne, Sebastian Odermatt, Carlos Calzas Bollinger</i>	
Werkzeugkiste Nachhaltigkeit - Integration von Nachhaltigkeitsmassnahmen in KMU.....	12
<i>Reni Kaiser, Stefan Aerni, Ramona Sütterle</i>	
Empfehlungen für einen Schweizer Weinproduzenten unter Berücksichtigung der ökologischen, ökonomischen und Kundenperspektive.	13
<i>Adriana Gasparet, Jens Ingwersen, Stefan Tschumi</i>	

**Nachhaltigkeit als Brücke zur Regeneration: Erarbeitung einer
Nachhaltigkeitsstrategie für Fondation Botnar 14**

Eva Moldovanyi , Anouk Lina Racz

Erstellung einer Gemeinwohl-Bilanz für die Erlebnisbank - Raiffeisen Mischabel-Matterhorn Genossenschaft

«Lässt sich für eine regionale Bank in der Schweiz eine Gemeinwohl-Bilanz erstellen?» Dieser Fragestellung haben sich die Autoren dieser Arbeit angenommen. Für die Beantwortung der Frage stellte sich die Erlebnisbank - Raiffeisen Mischabel-Matterhorn zur Verfügung.

Globale Herausforderungen wie Klimawandel, Umweltverschmutzung, Migration und steigende soziale Ungerechtigkeiten befeuern die Nachhaltigkeitsdebatte und verstärken zunehmend Forderungen nach alternativen Wirtschaftssystemen.

Die Gemeinwohlökonomie bietet eine Methodik, um die sozialen, ökonomischen und ökologischen Nachhaltigkeitsdimensionen ganzheitlich zu betrachten und bewertbar zu machen. Ihr Ziel ist die Maximierung des Gemeinwohls und nicht die Gewinnmaximierung. Das Konzept basiert auf den vier Grundwerten der Gemeinwohlökonomie «Menschenwürde», «Solidarität und Gerechtigkeit», «ökologische Nachhaltigkeit» und «Transparenz und Mitentscheidung».

Um zu messen, inwieweit ein Unternehmen zum Gemeinwohl beiträgt, wurde die Gemeinwohl-Bilanz als Bewertungsmethode entwickelt. Anhand messbarer Kriterien wird der Gemeinwohlbeitrag systematisch überprüft. In der Schweiz haben bereits über 70 Unternehmen eine solche Bilanz erstellt, eine Bank war bis jetzt noch nicht dabei.

In mehreren Workshops wurde systematisch analysiert, wie bei der Erlebnisbank die Gemeinwohlwerte gegenüber den verschiedenen Berührungsgruppen gelebt werden. Sämtliche Workshops fanden dabei im Rahmen einer Peer-Group Evaluierung statt und bildeten die Basis für die Erstellung der ersten Gemeinwohl-Bilanz einer regionalen Schweizer Bank. Dank ihr kann die Erlebnisbank die eigene nachhaltige Entwicklung noch systematischer vorantreiben.



Ivan Bregy

Teamleitung CSR bei der Erlebnisbank – Raiffeisen Mischabel-Matterhorn



Simone Keller

Projektleiterin Operations bei Dyconex AG/MST Group



Thomas Kaufmann

Leiter Investment Management bei der Migros Bank

Radys – Eine Analyse zum Potenzial der Kreislaufwirtschaft

Welches ökologische und ökonomische Potenzial birgt die Kreislaufwirtschaft für die Schweizer Outdoor-Bekleidungsfirma Radys?

Die Bekleidungsindustrie geriet in den letzten Jahren vermehrt in die Kritik, unter anderem durch die negativen Umwelteinflüsse und den Verstoß gegen Sozialstandards. Radys ist Teil dieser Branche und herausgefordert, insbesondere die negativen ökologischen Auswirkungen zu reduzieren, die Profitabilität der Firma jedoch nicht zu gefährden. Kreislaufwirtschaft verspricht hierzu Lösungen. Mittels Scouting wurden im Internet Beispiele aus der Bekleidungsbranche zu zirkulären Geschäftsmodellen ermittelt. Durch Interviews mit Experten und Expertinnen im Bereich Kreislaufwirtschaft konnten konkrete Fragen geklärt und praxisnahe Erfahrungen eingeholt werden. Der daraus resultierende Massnahmenkatalog wurde Adrian Ruhstaller (Gründer und Geschäftsführer von Radys) zur Diskussion und Auswahl vorgelegt. Die zwei ausgewählten Massnahmen wurden von den Autorinnen detaillierter ausgearbeitet: Mit einem verantwortungsvollen Shopkonzept soll das primär lineare und verkaufsorientierte Geschäftsmodell ergänzt werden. Ausserdem sollen Ideen zur Verwendung von Produktionsresten vorgelegt werden. Die Grundlage für das verantwortungsvolle Shopkonzept sind kreislauffähige Produkte. Durch die Umsetzung der Design- und Kreislaufprinzipien kann Radys sicherstellen, dass sich die Produkte dafür eignen. Durch Vermieten, Secondhand Verkauf sowie einen Wasch- und Pflegeservice wird der Lebenszyklus der Radys Bekleidungsteile verlängert. Mit diesen neuen Serviceleistungen kann Radys ökonomische Wertschöpfung generieren, welche unabhängig vom Ressourcenverbrauch für die Produktherstellung ist. Die neuen Serviceleistungen werden als Pilotprojekt zur Umsetzung und Abwicklung im eigenen Radys Shop in Solothurn empfohlen. Das Gedankengut und die Erfahrungen aus dem Pilotprojekt sollen bei möglichen Erweiterungen des Angebots einfließen.



Sina Kraus
Auditorin für ökologische
Lebensmittel-
zertifizierung ECOCERT
Swiss AG



Corinne Herger
Global Sustainability
Manager
Dätwyler Schweiz AG



Fabienne Thoma
Supply Chain Executive &
Company Store
Supervisor
Estée Lauder Companies



Daniela Schürmann
Senior Product Manager
Radys AG



Vom Fussabdruck zum Handabdruck – Eine Fallstudie zum wirtschaftlichen und kommunikativen Potenzial des Handabdrucks der Weltklasse Zürich

Bis heute oft ausgeblendet werden die positiven nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen von Produkten oder unternehmerischer Tätigkeiten, der sogenannte Handabdruck. Damit werden wichtige Aspekte der Nachhaltigkeitsleistung nicht erfasst, sodass die Chance versäumt wird, durch die Bewertung positiver Wertschaffung den tatsächlichen Fortschritt hin zu mehr Nachhaltigkeit und zur Veränderung des Nachhaltigkeitsnarrativs in Unternehmen und Gesellschaft voranzutreiben.

Die vorliegende Abschlussarbeit zeigt auf, wie mit dem Konzept des Handabdrucks am Beispiel des weltweit bedeutenden Leichtathletikanlasses Weltklasse Zürich (WKZ), ein zusätzlicher kommunikativer und wirtschaftlicher Mehrwert erzielt werden kann. Zu diesem Zweck wird zuerst die Organisation und ihr Selbstverständnis punkto Nachhaltigkeit analysiert und ein Gesamtbild der Nachhaltigkeitsbestrebungen gewonnen. Ausserdem werden die Begriffe des Handabdrucks und des kommunikativen Nachhaltigkeitsnarrativs erläutert und theoretisch verortet.

Um den Handabdruck von WKZ zu ermitteln, werden die Massnahmen im Hinblick auf ihren Einfluss auf Hand- und Fussabdruck unterteilt und den drei Fällen von Nachhaltigkeitswirkungen sowie den drei Nachhaltigkeitsdimensionen und den von WKZ verwendeten Sustainable Development Goals (SDG) zugewiesen. Damit geben die Ergebnisse der Arbeit Antworten auf die Fragen, wie der aktuelle Handabdruck von WKZ ausfällt und wie die positiven Nachhaltigkeitswirkungen sichtbar gemacht, transparent abgebildet und kommuniziert werden können.

Aufgrund der Forschungsergebnisse lässt sich festhalten, dass mit der Nutzung des Handabdrucks in der Nachhaltigkeitskommunikation das Nachhaltigkeitsnarrativ unmittelbar beeinflusst und auch wirtschaftlich zielführend eingesetzt werden kann, wenn dabei zentrale Handlungsempfehlungen befolgt werden. Zwei Werkzeuge helfen dabei, diese Empfehlungen zu befolgen: Ein Raster zur Einordnung der Nachhaltigkeitsmassnahmen in die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit und der drei Fällen von Nachhaltigkeitswirkung sowie eine Checkliste zur Beurteilung von Handabdruck und Narrativ.

☒



Judith Bisig

Account Director in einer
Werbeagentur in Zürich



Roman Della Rossa

leitet im Kanton Zug ein
Seniorenzentrum.



Hannes Egger

Projektleiter Kommunikation bei
einem Verband

Nachhaltigkeit EnergyAir

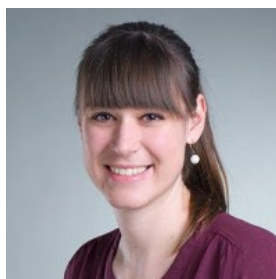
Die Wichtigkeit einer nachhaltigen Eventumsetzung nimmt immer stärker zu. Dies nicht nur, da es sich um ein aktuelles Thema handelt, sondern auch, weil immer stärkere Forderungen von den Stakeholdern ausgehen. Aus dieser Dringlichkeit heraus wurde diese Arbeit konzipiert und zeigt eine nachhaltige Eventumsetzung am Beispiel von Energy Air auf. Dabei wird auf die zentrale Fragestellung «Wie kann Energy Air nachhaltig(er) umgesetzt werden?» eingegangen. Ferner wird auch die Frage «Ist eine nachhaltige Umsetzung des Energy Air trotz des ökonomischen Druckes möglich?» diskutiert und beantwortet.

In dieser Arbeit wird ein Massnahmenkatalog mit kurz-, mittel- und langfristigen Empfehlungen ausgearbeitet. Die Herleitung der Massnahmen basiert auf unterschiedlichen Methoden. Vorab werden die theoretischen Grundlagen aufgezeigt, zudem wird eine Peer-Review erarbeitet. Für den Einblick hinter Energy Air werden mehrere Tiefeninterviews geführt, unter anderem mit dem CEO von Energy. Weiter werden die Besuchenden mittels einer Online-Umfrage abgeholt und auch die Mobilbar, als einer der grössten Sponsoren, wird befragt. Dadurch werden die Stakeholder des Events analysiert und es kann deren Interessen sowie Einfluss eruiert werden. In einem nächsten Schritt wird eine Wesentlichkeitsanalyse zur Erarbeitung der relevanten Themen durchgeführt. Damit kann der Praxis-Transfer mit konkreten Massnahmen für Energy Air erarbeitet werden.

Es können eine Vielzahl von Massnahmen ausgearbeitet werden. Diese geben konkret Aufschluss darüber, wie Energy Air in Zukunft nachhaltiger umgesetzt werden kann. Dem Veranstalter wird ein Katalog an Massnahmen geboten, welche einerseits mit kleinem, andererseits mit grösserem Anwendungsaufwand verbunden sind. Tatsächlich ist es so, dass einige Massnahmen auch kostenintensiv sind. Damit dem ökonomischen Druck standgehalten werden kann, werden auch Empfehlungen und Ideen zur Beschaffung finanzieller Mittel erarbeitet.



Chiara Fabel
Managerin Sales & Marketing



Susanne Mitchell
Head of Business Development



Philipp Wüst
Junior Consultant

Nicht-finanzielle Berichterstattung im Bereich der Unternehmensverantwortung

Auswirkungen von Art. 964a-c OR auf die Unternehmen in der Schweiz

Während die nicht-finanzielle Berichterstattung in der EU bereits seit 2014 gesetzlich verankert ist, tritt ein vergleichbares Gesetz in der Schweiz erst jetzt in Kraft. Die Berichtspflicht über nicht-finanzielle Belange nach Art. 964a – Art. 964c OR, die als Gegenvorschlag zur Konzernverantwortungsinitiative eingeführt wurde, soll erstmals für das Geschäftsjahr 2023 zur Anwendung kommen.

In der Schweiz werden von den neuen Berichtspflichten über nicht-finanzielle Belange insgesamt einige Hundert Schweizer Unternehmen betroffen sein. Diese Unternehmen müssen neu jährlich einen Bericht über nicht-finanzielle Belange verfassen. Mit dem Bericht legen die Unternehmen Rechenschaft über die Themenbereiche Umwelt, Sozialbelange, Arbeitnehmerbelange, Achtung der Menschenrechte und Bekämpfung der Korruption ab.

Die betroffenen Unternehmen stehen aktuell vor der Herausforderung der erstmaligen Umsetzung des neuen Gesetzes. Allerdings ist die Ausgangslage der Unternehmen sehr unterschiedlich. Vor allem kleinere und weniger international ausgerichtete Unternehmen können durch die neuen Berichtspflichten vor grössere Herausforderungen gestellt werden, während grosse Unternehmen mit internationaler Ausrichtung in der Regel besser vorbereitet sind.

In der vorliegenden Arbeit wurden 206 börsenkotierte Unternehmen in der Schweiz zur neuen Gesetzgebung befragt. Insgesamt 46 Unternehmen nahmen an der Online-Umfrage teil. Anhand der Rückmeldungen wird aufgezeigt, welche Auswirkungen die neue Gesetzgebung auf die Unternehmen tatsächlich hat. Dabei wurde untersucht, wo die Unternehmen bei der Umsetzung der neuen Richtlinien stehen, welcher Mehraufwand auf sie zukommt und in welchen Bereichen es noch Lücken und Handlungsbedarf gibt. Die Umfrageergebnisse erlauben zudem eine kritische Bewertung der Sinnhaftigkeit, Stärken und Schwächen des neuen Transparenzgesetzes zur nicht-finanzielle Berichterstattung.



Roland Z'Rotz

**Unternehmensberater
BDO AG**



Rolf Ochsenbein

**Leiter Unternehmensentwicklung
Meier Tobler AG**

Nachhaltigkeitsanalyse in KMU – Fallstudie zu einer Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse mit Massnahmenvorschlägen für die 1a hunkeler AG

Wie kann eine Nachhaltigkeitsanalyse pragmatisch in KMU durchgeführt werden? In dieser Arbeit wurden neue sowie bereits vorhandene Tools und Leitfäden beschrieben, bewertet und angewendet. In einer Fallstudie, einem Schweizer KMU, wurde eine Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse aus Sicht der Eigentümerschaft durchgeführt und Massnahmenvorschläge abgeleitet.

Unternehmen müssen ihre nachhaltige Entwicklung künftig wesentlich stärker in ihrem unternehmerischen Handeln, in ihren Entscheidungen, Prozessen und bei ihren Produkten und Dienstleistungen berücksichtigen. Kundinnen und Kunden aber auch Kreditinstitute sowie Gesellschaft und Politik fordern dies immer mehr. Dafür steht mittlerweile eine Vielzahl von Standards, Modellen, Leitfäden, Instrumenten und Tools zur Verfügung, jedoch sind nicht alle davon für eine pragmatische Umsetzung in KMU geeignet.

Am Beginn der nachhaltigen Entwicklung steht jeweils eine sogenannte Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse, mit der die für das Unternehmen wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen herausgearbeitet werden (in dieser Fallstudie wurde dies mit Fokus auf die Eigentümerschaft durchgeführt). Für diese Themen – die auch die Basis für die Erarbeitung einer Nachhaltigkeitsstrategie darstellen – wurden anschliessend Umsetzungsmassnahmen und -vorschläge erarbeitet.

Bei den untersuchten Leitfäden für die Anwendung eines Nachhaltigkeitsmanagements hat sich der «Nachhaltigkeitsleitfaden für KMU» der Universität St. Gallen (HSG) und des Beratungsunternehmens OBT (Fust et al, 2022, 69 S.) als am geeignetsten erwiesen. Bei den untersuchten Nachhaltigkeits-Checks für KMU hat sich das Tool «esg2go» als besonders zweckmässig gezeigt (<https://esg2go.org/>). Mit einem vertretbaren Aufwand von ein bis zwei Arbeitstagen können mit diesem Tool konkrete Aussagen zum Status-quo des Unternehmens sowie zum Benchmark gemacht werden.



Alfred W. Kammerhofer

Sektionschef für Holz- & Waldwirtschaft im Bundesamt für Umwelt (BAFU), Abteilungsleiter für Holzenergie der Wirtschaftlichen Landesversorgung beim Bundesamt für Wirtschaftliche Landesversorgung (BWL)

Mobilitätsmanagement und Pendelverkehr - Lösungsansätze für Schweizer Unternehmen

Unsere Abschlussarbeit hilft Unternehmen in der Schweiz dabei, ein eigenes Mobilitätsmanagement zu entwickeln. Konkret fokussiert sie sich auf den Pendelverkehr. Sie zielt auf KMUs ab, da diese, so eine Arbeitshypothese, weniger Ressourcen zur Verfügung haben, um ein eigenes Mobilitätsmanagement für das Pendelverhalten ihrer Mitarbeiter*innen zu entwickeln.

In einer ersten Phase wurden Literatur- und Internetrecherchen durchgeführt, um die Problematik und die damit verbundenen Herausforderungen zu beleuchten. Ausserdem wurden Interviews mit den Nachhaltigkeits Verantwortlichen der Unternehmen, in denen die Autor*innen dieser Studie arbeiten, sowie mit anderen selektierten Akteuren im Bereich der Mobilität geführt.

Diese Erkenntnisse dienen als Grundlage für die vorliegende Arbeit. Ihr Hauptziel ist es, Unternehmen im Bereich Mobilitätsmanagement und Pendelverkehr zu unterstützen, indem ein Leitfaden mit Lösungsansätzen zur Verfügung gestellt wird. Darüber hinaus wurde nach einer Kategorisierung eine Matrix von Massnahmen erstellt. Diese zeigt einerseits, dass mehrere Massnahmen für verschiedene Situationen anwendbar sind und andererseits, dass ein differenzierter Ansatz sinnvoll sein könnte. So wäre es beispielsweise denkbar für ein Unternehmen, welches ausserhalb des Einflusses städtischer Kerne befindet, Shuttle-Busse vom nächstgelegenen Bahnhof für die Mitarbeiter*innen zu organisieren. Eine ähnliche Situation wäre innerhalb des Stadtkerns kaum angemessen. Unternehmen mit festen Arbeitszeiten (z.B. Schichtarbeit) könnten die Planung mit der Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel koordinieren. Für Unternehmen mit flexiblen Arbeitszeiten ist dies jedoch nicht zwingend notwendig. Das Abwägen von sinnvollen Massnahmen, die Unternehmen und KMU helfen, ihren Beitrag zur Mobilitätswende zu leisten, ist daher ein wichtiger Teil unserer Arbeit.



Marion Baud-Lavigne
Evaluatorin / Projektleiterin
bei der Parlamentarischen
Verwaltungskontrolle (PVK),
Parlamentssdienste



Sebastian Odermatt
Productdatamanager
Bad
bei Sanitas Troesch AG



Carlos Calzas Bollinger
Technical PMO Manager ESG
Dekarbonisierungsprojekt
bei Swiss Life Asset Managers

Werkzeugkiste Nachhaltigkeit - Integration von Nachhaltigkeitsmassnahmen in KMU

Was sind Gründe und Hindernisse, welche es kleineren und mittleren Organisationen schwer machen, Nachhaltigkeit dauerhaft im Alltag zu integrieren? Diese Arbeit stellt eine «Werkzeugkiste» zur Verfügung, welche pragmatische Lösungsansätze bietet, um Nachhaltigkeitsansätze oder -bemühungen anhaltend im operativen Alltag zu verankern.

Nachhaltigkeit ist in aller Munde und kaum eine Organisation kann es sich heute noch leisten sich nicht dem Thema zu widmen. Viele tun sich jedoch schwer und fragen sich, wie sie in Anbetracht limitierter personeller, zeitlicher und finanzieller Ressourcen, den Weg der Transformation zu mehr Nachhaltigkeit beschreiten können. Menschen möchten einen Sinn sehen in dem, was sie tun und die daraus resultierende intrinsische Motivation hilft, «den schlafenden Riesen» zu wecken. Des Weiteren gelingt die Gestaltung der (Transformations-) Prozesse nur unter Einbezug der Stakeholder – allen voran der eigenen Mitarbeitenden. Die Erkenntnisse aus Change- und Innovations-Management sowie der Umweltpsychologie bergen Potential in sich, langfristig die Kultur eines Unternehmens zu verändern.

Der Umgang mit Ressourcen muss zwar oft sorgfältig abgewogen werden, dennoch wird Veränderung in Richtung Nachhaltigkeit bestenfalls als Notwendigkeit verstanden. Man möchte schnell ins Handeln kommen. Hierfür dient die «Werkzeugkiste», welche Instrumente bietet, die zu direkten und gut umsetzbaren Lösungen anregt. Die Auswahl an konkreten Ideen kommt als einfach formulierte, papierlose, bildschirmkonforme Handreiche daher. Sie soll die Hemmschwelle für KMU senken, den Transformationsprozess einzuleiten.



Reni Kaiser

Jobcoach

Rehaklinik Bellikon



Stefan Aerni

Quality & Sustainability

Manager in der Dolder

Hotel AG



Ramona Sütterle

stv. Fachbereichsleitung

Generation & Integration

Stadt Bad Krozingen

Steigerung der Nachhaltigkeit in Weinanbau,- produktion und -vertrieb. Empfehlungen für einen Schweizer Weinproduzenten unter Berücksichtigung der ökologischen, ökonomischen und Kundenperspektive.

Wie kann Weinanbau, Produktion und Vertrieb eines schweizerischen Weinproduzenten nachhaltig und zugleich kundengerecht ausgestaltet werden? Diese Arbeit bietet konkrete Handlungsempfehlungen abgestützt auf aktueller Literatur, durchgeführten Interviews mit Fachleuten und KonsumentInnen sowie einer Blind-Degustation.

Die Folgen der Klimaerwärmung, wie zum Beispiel reduzierte Ernteerträge nach Wetterextremen, werden vermutlich zunehmen. Das zwingt WinzerInnen längerfristig neue Wege zu gehen. Die Schweizer Kundschaft agiert dagegen traditionell und ist eher dem Altbekannten (Sorten, Geschmack, Verpackung) zugetan. Zudem führen nachhaltige Umstellungen der Anbaumethode teils zu substantziellen ökonomischen Einbussen über mehrere Jahre. In diesem Spannungsfeld wurden konkrete Handlungsempfehlungen für den Winzerbetrieb für den ökologischer Anbau, Verpackung und Reduktion der CO₂- Emissionen (Scope 1+2) formuliert.

Im Anbau liegt der Fokus auf der ökologischen und ökonomischen Bewertung von IP-Suisse, biologischem Anbau und pilzresistenten Reben (PiWi), sowie der KundenInnen Akzeptanz der daraus produzierten Produkte.

Im Bereich Verpackung liegt der Schwerpunkt auf Alternativen zur eingesetzten Glasflasche. Die Gegenüberstellung erfasst ökologische und ökonomischen Vorteile zur Steigerung der Nachhaltigkeit, ohne dass der Weingenuss beeinträchtigt wird.

Die Handlungsansätze zur Reduktion der CO₂- Emissionen basieren auf Analyse vom Anbau bis zur Distribution beim Praxispartner.

Die Handlungsempfehlungen beinhalten auch Ansätze zur Empfehlung von Verhaltensänderungen bei KonsumentInnen und Gastronomie. Nur wenn diese vorangetrieben werden, kann die Nachfrage und Akzeptanz für nachhaltig produzierte Weine sowie alternative Verpackungen steigen.



Adriana Gasparet
ist als Sponsor Partnerships
Manager bei
TEAM Marketing AG tätig



Jens Ingwersen
leitet einen Vertriebsbereich
bei Hilcona AG



Stefan Tschumi
Leiter Human Resources und Nachhaltig-
keit bei Transgourmet Schweiz

Nachhaltigkeit als Brücke zur Regeneration: Erarbeitung einer Nachhaltigkeitsstrategie für Fondation Botnar

Regenerative Nachhaltigkeit hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen, da es den traditionellen Nachhaltigkeitsbemühungen nicht gelungen ist, die zugrunde liegenden sozio-ökologischen und wirtschaftlichen Systeme in einen nachhaltigen Zustand zu überführen. Als Stiftung die sich für die Verbesserung der Gesundheit und des Wohlbefindens von jungen Menschen in Städten einsetzt, ist es für Fondation Botnar wichtig einen ganzheitlichen und Umwelt-positiven Ansatz zu wählen, denn die Umwelt hat einen wesentlichen Einfluss auf die Gesundheit und das Wohlbefinden von jungen Menschen. Die Arbeit setzt sich mit der Frage auseinander, inwiefern regenerative Prinzipien in die Strategien und Abläufe von Fondation Botnar integriert werden können, um insgesamt dazu zu beitragen, das planetare Wohlbefinden zu unterstützen. Die vier allgemeinen regenerativen Prinzipien Ganzheitliches Denken, Soziale Gerechtigkeit, Partizipation und Mitentscheidung, Mensch als integraler Teil einer biodiversen Welt dienen als Leitprinzipien für den Übergang von der Nachhaltigkeit zur Regeneration. Fondation Botnar verfügt bereits über ein starkes Fundament, auf dem sie aufbauen kann, um diese Grundsätze in eine kohärente Gesamtstrategie zu integrieren. Massnahmen auf unterschiedlichen Ebenen der Stiftung könnten die Grundlage einer Nachhaltigkeitsstrategie für Fondation Botnar sein, welche die aktuellen umwelttechnischen Herausforderungen, denen sich die Stiftung gegenüber sieht, effektiv angeht und einen ganzheitlichen Ansatz für langfristige regenerative Nachhaltigkeit bietet.



Eva Moldovanyi

Programm
Fondation Botnar
Manager



Anouk Lina Racz

Fachspezialistin
Gesundheitsmanagement
der Schweizerischen Post
im

Zum Schluss...



**Nachhaltigkeit dreht
sich ums Dranbleiben,
nicht um Perfektion.**

– Unbekannt –

Auf dem falschen Weg ist Rückschritt Fortschritt.....