



Ethical, Green, Youth Entrepreneurship Education



Fallstudien- kompendium

Veröffentlicht 2024



Diese Ressource ist unter der CC BY-NC-SA Lizenz verfügbar.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the National Agency. Neither the European Union nor National Agency can be held responsible for them.. KA220-YOU-DF4BEA29



Co-funded by
the European Union

Inhalte

- 01 Die Fairpreneurs Partner im Portrait**
- 02 Über das Fallstudienkompendium**
- 03 Die Fallbeispiele**

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Dokument das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the National Agency. Neither the European Union nor National Agency can be held responsible for them.. KA220-YOU-DF4BEA29



01. Die Fairpreneurs Partner im Portrait

Koordinatoren

UNIWERSYTET SZCZECIŃSKI,
Polen



Partner Organisationen

The HUB Nicosia Ltd, Zypern



MOMENTUM MARKETING
SERVICES LIMITED, Irland

momentum
[educate + innovate]

twv GmbH, Deutschland

the vision works

European E-learning Institute,
Dänemark



The Community Enterprise
Association Ireland, Irland

ceai







02. Über das Fallstudienkompendium

Zielsetzungen:

Dieses Kompendium von Fallstudien zeigt Best-Practice-Beispiele von Jungunternehmern, die soziale, ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen umsetzen.

Es soll junge Unternehmer und an einer Unternehmensgründung interessierte junge Menschen ermutigen, sich über praktische Möglichkeiten zu informieren, wie sie zur Verwirklichung der SDGs beitragen können.

Wie?

-  Durch das Aufzeigen verschiedener Ansätze aus unterschiedlichen Branchen und verschiedenen Ländern.
 -  Indem wir die SDGs greifbar, anschaulich und attraktiv machen.
 -  Indem wir zeigen, wie die SDGs die Innovation vorantreiben können.
 -  Durch die Einführung positiver Vorbilder
-



02. Über das Fallstudienkompendium

Methodik der Erhebung:

Die in diesem Kompendium vorgestellten Fallstudien wurden durch eine Kombination aus Interviews mit Vertretern von Organisationen/Unternehmen und Sekundärforschung zusammengetragen. Diese Methodik gewährleistet einen umfassenden Überblick über bewährte Verfahren, die von jungen Unternehmern in verschiedenen Branchen und Ländern umgesetzt werden. Durch die Kombination aus diesen beiden Verfahrensweisen, haben wir eine vielfältige Sammlung von Fallstudien zusammengestellt, die beispielhaft für soziale, wirtschaftliche und ökologische Nachhaltigkeit in der Wirtschaft stehen. Dieser Ansatz ermöglicht es uns, praktische Beispiele und Einsichten zu präsentieren, die junge Unternehmer und Personen, die an einer Unternehmensgründung interessiert sind, dazu inspirieren, einen Beitrag zur Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) zu leisten. Durch Berichte aus erster Hand und eingehende Recherchen wollen wir wertvolle Erkenntnisse darüber liefern, wie die SDGs als Antrieb für Innovation und positiven Wandel dienen können und gleichzeitig die Bedeutung positiver Vorbilder für nachhaltiges Unternehmertum hervorheben.

03. Die Fallbeispiele



03. Die Fallbeispiele

Die Fallstudien wurden auf der Grundlage von fünf übergreifenden Themen gruppiert. Die Einteilung ist nicht zu 100% trennscharf – manche Beispiele haben ebenso Überschneidungen mit anderen Gruppen.

Kategorien:

**Produktion & Vertrieb
von Lebensmitteln &
Getränken**

**Mode, Textilien und
Kosmetik**

**Herstellung und
Vertrieb**

**Bildung und soziale
Dienste**

Hotelleriegewerbe

1. Ecophysis Bee & Nature Center
2. Hülsenreich
3. Ygea Farm
4. The nu company GmbH
5. All About Kombucha
6. Dolla
7. Biasol
8. Blue Lobster

9. GMODITI CLOTHING LTD
10. Beyond leather materials aps
11. Copenhagen Cartel
12. Gaia olea

13. Repot aps
14. TRACELESS MATERIALS GmbH
15. Saule Technologies
16. Ventido

17. DABBLED00
18. SEED SCHOLARS
19. Create Your Business
20. Shamrock Squad CLG

21. Hotel Luise

1. ECOPHYSIS BEE & NATURE CENTER



Förderung des Vertriebs von Imker-Produkten und Organisation von Freizeitaktivitäten zur Aufklärung über Bienen, landwirtschaftlich erzeugte Produkte und die Natur

TYP: PRODUKTION UND VERTRIEB VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN

Das Unternehmen wurde Ende 2014 als Agrotourismus-Unternehmen gegründet. Die ursprüngliche Idee war es, Touristen ein einzigartiges Naturerlebnis zu bieten, indem die Imkerei und das Sammeln von Kräutern vorgestellt und die Eigenschaften der lokalen Kräuter erklärt werden.

Sie würden luxuriöse Dienstleistungen arrangieren – zum Beispiel ein Brunch in einer abgelegenen Gegend mit frischen und lokalen Produkten.

Um 2018 herum stellten sie fest, dass auch Schulen daran interessiert waren. Die Schulen nahmen Kontakt zu ihnen auf, um Besuche mit den Kindern zu machen. Die Erfahrung war wirklich gut, die Kinder liebten es. Aufgrund ihrer Erfahrung als Biologin ist Bildung etwas, das ihr wirklich am Herzen liegt, also beschloss sie, sich mehr auf Schulen zu konzentrieren. Tourismus und Reisebüros waren nicht mehr ihr Schwerpunkt. Das war ein Wendepunkt für das Unternehmen, denn sie konzentrierte sich darauf, einen besseren Platz und bessere Räumlichkeiten zu haben, um Schulbesuche zu erleichtern.

Ihr Schwerpunkt verlagerte sich von Luxusdienstleistungen auf die Bildung. Dies wiederum hatte Auswirkungen auf die Umwelt – sie mussten nun auch über die Verwendung von Papier, Pappbechern usw. nachdenken.

Aber heutzutage ist auch der Tourismussektor an alternativen landwirtschaftlichen Dienstleistungen interessiert. Auch Reiseveranstalter sind daran interessiert, Ecophysic in ihre Zypernreisen einzubinden.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Die Entwicklung der Nachhaltigkeit wirkt sich definitiv positiv auf das Unternehmen aus, die Gäste sind begeistert, nachhaltige Orte wie unsere Organisation zu erkunden. Auch die Qualität unserer Produkte ist mit den Glasbehältern besser und unsere Etiketten sind attraktiver. Mit der Umstellung auf Glasgläser haben sie jedoch auch einige Kunden verloren, die Plastikgläser bevorzugten, weil sie meinten, Glasgläser seien für sie nicht geeignet. Die Gründer der Organisation, Georgia und Kostas, sind für die Umsetzung der nachhaltigen Entwicklung verantwortlich. Georgia (Gründerin) erklärte, dass Kostas (Mitgründer) die Werte und die Leidenschaft für Nachhaltigkeit hat, während Georgia den wissenschaftlichen Hintergrund hat und in der Lage ist, diese Werte in die Praxis umzusetzen.

Nachhaltige Entwicklung

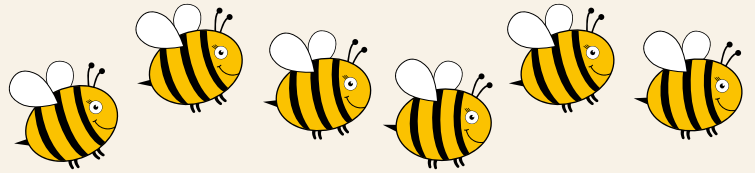
Der Kernwert von Ecophysic war es, etwas zu tun, das nachhaltig ist und die reine Gastfreundschaft Zyperns zu zeigen. Nach 2018 wurde ihnen klar, dass sie mehr an Bildung und jungen Menschen interessiert sind als an Touristen. Damals war der Tourismussektor noch nicht bereit für nachhaltige Landwirtschaft.

Alle ihre Produkte und Dienstleistungen fördern einen naturnahen Lebensstil, die Erhaltung der Natur und den Umgang mit Kräutern, die wir sammeln und Bienen. Das alles zeigt die Nachhaltigkeit, die sie fördern wollen.

Ein wichtiger Moment für das Unternehmen war, als es beschloss, auf Plastik zu verzichten. Sie ersetzten die Plastikflaschen, die sie über 20 Jahre lang verwendet hatten, durch Glasgefäße. Jetzt gibt es nur noch Gläser und alle Systeme, die diese Umstellung ermöglichen (z. B. eine Waschmaschine für Glas). Auch die Etiketten sind neu, um die Form der Gläser zu berücksichtigen, den gesetzlichen Vorschriften zu entsprechen und ein attraktives Design für die Kunden zu haben. Dieser Prozess ist teurer und verlängert die Arbeitszeit, da er mehr Aufmerksamkeit und Platz erfordert. Aber das war eine Entscheidung, die sie treffen wollten und sie verbessert auch die Qualität ihrer Produkte.



1. ECOPHYSIS BIENEN- UND NATURZENTRUM



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 2. Kein Hunger: Förderung nachhaltiger Landwirtschaft durch ethische Bienenhaltung. Zusätzlich lernen Workshopteilnehmende, dass Honig kein Verfallsdatum hat. Damit wird das Thema Lebensmittelverschwendung angesprochen.

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Honig hat antibakterielle Eigenschaften, die sich positiv auf den Körper auswirken. Dadurch fördern sie die natürliche Ernährung des Körpers und der Haut. Die lehrreichen Workshops fördern gute Gesundheit und Wohlbefinden durch die Verbindung mit der Natur.

Ziel 4. Hochwertige Bildung: Sie legen großen Wert darauf, qualitativ hochwertige Bildungsworkshops anzubieten. Die Kosten für die Bildungsworkshops sind fair.

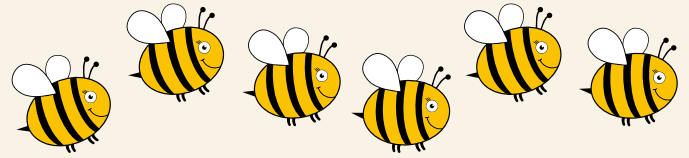
Ziel 5. Geschlechtergleichheit: Das Unternehmen folgt einer von Frauen geführten Struktur, mit einer weiblichen Chefin. Über ihr Unternehmen fördern sie weibliche Imkerinnen und ermutigen Mädchen, es in ihren Workshops auszuprobieren. In Zypern gibt es nur drei oder vier Imkerinnen und eine davon ist Georgia. Durch ihre Vorbildfunktion fördert sie gleichberechtigte Geschlechterrollen bei Kindern.

Ziel 8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum: Ecophysis macht jungen Menschen bewusst, dass man sogar auf dem Land ein erfolgreiches Unternehmen gründen kann. Als sie gründeten, wollten sie unbedingt etwas im ländlichen Raum entwickeln und nicht in die Stadt ziehen. Vavla, das Dorf, in dem sie ansässig sind, hat nur 30 Einwohner. Auf diese Weise unterstützen sie das Wirtschaftswachstum der Region. Darüber hinaus möchten sie ihr Team durch Menschen aus den umliegenden Dörfern erweitern, um den Einheimischen die Chance zu geben, einer wohnortnahen Beschäftigung nachzugehen.

Ziel 11. Nachhaltige Städte und Gemeinden: Die Organisation arbeitet aktiv mit nahegelegenen Dörfern zusammen. Vavla ist auch ein kleines Dorf, das sie durch den verkauften Honig fördern. Die Gründer selbst stammen aus einem nahegelegenen Dorf. Sie sind Einheimische und leidenschaftlich und aktiv, wenn es darum geht, ein nachhaltiges Leben in einem Dorf zu fördern.



1. ECOPHYSIS BIENEN- UND NATURZENTRUM



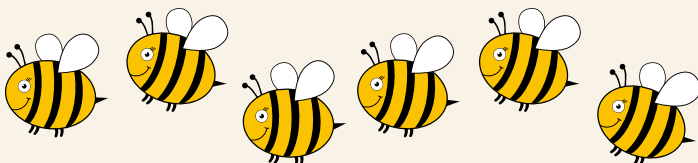
SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Durch die Verwendung von Glasbehältern und die Gewährleistung minimaler Abfälle in ihrer Produktionspraxis sowie bei uns während ihrer Workshops erfüllen Sie das Ziel 12. Sie ermutigen die Teilnehmenden und Kunden auch, sich der Natur zuzuwenden, um essbare und nahrhafte Pflanzen zu finden, anstatt nur Produkte aus herkömmlichen Supermärkten zu kaufen.

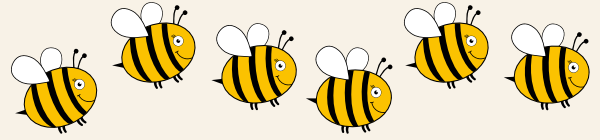
Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: In ihren Bildungsworkshops informieren sie die Menschen über die Bedeutung der Bienen für unsere Umwelt. Sie klären die Menschen über bienenfreundliche Pflanzen, die sie in ihren eigenen Gärten anbauen können, auf. Darüber hinaus zeigen sie den Teilnehmenden der Workshop essbare und nahrhafte Pflanzen, die man in jedem Monat des Jahres finden kann.

Ziel 15. Leben an Land: Sie werben in ihren Workshops aktiv dafür, dass unsere natürliche Vegetation erhalten bleiben muss, damit Bienen gedeihen können. Sie ermutigen die Menschen, die natürliche Vegetation auf ihren Grundstücken (z.B. Unkräuter, Wiesen) nicht mehr zu entfernen. Ecophysis setzt bewusst keine Pestizide auf dem eigenen Grundstück ein.

Ziel 17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele: Sie haben Partnerschaften mit lokalen Einzelhändlern, Verbänden und Herstellern anderer zyprischer Produkte (z. B. Seifen, Kräuter, ätherische Öle usw.), die sie auch in ihrem Geschäft bewerben.



1. ECOPHYSIS BIENEN- UND NATURZENTRUM



Strategie & Mission

Als sie anfangen, haben sie sich auf eine schriftliche Strategie fokussiert, die sich auf den Tourismus konzentrierte. Diese ist zwar immer noch aktuell, jedoch langfristig nur aufrechtzuerhalten, wenn sie ihr Team erweitern können.

Bevor die Gründerin Georgia das Unternehmen aufbaute, war sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin für Umweltorganisationen tätig und hatte daher viel Erfahrung in der Erforschung und Förderung von SDG-Strategien sowohl in Zypern als auch EU-weit, in Parlamentssitzungen usw. Sie war sich all dieser Bemühungen zum Schutz der Umwelt und zur Nachhaltigkeit bewusst. Dies half ihr, eine Strategie zur Nachhaltigkeit zu verfolgen, ohne diese theoretisch entwickeln zu müssen.

Wirkungsevaluierung

Derzeit gibt es kein systematisches Monitoring ihrer nachhaltigen Praktiken. Das Unternehmen ist jedoch daran interessiert, sich mehr damit auseinanderzusetzen und langfristig entsprechende Tools zu inkludieren.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

Die größte Herausforderung bestand in der Rentabilität, da einige ihrer nachhaltigen Herangehensweisen wesentlich mehr kosteten. Einige der neuen Anpassungen, die sie in ihre Praktiken einbeziehen möchten, sind sehr

kostenintensiv, sodass die Realisierung derer derzeit noch nicht möglich ist. Da wäre zum Beispiel eine Wasseraufbereitungsanlage. Da sie landwirtschaftlich genutzte Flächen besitzen, beziehen sie Trinkwasser von der Gemeinde, was wenig nachhaltig ist. Es wäre besser, Wasser zu recyceln und für die Bewässerung zu verwenden, sodass kein Trinkwasser für die Bewässerung verbraucht wird.

Motivation

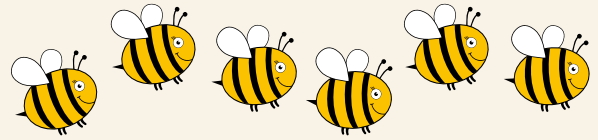
Die Motivation, sich an den SDGs zu orientieren, ist für sie selbstverständlich. Sie wollen der Umwelt nicht schaden und es ist ihnen ein Herzensanliegen, anderen beizubringen, dasselbe zu tun und sie zu ermutigen, Teil dieser Veränderung zu sein. Nachhaltiges Handeln ist Teil ihrer persönlichen Grundwerte.

Verbesserungsbedarf

Zu den Herausforderungen, die bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit im Unternehmen auftraten, gehörte die Reaktion mancher Kunden, als diese Plastikbehälter gegen Gläser für den produzierten Honig austauschten, was den Verlust einiger Kunden zur Folge hatte.

Als sie ihr Geschäft eröffneten, war den Leuten nicht klar, wie wichtig es ist, Nachhaltigkeit zu fördern. Es war eine große Herausforderung, die Leute von der Bedeutung zu überzeugen.

1. ECOPHYSIS BIENEN- UND NATURZENTRUM



Ideen zur Nachhaltigkeit

Sie organisieren viele Workshops und Schulungen, wie bereits erwähnt (einen Tag als Imker, Kräuter sammeln usw.).

Zusätzlich arbeiten sie mit NGOs zusammen, die auf nachhaltige Lösungen spezialisiert sind und organisieren gemeinsam Veranstaltungen, um ihre nachhaltigen Herangehensweisen vorzustellen und zu fördern.

Ihr Geschäft ist von EU-Vorschriften abhängig, da sie Lebensmittel herstellen. Daher müssen sie sich bei der Herstellung und Kennzeichnung ihrer Honigprodukte an die Gesetze halten. Ihre Balsame und Salben werden im Inland hergestellt und nicht in Apotheken vertrieben. Sie benötigen daher keine Lizenz.

Reflexionen der Gründer

“Ich finde es traurig, dass Nachhaltigkeit nicht monetär belohnt wird – man tut etwas, weil man weiß, dass es das Richtige ist, aber meistens bringt es einem auf Unternehmensebene keinen zusätzlichen Gewinn. Ecophysis hat viele Maßnahmen zur Nachhaltigkeit ergriffen, aber sie sehen viele andere Unternehmen, die dies nicht tun und keine Strafen zahlen müssen und im Gegenzug mehr Gewinn machen. Ich bereue die Maßnahme, die wir ergriffen haben, nicht, aber ich verstehe, dass mein Unternehmen vielleicht mehr Gewinn machen würde, wenn ich keine starke Haltung zur Nachhaltigkeit einnehmen würde. Ich würde es immer noch genauso machen, wenn ich mich noch einmal entscheiden müsste, aber es hinterlässt bei mir ein Gefühl der Ungerechtigkeit. Rentabilität ist wirklich wichtig, denn wenn wir einen Kredit aufnehmen möchten, sehen sie nur, was auf der Bank ist und nicht, wie nachhaltig wir als Unternehmen sind. Leute, die uns bei der Weiterentwicklung unseres Unternehmens helfen können, sind an diesen Werten nicht interessiert. Ich hoffe, dass sie in ein paar Jahren sehen und erkennen können, dass wir aufgrund unserer Werte und Nachhaltigkeitsstrategien nicht so schnell gewachsen sind wie andere.“

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Jungen Unternehmern, die ein nachhaltiges Unternehmen aufbauen möchten, empfiehlt es sich, eine schriftliche Nachhaltigkeitsstrategie zu haben, die ihnen dann dabei hilft, ihr Team auf diese Werte auszurichten.

Es wird viele Situationen geben, in denen Gründer vor der schwierigen Entscheidung zwischen Nachhaltigkeit und Geld/Rentabilität stehen. Wenn etwas schriftlich festgehalten ist, kann man sich immer wieder darauf berufen und das Ziel fester im Blick behalten.

2. HÜLSENREICH



Kichererbsen als gesunde Snackalternative

TYP: PRODUKTION UND VERTRIEB VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN

Die ursprüngliche Idee für ihr Unternehmen entstand während Emilie Wegners Studium der Ernährungswissenschaften. Als leidenschaftliche Foodbloggerinnen mit einem ausgeprägten Interesse an gesunder Ernährung stellten sie sich die Frage, wie man gesunde Ernährung einfach und genussvoll gestalten kann. Gleichzeitig hörten sie während des Studiums viel über Hülsenfrüchte und stellten fest, dass Hülsenfrüchte als Pflanzengruppe in den klassischen Produkten, die man im Supermarkt findet, noch immer total unterrepräsentiert sind. Das war vor etwa sieben Jahren, eine ganz andere Zeit – Hummus zum Beispiel war gerade erst im Kommen. Damals waren sie eine der ersten, die anfangen, Hülsenfrüchte als Snacks zu verarbeiten, um sie als äußerst gesunde Pflanzengruppe zugänglicher zu machen und gleichzeitig einen leckeren, gesunden Snack anzubieten.

Nach der Gründung 2019 konzentrierten sie sich zunächst darauf, ihren *Proof of Market* zu erreichen, indem sie testeten, ob ihr Produkt überhaupt am Markt angenommen wird. Innerhalb von sechs Monaten hatten sie so viele Kunden, dass ihre erste Produktionsstätte zu klein wurde und sie umziehen mussten. Ihre Produktion wuchs immer weiter und sie mussten ständig die Balance zwischen Vertrieb und Produktion wahren, also nur so viele Kunden akquirieren, wie sie bedienen konnten. Gleichzeitig wollten sie natürlich auch wachsen und niemanden abweisen – das war die größte Herausforderung in den ersten drei Jahren. Sie zogen dann wieder in ihre jetzige Produktionshalle, die so gebaut ist, dass sie ihnen noch lange reichen wird. Ihr Fokus liegt auf der Kundenakquise und sie beginnen dieses Jahr auch mit dem Ausbau ihrer Marke, um auf Messen und Events präsenter zu sein.

Ihre Mitarbeiter sind überwiegend in der Produktion tätig und übernehmen nach und nach mehr Verantwortung. Waren es zunächst die Gründer, die für die Logistik und die gesamte Auftragsabwicklung zuständig waren, wird dies nun nach und nach an das Team übertragen. Die Gründer werden damit zu Geschäftsführern und konzentrieren sich auf ihre Kernaufgaben.



Nachhaltige Entwicklung

Diese Frage ist für das Team nicht einfach zu beantworten, da sie eine eher weitläufige Definition von Nachhaltigkeit haben. Für Hülsenreich bedeutet nachhaltig, dass ihr heutiges Handeln einen positiven Einfluss auf ihre Zukunft hat oder langfristig sinnvoll angelegt ist. Hülsenreich strebt danach, dass das, was sie heute tun, nicht nur kurzfristig funktioniert.

Durch den Hintergrund als Ernährungswissenschaftlerin liegt Emilies Fokus auf dem Ernährungsaspekt. Ihre Produkte sind gesund und sie sind heute genauso gut für den menschlichen Körper wie in zehn Jahren.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Sie haben von Anfang an viel Herzblut, Leidenschaft und persönliche Überzeugung in das Thema Nachhaltigkeit gesteckt. Dazu leben sie diese Werte nicht nur geschäftlich, sondern auch privat. Trotzdem gibt es immer noch Bereiche, in denen sie sich weiter verbessern können. Zusammenfassend gesagt, gibt es viele Aspekte der Nachhaltigkeit, die sie bereits unbewusst in ihr Handeln integrieren.

Nachhaltigkeit bedeutet für sie bei Hülsenreich, dass alles, was sie tun und welche Produkte sie auf den Markt bringen, nicht nur der Gesundheit der Menschen zugutekommen, sondern sich auch langfristig positiv auf die Umwelt auswirken sollen.

<https://huelsenreich.de/>

2. HÜLSENREICH



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 1. Keine Armut: Was Hülsenreich aus ihrer Sicht auszeichnet, ist, dass sie in ihrer Produktionsarbeit ein Einzugsgebiet für ganz unterschiedliche Menschen haben. Hier arbeiten nicht nur Werkstudenten aus privilegierten Haushalten, sondern ein ganz bunt gemischter Haufen, der zum Beispiel aus ukrainischen Flüchtlingen besteht oder Menschen, die schon länger keine Arbeit haben. Sie sind ein offenes Team. Die Produktionsarbeit macht das möglich, denn die Aufgaben sind schnell erlernbar und sie schließen niemanden aus. Auf globaler Ebene hat Hülsenreich ein Lieferantenscreening, sodass sie sicherstellen, dass alles einwandfrei ist. Die Schokolade, die sie verwenden, ist Fair Trade. Derzeit schaffen sie es noch nicht, alles bis zum Ende der Lieferkette zurückzuverfolgen, sodass sie auf die Angaben der Lieferanten angewiesen sind. Hülsenreich ist zudem ein zertifizierter Bio-Betrieb. Dass ihre zertifizierten Bio-Lieferanten automatisch soziale Aspekte berücksichtigen, ist nicht garantiert. Trotzdem ist es oft so, dass im Bio-Bereich nicht nur auf Qualität, sondern auch auf soziales Miteinander und faire Bedingungen Wert gelegt wird.

Ziel 2. Kein Hunger: Dies ist wohl eines der unterbewussten Nachhaltigkeits-Kernziele. Das zeigt sich vor allem darin, dass Hülsenreich hochwertige, nährstoffreiche Lebensmittel produziert, die zudem regional bezogen werden. Das ist sozusagen Teil ihrer DNA. Außerdem engagieren sie sich aktiv und zukunftsorientiert für den Kichererbsenanbau in Deutschland.

Angesichts des fortschreitenden Klimawandels und anderer Entwicklungen in der Landwirtschaft ist bereits jetzt absehbar, dass konventionelle Hauptrohstoffe wie Weizen oder Mais vor Herausforderungen stehen. Die Landwirtschaft muss sich diversifizieren und jetzt mit dem Anbau von Nischenpflanzen beginnen. Dies ist nicht nur für die Lebensmittel- und Rohstoffsicherheit wichtig, sondern auch für den Bodenschutz. Hülsenreich sucht aktiv den Dialog mit Landwirten und anderen Verarbeitern und nimmt regelmäßig an Podiumsdiskussionen und Netzwerktreffen teil, um Möglichkeiten auszuloten. Sie haben sogar schon einen Testanbau mit einem Landwirt in Sachsen-Anhalt durchgeführt und beziehen bereits deutsche Kichererbsen, die sie noch nicht verarbeiten, sondern als Rohware in ihrem Onlineshop anbieten. Dieses Thema liegt ihnen am Herzen, denn Kichererbsen und Hülsenfrüchte im Allgemeinen können eine wichtige Rolle für die Zukunft der Landwirtschaft und den Bodenschutz spielen.

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Einmal jährlich unterziehen wir uns einer Prüfung durch einen Sachverständigen der Berufsgenossenschaft (BGN). Dieser besichtigt die Produktionsstätte hinsichtlich Arbeitssicherheit und prüft auch, ob die Arbeitsplätze aus ergonomischer Sicht den Standards entsprechen. Diese Prüfung ist eine freiwillige Maßnahme. Über die BGN veranstalten wir außerdem jährlich einen Rückenworkshop, in dem unsere Mitarbeiter lernen, wie sie ihre Rückengesundheit verbessern können. Darüber hinaus stellen wir unseren Mitarbeitern frische Säfte, Obst und unsere gesunden Kichererbsensnacks kostenlos und in unbegrenzter Menge zur Verfügung.

2. HÜLSENREICH



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 5. Geschlechtergleichheit: Als kleines Unternehmen ist Hülsenreich sehr flexibel, was die Anpassung der Arbeitsbedingungen angeht. Es ist klar, dass es in der Produktion Schichten gibt, an die die Produktionsmitarbeiter gebunden sind. Für alle anderen Aufgaben und Positionen bieten sie jedoch die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten. Sie haben bereits eine Mitarbeiterin in der Produktion unterstützt, die schwanger wurde, aber bis zu ihrer Elternzeit weiter bei ihnen arbeiten wollte. Sie haben erfolgreich alternative Aufgaben für sie gefunden, die sie bis kurz vor der Geburt ausführen konnte. Nach der Geburt wurde ihre Schichten so angepasst, dass sie ihr Kind zur Kita bringen und wieder abholen konnte. Ihre kleine Größe ermöglicht es ihnen, flexibel auf solche Situationen zu reagieren. Bei der Aufgabenverteilung und dem Gehalt spielt das Geschlecht natürlich keine Rolle.

Ziel 8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum: Wie Hülsenreich mit ihren Mitarbeitern und Lieferanten umgeht, haben sie bereits an anderer Stelle besprochen. Es soll jedoch noch ein Punkt betont werden, der sie wahrscheinlich von anderen Start-ups unterscheidet: Sie planen nicht, ihr Start-up innerhalb der nächsten Jahre an den Meistbietenden zu verkaufen, sondern wollen ein Unternehmen aufbauen, das langfristig bestehen wird. Natürlich beeinflusst dies auch, wie sie agieren.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Durch die Förderung von Hülsenfrüchten im Allgemeinen mit dem Ziel, deren Verbreitung und Anbau zu steigern, leisten sie einen Beitrag zum Klimaschutz. Ziel dieser Bemühungen ist es, dass Hülsenfrüchte zunehmend tierische Produkte ersetzen, was sich positiv auf das Klima auswirkt.

Ziel 14. Leben unter Wasser: Aktuell verwendet Hülsenreich für ihre herzhaften Produkte im Handel noch Plastikverpackungen und können diese derzeit auch nicht komplett vermeiden. Allerdings bieten sie in ihrem Onlineshop bereits die Möglichkeit einer Papierverpackung an, die mittlerweile kompostierbar ist. Als Produktionsbetrieb haben sie zudem die Möglichkeit, Schüttware zu versenden. So beliefern sie beispielsweise die Unverpacktläden in Pfandheimern. Seit kurzem führen sie eine süße Produktlinie, deren Einzelhandelsverpackung komplett aus Papier besteht. Obwohl sie bei einigen Produkten noch Plastik verwenden, ist es ihre Ambition, eines Tages komplett auf Plastik zu verzichten. Sie freuen sich auf die Entwicklung, wenn mehr Unternehmen auf umweltfreundlichere Verpackungen umsteigen, da dies die Preise senken kann und ihnen den Zugang zu entsprechenden Verpackungen erleichtert.

Ziel 15. Leben an Land: Siehe Initiativen für Ziel 2 – bei Hülsenreich unterstützen sie aktiv den Kichererbsenanbau in Deutschland, da Kichererbsen eine wichtige Rolle in der Zukunft der Landwirtschaft und des Bodenschutzes spielen können. Als Nutzpflanze betrachtet haben Hülsenfrüchte viele Vorteile: Sie stärken die Artenvielfalt, die Blüten der Hülsenfrüchte sind ideal für Insekten, sie sind Stickstofffixierer für den Boden und verbrauchen im Anbau weniger Wasser als vergleichbare Pflanzengruppen. Sie setzen sich dafür ein, den Anbau von Hülsenfrüchten zu steigern. Und sie sind außerdem biologisch zertifiziert, was bedeutet, dass in ihrem Rohstoffen keine schädlichen Düngemittel oder Pestizide verwendet werden.

Ziel 17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele: Das Team ist in verschiedenen Netzwerken aktiv, unter anderem in einem Netzwerk von Vertretern aus dem Nischenmarkt für Hülsenfrüchte, das die gesamte Wertschöpfungskette vom Erzeuger bis zum Verarbeiter abdeckt. Ein weiteres Netzwerk besteht aus nachhaltig denkenden Start-ups, die auf gegenseitige Unterstützung und Zusammenarbeit setzen. Hier ergeben sich zunehmend Kooperationsmöglichkeiten, was sie als Ziel für dieses Jahr sehen. Ein dritter Aspekt des Netzwerks betrifft den Hauptinvestor, der selbst in der Lebensmittelproduktion und Landwirtschaft tätig ist. Dieser Partner ist für sie äußerst wertvoll, da sie von seinen Erfahrungen lernen und auch seine landwirtschaftlichen Produkte verwerten können. Es ergibt sich eine Win-Win-Situation, von der beide Seiten profitieren.

<https://huelssenreich.de/>

2. HÜLSENREICH



Strategie & Mission

Hülsevenreich hat keine ausformulierte Nachhaltigkeitsstrategie, verfolgt dennoch verschiedene Nachhaltigkeitsziele. Ihr nachhaltiges Verhalten geschieht eher intuitiv.

Mit zunehmender Komplexität ihres Unternehmens müssen sie Prozesse intensiver dokumentieren und verankern. Das beobachten sie auch in anderen Bereichen, insbesondere wenn Aufgaben delegiert und Strukturen komplexer werden. In solchen Fällen ist es an der Zeit, die Prozesse schriftlich festzuhalten.

Dieser Ansatz lässt sich auch auf das Thema Nachhaltigkeit übertragen. Im Moment agiert ihr kleines Team intuitiv und in eine gemeinsame Richtung. Mit dem weiteren Wachstum der Strukturen werden sie aber vermutlich dazu übergehen, ihre Ausgangspunkte, ihren Identitätskern und ihre Prinzipien schriftlich festzuhalten. Damit stellen sie sicher, dass alle im Unternehmen mitziehen und die nachhaltigen Prinzipien klar und einheitlich kommuniziert werden können.

Wirkungsevaluierung

Da ihr nachhaltiges Verhalten intuitiv ist, können sie – nach eigenen Angaben – ihre Auswirkungen kaum quantifizieren.

Motivation

Das Team ist intrinsisch motiviert und zwar nicht nur durch persönliche Ziele, die sie privat verfolgen, sondern auch durch unternehmerische Motivation. Für Emilie Wegner persönlich ist diese Motivation fast schon ein wenig egoistisch, denn sie möchte auch ihren eigenen Arbeitsplatz langfristig behalten und nicht nur kurzfristige Erfolge feiern, die nach einem Jahr vergessen sind. Das Ergebnis: sie handeln ganzheitlich nachhaltig.

Viele ihrer Mitarbeiter sind Quereinsteiger, die in neue Lebensabschnitte starten oder gerade am Anfang ihrer Karriere stehen. Eines der schönsten Gefühle ist, wenn sie diese Mitarbeiter erfolgreich mitnehmen können und sie im Unternehmen bleiben wollen. Manche von ihnen bekleiden sogar Führungspositionen, obwohl sie neu im Berufsfeld sind und ursprünglich nicht aus der Lebensmittelbranche kommen. Für sie ist das das Schönste, was passieren kann und entspricht ihrer persönlichen Definition von Nachhaltigkeit. Es bedeutet, dass ihre Unternehmenskultur so organisiert ist, dass alle langfristig Freude daran haben.

Mit ihren Produkten ist es ihr als Ernährungsberaterin besonders wichtig, die Gesellschaft zu einer nachhaltigeren Ernährung zu animieren. Indem sie nachhaltige Produkte auf den Markt bringen und aktiv über das Thema sprechen, leisten sie ihren kleinen Beitrag dazu.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

Mitarbeiterzufriedenheit und Sicherheit liegen dem Unternehmen am Herzen. Ihre Produktionshalle ist aktuell nicht beheizt, was sich zwar positiv auf ihren Strom- und Energieverbrauch auswirkt, für ihre Mitarbeiter jedoch eine Herausforderung darstellt. Aktuell nutzen sie Infrarotstrahler und beheizte Schuhsohlen, um ein angenehmes Arbeitsklima zu schaffen.

Langfristig gilt es jedoch, eine Lösung zu finden, die sowohl den Komfort ihrer Mitarbeiter erhöht als auch energieeffizient ist. Eine große Produktionshalle zu beheizen ist für sie als produzierendes Unternehmen aus Kosten- und Energiegründen keine optimale Option. Sie sind daher bestrebt, eine innovative und nachhaltige Lösung zu finden, um das Arbeitsumfeld ihrer Mitarbeiter langfristig zu verbessern.

2. HÜLSENREICH



Ideen zur Nachhaltigkeit

Als Bio-zertifizierte Unternehmen nach EU-Richtlinien verpflichten sie sich, die hohen Standards und Vorschriften im ökologischen Landbau einzuhalten. Dazu gehört die Einhaltung bestimmter Anbau- und Produktionspraktiken, um sicherzustellen, dass ihre Produkte den Bio-Anforderungen entsprechen.

Darüber hinaus unterliegen sie bestimmten Verpflichtungen aus dem Lieferkettengesetz. Dies bedeutet, dass sie transparent und rechenschaftspflichtig sein müssen, wie ihre Lieferkette aufgebaut ist, welche Maßnahmen sie ergreifen, um sicherzustellen, dass sie ethisch und nachhaltig ist und wie sie die Einhaltung grundlegender Arbeits- und Umweltstandards sicherstellen.

Reflexionen

Sie empfinden es als äußerst bereichernd, in der Nachhaltigkeitsszene aktiv zu sein. Es macht ihnen Spaß, weil sie das Gefühl haben, dass Unternehmen und ihre Mitarbeiter in dieser Branche oft wunderbare Werte vertreten, die sie leben. Diese Werte sorgen für ein angenehmes Arbeitsklima und einen positiven Umgang miteinander – so ihr persönliches Fazit.

Außerdem gibt es ihnen ein gutes Gefühl, zu wissen, dass sie mit ihren Aktivitäten der Welt zumindest keinen Schaden zufügen.

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Lassen Sie sich nicht von aktuellen Marketingtrends beeinflussen oder beeindruckt. Früher war Nachhaltigkeit eher ein Trend. Aber das sollte nicht die Motivation sein, sich in diese Richtung zu gründen. Denken Sie einfach darüber nach, was Ihnen wichtig ist und wie Sie Ihr Unternehmen führen möchten. Und denken Sie nicht nur an heute, sondern auch an morgen.

Verbesserungsbedarf

Die bereits adressierte Problematik der Kunststoffverpackungen ist uns ihnen ein Anliegen, mit dem sie sich weiterhin intensiv auseinandersetzen und dessen Reduzierung sie vorantreiben möchten.

Energie ist der Bereich, der für das Unternehmen das meiste Entwicklungspotential bietet. Als Produktionsbetrieb ist der Stromverbrauch recht hoch, bedingt durch die Beschaffenheit der Gastronomiegeräte, die bauartbedingt sehr viel Energie verbrauchen – das lässt sich demnach kaum vermeiden.

Darüber hinaus kaufen sie ihren Strom ausschließlich von der Stadt. Sie überlegen aktiv, wie es weitergeht und prüfen verschiedene Optionen. Das Team hat bereits Gespräche mit dem Vermieter geführt, um die Möglichkeit zu prüfen, Solarmodule auf dem Dach zu installieren. Dies liegt jedoch nicht allein in ihrer Entscheidungsbefugnis, da der Vermieter zustimmen müsste. Dieser Prozess wird voraussichtlich 2–3 Jahre dauern.

Auch die Umstellung auf Kichererbsen aus Deutschland, also die Verwendung von verstärkt regional angebauten Zutaten, ist weiterhin ihr Ziel.

3. YGEA-FARM



Freilandhühner, Bio-Eier, Bioland

TYP: PRODUKTION UND VERTRIEB VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN

Ygea Farm ist stolz darauf, Bio-Produkte wie Olivenöl und Eier aus Freilandhaltung anzubieten. Ihr familiengeführter Bio-Bauernhof in den fruchtbaren Ausläufern Zentralzyperns bietet seinen Hühnern reichlich Freiraum, Sonnenschein und frische Luft. Der Hof stellt außerdem sicher, dass die Hühner eine ausgezeichnete, vollständig zertifizierte Bio-Ernährung erhalten. Das Engagement erstreckt sich auf die Unterstützung der lokalen Landwirtschaft, die Förderung von Bio-Lebensmitteln, das Eintreten für eine humane Behandlung von Tieren und den Schutz der Natur. Aus ihrer Sicht fördert dieser Ansatz ein gesünderes Gleichgewicht zwischen Natur und Lebensmittelproduktion.

Die Gründer konnten ihr Geschäft mit einem EU-Fonds starten. Sie glauben an eine nachhaltige Art der Landwirtschaft. Ihr Name steht für Land und Gesundheit und das ist ihr Grundwert.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltigkeit ist für das Unternehmen sehr wichtig. Um in ihrem Feld erfolgreich zu sein, mussten sie sich zunächst um das Land kümmern. Konkret bedeutet dies, die Bienenpopulation auf dem eigenen Land zu steigern, um das natürliche Wachstum von Kräutern und Pflanzen anzuregen. Daraus folgend siedeln sich wieder mehr Vögel (wie Eulen) auf dem Land an. Diese limitieren wiederum die Ausbreitung von Ratten und bestimmte Insekten und fördern gleichzeitig das Wachstum von Pflanzen, die vom Aussterben bedroht sind.

Nachhaltige Entwicklung

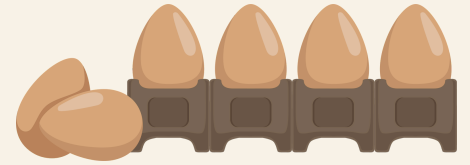
Das Unternehmen wendet das Konzept der Kreislaufwirtschaft an, eine Form der Permakultur. Dabei regelt die Natur die eigene Erhaltung, indem Strukturen auf dem Land geschaffen werden, die eine natürliche Art der Bewässerung zulässt, wodurch sich die Bäume gegenseitig unterstützen. Auf diese Weise muss das Land nur minimal bewässert werden.

Ihr Hauptprodukt ist die Eierproduktion. Sie produzieren täglich etwa 4.500 Eier.

Die Farm sind ständig bemüht, neue nachhaltige Wege zu finden und zu erkunden. Ein Beispiel hierfür ist die Fütterung der Hühner mit Saisonobst, wie zum Beispiel Kaktusfeigen, die es im Sommermonaten in rauen Mengen auf dem Land gibt. Sie sind davon überzeugt, dass sie auf diese Weise nicht nur Produkte verwenden, die auf natürliche Weise auf ihrem Land wachsen, sondern dass sie die Gesundheit der Hühner durch die Abwechslung ihrer Ernährung und die Nutzung natürlicher Futtermittel erhalten.

Allerdings ist es nicht einfach, einen nachhaltigen Eierproduktionsbetrieb zu führen. Wenn Sie nicht sich dem Absatz der Eier nicht sicher sein können, würden Sie bankrott gehen. Auch im Hinblick auf den EU-Fonds, mit dem sie begonnen haben, erhalten Sie die volle Förderung nur, wenn Sie die ersten fünf Jahre überstehen – und diese sind wirklich die herausforderndsten.

3. YGEA-FARM



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 2. Kein Hunger: Die ersten Eier, die die Hühner legen, sind normalerweise zu klein, um sie zu verkaufen, deshalb spenden wir sie an verschiedene Stiftungen (z. B. Reha-Einrichtungen, wirtschaftlich benachteiligte Familien usw.).

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Sie sind überzeugt davon, die Gesundheit mit Bio-Eiern zu fördern. Die Farm vermeidet unter anderem synthetische Hormone (die häufig konventionellen Milch- und Fleischtieren verabreicht werden, um die Fortpflanzungszyklen zu verändern und das Wachstum zu beschleunigen), was weniger Stress für die Tiere bedeutet und die Belastung des Menschen durch Chemikalien reduziert. Schließlich wird das Tierfutter ausschließlich aus vegetativen (rein pflanzlichen) Rohstoffen hergestellt und ist nicht gentechnisch verändert.

Ziel 6. Sauberes Wasser und Sanitäranlagen: Dies ist besonders wichtig für einen Ort wie Zypern, wo es Probleme mit der Wasserversorgung gibt. Eine Möglichkeit, dies zu erreichen, ist die Anwendung des Konzepts der Permakultur.

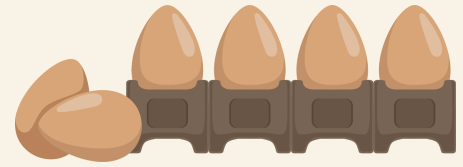
Ziel 11. Nachhaltige Städte und Gemeinden: Dies fördert das Team, indem sie Hühner in Freilandhaltung halten, das Land und die natürliche Vegetation bearbeiten und den Wildtieren in der Gegend ein Zuhause geben. Sie wollen versuchen, eine natürliche Lebensweise so weit wie möglich zu fördern.

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Sie produzieren biologische Eier ohne Pestizide, synthetische Düngemittel oder giftige Chemikalien, die der Gesundheit und der Umwelt schaden.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Durch die Art und Weise, wie sie ihr Land mittels Permakultur bewirtschaften, hoffen sie, eine Oase der Natur zu schaffen und andere zu ermutigen, dasselbe auf ihren Bauernhöfen und Grundstücken zu tun.

Ziel 13. Leben an Land: Wie oben erwähnt, fördern sie auf ihrem Land die sich selbst erhaltende Natur, sie arbeiten aktiv daran, dass natürliche Blumen für die Bienen verfügbar sind, sie graben sogar Löcher für Frösche und Eidechsen. Darüber hinaus bauen sie kleine Häuser für Vögel, die ihnen wiederum dabei helfen, die Rattenpopulation usw. unter Kontrolle zu halten.

3. YGEA-FARM



Strategie & Mission

Die Organisation verfügt über keine schriftliche Strategie.

Ihre Mission und Vision sind definitiv mit Nachhaltigkeit verbunden. Nachhaltigkeit ist Teil ihres zentralen Glaubenssystems. Ihre Vision ist es, das gesamte Farmgebiet in eine Grünfläche, einen natürlichen Wald, zu verwandeln. Sie glauben an einen Lebensstil, der auf Ernährung statt auf Pharmazeutika basiert. Die Erde und das Land können uns viele Vorteile bieten und wir sollten versuchen, dem näher zu kommen.

Wirkungsevaluierung

Sie haben keine Möglichkeit, ihre nachhaltigen Praktiken wirklich zu messen oder zu überwachen. Sie finden jedoch ständig innovative Wege, um der Umwelt zu helfen. Beispielsweise haben sie jetzt ein neues Bewässerungssystem für ihre Olivenbäume, bei dem sie einen Wasserbehälter in der Nähe der Olivenbäume aufstellen, der über ein automatisches Bewässerungssystem verfügt. Dies reduziert den Wasserverbrauch, verbessert aber auch die Qualität des produzierten Öls.

Sie pflegen außerdem ein gutes Verhältnis zur Gemeinde und arbeiten mit vielen örtlichen Unternehmen zusammen, um ihre Eier zu verkaufen und spenden auch an die Gemeinde.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

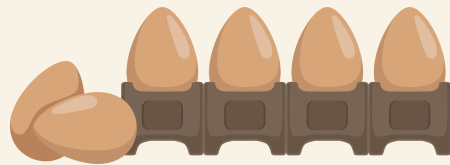
Zu den innovativen Ansätzen zur Erreichung nachhaltiger Ziele gehörte die Investition in die Gestaltung ihrer Farm im Sinne der Permakultur. Darüber hinaus füttern sie ihre Hühner mit saisonalen Früchten und Produkten, die auf ihrem Land natürlich angebaut werden, da sie glauben, dass eine abwechslungsreiche Ernährung sie gesünder und glücklicher macht.

Im Februar 2025 haben sie eine Veranstaltung organisiert, bei der sie weitere 100 Olivenbäume pflanzen werden. Sie haben Interessenvertreter und Menschen aus der umliegenden Gemeinde eingeladen, zu kommen und an der Baumpflanzung teilzunehmen. Sie nutzen das Pflanzen von Bäumen auch als Marketingmethode für wichtige Interessenvertretern. Sie haben mehr als 100 verschiedene Baumarten auf ihrer Farm. Sie investieren auch in die Erforschung der natürlichsten und besten Möglichkeiten, Wasser auf ihrem Land zu speichern.

Motivation

Sie glauben auch an Naturheilkunde und daran, alten Praktiken und der Natur näher zu kommen. Sie sind hochmotiviert, weiter zu pflanzen und in ihre Farm zu investieren. Diese Vision motiviert sie, nachhaltig zu bleiben.

3. YGEA-FARM



Ideen zur Nachhaltigkeit

Die Farm befolgt die EU-Vorschriften und ist von diesen abhängig. Darüber hinaus verfügt sie über eine Akkreditierung durch LACON und ein EU-Unternehmen, dem Sie dafür bezahlen, dass es vorbeikommt, die Qualität Ihrer Eier überprüft und Sie zertifiziert.

Reflexionen

Es wird viele Momente geben, in denen die Dinge nicht nach Plan laufen und Sie möglicherweise scheitern. Es ist wichtig, aufzustehen und durchzuhalten, denn diese Schwierigkeiten sind eigentlich Lektionen zur Verbesserung! Haben Sie keine Angst zu scheitern!

Rat von den Gründern für (Neu)-Gründer

“Haben Sie keine Angst, etwas alleine zu beginnen. Wenn Sie an das glauben, was Sie tun und wenn Sie gut darin sind, was Sie tun, werden andere folgen!”



<https://www.ygea.farm/>

4. THE NU COMPANY GMBH



Lebensmittelindustrie, Süßwaren, Schokolade und Schokoladenprodukte

TYP: PRODUKTION UND VERTRIEB VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN

Mit ihren Produkten will die nu company die Schokoladenindustrie aufrütteln: Getreu dem Motto „Für eine Welt, in der wir alle leben wollen: Grün, fair und unverschämt lecker“ vermarktet sie die beliebte Süßware nach anderen Maßstäben als die globale Konkurrenz. Denn diese ist für mehrere gravierende Missstände mitverantwortlich: In dieser Branche gibt es noch immer Kinderarbeit, es werden Regenwaldflächen abgeholzt und Pestizide eingesetzt. Zudem sind Schokoladenprodukte meist in Plastik verpackt, das nur selten recycelt wird.

Die nu company ist der festen Überzeugung, dass Verbraucher nicht auf den Genuss von Schokolade verzichten sollten, um umweltfreundlich zu handeln. Sie plädiert dafür, dass Hersteller, indem sie Verantwortung für ihre Geschäftspraktiken übernehmen, den Verbrauchern einen schuldfreien und umweltbewussten Genuss bieten können. Neben klassischen Schokoriegeln und Riegeln in verschiedenen Geschmacksrichtungen umfasst das Produktsortiment des Unternehmens mittlerweile auch Nüsse und gefriergetrocknete Früchte mit Schokoladenüberzug, die unter dem Handelsnamen Nucao vermarktet werden.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Der Aspekt der Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil der Geschäftstätigkeit von Nucao. Sämtliche Prozesse und Handlungen werden unter diesem Aspekt gestaltet.



Der Aspekt der Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil der Geschäftstätigkeit von Nucao. Sämtliche Prozesse und Handlungen werden unter diesem Aspekt gestaltet. Dabei wird nicht nur der Bereich der Umweltauswirkungen, sondern auch soziale Aspekte berücksichtigt. Transparenz ist ihnen seit jeher wichtig – Greenwashing ist für das Unternehmen keine Option.

Nachhaltige Entwicklung

Nucao hat Nachhaltigkeit von Anfang an in seinen Geschäftsplan integriert und damit ein unermüdliches Engagement für die Entwicklung nachhaltiger Praktiken gezeigt. Das Unternehmen legt Wert auf Bio-Zertifizierung, Fair-Trade-Partnerschaften, Reduzierung der Umweltbelastung und klimaneutrale Produktion. Die Nutzung erneuerbarer Energien, nachhaltige Verpackungen und die Unterstützung lokaler Gemeinschaften sind Kernelemente des Ansatzes von Nucao. Diese ganzheitliche Strategie betont ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte und zielt nicht nur darauf ab, Qualitätsprodukte zu liefern, sondern auch einen positiven Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft zu leisten.

4. THE NU COMPANY GMBH



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 1: Keine Armut: Faire Bezahlung der Kakaobauern und Mehrwert für die Gemeinden, die die Wiederaufforstungsprojekte umsetzen.

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Produkte mit reduziertem Zuckergehalt, ohne Aromen und Süßstoffe & wenige, natürliche Zutaten mit hoher Nährstoffdichte.

Ziel 5. Geschlechtergleichheit: Frauen und Männer erhalten gleichermaßen einen fairen Lohn.

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Fairer Handel; Ökologischer Anbau verschiedener Zutaten (z.B. Zuckerrüben) und Förderung der Artenvielfalt vor Ort & vegane Produkte; Tierleid wird durch den Verzicht auf tierische Zutaten vermieden.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Wiederaufforstungsprojekte, Förderung der ökologischen Produktion und nachhaltige (kompostierbare) Verpackungen.

Ziel 15: Leben an Land: Weniger Abholzung durch Zahlung von Prämien an Landwirte. Wenn die Zahlungen niedrig sind, greifen Landwirte manchmal auf umweltschädliche Praktiken zurück. Beispielsweise vergrößern sie dann ihre Flächen durch illegale Abholzung, um mehr Einkommen zu erzielen.

Ziel 17: Partnerschaften zur Zielerreichung der Ziele: The nu company ist Netzwerkpartner verschiedener Vereine wie *Startups for Tomorrow* und *The Good Food Collective*.

Strategie & Mission

Mit nucao wollen die drei Jungunternehmer ein Leuchtturmprojekt für nachhaltiges Wirtschaften schaffen. Ihre Mission ist es, nicht nur nachhaltige Produkte zu verkaufen, sondern auch die Botschaft zu vermitteln, dass Konsum nicht immer im Konflikt zwischen Genuss und Gewissen enden muss. Sie wollen nichts weniger, als ein ganzheitlich nachhaltiges Produkt (Zutaten, Verpackung, Unterstützung sozialer Projekte beim Kauf) zu verkaufen. Eines ihrer zentralen Projekte zur Kompensation unvermeidbarer Emissionen ist die Wiederaufforstung von Wäldern in Madagaskar und Nepal. Ziel ist es, eine Milliarde Bäume zu pflanzen.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

Nucao bezieht seinen Kakao zu 100% aus biologischem Anbau in Peru. Die Bauern werden fair bezahlt. Nur eine faire Bezahlung ermöglicht es ihnen, ausbeuterische Praktiken wie Kinderarbeit, Abholzung und den Einsatz von Pestiziden zu vermeiden. Das Unternehmen zahlt den Bauern daher zusätzlich zum Bio- und Fairtrade-Bonus eine Extraprämie. Diese beträgt 3500 US-Dollar pro Tonne Kakao. Zum Vergleich: Der Handelspreis für Kakao liegt bei rund 2400 US-Dollar (Stand 11/2022).

Darüber hinaus erhalten die Kleinbauern einen Anteil des Verkaufspreises, den sie für soziale Zwecke innerhalb ihrer Gemeinschaft einsetzen können. Mit Mischkulturen und Agroforstwirtschaft fördert Nucao zudem die lokale Biodiversität.

Die Schokoladenprodukte werden in umweltfreundlicher, heimkompostierbarer Folie oder recycelbarem Papier verpackt. Nucao ist der erste Schokoladenhersteller, der Papierverpackungen als Primärverpackung verwendet.

4. THE NU COMPANY GMBH



Wirkungsevaluierung

Nicht alle Emissionen lassen sich vermeiden. Deshalb spendet das Unternehmen 3% seines Umsatzes an Aufforstungsprojekte in Madagaskar und Nepal. Dem Impact Report der Website zufolge wurden bereits mindestens 13.589.202 Bäume gepflanzt. Durch die Verwendung nachhaltiger Verpackungen konnten zudem 19,02 Tonnen Plastik eingespart werden.

Ideen zur Nachhaltigkeit

Nachhaltige Inspiration und Ideen beziehen die Gründer und Mitarbeiter aus verschiedenen Quellen:

Wettbewerbe und Innovationsevents: Die Teilnahme an Wettbewerben ermöglicht Nucao den Austausch mit anderen Unternehmen und führt so zur Entwicklung innovativer Ideen im Bereich Nachhaltigkeit.

Zusammenarbeit mit NGOs und Interessengruppen: Durch die Partnerschaften mit NGOs erhält Nucao direkte Einblicke in ökologische und soziale Probleme, die zu inspirierenden Ideen und Initiativen führen können.

Kundenfeedback und Marktforschung: Nucao bezieht Kundenfeedback und Erkenntnisse aus umfassender Marktforschung direkt ein, um nachhaltige Produkte zu entwickeln, die den Marktanforderungen und Verbrauchererwartungen entsprechen.

Nachhaltigkeitsziele und -initiativen: Das Unternehmen orientiert sich an globalen Nachhaltigkeitszielen wie den SDGs der Vereinte

Nationen, um sicherzustellen, dass seine Aktivitäten einen positiven Beitrag zu sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Belangen leisten.

Motivation

Bei Nucao steht Nachhaltigkeit im Mittelpunkt. Für die Einstellung werden nur Personen ausgewählt, die mit Leidenschaft zu dieser Mission beitragen möchten. Das Engagement für Nachhaltigkeit ist tief im Geschäftsplan verankert, sodass keine umfassende Motivation erforderlich ist, da es sowohl einen selbst als auch das Team antreibt.

Sie legen zudem Wert auf eine harmonische und freundschaftliche Teamatmosphäre und organisieren Arbeitstreffen im Grünen oder Ausflüge in die Natur. Das Gefühl der Teamzugehörigkeit steigert zudem das Verantwortungsbewusstsein für das eigene Handeln im Unternehmen sowie die Identifikation mit diesem und führt so zu einer konsequenten Verfolgung der Unternehmensziele.

Verbesserungsbedarf

Nucao startete mit dem Slogan 1 Tafel = 1 Baum. Für jede verkaufte Tafel Schokolade sollte im Rahmen ihrer Aufforstungsprojekte in Madagaskar ein Baum gepflanzt werden. Dieses Versprechen mussten sie mit dem Relaunch jedoch zurücknehmen. Trotzdem arbeiten sie stetig daran, ihr großes Ziel von 1 Milliarde Bäumen zu verwirklichen. Ein Ziel könnte in Zukunft sein, die Verbindung zwischen dem Produkt und der Pflanzung eines Baumes wieder herzustellen.

Zudem wollen sie sich noch stärker im Kakaoanbau engagieren und die Transparenz der Lieferketten weiter erhöhen.

4. THE NU COMPANY GMBH



Reflexionen

Es ist in Ordnung, vom ursprünglichen Ziel abzuweichen und es auch im Nachhinein etwas niedriger anzusetzen.

Heute konzentriert sich Nucao auf ein Hauptziel: die nachhaltige Produktion und Verpackung seiner Produkte. Gerade für Start-ups ist die Kommunikation und ganzheitliche Umsetzung mehrerer Ziele schwierig und führt selten zu qualitativem Erfolg.

Mit Nischenprodukten und einer geringen Wiederverkaufsrate lässt sich die Welt nur schwer verändern. Die Akzeptanz der Zielgruppe litt unter dem speziellen Geschmack der Produkte. Das Unternehmen änderte daher seinen Ansatz und passte die Produkte stärker den Vorlieben der Verbraucher an. Dies ging zwar auf Kosten des Zuckergehalts, doch seinem Ziel, mehr Nachhaltigkeit in die Schokoladenindustrie zu bringen, als zu versuchen, alles „perfekt“ zu machen, ist das Unternehmen damit näher gekommen.

Zudem war Nucao mit den gesetzten Zielen nur bedingt vereinbar. Der Kokosblütenzucker und die exotischen Zutaten im Produkt machten einen emissionsintensiven Weg notwendig. Daher stieg das Unternehmen auf Rübenzucker um. Dennoch ist festzuhalten, dass Rübenzucker ein weniger gutes Gesundheitsimage hat. Nucao verfolgte hier eine Strategie der Transparenz: Die Gründe für diese Entscheidung werden auf der Website erläutert. Rübenzucker verursacht weniger Emissionen, weil er direkt vor unserer Haustür wächst und seine Produktion ressourcenschonend und emissionsarm ist.

Auch der nachhaltigste Riegel der Welt wird die Konsumenten nicht zum Kauf bewegen, wenn er nicht schmeckt. Und so können die Pläne des Konzerns für mehr Umweltschutz nicht umgesetzt werden.

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Setzen Sie sich keine zu hohen Ziele und bleiben Sie fokussiert. Die Qualität der Zielerfüllung ist entscheidend. Nucao ist beim Gesundheitsversprechen einen Schritt zurückgegangen und von Kokosblütenzucker auf Rübenzucker umgestiegen, da dieser dem Nachhaltigkeitsversprechen besser entspricht und sie diesen als Schwerpunkt gewählt haben. Oft ist es besser, sich auf wenige Bereiche zu konzentrieren und die definierten Projekte konsequent zu verfolgen.

Diese Veränderungen und Neuausrichtungen der Unternehmenswerte sollten jedoch immer transparent sein. Nucao hat hier mit dem Relaunch die richtige Entscheidung getroffen und die Konsumenten mitgenommen. Das Vertrauen der Zielgruppe darf nicht verletzt werden. Gerade Konsumenten, die Nachhaltigkeit als wichtiges Qualitätsmerkmal betrachten, müssen sich auf die Versprechen der Unternehmen verlassen können, da sie die entsprechenden Prozesse nicht selbst überprüfen können.

5. ALL ABOUT KOMBUCHA



Kombucha Getränke

TYP: PRODUKTION UND VERTRIEB VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN

All About Kombucha (AAK) wurde 2017 von den jungen Mitbegründern und Freunden Keith Loftus und Emmett Kerrigan in Galway, Irland, gegründet. Die Geschäftsidee entstand, nachdem die Gründer aus Kanada zurückkehrten, wo sie Kombucha entdeckten.


Als ihnen das Potenzial dieses gesundheitsfördernden Getränks bewusst wurde, machten sie sich daran, ihr eigenes Gebräu zu kreieren, wobei sie ihren Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit legten und die irischen Gemeinden unterstützten.

Das Team will etwas bewirken, indem sie die Iren unterstützen, nachhaltige Entscheidungen treffen und den Menschen helfen, ihre Gesundheit selbst in die Hand zu nehmen. Sie sind ständig bestrebt, neue Produkte zu entwickeln und ihr Sortiment umfasst mittlerweile auch Teesets, Merchandising-Kleidung/-Artikel und seit kurzem auch Bier.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltige Entwicklung ist ein wesentlicher Bestandteil der Ethik von AAK, da sie mit den Grundwerten des Unternehmens übereinstimmt, einen positiven Einfluss auf den Planeten zu nehmen und lokale Gemeinschaften zu unterstützen.

Indem das Unternehmen Nachhaltigkeit in den Vordergrund stellt, minimiert es nicht nur seinen ökologischen Fußabdruck, sondern fördert auch langfristige Widerstandsfähigkeit und Wachstum. Das Unternehmen ist davon überzeugt, dass die Einführung nachhaltiger Praktiken den Ruf der Marke steigert, umweltbewusste Kunden anzieht und Innovationen fördert.



Eine nachhaltige Entwicklung sichert die Überlebensfähigkeit des Unternehmens angesichts sich verändernder ökologischer und sozialer Herausforderungen und trägt letztlich zum Wohlergehen der Menschen und des Planeten bei.

Nachhaltige Entwicklung

AAK legt großen Wert auf Nachhaltigkeit in seinen Betrieben. Das Unternehmen verwendet vorrangig Bio-Zutaten und setzt CO₂-neutrale Produktionsmethoden ein.

Sie streben danach, Abfall durch Zero-Waste-Initiativen zu minimieren und unterstützen regenerative Landwirtschaft. Darüber hinaus haben sie ihr Produktangebot um Teesets und Bier erweitert und setzen damit ihre Mission fort, ihren Kunden nachhaltige und gesundheitsbewusste Optionen anzubieten.

Das AAK-Team trifft ständig nachhaltige Entscheidungen und hilft Menschen, ihre Gesundheit selbst in die Hand zu nehmen. Sie stellen leckeren Kombucha her, der gut für den Darm, den Gaumen und den Planeten ist.

Darüber hinaus sind sie stolze Mitglieder von 1 % for the Planet. It's All About ist der Überzeugung, dass es ein geringer Preis ist, etwas zurückzugeben, wenn man auf diesem Planeten Geschäfte macht. Sie spenden jährlich 10 % ihrer Brauereigewinne für die Pflanzung einheimischer irischer Bäume und die Unterstützung der regenerativen Landwirtschaft im ganzen Land.

5. ALL ABOUT KOMBUCHA



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Ihre Produkte unterstützen die Gesundheit und das Wohlbefinden aller ihrer Verbraucher.

Ziel 5. Geschlechtergleichheit: Sie verfügen über ein geschlechterparitätisch ausgewogenes Mitarbeiterteam, das allen gleiche Chancen bietet und die Kompetenzentwicklung fördert.

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Sie reagieren auf dieses Ziel mit ihren Strategien zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen und ihren neuen und verbesserten Verpackungs- und Produktionspraktiken.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Sie spenden jährlich 10 % ihres Brauereigewinns für die Anpflanzung einheimischer irischer Bäume und die Unterstützung der regenerativen Landwirtschaft im ganzen Land.

Strategie & Mission

Die Mitbegründer Keith & Emmett kamen erst in ihren Zwanzigern nach Irland zurück, nachdem sie einige Zeit in Kanada verbracht hatten, wo sie zum ersten Mal Kombucha entdeckten. Sie legten einen Kernwert fest, den sie vom ersten Tag an verfolgten: Gesundheitsförderlich leben, so wenig negative Auswirkungen wie möglich verursachen, hart arbeiten, Kreativität entfalten und Selbstverwirklichung praktizieren.

Sie möchten etwas bewirken, indem sie die Iren unterstützen, nachhaltige Entscheidungen treffen und den Menschen helfen, ihre Gesundheit selbst in die Hand zu nehmen.



5. ALL ABOUT KOMBUCHA



Innovative Ansätze und Herausforderungen

All About Kombucha hat mehrere innovative Ansätze und Anpassungen umgesetzt, um seine Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und damit sein Engagement für Umweltschutz und soziale Verantwortung zu demonstrieren. Eine bemerkenswerte Innovation ist sein Fokus auf Kohlenstoffneutralität. Durch die Optimierung seiner Produktionsprozesse und die Umsetzung von Energiesparmaßnahmen im gesamten Betrieb, wie z. B. die Optimierung der Brau- und Konservierungsprozesse, hat AAK seinen CO₂-Fußabdruck deutlich reduziert. Dieser Ansatz minimiert nicht nur die Umweltbelastung, sondern setzt auch einen Präzedenzfall für nachhaltige Praktiken in der Getränkeindustrie.

Um den Herausforderungen des Abfallmanagements zu begegnen, hat das Unternehmen Zero-Waste-Initiativen eingeführt. Es hat Strategien zur Reduzierung, Wiederverwendung und zum Recycling von Materialien in seinen Produktions- und Verpackungsabläufen umgesetzt.

Sie erforschen ständig neue Geschmacksrichtungen und Produktlinien und verwenden, wann immer möglich, lokal bezogene Bio-Zutaten. Indem sie ihr Produktangebot um Teesets und Bier erweitern, gehen sie auf die sich entwickelnden Vorlieben der Verbraucher ein und fördern gleichzeitig eine nachhaltige Landwirtschaft und unterstützen lokale Landwirte.

Wirkungsevaluierung

Die Umsetzung nachhaltiger Praktiken durch AAK hatte erhebliche Auswirkungen auf das Unternehmen, seine Stakeholder und die Umwelt. Ein messbarer Erfolg ist die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks des Unternehmens durch CO₂-neutrale Produktionsmethoden und Energiesparmaßnahmen. Durch die Optimierung seiner Brau- und Konservierungsprozesse hat das Unternehmen seine Umweltauswirkungen effektiv minimiert und so zur Eindämmung des Klimawandels beigetragen.

Diese nachhaltigen Praktiken haben sich positiv auf die Mitarbeiterzufriedenheit ausgewirkt. Durch die Förderung einer Kultur der Umweltverantwortung und des sozialen Bewusstseins hat AAK ein ansprechenderes und erfüllenderes Arbeitsumfeld geschaffen.

Die nachhaltigen Praktiken des Unternehmens haben die Beziehungen zur Gemeinschaft verbessert. AAKs Engagement, Bio-Zutaten zu verwenden, lokale Landwirte zu unterstützen und Abfall zu minimieren, kommt bei umweltbewussten Verbrauchern gut an. Dies hat den Ruf des Unternehmens gestärkt und Vertrauen in der Gemeinschaft aufgebaut, was zu einer erhöhten Kundentreue und Markenbekanntheit geführt hat.

AAK hat eine starke Anhängerschaft unter Jugendlichen und ist besonders gut darin, Aufklärungs- und Unterhaltungsveranstaltungen zu organisieren, bei denen sie Verbraucher über die gesundheitlichen Vorteile informieren und Neuigkeiten über ihre ethischen und nachhaltigen Bemühungen verbreiten. Sie haben eine „Booch-Bar“, die im ganzen Land zu Firmenveranstaltungen und Festivals reist, wo sie als DJs für ihr Publikum auflegten. Sie haben auch eine starke Präsenz und Anhängerschaft in den sozialen Medien, die auf den Jugendsektor abzielen.

6. DOLLA



Kaffeeröstereibetrieb

TYP: PRODUKTION UND VERTRIEB VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN

Dolla wurde 2019 gegründet und ist eine familiengeführte Kaffeerösterei mit Sitz in Skolwin, Stettin. In den letzten 4,5 Jahren haben sie eine Auswahl an Premiumkaffees entwickelt, die aus sorgfältig ausgewählten und gerösteten Bohnen aus aller Welt hergestellt werden. Sie zeichnen sich besonders durch ihr handwerkliches, schonendes Röstverfahren aus. Dieses sorgt für einen vollmundigen Geschmack und ein reichhaltiges Aroma. Ihre Auswahl umfasst sowohl ganze Bohnen als auch gemahlene Kaffeebohnen.

Zusätzlich zu den Ladengeschäften haben sie ihre Reichweite durch einen Online-Shop auf das ganze Land ausgedehnt. Zu ihren wichtigsten Meilensteinen gehören die Perfektionierung ihres Handwerks, die Einführung verschiedener Kaffeemischungen und die Anbindung einer wachsenden Gemeinschaft von Kaffee- und Teeliebhabern in ganz Polen. Für Liebhaber hochwertiger Tees bieten sie schwarzen, grünen, roten und weißen Tee an – sowohl pur als auch mit zusätzlichen Aromen. Egal, ob sie auf der Suche nach außergewöhnlichen Kaffeebohnen aus aller Welt oder herrlich aromatischen Tees sind, erkunden Sie ihr Angebot.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltige Entwicklung ist für Dolla von größter Bedeutung, da sie nicht nur mit den Werten der Gründer übereinstimmt, sondern auch den Wettbewerbsvorteil beeinflusst. Kunden suchen zunehmend nach Produkten und Dienstleistungen von Marken, die sich ökologischer und sozialer Verantwortung verpflichtet fühlen. In Anbetracht dessen



ist Nachhaltigkeit zu einem Eckpfeiler ihrer Geschäftsstrategie geworden und trägt zum Erfolg und der Kundentreue bei. Um der nachhaltigen Entwicklung treu zu bleiben, setzen sie sich für Maßnahmen wie Abfallreduzierung, umweltfreundliche Verpackungen, Investitionen in erneuerbare Energien und die Unterstützung lokaler Lieferanten ein. Dieser strategische Schwerpunkt stellt sicher, dass Dolla nicht nur rentabel bleibt, sondern auch einen verantwortungsvollen Beitrag zu einer besseren Welt leistet.

Nachhaltige Entwicklung

Dolla hat in den letzten Jahren einen deutlichen Anstieg des Bewusstseins für Nachhaltigkeit durch die Verbraucher miterlebt. In den letzten 4,5 Jahren haben sie eine positive Veränderung der Kundenpräferenzen hin zu Produkten und Dienstleistungen von Unternehmen beobachtet, die aktiv zum Wohl der Umwelt und der Gemeinschaft beitragen. Ihr Weg, der 2019 begann, spiegelt diese sich verändernde Landschaft wider, wobei Nachhaltigkeit sowohl für ihre Kunden als auch für ihre Geschäftstätigkeit zu einem Schwerpunkt wird.

6. DOLLA



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Das Unternehmen fördert aktiv einen gesunden Lebensstil, indem es hochwertigen Kaffee und Premium-Tee anbietet, die sicher und gesundheitsfördernd sind. Sie klären ihre Kunden kontinuierlich über den Wert der Produkte auf und fördern gesunde Gewohnheiten. Darüber hinaus unterstützen sie lokale Initiativen zur Förderung körperlicher Aktivität und eines gesunden Lebensstils, beispielsweise durch das Sponsoring von Veranstaltungen wie dem Skolwińska Mila Run.

Ziel 4. Hochwertige Bildung: Das Unternehmen investiert in inklusive und faire Bildung, indem es den Mitarbeitern kontinuierliche Entwicklungsmöglichkeiten bietet. Dolla unterstützt seine Belegschaft, indem sie Arbeitsbedingungen an ihre Bildungsbedürfnisse anpasst und ein förderliches Umfeld für Lernen und Wachstum schafft.

Ziel 5. Geschlechtergleichheit: Die Mehrheit der Belegschaft besteht aus Frauen, die unter gleichen oder besseren Bedingungen arbeiten als ihre männlichen Kollegen. Wir erkennen und schätzen den Wert von Frauen in unserem Unternehmen aktiv an und fördern ein Umfeld, in dem die Gleichberechtigung der Geschlechter an erster Stelle steht.

SDG 6: Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen: Um den Zugang zu sauberem Wasser und ein nachhaltiges Wassermanagement sicherzustellen, konzentrieren sie sich auf eine effiziente Wassernutzung. Die Geschäftstätigkeit zielt darauf ab, den Wasserverbrauch zu minimieren und wassersparende Technologien zu fördern. Darüber hinaus installieren sie umweltfreundliche Geräte wie Toiletten mit reduziertem Wasserverbrauch.

Ziel 8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum: Das Unternehmen bietet allen Mitarbeitern menschenwürdige Arbeitsbedingungen, faire Entlohnung, ein sicheres Arbeitsumfeld und Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung. Dolla weitet sein Engagement zur Unterstützung lokaler Gemeinschaften aus, indem Arbeitsplätze geschaffen und lokale Unternehmen in der Lieferkette gefördert werden.

SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur: Das Unternehmen engagiert sich aktiv für Innovationen in der Produkt- und Dienstleistungsentwicklung, um die Kundenbedürfnisse besser erfüllen zu können. Dolla ist ständig bestrebt, Innovationen in den Maschinen und Prozessen einzuführen und so zu einer widerstandsfähigen Infrastruktur und nachhaltigen Industrialisierung beizutragen.

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Im Einklang mit verantwortungsvollem Konsum und Produktion implementieren sie Praktiken, die Abfall minimieren, Recycling fördern und umweltfreundliche Verpackungen verwenden. In Zusammenarbeit mit Lieferanten stellen sie eine pünktliche Lieferung sicher, ohne potenzielle Einbußen bei der Produktqualität zuzulassen. Dolla klärt seine Kunden über die Vorteile eines verantwortungsvollen Konsums auf und gibt Produkten den Vorzug, die ökologisch und sozial nachhaltig sind.

6. DOLLA



Strategie & Mission

Die Mission bei Dolla ist es, den Kaffee- und Teekonsum neu zu definieren, indem sie Nachhaltigkeit, Qualität und soziale Verantwortung in den Vordergrund stellen. Sie stellen sich eine Welt vor, in der jeder Schluck ihrer Getränke nicht nur den Gaumen erfreut, sondern auch zum Wohlergehen der Gemeinschaften und des Planeten beiträgt. Ihre Mission geht über das Streben nach Gewinn hinaus und umfasst einen ganzheitlichen Geschäftsansatz. Sie möchten ein Katalysator für positive Veränderungen in der Getränkeindustrie sein und ethische Beschaffung, faire Handelspraktiken und umweltbewusste Produktion fördern. Ihre Vision von Nachhaltigkeit ist tief in jedem Aspekt ihrer Geschäftstätigkeit verankert. Sie wollen mit gutem Beispiel vorangehen und zeigen, dass ein erfolgreiches Unternehmen im Einklang mit Umweltschutz und sozialer Verantwortung bestehen kann. Durch Innovation und strategische Partnerschaften wollen sie neue Maßstäbe für nachhaltige Geschäftspraktiken in der Branche setzen.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

Ihr Kerngeschäft wird von einem leidenschaftlichen Engagement für Nachhaltigkeit angetrieben, das sich in Ihrer Mission und Vision widerspiegelt. Sie sind sich bewusst, dass eine erfolgreiche Zukunft von der harmonischen Integration wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Aspekte abhängt. Ihre Mission ist es, qualitativ hochwertige Produkte anzubieten und gleichzeitig aktiv zum Wohlergehen des Planeten und seiner Bewohner beizutragen. Sie möchten einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft ausüben, indem Sie einen gesunden Lebensstil fördern, Bildung unterstützen und die Gleichstellung der Geschlechter vorantreiben. Im Einklang mit dieser Mission streben Sie kontinuierlich danach, nachhaltig zu agieren und dieses Engagement in Ihre tägliche Geschäftstätigkeit zu integrieren. Derzeit führt Ihr Unternehmen eine expansive Strategie mit intensiven Investitionen durch, die darauf abzielt, nachhaltige Entwicklung in verschiedene Facetten Ihres Geschäfts zu integrieren. Dazu gehören eine gewissenhafte Ressourcennutzung und die Berücksichtigung sozialer Aspekte, um einen umfassenden Ansatz zu gewährleisten. Ihre Vision geht über den unmittelbaren Geschäftserfolg hinaus. Sie stellen sich eine Zukunft vor, in der Ihre Geschäftstätigkeit als Modell für nachhaltige und verantwortungsvolle Geschäftspraktiken dient. Sie wollen als Vorreiter beweisen, dass Wirtschaftswachstum harmonisch mit Umweltschutz und sozialer Verantwortung koexistieren kann.

Motivation

Sie selbst und ihr Team zu motivieren, sich an den SDG-Zielen auszurichten, ist ein dynamischer Prozess, der auf gemeinsamen Werten und Zielstrebigkeit beruht. Sie fördern ein kooperatives und integratives Umfeld, in dem jedes Teammitglied seine Rolle bei der Förderung einer nachhaltigen Zukunft erkennt. Regelmäßige Kommunikationskanäle werden eingerichtet, um die positiven Auswirkungen ihrer gemeinsamen Bemühungen hervorzuheben und die Idee zu bekräftigen, dass jede noch so kleine Aktion zu einem größeren Ziel beiträgt. Die Anerkennung und Würdigung von Erfolgen im Bereich Nachhaltigkeit fördert die Motivation zusätzlich und erzeugt ein Gefühl des Stolzes und des Engagements für kontinuierliche Verbesserungen.

6. DOLLA



Wirkungsevaluierung

Die nachhaltigen Praktiken von Dolla haben tiefgreifende Auswirkungen auf unser Unternehmen, unsere Stakeholder und die Umwelt gehabt.

Auswirkungen auf das Geschäft: Ihr Engagement für Nachhaltigkeit hat den Ruf unserer Marke verbessert und umweltbewusste Verbraucher angezogen. Dies führte zu einem höheren Marktanteil und einer höheren Kundentreue. Die Einführung umweltfreundlicher Verpackungen und verantwortungsvoller Beschaffung hat unsere Lieferkette rationalisiert und zur betrieblichen Effizienz beigetragen.

Engagement der Stakeholder: Dollas nachhaltige Initiativen haben die Beziehungen zu Kunden und Mitarbeitern gestärkt. Die Belegschaft ist engagierter und motivierter, da sie weiß, dass sie zu einem sozial verantwortlichen Unternehmen beiträgt. Darüber hinaus fördert unsere Unterstützung lokaler Gemeinschaften durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und Geschäftspartnerschaften das Wohlbefinden der Stakeholder.

Umweltbeitrag: Dolla hat durch energieeffiziente Praktiken und verantwortungsbewusste Beschaffung eine erhebliche Reduzierung seines CO₂-Fußabdrucks festgestellt. Initiativen zur Wassereinsparung haben unseren Gesamtwasserverbrauch gesenkt und stehen im Einklang mit SDG 6. Die Bemühungen des Unternehmens, Abfall zu minimieren und Recycling zu fördern, haben seinen ökologischen Fußabdruck weiter verringert.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die nachhaltigen Praktiken von Dolla greifbare Vorteile gebracht haben, unser Engagement für eine verantwortungsvolle Geschäftstätigkeit bekräftigt und einen positiven Eindruck in der Welt um uns herum hinterlassen haben.

Ideen zur Nachhaltigkeit

Ihre Ideenquellen für nachhaltige Lösungen stammen aus den verschiedensten Kanälen. Durch die Teilnahme an Workshops und Seminaren bleiben sie über die neuesten Trends und Innovationen im Bereich nachhaltiger Praktiken auf dem Laufenden. Wettbewerbe und Branchenauszeichnungen inspirieren ihr kreatives Denken und treiben sie an, die Grenzen des Möglichen zu erweitern. Darüber hinaus stellen sie durch ständige Informationen zu Richtlinien und Vorschriften sicher, dass ihre Strategien den globalen Nachhaltigkeitsstandards entsprechen. Auch die Zusammenarbeit mit gleichgesinnten Organisationen und das Feedback ihrer Stakeholder spielen bei der Gestaltung ihrer nachhaltigen Initiativen eine entscheidende Rolle.

Verbesserungsbedarf

Obwohl sie bei der Einbettung von Nachhaltigkeit in verschiedene Aspekte ihres Unternehmens große Fortschritte gemacht haben, sind sie weiterhin bestrebt, sich zu verbessern. Ein Bereich, der besondere Aufmerksamkeit erfordert, ist die Nachhaltigkeit ihrer Lieferkette. Angesichts der Vielfalt ihrer Lieferanten ist es eine Herausforderung, sicherzustellen, dass ihre gesamte Lieferkette die gleichen hohen Standards einhält. Die Balance zwischen wirtschaftlicher Rentabilität und nachhaltiger Beschaffung zu finden, bleibt eine ständige Herausforderung. Sie suchen aktiv nach innovativen Lösungen und strategischen Partnerschaften, um diese Herausforderungen zu bewältigen und einen ganzheitlichen und umfassenden Ansatz für Nachhaltigkeit in all ihren Betrieben sicherzustellen.

6. DOLLA



Reflexion

Unsere Nachhaltigkeitsreise mit Dolla hat uns tiefgreifende Erkenntnisse und wertvolle Lektionen beschert. Eine der wichtigsten Erkenntnisse ist die transformative Kraft der Zusammenarbeit. Durch die Zusammenarbeit mit verschiedenen Interessengruppen, von Mitarbeitern bis hin zu lokalen Gemeinschaften, haben wir unser Verständnis für unterschiedliche Perspektiven erweitert und ein Gefühl gemeinsamer Verantwortung entwickelt. Eine weitere wichtige Lektion dreht sich um die Notwendigkeit der Anpassungsfähigkeit. Die Nachhaltigkeitslandschaft ist dynamisch und unsere Fähigkeit, Veränderungen anzunehmen und neue Praktiken zu integrieren, hat sich als entscheidend erwiesen.

Darüber hinaus hat unsere Reise unterstrichen, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein Ziel ist, sondern ein fortlaufender Prozess, der unermüdliches Engagement, Innovation und eine langfristige Perspektive erfordert. Die Erfahrung hat unsere Wertschätzung für die dynamische Natur nachhaltiger Praktiken vertieft und betont, wie wichtig es ist, mit sich entwickelnden Trends Schritt zu halten. Im Wesentlichen haben wir gelernt, dass nachhaltige Entwicklung nicht nur Herausforderungen, sondern auch enorme Chancen für Unternehmen mit sich bringt. Die effektive Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien kann zu unzähligen Vorteilen führen, darunter einen Beitrag zu einer besseren Welt, einen Wettbewerbsvorteil, den Aufbau einer robusten Marke, die Förderung der Kundentreue sowie die Verbesserung von Innovation und Widerstandsfähigkeit gegenüber Marktveränderungen.

Rat von Gründern für (Neu-)Gründer

“Ich rate aufstrebenden Jungunternehmern, Nachhaltigkeit als Grundpfeiler ihrer Geschäftsstrategie zu priorisieren. Machen Sie sich die Umweltauswirkungen Ihrer Geschäftstätigkeit bewusst und konzentrieren Sie sich auf Ressourcenmanagement, Reduzierung der CO₂-Emissionen, Abfallminimierung und aktive Förderung von Recycling-Initiativen. Übernehmen Sie soziale Verantwortung, indem Sie für eine faire Behandlung der Mitarbeiter sorgen und lokale Gemeinschaften aktiv unterstützen. Betonen Sie die Bedeutung langfristigen Denkens bei nachhaltiger Entwicklung. Einige Vorteile sind möglicherweise nicht sofort sichtbar, sodass die Einbindung der Mitarbeiter, selbst in minimalem Umfang, für eine erfolgreiche Umsetzung entscheidend ist. Denken Sie daran: Nachhaltigkeit von Anfang an zu verankern, ist nicht nur eine moralische Entscheidung, sondern ein strategischer Vorteil in der sich entwickelnden Landschaft verantwortungsvoller Geschäftspraktiken.”

7. BIASOL



Lebensmittel aus nährstoffreichen Brauereireststoffen



TYP: PRODUKTION UND VERTRIEB VON LEBENSMITTELN UND GETRÄNKEN

BiaSol wurde 2020 von einem Bruder-Schwester-Team gegründet, das sich leidenschaftlich für Ernährung, Nachhaltigkeit und die Reduzierung von Lebensmittelabfällen einsetzt. Ruairi, deren Hintergrund in Buchhaltung und Finanzen den nötigen Geschäftssinn vermittelte, um die finanziellen Aspekte ihres Unternehmens zu meistern und Niamh Dooley, die ihre Erfahrung in der Lebensmittelwissenschaft nutzte, spielten eine entscheidende Rolle bei der Entwicklung neuer Ideen für die Herstellung gesunder Produkte.

Die Idee entstand aus der Erkenntnis, dass es in Irlands Craft-Beer-Industrie viel Treber gibt und dass man daraus nahrhafte Lebensmittel herstellen kann. Die Gründung des Unternehmens fiel mit einem wachsenden globalen Bewusstsein für nachhaltige Praktiken und gesündere Essgewohnheiten zusammen. Zu den wichtigsten Meilensteinen gehört die Sicherung von Partnerschaften mit lokalen Brauereien für eine konstante Versorgung mit Treber.

Sie streben danach, in Irland nahrhafte Lebensmittel leicht zugänglich zu machen. Indem sie Treber aus dem Brauprozess verwenden, fügen sie ihm durch Trocknen und Mahlen des Getreides eine weitere Lebensphase hinzu. Dieses Getreide hat einen hohen Nährwert, insbesondere als Ballaststoffquelle. Sie bieten eine Reihe von Einzelhandelsprodukten an, die aus dem Treber hergestellt werden und schaffen so eine Kreislaufwirtschaft.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltige Entwicklung ist für BiaSol von größter Bedeutung, da sie mit seinen Grundwerten, seinem Geschäftsethos und seiner langfristigen Rentabilität übereinstimmt. Durch die Umsetzung von Nachhaltigkeit

mindert BiaSol nicht nur die Umweltauswirkungen, sondern stärkt auch den Ruf der Marke und das Vertrauen der Verbraucher. Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft stehen im Mittelpunkt aller Aktivitäten von BiaSol. Durch die Wiederverwendung von Lebensmittelabfällen (Brautreber) haben sie einen praktikablen Weg gefunden, nachhaltiger zu sein UND gesunde Lebensmittel herzustellen. Das schnelle Wachstum des Craft-Brewing in ganz Irland führte sie zu ihrer ersten Zutat: Brautreber. Dies ist ihre wichtigste Ressource, aber sie vermeiden/reduzieren im Gegenzug die Brauereiabfälle mehrerer Brauereien in ihrer Region.

Nachhaltige Entwicklung

Durch die Wiederverwendung von Brautreber in nahrhafte Lebensmittel geht das Unternehmen effektiv gegen Lebensmittelabfälle vor und fördert gleichzeitig die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft. Das Unternehmen hat Herstellungsverfahren eingeführt, bei denen die effiziente Nutzung der Ressourcen und die Minimierung der Umweltauswirkungen im Vordergrund stehen.

BiaSol beteiligt sich aktiv an Bildungsinitiativen in der Gemeinde und schärft das Bewusstsein für nachhaltiges Leben und verantwortungsvollen Konsum. Ihr Engagement für Nachhaltigkeit ist in jedem Aspekt ihrer Geschäftstätigkeit erkennbar und spiegelt ein echtes Engagement für Umweltschutz und soziale Verantwortung wider.

7. BIASOL



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen

Ziel 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion

Strategie & Mission

BiaSol ist ein Unternehmen im Herzen Irlands, das eine Reihe innovativer Lebensmittellösungen entwickelt. Sie sind bestrebt, nährstoffreiche Lebensmittel aus Reststoffen der Lebensmittelindustrie in Irland leicht zugänglich zu machen. Indem sie ihr Unternehmen unterstützen, treffen Verbraucher eine bessere Wahl für ihre Gesundheit und die unseres Planeten. BiaSol ist führend im irischen Bioökonomiesektor.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

BiaSol hat mehrere innovative Ansätze und Anpassungen umgesetzt, um seine Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und damit einen Maßstab in der Lebensmittelindustrie zu setzen. Eine bemerkenswerte Initiative ist die Verwendung von verbrauchtem Brautreiber, einem Nebenprodukt des Brauprozesses, als Hauptzutat für seine Lebensmittel. Durch die Wiederverwendung dieses sonst weggeworfenen Materials reduziert BiaSol nicht nur den Abfall, sondern maximiert auch die Ressourceneffizienz und ist Teil eines Kreislaufwirtschaftsmodell.

BiaSol hat sich außerdem für eine abfallfreie Produktion entschieden und effiziente Produktionsmethoden eingeführt, um die Abfallerzeugung im gesamten Betrieb zu minimieren. Dazu gehört die Optimierung der Zutatenbeschaffung, der Verpackungsmaterialien und der Produktionsprozesse, um die Umweltbelastung zu minimieren.

Diese Initiativen zeigen BiaSols Engagement für verantwortungsvolle Geschäftspraktiken und dienen als positives Beispiel für die Lebensmittelindustrie. Durch seine innovativen Ansätze und sein Engagement für Nachhaltigkeit möchte BiaSol einen bedeutenden Beitrag zum Umweltschutz und zur Ressourceneffizienz leisten.

7. BIASOL



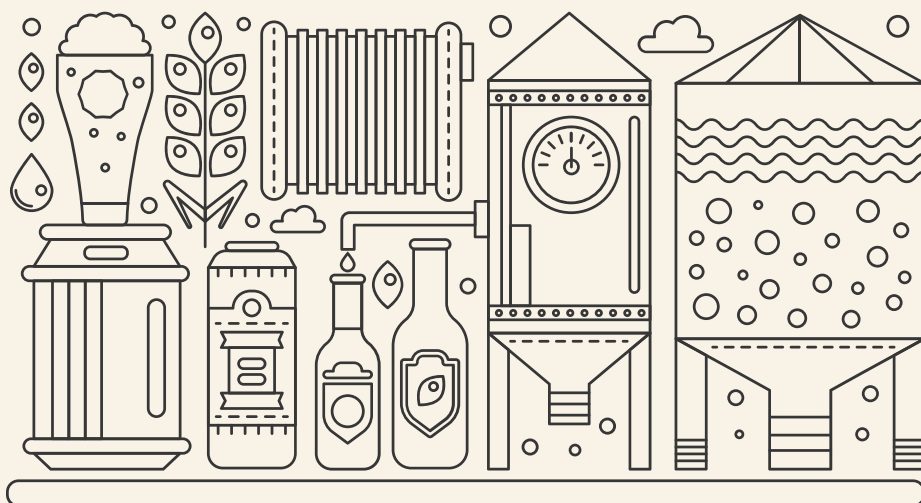
Wirkungsevaluierung

Ein bemerkenswerter Erfolg ist die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks durch die Wiederverwendung von verbrauchtem Brauttreber und die Einführung der speziellen Herstellungsverfahren. Indem der Treber nicht auf Mülldeponien landet, sondern zur Herstellung nahrhafter Lebensmittel verwendet wird, hat BiaSol die Treibhausgasemissionen, die mit der Zersetzung organischer Abfälle verbunden sind, effektiv reduziert. Diese Reduzierung der CO₂-Emissionen trägt zu umfassenderen Klimaschutzzielen bei und zeigt BiaSols Engagement für ökologische Nachhaltigkeit.

Die nachhaltigen Praktiken haben auch zu einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit innerhalb der Organisation geführt. Die Mitarbeiter sind stolz darauf, mit einem Unternehmen verbunden zu sein, das ethische und umweltverträgliche Geschäftspraktiken in den Vordergrund stellt.

Darüber hinaus hat BiaSols Engagement für Nachhaltigkeit die Beziehungen zu Stakeholdern wie Lieferanten, Kunden und der lokalen Gemeinschaft gestärkt. Durch sein echtes Engagement für Nachhaltigkeit hat sich das Unternehmen das Vertrauen und die Loyalität von Stakeholdern verdient, die ethische und umweltbewusste Unternehmen schätzen.

Darüber hinaus haben sich die nachhaltigen Initiativen von BiaSol positiv auf die Umwelt ausgewirkt, indem sie die Abfallerzeugung reduzierten und einen verantwortungsvollen Konsum und eine verantwortungsvolle Produktion förderten. Im Jahr 2023 unterzeichneten sie zudem die Food Waste Charter of Ireland und unterstrichen damit ihr Engagement zur Abfallreduzierung. Dies kommt nicht nur dem lokalen Ökosystem zugute, sondern trägt auch zu umfassenderen Umweltschutzbemühungen bei.



8. BLUE LOBSTER



Betrieb einer digitalen Plattform, die Verbraucher und Restaurants direkt mit lokalen, umweltverträglichen Fischern verbindet

TYP: PRODUKTION UND VERTRIEB VON LEBENSMITTELEN UND GETRÄNKEN

Blue Lobster mit Sitz in Kopenhagen, Dänemark, betreibt einen digitalen Marktplatz, der die Fischindustrie revolutioniert, indem er den Fokus auf nachhaltigen und frischen Fischkonsum legt. Ihr wichtigster Service ist eine App, die lokale, umweltverträgliche Fischer direkt mit Restaurants und Verbrauchern verbindet. Diese Methode umgeht traditionelle Lieferkettenstufen, sorgt für frischere Produkte und unterstützt Kleinfischer mit fairen Preisen, wodurch nachhaltige Fischereipraktiken gefördert werden.

Blue Lobster wurde gegründet, nachdem die Gründerinnen Nima Tisdall und Christine Hebert aufgefallen war, dass es in Dänemark kaum frischen Fisch gibt. Angesichts des Rufs Dänemarks als umweltfreundliches und nachhaltiges Land und der guten Küstenanbindung erkannten sie eine erhebliche Marktlücke.

Ihr Weg begann im Rahmen des Climate Launchpad 2019, einer Plattform, die ihre Entwicklung maßgeblich beeinflusst hat. Der anfängliche Erfolg resultierte aus der Herstellung einer direkten Verbindung zwischen lokalen Fischern und Verbrauchern, wodurch die lange traditionelle Lieferkette umgangen wurde. Dieser Ansatz lieferte den Verbrauchern nicht nur frischeren Fisch, sondern unterstützte auch die finanzielle Stabilität der Kleinfischer.

Ein entscheidender Wendepunkt für Blue Lobster war die Entwicklung und Einführung der digitalen Plattform. Diese Innovation war ausschlaggebend, um Interessengruppen miteinander zu verbinden, was in der Fischbranche ein neuartiger Ansatz war. Dies markierte den Übergang von einem theoretischen Konzept zu einem funktionierenden Unternehmen mit echter Wirkung. Seitdem haben sie ihre Reichweite in Kopenhagen erfolgreich ausgebaut und Möglichkeiten für internationales Wachstum ausgelotet.

Nachhaltige Entwicklung

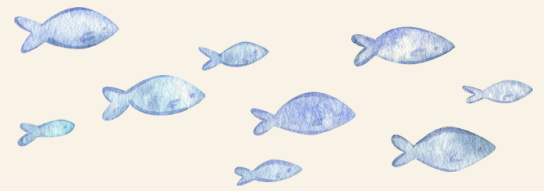
Ihr nachhaltigstes Unterfangen bei Blue Lobster ist der digitale Marktplatz. Diese Plattform verringert den ökologischen Fußabdruck, der normalerweise mit der Lieferkette für Meeresfrüchte verbunden ist, erheblich. Indem sie den Verkauf von nachhaltig gefangenem Fisch ermöglichen, tragen sie zum Schutz der Meeresökosysteme bei und unterstützen umweltverträgliche Fischereipraktiken.

Ihr Engagement für eine nachhaltige Entwicklung ist ungebrochen. Sie erforschen regelmäßig innovative Lösungen, um die Nachhaltigkeit in der Fischindustrie zu steigern. Dazu gehört die Anpassung an die Marktnachfrage und die Nutzung neuer Technologien, um ihre Umweltbelastung weiter zu verringern.

In den letzten Jahren haben sie wichtige Nachhaltigkeitslösungen umgesetzt. Am bemerkenswertesten ist die Einführung ihrer App, die Transparenz und Rückverfolgbarkeit bei der Beschaffung von Meeresfrüchten gewährleistet. Dies ist für einen nachhaltigen Konsum von entscheidender Bedeutung. Darüber hinaus unterstützt ihr Geschäftsmodell von Natur aus nachhaltige Fischer, indem es einen fairen und tragfähigen Markt bietet. Diese Bemühungen haben sie als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit auf dem Kopenhagener Fischmarkt etabliert und ihr Engagement für Umweltverantwortung und innovative Ansätze bei der Förderung nachhaltiger Fischereipraktiken unter Beweis gestellt.



8. BLUE LOBSTER



Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltige Entwicklung ist nicht nur ein Teil der Geschäftstätigkeit bei Blue Lobster, sondern das Herzstück des Geschäftsethos. Sie wirkt sich positiv auf jeden Aspekt der Geschäftstätigkeit aus und leitet ihre Entscheidungen und Strategien. Ihr gesamtes Geschäftsmodell basiert auf dem Konzept der Nachhaltigkeit, insbesondere bei der Förderung und Erleichterung des Verkaufs von nachhaltig gefangenem Fisch. Dieser Fokus auf Nachhaltigkeit war von grundlegender Bedeutung für die Etablierung der Markenidentität und Attraktivität, insbesondere bei umweltbewussten Verbrauchern und Restaurants.

Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Aspekt des Unternehmens, der in der Unternehmenskultur verankert ist und von jedem Teammitglied angenommen wird. Obwohl es keine eigene Abteilung für Nachhaltigkeit gibt, ist die Verantwortung für die Umsetzung und Koordinierung der Einhaltung der Grundsätze für nachhaltige Entwicklung eine kollektive Anstrengung, die tief in der Vision und den Aktivitäten des Managements verankert ist. Die Gründer, Nima Tisdall und Christine Hebert, spielen eine entscheidende Rolle dabei, sicherzustellen, dass diese Grundsätze im Vordergrund stehen. Darüber hinaus wird jeder Mitarbeiter ermutigt, Ideen und Maßnahmen zu den nachhaltigen Praktiken beizutragen, wodurch es zu einer unternehmensweiten Verpflichtung wird und nicht zur Verantwortung einer einzelnen Person oder Abteilung. Dieser kollektive Ansatz stellt sicher, dass Nachhaltigkeit bei allem, was bei Blue Lobster getan wird, ein zentraler Schwerpunkt bleibt.

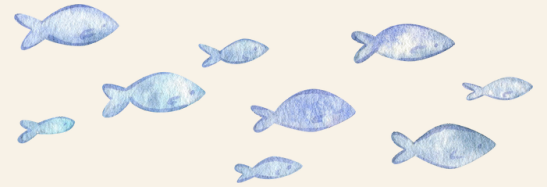
SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Blue Lobster setzt sich mit Nachdruck für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster ein. Ihre digitale Plattform fördert den Verzehr von nachhaltig gefangenem Fisch, der direkt von lokalen Fischern bezogen wird. Dieser Ansatz minimiert Abfall und fördert eine verantwortungsvolle Produktion in der Fischindustrie. Sie arbeiten kontinuierlich daran, ihren betrieblichen Fußabdruck zu reduzieren und ermutigen ihre Partner und Kunden, dasselbe zu tun.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Klimaschutz ist ein wesentlicher Bestandteil ihrer Mission. Durch die Förderung nachhaltiger Fischereipraktiken tragen sie dazu bei, die negativen Auswirkungen der Fischerei auf die Meeresumwelt zu verringern. Dazu gehört auch die Eindämmung von Praktiken wie der Grundschleppnetzfisherei, die sich nachteilig auf die Meeresökosysteme auswirken können. Das Geschäftsmodell unterstützt den Kampf gegen den Klimawandel von Natur aus, indem es umweltverträglichen Fischereimethoden den Vorzug gibt.

Ziel 14. Leben unter Wasser: Der Schutz und die nachhaltige Nutzung der Ozeane, Meere und Meeresressourcen stehen im Mittelpunkt ihrer Arbeit. Blue Lobster wurde mit dem Ziel gegründet, nachhaltige Fischereipraktiken zu unterstützen. Sie arbeiten mit Fischern zusammen, die umweltschonende Fanggeräte verwenden, um Schäden am Meeresboden und Beifang zu reduzieren. Indem ein Markt für nachhaltig gefangenen Fisch geschaffen wird, motivieren sie Fischer, Praktiken anzuwenden, die für Meeresbewohner weniger schädlich sind.

8. BLUE LOBSTER



Innovative Ansätze und Herausforderungen

Die größte Herausforderung bestand darin, die traditionelle Lieferkette für Meeresfrüchte umzustrukturieren. Das konventionelle System ist auf verschiedene Zwischenhändler angewiesen, was zu Ineffizienzen, einem höheren CO₂-Fußabdruck und häufig nicht nachhaltigen Fischereipraktiken führt. Ihre Lösung war die Entwicklung einer digitalen Plattform, die Fischer direkt mit Verbrauchern und Restaurants verbindet. Diese Innovation erforderte nicht nur technologische Entwicklung, sondern auch ein Umdenken bei Fischern und Verbrauchern, die an die traditionelle Lieferkette gewöhnt waren. Das Geschäftsumfeld und ihre Stakeholder erfordern tatsächlich weitere Anpassungen. Mit der Ausweitung ihrer Reichweite standen sie beispielsweise vor der Herausforderung, die Frische des Fisches zu bewahren und gleichzeitig ihren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren. Um dieses Problem zu lösen, entwickelten sie ein Logistiksystem, das Lieferrouten optimiert und so Fahrtstrecken und Emissionen minimiert. Das Feedback ihrer Stakeholder hat sie dazu veranlasst, der Transparenz in ihrer Lieferkette höchste Priorität einzuräumen. Sie haben sich angepasst, indem sie Funktionen in ihre App integriert haben, mit denen Verbraucher die Herkunft ihrer gekauften Meeresfrüchte zurückverfolgen können. Dabei erhalten sie Einzelheiten zum Fang, zur verwendeten Fangmethode und zu den einzelnen Fischern. Dieses Maß an Transparenz entspricht nicht nur ihrem Nachhaltigkeitsethos, sondern schafft auch Vertrauen bei ihren Kunden.

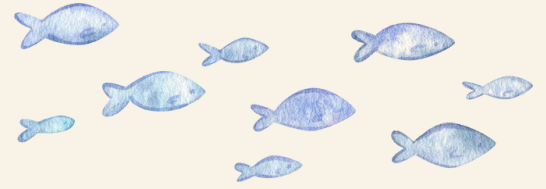
Wirkungsevaluierung

Zur Bewertung ihrer Nachhaltigkeitsauswirkungen verfolgen sie mehrere Schlüsselindikatoren. Dazu gehören: Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks: Sie berechnen die Emissionseinsparungen durch die Beseitigung von Zwischenschritten in der Lieferkette für Meeresfrüchte und die Optimierung der Lieferwege. Wirtschaftliche Stabilität der Fischer: Sie überwachen die finanziellen Vorteile, die die örtlichen Fischer durch faire Preise und direkten Marktzugang erzielen. Kundenzufriedenheit und -bewusstsein: Durch Umfragen und App-Analysen ermitteln sie den Grad der Kundenzufriedenheit und ihr Bewusstsein für nachhaltige Meeresfrüchte. Frische und Qualität von Meeresfrüchten: Sie bewerten die Qualität und Frische des über ihre Plattform verkauften Fisches, ein direkter Indikator für die Verkürzung der Zeit vom Fang bis zum Verbraucher. Diese Indikatoren werden kontinuierlich überwacht; vierteljährlich werden detaillierte Überprüfungen durchgeführt. Ihr Nachhaltigkeitsteam ist in Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen wie Logistik und Kundenbetreuung für diese Überwachung verantwortlich. Es stellt sicher, dass die Daten genau erfasst, analysiert und für zukünftige Geschäftsentscheidungen verwendet werden.

Motivation

Unsere Hauptmotivation für die Führung eines nachhaltigen Unternehmens beruht auf unserem gemeinsamen Engagement für den Umweltschutz und unserer Leidenschaft, einen positiven Einfluss auf die Welt auszuüben. Das Verständnis für die bedeutende Rolle unserer Ozeane im globalen Ökosystem motiviert uns, auf die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) hinzuarbeiten, insbesondere auf jene, die sich auf das Leben unter Wasser, verantwortungsvollen Konsum und Klimaschutz konzentrieren.

8. BLUE LOBSTER



Ideen zur Nachhaltigkeit

Workshops/Schulungen:

Tatsächlich organisieren wir regelmäßig Workshops und Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit. Diese Sitzungen sind von entscheidender Bedeutung, um unser Team über die neuesten Trends und Praktiken in den Bereichen nachhaltige Fischerei und Umweltschutz auf dem Laufenden zu halten. Oft laden wir Experten auf diesem Gebiet ein, um ihr Wissen zu teilen und so ein Umfeld des kontinuierlichen Lernens und der Verbesserung zu fördern.

Zusammenarbeit mit Unternehmen oder NGOs:

Zusammenarbeit ist der Schlüssel zu unserem Ansatz. Wir arbeiten aktiv mit Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) zusammen, die sich auf nachhaltige Lösungen spezialisiert haben. Diese Zusammenarbeit hält uns nicht nur über die neuesten Entwicklungen in Sachen Nachhaltigkeit auf dem Laufenden, sondern inspiriert auch zu innovativen Praktiken in unserem Betrieb. Diese Partnerschaften sind für den Wissensaustausch und die Übernahme bewährter Praktiken von unschätzbarem Wert.

Einfluss von Vorschriften:

Unsere Geschäftstätigkeit wird maßgeblich von länderspezifischen und EU-Vorschriften beeinflusst, insbesondere in Bezug auf Fischereipraktiken und Umweltschutz. Wir stellen die Einhaltung aller relevanten Gesetze sicher und streben oft danach, diese Standards zu übertreffen, um unserem Engagement für Nachhaltigkeit gerecht zu werden. Diese Vorschriften bilden einen grundlegenden Rahmen für unsere Praktiken und unser Ziel ist es, diese Benchmarks in unserer Mission, nachhaltige Fischerei und Umweltschutz zu fördern, zu übertreffen.

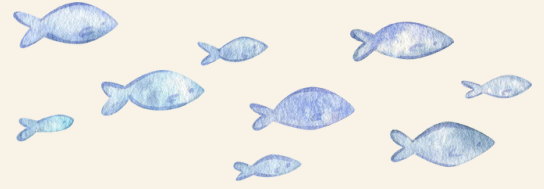
Verbesserungsbedarf

Eine große Herausforderung war es, das Gleichgewicht zwischen betrieblicher Effizienz und Nachhaltigkeit zu wahren. Während wir expandieren, ist es ein ständiger Balanceakt, sicherzustellen, dass unsere Logistik so umweltfreundlich wie möglich bleibt und gleichzeitig effizient und kosteneffektiv ist. Eine weitere Herausforderung besteht darin, mit den sich entwickelnden Umweltvorschriften und Verbrauchererwartungen Schritt zu halten, was von uns eine kontinuierliche Anpassung unserer Praktiken erfordert.

Pläne für die Zukunft im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung:

Für die Zukunft planen wir, unsere Lieferkette weiter zu verfeinern, um unseren CO₂-Fußabdruck zu minimieren. Dazu gehört die Erforschung nachhaltigerer Transportmethoden und Verpackungslösungen. Darüber hinaus wollen wir unsere Bildungsinitiativen ausweiten, nicht nur innerhalb unseres Teams, sondern auch bei unseren Verbrauchern und Partnern, um ein breiteres Verständnis und Engagement für Nachhaltigkeit zu fördern. Wir erwägen auch die Einführung fortschrittlicherer Technologien, die uns dabei helfen können, Umweltauswirkungen zu verfolgen und zu reduzieren, um sicherzustellen, dass unsere Betriebe auf dem neuesten Stand der Nachhaltigkeit bleiben. Diese Pläne sind ehrgeizig, aber sie spiegeln unser unermüdliches Engagement wider, durch unser Geschäft einen positiven Einfluss auf die Umwelt zu nehmen.

8. BLUE LOBSTER



Reflexionen

Blue Lobster hat erkannt, wie wichtig Transparenz und Aufklärung sind, wenn es darum geht, Veränderungen herbeizuführen. Indem sie ihre Methoden offenlegen und ihre Stakeholder über die Bedeutung nachhaltiger Meeresfrüchte aufklären, haben sie eine Community aufgebaut, die informiert ist und sich für den Umweltschutz begeistert. Diese Erkenntnisse waren für ihren Weg zur Nachhaltigkeit von entscheidender Bedeutung und werden ihren Ansatz auch weiterhin prägen, da sie nach weiteren Fortschritten bei nachhaltigen Geschäftspraktiken streben.

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

“Aus meiner Erfahrung bei Blue Lobster würde ich sagen, dass der Schlüsselfaktor für die nachhaltige Entwicklung eines Unternehmens ein echtes Engagement für Nachhaltigkeit ist, das über eine bloße Geschäftsstrategie hinausgeht. Es sollte ein zentraler Wert sein, der jede Entscheidung und Handlung bestimmt. Jungen Unternehmern, die nachhaltige Praktiken umsetzen möchten, würde ich raten, sich zunächst ein klares und ehrliches Verständnis davon zu verschaffen, was Nachhaltigkeit für ihr Unternehmen bedeutet und wie sie mit ihrer allgemeinen Mission und ihren Zielen übereinstimmt.”



9. GMODITI CLOTHING LTD



*Kleidungsstücke, die die weibliche Identität verkörpern,
klassisch anmuten und zeitgemäße Ausdrucksformen haben.
Alle Kollektionen werden von Frauen in Zypern entworfen
und hergestellt.*

TYP: MODE: KLEIDUNG, TEXTILIEN & KOSMETIK

Georgia Moditi ist die gleichnamige, in Nikosia ansässige Marke von Georgia Moditi, der Kreativdirektorin und Gründerin des Labels, die seit 2014 im Hauptladen geschäft in Griva Digeni 80, Kaimakli 1021, ansässig ist. Im Laufe der Jahre hat sich das Geschäft durch die Schaffung der House&Co-Produkte und der Nähworkshops erweitert, durch die ihre Philosophie der Slow Fashion gefördert wird.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Ethisch zu produzieren, Abfall zu reduzieren, wo immer möglich und ständig nach Wegen zu suchen, transparenter zu sein, ist für uns von großer Bedeutung. Abgesehen von den oben genannten Umweltauswirkungen hat diese nachhaltige Entwicklung die Kosten unseres Unternehmens erheblich gesenkt.

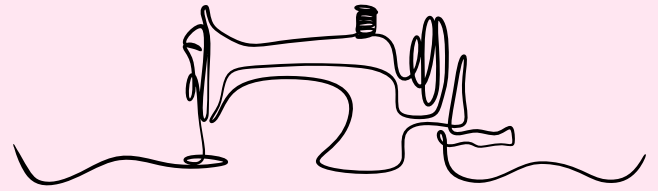
SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen. Unsere Produkte werden vor Ort hergestellt, da die Unterstützung lokaler Unternehmen zu unseren obersten Prioritäten gehört und eine der grundlegenden Nachhaltigkeitsstrategien unseres Unternehmens ist. Darüber hinaus stellen wir stets eine faire Bezahlung aller Menschen sicher, mit denen wir zusammenarbeiten.

Nachhaltige Entwicklung

Neben unseren täglichen Bemühungen, die lokale Produktion und Abfallreduzierung zu fördern sowie den Lebenszyklus von Materialien zu verlängern, kommt unsere Erfahrung im Bereich Nachhaltigkeit vor allem in unseren Slow-Sew-Workshops zum Ausdruck, in denen wir versuchen, die Menschen über die Massenproduktion in der Modebranche und ihre Auswirkungen aufzuklären. Wir möchten vielmehr einen „grüneren“ Ansatz, sowohl bei der Produktion als auch beim Konsum, beleuchten. In unseren Workshops verwenden wir Reststoffe aus unseren Kollektionen, was wiederum den Abfall unseres Unternehmens erheblich reduziert.

9. GMODITI CLOTHING LTD



Strategie & Mission

Unser Hauptziel ist es, sozial und ökologisch verantwortlich zu handeln und Kreativität und Vielfalt zu fördern. Darüber hinaus möchten wir den Menschen in unseren Workshops Kreislaufmode und die Bedeutung der Unterstützung kleiner, lokaler Unternehmen sowie die wirtschaftlichen und ökologischen Auswirkungen, die diese haben können, näherbringen.

Wirkungsevaluierung

- Wir recyceln alles, was in unserem Unternehmen aus PMD, Glas, Papier und Stoff hergestellt wird und haben daher unseren Abfall erheblich reduziert.
- Wir verwenden nur LED-Leuchten, sodass unser Stromverbrauch jetzt um 50 % gesenkt werden konnte.
- Wir veranstalten Workshops zum Thema Kreislaufmode.
- Wir haben uns als Slow-Fashion-Marke etabliert und zielen daher mit unseren Workshops darauf ab, die Teilnehmer über nachhaltige Modepraktiken als Gegenmaßnahme gegen die Auswirkungen der Fast-Fashion-Industrie aufzuklären.

Alle oben genannten Maßnahmen waren für das Unternehmen von Vorteil, entweder weil unsere Ausgaben gesenkt wurden oder weil wir auf Null-Abfall-Projekte abzielten.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

In erster Linie recyceln wir unsere Stoffreste auf recht kreative Weise (Upcycling). Außerdem haben wir unsere „Slow Sew“-Workshops ins Leben gerufen, in denen wir den Teilnehmern beibringen, wie sie ihre eigene Kleidung herstellen und reparieren können. In allen unseren Workshops verwenden wir Reststoffe aus unseren Kollektionen, sodass bei uns fast kein Abfall entsteht.

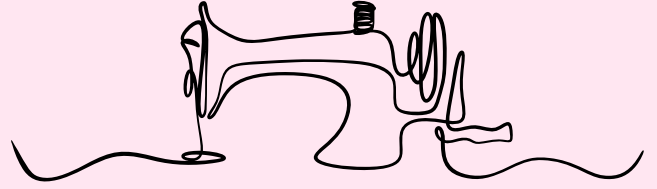
Motivation

Unsere echte Sorge um den Planeten kommt in unserem Privatleben und in unserem Geschäft gleichermaßen zum Ausdruck. Darüber hinaus ist die Reduzierung der Unternehmensausgaben von großer Bedeutung und wir können auch neuartige Produkte für unseren Markt entwickeln, die bei unseren Kunden Anklang finden.

Verbesserungsbedarf

Verbessern Sie Ihre Energieeffizienz, indem Sie Energy Star-zertifizierte Geräte verwenden. Reduzieren Sie den Abfall, indem Sie möglichst auf Papier verzichten. Spenden Sie gut erhaltene Verbrauchsmaterialien, die wir nicht mehr verwenden. Suchen Sie schließlich nach Stofflieferanten mit Fair-Trade-Zertifizierungen.

9. GMODITI CLOTHING LTD



Ideen zur Nachhaltigkeit

Hauptsächlich Online-Quellen und unser Umfeld. Außerdem ist Fashion Revolution eine gemeinnützige Organisation, die wir sehr inspirierend finden.

Reflexionen

Die wichtigste Lektion, die wir gelernt haben, ist, dass jede Veränderung in Richtung Nachhaltigkeit eine 6-monatige Anpassungsphase erfordert, bis sie vollständig in unsere Routine integriert ist. Danach ist der Prozess deutlich einfacher, aber in den ersten 6 Monaten muss man streng sein. Darüber hinaus sind wir davon überzeugt, dass „eine Veränderung nach der anderen“ stattfinden sollte. Deren Auswirkungen – sowohl auf persönlicher als auch auf beruflicher Ebene – einige Zeit benötigen, um sichtbar zu werden.

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Gehen Sie Schritt für Schritt vor und Sie werden verstehen, dass Nachhaltigkeit dabei hilft, eine bessere, gesündere Umwelt zu schaffen, in der wir gedeihen können. Nachhaltigkeit ist auch das Mittel, um Ressourcen für zukünftige Generationen zu bewahren.

10. BEYOND LEATHER MATERIALS APS (LEAP)



*Herstellung von Leder-Alternativen, aus recycelten dänischen
Apfelresten aus der Saft- und Apfelweinindustrie*

TYP: MODE: KLEIDUNG, TEXTILIEN & KOSMETIK

Unsere Geschichte beginnt mit Hannah Michaud, die an der Copenhagen School of Design and Technology nachhaltige Mode studierte. Die Idee, ein Material aus Lebensmittelabfällen herzustellen, kam ihr in einem Kurs, in dem sie lernte, sich von der Natur inspirieren zu lassen. Sie begann, die Apfelabfälle, auch Trester genannt, bei der Saft- und Apfelweinproduktion zu untersuchen. Der Trester besteht aus dem Kerngehäuse, Kernen, Stielen und den Schalen die nach dem Pressen von Saft oder Apfelwein übrig bleiben. Die Erkenntnis, dass es keine echte Alternative zu Leder gibt, inspirierte sie, dieses neue abfallbasierte Material als Lederalternative zu verwenden.

Hannahs Idee erregte bald große Aufmerksamkeit und Unterstützung von Mikael Eydt – und so wurde Leap® 2017 ins Leben gerufen.

Bei Leap® handelt es sich um eine kreislauforientierte Lederalternative auf Basis von Apfelabfällen mit einer Zusammensetzung von über 85 % biobasiertem Material. Es verfügt über eine dreischichtige Struktur: Der Kern besteht aus einer Apfeltrestermischung, Tencel™-Textilfasern und einer wasserbasierten, teilweise biobasierten PU-Beschichtung für mehr Haltbarkeit und Wasserfestigkeit. Unser Ziel ist es, eines Tages Produkte aus 100 % natürlichem Materialien anbieten zu können. Leap® wird bereits in verschiedenen Branchen eingesetzt, von kleinen Lederwaren bis hin zur Automobilindustrie und wird in Dänemark für den weltweiten Versand hergestellt. Wir glauben daran, dass Abfälle noch wertvolle Inhaltsstoffe enthalten, die wir in schöne Produkte verwandeln können. Unser Engagement für Transparenz veranlasst uns, offen über unsere Produkte und Prozesse zu kommunizieren, da wir daran arbeiten, Herausforderungen zu meistern und Grenzen zu überschreiten.

Nachhaltige Entwicklung

Der wichtigste Punkt in Sachen Nachhaltigkeit ist unser Produkt – Leap. Wie bereits erwähnt, ist Leap® der Kern unseres Geschäfts. Einer unserer wichtigsten Werte ist es, völlig transparent zu sein. Deshalb bezeichnen wir Leap® nicht als vollständig nachhaltige Alternative, sondern eher als Material der nächsten Generation. Wir sind jedoch auf dem Weg, 100 % natürlich zu werden, was unser Engagement für ständige Entwicklung unterstreicht. Derzeit besteht Leap® noch zu 89 % aus biobasierten Inhaltsstoffen. Hier haben wir bereits große Erfolge zu verzeichnen, denn wir sind mit weniger biobasiertem Anteil gestartet.

Die Suche nach einer Alternative:

– Laut der Untersuchung aus dem Branchenbericht „Materialien der nächsten Generation – 2021“ (Material Innovation Initiative) sind 38 von 40 führenden Modemarken aktiv auf der Suche nach Materialien der nächsten Generation.

Und warum Apfelabfälle?

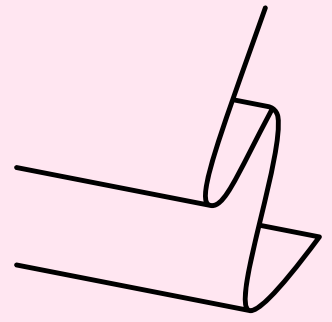
– Laut der Veröffentlichung: Nachhaltige Verwendung von Apfeltrester in verschiedenen Industriezweigen gibt es mehrere Faktoren wie:
– 4 Mio. Tonnen Apfelabfälle fallen jedes Jahr an
– Es ist eine ungenutzte Ressource, die fast weltweit verfügbar ist.
– Ca. 25 % der Äpfel gehen verloren
– Die Ansammlung von Apfelmark ist zu einem Umweltproblem geworden.

Referenz:

https://www.researchgate.net/publication/358913042_Sustainable_Use_of_Apple_Pomace_AP_in_Different_Industrial_Sectors

<https://www.explore-leap.com/>

10. BEYOND LEATHER MATERIALS APS



Nachhaltigkeitsauswirkungen

Eines unserer Hauptziele ist es, gemeinsam diesen Weg zu beschreiten, um eine bessere Zukunft für Materialien zu gestalten. Unser patentiertes Verfahren revolutioniert die Produktion von Lederalternativen und bringt die Branche dazu, Abfälle sinnvoll zu nutzen. Als B2B-Lieferant setzen wir uns dafür ein, eine verantwortungsvollere Zukunft für ein breites Spektrum von Branchen zu gestalten.

Von Resten aus der Apfelwein- und Saftproduktion hin zu einem hochwertigen Upcycling-Material – unser Material der nächsten Generation trägt dazu bei, einen echten Unterschied zu machen und gleichzeitig die steigenden Mengen an Apfeltrestern zu reduzieren, die jedes Jahr anfallen. In unserem Team ist der Leiter für Produktentwicklung für das Thema Nachhaltigkeit zuständig.

SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

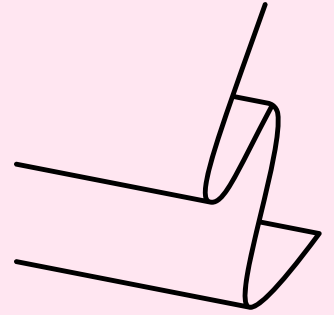
Ziel 9. Industrie, Innovation und Infrastruktur: Eines der wichtigsten SDGs, auf die sich Beyond Leather konzentriert, ist die Förderung nachhaltiger Innovationen. Indem wir Reststoffe der Lebensmittelindustrie verwenden, um eine Material-/Lederalternative der nächsten Generation zu schaffen, sind wir an der Spitze des technologischen Fortschritts in der Materialwissenschaft. Unser Engagement für lokale Beschaffung und Produktion in Dänemark unterstützt auch eine robuste und effiziente Lieferkette. Durch kontinuierliche Forschung und Entwicklung wollen wir positive Veränderungen in der Branche anregen, nachhaltigere Praktiken fördern und die Umweltauswirkungen der traditionellen Lederproduktion reduzieren.

Wie bereits erwähnt, reduzieren wir den Wasserverbrauch um 99 % und den CO₂-Ausstoß um etwa 85 %* im Vergleich zur traditionellen Lederproduktion. Dies basiert auf internen Berechnungen basierend auf: Leder-CO₂-Fußabdruck – Überprüfung der europäischen Norm EN 16887:2017 (Organisation der Vereinten Nationen für industrielle Entwicklung)

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Durch die Verwendung von Glasbehältern und die Gewährleistung minimaler Abfälle in ihrer Produktionspraxis sowie bei uns während ihrer Workshops. Sie ermutigen die Menschen auch, sich der Natur zuzuwenden, um essbare und nahrhafte Pflanzen zu finden, anstatt nur Produkte aus herkömmlichen Supermärkten zu kaufen.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Angesichts der Dringlichkeit von Maßnahmen zum Klimaschutz, die in SDG 13 dargelegt sind, spielt unser Produktionsprozess eine entscheidende Rolle bei der Reduzierung und Senkung des mit der Leap®-Produktion verbundenen CO₂-Fußabdrucks. Die Verwendung von Apfeltrestern aus Dänemark als Hauptrohstoff senkt die Treibhausgasemissionen im Vergleich zur traditionellen Lederherstellung erheblich. Wir möchten eine nachhaltige Alternative bieten, die nicht nur die Umweltbelastung minimiert, sondern auch den Übergang zur Nutzung von Reststoffen der Industrie für gute Zwecke in einem breiteren Spektrum von Branchen fördert.

10. BEYOND LEATHER MATERIALS APS (LEAP)



Strategie & Mission

Unsere Philosophie bei Beyond Leather Materials lautet:

1. Entwickeln Sie aus Abfällen etwas Schönes – Zeigen Sie der Welt, dass im Abfall Mehrwert zu finden ist, der kreative Inspiration freisetzt.
2. Vermeintlichen Abfall für gute Zwecke verwenden – Bringen Sie die Lederindustrie dazu, Abfall für gute Zwecke zu verwenden und Materialien mit Upcycling-Abfällen neu zu definieren.
3. Gestalten Sie die Zukunft neu – Verwandeln Sie Abfall in Material für Branchen von kleinen Lederwaren bis zur Automobilindustrie.

Motivation

Ich denke, unsere Hauptmotivation ist unsere Philosophie hinsichtlich dessen, was wir mit Leap® erreichen können und wie wir zu einer besseren Zukunft beitragen können.

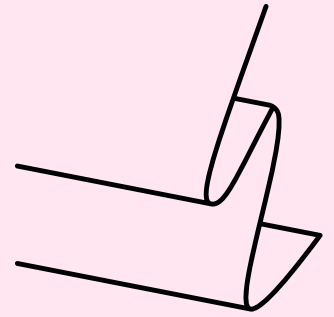
Wirkungsevaluierung

Derzeit liegen wir bei einem Anteil von 89 % biobasierter Inhaltsstoffe in unserem Produkt Leap®, was für uns eine großartige Entwicklung war.

Durch den Einsatz energieeffizienter Produktionsmethoden ist es uns gelungen, die Herstellung von Leap® auf nur einen Tag zu verkürzen, den Wasserverbrauch um bemerkenswerte 99 % zu senken und die CO₂-Emissionen im Vergleich zur herkömmlichen Lederproduktion um etwa 85 %* zu reduzieren*. Darüber hinaus verzichten wir bei der Herstellung unserer Materialien vollständig auf die Verwendung schädlicher Substanzen, was unser Engagement für verantwortungsvolle Praktiken widerspiegelt.

*Interne Berechnungen basierend auf: Leder-Kohlenstoff-Fußabdruck – Überprüfung der europäischen Norm EN 16887:2017 (Organisation der Vereinten Nationen für industrielle Entwicklung)

10. BEYOND LEATHER MATERIALS APS (LEAP)



Ideen zur Nachhaltigkeit

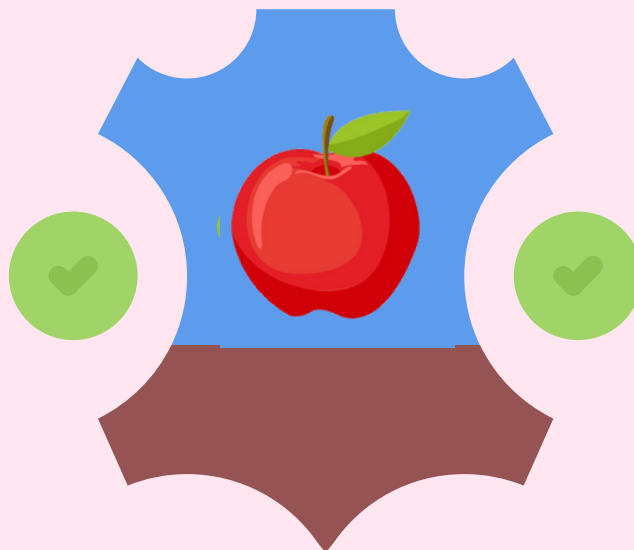
Wir arbeiten mit verschiedenen Materialbibliotheken zusammen, die Innovationen und Entwicklungen im Bereich nachhaltiger Materialien fördern. Wir liefern ihnen unsere Muster für ihre Sammlung (wie etwa das Material Innovation Institute – um nur eine NGO zu nennen). Wir veranstalten zudem Workshops für Dritte, um die Zusammenarbeit mit Leap kennenzulernen.

Verbesserungsbedarf

Im Moment arbeiten wir an einer veganen Zertifizierung, da Leap® ein tierversuchsfreies Material ist. Darüber hinaus führen wir derzeit eine detaillierte Ökobilanz durch und lassen sie anschließend von Dritten verifizieren, was noch in diesem Jahr – 2024 – erfolgen soll. Darüber hinaus möchten wir Leap® bald zu einem 100% natürlichen Material weiterentwickeln.

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Ein Ratschlag für junge Unternehmer: Bleiben Sie positiv. Die Zeiten können hart sein und manchmal ist es schwer, ein Licht am Ende des Tunnels zu sehen, aber die Erfolge werden es wert sein.



11. COPENHAGEN CARTELL



Produktion und Verkauf nachhaltiger Bade- und Sportbekleidung

TYP: MODE: KLEIDUNG, TEXTILIEN & KOSMETIK

Wir begannen in Kopenhagen, inspiriert von Dänemarks tiefgreifendem maritimem Erbe und einem festen Bekenntnis zu ökologischer Nachhaltigkeit. Wir begannen unsere Reise mit der Vision, Mode mit ökologischer Verantwortung zu verbinden und dabei insbesondere die Gesundheit unserer Ozeane im Blick zu behalten.

Der erste große Erfolg des Unternehmens war die Einführung unserer nachhaltigen Bademodenlinie.

Ein bedeutender Wendepunkt für Copenhagen Cartel war die Einführung von ECONYL® in unseren Kollektionen. Diese Innovation unterstrich nicht nur das Engagement des Unternehmens zur Reduzierung von Meeresabfällen, sondern positionierte uns auch an der Spitze nachhaltiger Mode.

Wir sind spezialisiert auf die Herstellung nachhaltiger Bademode und Sportbekleidung für Frauen. Unsere Produkte sind so konzipiert, dass sie den weiblichen Körper in all seinen Formen betonen und feiern. Dabei verwenden wir umweltfreundliche Materialien wie ECONYL®. Wir richten uns an Frauen, die bei der Wahl ihrer Kleidung sowohl Wert auf Nachhaltigkeit als auch auf Stil legen. Wir sind hauptsächlich national tätig, streben jedoch eine internationale Expansion an.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltige Entwicklung ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit und beeinflusst sowohl unsere Geschäftsstrategie als auch unser Markenethos zutiefst. Dieses Engagement für Nachhaltigkeit stärkt nicht nur unseren Ruf, sondern entspricht auch den Werten unserer umweltbewussten Kundenbasis und wirkt sich positiv auf Umsatz und Kundentreue aus.

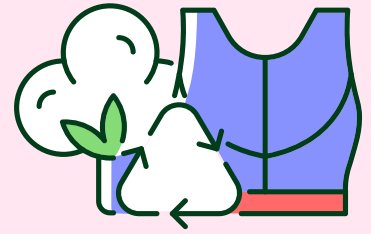
Nachhaltigkeit ist ein Eckpfeiler unseres Unternehmens und durchdringt jeden Aspekt unserer Geschäftstätigkeit, vom Produktdesign bis zum Marketing. Die Verantwortung für die Umsetzung und Koordination nachhaltiger Praktiken liegt bei Copenhagen Cartel in der gemeinsamen Verantwortung. Während unser Managementteam eine zentrale Rolle bei der Lenkung und Festlegung von Nachhaltigkeitszielen spielt, ist jeder Mitarbeiter aktiv in diesen Prozess eingebunden. Es gibt keine eigene Abteilung für Nachhaltigkeit; vielmehr ist sie in die Ziele und Aktivitäten jeder Abteilung eingebunden, wodurch ein ganzheitlicher und integrierter Ansatz im gesamten Unternehmen sichergestellt wird.

Nachhaltige Entwicklung

Unsere wichtigste nachhaltige Maßnahme ist die Herstellung von Bade- und Sportbekleidung aus ECONYL®, einem Material aus 100 % recyceltem Nylon, das unter anderem Abfälle aus dem Meer und von Mülldeponien enthält. Unser Engagement für Nachhaltigkeit ist ein kontinuierlicher Prozess, bei dem wir uns auf die Entwicklung und Verbesserung umweltfreundlicher Produkte und Verfahren konzentrieren. Zu den wichtigsten Erfolgen zählen die Umstellung auf ECONYL® für unsere Produktlinien, die Förderung natürlicher Schönheit ohne Photoshop in Kampagnen und die Teilnahme an Umweltinitiativen wie 1 % For The Planet. Diese Bemühungen spiegeln unser unternehmensweites Engagement wider, nachhaltige Innovation mit ethischen Geschäftspraktiken zu verbinden.



11. COPENHAGEN CARTELL



Innovative Ansätze und Herausforderungen

Bei Copenhagen Cartel haben wir uns trotz aller Herausforderungen innovativer Lösungen zugewandt, um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Eine wichtige Anpassung war die Verwendung von ECONYL®, einem recycelten Material aus Meeresabfällen, in unserer Bademode, um Umweltschutz mit Produktqualität und Attraktivität in Einklang zu bringen. Wir haben auch unseren Marketingansatz neu definiert, um Nachhaltigkeit zu unterstützen. Indem wir uns dafür entschieden haben, unsere Modelle nicht digital zu verändern, fördern wir natürliche Schönheit, stellen Branchennormen in Frage und finden Anklang bei Verbrauchern, die Authentizität suchen.

Als Reaktion auf das sich verändernde Geschäftsumfeld und die Erwartungen der Stakeholder haben wir die Transparenz unserer Kommunikation erhöht, insbesondere in Bezug auf die in unseren Produkten verwendeten Materialien. Dieser Schritt hin zu mehr Klarheit resultierte aus der Erkenntnis, dass unsere Kunden zunehmend auf Umweltbewusstsein und die Forderung nach ehrlichen Informationen bedacht sind.

Darüber hinaus spiegelt unsere Teilnahme an der Initiative „1% For The Planet“ unser Engagement für eine umfassendere Unternehmensverantwortung wider. Indem wir 1 % unseres Jahresumsatzes für Umweltschutz spenden, richten wir unsere Geschäftstätigkeit an unseren ökologischen Werten aus.

Diese Schritte zeigen unser Engagement für nachhaltige und ethische Praktiken. Wir sind nicht nur eine Modemarke, sondern ein proaktiver Teilnehmer der nachhaltigen Geschäftswelt, der ständig Innovationen hervorbringt und sich anpasst, um sowohl den Planeten als auch die Gesellschaft positiv zu beeinflussen.

Wirkungsevaluierung

Bei Copenhagen Cartel überwachen wir aktiv die Auswirkungen unserer nachhaltigen Praktiken und konzentrieren uns auf Schlüsselbereiche wie die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks, die Mitarbeiterzufriedenheit, das Kundenfeedback und das Engagement in der Gemeinschaft.

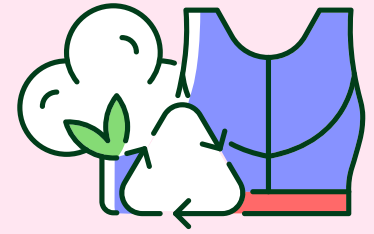
Durch die Verwendung von ECONYL®, einem recycelten Material, haben wir unseren CO₂-Fußabdruck erheblich reduziert. Diese Tatsache überprüfen wir jährlich, um unseren Fortschritt in Bezug auf die Umwelt zu messen. Dieser Ansatz verringert nicht nur die Umweltbelastung, sondern trägt auch zur Nachhaltigkeit unseres gesamten Unternehmens bei.

Die Mitarbeiterzufriedenheit, die durch regelmäßige interne Umfragen ermittelt wurde, weist positive Tendenzen auf. Die Ausrichtung unseres Teams an unseren ethischen und ökologischen Werten schafft ein erfüllenderes Arbeitsumfeld. Kundenfeedback ist für das Verständnis der öffentlichen Wahrnehmung von entscheidender Bedeutung. Die positive Resonanz auf unsere Nachhaltigkeitsbemühungen zeigt, dass unsere Kunden unsere Umweltziele stark unterstützen.

Unser Engagement bei 1% For The Planet hat unsere Beziehungen zur Gemeinschaft deutlich verbessert. Diese Initiative bekräftigt unser Engagement als verantwortungsbewusstes Unternehmen und stärkt unser Ansehen in der Gemeinschaft.

Insgesamt haben diese nachhaltigen Praktiken nicht nur unsere Umweltbelastung minimiert, sondern auch unseren Markenruf gestärkt, die Arbeitsmoral unserer Mitarbeiter verbessert und unsere Beziehungen zu unseren Stakeholdern gefestigt. Diese Ergebnisse unterstreichen die Wirksamkeit unserer integrierten Nachhaltigkeitsstrategie in unserem Geschäftsbetrieb.

11. COPENHAGEN CARTELL



Motivation

Unsere Hauptmotivation für die Führung eines nachhaltigen Unternehmens beruht auf einem tief verwurzelten Engagement für den Umweltschutz und einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft. Dieser Ethos wird von dem Verständnis getragen, dass unser heutiges Handeln tiefgreifende Auswirkungen auf zukünftige Generationen hat.

Um unser Team zu motivieren, fördern wir eine Kultur, in der Nachhaltigkeit nicht nur eine Politik, sondern eine Lebenseinstellung ist. Regelmäßige Schulungen, Workshops und die Beteiligung an Umweltinitiativen tragen dazu bei, dass das Team engagiert bleibt und über die Bedeutung unserer Nachhaltigkeitsziele informiert ist. Wir fördern auch einen offenen Dialog und Ideen, sodass Teammitglieder direkt zu unseren Nachhaltigkeitsstrategien beitragen können.

Indem wir individuelle Rollen und Verantwortlichkeiten mit unseren umfassenderen Nachhaltigkeitszielen verknüpfen, können die Mitarbeiter die direkten Auswirkungen ihrer Arbeit sehen. Dieser Ansatz motiviert nicht nur, sondern vermittelt auch ein Gefühl von Stolz und Verantwortung für die positiven Veränderungen, die wir gemeinsam erreichen.

Ideen zur Nachhaltigkeit

Unsere Ideen für nachhaltige Lösungen kommen aus verschiedenen Quellen. Wir nehmen an Workshops und Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit teil, die uns dabei helfen, neue Ideen zu entwickeln und unser Team über die neuesten Praktiken auf dem Laufenden zu halten. Unsere Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und NGOs, die auf nachhaltige Lösungen spezialisiert sind, spielt ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Inspiration und Information unserer Strategien. Darüber hinaus halten wir uns an die einschlägigen nationalen und EU-Vorschriften, die einige unserer Nachhaltigkeitsinitiativen bestimmen. Diese vielfältigen Inputs helfen uns, unsere Nachhaltigkeitspraktiken kontinuierlich zu erneuern und zu verbessern.

Reflexionen

Die wichtigste Lehre aus unserer Reise zu mehr Nachhaltigkeit besteht darin, dass wir bei unserem Ansatz für nachhaltige Praktiken kontinuierliches Engagement und Anpassungsfähigkeit benötigen.

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Für junge Unternehmer, die Nachhaltigkeitsziele erreichen möchten, sind ein starkes Engagement für Umweltwerte und ein klares Verständnis der Auswirkungen ihres Unternehmens die Schlüsselfaktoren. Es ist entscheidend, Nachhaltigkeit in jeden Aspekt Ihres Unternehmens zu integrieren, vom Lieferkettenmanagement bis zur Kundenbindung. Mein Rat ist, sich über nachhaltige Praktiken auf dem Laufenden zu halten, offen für Innovationen zu sein und Partnerschaften aufzubauen, die Ihre Nachhaltigkeitsziele unterstützen. Denken Sie daran, Nachhaltigkeit ist eine Reise, nicht nur ein Ziel, das kontinuierliche Anstrengungen und Anpassungen erfordert.

12. GAIA OLEA



Natürliche, handgemachte Aromatherapie-Produkte

TYP: MODE: KLEIDUNG, TEXTILIEN & KOSMETIK

Gaia Olea wurde vor 10 Jahren gegründet und begann als Verkaufsstand auf lokalen Märkten und auf Etsy – mit dem Verkauf von Dingen, die Elsie (Inhaberin und Gründerin) selbst hergestellt hatte. Das geschah ganz natürlich, sie stellte Produkte für sich selbst her und suchte nach einer beruflichen Veränderung. Sie verkaufte bereits Dinge (Handarbeiten), die sie auf ihren Reisen nach Asien gesammelt hatte, auf lokalen Märkten. Ihr Partner schlug ihr vor, die Produkte zu verkaufen, die sie bereits für sich selbst herstellte (z. B. Seifen). Das war in anderen Ländern üblich, aber damals nicht auf Zypern. Das kam gut bei den Kunden an. Es begann als Nebengeschäft und wurde im Laufe der Jahre zu ihrer Haupttätigkeit.

Ein Meilenstein war die Entscheidung, sich anzumelden, aus ihrer Küche ausziehen, eine Werkstatt zu eröffnen und Lizenzen und Genehmigungen einzuholen.

Gaia Olea spricht umweltbewusste Verbraucher an – die ihr Geld für nachhaltige Produkte ausgeben (und Unternehmen unterstützen, die so bewusst wie möglich handeln), die daran interessiert sind, ihre Gemeinschaft zu unterstützen. Verbraucher, die neugierig darauf sind, eine stärkere Verbindung zur Natur aufzubauen, die es schätzen, die Dinge langsam und nicht zu kompliziert anzugehen. Der Betrieb erstreckt sich über einen Etsy-Shop auf internationale Märkte. In der Vergangenheit war das noch erfolgreicher, aber aufgrund der gestiegenen Versandpreise und Steuern/Zölle ist es schwieriger geworden. Das Land, in dem sie die höchsten Umsätze außerhalb Zyperns verzeichnet, sind die USA.

Nachhaltige Entwicklung

Nachhaltigkeit stellt Kleinunternehmer vor immer größere Herausforderungen, wie sich beispielsweise an den sich entwickelnden Verpackungsmethoden zeigt. Anfangs reichte es aus, Materialien wie alte Kartons und Plastikfolien wiederzuverwenden, doch aufgrund logistischer Einschränkungen wurden mehr verschiedene Kartongrößen und ein zuverlässigeres System benötigt. Trotz der zeitaufwändigen manuellen Prozesse beim Verpacken, wie dem Zuschneiden von Karton und dem Verpacken von Artikeln, liegt der Schwerpunkt weiterhin auf der Wiederverwendung von Materialien und nicht auf der Investition in ästhetisch ansprechende Verpackungen. Zu den Bemühungen, nachhaltig zu bleiben, gehört die Beschaffung von Produkten nach Möglichkeit vor Ort, obwohl einige Rohstoffe immer noch importiert werden müssen. Das Geschäft wird von zypriotischen Werten getrieben, wobei der Schwerpunkt auf Kräuterkunde und Bioregionalismus liegt, wodurch die vielfältigen Mikroklimata des Landes genutzt werden. Minimale Verpackung, kein Plastik und die Bevorzugung von recycelten Materialien unterstreichen das Engagement für Umweltverantwortung. Ein Belohnungssystem ermutigt Kunden, Gläser zur Wiederverwendung zurückzugeben, obwohl dies nicht rentabel ist. Darüber hinaus werden Aluminiumverschlüsse recycelt und für wohltätige Zwecke unterstützt.

<https://www.gaiaolea.com/>



12. GAIA OLEA



Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltigkeit ist gut für die Seele des Unternehmens, aber nicht unbedingt für Rentabilität. Es geht jedoch darum, bessere Lösungen zu finden, statt aufzugeben und zu sagen, es klappt nicht.

Gaia Olea legt den größten Wert auf bewusste und ethische Aspekte. Der Schwerpunkt liegt darauf, dem Gemeinwohl zu dienen und dabei so wenig Schaden wie möglich zu verursachen. Nachhaltigkeit passt in diese Mentalität.

SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Das Leben der Menschen verbessern, mit dem Schwerpunkt auf der Herstellung von Produkten, die das Wohlbefinden der Menschen unterstützen (z. B. Öle, die die Stimmung aufhellen, Öle, die den Schlaf verbessern).

Ziel 14. Leben unter Wasser: Es werden keine Produkte in Betracht gezogen, die das Ökosystem Meer zerstören, indem keine Rohstoffe wie Schlamm aus dem Toten Meer verwendet werden – denn die Ausbeutung des Toten Meeres für die Kosmetik ist so massiv, dass es Prognosen zufolge in einigen Jahren nicht mehr existieren wird.

Ziel 15. Leben an Land: Die Gründerin kauft keine Rohstoffe, die aus Sicht von Umwelt- und Klimaschutz umstritten sind, wie z. B. Palmöl.

Außerdem konnte sie dank der Förderung durch das Tourismusministerium Workshops zur Herstellung von Weihrauch mit lokalen Zutaten aus Zypern wie Kiefernharz, Orangenpillen usw. abhalten. Gleichzeitig klärte sie die Menschen über die Gefahren der Verwendung herkömmlicher Materialien (wie weißem Salbei) auf, die ursprünglich in den Traditionen von Stammesgemeinschaften verwendet wurden. Diese Materialien sind heute aufgrund ihrer allgemeinen Beliebtheit vom Aussterben bedroht und die Gemeinschaften, die sie ursprünglich verwendeten, haben keinen Zugang mehr zu ihnen. Dies sind kleine Schritte, kleine Veränderungen im Alltag der Menschen, die es uns ermöglichen, ein ethischeres und nachhaltigeres Leben zu führen und fairer gegenüber der Erde und den Tieren zu sein.

12. GAIA OLEA



Wirkungsevaluierung

Derzeit existiert kein Monitoring hinsichtlich der Nachhaltigkeitsauswirkungen. Die Gründerin ist jedoch bestrebt, Einfluss auf die Gemeinschaft zu nehmen.

Sie bietet Workshops an, um die Beziehungen in der Gemeinde zu verbessern. Sie wendet sich an lokale Produzenten und lässt das Dorf an Aktivitäten teilnehmen.

Sie spendet jeden Monat einen Prozentsatz ihres Verdienstes für verschiedene Zwecke (z. B. örtliche Tierheime, Initiativen zur Unterstützung von Flüchtlingen usw.). Sie organisiert auch einige Veranstaltungen pro Jahr und hat dabei immer einen gemeinschaftlichen Solidaritätscharakter (sie ermutigt zum Beispiel die Menschen, ihre alten Decken oder Teppiche für Unterkünfte mitzubringen oder sie sammelt Reis und Konserven für wirtschaftlich schwache Familien). Es ist wichtig, nicht nur zu geben, sondern die Gemeinschaft zu ermutigen, zusammenzukommen – das muss nicht unbedingt auf finanzielle Weise geschehen.

Strategie & Mission

Gaia Olea hatte zu Beginn keine schriftliche Strategie, doch seit Kurzem hat sie das Gefühl, dass sie eine solche entwickeln muss. Allerdings muss sie dafür jemanden finden, der ihr dabei hilft.

Die Gründerin hofft, dass sie in den nächsten Jahren alles besser organisieren kann – und dass sie Leute einstellen kann, die Teile des Geschäfts übernehmen, sodass sie nicht mehr bei jedem Schritt dabei sein muss. Außerdem möchte sie weniger Produkte herstellen, sich auf einige wenige konzentrieren und größere Mengen produzieren. Außerdem möchte sie sich darauf konzentrieren, mehr Workshops zu veranstalten, in denen sie Menschen dazu inspirieren kann, sich mehr mit der Natur zu verbinden und sie dazu ermutigen kann, zu erkunden, wie Naturprodukte ihr tägliches Leben unterstützen können.

Ideen zur Nachhaltigkeit

Dank der Förderung durch das Tourismusministerium war es ihr möglich, über einen Zeitraum von zwei Jahren zahlreiche Workshops durchzuführen. Die Inhalte der Workshops waren u. a.:

- Waldbaden: Praxis der Verbundenheit mit der Natur, lernen, wie man im Wald ein Mensch ist. Sie tut dies kostenlos als Geschenk an die Gemeinschaft.
- Wie wir durch den Kontakt mit der Natur auf uns selbst achten können, z. B. wie man Öle herstellt, die durch Selbstmassage und die Verwendung von Kräutern unser Lymphsystem unterstützen.

Als Kosmetikunternehmen sind sie von landes-/EU-spezifischen Vorschriften abhängig, wie z. B. Kosmetikgenehmigungen und pharmazeutische Dienstleistungen des Gesundheitsministeriums, aber die Richtlinie ist europäisch

Innovative Ansätze und Herausforderungen

- Verpackung
- Rückgabesystem für Gläser
- Auswahl ethischer Rohstoffe

Es wäre viel einfacher, bei regulierten Lieferanten zu kaufen, die eine Lizenz zum Verkauf kosmetischer Inhaltsstoffe haben, da die Materialien stets verfügbar sind, als bei lokalen Produzenten auf Zypern, die nicht immer das haben, was sie benötigt. Aber das ist der Zweck ihrer Arbeit.

Sie versucht außerdem, so viel wie möglich zu digitalisieren. In Zypern beispielsweise besteht die Regel, dass für die Buchhaltung alles ausgedruckt werden muss. Sie versucht ihren ökologischen Fußabdruck in dieser Hinsicht zu minimieren, indem sie Menschen bittet, nicht benötigtes Papier zu spenden.

12. GAIA OLEA



Motivation

Ihre Motivation ist, dass es sie glücklich macht. Wenn sie einen Weg findet, etwas wiederzuverwenden – innovative Wege zu finden, um den Müll von jemandem zu nehmen und daraus etwas zu machen – macht sie das glücklich. Sie glaubt an die Absicht dessen, was wir tun und daran, unseren eigenen Zweck zu erfüllen. Sie möchte so nah wie möglich an dem Leben, woran sie glaubt oder was sie in ihrem Leben gerne sehen möchte.

Darüber hinaus findet sie es wichtig, sich weiterzubilden, weiter zu studieren und verschiedene Kurse wie Aromatherapie, Kräuterkunde und Hautpflegewissenschaften zu belegen. Derzeit macht sie eine Ausbildung bei Lehrern in Schottland in Kräuterméizin und klinischer Kräuterkunde, was ihr hilft, motiviert zu bleiben.

Verbesserungsbedarf

Herausforderungen:

- Importierte Öle werden in Einwegbehältern geliefert – daran führt kein Weg vorbei. Sie recycelt sie zwar, glaubt aber nicht, dass Recycling besonders nachhaltig ist.
- Die Etiketten, die sie verwendet, sind aus Plastik

Dies sind Dinge, für die sie gerne Lösungen finden würde.

Zukunftspläne: Sie erhielt vor Kurzem EU-Fördermittel für die Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer grüner Unternehmen und hofft, mehr über grüne Praktiken zu lernen, die sie dann in ihrem eigenen Unternehmen anwenden kann.

Reflexionen

Lehren daraus: Versuchen Sie nicht, alles perfekt zu machen. Versuchen Sie, sich auf das Gesamtbild zu konzentrieren. Das kann anstrengend und nicht sehr realistisch sein.

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Für junge Menschen, die daran interessiert sind, ein nachhaltiges Unternehmen zu führen: Bevor sie starten oder gleich zu Beginn, sollten sie Unterstützung von Leuten bekommen, die mehr wissen oder von professionellen Beratern, um gute Entscheidungen zu treffen, die ihnen das Leben auf lange Sicht erleichtern, anstatt zu versuchen, alles in Bezug auf Nachhaltigkeit selbst herauszufinden.

13. REPOT APS



biologisch abbaubare Blumentöpfe

TYP: HERSTELLUNG UND VERTRIEB

Das Team hinter RePot wurde bereits im Februar 2020 gegründet, als 3 Studenten der Aarhus-Akademie, darunter Astrid, die Vision hatten, eine grünere Zukunft zu schaffen. Es war diese Vision, die das Team bei einem Schulprojekt zusammenbrachte, bei dem wir die Gartenbauproduktion nachhaltiger und umweltfreundlicher gestalten wollten, indem wir die allgemeine Kunststofftöpfe durch eine nachhaltige Alternative ersetzen.

Der Wendepunkt, der die Entwicklung unseres Unternehmens beeinflusst hat, war ein deutlich gestiegenes Kundeninteresse an unserem Produkt, verbunden mit dem Gewinn von Startup-Wettbewerben.

Die Blumentöpfe können sowohl im Gartenbau als auch zu Hause im Wohnzimmer verwendet werden.

Unsere Zielgruppe sind vor allem größere Organisationen im Gartenbaumarkt, die offen für neue nachhaltige Produkte sind.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltige Entwicklung beeinflusst die Geschäftstätigkeit unseres Unternehmens zutiefst, da wir uns ihren Grundsätzen verpflichtet fühlen. Wir legen in allen Aspekten unserer Geschäftsprozesse Wert auf Nachhaltigkeit und bemühen uns, unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren und ethische Praktiken einzuhalten. Die Verantwortung für die Umsetzung und Koordinierung der Einhaltung der Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung liegt bei allen Mitarbeitern, da wir gemeinsam ein Interesse an der Förderung der Nachhaltigkeit haben. Da unser Team nur aus drei Gründern/Miteigentümern besteht, kümmert sich jeder von uns individuell um diese Angelegenheit und stellt sicher, dass die Nachhaltigkeit in unserem gesamten Betrieb ein zentraler Schwerpunkt bleibt.

Nachhaltige Entwicklung

Der Nachhaltigkeitsfokus liegt auf unserem Produkt, das sich durch seine umweltfreundlichen Eigenschaften auszeichnet. Wir legen Wert auf lokale Produktion und verwenden überwiegend Reststoffe. Diese Methode reduziert Abfall und verringert die Umweltbelastung, die häufig mit Herstellungsprozessen verbunden ist. Unser Engagement für Nachhaltigkeit spiegelt sich in unserer Materialauswahl und Produktionsmethoden wider und gewährleistet einen positiven Beitrag zur Umwelt. Unser aktueller Schwerpunkt liegt auf der Verbesserung und Perfektionierung unseres bestehenden Produkts, um sicherzustellen, dass es den höchsten Standards in Bezug auf Nachhaltigkeit und Wirksamkeit entspricht.



13. REPOT APS



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 9. Industrie, Innovation und: Unser innovatives Produkt ist an sich nachhaltig und wenn die Gartenbauindustrie es in ihrer Produktion verwendet, wird ihre Produktion nachhaltiger. Im Moment werden im konventionellen Handel noch überwiegend Plastiktöpfe verwendet. Darüber hinaus wird das Produkt lokal in Dänemark hergestellt und wir ermöglichen eine nachhaltige Herstellung.

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Für unseren Blumentopf verwenden wir hauptsächlich natürliche Abfallmaterialien. Dabei handelt es sich beispielsweise um getrocknetes Gras, das ohnehin weggeworfen wird oder andere organische Reststoffe.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Die in der Gartenbauindustrie verwendeten Plastiktöpfe bestehen aus klimaschädlichem Kunststoff. Allein die dänische Industrie verbraucht jährlich 268,8 Millionen Plastiktöpfe, also eine Menge Plastik. Wir möchten das durch unseren nachhaltigen Blumentopf ersetzen. Plastiktöpfe werden oft nicht lokal hergestellt, unser Blumentopf jedoch schon – und das ist besser für das Klima.

Ziel 15. Leben an Land: Durch die biologische Abbaufähigkeit des Produktes wird die Belastung der Umwelt durch Plastikmüll reduziert.

Strategie & Mission

Unsere Mission ist es, den Planeten ein wenig grüner zu machen, indem wir den Plastikverbrauch in der Gartenbauindustrie reduzieren. Unsere Vision ist es, unser Angebot an nachhaltigen Produkten zu erweitern und kontinuierlich auf eine nachhaltigere Zukunft hinzuarbeiten.

Wirkungsevaluierung

Derzeit sind wir im Prozess noch nicht so weit fortgeschritten, dass wir die Auswirkungen messen können. Uns fehlen noch die Instrumente dazu.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

Die größte Herausforderung bestand darin, die Nachhaltigkeit in allen Geschäftsprozessen und mit allen Partnern aufrechtzuerhalten. Obwohl wir von unserem Geschäftsumfeld und unseren Stakeholdern bisher keine nennenswerten Anforderungen an neue Anpassungen gestellt bekommen haben, sind wir offen für Diskussionen und Ideen.

Obwohl nur minimale Forderungen nach drastischen Veränderungen bestehen, wissen wir, wie wichtig es ist, anpassungsfähig zu bleiben. Wir sind bestrebt, neue Ideen zu integrieren, die unsere Nachhaltigkeitsbemühungen verbessern und eine Übereinstimmung mit den Erwartungen der Stakeholder und den Markttrends gewährleisten.

13. REPOT APS



Motivation

Unsere Hauptmotivation für die Führung eines nachhaltigen Unternehmens wurzelt in unserem Wunsch, zu einem gesünderen Planeten beizutragen. Wir sind von der Ambition getrieben, einen spürbaren Beitrag zum Umweltschutz zu leisten, insbesondere durch die Reduzierung des Plastikverbrauchs. Indem wir uns auf dieses Ziel konzentrieren, wollen wir den ökologischen Fußabdruck der Gartenbaubranche verringern und so eine nachhaltigere, grünere Zukunft fördern.

Da wir bei RePot ein kleines Team von drei Gründern sind, entspringt die Motivation, uns an Nachhaltigkeitsregeln zu halten, unserer gemeinsamen Vision und kollektiven Verantwortung. Jeder von uns ist tief in unsere Mission, eine grünere Zukunft zu schaffen, involviert und diese gemeinsame Leidenschaft treibt natürlich unser Engagement für nachhaltige Praktiken an. Wir pflegen eine Kultur der offenen Kommunikation und Zusammenarbeit, in der jedes Mitglied ermutigt wird, Ideen und Innovationen einzubringen, die unsere Nachhaltigkeitsziele fördern. Dieser integrative Ansatz stellt sicher, dass wir alle engagiert und motiviert bleiben und erinnert uns ständig an die Auswirkungen unserer Arbeit auf die Umwelt und die Bedeutung unserer gemeinsamen Anstrengungen, um einen bedeutenden Unterschied zu machen.

Verbesserungsbedarf

Eine der größten Herausforderungen bei der Umsetzung nachhaltiger Praktiken waren die höheren Produktionskosten in Dänemark. Da wir in einem Hochlohnland tätig sind, mussten wir die finanzielle Rentabilität sorgfältig mit unserem Engagement für Nachhaltigkeit in Einklang bringen. Dies erforderte von uns, bei unseren Produktionsprozessen innovativ und effizient zu sein und sicherzustellen. So konnten wir unsere nachhaltigen Praktiken beibehalten, ohne Kompromisse bei der Qualität oder Erschwinglichkeit unserer Produkte einzugehen. In Zukunft möchten wir weitere nachhaltige Produkte für die Blumentopfindustrie herstellen.

Reflexionen

Eine wichtige Lektion, die wir auf unserem Weg zur Nachhaltigkeit gelernt haben, ist die entscheidende Bedeutung sorgfältiger Überlegungen zu Transportmethoden, insbesondere bei internationalen Sendungen. Dieses Bewusstsein hat uns dazu veranlasst, umweltfreundlichen Transportoptionen den Vorzug zu geben, wodurch wir unseren CO₂-Fußabdruck deutlich reduzieren und uns stärker an unserem übergeordneten Ziel orientieren, einen grüneren Planeten zu fördern.

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Aus meiner Sicht sind mehrere Schlüsselfaktoren für die nachhaltige Entwicklung von Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Erstens sind Wissen über Nachhaltigkeit und die Bereitschaft zur Anpassung und Veränderung von größter Bedeutung. Es ist wichtig, die Mitarbeiter innerhalb der Organisation einzubeziehen, um eine Ausrichtung auf die Nachhaltigkeitsziele sicherzustellen. Darüber hinaus würde ich jungen Unternehmern, die nachhaltige Entwicklungsstrategien umsetzen möchten, raten, Nachhaltigkeit von Anfang an in ihre Geschäftsstrategien zu integrieren. Indem Sie Nachhaltigkeit zu einem Kernaspekt Ihres Unternehmens machen und nicht zu einem nachträglichen Gedanken, wird sie von Anfang an in Ihre Denkweise und Ihre Abläufe eingebettet und fördert so langfristigen Erfolg und Wirkung.

14. TRACELESS MATERIALS GMBH



Die erste kompostierbare Plastikalternative, die alle Nachhaltigkeits- und Produktanforderungen an Plastik erfüllt

TYP: HERSTELLUNG UND VERTRIEB

Die Traceless Materials GmbH, ein 2020 von der Verfahrenstechnikerin Dr. Anne Lamp und der Psychologin und MBA-Absolventin Johanna Baare in Hamburg gegründetes Kreislauf-Bioökonomie-Startup, hat ein innovatives Biomaterial entwickelt. Dieses aus landwirtschaftlichen Reststoffen und Nebenprodukten der Lebensmittelproduktion gewonnene Material ist lagerstabil, vollständig nachhaltig und innerhalb kurzer Zeit biologisch abbaubar. Nach dem Cradle-to-Cradle-Konzept soll das Material nach Gebrauch in biologische oder technische Kreisläufe zurückgeführt werden, um die Umweltbelastung zu minimieren und die Ressourcennutzung zu maximieren. Das Produkt traceless® von Traceless Materials ist nicht nur schnell abbaubar, sondern besitzt auch die funktionalen Eigenschaften herkömmlicher Kunststoffe, ohne die Umwelt zu belasten. Das Unternehmen produziert traceless® als Grundmaterial in Granulatform, das von der Kunststoff- und Verpackungsindustrie zu verschiedenen Endprodukten verarbeitet werden kann. Die Finanzierung begann mit Startkapital und wurde seitdem durch Investitionen aus verschiedenen Quellen gestärkt. Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2030 der führende Hersteller von Bio-Kunststoff zu werden. Kooperationen mit großen Unternehmen wie OTTO, Lufthansa und C&A zeigen das Marktpotenzial und die Wirkung der innovativen Lösung von Traceless Materials. Das Unternehmen hat für seinen bahnbrechenden Ansatz in Sachen Nachhaltigkeit zahlreiche Preise und Auszeichnungen erhalten und sich damit als wichtiger Akteur im Kampf gegen die Plastikverschmutzung positioniert.

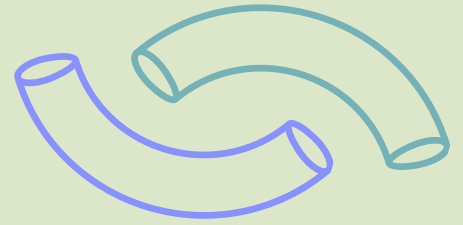
Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltigkeit ist Teil der DNA von Traceless. Ohne diesen Aspekt würde das Unternehmen gar nicht existieren. Das Startup will nichts weniger, als der führende Anbieter für Plastikalternativen zu werden. Deshalb hat eine nachhaltige Entwicklung höchste Priorität.

Nachhaltige Entwicklung

Die Erfahrungen hinsichtlich der Nachhaltigkeit ihres Geschäftsbetriebs und der entwickelten Produkte stammen unter anderem aus den Schulungen der Gründerin Dr. Anne Lamp: Sie ist Verfahrensmechanikerin und begann bereits während ihrer Promotion mit der Entwicklung des aktuellen Produkts. Absolventen mit dieser akademischen Ausbildung landen meist in weniger nachhaltigen Branchen. Dr. Lamp war jedoch schon früh klar, dass sie Innovationen mit Mehrwert für alle entwickeln wollte. Sie ist außerdem Gründerin der NGO Cradle to Cradle Hamburg. Diese Organisation bringt Wirtschaft, Wissenschaft, Bildung, Politik und Zivilgesellschaft zusammen, um das Cradle-to-Cradle-Konzept zum Grundprinzip des Wirtschaftens der Zukunft zu machen. Nach dem Vorbild der Natur bedeutet Cradle to Cradle, dass sämtliche Abfälle wieder in Nährstoffe oder Energie umgewandelt werden, die in den Gesamtkreislauf einfließen und den Rohstoff für etwas Neues bilden. Durch dieses ehrenamtliche Engagement sammelte Dr. Lamp wertvolle Erfahrungen im Bereich Nachhaltigkeit.

14. TRACELESS MATERIALS GMBH



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Im Produktionsprozess werden nur ungiftige Inhaltsstoffe verwendet.

Ziel 6. Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen: Aufgrund der biologischen Abbaubarkeit innerhalb von 61 Tagen führt die Verwendung von traceless® im Vergleich zu herkömmlichem Kunststoff nicht zur Verschmutzung der Gewässer durch Mikroplastik.

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Ziel der Gründer war es, nicht nur einen Nachhaltigkeitsindikator zu erfüllen, sondern alle bewusst zu berücksichtigen, um ein ganzheitlich nachhaltiges Produkt zu entwickeln.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Bei der Herstellung von traceless® wird im Vergleich zu normalem Kunststoff 78 % weniger CO₂ ausgestoßen.

Ziel 14 Leben unter Wasser & 15 Leben an Land: Die Entwicklung eines vollständig biologisch abbaubaren Kunststoffs wird dazu beitragen, dass unsere Ökosysteme im Wasser und an Land zukünftig nicht mehr durch (Mikro-)Plastik belastet werden. Durch die Verwendung landwirtschaftlicher Abfälle entfallen umweltschädliche Praktiken, die beispielsweise zur Gewinnung von Rohöl für herkömmlichen Kunststoff notwendig wären.

Ziel 17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele: Traceless ist beispielsweise Teil der Natural Polymers Group, die sieben Innovatoren aus den USA, Europa und Indien vertritt und gegründet wurde, um naturbasierte Materialien wie Pflanzen und Algen als praktikable und gängige Alternative zu Kunststoff zu etablieren. Die Gruppe hat im Vorfeld des Plastic Pollution INC-3, einem zwischenstaatlichen Verhandlungsausschuss (Intergovernmental Negotiating Committee, INC) zur Entwicklung eines international rechtsverbindlichen Instruments zur Bekämpfung der Kunststoffverschmutzung, auch in der Meeresumwelt, drei Grundsatzserklärungen herausgegeben. Dazu gehören die Forderung nach einer globalen und klaren Definition von Kunststoff- und Nicht-Kunststoff-Alternativen sowie erweiterte Kriterien für eine Kreislaufwirtschaft, die die Vorteile natürlicher Polymere am Ende ihrer Lebensdauer anerkennen.

Strategie & Mission

Die Vision von Traceless ist eine Welt, in der die von uns verwendeten Materialien einen positiven Einfluss auf den Planeten haben und in der Umweltverschmutzung und Abfall der Vergangenheit angehören.

Die Mission besteht darin, fortschrittliche Biomaterialien zu entwickeln, die sich nahtlos in den biologischen Kreislauf der Natur integrieren, ohne Spuren zu hinterlassen.

Dafür nutzen sie Reststoffe aus der Agrarindustrie, die nicht in Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion pflanzlicher Produkte stehen. Das Material soll biologisch abbaubar, frei von Giftstoffen, umweltfreundlich in der Herstellung und frei von (Mikro-)Plastik sein.

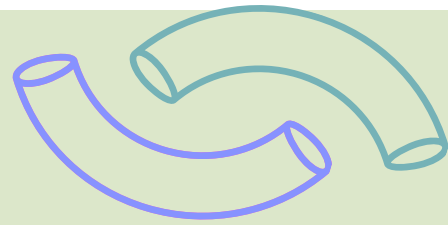
Gleichzeitig muss es skalierbar sein und alle Anforderungen erfüllen, die an konventionellen Kunststoff gestellt werden: Es muss sich sowohl für weiche, flexible als auch für harte, stabile Produkte eignen, sowie in Form einer Folie oder als Beschichtungsmaterial. Das Granulat muss zudem skalierbar sein, um es künftig in großen Mengen produzieren zu können. Es sollte preislich und qualitativ wettbewerbsfähig sein.

Alle diese Punkte erfüllt Traceless Materials bereits heute.

Über mehrere Prototypen wird nun die Massenproduktion aufgebaut, die im Jahr 2030 starten soll.

Ihr Ziel ist es, der führende Hersteller alternativer Kunststoffe zu werden.

14. TRACELESS MATERIALS GMBH



Innovative Ansätze und Herausforderungen

Die neuartigen Kunststoffe, die derzeit auf dem Markt sind, erfüllen jeweils nur ein Nachhaltigkeitskriterium. Traceless hingegen erfüllt sie alle: Er wird aus Abfallprodukten der Agrarindustrie hergestellt und steht daher nicht in Konkurrenz zu Nahrungsmitteln. Er ist umweltfreundlich, da er völlig frei von Plastik und Giftstoffen ist. Bei der Produktion werden im Vergleich zur Herstellung von herkömmlichem Kunststoff rund 80 % der CO₂-Emissionen eingespart. Zudem baut er sich innerhalb von rund 60 Tagen rückstandslos ab. Damit schließt sich der Kreislauf: Aus einem Nährstoff wird wieder ein Nährstoff, genau wie in der Natur. Mehr noch: Traceless ist der einzige Ersatzstoff, der preislich und qualitativ mit erdölbasiertem Kunststoff konkurrieren kann und skalierbar ist.

Wirkungsevaluierung

Traceless kann auf eine umfassende wissenschaftlich fundierte Lebenszyklusanalyse zurückgreifen, da ihr Finanzier Planet A diese als Grundlage für die Entscheidung darüber nutzt, ob das Produkt unterstützenswert ist. Bei der Ökobilanz handelt es sich um eine Lebenszyklusanalyse, die die Auswirkungen der industriellen Produktion von der Rohstoffgewinnung über die Produktion bis hin zur Entsorgung einschließlich der Folgewirkungen prognostiziert.

Planet A ist ein europäischer Risikokapitalfonds, der die Umwelt- und Klimaauswirkungen von Innovationen bewertet, bevor eine Investition getätigt wird. Transparenz steht im Mittelpunkt, da alle Bewertungen und die verwendete Methodik veröffentlicht werden.

Die für das rückstandslose Material durchgeführte Lebenszyklusanalyse (LCA) ergab, dass ...

- Die Produktion und Entsorgung von rückstandsfreiem Kunststoff verursacht bis zu 95 % weniger Treibhausgasemissionen als die Produktion und Entsorgung von brandneuem Kunststoff.
- Die gesamte Nettoerduzierung der Treibhausgasemissionen liegt im Bereich von 26 bis 76%.
- Spurenloses Material reduziert den Bedarf an nicht erneuerbaren Energiequellen erheblich,
- Traceless bietet zusätzliche Vorteile für die Umwelt, beispielsweise die Vermeidung des Risikos, dass Schadstoffe in die Umwelt gelangen.

Weitere positive Umweltauswirkungen (nicht in dieser Ökobilanz berücksichtigt), die sich potenziell aus Traceless ergeben könnten:

- Traceless bietet eine Lösung, um die Gesamtmenge an Plastikmüll und damit die Plastikverschmutzung deutlich zu reduzieren.
- Durch den Verzicht auf giftige und gesundheitsschädliche Zusatzstoffe wird das Risiko eliminiert, dass derartige Substanzen in die Umwelt gelangen. Dies wiederum kann die Artenvielfalt fördern, da die Ökosysteme intakt bleiben.

Motivation

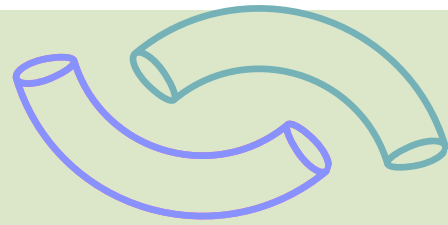
Ganzheitliche Nachhaltigkeit ist die Gründungsmotivation von Traceless.

„(...) tatsächlich hat bis vor kurzem das gesamte traceless-Team ehrenamtlich für traceless gearbeitet.“ – sagte eine der Gründerinnen Johanna Baare im Jahr 2021.

Auch die zahlreichen Preise, für die sich das Unternehmen zunächst bewerben musste, sind ein Ansporn. Schließlich ist der Weg bis zur „großen“ Produktion lang. Das Feedback durch gewonnene Preise ist daher ungemein motivierend.

Darüber hinaus berichten sie regelmäßig transparent über die Umweltauswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit im Impact Report. Zu sehen, dass das, was sie tun, wirklich etwas bewirkt und funktioniert, ist für die Gründer und das Team eine echte Motivation.

14. TRACELESS MATERIALS GMBH



Ideen zur Nachhaltigkeit

Die Idee zum Produkt kam Gründerin Dr. Anne Lamp beim Segeln, als sie auf dem offenen Meer direkt in einen Plastikteppich hineinsegelten. Damit war die idyllische Atmosphäre und der Charme, den das Segeln eigentlich mit sich bringt, sofort zerstört. Die Auswirkungen auf die lokalen Ökosysteme ließen sich nur erahnen. Und schon während ihres Studiums als Verfahrenstechnikerin träumte sie davon, ihr Interesse an der Natur mit ihrem Beruf zu verbinden. Durch ihre Doktorarbeit im Bereich biologischer Kreisläufe und der Suche nach alternativen Materialien sowie ihre ehrenamtliche Tätigkeit in einer Cradle-to-Cradle-Organisation entstand die Idee zu Traceless Materials.

Die Gründer nehmen regelmäßig an Konferenzen teil und bewerben sich für verschiedene Preise im Bereich Nachhaltigkeit und Innovation. Dabei besteht immer die Möglichkeit zum Austausch mit anderen Startups, Unternehmern und Experten.

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Stärken Sie Ihre Widerstandsfähigkeit und denken Sie langfristig. Nachhaltige Unternehmen stehen oft vor Herausforderungen, aber eine belastbare Denkweise kann helfen, Hindernisse zu überwinden. Bedenken Sie die langfristigen Auswirkungen Ihrer Entscheidungen sowohl auf Ihr Unternehmen als auch auf den Planeten.

Verfolgen Sie einen ganzheitlichen Ansatz zur Nachhaltigkeit. Berücksichtigen Sie bei Ihren Geschäftsentscheidungen ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte. Streben Sie nach einem Gleichgewicht, das den Menschen, dem Planeten und Ihren Gewinnmargen zugutekommt.

Arbeiten Sie mit gleichgesinnten Einzelpersonen, Organisationen und Interessengruppen zusammen. Der Aufbau eines Netzwerks innerhalb der Nachhaltigkeitsgemeinschaft kann wertvolle Erkenntnisse, Partnerschaften und Unterstützung bieten.

Aber das Wichtigste ist: Mach es! Gerade Menschen, die tolle Ideen für nachhaltige Lösungen haben, sollten den Schritt wagen und diese in die Tat umsetzen. Es werden sich genügend Menschen finden, die dich dabei unterstützen und mit dir an der Lösung arbeiten wollen!

Verbesserungsbedarf

Traceless hat sich ganz auf die ökologischen Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung konzentriert.

Zukünftig könnte das Unternehmen seine Bemühungen auch auf soziale Aspekte ausweiten. Informationen zum Umgang des Unternehmens mit Mitarbeitern, deren Arbeitsbedingungen oder zur Unterstützung sozialer Projekte gibt es derzeit keine.

Reflexionen

Im Fall von Traceless ist das wichtigste Learning wohl „Think big!“. Schon zu Beginn haben sich die Gründer um Awards und Finanzierungsrunden beworben. So machen sie ihr Unternehmen und ihre große Mission bekannt und erhalten die nötige finanzielle Unterstützung, die dieses Mammutprojekt benötigt. Denn auch die tollste, nachhaltigste Lösung findet ohne diese beiden Punkte nicht den Weg auf den Markt. Den Trend zur Nachhaltigkeit nutzen sie zudem, um etablierte und namhafte Unternehmen für Kooperationen zu gewinnen, was ihren Bekanntheitsgrad zusätzlich steigert. Zudem können sie die Prototypen für einen breiten Massenmarkt testen.

15. SAULE TECHNOLOGIES



Herstellung von Perowskit-Photovoltaikzellen – eine neue Generation von Solarzellen

TYP: HERSTELLUNG UND VERTRIEB

Im Jahr 2013 erfand Olga Malinkiewicz als Doktorandin an der Universität Valencia eine revolutionäre Methode zur Herstellung von Solarzellen durch die Beschichtung von flexiblen Folien mit Perowskiten (titanhaltiges Metall). Diese Leistung brachte ihr mehrere Auszeichnungen ein und erregte internationale Medienaufmerksamkeit.

Als Olga 2014 erkannte, dass ihr Durchbruch das Potenzial hatte, die Welt in gewaltigem Ausmaß zu beeinflussen, tat sie sich mit Piotr Krych und Artur Kupczunas zusammen und gründete Saule Technologies. Saule Technologies ist ein Pionier in der Forschung und Herstellung von Perowskit-Solarzellen – einer neuen Generation von Solarzellen. Perowskit-Zellen, die von Saule Technologies auf flexible Folien gedruckt werden, sind leicht, ultradünn, halbtransparent und selbst bei künstlichem Licht sehr effektiv. Dadurch übertrifft das Anwendungsspektrum von Perowskit-Solarzellen das der herkömmlichen Siliziumtechnologie deutlich.

Die Veröffentlichung von Produkten, die zur Lizenzierung verfügbar sind und die ersten B2B-Verkäufe (seit Anfang 2021) beweisen, dass Saule Technologies ein weltweit führendes Unternehmen bei der Vermarktung von Perowskit-Photovoltaikzellen ist. Zu den Partnern von Saule Technologies zählen Unternehmen wie Skanska, Columbus, Somfy und Google Cloud.

Quellen:
<https://sauletech.com/corporate-information/>
<https://sauletech.com/corporate-information/>

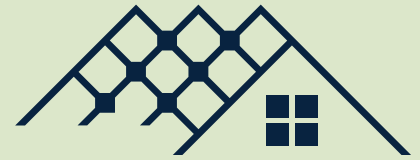
Nachhaltige Entwicklung

Saule Technologies, ein Unternehmen mit Sitz in Breslau, hat bei der Umstellung von Perowskitzellen aus wissenschaftlichen Laboren auf Produktionslinien bedeutende Fortschritte erzielt und damit einen Meilenstein in der weitverbreiteten Einführung dieser Technologie gesetzt. Solarmodule auf Perowskitbasis, die für ihre Vielseitigkeit, Flexibilität und Effizienz auch bei schlechten Lichtverhältnissen bekannt sind, bieten eine nachhaltige Lösung zur Energieerzeugung. Saule Technologies betont die Anpassungsfähigkeit von Perowskitmodulen, die in Gebäudefassaden, leichte Dacheindeckungen und elektronische IoT-Geräte integriert werden können, wodurch ein häufiger Batteriewechsel entfällt. Die Produktpalette des Unternehmens umfasst Photovoltaikmarkisen, Rollläden und Jalousien und zeigt die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Perowskitfolie. In den letzten sechs Jahren haben sich Perowskitzellen rasant weiterentwickelt und erreichen die Effizienz von Siliziumzellen, während sie gleichzeitig Eigenschaften wie ultraleichtes Gewicht, Flexibilität, Transparenz und ein ultradünnes Profil aufweisen. Diese Eigenschaften positionieren die Perowskittechnologie als revolutionäre Kraft auf dem Photovoltaikmarkt.

Quelle:
<https://www.wroclaw.pl/przedsiębiorczy-wroclaw/saule-technologies-olga-malinkiewicz-columbus-energy>

<https://sauletech.com>

15. SAULE TECHNOLOGIES



Nachhaltigkeitsauswirkungen

Derzeit besteht Saule Technologies aus einem Team von 40 Fachleuten, darunter Wissenschaftler, Ingenieure und Verwaltungsmitarbeiter aus 15 verschiedenen Ländern. In den letzten Monaten hat Saule Technologies ein Pionierprojekt gestartet und in Zusammenarbeit mit Ingenieuren aus Korea, Malaysia, Großbritannien, Singapur und Japan die weltweit erste Produktionslinie für gedruckte Perowskizellen gebaut.

Saule Technologies engagiert sich aktiv in verschiedenen wissenschaftlichen Konsortien in Europa, um die Entwicklung von Perowskizellen voranzutreiben und zeigt damit sein Engagement für globale Innovationen. Durch diese Mitgliedschaft erhält das Unternehmen Zugang zu den neuesten wissenschaftlichen Forschungsergebnissen und kann so schnell hochmoderne technologische Lösungen für die Kommerzialisierung umsetzen.

Besonders hervorzuheben ist, dass Saule Technologies über eine der modernsten und am besten ausgestatteten Forschungseinrichtungen verfügt, insbesondere auf dem Gebiet der Optoelektronik. Dieses hochmoderne Labor positioniert das Unternehmen an der Spitze des technologischen Fortschritts und festigt seine Rolle als Vorreiter bei der Erforschung und Anwendung der Perowskit-Technologie.

Quelle: <https://www.wroclaw.pl/przedsiębiorczy-wroclaw/saule-technologies-olga-malinkiewicz-columbus-energy>

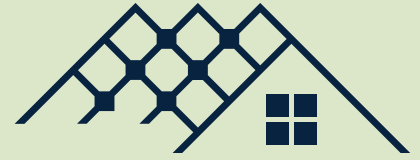
SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Saule Technologies ist ein Technologieunternehmen, das sich auf den Bereich Solarenergie und die Herstellung von Dünnschicht-Photovoltaikzellen spezialisiert hat. Der Schwerpunkt von Saule Technologies liegt auf der Entwicklung innovativer Lösungen auf Basis der Perowskit-Technologie. Perowskite sind Materialien mit einer kristallinen Struktur, die bei der Herstellung von Solarzellen verwendet werden können. Das Unternehmen konzentriert sich auf die Entwicklung von Produkten, die in verschiedene Arten von Oberflächen integriert werden können, darunter äußere architektonische Elemente, Kleidung oder elektronische Geräte. Diese Flexibilität eröffnet den Weg für innovative Anwendungen wie intelligente Fenster, integrierte Gebäudebeschichtungen oder Kleidung mit eingebauten Ladeelementen. Ein Beispiel für die Anwendung der Produkte von Saule Technologies, die mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung in Einklang steht, ist ein Projekt zur Entwicklung eines IoT-Geräts (Internet of Things) zur Tierverfolgung, das mit unseren Solarzellen betrieben wird. Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit dem WWF (World Wide Fund for Nature) Ukraine durchgeführt und vom Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) und dem polnischen Challenge Fund kofinanziert. Die Initiative ist eine Reaktion auf die Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG) der Vereinten Nationen, vor allem Maßnahmen zum Klimaschutz, Leben an Land, nachhaltige Städte und Gemeinden, bezahlbare und saubere Energie und Partnerschaft zur Erreichung der Ziele. „Saule Technologies ist stolz darauf, Lösungen zu schaffen, die die Welt positiv verändern können“, sagt Olga Malinkiewicz, Gründerin und CTO.

Quelle: <https://sauletech.com/perovskites-on-european-bison/>

<https://sauletech.com>

15. SAULE TECHNOLOGIES



Strategie & Mission

Die Saule Technologies Group ist die treibende Kraft hinter dem Besitz und der Entwicklung einer bahnbrechenden neuen Generation ultradünner, flexibler Photovoltaikzellen, die das Potenzial von Perowskit nutzen. Ihre Spitzentechnologie ermöglicht den Einsatz dieser Zellen auf einer Vielzahl von Oberflächen, von Gebäudefassaden und Lichtbrechern in Fenstern bis hin zu Autodächern, kleinen IoT-Geräten und sogar Yachtsegeln. Die Einzigartigkeit unserer Technologie führt zu beispiellosen Möglichkeiten und wir sind aktiv daran beteiligt, diese innovative Lösung in verschiedenste Lebens- und Industriebereiche zu integrieren.

Quelle:
<https://www.biznesradar.pl/a/119503,list-zarzadu-saule-technologies-oraz-wybrane-wyniki-za-pierwsze-polrocze-2023-r>

Motivation

Mehr Informationen zur Motivation von Saule Technologies finden Sie unter folgenden Links:

- Dank Perowskiten werden Sie Ihre Ladegeräte wegwerfen | Olga Malinkiewicz | TEDxWroclaw
- [GESICHTER DER INNOVATION | Olga Malinkiewicz, Saule Technologies](#)

Innovative Ansätze und Herausforderungen

Saule Technologies hat sich Platform-ZERO angeschlossen, einer neuartigen Initiative, die von der Europäischen Kommission (HaDEA) kofinanziert wird und sich zum Ziel gesetzt hat, Produktionsfehler zu beseitigen und die Produktionskosten im Photovoltaiksektor deutlich zu senken. Die Saule-Fabrik wurde als eine von vier industriellen PV-Pilotanlagen in ganz Europa ausgewählt, in denen diese bahnbrechende Strategie umgesetzt und getestet wird. Der Start des Platform-ZERO-Projekts ist für diesen Monat geplant.

Das Hauptziel von Platform-ZERO besteht darin, die Qualität der Produktion von Photovoltaikgeräten zu verbessern und gleichzeitig die Kosten durch die Umsetzung einer „Null-Fehler-Fertigung“ zu senken. Dieses ehrgeizige Ziel beinhaltet den Einsatz künstlicher Intelligenz bei der Prozessüberwachung in der Produktionslinie, um Produktionsfehler zu vermeiden. Die Wirksamkeit dieser Strategie wird in vier Pilotanlagen in verschiedenen Ländern evaluiert, eine davon ist die Fabrik von Saule Technologies in Polen. Die anderen drei Pilotanlagen befinden sich in Spanien, Deutschland und Österreich.

Quelle: <https://www.gramzielone.pl/energia-sloneczna/109938/fabryka-saule-technologies-testowym-zakladem-produkcji-zero-defect-w-europie>

15. SAULE TECHNOLOGIES



Wirkungsevaluierung

Perowskite bieten eine vielversprechende Möglichkeit, Polens Energiesektor zu revolutionieren, da sie im Vergleich zu herkömmlichen Panels vielseitiger und kostengünstiger sind. Die polnische Physikerin Dr. Olga Malinkiewicz hat die Entwicklung der Perowskit-Technologie vorangetrieben und den Druck transparenter Folien mit Photovoltaikzellen ermöglicht. Die Anpassungsfähigkeit von Perowskiten ermöglicht eine individuelle Anpassung von Größe und Montage, wobei die Produktionskosten deutlich niedriger sind als bei herkömmlichen Panels. Saule Technologies hat unter der Leitung von Dr. Malinkiewicz in Breslau die erste Fabrik für Panels auf Perowskit-Basis errichtet und damit das Potenzial des Minerals für eine breite Nutzung demonstriert. Perowskit-Zellen sind leicht und flexibel und können auf verschiedenen Oberflächen wie Autodächern und Smartphone-Gehäusen angebracht werden, während ihre Fähigkeit, Energie aus künstlichem Licht zu erzeugen, sie attraktiver macht. Der Produktionsprozess, der chemische Synthese und spezielle Drucker umfasst, hält nicht nur die Kosten niedrig, sondern entspricht auch umweltfreundlichen Praktiken. Mit fortschreitenden Optimierungsbemühungen wird die Kommerzialisierung von Perowskit-Zellen auf globaler Ebene zunehmend machbar und verspricht eine glänzende Zukunft für erneuerbare Energien.

Quelle: <https://www.rachuneo.pl/artykuly/perowskity-kolejna-rewolucja-w-swiecie-energetyki>

Ideen zur Nachhaltigkeit

Saule Technologies besteht aus talentierten, motivierten und kooperativen Fachleuten aus verschiedenen Teilen der Welt und sucht nach Personen, die Intelligenz und die Bereitschaft mitbringen, in einem inspirierenden und dynamischen Arbeitsumfeld erfolgreich zu sein. Das Team von Saule Technologies arbeitet in einem der modernsten optoelektronischen Labors Europas im schönen Breslau und widmet sich der Pionierarbeit. Darüber hinaus unterhält es eine Geschäftsstelle in der polnischen Hauptstadt Warschau.

Quelle: <https://sauletech.com/>

Verbesserungsbedarf

Jüngste Fortschritte bei Perowskitzellen versprechen mehr Effizienz und ziehen zunehmende Finanzierung und Interesse von Wissenschaftlern und Start-up-Unternehmen wie Microquanta Semiconductor, Oxford PV und Saule Technologies auf sich. Perowskite bieten zwar eine kostengünstige Umwandlung von Solarenergie, aber es bestehen weiterhin Probleme wie Zerbrechlichkeit und Haltbarkeit, obwohl jüngste Studien darauf abzielen, diese Probleme anzugehen. Die Umsetzung von Laborerfolgen in praktische Anwendungen bleibt eine Herausforderung, insbesondere im Hinblick auf Lebensdauer und Effizienz unter realen Bedingungen. Die Ausweitung der Produktion und die Herstellung größerer Zellen für Solarmodule stellen zusätzliche Hürden dar und unterstreichen die fortlaufende Erforschung und Verfeinerung, die für eine breite Einführung der Perowskittechnologie erforderlich ist.

Quelle: <https://forsal.pl/biznes/energetyka/artykuly/8421509,perowskity-panele-sloneczne.html>

<https://sauletech.com>

15. SAULE TECHNOLOGIES



Reflexionen

Olga Malinkiewicz erhielt am 28. März 2014 den Hauptpreis des renommierten Wissenschaftswettbewerbs Photonics21 für ihre Entwicklung einer Niedertemperaturtechnologie zur Herstellung flexibler Photovoltaikzellen auf Perowskitbasis. Der Preis wurde von Neelie Kroes, Vizepräsidentin der Europäischen Kommission, überreicht. Im März 2015 wurde Saule Technologies zum „Startup des Jahres 2014“ gekürt. Diese Anerkennung ist Teil des jährlichen Wettbewerbs „Startup des Jahres“, der im Rahmen des Business Mixer-Events stattfindet, einer regelmäßig stattfindenden Initiative von Business Link.

Im Jahr 2015 wurde Olga Malinkiewicz als erste Polin im Wettbewerb „Innovators Under 35“ des „MIT Technology Review“ – der ältesten Technologiezeitschrift des Massachusetts Institute of Technology – mit dem Titel „Innovator des Jahres“ ausgezeichnet.

Am 11. November 2016 verlieh Präsident Andrzej Duda Olga Malinkiewicz das Ritterkreuz des Ordens Polonia Restituta „für herausragende Beiträge zur Entwicklung der polnischen Wissenschaft“. Im März 2020 wurde Olga Malinkiewicz von der Zeitschrift American Chemical Society als eine der wichtigsten Frauen in der Welt der modernen Technologien ausgezeichnet. Im Jahr 2021 wurde sie für ihre Erfindung und Kommerzialisierung gedruckter Solarzellen auf Perowskitbasis mit dem Planet Lem Award im Bereich Technologie ausgezeichnet.

Quelle: https://pl.wikipedia.org/wiki/Olga_Malinkiewicz

Ratschläge von Gründern für (Neu-)Gründer

Integrieren Sie innovative Lösungen in Ihren Betrieb, um auf dem wettbewerbsintensiven Markt die Nase vorn zu behalten. Durch Tests dieser revolutionären Technologien können Sie neue Möglichkeiten für dynamisches Preismanagement und die Implementierung von Werbeinhalten in Ihren Einzelhandelsgeschäften erschließen. Gemeinsame Tests mit Technologieanbietern können den Weg für eine nahtlose Integration und Bereitstellung innovativer Lösungen wie PESL-Etiketten ebnen, die Energie aus natürlichen und künstlichen Lichtquellen nutzen. Dies steigert nicht nur die Effizienz Ihres Betriebs, sondern fördert auch die Nachhaltigkeit durch den Einsatz langlebiger und nachhaltiger Lösungen über viele Jahre hinweg.

16. VENTIDO



Maßgeschneiderte Lösungen für Lüftung, Luftreinigung und Klimatisierung sowie die Rückgewinnung von Energie

TYP: HERSTELLUNG UND VERTRIEB

VENTIDO wurde 2020 gegründet und blickt auf eine mehr als 10-jährige Unternehmensgeschichte im Bereich Lüftung und Luft-Rückgewinnung zurück. Diese umfassende Erfahrung bildet die Grundlage für das Engagement des Unternehmens für die Kundenzufriedenheit. Das Jahr 2020 markiert einen wichtigen Meilenstein in der Entwicklung von VENTIDO und formalisiert sein Engagement, maßgeschneiderte Lösungen für Lüftung, Luftreinigung und Klimatisierung der Kunden bereitzustellen. Das Team, das sich vom Motto „Vertrauen in Erfahrung“ leiten lässt, möchte in Zusammenarbeit mit allen Beteiligten, insbesondere mit umweltbewussten Kunden, die auf dem Markt nach zuverlässigen Lösungen suchen, die Servicequalität und den Ansatz neu definieren.

VENTIDO ist ein dynamisches Team junger Fachleute, das sich auf den Vertrieb und die Erforschung innovativer Lösungen in der HVAC-Branche (Heizung, Lüftung, Klimaanlage) spezialisiert hat. VENTIDO kann auf über ein Jahrzehnt Erfahrung im Lüftungs- und Rekuperationssektor zurückgreifen und hat daher ein tiefes Verständnis der wichtigsten Faktoren für die Kundenzufriedenheit. Die Expertise des Teams, gepaart mit Ausbildung und praktischem Know-how, versetzt VENTIDO in die einzigartige Lage, die Herausforderungen zu verstehen und anzugehen, denen seine Kunden täglich gegenüberstehen. Die Hauptaufgabe besteht darin, Materialien und Geräte höchster Qualität zeitnah zu liefern und so die Luftqualität für die Bewohner weltweit in den Bereichen Lüftung, Rekuperation und Klimatisierung zu verbessern.

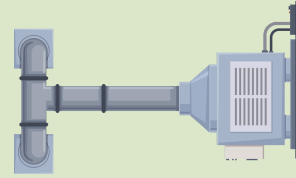
Nachhaltigkeitsauswirkungen

Unabhängig von der Branche sollte sich jedes Unternehmen der Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung bewusst sein, auf die es sich konzentrieren kann. Das Setzen von Zielen, die auf eine nachhaltige Entwicklung ausgerichtet sind, ist für Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Es wirkt sich positiv auf das Image des Unternehmens aus, stimmt mit der Vision einer nachhaltigen Welt überein und schlägt sich in finanzieller Leistung und positivem Kundenfeedback nieder. Die Ausbalancierung sozialer und wirtschaftlicher Ziele ist eng miteinander verknüpft, wobei soziale Ziele erheblich zu den wirtschaftlichen Zielen des Unternehmens beitragen. In unserem Unternehmen setzen und verfeinern wir kontinuierlich Ziele und stellen sicher, dass selbst die kleinsten Maßnahmen einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten.

Nachhaltige Entwicklung

Kunden erkennen zunehmend die Vorteile von Anwendungen für erneuerbare Energien, wie z. B. die Rückgewinnung, die es ihnen ermöglicht, ihren täglichen Energieverbrauch zu senken. Dies spart nicht nur Energie und erhöht den Komfort, sondern wirkt sich auch positiv auf die natürliche Umwelt aus. Nachhaltige Entwicklung beeinflusst unser Geschäft erheblich, da ein gesteigertes Kundenbewusstsein zu einer stärkeren Akzeptanz unserer Lösungen führt. Dies ist für uns von entscheidender Bedeutung, da Kunden unsere Angebote bewusst auswählen und sich am Umweltschutz orientieren. Wir arbeiten kontinuierlich an neuen Lösungen für nachhaltige Entwicklung, um die Kundenzufriedenheit sicherzustellen, zum Ruf der Branche beizutragen und das Bewusstsein zu schärfen.

16. VENTIDO



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: VENTIDO verbessert die Luftqualität in Innenräumen durch Luftfilterung und Wärmebehandlung und trägt so zu mehr Wohlbefinden bei.

Ziel 4. Hochwertige Bildung: Das Unternehmen arbeitet mit Hochschulen zusammen, um junge Menschen zu sensibilisieren und neue Lösungen für eine nachhaltige Entwicklung umzusetzen.

Ziel 7. Bezahlbare und saubere Energie: VENTIDO nutzt Rückgewinnungssysteme, um bis zu 90 % der zum Heizen verwendeten Energie zurückzugewinnen und so Bezahlbarkeit und Nachhaltigkeit zu gewährleisten.

Ziel 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur: Das Unternehmen passt seine Produktpalette kontinuierlich an die Marktanforderungen an und fördert eine nachhaltige Industrialisierung.

Ziel 11. Nachhaltige Städte und Gemeinden: VENTIDO verkauft innovative HLK-Geräte und unterstützt Kunden bei der Schaffung exklusiver, sicherer, widerstandsfähiger und nachhaltiger städtischer Umgebungen.

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Das Unternehmen informiert Kunden über die Nutzung der Rekuperation zur Energieeinsparung und fördert einen verantwortungsvollen Konsum.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: VENTIDO reduziert den Energieverbrauch durch Rückgewinnung und trägt so zu einer geringeren Umweltverschmutzung und Umweltzerstörung bei.

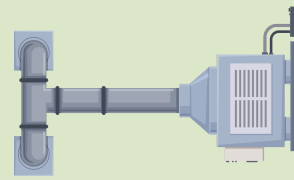
Ziel 17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele: VENTIDO arbeitet mit verantwortungsbewussten Partnern und Branchenführern zusammen, um globale Partnerschaften für eine nachhaltige Entwicklung zu stärken.

Strategie & Mission

Die Mission von VENTIDO besteht darin, hochwertige Materialien und HLK-Geräte für Belüftung, Rekuperation und Klimatisierung bereitzustellen, mit dem Ziel, die globale Luftqualität für jeden Bewohner des Planeten zu verbessern. Das Unternehmen stellt sich eine Welt vor, in der seine Lösungen zu einer gesünderen Umwelt und einem verbesserten Wohlbefinden beitragen.

Nachhaltigkeitsstrategie: Die Strategie von VENTIDO priorisiert eine nachhaltige Entwicklung durch Reduzierung des Energieverbrauchs und Aufklärung der Kunden über die Bedeutung sauberer Energienutzung. Das Unternehmen passt seine Produktpalette kontinuierlich an die Marktnachfrage an und legt dabei Wert auf verantwortungsvollen Verbrauch und Produktion. Durch die Zusammenarbeit mit verantwortungsvollen Partnern möchte VENTIDO globale Partnerschaften für eine nachhaltige Entwicklung stärken und so zu einer widerstandsfähigen und umweltfreundlichen Zukunft beitragen.

16. VENTIDO



Innovative Ansätze und Herausforderungen

VENTIDO hat die wachsende Bedeutung nachhaltiger Entwicklung in der Geschäftswelt erkannt und integriert sie strategisch in seine Geschäftstätigkeit, um einen Wettbewerbsvorteil zu erlangen und sein Markenimage zu verbessern. Um diesen Fokus beizubehalten, haben kontinuierliche Marktanalysen und technologische Innovationen im Einklang mit der Nachhaltigkeit Priorität. Das Bewusstsein der Kunden für Anwendungen erneuerbarer Energien wie die Rückgewinnung von Energie zeigt VENTIDOs Engagement für Nachhaltigkeit und führt zu einer stärkeren Kundenbindung. Das Engagement des Unternehmens, die Marktstandards zu übertreffen, zeigt sich in strengen Qualitätskontrollmaßnahmen und kontinuierlichen Bemühungen, die Kompetenzen der Mitarbeiter zu verbessern und die Logistik der Lieferkette zu optimieren. VENTIDO führt jedes Jahr neue Lösungen für nachhaltige Entwicklung ein und spiegelt damit sein Engagement für nachhaltiges Wachstum und Kundenbewusstsein wider.

Wirkungsevaluierung

VENTIDOs Engagement für nachhaltige Praktiken hat in verschiedenen Bereichen erhebliche positive Auswirkungen gehabt, darunter auf das Geschäft, die Stakeholder und die Umwelt. Die Bemühungen des Unternehmens haben maßgeblich zu messbaren Erfolgen beigetragen, die sein Engagement für Nachhaltigkeit unterstreichen.

1. Reduzierter CO₂-Fußabdruck:

Durch die Implementierung energieeffizienter Technologien wie Rekuperation konnte VENTIDO seinen CO₂-Fußabdruck deutlich reduzieren. Die Einführung solcher Verfahren hat zu einer messbaren Senkung des Energieverbrauchs geführt und so zu einem umweltfreundlicheren Betriebsfußabdruck beigetragen.

2. Höhere Mitarbeiterzufriedenheit:

Die Betonung der Kompetenzen der Mitarbeiter, ihrer beruflichen Weiterentwicklung und einer Kultur, die Nachhaltigkeit schätzt, hat zu einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit geführt. Die Belegschaft beteiligt sich an Initiativen, die mit ihren Werten übereinstimmen und fördert so ein positives Arbeitsumfeld.

3. Verbesserte Beziehungen zur Gemeinschaft:

Die Öffentlichkeitsarbeit von VENTIDO, darunter Bildungsk Kooperationen mit Universitäten und Sensibilisierungskampagnen, hat sich positiv auf die Beziehungen zur Gemeinschaft ausgewirkt. Durch die Weitergabe von Wissen über nachhaltige Lösungen trägt das Unternehmen aktiv zum Wohlergehen der Gemeinschaft bei.

4. Verbessertes Kundenengagement:

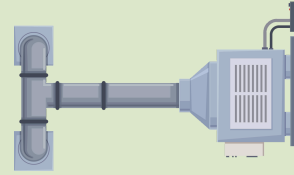
Nachhaltige Praktiken kommen bei den Kunden gut an und führen zu einem stärkeren Engagement. Die Zufriedenheit, die man durch die bewusste Wahl umweltfreundlicher Produkte und Lösungen erlangt, stärkt den Ruf des Unternehmens und die Kundentreue.

5. Anerkennung von Innovationen:

Die konsequente Einführung nachhaltiger Innovationen, einschließlich der Optimierung von Projekten, zeigt, dass VENTIDO sich verpflichtet hat, an der Spitze der nachhaltigen Entwicklung zu bleiben. Diese Anerkennung stärkt den Wettbewerbsvorteil des Unternehmens.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die nachhaltigen Praktiken von VENTIDO nicht nur zu positiven Umweltergebnissen beigetragen haben, sondern auch die Beziehungen zu Mitarbeitern, Kunden und der Gemeinschaft gestärkt haben. Diese Bemühungen spiegeln einen ganzheitlichen Ansatz wider und zeigen, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein Ethos ist, sondern ein quantifizierbarer und integraler Aspekt des Gesamterfolgs des Unternehmens.

16. VENTIDO



Motivation

Uns selbst und das Team zu motivieren, sich an den SDG-Zielen auszurichten, ist in den Grundwerten von VENTIDO verankert. Regelmäßige Schulungen, in denen die Bedeutung nachhaltiger Praktiken betont wird, fördern ein gemeinsames Engagement. Anerkennungsprogramme feiern Erfolge und schaffen ein positives Umfeld. Die Führung fördert die Zielstrebigkeit und hebt den Einfluss hervor, den jedes Teammitglied auf das Erreichen der SDG-Meilensteine hat. Diese kollektive Motivation stärkt das Verständnis, dass nachhaltiges Handeln für den Erfolg des Unternehmens und das Wohlergehen der globalen Gemeinschaft von entscheidender Bedeutung ist.

Ideen zur Nachhaltigkeit

VENTIDO lässt sich von verschiedenen Quellen zu nachhaltigen Lösungen inspirieren. Durch die aktive Teilnahme an Branchenworkshops und -wettbewerben werden innovative Ideen vorgestellt. Die kontinuierliche Überwachung von Richtlinien und Vorschriften stellt die Übereinstimmung mit den neuesten Standards sicher. Die Zusammenarbeit mit akademischen Einrichtungen und Forschungspartnerschaften trägt zu einem dynamischen Ideenfindungsprozess bei. Kundenfeedback ist ebenfalls eine wertvolle Quelle, da es die sich entwickelnden Erwartungen widerspiegelt. Dieser vielschichtige Ansatz gewährleistet eine umfassende Perspektive und bereichert das Repertoire des Unternehmens an nachhaltigen Lösungen.

Verbesserungsbedarf

Obwohl VENTIDO in Sachen Nachhaltigkeit große Fortschritte gemacht hat, bestehen weiterhin Herausforderungen. Die Lieferkette, ein komplexer Aspekt des Geschäfts, muss weiter optimiert werden, um die Nachhaltigkeit zu verbessern. Die Umsetzung bestimmter nachhaltiger Praktiken stößt in traditionellen Marktsegmenten auf Widerstand. Darüber hinaus stellt die Bewältigung komplexer regulatorischer Rahmenbedingungen eine anhaltende Herausforderung dar. VENTIDO ist weiterhin entschlossen, diese Hürden zu überwinden und betrachtet sie als Chancen für Innovation und kontinuierliche Verbesserung im Streben nach umfassender Nachhaltigkeit in allen Facetten seiner Geschäftstätigkeit.

Reflexionen

VENTIDOs Weg zur Nachhaltigkeit hat tiefgreifende Lehren zutage gefördert. Zusammenarbeit, Anpassungsfähigkeit und abteilungsübergreifende Integration erwiesen sich als wichtige Säulen. Die Erfahrung hat deutlich gemacht, dass Nachhaltigkeit kein Ziel, sondern eine kontinuierliche Entwicklung ist. Unser Engagement für Umweltbewusstsein hat die Unternehmenskultur neu geprägt und bei jeder Entscheidung eine proaktive Nachhaltigkeitsmentalität verankert. Herausforderungen waren Gelegenheiten für Innovationen und haben bekräftigt, dass nachhaltige Praktiken die Widerstandsfähigkeit stärken. Der Weg hat bestätigt, dass echte Nachhaltigkeit proaktives Engagement und ständiges Lernen aus Erfahrungen erfordert.

Rat von den Gründern für (Neu)-Gründer

Für angehende Unternehmer reflektieren unsere Erkenntnisse den Kern unserer Reise im Bereich Nachhaltigkeit. Während Leidenschaft als Antrieb dient, fungiert Zusammenarbeit als Katalysator. Agilität und fortlaufendes Lernen gewährleisten Relevanz, insbesondere in einem sich ständig verändernden Umfeld. Nachhaltige Praktiken sollten über Trends hinaus bestehen und sich in die organisatorische Struktur integrieren. Partnerschaften sind von unschätzbarem Wert, da sie die Wirkung verstärken. Es gilt, Herausforderungen als Inspirationsquelle für Innovationen zu nutzen und stets über globale Trends informiert zu bleiben. Auf dieser transformierenden Reise ist zu bedenken, dass auch kleine Schritte bedeutend sind und Nachhaltigkeit eine Investition darstellt, die langfristige Erträge einbringt.

Die essenzielle Rolle der fortwährenden Marktbeobachtung bei der Entwicklung nachhaltiger Strategien sollte betont werden. Nachhaltigkeit sollte als Wettbewerbsvorteil betrachtet werden, nicht allein als eine Compliance-Anforderung. Es ist anzuraten, keine Scheu zu haben, denn selbst bescheidenste nachhaltige Lösungen können sich als wirkungsvolle Investitionen für Ihr Unternehmen und die Umwelt erweisen.

17. DABBLEDOO



Bereitstellung von Ressourcen, Schulungen und Unterstützung für Grundschulen zur Vermittlung von Lehrplänen für Musik, Bildende Kunst und Theater widmet.

TYP: BILDUNG & SOZIALE DIENSTE

Das Team von Dabledoo ist davon überzeugt, dass Kunstunterricht eine der sinnvollsten und zugänglichsten Möglichkeiten für Kinder ist, mit unterschiedlichen Kulturen in Kontakt zu treten und dabei Selbstwertgefühl, Empathie, Freundlichkeit und Toleranz zu fördern. Das Team ist bestrebt, seine Organisation und sein Produktangebot auf eine Weise zu erweitern, die Vielfalt, Inklusion und Gleichheit in den Vordergrund stellt. Dabledoo Music macht es Schulen leicht, alle Bereiche des Musiklehrplans der Grundschule auf unterhaltsame und zugängliche Weise für Lehrer und Schüler abzudecken. Das System fördert Kreativität und Vorstellungskraft und stärkt das Selbstvertrauen von Lehrern und Kindern, sodass diese ihr musikalisches Potenzial ausschöpfen können.



Nachhaltige Entwicklung

Problem: Die Künste sind besonders kraftvoll und transformativ, wenn man sie als Kind erlebt. Obwohl die Kunsterziehung in der nationalen Politik als „grundlegend für eine Bildung, die die Entwicklung der ganzen Person fördern und unterstützen soll“ anerkannt wird, haben viele Kinder in Irland Barrieren, wenn es darum geht, Musik, Tanz, Theater und bildende Kunst kennenzulernen. In der Schule werden diese Fächer traditionell als weniger wichtig oder weniger nützlich angesehen als die Kernfächer Mathematik, Naturwissenschaften und Sprachen.

Hinzu kommt, dass Grundschullehrer sich oft nicht wohl oder unsicher fühlen, wenn sie Musik- und Kunstunterricht erteilen. Da sie oft unter Druck stehen, auch alle anderen Fächer unterrichten zu müssen, kann dieser Mangel an Selbstvertrauen dazu führen, dass die Kunst auf der Prioritätenliste nach unten rutscht.

Kinder, die nicht über die Mittel oder die familiäre Unterstützung verfügen, um außerhalb der Schule künstlerisch tätig zu sein, stehen vor weiteren Hindernissen. Kinder aus benachteiligten Gegenden, Kinder mit besonderem Lernbedarf und Kinder aus Minderheiten haben alle Probleme, Zugang zu künstlerischen Aktivitäten und künstlerischer Bildung zu erhalten.

Lösung: Dabledoo ist ein unabhängiges irisches Unternehmen, das Grundschulen mit Ressourcen, Schulungen und Unterstützung versorgt, um qualitativ hochwertigen und zugänglichen Kunst- und Musikunterricht zu bieten. Das Team besteht aus Pädagogen, Künstlern, Musikern und Designern mit einer Leidenschaft für Kunstunterricht und dessen Potenzial, das Leben von Kindern zu bereichern.

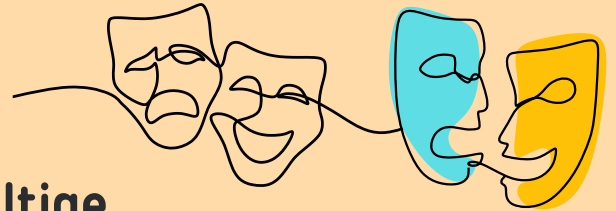
Das Team hat außerdem eine zugängliche Online-Plattform aufgebaut, die allen Kindern in Irland jede Woche einen hochwertigen Kunstunterricht bietet, der perfekt in den nationalen Lehrplan passt.

Auswirkungen: Im Januar 2023 hatte Dabledoo mehr als 7.200 aktive Lehrer auf der Plattform und erreichte über 1.200 Schulen und 182.000 Kinder.

Dabledoo bietet wöchentliche, schrittweise Lektionen, die perfekt in den Lehrplan für den Kunstunterricht in der Grundschule passen und plant Inhalte, die es Lehrern ohne künstlerischen oder musikalischen Hintergrund einfacher denn je machen, diese Fächer auf unterhaltsame und effektive Weise zu unterrichten.

<https://dabledoo.com/>

17. DABBLED00



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 4. Hochwertige Bildung:

- Kernaktivität: Unterstützung irischer Grundschulen in den Bereichen Musik, Theater und Kunst durch die Entwicklung von Unterrichtsmaterialien, die den Unterricht für Lehrer und Kinder unterhaltsam und zugänglich machen.
- Auswirkungen: Fairer und gleichberechtigter Zugang zu Musik-, Theater- und Kunstunterricht in Gemeinden in ganz Irland.
- Wichtige Eigenschaften: Fördert Kreativität und Vorstellungskraft und stärkt das Selbstvertrauen von Lehrern und Kindern, ihr musikalisches Potenzial auszuschöpfen.
- Mitwirkende: Pädagogen | Eltern | Kinder | Geldgeber.

Ziel 17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele:

- Kernaktivität: Dabledoo Music erleichtert Schulen die Abdeckung aller Bereiche des Musiklehrplans der Grundschule auf eine für Lehrer und Schüler gleichermaßen unterhaltsame und zugängliche Weise.
- Auswirkungen: Zugang für alle Kinder in ganz Irland zu Musik-, Theater- und Kunstunterricht.
- Hauptmerkmale: Zusammenarbeit bei Veranstaltungen außerhalb des Schultags wie Weihnachten, Halloween und Sommercamps.
- Mitwirkende: Pädagogen | Eltern | Kinder | Gemeinschaften.

Strategie & Mission

Das Team von Dabledoo ist davon überzeugt, dass die Künste zu den bedeutsamsten und zugänglichsten Möglichkeiten für Kinder gehören, mit anderen Kulturen in Kontakt zu treten. Kunstunterricht hilft Kindern, ihr Selbstwertgefühl zu stärken und gleichzeitig Empathie, Freundlichkeit und Toleranz gegenüber anderen zu entwickeln.

Motivation

Die Erkenntnis, dass nicht alle Kinder einen barrierefreien Zugang zu Musik und Kunst haben, was oft mit ihrer eigenen sozioökonomischen Situation zusammenhängt, motiviert alle Beteiligten zutiefst.

Verbesserungsbedarf

Der traditionelle Lehrplan für Grundschüler (5 – 12 Jahre) in Irland ist recht eng gefasst und das Lehrpersonal ist weder in der Lage noch mit den nötigen Ressourcen über den Lehrplan hinauszugehen.

Die Lehrkräfte müssen zudem über die Möglichkeiten einer Arbeit außerhalb des Lehrplans aufgeklärt werden.

18. SEED SCHOLARS



naturbasierte, erfahrungsorientierte Öko-Bildungsinitiative

TYP: BILDUNG & SOZIALE DIENSTE

Nachhaltige Entwicklung

Seed Scholars versuchen, interdisziplinäres, naturbasiertes Lernen als Kunst und Wissenschaft zu integrieren. Durch Garten-Beratungen, Wochenend-Workshops für Familien, Event-Engagements, Lehrerkurse, Erfahrungen nach der Schule und das Kernprogramm für Grundschulen hofft die Arbeit von Seed Scholars, eine dauerhafte Verbindung zur Natur zu wecken und zu unterstützen.

Seed Scholars organisiert Schnupperworkshops für Schulen oder Gemeinden, die ein Gefühl dafür bekommen möchten, wie Seed Scholars programmiert. Diese Workshops sollen Gruppen die Erfahrungen von Seed Scholars näherbringen und ihnen dann die Möglichkeit geben, zu entscheiden, ob sie sich für eine vollständige Reihe von Sitzungen anmelden möchten.

Seed Scholars kooperiert außerdem von Fall zu Fall mit ethisch ausgerichteten Veranstaltungen, Festivals und Konferenzen, um virtuelle oder persönliche Vorträge, Vorlesungen oder Vorführungen anzubieten.

Das Ziel von Seed Scholars besteht darin, Fähigkeiten und Bewusstsein für die Natur, Zusammenarbeit und Kreativität zu fördern sowie ein Gefühl der Dankbarkeit zu entwickeln, das aus der Auseinandersetzung mit den miteinander verbundenen Zyklen der Jahreszeiten entsteht.

Das Unternehmen ist davon überzeugt, dass sich die Teilnehmer durch die Vermittlung einer regelmäßigen Beschäftigung mit dem Ort und seinen Wundern von Natur aus zu Verantwortung, Klimaschutz und Maßnahmen für soziale Gerechtigkeit hingezogen und orientiert fühlen werden.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Problem: Der zunehmende Mangel an wertvoller Zeit in der Natur wirkt sich nachweislich negativ auf die Aufmerksamkeitsspanne sowie die geistige und körperliche Gesundheit aus.

Lösung: Im Mittelpunkt des Unternehmens steht der Wunsch, diese Kluft zu überwinden, indem man gemeinsam sinnvolle Zeit im Freien verbringt und die dabei ans Licht kommenden Geschichten hört und teilt. Dadurch arbeiten die jungen Menschen gleichzeitig daran, ihr eigenes kollektives Wohlbefinden wiederherzustellen. Die Aktivitäten reichen von Naturspielen, Liedern und Geschichtenerzählen bis hin zum Sammeln von Wildkräutern, dem Anlegen eines essbaren Gartens und dem Erlernen eines Bewusstseins für den Klimawandel.

Auswirkungen: Durch naturbasierte Lernprogramme im Freien unterstützt das Unternehmen das ganzheitliche Wohlbefinden, da sich die Gemeinschaften um sich selbst, umeinander und um das Land, in dem sie leben, kümmern.



18. SEED SCHOLARS



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 11. Nachhaltige Städte und Gemeinden:

- Kernaktivität: Engagement an der Basis und Aktivitäten für junge Menschen
- Wirkung: Fairer und gleichberechtigter Zugang zur Natur für Kinder in ganz Irland
- Wichtige Merkmale: Fördert nachhaltiges Engagement für die Natur
- Mitwirkende: Studenten | Familien | Gemeinden | Zivilgesellschaft

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion:

- Kernaktivität: Mehr Bewusstsein und Bildung = bessere, gezieltere Entscheidungen.
- Wirkung: Verbessert das Bewusstsein für die Bedeutung der Natur und die Rolle, die sie spielen muss, um die Zukunft unseres Planeten zu bewahren.
- Hauptmerkmale: Fördert verantwortungsvollen Konsum und Produktion.
- Mitwirkende: Pädagogen | Dienstleister | Käufer | Medien | Communities

Ziel 17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele:

- Kernaktivität: Unterstützung kleiner und großer Initiativen, die jungen Menschen den Kontakt zur Natur ermöglichen.
- Auswirkungen: Fairer und gleichberechtigter Zugang zur Natur für Kinder in ganz Irland.
- Wichtige Merkmale: Zugang zu natürlichen Ressourcen.
- Mitwirkende: Pädagogen | Interessenvertreter | Gemeinden | Junge Menschen | Familien.

Strategie & Mission

Die Lösung der Seed Scholars für die von Richard Louve beschriebene „Naturdefizitstörung“ ist nicht neu und greift auf die langen Traditionen der überlieferten Wissenswege zurück, um einen vielschichtigen Ansatz für die tiefgreifende und wirkungsvolle Arbeit der Wiederherstellung der Verbindung mit der Natur zu entwickeln und so junge Menschen und ihre Netzwerke in den verschiedensten Bereichen zu erreichen.

Wirkungsevaluierung

Sie wissen nicht, wie sie die Auswirkungen ihrer nachhaltigen Praktiken überwachen können. Aber sie würden das auf jeden Fall gerne können und die entsprechenden Instrumente dafür haben.

Motivation

Die Motivation, sich an den SDGs zu orientieren, ist für sie selbstverständlich. Das ist es, was sie tun wollen und was sie glücklich macht. Sie wollen der Umwelt nicht schaden und es ist ihnen ein Herzensanliegen, anderen beizubringen, dasselbe zu tun und sie zu ermutigen, Teil dieser Veränderung zu sein. Nachhaltiges Handeln ist Teil ihrer persönlichen Grundwerte.

<https://www.seed-scholars.com/>

19. CREATE YOUR BUSINESS



dynamische Beratungs- und Schulungsplattform, die junge Unternehmer bei der Gründung und Entwicklung ihrer Unternehmen unterstützt

TYP: BILDUNG & SOZIALE DIENSTE

Create Your Business begann 2016 als visionäres Projekt und wurde 2018 mit erweiterten Dienstleistungen und der Einführung einer Online-Plattform zum Wissensaustausch verwirklicht. Konzipiert wurde es von unserem Gründer, der seit 2008 seine Managementkompetenz verfeinert hat, zunächst im Bereich des intellektuellen Kapitalmanagements und später in der strategischen Entwicklung und der Erstellung von Geschäftsmodellen. Der entscheidende Moment für unser Unternehmen ereignete sich während der globalen Pandemie, die eine erhöhte Nachfrage nach unseren Dienstleistungen auslöste, da Unternehmen Unterstützung suchten, um die Krise zu bewältigen. Diese herausfordernde Zeit wurde zu einem entscheidenden Meilenstein für Create Your Business und erforderte eine rasche Anpassung an die sich entwickelnden Bedürfnisse der Unternehmer. Während unserer Reise, die von kontinuierlichem Wachstum und Anpassungsfähigkeit geprägt ist, bleiben wir unserem Engagement, die nächste Generation von Unternehmern zu stärken, treu. Unsere dynamische Rat von den Gründern für (Neu-)Gründer- und Schulungsplattform begleitet aufstrebende Geschäftsinhaber von der Konzeption bis zum Betrieb und bietet Einblicke und Werkzeuge für den Erfolg. Wir sind auf die Ausarbeitung robuster Geschäftsmodelle, die Entwicklung von Wachstumsstrategien und die Erleichterung von Gründungsprozessen spezialisiert und bieten auch Fachwissen in den Bereichen Recht, Steuern und digitales Marketing. Unser Engagement liegt darin, innovative Unternehmen zu fördern und sie mit Wissen und Ressourcen für nachhaltiges Wachstum auszustatten.

<https://www.facebook.com/CreateYourBusinessdrKarolinaBeyer>

Nachhaltige Entwicklung

Create Your Business integriert Nachhaltigkeit schrittweise in seine Geschäftstätigkeit. Während wir uns zunächst auf die Unterstützung der Gründung und des Wachstums von Unternehmen konzentrierten, gewann unser Engagement für Nachhaltigkeit im Laufe der Jahre an Dynamik. Wir haben umweltfreundliche Praktiken aktiv in unseren täglichen Betrieb integriert und Unternehmer bei nachhaltigen Geschäftsmodellen beraten. Dieser Weg hat unser Verständnis für die entscheidende Rolle der Nachhaltigkeit bei der Förderung von langfristigem Erfolg und Widerstandsfähigkeit gestärkt.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltige Entwicklung ist ein wesentlicher Bestandteil des Ethos von Create Your Business und spiegelt unser Engagement für verantwortungsbewusstes Unternehmertum wider. Wir sind uns der tiefgreifenden Auswirkungen bewusst, die Unternehmen auf Umwelt und Gesellschaft haben. Nachhaltigkeit steht nicht nur im Einklang mit unseren Werten, sondern stärkt auch unsere Glaubwürdigkeit bei der Führung von Unternehmern hin zu ethischen und umweltbewussten Praktiken. Als Unternehmen, das stark in die Förderung der nächsten Generation von Unternehmen investiert, betrachten wir nachhaltige Entwicklung nicht nur als Verantwortung, sondern als strategische Notwendigkeit für dauerhaften Erfolg in einer sich schnell entwickelnden globalen Landschaft.



19. CREATE YOUR BUSINESS



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Create Your Business entspricht mehreren Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs), die in der Agenda 2030 festgelegt sind. Insbesondere tragen wir zu **Ziel 4 (Hochwertige Bildung)** bei, indem wir den Wissensaustausch über unsere Online-Plattform fördern. **Ziel 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum)** wird durch die Unterstützung von Unternehmern, die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Förderung nachhaltiger Geschäftspraktiken erreicht. **Ziel 9 (Industrie, Innovation und Infrastruktur)** wird durch die Förderung innovativer Lösungen für die Geschäftsentwicklung vorangetrieben. Darüber hinaus wird **Ziel 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele)** durch die Zusammenarbeit mit nachhaltigkeitsorientierten Unternehmen verwirklicht. Unsere Maßnahmen umfassen auch Umweltaspekte und spiegeln unser Engagement zur **Eindämmung des Klimawandels (Ziel 13)** und zur **Förderung verantwortungsbewussten Konsums und verantwortungsvoller Produktion (Ziel 12)** wider.

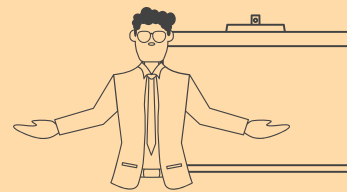
Strategie & Mission

Create Your Business stellt sich eine Welt vor, in der Unternehmertum im Einklang mit Umwelt und Gesellschaft gedeiht. Unsere Mission ist es, aufstrebende Unternehmer zu befähigen und ihnen dabei zu helfen, nachhaltige Geschäftspraktiken zu entwickeln, das Wirtschaftswachstum zu fördern und gleichzeitig die ökologischen Auswirkungen zu minimieren. Unsere Strategie beinhaltet die Integration von Nachhaltigkeit in jeden Aspekt unserer Geschäftstätigkeit, von Rat von den Gründern für (Neu)-Gründersdiensten bis hin zur Entwicklung unserer Online-Plattform zum Wissensaustausch. Wir streben danach, mit gutem Beispiel voranzugehen, ethisches Geschäftsgebaren zu fördern und eine Gemeinschaft umweltbewusster und sozial verantwortlicher Unternehmer zu inspirieren.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

Create Your Business hat im Bereich der nachhaltigen Entwicklung Innovationen hervorgebracht und verschiedene Initiativen umgesetzt. Unsere Online-Plattform nutzt modernste Technologie, um virtuelle Zusammenarbeit zu ermöglichen, wodurch die Notwendigkeit ausgedehnter Reisen verringert und die damit verbundenen CO₂-Emissionen gesenkt werden. Wir haben außerdem Mentorenprogramme eingeführt, die sich speziell auf nachhaltige Geschäftsmodelle konzentrieren und sicherstellen, dass unsere Unternehmer mit umweltfreundlichen Praktiken vertraut sind. Darüber hinaus verbessern wir kontinuierlich die Funktionen unserer Plattform, um Ressourcen zu den neuesten nachhaltigen Technologien und Strategien bereitzustellen und so eine sich ständig weiterentwickelnde Anlaufstelle für umweltbewusste Unternehmer zu schaffen.

19. CREATE YOUR BUSINESS



Wirkungsevaluierung

Create Your Business hat durch sein Engagement für nachhaltige Praktiken einen tiefgreifenden Wandel erlebt, der sich an verschiedenen Fronten positiv auswirkte. Unser unermüdliches Engagement zur Reduzierung der Umweltbelastung hat zu einer erheblichen Verringerung unseres CO₂-Fußabdrucks geführt, wobei die Effizienz unserer virtuellen Abläufe und eine strategische Reduzierung der reisebedingten Emissionen hervorgehoben wurden.

Intern hat die Integration nachhaltiger Werte in unsere Unternehmenskultur zu einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit geführt. Teammitglieder finden Sinn und Motivation darin, zu einem Unternehmen beizutragen, das ethisches Geschäftsgebaren und soziale Verantwortung in den Vordergrund stellt. Dieses positive Arbeitsumfeld hat zu einer höheren Produktivität und einem stärkeren Zusammengehörigkeitsgefühl unter unseren Mitarbeitern geführt.

Nach außen hat unser Schwerpunkt auf nachhaltige Geschäftsstrategien nicht nur unseren Ruf verbessert, sondern auch unsere Beziehungen zu Stakeholdern gestärkt. Das Feedback der Community zeigt eine wachsende Wertschätzung unserer Rolle bei der Förderung umweltbewussten Unternehmertums. Dieser verbesserte Zusammenhalt in der Community hat einen Netzwerkeffekt geschaffen und mehr Unternehmer und Mitarbeiter angezogen, die unser Engagement für nachhaltige Entwicklung teilen.

Im Wesentlichen unterstreicht unser Weg zur Nachhaltigkeit den Zusammenhang zwischen Umweltschutz, Stakeholder-Zufriedenheit und Geschäftserfolg. Er bekräftigt unsere Überzeugung, dass Unternehmen erfolgreich sein können, wenn sie sich an den Grundsätzen der Nachhaltigkeit orientieren und ein harmonisches Ökosystem schaffen, in dem wirtschaftlicher Wohlstand mit ökologischem und sozialem Wohlergehen einhergeht.

Motivation

Unsere Motivation, uns und unser Team an den SDG-Zielen auszurichten, wurzelt in einem gemeinsamen Sinn für Zielstrebigkeit und Verantwortung. Wir fördern ein Arbeitsumfeld, das kontinuierliches Lernen über nachhaltige Entwicklung fördert und die positiven Auswirkungen betont, die unsere Bemühungen auf die Welt haben können. Regelmäßige Teamdiskussionen und Workshops halten das Team auf dem Laufenden und inspirieren es. Das Anerkennen und Feiern kleiner Erfolge, ob es sich nun um Abfallreduzierung oder erfolgreiche Gemeinschaftsinitiativen handelt, verstärkt die Idee, dass jede Anstrengung zu einer größeren, bedeutsamen Sache beiträgt.

Ideen zur Nachhaltigkeit

Unsere nachhaltigen Lösungen beziehen ihre Inspiration aus einer Vielzahl von Quellen. Workshops und Schulungen ermöglichen es unserem Team, über die neuesten nachhaltigen Praktiken und Innovationen auf dem Laufenden zu bleiben. Wettbewerbe und Branchenpreise bieten nicht nur Anerkennung, sondern auch die Möglichkeit, innovative Ideen im Bereich Nachhaltigkeit bekannt zu machen. Darüber hinaus achten wir genau auf sich entwickelnde Richtlinien und Vorschriften, um sicherzustellen, dass unsere Strategien konform bleiben und sich an die sich verändernde Landschaft nachhaltiger Geschäftspraktiken anpassen.

19. CREATE YOUR BUSINESS



Verbesserungsbedarf

Angesichts unseres serviceorientierten Profils könnte ein Schlüsselbereich für die Entwicklung nachhaltiger Praktiken darin bestehen, detailliertere Bildungsaspekte in unsere Schulungsprogramme zum Thema nachhaltiges Wirtschaften aufzunehmen. Auch wenn wir nicht direkt in traditionelle Lieferketten eingebunden sind, können nachhaltige Managementthemen und umweltfreundliche Ansätze dennoch in unseren täglichen Betrieb integriert werden.

Eine Herausforderung könnte darin bestehen, hohe Nachhaltigkeitsstandards in unseren Schulungsmaterialien einzuhalten und nachhaltige Praktiken in unsere tägliche Dienstleistungsarbeit zu integrieren. Gleichzeitig können wir durch die Sensibilisierung unserer Kunden für nachhaltiges Wirtschaften als Katalysator für positive Veränderungen in verschiedenen Branchen wirken. Darüber hinaus bleibt die Aufrechterhaltung eines Gleichgewichts zwischen wirtschaftlicher Rentabilität und nachhaltigen Praktiken eine heikle Herausforderung. Um dieses Gleichgewicht zu erreichen, sind kontinuierliche Innovationen und die Zusammenarbeit mit Interessengruppen erforderlich, um Hindernisse auf unserem Weg in eine nachhaltigere Zukunft zu überwinden.

Reflexionen

Unsere Reise zur Nachhaltigkeit war eine dynamische Lernerfahrung. Eine wichtige Lektion ist die Macht der Anpassungsfähigkeit. Nachhaltige Praktiken entwickeln sich ständig weiter und unsere Fähigkeit, unsere Strategien entsprechend anzupassen, war entscheidend. Auch die Zusammenarbeit hat sich als Eckpfeiler herausgestellt; Partnerschaften mit gleichgesinnten Unternehmen und Interessengruppen verstärken unsere Wirkung. Die Reise hat erneut bestätigt, dass Nachhaltigkeit kein Ziel ist, sondern ein fortlaufender Verbesserungsprozess, der kontinuierliche Weiterbildung, Flexibilität und ein Engagement für positive Veränderungen erfordert.

Rat von den Gründern für (Neu)-Gründer

Für junge Unternehmer, die sich in ein neues Unternehmen stürzen, ist die Integration von Nachhaltigkeit von Anfang an nicht nur eine Wahl, sondern ein strategisches Gebot. Verstehen Sie die umfassenderen Auswirkungen Ihres Unternehmens und wie es einen positiven Beitrag für die Gesellschaft und die Umwelt leisten kann. Nutzen Sie Technologie und Innovation, um Lösungen zu entwickeln, die mit den Nachhaltigkeitszielen übereinstimmen. Lassen Sie sich von erfahrenen Nachhaltigkeitsführern beraten, nehmen Sie Feedback an und bleiben Sie bei der Anpassung Ihres Geschäftsmodells flexibel. Denken Sie daran, dass nachhaltige Praktiken nicht nur zu einer besseren Welt beitragen, sondern auch die Widerstandsfähigkeit und Langlebigkeit Ihres Unternehmens in einem zunehmend bewussten Markt verbessern.

20. SHAMROCK SQUAD (CLG)



Gemeinschaft von Familien mit besonderen Bedürfnissen und Menschen mit Behinderungen mit der Mission, die Natur für alle Bedürfnisse zugänglich zu machen

TYP: BILDUNG & SOZIALE DIENSTE



Shamrock Squad ist eine Community aus Familien mit besonderen Bedürfnissen und Menschen mit Behinderungen mit der Mission, die Natur für alle Bedürfnisse zugänglich zu machen.

Shamrock Squad begann Ende 2021 als Blog, um für Menschen mit Behinderungen bestimmte Details von Wanderwegen, Parks und Wäldern hervorzuheben. Diese Details umfassten behindertengerechte Infrastruktur, Trigger und Gestaltung, um inklusive und barrierearme Außenbereiche für alle zu fördern. Im folgenden Jahr wuchsen sie zu einer großen ehrenamtlichen Community heran. Die Nachfrage nach den inklusiven Veranstaltungen und Spaziergängen überstieg Anfang 2023 die Kapazität der bestehenden Gruppe. Ende 2023 wurde eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (CLG) gegründet, um dem Zweck und der Nachfrage besser gerecht zu werden.

Das Team von Shamrock Squad ist vielfältig und kompetent im Bereich der Inklusion von Menschen mit Behinderungen. Heute bieten sie auch Beratungen für Dienstleister sowie für Tourismusunternehmen an, um ihre Angebote inklusiver für alle Kunden zu gestalten. Die Mitglieder können sich darauf verlassen, dass ihre besonderen Bedürfnisse während der Veranstaltungen erfüllt werden und dass zusätzlich Schulungen und Unterstützung für die gesamte Familie angeboten werden.

Unsere Hauptaufgabe besteht darin, die Natur für Familien mit besonderen Bedürfnissen und Menschen mit Behinderungen zugänglich zu machen.

Nachhaltigkeitsauswirkungen

Als Mitglied von Leave No Trace befolgen wir 7 Prinzipien. Wir bemühen uns, das Umweltbewusstsein durch Müllsammeln, Abfallmanagement und Schulungen zu fördern. Während unserer Spaziergänge erhalten Familien Unterstützung von Gleichaltrigen und Ratschläge von Mitarbeitern/Freiwilligen zu Hilfsorganisationen, die ihre Bedürfnisse erfüllen können. Unsere Mitglieder nennen Isolation und Einsamkeit oft als ihr größtes Problem. Die Veranstaltungen von Shamrock Squad werden immer detailliert im Voraus geplant, sodass Teilnehmer mit unterschiedlichem Hintergrund teilnehmen können.

Nachhaltige Entwicklung

Herausforderung: Der finanzielle Aspekt bremst das Vorhaben derzeit aus. Indem wir nur Informationsmaterial anbieten sind wir in unseren Möglichkeiten, was wir selbst erreichen und verändern können, begrenzt. Die von uns beratenen Standortmanager und Dienstleister beschäftigen sich zwar mit nachhaltiger Entwicklung und sind auch offen für die Idee von Inklusion, aber noch nicht bereit, diese wirklich umzusetzen. Die betreffenden Standorte liegen meist in ländlichen Gebieten und sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht erreichbar.

Lösung: Unsere (in Entwicklung befindliche) Plattform wird zusätzliche Daten zu inklusiven Standorten liefern. Das Team hat sein Wissen über Tourismus sowie nachhaltige und soziale Wirkungsmessung aktualisiert, um stufenweise Berichte an die Betreiber zu unterstützen. Wir haben festgestellt, dass die Entwicklung der Shamrock Squad-Wanderwege und -Zentren andere Dienstleister dazu bringen könnte, mit gutem Beispiel voranzugehen. Die Möglichkeit, öffentliche Transporte oder Busse bereitzustellen, würde die Kosten für Familien senken und unseren CO₂-Fußabdruck insgesamt verringern.

20. SHAMROCK SQUAD (CLG)



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Shamrock Squad bietet während unserer Spaziergänge und Veranstaltungen Unterstützung für die körperliche (Spaziergänge) und geistige Gesundheit (Unterstützung durch Gleichaltrige, Workshops, Training).

Ziel 4. Hochwertige Bildung: Wir vermitteln Familien Umweltbewusstsein und arbeiten mit Hilfsorganisationen zusammen, um Workshops und Schulungen anzubieten.

Ziel 8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum: Wir fördern das Programm „Employ-Ability“ für unsere jungen Erwachsenen und unterstützen Pflegekräfte auf ihrem Weg zum beruflichen Aufstieg. Die Mitarbeiter und Freiwilligen von Shamrock Squad sind zu 90 % langjährige Pflegekräfte und Menschen mit Behinderungen.

Ziel 9. Industrie, Innovation und Infrastruktur: Shamrock Squad bietet Dienstleistern Rat von den Gründern für (Neu-)Gründer zum Erreichen ihrer nachhaltigen Ziele in Bezug auf Inklusion an.

Ziel 10. Weniger Ungleichheiten: Die Hauptaufgabe von Shamrock Squad besteht darin, Ungleichheiten bei der einfachsten aller Aktivitäten – dem Gehen – abzubauen. Förderung der Zugänglichkeit von Außenbereichen für alle.

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: Wir klären Familien über Lebensmittelverschwendung auf und stellen Lunchpakete für Aktivitäten unterwegs zusammen.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Shamrock Squad ist eine umweltbewusste Gruppe, wir sammeln bei unseren Spaziergängen Müll auf, befolgen die Grundsätze von Leave no Trace und arbeiten an der Reduzierung unseres CO₂-Fußabdrucks.

Ziel 17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele: Wir arbeiten gemeinsam mit Leistungsanbietern, Unterstützungsorganisationen und Tourismusunternehmen an der nachhaltigen Entwicklung und fördern diese.

Strategie & Mission

Shamrock Squad hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Natur für Menschen aller Leistungsniveaus zugänglich zu machen.

Dies können wir erreichen, indem wir unseren Basisstandort strategisch planen und weiterentwickeln, damit die Begünstigten an sicheren Aktivitäten im Freien teilnehmen können. Auf unserer Plattform werden detaillierte Informationen zu anderen Standorten hervorgehoben, sodass die Mitglieder leichter an verschiedenen Aktivitäten und Standorten teilnehmen können. Das Team von Shamrock Squad wird den Dienstleistern abschließende und stufenweise Berichte zur Verfügung stellen, um ihre nachhaltige Entwicklung zu fördern und so eine höhere Inklusivität und Zugänglichkeit zu ermöglichen.

20. SHAMROCK SQUAD (CLG)



Motivation

Nachhaltige Entwicklungsziele spielen bei unserer Mission eine große Rolle. Das Team von Shamrock Squad aktualisiert ständig seine Fähigkeiten und nimmt an verschiedenen Schulungen teil. Wenn wir die Veränderung eines Ortes nach unserer Beratung miterleben oder den Fortschritt unserer Mitglieder von der sozialen Isolation hin zu Freundschaften, bestärkt uns das in unserer Entschlossenheit.

Verbesserungsbedarf

Wir sehen Fortschritte bei der Verfolgung und Erreichung unserer SDGs. Leider kollidieren einige unserer Ziele und hängen davon ab, dass andere Unternehmen ihre Denkweisen und Infrastruktur ändern, sodass der Fortschritt langsam ist. Daher müssen wir unsere Arbeit und Fähigkeiten verbessern und ausbauen, um besser zusammenzuarbeiten. Shamrock Squad sollte sich als Kollektiv unter Einbeziehung unserer Begünstigten stärker auf die Reduzierung unseres CO₂-Fußabdrucks konzentrieren. Was soziale Ziele betrifft, sind wir unterbesetzt. Die Nachfrage nach barrierefreien Außenbereichen ist riesig, das Angebot beträgt immer noch weniger als einen barrierefreien öffentlichen Wanderweg pro Landkreis. Viele Aspekte müssen sich ändern, insbesondere die kollektive Denkweise in Bezug auf Inklusion.

Rat von den Gründern für (Neu)-Gründer

Als gemeinnützige Organisation mit Schwerpunkt auf sozialer Wirkung hat uns Shamrock Squad auf seinem Weg wertvolle Lektionen erteilt. Wenn Sie Ihren Zweck im Rahmen der SDGs verstehen, wird dies Ihr Handeln leiten und Unterstützer anziehen, die Ihre Vision einer inklusiveren Welt teilen. Nachhaltigkeit ist nicht nur ein Ziel; sie ist in alles eingebettet, was wir tun und stellt sicher, dass unsere Aktivitäten Menschen und den Planeten berücksichtigen.

Das richtige Team ist super wichtig! Bauen Sie ein vielfältiges Team auf, das es Ihnen ermöglicht, auf unterschiedliche Perspektiven zurückzugreifen und Innovationen voranzutreiben.

Impact, alles dreht sich darum – Finanzierung, Zuschüsse, Unterstützung – alles! Verfolgen Sie Ihren Impact transparent, damit Sie Rechenschaft ablegen und Vertrauen in Ihrer Gemeinschaft aufbauen können. Recherchieren und verfolgen Sie Richtlinien, die Nachhaltigkeit unterstützen.

Und zu guter Letzt: Bleiben Sie anpassungsfähig, treten Sie für Veränderungen ein und legen Sie den Schwerpunkt auf langfristige Auswirkungen (das war die härteste Lektion), dann werden Sie auch für kommende Generationen einen positiven Unterschied machen!

Ideen zur

Nachhaltigkeit

Die Nachhaltigkeitsideen von Shamrock Squad basieren auf persönlichen Erfahrungen und dem Feedback unserer Mitglieder. Wir suchen ständig nach den besten Ansätzen, um unsere Mission zu erfüllen. Um eine nachhaltige Entwicklung zu unterstützen, befolgt unser Team nationale und EU-Richtlinien und –Vorschriften. Wir arbeiten mit allen beteiligten Interessengruppen zusammen, um den Fortschritt voranzutreiben und die Ziele gemeinsam zu erreichen.

Reflexionen

Unsere Entwicklung von einem bescheidenen Blog zu einer florierenden Gemeinschaftsorganisation, die sich dafür einsetzt, die Natur für alle zugänglich zu machen, spiegelt eine tiefgreifende Entwicklung sowohl in Bezug auf Zielsetzung als auch Umfang wider. Die Herausforderungen, denen wir uns gegenübersehen, insbesondere in Bezug auf finanzielle Einschränkungen und die langsame Einführung inklusiver Praktiken durch Standortmanager und Dienstleister, unterstreichen die Komplexität nachhaltiger Entwicklung im sozialen Dienstleistungssektor. Indem wir Innovation, Zusammenarbeit und kontinuierliches Lernen fördern, kann Shamrock Squad weiterhin eine Vorreiterrolle dabei spielen, Outdoor-Aktivitäten wirklich für alle zugänglich zu machen und so einen nachhaltigen und transformativen Einfluss auf Gemeinschaften und Umgebungen gleichermaßen zu haben.

21. HOTEL LUISE



Hotel Luise für den nachhaltigen Urlaub

TYP: HOTELLERIEGEWERBE

Das Hotel Luise, das 1956 von meinen Großeltern gegründet und nach meiner Urgroßmutter benannt wurde, hat eine lange Tradition der Innovation und Nachhaltigkeit. Die Entscheidung meines Großvaters, in jedem Zimmer einen Telefonanschluss zu installieren, galt damals als radikal und spiegelte früh den zukunftsorientierten Ansatz des Hotels wider.

Bereits in den 1980er Jahren setzten sich meine Eltern für Nachhaltigkeit ein, erhielten Auszeichnungen auf diesem Gebiet und legten den Grundstein für das anhaltende Engagement des Hotels für Nachhaltigkeit. Als ich das Geschäft 2014 im Alter von 25 Jahren übernahm, konzentrierte ich mich auf die Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitskonzepts, wobei ich insbesondere Materialwissenschaften und soziales Engagement im Mittelpunkt standen. Dieser ganzheitliche Ansatz umfasst sowohl technische Lösungen als auch soziale Überlegungen und spiegelt unser anhaltendes Engagement für soziale Verantwortung wider. Das im Herzen von Erlangen gelegene Hotel Luise hat seinen Schwerpunkt vor Kurzem auf Stadtbesucher aller Art verlagert, von Geschäftsreisenden bis hin zu Touristen und erkennt dabei die sich wandelnden Bedürfnisse unserer Gäste an. Mit 92 Zimmern, Veranstaltungsräumen und erfolgreichen Möglichkeiten zur Ausrichtung von Veranstaltungen gewährleisten unsere zentrale Lage und die hervorragenden Verkehrsanbindungen einen nahtlosen Zugang für Gäste aus ganz Deutschland, was unsere Attraktivität als Ziel für Urlauber und Geschäftsreisende weiter steigert.

Nachhaltige Entwicklung

Im letzten Jahr haben wir unsere „Wall of Change“ veröffentlicht und auf den Markt gebracht. Diese fasst all unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen zusammen. Der Grund dafür ist, dass es schwer zu sagen ist, welche unserer Maßnahmen die wichtigsten sind. Für die einen ist entscheidend, dass wir das Stammpersonal fair behandeln und eine zufriedene Belegschaft haben – das würde ich auch als eine der wichtigsten Maßnahmen betrachten. Andere interessieren sich eher für die Gebäudehülle. Wir haben zum Beispiel ein Gebäude aus den 70er Jahren auf KfW 45-Standard saniert, das war ein Riesenprojekt. Andere legen großen Wert auf das Tierwohl und dass wir unsere Hunde- und Katzensgäste verwöhnen, ist für sie ein wichtiger Aspekt.

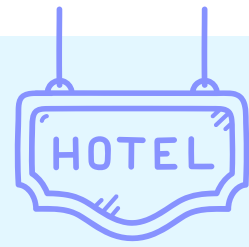
Jeder hat seine eigenen Prioritäten, daher würde ich sagen, dass unser wichtigstes Nachhaltigkeitsprojekt die „Wall of Change“ war. Sie ermöglicht es uns, alle von uns umgesetzten Themen transparent zu kommunizieren, sodass andere ihnen nacheifern können. Gleichzeitig können unsere Gäste individuell entdecken, was besonders nachhaltig ist und was ihnen persönlich wichtig ist.

Nachhaltigkeit ist ein Begriff, den jeder individuell interpretiert. Ich vergleiche es gerne mit einem Hammerhai: Jeder hat eine ähnliche Vorstellung davon, wie dieses Tier aussieht, wenn es durch den Ozean schwimmt. Dieses Bild können wir uns alle vorstellen. Aber wenn es um Nachhaltigkeit geht, denkt jeder an etwas anderes. Ich denke zum Beispiel an meinen Mikrowald im Hotelgarten, während du vielleicht an deine nachhaltige Wasserflasche denkst, die neben dir steht. Wir können uns nicht einmal darauf einigen, was Nachhaltigkeit bedeutet. Daher ist es schwierig zu bestimmen, was unser wichtigstes Projekt in diesem Bereich ist.

<https://hotel-luise.de/>



21. HOTEL LUISE



Nachhaltigkeitsauswirkungen

Nachhaltigkeit ist ein äußerst wichtiger Aspekt innerhalb unseres Unternehmens. Es ist nicht nur wirtschaftlich vorteilhaft für uns, sondern bietet auch einen entscheidenden Markt- sowie Marketingvorteil. Durch unsere langjährige Arbeit haben wir in dieser Hinsicht natürlich auch ein gewisses Ansehen in der Branche erlangt. Doch vor allem spüren wir anhand unserer treuen Stammgäste den positiven Effekt. Wir versuchen nicht, das Thema Nachhaltigkeit den Menschen aufzuzwingen, sondern sie erkennen anhand der Qualität unseres Frühstücks, der Betten, der Raumluft und vieler anderer kleiner Details, die vielleicht nicht sofort ins Auge fallen, dass wir hier einfach mehr Substanz bieten. Unsere Maßnahmen führen dazu, dass wir in der Regel seltener renovieren müssen und in vielen Bereichen Kosten- und Energieeinsparungen erzielen. Tatsächlich gibt es keinen Bereich, in dem Nachhaltigkeit uns nicht zugutekommt.

Nachhaltigkeit ist für uns intern der wichtigste Aspekt und steht an oberster Stelle. Doch nach außen hin legen wir den Fokus auf Qualität und Komfort, um sicherzustellen, dass sich unsere Gäste in erster Linie wohlfühlen. Das bedeutet, dass wir nicht im Namen der Nachhaltigkeit Betten durch Strohbällen ersetzen würden, sondern eher ein klassisches Boxspringbett durch ein nachhaltiges Bett aus Naturmaterialien, das den gleichen oder sogar besseren Komfort bietet. In allen Bereichen bemühen wir uns, diesen Ansatz zu berücksichtigen: Nachhaltigkeit steht ganz oben auf unserer Prioritätenliste, aber nicht auf Kosten des Gästelerlebnisses.

Ich persönlich lebe das Thema Nachhaltigkeit top-down. Ich setze ich mich stark dafür ein und initiiere viele Maßnahmen in diesem Bereich. Gleichzeitig ist es jedoch auch wichtig, den Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, ihre eigenen Ideen zu entwickeln und einzubringen. Jeder, der bei uns arbeitet und eine gewisse Zeit bleibt, wird zwangsläufig stark in das Thema involviert und übernimmt es auch außerhalb des Arbeitsplatzes. Dadurch kommen Ideen aus verschiedenen Richtungen, und wir setzen vieles gemeinsam um. Die Impulse kommen sowohl vom Team als auch von mir. Es gibt keine spezifisch verantwortliche Person, sondern jeder kann seine Ideen einbringen und zur Umsetzung beitragen.

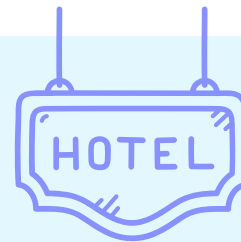
SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 1. Keine Armut: Dieses SDG stellt für uns das Thema festangestelltes Personal dar, das fair bezahlt wird. Dazu gehört auch, dass ich in herausfordernden Zeiten für das Hotel, wie während der Covid-Pandemie und direkt danach, teilweise ehrenamtlich im Hotel arbeite und die Einnahmen lieber an das Personal weitergebe.

Dazu gehört auch, dass wir in den Lieferketten auf den Einkauf fair gehandelter Produkte achten, um durch unser Handeln nicht die Armut anderswo auf der Welt zu fördern.

Wir arbeiten auch mit den Sozialkaufhäusern zusammen, um beispielsweise ausrangierte Matratzen oder Möbel zu spenden. Wir haben einen „Verschenktisch“ im Hotel, was vielleicht nicht typisch für die meisten Hotels ist. Jeder Gast kann sich hier etwas mitnehmen, unsere Mitarbeiter legen Sachen darauf und nehmen auch Sachen mit. Teilen, Weitergeben und Beschenken sind uns wichtige Aspekte.

21. HOTEL LUISE



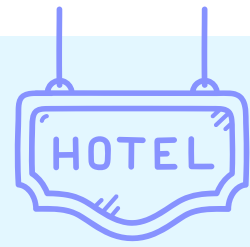
SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 2. Kein Hunger: Wir wiegen regelmäßig unsere Reste vom Frühstücksbuffet, also alles, was als Lebensmittel entsorgt werden muss (Eierschalen zählen wir nicht dazu, da fallen sie kaum ins Gewicht). Das sind weniger als 5 Gramm pro Gast, bei einem Risikozuschlag von 1,1 Gramm. Tatsächlich haben wir nur 3,9 Gramm gemessen, was so wenig ist, dass wir sogar unter der Bagatellgrenze unserer Gesundheitsbehörde liegen und somit keine Lebensmitteltonne benötigen. Das ist wirklich erstaunlich und liegt daran, dass wir unsere Buffetplatten intelligent füllen und genau darauf achten, was wir anbieten. Was übrig bleibt, wird zunächst unter den Mitarbeitern verteilt. Wenn Brötchen übrig bleiben, gehen diese immer an unsere Mitarbeiter zum Mitnehmen. So erreichen wir eine effiziente Lebensmittelverwertung. Gleichzeitig sind wir auch biozertifiziert und verwenden, wenn auch nicht ausschließlich, viele Bioprodukte. Unser Konzept basiert darauf, dass die Art und Weise, wie wir unsere Produkte produzieren und beziehen, positive Auswirkungen auf Landnutzung und Landwirtschaft hat. Indem wir den Fleischanteil am Buffet reduzieren und vegane und vegetarische Produkte anbieten, tragen wir dazu bei, den Landverbrauch insgesamt zu reduzieren und so mehr Menschen eine bessere Ernährungssicherheit zu bieten. Wir bieten beispielsweise kein typisches englisches Frühstück mit 20 verschiedenen Fleischsorten an, sondern entscheiden uns für eine weniger fleischhaltige Auswahl, um unseren Beitrag zu leisten.

Ziel 3. Gesundheit und Wohlergehen: Ein Punkt, den wir noch weiter ausbauen könnten. In einem Unternehmen dieser Größe lohnt es sich beispielsweise nicht, Sportkurse anzubieten, da diese meist nur von zwei Personen besucht werden und sich daher nicht durchgesetzt haben. Dennoch achten wir darauf, kleine Maßnahmen zu ergreifen, die eine große Wirkung haben können. Wir haben zum Beispiel keine Reinigungskraft in Vollzeit, da wir der Meinung sind, dass 8 Stunden am Tag Räume zu reinigen nicht gut für die Gesundheit ist. Wir begrenzen die Arbeitszeit daher auf 5 Stunden. Diese kleinen Maßnahmen können jedoch eine positive Wirkung auf diejenigen haben, die diese Aufgaben ausführen. Auch die psychische Gesundheit ist uns ein wichtiges Anliegen. Wir sind bemüht, offen und fürsorglich mit allen umzugehen und allen die Möglichkeit zu geben, sich wohl zu fühlen und zu entfalten. Ich würde sagen, dass rund 90 % unserer Mitarbeiter eine persönliche Verbindung zum Unternehmen haben und ihre Arbeit als wertgeschätzt und sinnvoll empfinden. Dies steigert das psychische Wohlbefinden enorm, denn es ist wichtig, das Gefühl zu haben, einen sinnvollen Beitrag zu leisten. Um die Bewegung zu fördern, bieten wir außerdem Angebote wie das Jobbike-Leasing an. Auch unser Wellnessbereich für Gäste ist ein Angebot, das das Wohlbefinden steigern soll. Wir arbeiten mit Masseuren und Masseurinnen zusammen, die natürliche Produkte verwenden, damit keine Schadstoffe wie Mikroplastik auf den Körper oder in die Umwelt gelangen. Insgesamt möchte ich diese Aspekte weiter ausbauen, indem ich mehr gemeinsame Aktivitäten organisiere, wie zum Beispiel Wandertage, die wir im vorletzten Jahr durchgeführt haben und die sehr gut angenommen wurden. Diese kleinen Maßnahmen können viel bewirken.

Ziel 5. Geschlechtergleichheit: Für uns spielt das Geschlecht keine Rolle und sollte auch nichts beeinflussen. Bei uns arbeiten viele alleinerziehende Mütter und wir bieten flexible Arbeitsmodelle, damit es auch mit der Kinderbetreuung vereinbar ist. Es gibt keinen Gender Pay Gap, das sollte in allen Branchen eine Selbstverständlichkeit sein. Wir sind gerade dabei, auf unserer Website und unserer Wall of Change alles zu gendern.

21. HOTEL LUISE



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 6 Sauberes Wasser und Sanitärversorgung: Wir verfolgen verschiedene Ansätze, um die Ressource Wasser nachhaltig zu nutzen. So besitzen wir beispielsweise eine Regenwasserzisterne zur Toilettenspülung und sind bestrebt, das gesammelte Regenwasser bestmöglich zu nutzen, auch für den Garten. Unsere Reinigungsmittel sind ausschließlich biologisch abbaubar und wir verwenden keine chemischen Produkte. Das gilt auch für unseren Garten, wir verwenden keine Pestizide und pflegen einen rein natürlichen Garten, um das Grundwasser nicht zu schädigen.

Wir verfügen außerdem über „Astronautenduschen“, die das Wasser in einem eigenen Kreislauf zirkulieren lassen und so den Wasserverbrauch beim Duschen um 80 bis 90 % senken. Dabei handelt es sich um ein innovatives Produkt, das in Schweden für die NASA entwickelt wurde. Wir haben den Wasserdurchfluss aller Wasserhähne auf unter 3,8 Liter pro Minute reduziert und die Duschköpfe auf unter 8 bzw. 7 Liter pro Minute angepasst. Unser Fokus liegt stark auf der Reduzierung unseres Wasserverbrauchs und wir sind bestrebt, Grauwasser* effektiv zu nutzen.

Auch in unserer Lieferkette berücksichtigen wir dies. So achten wir beispielsweise darauf, dass die Arbeitskleidung unserer Teams aus fair gehandelter und Bio-Baumwolle besteht und ohne Farbstoffe produziert wird, die im Abwasser landen könnten. Gleiches gilt für unsere Bettwäsche, für die wir mit einer Wäscherei zusammenarbeiten, die strenge Richtlinien einhält.

Ziel 7 Bezahlbare und saubere Energie: Was wir als nachhaltiges und energieeffizientes Unternehmen erkannt haben, ist, dass wir selbst in Jahren, in denen wir keine großen Investitionen getätigt haben, erhebliche Energieeinsparungen erzielen konnten. Das zeigt, dass Verhaltensänderungen und die Art und Weise, wie wir mit dem Thema umgehen, einen enormen Einfluss auf den Energieverbrauch haben. Natürlich haben wir eine Photovoltaik-Anlage, die etwa 20–25 % unseres Stroms produziert. Wir würden gerne mehr produzieren, aber das ist in der Stadt etwas schwierig. Der Großteil unserer Energieeinsparungen kommt jedoch durch Verhaltensänderungen zustande. So haben wir beispielsweise unsere Außenbeleuchtung radikal reduziert und erkennen, dass es viele Bereiche gibt, in denen wir bewusst auf Energieverbrauch verzichten können. Gleichzeitig verwenden wir nur noch energieeffiziente Geräte, seien es Kühlschränke, Gefrierschränke oder andere Geräte. Seit letztem Jahr sind wir mit dem EU-Umweltzeichen zertifiziert, das in Deutschland nur wenige Hotels vorweisen können. Dabei geht es stark um Energieeinsparungen und den Einsatz energieeffizienter Geräte. Wir haben jedes Elektrogerät in unserem Hotel analysiert und den Energieverbrauch dokumentiert.

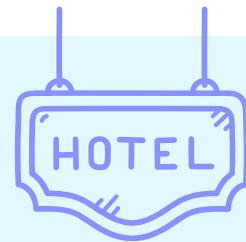
Zudem verfügen wir über eine hocheffiziente Gebäudedämmung, mit der wir den Energie- bzw. Wärmeverbrauch eines Gebäudes um mindestens 80% senken konnten. Unsere Gebäudetechnik ist intelligent und digitalisiert, mit bedarfsgerechter Steuerung und intelligenten Heizkörperthermostaten in den Zimmern.

Wir schulen unser Personal intensiv im Umgang mit diesen Themen, denn auch kleine Details, wie beispielsweise der optimale Einsatz des Staubsaugers beim Bettwäschewechsel, spielen eine große Rolle.

Unser Fuhrpark besteht ausschließlich aus Elektrofahrzeugen und wir bieten Elektroladestationen und Carsharing-Parkplätze an.

*fäkalienfreies Abwasser aus Bädern, Duschen oder Waschmaschinen, das als Brauch- oder Betriebswasser wiederverwendet werden kann

21. HOTEL LUISE



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum: Unabhängig von der Arbeit oder der betreffenden Person ist ein respektvoller Umgang entscheidend. Dies wird besonders deutlich, wenn wir an bestimmte Berufsgruppen denken, wie Paketdienstleister oder Lieferanten, denen oft nicht mit Würde begegnet wird. Wir sehen, wie unsere Lieferanten strahlen, wenn sie zu uns kommen und erst einmal eine Tasse Kaffee bekommen und Zeit für ein kurzes Gespräch haben. Es mag banal erscheinen, aber es ist wichtig, sich wertgeschätzt zu fühlen. Ein einfaches Beispiel ist, dass unsere Paketzusteller jederzeit unsere Toilette benutzen können. Gleichzeitig erkennen wir, dass Wirtschaftswachstum eine große Rolle spielt. Wachstum im Hotel bedeutet für uns nicht, größer zu werden oder höhere Gewinne zu erzielen. Vielmehr möchten wir in die Betriebe, Handwerker und Lieferanten der Region investieren und diese unterstützen. Wir verhandeln nicht über Preise, sondern legen Wert auf gute Qualität und ein würdevolles Miteinander. Gleiches gilt für die Produkte, die wir verwenden. Wir können nicht jeden Produzenten direkt kontrollieren, wählen aber bewusst Materialien aus, die unseren Werten entsprechen. Durch unsere Partnerschaften mit Herstellern nehmen wir aktiv Einfluss auf die Lieferkette, indem wir gezielt Produkte auswählen, die unseren Nachhaltigkeitskriterien entsprechen.

Ziel 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur: Bereits 2016 haben wir unseren Cradle-to-Cradle-Raum entwickelt, das heißt, wir verwenden ausschließlich Materialien, die entweder zu 100 % biologisch abbaubar oder zu 100 % recycelbar sind. Wir sind gerade dabei, unsere Tische im Frühstücksraum auszutauschen. Anstatt fertige Tische zu kaufen, arbeiten wir mit einem Hersteller zusammen, der Tische aus recyceltem Kunststoff aus ehemaligen Kühl- und Gefrierschränken herstellt. Die Tischplatten erhalten wir im Rohzustand und verarbeiten diese selbst zu Tischen.

Ziel 10: Weniger Ungleichheiten: Wir pflegen sehr langfristige Lieferantenpartnerschaften und arbeiten mit den meisten seit Jahrzehnten zusammen. Das ist uns enorm wichtig. Wir legen großen Wert auf einen fairen Umgang mit allen, egal ob Paketzusteller oder Techniker für hochwertige Technik – für uns zählen alle gleich viel. Das gilt selbstverständlich auch für unsere Gäste und das unterstützen wir voll und ganz.

Wir arbeiten intensiv daran, Diskriminierung in unserem Team zu vermeiden. Dazu gehören klassische Themen wie unangemessene Bemerkungen über persönliche Umstände oder den Hintergrund. Auch scheinbar beiläufige Kommentare können diskriminierend sein, daher achten wir sehr genau darauf.

Auch in den nächsten Monaten werden wir wieder Schulungen zum Thema Rechtsextremismus veranstalten und deutlich machen, dass Diskriminierung in jeglicher Form nicht akzeptabel ist. Darüber hinaus bieten wir regelmäßige Fortbildungen an und arbeiten mit verschiedenen Institutionen und Organisationen zusammen, um Menschen mit besonderen Herausforderungen Chancen zur Reintegration zu bieten.

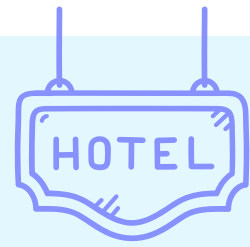
Wir bieten Langzeitpraktika für Menschen mit Behinderung an. In Kooperation mit Inklusionsträgern der Region haben wir beispielsweise einen Essensautomaten eingeführt, der auch von Rollstuhlfahrern genutzt werden kann.

Auch unseren Angebot an barrierefreien Zimmern möchten wir in den nächsten Jahren weiter ausbauen.

Ziel 11. Nachhaltige Städte und Gemeinden: Wir sind bestrebt, uns aktiv an lokalen Initiativen in unserer Stadt zu beteiligen. So sind wir beispielsweise Mitglied im Urban Gardens Forum und engagieren uns in verschiedenen Gremien. Vertreter der Stadt haben sogar unseren kleinen Wald besucht, um zu prüfen, ob das Konzept möglicherweise auch an anderen Orten in der Stadt umgesetzt werden kann.

Wir beteiligen uns aktiv an Diskussionen und teilen unsere Erfolgsmodelle, insbesondere im Bereich Smart City Buildings, bei Vorträgen und anderen Veranstaltungen. Wir sehen unser Hotel als kleinen Spielplatz für nachhaltige Lösungen, die wir umsetzen und präsentieren möchten. Nachhaltigkeit ist für uns auch eng mit der Digitalisierung verknüpft und wir sind bestrebt, intelligente und bedarfsgerechte Lösungen zu entwickeln.

21. HOTEL LUISE



SDGs-Ziele und Strategie für nachhaltige Entwicklung

Ziel 12. Nachhaltiger Konsum und Produktion: In unserem kleinen Laden verkaufen wir eine Auswahl der Produkte, die wir unseren Gästen zum Frühstück anbieten. Neben der Möglichkeit diese Produkte vor Ort zu erwerben, möchten wir unsere Gäste aber auch dazu inspirieren, beim nächsten Einkauf im Supermarkt statt der herkömmlichen, nicht nachhaltigen Produkte die bessere Alternative zu wählen.

Ziel 13. Maßnahmen zum Klimaschutz: Unser Grundstück umfasst knapp 3000 Quadratmeter, davon ist die Hälfte Grünfläche, was uns die renommierte Auszeichnung „Blühpakt Bayern“ eingebracht hat. Unser Garten bleibt naturbelassen, was nicht so einfach umzusetzen ist. Wir verfolgen Konzepte wie den Mikrowald und vermeiden invasive Pflanzenarten. Zudem analysieren wir unseren CO₂-Fußabdruck und kompensieren diesen weiterhin. Obwohl Kompensationsmaßnahmen für uns nicht das A und O sind, setzen wir sie dennoch um und überkompensieren sogar. Rein rechnerisch sind wir klimapositiv. In unserer Kommunikation wollen wir jedoch betonen, wie viel wir einsparen, anstatt den Rest zu kompensieren.

Durch die Dämmung unserer Gebäude, die Verbesserung der Energieeffizienz und die Vermeidung von Schadstoffen tragen wir zum Klimaschutz bei. Auch bei der Auswahl und Installation von Klimaanlage achten wir darauf, dass umweltfreundliche Gase zum Einsatz kommen, die keinen Schaden anrichten können.

Wir ermutigen unsere Mitarbeiter, öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad zu nutzen und bieten entsprechende Anreize. Auch für unsere Gäste fördern wir nachhaltige Transportmöglichkeiten, um zu uns zu gelangen. Klimaschutz ist uns ein großes Anliegen und wir setzen in diesem Bereich viele Maßnahmen um.

Ziel 14: Leben unter Wasser: Wir haben Einwegprodukte konsequent aus unserem Betrieb verbannt, mit Ausnahme von Kaffeebechern aus Pappe für unsere Lieferanten, die unterwegs etwas mitnehmen können. Unser Frühstücksbuffet bietet nur noch eine Räucherlachssorte an und wir versuchen unseren Fischkonsum stetig zu reduzieren. Wenn wir doch Fisch anbieten, bevorzugen wir nachhaltige Alternativen und streben an, auf regionale Forellen umzusteigen.

Wir legen großen Wert darauf, den Ressourceneinsatz zu reduzieren und das Gewicht von Waren, die über weite Strecken transportiert werden müssen, zu minimieren. Es ist akzeptabel, gelegentlich Kleinteile aus anderen Regionen zu bestellen, wenn es keine andere Möglichkeit gibt. Große und schwere Transporte über weite Distanzen versuchen wir jedoch zu vermeiden, da der Schiffsverkehr eine erhebliche Belastung der Weltmeere darstellt.

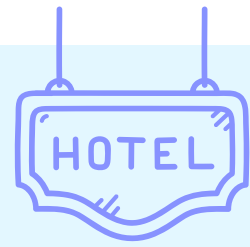
Darüber hinaus achten wir darauf, dass wir als Unternehmen weniger mit dem Auto unterwegs sind, denn der Großteil der Mikroplastik-Emissionen entsteht durch den Abrieb der Autoreifen.

Ziel 15. Leben an Land: Das Thema Bio liegt uns besonders am Herzen. Wir legen großen Wert auf die Herkunft unserer Produkte und arbeiten direkt mit den Produzenten zusammen, um sicherzustellen, dass unsere Waren den Bio-Standard erfüllen. Außerdem achten wir auf die Landnutzung und meiden Unternehmen, die die Abholzung des Regenwaldes unterstützen.

Im Finanzbereich arbeiten wir bevorzugt mit Banken und Institutionen zusammen, die sich positiv auf die Umwelt auswirken und nachhaltiges Handeln fördern. Ein Beispiel hierfür ist unser letztes Großprojekt, das wir gemeinsam mit der Umweltbank realisiert haben.

Wir nutzen die Flächen vor allem im Innenbereich sehr effizient und sind bestrebt, die Außenflächen nicht zu versiegeln. Nur etwa 60 bis 70 Quadratmeter unseres Grundstücks sind versiegelt, der Rest bleibt, soweit es die Vorschriften zulassen, unversiegelt.

21. HOTEL LUISE



Strategie & Mission

Das Hotel Luise hat sich bereits seit Ende der 80er Jahre dem umweltverträglichen Reisen verschrieben. Ein Unternehmen umwelt-, sozial- und zukunftsverträglich zu führen und auszurichten, steht für uns an oberster Stelle. Die Summe unseres Handelns als Hotel soll zu einer Verbesserung der (Um-)Welt beitragen.

Die Welt zu verbessern bedeutet für uns soziale Ungerechtigkeiten abzubauen, Ressourcen kreislauffähig einzusetzen und zu nutzen, sowie eine aktive Teilnehmerin und Unterstützerin bei der lokalen und überregionalen Entwicklung und Förderung der 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen zu sein. Das Gemeinwohl ist für uns ebenso ein essentielles Element und wird auf Basis der SDGs reflektiert und stetig gefördert. Wir möchten unsere Rolle als Pionierin des nachhaltigen Tourismus nutzen, um unseren Gästen, Kollegen und weiteren Stakeholdern zukunftsverträgliche Lösungen anzubieten.

Wir haben bereits über 230 Nachhaltigkeitsmaßnahmen umgesetzt und möchten damit gerne auch andere motivieren und inspirieren, nachhaltiger zu werden. Auf unserer [Wall of Change](#) sind all unsere Projekte samt Partnern, Umsetzungszeitraum und betreffende SDGs zu finden.

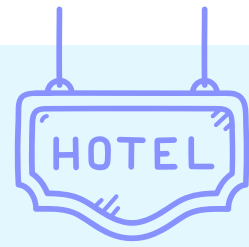
Die Hotel Luise Strategie, die Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt, ist [hier](#) nachzulesen.

Innovative Ansätze und Herausforderungen

In Bezug auf die Anpassung an die Nachhaltigkeitsziele gab es meiner Meinung nach keine größeren Schwierigkeiten. Die einzige Herausforderung bestand darin, die von uns umgesetzten Maßnahmen den entsprechenden Zielen zuzuordnen. Es gab viele Themen, die wir angegangen sind, und es war manchmal schwierig zu bestimmen, welchen SDGs sie am besten entsprechen. Die Differenzierung der Ziele war daher eine gewisse Herausforderung, denn letztendlich war es uns wichtig, die Maßnahmen unabhängig von ihrer Zuordnung zu den SDGs umzusetzen.

Was die Notwendigkeit weiterer Anpassungen betrifft, so ist Nachhaltigkeit ein fortlaufender Prozess. Man ist nie wirklich fertig damit. Sowohl in unserem eigenen Betrieb als auch in der Zusammenarbeit mit langjährigen Handwerkspartnern sind wir ständig bestrebt, neue Projekte zu entwickeln und unsere Praktiken zu verbessern. Es ist jedoch eine Gratwanderung, zu entscheiden, welche Maßnahmen notwendig und sinnvoll sind. Die Meinungen und Ansichten zu diesem Thema können variieren, und es gibt keinen festgelegten Weg oder eine allgemeingültige Lösung. Letztendlich geht es darum, kontinuierlich zu lernen und sich weiterzuentwickeln, um einen positiven Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten.

21. HOTEL LUISE



Wirkungsevaluierung

Wir überwachen die Auswirkungen unserer Maßnahmen anhand verschiedener Indikatoren, um den Erfolg unserer Nachhaltigkeitsbemühungen zu messen. Ein Beispiel hierfür sind die Besucherzahlen unserer "Wall of Change", die uns zeigen, wie gut wir unsere Ideen verbreiten können und wie sie von anderen aufgenommen werden. Dies ist besonders wichtig für unser Hauptziel im Rahmen der SDGs und dient nicht nur dem Marketing, sondern vor allem der Bewertung der Relevanz unserer Initiativen.

Ein weiterer Bereich, den wir überwachen, ist unser Wasserverbrauch. Hier betrachten wir verschiedene Aspekte, wie die Nutzung von Wasser im Garten und Vergleiche zum Vorjahr sowie die Wirksamkeit der umgesetzten Maßnahmen zur Reduzierung unseres Wasserverbrauchs. Ebenso analysieren wir den CO₂-Fußabdruck unseres Betriebs, indem wir beispielsweise die Anreisewege unserer Mitarbeitenden untersuchen und aufzeichnen, welche Verkehrsmittel sie wie oft nutzen.

Des Weiteren streben wir an, die Raumnutzung zu optimieren, indem wir beispielsweise die Nutzungshäufigkeit unserer Konferenzräume bewerten und Möglichkeiten suchen, leerstehende Räume sinnvoll zu nutzen.

Insgesamt verfügen wir über eine Vielzahl von Kennzahlen, die wir regelmäßig erfassen und analysieren. Es gibt zwei Mitarbeitende, die federführend für die Datensammlung im Rahmen des Monitorings verantwortlich sind. Ich selbst kümmere mich dann um die Koordination dieser Aktivitäten und stehe in engem Austausch mit den betreffenden Mitarbeitenden.

Motivation

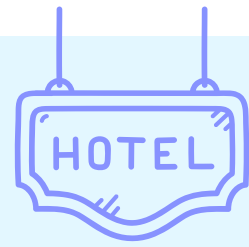
Die Hauptmotivation, ein nachhaltiges Unternehmen zu führen, liegt fast schon ein wenig egoistisch begründet. Unser neuer Slogan, den wir seit letztem Jahr haben, lautet "gut schlafen können". Dieses Gefühl möchte ich nicht nur meinen Gästen bieten, sondern auch mir selbst. "Gut schlafen können" bedeutet für mich nicht nur, dass das Bett bequem ist und das Zimmer angenehm, sondern dass ich mit gutem Gewissen einschlafen kann. Ich möchte mir nicht vorwerfen müssen, dass ich an einem Tag dazu beigetragen habe, die Welt ein Stückchen schlechter zu machen. Realistisch betrachtet hat jeder von uns viele Tage, an denen er die Welt unbeabsichtigt beeinträchtigt, sei es durch Ressourcenverbrauch oder Ignoranz gegenüber globalen Problemen.

Deshalb bin ich kein großer Fan des Begriffs "umweltfreundlich", da die meisten als umweltfreundlich beworbenen Produkte lediglich weniger schädlich für die Umwelt sind als andere. Meine Motivation liegt vielmehr darin, mich mit diesen Themen auseinanderzusetzen und bewusst zu handeln. Als Schüler habe ich ein Jahr in Neuseeland verbracht und dort eine tiefe Liebe zur Natur entdeckt. Heute gehe ich mit offenen Augen durch die Welt und sehe viele Veränderungen, die mich traurig machen und leide auch ein wenig unter Klimaangst.

Ich bin zu sehr in diesem Thema involviert, um die Augen davor zu verschließen. Diese Einstellung gebe ich auch an mein Team weiter, und ich bemerke, dass viele meiner Mitarbeitenden ähnlich denken. Einige von ihnen haben sich entschieden, bei uns zu arbeiten, weil sie es nicht länger mit ihrem Gewissen vereinbaren konnten, für Unternehmen zu arbeiten, deren Handlungen sie ethisch nicht vertreten können, sei es als Stewardessen, in großen Beratungsunternehmen oder in Ölkonzernen.

Ich motiviere meine Mitarbeitenden, indem ich selbst ein Vorbild für Nachhaltigkeit bin. Ich lebe Nachhaltigkeit in meinem täglichen Leben – alles, was ich trage, einschließlich meiner Unterwäsche, ist aus biologisch angebauter Baumwolle oder fair produziertem und nachhaltigem Material. Natürlich gibt es auch Bereiche, in denen ich noch Verbesserungspotenzial sehe, aber auch dies kommuniziere ich offen. Ich stehe voll und ganz hinter unseren Nachhaltigkeitsbemühungen, und das spüren meine Mitarbeitenden. Durch Maßnahmen wie "Nudging" oder kleine Gesten und Geschenke im Bereich Nachhaltigkeit versuche ich sie dazu zu motivieren, sich ebenfalls damit auseinanderzusetzen. Diese Methode, unterstützt von psychologischen Ansätzen, trägt dazu bei, dass sich die Menschen unterbewusst für Veränderungen öffnen.

21. HOTEL LUISE



Ideen zur Nachhaltigkeit

Ich persönlich finde in der Regel mehr Inspiration für nachhaltige Lösungen außerhalb meiner Branche als innerhalb. Das Internet spielt dabei eine große Rolle. Ich suche nach Innovationen und Ideen, die ich auf unser Unternehmen und unsere Projekte anwenden kann, auch wenn sie auf den ersten Blick nichts damit zu tun haben. Ich habe zum Beispiel eine kostenlose Online-Schulung zum Bau von Windparks absolviert, um mehr darüber zu erfahren und mir eine fundierte Meinung zu bilden. Darüber hinaus nutze ich Plattformen wie YouTube, um mich über unterschiedliche Technologien und Innovationen zu informieren. Zudem gehe ich mit offenen Augen durch die Welt und halte Ausschau nach neuen Ideen und Ansätzen. Ein weiterer wichtiger Aspekt sind Nachhaltigkeits- und Innovationspreise, bei denen ich mir die Gewinner und Nominierten anschau. Oft entdecke ich dort innovative Produkte und Unternehmen, die ich mir dann genauer anschau und mit denen ich möglicherweise Partnerschaften eingehen kann, wie zum Beispiel bei der Astronautendusche.

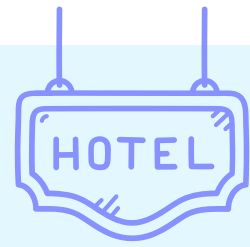
Verbesserungsbedarf

Natürlich wissen wir, dass wir nicht perfekt sind. Wir arbeiten allerdings daran, immer weiter unsere Philosophie zu verfolgen. Und wir hinterfragen unser eigenes Handeln, denn in Sachen zukunftsfähigem Wirtschaften gibt es kein wirklich finales Ziel. Viel mehr sehen wir uns auf einem Weg, den wir stets versuchen zu optimieren.

Mit unserem Aktionsplan für die nächsten Jahre (2024 – 2026) möchten wir gerne folgende Projekte umsetzen:

- Eigene Photovoltaik / Stromerzeugung erhöhen (23,5 kWp auf mehr als 45 kWp)
- Recycling-Batteriespeicher für Lastenmanagement
- Barrierefreies Angebot erweitern (+3 Zimmer)
- Brauchwasser-Infrastruktur erweitern (mehr Toiletten mit Regen- oder Grauwasser versorgen)
- Reduktion Wasserverbrauch Spülkästen auf weniger als 6,5 Liter
- System zur Wärmerückgewinnung von Abwässern integrieren
- Fenstertausch Kellerräume
- Weitere Regenwasserzisternen einbauen
- Zero-Waste Küche
- Schulungs- & Vortragsangebot über Nachhaltigkeit anbieten
- Unsere 230 Nachhaltigkeitsmaßnahmen auf mehr als 250 erhöhen
- Soziale Strukturen stärken und Vorteile für unsere Mitarbeitenden weiter ausbauen

21. HOTEL LUISE



Reflexionen

Die wichtigsten Lektionen, die ich auf meinem Weg zur Nachhaltigkeit gelernt habe, sind vielfältig. Zunächst einmal habe ich erkannt, dass es nicht ausreicht, alleine zu handeln. Es bedarf eines engagierten Teams und der Unterstützung anderer, die denselben Weg gehen. Manchmal muss man Menschen erst ein wenig in die richtige Richtung lenken und motivieren, diesen Weg mitzugehen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Bereitschaft, Neues auszuprobieren. Oft erfordert es eine gewisse Naivität und jugendlichen Leichtsinn, um innovative Lösungen zu entwickeln und umzusetzen. Gleichzeitig ist es entscheidend, die richtigen Personen im Team zu haben und ein unterstützendes Umfeld und eine passende Infrastruktur zu schaffen. Für mich ist das Hotel ein Ort des Experimentierens und der kreativen Gestaltung, und die Tatsache, dass es inhabergeführt ist und ich alle Entscheidungen treffen kann, gibt mir die Freiheit, die ich brauche, um nachhaltige Ideen umzusetzen.

Es ist auch wichtig, sich der Verantwortung bewusst zu sein und den Mut zu haben, neue Wege zu gehen und Risiken einzugehen. Dabei ist es entscheidend, dass das Team aus verschiedenen Persönlichkeiten besteht, die unterschiedliche Denkmuster und Stärken mitbringen. Ich habe erkannt, dass es nicht darum geht, andere davon zu überzeugen, genau wie ich zu denken, sondern darum, vielfältige Denkmuster zu schätzen und zu nutzen, um gemeinsam die Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Rat von den Gründern für (Neu)-Gründer

Denkt darüber nach, welchen Mehrwert euer Produkt oder eure Dienstleistung der Allgemeinheit bietet. Ich habe in der Nachhaltigkeitsbranche mit einigen Menschen zu tun gehabt, die zwar lobenswerte Ziele haben, sich aber nur darauf fokussieren, dass sie in ihrem Leben und in Vereinbarkeit mit ihren eigenen Zielen möglichst gut dastehen. Je extremer man in diesen Themen wird, desto weniger kann man andere Menschen begeistern. Stattdessen ist es wichtig, Offenheit zu zeigen und das Unternehmen oder Produkt so zu gestalten, dass es eine breite Zielgruppe anspricht – auch diejenigen, die sich bisher nicht mit Nachhaltigkeit beschäftigt haben.

Ein Beispiel: die Eröffnung eines veganen Restaurants. Wenn dieses Restaurant nur die hartgesottenen Veganern anspricht, wird der Mehrwert für die Gemeinschaft möglicherweise nicht realisiert. Es ist besser, ein Umfeld zu schaffen, in dem auch Menschen, die sich nicht aktiv mit Nachhaltigkeit befassen, willkommen sind und sich wohl fühlen – genau das versuchen wir auch mit unserem Hotel zu erreichen.

Junge Menschen sollten sich bewusst sein, dass sie nicht von vornherein alle anderen ausschließen sollten, die noch nicht den gleichen Weg gehen. Stattdessen sollten sie diesen Menschen die Möglichkeit geben, sich einzubringen, ohne sie vor den Kopf zu stoßen. Menschen sollten ermutigt werden, mitzugehen, anstatt sie durch extreme Ansätze abzuschrecken. Es ist wichtig, einen inklusiven Ansatz zu verfolgen, um eine breitere Akzeptanz und Mitwirkung zu erreichen.



Ethical, Green, Youth Entrepreneurship Education



Folgen Sie uns auf unserer Reise!



<https://fairpreneurs.eu>



<https://www.facebook.com/Fairpreneurs>



<https://www.linkedin.com/company/fairpreneurs-erasmus-plus-project/>



Co-funded by
the European Union