



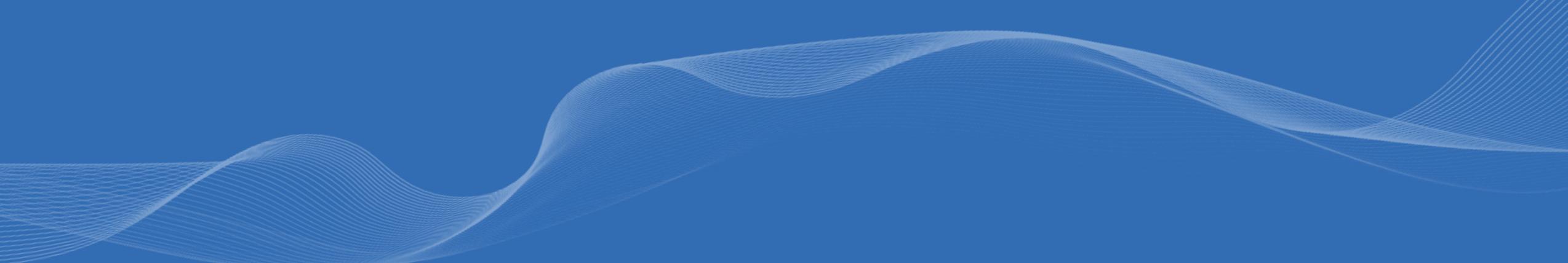
Erfolgreich nachhaltig Handeln

Sarah Großkopf



- 01** Initiative „Erfolgreich handeln“
- 02** Warum sich der Handel mit Nachhaltigkeit beschäftigen sollte
- 03** Der CO₂-Fußabdruck im Handel
- 04** Kundenwirksame Kommunikation des CO₂-Fußabdrucks

- 05** Ansatzpunkte für einen klimafreundlichen Handel



01

Initiative

„Erfolgreich handeln“

Projekt „Erfolgreich Handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, **initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie**, hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: Januar 2023 bis Dezember 2024

Vorgängerprojekt: Die Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“

www.erfolgreich-handeln.bayern



Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite & Newsletter



Workshops



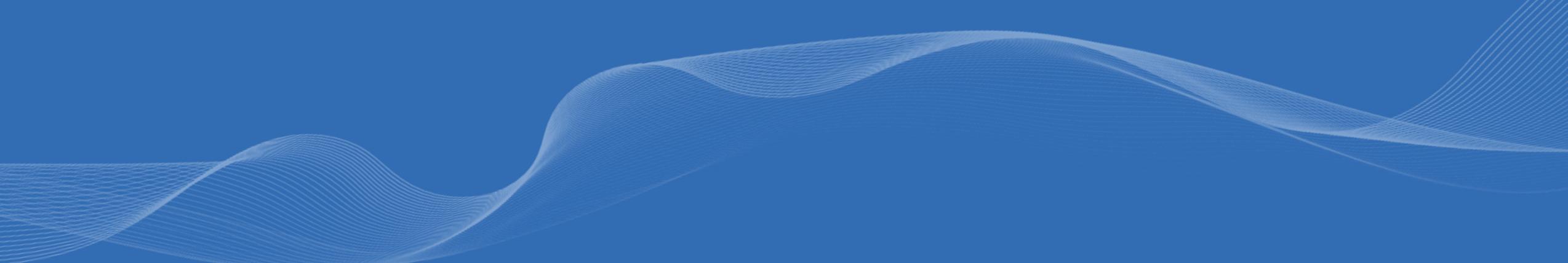
Webinare



Mediathek | Webinar-aufzeichnungen

Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr

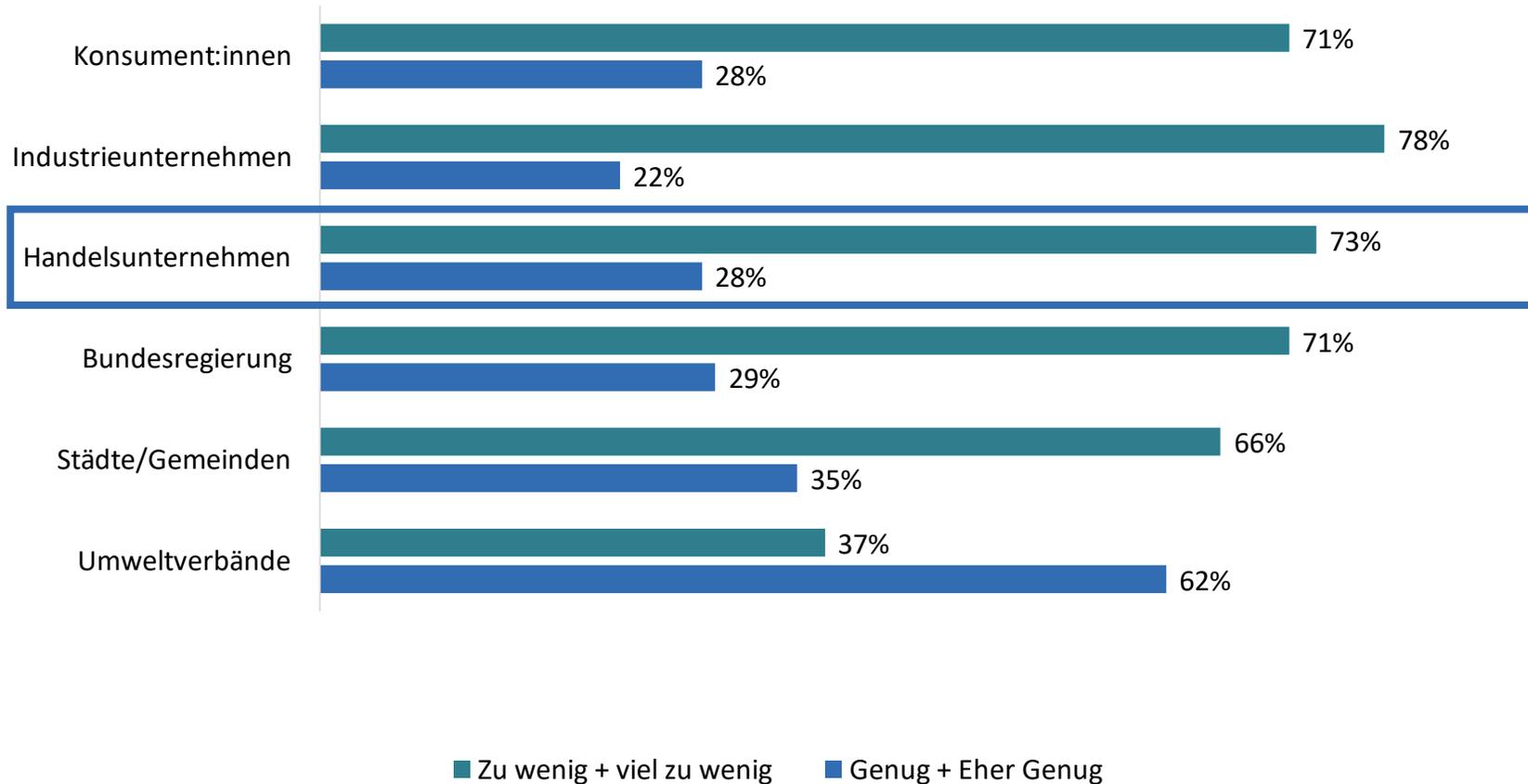


02

Nachhaltigkeit im Handel.

Warum sich der Handel mit
Nachhaltigkeit beschäftigen sollte

Wie viel leisten die genannten Akteure in Deutschland für den Umwelt- und Klimaschutz?



N=410

10,5 Megatonnen CO₂-Emissionen

verursachte der deutsche Einzelhandel insgesamt im Jahr 2021
(Studie der Klimaschutzoffensive des HDE)

Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

- Neue EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Berichtspflicht gilt für
 - ab **01.01.24**: Unternehmen von öffentlichem Interesse > 500 Mitarbeitende
 - Ab **01.01.25**: alle anderen bilanzrechtlich großen Unternehmen
 - Ab **01.01.26**: kapitalmarkt-orientierte KMU



Merkmale der Corporate Sustainability Reporting Directive



- **Erweiterte, vereinheitlichte Berichtspflicht**
 - stärkere Quantifizierung durch Kennziffern
- **Doppelte Wesentlichkeit**
 - Berichterstattung über Auswirkungen des Geschäftsbetriebes auf Mensch & Umwelt und auf das Unternehmen selbst
- Pflicht zur **externe Prüfung** nach Prüfstandards
- Integration des Nachhaltigkeitsbericht als **Teil des Lageberichts**
- **Einheitliches elektronisches Berichtsformat**
 - Offenlegung in European Single Electronic Format (ESEF) [äquivalent zu Rechnungslegungsunterlagen]

Studie von Workiva, April/Mai 2022:

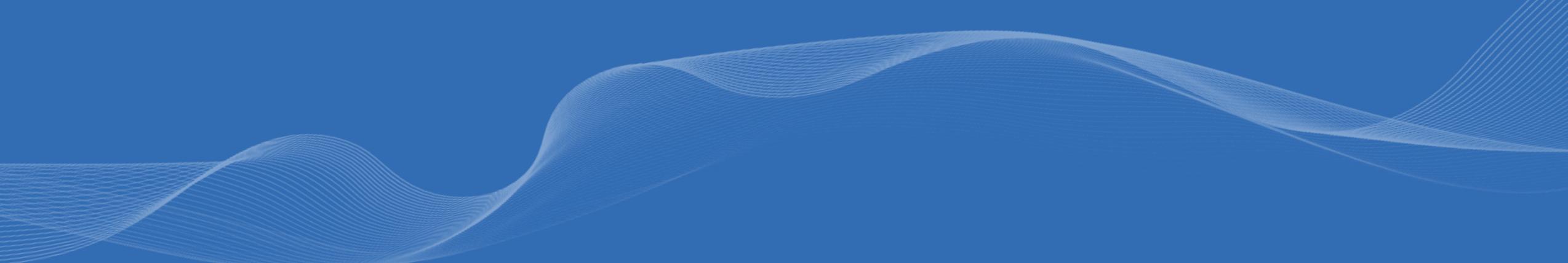
7 von 10 Unternehmen berichten von positiven Nebeneffekte ihres Nachhaltigkeits-Reportings auf den Geschäftswert

Genannt werden hier u.a. positive Auswirkungen auf Kunden-Image, Stakeholder-Beziehungen und Recruiting sowie Kostenersparnisse

Motivation & Veränderungsdruck



Politische Vorgaben/ Richtlinien		Marktanforderungen/ Kunden-Erwartungen	Wettbewerb	Mitarbeitende	Intrinsische Motivation
D-Ebene	EU-Ebene	----- Nachhaltigkeit als Trend -----			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klimaneutral bis 2045 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Green Deal ▪ CO₂-Preise ▪ Neu: Corporate Sustainability Reporting Directive 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intrinsische Motivation ▪ Image 			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewusstsein über Handlungsbedarf aus ökologischen Gründen ▪ Ethische und moralische Motive
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Welche politischen Vorgaben / Richtlinien sind jetzt für mein Unternehmen relevant? Welche könnten zukünftig relevant werden? 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Was für eine Marketingstrategie verfolge ich? ▪ Ist der Umsatz meiner Produkte stark abhängig von ihrem (grünen) Image? 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Was machen meine Mitstreiter:innen? ▪ Wie stark ist mein nachhaltiges Engagement im Vergleich? 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Welche Erwartungen haben Mitarbeitende? ▪ Welche Erwartungen haben Bewerber:innen? 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Welche Kompromisse / Schritte möchte ich unabhängig von ihrem ökonomischen Nutzen gehen?



03

**Der CO₂-Fußabdrucks im
Handel**

CO₂-Fußabdruck nach GHG-Protokoll

Greenhouse Gas Protocol:

- **Scope 1:** Emissionen, die **direkt** im Unternehmen entstehen
- **Scope 2:** **indirekte** Emission, die bereits beim Energieversorger entstehen
- **Scope 3:** Emissionen, die aufgrund von vor- oder nachgelagerten Tätigkeiten entstehen (**indirekt**)

Der CO₂ Fußabdruck eignet sich gut, um einen Überblick über den Ist-Zustand zu erhalten und ein klar messbares Ziel zu definieren.



Corporate Carbon Footprint (CCF)

Unternehmensbezogener CO₂-Fußabdruck

Summe aller treibhausgasrelevanten Emissionen, die in dem gesamten Unternehmen entstehen

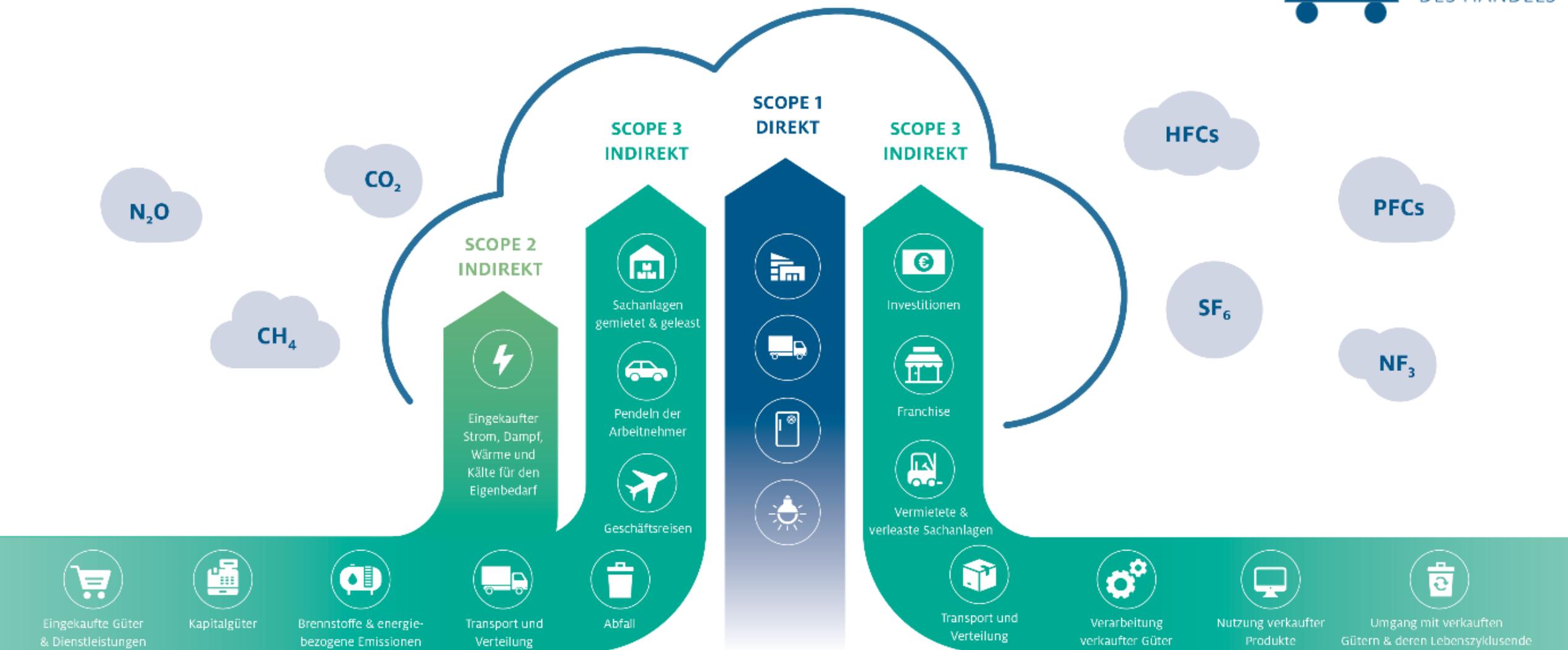


Product Carbon Footprint (PCF)

Produktbezogener CO₂-Fußabdruck

Summe aller treibhausgasrelevanten Emissionen, die während des gesamten Lebenszyklus eines Produktes entstehen

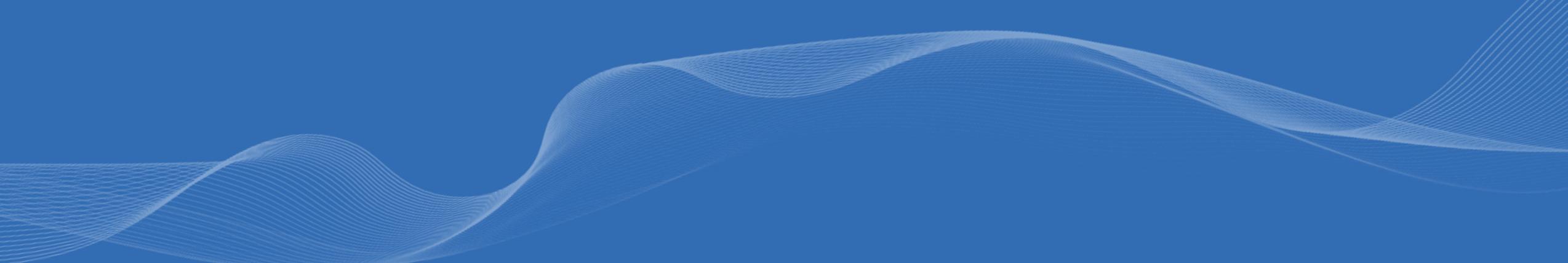
Greenhouse-Gas-Protokoll (GHG-Protokoll)



VORGELAGERTE TÄTIGKEITEN

UNTERNEHMEN

NACHGELAGERTE TÄTIGKEITEN



04

**Kundenwirksame
Kommunikation des CO₂-
Fußabdrucks**

Beispiel CO₂-Fußabdruck als Marketing-Strategie

- Marketing-Aktion von REWE im „Veganuary“ 2023
- Slogan: „Nicht den Preis reduzieren, sondern deine CO₂-Bilanz?“
- Hinweis auf emissionsärmere Substitutionsprodukte in 5 Kategorien
- „Klima-Angebote“:
 - Haferdrink (PCF von 0,60 kgCO₂e/kg) spare 65% CO₂e-Emissionen gegenüber Bio-Vollmilch (PCF von 1,70 kgCO₂e/kg) ein
 - Soja-Kochcreme (PCF von 1,73 kgCO₂e/kg) spare 67% CO₂e-Emissionen gegenüber Bio-Sahne aus Milch (PCF von 5,30 kgCO₂e/kg)



Lust auf ein Angebot, das deine CO₂-Bilanz reduziert? 🌱 Gönn dir unseren neusten #Klimaknaller: den #REWE Bio+Vegan Hafer Drink Natur. ✓



Lust auf ein Angebot, das deine CO₂-Bilanz reduziert? 🌱 Gönn dir unseren neusten #Klimaknaller: die #REWE Bio+Vegan Sojacreme Cuisine. ✓

REWE
Dein Markt

JETZT 65% EINSPAREN

REWE Bio+Vegan
HAFER DRINK
NATUR
OHNE ZUCKERZUSATZ

REWE
Dein Markt

JETZT 67% EINSPAREN

statt 5,30 nur
1,73 kg*
CO₂e/Kilo

Vegane Bio-Sojacreme im Vergleich zu Bio-Sahne aus Milch

*REWE Bio + vegan Haferdrink im Vergleich zu Bio-Vollmilch (Berechnung mittels Durchschnittswerten), jeweils auf 1 kg normierter Produktmenge gerechnet; Quelle: Ifeu Studie, Ökologische Fußabdrücke von Lebensmitteln und Gerichten in Deutschland, 2020 und PCF-Berechnung in Anlehnung an das GHG Protocol durch Climate Partner. Mehr Infos auf rewe.de/veganuary

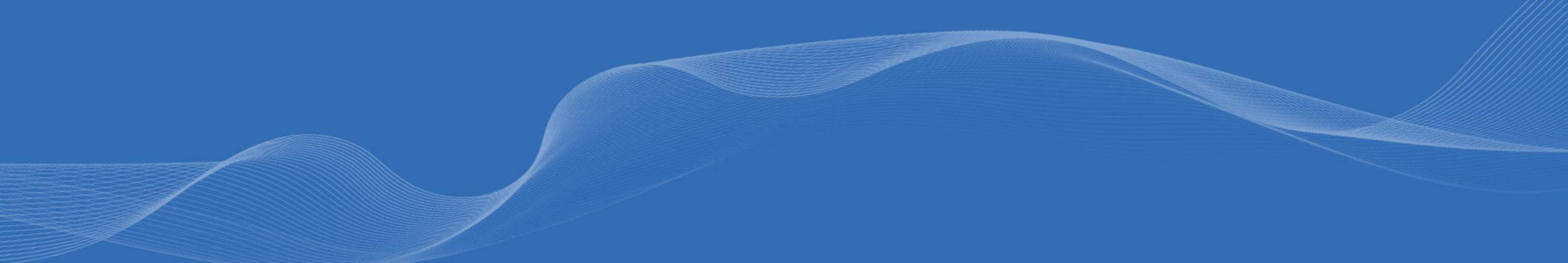
*REWE Bio + vegan Sojacreme Cuisine im Vergleich zu Bio-Sahne aus Milch (Berechnung mittels Durchschnittswerten), jeweils auf 1 kg normierter Produktmenge gerechnet; Quelle: Ifeu Studie, Ökologische Fußabdrücke von Lebensmitteln und Gerichten in Deutschland, 2020 und PCF-Berechnung in Anlehnung an das GHG Protocol durch Climate Partner. Mehr Infos auf rewe.de/veganuary

Beispiel: Kommunikation des CCF

- Amazon veröffentlicht aktuelle Bilanz des Unternehmens unter <https://nachhaltigkeit.aboutamazon.de/umwelt/unsere-co2-bilanz>
- Einteilung in Scopes
- Abbildung der Entwicklung

Amazons unternehmensweite CO₂-Bilanz, 2019-2021

Kohlenstoffintensität (Gramm Kohlendioxid-Äquivalent (CO ₂ e) pro Dollar des Bruttowarenumsatzes)	2019	2020	2021	YOY %
	122,8	102,7	100,8	-1,9 %
Emissionskategorie (Million metrische Tonnen an Kohlendioxid-Äquivalent)	2019	2020	2021	YOY %
Emissionen aus direkten Betriebsabläufen (Umfang 1)	5,76	9,62	12,11	26 %
Fossile Brennstoffe	5,57	9,37	11,89	27 %
Kältemittel	0,19	0,25	0,22	-12 %
Emissionen aus zugekauftem Strom (Umfang 2)	5,50	5,27	4,07	-23 %
Emissionen aus indirekten Quellen (Umfang 3)	39,91	45,75	55,36	21 %
Emissionen durch Unternehmenserwerb und Produkte der Marke Amazon (z. B. Betriebskosten, Geschäftsreisen und Herstellung, Nutzungsphase und Haltbarkeitsende von Produkten der Marke Amazon)	15,41	16,70	19,09	14 %
Kapitalgüter (z. B. Gebäudebau, Server und andere Hardware, Ausstattung, Fahrzeuge)	8,01	10,52	15,37	46 %
Andere indirekte Emissionen (z. B. Transport, Verpackung und erforderliche Energie von Drittanbietern)	12,44	15,77	18,00	14 %
Nutzungszeit-Emissionen der Anfahrt von Kund:innen zu/von Amazon Ladengeschäften	4,05	2,77	2,91	5 %
Amazons Gesamtbilanz	51,17	60,64	71,54	18 %



05

**Ansatzpunkte für einen
klimafreundlichen Handel**

Dekarbonisierungs-Ansätze

Wie kann ich den CO₂-Fußabdruck verringern?

Vermeiden

Welche Emissionen können gänzlich vermieden werden?

Reduzieren

Wo können Emissionen reduziert werden?

Kompensieren

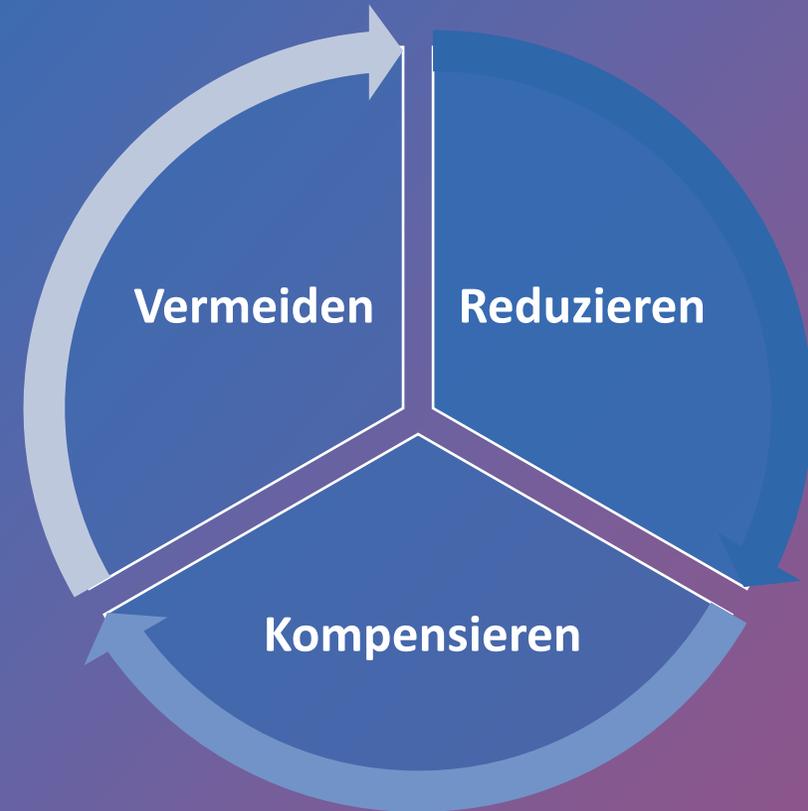
Welche Möglichkeiten gibt es, meine unvermeidbaren Emissionen zu kompensieren?

Bsp. Kohlenstoff-Senken wie Aufforstungsprojekte

Emissionen reduzieren – Wo fang ich an?

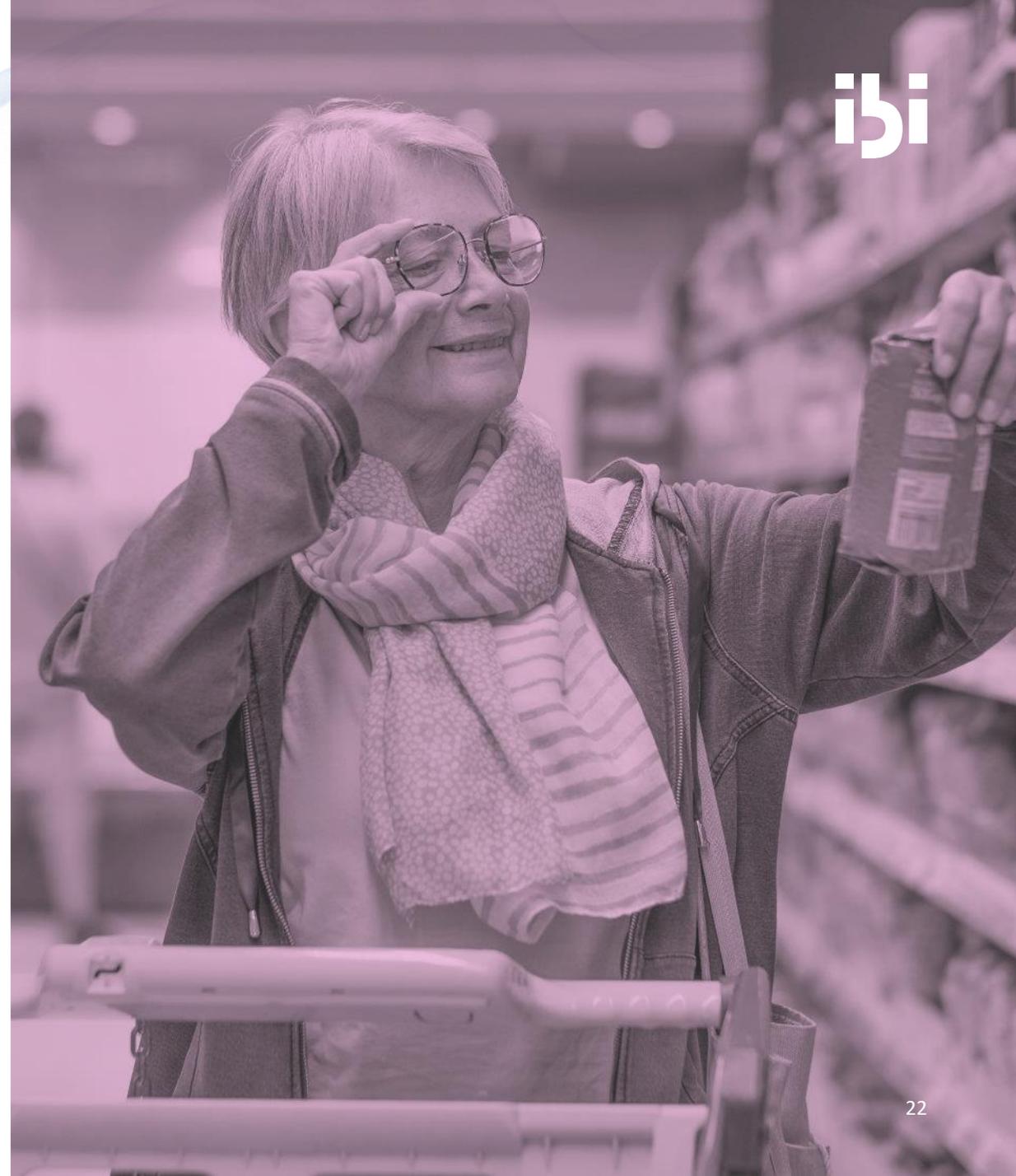
- Überblick verschaffen
- Hot Spot Identifikation
- Klare (Teil-)Ziele setzen
- Fördermöglichkeiten nutzen

Potenziale der Mitarbeitenden nutzen!



Sortiment

- **Auf- oder Ausbau eines nachhaltigen Produktsortiments**
 - Entwicklung eines Kataloges an Nachhaltigkeitskriterien
 - PCF oder vergleichbare Kennzahl kann Hilfestellung sein, Bsp. Home | ESG-SCORE.org (beinhaltet auch soziale Kriterien), Yook | Product Carbon Footprint Software
 - Digitaler Produktpass
- **Transparenz für Kundinnen schaffen** durch Kennzeichnung der Nachhaltigkeit geführter Produkte
 - Bsp: Nachhaltige Verpackungsmaterialien (verpacken.online)
- **Virtual Showrooms / Digitale Samples**, Bsp. IKEA Kreativ - Virtual and mixed reality room design



Ladenbau

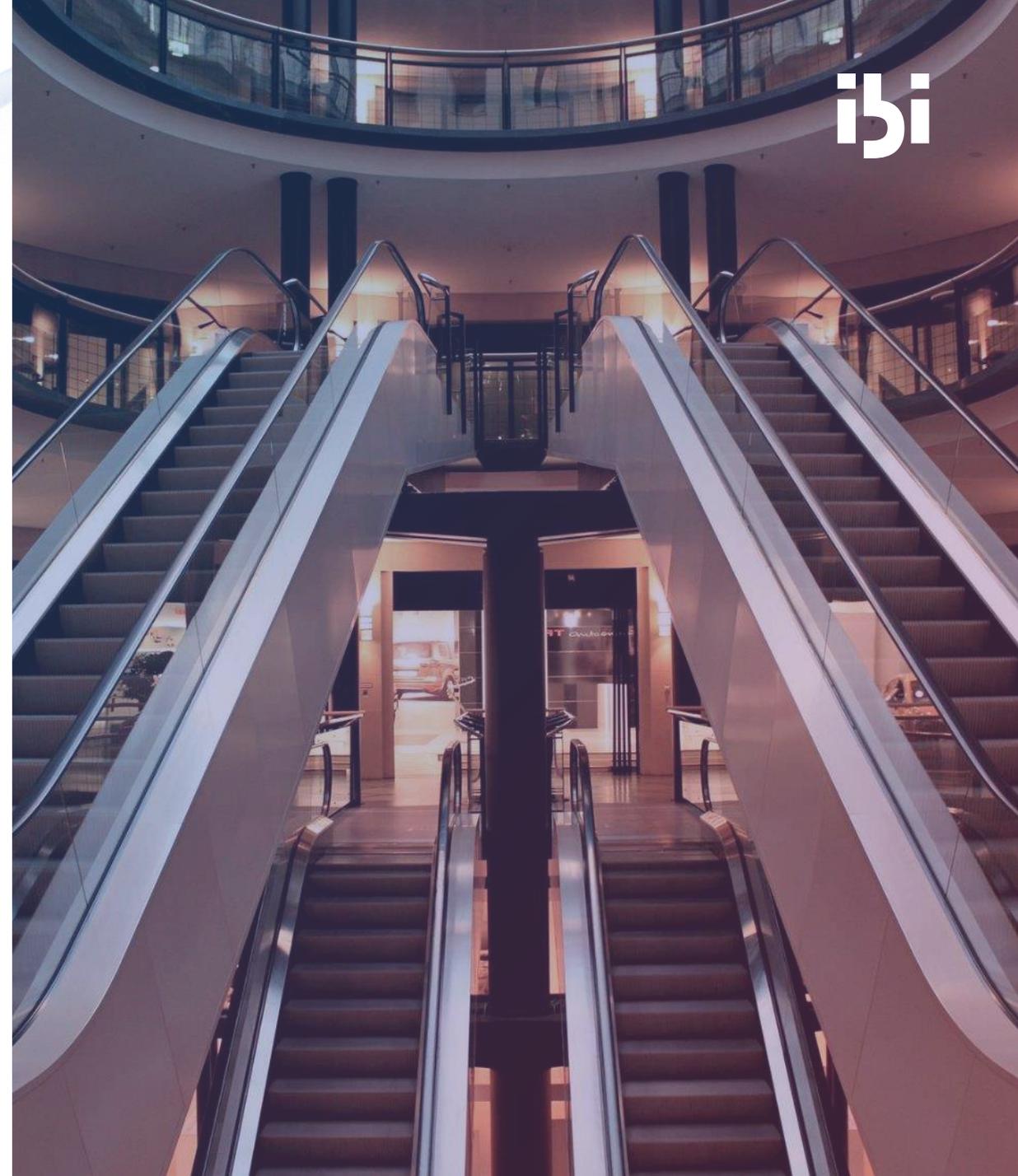
- **Ausstattung**
 - Verwendung nachwachsender Rohstoffe und umweltfreundlicher Materialien
 - Nutzung recycelter Materialien z. B. Bodenbeläge
 - Electronic Shelf Labels
- **Kältetechnik (Food-Handel)**
 - Einsatz natürlicher Kältemittel
 - Verglasung der Kühlmöbel
 - Austausch veralteter steckerfertiger Tief-/Kühlmöbel



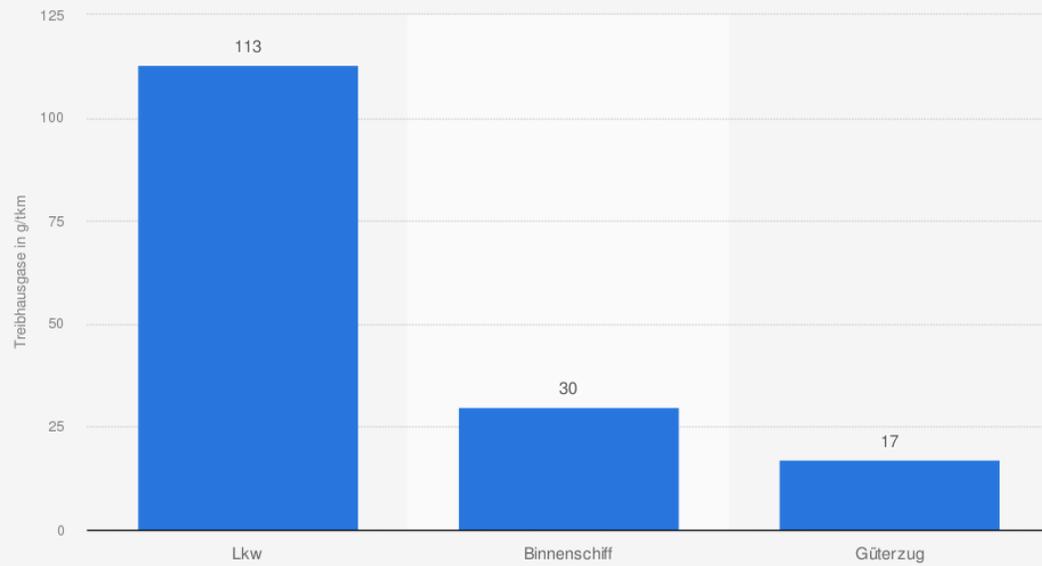
Gebäudetechnik

- **Beleuchtung**
 - Nutzung von Tageslicht
 - Anpassung der Beleuchtung an das jeweilige Bedarfsniveau
- **Klima/Lüftung**
 - Wärmerückgewinnung
 - Ausstattung mit CO₂-Fühlern, Temperaturfühlern
- **Energiemanagement**
 - Bedarfsgerechte Steuerung von Türen, Kassensystemen, Rolltreppen etc.
 - Nutzung von zertifiziertem Ökostrom aus erneuerbaren Energien und/oder Einsatz von Photovoltaik-Anlagen

Bildquelle: Anja auf Pixabay



Höhe der Treibhausgas-Emissionen im deutschen Güterverkehr nach Verkehrsträgern im Jahr 2019 (in Gramm pro Tonnenkilometer)



Quelle:
Allianz pro Schiene
© Statista 2022

Weitere Informationen:
Deutschland; Umweltbundesamt; 2019

Green Logistics

- **Transportwesen Güter**
 - Bestmögliche LKW-Auslastung
 - Routenoptimierung
 - Fahrerschulung zur Verringerung des Treibstoffverbrauches
 - Effizientes Bestandsmanagements zur Reduktion von Lagerbeständen und Vermeidung von Quertransporten
- **Kunden und Kundinnen**
 - Stellplätze für Fahrräder (+ evtl. Luftpumpe)
 - Ladesäule für E-Autos
 - Informationen zu ÖPNV
 - Lieferangebot für größere Produkte/Einkäufe



E-Commerce: Verpackungen & Retouren

- Detaillierte Produktbeschreibung & Interaktive Größentabellen
- Optimierte Verpackungen
- Transparente Lieferung
- Alternative Abholstellen anbieten
- Appell an Umweltbewusstsein der Kund:innen
- Kundensupport vor und nach der Bestellung
- Retourenmanagement

- Beispiele:
 - [Die Mehrweg Versandverpackung | hey circle](#)
 - [Neuwertige Retouren zu fairen Preisen shoppen | Retury](#)



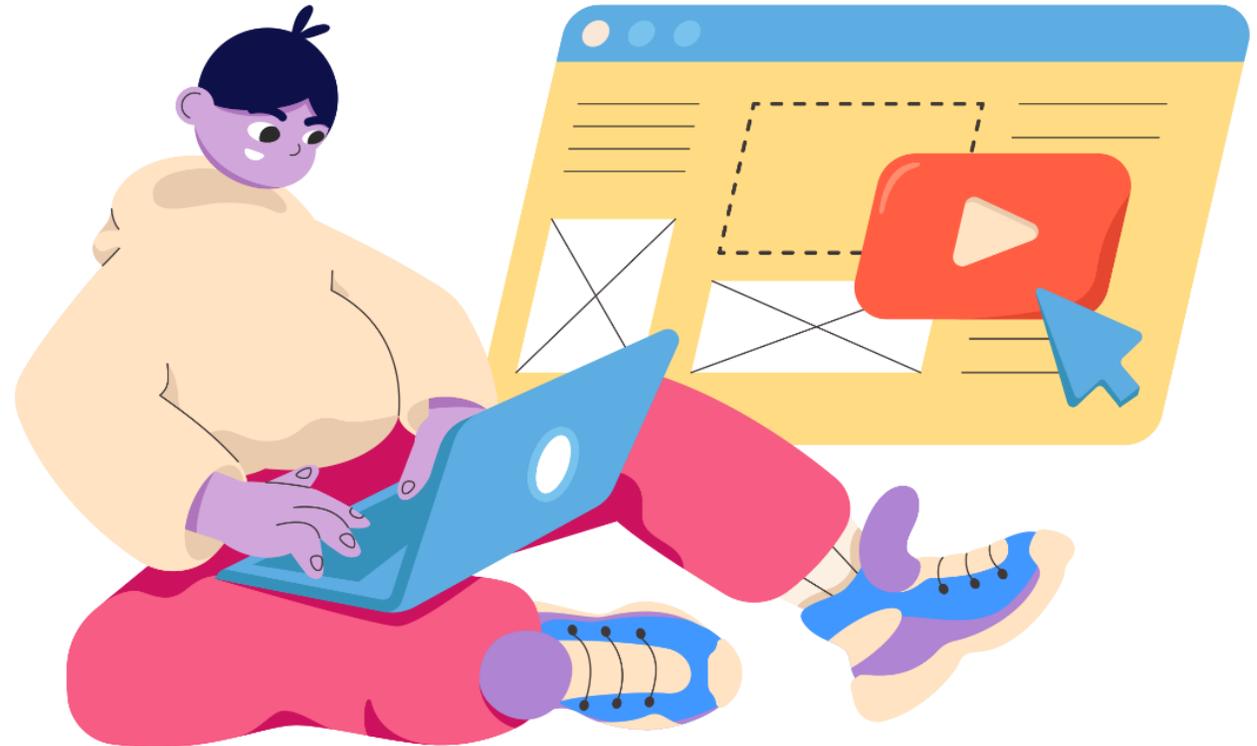
▪ Umweltfreundliche Website-Gestaltung

- Komprimieren der Datenmenge (Bilder komprimieren, Videoqualität reduzieren, ...)
- Verzicht auf unnötige Inhalte
- Nutzung grüner Webhosts mit Strom aus Erneuerbaren Energien

 Schnellere Ladezeiten machen nachhaltige Websites auch zu kundenfreundlichen Websites

▪ Intelligente Systeme zur Prozessoptimierung

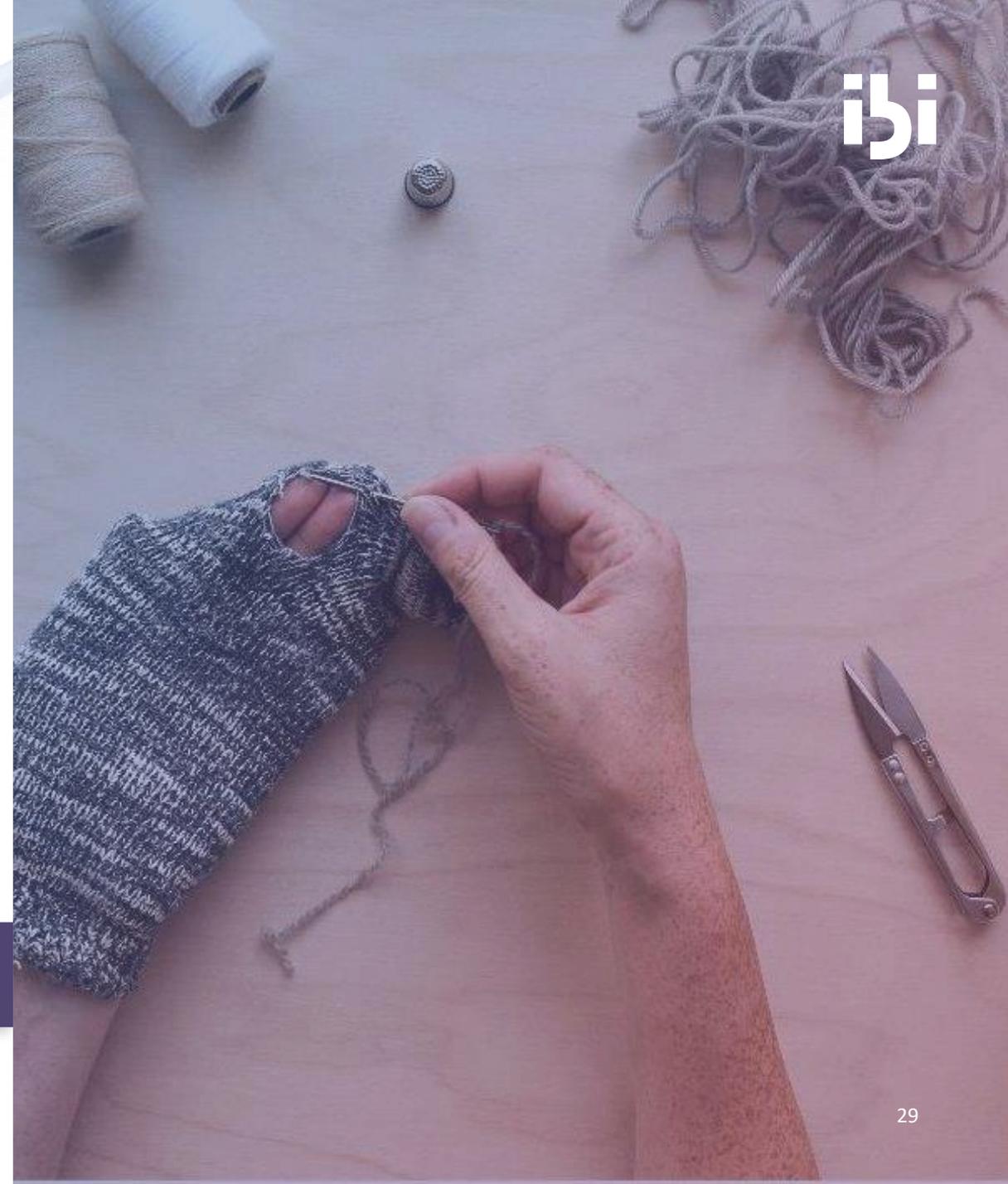
- Intelligente Nachfrageprognose durch kontinuierliche Bestandsaufnahmen
- Lagerprozesse durch QR-Codes



Produktnutzung/End of life

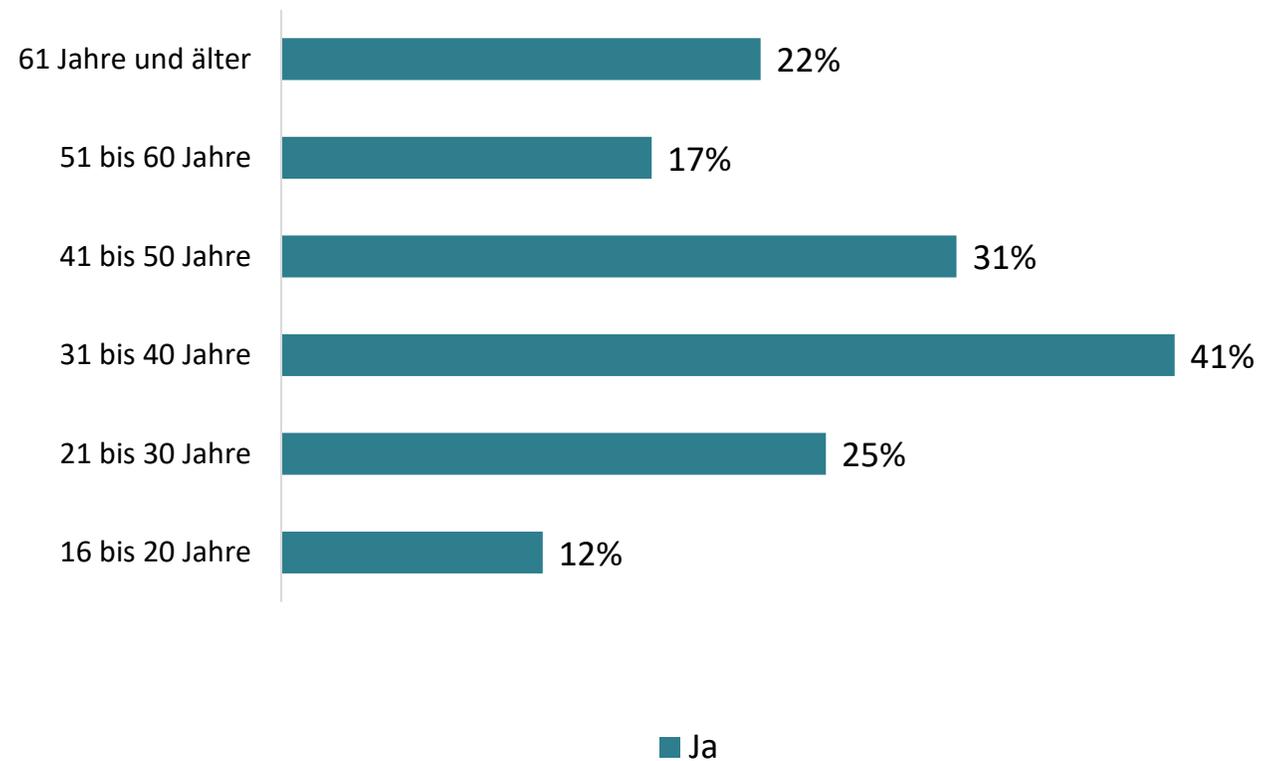
- **Reduktion von Abfällen**
 - Austausch von kaputten Einzelteilen
 - Reparaturservices
 - Verzicht auf unnötige Werbematerialien
- **Rücknahme & Entsorgung**
- **Leih-Angebote**
- **Umweltfreundliche Nutzungsempfehlungen**
 - Dosierungshinweise

ZIEL: Kreislaufwirtschaft



ibi-consumer-insights März 2023

Haben Sie im letzten Monat gebrauchte Produkte im Internet gekauft?



N=415

Fragen?

- 20.06.2023 | 08:30 Uhr | **Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung**
 - 27.06.2023 | 08:30 Uhr | **Digitale Sichtbarkeit** – überlebenswichtig, aber kein Hexenwerk
 - 04.07.2023 | 08:30 Uhr | **Was macht eine gute Website aus?**
 - 11.07.2023 | 08:30 Uhr | **Kundenkommunikation im Multikanalvertrieb erfolgreich gestalten**
 - 12.07.2023 | 08:30 Uhr | **E-Commerce im Mittelstand** – Erfolgsfaktoren digitaler Champions
- und weitere: <https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender>



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstr. 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 943-1901

Fax: 0941 943-1888

E-Mail: info@ibi.de

