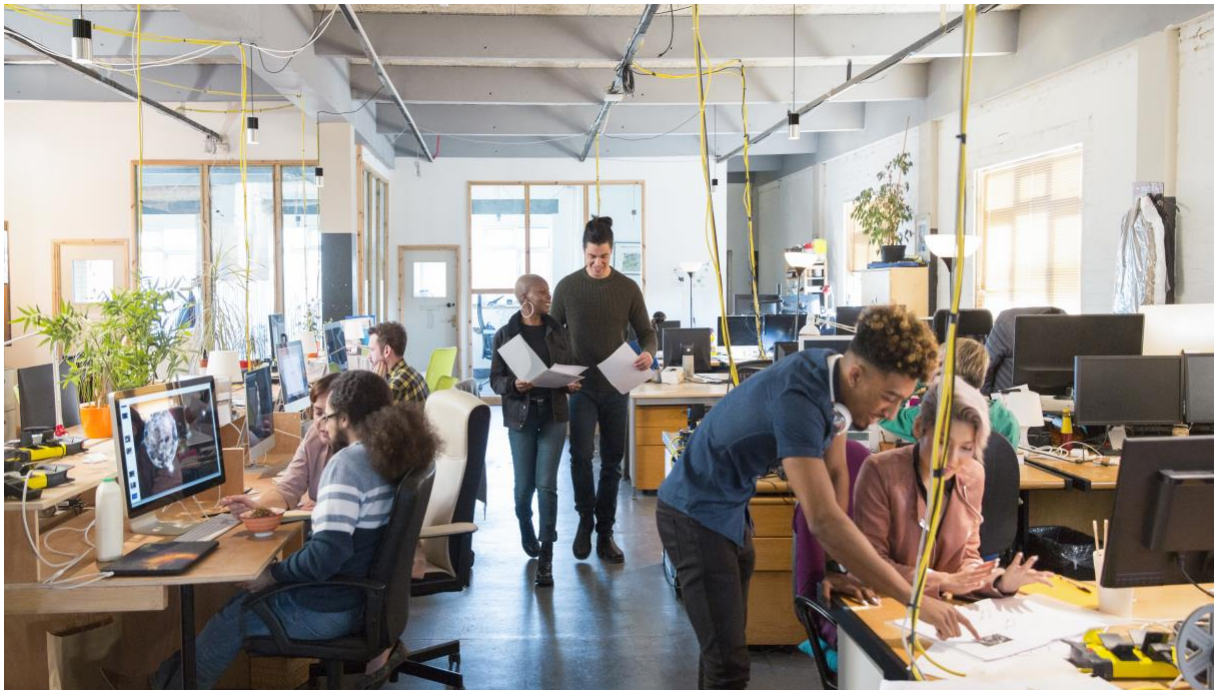


In 8 Schritten zur Nachhaltigkeitsstrategie

flow sustainability consulting – gewinnbringend, einfach, gesetzeskonform



flow consulting gmbh
Spörckenstraße 89
D-29221 Celle
www.flow.de

Bildquelle: MS Office

INHALTSVERZEICHNIS

1	Machen Sie Nachhaltigkeit zu einem strategischen Vorteil	3
2	Hinweise für CSRD-betroffene Unternehmen	4
2.1	Anforderungen der CSRD	5
2.2	So prüfen Sie, ob Sie von der CSRD betroffen sind	6
3	In 8 Schritten zur Nachhaltigkeitsstrategie	7
3.1	Rollen und Prozess klären	9
3.2	Kontext verstehen	10
3.3	Auswirkungen, Chancen und Risiken untersuchen	11
3.4	Stakeholder einbinden	12
3.5	Daten auswerten und wesentliche Themen identifizieren	13
3.6	Plan erstellen, Ziele und Maßnahmen festlegen	14
3.7	Managementsystem etablieren	15
3.8	Ergebnisse dokumentieren und Zertifikate erwerben	16
4	Ihre individuelle »Checkliste Nachhaltigkeitsstrategie«	17
5	Kontakt	18



Abb.: Nachhaltigkeit – Beratung für Ihr Unternehmen. Quelle: Shutterstock

1 Machen Sie Nachhaltigkeit zu einem strategischen Vorteil

Nachhaltigkeit bietet Unternehmen enorme Chancen. Sie ist nicht nur einer der bedeutendsten Konsum- und Investmenttrends unserer Zeit, sondern trägt auch nachweislich zur Verbesserung der langfristigen Wirtschaftlichkeit bei. Zudem spielt sie eine entscheidende Rolle bei der Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden sowie bei der Förderung deren Engagements.

Die »8 Schritte zur Nachhaltigkeitsstrategie« (flow sustainability) von flow consulting richten sich gezielt an Geschäftsführer, Manager und ihre Teams, die das Potenzial der Nachhaltigkeit erkannt haben. Unser Ziel ist es, Ihnen zu helfen, dieses Thema in einen konkreten Wettbewerbsvorteil zu verwandeln.

Viele unserer Klienten stehen durch die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der Europäischen Union vor der Herausforderung, einen Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen. Daher beginnen wir mit einer kurzen Einordnung dieser Richtlinie, um die Anforderungen und Hintergründe zu klären. Aber auch wenn Sie nicht verpflichtet sind, diese Richtlinie zu erfüllen, empfehlen wir Ihnen, einen Nachhaltigkeitsbericht anzufertigen und zu veröffentlichen. Die »8 Schritte zur Nachhaltigkeitsstrategie« unterstützen Sie dabei, Nachhaltigkeit strategisch in Ihrem Unternehmen zu verankern.

2 Hinweise für CSRD-betroffene Unternehmen

Mit der Einführung der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) erweitert die Europäische Union die Verpflichtungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung erheblich. Ab 2025 sind bestimmte Unternehmen dazu angehalten, neben dem klassischen Finanzbericht auch umfassend über Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekte (ESG) zu berichten. Nach und nach wird der Kreis der Unternehmen, die das betrifft, ausgeweitet.

Unser Ansatz zielt darauf ab, fünf zentrale Ziele im Kontext der Einführung der CSRD zu erreichen:

- **Ressourcenengpässe vermeiden:** Effiziente Planung und kluge Priorisierung helfen, Überlastungen in Ihrer Organisation zu verhindern.
- **Potenzielle Chancen identifizieren:** Nachhaltigkeit ist mehr als nur regulatorische Erfüllung – sie bietet einzigartige Wettbewerbsvorteile.
- **Den bürokratischen Aufwand minimieren:** Mit unserem systematischen Ansatz erleichtern Sie sich die Arbeit in der Berichterstattung.
- **Eine Überforderung der Organisation verhindern:** Unsere Methodik ermöglicht eine schrittweise Integration von Nachhaltigkeit, ohne die Organisation zu überfordern.
- **Negative Folgen einer falschen Einführung abwenden:** Fehler bei der Umsetzung können zu Bußgeldern, Schadensersatzzahlungen und Reputationsverlusten führen. Mit einer fundierten Strategie lassen sich diese vermeiden.

Mit diesem Vorgehen bereiten wir Ihr Unternehmen nicht nur auf die Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen vor, sondern schaffen auch die Basis für eine nachhaltige und zukunftsfähige Entwicklung.

2.1 Anforderungen der CSRD

Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) bringt umfassende Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung mit sich. Unternehmen sind künftig verpflichtet, den CSR-Bericht als integralen Bestandteil des Lageberichts zu erstellen. Dabei muss der Bericht im digitalen **European Single Electronic Format (ESEF)** vorgelegt werden, um eine standardisierte und transparente Darstellung zu gewährleisten.

Ein zentrales Merkmal der CSRD ist die Gleichstellung von Nachhaltigkeits- und Finanzberichten. Dies unterstreicht die zunehmende Bedeutung von Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekten (ESG) für die strategische Unternehmensführung. Zudem ist eine externe Prüfung der Berichte verpflichtend. Zunächst erfolgt diese Prüfung mit **begrenzter Sicherheit (limited assurance)**, später wird sie auf das Niveau der **hinreichenden Sicherheit (reasonable assurance)** angehoben, um eine höhere Verlässlichkeit der Angaben sicherzustellen.

Die inhaltlichen Vorgaben für die Berichterstattung sind in den **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** festgelegt. Diese Standards definieren die Themen und Unterthemen, die in den Berichten abzudecken sind. Insbesondere spielen zwei grundlegende Standards eine zentrale Rolle:

- **ESRS 1:** Dieser Standard beschreibt die allgemeinen Anforderungen an die Erstellung und Darstellung der Informationen. Er gibt Unternehmen einen klaren Rahmen für die Struktur und Methodik ihrer Berichterstattung.
- **ESRS 2:** Er legt fest, welche Informationen Unternehmen auf einer allgemeinen Ebene offenlegen müssen. Hierzu zählen unter anderem grundlegende Angaben zur Unternehmensstrategie, Governance und wesentlichen Risiken im Kontext der Nachhaltigkeit.

Mit diesen Anforderungen bietet die CSRD einen klaren Leitfaden, um Nachhaltigkeitsaspekte strukturiert und nachvollziehbar zu dokumentieren und sie gleichwertig mit den finanziellen Kennzahlen in den Lagebericht zu integrieren.



Abb.: CSRD-Pflicht schnell prüfen – mit der »Checkliste Nachhaltigkeitsstrategie«. Quelle: MS Office

2.2 So prüfen Sie, ob Sie von der CSRD betroffen sind

Ihr Unternehmen ist von der CSRD betroffen, wenn mindestens zwei der folgenden drei Schwellenwerte erreicht oder überschritten werden:

- **Bilanzsumme:** mindestens 25 Millionen Euro
- **Nettoumsatzerlöse:** mindestens 50 Millionen Euro
- **Zahl der Beschäftigten:** mindestens 250

Der Nachhaltigkeitsbericht muss erstmals im Jahr 2026 veröffentlicht werden und bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2025. Diese zeitliche Vorgabe gibt Unternehmen die Möglichkeit, sich auf die neuen Anforderungen vorzubereiten und die notwendigen Prozesse zur Berichterstellung zu implementieren.

Tochter- und Verbundunternehmen sind im Normalfall von der Pflicht zur eigenständigen Berichterstattung ausgenommen. In der Regel können sie sich auf die Berichterstattung ihrer Muttergesellschaft stützen. Diese Regelung erleichtert es Unternehmensgruppen, die Anforderungen der CSRD effizient zu erfüllen, ohne unnötige Doppelarbeit zu verursachen.

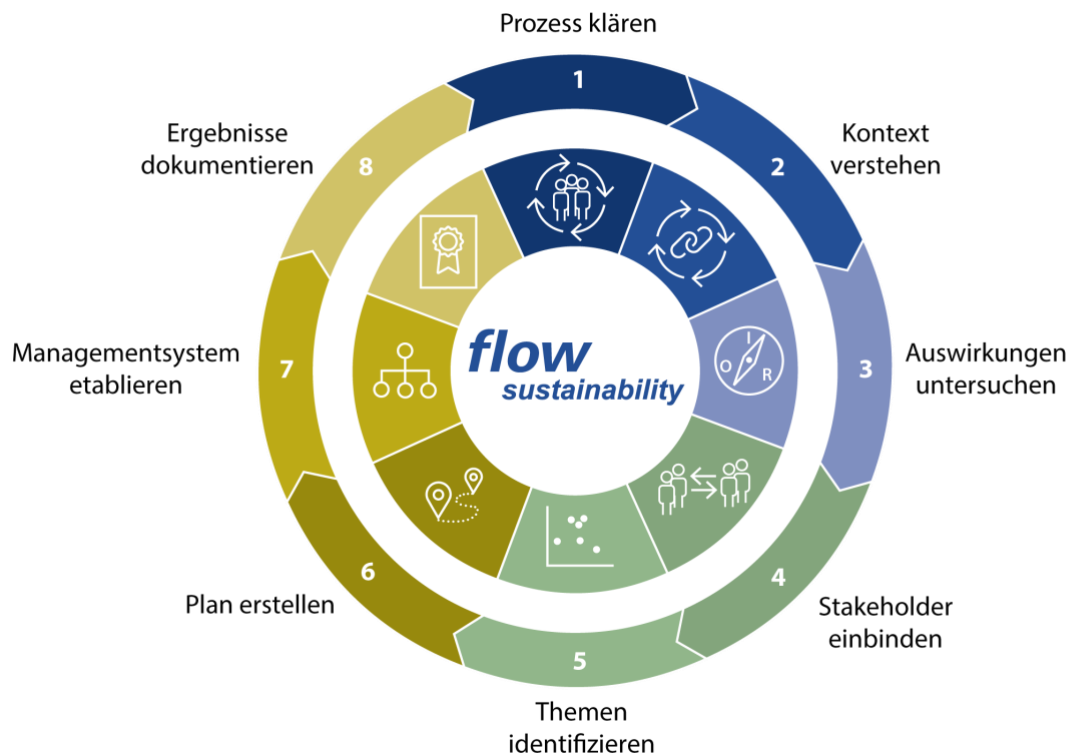


Abb.: In 8 Schritten Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln und umsetzen. Quelle: flow consulting

3 In 8 Schritten zur Nachhaltigkeitsstrategie

Die Entwicklung einer wirksamen Nachhaltigkeitsstrategie erfordert eine strukturierte Herangehensweise. Dieses Vorgehen hat sich auch unabhängig von einer CSRD-Verpflichtung bewährt.

1. Rollen und Prozesse klären

Im ersten Schritt werden die Verantwortlichkeiten im Unternehmen definiert. Es gilt, klare Rollen zuzuweisen und die Prozesse für die Entwicklung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie zu strukturieren.

2. Kontext verstehen

Eine fundierte Strategie basiert auf einem umfassenden Verständnis des Unternehmens und seiner Umwelt. In diesem Schritt wird beschrieben, wie das Unternehmen im Kontext ökologischer, sozialer und ökonomischer Faktoren agiert.

3. Auswirkungen, Chancen und Risiken untersuchen

Gemäß dem Prinzip der doppelten Wesentlichkeit werden sowohl die Auswirkungen des Unternehmens auf Umwelt und Gesellschaft als auch die potenziellen Risiken und Chancen analysiert, die sich aus externen Veränderungen ergeben.

4. Stakeholder einbinden

Die Interessen und Erwartungen relevanter Stakeholder – von Mitarbeitenden über Kunden bis hin zu Investoren – werden systematisch erfasst. Diese Analysen helfen, die Bedürfnisse aller Beteiligten in die Strategie einzubeziehen.

5. Daten auswerten und wesentliche Themen identifizieren

Die gesammelten Informationen werden ausgewertet, um die wesentlichen Themen zu bestimmen. Diese werden in einer Wesentlichkeitsmatrix dargestellt, die die Relevanz für das Unternehmen und die Erwartungen der Stakeholder visualisiert.

6. Plan erstellen, Ziele und Maßnahmen festlegen

Auf Basis der identifizierten Themen werden konkrete Ziele definiert und die dafür notwendigen Maßnahmen abgeleitet. Diese Ziele sollten SMART formuliert sein, also spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und terminiert.

7. Managementsystem etablieren

Ein nachhaltiges Managementsystem bildet die Grundlage für die Umsetzung der Strategie. Es ermöglicht die kontinuierliche Überwachung, Steuerung und regelmäßige Anpassung der Maßnahmen.

8. Ergebnisse dokumentieren und Zertifikate erwerben

Der Prozess wird mit der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts abgeschlossen. Dieser Bericht dokumentiert die Fortschritte und dient als Grundlage für Prüfungen und Audits, beispielsweise im Rahmen von Auszeichnungen und Gütesiegeln.



3.1 Rollen und Prozess klären

Die Verantwortung für den Nachhaltigkeitsbericht liegt bei der Geschäftsführung (GF). Sie ist dafür zuständig, Rollen und Verantwortlichkeiten klar zu definieren und die notwendigen Ressourcen für die Umsetzung bereitzustellen.

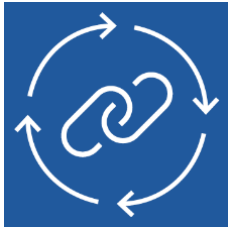
In der Regel beauftragt die Geschäftsführung eine Person, die als Nachhaltigkeitsbeauftragter fungiert. Diese Rolle wird häufig in Personalunion mit der Funktion des Umwelt- oder Qualitätsmanagementbeauftragten besetzt. Der oder die Beauftragte koordiniert die verschiedenen Aktivitäten und ist eine zentrale Ansprechperson für alle Beteiligten.

Für eine erfolgreiche Umsetzung ist eine enge Zusammenarbeit mit den Abteilungen **Finanzen / Controlling, Risikomanagement** sowie gegebenenfalls weiteren Fachbereichen unerlässlich. Der Grad der Einbindung weiterer Abteilungen hängt dabei von der Unternehmensgröße und der Komplexität der Wertschöpfungskette ab.

Die Teamgröße wird ebenfalls von der Unternehmensgröße und den spezifischen Anforderungen bestimmt.

Als Grundlage für die Strukturierung des Projektplans dienen die »8 Schritte zur Nachhaltigkeitsstrategie«. Diese Methode bietet nicht nur eine klare Orientierung, sondern entspricht auch den Anforderungen gängiger Vorschriften wie der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) und der EMAS-Zertifizierung.

Mit einer gut definierten Rollen- und Prozessstruktur können Unternehmen die Erstellung ihres Nachhaltigkeitsberichts effizient gestalten und sicherstellen, dass alle relevanten Aspekte berücksichtigt werden.



3.2 Kontext verstehen

Nach der Klärung der Rollen und Prozesse folgt der nächste Schritt: die möglichst vollständige Beschreibung des Unternehmens und seines Umfelds. Dieser Schritt besteht aus reiner **Desk Research** und hat das Ziel, ein umfassendes Verständnis für den eigenen Kontext zu entwickeln und so zum Nachhaltigkeitsexperten des Unternehmens zu werden.

Die Beschreibung des Unternehmens erfolgt idealerweise entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Rohstoffgewinnung über die Produktion bis hin zur Entsorgung oder Wiederverwertung. Dabei sollten nicht nur die Wertschöpfungsprozesse, sondern auch die Management- und Unterstützungsprozesse des Unternehmens sowie aller Zulieferbetriebe berücksichtigt werden.

Parallel dazu wird eine **Umweltanalyse** durchgeführt, beispielsweise in Form einer **PESTEL-Analyse**. Diese Analyse beleuchtet die politischen, ökonomischen, sozialen, technologischen, ökologischen und rechtlichen Rahmenbedingungen, die das Unternehmen beeinflussen.

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die detaillierte Beschreibung der **Stakeholder**. Dazu gehören sowohl interne als auch externe Interessengruppen sowie ihre jeweiligen Beziehungen zur Wertschöpfungskette. Dieses Verständnis hilft dabei, die Erwartungen und Anforderungen aller relevanten Akteure zu erfassen und in die weitere Strategieentwicklung einzubeziehen.

Mit diesem umfassenden Verständnis des Unternehmens und seines Umfelds wird eine solide Basis geschaffen, um die nachfolgenden Schritte der Nachhaltigkeitsstrategie fundiert und zielgerichtet umzusetzen.



3.3 Auswirkungen, Chancen und Risiken untersuchen

In diesem Schritt werden die Wechselwirkungen zwischen Ihrem Unternehmen und seiner ökologischen sowie sozialen Umwelt systematisch analysiert. Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis für alle relevanten Einflussfaktoren zu entwickeln, die für Ihre Nachhaltigkeitsstrategie von Bedeutung sind.

Um sicherzustellen, dass Ihre Strategie sowohl national als auch international mit geltenden Gesetzen und Vorschriften übereinstimmt, basiert diese Analyse auf dem Grundprinzip der

Doppelten Wesentlichkeit:

- **Inside-out-Perspektive:** Welche Auswirkungen hat das Unternehmen auf Umwelt und Gesellschaft? Beispielsweise könnten Produktionsprozesse den CO₂-Ausstoß erhöhen oder soziale Ungleichheiten fördern.
- **Outside-in-Perspektive:** Welche Auswirkungen haben soziale und ökologische Einflüsse auf die finanziellen Ergebnisse des Unternehmens? Dazu zählen etwa Risiken durch Klimawandel, Ressourcenknappheit oder gesellschaftliche Trends, die das Geschäftsmodell beeinflussen können.

Das Ziel dieser Analyse besteht darin, sämtliche Einflüsse, Chancen und Risiken zu erfassen. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage, um Ihre Nachhaltigkeitsstrategie auf die dringlichsten und wichtigsten Themen zu fokussieren.

Darüber hinaus können in den vorherigen Schritten (wie der Unternehmens- und Umweltbeschreibung) identifizierte Wissenslücken geschlossen werden. Dadurch wird sichergestellt, dass keine relevanten Aspekte übersehen werden und Ihre Strategie fundiert und zielgerichtet entwickelt wird.



3.4 Stakeholder einbinden

Stakeholder sind Individuen oder Gruppen, deren Interessen von den Aktivitäten eines Unternehmens betroffen sind oder potenziell betroffen sein könnten. Dazu zählen sowohl interne als auch externe Interessengruppen, die einen direkten oder indirekten Einfluss auf die Unternehmensstrategie und -entscheidungen haben.

Im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) ist die Einbindung von Stakeholdern vom Gesetzgeber vorgeschrieben. Ziel dieser Einbindung ist es, sicherzustellen, dass die wesentlichen Interessen der Stakeholder in der Unternehmensstrategie berücksichtigt werden. Dies trägt nicht nur zur Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben bei, sondern auch zur Steigerung der Akzeptanz und Wirksamkeit der Maßnahmen.

Zu den **internen Stakeholdern** zählen beispielsweise Mitarbeitende, Eigentümer oder der Betriebsrat. **Externe Stakeholder** umfassen unter anderem Kunden, Investoren und den Gesetzgeber. Die Analyse und Einbindung dieser Gruppen ist entscheidend, um ein umfassendes Bild der Erwartungen und Anforderungen zu erhalten.

Die Einbindung der Stakeholder kann sowohl qualitativ als auch quantitativ erfolgen. Mögliche Methoden sind:

- **Fragebögen**, um systematisch Informationen zu sammeln.
- **Interviews**, um tiefere Einblicke in die Perspektiven der Stakeholder zu gewinnen.
- **Workshops**, um einen aktiven Dialog zu fördern und gemeinsam Lösungen zu erarbeiten.

Durch eine fundierte Stakeholder-Analyse schaffen Sie eine wichtige Grundlage, um Ihre Nachhaltigkeitsstrategie gezielt auf die relevanten Interessen und Bedürfnisse auszurichten und somit langfristigen Erfolg zu sichern.



3.5 Daten auswerten und wesentliche Themen identifizieren

Nachdem Sie Ihr Unternehmen und dessen Umwelt umfassend analysiert, Wissenslücken systematisch geschlossen und die wichtigsten Stakeholder eingebunden haben, steht nun die Erstellung einer **Wesentlichkeitsmatrix** im Fokus.

Die Wesentlichkeitsmatrix ist ein zentrales Werkzeug, um die Nachhaltigkeitsthemen zu priorisieren, die für Ihr Unternehmen und seine Stakeholder von größter Bedeutung sind. Sie zeigt auf, welche Themen sowohl für Ihre Organisation als auch für Umwelt und Gesellschaft die höchste Relevanz besitzen. Diese Themen bilden den inhaltlichen Schwerpunkt Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie und ermöglichen es, gezielt auf die dringlichsten Herausforderungen einzugehen.

Aus den Erkenntnissen der Wesentlichkeitsmatrix leiten Sie den strategischen Fokus Ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten ab. Dabei ist es ratsam, die Ergebnisse Ihrer Analyse auch mit Ihren Stakeholdern zu besprechen. Dieser Schritt stärkt die Legitimation Ihrer Strategie und stellt sicher, dass die Perspektiven aller relevanten Interessengruppen angemessen berücksichtigt werden.

Mit dieser klaren Priorisierung schaffen Sie eine belastbare Grundlage für die weitere Umsetzung Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie und tragen dazu bei, sowohl gesetzliche Anforderungen als auch gesellschaftliche Erwartungen zu erfüllen.



3.6 Plan erstellen, Ziele und Maßnahmen festlegen

Der nächste Schritt bei der Implementierung Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie ist die Entwicklung konkreter Ziele und Maßnahmen. Sie wollen die Nachhaltigkeitswirkung Ihres Unternehmens verbessern und messbare Fortschritte erreichen.

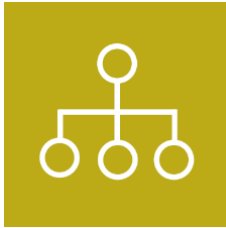
Für Unternehmen, die von den gesetzlichen Vorschriften der CSRD betroffen sind, ist dieser Schritt verpflichtend. Die Definition von Zielen und Maßnahmen basiert auf den zuvor identifizierten wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen und stellt sicher, dass diese priorisiert und systematisch angegangen werden.

Vorgehensweise:

1. **Wesentliche Themen identifizieren:** Nutzen Sie die Ergebnisse Ihrer Wesentlichkeitsmatrix, um die relevanten Schwerpunkte zu bestimmen.
2. **Ziele definieren:** Entwickeln Sie konkrete und messbare Ziele für die identifizierten Themen. Diese Ziele sollten idealerweise SMART formuliert sein (spezifisch, messbar, erreichbar, relevant, terminiert).
3. **Maßnahmen entwickeln:** Leiten Sie Maßnahmen ab, die zur Erreichung der definierten Ziele beitragen.

Das Ergebnis dieses Prozesses ist ein klarer **Fahrplan**. Dieser umfasst priorisierte Ziele, konkrete Maßnahmen und Meilensteine, die Ihnen Orientierung und Struktur geben. Zudem beinhaltet der Fahrplan klar definierte Verantwortlichkeiten sowie **Kennzahlen** die zur Überprüfung und Steuerung des Fortschritts dienen.

Mit diesem strukturierten Ansatz legen Sie den Grundstein für eine effektive und zielgerichtete Umsetzung Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie.



3.7 Managementsystem etablieren

Wenn Sie jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen oder gesetzlich dazu verpflichtet sind, empfiehlt es sich, die Berichterstattung als festen Prozess in Ihr bestehendes Managementsystem zu integrieren. Diese Integration erleichtert nicht nur die regelmäßige Berichterstellung, sondern auch die nachhaltige Entwicklung Ihres Unternehmens.

Für die nachhaltige Unternehmensführung stehen neben der **EMAS**-Verordnung weitere international anerkannte Normen zur Verfügung, an denen Sie sich orientieren können. Einige Beispiele sind:

- **ISO 9001:** Diese Norm für Qualitätsmanagementsysteme legt den Fokus auf die Produktqualität. Sie ist weltweit die am weitesten verbreitete Norm und bietet eine solide Grundlage, um das Managementsystem um Nachhaltigkeitsthemen zu erweitern.
- **ISO 14001:** Als Umweltmanagementsystem adressiert diese Norm Umweltaspekte, die auch in den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) berücksichtigt werden. Sie ist zudem in der EMAS-Verordnung integriert.
- **ISO 50001:** Diese Norm fokussiert sich auf das Energiemanagement und ist besonders relevant für Unternehmen mit hoher Energieintensität.
- **ISO 45001:** Diese Norm zielt auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz ab und unterstützt Unternehmen bei der Schaffung sicherer und gesunder Arbeitsbedingungen.

Durch die Nutzung dieser Normen können Sie bestehende Prozesse erweitern und systematisch um Nachhaltigkeitsaspekte ergänzen. Ein integriertes Managementsystem bietet die notwendige Struktur und Flexibilität, um den Anforderungen gerecht zu werden und kontinuierliche Verbesserungen zu erzielen.



3.8 Ergebnisse dokumentieren und Zertifikate erwerben

Eine gut durchdachte Nachhaltigkeitsstrategie sollte in Form eines Nachhaltigkeitsberichts veröffentlicht werden. Ein solcher Bericht bietet nicht nur Transparenz über die Fortschritte Ihres Unternehmens, sondern kann auch zu positiven Effekten auf das **Unternehmensimage** und die Markenbildung beitragen.

Basierend auf Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie können Sie sich als nachhaltiges Unternehmen zertifizieren lassen, etwa durch das europäische Umwelt-Gütesiegel **EMAS**. Diese Zertifizierung unterstreicht Ihr Engagement und bietet zusätzliche Glaubwürdigkeit gegenüber Stakeholdern.

Es wird empfohlen, die Nachhaltigkeitsstrategie jährlich zu aktualisieren und regelmäßig sowohl interne als auch externe Audits durchzuführen. Diese Audits gewährleisten die kontinuierliche Weiterentwicklung und Einhaltung der festgelegten Ziele und Maßnahmen.

Für Unternehmen, die gesetzlich dazu verpflichtet sind, einen Nachhaltigkeitsbericht in den (Konzern-)Lagebericht zu integrieren, ist eine jährliche externe Prüfung verpflichtend. Dies stellt sicher, dass die Berichterstattung den gesetzlichen Anforderungen entspricht.

Tipp: Planen Sie zunächst die Erstellung eines Übungsberichts ein. Dieser hilft, mögliche Lücken oder Unstimmigkeiten in der Strategie zu erkennen. Zudem können Sie die beteiligten Mitarbeitenden schulen und sicherstellen, dass Ihre Nachhaltigkeitsstrategie die bestmögliche Qualität aufweist, bevor der Bericht veröffentlicht oder geprüft wird.



Abb.: Nachhaltigkeitsberatung mit Checkliste. Quelle: MS Office

4 Ihre individuelle »Checkliste Nachhaltigkeitsstrategie«

Wir unterstützen Sie dabei, gewinnbringend, einfach und gesetzeskonform eine nachhaltige Strategie für Ihr Unternehmen zu entwickeln und umzusetzen.

Im Rahmen einer **kostenlosen und unverbindlichen Erstberatung** erarbeiten wir gemeinsam mit Ihnen Ihre individuelle »**Checkliste Nachhaltigkeitsstrategie**«. Diese dient als Grundlage, um Ihre Nachhaltigkeitsziele effektiv und effizient umzusetzen. Sie erhalten:

- **Konkrete Handlungsempfehlungen** für die Umsetzung der 8 Schritte Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie.
- **Erste Ressourcenplanung** für das Projekt, um Aufwand und Bedarf besser einschätzen zu können.
- Eine fundierte **Einschätzung der Chancen und Risiken**, die sich aus Ihrer Strategie ergeben werden.
- Einen ersten **Strategieentwurf** sowie einen **Projektfahrplan**, der Ihnen Orientierung gibt.
- **Tipps und Tricks**: Do's and Don'ts, die Ihnen helfen, häufige Fehler zu vermeiden und Ihre Strategie erfolgreich zu implementieren.

Legen Sie den Grundstein für eine nachhaltige und zukunftssichere Unternehmensstrategie.

Vereinbaren Sie jetzt einen Termin. Wie Sie nach der kostenlosen und unverbindlichen Erstberatung fortfahren, entscheiden Sie. Sie können die Checkliste allein umsetzen. Oder Sie kommen auf uns zu, wenn Sie sich mehr Unterstützung wünschen.

5 Kontakt

Ihre Berater zur Entwicklung und Umsetzung einer Nachhaltigkeitsstrategie



Frank Wippermann

Mitglied der Geschäftsführung

E-Mail: frank.wippermann@flow.de



Alexander von Bullion

Senior Consultant

E-Mail: alexander.vonbullion@flow.de

Anschrift

flow consulting gmbh

Spörckenstraße 89

D-29221 Celle

Germany

Kontakt

Telefon: +49 5141 740074

Telefax: +49 5141 740078

E-mail: mail@flow.de

Registereintrag

Eintragung im Handelsregister.

Registergericht: Amtsgericht Lüneburg

Registernummer: HRB 100979