

ZUKUNFTSFÄHIGKEIT FMCG-BRANCHE: ReSTAINABILITY- STATUS-QUO DER TOP 100 FMCG

#ProfitPlanetPeople
#BusinessForGood
#CourageousLeadership



STANTON CHASE

Nürnberg, 2023-07-12



WARUM ReSTAINABILITY?

„ Ein sozial und ökologisch verantwortungsvolleres Modell ist der einzige Weg, um langfristige Renditen zu sichern.

Paul Polman

CEO Unilever 2008-2019,
SGD / Sustainable Development Goals Advocate (Emeritus),
Co-Autor “Net Positive: how courageous companies thrive by giving more than they take”
und viele andere “ReSTAINABILITY”-Mandate



TOP 100 FMCG ReSTAINABILITY-STUDIE

INHALT

- A** Wer sind wir?
- B** Was ist ReSTAINABILITY? Und warum steigt der Druck auf FMCG (und Handel)?
- C** Wie bewerten wir den ReSTAINABILITY-Status & Handlungsbedarf für die Top 100 FMCG in Deutschland?
- D** Was müssen Sie tun? So machen wir Sie zum profitablen ReSTAINABILITY-Spitzenreiter!
- E** Wie erreichen Sie uns?



WER SIND WIR?



Weissman & Cie.

**HERAUSGEBER + PROJEKTLEITUNG
FOKUS: STRATEGIE- +
KOMMUNIKATIONSBEWERTUNG**

Als **Weissman & Cie.** sind wir auf die **Beratung von Familienunternehmen** spezialisiert und selbst ein Familienunternehmen, dass in zweiter Generation von Moritz Weissman geführt wird. Seit über 30 Jahren sind wir dem Ziel verschrieben, die Zukunftsfähigkeit und den langfristigen Erfolg von Familienunternehmen zu sichern und sie spürbar vorwärts zu bringen. Dabei greifen Strategieberatung, Organisations- und Kulturentwicklung ineinander.

Wir verstehen gesellschaftlich (**Responsibility**), ökologisch (**Sustainability**) und finanziell nachhaltige Unternehmensführung (**Healthy Growth**) als einen strategischen Dreiklang, der Wettbewerbsvorteile generiert. Entsprechend begleiten wir Familienunternehmen, wenn es darum geht ReSTAINABILITY als Motor für Wachstum zu entwickeln und umzusetzen. Unsere vier Kernbereiche in Kontext von ReSTAINABILITY sind: **ReSTAINABILITY Knowledge Infusion, ReSTAINABILITY Readiness Analysis, ReSTAINABILITY Business Future Shaping and Backcasting (Transformation Framework), ReSTAINABILITY Transformation.**



**CO-HERAUSGEBER
FOKUS: CO₂e-BEWERTUNG**

Die gemeinnützige und internationale Organisation myclimate sieht sich als Partnerin für wirksamen Klimaschutz. Gemeinsam mit Akteuren aus der Wirtschaft sowie Privatpersonen gestalten wir mit einem ganzheitlichen Angebot von **Beratung, Bildung und eigenen Klimaschutzprojekten** die Zukunft der Welt.

In der Beratung bieten wir u. a. individuelle Branchenlösungen und Klimastrategien für Unternehmen an. Unsere handlungsorientierten **Bildungsangebote** ermutigen jede und jeden, einen Beitrag für unsere Zukunft zu leisten. Die weltweiten myclimate **Klimaschutzprojekte** treiben messbar den globalen Klimaschutz voran und leisten einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung vor Ort.

STANTON CHASE

**CO-HERAUSGEBER
FOKUS: INHALTLICHE BEGLEITUNG**

Stanton Chase wurde 1990 gegründet und ist eines der **führenden, globalen Unternehmen für Executive Search.**

Wir arbeiten mit Practice Groups, die auf bestimmte Branchen fokussiert sind und jeweils von einem globalen Teamleiter geführt werden. Wir sind überall auf der Welt, wo unsere Kunden uns brauchen, damit wir sowohl **globale Perspektiven als auch lokale Einblicke bieten können.**

Unsere drei Kernbereiche sind: Executive Search, Executive Assessment und Board Services. Mit unserer Practice Group ESG beraten wir Entscheider bei der Besetzung der passenden Köpfe zur Erreichung einer auf Nachhaltigkeit fußenden Unternehmenstransformation.



WAS IST ReSTAINABILITY?

Und warum steigt der Druck
auf FMCG (und Handel)?

ReSTAINABILITY IST MEHR ALS EINE WORTKOMPOSITION

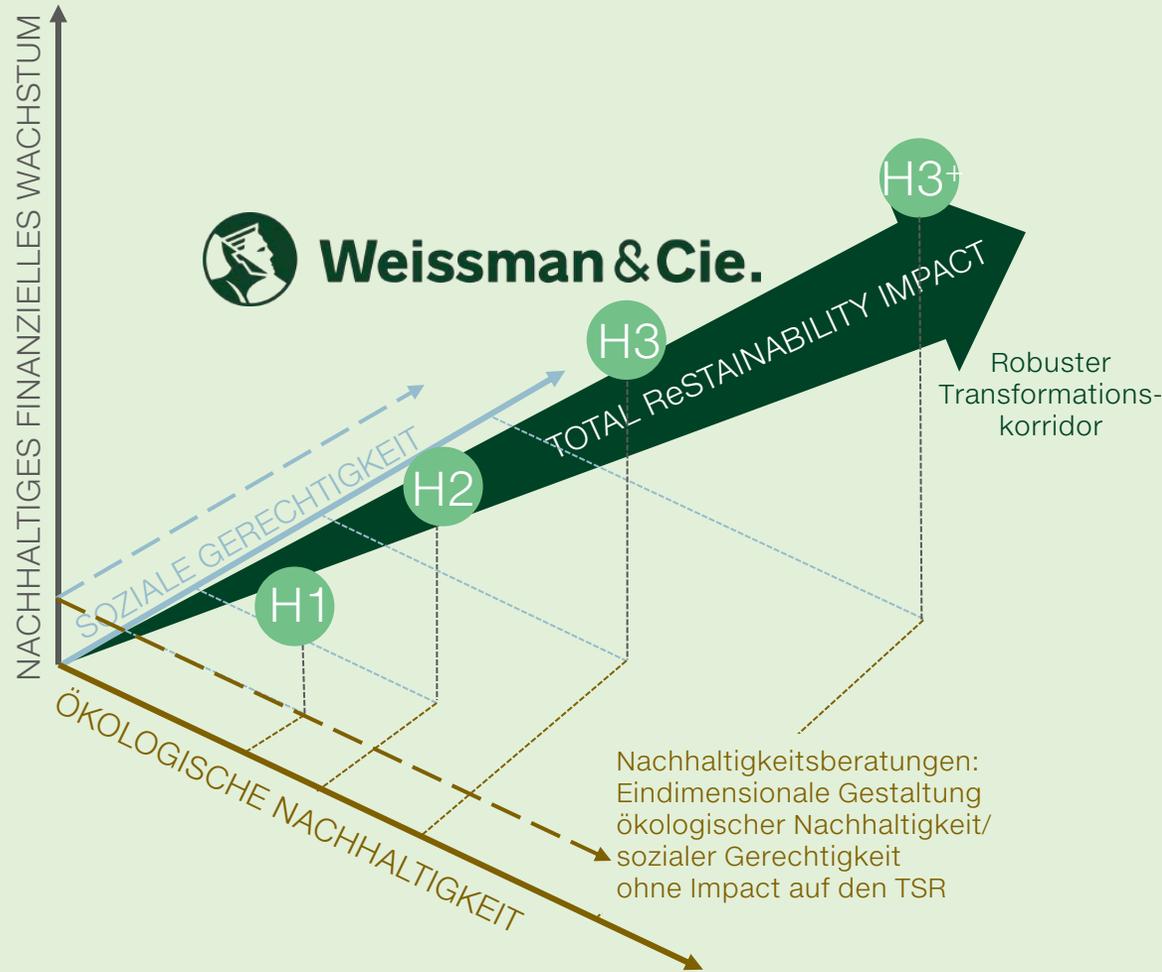
Disruptive technologische, gesellschaftliche und kulturelle Veränderungen sowie der Wandel in den Unternehmen bedingen eine ständige **Erneuerungsfähigkeit**. Hinzu kommt, dass die **Zukunftsfähigkeit von Unternehmen** massiv durch gesellschaftliche Verantwortung und ökologische Nachhaltigkeit geprägt ist.

Entsprechend müssen Unternehmen heute und in Zukunft sowohl normativ als auch strategisch und operativ ReSTAINABLE sein.

ReSTAINABILITY ist somit der Motor für gesundes Wachstum und ein Instrument, um die eigene Unternehmenszukunft zu gestalten und nicht von ihr gestaltet zu werden.

ReSTAINABILITY i. w. S. umfasst dabei die Erneuerungsfähigkeit von Unternehmen (**Renewability**), ihr Vermögen gesellschaftliche Verantwortung (**Responsibility**) und ökologische Nachhaltigkeit (**Sustainability**) in die Strategie zu integrieren und dies umzusetzen sowie gleichzeitig die Gabe gegenüber allen Stakeholdern verlässlich und vertrauenswürdig zu sein (**Reliability**).

ReSTAINABILITY: PROFIT + PLANET + PEOPLE – DER HEBEL FÜR NACHHALTIGES FINANZIELLES WACHSTUM



Planungshorizonte / Wirkungen:

- H1** Erhöhtes Ergebnis-Risiko
- H2** Überwiegend nicht negative Wirkung
- H3** Neutrale Wirkung auf People & Planet
- H3+** Positive Wirkung auf People & Planet

ReSTAINABILITY i. e. S. IST EIN HANDLUNGSPRINZIP zum Umgang mit Menschen (**RESPONSIBILITY**) und zur Nutzung von Ressourcen (**SUSTAINABILITY**) unter gleichzeitiger Beachtung

- ... der dauerhaften Bedürfnisbefriedigung der Kundenwünsche (**PROFIT**)
- ... der Bewahrung der natürlichen Regenerationsfähigkeit der Ökosysteme (**PLANET**)
- ... des ethisch verantwortungsvollen Umgangs mit allen Stakeholdern (**PEOPLE**).

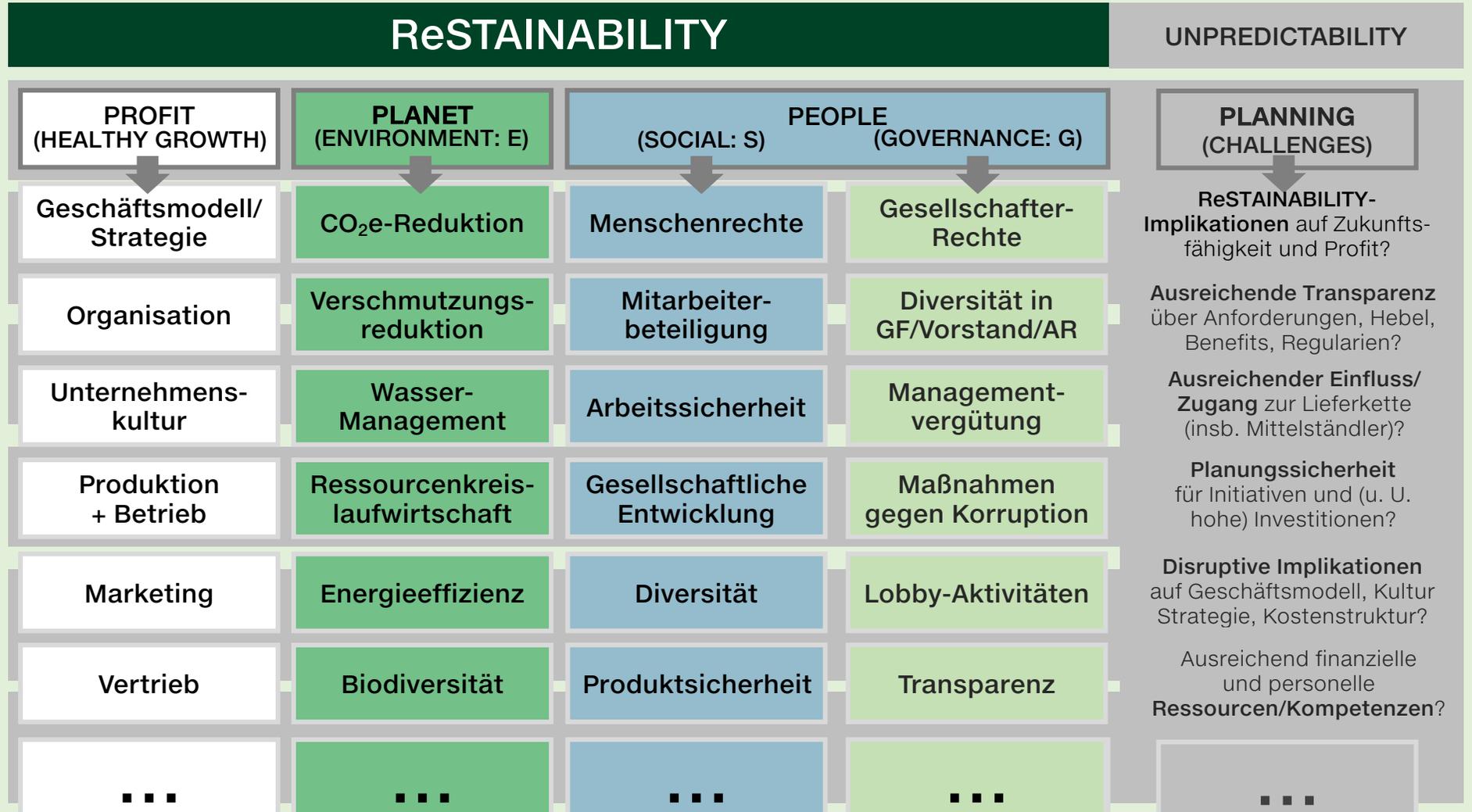
ReSTAINABILITY TRANSFORMATION i. e. S. nutzt integriert ...

- ... die unternehmensfokussierten Metatools des Deutschen Ethik Index (**RESPONSIBILITY**)
- ... das normative Future Fit Framework der Vereinten Nationen (**SUSTAINABILITY**)

ReSTAINABILITY i. e. S. IST EIN WACHSTUMSKONZEPT, ...

... das den **TOTAL ReSTAINABILITY IMPACT** (gesamter gesellschaftlich-ökologischer Nutzen eines Unternehmens für die Gemeinschaft) optimiert, um dadurch **NACHHALTIG FINANZIELLES WACHSTUM** zu entwickeln.

ReSTAINABILITY STELLT UNTERNEHMEN VOR KOMPLEXE HERAUSFORDERUNGEN



BSP. CO₂: KONSUMGÜTER MIT 47% ANTEIL IM FOKUS – HOHE ERWARTUNGEN DER KONSUMENTEN

VERURSACHER VON CO₂-EMISSIONEN

+ kritische Lieferketten, Einkauf in Entwicklungsländern

Wohnen 2,2 t CO ₂ e	20 %
Strom 0,5 t CO ₂ e	5 %
Mobilität 2,2 t CO ₂ e	20 %
Ernährung 1,7 t CO ₂ e	16 %
Sonstiger Konsum 3,4 t CO ₂ e	31 %
Öffentliche Infrastruktur 0,8 t CO ₂ e	8 %



Quelle: Umweltbundesamt (2022)

KONSUMENTEN ERWARTUNG

„Konsumenten sehen Hersteller in der Verantwortung. Fragt man sie, wer für die Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft verantwortlich ist, belegt der Sektor Hersteller und Industrie Platz eins, dicht gefolgt von Politik und Handel.“

Studie ECC Köln, 2023

DER ReSTAINABILITY-DRUCK STEIGT ZUNEHMEND WEITER

76 %

der Kunden sind bereit, keine Produkte von Unternehmen mehr zu kaufen, die nicht nachhaltig sind, ihre Arbeiter nicht sozial verantwortungsvoll behandeln oder der Gemeinschaft schaden

0,15 %

aller deutschen Unternehmen gelten als sozial verantwortlich und ökologisch nachhaltig

39 %

der Generation Y + Z wählen ihren zukünftigen Arbeitgeber nach ethischen Gesichtspunkten aus

80 %

der deutschen Unternehmen haben gesellschaftliche Verantwortung und ökologische Nachhaltigkeit nicht in ihrer Unternehmens- und Geschäftsstrategie integriert

35 %

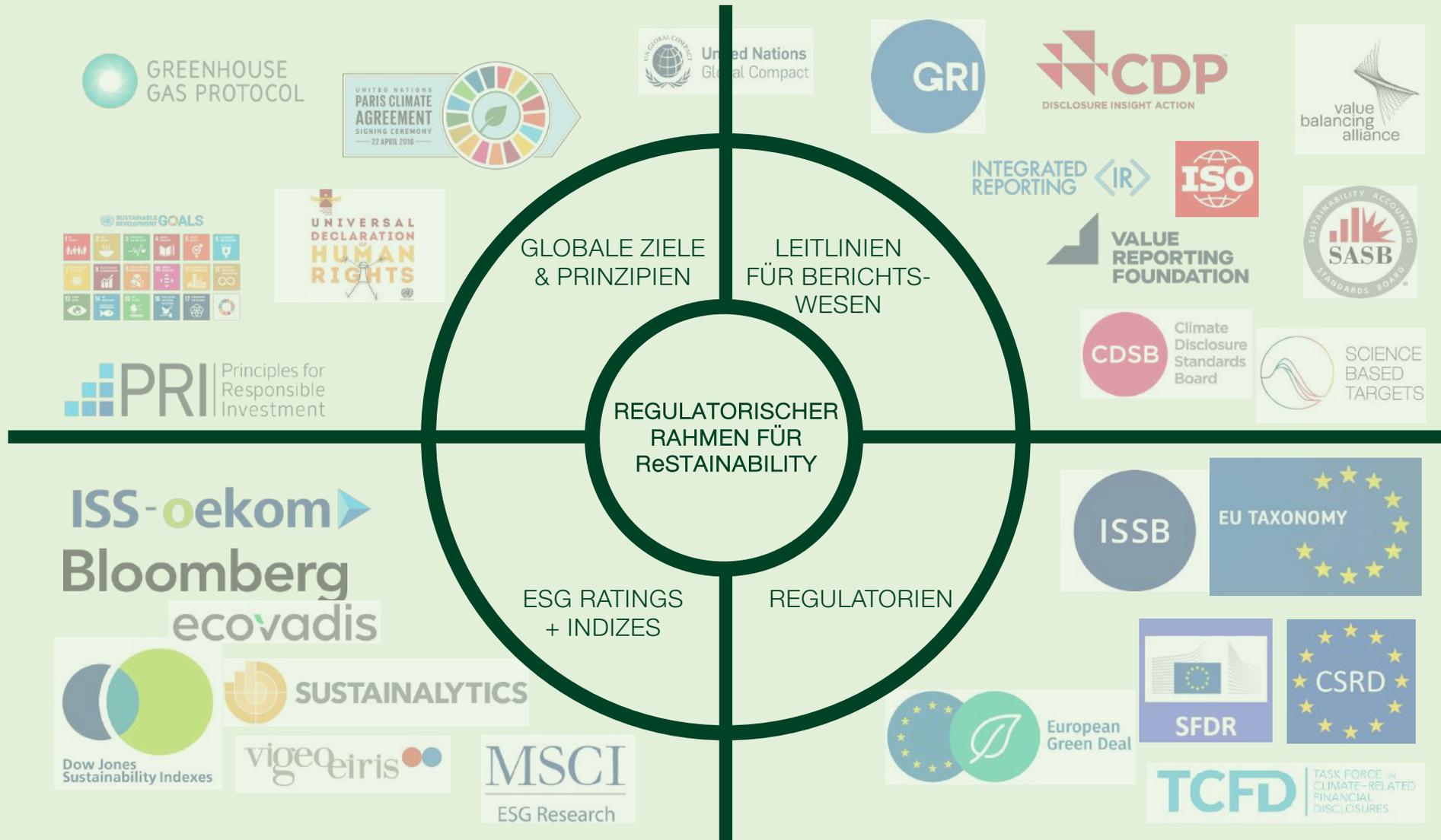
der Kunden sind bereit 25 % mehr für nachhaltige und sozial gerechte Produkte zu bezahlen

75 %

der deutschen Unternehmen sehen gesellschaftliche Verantwortung und ökologische Nachhaltigkeit als strategischen Wettbewerbsvorteil an



DER NORMATIVE UND GESETZLICHE RAHMEN FÜR ReSTAINABILITY VERSCHÄRFT SICH





WIE

BEWERTEN WIR DEN ReSTAINABILITY-STATUS

& Handlungsbedarf für die
Top 100 FMCG in Deutschland?

DIE STUDIE WURDE DURCH ReSTAINABILITY- UND SOCIAL-MEDIA-EXPERTEN 2023 ERSTELLT – UNTERSUCHUNGSVORGEHEN (1/2)

Fokus/ Charakter

- **Top 100 FMCG-Lieferanten** des deutschen LEH 2022 gemäß Lebensmittel Zeitung
- Total > 80 Mrd. € Umsatz in Deutschland und > 800 Mrd. € weltweit
- **Outside-in-Studie:** Im Rahmen der Studie flossen nur öffentlich zugängliche Informationen ein. Entsprechend kann der unternehmensinterne vom extern ermittelten ReSTAINABILITY-Status-quo abweichen

Zeitraum

- Dez. 2022 – Mär. 2023

Kernfragen

- Wie wird ReSTAINABILITY in Vision, Mission, Unternehmenszweck, Strategie und Zielen verankert? (**Rubrik: Strategie**)
- Wie transparent ist das Berichtswesen über ReSTAINABILITY-Themen? (**Rubrik: Umsetzung**)
- Wie stark ist die bezahlte, selbst produzierte vs. der von Nutzern generierten Kommunikation zu ReSTAINABILITY? (**Rubrik: Strategische Kommunikation**)
- Reichen die Unternehmensziele aus, um politisch gesetzte Ziele wie den „EU Green Deal 2050“ oder das deutsche Klimaneutralitätsziel 2045 zu erfüllen? (**Rubrik: Perspektive**)

DIE STUDIE WURDE DURCH ReSTAINABILITY- UND SOCIAL-MEDIA-EXPERTEN 2023 ERSTELLT – UNTERSUCHUNGSVORGEHEN (2/2):

Methode
+
Quellen



Presse

- **1. Rubriken Strategie, Umsetzung, Perspektive (0-15 Punkte):** Outside-in-Experten-Desk-Research mit strukturierter qualitativer ReSTAINABILITY-Bewertung. Quellen: Homepages der deutschen Unternehmen und ggf. Homepages der Konzerne, CSR-Berichte
- **2. Rubrik Strategische Kommunikation (0-10 Punkte):**
 - Quartal 4/2022 für die bezahlte, selbst produzierte Kommunikation (sog. „Owned Channel Content“) in Facebook, Instagram, LinkedIn, mit manuellem Content Screening, Kategorisierung und Auswertung von > 5.000 Posts
 - Quartale 1-4/2022 für die von Nutzern generierte Kommunikation (sog. „Earned Social Buzz Content bzw. Social Listening“) durch „Brandwatch Analytics“, automatisierte Schlüsselwort-Abfrage, Kategorisierung und manuelle Auswertung von Stichproben mit > 4.000 relevanten Erwähnungen
 - Quartale 1-4/2022 für Online-Presse-Auswertung durch „Brandwatch Analytics“, automatisierte Schlüsselwort-Abfrage, Kategorisierung und manuelle Auswertung einer Stichprobe mit > 5.000 relevanten Erwähnungen
- **Aus 1. und 2.: ReSTAINABILITY Readiness Score (0-25 Punkte).** Diese Gesamtpunktzahl wird zum segmentspezifischen CO₂-Risikoprofil ins Verhältnis gesetzt, um Handlungsbedarfe aus externer Sicht zu identifizieren. Das CO₂-Risikoprofil wird unternehmensindividuell bewertet als Durchschnittswert der jeweils in einer Produktkategorie ausgestoßenen CO₂-Äquivalente in Kilogramm bezogen auf je 1 Kilogramm des hergestellten Produktes.

UNTERSUCHUNGSGRUPPE: DIE TOP 100 FMCG DES LEBENSMITTELEINZELHANDELS

Oetker + Ferrero + Unternehmensgruppe Theo Müller + DMK Deutsches Milchkontor + Tönnies Lebensmittel + Tchibo + Coca-Cola + Landgard Nestlé + Procter & Gamble + Mars + PHW-Gruppe (Wiesenhof) + Westfleisch + Südzucker-Gruppe + Vion Food Group + Unilever + Beiersdorf + Henkel + L'Oréal + Essity + Harry Brot + Greenyard + Arla Foods + FrieslandCampina + Rothkötter + Mondelez + Danone Group + August Storck + Jacobs DouweEgberts JDE-Peets + Hochwald Molkerei + Müller Fleisch Gruppe + Rotkäppchen-Mumm + Melitta + Krüger + Alois Dallmayer + Danish Crown + Haribo + Lactalis + Krombacher-Gruppe + Ornu / Kerrygold + Intersnack Gruppe/Felix + Wernsing + Bell Deutschland + Fruchthof Nagel + Nordzucker + Coty + Meggle + Ammerland + Sprehe Gruppe + Lindt & Sprüngli + Bitburger Braugruppe + Red Bull + Refresco + GoodMills Deutschland + Hochland + Heidemark + GSK Consumer Healthcare + Dalli Werke + Plukon Food Group + Reckitt Benckiser + Molkerei Bauer + Paulaner Brauerei Gruppe + Molkerei Gropper + Henry Lambertz + Wepa. + AB-InBev + Hipp + Aryzta + Laurens Spethmann + Colgate Palmolive + Pfeifer & Langen + apetito AG + Zentis + PepsiCo + BMI eG + The Family Butchers + Frischli Milchwerke + Savencia (Bongrain) + Lieken + Aayerland eG + Ehrmann + Sodastream + Pernod Ricard + Deutsche See + Sanlucar + Frosta + Nomad / Iglo + Andros Deutschland + Hassia Gruppe + Fyffes + Veltins + Zott + Johnson & Johnson Consumer Health + Barilla + Fuchs Gruppe + Alfred Ritter + Baronie + Bonduelle + Carlsberg + Riha Richard Hartinger

**Umsätze
Deutschland
2021:**

**∑ 100:
80 Mrd. €**

**>10 Mrd. €:
20**

**1->10 Mrd. €:
49**

**>1 Mrd. €:
31**

FMCG BEKENNEN SICH ÜBERWIEGEND ZU ReSTAINABILITY, ABER MIT NACHHOLBEDARF

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

- Über 80 der TOP 100 FMCG-Unternehmen haben sich in vielen Aspekten zu den **Herausforderungen der ReSTAINABILITY** bekannt.
- **8 Konzerne**, aber auch **2 Mittelständler** unter den Top 10 sind auf **Pionier-Kurs**.
- Die **39 Markenartikler** sind mit einem **ReS Score** von **13,2** den **HaMa-Lieferanten** mit **8,5** deutlich voraus.
- Ca. **30 FMCG** haben **akuten Handlungs- und Nachholbedarf**, darunter wenige Zweifler, die noch grundsätzlich zu überzeugen sind.
- Die **Varianz in Qualität und Transparenz der Nachhaltigkeitsberichte** ist **sehr hoch**.
- **Nur 30 FMCG** veröffentlichen jedes Jahr (mindestens für 2017–21), **29 haben keinen einzigen Nachhaltigkeitsbericht** in den letzten 5 Jahren veröffentlicht; das restliche Drittel veröffentlicht unregelmäßig.
- **12 Pioniere** geben an, ganz oder in signifikanten Unternehmensteilen „**klimaneutral**“ (unscharf!) zu sein.
- **31 FMCG** bekennen sich zu einem Ziel der **CO₂-Neutralität** zw. 2025 und 2050.
- **Reine Marken-Hersteller** sind beim Thema **Integration von ReSTAINABILITY in ihre Strategie** **deutlich** weiter als Handelsmarken-Hersteller.
- „**Made in Germany**“ gleich **gesellschaftlich verantwortungsvoll und ökologisch nachhaltig? Eher nicht!** Internationale FMCG geben den Ton an beim Thema ReSTAINABILITY.
- Generationen übergreifendes Denken gleich gesellschaftlich verantwortungsvoll und ökologisch nachhaltig? **Vorreiter beim Thema ReSTAINABILITY sind große (internationale) Konzerne – nicht Familienunternehmen!**
- Größe ist bei der Integration von ReSTAINABILITY in die Strategie nicht immer entscheidend. **Auch Mittelständler können Benchmarks setzen.**



Weissman & Cie.



STANTON CHASE

TOP 10: 8 KONZERNE UND 2 MITTELSTÄNDLER – 30 FMCG MIT AKUTEM HANDLUNGSBEDARF

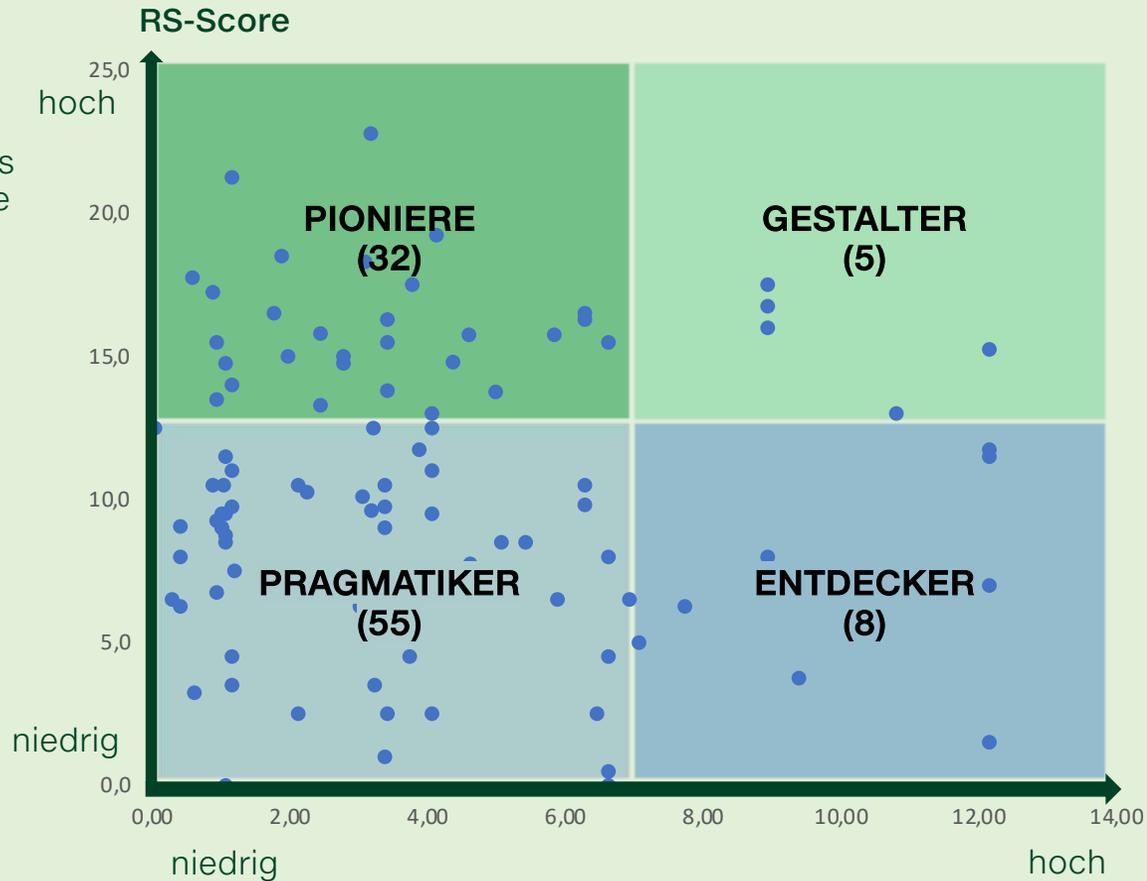
WEISSMAN ReSTAINABILITY-MATRIX DER TOP 100 FMCG

ReSTAINABILITY READINESS

Status quo des Einklangs von Profit, Planet, People – WIE ZUKUNFTSFÄHIG SIND SIE?

TOP 10 FMCG

AB-InBev
Coca-Cola
Danone
Friesland Campina
Krombacher
Mars
Nestlé
P&G
Ritter
Unilever



myclimate : CO₂e in [kg] je Produktkategorie in [kg]
shape our future

ReSTAINABILITY BUSINESS FUTURE

Zukünftige Bedeutung von ReSTAINABILITY (und Megatrends) – GESTALTEN SIE IHRE ZUKUNFT ODER GESTALTET DIE ZUKUNFT SIE?

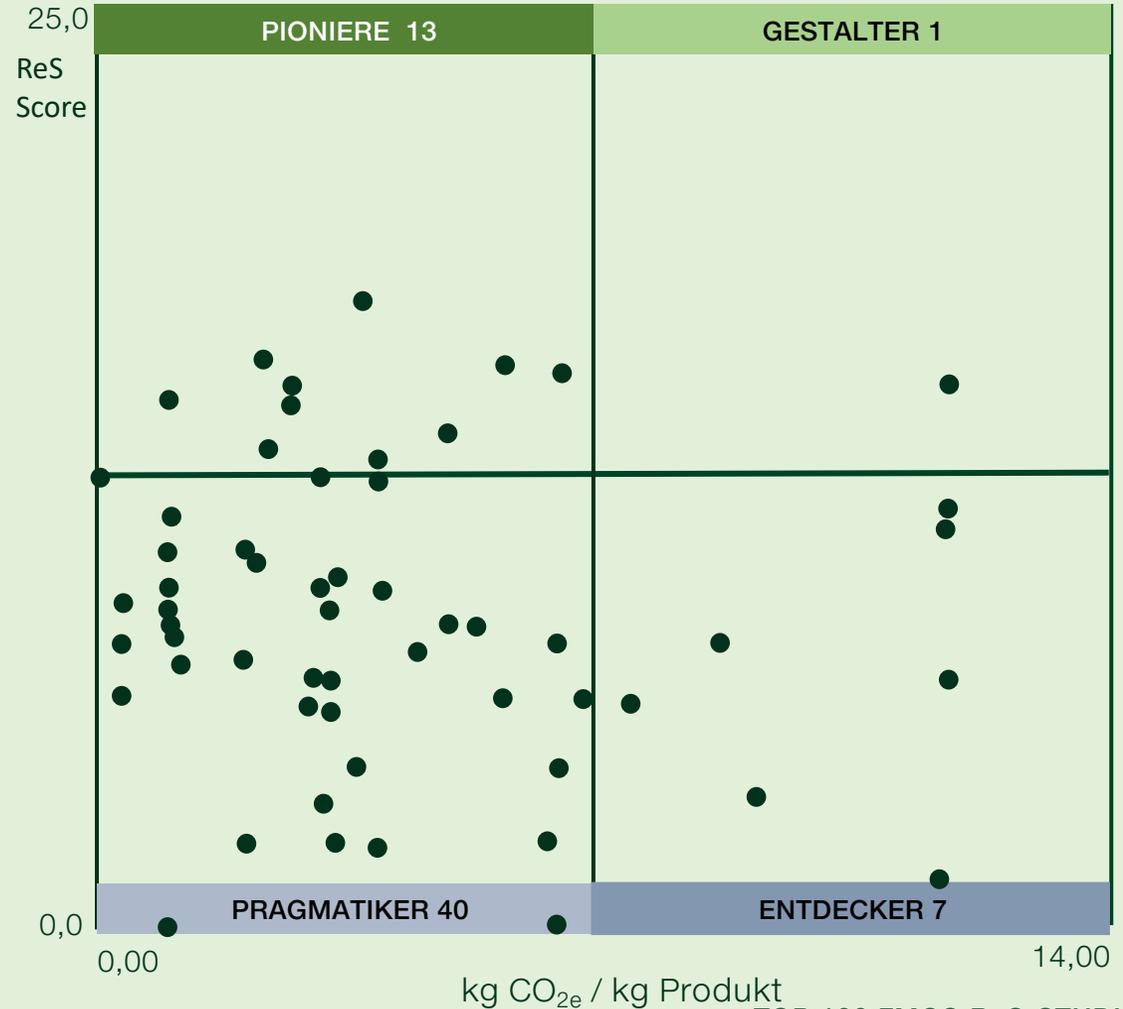
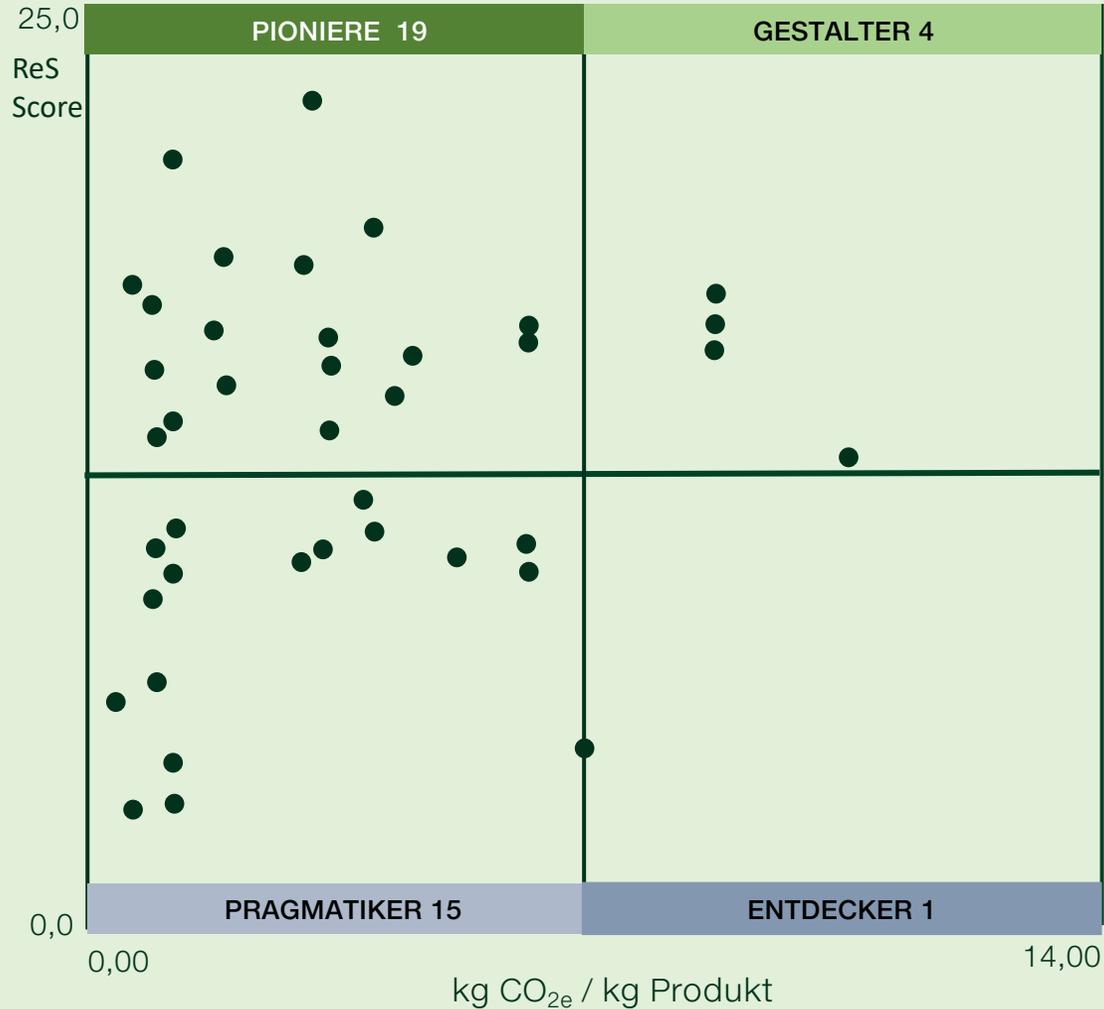
#MARKEN MACHEN MEHR? VOR ALLEM GROSSE INTERNATIONALE MARKEN LEGEN VOR

REINE MARKEN-HERSTELLER (39)

∅ ReS Score: 13,2

HYBRID- UND HAMA-HERSTELLER (61)

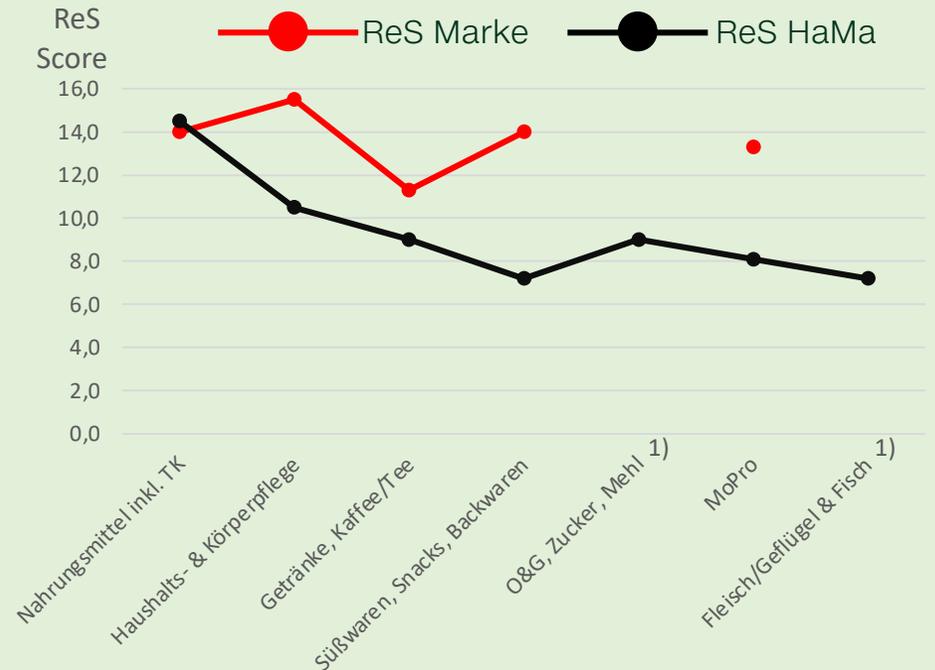
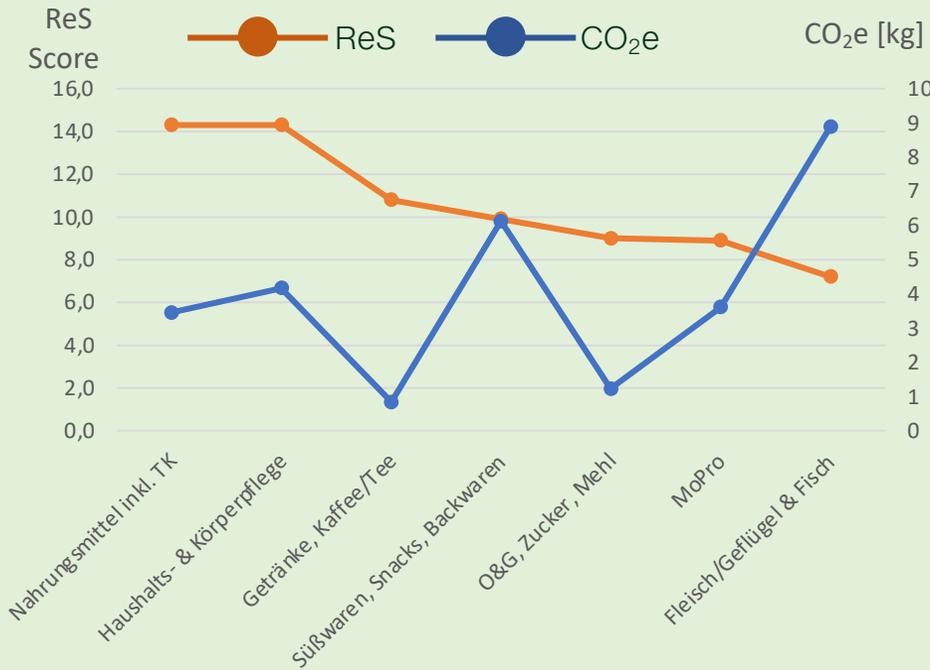
∅ ReS Score: 8,5





ReSTAINABILITY READINESS UNTERSCHIEDET SICH STARK NACH KATEGORIE/MARKE/HAMA

ReSTAINABILITY-READINESS NACH KATEGORIEN [Score 0-25]



- ▶ Im Verhältnis zum CO₂e-Ausstoß größte Handlungsbedarfe für
 - Fleisch/Geflügel/Fisch
 - Süßwaren/Snacks/Backwaren
 - MoPro

- ▶ Marken mit i. d. R. deutlich höherem ReS-Score als HaMa-Hersteller in fast allen Kategorien

1) Kategorie ohne reine Marken-Hersteller in TOP 100

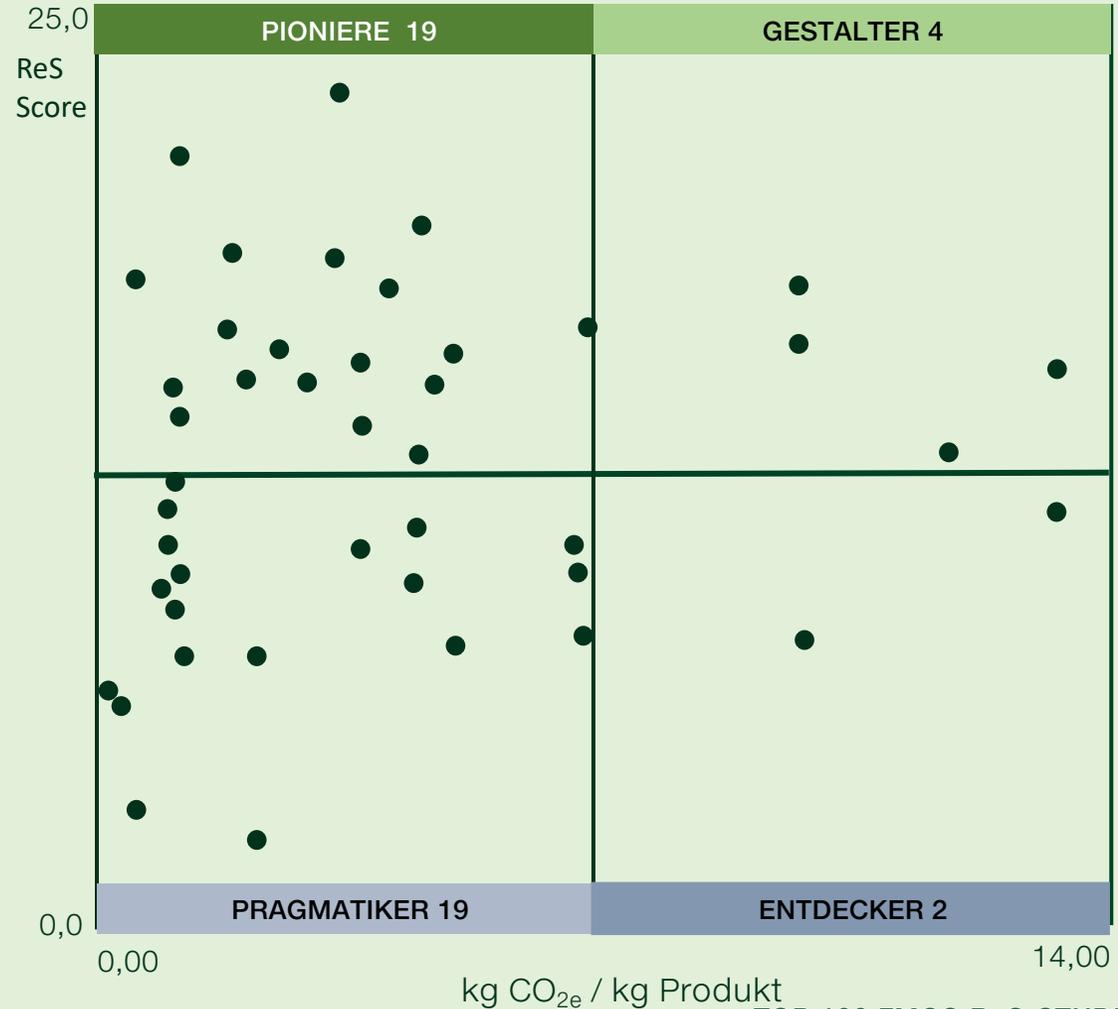
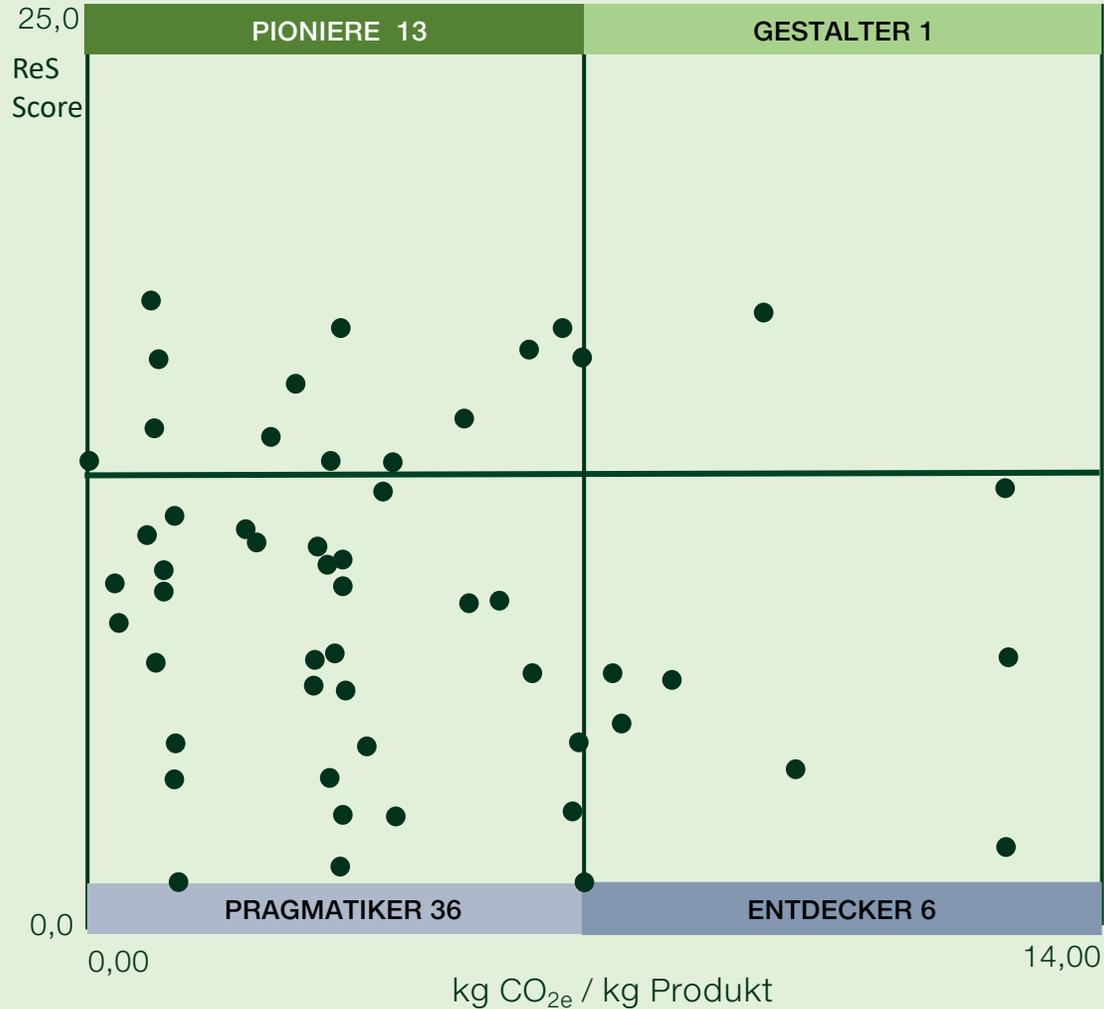
#„MADE IN GERMANY – „ReSTAINABLE“? INTERNATIONALE (GROSSE) FMCG GEBEN DEN TON AN

DEUTSCHE FMCG (56)

Ø ReS Score: 8,6

INTERNATIONALE FMCG (44)

Ø ReS Score: 12,6



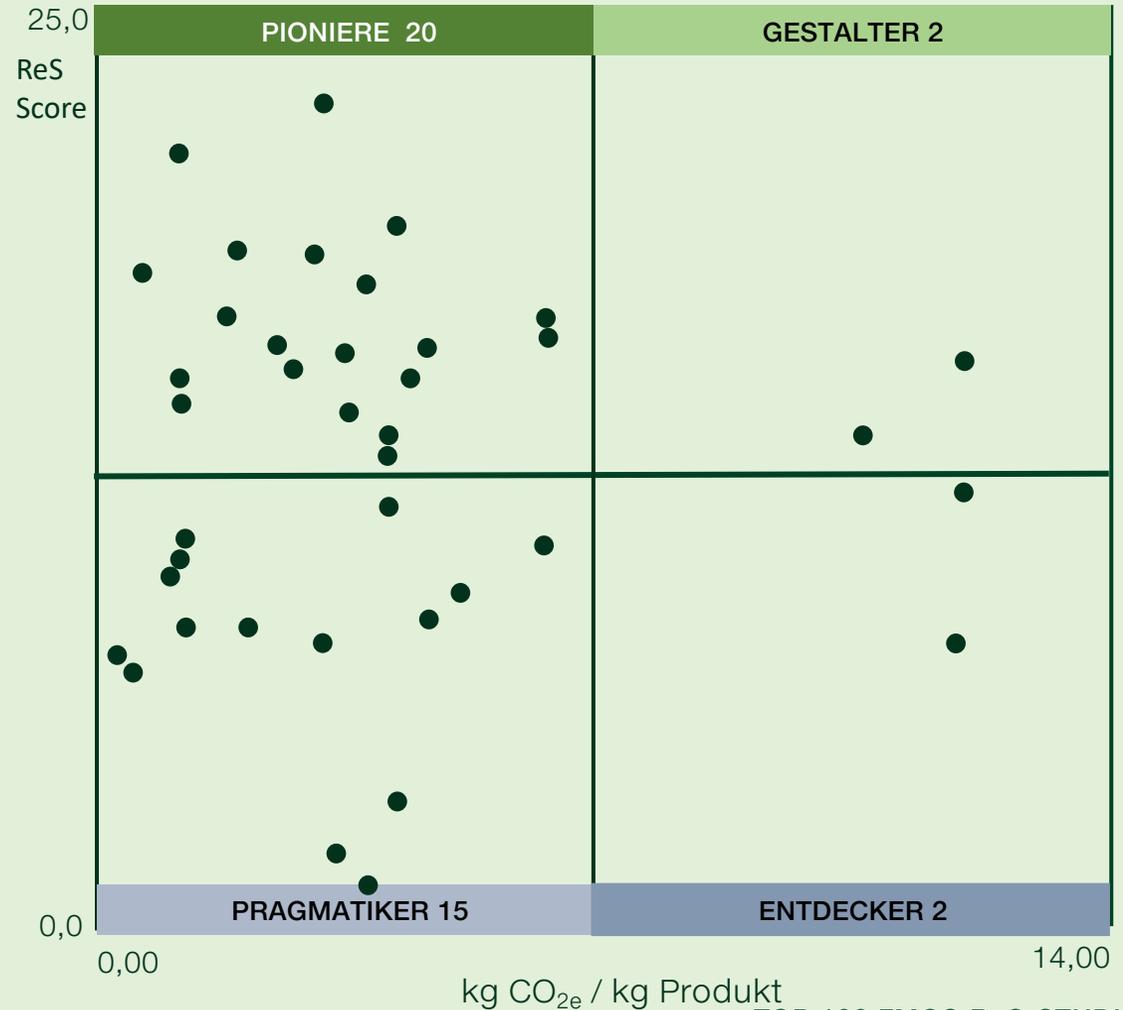
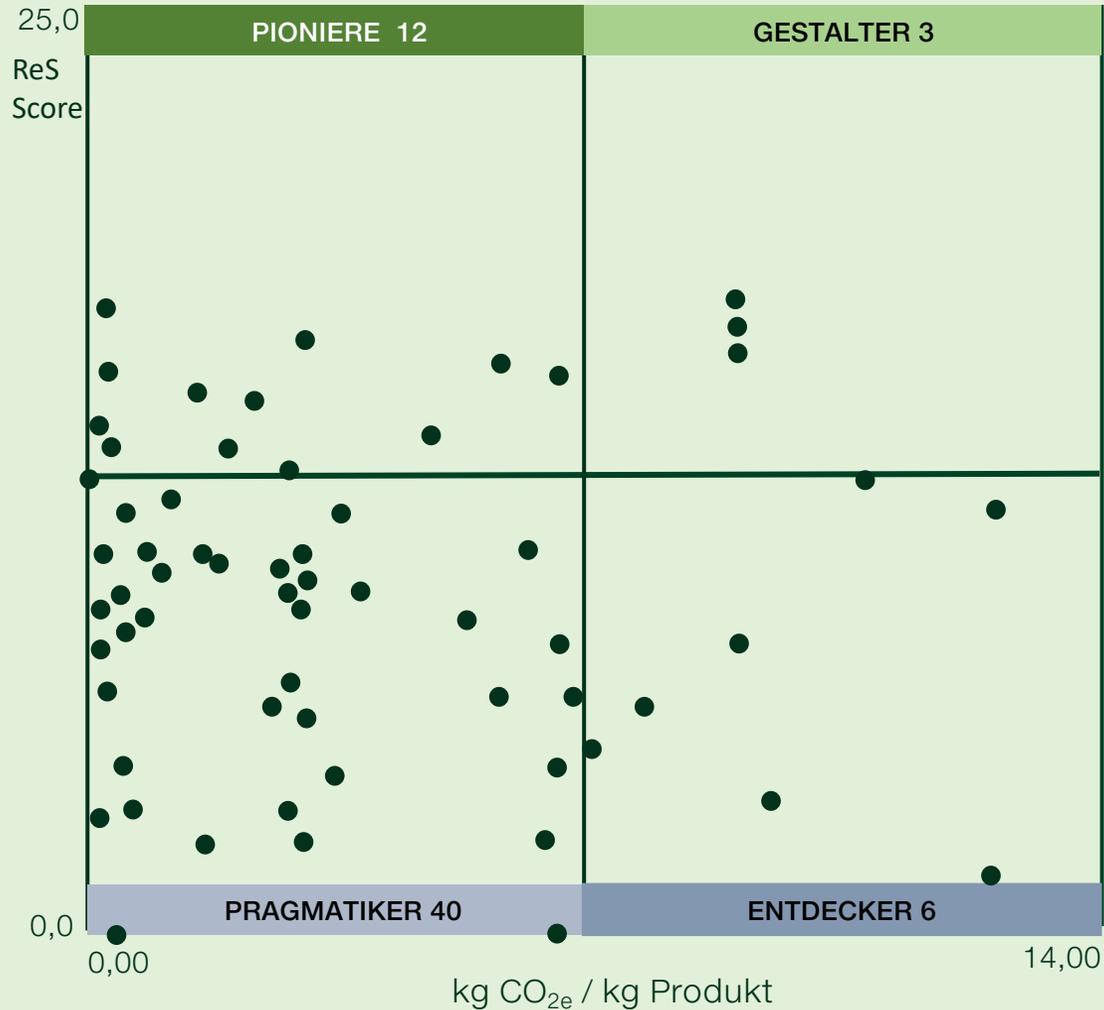
#FAMILIENUNTERNEHMEN MIT MEHR VERANTWORTUNG? VORREITER SIND GROSSE (INTERNATIONALE) KONZERNE

FAMILIENUNTERNEHMEN (61)

∅ ReS Score: 9,0

NICHT-FAMILIENUNTERNEHMEN (39)

∅ ReS Score: 12,5



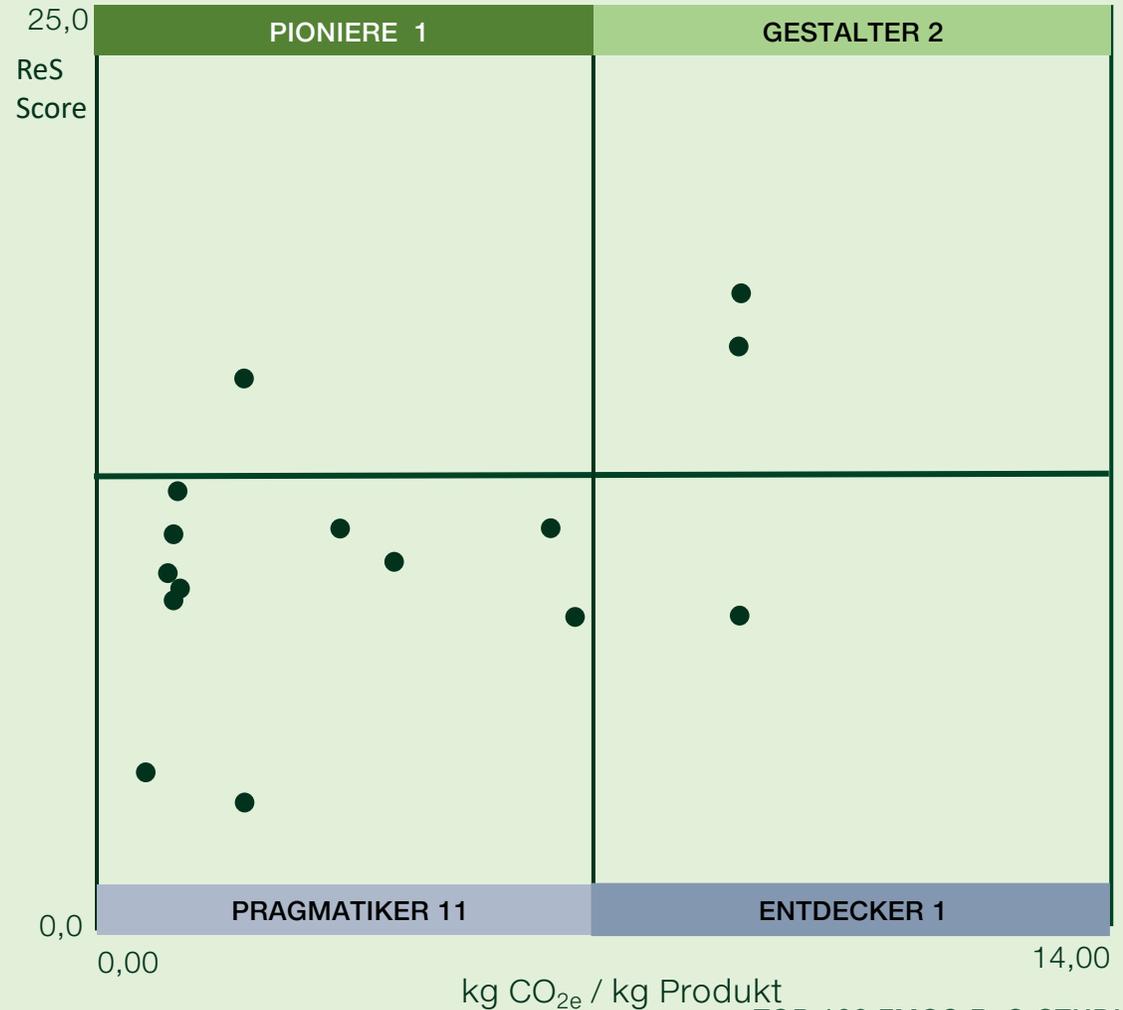
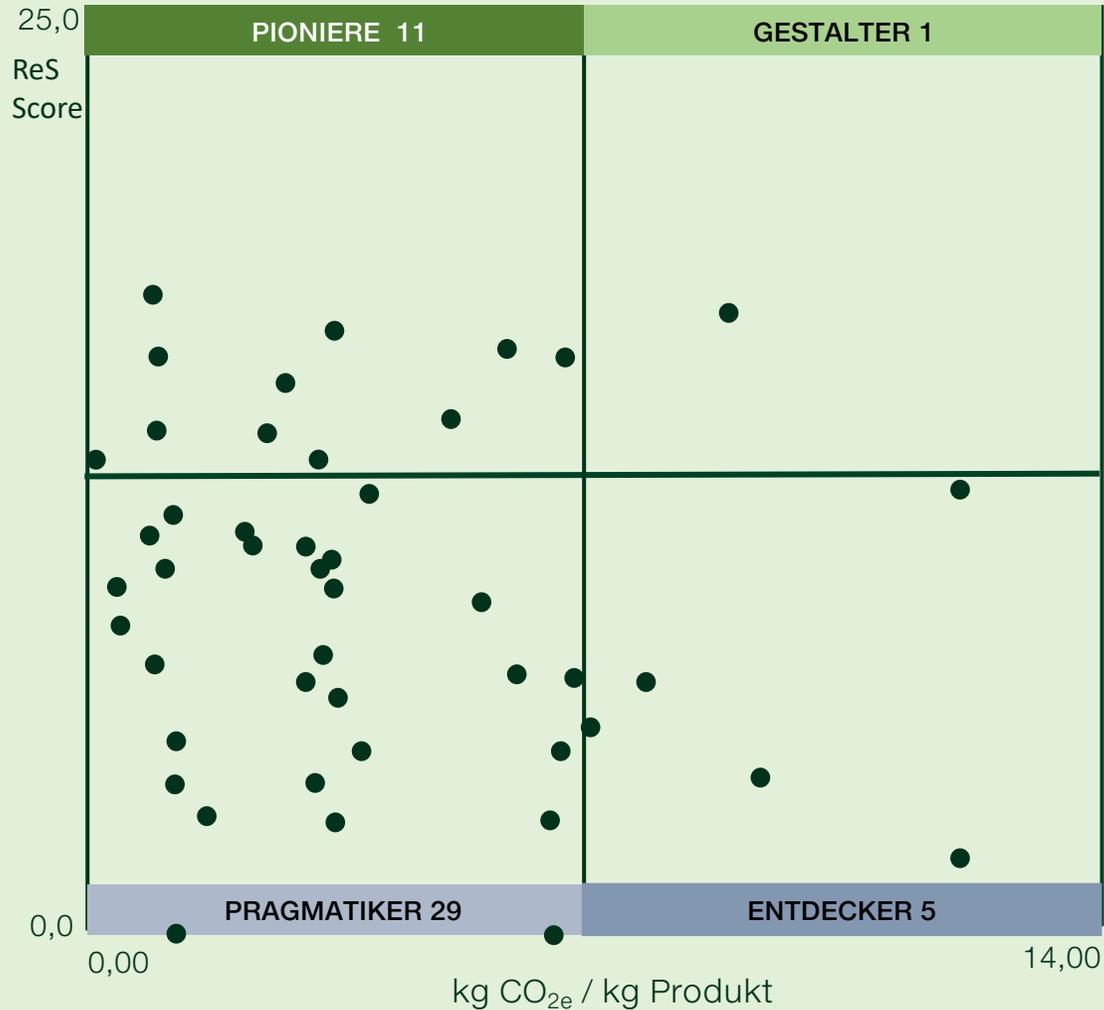
#DT. VS. INTERNATIONALE FAMILIEN-UNTERNEHMEN? (GROSSE) INTERNATIONALE FMCG BESSER AUFGESTELLT

DT. FAMILIENUNTERNEHMEN (46)

Ø ReS Score: 8,7

INTER. FAMILIENUNTERNEHMEN (15)

Ø ReS Score: 10,0



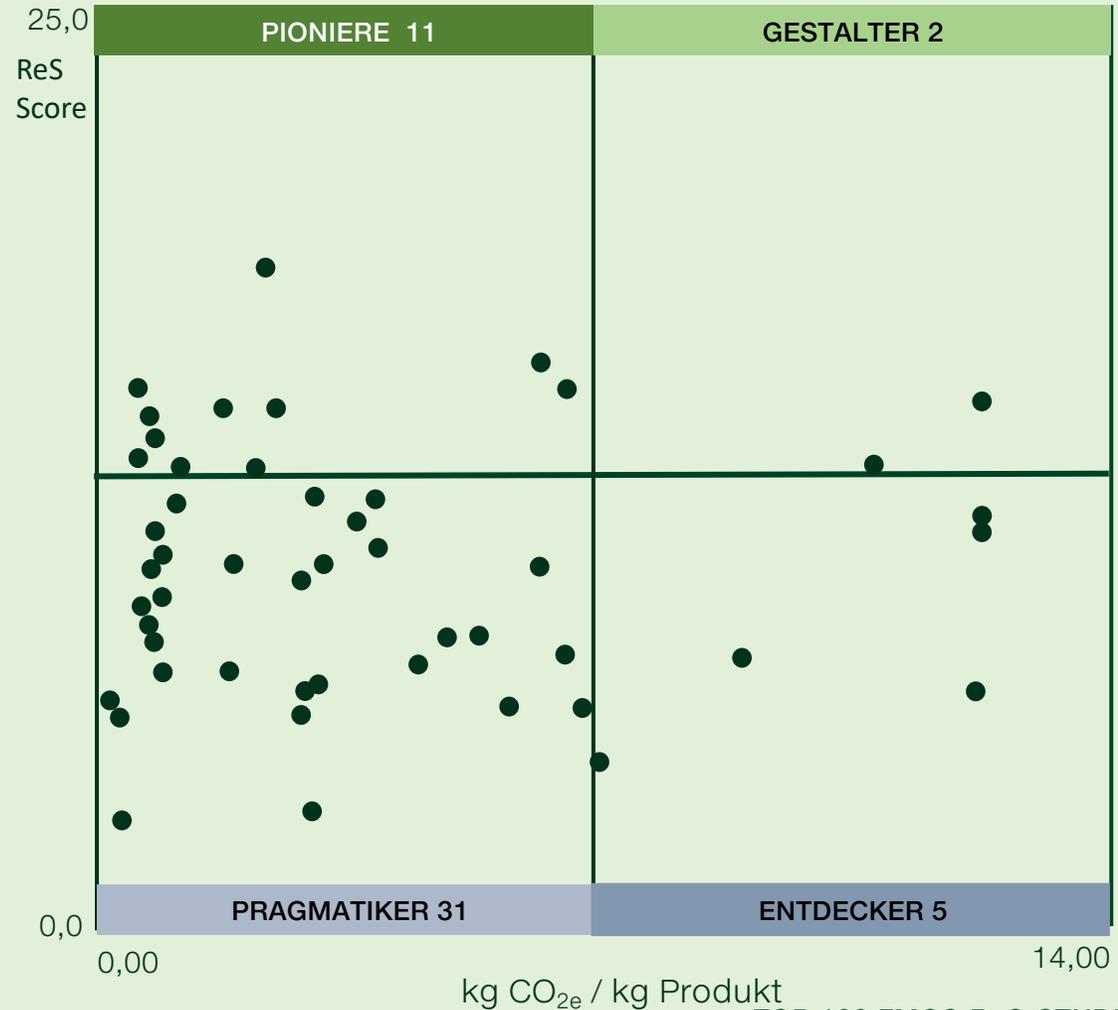
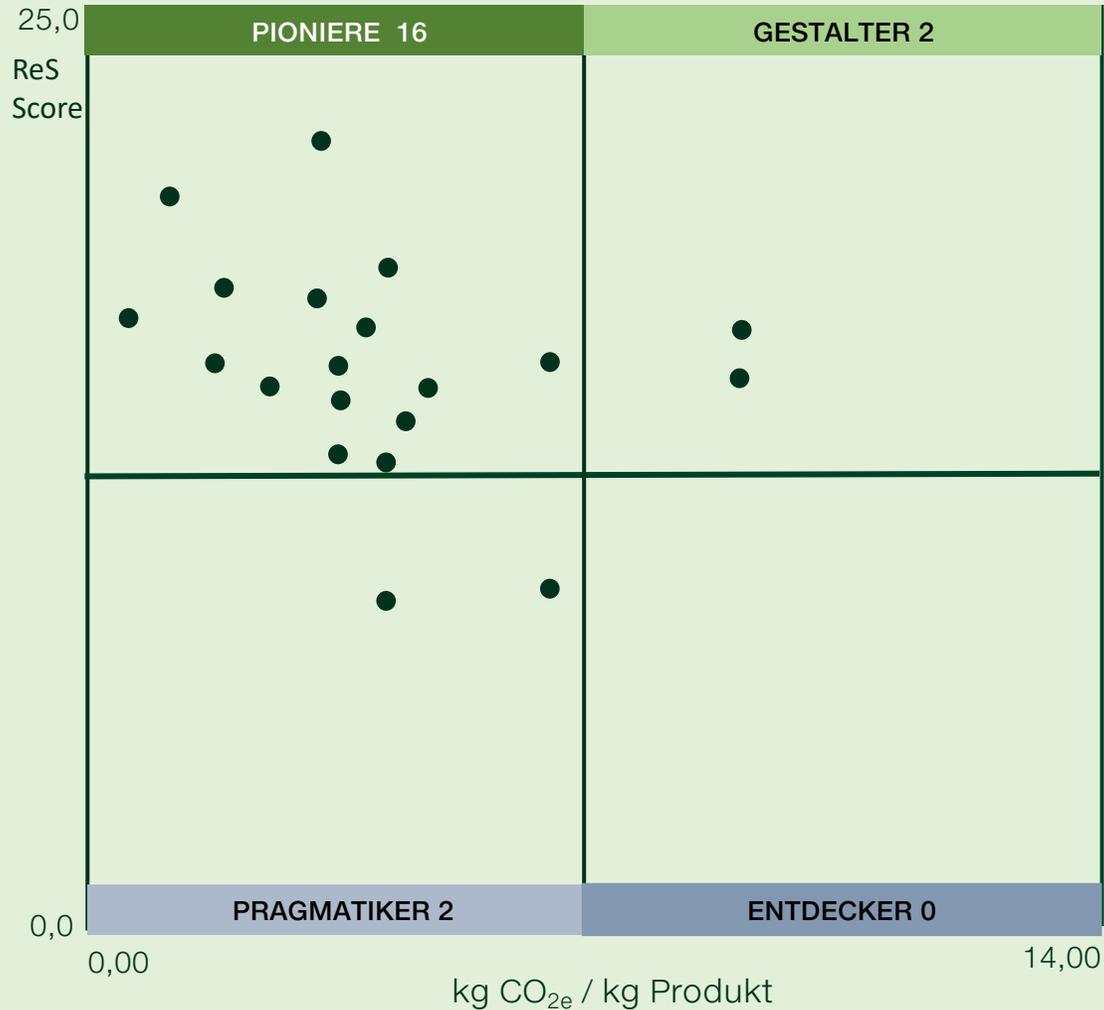
#GRÖSSE ENTSCHEIDET? IN SUMME JA, ABER AUCH MITTELSTÄNDLER KÖNNEN BENCHMARKS SETZEN (1/2)

> 10 MILLIARDEN (20)

Ø ReS Score: 16,3

1 BIS 9,9 MILLIARDEN (49)

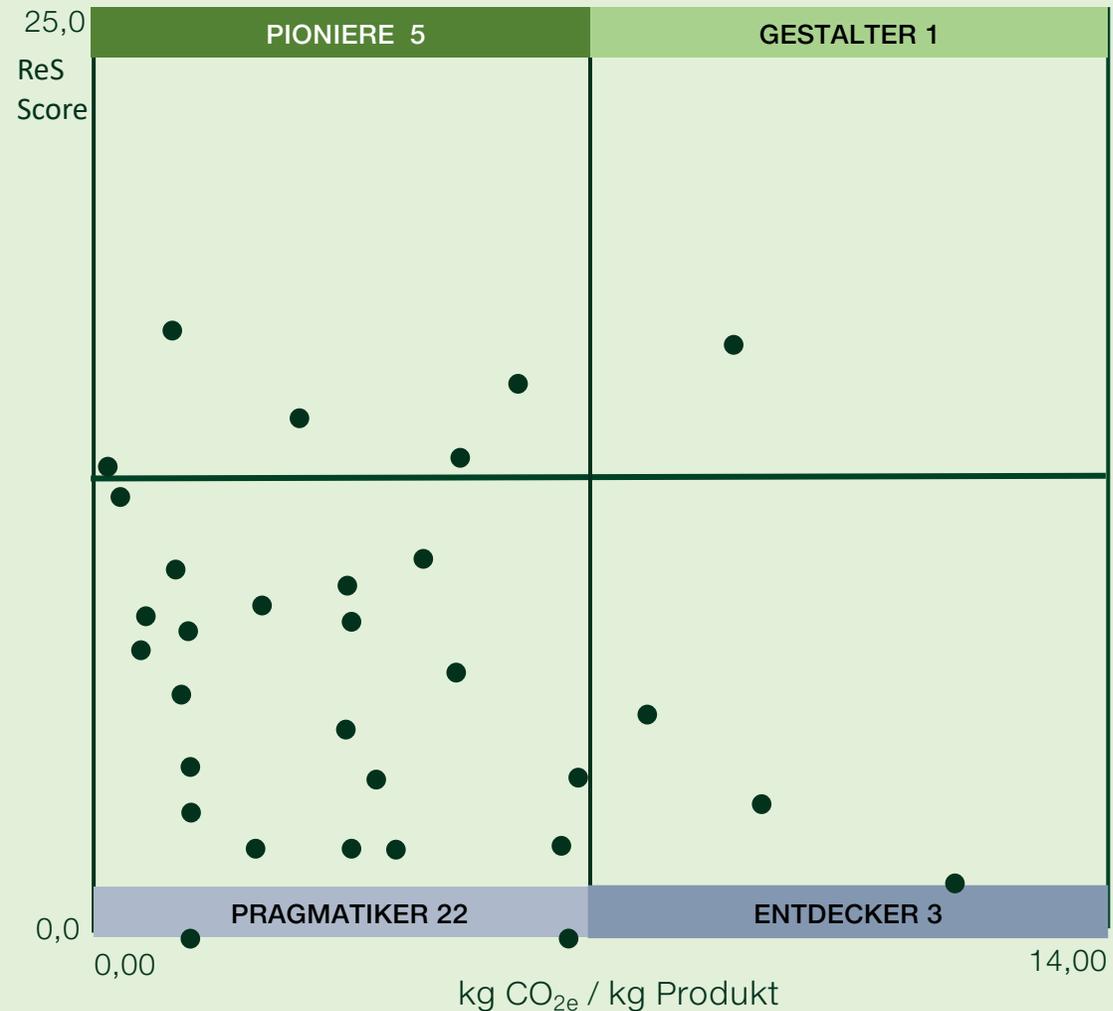
Ø ReS Score: 9,9



#GRÖSSE ENTSCHEIDET? IN SUMME JA, ABER AUCH MITTELSTÄNDLER KÖNNEN BENCHMARKS SETZEN (2/2)

< 1 MILLIARDE (31)

Ø ReS Score: 7,3





12 VORREITER SIND „KLIMANEUTRAL“ ZERTIFIZIERT – ABER: HOHE UNSCHÄRFE, EU REGULIERUNG KOMMT

VORREITER

„Klimaneutralität“⁽¹⁾

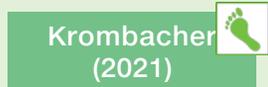
Gesamtunternehmen: Scope 1 – 3⁽²⁾



Hauptmarke(n)/-standorte: Scope 1 – 3*



Hauptmarke(n)/-standorte: Scope 1 – 2



Gesamtproduktion: Scope 1 – 2



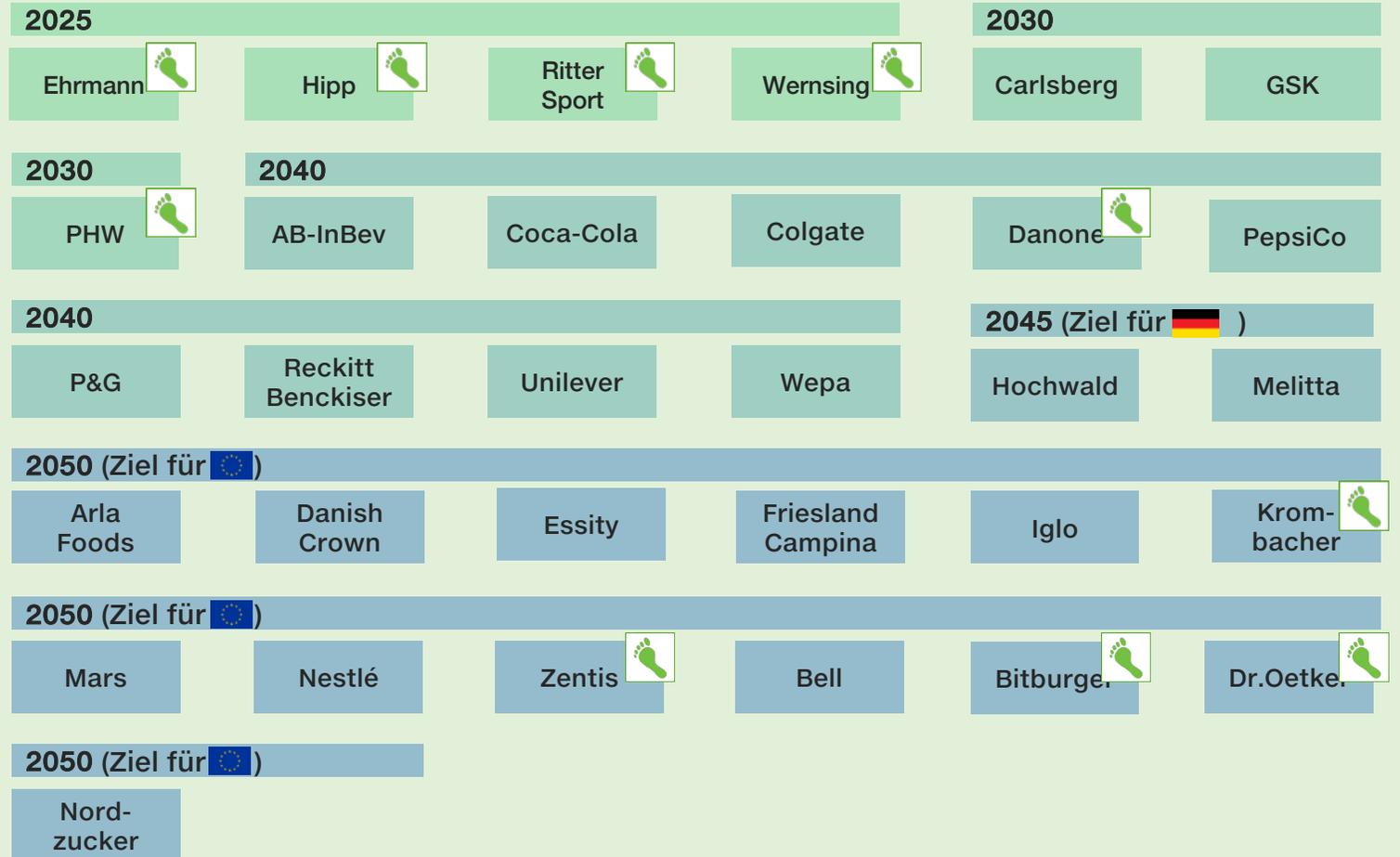
Haupt-Standorte Produktion: Scope 1 – 2



Internationale Standorte: Scope 1 – 3*

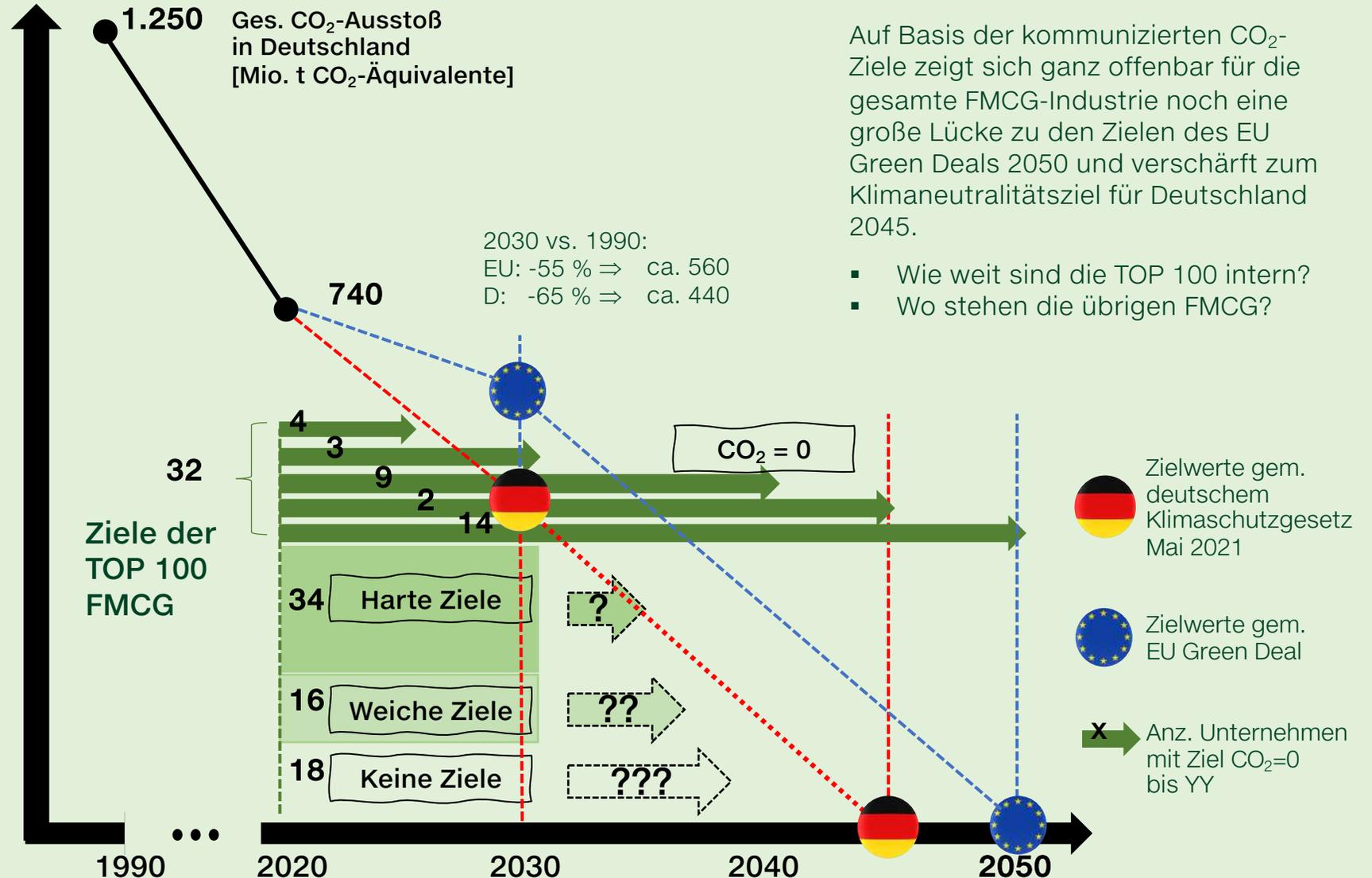


VORREITER nächste Stufe & NACHFOLGER SCOPE 1 – 3⁽²⁾ 2025 – 2050



Quelle: Unternehmensangaben 1) unscharfer Begriff (EU-Regulierung in Kürze) 2) Scope 3* beeinflussbar/downstream
3** nicht direkt beeinflussbar/upstream 3) Danone Gruppe

ZIELLÜCKE TOP 100 FMCG VS. EU GREEN DEAL UND DEUTSCHEM KLIMANEUTRALITÄTSZIEL 2045





VERSTEHEN SIE ReSTAINABILITY ALS CHANCE – UNSERE 8 EMPFEHLUNGEN

- 1. Nutzen Sie die zahlreichen Potenziale.**
Reagieren Sie sich nicht nur auf äußeren (regulativen) Druck, sondern ergreifen Sie die Chancen, sich proaktiv, strategisch und kommunikativ signifikant besser zu positionieren. Nutzen Sie damit die Potenziale für profitables Wachstum durch ReSTAINABILITY.
- 2. Denken Sie Ihre Strategie und Innovation aus ReSTAINABILITY-Perspektive.**
Gestalten Sie Ihre Zukunft im Kontext von ReSTAINABILITY und relevanter Megatrends – sonst werden Sie gestaltet. ReSTAINABILITY muss daher Chefsache bzw. Aufgabe der obersten Leitung sein.
- 3. Aktivieren Sie Ihre eigene Organisation.**
Kommunizieren Sie Ihre ReSTAINABILITY-Strategie und Initiativen intern, damit alle Mitarbeiter/innen die Vorgaben umsetzen, unterstützen und weiterentwickeln. Sie werden auf offene Ohren stoßen.
- 4. Tun Sie Gutes und sprechen Sie darüber. Machen Sie Ihre Ziele und Aktivitäten über alle Kanäle bekannt. Auch wenn Sie erst heute anfangen.** Kommunizieren Sie ggf. auch die ReSTAINABILITY-Aktivitäten Ihrer internationalen Konzernmutter oder von Schwestergesellschaften. Lassen Sie diese nicht in zumeist nicht deutschsprachigen Nachhaltigkeitsberichten schlummern.
- 5. Bereinigen Sie Ihre Kommunikation von „Green Claiming“ und „Green Washing“.**
Unterbinden Sie laute Kommunikation von Projekten mit geringer Wirkung, die ohnehin in Bälde von der EU-Anti-Greenwashing-Richtlinie verboten werden und bereits in Ihren Zielgruppen auf zunehmende Ablehnung stoßen.
- 6. Nutzen Sie die Potenziale der sozialen Medien zur 360°-ReSTAINABILITY-Marken-Aktivierung.**
Kommunizieren Sie regelmäßig und glaubwürdig auf allen für Ihre Zielgruppen relevanten Kanälen. Messen Sie Ihre Erfolge durch die Bewertung der Nutzer-Interaktion und der von Nutzern selbst generierten Kommunikation.
- 7. Überlassen Sie die ReSTAINABILITY-Entwicklungen nicht allein den Regierungen und Behörden – Marschieren Sie voran, nehmen Sie das Heft des Handels in die Hand, ziehen Sie andere mit – Reiten Sie auf oder vor der Welle des „Regulierungs-Tsunamis“.**
- 8. Aus „Made in Germany“ wird „MADE IN GERMANY – RESTAINABLE“ – stellen sie sich frühzeitig strategisch darauf ein.**



WAS

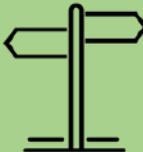
MÜSSEN SIE TUN?

SO MACHEN WIR SIE ZUM

PROFITABLEN ReSTAINABILITY-SPITZENREITER!

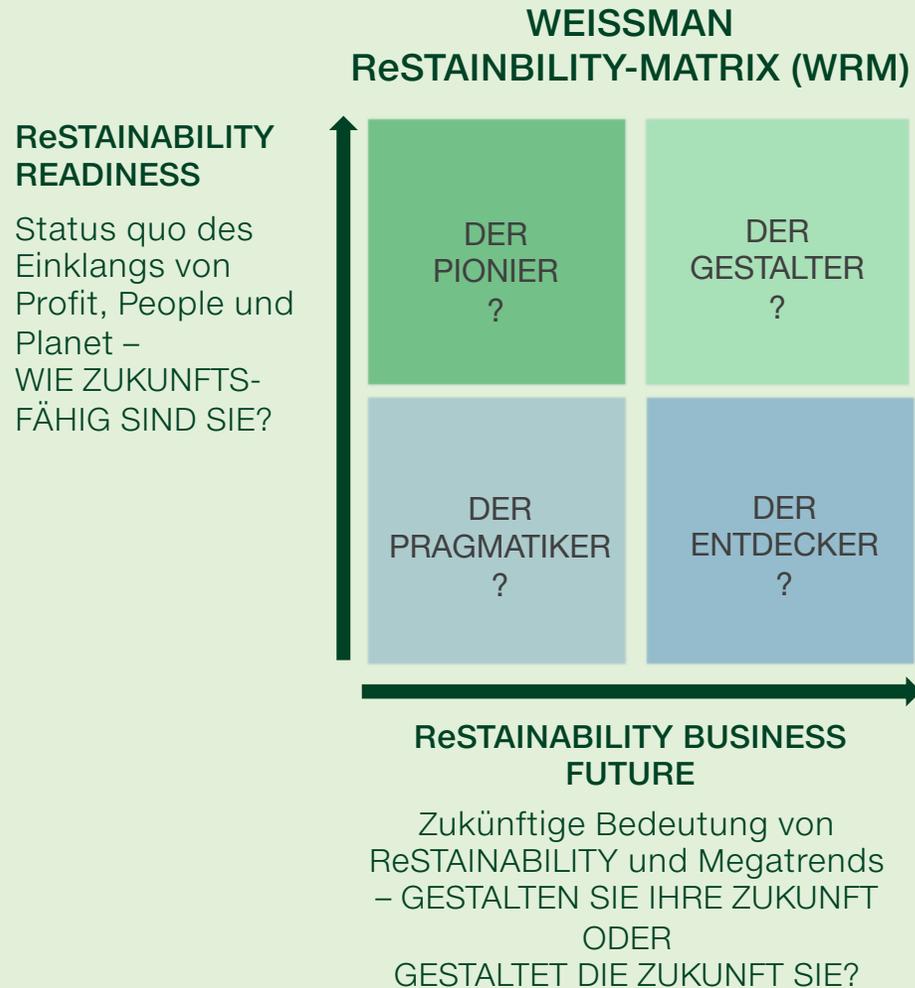


SIEBEN FRAGEN FÜR IHR WACHSTUM DURCH ReSTAINABILITY

						
1	2	3	4	5	6	7
Warum müssen wir uns mit ReSTAINABILITY beschäftigen? Aufwachen! Verstehen! Begehren! Handeln!	Wo stehen wir heute im Hinblick auf ReSTAINABILITY und wie zukunftsfähig sind wir?	Wie gestalten wir unsere Business-Zukunft im Kontext von ReSTAINABILITY und Megatrends?	Wie sieht der Plan aus, um in unsere Zukunft zu gelangen, wie können wir durch ReSTAINABILITY zum Spitzenreiter werden?	Wie setzen wir unseren Plan für profitables Wachstum durch ReSTAINABILITY um?	Welche Führungskräfte und Mitarbeiter brauchen wir, um Wachstum durch ReSTAINABILITY sicherzustellen?	Wie kommunizieren wir ReSTAINABILITY im Hinblick auf alle relevanten Interessengruppen effektiv und effizient?

ReSTAINABILITY TRANSFORMATION

MACHEN SIE SICH IHRE ReSTAINABILITY-POSITION IM DER WEISSMAN-MATRIX KLAR



ANGEBOT 1: WEISSMAN & CIE. 2 TAGE ReSTAINABILITY KNOWLEDGE INFUSION

WEISSMAN QUICK KNOWLEDGE INFUSION WORKSHOP – Kurzversion des ReSTAINABILITY-ACDA-PROGRAMMS

KERNFRAGEN:

- **AWAKE:** Ermutigung zum Überdenken der Business-Perspektive im Hinblick auf Profit, People und Planet
- **COMPREHEND:** Klare Definition des Erfolgs auf ökologischer und gesellschaftlicher Ebene als Spielregel für das zukünftige eigene Geschäft
- **DESIRE:** ReSTAINABILITY als Schlüssel für eine neue Art der Unternehmensführung und für die Gestaltung des Unternehmenszwecks
- **ACT:** Erste Ideen für Veränderungen entwickeln

UMSETZUNG:

Mind. 2 Tage vor Ort in Ihrem Unternehmen mit

- Ausgewählte Interviews mit 5 Schlüsselpersonen
- 1 ACDA Quick Workshop
- Workshop zur WRM-Analyse (s. rechts)

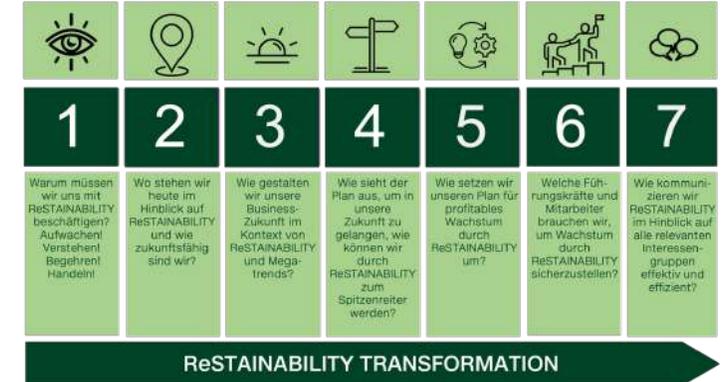
MIND. 2 GF-ERFAHRENE EXPERTEN

(Branchen- und ReSTAINABILITY-Experte):

- Weissman: Strategie und Transformation mit Motor ReSTAINABILITY

Kosten auf Anfrage (in Abhängigkeit von Anzahl Interviewpartner, Datenumfang/-verfügbarkeit, individuellen Absprachen zu Fokus, Vorgehen, etc.)

SIEBEN FRAGEN FÜR IHR WACHSTUM DURCH ReSTAINABILITY



WEISSMAN ReSTAINABILITY-MATRIX (WRM)

ReSTAINABILITY
READINESS



ReSTAINABILITY BUSINESS
FUTURE

ANGEBOT 2: WEISSMAN & CIE. 4 TAGE ReSTAINABILITY QUICK AUDIT

WEISSMAN & PARTNER ReSTAINABILITY QUICK AUDIT
– Kurzversion der ReSTAINABILITY-READINESS-ANALYSE (Schritt 2)

KERNFRAGEN:

- Wie ist Ihr ReSTAINABILITY-Status-quo?
- Was sind Ihre ReSTAINABILITY-Risiken?
- Was sind Ihre ReSTAINABILITY-Chancen?

UMSETZUNG:

Mind. 4 Tage vor Ort in Ihrem Unternehmen mit

- Ausgewählte Interviews mit 10 Schlüsselpersonen
- Relevante Datensichtung (z. B. NH-Berichte, interne Dokumente auf Basis Datenanforderungsliste/Fragebogen)
- 1 Workshop zur WRM-Analyse (s. rechts)
- Abschlussbericht und Präsentation

MIND. 2 GF-ERFAHRENE EXPERTEN

(Branchen- und ReSTAINABILITY-Experte):

- Weissman: Strategie und Transformation mit Motor ReSTAINABILITY

Optional:

Weitere Experten zu Quick-Analyse vor Ort

- FUSE: Kommunikationsbewertung
- myclimate: Kick-off Workshop Klimastrategie
- STANTON CHASE: Führung und Organisation

Kosten auf Anfrage (in Abhängigkeit von Anzahl Interviewpartner, Datenumfang/-verfügbarkeit, individuellen Absprachen zu Fokus, Vorgehen, etc.)

**SIEBEN FRAGEN FÜR IHR WACHSTUM
DURCH ReSTAINABILITY**



**WEISSMAN
ReSTAINABILITY-MATRIX (WRM)**

ReSTAINABILITY
READINESS



ReSTAINABILITY BUSINESS
FUTURE

ANGEBOT 3: STANTON CHASE SUSTAINABLE LEADERSHIP REVIEW

STANTON CHASE SUSTAINABLE LEADERSHIP REVIEW – Schritt 6 der ReSTAINABILITY TRANSFORMATION

KERNFRAGEN:

- Können Ihre heutigen Entscheider Ihr Unternehmen auf einen nachhaltigen Pfad führen? Welche Kompetenzen sind vorhanden, welche müssen entwickelt werden?
- Wie sollte eine Nachhaltigkeitsfunktion im Unternehmen aufgehängt und ausgestaltet sein? Welche Erwartungen haben relevante Kandidaten an eine Nachhaltigkeitsfunktion?

UMSETZUNG:

- Analyse des Status quo im Dialog mit dem Top-Management, Eigentümern oder Aufsichtsräten. Evaluation von Entscheiderfunktionen mittels Interviews and onlinebasierten Testverfahren.
- Gemeinsamer Review der Ergebnisse sowie Ableitung von Veränderungsbedarfen. Unterstützung bei der Definition einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Unternehmens- und Führungskultur.

Optional:

- Definition eines Zielprofils für die Installation einer Nachhaltigkeitsfunktion im Unternehmen
- Umsetzung einer gezielten Suche im Markt nach passenden Kandidaten

Kosten auf Anfrage (in Abhängigkeit von der Komplexität der Organisation und der Anzahl der zu evaluierenden Funktionen)

SIEBEN FRAGEN FÜR IHR WACHSTUM DURCH ReSTAINABILITY



WEISSMAN ReSTAINABILITY-MATRIX (WRM)

ReSTAINABILITY READINESS



ReSTAINABILITY BUSINESS FUTURE



WER SIND WIR?



Weissman & Cie.



STANTON CHASE



Christian Gieselmann

SENIOR ADVISOR FMCG & RETAIL
0151/21504040
gieselmann@weissman.de



Stefan Baumeister

Geschäftsführer
myclimate Deutschland
07121/3177752
stefan.baumeister@myclimate.de



Christian Ehl

Partner and Global Practice
Leader, ESG
0162/4291259
c.ehl@stantonchase.com



Prof. Dr. habil. Frank Keuper

ASSOZIIERTER PARTNER
0175/4172586
keuper@weissman.de



Danny Püschel

Bereichsleiter Beratung u. Lösungen
myclimate Deutschland
030/549092019
danny.pueschel@myclimate.de



Moritz Weissman

GESCHÄFTSFÜHRENDER
GESELLSCHAFTER
0911/586770
m.weissman@weissman.de

www.weissman.de
Weissman & Cie.
Längenstr. 14
90491 Nürnberg
Deutschland

www.myclimate.de
myclimate Deutschland gGmbH
Kurrerstr. 40/3
72762 Reutlingen
Deutschland

www.stantonchase.com
Stanton Chase Düsseldorf GmbH
Emanuel-Leutze-Straße 17
40547 Düsseldorf
Deutschland

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

WEISSMAN & CIE.

WEISSMAN & CIE. ist eine Strategie- und Transformationsberatung, die mit führenden Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft zusammenarbeitet, um gesellschaftlich verantwortungsvolles, ökologisch nachhaltiges und gesundes profitables Wachstum zu erzielen. Dabei greifen Strategieberatung, Organisationsentwicklung und Kulturentwicklung ineinander.

Für die hohe Kompetenz und Beratungsleistung für den deutschen Mittelstand wurde **Weissman & Cie.** mehrfach von der WirtschaftsWoche mit dem „Best of Consulting“-Award, von brand eins als „Beste Berater“, von FOCUS Business als „TOP Berater“ und mit dem Qualitätssiegel „TOP CONSULTANT“ ausgezeichnet.

Im Rahmen von **gesellschaftlicher Verantwortung und ökologischer Nachhaltigkeit** liegt unser **Augenmerk** ausschließlich auf der Entwicklung und Umsetzung **profitabler wachstumsorientierter Unternehmens- und Geschäftsstrategien, deren Motor ReSTAINABILITY i. e. S** ist.

Wir unterstützen Familienunternehmen bei der ReSTAINABILITY Transformation, indem wir ihre Unternehmenszukunft gestalten, komplexe Veränderungen vorantreiben, ihnen zu Wachstum durch gesellschaftliche Verantwortung und ökologische Nachhaltigkeit verhelfen und so die finanzielle Nachhaltigkeit sichern.

Unser Erfolg beruht darauf, dass wir Menschen die Möglichkeit geben, ihre Inspiration, Neugierde und Fähigkeiten zu entfalten, um Familienunternehmen zukunftsfähig und die Welt gesellschaftlich-ökologisch nachhaltiger zu gestalten.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

 Weissman & Cie.

UNSERE SERVICES

Unser Business-Module mit denen Sie Wachstumsstrategien mit dem Motor **ReSTAINABILITY**, also die Verschmelzung von Profit, People und Planet, entwickeln und erfolgreich umsetzen.

1. ReSTAINABILITY KNOWLEDGE INFUSION:

Unser ACDA-Programm (awake, comprehend, desire, act) sensibilisiert, informiert und motiviert Sie, Ihr Business umzudenken und die Verschmelzung von Profit, Planet und People strategisch und zukunftsgerichtet neu zu denken.

2. ReSTAINABILITY READINESS ANALYSIS:

Mit unserer ReSTAINABILITY-Readiness-Analyse, die das Future Fit Framework mit dem Deutschen Ethik Index verbindet, bestimmen wir Ihre strategische Zukunftsfähigkeit vor dem Hintergrund von Responsibility und Sustainability.

3. ReSTAINABILITY BUSINESS FUTURE SHAPING AND BACKCASTING:

Gestalten Sie Ihre Business-Zukunft im Kontext der Entwicklung zur ReSTAINABILITY Society und relevanten Megatrends (**ReSTAINABILITY BUSINESS FUTURE SHAPING**). Entwickeln und operationalisieren Sie konkrete Schritte, um Ihre ReSTAINABILITY-Business-Zukunft zu erreichen (**ReSTAINABILITY BUSINESS FUTURE BACKCASTING**). ReSTAINABILITY-Business-Extrapolation 5, 10 und > 10 Jahre in die Zukunft (**TRANSFORMATION FRAMEWORK**).

4. ReSTAINABILITY TRANSFORMATION:

Wir begleiten Sie bei der **ReSTAINABILITY TRANSFORMATION**. Ziel: Profitables gesundes Wachstum durch ReSTAINABILITY – von der Vision bis zur Markteinführung entlang an Strategie, Kultur, Organisation, Produktion & Betrieb sowie Marketing & Vertrieb.



MYCLIMATE

Die gemeinnützige und internationale Organisation myclimate sieht sich als Partnerin für wirksamen Klimaschutz. Gemeinsam mit Akteuren aus der Wirtschaft sowie Privatpersonen gestalten wir seit über 20 Jahren mit einem ganzheitlichen Angebot von **Beratung, Bildung und eigenen Klimaschutzprojekten** die Zukunft der Welt.

Mit unseren wissenschaftlichen Expertenteams bieten wir **individuelle Branchenlösungen und Klimastrategieberatung** für Geschäftskunden an. Zum Kundenkreis zählen große, mittlere und kleine Unternehmen, die öffentliche Verwaltung, Non-Profit-Organisationen, Veranstalter sowie Privatpersonen.

Mit den **handlungsorientierten und interaktiven Bildungsangeboten** wurden bereits über 85.000 Schüler*innen und Lernende erreicht, sowie ein weltweites Netzwerk von Studierenden und Young Professionals etabliert.

Seit der Gründung hat myclimate 174 **Klimaschutzprojekte** in 45 Ländern der Welt entwickelt und unterstützt. Dort werden Emissionen reduziert, indem fossile Energiequellen durch erneuerbare Energien ersetzt, lokale Aufforstungsmaßnahmen mit Kleinbauern umgesetzt und energieeffiziente Technologien implementiert werden. Zusätzlich tragen sämtliche Projekte zu den Nachhaltigkeitszielen der UN (SDGs) bei.



UNSERE SERVICES

Emissionen berechnen

Erhalten Sie eine Bestandsaufnahme zu den CO₂-Emissionen in Ihrem Unternehmen. Die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks ist der erste Schritt zum erfolgreichen Klimaschutz. Dazu gehören u.a. Corporate Carbon Footprint (CCF), Ökobilanz, Umweltproduktdeklaration (EPD), smart 3 – Software für Ihre Klimabilanzierung, angepasste IT-Lösungen, Reportings und externe Reviews.

Emissionen reduzieren

Optimieren Sie Ihre Wertschöpfungskette und verbessern Sie den CO₂-Fußabdruck für Ihr Unternehmen. Realisieren Sie Effizienzsteigerungen und profitieren Sie dabei von möglichen Kosteneinsparungen sowie von Wettbewerbsvorteilen als klimafreundlich und verantwortungsvoll positioniertes Unternehmen. Dafür bieten wir u.a. Klimastrategien und Performance Management, Science-Based Targets (SBT), Workshops für Ihre Mitarbeitenden und Carbon Insetting.

Mitarbeiteraktivierung

Beziehen Sie Ihre Mitarbeitenden aktiv in die Klimaschutzmaßnahmen Ihres Unternehmens ein. Nutzen Sie die Kreativität, Entscheidungsfreude und Begeisterung Ihres Teams und festigen Sie damit gleichzeitig Ihren Status als modernes, attraktives Unternehmen. Wir unterstützen Sie hierfür mit maßgeschneiderten interaktiven Workshops, Company Challenges und bildungs- und innovationsrelevanten Vernetzungsangeboten.

Klimaschutzprojekte finanzieren

Leisten Sie als Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung von myclimate-Klimaschutzprojekte. Neben dem Reduzieren eigener Emissionen kann dies ein wichtiger Baustein in ihrer Klimastrategie Richtung Netto-Null sein. Bei myclimate legen Sie damit den Fokus nicht nur auf Treibhausgasemissionen, sondern mit myclimate tragen Sie damit auch zu einer nachhaltigen Entwicklung im Sinne der Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen bei.

STANTON CHASE

STANTON CHASE

Stanton Chase ist seit 30 Jahren eines der führenden global tätigen Executive Search-Unternehmen mit mehr als 70 Büros in über 40 Ländern. In unserer Rolle als Leadership Advisor unterstützen wir unsere Kunden bei der Suche und Auswahl von Top-Führungskräften und in der Evaluierung von Managementpotentialen.

Wir entwickeln enge, effektive und langfristige Partnerschaften mit unseren Klienten, um deren Kultur tiefgehend zu verstehen und unsere Serviceleistungen auf die spezifischen Bedürfnisse abzustimmen. Über 70% unseres Honorarvolumens erzielen wir mit langjährigen Klienten.

Unser fundiertes Verständnis der Strategie und Kultur unserer Klienten gründet auf aufmerksamem Zuhören und sorgfältiger Bedarfsanalyse. So sind wir in der Lage, die beste Person für eine Management-Aufgabe zu finden, seien es Vorstände, CEOs, C-Level Funktionen oder spezifische Bereichsleitungen. Unter Berücksichtigung von Diversity-Kriterien unterstützen wir Sie dabei, die besten Führungskräfte zu gewinnen. Mit einem Fokus auf Nachhaltigkeitsthemen entwickeln wir erfolgreiche Teams und generieren dadurch Mehrwert für Ihr Unternehmen.

Wir bei Stanton Chase verstehen, dass der richtige Rahmen für Umwelt-, Sozial- und Governance-Praktiken (ESG) in Ihrem Unternehmen eine Voraussetzung dafür ist, die Nachhaltigkeit ihrer Geschäftstätigkeit, das Wohlergehen ihrer Mitarbeiter und langfristiges Wachstum zu erreichen.

STANTON CHASE

UNSERE SERVICES

Executive Search

Wir helfen Ihnen, die besten Mitarbeiter zu finden, erfolgreiche Teams aufzubauen und dadurch realen Mehrwert zu schaffen. Wir finden außergewöhnliche Führungskräfte, die die Erfahrung und das Können für Ihre Märkte besitzen und mit der Kultur Ihres Unternehmens perfekt harmonieren.

Executive Assessment

Sie möchten die Personen identifizieren, die ihr Unternehmen jetzt erfolgreich führen können, und solche, die diese Aufgabe in Zukunft übernehmen können. Dabei ist ein Leadership-Partner entscheidend, der mit einer starken und zugleich flexiblen Assessment-Methode arbeitet, die Theorie des Führens im Detail kennt und vor allem für seine Expertise im Leadership Development anerkannt ist. Wir verschaffen Ihnen so den nötigen Weitblick, um zum richtigen Zeitpunkt die richtige Führungsentscheidung zu treffen.

Board Services

Nur starke, engagierte Aufsichtsräte können in ihren Organisationen den entscheidenden Unterschied machen. Die „Global Board Services Practice“ von Stanton Chase trägt entscheidend dazu bei, mit qualifizierter Suche, spezialisierten Assessments und Aufsichtsrat-Entwicklung die Leistung von Aufsichtsräten dauerhaft zu verbessern.

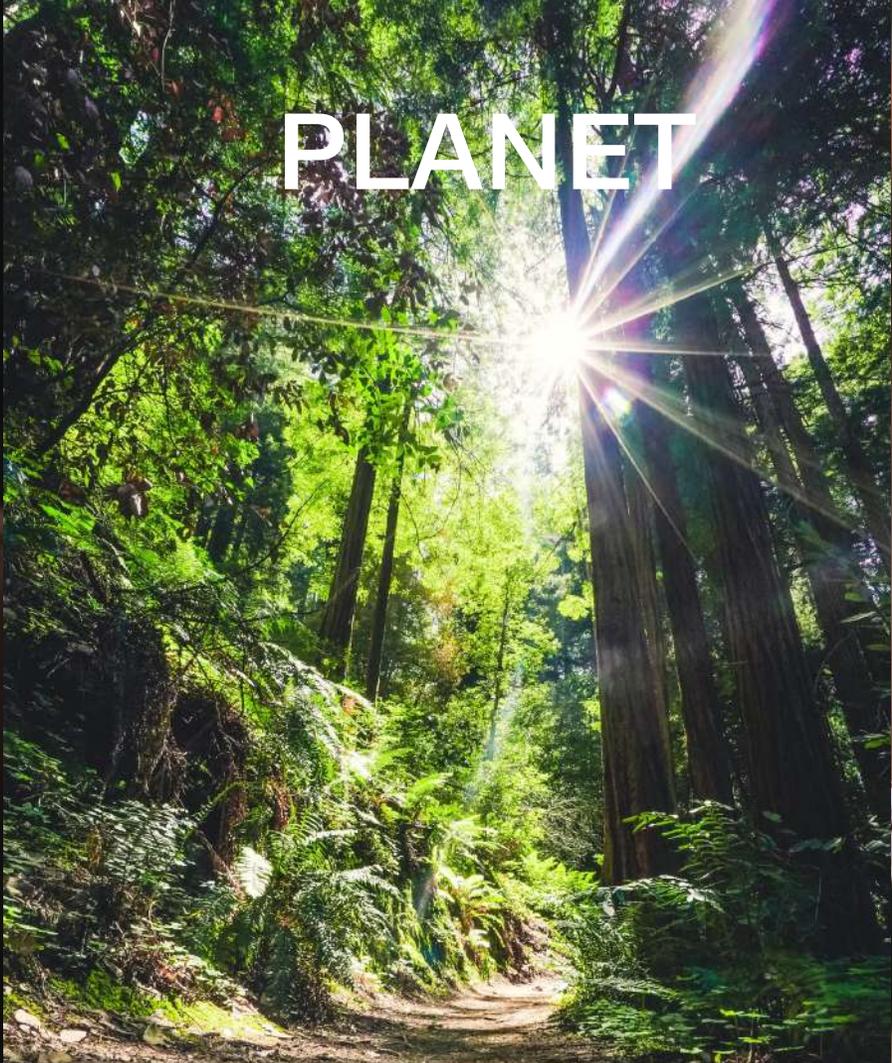
CEO-Nachfolgeplanung

Die CEO-Nachfolgeplanung ist die beste Gelegenheit für den Aufsichtsrat, die Leistung und zukünftige Ausrichtung des Unternehmens zu beeinflussen. Aus diesem Grund investieren zukunftsorientierte Aufsichtsräte und Vorstände bewusst in die Entwicklung zukünftiger Führungskräfte und sind damit wichtigen Personalentscheidungen immer einen Schritt voraus.

PROFIT



PLANET



PEOPLE



STANTON CHASE

**GESTALTEN SIE IHRE ZUKUNFT
ODER GESTALTET DIE ZUKUNFT SIE?**

#ProfitPlanetPeople #BusinessForGood #CourageousLeadership



STANTON CHASE