

# B.A.U.M. INSIGHTS



## Die Sustainable Development Goals

Editorial	2
Leitprinzipien für das 21. Jahrhundert	3
17 Ziele machen Nachhaltigkeit (be)greifbar	4
SDG-Mapping als Einstieg und Orientierungshilfe für ganzheitlich nachhaltiges Handeln	6
Nachwuchskräfte als Multiplikator:innen für Nachhaltigkeit	8
bosch& Kolumne	10
Aktuelles	
News aus dem Netzwerk	10
News von B.A.U.M.	11
B.A.U.M.-Mitglieder stellen sich vor	12
Impressum	14

## EDITORIAL



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

im November 2022 haben wir Paula Caballero, die „Erfinderin“ der Sustainable Development Goals (SDGs), mit dem B.A.U.M. | Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Dies nehmen wir zum Anlass, sie in dieser Ausgabe von B.A.U.M. Insights noch einmal zu Geschichte und Wirkung der 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen zu interviewen.

Wiebke Mersmann von der B.A.U.M. Consult GmbH beschreibt, warum die SDGs einen guten Einstieg in das Thema Nachhaltigkeit ermöglichen, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Ergänzt wird ihre Darstellung von Einblicken in die Praxis: Am Beispiel Ernährungswirtschaft zeigt Nachhaltigkeitsexperte Michael Kaminski-Nissen, wie sich mit Hilfe eines SDG-Mapping ein Themen- oder Geschäftsfeld, ein Projekt oder Produkt analysieren lässt. Daniel Büchle, Geschäftsführer von AfB social & green IT, erzählt im Interview, welche Rolle in seinem Unternehmen Nachwuchskräfte als Multiplikator:innen für Nachhaltigkeit spielen. AfB nimmt nämlich gerade an dem aktuellen B.A.U.M.-Schulungsprogramm für Auszubildende und Nachwuchskräfte zu SDG-Scouts teil.

Außerdem finden Sie in dieser Ausgabe die neue Kolumne „Bosch&“. Jule und Lukas Bosch, die seit über 10 Jahren Innovations- und Strategieprozesse in Unternehmen begleiten, werden in diesem Jahr die Themen von B.A.U.M. Insights mit Gedankenblitzen beleuchten.

Ich wünsche viel Spaß beim Lesen. Wir freuen uns auch über Feedback an unsere Redaktion ([redaktion@baumev.de](mailto:redaktion@baumev.de)).

Ihr

Dieter Brübach  
stellvertretender Vorsitzender, B.A.U.M. e.V.



# Leitprinzipien für das 21. Jahrhundert

*Paula Caballero verdanken wir die bahnbrechende Idee der SDGs, der Sustainable Development Goals. Durch ihren Einsatz und ihre Beharrlichkeit hat sich die Weltgemeinschaft 2012 in Rio auf die Entwicklung globaler Nachhaltigkeitsziele geeinigt. Für ihr Engagements erhielt Paula Caballero den B.A.U.M. | Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis 2022 in der Kategorie „International“. Wir sprachen mit ihr über Nachhaltigkeit, Gerechtigkeit und SDG 12 als «Mutter aller SDGs».*

## **Frau Caballero, warum waren die SDGs im Jahr 2012 so revolutionär?**

Vor zehn Jahren diskutierten wir in Rio über die SDGs. Der Ausgang war völlig ungewiss. Alles hing in der Luft, und wir hätten die SDGs fast verloren. Aber wir haben durchgehalten, und ich glaube, dass die SDGs deshalb so revolutionär sind, weil sie ein Paradigmenwechsel waren, ein Weckruf für uns, die Dinge anders zu machen. Die Erarbeitung der SDGs hat die bestehende Realität auf den Kopf gestellt und eine andere Möglichkeit für eine bessere Zukunft eröffnet, die die Menschheit verdient hat.

Die SDGs befassen sich mit den miteinander verknüpften Krisen, dem Klima, der biologischen Vielfalt und der Gerechtigkeit. Wir haben die Vereinten Nationen, um sie als eine einzige Agenda anzugehen, so wie wir es mit den Millenniums-Entwicklungszielen getan haben. Die SDGs sind eine Blaupause für den Bruch mit dem Status quo. Das ist revolutionär. Wir müssen uns die Frage stellen: Stellen wir weiterhin die gleichen Fragen und geben wir die gleichen Antworten, oder wollen wir eine Welt, die die SDGs hat, die diese sehr mutige Agenda anspricht, um wirklich die Art von Veränderungen herbeizuführen, die wir in der Gesellschaft brauchen. Das war die Revolution vor zehn Jahren, und heute dienen die SDGs als Leitprinzipien für das neue Jahrhundert und darüber hinaus.

## **Wenn Sie nur ein SDG auswählen müssten, welches wäre es?**

Ich bezeichne Ziel Nummer 12, verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster, immer als die „Mutter aller SDGs“. Die Ausstrahlungseffekte dieses wichtigen Ziels sind enorm, und es zwingt alle – Unternehmen, Behörden, jeden Einzelnen von uns als Individuum und die Wissenschaft – dazu, sich an den Maßnahmen zu beteiligen. Deshalb ist SDG 12 mein Favorit. Es beinhaltet sowohl Nachhaltigkeit als auch Gerechtigkeit, denn bei Konsum und Produktion geht es auch um die Dimension der Gerechtigkeit.

**Wir haben ein Projekt zu den SDGs, das sich an Auszubildende und Trainees richtet (vgl. S. 124). Welche Chancen sehen Sie, wenn junge Menschen im Unternehmen in die**

## **nachhaltige Entwicklung einbezogen werden? Wie können die SDGs diesen Wandel hin zu einer nachhaltigeren Wirtschaft unterstützen?**

Nachhaltigkeit geht jeden etwas an, und die junge Generation weiß das. Wenn junge Menschen die notwendigen Fähigkeiten und Möglichkeiten erhalten, um ihr Potenzial auszuschöpfen, können sie eine treibende Kraft bei der Förderung der Entwicklung sein und zu Frieden und Sicherheit beitragen. Jugendorganisationen müssen ermutigt und befähigt werden, sich an der Umsetzung der Agenda 2030 in die lokale, nationale und regionale Politik zu beteiligen. Sie spielen eine wichtige Rolle bei der Umsetzung, Überwachung und Überprüfung der Agenda sowie bei der Rechenschaftspflicht der Regierungen. Mit politischem Engagement und angemessenen Ressourcen haben junge Menschen das Potenzial, die Welt am effektivsten zu einem besseren Ort für alle zu machen. ●

*Aus dem Englischen von Katrin Wippich*

**Paula Caballero ist heute Regionalgeschäftsführerin für Lateinamerika von The Nature Conservancy, einer weltweit tätigen Umweltschutzorganisation mit Sitz in Arlington, Virginia (USA).**



# 17 Ziele machen Nachhaltigkeit (be)greifbar

Die SDGs geben Orientierung und erleichtern den Überblick über die Handlungsfelder der Nachhaltigkeit. Gerade für KMU bieten sie einen guten Einstieg in die Nachhaltigkeit, können Leitplanken für die Nachhaltigkeitsstrategie und Leitmotiv für die Nachhaltigkeitskommunikation sein.

Von Wiebke Mersmann



CheckN bei der Firma Bernhard Heckmann GmbH & Co. KG

Nachhaltigkeit wird breit diskutiert, die Ausprägungen sind vielfältig und die Herangehensweisen ebenso. Die Komplexität von Nachhaltigkeit kann zunächst einmal abschreckend wirken. Es bedarf daher einer angemessenen und praktikalnen Vorgehensweise, um die Komplexität aufzubrechen und Nachhaltigkeit als die Chance zu verstehen, die sie darstellt. Viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU) engagieren sich schon zu Nachhaltigkeitsthemen, ohne dass es ihnen bewusst ist. Häufig sind sie auf der operativen Ebene tätig, ohne einen strategischen Überbau entwickelt zu haben und ohne ihre Aktivitäten zuordnen zu können.

Mit den SDGs liegt ein Rahmenwerk vor, welches das weite Feld der Nachhaltigkeit in 17 Oberziele einordnet und damit eine Systematik bietet, die Nachhaltigkeit (be)greifbar macht und einen strukturierten Aufbau im Unternehmen ermöglicht. Zur Erreichung der SDGs adressieren die Vereinten Nationen Unternehmen explizit als wichtige Akteure. Sie werden aufgefordert, Kreativität und Innovationspotenziale zur Gestaltung einer Transformation der Wirtschaft zu nutzen. Ban Ki-Moon, ehemaliger Generalsekretär der Vereinten Nationen, beschrieb den Privatsektor als einen unerlässlichen

Partner zur Erreichung der SDGs und rief alle Unternehmen der Welt dazu auf, „die Auswirkungen ihres Handelns zu erheben, sich ehrgeizige Ziele zu setzen und ihre Fortschritte transparent zu kommunizieren“. Dort, wo der allgemeine unternehmerische Nachhaltigkeitsdiskurs stark von künftigen Offenlegungspflichten bestimmt ist, ergänzen die SDGs eine grundlegende Komponente, die wir nicht aus dem Blick verlieren dürfen: das Handeln. Nur durch eine engagierte Unternehmerschaft lassen sich die Ziele überhaupt erreichen.

Welche Chancen und Potenziale bietet die Verwendung der SDGs?

## Orientierung

Die SDGs geben Orientierung und vereinfachen damit, einen Überblick über die Handlungsfelder der Nachhaltigkeit zu bekommen. Gerade KMU wägen häufig ab, mit welchem Aufwand und mit welchen Ressourcen Nachhaltigkeit in ihre Unternehmenskontexte übertragbar ist. Aber auch sie stehen – genau wie größere Konzerne – vor globalen Herausforderungen wie dem Klimawandel und den damit verbundenen steigenden Risiken, unterbrochenen Lieferketten oder



den wachsenden Ansprüchen des Marktes. Die SDGs greifen all diese Themen auf und machen sie durch die möglichen Zuordnungen auf betrieblicher Ebene verständlicher.

### Den Blickwinkel erweitern

Nachhaltigkeit wird auch heute noch als grünes Randthema wahrgenommen, und KMU vernachlässigen bei der Verwendung des Nachhaltigkeitsbegriffs häufig die sozialen, kulturellen und ökonomischen Themengebiete. Einige SDGs wie Ziel 1, 5, 8 und Ziel 10 sprechen ganz klar soziale Themenfelder an und erweitern dadurch den Blickwinkel. Auf der Maßnahmen-Ebene der Unternehmen kann dies bedeuten: Ausgestaltung fairer Vertragsbedingungen, die Übernahme von Auszubildenden und eine betriebliche Altersvorsorge, was beispielsweise im Kontext von SDG 1 „Keine Armut“ zu benennen wäre.

### Kommunikationsmittel

Die SDGs schaffen erstmals ein global einheitliches und verständliches Zielbild der nachhaltigen Entwicklung, und sie bieten einen hohen Wiedererkennungswert. Die SDGs sind nicht nur Systematik, sondern auch eine einheitliche Sprache und Symbolik der Nachhaltigkeit. Sie sind als Kommunikationsmittel etabliert und liegen u.a. der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie zugrunde, sind in zahlreichen Nachhaltigkeitsberichten zu finden und bilden die Basis vieler Unternehmensleitbilder. Durch die eingängige Symbolik der 17 Kacheln bieten die SDGs zudem visuell eine ansprechende Aufbereitungsmöglichkeit für die interne und externe Kommunikation. Mit der Verwendung der SDGs entscheiden sich Unternehmen für eine etablierte Aufbereitung des Nachhaltigkeitsengagements und bieten ihren Stakeholdern einen direkten Wiedererkennungswert und eine Feedbackmöglichkeit, da der große Bekanntheitsgrad der SDGs einen Dialog vereinfacht. Die Nutzung der SDGs verdeutlicht zudem die Übernahme der unternehmerischen Verantwortung, an der nachhaltigen Transformation zu partizipieren.

### Strategische Stoßrichtungen ableiten

Durch die Zuordnung und Gewichtung von Handlungsfeldern entlang der SDGs können KMU identifizieren, welche der Ziele für das Kerngeschäft von relevanter und zukunftssträchtiger Bedeutung sind. Hieraus lassen sich Schwerpunktset-

zungen ableiten und wesentliche Handlungsfelder festlegen, in denen Ziele gesetzt und Maßnahmen definiert werden. Damit kommt man einer strategischen Beschäftigung mit dem Thema schon deutlich näher und reduziert das weite Feld der Nachhaltig auf die wirklich wichtigen Bereiche.

### Business Case

Im Idealfall können die SDGs dazu beitragen, die Ausrichtung von Geschäftsstrategien an neue gesellschaftliche Bedürfnisse zu ermöglichen, Innovationsfelder zu erschließen und in neue Märkte vorzudringen. Der UN Global Compact bewertet die SDGs als eigenständigen Business Case. Durch die Nutzung der SDGs ließe sich die unternehmerische Nachhaltigkeit steigern, um frühzeitig für zu erwartende Verschärfungen von Nachhaltigkeitsansprüchen gerüstet zu sein, auch bzgl. Ansprüchen von Verbraucher:innen und nachwachsenden Generationen. Die glaubhafte Anwendung der SDGs kann das Vertrauen der Stakeholder steigern und die gesellschaftliche Legitimation, die „license to operate“ eines Unternehmens festigen. Die SDGs bieten vor allem unter Ziel 8 „Menschenwürdige Arbeit“ eine Möglichkeit, die eigenen Wertschöpfungsketten zu betrachten und dabei Chancen und Risiken in den einzelnen Schritten zu erkennen.

### Einstieg in das Nachhaltigkeitsmanagement

Die SDGs eignen sich darüber hinaus für den Einstieg in die Nachhaltigkeit, da Unternehmen durch das Heranziehen der SDGs Nachhaltigkeit besser verstehen, einordnen und systematisieren können. Erste strategische Stoßrichtungen werden festgelegt. Für KMU ergibt sich auf diesem Wege auch eine Übersicht über die Aktivitäten zur innerbetrieblichen Nachhaltigkeit, die anschließend in ein Nachhaltigkeitsmanagement übertragbar sind. Die Betrachtung von Zielen und Maßnahmen bietet die Anschlussfähigkeit an ein entsprechendes Controlling. Die so entwickelten Strukturen sind eine gute Basis für die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes. Die Praxis zeigt, dass Unternehmen, die über die SDGs zur Nachhaltigkeit gekommen sind, diese als Leitplanke ihrer Nachhaltigkeitsstrategie und als Leitmotiv der Außerdarstellung übertragen haben. Dies verdeutlicht das Potenzial der SDGs, als Grundlage der Integration von Nachhaltigkeit zu dienen und langfristig verankert zu werden. ●

## CheckN als Nachhaltigkeitskompass

Der CheckN wurde von B.A.U.M. Consult GmbH entwickelt und gemeinsam mit B.A.U.M. e.V. promotet. Dieser Nachhaltigkeitskompass bewertet auf Grundlage der SDGs den Stand der betrieblichen Nachhaltigkeit anhand der 17 Ziele – aus betrieblicher Sicht und aus Sicht wichtiger Anspruchsgruppen. In einem halbtägigen Workshop bewerten Unternehmensvertreter:innen die Relevanz der 17 SDGs für ihr Kerngeschäft und führen damit eine erste Wesentlichkeitsanalyse durch: Welche SDGs sind wichtig? Welche Fokusthemen setzen Markt und Gesellschaft? Welche guten Ansätze gibt es im Unternehmen schon? Weitere Informationen zum CheckN unter [www.baumev.de/News/9451/CheckN](http://www.baumev.de/News/9451/CheckN)



### WIEBKE MERSMANN

M.Sc. Nachhaltige Entwicklung, ist bei der B.A.U.M. Consult GmbH am Standort Hamm seit 2019 als Consultant im Bereich „Nachhaltiges Wirtschaften“ tätig, mit Themenschwerpunkten wie SDGs, Nachhaltigkeitsstrategieentwicklung, Nachhaltigkeitsberichtserstattung, ÖKOPROFIT®.

# SDG-Mapping als Einstieg und Orientierungshilfe für ganzheitlich nachhaltiges Handeln

---

*Am Beispiel Ernährungswirtschaft zeigt der Autor, wie sich mit Hilfe eines SDG-Mapping ein Themen- oder Geschäftsfeld, Projekt oder Produkt analysieren lässt. Das Ergebnis ist ein erstes ganzheitliches Schlaglicht auf die tangierten unterschiedlichen ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsaspekte.*

---

Von Michael Kaminski-Nissen

Vor sieben Jahren ist die von allen Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen beschlossene „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ in Kraft getreten (Beschluss der UN-Generalversammlung vom 18.9.2015; [www.un.org/depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf](http://www.un.org/depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf)). In deren Mittelpunkt stehen die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) mit ihren insgesamt 169 Unterzielen, die einheitliche, verbindliche Grundlagen und Ziele für ein ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltiges Handeln aller Staaten weltweit vorgeben.

## Alle Nachhaltigkeitsfacetten abgedeckt

Schnell zeigte sich, dass die 17 SDGs nicht nur als Rahmen für ein nachhaltiges Handeln von Staaten und Politik geeignet sind, sondern auch – entsprechend interpretiert und adaptiert – für die Einordnung und Zielsetzung nachhaltigen Agierens bei Unternehmen, Verwaltungen und Organisationen wie auch für spezifische Themenfelder und Projekte anwendbar sind. So bringt zum Beispiel SDG 17 „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“ und da insbesondere das Unterziel 17.7 das Handeln von B.A.U.M. e.V. als Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften recht gut auf den Punkt. Einen Schritt weiter mit Sicht auf die aktuell definierten Kernkompetenzen beziehungsweise Schwerpunktthemen von B.A.U.M. (vgl. [www.baumev.de/Themen](http://www.baumev.de/Themen)) lassen sich dann auch entsprechend thematisch ausgewählte weitere SDGs und deren Unterziele in unterschiedlicher Gewichtung zuordnen. Unabhängig davon, ob der Einstieg dabei thematisch ökologisch, sozial oder ökonomisch geprägt ist, kommt man dank der unterschiedlichen SDGs immer zu einer ganzheitlichen, alle Nachhaltigkeitsfacetten abdeckenden Einordnung.

## Beispiel: nachhaltige Ernährungswirtschaft

Im Folgenden soll ein derartiges SDG-Mapping bezogen auf nachhaltige Ernährungswirtschaft, ein Schwerpunktthema von B.A.U.M. für 2023, kurz beispielhaft dargestellt werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Ernährungswirtschaft

ein sehr breites und heterogenes Feld ist, das sich auf vielfältige, pflanzlich, tierisch und künstlich basierte Produkte, deren Herstellung, Verarbeitung und Vertrieb regional, national und global sowie auf deren Konsum erstreckt. Berührt werden ökologische Themen (z.B. Klimawandel, Biodiversität) ebenso wie soziale und ökonomische Themen (z.B. Arbeitsbedingungen in Produktion und Verarbeitung, Lieferketten, Konsumverhalten).

Für das SDG-Mapping kann das oben erwähnte Beschlussdokument der Vereinten Nationen zur Agenda 2030 verwendet werden, da dort auf 15 Seiten alle 17 SDGs und ihre Unterziele kompakt aufgelistet sind. Aufgrund der speziellen, zunächst politischen Zielsetzung wie auch des Alters des Dokuments ist es sinnvoll, es für den Zweck der hier vorgeschlagenen themenspezifischen, aktuellen SDG-Positionierung mit einer „kreativ-pragmatischen“ Sicht zu lesen und zu interpretieren. Ergänzend kann es hilfreich sein, einige Vergleichsinformationen aus dem jeweils gleichen thematischen Umfeld zu haben, die sich häufig im Internet finden lassen.

Als Ergebniszusammenfassung eines SDG-Mapping eignet sich eine einfache Grafik, die neben einer Darstellung der jeweils wesentlichen SDGs auch eine erste grobe Priorisierung auf einen Blick ermöglicht. Diese Form einer einheitlichen und einfachen grafischen Zusammenfassung der Mapping-Ergebnisse erleichtert zudem eine Gegenüberstellung beziehungsweise einen Vergleich von SDG-Mapping-Runden, denen zum Beispiel eine abweichende Einstiegssichtweise zugrunde liegt oder/und die zu einem späteren Zeitpunkt aufgrund veränderter Rahmenbedingungen erneut durchgeführt werden. Auch eine Gegenüberstellung mit völlig anderen Themen- bzw. Betrachtungsfeldern ist so möglich – zum Beispiel zum Abgleich oder zur Konsolidierung von Maßnahmen des individuellen Nachhaltigkeitsmanagements.



**Ganzheitliches Schlaglicht auf Nachhaltigkeitsaspekte**

Konkret ist das Vorgehen bei einem SDG-Mapping in der vorgeschlagenen Form recht einfach und nicht allzu zeitaufwändig. Mit Blick auf die Grafikvorlage liest man die 17 SDGs und ihre Unterziele durch, interpretiert diese bezogen auf das entsprechende Thema („kreativ-pragmatisch“) und selektiert die passenden SDGs und, wenn möglich, Unterziele. Das Ergebnis ist ein erstes ganzheitliches Schlaglicht auf die tangierten unterschiedlichen ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsaspekte. Führt man ein derartiges SDG-Mapping allein durch, ist das Ergebnis entsprechend subjektiv. Eine Diskussion im Team beziehungsweise in einem Workshop kann ein breiteres, objektiveres Bild ergeben, ist aber auch entsprechend zeitintensiver.

**Ernährungswirtschaft: acht von 17 SDGs im Fokus**

Zum Thema „Ernährungswirtschaft – ökologisch, sozial, ökonomisch nachhaltig“ können acht SDGs als besonders relevant identifiziert werden, wobei jeweils einige Unterziele zugeordnet werden können (s. Abb.). Hinsichtlich seiner Bedeutung hervorzuheben ist dabei vor allem SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ mit seinen Unterzielen 12.3 und 12.6. Für eine tiefergehende Betrachtung sollte des Weiteren berücksichtigt werden, dass zwischen den einzelnen SDGs zahlreiche Wechselwirkungen bestehen. Diese Wechselwirkungen können inhaltlich-thematischer Natur sein, ergänzend oder verstärkend wirken, aber auch zu Konkurrenzsituationen einzelner SDGs untereinander führen.

Wird man eine Stufe konkreter und fokussiert auf Maßnahmen zu Klimaschutz/-anpassung in Unternehmen der Lebensmittelindustrie – wie derzeit im Rahmen der B.A.U.M.-Initiative „Wirtschaft pro Klima“ in Arbeit (vgl. [www.wirtschaftproklima.de/ernaehrung](http://www.wirtschaftproklima.de/ernaehrung)) – ergibt ein SDG-Mapping ein abweichendes Bild. Besonders relevant sind dann „nur noch“ vier SDGs, wobei SDG 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“ mit seinen Unterzielen 13.2 und 13.3 im Mittelpunkt steht.

Im Lauf der letzten Jahre sind eine Vielzahl derartiger SDG-Mapping zu unterschiedlichen Themen als nachhaltigkeitsbezogener Einstieg, Orientierung und Positionierung entstanden. Diese betrafen Geschäftsfelder und -prozesse ebenso wie Projekte und Produkte und etliches mehr. Einige weitere Beispiele finden sich im Beitrag von Michael Kaminski-Nissen und Stephan Bongwald in „CSR und Nachhaltigkeitsstandards“ (hg. von Bernhard Schwager, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler, 2022).

**MICHAEL KAMINSKI-NISSEN**

hat mehr als vier Jahrzehnte unterschiedlichste Aufgaben in den Bereichen Informationsmanagement, Beratung und Geschäftsfeldentwicklung wahrgenommen. Von 2007 bis 2015 war er bei Hewlett-Packard im Bereich Social and Environmental Responsibility Operations verantwortlich für Deutschland und die Schweiz. Danach war er ausschließlich ehrenamtlich aktiv, z.B. bei B.A.U.M. e.V.

**Ernährungswirtschaft – ökologisch, sozial, ökonomisch, nachhaltig**

Eine Auswahl von besonders tangierenden SDGs



\* Verknüpfungen zu weiteren SDGs in Abhängigkeit vom individuellen Einzelfall möglich

Grafik: © mkn 2021 / Jan 2023



Daniel Büchle ist Geschäftsführer von AfB social & green IT. Das Inklusionsunternehmen beschäftigt sich mit Aufbereitung und Verkauf von gebrauchten IT- und Mobilgeräten und schafft Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung.

## Nachwuchskräfte als Multiplikator:innen für Nachhaltigkeit

AfB social & green IT nimmt mit zwei Nachwuchskräften am Projekt „SDG-Scouts“ von B.A.U.M. teil. Projektmanagerin Karina Frochtmann sprach mit Daniel Büchle, dem Geschäftsführer von AfB, über die Potenziale der SDGs für das Nachhaltigkeitsmanagement und die Einbeziehung möglichst vieler Mitarbeitender.

**Welche Rolle spielen die SDGs für AfB? Welche SDGs sind besonders relevant und wie aktiv seid ihr bei den für euch relevanten SDGs?**

SDGs sind wesentliche Grundlagen unserer Arbeit, sowohl hinsichtlich Nachhaltigkeit als auch Inklusion. Wir zählen auf sieben der insgesamt 17 SDGs ein: 4 (Hochwertige Bildung), 6 (Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen), 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum), 10 (Weniger Ungleichheiten), 12 (Nachhaltige/r Konsum und Produktion), 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) sowie 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele).

Die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) wurden von den Vereinten Nationen erarbeitet, um gemeinsam die gesellschaftlichen Herausforderungen bis 2030 anzugehen. Gemeinsam mit unseren IT-Partnern, die uns ihre ausgemusterte IT-Hardware zur Datenvernichtung und Aufbereitung anvertrauen, unterstützen wir diese Nachhaltigkeitsziele. IT-Refurbishing und -Remarketing schont Ressourcen und reduziert die Emissionen toxischer Stoffe. So leisten wir maßgebliche Beiträge zu Klima-, Natur- und Umweltschutz und bieten auch Menschen mit schmalen Geldbeutel die Möglichkeit, gute Hardware zum günstigen Preis einzukaufen. Als Inklusionsunternehmen engagiert sich AfB zudem für menschenwürdige Arbeit und weniger Ungleichheiten; fast die Hälfte unserer 400 Mitarbeitenden in Deutschland sind Menschen mit Behinderung.

Dank einer Ökobilanzstudie der Klimaschutzorganisation myclimate von 2021 ist es uns möglich, den ökologischen Beitrag unseres IT-Remarketing sowohl für jedes Partnerunternehmen einzeln sowie im Gesamten auszuwerten. Die Messung basiert auf sieben Gerätetypen (Notebook, PC, Tablet, Mobiltelefon, Monitor, Server, Drucker), deren durchschnittlichen Produktionsaufwänden und durchschnittlicher Nutzungsdauerverlängerung durch Refurbishment im Vergleich zur Neuproduktion der gleichen Menge an IT-Geräten.



Im Rahmen des Projekts „SDG-Scouts“ von B.A.U.M. untersuchen wir derzeit unseren Einfluss auf die anderen SDGs, zu denen wir auf den ersten Blick noch wenig bzw. nichts beitragen, um auch hier nachhaltiger zu werden. Gerade haben wir beim 1. German SDG-Award den Sonderpreis in der Kategorie „Unternehmen“ gewonnen – für uns bei AfB auch eine tolle Würdigung unserer IT-Partner, ohne die wir diesen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit nicht leisten könnten.

**Warum nehmt ihr am Projekt „SDG-Scouts“ teil? Welchen Nutzen seht ihr für euch durch die Teilnahme?**

Wir wollen auch innerhalb von AfB nachhaltiger werden, und sind überzeugt davon, dass es noch einige Hebel gibt. Das hört bei weniger Ausdrucken, um Papier zu sparen, nicht auf. Viele Mitarbeitende identifizieren in ihren konkreten täglichen Aufgaben auch kleine Verbesserungen, die sich unternehmensweit schnell zu einem großen Ganzen summieren. Diese Potenziale wollen wir nutzen und innerhalb des Unternehmens möglichst viele Mitarbeitende einbeziehen. Wenn wir es schaffen, daraus eine Selbstverständlichkeit zu machen, ist viel erreicht und gewonnen.

Auszubildende und Nachwuchskräfte beziehen wir beim Thema Nachhaltigkeit ein, weil sie jeden Tag direkt dort arbeiten, wo es Potenziale gibt – aber auch, um sie stärker ins Unternehmen und Unternehmensentscheidungen einzubeziehen. Sie lernen auf diese Weise, strategisch zu denken und das Unternehmen von innen heraus in einem ständigen Verbesserungsprozess zu optimieren. Ihnen früh Verantwortung zu übertragen, an der sie wachsen und reifen können, ist uns wichtig.

**Das Schulungsangebot von B.A.U.M. zielt auf Bildung für eine nachhaltige Entwicklung ab. Dabei werden die Nachwuchskräfte befähigt, zukunftsfähige Entscheidungen treffen zu können. Wie können diese fachübergreifenden Kompetenzen der Nachwuchskräfte sinnvoll im Unternehmen eingesetzt werden?**

Ziel ist es, dass die Nachwuchskräfte als Multiplikator:innen über den Projektzeitraum hinaus im Unternehmen aktiv sind. Man kann von oben vieles planen. Doch gerade das Thema Nachhaltigkeit wirkt dadurch, dass alle mitmachen und Verantwortung übernehmen. Wir möchten, dass unsere SDG-Scouts künftig bei Ausübung ihrer Jobs noch stärker das Thema Nachhaltigkeit berücksichtigen, denn sie sind nach Projektabschluss in der Lage, zukunftsfähiger und umfassender zu handeln und bessere Entscheidungen hinsichtlich Nachhaltigkeit zu treffen. Sie werden dadurch zu unseren „Nachhaltigkeitsbotschafter:innen“, die auch Kolleginnen und Kollegen inspirieren und mit einbeziehen, was – hoffentlich – insgesamt zu mehr nachhaltiger Verantwortung der Mitarbeitenden im Unternehmen führt.

Aktuell arbeiten unsere Nachwuchskräfte an der SDG-Erkundung im Unternehmen und entwickeln eigene Projektideen. Gut finde ich, dass sie sich dabei auch mit SDG-Scouts aus drei anderen Unternehmen in Workshops über ihre Erkenntnisse austauschen. Im Frühjahr 2023 folgt die finale Projektpräsentation gegenüber der Geschäftsführung. Ich bin gespannt darauf, was unsere Nachwuchskräfte in insgesamt einem halben Jahr erarbeitet haben.

**Wird es bei AfB neben dem ersten Projekt für die SDG-Scouts weitere Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsperformance geben? Wie können die SDG-Scouts in Unternehmensprozessen mit ihrer Rolle als Multiplikator:innen eingebunden werden?**

Unsere Zielrichtung ist klar: Wir möchten nicht, dass das Projekt eine einmalige Sache bleibt. Uns ist sehr daran gelegen, unsere eigenen internen Prozesse über alle Abteilungen hinweg nachhaltiger zu gestalten. Zusätzlich wollen wir im Rahmen von weiteren Projekten unserer CR- und Umweltabteilungen, gerade auch in Anbetracht der anstehenden Nachhaltigkeitsberichtspflicht, auf interne Ressourcen und Unterstützung zurückgreifen, wie z.B. unser internes Sustainability-Board. Mit diesem Board beziehen wir auch die Mitarbeitenden in den einzelnen Abteilungen konsequenter mit ein. Wir verankern damit die Verbesserung unserer eigenen Nachhaltigkeit auf die gleiche Weise in unseren Leitlinien wie Großunternehmen und börsennotierte Konzerne. Schrittweise evaluieren wir Potenziale und Maßnahmen, um sie abteilungsübergreifend in die Tat umzusetzen. ●

Die Fragen stellte Karina Frochtmann.

Weitere Informationen: [www.sdg-scouts.de](http://www.sdg-scouts.de)

## SDG-Scouts – Schulung von Auszubildenden und Nachwuchskräften für Nachhaltigkeit

Mit der mehrteiligen Workshopreihe zu SDG-Scouts haben Auszubildende und Nachwuchskräfte aller Branchen die Chance, in ihren Unternehmen Nachhaltigkeit voranzubringen. Anhand der 17 SDGs werden effektive Verbesserungspotenziale erkannt und innerhalb eines Praxisprojekts im eigenen Betrieb umgesetzt. Ein Programmdurchlauf dauert ca. 6–8 Monate und wird für Frühjahr und Herbst 2023 angeboten. 2–3 Teilnehmende pro Unternehmen können an den Workshops für eine Bildung für nachhaltige Entwicklung teilnehmen. Das Projekt von B.A.U.M. wird fachlich und finanziell durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) sowie das Bundesumweltministerium und das Umweltbundesamt (UBA) unterstützt. Dank der Förderung nehmen bereits dreißig KMU an dem Programm teil. Weitere Unternehmen können gegen einen Eigenbeitrag mitmachen. Informationen unter [www.sdg-scouts.de](http://www.sdg-scouts.de)





**Lukas Bosch und Jule Bosch**  
begleiten seit mehr als 10 Jahren  
Innovations- und Strategieprozesse in  
Unternehmen. [www.bosch-and.com](http://www.bosch-and.com)

**Wofür steht nochmal  
die Abkürzung SDG?  
Ach ja, für „Simpel und  
Doch Genial“!**

Scherz beiseite. „Simpel und Doch Genial“ stimmt trotzdem. Insbesondere aus der Perspektive von uns Innovationsberater:innen. Denn wir richten unseren Blick gerne auf Phänomene, die positive Veränderung beschleunigen können. Und SDGs tun das wie wenige andere kollektive Zielsetzungen!

Wie machen sie das? Wie schaffen sie es, dass sie als ursprünglich politisches Instrument nicht allein von Kommunen und Vereinen, sondern insbesondere von Unternehmen und Start-ups aufgegriffen und für die Innovationsarbeit genutzt werden? Also von denen, die wir als maßgebliche Urheber sozialer und ökologischer Probleme diagnostizieren könnten – also das Gegenteil dessen, was die SDGs proklamieren? Die Macher:innen der SDGs scheinen genau das erkannt zu haben und spannen in der Formulierung der Ziele die Wirtschaft entsprechend ein. Wer die 17 Punkte genau durchliest, erkennt: **Ohne Wirtschaft geht hier gar nichts!**

Auch in der Funktionsweise passen sich die SDGs der Wirtschaft an: Sie sind in ihrer Erreichung messbar, genauso, wie Unternehmen auch in anderen Bereichen Erfolg messen, um ihre Strategien entsprechend auszurichten. Schrieben wir ein Lehrbuch in Sachen Zielsetzungstheorie, müssten wir an dieser Stelle notieren: Merke! Diejenigen, die die Probleme lösen sollen, müssen in der Zielformulierung mitgedacht werden! Nur so kann „die Wirtschaft“ vom größten Problem für Öko- und soziale Systeme zum größten Schlüssel für die nachhaltige Transformation werden! Eigentlich doch ganz simpel, oder? Ganz genau: genial!

**AKTUELLES – NEWS AUS DEM NETZWERK**

**Pflanzenbasierte Ernährung ist kein Randgruppenthema mehr**



So werden zum Beispiel Gummibärchen, Gänseleber und Froschschenkel der Grundversorgung zugeordnet, während Mineralwasser oder Apfelsaft mit 19 Prozent besteuert werden. Wieso fallen bei Milch 7 Prozent an, bei einem Haferdrink jedoch 19 Prozent? „Das ist weder gerecht noch zeitgemäß.“ Voelkel betont, dass es bei der Forderung nicht gegen den Konsum von Milch ginge, sondern rein um eine Gleichbehandlung von pflanzenbasierter Ernährung vor dem Gesetzgeber. [www.voelkeljuice.de](http://www.voelkeljuice.de)

Aus sozialpolitischen Gründen wird für viele Grundnahrungsmittel eine ermäßigte Mehrwertsteuer von sieben statt 19 Prozent erhoben, denn Grundnahrungsmittel sollen erschwinglich sein. Aufgrund umweltpolitischer Anforderungen und vieler Absurditäten in der Anwendung steht diese Sonderregelung jedoch aktuell vielerorts in der Kritik.

**Das Urteil der Jury**



Möbelhersteller vereint Girsberger das handwerkliche Können aller notwendigen Gewerke wie Demontage, Schreinerei, Metallbau, Montage, Polsterei und Lackiererei und bietet damit alle Maßnahmen rund um das Remanufacturing aus einer Hand. Dabei bleiben hochwertige Grundmaterialien wie tragende Strukturen und Mechaniken aus Holz, Metall oder Kunststoff nach Möglichkeit erhalten. Lediglich unbrauchbar gewordene Teile werden ersetzt und fachgerecht entsorgt. [www.girsberger.com](http://www.girsberger.com)

„Ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen ist ein wesentlicher Faktor einer nachhaltigeren Wirtschaft. Girsberger bietet mit „Remanufacturing“ ein herstellerunabhängiges Dienstleistungsangebot mit Schwerpunkt auf dem Refurbishment bzw. dem Upcycling von abgenutzten Möbeln, die eigentlich entsorgt werden würden. Als

**Der Kampf gegen den Klimawandel ...**



Tochtergesellschaft der Technischen Universität Dortmund (TU Dortmund), haben ein Programm für unternehmerischen Nachwuchs ins Leben gerufen, um Antworten auf diese Fragen zu finden – die „tu.CREATE x Miele Challenge 2023“. Die achtwöchige Challenge endet am 23. April. In der Projektphase arbeiten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an fünf verschiedenen Nachhaltigkeitsprojekten. [www.tu-concept.com](http://www.tu-concept.com), [www.miele-presse.de](http://www.miele-presse.de)

... zählt zu den größten Herausforderungen unserer Zeit. Auch Miele ist sich dessen bewusst und entwickelt ressourcen- und umweltschonende Lösungen, um einen Beitrag für eine bessere Zukunft zu leisten. Doch wie lässt sich Nachhaltigkeit in Geschäftsmodelle überführen? Wie gelangen sinnvolle Ideen in die Praxis? Miele und die TU concept GmbH,



## NACHRICHTEN

### Klimafreundliche Alternativen zu Geschäftsreisen

Am 1. Januar ist das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz aus Mitteln der Nationalen Klimaschutzinitiative geförderte Verbundprojekt „CO<sub>2</sub>meet – klimafreundliche Alternativen zu Geschäftsreisen“ gestartet. Partner von B.A.U.M. ist die Hochschule RheinMain.

Seit Frühjahr 2020 hat sich infolge der COVID-19-Pandemie die Praxis der Geschäftsreisen stark verändert. Dies hat zu positiven Klimaeffekten geführt. Das Projekt CO<sub>2</sub>meet möchte diese Entwicklung verstetigen und unterstützt Unternehmen dabei, generell und auf Dauer Möglichkeiten zur Vermeidung oder zumindest zur klimaverträglichen Gestaltung von Geschäftsreisen zu etablieren. Auf diese Weise wird ein Beitrag zur Erreichung der Pariser Klimaschutzziele geleistet.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

### Checkliste für seriöse Nachhaltigkeitsberatungen

Unternehmen erhalten in diesem Jahr viele Angebote von Beratungen, die in Qualität und Kompetenzniveau ganz unterschiedlich sind. Im Feed der digitalen Plattform von B.A.U.M. finden interessierte Mitglieder und Netzwerkpartner eine Checkliste für seriöse Nachhaltigkeitsberatungen. Zugang erhalten Sie nach vorheriger Registrierung: [app.baumev.de](https://app.baumev.de)

### Besuchen Sie uns auch im Internet!

Auf [www.baumev.de/Neuigkeiten](https://www.baumev.de/Neuigkeiten) finden Sie aktuelle Nachrichten und auf [app.baumev.de/events-view](https://app.baumev.de/events-view) unseren Veranstaltungskalender.

## VERANSTALTUNGS- VORSCHAU

### r3.0 Transformation Journey Program

**28.3. & 2.5.2023, 9:00 – 17:00 Uhr, Schlosshotel Blankenburg**  
Besteigen Sie mit uns den „Mount Thriveability“? Diese zweiteilige Veranstaltung von r3.0 in Kooperation mit GreenSign und B.A.U.M. eröffnet neue Perspektiven und Wege bei der Transformation.

### Wirkungen von Catering und Außer-Haus-Verpflegung unter der Lupe

**20.4.2022, 14:00 – 17:00 Uhr, online**

Gemeinsame Veranstaltung unseres Transformationsdialogs „Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft“ und des Transformationslabors „Ernährung“ mit Impulsen aus Wissenschaft und Praxis sowie der beliebten Kollaborationsbörse zum dynamischen Netzwerken.

### Transformationsfinanzierung in KMU

**10.5.2023, 9:30 – 17:30 Uhr, Leipzig (Hybridveranstaltung)**

Systematisches Zusammenspiel von öffentlicher Förderung und privatem Kapitalmarkt für Mittelstand und regionale Wertschöpfung: Wie ist hierbei die Rolle der Mittelstandsfinanzierer, der regionalen Banken und Sparkassen, der Wirtschaftsförderungen und Versicherungen? Von B.A.U.M. organisierter Thementag im Rahmen des Leipziger Finanzforums.

<https://leipziger-finanzforum.de/sustainable-finance/>

### Unternehmenstreff Nachhaltigkeit

**alle 14 Tage freitags, 9:00 – 10:00 Uhr, online**

Unseres regelmäßiges Online-Format mit viel Raum für Erfahrungsaustausch bietet eine breite Themenpalette, z.B.:

- » Abgrenzung zu Greenwashing in der Kommunikation
- » Kooperationen zwischen Unternehmen und NGOs
- » Wie wir die Resilienz von Unternehmen und Organisationen stärken

## NEUE MITGLIEDER



**Diese Unternehmen begrüßen wir im Förderkreis von B.A.U.M. e.V.\*:** ARRK Engineering GmbH, München | BAHAG AG, Mannheim | DEINspeisesalon, Köln | Genossenschaft Deutscher Brunnen eG, Bonn | Genossenschaftsverband – Verband der Regionen e.V., Münster | idealo internet GmbH, Berlin | Orbiture UG, Winsen (Luhe) | Ringbeck Holding GmbH, Langenfeld | STRG H, Nürnberg | Swarmlab GmbH, Berlin | TREND Service GmbH, Wuppertal | Umweltberatung Weiland, Mögglingen

\* Stand zum Redaktionsschluss am 8.2.2023

Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Innovation



**Sika mit neuen Technologien auf dem Weg in die Zukunft**

Der globale Sika Konzern hat sich zum Ziel gesetzt, die Transformation der Bau- und Fertigungsindustrie mit nachhaltigen Lösungen voranzutreiben. Als ein Technologieführer von bauchemischen Produktsystemen sowie industriellen Dicht- und Klebstoffen konzentriert sich Sika seit über einem Jahrzehnt auf die Generierung von nachhaltigem Mehrwert entlang der Wertschöpfungskette.

Die Nachhaltigkeitsstrategie von Sika hängt eng mit der Unternehmensstrategie zusammen und umfasst sechs Ziele, die wirtschaftliche, ökologische und ge-

sellschaftliche Dimensionen abdecken. Diese wurden mittels einer Wesentlichkeitsanalyse identifiziert und leisten einen Beitrag zu acht der insgesamt 17 Ziele der UN-Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung (UN SDGs).

Sika entwickelt innovative Technologien, die neue, attraktive Chancen für unsere Partner in der Baubranche, in der Industrie und im Handel eröffnen und ihnen ermöglichen, nachhaltiger zu werden. Konkret bedeutet dies unter anderem, Gebäude und Fahrzeuge zu bauen, die höhere Gesundheits- und Sicherheitsstandards erfüllen und einen geringeren CO<sub>2</sub>eq-Fußabdruck aufweisen – mit Produkten und Systemlösungen sowie klar definierten strategischen Zielen. Sika steht seit über hundert Jahren verlässlich für bewährte Technologien, kompetente Beratung und umfassenden Service, zum Nutzen unserer Kunden und Partner.

[www.sika.de](http://www.sika.de)

**BUILDING TRUST**



© Sika AG



Verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen ist gelebte Firmenphilosophie.

Als generationsübergreifendes Familienunternehmen und Hersteller von innovativen Verpackungslösungen in den Bereichen Tragetaschen, flexible und medizinische Verpackungen, arbeiten wir daher bereits über 10 Jahren an allen Standorten klimaneutral. Als einer der ersten der Branche, werden wir dabei von den Experten von ClimatePartner professionell unterstützt.

[www.vp-group.de](http://www.vp-group.de)



Flughafen München – Verantwortung für Umwelt und Klima

Der Flughafen München bekennt sich zu unternehmerischem Handeln, das untrennbar mit ökologischen und sozialen Zielsetzungen verbunden ist. Wertschöpfung für den Flughafen und die Region zu generieren, einen umweltbewussten Betrieb sicherzustellen sowie soziale Verantwortung zu übernehmen sind zentrale Prämissen der Konzernstrategie.

[www.munich-airport.de](http://www.munich-airport.de)



## Wilkhahn

### Die Zukunft gestalten: mehr als Möbel

Wie kaum ein anderer Möbelhersteller stehen wir als Deutscher Umweltpreisträger seit Jahrzehnten für zukunftsfähige Bürolösungen, die Gesundheitsförderung, Zusammenarbeit, Designexzellenz und Nachhaltigkeit verbinden. Verantwortlich und fair produziert gelten sie durch zeitlose Gestaltung, langlebige Qualität und wegweisende Funktionalität als werthaltige Benchmarks für „Design made in Germany“.

[www.wilkhahn.com](http://www.wilkhahn.com)



### Wir handeln transparent und nachvollziehbar

Neumarkter Lammsbräu ist seit rund 40 Jahren konsequent nachhaltig. Die Bio-Brauerei stärkt den Öko-Landbau, kämpft für reines Wasser, Klima- und Artenschutz. Das Familienunternehmen, zu dem neben vielfältigen Bio-Bier-Sorten die Marken now und BioKristall gehören, wurde als erster mittelständischer Lebensmittelhersteller in Deutschland in die Science Based Targets Initiative aufgenommen.

[www.lammsbraeu.de](http://www.lammsbraeu.de)



### Wir finden die besten Menschen für die wichtigsten Jobs

Talents4Good ist die Personalberatung für gemeinnützige Organisationen und gemeinwohlorientierte Unternehmen. Seit 2012 besetzen wir Fach- und Führungspositionen für Unternehmen aus der Nachhaltigkeitsbranche, schlagkräftige NGOs, Sozialunternehmen, innovative Stiftungen sowie Wohlfahrtsorganisationen. Damit stärken wir die Organisationen und Unternehmen, die unsere Gesellschaft positiv verändern – für eine enkeltaugliche Zukunft und eine menschenfreundliche Arbeitswelt.

[www.talents4good.org](http://www.talents4good.org)

## schülke -+

### Wir schützen Leben weltweit

Die Schülke & Mayr GmbH ist seit mehr als 130 Jahren weltweit führend auf dem Gebiet der Infektionsprävention und Infektionskontrolle. Mit einem breiten Portfolio an hochwertigen und innovativen Produkten, Know-how und zuverlässigen Dienstleistungen bietet schülke in den drei strategischen Geschäftsfeldern Healthcare, Over the Counter (OTC) und Industriehygiene ganzheitliche Konzepte zur Infektionsprävention.

[www.schuelke.com](http://www.schuelke.com)



### Förderkreis Umweltschutz Unterfranken e.V.

Seit 1988 setzt sich der FUU e.V. für nachhaltiges Wirtschaften in der Region Unterfranken ein. Er unterstützt und entwickelt nachhaltige Umwelt- und Wirtschaftskonzepte und führt innovative Umweltprojekte durch. Er ist Botschafter und Teilnehmer des Umwelt- und Klimapakts Bayern. Der FUU ist bundesweit vernetzt und in nationale und europäische Projekte eingebunden.

[www.umweltschutz-unterfranken.de](http://www.umweltschutz-unterfranken.de)



### Musikhaus Thomann seit 1954 – eine Erfolgsgeschichte

Als weltgrößter Versender für Musikinstrumente, Licht- und Ton-Equipment möchten wir unserer ökologischen, sozialen und ökonomischen Verantwortung gerecht werden. Unserem 1954 gegründeten, regionalen Familienunternehmen mit rund 1500 Mitarbeitenden ist der nachhaltige Umgang mit Ressourcen sehr wichtig. Mit B.A.U.M. möchten wir Nachhaltigkeit für eine sichere Zukunft noch stärker bei uns im Unternehmen leben.

[www.thomann.de](http://www.thomann.de)



## B.A.U.M. Insights ist ein Medienangebot von B.A.U.M. e. V. in Kooperation mit dem Magazin **forum Nachhaltig Wirtschaften**

Als Netzwerk setzt sich B.A.U.M. dafür ein, *das* zentrale Thema voranzubringen: eine lebenswerte Zukunft durch nachhaltiges Wirtschaften. Der 1984 gegründete Verband ist heute mit rund 770 Mitgliedern eine starke Stimme nachhaltig wirtschaftender Unternehmen und eine treibende Kraft für nachhaltige Entwicklung in Europa. B.A.U.M. unterstützt seine Mitglieder beim Aufbau und bei der Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsstrategien und vernetzt Akteur:innen aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Medien und Verbänden.

### Sie möchten mehr über B.A.U.M. erfahren?

Informieren Sie sich auf [www.baumev.de](http://www.baumev.de) oder folgen Sie uns auf Twitter [@BAUMeV](https://twitter.com/BAUMeV)

### Sie möchten Mitglied in unserem Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften werden?

Informationen und Beitrittserklärung finden Sie unter [www.baumev.de/Mitglied\\_werden](http://www.baumev.de/Mitglied_werden)

### Sie haben noch Fragen?

Wir freuen uns, wenn Sie Kontakt zu uns aufnehmen:  
Tel. +49 (0)40 / 49 07 11 00, [vorstand@baumev.de](mailto:vorstand@baumev.de)

### Für die nächsten Ausgaben sind folgende Themen geplant:



2/2023  
**Ernährungswende**  
ET 1. Juni 2023



4/2023  
**Entwaldungsfreie Lieferketten**  
ET 1. Dezember 2023



3/2023  
**Klimawandel mit Technologie begegnen?**  
ET 1. September 2023



1/2024  
**Nachhaltigkeitskommunikation**  
ET 1. März 2024

Auch als E-Paper plus Online-Veröffentlichung auf [www.baumev.de](http://www.baumev.de) und [www.forum-csr.net](http://www.forum-csr.net)

### Impressum

Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V.  
Osterstraße 58  
20259 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 - 49 07 11 00  
Telefax: +49 (0)40 - 49 07 11 99  
E-Mail: [info@baumev.de](mailto:info@baumev.de)  
[www.baumev.de](http://www.baumev.de)

### Vertreten durch den Vorstand:

Yvonne Zwick (Vorsitzende), Dieter Brübach (stv. Vorsitzender),  
Martin Oldeland (stv. Vorsitzender)

Vereinsregisternr.: VR 11468 Amtsgericht Hamburg  
Ust.-IdNr.: DE 118713439

**Herausgeber:** ALTOP Verlag GmbH in Kooperation mit B.A.U.M. e.V.  
**Objektleitung:** Edda Langenmayr, [e.langenmayr@forum-csr.net](mailto:e.langenmayr@forum-csr.net),  
Telefon +49 (0)89 - 7 25 88 23

**Anzeigenbetreuung:** forum Büro Nord, Dagmar Hermann,  
Lasbeker Str. 9, 22967 Tremsbüttel, Telefon +49 (0)4532 - 2 14 02

**Layout und Satz:** Dagmar Rogge  
**Erscheinungsweise:** vierteljährlich  
Printed in Germany 2023

Für die redaktionellen Beiträge von Unternehmen sowie die Best-Practice-Beispiele sind die Unternehmen selbst verantwortlich.

**ALTOP**  
bewusster leben

