



Abschlussbericht an die Deutsche Bundesstiftung Umwelt

Kompetenzplattform für Nachhaltigkeit und Digitalisierung
für den deutschen Mittelstand und seine Geschäftspartner
AZ 34067/01

Stand: April 2020

Koordination:
Carl-Ernst Müller

Tel.: 040 4907 1111

Email: c-e.mueller@nachhaltig.digital

In gemeinsamer Trägerschaft



Projektkennblatt
der
Deutschen Bundesstiftung Umwelt



Az 4067/02

Referat 21

Fördersumme

517.425 €

Antragstitel**Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit in der Digitalisierung****Stichworte**

Digitalisierung, Nachhaltigkeit, KMU, Mittelstand, Wissenplattform

Laufzeit

2 Jahre

Projektbeginn

01.01.2018

Projektende

31.03.2020

Projektphase(n)

1

Zwischenberichte

Bewilligungsempfänger DBU Zentrum für UmweltkommunikationAn der Bornau 2
49090 Osnabrück

Tel 0541 9633 966

Fax 0541 9633 990

Projektleitung

Mark Probst

Bearbeiter

Julia Fink

KooperationspartnerBundesdeutschen Arbeitskreis
für Umweltbewusstes Management e. V.
(B.A.U.M.)**Zielsetzung und Anlass des Vorhabens**

Die Digitalisierung ist zu einem zentralen Thema der industriellen und gesellschaftlichen Entwicklung geworden und bietet große Chancen für die Lösung von Umweltproblemen, aber auch Risiken. Für mittelständische Unternehmen ist dieser komplexe Abwägungsprozess alleine kaum zu leisten. Die Kompetenzplattform soll als unabhängige, neutrale und wissensgesteuerte Institution zum Thema Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit der Digitalisierung eine ganzheitliche Gestaltung unterstützen. Beide Projektträger verfolgen das gemeinsame Ziel, die Kompetenzplattform zum wichtigen virtuellen und realen Platz zu machen, der dem Mittelstand Information, Orientierung und Austausch rund um die Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit gibt.

Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden

nachhaltig.digital hat in der bisherigen Projektlaufzeit eine Plattform etabliert, die aus zwei Elementen besteht: Eine digitale Online-Plattform (Website + Social Media Kanäle), die dem mittelbaren Erfahrungsaustausch dient und zu digitalen Wandlungsprozessen unter Nachhaltigkeitsaspekten informiert, und Offlineformate (Events), bei denen sich die Zielgruppe treffen und austauschen kann, um neue Entwicklungen und Strategien zu beleuchten und weiterzuentwickeln. Die angebotenen Inhalte unterliegen sowohl online als auch offline einer "Content Curation" mit Unterstützung der Expertennetzwerke aus Forschung und Praxis. Grundsätzlich geht es dabei um eine Sicherung der inhaltlichen Eignung (Selektion) und um eine inhaltliche Prüfung. Die Arbeitsphasen gliedern sich in eine Launch Phase zur Bekanntmachung und Vernetzung der Plattform, und in eine daran anschließende Content Phase. Diese ist gekennzeichnet durch die Vernetzung mit Akteuren und Praxisbeispielen zur Generierung von eigenen Contents, den Ausbau der Online-Plattform mit Good-Practice-Beispielen, Gastbeiträgen, einem Terminkalender und einer Akteurskarte, sowie der Inspiration und Vernetzung auf eigenen und externen Veranstaltungen. Dabei wurden drei Themenschwerpunkte fokussiert und Expertennetzwerke dazu aufgebaut. Eine strategische Evaluation findet durch einen Beirat statt.

Ergebnisse und Diskussion

Innerhalb der ersten beiden Jahre zum Aufbau der Plattform wurden die Bedürfnisse der Hauptzielgruppe Mittelstand abgefragt und verschiedene Formate und Inhalte getestet. Dabei wurde auf der Online-Plattform ein Output von über 130 Contents generiert: mittels der digitalen Landkarte, des Blogs und des kuratierten Terminkalenders hat das Projektteam mehr als 35 Good Practices vorgestellt, jeweils über 50 Gastbeiträge und Akteurs-Steckbriefe verfasst und über 230 Termine veröffentlicht. Immer mit dem Fokus, die Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung zusammen zu denken, Dialoge zu unterstützen, Menschen mit Ideen zu vernetzen und über Branchengrenzen hinweg konkrete Lösungsansätze zu entwickeln, zu informieren, zu inspirieren und zu initiieren.

Inwiefern die aufgebauten Strukturen und Prozesse geeignet sind, um mit dem generierten Output auch eine Wirkung (Outcome) in der Zielgruppe Mittelstand zu erzielen, wurde im Rahmen einer begleitenden Evaluation durch die Phineo AG untersucht. Die Ergebnisse der Wirkungsanalyse bestätigten, dass ein Bedarf seitens des Mittelstandes gegeben ist und die Plattform grundsätzlich sehr positiv angenommen wird. Eine Befragung der Nutzenden ergab, dass 9 von 10 nachhaltig.digital anderen Mittelständlern weiterempfehlen würden. Das Angebot wurde zwar als innovativ und für den Mittelstand zukunftsrelevant bewertet, allerdings konnten seitens der Zielgruppe keine konkreten Wünsche identifiziert werden.

Im weiteren Projektverlauf wird, entsprechend der Empfehlung von Phineo sowie des Beirats, der konkrete Nutzen und das damit verbundene Leistungsangebot in einem iterativen Prozess mit der Zielgruppe weiter herausgearbeitet, bei Bedarf angepasst und erprobt. Im weiteren Projektverlauf und auch für das Folgeprojekt besteht die Aufgabe der Plattform insbesondere darin, Orientierung zu bieten und neue Angebote für die Zielgruppe zu schaffen. Ein solches Beispiel stellt eine Sonderreihe Arbeitswelt als Antwort auf die Herausforderungen des Mittelstands in der Coronakrise dar, deren Nützlichkeit durch eine Erhöhung der Nutzerzahlen bestätigt wurde. Um das Angebot der Plattform nutzenorientiert auszubauen, wurden nachhaltige und digitale Praxisbeispiele gesichtet und daraus Prinzipien ableitet, welche neue Übertragungspotenziale erschließen sollen. Die Präsentation dieser Prinzipien und der zugehörigen Praxisbeispiele erfolgt in der zweiten Projektlaufzeit in Form von nachhaltig.digitalen Bausteinen. Diese sollen Orientierung geben, Nachhaltigkeits- und Umsetzungspotenziale, sowie praktische Ansatzpunkte für kleine und mittlere Unternehmen aufzeigen. Die Sammlung der Bausteine umfasst verschiedenste Themen – von digitalen Technologien, wie dem 3D-Druck, bis hin zu sozialen und ökologischen Aspekten der Digitalisierung, und soll prozessbegleitend weiterentwickelt werden.

Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation

Die Präsentation der Projektinhalte und -ergebnisse erfolgte auf eigenen sowie externen Veranstaltungen und über die projekteigene Online-Plattform <https://nachhaltig.digital>. Um die direkte Zielgruppe auch außerhalb von Vernetzungsveranstaltungen mittelbar oder unmittelbar zu erreichen und neue Nutzerkreise zu erschließen, wurden die Inhalte über die eigenen Kanäle Twitter, Newsletter und Xing verbreitet. Dabei wurden allein über Twitter über eine Million Impressionen erzeugt oder eine Medienreichweite von 14 Millionen erzielt. Auf über 40 Veranstaltungen wurden mehr als 2600 Personen erreicht. Außerdem wurden im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit auch Multiplikatoren angesprochen und eine Verbreitung der Inhalte über Kanäle und Publikationen Dritter angestrebt. So war nachhaltig.digital mit über 70 Artikeln und Interviews (darunter auch eigene Zeitschriftenbeiträge, Podcasts etc.) in der Presseberichterstattung vertreten und hat darüber hinaus eigene Medienprodukte (bspw. Newsletter und Pressemitteilungen) veröffentlicht. Durch diese Maßnahmen der Öffentlichkeit konnte die Plattform als einer der ersten Akteure zu Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Mittelstand eine hohe Bekanntheit und Vernetzung in der Fachwelt aufbauen.

Fazit

Mit der bestehenden Projektausrichtung wurde die Grundlage geschaffen, um mit Beginn des Folgeprojektes ein vertieftes, nützliches und nutzbares inhaltliches Angebot zu digitalen Ansatzpunkten für nachhaltiges Wirtschaften auf der Online-Plattform und in (virtuellen) Veranstaltungsformaten auszurollen. nachhaltig.digital steht dazu im Austausch mit anderen Akteuren, um Synergien zu nutzen und Kräfte im Themenfeld Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu bündeln. Kooperationen und Verknüpfungen zur „klassischen“ DBU-Projektförderarbeit werden gezielt entwickelt und gestärkt. Für die weitere Projektlaufzeit ist eine regelmäßige Evaluation und Weiterentwicklung der inhaltlichen Arbeit vorgesehen. Diese erfolgt prozessbegleitend im Austausch sowohl mit der Zielgruppe als auch mit Expert*innen und den Trägerorganisationen.

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangspunkt und Anforderungen an das Projekt	2
2. Zielsetzung	2
3. Strukturen und Prozesse	3
4. Projektphasen	3
4.1. <i>Konzept-Phase</i>	3
4.2. <i>Kreations-Phase</i>	4
4.3. <i>Launch-Phase</i>	4
4.4. <i>Content-Phase</i>	5
5. Maßnahmenerfüllung	9
6. Begleitende Evaluation durch Phineo	13
7. Finanzen	14
8. Nächste Schritte	15
Anhang	16
1. <i>Stimmen aus dem Beirat</i>	16
1.1. Anette Braun - Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (Vertretung für Frau Prof. Dr. Marion A. Weissenberger-Eibl).....	16
1.2. Carl-Otto Gensch - Öko-Institut	16
1.3. Michael Kuhndt - Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production	17
1.4. Daniela Rathe - Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft	17
1.5. Prof. Dr. Henning Vöpel - Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut	17
2. <i>Kurzberichte</i>	18
2.1. Kurzbericht 01.08.2017-28.02.2018.....	18
2.2. Kurzbericht 01.03.2018-30.08.2018.....	20
2.3. Kurzbericht 01.09.2018-28.02.2019.....	24
2.4. Kurzbericht 01.03.2019-30.08.2019.....	27

1. Ausgangspunkt und Anforderungen an das Projekt

Die gemeinsam von Jörg Lefèvre, DBU, und Martin Oldeland, B.A.U.M. e.V., entwickelte Idee für ein Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit in der Digitalisierung wurde dem Kuratorium der DBU in der 102. Sitzung am 24. November 2016 vorgestellt. Das Kuratorium beauftragte daraufhin die Geschäftsstelle, die Entwicklung eines solchen Kompetenzzentrums zusammen mit dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e. V. im vorgestellten Sinne voranzutreiben und dem Kuratorium einen Vorschlag zur Entscheidung vorzulegen.

Der Vorschlag für das Gesamtprojekt, das sich in zwei komplementäre Teilprojekte an den Standorten Hamburg und Osnabrück gliedert, wurde dem Kuratorium in der 104. Kuratoriumssitzung am 22. Juni 2017 dargelegt. Die Bewilligung erfolgte am 02. August 2017. Entsprechend belief sich die Projektlaufzeit für das Teilprojekt AZ 34067/01 (Standort Hamburg) auf den Zeitraum 01.08.2017 – 31.07.2019. Um ein zeitgleiches Ende der Projektlaufzeit mit dem Teilprojekt AZ 34067/02 zu gewährleisten, wurde es kostenneutral verlängert bis zum 31.12.2019.

2. Zielsetzung

Die Kompetenzplattform ist eine politisch und wirtschaftlich unabhängige, neutrale und wissensgesteuerte Institution zum Thema Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit der Digitalisierung. Sie ist Plattform für die ganzheitliche Gestaltung der Digitalisierung. Die Kompetenzplattform verfolgt im Wesentlichen drei Ziele:

- **Informieren**
- **Inspirieren**
- **Initiieren**

Die Ziele im Einzelnen:

Informieren

- Unternehmen (bes. kleine und mittlere Unternehmen) proaktiv zum Themenfeld "Nachhaltigkeit in der Digitalisierung" informieren und Wissen durch Good Practices bereitstellen (Orientierung geben)
- Inhalte, die themenspezifisch relevant sind, sammeln, aufbereiten und veröffentlichen (Content Curation)
- Tools (Leitfäden, Checklisten etc.) zu Teilthemen wie Künstliche Intelligenz, Mitarbeiter/Arbeitswelt, Ressourcen, Mobilität u. ä. mit dem Fokus auf Nachhaltigkeitsaspekte entwickeln und für Unternehmen bereitstellen
- Medien und Öffentlichkeit über das Thema informieren und als kompetenter und neutraler Gesprächspartner zur Verfügung stehen

Inspirieren

- Innovationen zeigen und konkrete Good-Practice-Beispiele mit Übertragungspotenzial hervorheben
- eine Plattform für kritisch-konstruktive Auseinandersetzung mit Digitalisierung bieten
- Vernetzung und Austausch (auch "face to face") fördern

Initiieren

- Projekte im Themenfeld anregen, z. B. über Expertenkreise
- Forschungsk Kooperationen anregen
- Entwicklung neuer, nachhaltiger Geschäftsmodelle in der Digitalisierung unterstützen

3. Strukturen und Prozesse

Die Kompetenzplattform hat ein Büro am Standort Hamburg [Haus der Zukunft, in der Geschäftsstelle des B.A.U.M. e. V., 3 Personen (teilweise in Teilzeit)] und ein Büro am Standort Osnabrück [Räumlichkeiten des DBU Zentrums für Umweltkommunikation, 2 Personen (hauptsächlich in Teilzeit während der Projektlaufzeit)] eingerichtet. Ein Kooperationsvertrag, der die Zusammenarbeit beider Standorte regelt, wurde am 19.02.2018 abgeschlossen.

nachhaltig.digital hat in der bisherigen Projektlaufzeit eine Plattform etabliert, die aus zwei Elementen besteht: Eine digitale Online-Plattform (Website + Social Media Kanäle), die dem mittelbaren Erfahrungsaustausch dient und zu digitalen Wandlungsprozessen informiert, und Offlineformate (Events), bei denen sich die Zielgruppe treffen und austauschen kann, um neue Entwicklungen und Strategien zu beleuchten und weiterzuentwickeln.

Die angebotenen Inhalte unterliegen sowohl online als auch offline einer "Content Curation" mit Unterstützung der Expertennetzwerke aus Forschung und Praxis. Grundsätzlich geht es dabei um eine Sicherung der inhaltlichen Eignung (Selektion) und um eine inhaltliche Prüfung.

Für die Onlineplattform wurde die Internetseite "nachhaltig.digital" aufgebaut. Regelmäßig werden auf dieser neue nachhaltige, digitale Geschäftsmodelle und Good Practices vorgestellt, Fachinformation zum Themenfeld nachhaltig.digital bereitgestellt und die Netzwerk- und Kontaktlandkarte aktualisiert. Durch die Social-Media-Präsenz auf Twitter und Xing erhält die Zielgruppe die Möglichkeit, sich im virtuellen Raum zu vernetzen und auszutauschen, welche insbesondere auf Twitter regelmäßig genutzt wird, z. B. von den durchschnittlich 70 neuen Followern pro Monat, worauf auch die Zahl der Impressions und Interaktionen deutet.

4. Projektphasen

Nachdem sich bereits die B.A.U.M.-Jahrestagung im November 2016 mit dem Thema "Digitalisierung und Nachhaltigkeit" beschäftigte und auch das B.A.U.M.-Jahrbuch 2017 diesen Titel trug, wurde gemeinsam mit der DBU das Konzept für die Entwicklung, Errichtung und Anschubfinanzierung eines Kompetenzzentrums für Nachhaltigkeit in der Digitalisierung entwickelt. Die Zeit seit der Bewilligung und dem offiziellen Start der Projektlaufzeit kann in vier Phasen aufgliedert werden: Konzept-, Kurations-, Launch- und Content-Phase.

4.1. Konzept-Phase

Die konzeptionellen Gedanken, die dem Förderantrag und der Kuratoriumsvorlage (104. Kuratoriumssitzung) zugrunde liegen, wurden mit der Bewilligung im Sommer 2017 weiter definiert und umgesetzt. Die theoretischen Überlegungen flossen in einen Projektsteuerungsplan und die Implementierung der notwendigen Informations- und Kommunikationstechnik ein. Microsoft Office 365 und damit kompatiblen Apps werden seitdem für die Arbeit über zwei Standorte genutzt.

Aug	Sept	Ok	Nov	Dez	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Juni
Ausschreibung Anwerbestellen	Ausschreibung Anwerbestellen	Gewinnziel Anwerbestellen Anwerbestellen	Konzeptphase Anwerbestellen Anwerbestellen							
		Außenpersonal	Kommunikations- und Marketing	Marketing						

nachhaltig.digital Projektsteuerungsplan

4.2. Kurations-Phase

Auf der Konzeptphase aufbauend begann die Kurationsphase, in der interne Strukturen und Tools getestet wurden. In dieser Phase haben sich die wöchentlichen Telefonkonferenzen des Teams etabliert. Gleichzeitig wurde das Projekt visuell und kommunikativ für den Schritt an die Öffentlichkeit vorbereitet. Dazu gehören unter anderem die Entscheidung für den Namen "nachhaltig.digital", der Claim "alle antworten", das Logo und die Projekt-Website.



4.3. Launch-Phase

In der Launch-Phase wurden primär Multiplikatoren in Verbänden, Presse, wissenschaftlichen Institutionen und weiteren Partnern des Mittelstandes adressiert. Es wurde eine Stakeholdergruppe von über 700 Kontakten von Mittelständlern, Wissenschaftlern und Vertretern aus Organisationen aufgebaut. Diese wurden neben der Netzwerkarbeit auf Fachveranstaltungen auch über die Social-Media-Aktivitäten von nachhaltig.digital erreicht. Innerhalb der Projektlaufzeit ist der eigens angelegte Twitter-Account auf rund 1.800 Follower gewachsen und vernetzt vor allem Multiplikatoren. Diese Phase hatte einen starken Fokus darauf, nachhaltig.digital bekannt zu machen und als Akteur in dem Themenfeld zu etablieren.



nachhaltig.digital Twitter-Account: https://twitter.com/nachhal_dig



Side Event der Online Marketing Rockstars

Workshop bei der B.A.U.M. Jahrestagung

Stand und Workshop bei der Bits & Bäume-Konferenz

4.4. Content-Phase

Die Content-Phase konnte im Herbst 2018 gestartet und seitdem kontinuierlich erweitert werden. Insgesamt sind bei mehr als 40 Veranstaltungen über 2.500 interessierte Personen direkt angesprochen worden.

Die Tabelle stellt eine Übersicht aller eigenen Veranstaltungen (hervorgehoben) und der Veranstaltungsbeteiligungen, mit Zielsetzung, Beitragsform und Zielgruppe dar.

#	Datum	Veranstaltung	Beitrag	Zielsetzung	Zielgruppe
1	25.01.18	MFCA Unternehmenstreffen	Vorstellung nachhaltig.digital	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Mittelstand
2	30.01.19	Charta digitale Vernetzung	Vorstellung nachhaltig.digital	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Unternehmen
3	31.01.18	Mittelstand 4.0	Vorstellung nachhaltig.digital	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Multiplikatoren
4	19.03.18	AvH-Klimaschutz-Stipendiaten	Vorstellung nachhaltig.digital	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Multiplikatoren
5	23.03.18	Online Marketing Rockstars Side Event im Mindspace	Kooperation mit Mindspace, sechs Pitches von nachhaltig-digitalen Startups	Inspiration, Vernetzung, Bekanntmachung nachhaltig.digital	Startups, Mittelstand
6	12.04.19	Hessischer Ressourceneffizienzkongress	Teilnahme Podiums-diskussion	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Mittelstand, Fachwelt, Multiplikatoren

7	15.05.18	Auftaktkongress	Eigene Jahresveranstaltung mit Vorträgen und World Café	Bekanntmachung nachhaltig.digital, Vernetzung, Information	Multiplikatoren, Mittelstand, Medien
8	16.05.18	Stiftungstag	Workshop	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Multiplikatoren
9	24.05.18	Telekom Expertenkreis	Vortrag	Vernetzung, Bekanntmachung nachhaltig.digital	Unternehmen
10	13.06.18	WZR Keramik +	Vortrag	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Mittelstand
11	07.06.18	Charta digitale Vernetzung	Vortrag	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Unternehmen
12	13.06.18	PIUS Länderkonferenz	Forum Vorstellung nachhaltig.digital	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Mittelstand, Fachwelt, Multiplikatoren
13	15.06.18	B.A.U.M.-Netzwerktreffen	Vorstellung nachhaltig.digital	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Mittelstand
14	20.06.18	WBGU World Café	Expertengespräch	Fachaustausch, digitale Lösungsansätze für Nachhaltigkeit	Fachwelt, Multiplikatoren
15	21.06.18	Workshop mit Prof. Dr. Santarius und Dr. Steffen Lange (IÖW)	Vorstellung nachhaltig.digital, Diskussion	Fachlicher Austausch in der DBU	Intern, Fachaustausch mit DBU, Hochschule Osnabrück und IÖW
16	29.06.18	Hellmann Besichtigung	Unternehmensgespräch	Fachaustausch	Unternehmensvertreter
17	22.08.18	HSBA Digital Lounge	Netzwerkabend mit der HSBA, Impulse/Vorträge durch nachhaltig.digitale Unternehmen	Inspiration, Information	Mittelstand, Studierende
18	06.09.18	EnviroInfo	Vortrag und Paneldiskussion	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Vortrag Vorstellung nachhaltig.digital
19	25.09.18	B.A.U.M.-Jahrestagung	Workshop	Bekanntmachung nachhaltig.digital, Vernetzung	Mittelstand, Geschäftspartner des Mittelstandes
20	26.09.18	Konstituierende Beiratssitzung	Sitzung	Vernetzung	Unternehmen, Wissenschaft
21	08.10.18	Deutsches CSR-Forum	Teilnahme am Panel und Workshop	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Mittelstand
22	24.10.18	Nürnberg Ringvorlesung	Vortrag an der TH Nürnberg	Vernetzung	Studenten, Öffentlichkeit
23	26.10.18	Ressourceneffizienz-Treff	Teilnahme an Panel-Diskussion	Bekanntmachung nachhaltig.digital	Mittelstand
24	17.-18.11.18	Bits & Bäume	Eigener Stand, Workshop	Offline-Plattform	Multiplikatoren, Forschung, KMU
25	06.12.2018	Deutscher Nachhaltigkeitspreis	Stand und Teilnahme Fishbowl Diskussion	Bekanntmachung nachhaltig.digital	KMU, Multiplikatoren

26	22.01.19	etventure DENEFF Meetup „The Future of Energy“	Netzwerkabend in Kooperation mit etventure und DENEFF e.V.	Offline-Plattform, Bekanntmachung nachhaltig.digital	Fachwelt und KMU/Startups Energieeffizienz
27	24.01.19	betabreakfast	Vorstellung nachhaltig.digital	Vernetzung	Startups, Unternehmen
28	29.01.18	Vorstellung BMU	Vortrag	Bekanntmachung nachhaltig.digital	
29	11.02.19	Qualifizierungsworkshop KMU HNE	Vortrag und Workshopreihe	Angebot für Mittelstand entwickeln (Prototyping)	Mittelstand
30	20.02.19	HSBA Digital Lounge	Impulse/Vorträge durch sechs nachhaltig.digitale Unternehmen	Vernetzung, Inspiration	Mittelstand, Nachwuchs
31	06.03.19	Industrieclub Bremen	Vorstellung nachhaltig.digital	Vernetzung	Mittelstand
32	20.03.19	Jahreskongress 2019	Vorträge, Diskussionsrunden, 9 verschiedene Workshops in unterschiedlichen Formaten	Auftakt der Themenschwerpunkte, Vernetzung, Informieren, Inspiration	Mittelstand, Multiplikatoren
33	22.03.19	AvH-Klimaschutz-Stipendiaten	Vorstellung nachhaltig.digital	Vernetzung, Bekanntmachung nachhaltig.digital	Nachwuchs
34	03.04.19	Hannover Messe	Eigener Stand auf dem DBU Messestand, Messetalk	Vernetzung Multiplikatoren, Bekanntmachung im Mittelstand,	Mittelstand, Multiplikatoren, Startups
35	06.05.19	re:publica	Teil des DBU Stands, Meetup	Vernetzung Multiplikatoren und Digitalexperten	Multiplikatoren
36	09.05.2019	2. Beiratssitzung	Sitzung	Vernetzung und Feedback	Unternehmen, Wissenschaft
37	23.07.19	Jahrespressekonferenz DBU	Vorstellung nachhaltig.digital als Projekt der DBU	Pressearbeit	Presse
38	03.09.2019	Fachforum auf der B.A.U.M.-Jahrestagung	Vortrag und Ergebnisse aus den ersten 1 ½ Jahren	Vernetzung, Information, Inspiration	Mittelstand, Unternehmen, Multiplikatoren
39	12.11.19	Unternehmerfrühstück mit Prof. Dr. Bellmann	Vortrag zum Thema Arbeit, Digitalisierung und Nachhaltigkeit	Vernetzung, Inspiration	Multiplikatoren, Mittelstand
40	14.11.19	digital excellence	Teilnahme an Panel-Diskussion	Nachhaltigkeit auf Digitalisierungskonferenz thematisieren, nachhaltig.digital vorstellen	Mittelstand

41	14.11.19	CSR-Kommunikationskongress	Thematisch	Bekanntmachung nachhaltig.digital; zu Potenzialen und Herausforderungen von digitalen Tools sensibilisieren	CSR- und Kommunikationsverantwortliche, Berater
42	14.11.19	Netzwerkveranstaltung an der Leuphana Universität	Paneldiskussion, Pitches und Marktplatz mit Teilnahme von Stefan Muhle, Digitalsekretär Niedersachsen	Vernetzung, Information, Inspiration	Mittelstand, Unternehmer, Multiplikatoren

Um der Zielsetzung dieser Phase, der stärkeren Vertiefung von Themen, gerecht zu werden, wurde ein Beirat, bestehend aus vier Vertretern aus der Wirtschaft und sechs aus der Wissenschaft, berufen. Dieser steht nachhaltig.digital mit fachlicher Expertise und Ideen zur Seite. Während der Projektlaufzeit fanden zwei Beiratssitzungen statt, die konstituierende Sitzung am 26.09.2018 und die zweite am 09.05.2019 im Anschluss an die Evaluation durch Phineo und kurz vor der Antragsstellung für das Folgeprojekt. In der zweiten Sitzung wurde das Feedback des Beirates zur Zielsetzung, den Fortschritten und einem möglichen Folgeprojekt eingeholt. Die Stimmen aus dem Beirat liegen als Anhang 1 vor.

Auf der Online-Plattform wurden mittels der digitalen Landkarte und des kuratierten Terminkalenders mehr als 30 Good Practices vorgestellt, über 50 Akteurs-Steckbriefe angelegt und über 180 Termine veröffentlicht. Diese wurden zusätzlich über die Kanäle Twitter, Newsletter und Xing verbreitet. nachhaltig.digital war mit über 60 Artikeln und Interviews (Podcast etc.) in der Presseberichterstattung vertreten und hat darüber hinaus eigene Medienprodukte (bspw. Newsletter und Pressemitteilungen) veröffentlicht. Zusätzlich wurde eigenes Print- und Werbematerial entwickelt wie etwa der Inspirations-Fragen-Mixer, Flyer und Roll-Ups. Immer mit dem Fokus, die Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung zusammen zu denken, Dialoge zu unterstützen, Menschen mit Ideen zu vernetzen und über Branchengrenzen hinweg konkrete Lösungsansätze zu entwickeln, zu informieren, zu inspirieren und zu initiieren.



Angebote auf der Website <https://nachhaltig.digital>



Digitale Landkarte: <https://nachhaltig.digital/landkarte>



Beispiele diverser Werbematerialien: Share Pic für Twitter, Inspirations-Fragen-Mixer, Flyer für den Jahreskongress 2019, Flyer für Themen und Beteiligungsmöglichkeiten von nachhaltig.digital

5. Maßnahmenerfüllung

Im Rahmen der Projektplanung ist während der Konzeptphase eine Wasserfallplanung erstellt worden, die eine Reihe von Maßnahmen beinhaltet. In der nachfolgenden Tabelle ist eine Übersicht der Maßnahmen und ihrer Umsetzung zu sehen. Nicht alle ursprünglich geplanten Maßnahmen haben sich als notwendig erwiesen. Deutlich wird, dass alle zentralen Aufgaben der Plattform und die damit verbundenen Maßnahmen erfüllt wurden.

Maßnahme	erfüllt	nicht erfüllt	Begründung nicht durchgeführte oder zusätzliche Maßnahmen
1 Geschäftsführung / Gesamtkoordination			

Gesamtkoordination	x		
Koordination /Abstimmung DBU/B.A.U.M.	x		
Vertretung in der Öffentlichkeit (Vorträge, Diskussionen, politische Arbeit) Kontaktpflege	x		
Entwicklung / Weiterentwicklung des Kompetenzzentrums	x		
Entwicklung neuer Projekte und Akquise	x		
thematische Positionierung des Kompetenzzentrums	x		
Auf- und Ausbau eines Expertennetzwerkes (Netzwerk- / Kontaktlandkarte)	x		Zusätzliche Maßnahme: Online und Offline Landkarte als Messesystem
festen Termine/ Strategiemeeting Team B.A.U.M./DBU	x		
Personalplanung (jeder für sich mit Gesamttableau)	x		
2			
Aufbau Infrastruktur			
Einrichtung Geschäftsstelle	x		
IKT Einrichtung	x		
Entwicklung und Aufbau Website/SocialMedia etc.	x		
Fortbildung (Office 365)		x	Wird zum jetzigen Zeitpunkt nicht als erforderlich angesehen. Möglicherweise ist eine gezielte Fortbildung zu bestimmten Punkten innerhalb Office 365 während des Folgeprojektes sinnvoll.
3			
Konzeption			
Entwicklung Detailkonzept, Feinplanung	x		
Rollenverteilung / Aufgabenverteilung	x		
inhaltliche Ausgestaltung	x		
Maßnahmen-Aktionspläne	x		
Weiterentwicklung / Anpassung der Konzepte/Pläne	x		
4			
Öffentlichkeitsarbeit / Kommunikation			
Projekttitle und Logo finalisieren und schützen lassen	x		Die Wort-Bild-Marke ist geschützt, die Wortmarke kann nicht geschützt werden.

Pressearbeit (print u. online, Texte, Versand, etc.)	x		Zusätzliche Maßnahmen u.a. Aufbau Mediennetzwerk, Medienpartnerschaften, Interviews.
Auftakt Pressekonferenz		x	Wurde lediglich digital und per Pressemitteilung durchgeführt.
Jahres Pressekonferenz + Abschluss Pressekonferenz		x	Presse wurde im Rahmen der Jahreskonferenzen 2018 und 2019 integriert.
Aufbereitung Content (a) & Projektergebnisse (b)	x		
Berichte, Interviews, Statements etc. erarbeiten und veröffentlichen	x		
Monitoring/Medienbeobachtung zum Thema	x		
redaktionelle Arbeit für Onlineplattform, social media	x		
Marketing für Zentrum	x		Zusätzliche Maßnahmen u.a. Entwicklung von interaktivem Messematerial
Terminkalender für wichtige Events zum Thema führen	x		
Wettbewerbe ausschreiben		x	Vorüberlegungen haben stattgefunden, sind aber (mangels zeitlicher Ressourcen) nicht durchdekliniert.
a) Digitale Geschäftsmodelle		x	...
b) ggf. sonstige		x	...
5			
Inhaltliche Planung von eigenen Veranstaltungen			
(Organisation weitgehend DBU)			
Themenfindung	x		
Terminplanung	x		
Planung, Vor- und Nachbereitungen der Veranstaltungen (Gastgeber, Referenten, Dokumentation, Einladungs- und Teilnehmermanagement etc.)	x		
a) Gastgeber, Referenten, Dokumentation	x		
b) Einladungs-, Durchführungs-, Teilnehmermanagement	x		
B.A.U.M.-Jahrestagung 2017 (Frankfurt)	x		
Jahreskongress 2018 (Bonn)	x		
Jahreskongress 2019 (Osnabrück)	x		
Arbeitskreis D&N für Unternehmen	x		Wurden mit der dem Jahreskongress 2019 gegründet und werden verstärkt im Folgeprojekt eingebunden sein.
n.d vor Ort (bei Unternehmen)	x		

Politikergespräche (Kreise)		x	Fokus der Kompetenzplattform sind der Mittelstand und seine Geschäftspartner. Gleichzeitig wurden Politiker in Veranstaltungen wie dem Netzwerkveranstaltung am 14.11.2019 eingebunden.
6 Beirat			
Kandidatensuche und Auswahl	x		
Beiratssitzung / Leitung der Sitzungen bzw. Co-Leitung	x		
Einladung sowie Vor- und Nachbereitung der Sitzungen	x		
7 Finanzen			
kfm. Geschäftsführung des Kompetenzzentrums	x		
Finanzmittel (Beschaffung, Verwaltung etc.)	x		
Verwaltung von Verträgen	x		
Controlling der Projekte / Projektabrechnungen	x		
8 Management separater Projekte / Teilprojekte			
Initiierung und Ausschreibung von Projekten		x	Sollen voraussichtlich im Rahmen der Folgeprojekte innerhalb der Expertenkreisen initiiert werden
Entwicklung eigener Projektideen	x		
Prüfung von Projektvorschlägen		x	...
Steuerung von Projekten		x	...
Abrechnung / Dokumentation von Projekten		x	...
Projektkoordination		x	...
Projektentwicklung allgemein	x		
Aufbau eines Wissenspools, Sammlung von Informationen, Zurverfügungstellung	x		
Recherchen durchführen	x		
Umfragen durchführen und auswerten	x		
Überwachung und Evaluierung	x		
9 Onlineangebot (DBU)			

Konzeption, Umsetzung, Pflege und Weiterentwicklung des Onlineauftritts	x		Hier werden in den Folgeprojekten weitere Ressourcen investiert, um die Plattform noch interessanter und informativer für die Zielgruppe zu gestalten
digitale Umsetzung / Transfer der Projektergebnisse in die digitale Welt	x		
10 Hotline / Helpdesk (zentraler Ansprechpartner / Anlaufstelle)			
Aufbau Infrastruktur und Prozess		x	Wir bieten uns als zentralen Ansprechpartner für Fragen rund um Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Mittelstand an. Die verfügbaren Ressourcen erlauben jedoch keine Hotline.
Koordination der Anfragen	x		Relativ hohes Aufkommen an Anfragen an Info-Postfach oder Social-Media-Kanäle sowie zugehörige Plattformarbeit ersetzen Hotline bzw. FAQ-Liste
Beantwortung der Fragen bzw. Vermittlung von Experten	x		
FAQ-Liste führen		x	Bei Fragen zu den Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung vernetzen wir Akteure und Experten, wenn möglich direkt.

6. Begleitende Evaluation durch Phineo

Innerhalb der Projektplanung war eine externe Evaluation vorgesehen, die durch die Phineo gAG durchgeführt wurde. Die Evaluation begann im Januar 2019 und umfasste auch den Jahreskongress im März 2019. Der abschließende Bericht wurde Ende April dem Projektteam zur Verfügung gestellt.

Eines der Teilergebnisse aus der begleitenden Evaluation durch Phineo bestätigte die vom Team aus verschiedenen Feedbacks identifizierte Erkenntnis, dass ein Bedarf seitens des Mittelstandes gegeben ist und die Plattform grundsätzlich sehr positiv angenommen wird. Eine Befragung der Nutzenden ergab, dass 9 von 10 nachhaltig.digital anderen Mittelständlern weiterempfehlen würden.

Entsprechend der Empfehlung von Phineo wird der konkrete Nutzen und das damit verbundene Leistungsangebot im weiteren Projektverlauf in einem iterativen Prozess mit der Zielgruppe weiter herausgearbeitet ggf. angepasst und erprobt. Eine weitere Feststellung der Evaluation war, dass es sich bei der Plattform selbst um ein innovatives Angebot handelt, welches an der Schnittstelle zweier für den Mittelstand relevanten Zukunftsthemen agiert und das sich weder an übertragbaren Vorbildern noch an konkreten Wünschen der Zielgruppe orientieren kann. Im weiteren Projektverlauf und auch für das Folgeprojekt besteht die Aufgabe der Plattform insbesondere darin, Orientierung zu bieten und neue Angebote für die Zielgruppe zu schaffen, die durch eine

systematische Auswertung weiterentwickelt werden. Dies spiegelt sich in der Zielsetzung - informieren, inspirieren und initiieren – wieder.

7. Finanzen

Zum 31.12.2019 ergeben sich für das Projekt von der DBU festgestellte Gesamtkosten von 407.385,13 Euro. Das sind rund 83,4 % der ursprünglich kalkulierten Gesamtkosten. Durch die letzten Überprüfungen der Kosten und die damit verbundene Neuberechnung hauptsächlich der Personal- und Gemeinkosten hat sich im Dezember noch ein Auszahlungsanspruch von 19.064,97 Euro ergeben. Dadurch wurden insgesamt 234.164,97 Euro an Fördermitteln ausbezahlt, was bei der Förderquote von 57,48% einen Eigenanteil von 173.220,16 Euro bedeutet. Dieser Eigenanteil wurde durch die Gewinnung von Sponsoren ermöglicht.

Durch die Umwidmung im Mai 2019 sind die prozentualen verbrauchten Anteile der einzelnen Kostenarten deutlich ausgeglichener als zuvor.

Die Umwidmung erfolgte wie folgt (alle Angaben in Euro):

Bruttoarbeitsentgelte / Personalkosten:	+56.166,18
Gemeinkosten:	+42.124,64
Sachkosten:	-7.000,00
Fremdleistungen:	-98.290,82
Reisekosten:	+7.000,00

Die neuen Sollkosten nach der Umwidmung sind entsprechend (alle Angaben in Euro):

Bruttoarbeitsentgelte / Personalkosten:	245.046,18
Gemeinkosten:	183.784,64
Sachkosten:	7.400
Fremdleistungen:	38.409,19
Reisekosten:	13.750

Die Positionen Personalkosten und - daran prozentual ohne Nachweis gebunden - Gemeinkosten wurden mit 206.374,08 Euro bzw. 154.780,56 Euro zu rund 85,4 % ausgeschöpft. Mit Kosten von insgesamt 10.543,53 Euro verbleiben nach der Umwidmung für die Position Reisekosten noch rund 23,32 % des Budgets.

Geringer fallen die Ausgaben/verbrauchten prozentualen Anteile in den Sachkosten aus (2.501,18 Euro/ 33,8%).

Insgesamt wurden die Mittel für Fremdleistungen, einschließlich der Position Sonstige Arbeitsleistungen, zu rund 86,4 % ausgeschöpft (33.185,78 Euro). Bei den ursprünglich kalkulierten Kosten für Fremdleistungen waren mehr Beirats- und Themenarbeitskreistreffen eingeplant, als sich als notwendig erwiesen haben. Zudem wurde lediglich die reine Anwesenheitszeit der Beiräte

abgerechnet. Die Vor- und Nachbereitungszeiten sowie die Reisezeiten blieben unberücksichtigt. Des Weiteren fielen die Kosten für die Jahrestagung 2018 geringer aus als kalkuliert. Auf diesen Umstand wurde bereits in den vorliegenden Kurzberichten eingegangen.

8. Nächste Schritte

In der Projektbewilligung des Projektes AZ 34067/01 wurde sowohl von der DBU als auch vom B.A.U.M. e.V. der Wunsch nach einer Verlängerung des Projekts deutlich gemacht und im Falle aussichtsreicher Evaluationsergebnisse die Förderung in Aussicht gestellt. Um den gewachsenen Anforderungen und Interessen gerecht zu werden, wurde daher einvernehmlich eine Projektverlängerung von 3 Jahren beantragt. Dem Kuratorium wurde der entsprechenden Antrag in der 112. Kuratoriumssitzung am 26.06.2019 vorgestellt. Die Bewilligung des Folgeprojektes AZ 34067/03 erfolgte am 07.08.2019.

Die zentralen Ziele der ersten Projektphase sollen auch in dem Folgeprojekt weiterverfolgt werden. Dabei wird das Feedback der verschiedenen Stakeholder umgesetzt und eine stärkere Praxisnähe angestrebt. Im Fokus bleiben immer die Bedürfnisse der Zielgruppe Mittelstand, um die Angebote der Kompetenzplattform noch nützlicher und nutzbarer zu gestalten.

Datum 21.04.2020	Stempel und Unterschrift des Bewilligungsempfängers  B.A.U.M. e.V. Bundesdeutsches Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. Osterstraße 58 20259 Hamburg Tel. 040/4907 1100 Fax: 040/4907 1199
-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Anhang

1. Stimmen aus dem Beirat

Am 09.05.2019 hat der Beirat auf Basis des Evaluierungsberichtes durch die Phineo gAG über die Projektweiterführung beraten. Alle teilnehmenden Beiratsmitglieder haben für Fortführung des Vorhabens ausgesprochen. Nachfolgend sind die Voten dargestellt:

1.1. Anette Braun - Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (Vertretung für Frau Prof. Dr. Marion A. Weissenberger-Eibl)

„Es geht bei Impact nicht darum, wie viele Clippings man gemacht hat, sondern eher die Frage, was wollen Sie erreichen, was ist der Impact, den Sie nachher erzielen wollen, und diesen internalisieren. [...] Das als Guiding Principle zu haben und den Anspruch zu haben, diesen umzusetzen. [...] ich glaube, dass die Clippings und Klickzahlen von alleine kommen, wenn man den Impact im Blick hat und das wirklich gut macht.“

Interessant fand sie die Unterscheidung der Archetypen/Personas. Dabei könne noch stärker unterschieden werden, von wem wir lernen wollen und an wen die Information danach geht. Heißt, lernen von unserer Zielgruppe und weitergeben an Multiplikatoren. Frau Dr. Braun hat dabei drei Phasen genannt: Freunde halten (was wir in der Anfangszeit getan haben), Unentschlossene gewinnen und Feinde überzeugen. Ihrer Meinung nach sollten wir uns nun auf die 2. Phase konzentrieren.

Die Qualität des Contents und dass er möglichst praxisnah ist, stehen für sie im Vordergrund. Das sei entscheidend für das gesamte Projekt, damit auch ein tatsächlicher Mehrwert entsteht. Eindeutig sei das Projekt mit einem großen Potenzial versehen.

Wir sollten Mut zur Lücke und zum Teil auch zur Unschärfe haben. Dafür sei es umso wichtiger, gut und begründet zu priorisieren. Es sei besser, etwas erstmal fertig zu haben, als auf dem Weg zur Vollständigkeit keinen Abschluss zu finden. Das Bild eines diffusen Projekts solle vermieden und stattdessen möglichst konkret und nah an der Zielgruppe gearbeitet werden.

Sie erhofft sich, dass nach der nächsten Phase in drei bis vier Jahren auf dem Jahreskongress bei der Frage, wer aus dem Mittelstand ist, mindestens die Hälfte die Hand hebt und gekommen ist, weil sie wissen, dass sie bei nachhaltig.digital die Informationen und Kontakte finden, die sie benötigen und ihnen großen Mehrwert geben.

Auf die Frage, ob die momentane Fokussierung auf die Themen Messbarkeit, New Work und Künstliche Intelligenz und möglicherweise zwei weiteren Themen im Folgeprojekt angemessen sei, antwortete Frau Braun, dass sie diese schon jetzt als deutlich zu umfassend empfindet. Stattdessen rät sie, sich auf das Thema Messbarkeit zu fokussieren und noch mehr auf die Bereitstellung von Orientierungswissen zu setzen.

1.2. Carl-Otto Gensch - Öko-Institut

„Mit der Fokussierung aus den Diskussionen als Qualitätstransporteur von Informationen, die relevant sind für KMU und Mittelstand, habe ich das Gefühl da haben Sie tatsächlich eine Marktlücke, die sonst keiner besetzt, aber gerade enorm wichtig für Deutschland ist.“

„Was Sie nicht tun sollten, ist sich zu sehr auf diese Wirkungskette zu fokussieren und das Projekt zu sehr formalisieren.“ Die Wirkung wird sich in der Praxis erweisen, wie groß die tatsächliche Nutzung der Informationen sein wird. Ein Teil davon wird die Funktion der Plattform sein, dazu beizutragen,

aber das ist auch nur Hilfe, die nachhaltig.digital an die Hand geben kann. nachhaltig.digital kann Hilfe mit reingeben, ausschlaggebend wird sein, "was dabei hinten rauskommt".

Herr Gensch empfiehlt dem Projekt, sich nicht zu stark durch die Evaluation und die Wirkungskette unter Druck setzen zu lassen und sich nicht zu sehr auf die Impact Messung zu fokussieren.

Auch Herrn Gensch ist die Themenbreite zu hoch und er wünscht sich eher eine Schnittstellenbesetzung und Vermittlungsarbeit der Plattform.

1.3. Michael Kuhndt - Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production
„Das Projekt ist weiterhin richtig und wichtig.“

„Über eine Zuschneidung weiter nachzudenken halte ich für wichtig und richtig.“

„Ich würde sagen, ja brauchen wir auf jeden Fall und es ist wichtig das weiter zu fördern, damit das ganze Thema weitergetragen wird.“

Laut ihm muss man auch gucken, wer wirklich die Person ist, die im Unternehmen verändert. Ist das immer der Inhaber oder Geschäftsführer? Mit wem müssen wir wirklich reden?

Herr Kuhndt hält die Thematiken für so breit, dass wir unbedingt Schnittstellenmanagement betreiben sollten. Die wichtigsten Merkmale der Plattform seien die Schnittstellenfunktion, die Vernetzungs- und die Übersetzungsleistung in den Mittelstand. Inhalte könnten wir selbst gar nicht in der Breite erarbeiten. Besser sei es zu schauen, wen es da schon gibt und mögliche Synergien zu nutzen. Das gleiche Gefühl, dass die Themenbreite zu hoch sei, wird von den anderen Beiratsmitgliedern geteilt.

1.4. Daniela Rathe - Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Frau Rathe dankte für die Offenheit und aktive Einbeziehung des Beirats. Sie glaubt auch, dass wir uns nicht zu sehr auf die Impact-Messung fokussieren sollten. Für die Gewinnung von Partnern für das Folgeprojekt ist die Wirkungsmessung weniger relevant. Wichtiger sei es die Grundaussagen, warum es nachhaltig.digital gibt und warum das Projekt gut ist, pointiert auf den Punkt zu bringen. Da sich das Umfeld des Projekts auch schon gewandelt hat, muss sich die Begründung des Projekts auch wandeln. Diese Begründung muss klar sein, so dass sie auch jedem Wirtschaftsunternehmen einleuchtet.

„Haben Sie den Mut einfach zu sein und die Arbeit wird dahinterstecken, nicht banal zu werden. Mut der Vereinfachung ohne Banalisierung. Das ist die große Aufgabe hier.“

Frau Rathe ist wie die anderen Beiratsmitglieder der Meinung, dass es besser sei sich thematisch zu fokussieren. Wir sollten uns die Frage stellen, was wir haben was andere Angebote nicht haben. Möglicherweise sollten wir uns zunächst darauf konzentrieren, Orientierung zu geben, was digitale, nachhaltige Geschäftsmodelle sein können. Dabei sollten wir verstärkt den Kontakt zu Multiplikatoren suchen und unsere Vermittlerrolle intensivieren.

1.5. Prof. Dr. Henning Vöpel - Hamburgisches WeltWirtschaftsinstitut
Herr Prof. Dr. Vöpel rät uns darüber nachzudenken, wer die Zielgruppe unserer Zielgruppe ist. Wen will so ein Unternehmer erreichen, vielleicht den nachhaltigkeitsaffinen Bewerber oder den nachhaltigkeitsaffinen Kunden.

Er stimmt zu, dass wir unbedingt zuerst die "Low Hanging Fruits" pflücken sollten, um dann mittelbar die eigentliche Zielgruppe zu erreichen.

Eine für ihn interessantes Content-Format ist "Snackable Content", der in „30 Sekunden morgens in der Bahn“ konsumiert werden kann. Beispiel dazu wäre auch ein Podcast, den man morgens auf dem Weg zur Arbeit in der Bahn hören kann.

Für ihn wichtig war auch die Frage danach, was das primäre Ziel von nachhaltig.digital ist:

- informieren, Netzwerk, Plattform oder
- Beratung für Unternehmen oder
- (politische und) gesellschaftliche Vertretung?

Herr Prof. Dr Vöpel plädiert für letzteres, um dabei die „Menschenzentrierung in den Fokus zu stellen“.

Gleichzeitig findet Herr Prof. Dr Vöpel, dass ein Claim, in der Art wie „Wirtschaft für die Zukunft“ eine gute Ergänzung wäre, damit sich Unternehmen noch direkter angesprochen fühlen.

Insgesamt hält er das Projekt für vielversprechend und sieht keine Gründe, warum es nicht weiter gefördert werden sollte, insbesondere da es sich um komplexe Thematiken handelt, die einer längerfristigen Bearbeitung und Auseinandersetzung bedürfen.

Er spricht sich eindeutig für eine Weiterführung des Projektes aus, das zum richtigen Zeitpunkt das richtige Thema bearbeitet.

2. Kurzberichte

2.1. Kurzbericht 01.08.2017-28.02.2018

Aktenzeichen	Bewilligungsempfänger	
AZ 34067/01	B.A.U.M. e.V.	
Projekttitle		
Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit in der Digitalisierung (B.A.U.M.-Projekt)		
Projektbeginn	Projektlaufzeit	Berichtszeitraum
01.08.2017	2 Jahre	01.08.2017-28.02.2018

1. Aufzählung der wichtigsten wissenschaftlich-technischen Ergebnisse und anderer wesentlicher Ereignisse (z.B. Wechsel des Projektleiters).

Entsprechend der Kuratoriumsvorlage ist in diesem Projekt weniger mit wissenschaftlich-technischen Ergebnissen sondern mit der Entwicklung und Etablierung von Prozessen zu rechnen. Folgende Meilensteine und Erfolge können daher genannt werden:

- Etablierung von Office 365, der entsprechenden Informations- und Kommunikationstechnologien und der benötigten Hardware
- Erstellung der Stellenbeschreibungen für eine/n Grafikerin und eine/n wissenschaftlichorganisatorische/n Mitarbeiterin sowie Ausschreibung der Stellen
- Einstellung Grafikerin (Lisa Klose) (Mitte Nov. 2017) sowie wissenschaftlichorganisatorischer Mitarbeiterin (Beatriz Bilfinger) (Anfang Nov. 2017)
- Entwicklung eines Logos, Markennamens und Claims (s. Anhang 1)
- Entwicklung einer Website gemeinsam mit dem ZUK, einschließlich vorhergehender Landingpage (s. Anhang 1)
- Ausarbeitung der Arbeitsmechanik

- Seit Januar 2018 ist das Team in voller Stärke besetzt und kann die Aufgaben gemeinsam angehen (AZ 34067/01 und /02)
- Bestimmung der Beiratsaufgaben und –struktur
- Ausgestaltung und Abschluss eines Kooperationsvertrages zwischen B.A.U.M. e.V. und der DBU
- Definition der Abstimmungswege sowohl zwischen AZ 34067/01 und /02 als auch den Trägern des Projektes
- Organisation, Vor und Nachbereitung von vier Strategiemeetings seit August 2017
- Ausformulierung von Sponsorenverträgen
- Abstimmung von Pressemitteilungen
- Analyse und Abstimmung der Zielsetzung mit der Kuratoriumsvorlage
- Erstellung eines Umfeldclusters mit den Themenfeldern Wirtschaft, Politik, Wissenschaft sowie Medien und Öffentlichkeit
- Erstellung einer Doppelseite für das Magazin Forum - Nachhaltig Wirtschaften 1 | 2018 (s. Anhang 2), Erscheinungsdatum Ende März 2018
- Entwicklung und Gestaltung erster Veranstaltungskonzepte (Side Event der Online Marketing Rockstars Konferenz, Auftaktveranstaltung am 15.05. in Bonn)
- Teilnahme an Veranstaltungen (Durchführung von Präsentationen und Teilnahme an Podiumsdiskussionen) wie etwa im Oktober beim „Expertenkreis: Digitalisierung im Bauwesen“ der ZEBAU, dem Workshop der Charta digitale Vernetzung zum Thema „Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ und dem 3. Energie-Effizienz Netzwerktreffen der Nordwesthäfen (Thema: „Digitalisierung in der Hafenwirtschaft- Intelligente und energieeffiziente Häfen der Zukunft“)
- Gewinnung der Charta digitale Vernetzung als „Strategische Partnerin 2018“

2. Vergleich des Standes des Vorhabens mit der geltenden Arbeits-, Zeit- und Kostenplanung sowie der Finanzierungsplanung.

Mit Stand 28.02.2018 können Gesamtkosten in Höhe von 74.684,98 Euro nachgewiesen werden. Diese entfallen bislang in der Hauptsache auf die Positionen Personalkosten/Gemeinkosten. In den sieben Projektmonaten 08.2017-02.2018 wurden hierfür bereits 71.847,53 Euro und somit rund 21,7% der beantragten Mittel verbraucht. Im genannten Zeitraum sind ebenfalls Sachkosten in Höhe von 1.671,90 Euro und Reisekosten in Höhe von 1.165,55 Euro angefallen. Bei den Sachkosten sind die großen Positionen Briefpapier/ Flyer/ Plakate noch nicht angefallen.

Die ermittelten Gesamtkosten in Höhe von 74.684,98 Euro entsprechen bei einer Förderquote von 57,48% einer Fördersumme von 42.928,93 Euro. Am 28.09.2017 und am 13.11.2017 wurden durch zwei Abschlagszahlungen insgesamt 35.000 Euro Fördermittel von der DBU abgerufen, so dass sich zum 28.02.2018 ein Kassenstand von -7.928,93 Euro ergibt, der mit der nächsten Mittelabforderung ausgeglichen wird.

Kosten für sonstige Arbeitsleistungen und Fremdleistungen, die durch Beiratssitzungen und die Jahrestagung verursacht werden, sind bislang noch nicht angefallen. Da die Jahrestagung allerdings für Mai 2018 terminiert ist, werden bei der nächsten Mittelabforderung diese Gelder mit abgerufen.

3. Haben sich die Aussichten für die Erreichung der Ziele des Vorhabens innerhalb des angegebenen Berichtszeitraumes gegenüber dem geltenden Antrag verändert (bitte begründen)?

Zurzeit nicht.

4. Sind von dritter Seite Ergebnisse bekannt geworden, die für die Durchführung des Vorhabens relevant sind?

Durch die Ausarbeitung des Umfeldclusters sind Akteure bekannt geworden, die sich mit ähnlichen Themen beschäftigen wie nachhaltig.digital. Dazu gehören etwa die Mittelstand 4.0 Kompetenzzentren des BMWi oder auch das Kooperationsprojekt des IÖW mit der TU Berlin „Digitalisierung und sozio-ökologische Transformation“, geleitet durch Prof. Dr. Ti Iman Santarius. Mit diesen und weiteren Akteuren steht nachhaltig.digital im Kontakt und nutzt die Möglichkeit Synergien zu schaffen und sich dabei gleichzeitig zu differenzieren. Die Idee, als Meta-Plattform zu fungieren und Kompetenzen darzustellen, die außerhalb der Plattform liegen, wird hierdurch gut vorangetrieben.

5. Sind oder werden Änderungen der Zielsetzung notwendig?

Zurzeit nicht.

2.2. Kurzbericht 01.03.2018-30.08.2018

Aktenzeichen AZ 34067/01	Bewilligungsempfänger B.A.U.M. e.V.	
Projekttitle Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit in der Digitalisierung (B.A.U.M.-Projekt)		
Projektbeginn 01.08.2017	Projektlaufzeit 2 Jahre	Berichtszeitraum 01.03.-30.08.2018

1. Aufzählung der wichtigsten wissenschaftlich-technischen Ergebnisse und anderer wesentlicher Ereignisse (z.B. Wechsel des Projektleiters).

Entsprechend der Kuratoriumsvorlage ist in diesem Projekt weniger mit wissenschaftlich-technischen Ergebnissen sondern mit der Entwicklung und Etablierung von Prozessen zu rechnen. Folgende Meilensteine und Erfolge können daher genannt werden:

Veranstaltungen:

- Konzeption und Durchführung eines **Side Events zur Online Marketing Rockstars** Konferenz am 23.03.18 in Kooperation mit dem Mindspace Hamburg
- Vorstellung von sechs Startups, die jeweils 3 Minuten Zeit hatten sich selbst und ihre größten Herausforderungen vorzustellen

- Danach Gelegenheit für die Teilnehmer Fragen zu stellen oder Antworten zu den Herausforderungen zu liefern
- Etwa 60 Teilnehmer
- Die Startups haben nach der Veranstaltung berichtet, dass sich für sie aus dem Abend berufliche Kontakte entwickelt haben und dadurch ein deutlicher Mehrwert entstanden ist

- Konzeption und Durchführung des **Auftaktkongresses** von nachhaltig.digital in Bonn am 15.05.2018 in den Räumlichkeiten der Deutschen Telekom AG
- Gewinnung von über 25 Referenten darunter Dr. Antje von Dewitz (Geschäftsführerin VAUDE), Friederike Fröhlich (Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik) und Werner Landhäußer (Mader GmbH)
- 140 Teilnehmern wurden über 20 Thematische (World Café) zur Verfügung gestellt, um mit Vertretern aus der Wissenschaft, dem Mittelstand und seinen Geschäftspartnern ins Gespräch zu kommen, Fragen zu stellen, aber auch eigene Ideen und Lösungsansätze miteinzubringen
- Entwicklung eines „**Auftaktapiers**“ aus der Auswertung der beschriebenen Tischdecken und den Berichten der Referenten, welches Thesen, Fragen und Antworten des Tages zusammenfasst
- **Medienpartnerschaft** mit Clutch und forum Nachhaltig Wirtschaften für den Auftaktkongress
- **Livestream** über Periscope mit 544 Zuschauern (<https://www.periscope.tv/w/1LyxBrdQEjMxN>)
- Aufbereitung und Veröffentlichung von **Bewegt** über Youtube (https://www.youtube.com/watch?v=SlyNDEq7FuU&list=PLFGW4-lbf6J3oWZkX3mkwU7vcJ_iPTUOb&index=1)
- Interaktion mit zielgruppenrelevanten Gruppen per Social Media, insbesondere Xing und Twitter, vor, während und nach der Veranstaltung
- Generierung von über 200.000 Impressions bei Twitter im Zeitraum April bis Ende Juni 2018

- **Netzwerkveranstaltung** am 22.08.18 in Zusammenarbeit mit der Hamburg School of Business Administration (HSBA) „Digital Lounge Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Vom Duell zum Duett“
- Drei Mittelständler präsentieren ihre nachhaltig.digitalen Projekte oder Produkte (Energie-Sparzentrale/Yes we go!, ifb Ingenieurbüro für Bauüberwachung GmbH, GLS Crowd/GLS Bank) ergänzt um die Perspektive der Otto Group
- Etwa 70 Teilnehmer

- Teilnahme an Veranstaltungen als Referenten mit eigenem Workshop oder Vortrag bei z.B. dem Hessischen Ressourceneffizienzkongress 2018, dem Expertenkreis der Telekom zum Thema „Digitale Verantwortung und Corporate Responsibility“ oder auch der 7. PIUS-Länderkonferenz
- Teilnahme an Konferenzen und Veranstaltungen sowie Besuche von Unternehmen zur Interaktion und zum Austausch mit der Zielgruppe Mittelstand sowie der Bekanntmachung der Plattform z. B. CEBIT 2018, WBGU-Veranstaltung „Digitalisierung und Nachhaltigkeit: Welche Zukunft wollen wir gestalten?“, Besuch unter anderem bei Elektror airsystems und e-bility

Online-Plattform:

- Weiterentwicklung der nachhaltig.digital-Website
- Ausbau und Verbesserung des Blogsystems zur Erhöhung der Nutzerfreundlichkeit sowie besseren Darstellung der Content-Beiträge
- Nutzung von Twitter als Interaktionsmedium mit der Zielgruppe und Multiplikatoren
- Etwa 100 zusätzliche Follower bei Twitter pro Monat
- Stand 30.08.2018: 634 Twitter-Follower
- Ausbau des E-Mail-Verteilers

Content/Inhalte:

- Der Auftaktkongress im Mai 2018 hat den Übergang von der Aufbauphase des Projektes in die Content-Phase eingeleitet
- Neben dem bereits erwähnten „Auftaktpapier“ wurde ein Fragenkontingent für die Zusendung an Unternehmen entwickelt

- Dieses Fragenkontingent dient der Standardisierung der Content-Beiträge und um ein gewisses Maß an Vergleichbarkeit zwischen den Unternehmen herzustellen
- Ab September sind ausreichend Content-Beiträge vorbereitet, so dass bis zum Jahreskongress im März 2019 pro Woche mindestens ein Beitrag gespielt werden kann
- Fokus liegt hierbei auf Good-Practice-Beispielen, die sich auf Produkte, Personen oder Prozesse beziehen können

Kooperationen:

Dem B.A.U.M. e.V. ist es gelungen einige namhafte Unternehmen als Unterstützer des Projektteils Hamburg zu gewinnen. Dazu gehören:

- Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
- Robert Bosch GmbH
- Deutsche Telekom AG
- Charta digitale Vernetzung (Strategischer Partner 2018)

Parallel dazu wurden verschiedenen Kooperationen mit bereits in Umfeldanalysen identifizierten oder im Projektverlauf bekannt gewordenen Initiativen eingegangen.

Dazu gehören:

- Das Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum eStandards
- das Kooperationsprojekt des IÖW mit der TU Berlin „Digitalisierung und sozio-ökologische Transformation“, geleitet durch Prof. Dr. Tilman Santarius
- nachhaltig.digital wird prominent auf der Konferenz Bits & Bäume, die durch das Kooperationsprojekt von Prof. Dr. Santarius initiiert wurde, im November in Berlin vertreten sein
- LineUpr, eine Eventapp, die ein ausgedrucktes Programm ersetzt und die Interaktion mit den Teilnehmern fördert

Sonstiges:

- Versand von zwei Pressemitteilungen (Start des Projektes und Auftaktkongress)
- Einführung einer zentralen Projektsteuerungstabelle (Fahrplan), um Ressourcenkonflikte und Verantwortungsdiffusion zu vermeiden, welche Ziele, Maßnahmen, Meilensteine, Kongresse, Kommunikationskampagnen, Verfügbarkeit der Mitarbeiter und ihre tagesaktuellen Aufgaben umfasst

2. Vergleich des Standes des Vorhabens mit der geltenden Arbeits-, Zeit- und Kostenplanung sowie der Finanzierungsplanung.

Die letzte Abrechnung gegenüber der DBU mit Stand 31.07.2018 weist Gesamtkosten in Höhe von 166.527,44 Euro aus. Weiterhin größte Einzelpositionen sind die Positionen Personalkosten mit 77.772,48 Euro und daran prozentual ohne Nachweis gebunden Gemeinkosten mit 58.329,36 Euro. Zur Projektmitte sind dies jeweils 41,18% der Sollkosten.

Im Mai 2018 fand die Jahrestagung 2018 statt. Hier können Gesamtkosten in Höhe von 24.971,62 Euro nachgewiesen werden. Gegenüber den im Antrag geplanten Gesamtkosten ergibt sich eine Differenz von rund 50.000 Euro. In den folgenden Monaten soll mit der DBU geklärt werden, ob die für die Jahrestagung nicht mehr anfallenden Fremdkosten in Personalkosten und Gemeinkosten umgewidmet

werden können. Dies soll dann zur Finanzierung der B.A.U.M. e.V. anfallenden Personalkosten und somit Arbeitsfähigkeit des B.A.U.M.-Teilprojektes bis zum Projektende des DBU-Teilprojektes am 31.12.2019 dienen.

Bei den Reisekosten ist das bewilligte Budget zum 31.07.2018 schon zu 73,36% ausgeschöpft. Auch hier wird zur Erreichung der Projektergebnisse eine Umwidmung aus anderen Kostenpositionen notwendig sein.

Von der DBU wurden mit der zeitgleich zum Nachweis Stand 31.07.2018 erfolgten Abforderung der nächsten Fördermitteltranche insgesamt 115.000 Euro Fördermittel ausbezahlt; rund 40,96% der bewilligten Mittel.

3. Haben sich die Aussichten für die Erreichung der Ziele des Vorhabens innerhalb des angegebenen Berichtszeitraumes gegenüber dem geltenden Antrag verändert (bitte begründen)?

Die Ziele des Projektes wurden in einer zweitägigen Klausurtagung in Osnabrück evaluiert und nach Priorität eingeordnet. Der entsprechende Bericht liegt dem Kuratorium bereits vor. Die grundlegende Zielsetzung des Projektes besteht weiterhin, jedoch werden die folgenden Unterziele erst weiterverfolgt, wenn eine gute Anerkennung der Plattform erarbeitet wurde:

1. eigener projektinterner Workshop zu aktuellen Ergebnissen aus dem Projekt
2. geschlossene Online-Formate für die Zielgruppe zum Austausch und zur Diskussion
3. Projektbezogene thematische bundespolitische Events (z.B. 2 parlamentarische Abende, 1 Treffen mit dem Umweltbundesamt)
4. Organisation von Treffen mit politischen Vertretern (regional)

4. Sind von dritter Seite Ergebnisse bekannt geworden, die für die Durchführung des Vorhabens relevant sind?

Keine weiteren Ergebnisse neben denen, die im ersten Kurzbericht bereits erwähnt wurden.

5. Sind oder werden Änderungen der Zielsetzung notwendig?

Die Zielsetzung wurde entsprechend dem Bericht an das Kuratorium vom August 2018 angepasst.

2.3. Kurzbericht 01.09.2018-28.02.2019

Aktenzeichen AZ 34067/01	Bewilligungsempfänger B.A.U.M. e.V.	
Projekttitel Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit in der Digitalisierung (B.A.U.M.-Projekt)		
Projektbeginn 01.08.2017	Projektlaufzeit 2 Jahre	Berichtszeitraum 01.09.2018-28.02.2019

1. Aufzählung der wichtigsten wissenschaftlich-technischen Ergebnisse und anderer wesentlicher Ereignisse (z.B. Wechsel des Projektleiters).

Entsprechend der Kuratoriumsvorlage ist in diesem Projekt weniger mit wissenschaftlich-technischen Ergebnissen sondern mit der Entwicklung und Etablierung von Prozessen zu rechnen. Folgende Meilensteine und Erfolge können daher genannt werden:

Veranstaltungen:

Eigene Veranstaltungen

- Netzwerkabend „The Future of Energy“ in Kooperation mit etventure und DENEFF am 22.01.2019
 - Etwa 70 Teilnehmer
 - Vorstellung von 3 Startups, anschließend Paneldiskussion
- KMU-Qualifizierungskurs gemeinsam mit HNE Eberswalde beginnend am 29.01.2019 zum Thema „Potenziale für die Entwicklung von nachhaltigen Produkten und Geschäftsmodellen“
- Zweite „Digital Lounge“ mit der Hamburg School of Business Administration am 20.02.2019
 - 140 Teilnehmer
 - Impulse durch Unternehmen und Studenten
 - Danach vereinfachtes Worldcafé und Networking

Teilnahme mit eigenem Vortrag oder als Teilnehmer einer Paneldiskussion

- EnviroInfo 2018 (06.09.2018)
- B.A.U.M.-Jahrestagung 2018 (25.09.2018)
- Deutsches CSR-Forum (08.10.2018)
- Durchführung einer Vorlesung an der TH Nürnberg im Rahmen der Ringvorlesung „Nachhaltigkeit in der Digitalisierung“ (24.10.2018)
- Ressourceneffizienztreff des ifu Instituts Hamburg (26.10.2018)
- Bits&Bäume-Konferenz (Messestand & eigener Vortrag mit Referenten und Paneldiskussion) (17.-18.11.2018)
- Messestand und Teilnahme an Paneldiskussion beim deutschen Nachhaltigkeitspreis (06.-07.12.2018)

Onlinemaßnahmen

- Entwicklung eines Unternehmensfragebogens zur Contentgenerierung und Gewinnung von Good-Practice-Beispielen

- Entwicklung von kurzen Steckbriefen für Einträge auf der nachhaltig.digitalen Landkarte
- Veröffentlichung von durchschnittlich einem Content-Beitrag pro Woche seit September 2018 (20 Good Practices auf der Website veröffentlicht, Stand 28.02.2019)
- Konzeption von Marketingmaterial wie Sharepics und informativen Grafiken für eigene Veranstaltungen
- Ausbau und Verbesserung des Blogsystems zur Erhöhung der Nutzerfreundlichkeit sowie besseren Darstellung der Content-Beiträge
- Nutzung von Twitter als Interaktionsmedium mit der Zielgruppe und Multiplikatoren
- Etwa 100 zusätzliche Follower bei Twitter pro Monat
- Stand 28.02.2019: 1.195 Twitter-Follower
- Im Berichtszeitraum etwa 316.000 Impressions über Twitter generiert
- Ausbau des E-Mail-Verteilers

Offlinematerial

- Konzeption und Nutzung eines interaktiven Messestands, der die Landkarte auf der nachhaltig.digital-Website offline darstellt und zur eigenständigen Eintragung auf der Landkarte einlädt.
- Entwicklung von Workshop-Konzepten wie einen FAQ-Café bei dem gemeinsam mit den Teilnehmern Fragen und Antworten gefunden und vernetzt werden

Beides wurde bereits bei der Bits&Bäume-Konferenz und dem deutschen Nachhaltigkeitspreis eingesetzt und stieß auf reges Interesse.

Publikationen

- Beitrag in der Beilage „Stadt der Zukunft“ des Reflex-Verlags in der FAZ
- Beitrag für das B.A.U.M.-Jahrbuch 2019 Thema New Work
- Beitrag in „politische ökologie“, Heft 155, des Oekom Verlags
- Artikel in der November 2018 Ausgabe des DialogImpuls (Kundenmagazin der Stadtsparkasse Düsseldorf)
- Kommentar zum Thema New Work im forum Nachhaltig Wirtschaften 01/2019

Beirat

- Durchführung der konstituierenden Beiratssitzung (26.09.2018) und Berufung der Beiratsmitglieder:
 - Dr. Florian Kammerer (BMU)
 - Jens Mühner (Charta digitale Vernetzung)
 - Michael Kuhndt (CSCP)
 - Birgit Klesper (Deutsche Telekom AG)
 - Daniela Rathe (Porsche AG)
 - Prof. Dr. Oliver Riedel (Fraunhofer IAO)
 - Prof. Dr. Marion A. Weissenberger-Eibl (Fraunhofer ISI)
 - Prof. Dr. Henning Vöpel (HWWI)
 - Carl-Otto Gensch (Öko-Institut e.V.)
 - Dr. Martin von Broock (Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.)

Sonstiges

- Medienpartnerschaften mit LineUp, macondo und forum Nachhaltig Wirtschaften für den Jahreskongress 2019

2. Vergleich des Standes des Vorhabens mit der geltenden Arbeits-, Zeit- und Kostenplanung sowie der Finanzierungsplanung.

Bei der Robert Bosch GmbH finden aktuell umfangreiche Umstrukturierungen statt, die sich auch auf die Verantwortlichkeiten auswirken. Aus diesem Grund hat sich Bosch dazu entscheiden müssen auf eine Unterstützung des B.A.U.M. e.V.s im Projekt nachhaltig.digital zu diesem Moment zu verzichten. Dies beeinflusst die Finanzierungsplanung und Umsetzbarkeit des Projekts jedoch nicht in einem signifikanten Maß.

Zum 28.02.2019 ergeben sich für das Projekt Gesamtkosten von 257.468,66 Euro. Das sind rund 52,72% der ursprünglich kalkulierten Gesamtkosten. In den einzelnen Kostenarten ergibt sich allerdings ein anderes Bild.

Die Positionen Personalkosten und - daran prozentual ohne Nachweis gebunden - Gemeinkosten sind mit 124.389,01 Euro bzw. 93.291,76 Euro zu rund 65,86% ausgeschöpft. Mit Kosten von insgesamt 7.516,35 Euro ist die Position Reisekosten gegenüber dem Ansatz von 6.750 Euro aktuell bereits überschritten.

Wesentlich geringer fallen die Ausgaben/ verbrauchten prozentualen Anteile allerdings in den Positionen Sonstige Arbeitsleistungen (315,00 Euro/ 0,73%) und Fremdleistungen (29.709,88 Euro/ 31,78%) aus. Gründe hierfür ist zum einen, dass die kalkulierten 4 Beirats- und 4 Themenarbeitskreistreffen bislang nicht in dem Umfang stattgefunden haben und somit nicht in Ansatz gebracht werden konnten. Zum anderen, dass die Kosten für die Jahrestagung 2018 geringer ausfielen als kalkuliert. Auf diesen Umstand wurde bereits im vorigen Bericht eingegangen. Bei der Position Sachkosten wurden die Ansätze von 3.000,00 Euro für den Erwerb von 2 Schreibtischen mit Stühlen und von 6.000,00 Euro für die Produktion von Briefpapier bislang nicht in Anspruch genommen. Aller Voraussicht nach wird das auch in der Restlaufzeit nicht geschehen.

Den genannten Gesamtkosten entspricht bei einer Förderquote von 57,48 eine Fördersumme von 147.992,99 Euro. Bis zum 30.11.2018 hat die DBU aufgrund von Mittelabrufen 130.000 Euro Fördermittel ausbezahlt.

Im Zusammenhang mit dem nun anstehenden Fördermittelabruf sollen zwei Themen verbindlich mit der DBU geklärt werden. Bereits in einer E-Mail vom 01.02.2018 hat Dr. Jörg Lefèvre für das B.A.U.M.- Teilprojekt eine fünfmonatige Gesamtkosten neutrale Projektverlängerung vonseiten der DBU zugesichert. Damit soll das Projektende der beiden Teilprojekte beim 31.12.2019 liegen. Eine Umsetzung dieser Zusage im finanziellen Projektcontrolling der DBU muss noch realisiert werden. Darüber wird vom B.A.U.M. e.V. noch der Antrag auf Umwidmung nicht verbrauchter Mitteln gestellt. Damit soll zum einen dem Umstand Rechnung getragen werden, dass bis zum Projektende anfallende Reisekosten noch über Projekt-/ Fördermittel beglichen werden können. Zum anderen soll sichergestellt werden, dass bestehendes Personal auch bis zum 31.12.2019 über Projekt-/ Fördermittel finanziert wird.

3. Haben sich die Aussichten für die Erreichung der Ziele des Vorhabens innerhalb des angegebenen Berichtszeitraumes gegenüber dem geltenden Antrag verändert (bitte begründen)?

Es gibt keine Veränderungen gegenüber dem vorherigen Kurzbericht.

4. Sind von dritter Seite Ergebnisse bekannt geworden, die für die Durchführung des Vorhabens relevant sind?

Keine weiteren Ergebnisse neben denen, die im ersten Kurzbericht bereits erwähnt wurden.

5. Sind oder werden Änderungen der Zielsetzung notwendig?

Die Zielsetzung wurde entsprechend dem Bericht an das Kuratorium vom August 2018 angepasst. Neben diesen sind zurzeit keine weiteren Änderungen notwendig.

2.4. Kurzbericht 01.03.2019-30.08.2019

Aktenzeichen AZ 34067/01	Bewilligungsempfänger B.A.U.M. e.V.	
Projekttitel Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit in der Digitalisierung (B.A.U.M.-Projekt)		
Projektbeginn 01.08.2017	Projektlaufzeit 2 Jahre	Berichtszeitraum 01.03.2019-30.08.2019

2. Aufzählung der wichtigsten wissenschaftlich-technischen Ergebnisse und anderer wesentlicher Ereignisse (z.B. Wechsel des Projektleiters).

Entsprechend der Kuratoriumsvorlage ist in diesem Projekt weniger mit wissenschaftlich-technischen Ergebnissen sondern mit der Entwicklung und Etablierung von Prozessen zu rechnen. Folgende Meilensteine und Erfolge können daher genannt werden:

Veranstaltungen

Eigene Veranstaltungen

- nachhaltig.digital-Jahreskongress
 - Etwa 165 Teilnehmende
 - 9 Workshops zu unterschiedlichen Themenkombinationen (Prozesse/Produkte/Personen x Messbarkeit/KI/New Work)
- Vertreter aus Wirtschaft und Wissenschaft sowohl aus den Bereichen Nachhaltigkeit als auch Digitalisierung

- Hannover Messe, eigener Stand als Teil des DBU-Standes einschließlich Messetalks, rund 100 Teilnehmende (03.04.2019)
- re:publica, eigener Stand als Teil des DBU-Standes einschließlich Meetup, rund 120 Teilnehmende und zahlreiche Standbesucher (06.05.2019)
- Fachforum auf dem B.A.U.M.-Umweltpreis mit Ergebnissen einer eigenen Umfrage, rund 100 Teilnehmende (03.09.2019)

Teilnahme mit eigenem Vortrag oder als Teilnehmer einer Paneldiskussion

- Industriecolleg Bremen (06.03.2019)
- Vorstellung von nachhaltig.digital gegenüber den Alexander-von-Humboldt-Stipendiaten (22.03.2019)
- Diverse Vorstellungen von nachhaltig.digital innerhalb der DBU sowie gegenüber dem B.A.U.M.-Netzwerk

Onlinemaßnahmen

- Weiterentwicklung des Unternehmensfragebogens zur Contentgenerierung und Gewinnung von Good-Practice-Beispielen
- Weiterentwicklung der kurzen Steckbriefen für Einträge auf der nachhaltig.digitalen Landkarte
- Mittlerweile 49 Steckbriefeinträge und 33 Good Practices
- Zusätzlich von der Zielgruppe, laut der Evaluation durch Phineo, als besonders nützlich empfundener Veranstaltungskalender, in dem bereits über 150 Veranstaltungen zu Nachhaltigkeit und Digitalisierung vorgestellt wurden
- Veröffentlichung von durchschnittlich einem Content-Beitrag pro Woche seit September 2018, sowohl Good Practices als auch Gastbeiträge
- Konzeption von Marketingmaterial wie Sharepics und informativen Grafiken für eigene Veranstaltungen
- Ausbau und Verbesserung des Blogsystems zur Erhöhung der Nutzerfreundlichkeit sowie besseren Darstellung der Content-Beiträge
- Nutzung von Twitter als Interaktionsmedium mit der Zielgruppe und Multiplikatoren
- Etwa 70 zusätzliche Follower bei Twitter pro Monat
- Stand 30.09.2019: 1.614 Twitter-Follower
- Im Berichtszeitraum etwa 273.700 Impressions über Twitter generiert
- Ausbau des E-Mail-Verteilers auf über 350 Abonnenten

Offlinematerial

- Weiterentwicklung des interaktiven Messestands, der die Landkarte auf der nachhaltig.digital-Website offline darstellt und zur eigenständigen Eintragung auf der Landkarte einlädt.
- Die Landkarte ist nun als Kombination aus Metallrahmen und Spannbild vorhanden, die eine mehrfache Nutzung möglich machen.
- Weiterentwicklung von Veranstaltungskonzepten wie dem Unternehmerfrühstück

Publikationen

- Beitrag für das B.A.U.M.-Jahrbuch 2020
- Beitrag in „Digitalisierung & Ethik - Eine Betrachtung der ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekte“ herausgegeben von der Hochschule für Angewandte Sprachen SDI München, Erscheinungsdatum 24.09.2019
- Kurzvorstellung im CSR Magazin, Heft 33, Ausgabe 01/2019
- Artikel im Magazin des Deutschen Nachhaltigkeitspreises, Veröffentlichung im November 2019

Beirat

- Durchführung der Beiratssitzung am 09.05.2019 zur Einholung von Feedback zur Arbeit und Entwicklung von nachhaltig.digital
- Einstimmige Bestätigung, dass nachhaltig.digital die richtige Richtung verfolgt und die Aktivitäten in jedem Falle fortführen soll

Sonstiges

- Medienpartnerschaften mit LineUp, macondo und forum Nachhaltig Wirtschaften für den Jahreskongress 2019

2. Vergleich des Standes des Vorhabens mit der geltenden Arbeits-, Zeit- und Kostenplanung sowie der Finanzierungsplanung.

Zum 30.09.2019 ergeben sich für das Projekt von der DBU festgestellte Gesamtkosten von 349.167,42 Euro. Das sind rund 71,49% der ursprünglich kalkulierten Gesamtkosten. Durch die Umwidmung im Mai 2019 sind die prozentualen verbrauchten Anteile der einzelnen Kostenarten deutlich ausgeglichener.

Die Umwidmung erfolgte wie folgt (alle Angaben in Euro):

Bruttoarbeitsentgelte / Personalkosten:	+56.166,18
Gemeinkosten:	+42.124,64
Sachkosten:	-7.000,00
Fremdleistungen:	-98.290,82
Reisekosten:	+7.000,00

Die Positionen Personalkosten und - daran prozentual ohne Nachweis gebunden - Gemeinkosten sind mit 174.084,15 Euro bzw. 130.563,12 Euro zu rund 71,04% ausgeschöpft. Mit Kosten von insgesamt 9.766,00 Euro verbleiben nach der Umwidmung für die Position Reisekosten noch rund 28,97% des Budgets.

Geringer fallen die Ausgaben/ verbrauchten prozentualen Anteile in den Sachkosten (2.501,18 Euro/ 33,8%) aus.

Insgesamt wurden die Mittel für Fremdleistungen einschließlich der Position Sonstige Arbeitsleistungen bisher zu rund 84% ausgeschöpft (32.252,97 Euro). Bei den ursprünglich kalkulierten Kosten für Fremdleistungen waren mehr Beirats- und Themenarbeitskreistreffen eingeplant, als sich als notwendig erwiesen haben. Zudem wurde lediglich die reine Anwesenheitszeit der Beiräte abgerechnet. Die Vor- und Nachbereitungszeiten sowie die Reisezeiten blieben unberücksichtigt. Des Weiteren fielen die Kosten für die Jahrestagung 2018 geringer aus als kalkuliert. Auf diesen Umstand wurde bereits im vorigen Bericht eingegangen.

Den genannten Gesamtkosten entspricht bei einer Förderquote von 57,48 eine Fördersumme von 200.701,43 Euro. Bis zum 31.05.2018 hat die DBU aufgrund von Mittelabrufen 160.000 Euro Fördermittel ausbezahlt.

3. Haben sich die Aussichten für die Erreichung der Ziele des Vorhabens innerhalb des angegebenen Berichtszeitraumes gegenüber dem geltenden Antrag verändert (bitte begründen)?

Es gibt keine Veränderungen gegenüber dem vorherigen Kurzbericht.

4. Sind von dritter Seite Ergebnisse bekannt geworden, die für die Durchführung des Vorhabens relevant sind?

Keine weiteren Ergebnisse sind bekannt geworden.

5. Sind oder werden Änderungen der Zielsetzung notwendig?

Neben den Änderungen, die im letzten Bericht erwähnt wurden, sind zurzeit keine weiteren notwendig.