

gefördert durch



Deutsche  
Bundesstiftung Umwelt

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



**HNE**  
Eberswalde

Hochschule für nachhaltige Entwicklung

Unser Name ist Programm

# Projektdokumentation

Qualifizierungskurse für kleine und mittelständische  
Unternehmen zum Thema „nachhaltige Gebrauchsgüter“

Zeitraum vom 17.01.2019 – 30.04.2019

## Projektnehmer

Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNE Eberswalde)

Schicklerstr. 5, 16225 Eberswalde

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

In Kooperation mit:

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung gemeinnützige GmbH (IÖW)

UnternehmensGrün e.V., Bundesverband der grünen Wirtschaft



| i | ö | w

INSTITUT FÜR  
ÖKOLOGISCHE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG



**UnternehmensGrün**

Bundesverband der grünen Wirtschaft



## Inhalt

Einleitung .....	4
Kurs 1: Entwicklung und Gestaltung grüner und fairer Gebrauchsgüter – Praktische Ansätze für kleine und mittlere Unternehmen .....	6
Kursbeschreibung und Lernziele.....	6
Zeitlicher und inhaltlicher Aufbau des Kurses .....	6
Prüfungsleistung .....	11
Verwendete Materialien .....	11
Kurs 2: Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Potenziale für die Entwicklung von nachhaltigen Produkten und Geschäftsmodellen .....	12
Kursbeschreibung und Lernziele.....	12
Zeitlicher und inhaltlicher Aufbau des Kurses .....	12
Prüfungsleistung .....	18
Verwendete Materialien .....	19
Kurs 3: Nachhaltigkeitsberichterstattung – Prozesse und Instrumente für eine Unternehmenssteuerung in Richtung Nachhaltigkeit.....	20
Kursbeschreibung und Lernziele.....	20
Zeitlicher und inhaltlicher Aufbau des Kurses .....	21
Prüfungsleistung .....	24
Verwendete Materialien .....	25
Kurs 4: Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen.	26
Kursbeschreibung und Lernziele.....	26
Zeitlicher und inhaltlicher Aufbau des Kurses .....	26
Prüfungsleistung .....	31
Verwendete Materialien .....	32

## Anhang

Kurs 1: „Entwicklung und Gestaltung grüner und fairer Gebrauchsgüter – Praktische Ansätze für kleine und mittlere Unternehmen “

    Kurs 1: Folien zum Online-Auftakttreffen →Anhang 1

    Kurs 1: Kursbeschreibung und Ablaufplan des 1. Präsenztags →Anhang 2

    Kurs 1: Skript zum Kurs →Anhang 3

    Kurs 1: Prüfungsleistung →Anhang 4

    Kurs 1: Ablaufplan des 2. Präsenztags →Anhang 5

    Kurs 1: Vortragsfolien des 2. Präsenztags zum Fachinput „Ökologische Beschaffung, Strategische Marktbeobachtung und -analyse“ →Anhang 6

Kurs 2: „Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Potenziale für die Entwicklung von nachhaltigen Produkten und Geschäftsmodellen“

    Kurs 2: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1

Kurs 2: Grundlagentext zum Thema „Strategische Ansätze für nachhaltiges Wirtschaften und eine nachhaltige Unternehmensführung“ → Anhang 2

Kurs 2: Grundlagentext zum Thema „Digitalisierung als Herausforderung und Entwicklungsperspektive für KMU“ → Anhang 3

Kurs 2: Aufgabenblatt für Online-Phase A → Anhang 4

Kurs 2: Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Fachinput „IHK-Initiative – Wirtschaft Digital“ → Anhang 5

Kurs 2: Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Fachinput „nachhaltig.digital - Die Kompetenzplattform für Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Mittelstand“ → Anhang 6

Kurs 2: Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Fachinput „Sustainable Design Thinking – Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ → Anhang 7

Kurs 2: Ergebnisse/Prototypen des 1. Präsenztages → Anhang 8

Kurs 2: Aufgabenblatt für Online-Phase B → Anhang 9

Kurs 2: Vortragsfolien des 2. Präsenztags → Anhang 10

Kurs 2: Prüfungsleistung → Anhang 11

Kurs 3: „Nachhaltigkeitsberichterstattung – Prozesse und Instrumente für eine Unternehmenssteuerung in Richtung Nachhaltigkeit“

Kurs 3: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1

Kurs 3: Aufgabenblatt für Online-Phase A → Anhang 2

Kurs 3: Vortragsfolien des 1. Präsenztags → Anhang 3

Kurs 3: Aufgabenblatt für Online-Phase B → Anhang 4

Kurs 3: Ablaufplan für den 2. Präsenztags → Anhang 5

Kurs 3: Anforderungen Prüfungsleistung → Anhang 6

Kurs 4: „Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen“

Kurs 4: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1

Kurs 4: Aufgabenblatt für Online-Phase A → Anhang 2

Kurs 4: Vortragsfolien des 1. Präsenztags → Anhang 3

Kurs 4: Zusatz-Folien des 1. Präsenztags „Extras & Best Practice“ → Anhang 4

Kurs 4: Anleitung zur Postergestaltung → Anhang 5

Kurs 4: Eine mögliche Vorlage für die Postergestaltung → Anhang 6

Kurs 4: Prüfungsleistung → Anhang 7

Kurs 4: Die Poster-Ergebnisse der Online-Phase B → Anhang 8

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Kurs 1: Titelfolie des Online-Auftakttreffens.....	7
Abbildung 2 Kurs 1: Abfrage während des Online-Auftakttreffens zu beruflichen Hintergründen der Teilnehmer*innen. ....	8
Abbildung 3 Kurs 1: Auszug aus dem Aufgabenblatt zur Vorbereitung auf den 1. Präsenztag.....	9
Abbildung 4 Kurs 2: Titelfolie des Online-Auftakttreffens. ....	13
Abbildung 5 Kurs 2: Abfrage während des Online-Auftakttreffens zu beruflichen Hintergründen der Teilnehmer*innen. ....	14
Abbildung 6 Kurs 2: Titelfolie des Webvortrags in der ersten Onlinephase. ....	15
Abbildung 7 Kurs 2: Titelfolie des Fachinput „nachhaltig.digital – Die Kompetenzplattform für Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Mittelstand“.....	16
Abbildung 8 Kurs 2: „Testplanung“ aus dem Fachinput "Sustainable Design Thinking - Digitalisierung und Nachhaltigkeit".....	17
Abbildung 9 Kurs 2: Kurzbeschreibung der Prüfungsleistung. ....	19
Abbildung 10 Kurs 3: Titelfolie des Online-Auftakttreffens.....	21
Abbildung 11 Kurs 3: Abfrage während des Online-Auftakttreffens zu beruflichen Hintergründen der Teilnehmer*innen. ....	22
Abbildung 12 Kurs 3: Anforderungen an die Prüfungsleistung. ....	25
Abbildung 13 Kurs 4: Titelfolie des Online-Auftakttreffens.....	27
Abbildung 14 Kurs 4: Abfrage während des Online-Auftakttreffens zu beruflichen Hintergründen der Teilnehmer*innen. ....	28
Abbildung 15 Kurs 4: Titelfolie des Fachinputs des 1. Präsenztermins. ....	29
Abbildung 16 Kurs 4: Anforderungen an die Prüfungsleistung.....	31

## Einleitung

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bilden das Rückgrat der deutschen Wirtschaft und zählen zu den Innovatoren für eine umweltverträgliche, zukunftsfähige Wirtschaft. Aufgrund von Begrenzungen sowohl in den personellen, zeitlichen und finanziellen Ressourcen als auch im vorhandenen Wissen zu Strategie- und Organisationsentwicklung sehen sich KMU allerdings Hemmnissen bei der Entwicklung und Gestaltung von umweltfreundlichen Gebrauchsgütern einschließlich neuer Nutzungsformen gegenüber. Eine Möglichkeit, diesen Engpass mit vertretbarem finanziellem Einsatz zu überwinden und entsprechende Impulse zu geben, ist eine Qualifizierung der Mitarbeiter\*innen.

Unter Beachtung der bei KMU gängigen Rahmenbedingungen wie Zeitdruck, eingeschränkte Verfügbarkeit der Mitarbeiter\*innen und geringe Spielräume bei Entwicklungsprozessen wurde an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNE Eberswalde) die innovative und sehr praxisrelevante berufsbegleitende Qualifizierung „Strategisches Nachhaltigkeitsmanagement“ ([www.hnee.de/snm](http://www.hnee.de/snm)) entwickelt. Seit dem Sommersemester 2014 werden wahlweise im Rahmen eines Masterstudiengangs oder einzelner Zertifikatskurse Change Agents mit wachsender Nachfrage ausgebildet. Trotz der Abdeckung mehrerer wichtiger Themen für Umweltpioniere aus den KMU nehmen bislang jedoch kaum Mitarbeiter\*innen von KMU das Qualifizierungsangebot wahr.

Im Rahmen des von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt geförderten Projektes „Entwicklung, Erprobung und Implementierung eines Qualifizierungsprogramms für KMU zum Thema „nachhaltige Gebrauchsgüter“ wurden inhaltlich-fachliche Qualifizierungsangebote entwickelt, die KMU bei der Entwicklung und Gestaltung langlebiger beweglicher Konsumgüter und deren Einbettung in Wertschöpfungsketten, Geschäftsmodelle und Marketingkonzepte unterstützen können. Neben dem zu vermittelnden Fach- und Methodenwissen werden in der Qualifizierung sozial-kommunikative, personale und handlungsorientierte Kompetenzen wie Konfliktmanagement, Motivation, Leadership und Entscheidungen unter Unsicherheit und Zeitdruck trainiert.

Die Entwicklung der Qualifizierungsangebote wurde auf die Bedarfe von KMUs abgestimmt. Dazu erfolgte im Vorfeld eine Bedarfsumfrage unter potentiellen Teilnehmer\*innen aus kleinen und mittelständischen Unternehmen. So wurden die Kurse als Blended Learning Angebote, d.h. in einer Kombination von Online- und Präsenzphasen konzipiert. Dies ermöglicht ein didaktisch sinnvolles und für die Teilnehmer\*innen durch die Online-Phasen flexibles Qualifizierungsangebot. Für die Durchführung der Präsenztage wurden Räume in der Geschäftsstelle des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) in Berlin genutzt. Die zentrale Lage (im Vergleich zu einer Durchführung der Kurse in Räumen an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde) ermöglichte und erleichterte den Teilnehmer\*innen die Anreise. Zudem war es in allen Kursen ein Anliegen, dass die Kursinhalte und Methoden bereits im Verlauf des Kurses von den Teilnehmer\*innen auf das eigene oder ein selbstgewähltes Unternehmen angewendet werden konnte. Dieser Bezug zu eigenen beruflichen Aufgaben und Fragestellungen stärkte die Handlungsorientierung.

In Kooperation mit dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und UnternehmensGrün, dem Bundesverband der grünen Wirtschaft wurden die folgenden vier Kurse entwickelt und durchgeführt:

- Kurs 1: Entwicklung und Gestaltung grüner und fairer Gebrauchsgüter – Praktische Ansätze für kleine und mittlere Unternehmen

- Kurs 2: Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Potenziale für die Entwicklung von nachhaltigen Produkten und Geschäftsmodellen
- Kurs 3: Nachhaltigkeitsberichterstattung – Prozesse und Instrumente für eine Unternehmenssteuerung in Richtung Nachhaltigkeit
- Kurs 4: Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen

In den folgenden Kapiteln werden die vier Kurse inhaltlich, methodisch vorgestellt. Im Anhang finden Sie zudem die verwendeten Materialien sowohl für die Online- als auch die Präsenzphasen.

Im Rahmen des Projektes erfolgte im Anschluss an die Kursdurchführung eine Evaluation, die Teil des Abschlussberichts ist.

# Kurs 1: Entwicklung und Gestaltung grüner und fairer Gebrauchsgüter – Praktische Ansätze für kleine und mittlere Unternehmen

## Kursbeschreibung und Lernziele

Der Kurs gibt einen Überblick über Ansätze und Konzepte zur Entwicklung und Gestaltung von ökologisch und fair produzierten Gebrauchsgütern mit einer langen Nutzungsdauer. Ausgehend vom unternehmerischen Handlungsdruck in Zukunft nachhaltiger zu wirtschaften, zielt der Kurs auf die Vermittlung konkreter unternehmerischer Ansatzpunkte für Veränderungen und hilfreicher Instrumente für die Nachhaltigkeitsbewertung sowie eine Analyse der Marktsituation. Die Kursinhalte sind praxisorientiert und anwendungsbezogen, da das vermittelte Wissen auf konkrete Beispiele aus kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) übertragen und angewendet werden soll. Der Kurs richtet sich an Berufstätige in KMUs, die grüne und faire langlebige Gebrauchsgüter in ihren Unternehmen gestalten wollen.

### Lernziele

Nach Abschluss des Kurses sind die Teilnehmenden in der Lage, die Bedeutung und die Vorteile grüner und fairerer Gebrauchsgüter für den unternehmerischen Kontext zu bewerten. Der Kurs vermittelt das dafür erforderliche Fachwissen. Die Teilnehmenden lernen – mit einem starken Fokus auf Produkt-Ökodesign – zentrale Ansätze und Konzepte zur innovativen Entwicklung grüner und fairer Gebrauchsgüter kennen und verstehen den Zusammenhang zur eigenen Praxis. Darüber hinaus werden sie in die Produkt-Nachhaltigkeitsbewertung und Kennzeichnung über Gütezeichen eingeführt. Somit sind die Teilnehmenden in der Lage das Hintergrundwissen zu übertragen. Im Anschluss an den Kurs können sie eine Umsetzung in ihrem Unternehmen anzustoßen, um langlebige Gebrauchsgüter nachhaltiger zu gestalten.

**Wurde durchgeführt von:** Ria Müller, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und Nadine Dembski, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE)

## Zeitlicher und inhaltlicher Aufbau des Kurses

Der Kurs vermittelt Konzepte und Ansatzpunkte zur Entwicklung und Bewertung grüner und fairer Gebrauchsgüter. An Fallbeispielen aus KMU kann geübt werden, produktspezifische Innovationsbedarfe adäquat zu identifizieren und unter gegebenen Markt- und unternehmerischen Rahmenbedingungen nachhaltige Lösungen zu entwickeln. Hierbei werden spezifische Strategien/Ansätze für langlebige Gebrauchsgüter adressiert wie z.B. Qualitätssteigerung, verlängerte Nutzungsdauer, gesteigerte Nutzungsintensität. Der Kurs baut sich wie folgt auf:

### Zeitlicher Ablauf

Do. 10.01.19, 13:00-14:00 Uhr	Online Auftakttreffen (1 h)
Fr. 11.01.19-Do. 24.01.19	Online-Phase A zur Vorbereitung der Präsenz (2 Wochen)
Fr. 25.01.19, 09:00-17:00 Uhr	Präsenztag 1 (8 h)
Sa. 28.01.19-Mi. 27.03.19	Online-Phase B zur Bearbeitung von Aufgaben im Unternehmen und inhaltliche Vertiefung (8 Wochen)



Do. 28.03.19, 18:00-21:00 Uhr	Freiwillig: Vernetzungstreffen für alle Teilnehmer*innen
Fr. 29.03.19, 13:30-17:30 Uhr	2. Präsenztage (4 h)
Sa. 30.03.-Di. 30.04.19	Online-Phase C zur Nachbereitung und Fertigstellung der Prüfungsleistung
01.05.-31.05.19	Bewertung und Feedback der Prüfungsleistungen, Versand der Zertifikate

### Online-Auftakttreffen

Das Online-Auftakttreffen dient den Teilnehmer\*innen zum Einstieg in den Kurs, sowohl im Hinblick auf den Ablauf und die organisatorischen Fragen, als auch zum inhaltlichen Einstieg.

The image shows a presentation slide for an online kick-off meeting. At the top, there are logos for HNE Eberswalde (Hochschule für nachhaltige Entwicklung), i|ö|w, and DBU (Deutsche Bundesstiftung Umwelt). The text 'Entwicklung, Erprobung und Implementierung eines Qualifizierungsprogramms für KMU zum Thema „nachhaltige Gebrauchsgüter“' is centered. Below the logos, a green banner reads 'Mit der Natur für den Menschen – seit mehr als 185 Jahren.' The main title is 'Online-Auftakttreffen Kurs 1: „Entwicklung und Gestaltung grüner und fairer Gebrauchsgüter – Praktische Ansätze für kleine und mittlere Unternehmen“'. The presenters are listed as Ria Müller (iöw) and Nadine Dembski (HNEE), with the date 10. Januar 2019. A small photo shows people in a meeting. At the bottom, the URL 'www.hnee.de/dbu-kmu' is provided.

Abbildung 1 Kurs 1: Titelfolie des Online-Auftakttreffens.

Das Online-Auftakttreffen bot zudem die Möglichkeit, auf Fragen der Teilnehmer\*innen einzugehen und sich durch eine eingebaute Abfrage ein direktes Bild von den beruflichen Hintergründen zu machen.

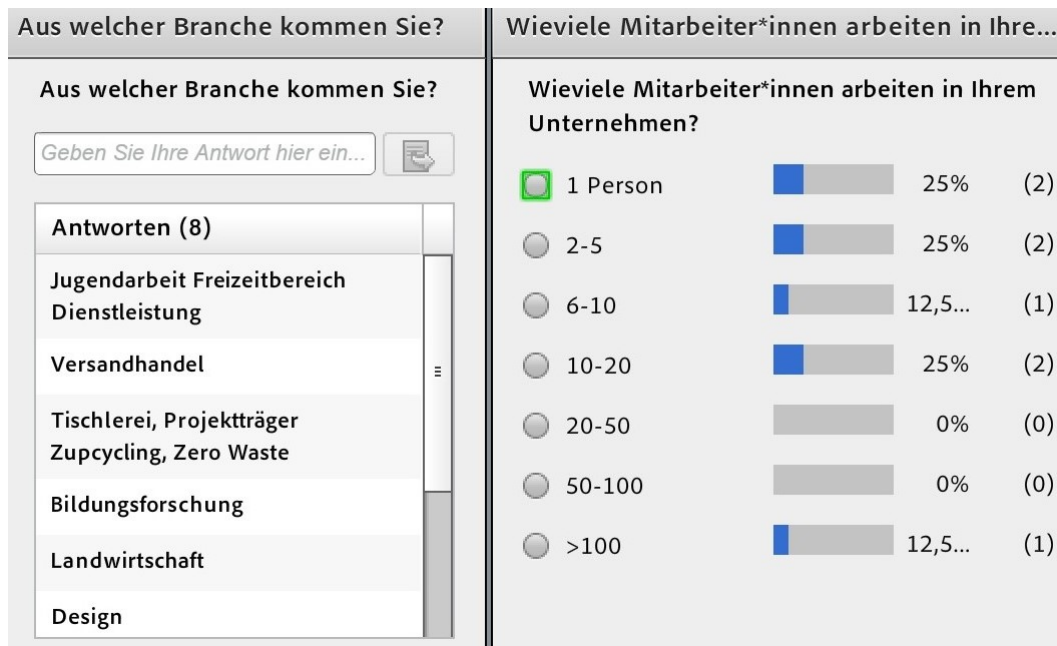


Abbildung 2 Kurs 1: Abfrage während des Online-Auftakttreffens zu beruflichen Hintergründen der Teilnehmer\*innen.

Da das Online-Auftakttreffen als Video aufgezeichnet wurde, konnten Personen, denen eine Teilnahme an dem Termin nicht möglich war, die Aufzeichnung zu einem späteren Zeitpunkt nutzen und so dennoch am Kurs teilnehmen. Dies wurde von den Teilnehmer\*innen in der Evaluation als hilfreich bewertet.

Für die Veranstalterinnen und die Kursteilnehmer\*innen war das Format der Online-Auftaktveranstaltung eine gute Gelegenheit, den Kursstart zu nutzen, um sich mit dem Verlauf und den Inhalten vertraut zu machen und damit inhaltlich an den Präsenzterminen direkt einsteigen zu können.

Die Folien zum Online-Auftakttreffen befinden sich in Anhang 1.

### Online-Phase A

Die Online-Phase A umfasst etwa zwei Wochen und dient nach Kursbeginn durch die Online-Auftaktveranstaltung dazu, sich mit den Grundlagen der Kursinhalte weiter zu beschäftigen und sich inhaltliche auf den ersten Präsenztermin vorzubereiten. Dies ist erforderlich, da die inhaltlichen Vorkenntnisse der Kursteilnehmer\*innen meist unterschiedlich sind und eine gemeinsamer Arbeitseinstieg zur Präsenz ermöglicht werden soll.

Dazu erhielten die Teilnehmer\*innen ein Aufgabenblatt mit Grundlagenwissen und konkreten Aufgabenbeschreibungen, die auf den jeweiligen beruflichen Hintergrund der Personen bezogen werden konnte. Beispielhaft soll die folgende Abbildung der ersten Seite des Aufgabenblattes einen Einblick geben.

Das vollständige Aufgabenblatt zu Kurs 1, welches zudem die Prüfungsleistung umfasst, ist in Anhang 2 verfügbar.

### Kurs 1:

## Entwicklung und Gestaltung grüner und fairer Gebrauchsgüter – Praktische Ansätze für kleine und mittlere Unternehmen

### Prüfungsleistung

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht über die Aufgaben, die Sie im Laufe des Kurses im Selbststudium oder in Kleingruppen bearbeiten werden. Diese Aufgaben bilden die Grundlage für das am Ende des Kurses abzugebende Portfolio, welches die Prüfungsleistung darstellt.

#### 1. Beispiel wählen

Beschreiben Sie als erstes ein selbstgewähltes Produkt (oder eine Dienstleistung), das Sie im Folgenden weiter bearbeiten. (Wir empfehlen, ein Produkt auszuwählen, das einen Bezug zu Ihrem Unternehmen oder Ihrer Branche hat). Die Beschreibung sollte kurz und prägnant sein und den Lesenden die relevanten Informationen zur Verfügung stellen.

#### 2. Die Lebenszyklusperspektive verstehen

(Aufgabe aus der ersten Online-Phase)

Zeichnen Sie eine eigene Wertschöpfungskette für „das“ Produkt (oder Dienstleistung) Ihrer Wahl nach. Beachten Sie dabei alle relevanten Schritte des Lebenszyklus, auch die der Zulieferer. Wo haben Sie Schwierigkeiten, was fällt Ihnen besonders leicht?

#### 3. Handlungsdruck für nachhaltiges Wirtschaften im Bereich Produkte und Prozesse

(Input 1. Präsenztag und Inhalte im Skript)

Analysieren Sie (negative) ökologische und soziale Auswirkungen eines Produkts Ihrer Wahl (wir empfehlen, Ihre Analyse anhand des Produktes fortzuführen, mit dem Sie sich bereits im Kapitel 1 beschäftigt haben). Wie könnte die Performance verbessert werden? Recherchieren Sie geltende verpflichtende und freiwillige Standards.

#### 4. Unternehmerische Ansatzpunkte für Veränderungen

- Überlegen Sie auf Grundlage der Ökodesign-Prinzipien, welche konkreten Gestaltungs- oder Veränderungsoptionen beim Design eines Produkts Ihrer Wahl bestehen. Berücksichtigen Sie dabei mögliche Auswirkungen auf den gesamten Produktlebenszyklus. Die Ecodesign Kriterienmatrix von Bundesumweltministerium, Umweltbundesamt und dem Internationalen Design Zentrum Berlin kann dabei als Orientierungshilfe dienen: <https://www.bundespreis-ecodesign.de/de/ecodesign/kriterien.html>
- Können Sie bei Ihrem konkreten Produkt Synergien oder Zielkonflikte/Trade-offs zwischen verschiedenen Maßnahmen identifizieren?
- Zwischen welchen Öko-Design-Prinzipien könnten in Ihrem Unternehmen generell am häufigsten Zielkonflikte auftreten?

#### 5. Anwendungsaufgabe für Instrumente

Entwicklung, Erprobung und Implementierung eines Qualifizierungsprogramms für KMU zum Thema „nachhaltige Gebrauchsgüter“  
Webseite: [www.hnee.de/dbu-kmu](http://www.hnee.de/dbu-kmu)

## **1. Präsenztag**

Zu Beginn des ersten Präsenztermins steht eine kurze Einführung zum Handlungsdruck für nachhaltiges Wirtschaften bei der Produktentwicklung und in Unternehmensprozessen. In diesem Zusammenhang setzen sich die Teilnehmenden mit (potentiellen) sozial und ökologisch negativen Effekten entlang des Produktlebenszyklus auseinander. Es werden der Ansatz der Lebenszyklusbetrachtung und die Grundlagen der Lebenszykluskostenrechnung vermittelt sowie grüne und faire Gebrauchsgüter von konventionellen Gebrauchsgütern abgegrenzt.

Der zweite Kursblock widmet sich detailliert den diversen unternehmerischen Ansatzpunkten für Veränderungen. Hier wird der Bogen gespannt von der Bewertung von Umweltauswirkungen mit Instrumenten der mehrschichtigen Produktanalyse über die Nachhaltige Beschaffung durch Neuausrichtung des Einkaufs bis zu Aspekten der Optimierung des Produktdesigns.

Hier wird Fachexpertise vermittelt und Detaileinblicke in ausgewählte, anerkannte Analyseinstrumente wie die Material- und Wertstoffanalyse, die Ökobilanzierung, Life Cycle Costing (LCC), ökologischer Fußabdruck bzw. Product Environmental Footprint (PEF) gegeben. Im Themenfeld nachhaltige Beschaffung wird herausgearbeitet, welche ökologischen und sozialen Anforderungen bereits bei der Materialbeschaffung einzuhalten sind, um seriös von einem grünen und fairen Produkt zu sprechen. Den Teilnehmer\*innen wird dabei zum einen die Hebelwirkung einer veränderten Beschaffungspraxis (u.a. Effekte auf Preisbildung, Markttransformation) verdeutlicht. Sie erhalten zum anderen einen knappen Einblick in Zertifikatsysteme für grüne und/oder faire Gebrauchsgüter, um diese in der Nachhaltigkeitsbewertung, Sichtbarkeit und Vermarktung zu nutzen.

Als weitere Arbeitsgrundlage für den Kurs wurde ein Skript angefertigt, ausgeteilt und auch digital zur Verfügung gestellt. Dieses ist in Anhang 3 zu finden.

Eine Datei mit der Kursbeschreibung und dem genauen Ablaufplan des 1. Präsenztags befindet sich in Anhang 4.

## **Online-Phase B**

Im Anschluss an den ersten Präsenztag folgt eine etwa 8-wöchige Online-Phase B, in der die Teilnehmer\*innen sich weiter mit den Inhalten aus der ersten Präsenz und denen des Skripts befassen und dazu Aufgaben, die bereits als Vorbereitung auf die Prüfungsleistung und den zweiten Präsenztermin dienen, bearbeiten. Der Schwerpunkt dieser Online-Phase liegt in der Vertiefung und Anwendung der Kursinhalte auf das eigene oder ein selbstgewähltes Unternehmen.

## **2. Präsenztag**

Der zweite Präsenztag steht ganz im Zeichen der Innovationspotenziale durch ökologisch optimiertes Produktdesign. Hier wird vermittelt, wie umweltrelevante Produkteigenschaften und -features bereits in der Produktplanung und -entwicklung berücksichtigt und angelegt werden. Die dafür zentralen Öko-Design-Prinzipien (Langlebigkeit von Produkten, Nutzer\*innenfreundlichkeit, Materialeffizienz, Verwendung umweltfreundlicher Materialien, Kreislauffähigkeit) werden systematisch besprochen, so dass die Teilnehmer\*innen ein Verständnis für ökologisch vorteilhafte Gestaltungsoptionen von Produkten entwickeln und befähigt werden, nachhaltigkeitsorientierte Produktinnovationen für die Bedingungen und Erfordernisse ihres Unternehmens abzuleiten.

Eine Kurz-Präsentation der Zwischenergebnisse zu den Aufgaben 1-5 des Aufgabenblattes, bezogen auf das von den Teilnehmer\*innen gewählte Beispiel, bestenfalls aus dem eigenen Unternehmen, fungiert an diesem Tag als erster Teil der Prüfungsleistung.

Die Vortragsfolien des Fachinputs „Ökologische Beschaffung, Strategische Marktbeobachtung und -analyse“ befinden sich in Anhang 5.

### Online-Phase C

Die Online-Phase C dient der Nacharbeitung der Inhalte des zweiten Präsenztags und der Anwendung der neuen Erkenntnisse auf die eigenen beruflichen Fragestellungen. Mit diesem Hintergrund soll die letzte Online-Phase genutzt werden, die restlichen Aufgaben für die Prüfungsleistung zu bearbeiten oder fertigzustellen. Diese wird im Folgenden genauer erläutert.

### Prüfungsleistung

Die Prüfungsleistung erfolgt zweistufig, wobei der erste Teil bereits in der zweiten Präsenzphase in Form einer Präsentation der Zwischenergebnisse der Aufgaben 1-5 des Aufgabenblatts abgelegt wird.

Begleitend stellt die Erarbeitung eines fortlaufenden schriftlichen Portfolios über die im Kursverlauf erworbenen Kenntnisse und Inhalte zu den eigenen beruflichen Hintergründen den zweiten Teil der Prüfungsleistung dar. Der „rote Faden“ ergibt sich dabei durch das gewählte Anwendungsbeispiel, also einem Produkt oder einer Dienstleistung, bestenfalls aus dem eigenen Unternehmen. Der Umfang der Aufgaben kann, variieren je nach Anwendungsrelevanz.

Neben der Bewertung der Prüfungsleistung erhielten die Teilnehmer\*innen ein individuelles Feedback. Dieses bezog sich zum einen auf die inhaltliche Arbeit und wies zum anderen Weiterentwicklungsmöglichkeiten für den jeweiligen Anwendungsbezug im Unternehmen auf. Diese hatte für die Kursteilnehmer\*innen einen hohen Wert.

Das Dokument mit der konkreten Aufgabenstellung für die Prüfungsleistung ist in Anhang 3 zu finden.

### Verwendete Materialien

Für die Durchführung des Kurses und die Vermittlung der Inhalte wurden folgende Materialien erstellt und verwendet. Diese können im Anhang eingesehen werden.

- Kurs 1: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1
- Kurs 1: Kursbeschreibung und Ablaufplan des 1. Präsenztags → Anhang 2
- Kurs 1: Skript zum Kurs → Anhang 3
- Kurs 1: Prüfungsleistung → Anhang 4
- Kurs 1: Ablaufplan des 2. Präsenztags → Anhang 5
- Kurs 1: Vortragsfolien des 2. Präsenztags zum Fachinput „Ökologische Beschaffung, Strategische Marktbeobachtung und -analyse“ → Anhang 6

## Kurs 2: Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Potenziale für die Entwicklung von nachhaltigen Produkten und Geschäftsmodellen

### Kursbeschreibung und Lernziele

Digitalisierung verändert mit großer Dynamik Wirtschaft und Gesellschaft. Durch die neuen Möglichkeiten der Vernetzung und Informationsnutzung verändern sich Branchen und Märkte ebenso wie Kundenansprüche. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) müssen sich auf Veränderungen in fast allen ihren Handlungsfeldern einstellen. Sie müssen auf Digitalisierung reagieren, besser noch diesen Wandel im eigenen Unternehmen strategisch mitgestalten, um zukunftsfähig zu bleiben. Im Kurs geht es darum, die Veränderungsprozesse durch Digitalisierung zu erkennen und für das eigene Unternehmen abzuschätzen. In einem weiteren Schritt werden Optionen aufgezeigt, wie die digitale Transformation für eine Nachhaltigkeitsausrichtung von Geschäftsprozessen und -modellen genutzt werden kann. Insbesondere für Gebrauchsgüter mit langer Nutzungsdauer werden Handlungsansätze für das eigene Unternehmen skizziert.

Der Kurs richtet sich an Personen, die die Themen Digitalisierung und nachhaltiges Wirtschaften (dazu gehören auch neue Service-Geschäftsmodelle) für ihr Unternehmen aufgreifen und weiterentwickeln möchten.

### Lernziele

Die Teilnehmer\*innen...

- haben einen Überblick über Treiber und Dynamiken der Digitalisierung und deren Auswirkungen auf kleine und mittlere Unternehmen, deren Geschäftsprozesse und Geschäftsmodelle.
- sind in der Lage, strategische Ansatzpunkte für die Digitalisierung eines Unternehmens zu identifizieren.
- können Vor- und Nachteile von Digitalisierungsprozessen für das nachhaltige Wirtschaften eines Unternehmens erkennen.
- können exemplarisch einen Digitalisierungsprozess mit dem Nachhaltigkeitsmanagement eines Unternehmens verknüpfen.
- lernen, wie man dafür erste praktische Lösungen entwickelt, die einen Nutzen und Anwendungsbezug haben. Als Ergebnis des Kurses haben sie einen „Prototypen“ (neuer Unternehmensprozess, Produkt, Dienstleistung etc.) zur Digitalisierung in einem/ihrem Unternehmen entwickelt.
- kennen die Methode des Design Thinking und können sie beispielhaft für ihr Unternehmen nutzen.

**Wurde durchgeführt von:** Prof. Dr. Benjamin Nölting und Nadine Dembski, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE)

in Kooperation mit Julia Fink (nachhaltig.digital), Lothar Probst (IHK Cottbus), Kilian Karg (Protellus)

### Zeitlicher und inhaltlicher Aufbau des Kurses

In enger Begleitung von Expert\*innen aus der Praxis soll der Kurs den Teilnehmer\*innen dabei helfen, die großen Fragen der Digitalisierung und der Nachhaltigkeit auf das eigene Unternehmen



herunter zu brechen und Ansatzpunkte für eine betriebliche Digitalisierungsstrategie zu skizzieren. Der Kurs baut sich wie folgt auf:

### Zeitlicher Ablauf

Di. 29.01.19, 16:30-17:30 Uhr	Online Auftakttreffen (1 h)
Sa. 28.01.19-Mi. 27.03.19	Online-Phase A zur Bearbeitung der Aufgaben im Unternehmen (8 Wochen)
Mo. 11.02.19, 08:30-16:30 Uhr	Präsenztage 1 (8 h)
Di. 12.02.19-Do. 28.03.19	Online-Phase B zur Bearbeitung von Aufgaben im Unternehmen und inhaltliche Vertiefung (6 Wochen)
Do. 28.03.19, 18:00-21:00 Uhr	Freiwillig: Vernetzungstreffen für alle Teilnehmer*innen
Fr. 29.03.19, 9:00-13:00 Uhr	2. Präsenztage (4 h)
Sa. 30.03.-Di. 30.04.19	Online-Phase C zur Nachbereitung und Fertigstellung der Prüfungsleistung (4 Wochen)
Mi. 01.05.-Fr. 31.05.19	Bewertung und Feedback der Prüfungsleistungen, Versand der Zertifikate

### Online-Auftakttreffen

Das Online-Auftakttreffen dient den Teilnehmer\*innen zum Einstieg in den Kurs, sowohl im Hinblick auf den Ablauf und die organisatorischen Fragen, als auch zum inhaltlichen Einstieg.

Entwicklung, Erprobung und Implementierung eines Qualifizierungsprogramms für KMU zum Thema „nachhaltige Gebrauchsgüter“

Mit der Natur für den Menschen – seit mehr als 185 Jahren.

**Online-Auftakttreffen Kurs 2:**  
**„Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Potenziale für die Entwicklung von nachhaltigen Produkten und Geschäftsmodellen“**

Prof. Dr. Benjamin Nölting (HNEE)  
 Nadine Dembski (HNEE)

29. Januar 2019

Digitalisierung und Nachhaltigkeit [www.hnee.de/dbu-kmu](http://www.hnee.de/dbu-kmu)

Abbildung 4 Kurs 2: Titelfolie des Online-Auftakttreffens.



Das Online-Auftakttreffen bot die Möglichkeit, auf Fragen der Teilnehmer\*innen einzugehen und sich durch eine eingebaute Abfrage ein direktes Bild von den beruflichen Hintergründen zu verschaffen.

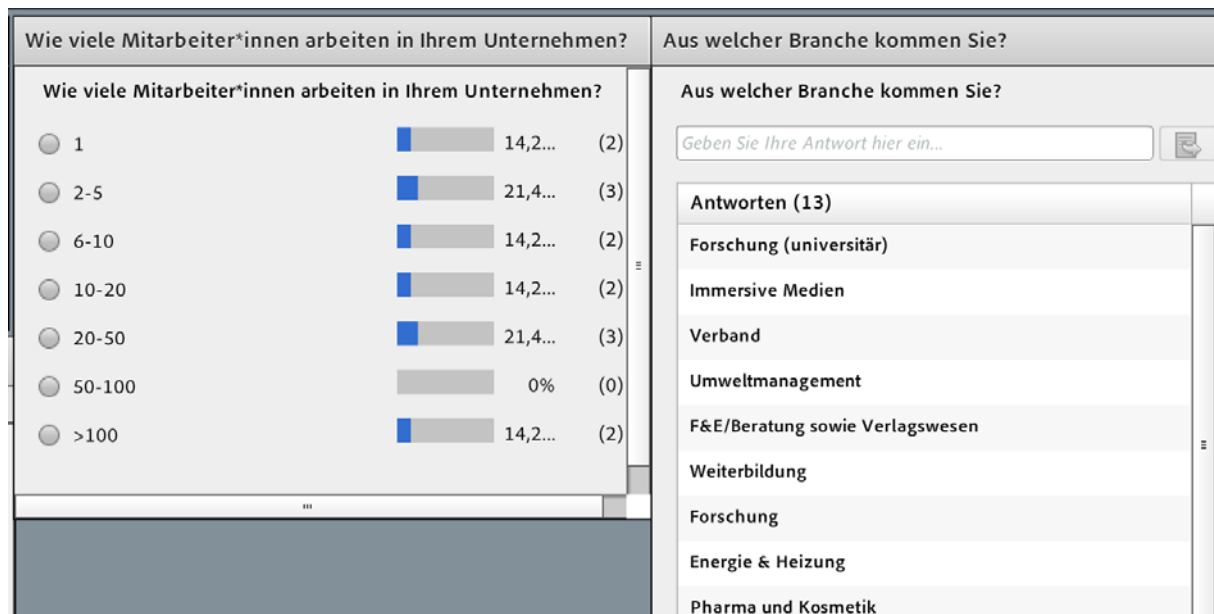


Abbildung 5 Kurs 2: Abfrage während des Online-Auftakttreffens zu beruflichen Hintergründen der Teilnehmer\*innen.

Da das Online-Auftakttreffen als Video aufgezeichnet wurde, konnten Personen, denen eine Teilnahme an dem Termin nicht möglich war, die Aufzeichnung zu einem späteren Zeitpunkt nutzen und so dennoch am Kurs teilnehmen. Dies wurde von den Teilnehmer\*innen in der Evaluation als hilfreich bewertet.

Für die Veranstalter\*innen und die Kursteilnehmer\*innen war das Format der Online-Auftaktveranstaltung eine gute Gelegenheit den Kursstart zu nutzen, um sich mit dem Verlauf und den Inhalten vertraut zu machen und damit an den Präsenzterminen besser einsteigen zu können.

Die Folien des Online-Auftakttreffens befinden sich in Anhang 1.

## Online-Phase A

Die Online-Phase A umfasst etwa acht Wochen, in denen sich die Teilnehmer\*innen inhaltlich auf das Thema „Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Potenziale für die Entwicklung von nachhaltigen Produkten und Geschäftsmodellen“ einstimmen, mit Fokus auf den Herausforderungen kleiner- und mittelständiger Unternehmen.

Neben dem Online-Auftakttreffen wurde durch den Webvortrag von Lothar Probst (IHK Cottbus) zum Thema „Wirtschaft Digital – KMU und Digitalisierung“ am Do. 31.1.2019 von 10.00-11.00 Uhr eine weitere inhaltliche Grundlage geschaffen. Um allen Teilnehmer\*innen die Inhalte zugänglich zu machen, wurde auch dieser Input aufgezeichnet und als Video zum Nachschauen zur Verfügung gestellt (<https://webconf.vc.dfn.de/paprfnaosok1/>).



# Wirtschaft Digital



Abbildung 6 Kurs 2: Titelfolie des Webvortrags in der ersten Onlinephase.

Dieser Fachinput sollte die Herstellung eines Bezugs zu den beruflichen Fragestellungen des jeweils eigenen Unternehmens ermöglichen. Dafür wurden die Teilnehmer\*innen gebeten die folgenden Fragen zu beantworten:

- Welche Fragen und Themen der Digitalisierung sind für Ihr Unternehmen wichtig? Welches sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Punkte?
- Wo sehen Sie Schwachstellen und Handlungsbedarf bei den bestehenden Strukturen in Ihrem Unternehmen?
- Welche Potenziale weist ihr Unternehmen in Sachen Digitalisierung auf?

Um des Weiteren ein gemeinsames Verständnis von nachhaltiger Entwicklung und nachhaltigem Wirtschaften herzustellen, wird den Teilnehmer\*innen zwei Grundlagentexte zum Thema „Strategische Ansätze für nachhaltiges Wirtschaften und eine nachhaltige Unternehmensführung“ sowie „Digitalisierung als Herausforderung und Entwicklungsperspektive für KMU“ zur Verfügung gestellt, welche den Anhängen 2 und 3 entnommen werden können. Dazu sind konkrete Anwendungsaufgaben für die Übertragung auf das eigene Unternehmen formuliert. Die Teilnehmer\*innen bereiten sich damit auf den ersten Präsenzttag vor und überlegen sich Beispiele, bei denen Digitalisierung einen Beitrag zu nachhaltiger Unternehmensführung oder nachhaltiger Entwicklung leisten kann und ordnen diese jeweils einer der drei Nachhaltigkeitsstrategien – Effizienz, Konsistenz, Suffizienz – zu.

Als freiwilligen Zusatz können sich die Teilnehmer\*innen über Videomaterial auf die Methode des Design Thinking einstimmen, in Ausblick auf einen der thematischen Schwerpunkte des ersten Präsenztags.

Das gesamte Aufgabenblatt der Online-Phase A kann dem Anhang 4 entnommen werden.

## 1. Präsenztage

Der erste Präsenztage steht im Fokus der Digitalisierung als nachhaltiger Lösungsansatz für Probleme innerhalb eines Unternehmens. Hierzu wurde das von Lothar Probst über das Webinar generierte Wissen über die speziellen Herausforderungen von KMUs durch die Besprechung der Ergebnisse der Aufgaben aus der Online-Phase A sowie durch einen weiteren Fachinput vertieft.

Die Vortragsfolien des Fachinputs der IHK-Cottbus sind in Anhang 5 zu finden.

Des Weiteren dient dieser Input als Grundlage für die Fortführung des Tagesprogramms in Richtung Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Hierzu dient die Präsentation von Julia Fink von nachhaltig.digital, einer Plattform für den Mittelstand in Deutschland und seine Geschäftspartner und Ort für Ideen, Produkte, Lösungen, Inspiration und Diskussion. Sie soll weitere Denkanstöße zum Thema digitale Innovationsfelder und Nachhaltigkeit liefern.

Die Vortragsfolien zum Fachinput von nachhaltig.digital sind im Anhang 6 zu finden.



Abbildung 7 Kurs 2: Titelfolie des Fachinput „nachhaltig.digital – Die Kompetenzplattform für Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Mittelstand“.

Im weiteren Tagesverlauf wird die Methode des Design Thinkings von Kilian Karg von Protellus vorgestellt, welche das Zusammendenken von Nachhaltigkeit und Digitalisierung ermöglichen soll und den Teilnehmer\*innen als Hilfsmittel zur Bearbeitung der im Kursverlauf folgenden Aufgabenstellungen sowie der Prüfungsleistung des Kurses dienen kann. Hierbei wird vorbereitend auf den zweiten Präsenztage die Arbeitshilfe der „Testplanung“ vorgestellt, einer einfachen Matrix zur Verschaffung eines Überblicks über zu berücksichtigende Faktoren einer nachhaltigen Digitalisierungslösung, auf der Fragen für die folgenden vier Bereiche formuliert sind:

- Erwünschtheit beim Nutzer
- soziale Kosten und Mehrwert
- ökologische Kosten und Mehrwert
- finanzielle Umsetzbarkeit

Die Vortragsfolien zum Fachinput „Sustainable Design Thinking“ sind im Anhang 7 zu finden.





<h1>Testplanung</h1>		<small>PROTELLUS</small>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Fragen müssen gestellt werden?</li> <li>• Wer kann konsultiert werden?</li> <li>• Wie kann getestet werden?</li> </ul>	Wer im Team ist zuständig?
Erwünschtheit beim Nutzer und seiner Organisation 		
Soziale Kosten und Mehrwerte 		
Ökologische Kosten und Mehrwerte 		
Finanzielle Umsetzbarkeit und Mehrwerte 		

Abbildung 8 Kurs 2: „Testplanung“ aus dem Fachinput „Sustainable Design Thinking - Digitalisierung und Nachhaltigkeit“.

Im weiteren Prozess nehmen die Teilnehmer\*innen die Bearbeitung des Ausgangspunktes aus Aufgabe 4 des Aufgabenblattes für die darauffolgende Online-Phase B (s. Anhang 9) zur Ergründung eines Projektthemas für die Prüfungsleistung auf. Dabei sollten sie gedanklich einen Lösungsprozess für ein im eigenen Unternehmen identifiziertes Digitalisierungsproblem anstoßen. Es sollten Thesen formuliert werden, wie durch die Digitalisierungslösung zusätzlich ein Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung geleistet werden kann.

Nach der Präsentation der jeweiligen Digitalisierungsprobleme wurden vier Vorzeigeprobleme ausgewählt, die im weiteren Kursverlauf in Hinblick auf einen Veränderungs- und Lösungsprozess in einem kreativen Gruppenprozess bearbeitet wurden. Unter Zuhilfenahme von diversen Materialien konnten die Teilnehmer\*innen einen Prototypen ihres Lösungsansatzes zu den gewählten Digitalisierungsproblemen erstellen und präsentieren.

Die entstandenen Ergebnisse und Fotos der Prototypen der Arbeitsgruppen können dem Anhang 8 entnommen werden.

### Online Phase B

Die Online-Phase B soll von den Teilnehmer\*innen genutzt werden, um innerhalb ihrer Arbeitsgruppe die Testphase für den jeweils am ersten Präsenztage erstellten Prototypens abzuschließen. Als Austausch- und Kommunikationsplattform sollte hierzu die Lernplattform Incom genutzt werden.

Darüber hinaus wird in dieser Phase der Input zur Methode des Design Thinkings verarbeitet und reflektiert. Die Teilnehmer\*innen überprüfen ihre Erfahrungen mit der Methode und evaluieren die Stärken und Schwächen aus eigener Perspektive. Die Ergebnisse werden in einem kurzen Bericht auf der Kurs-Lernplattform Incom geteilt.

Diese Phase soll ebenso dazu genutzt werden, sich einen ersten Zeitplan für die Bearbeitung der Prüfungsleistung zu verschaffen, sowie in Vorbereitung auf den zweiten Präsenztage das eigene

Unternehmen in einer Matrix zur Fortschrittlichkeit in Sachen Nachhaltigkeit und Digitalisierung zu verorten.

Das gesamte Aufgabenblatt zur Online-Phase B mitsamt der einleitenden Aufgabenstellung zur Prüfungsleistung befindet sich im Anhang 9.

## 2. Präsenztag

Am zweiten Präsenztermin nähern sich die Teilnehmer\*innen durch einen Vortrag in drei Schritten an die unterschiedlichen Themenbereiche der Sitzung an:

1. Verständnis von Digitalisierung
2. Verständnis von Nachhaltigkeit (in Unternehmen)
3. Verknüpfung mittels einer Matrix

Bei der Diskussion der Fragen um relevante Digitalisierungsthemen für das eigene Unternehmen, der Benennung von Schwachstellen bestehender Strukturen sowie der Identifikation von Potentialen in Sachen Digitalisierung, traten die Lehrenden in den engen Austausch mit den Teilnehmer\*innen.

In Bezug zur Authentizität wird die Nachhaltigkeitsausrichtung eines Unternehmens thematisiert. Die wichtigsten Aspekte für Unternehmen, darunter die Relevanz einer Nachhaltigkeitsorganisation mitsamt einem festen Nachhaltigkeitsleitbildes, die Bedeutung von Nachhaltigkeitsaktivitäten in allen Wirkungsbereichen, sowie einem Geschäftsmodell, welches die Nachhaltigkeit ins Kerngeschäft rücken soll, werden behandelt.

Weitere Inhalte umfassen die Themen rund um den Geschäftserfolg am digitalen Markt, um den Teilnehmer\*innen erneut Marktvorteile von Digitalisierungslösungen, auch im Hinblick auf Nachhaltigkeit, darzulegen. Zur besseren Visualisierung und als weitere Diskussionsgrundlage verorten die Teilnehmer\*innen ihre gegenwärtige Position oder die ihres Unternehmens in Bezug zu Nachhaltigkeit und Digitalisierung in einer räumlichen Matrix.

Abschließend wurde eine Reflexions- und Feedbackrunde zum Kursangebot angeboten.

Die Vortragsfolien des Fachinputs befinden sich in Anhang 10.

## Online-Phase C

Den Schwerpunkt der Online-Phase-C stellt die Bearbeitung der Prüfungsleistung dar. Diese wird im Folgenden näher beschrieben.

## Prüfungsleistung

Die Prüfungsleistung umfasst die Erarbeitung eines schriftlichen Konzepts für einen Entwicklungs- und Konzeptionsprozess zu einer Digitalisierungsherausforderung in einem/ihrem Unternehmen, mit dem zugleich ein Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung bzw. zum Nachhaltigkeitsmanagement im Unternehmen geleistet wird.

Die folgende Abbildung gibt einen Eindruck zu den Anforderungen der Prüfungsleistung. Das vollständige Dokument zur Prüfungsleistung befindet sich in Anhang 11.

### Beschreibung der Prüfungsleistung

**Aufgabenstellung in Kurzform:** Erstellen Sie ein Konzept für die Entwicklung eines Digitalisierungsprojekts im Unternehmen, das zur nachhaltigen Entwicklung beiträgt. Lassen Sie sich dabei von den Arbeitsschritten, Fragen und Instrumenten der Methode Design Thinking anregen.

**Leitfrage:** Wie würden Sie in einem (in Ihrem) Unternehmen einen Konzeptions- und Entwicklungsprozess für ein Digitalisierungs- und/oder Nachhaltigkeitsprojekt gestalten?

**Abgabetermin:** 1. Mai 2019 (in elektronischer Form per Mail an nadine.dembksi@hnee.de)

**Umfang:** ca. 8-10 Seiten. Sie können für die Schritte jeweils unabhängige Kapitel und Formate wählen. Der Text sollte eine kurze Einführung sowie am Ende mindestens eine halbe Seite Zusammenfassung haben.

**Hintergrund:** Im ersten Teil des Kurses haben die Teilnehmer\*innen nach der Methode Design Thinking in Kleingruppen an Prototypen für ein Unternehmen gearbeitet, mit denen ein Nachhaltigkeits- und/oder Digitalisierungsproblem gelöst werden soll. In der ersten Präsenzphase wurde der Prototyp skizziert, in der Online-Phase wird er exemplarisch getestet, damit die Teilnehmer\*innen den Zyklus des Design Thinking einmal durchlaufen und ihn insgesamt kennen lernen. Der letzte Schritt der Implementierung wird weggelassen.

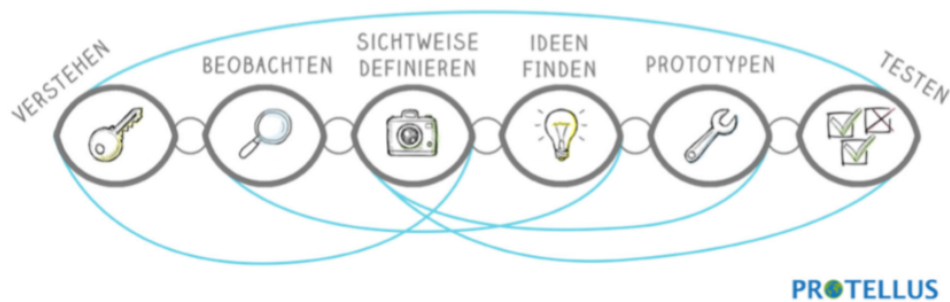


Abbildung 9 Kurs 2: Kurzbeschreibung der Prüfungsleistung.

## Verwendete Materialien

Für die Durchführung des Kurses und die Vermittlung von Inhalten wurden folgende Materialien erstellt und verwendet:

- Kurs 2: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1
- Kurs 2: Grundlagentext zum Thema „Strategische Ansätze für nachhaltiges Wirtschaften und eine nachhaltige Unternehmensführung“ → Anhang 2
- Kurs 2: Grundlagentext zum Thema „Digitalisierung als Herausforderung und Entwicklungsperspektive für KMU“ → Anhang 3
- Kurs 2: Aufgabenblatt für Online-Phase A → Anhang 4
- Kurs 2: Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Fachinput „IHK-Initiative – Wirtschaft Digital“ → Anhang 5
- Kurs 2: Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Fachinput „nachhaltig.digital - Die Kompetenzplattform für Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Mittelstand“ → Anhang 6
- Kurs 2: Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Fachinput „Sustainable Design Thinking – Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ → Anhang 7
- Kurs 2: Ergebnisse/Prototypen der Arbeitsgruppen des 1. Präsenztages → Anhang 8
- Kurs 2: Aufgabenblatt für Online-Phase B → Anhang 9
- Kurs 2: Vortragsfolien des 2. Präsenztags → Anhang 10
- Kurs 2: Prüfungsleistung → Anhang 11

## Kurs 3: Nachhaltigkeitsberichterstattung – Prozesse und Instrumente für eine Unternehmenssteuerung in Richtung Nachhaltigkeit

### Kursbeschreibung und Lernziele

Produkte mit einer langen Nutzungsdauer können eine große Nachhaltigkeitswirkung erzielen. Dies muss (potentiellen) Kund\*innen auf der Grundlage belastbarer Daten vermittelt und fundiert in ein glaubwürdiges nachhaltigkeitsorientiertes Unternehmenshandeln eingebettet werden. Eine Möglichkeit zur Erreichung dieser Ziele ist die Erstellung und Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts. Nachhaltigkeitsberichterstattung umfasst die Ermittlung, Veröffentlichung und Rechenschaftslegung der unternehmerischen Leistung gegenüber internen und externen Anspruchsgruppen im Hinblick auf die Ziele einer wirtschaftlich, sozial und ökologisch verträglichen Entwicklung.

Infolge der 2017 in Kraft getretenen CSR-Berichtspflicht wird davon ausgegangen, dass berichtspflichtige große Unternehmen auch ihre Liefer- und Wertschöpfungsketten stärker einbeziehen werden. Dies kann dazu führen, dass auch mittelständische und kleine Zulieferer nachhaltigkeitsrelevante Informationen sammeln und bereithalten müssen.

Nachhaltigkeitsberichterstattung ist jedoch mehr als ein Bericht und dient nicht nur der Unternehmenskommunikation nach außen. Sie ist auch ein hilfreiches Instrument für eine nachhaltigkeitsorientierte Unternehmenssteuerung nach innen und kann dort wichtige Lern- und Reflexionsprozesse anstoßen. Unternehmensintern erfordert dies ein Monitoring entsprechender Prozesse und Kennzahlen, welches u.a. auch Ansatzpunkte für die Steigerung der Produktqualität unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten bieten kann.

### Lernziele

Die Teilnehmer\*innen...

- kennen die wichtigsten Meilensteine der Entwicklung von Nachhaltigkeitsberichterstattung, und kennen die diesbezüglichen aktuellen Trends und Einflussfaktoren. Vor diesem Hintergrund verstehen sie Ziele, Motive und den Nutzen von Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie deren zunehmende Relevanz für KMU. Sie können am Beispiel von langlebigen Gebrauchsgütern den Nutzen der Nachhaltigkeitsberichterstattung für Kund\*innen und zur Verbesserung unternehmensinterner Prozesse begründen.
- kennen die wichtigsten Formen sowie Themen und Inhalte nachhaltigkeitsbezogener Berichte und können sie auf ihr Unternehmen übertragen.
- kennen den Prozess der Nachhaltigkeitsberichterstattung – von der Sammlung und Bewertung relevanter Daten über deren Aufbereitung bis hin zu deren Veröffentlichung –, verstehen die Verknüpfung der einzelnen Prozessschritte und deren Einbettung in ein unternehmerisches Nachhaltigkeitsmanagement. Vor diesem Hintergrund sind sie in der Lage, ein Berichterstattungskonzept für ihr Unternehmen zu skizzieren.
- kennen Qualitätskriterien und die wichtigsten Handreichungen (Standards, Leitlinien, Instrumente, gesetzliche Regelungen) zur Erstellung nachhaltigkeitsbezogener Berichte und können damit Fallbeispiele analysieren.

**Wird durchgeführt von:** Frau Christine Hobelsberger, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und Frau Nadine Dembski, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE)



## Zeitlicher und inhaltlicher Aufbau des Kurses

In einem von Experten aus der Praxis eng begleiteten Prozess, werden die Teilnehmer\*innen an die komplexen Anforderungen einer authentischen Nachhaltigkeitsberichterstattung herangeführt, bis zur exemplarischen Umsetzung im eigenen Unternehmen. Der Kurs baut sich wie folgt auf:

### Zeitlicher Ablauf

Do. 17.01.19, 13:00-14:00 Uhr	Online Auftakttreffen (1 h)
Fr. 18.01.19-Do. 31.01.19	Online-Phase A zur Vorbereitung (2 Wochen)
Fr. 01.02.19, 09:00-17:00 Uhr	Präsenztage 1 (8 h)
Sa. 02.02.19-Mi. 27.02.19	Online-Phase B (7,5 Wochen)
Do. 28.03.19, 09:00-13:00 Uhr	Präsenztage 2 (4 h)
Sa. 01.-Di. 30.04.19	Online-Phase C zur Nachbereitung und Fertigstellung der Prüfungsleistung
Mi. 01.05.-Fr. 31.05.19	Bewertung und Feedback der Prüfungsleistungen, Versand der Zertifikate

### Online-Auftakttreffen

Das Online-Auftakttreffen dient den Teilnehmer\*innen zum Einstieg in den Kurs, sowohl im Hinblick auf den Ablauf und die organisatorischen Fragen, als auch zum inhaltlichen Einstieg.

HNE Eberswalde Hochschule für nachhaltige Entwicklung

Entwicklung, Erprobung und Implementierung eines Qualifizierungsprogramms für KMU zum Thema „nachhaltige Gebrauchsgüter“

gefördert durch DBU Deutsche Bundesstiftung Umwelt

Mit der Natur für den Menschen – seit mehr als 185 Jahren.

## Online-Auftakttreffen Kurs 3: „Nachhaltigkeitsberichterstattung – Prozesse und Instrumente für eine Unternehmenssteuerung in Richtung Nachhaltigkeit“

Christine Hobelsberger (iöw)  
Nadine Dembski (HNEE)

17. Januar 2019

Nachhaltigkeitsberichterstattung – Prozesse und Instrumente für eine Unternehmenssteuerung in Richtung Nachhaltigkeit [www.hnee.de/dbu-kmu](http://www.hnee.de/dbu-kmu)

Abbildung 10 Kurs 3: Titelfolie des Online-Auftakttreffens.

Das Online-Auftakttreffen bot die Möglichkeit, auf Fragen der Teilnehmer\*innen einzugehen und sich durch eine eingebaute Abfrage ein direktes Bild von den beruflichen Hintergründen zu machen.

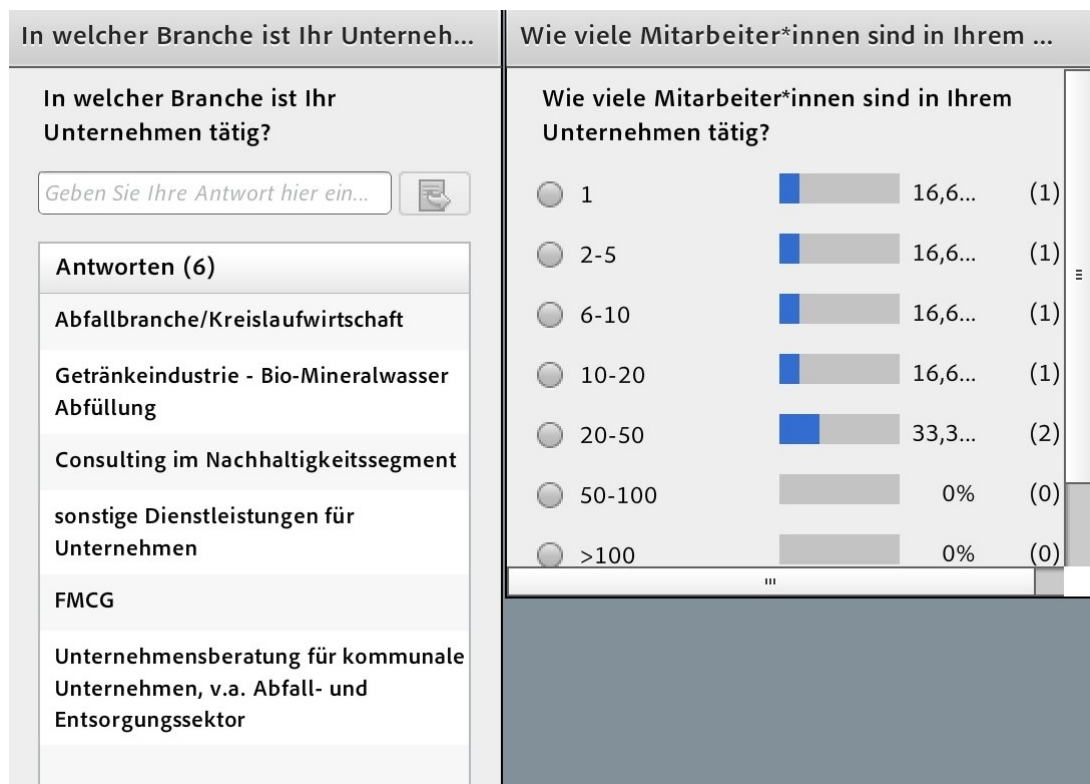


Abbildung 11 Kurs 3: Abfrage während des Online-Auftakttreffens zu beruflichen Hintergründen der Teilnehmer\*innen.

Da das Online-Auftakttreffen als Video aufgezeichnet wurde, konnten Personen, denen eine Teilnahme nicht möglich war, die Aufzeichnung zum späteren Kurseinstieg nutzen. Dies wurde von den Teilnehmer\*innen in der Evaluation als hilfreich bewertet.

Für die Veranstalterinnen und die Kursteilnehmer\*innen war das Format der Online-Auftaktveranstaltung eine gute Gelegenheit den Kursstart zu nutzen, um sich mit dem Verlauf und den Inhalten vertraut zu machen und damit inhaltlich an den Präsenzterminen direkt tiefer einsteigen zu können.

Die Folien des Online-Auftakttreffen befinden sich in Anhang 1.

## Online-Phase A

In Online-Phase A lernen die Teilnehmer\*innen allen voran der Präsenztermine die Abgrenzung zwischen den Begriffen Nachhaltigkeitsbericht und Nachhaltigkeitsberichterstattung, welche oftmals synonym verwendet werden, kennen. Dabei kann Nachhaltigkeitsberichterstattung, im Gegensatz zum Nachhaltigkeitsbericht, wesentlich breiter und als Prozess verstanden werden.

Anhand der Bearbeitung eines Aufgabenblattes eignen sich die Teilnehmer\*innen vorab Kompetenzen als Vorbereitung auf die erste Präsenzphase an. Diese beinhalten die Entwicklung eines Grundverständnisses von CSR und die Befähigung der Verortung von Nachhaltigkeitsberichterstattung in deren Kontext. Die Teilnehmer\*innen verstehen, wie sich die



isolierte Berichterstattung zu einzelnen Nachhaltigkeitsdimensionen zu einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt hat. Darüber hinaus lernten sie aktuelle Einflussfaktoren auf Nachhaltigkeitsberichterstattung kennen und haben deren Bedeutung für ihr eigenes Unternehmen reflektiert. Ebenso unterschiedliche Berichtsformate und die wichtigsten Themen(-felder) von nachhaltigkeitsbezogenen Berichten werden in dieser Phase behandelt.

Das komplette Aufgabenblatt der Online-Phase A kann Anhang 2 entnommen werden.

## **1. Präsenztag**

Dem Einstieg mit kurzer Vorstellung der Lehrenden sowie der Teilnehmer\*innen und ihrer Unternehmen folgt eine Reflexion der Ergebnisse der Online-Phase A, insbesondere der Wirkungen aktueller Entwicklungen sowie einem möglichen Kaskadeneffekt auf das eigene Unternehmen.

Die Teilnehmer\*innen erhalten im weiteren Verlauf einen theoretischen Input zum Verfahren des Nachhaltigkeitsmarketings, als auch zu dessen Handlungsfeldern und Motiven. Das zuvor erarbeitete Wissen über Nachhaltigkeitsberichte wird in Kontext gebracht und beispielhaft in ein Nachhaltigkeitsmarketing eingebettet. Im weiteren Verlauf wird der Prozess der Nachhaltigkeitsberichterstattung schrittweise beleuchtet, sowie deren einschlägige Standards dargelegt. Dieses Wissen soll den Teilnehmer\*innen als Grundstein für die Bearbeitung der Prüfungsleistung dienen und wird im weiteren Kursverlauf konkretisiert. Als hilfestellende Literatur sind Handreichungen und Leitfäden zu den Prozessschritten der Nachhaltigkeitsberichterstattung im Literaturverzeichnis der Vortragsfolien verlinkt.

Die Vortragsfolien des Fachinputs befinden sich in Anhang 3.

Eine Gruppenarbeit, bei dem Einzelschritte aber auch mögliche Stolpersteine innerhalb der Prozessbausteine der Nachhaltigkeitsberichterstattung identifiziert sowie die zu beachteten Ressourcen aufgedeckt werden, dient der Verfestigung des neu Gelernten. Die Ergebnisse, welche als Grundlage für die Prüfungsleistung fungieren, wurden im Plenum diskutiert. Daneben wird das Wissen um allgemeine Erfolgskriterien für einen Nachhaltigkeitsbericht mit Wirkung auf das Umfeld mittels einer Übung, in der genannte Aspekte in den Nachhaltigkeitsberichten bekannter Firmen überprüft wurden, ebenfalls verfestigt.

Abschließend und in Hinblick auf die Aufgabenstellung für Online-Phase B (s. Anhang 4), reflektieren die Teilnehmer\*innen, welche der besprochenen Standards für die Zwecke des eigenen Unternehmens geeignet sind und welche Indikatoren möglicherweise bereits erhoben und verwendet werden.

## **Online-Phase B**

In Online-Phase B befassen sich die Teilnehmer\*innen schwerpunktmäßig mit der Formulierung eigener Abschnitte für ein Berichtskonzept ihres Unternehmens. Darin sollen die Kursinhalte und allen voran die Leitfragen zum Prozess der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts des ersten Präsenztags aufgegriffen werden, wie z.B.:

- Welche Ziele verfolgen Sie/Ihr Unternehmen im Rahmen Ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung, und welche Interessengruppen wollen Sie damit erreichen?

- Baut Ihre Nachhaltigkeitsberichterstattung bereits auf einem unternehmensinternen Nachhaltigkeitsmanagement auf, oder soll die Berichterstattung eher der Einstieg in ein zu etablierendes Nachhaltigkeitsmanagement sein?
- Zu welchen Aspekten Ihres Berichts möchten Sie gerne auch Indikatoren anführen, und welche dieser Indikatoren erfasst Ihr Unternehmen bereits bzw. sollte es zukünftig erfassen?
- Wer sollte alles wie zu welchem Zeitpunkt in den Prozess involviert sein? (sowohl unternehmensintern als auch Stakeholder)
- Wie könnte ein realistischer Zeit- und Ablaufplan aussehen, und welche Ressourcen stehen Ihnen dafür zur Verfügung?

Auf diesen Abschnitten aufbauend wird eine kurze Präsentation (5-10 Minuten) für den zweiten Präsenztage vorbereitet.

Das vollständige Aufgabenblatt der Online-Phase B ist im Anhang 4 verfügbar.

## 2. Präsenztage

An diesem Tag präsentieren die Teilnehmer\*innen ihre in Online-Phase B erstellten Konzepte zur Nachhaltigkeitsberichterstattung im Plenum. Sie erhalten Feedback von den Lehrenden und der Gruppe, insbesondere mit Fokus auf besonders überzeugenden Aspekten der Ausarbeitung und möglichen Unklarheiten.

Der Fachinput von Dr. Christian Lautermann (Forschungsfeldleiter „Unternehmensführung und Konsum“ und Themenkoordinator „Nachhaltige Unternehmensführung“ und „Produkte und Konsum“) schließt thematisch an den Wissensstand an, er vermittelt den Teilnehmer\*innen einschlägige Erfolgskriterien für einen Nachhaltigkeitsbericht und beantwortet die Frage über konkrete Einsatzmöglichkeiten eines Nachhaltigkeitsberichts. Ergänzend wird an diesem Tag, einem Perspektivwechsel folgend, der interne Nutzen eines Nachhaltigkeitsberichts, beispielsweise für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung, für Wertschöpfungs- und Stakeholdernetzwerke oder die Kundenansprache, vermittelt.

Der genaue Ablaufplan des zweiten Präsenztages kann dem Anhang 5 entnommen werden.

## Online-Phase C

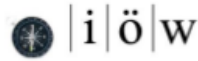
Die Online-Phase C dient der Nacharbeitung der Inhalte des zweiten Präsenztages sowie der Anwendung der neuen Erkenntnisse auf die eigenen beruflichen Fragestellungen. Die Teilnehmer\*innen setzen sich noch tiefergehend mit der eigenen Nachhaltigkeitsberichterstattung auseinander und stellen begonnenen Aufgaben für die Prüfungsleistung fertig. Die Teilnehmer\*innen werden dazu ermutigt, sich weiterhin untereinander auf der Lernplattform auszutauschen und sich bei Fragen auch an die Dozierenden zu wenden. Der Umfang der Prüfungsleistung wird im Folgenden genauer erläutert.

## Prüfungsleistung

Die Teilnehmer\*innen erstellen ein Konzept für die Nachhaltigkeitsberichterstattung ihres Unternehmens, dazu einleitend eine kurze Beschreibung des Unternehmens, seines Kerngeschäftes und des Status Quo seiner Nachhaltigkeitsberichterstattung. Dabei sollen, orientiert an den Inhalten des ersten Präsenztages und der Vorarbeit aus der Online-Phase B, konkrete einzelne Schritte

ausgearbeitet und durch einen Berichtzyklus zur Herangehensweise unterlegt werden. Die Prüfungsleistung kann in Form einer aussagekräftigen Präsentation (Folien) oder als Fließtext ausgearbeitet werden. Folgende Abbildung gibt die genaue Aufgabenstellung für die Prüfungsleistung wieder.

Das Dokument ist zudem in Anhang 6 zu finden.



### **Kurs 3: Nachhaltigkeitsberichterstattung – Prozesse und Instrumente für eine Unternehmenssteuerung in Richtung Nachhaltigkeit**

#### **Anforderungen Prüfungsleistung**

Basierend auf Ihrer Präsentation und dem Feedback sowie den Inhalten am zweiten Präsenztage überarbeiten Sie bitte Ihr *Berichtskonzept*.

Greifen Sie dabei die Kursinhalte und v.a. die Leitfragen zum Prozess der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts vom ersten Präsenztage auf. Wichtig ist, dass Sie die folgenden Punkte bearbeitet haben:

- Kurzvorstellung des Unternehmens
- Welche Ziele verfolgen Sie/Ihr Unternehmen im Rahmen Ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung, und welche Interessengruppen wollen Sie damit erreichen?
- Baut Ihre Nachhaltigkeitsberichterstattung bereits auf einem unternehmensinternen Nachhaltigkeitsmanagement auf, oder soll die Berichterstattung eher der Einstieg in ein zu etablierendes Nachhaltigkeitsmanagement sein?
- Zu welchen Aspekten Ihres Berichts möchten Sie gerne auch Indikatoren anführen, und welche dieser Indikatoren erfasst Ihr Unternehmen bereits bzw. sollte es zukünftig erfassen?
- Wer sollte alles wie zu welchem Zeitpunkt in den Prozess involviert sein? (sowohl unternehmensintern als auch Stakeholder)
- Wie könnte ein realistischer Zeit- und Ablaufplan aussehen, und welche Ressourcen stehen Ihnen dafür zur Verfügung?
- Mit welchen Herausforderungen/Schwierigkeiten rechnen Sie bei der Berichterstattung und wie wollen Sie diesen begegnen?

Sie können die Prüfungsleistung in Form einer aussagekräftigen Präsentation (Folien) oder als Fließtext abgeben.

**Abgabe: 30. April 2019**

*Abbildung 12 Kurs 3: Anforderungen an die Prüfungsleistung.*

## **Verwendete Materialien**

Für die Durchführung des Kurses wurden folgende Materialien erstellt und verwendet:

- Kurs 3: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1
- Kurs 3: Aufgabenblatt für Online-Phase A → Anhang 2
- Kurs 3: Vortragsfolien des 1. Präsenztage → Anhang 3
- Kurs 3: Aufgabenblatt für Online-Phase B → Anhang 4
- Kurs 3: Ablaufplan für den 2. Präsenztage → Anhang 5
- Kurs 3: Anforderungen Prüfungsleistung → Anhang 6

## Kurs 4: Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen

### Kursbeschreibung und Lernziele

„Tue Gutes und lass das Marketing authentisch darüber sprechen!“ Nachhaltigkeit bleibt ein Megatrend und daher ist es gerade für kleine und mittlere Unternehmen wichtig zu wissen, wie Nachhaltigkeitsmarketing eingesetzt werden kann.

Nachhaltigkeitsmarketing unterstützt die Unternehmen dabei, sozial-ökologische Produkte – insbesondere langlebige Gebrauchsgüter als Schlüsselprodukte für nachhaltigen Konsum – erfolgreich zu vermarkten. In Abgrenzung zum Nachhaltigkeitsmanagement ist eine stärkere Orientierung auf den Absatz charakteristisch. Auf Kundenseite werden nachhaltige Produkte heute verstärkt nachgefragt. Dieser Nachfragepull wird begleitet von einem Know-how-Aufbau auf Kundenseite, der wiederum höhere Ansprüche an die Unternehmen (inkl. Kommunikation und Marketing) mit sich bringt: Nachhaltigkeitsmarketing braucht also Glaubwürdigkeit und Wissen.

Unternehmen, die heute schon erfolgreiches Nachhaltigkeitsmarketing umsetzen, kommunizieren ehrliche, echte Geschichten. Alle Materialien, die zum Einsatz kommen, umfassen definierte Nachhaltigkeitskriterien. Das Einbeziehen von Stakeholdern, die gesellschaftliche Belange vertreten, gehört ebenso dazu.

### Lernziele

Folgende Fragen und Aspekte des Nachhaltigkeitsmarketings werden im Kurs bearbeitet:

- Grundlagen des Marketings (Begriffe/ Zielgruppe des Unternehmens/ Instrumente)
- Welche Begriffe/ Konzepte des Nachhaltigkeitsmarketings gibt es?
- Welche Entwicklungen/ Trends sind derzeit auf dem Markt zu beobachten? (inkl. Exkurs Trendscouting)
- Was zeichnet Nachhaltigkeitsmarketing für langlebige Gebrauchsgüter aus?
- Welche Marketingstrategie passt zu meinem Unternehmen?
- Wie können passende Marketing-Tools für das Unternehmen identifiziert werden?
- Anwendung in einem eigenen Fall

**Wird durchgeführt von:** Frau Dr. Katharina Reuther, UnternehmensGrün und Frau Nadine Dembski, Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE)

### Zeitlicher und inhaltlicher Aufbau des Kurses

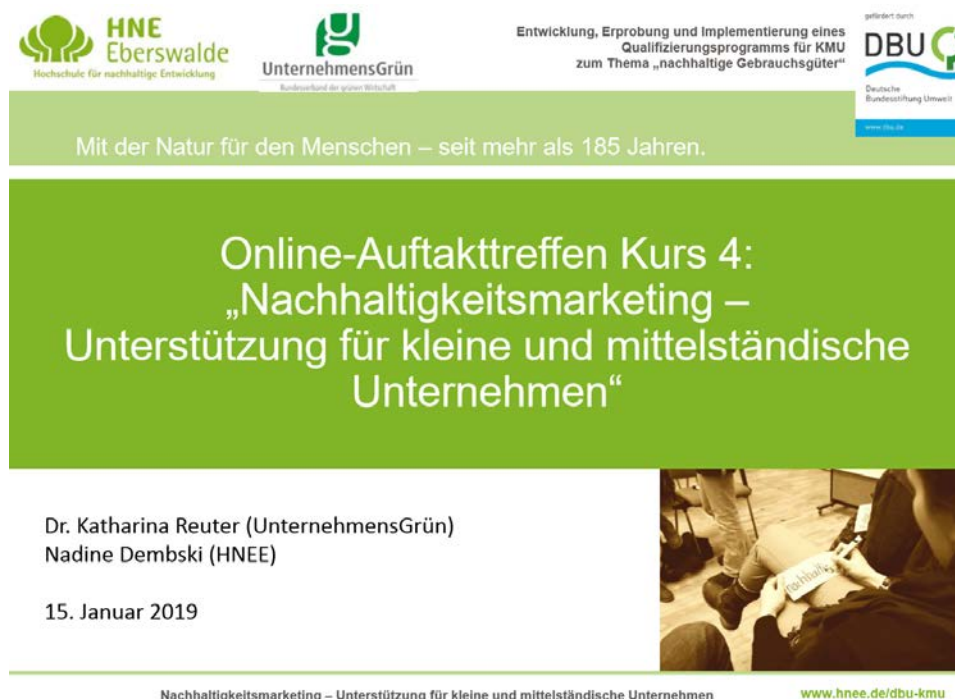
Angeleitet von Experten aus der Praxis wird den Teilnehmer\*innen im Kursverlauf aufgezeigt, welche Trends es im Nachhaltigkeitsmarketing gibt, wie sie die eigenen Produkte strategisch im Markt platzieren können und dazu Marketingtools, wie z.B. Storytelling, nutzen können. Anhand von Best Practice Beispielen wird vermittelt, wie erfolgreiches Nachhaltigkeitsmarketing funktioniert. Der Kurs baut sich wie folgt auf:

## Zeitlicher Ablauf

Di. 15.01.19, 13:00-14:00 Uhr	Online Auftakttreffen (1 h)
Mi. 16.01.19-Sa. 27.01.19	Online-Phase A zur Vorbereitung (2 Wochen)
Mo. 28.01.19, 08:30-16:30 Uhr	Präsenztage 1 (8 h)
Di. 29.01.19-Mi. 27.03.19	Online-Phase B zur Bearbeitung von Aufgaben im Unternehmen (8 Wochen)
Do. 28.03.19, 13:30-17:30 Uhr	Präsenztage 2 (4 h)
Do. 28.3., 18:00-21:00 Uhr	Freiwillig: Vernetzungstreffen für alle Teilnehmer*innen
Sa. 01.-Di. 30.04.19	Online-Phase B zur Nachbereitung und Fertigstellung der Prüfungsleistung
Mi. 01.05.-Fr. 31.05.19	Bewertung und Feedback der Prüfungsleistungen, Versand der Zertifikate

## Online-Auftakttreffen

Das Online-Auftakttreffen dient den Teilnehmer\*innen zum Einstieg in den Kurs, sowohl im Hinblick auf den Ablauf und die organisatorischen Fragen, als auch zum inhaltlichen Einstieg.



The image shows a presentation slide for an online kick-off meeting. At the top, there are logos for HNE Eberswalde (Hochschule für nachhaltige Entwicklung), UnternehmensGrün (Bundesverband der system Wirt:in:en), and DBU (Deutsche Bundesstiftung Umwelt). The text on the slide reads: 'Mit der Natur für den Menschen – seit mehr als 185 Jahren.' followed by 'Online-Auftakttreffen Kurs 4: „Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen“'. Below this, it lists 'Dr. Katharina Reuter (UnternehmensGrün)' and 'Nadine Dembski (HNEE)'. The date is '15. Januar 2019'. At the bottom, there is a small photo of people sitting around a table, and the footer contains 'Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen' and the website 'www.hnee.de/dbu-kmu'.

Abbildung 13 Kurs 4: Titelfolie des Online-Auftakttreffens.

Das Online-Auftakttreffen bot die Möglichkeit, auf Fragen der Teilnehmer\*innen einzugehen und sich durch eine eingebaute Abfrage ein direktes Bild von den beruflichen Hintergründen zu machen.

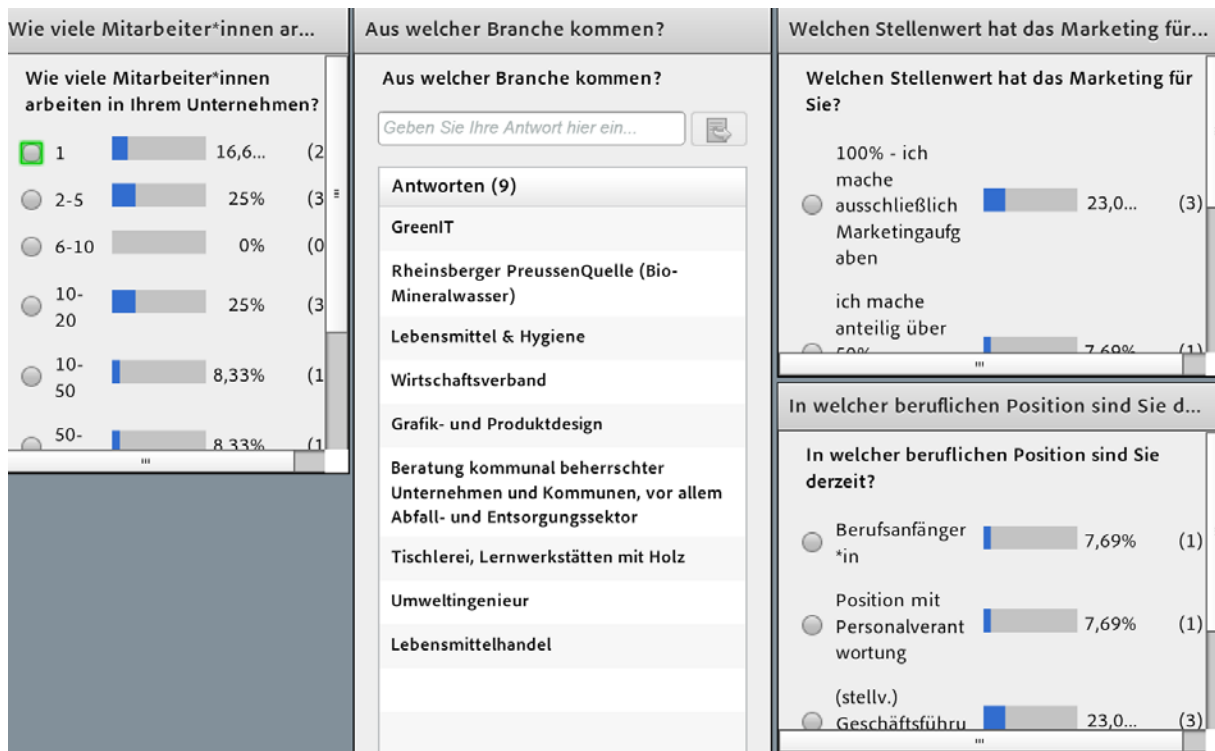


Abbildung 14 Kurs 4: Abfrage während des Online-Auftakttreffens zu beruflichen Hintergründen der Teilnehmer\*innen.

Da das Online-Auftakttreffen als Video aufgezeichnet wurde, konnten Personen, denen eine Teilnahme nicht möglich war, die Aufzeichnung zum späteren Kurseinstieg nutzen. Dies wurde von den Teilnehmer\*innen in der Evaluation als hilfreich bewertet.

Für die Veranstalterinnen und die Kursteilnehmer\*innen war das Format der Online-Auftaktveranstaltung eine gute Gelegenheit den Kursstart zu nutzen, um sich mit dem Verlauf und den Inhalten vertraut zu machen und damit inhaltlich an den Präsenzterminen direkt tiefer einsteigen zu können.

Die Folien des Online-Auftakttreffens befinden sich in Anhang 1.

### Online-Phase A

Online-Phase A dient der thematischen Vorbereitung auf den ersten Präsenztag. Hierzu erhalten alle Teilnehmer\*innen ein Aufgabenblatt, beispielhaft sollen hier die folgenden Hinweise zu den Aufgaben einen Einblick geben.

Die Teilnehmer\*innen informieren sich in einem Artikel über drei verschiedene Beispiel-Ansätze für nachhaltiges Marketing und sollen daraufhin Brücken zum eigenen Unternehmen schlagen, indem sie sich die eigenen Marketingaktivitäten vergleichend betrachten.

Produkte bzw. Unternehmen liefern entweder einen funktionalen Nutzen oder einen emotionalen Nutzen. „Nachhaltigkeit“ ist in diesem Sinne kein neuer Nutzen – Nachhaltigkeit stärkt oder schwächt den funktionalen oder emotionalen Nutzen. In Hinblick dessen soll der Nutzen von Nachhaltigkeit auf das eigene Produkt bzw. Unternehmen bewertet werden.

Das vollständige Aufgabenblatt ist im Anhang 2 verfügbar.

## 1. Präsenztage

Zum Einstieg in das Thema werden am ersten Präsenztage die Grundbegriffe des Marketings, darunter Begriffsdefinitionen, wie die der Personas als fiktive Nutzerin der Zielgruppe eines Produktes, deren Eigenschaften und Anwendungsbereiche besprochen. Verschiedene Marketingkampagnen werden im Rahmen des Tagesschwerpunktes der Nachhaltigkeitskommunikation vorgestellt, sowie Trends im Markt (darunter der Wertewandel bzw. Nutzenwandel und der Wandel im Nachhaltigkeitsmarketing) beleuchtet. Im weiteren Verlauf lernen die Teilnehmer\*innen die Bedeutung eines bunten Marketingmixes für eine erfolgreiche Kampagne kennen.

HNE Eberswalde Hochschule für nachhaltige Entwicklung

UnternehmensGrün Bundesverband der grünen Wirtschaft

Entwicklung, Erprobung und Implementierung eines Qualifizierungsprogramms für KMU zum Thema „nachhaltige Gebrauchsgüter“

gefördert durch DBU Deutsche Bundesstiftung Umwelt

Mit der Natur für den Menschen – seit mehr als 185 Jahren.

# Präsenztermin Kurs 4: „Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen“

Dr. Katharina Reuter (UnternehmensGrün)  
Franziska Keich (UnternehmensGrün)  
Anne Freese (UnternehmensGrün)

28. Januar 2019

Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen [www.hnee.de/dbu-kmu](http://www.hnee.de/dbu-kmu)

Abbildung 15 Kurs 4: Titelfolie des Fachinputs des 1. Präsenztages.

Gemeinsam mit den Spezialisten von UnternehmensGrün, dem Bundesverband der grünen Wirtschaft, werden verschiedene Marketingkonzepte anhand von Best Practice Beispielen analysiert. Die Teilnehmer\*innen lernen dabei relevante Aspekte einer erfolgreichen Nachhaltigkeitsmarketingkampagne, wie dem starken Fokus auf soziale Aspekte, Projekte und Qualität als auch die Glaubwürdigkeit der Unternehmensphilosophie, kennen, abzuleiten und auf ein eigenes Projekt zu übertragen.

Die Erkenntnisse des ersten Präsenztages sollen in die Bearbeitung der Aufgaben der darauffolgenden Online-Phase B einfließen.

Die Vortragsfolien der beiden Fachinputs des ersten Präsenztages sind in Anhang 3 und 4 zu finden.



## **Online-Phase B**

In der Online-Phase B beginnen die Teilnehmer\*innen mit der Entwicklung und Verfassung eines wissenschaftlichen Plakats für ihr eigenes (fiktives) Projekt zur Implementierung einer Maßnahme im Nachhaltigkeitsmarketing im Unternehmen (z.B. Ausarbeitung eines Marketinginstruments aus dem Marketing-Mix für ein Produkt, Einführung eines neuen Marketing-Kanals, Ausarbeitung des USP). Auf dem Poster wird die ausgewählte Maßnahme dargestellt. Zusätzlich soll in dieser Phase mit der Bearbeitung eines Begleittextes für das Plakat begonnen werden.

In die Darstellungen sollen besonders die neuen Erkenntnisse über die Prinzipien des Nachhaltigkeitsmarketings aus dem ersten Präsenztage einfließen. Ein Zwischenergebnis der Poster soll bis zum zweiten Präsenztage fertiggestellt und dort präsentiert werden. Hierzu erhalten die Teilnehmer\*innen eine Anleitung zur Erstellung eines wissenschaftlichen Posters, sowie eine mögliche Vorlage für das Layout. Beide Dateien können den Anhängen 5 und 6 entnommen werden.

Die genauen Anforderungen sind den Prüfungsanforderungen in Anhang 7 zu entnehmen oder im weiteren Fließtext unter dem Punkt „Prüfungsleistung“ zu sehen.

## **2. Präsenztage**

Der zweite Präsenztage widmet sich den Ergebnissen der Online-Phase B sowie dem Ausblick auf die nächsten Schritte in der Bearbeitung der Prüfungsleistung. Dazu werden die Plakate der Teilnehmer\*innen in einer Kurzpräsentation im Plenum vorgestellt und diskutiert. Die Dozierenden und Teilnehmer\*innen geben Anregungen für die finale Bearbeitung in Online-Phase C, insbesondere in Hinblick auf die Ausarbeitung des Begleittextes. Dieser soll neben der Unternehmens- und Projektvorstellung ebenso eine Markt- und Zielgruppenanalyse sowie konkrete Umsetzungsschritte für die Marketingmaßnahme beinhalten, was im Rahmen der Präsenz im direkten Austausch auf die Problemstellungen der Teilnehmer\*innen bezogen diskutiert wurde. Um das Marketingpaket abzurunden, sind die Teilnehmer\*innen dazu aufgefordert, Abschätzung zum Zeitplan (Meilensteine) und Aussagen zu benötigten/vorhandenen Ressourcen und dem Budget zu treffen und in den Begleittext einzubauen.

Die Zwischenergebnisse der Plakate der Teilnehmer\*innen können in Anhang 8 betrachtet werden.

## **Online-Phase C**

Zum Abschluss von Kurs 4 befassen sich die Teilnehmer\*innen in einer weiteren Selbstarbeitsphase mit der Fertigstellung ihrer Prüfungsleistung. Hierbei sollen die Anregungen und Diskussionen des zweiten Präsenztages in die Plakatgestaltung miteinfließen. Neben der Überarbeitung des Posters steht in dieser Phase vornehmlich die Ausarbeitung des Begleittextes im Vordergrund.

Der Umfang und die Anforderungen der Prüfungsleistung werden in folgender Abbildung genauer dargestellt.



## Prüfungsleistung



### Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen

#### Prüfungsleistung

Ziel des Kurses: Nachhaltigkeit bleibt ein Megatrend und daher ist es gerade für kleine und mittlere Unternehmen wichtig zu wissen, wie Nachhaltigkeitsmarketing eingesetzt werden kann. Es unterstützt Unternehmen dabei, sozial-ökologische Gebrauchsgüter und Dienstleistungen erfolgreich zu vermarkten. Dem Marketing kommt immer dann eine besondere Rolle zu, wenn es darum geht, das Qualitätsversprechen von hochwertigen Produkten in Szene zu setzen (Langlebigkeit von Produkten, Materialeffizienz, Verwendung umweltfreundlicher Materialien, Kreislauffähigkeit).

#### Projektposter und 3-seitige ergänzende Darstellung der Marketingmaßnahme

Die Teilnehmenden entwickeln und verfassen für ihr eigenes Projekt ein Poster inkl. Begleittext zur Implementierung einer Maßnahme im Nachhaltigkeitsmarketing im Unternehmen (z.B. Ausarbeitung eines Marketinginstruments aus dem Marketing-Mix für ein Produkt, Einführung eines neuen Marketing-Kanals, Ausarbeitung des USP). Auf dem Poster wird die ausgewählte Maßnahme dargestellt. Das Poster wird durch einen 3-seitigen Text mit der Darstellung der Marketingmaßnahme ergänzt, der als Handout zum Poster abgegeben wird.

#### Formale Anforderungen:

Das Poster wird als wissenschaftliches Poster mittels einer Postervorlage (DinA 0) gestaltet. Der Entwurf des Posters wird in der 2. Präsenzphase vorgestellt und kann bis zur finalen Abgabe überarbeitet werden. Der Begleittext sollte folgende Punkte enthalten:

- ✓ Projekttitle
- ✓ Kurzvorstellung des Unternehmens, für das die Marketingmaßnahme ausgearbeitet wurde
- ✓ Kurze Markt- und Zielgruppenanalyse
- ✓ Konkrete Umsetzungsschritte für die Marketingmaßnahme
- ✓ Abschätzung zum Zeitplan (Meilensteine), Aussage zu Ressourcen und Budget

Im Begleittext geben Sie bitte ihre Quellen an. Umfang Begleittext 3 Seiten (z.B. Arial 11 Punkte; 1,2 Zeilenabstand)

#### Feedback-/Bewertungskriterien

*Grafische Gestaltung des Posters (ca. 25 %):* Verhältnis von Text und Bild; Übersichtlichkeit und Klarheit, Gestaltung des Posters

*Inhaltlich-textliche Gestaltung des Posters (ca. 25 %):* Gliederung/ Aufbau des Posters, Text Überschriften und Textblöcke; sprachlicher Ausdruck,

*Projektdarstellung (Poster und Begleittext) (ca. 50 %):* Darstellung der Marketingmaßnahme, erforderliche Schritte, Ressourcen

**Für die Posterpräsentation am 28.3.19 bitte das Poster bis 22.3.19 per Mail an [nadine.dembski@hnee.de](mailto:nadine.dembski@hnee.de) senden!**

**Abgabetermin des finalen Posters und der Dokumentation:** bis spätestens 30.04.2019

Entwicklung, Erprobung und Implementierung eines Qualifizierungsprogramms für KMU zum Thema „nachhaltige Gebrauchsgüter“  
Webseite: [www.hnee.de/dbu-kmu](http://www.hnee.de/dbu-kmu)



Abbildung 16 Kurs 4: Anforderungen an die Prüfungsleistung.

## Verwendete Materialien

Für die Durchführung des Kurses und die Vermittlung von Inhalten wurden folgende Materialien erstellt und verwendet:

- Kurs 4: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1
- Kurs 4: Aufgabenblatt für Online-Phase A → Anhang 2
- Kurs 4: Vortragsfolien des 1. Präsenztags → Anhang 3
- Kurs 4: Zusatz-Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Thema „Extras & Best Practice“ → Anhang 4
- Kurs 4: Anleitung zur Postergestaltung → Anhang 5
- Kurs 4: Eine mögliche Vorlage für die Postergestaltung → Anhang 6
- Kurs 4: Prüfungsleistung → Anhang 7
- Kurs 4: Die Poster-Ergebnisse der Online-Phase B → Anhang 8

## Anhang

Kurs 1: „Entwicklung und Gestaltung grüner und fairer Gebrauchsgüter – Praktische Ansätze für kleine und mittlere Unternehmen “

Kurs 1: Folien zum Online-Auftakttreffen →Anhang 1

Kurs 1: Kursbeschreibung und Ablaufplan des 1. Präsenztags →Anhang 2

Kurs 1: Skript zum Kurs →Anhang 3

Kurs 1: Prüfungsleistung →Anhang 4

Kurs 1: Ablaufplan des 2. Präsenztags →Anhang 5

Kurs 1: Vortragsfolien des 2. Präsenztags zum Fachinput „Ökologische Beschaffung, Strategische Marktbeobachtung und -analyse“ →Anhang 6



Kurs 2: „Digitalisierung und Nachhaltigkeit – Potenziale für die Entwicklung von nachhaltigen Produkten und Geschäftsmodellen“

Kurs 2: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1

Kurs 2: Grundlagentext zum Thema „Strategische Ansätze für nachhaltiges Wirtschaften und eine nachhaltige Unternehmensführung“ → Anhang 2

Kurs 2: Grundlagentext zum Thema „Digitalisierung als Herausforderung und Entwicklungsperspektive für KMU“ → Anhang 3

Kurs 2: Aufgabenblatt für Online-Phase A → Anhang 4

Kurs 2: Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Fachinput „IHK-Initiative – Wirtschaft Digital“ → Anhang 5

Kurs 2: Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Fachinput „nachhaltig.digital - Die Kompetenzplattform für Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Mittelstand“ → Anhang 6

Kurs 2: Vortragsfolien des 1. Präsenztags zum Fachinput „Sustainable Design Thinking – Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ → Anhang 7

Kurs 2: Ergebnisse/Prototypen des 1. Präsenztages → Anhang 8

Kurs 2: Aufgabenblatt für Online-Phase B → Anhang 9

Kurs 2: Vortragsfolien des 2. Präsenztags → Anhang 10

Kurs 2: Prüfungsleistung → Anhang 11



## Kurs 3: „Nachhaltigkeitsberichterstattung – Prozesse und Instrumente für eine Unternehmenssteuerung in Richtung Nachhaltigkeit“

Kurs 3: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1

Kurs 3: Aufgabenblatt für Online-Phase A → Anhang 2

Kurs 3: Vortragsfolien des 1. Präsenztags → Anhang 3

Kurs 3: Aufgabenblatt für Online-Phase B → Anhang 4

Kurs 3: Ablaufplan für den 2. Präsenztags → Anhang 5

Kurs 3: Anforderungen Prüfungsleistung → Anhang 6





## Kurs 4: „Nachhaltigkeitsmarketing – Unterstützung für kleine und mittelständische Unternehmen“

Kurs 4: Folien zum Online-Auftakttreffen → Anhang 1

Kurs 4: Aufgabenblatt für Online-Phase A → Anhang 2

Kurs 4: Vortragsfolien des 1. Präsenztags → Anhang 3

Kurs 4: Zusatz-Folien des 1. Präsenztags „Extras & Best Practice“ → Anhang 4

Kurs 4: Anleitung zur Postergestaltung → Anhang 5

Kurs 4: Eine mögliche Vorlage für die Postergestaltung → Anhang 6

Kurs 4: Prüfungsleistung → Anhang 7

Kurs 4: Die Poster-Ergebnisse der Online-Phase B → Anhang 8