

WHITEPAPER

Was können Politik, Verbände und Wirtschaftsförderung hier vor Ort für eine nachhaltige Wirtschaft tun?

„Kleine Unternehmen mit großem Impact - Workshopreihe zu den Auswirkungen der Lieferkette und Beschaffung auf die Nachhaltigkeitsziele 2030“

Ergebnisse und Handlungsempfehlungen aus Sicht von Kleinunternehmen zu den Themen Biodiversität / Artenvielfalt, Verpackung und Lieferkette im Kontext globaler Zusammenhänge





WHITEPAPER

Kleine Unternehmen mit großem Impact

Inhaltsverzeichnis

1. Das Projekt „Kleine Unternehmen mit großem Impact“ und Lust auf besser leben	3
2. Workshop I: Biodiversität und Artenvielfalt	4
3. Workshop II: Verpackungsvermeidung	6
4. Workshop III: Lieferkette	7
5. Handlungsempfehlungen an die Politik – und Bedarfe von Kleinunternehmen	9
6. Biodiversität/Artenvielfalt, Lieferkette und Verpackung im Kontext der SDG-Agenda 2030 für eine globalgerechte Welt	11
Impressum	13





1. Das Projekt „Kleine Unternehmen mit großem Impact“ und Lust auf besser leben

Als gemeinnütziges Unternehmen setzen wir, die Lust auf besser leben gGmbH, uns für eine Kultur der Nachhaltigkeit ein und fördern nachhaltiges Handeln in Wirtschaft und Gesellschaft mit dem Ziel, die Agenda 2030 alltagstauglich zu machen.

Dabei unterstützen wir lokale Organisationen als Treiber*innen für nachhaltige Entwicklung und stärken ihre Rolle im Nachhaltigkeitsprozess, denn sie erreichen die Menschen im Alltag – vom Einzelhandel über die Kita hin zum Seniorenzentrum. Gemeinsam mit ihnen und Bürger*innen gestalten wir Projekte und Kampagnen im Stadtteil oder der Region zu Themen wie „Ressourcen- und Klimaschutz“, „Inklusion und Teilhabe“ oder „nachhaltigem Wirtschaften“ mit Partner*innen aus Wirtschaft und dem Dritten Sektor. Dabei handeln wir lokal und denken global.

Ergänzend dazu haben wir das Netzwerk der „Nachhaltigkeitsbotschafter*innen“ ins Leben gerufen, das 2017/2018 von der UNESCO als „BNE-Netzwerk“ ausgezeichnet wurde: kleine Betriebe und Vereine, die sich nachhaltig entwickeln möchten, tauschen sich praxisorientiert über Fortschrittmöglichkeiten aus und werden im Dialog mit Mitarbeitenden und Kund*innen zu Botschafter*innen für Nachhaltigkeit. Wir, die Lust auf besser leben gGmbH, unterstützen sie mit Weiterbildungsereignissen, Netzwerkaktivitäten und einem kostenfreien online N.Check. Denn kleine Organisationen können sich meist kein Nachhaltigkeitsmanagement leisten, haben jedoch über ihre Lieferkette und als Multiplikator*innen gegenüber Verbraucher*innen eine wichtige Funktion.

Das vorliegende Whitepaper ist als ein Teil des Projektes „Kleine Unternehmen mit großem Impact – Workshopreihe zu den Auswirkungen der Lieferkette und Beschaffung auf die Nachhaltigkeitsziele 2030“ entstanden. Im Projekt haben wir mit den Nachhaltigkeitsbotschafter*innen innerhalb von drei Workshops die Themen Biodiversität, Verpackung und Lieferkette im Kontext des Globalen und Lokalen aufgearbeitet. Ziel war es unter anderem Kompetenzen zu fördern und Handlungsoptionen im Umgang mit globalen Zusammenhängen aufzuzeigen. Mit den teilnehmenden Gewerbetreibenden, kleinen Unternehmen und Initiativen wurden Maßnahmen und Hilfestellungen diskutiert, die sich nun in diesem Whitepaper an die Politik richten.

Im Folgenden werden zunächst die Inhalte der drei Workshops wiedergegeben. Daran anschließend werden die entwickelten Forderungen als **„Handlungsempfehlungen an die Politik“** zusammengefasst.

Als gemeinnütziges Unternehmen verstehen wir „nachhaltiges Handeln“ als Entwicklungsprozess, zu dessen Gelingen ein starkes Netzwerk und ein innerer Wertekompass beitragen – dabei arbeiten wir mit Spaß und meist mit Leichtigkeit für eine bessere Welt. Machen Sie mit!

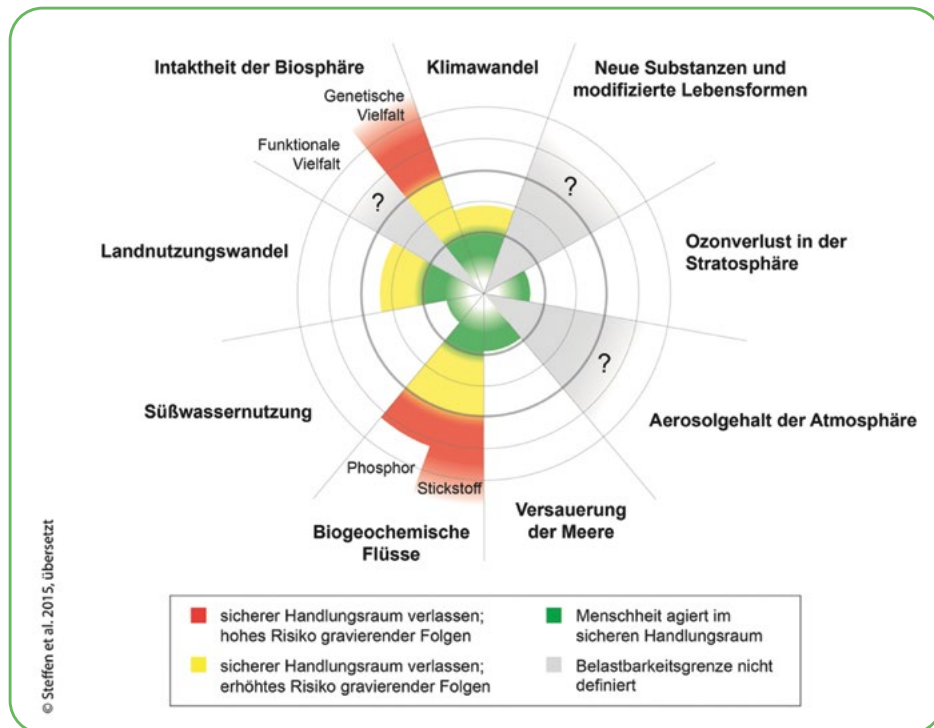
Gefördert wird das Projekt durch Engagement Global und das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.



2. Workshop I: Biodiversität und Artenvielfalt

Biodiversität und Artenvielfalt in und um Frankfurt erscheint zunächst als wenig greifbares Thema für Unternehmen, weshalb wir Dr. Frauke Fischer von PERÚ PURO zum Workshop einladen, um bei der Übersetzung von Theorie in die Praxis zu helfen. Die Biologin hat in dem Botschafterklubtreffen dabei unterstützt zu verstehen, was Biodiversität und Ökosystemleistungen überhaupt sind, warum jedes Geschäft von ihnen abhängt und was getan werden kann, um die Vielfalt des Lebens nicht nur zu erhalten, sondern konkret lokal und global zu fördern.

Biodiversität vereint Artenvielfalt, genetische Vielfalt und Ökosystemvielfalt. Die Referentin verdeutlichte, dass der Klimawandel ein großes globales Problem darstellt, im Vergleich dazu der Verlust von Biodiversität und Ökosystemleistungen in der Öffentlichkeit aber dramatisch unterschätzt wird.



Quelle: BMU.de

Auch wenn ein „gegeneinander Aufrechnen“ von verschiedenen globalen Umweltproblemen nicht angebracht ist, müssen wir wissen, dass die dramatischste Überschreitung Planetarer Grenzen beim Verlust von Biodiversität stattfindet: Ein bis zwei Arten sterben nach Schätzungen pro Stunde aus. Das sind 1000 Mal mehr als natürlich wären. Diese Erosion von Biodiversität wird menschliches Wohlergehen weltweit negativ beeinflussen (Vgl. <https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>).

Die Teilnehmenden des Workshops kamen aus ganz unterschiedlichen kleinen Unternehmen und Initiativen in und um Frankfurt, sodass auf vielfältige Weise und mit unterschiedlichen Ansätzen zum Thema diskutiert werden konnte.



WHITEPAPER

Kleine Unternehmen mit großem Impact

Biodiversität, so zeigt die Diskussion, kann aus zwei verschiedenen Perspektiven betrachtet werden:

1. Es können Biodiversitätsprojekte im Ausland unterstützt werden.
2. Das eigene Verhalten als Unternehmen im Kerngeschäft kann angepasst und reflektiert werden.

Beispiele und Workshopergebnisse für Beiträge von Kleinunternehmen zum Schutz der Biodiversität und dafür notwendige (politische) Rahmenbedingungen:

- Das eigene Angebot und Sortiment hinsichtlich Biodiversität in der Wertschöpfungskette überprüfen und anpassen: Reiseveranstalter können beispielsweise Reisen in naturnahe Hotels in ihr Angebot aufnehmen, die Modebranche kann reflektieren, wo und wie Baumwolle und andere Materialien angebaut werden und die Kosmetikindustrie sollte auf natürliche Körperpflege achten.
- Beim Putzmittel bzw. in der Beschaffung auf Umweltverträglichkeit achten, z. B. über Siegel wie der „Blaue Engel“, denn das geht branchenunabhängig in allen Unternehmen
- Förderung von regionalem Engagement: Biodiversitätsprojekte aus der Region besuchen und unterstützen (z. B. alter Flughafen Bonames, das Bienenretter Bildungsprojekt oder das Bioversum Kranichstein)
- Kooperationen von Biodiversitätsinitiativen mit Unternehmen fördern
- Über eine „Leitlinie Biodiversität für Kleinunternehmen“ oder Einkaufsrichtlinien könnten Regeln und Prozesse standardisiert werden, wichtig wären hier konkrete Praxistipps oder eine Art Datenbank für die Umsetzung im unternehmerischen Alltag.





3. Workshop II: Verpackungsvermeidung

Trotz der breiten Thematisierung in den Medien steigt der welt- und deutschlandweite Verbrauch von Plastik und Verpackungsmaterialien stetig an. In dem Workshop erläuterte Lukas Sattlegger vom ISOE - Institut für sozial-ökologische Forschung zunächst wissenschaftliche Ergebnisse zum Thema „Verpackungen, Plastik, Müll: Globale Auswirkungen und nachhaltige Alternativen“. Plastikmüll verschmutzt die Ozeane und Küsten, Meeressmüll und Mikroplastik haben negative Effekte auf Lebewesen und beeinflussen Ökosysteme und Chemikalien in Kunststoffverpackungen haben potentiell toxische Effekte. Alternativen wie Bioplastik sind nicht zwingend besser, so Sattlegger, denn die Abbaubarkeit und Recyclingfähigkeit von biobasierten und abbaubaren Kunststoffen ist (aktuell noch) eingeschränkter als vermutet. Im bestehenden System ist die Entsorgung von Bioplastik bisher problematisch. Außerdem werden bei vielen Plastikalternativen, damit es die Eigenschaften von Plastik bekommt, ähnliche Chemikalien wie bei konventionellem Plastik eingesetzt. Nichtsdestotrotz bieten biobasierte Kunststoffe die Chance, von Erdöl unabhängig zu werden und es gibt bereits Biopolymere mit nachhaltigeren Eigenschaften, z. B. aus Reststoffen.

Nach dieser Einführung in das Thema gab Jenny Fuhrmann, Gründerin des Unverpacktladens gramm.genau wertvolle Praxistipps zur Verpackungsvermeidung für verschiedene Branchen. Unternehmer*innen können:

- Nachhaltige, unverpackte(re) Alternativen für Büromaterialien beziehen, die in Mehrwegboxen geliefert werden
- (Online)-Lieferservice-Kooperationen mit anderen anstreben, um Wege, die sowieso gemacht werden, gemeinschaftlich zu nutzen
- Bei vielen Produkten besteht mittlerweile zwar die Möglichkeit, Plastik und Verpackung, zum Beispiel über große Gebinde, einzusparen, dies ist aber bisher nicht für alle Produkte möglich. Gerade im Lebensmittelbereich bestehen zudem häufig Unsicherheiten bezüglich der Hygienevorgaben.

Beispiele und Workshopergebnisse für Beiträge von Kleinunternehmen im Bereich Verpackungsvermeidung und dafür notwendige (politische) Rahmenbedingungen:

- Sortimente straffen und Waren in großen Gebinden einkaufen, sodass bei der Lieferung weniger Einzelverpackungen entstehen
- Regionale Produkte einkaufen, die aufgrund kurzer Transportwege weniger Umverpackung benötigen
- Konsument*innen zu Mehrweg animieren, wie zum Beispiel durch Preisreduktionen, wenn eigene Behältnisse mitgebracht werden
- Informations- und Kampagnenarbeit von Seiten der Politik, um eine tragfähige Masse an mitmachenden Unternehmen und Konsument*innen zu erzeugen und Wettbewerbsnachteile zu reduzieren, die Vorreiter*innen auch heute noch haben
- Verbote von Kunststoffen
- Steuerliche Begünstigungen für Unverpacktsysteme
- Dezentrale Depots für die Abholung von Ware in Großgebinden bereitstellen



4. Workshop III: Lieferkette

Zu dem Thema Lieferkette diskutierten die Gewerbetreibenden und kleinen Unternehmen rege. Maïke Möllers von der GIZ gab eine kurzweilige Einführung in das Thema Lieferkette aus globaler Sicht. Zudem erläuterte sie die aktuelle Debatte um ein Lieferkettengesetz, die einerseits in Deutschland, aber auch auf EU-Ebene geführt wird. Das Gesetz soll für Unternehmen ab 500 Mitarbeiter*innen gelten. Die Bundesminister Heil und Müller haben mittlerweile beschlossen die Eckpunkte für ein Lieferkettengesetz ins Kabinett einzubringen. Denn eine zweite Befragung von Unternehmen hat gezeigt, dass immer noch weniger als die Hälfte der Unternehmen die Sorgfaltspflichten laut Nationalem Aktionsplan umsetzen.

In Teil zwei des Abends stellte Caspar Priesemann von Glöre, einem nachhaltigen Modeladen in Frankfurt, vor, wie er in seinem Modeladen Transparenz in der Lieferkette darstellt. Er präsentierte anhand einiger Labels aus seiner Lieferkette kreative Lösungen, wie Nachhaltigkeit in der Lieferkette kommuniziert werden kann und was für den Handel als Zwischenstation von Relevanz ist:

- Neue Blockchaintechnologie erleichtert die Nachverfolgbarkeit bis zum / zur Näher*in im Produktionsland, so dass einige Labels gezielt die Produzent*innen vorstellen
- QR-Codes an den einzelnen Produkten können eingescannt werden und verweisen auf die einzelnen Glieder der Lieferkette samt Produktionsstandorten, als Beispiel wurde das Label Jann'n June genannt, auf dessen Website man die Standorte aus der gesamten Wertschöpfungskette nachvollziehen kann
- Der Kontakt mit Labels und Kund*innen und der Aufbau einer persönlichen Beziehung ist in der täglichen Arbeit enorm wichtig. Denn so würden Kund*innen zu einer Art Auditoren, die vom Handel mehr Informationen über die Lieferant*innen einfordern. Händler*innen wiederum haben so wichtige Argumente gegenüber ihren Lieferant*innen, diese Transparenz einzufordern. So wirkt der Handel als Multiplikator gegenüber der Produktion und hat direkte Auswirkungen auf die Gestaltung der Lieferkette.
- Betriebe, die schlecht über ihre Lieferkette informiert sind, werden nicht im Sortiment aufgenommen. Somit wird der / die Endkund*in entlastet, der / die nicht mehr bei jeder Kaufentscheidung nachforschen muss.

Meinungsbild und Workshopergebnisse von Kleinunternehmen im Bereich Lieferkettengesetz, Lieferkette allgemein und dafür notwendige (politische) Rahmenbedingungen:

- Grundsätzlich befürworteten alle die Initiative Lieferkettengesetz.
- Eine teilnehmende Unternehmerin gab an, man bräuchte das Gesetz unbedingt, dafür würden auch gerne Abstriche gemacht.
- Eine weitere Teilnehmerin äußerte die Sorge, dass das Lieferkettengesetz sie als Kleinunternehmerin unter Umständen treffen könnte, da ihr Alleinstellungsmerkmal als Kleinunternehmerin Transparenz und Nachhaltigkeit beinhalte und sie bei einer gesetzlichen Verordnung um ihren Marktvorteil fürchte. Dies wurde insofern entkräftet, als dass im Lieferkettengesetz lediglich Mindeststandards entstünden. Es gäbe also weiterhin genug Möglichkeiten, sich zu distinguieren und nachhaltiger als andere zu handeln.



WHITEPAPER

Kleine Unternehmen mit großem Impact

- Ein weiteres Problem hinsichtlich des Gesetzes wurde in der Tatsache gesehen, dass kleine Unternehmen ggf. mit Nachteilen zu kämpfen hätten, wenn große Unternehmen ab 500 Mitarbeitenden durch das Lieferkettengesetz nur noch mit Unternehmen arbeiten und handeln, die ihrer über das Gesetz entstehenden Nachweispflicht nachkommen können. Denn viele kleine und mittelständische Zuliefer*innen der dann berichtspflichtigen Unternehmen sind dem gegebenenfalls entstehenden Mehraufwand an Nachweisen nicht gewachsen. Hierzu werden derzeit Branchendialoge durchgeführt, denn es gilt, einen „Smart Mix“ zu finden, einen Kompromiss, der allen Seiten zu Gute kommt.
- Die Gewerbetreibenden begrüßen im allgemeinen politische Instrumente und Anreize wie Steuererleichterungen oder die Begünstigung nachhaltig produzierter Ware über steuernde Importzölle.
- Auf lokaler Ebene wurde konkret die Wirtschaftsförderung als Partnerin genannt, mit der eine gemeinsame Strategie entwickelt werden sollte, um den lokalen Handel hinsichtlich einer nachhaltigen Entwicklung innerhalb seiner Lieferkette zu stärken, bspw. über gezielte Beratungsangebote und Aufklärung zu Standards und Siegeln, aber auch über neuen Technologien (Blockchain etc.).
- Transparenz, Aufklärung, Siegelklarheit und Kampagnenarbeit wurden außerdem befürwortet.
- Die Unternehmen möchten sich noch stärker vernetzen und gemeinsam schauen, wo Transparenz in der Lieferkette hergestellt werden kann, und wie bereits gemachte Erfahrungen (mit Zulieferern oder Standards) innerhalb der lokalen Wirtschaft besser weitergegeben werden können, um voneinander zu lernen.





5. Handlungsempfehlungen an die Politik – und Bedarfe von Kleinunternehmen

1. Produkte fördern, die die wahren (ökologischen) Preise abbilden und insbesondere auch Biodiversitätsaspekte beinhalten – das geht auch auf lokaler Ebene über individuelle Förderinstrumente oder die öffentliche Beschaffung
 - i** Aktuell haben Unternehmen, die ihr Geschäftsmodell zulasten von sozialer und ökologischer Fairness betreiben, einen Vorteil: sie zahlen als Verursachende nicht oder kaum für die Kosten, die der Gesellschaft aus ihrer Wirtschaftsweise entstehen (bspw. steigende Gesundheitskosten oder Abfallentsorgung, Finanzierung von Entwicklungszusammenarbeit zur Verbesserung der Lebenssituation in Produktionsländern). Nachhaltig agierende Unternehmen hingegen nehmen höhere Kosten in Kauf und internalisieren sie in ihr Geschäftsmodell; sie stehen so im direkten Nachteil gegenüber ihren Wettbewerber*innen, die die Gesellschaft dafür zahlen lassen.
2. Best Practice-Beispiele mit der Zielgruppe Einzelhandel und kleine Gewerbetreibende zur Verfügung stellen, die über gelingende Maßnahmen anderer Unternehmen aufklären
3. Leitfäden zur Anwendung in allen Wertschöpfungsstufen entwickeln und über Unternehmenspartner*innen wie Wirtschaftsförderung oder Kammern vertreiben: Welche Maßnahmen können Kleinunternehmer*innen am Firmenstandort, in der Lieferkette und beim Verkauf des Endproduktes ergreifen, um ihren Beitrag zu globaler Gerechtigkeit zu leisten?
4. Informieren und Kampagnenarbeit fördern
 - i** Es bestehen bereits von NGOs und Initiativen entwickelte Materialien. Doch diese erreichen die Unternehmen oftmals nicht. Daher besteht der Wunsch, Bestehendes aufzugreifen und für eine breitere Öffentlichkeit zu sorgen.
5. Innovative Projekte von Kleinunternehmen (finanziell) fördern und Unternehmen zu nachhaltigem Handeln befähigen
 - i** Die Veränderung des Geschäftsmodells ist für Viele ein schwer einschätzbares Risiko – trotz des Trends in Richtung Nachhaltigkeit. Daher könnten gezielte Förderbudgets, die Kleinunternehmen frei zur nachhaltigen Prozessoptimierung verwenden dürfen und z. B. über RKW oder Wirtschaftsförderung abrufen können, diese Transformationsprozesse praxisnah erleichtern.
6. Anreize für Mehrwegsysteme schaffen und diese fördern, z. B. durch geringere Müllgebühren nach Einreichung der getätigten Maßnahmen, quasi als eine Art Prämie, da Mehrweg-nutzende Unternehmen dafür Sorge tragen, dass die Stadt weniger Abfallentsorgung zu leisten hat.



WHITEPAPER

Kleine Unternehmen mit großem Impact

7. Keine Scheu vor Regulierung, Standardisierung und Verboten (z. B. von Einwegplastik etc.), denn verlässliche Regelungen kommen vielen Kleinunternehmen auch entgegen, die aktuell dadurch noch Wettbewerbsnachteile haben.
 - i Die Stadt Offenbach verzichtet ab 2020 bei Festen komplett auf Einwegplastik, auch Hanau hat diese Vorgabe. Mehr Infos auch unter „Plastikvermeidungsstrategie Hessen“.
8. Netzwerktreffen entlang der Wertschöpfungskette organisieren oder die Organisation dieser finanzieren, ähnlich des Formats sogenannter „Cluster“ und Kooperation mit kleinen Betrieben in Frankfurt untereinander fördern, um hinsichtlich der Lieferkette Transparenz zu schaffen und voneinander zu lernen
9. Preise und Auszeichnungen ausschreiben (z. B. für die Reduktion von Plastik)
10. Mit Entsorger*innen im Netzwerk über F&E-Möglichkeiten in Kontakt treten, um Kompostieranlagen auf die Verarbeitung von Bioplastik anzupassen
11. Steuererleichterungen oder geringere Importzölle für nachhaltige Unternehmen einfordern – lokale und Landespolitik als Sprachrohr der regionalen Wirtschaft auf Bundesebene





6. Biodiversität/Artenvielfalt, Lieferkette und Verpackung im Kontext der SDG-Agendaziele 2030 für eine globalgerechte Welt

Von Anfang an bestand in den Workshops die Herausforderung, die drei Themen Artenvielfalt/Biodiversität, Verpackung und Lieferkette von zwei Seiten aus zu diskutieren: Hinsichtlich der Implikationen vor Ort in und um Frankfurt, aber auch stets mit Blick auf die globale Perspektive. Die globalen Verflechtungen unserer Gesellschaft sind in den letzten Monaten sicherlich vielen Menschen bewusster geworden. Die Corona-Pandemie zeigte auf, wie sehr wir voneinander abhängig sind und offenbarte die Frage, wie man in Zukunft einerseits die Vorteile der Globalisierung bewahren, andererseits auch Lieferketten resilienter gestalten kann, um so weniger Abhängigkeiten zu verursachen. Viele Unternehmen mit nachhaltigen oder regionalen Lieferketten konnten sich durchweg als Vorteilsnehmer*innen positionieren – die Krise fungierte dabei als eine Art Katalysator und Sichtbarmacher der resilienteren und risikominimierenden Wirtschaftsweise.

Die 17 Agendaziele 2030 der Vereinten Nationen, auch Sustainable Development Goals (SDG) genannt, haben als weltweite Vereinbarung das Ziel, beispielsweise Armut und Hunger zu bekämpfen und unseren Planeten zu schützen. Auch wir müssen uns fragen, wie wir mit unserer lokalen Arbeit in Frankfurt am Main und entwicklungspolitischer Informations- und Bildungsarbeit Problemen wie Armut, Hunger, Ungleichheit oder Umweltzerstörung weltweit entgegenwirken können. Die durchgeführten Workshops förderten die Auseinandersetzung mit dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung und seiner Verwirklichung von Kleinunternehmen, die diese Informationen über ihre Tätigkeiten wiederum in die breite Öffentlichkeit tragen.

Um die Verflechtung des vorliegenden Projektes und der Wirtschaftsweise von Kleinunternehmen mit den Agendazielen zu verdeutlichen, stellen wir im Folgenden die thematischen Zusammenhänge und Herausforderungen dar:

- Das Thema Biodiversität in seinen vielfältigen Ausprägungen findet sich beispielsweise unter anderem bei SDG 14 „Leben unter Wasser“ und 15 „Leben an Land“. Hier fiel es, wie unter 2. beschrieben, den Teilnehmenden nicht schwer, die globale Sicht einzunehmen. Die Herausforderung war eher den Perspektivwechsel zu ermitteln, also was Biodiversität mit dem eigenen Geschäft zu tun haben könnte, wie die eigenen Waren und Produkte auf Biodiversität überprüft werden könnten sowie das Büro oder Geschäft die Artenvielfalt in der Stadt fördern könnten.
- Die **Verpackungs**problematik lässt sich bspw. über die SDG 12 und 13 darstellen: Diese sind „Nachhaltiger Konsum und Produktion“ und „Maßnahmen zum Klimaschutz“. Die Themen betreffen nicht nur unsere unmittelbare Umwelt bzw. die Frankfurter Straßen und Parks, sondern auch die Vermüllung von Ozeanen weltweit. Zudem trägt die Produktion vor allem von Einwegplastik zum Klimawandel und der weltweiten Erderwärmung bei. Hier fiel es den Teilnehmenden leicht, den Bezug sowohl zum eigenen Unternehmen als auch dessen Auswirkungen herzustellen. Umso deutlicher konnte definiert werden, an welchen Stellen die politischen Rahmenbedingungen hier eine Erreichung der Ziele im operativen Unternehmensalltag erschweren.



WHITEPAPER

Kleine Unternehmen mit großem Impact

- Zum Thema **Lieferkette** konnte mühelos der Bezug zur eigenen Tätigkeit und seiner globalen Wirkungen hergestellt werden, sobald berücksichtigt wurde, dass die Lieferkette nicht nur die direkten Lieferanten des fertigen Produkts umfasst, sondern zahlreiche weitere Schritte im Vorfeld beinhaltet (bis hin zum Abbau von Rohstoffen). Das Thema Lieferkette findet sich in vielen der SDGs wieder, exemplarisch in 1 und 2 „Keine Armut“ und „kein Hunger“ (faire Löhne), 3 „Gesundheit und Wohlergehen“ (Sicherheit am Arbeitsplatz), 8 „Menschenwürdige Arbeit und nachhaltiges Wirtschaftswachstum“, 12 „Nachhaltiger Konsum und Produktion“ sowie 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“. Nichtsdestotrotz ist es aufgrund langer Lieferwege und zahlreicher Zwischenschritte oftmals fast unmöglich, das Produkt bis zur Rohstoffgewinnung zurückzuverfolgen. Gesetzliche Standards können hier helfen.
- Die Workshopreihe **lehrt uns: Nachhaltigkeit und Entwicklungspolitik ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und kann – meist – nur unter globaler Betrachtung gelingen. Die globalen Verflechtungen und Auswirkungen unseres Handelns vor Ort sind zu komplex, als dass eine isolierte Herangehensweise funktionieren könnte. Somit ist die gute Nachricht für all die Unternehmen vor Ort, die sich dem Thema nähern und kritisch reflektieren, dass ihre Arbeit nicht nur unserer Region zu Gute kommt, sondern weltweite Auswirkungen hat – und zwar mit jedem noch so kleinen Schritt. Hier bestehen weiterhin zahlreiche ungenutzte Potenziale, die es in den kommenden Jahren aufzugreifen gilt. Dieses Paper soll Impulse geben, wie Politik, Verbände und Wirtschaftsförderung unterstützend agieren können, um kleine Unternehmen zur Nachhaltigkeit zu befähigen und damit ihrer eigenen Verantwortung als Vertreter*innen unserer Gesellschaft und Wirtschaft nachzukommen.**

Wir stehen dabei gerne als Partner*innen zur Seite.





WHITEPAPER

Kleine Unternehmen mit großem Impact

Impressum

Titel: Whitepaper „Kleine Unternehmen mit großem Impact - Workshopreihe zu den Auswirkungen der Lieferkette und Beschaffung auf die Nachhaltigkeitsziele 2030“

Herausgeber:

Lust auf besser leben gGmbH
Löwengasse 18
60385 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 907 558 16
E-Mail: kontakt@lustaufbesserleben.de
Internet: www.lustaufbesserleben.de

Texte und Redaktion:

Jaya Bowry, Dr. Alexandra von Winning, Marlene Haas

Bildnachweis: Marlene Haas, Unsplash; Reproductive Health Supplies Coalition, Mert Guller, The Creative Exchange, Nick Fewings,
Quelle Grafik, S. 4: Steffen, W., K. Richardson, J. Rockström, S.E. Cornell, I. Fetzer, E.M. Bennett, R. Biggs, S.R. Carpenter, W. De Vries, C.A. De Wit, C. Folke, D. Gerten, J. Heinke, G.M. Mace, L.M. Persson, V. Ramanathan, B. Reyers, S. Sörlin. 2015. Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. Science 347: 736, 1259855. Abgerufen am 23.07.2020 von <https://www.bmu.de/themen/europa-internationales-nachhaltigkeit-digitalisierung/nachhaltige-entwicklung/integriertes-umweltprogramm-2030/planetare-belastbarkeitsgrenzen/>

Layout:

unikatwertvoll
Agentur für Design und Kommunikation
www.unikatwertvoll.de

Datum: Juli 2020

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein die Lust auf besser leben gGmbH verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global oder des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.