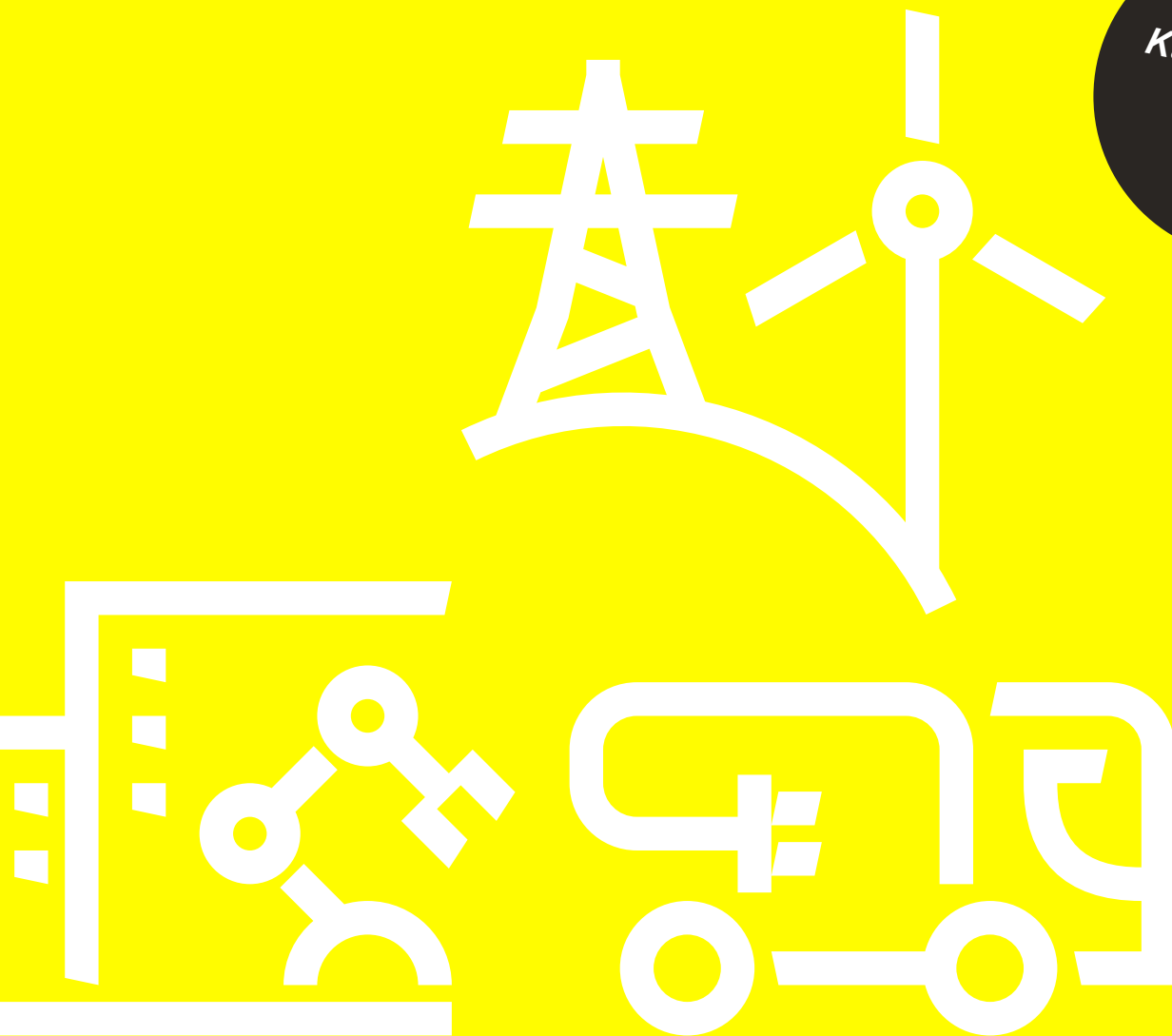


Leitsatz 12: Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

*Klimawin BW
Leitsatz-
dossier*



Inhalt

- 3 Einführung in den Leitsatz
- 4 Formulierungshilfen für Ziele im Rahmen der Klimawin BW
- 5 Ansätze für Maßnahmen
- 7 Möglichkeiten der quantitativen Berichterstattung
- 8 Voluntary Standard aus der Perspektive der Klimawin BW

Die Klimawin BW

Mit dem Unterzeichnen der Klimawin BW bekennen sich Unternehmen zu ihrer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren sie sich mit der Region, in der sie wirtschaften. Die 12 Leitsätze, die sich inhaltlich ergänzen und klimaschützendes sowie nachhaltiges Wirtschaften in

allen Facetten abbilden, beschreiben das Nachhaltigkeitsverständnis der Klimawin BW und ihrer Mitgliedsunternehmen. Ausführliche Informationen und weitere Unterzeichnende der Klimawin BW finden Sie auf: nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

Einführung in den Leitsatz

Klimaschutz und Nachhaltigkeit erfordern einen umfassenden Transformationsprozess, der sowohl das einzelne Unternehmen als auch dessen Wirkung auf Wirtschaft und Gesellschaft insgesamt in den Blick nimmt. Unternehmen stehen vor der Aufgabe, beide Aspekte im Blick zu behalten und ihr eigenes Handeln entsprechend auszurichten.

Klimaschutz und Nachhaltigkeit müssen im Unternehmen konsequent gelebt, in den Geschäftsprozess integriert und als fester Bestandteil der Unternehmenskultur verankert werden, um glaubwürdig zu sein. Die Integration dieser Themen auf die Ebene der Geschäftsführung und die Unterlegung der strategischen Ziele mit genügend Personal und Kompetenzen sind die zentralen Erfolgsfaktoren. Eine nachhaltige Unternehmenskultur entsteht, wenn umweltbewusstes Denken gefördert, konkrete Maßnahmen umgesetzt und die erforderlichen Ressourcen bereitgestellt werden. Erkennen Mitarbeitende, dass ihr Engagement nicht nur dem Unternehmen, sondern auch Umwelt und Gesellschaft zugutekommt, steigt ihre Motivation und ihr Beitrag zum Veränderungsprozess.

Darüber hinaus trägt das Handeln eines einzelnen Unternehmens zur Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft hin zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit insgesamt bei. Unternehmen übernehmen Verantwortung über ihre eigenen Grenzen hinaus, indem sie klare Nachhaltigkeitsziele formulieren, transparent über Wirkungen kommunizieren und relevante Anspruchsgruppen einbinden. Durch verständliche Vermittlung von Zusammenhängen, Nutzen und langfristigen Effekten sowie durch gezielte Anreize wird Nachhaltigkeit zu einer gemeinsamen Aufgabe. Auf diese Weise können Unternehmen nicht nur ihren eigenen Wandel vorantreiben, sondern auch ihren Einfluss nutzen, um Impulse für eine ökologische und soziale Transformation der gesamten Wirtschaft und Gesellschaft zu setzen.

Der Klimawin BW-Leitsatz 12 „Anreize zur Transformation“ adressiert die **übergeordneten Ziele der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** und geht inhaltlich über die Anforderungen der einzelnen Standards hinaus. Die CSRD formuliert seit 2023 die Regeln zur nicht-finanziellen Berichterstattung von Unternehmen in der Europäischen Union.¹

¹ Für weitere Informationen zum Zusammenhang zwischen Klimawin BW und CSRD siehe: nachhaltigkeitsstrategie.de/fileadmin/Downloads/Publikationen/Wirtschaft/Klimawin/2025-05-09_Klimawin-BW_CSRD_Two-Page_BF.pdf.

Ziele des Leitsatzes 12 – Anreize zur Transformation

Mitarbeitende ermutigen und beim Handeln unterstützen

Kundschaft zu nachhaltigem und klimaschützendem Handeln bewegen

Nachhaltigkeit bei Zulieferunternehmen als Standard setzen

Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit vorleben

Formulierungshilfen für Ziele im Rahmen der Klimawin BW

Einer Ihrer ersten Schritte als neues Klimawin BW-Unternehmen ist das Ausfüllen des Zielkonzepts. Mit dem Zielkonzept formulieren Sie Entwicklungsschritte in Ihrem Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement. Die folgenden Beispiele können Ihnen als Inspiration für Ihr Zielkonzept dienen. Setzen Sie sich quantifizierte Ziele, wenn es möglich ist. An ihnen lassen sich Erfolg und Wirkung besser messen:

Mitarbeitende ermutigen und beim Handeln unterstützen

- Unsere Mitarbeitende sollen zum selbstständigen Denken angeregt werden, um sowohl beruflich als auch privat nachhaltig zu handeln.
- Wir schulen unsere Mitarbeitenden mindestens [Turnus] zu ressourcenschonendem Arbeiten.
- Wir steigern den Anteil der nachhaltigen Verkehrsmittel, die unsere Mitarbeitenden nutzen, um [Prozentsatz] Prozent pro Jahr.
- Wir erhöhen den Anteil an Mitarbeitenden, die sich ehrenamtlich für Nachhaltigkeit und Klimaschutz engagieren auf [Prozentsatz] Prozent bis [Jahr].

Kundschaft zu nachhaltigem und klimaschützendem Handeln bewegen

- Wir informieren unsere Kundschaft [Turnus] mit fundierten und spezifischen Angaben über unser Engagement in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz.
- Wir bauen bis [Jahr] ein dauerhaftes Dialogformat auf, um mit unserer Kundschaft über Nachhaltigkeit und Klimaschutz im gegenseitigen Austausch zu sein.

- Wir erleichtern unserer Kundschaft den Zugang zu nachhaltigkeits- und klimaschutzrelevanten Informationen, zum Beispiel durch das Einführen von Produktsiegeln, die auf einem anerkannten externen Zertifizierungssystem beruhen.
- Wir lassen [Prozentsatz] Prozent unserer Produkte und Dienstleistungen in den nächsten [Zahl] Jahren mit einem anerkannten externen Produktsiegel zertifizieren.

Nachhaltigkeit bei Zulieferunternehmen als Standard setzen

- Wir erarbeiten bis [Jahr] einen Kriterienkatalog für nachhaltiges Wirtschaften, anhand dessen wir unsere Zulieferunternehmen auswählen.
- Wir animieren [Turnus] unsere Zulieferunternehmen ihr eigenes Nachhaltigkeits- und Klimaschutzengagement auszubauen und konkretisieren gemeinsam besonders relevante Entwicklungsbedarfe.

Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit vorleben

- Wir weiten unsere Öffentlichkeitsarbeit aus, indem wir bis [Jahr] [Anzahl] neue Personalstellen schaffen. In unserer externen Kommunikation werden wir ausschließlich fundierte und spezifische Angaben zu unserem Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement machen.
- Wir beteiligen uns mindestens jährlich aktiv an Netzwerkveranstaltungen mit dem Fokus auf klimaschützendes und nachhaltiges Wirtschaften und suchen sowie fördern den externen Austausch.
- Wir führen einen jährlichen öffentlichkeitswirksamen Aktionstag „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“ durch.

Ansätze für Maßnahmen

Die ganzheitliche Transformation in Ihrem Unternehmen wird nur gelingen, wenn Klimaschutz und Nachhaltigkeit wirklich gelebt werden. Die folgenden Ansätze skizzieren einen möglichen Einstieg und können Ihnen eine Inspiration sein:

Transformation auf Geschäftsebene

Ganzheitliche Strategie:

Eine ganzheitliche Strategie verankert Klimaschutz und Nachhaltigkeit als zentrale Leitprinzipien in der Unternehmensführung und integriert sie systematisch in Ziele, Prozesse und Entscheidungsstrukturen. Sie schafft klare Verantwortlichkeiten, messbare Zielgrößen und eine langfristige Ausrichtung, die alle Unternehmensbereiche auf eine gemeinsame nachhaltige Transformationsrichtung ausrichtet.

Kreislauffähige Produkte:

Ein strategischer Hebel, um Prozesse, Wertschöpfungsketten und Geschäftsmodelle unternehmensweit auf eine nachhaltige Transformation auszurichten, ist die kreislauffähige Gestaltung von Produkten. Die Prinzipien der Langlebigkeit, Reparierbarkeit und Wiederverwertung werden systematisch in der Produktentwicklung verankert und reduzieren dadurch die Abhängigkeiten von Primärressourcen und vermeiden Emissionen.

Team Klimaschutz & Nachhaltigkeit:

Ein abteilungsübergreifendes Team mit direktem Kontakt zur Geschäftsführung entwickelt die unternehmensweite Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsstrategie. Es koordiniert einzelne Maßnahmen, etabliert transparente Monitoring und Berichtssysteme und begleitet den kulturellen Wandel hin zu klimaschützenden und verantwortungsbewusstem Wirtschaften.

Inhouse Regeln:

Unternehmensinterne Regeln zum nachhaltigen Handeln definieren verbindliche Standards für ressourcen-, klima- und sozialverträgliche Entscheidungen im Arbeitsalltag. Dazu zählen unter anderem klare Vorgaben für Geschäftsreisen, etwa die Priorisierung klimafreundlicher Verkehrsmittel oder digitaler Alternativen.

Mitarbeitende befähigen & einbinden

Beteiligungskultur:

Durch Ideenwettbewerbe, Green Teams oder Workshops werden Mitarbeitende aktiv einbezogen und können konkrete Verbesserungen für nachhaltiges Wirtschaften einbringen. Sie identifizieren sich mit dem Handeln des Unternehmens und können ihre eigenen Prioritäten einbringen und verfolgen.

Anreizsysteme:

Nachhaltige Ziele werden in Rollenprofilen, Projektzielen oder Leistungsbeurteilungen integriert, um verantwortungsvolles Handeln im Arbeitsalltag zu stärken. Erfolge gemessen an quantitativ Nachhaltigkeitsindikatoren werden belohnt. Für einen besonderen Anreiz wird ein interner Umweltpreis ausgeschrieben, der jährlich verliehen wird.

Ressourceneffiziente Arbeitsumgebung:

Ein bewusster Umgang mit Energie, Material und Abfall wird durch klare Leitlinien, einfache Tools und transparente Einsparpotenziale im Betrieb sichtbar gefördert.

Kompetenzaufbau:

Mitarbeitende erhalten praxisnahe Weiterbildungen zu Energieeffizienz, Klimaschutz und ressourcenschonendem Arbeiten, damit sie nachhaltige Entscheidungen

im Arbeitsalltag selbstständig treffen können und für die Transformation sensibilisiert sind.

Erinnerung:

Alle Mitarbeitenden werden monatlich, zum Beispiel über E-Mail oder Aushänge, an einfache Verhaltensänderungen wie Heizung regulieren, richtiges Lüften, Abfalltrennung erinnert und somit dauerhaft sensibilisiert. Kreative Formate oder Botschaften sogar dafür, dass die Erinnerung langfristig wirkt.

Nachhaltige Mobilität:

Anreizstrukturen zu nachhaltiger Mobilität, wie Jobtickets, Fahrrad-Leasing oder Homeoffice-Modelle unterstützen klimafreundliches Pendeln und senken gleichzeitig Kosten und Emissionen.

Ressourceneffiziente Arbeitsumgebung:

Ein bewusster Umgang mit Energie, Material und Abfall wird durch klare Leitlinien, einfache Tools und transparente Einsparpotenziale im Betrieb sichtbar gefördert.

Nachhaltige Geschäftsbeziehungen entlang der Lieferkette und mit der Kundschaft stärken

Partnerschaften auf Augenhöhe:

Lieferanten und Geschäftspartner werden über einfache Checklisten, Gespräche und gemeinsame Initiativen in nachhaltige Verbesserungen eingebunden.

Nachhaltigkeitsstandards:

Ein kompakter „Code of Sustainability“ definiert klare Erwartungen an umwelt- und sozialverträgliches Verhalten für Mitarbeitende wie auch für Geschäftspartnerinnen und -partner und wirkt als ein Kriterium bei der Auftragsvergabe.

Gemeinsame Wertschöpfung:

Durch konkrete Beratungsangebote, Qualifizierungsmaßnahmen und kooperative Entwicklungsprojekte werden Kundinnen und Kunden befähigt, den Ressourcen und Emissionsverbrauch von Produkten und Dienstleistungen messbar zu reduzieren.

Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit

Ehrenamtsförderung:

Mitarbeitende werden durch Freistellungstage oder flexible Arbeitszeitregelungen motiviert, sich ehrenamtlich zu engagieren und damit gesellschaftlichen Mehrwert aktiv mitzugestalten.

Unternehmensengagement:

Das Unternehmen unterstützt gemeinnützige Projekte – etwa durch Sachspenden, lokale Partnerschaften oder gemeinsame Team-Aktionstage – und verankert Verantwortung als festen Bestandteil seiner Unternehmenspraxis.

Fazit

Eine erfolgreiche Transformation erfordert ein ganzheitliches Zusammenspiel aus akzeptierten Zielen, klarer strategischer Verankerung und verbindlichen Regeln. Entscheidend ist dabei, dass die Geschäftsführung konsequent vorangeht und Orientierung gibt, während Mitarbeitende als aktive Mitgestaltende Verantwortung übernehmen und die Transformation im Arbeitsalltag mit Leben füllen.

Möglichkeiten der quantitativen Berichterstattung

Um das Erreichen Ihrer Ziele später überprüfen zu können, sollten Sie neben der qualitativen Beschreibung ergriffener Maßnahmen und Erfolge auch quantitative Indikatoren verwenden. Vorschläge für quantitative Indikatoren zur Messung des Leitsatzes sind:

- Größe des Teams Klimaschutz und Nachhaltigkeit beziehungsweise Anzahl der mit den Themen beauftragte Mitarbeitenden
- Anzahl an kreislauffähigen Produkten, absolut und in Relation zu den nicht-kreislauffähigen Produkten
- Anzahl und Themenvielfalt der unternehmens-internen Vorgaben zu klimaschützendem und nachhaltigem Handeln
- Anzahl an eingereichten Ideen und Maßnahmen-vorschläge durch Mitarbeitende
- Prozentuale Reduzierung des verhaltensbedingten Energieverbrauchs und Abfallaufkommens
- Anteil an Mitarbeitenden, die regelmäßig klimaschonende Verkehrsmittel für den Weg zur Arbeit nutzen
- Anzahl durchgeführter Schulungen und damit erreichte Mitarbeitende
- Anzahl der für ein Ehrenamt freigestellten Mitarbeitenden
- Anzahl an positivem (schriftlichem) Feedback auf das eigene Engagement
- Liste aller öffentlichkeitswirksamen Aktionen mit Fokus auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit (zum Beispiel Aktionstage, Pressemitteilungen)



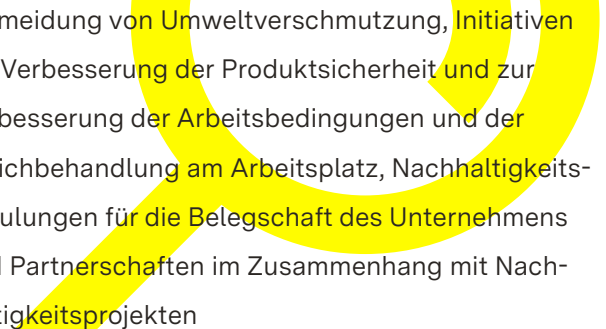
Voluntary Standard aus der Perspektive der Klimawin BW

Der Voluntary Standard (Sustainability reporting standard for voluntary use) ist ein freiwilliger Berichtsstandard in der Europäischen Union, der sich insbesondere an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) richtet. Der Voluntary Standard ermöglicht eine EU-weit einheitliche Nachhaltigkeitsberichterstattung und bietet eine fundierte Grundlage für Anfragen von Kundinnen und Kunden. Der Voluntary Standard wurde im Zuge der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) eingeführt und richtet sich an jene Unternehmen, die nicht direkt unter die Berichtspflicht der CSRD fallen.

Wenn Sie die Klimawin BW nutzen wollen, um sich den Anforderungen des Voluntary Standard zu nähern, können Sie folgende Aspekte in Ihrem Klimawin BW-Bericht adressieren.² Der Klimawin BW-Leitsatz 12 „Anreize zur Transformation“ berührt drei Aspekte des Voluntary Standard:

B2 – Praktiken, Strategien und künftige Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft

- Benennung der spezifischen Praktiken und Strategien für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft, die das Unternehmen bereits durchführt oder plant, wie zum Beispiel: Bemühungen zur Verringerung des Wasser- und Stromverbrauchs des Unternehmens, zur Verringerung der Treibhausgasemissionen, zur



Vermeidung von Umweltverschmutzung, Initiativen zur Verbesserung der Produktsicherheit und zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen und der Gleichbehandlung am Arbeitsplatz, Nachhaltigkeits-schulungen für die Belegschaft des Unternehmens und Partnerschaften im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsprojekten

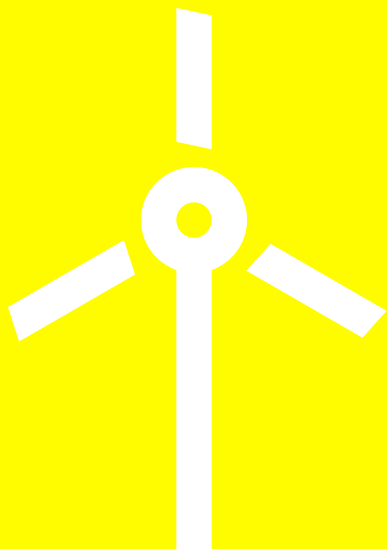
C1 – Strategie: Geschäftsmodell und Nachhaltigkeit – Verwandte Initiativen

- Offenlegung der wichtigsten Elemente des Geschäftsmodells und der Strategie, unter anderem Beschreibung der wesentlichen Produkte und/oder Dienstleistungen, der wesentlichen Märkte, der wichtigsten Geschäftsbeziehungen und wenn die Strategie Kernelemente enthält, die Nachhaltigkeitsaspekte betreffen oder beeinflussen, eine kurze Beschreibung dieser Kernelemente

C2 – Beschreibung von Praktiken, Strategien und künftigen Initiativen für den Übergang zu einer nachhaltigeren Wirtschaft

- Beschreibung der Praktiken, Strategien oder künftige Initiativen aus dem B2 (Basismodul)
- Angabe der höchsten Ebene des Unternehmens, die für die Durchführung dieser beschriebenen Maßnahmen verantwortlich ist

² Die aufgelisteten Kennzahlen sind eine Annäherung aber keine Garantie für das vollständige Erfüllen des Voluntary Standard. Falls Sie den Voluntary Standard ganzheitlich erfüllen möchten, nutzen Sie die Angebote der EFRAG (efrag.org/en/projects/voluntary-reporting-standard-for-smes-vsme/concluded, englisch) oder des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) (report.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de). Sie können dabei weiterhin Klimawin BW-Mitglied ohne eine doppelte Berichterstattung bleiben, indem Sie die Entsprechungserklärung ausfüllen.



Mehr Informationen zur Klimawin BW finden Sie unter:

nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft/klimawin-bw



Impressum

Herausgeber

Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“
Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg
Kernerplatz 9, 70182 Stuttgart | Telefon: +49 711 126 266 1
E-Mail: klimawin@nachhaltigkeitsstrategie.de
Website: nachhaltigkeitsstrategie.de

Copyright

© Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg
Stand 05/2026 (2. Aktualisierung)

Text und Gestaltung

Prognos AG, [prognos.com](https://www.prognos.com) | ÖkoMedia GmbH, [oekomedia.com](https://www.oekomedia.com)