

ESG-Kickstart & Screening: Nachhaltigkeitsworkshop und Strategieentwicklung bei einem Möbelhaus

Land Deutschland	Kundenprofil Der Kunde ist ein familiengeführtes Möbelhaus im Großraum München, welches sich auf den Vertrieb von Luxusmöbeln spezialisiert hat und seit über 100 Jahren in Familienbesitz ist. Die Standorte erstrecken sich auf einen Showroom in zentraler Stadtlage und einen größeren Ausstellungsraum ausserhalb Münchens. Ein Onlineshop mit Versandgeschäft wird ebenfalls betrieben.
Branche Einzelhandel	
Mitarbeiter 110	
Betroffene Kriterien Environmental Social Governance	1 Ausgangslage Als Händler hochwertiger Luxusmarken wollte das Unternehmen sicherstellen, dass die angebotenen Möbel nachhaltig und unter fairen Bedingungen produziert werden. Allerdings gab es keine eigenen Nachhaltigkeitsziele oder eine klar definierte personelle Verantwortung für das Thema. Die Kommunikation zur Nachhaltigkeit erfolgte ausschließlich über die Hersteller. Ein fundiertes Verständnis der drei Säulen der Nachhaltigkeit, sowie der gesetzlichen Anforderungen war nur unzureichend vorhanden.
Projektdauer 1 Monat	2 Projektverlauf Das Projekt begann mit einem halbtägigen Workshop zur ESG-Expertise, an dem die Geschäftsführung, die Finanzabteilung und die neu ernannte ESG-Managerin teilnahmen. Im Anschluss wurde eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, welche konkrete Ziele definierte und sowohl interne Strukturen als auch externe Kommunikation berücksichtigte. Gleichzeitig wurde sichergestellt, dass alle gesetzlichen Anforderungen erfüllt werden.
3 Mehrwert für den Kunden Durch die Zusammenarbeit mit sustenico war es dem Unternehmen möglich, Verständnis für das Thema ESG zu entwickeln und eine eigene ESG-Abteilung zu etablieren. Mit sustenico als Sparringspartner wurde eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, welche vor allem wirtschaftlichen Mehrwert für das Unternehmen bietet.	

1 | Ausgangslage

Die zunehmende Bedeutung von Umwelt, Sozialem und Unternehmensführung (Environmental, Social, Governance – ESG) hat viele Einzelhandelsunternehmen dazu bewegt, Nachhaltigkeit in ihre Kernstrategie zu integrieren.

Vor diesem Hintergrund wurde das Seminar „ESG Kick Start“ initiiert, um ein Team eines Möbelhauses auf die Etablierung eines eigenen ESG-Teams und die Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie vorzubereiten. Das Ziel des Seminars bestand darin, den Teilnehmenden fundiertes Wissen zu vermitteln, welches sie befähigt, ESG im Unternehmen zu verankern und es insbesondere als Chance für wirtschaftlichen Erfolg zu begreifen.

Die ersten strategischen Anpassungen und Zielsetzungen im Bereich Nachhaltigkeit sollten zunächst in Zusammenarbeit mit sustenico erfolgen. Langfristig war jedoch geplant, sämtliche ESG-relevanten Maßnahmen und Handlungen intern und ohne externe Unterstützung umsetzen zu können.

Bislang wurde der ESG-Bereich im Unternehmen nur am Rande behandelt. So wurde zwar auf die Nachhaltigkeit einzelner Möbelstücke hingewiesen, jedoch nur in begrenztem Umfang kommuniziert. Relativ einfach umzusetzende CO₂-Einsparmaßnahmen, wie die Installation von Photovoltaikanlagen, wurden nicht realisiert.

Angeichts der Tatsache, dass die Wettbewerber zunehmend auf Nachhaltigkeit setzen und damit bestimmte Kundengruppen anziehen, bestand dringender Handlungsbedarf, um Expertise in diesem Bereich aufzubauen.

Nach mehreren Workshops mit sustenico wurden die Zielsetzungen präzise definiert, die Rahmenbedingungen abgesteckt und eine maßgeschneiderte Lösungsstrategie entwickelt. Diese bildet die Grundlage für die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens im Bereich ESG und Nachhaltigkeit.

2 | Projektverlauf

2.1 ESG-Kickstart – Kompetenzaufbau

In einem halbtägigen, praxisorientierten Seminar mit einem unserer Nachhaltigkeitsexperten und acht Mitarbeitenden des Möbelhauses aus verschiedenen Abteilungen, wurde grundlegendes Wissen aus dem ESG-Bereich vermittelt. Neben Best Practices und branchenspezifischen Handlungsempfehlungen wurde interaktiv der Grundstein für zukünftige ESG-Aktivitäten des Unternehmens gelegt. Auch alle relevanten gesetzlichen Anforderungen wurden umfassend behandelt, um ein ganzheitliches Verständnis zu schaffen.

2.2 Strategieentwicklung

Aufbauend auf den Ergebnissen des Seminars entwickelten unsere Expertinnen und Experten in enger Zusammenarbeit mit dem Unternehmen eine maßgeschneiderte Nachhaltigkeitsstrategie. Neben energetischen Maßnahmen wie der Installation einer PV-Anlage und der Errichtung von E-Ladesäulen, wurden auch Potenziale im Social- und Governance-Bereich identifiziert. Beispielsweise wurde die Einführung von Fahrradleasing als konkrete Maßnahme vorgeschlagen.

Das Ziel der Strategie ist es, durch wirtschaftlich sinnvolle Maßnahmen den die Attraktivität des Unternehmens zu steigern und gleichzeitig einen Mehrwert für Umwelt, Belegschaft und Unternehmensführung zu schaffen.

2.3 Markenstärkung

In dieser Projektphase entwickelten unsere Marketingspezialisten Ideen und Konzepte, um die Nachhaltigkeitsstrategie effektiv nach außen zu kommunizieren und daraus wirtschaftlichen Mehrwert zu generieren.

Beispielsweise wurde die gezielte Platzierung von Nachhaltigkeitszertifikaten im Möbelhaus umgesetzt, um die Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensphilosophie sichtbar zu machen. Zusätzlich wird an der Kasse nun darauf hingewiesen, wie viel Verpackungsmüll im jeweiligen Jahr bereits eingespart wurde.

Bei der Umsetzung aller Maßnahmen wurde stets darauf geachtet, dass sie nicht nur ökologische und soziale Vorteile bieten, sondern auch einen klaren wirtschaftlichen Nutzen für das Unternehmen haben.

3 | Projektabschluss und Kundenmehrwert

Durch das erfolgreich umgesetzte Projekt und den Kompetenzaufbau ist der Kunde nun in der Lage, seinen ESG-Bereich eigenständig zu betreuen.

Er verfügt jetzt über das Wissen, um seine Nachhaltigkeitsleistungen im Vergleich zu seinen Mitbewerbern einzuordnen und gezielte Verbesserungen vorzunehmen.

Die gemeinsam erarbeitete Nachhaltigkeitsstrategie hat klare Handlungsempfehlungen hervorgebracht, welche nicht nur ökologische und soziale Ziele verfolgen, sondern auch wirtschaftliche Vorteile bieten.

Durch gezielte und effektive Maßnahmen wurde die Marke gestärkt, was zu einer positiven Wahrnehmung bei Kundinnen und Kunden führt und das Unternehmen als Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit positioniert. Gleichzeitig konnten durch Effizienzmaßnahmen, beispielsweise im Materialverbrauch oder durch die Reduzierung von Energieverbrauch, erhebliche Sparpotenziale ausgeschöpft werden.

Diese Einsparungen fließen direkt in die betriebliche Wertschöpfung zurück und erhöhen die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

Darüber hinaus hat die Implementierung der Nachhaltigkeitsstrategie das Bewusstsein der Belegschaft für ESG-Themen geschärft und eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung etabliert.

Langfristig wird der Kunde dadurch nicht nur unabhängiger von externer Beratung, sondern kann auch proaktiv auf zukünftige gesetzliche Anforderungen und Marktentwicklungen reagieren. Diese Kombination aus ökologischer Verantwortung, sozialem Engagement und wirtschaftlichem Nutzen unterstreicht den ganzheitlichen Ansatz der Nachhaltigkeitsstrategie und sichert dem Unternehmen eine nachhaltige Zukunft.

Weitere Referenzen finden Sie unter:
www.sustenico.de

Autor

sustenico GmbH
Eigerstr. 27A
81825 München