



Ergebnisse Der Nachhaltigkeitselbsteinschätzung Von Partnern

Vielen Dank **druckerfachmann.de GmbH & Co. KG** für Ihre Teilnahme am HP Nachhaltigkeits-Self-Assessment. Aus diesem Bericht geht hervor, wie Sie **insgesamt und in den einzelnen Schlüsselbereichen in puncto Nachhaltigkeit abgeschnitten haben**: Grundlagen der Nachhaltigkeitsstrategie, Nachhaltigkeit als Business Opportunity, Maßnahmen gegen den Klimawandel (Umwelt), Klimaschutzmaßnahmen und Digitale Gerechtigkeit (Gemeinschaft). Außerdem gibt es einen **Unternehmensvergleich**.

Dieser Bericht enthält auch **individuelles Feedback und Empfehlungen zu allen fünf Bereichen** sowie umfangreiche Quellen, einschließlich einer Leseliste und eines Glossars am Ende des Berichts.

Um Ihnen umfassende Einblicke zu bieten und Sie auf Ihrem Weg zur Nachhaltigkeit zu unterstützen, enthält der Bericht **fett hervorgehobene Begriffe**, bei denen es sich entweder um Definitionen oder Links handelt.



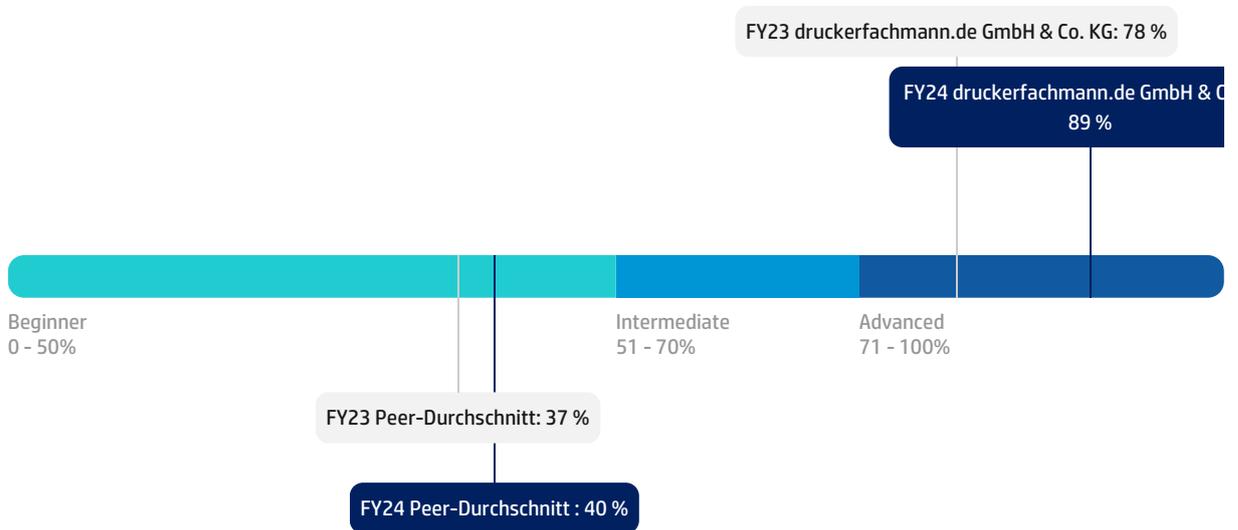
Übersicht

Sie nehmen insgesamt folgende Nachhaltigkeitsposition ein: **Advanced**. Es ist interessant zu sehen, wie Sie im Vergleich zu anderen Unternehmen abschneiden.

Scrollen Sie nach unten, um zu erfahren, wie Sie in den einzelnen Schlüsselbereichen zur Nachhaltigkeit abgeschnitten haben.

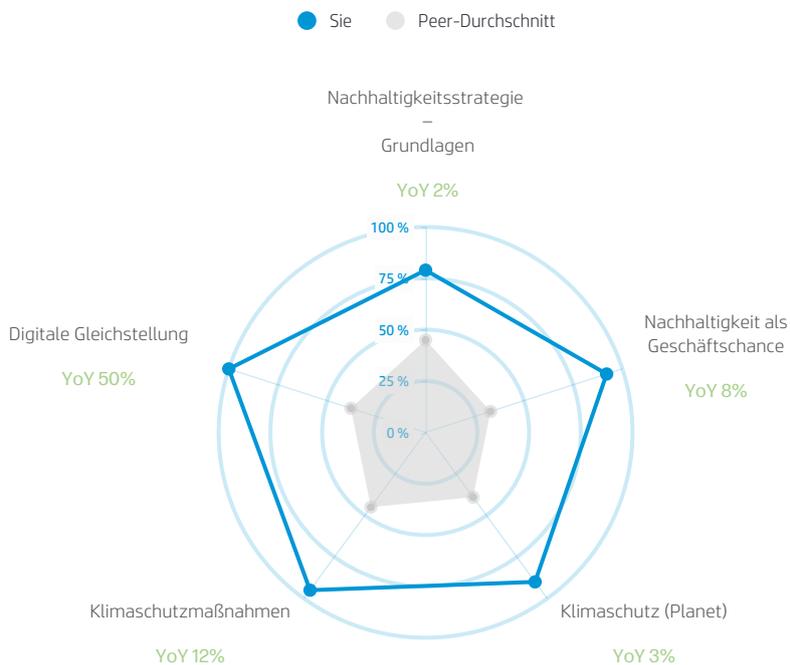
ISO-14000-Familie
Eine Reihe von Normen, die Unternehmen auf der ganzen Welt helfen soll, ihre negativen Umweltauswirkungen zu reduzieren

Gesamtbewertung der Nachhaltigkeit



Übersicht über Nachhaltigkeitsbeurteilungen – Hauptbereiche

FY24 Ergebnisse



Hauptbereich	FY24	FY23	FY21
Nachhaltigkeitsstrategie – Grundlagen	79 %	77 %	71 %
Nachhaltigkeit als Geschäftschance	92 %	84 %	74 %
Klimaschutz (Planet)	90 %	87 %	74 %
Klimaschutzmaßnahmen	95 %	83 %	68 %
Digitale Gleichstellung	100 %	50 %	28 %



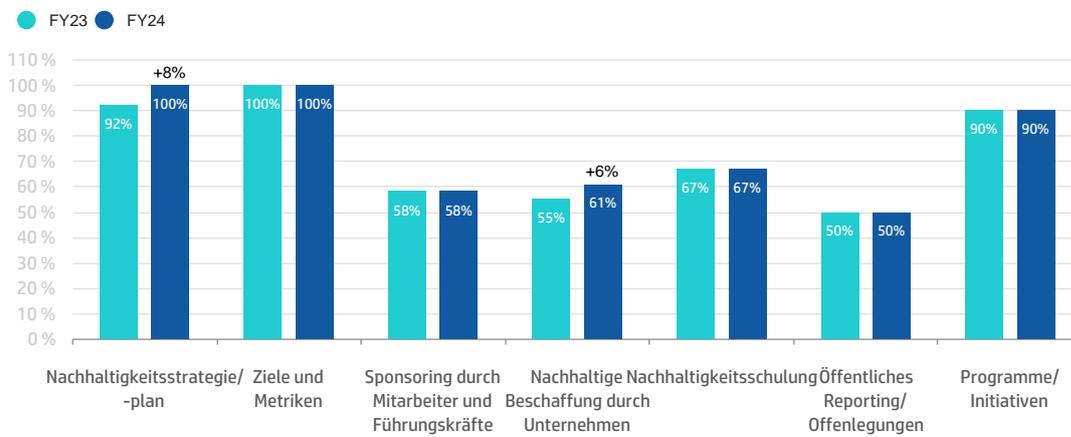
Nachrichtigkeitsbericht – Schlüsselbereiche

Erfahren Sie, wie Sie in den einzelnen Schlüsselbereichen der Nachhaltigkeit abgeschnitten haben, und erhalten Sie persönliche Empfehlungen, was Sie tun können, um Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen zu verstärken, um nachhaltige Geschäftsmöglichkeiten zu maximieren und positive, dauerhafte Veränderungen für die Maßnahmen gegen den Klimawandel (Umwelt), Klimaschutzmaßnahmen und Digitale Gerechtigkeit (Gemeinschaft).

Nachhaltigkeitsstrategie – Grundlagen Zusammenfassung

Ihre Rolle im Unternehmen **Advanced: 79 %** - Im Folgenden sehen Sie, wie Sie in den einzelnen Unterkategorien in diesem Bereich abgeschlossen haben.

Nachrichtigkeitsstrategie – Grundlagen Zusammenfassung - Partnerleistung pro Unterkategorie



Feedback Und Empfehlungen



Definieren Sie Ehrgeizige Ziele Für Die Nachhaltigkeitsstrategie Ihres Unternehmens

Ein Lob für die Entwicklung einer starken Nachhaltigkeitsstrategie! Erkunden Sie Expertenressourcen und erfahren Sie mehr über die Vorteile, die Nachhaltigkeit Ihrem Unternehmen bietet.

Prüfen Sie, wie Sie die Strategie Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen können:

- Stellen Sie sicher, dass die Nachhaltigkeitsvision Ihres Unternehmens strategisch, klar, ehrgeizig und inspirierend ist. Visit the [Amplify Impact Hub – Vision Initiative](#) to find guidance and tools to help you draft your vision.
- Sorgen Sie dafür, dass Ihre Ziele SMART (Specific, Measurable, Attainable, Relevant und Timebound) sind. Unter [Amplify Impact Hub – Goals Initiative](#) finden Sie Tipps und Hilfsmittel für die Definition von SMART-Zielen für Ihr Unternehmen.
- Erkunden Sie, wie ein nachhaltiges „**Future Fit**“ Unternehmen aussieht (klicken Sie [hier](#) für weitere Informationen) und laden Sie die kostenlosen Future Fit-Ressourcentools [hier](#) herunter.
- Erfahren Sie mehr über die [Schaffung von Widerstandsfähigkeit](#) und kritische Schwerpunktbereiche für Unternehmen im nächsten Jahrzehnt.
- Lesen Sie, wie durch [Mitarbeiterbindung](#) die finanzielle Leistung von Unternehmen gesteigert werden kann.

Wussten Sie Das:

Bis vor kurzem war die Nachhaltigkeitsberichterstattung freiwillig. Regierungen weltweit arbeiten neuerdings Gesetzgebung und Richtlinien für bestimmte Arten von Nachhaltigkeitsmeldungen aus, z. B. die [Proposed Rules on Climate-Related Disclosures der U.S. Securities and Exchange Commission](#) und die [Corporate Sustainability Reporting Directive der EU](#). Nähere Informationen erfragen Sie bitte bei Ihren Rechts- und Finanzberatern, da HP selbst keine Beratung zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften geben kann.

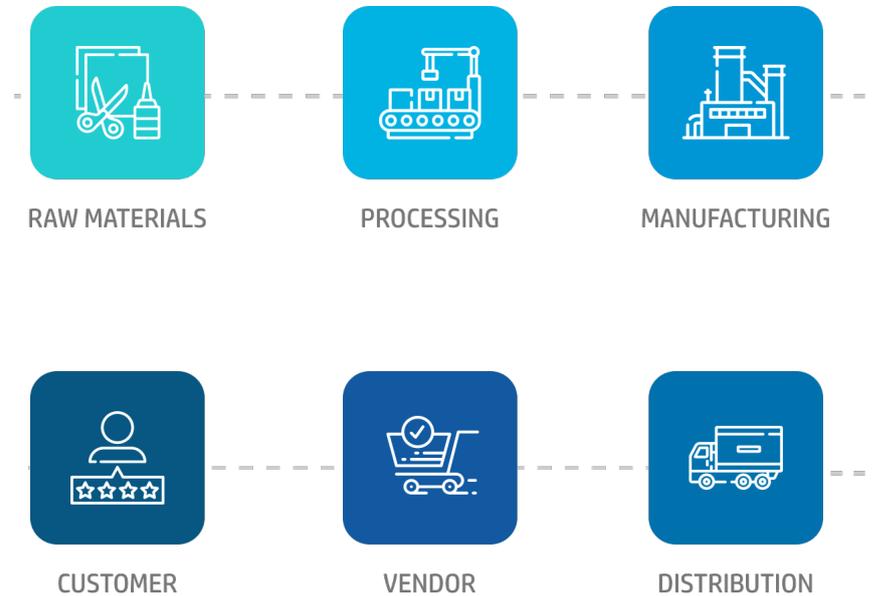
Erstellen Sie Eine Wertschöpfungskettenkarte (Value Chain Map) Und Identifizieren Sie Dadurch Mögliche Nachhaltigkeitsinitiativen

Sie haben in Ihrem Unternehmen umfassende Nachhaltigkeitsprogramme und -initiativen etabliert! Erstellen Sie eine Karte der Wertschöpfungskette der Dienstleistungs- und Produktlinien Ihres Unternehmens und bewerten Sie die Nachhaltigkeitswirkung in jeder Phase, um zusätzliche Möglichkeiten zu identifizieren.

Prüfen Sie, wie Sie die Strategie Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen können:



- Erstellen Sie eine [Wertschöpfungskettenkarte](#), um die Hauptaktivitäten der Dienstleistungs- und Produktlinien Ihres Unternehmens sowie potenzielle Möglichkeiten zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung zu identifizieren.



- Ziehen Sie nach der Erstellung einer Wertschöpfungskettenkarte die Nachhaltigkeitswirkung Ihres Unternehmens in jeder Phase in Betracht und bewerten Sie, wie Ihr Unternehmen negative Auswirkungen abmildern bzw. positive Auswirkungen weiter verstärken könnte. Indem Sie diese Auswirkungen mithilfe der Karte verdeutlichen, können Sie Möglichkeiten zur Leistungsverbesserung, Bereiche für neue Programme und mit Kollegen zu diskutierende Themen besser identifizieren. Lesen Sie [hier](#) mehr über die Erstellung einer Wertschöpfungskettenkarte und deren nützliche Bedeutung.
- Im [Amplify Impact Hub](#) profitieren Sie von mehr als 25 Nachhaltigkeitsinitiativen für die 5 Nachhaltigkeitssäulen (Strategiegrundlagen, Nachhaltigkeit als Geschäftsmöglichkeit, Klimaschutz (Planet), Menschenrechte (Mensch) und Digitale Gleichstellung), mit denen Sie Ihre Nachhaltigkeitsauswirkungen auf die nächste Ebene führen können.



Bestehende Nachhaltigkeitsziele Ihres Unternehmens Und Deren Offenlegung Verbessern

Sie haben eine ausgezeichnete Arbeit zur Etablierung vieler messbarer Nachhaltigkeitsziele geleistet. Identifizieren Sie Verbesserungsmöglichkeiten, indem Sie die Qualität Ihrer Ziele und Metriken sowie Vorgehensweisen zur Datenerfassung und -offenlegung überprüfen.

Prüfen Sie, wie Sie die Strategie Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen können:

- **Überprüfen Sie die Qualität Ihrer Ziele und Metriken sowie Vorgehensweisen zur Datenerfassung und -offenlegung und identifizieren Sie Lücken und Verbesserungsmöglichkeiten.**
 - Verwenden Sie diese vom Weltwirtschaftsforum entwickelte Ressource für Informationen zu [häufig in Ihrer Branche verwendeten Metriken und KPIs](#).
 - Lesen Sie „[Understanding ESG metrics in 2023](#)“ von Greenly (inklusive Kurzvideo zu Wesentlichkeit), um die aktuellsten Kenngrößen und Berichterstattungsbedingungen zu erfahren und zu prüfen, ob Sie etwas davon zu Ihren Nachhaltigkeitszielen hinzufügen können.
 - Viele Unternehmen haben ihre Nachhaltigkeitsziele an den [UN Sustainable Development Goals](#) (SDG, UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung) ausgerichtet, die eine nützliche „Blaupause“ darstellen, um die 17 wichtigsten globalen Herausforderungen bis 2030 anzugehen. Während sich die meisten Unternehmen auf ihre positiven Beiträge zu den SDGs konzentrieren, ist es auch wichtig zu berücksichtigen, welche SDGs Ihr Unternehmen negativ beeinflussen. Überlegen Sie, welche Maßnahmen Ihr Unternehmen ergreifen kann, um diese negativen Auswirkungen anzugehen und zu reduzieren.
- Unter [Amplify Impact Hub – Goals Initiative](#) finden Sie Tipps und Hilfsmittel für die Definition von SMART-Zielen (SMART = Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Timebound) für Ihr Unternehmen.
- Access the [Amplify Impact Hub – Sustainability Communications & Reporting Initiative](#) to find suggested guidance and tools to help you communicate and disclose progress on sustainability journey to internal and external stakeholders.



Weiteres Engagement Von Führungskräften Und Mitarbeitern Im Bereich Nachhaltigkeit Fördern

Die Führung Ihres Unternehmens ist in gewissem Maße in das Nachhaltigkeitsmanagement involviert und Mitarbeiter sind für Nachhaltigkeitsfragen verantwortlich. Identifizieren Sie die Champions für die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen, gehen Sie Partnerschaften mit einflussreichen Change-Agents innerhalb Ihres Unternehmens ein und erwägen Sie die Kopplung der Vergütung von Führungskräften an Nachhaltigkeitskriterien.

Prüfen Sie, wie Sie die Strategie Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen können:

- Wie sieht der aktuelle Managementansatz für nachhaltigkeitsbezogene Themen aus (z. B. Energieeffizienz oder ehrenamtliche Tätigkeit für die Gemeinschaft)? Überlegen Sie, wer in Ihrem Unternehmen am besten für die Verwaltung der Nachhaltigkeitsthemen in der Lage ist, die für Ihr Unternehmen höchste Priorität haben. Erwägen Sie die Ergänzung schriftlicher Tätigkeitsbeschreibungen und/oder Entwicklungskriterien mit Verantwortlichkeiten im Bereich Nachhaltigkeit.
- Finden Sie heraus, welche Ihrer Mitarbeiter einflussreiche Betreiber von Veränderung sein könnten und sich begeistert über Nachhaltigkeitsthemen geäußert haben. Das [Green Team von Verizon](#) ist z. B. eine Initiative der Mitarbeiter, die Nachhaltigkeit im gesamten Unternehmen vorantreibt.
- Denken Sie über die Intensivierung der internen und externen Kommunikation Ihres Unternehmens über das Nachhaltigkeitsengagement nach, um das Engagement intern zu zeigen und sich nach außen für Kunden und Stakeholder abzugrenzen.
- Unter [Amplify Impact Hub – Executive Sponsorship & Employee Engagement Initiative](#) finden Sie Tools und Ressourcen zu Ihrer und zur Unterstützung Ihres Managements bei der Intensivierung Ihres Engagements für Nachhaltigkeit.

Die Kopplung der Vergütung von Führungskräften an Nachhaltigkeitskriterien gilt als neue Best Practice. Die Einbeziehung von Nachhaltigkeits-/ESG-Zahlen in die Vergütungskriterien für Führungskräfte zeigt, dass die Unternehmensführung Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil des Geschäftserfolgs betrachtet. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Bewerten Sie Die Chancen Für Die Schaffung Einer Noch Nachhaltigeren Lieferkette

Mit der Integration von Nachhaltigkeitskriterien in Ihren Beschaffungsprozess leisten Sie großartige Arbeit. Fokussieren Sie sich auf die Schaffung einer inklusiveren Lieferkette und stellen Sie sicher, dass Ihrem Lieferantenleitfaden anerkannte internationale Standards zugrunde liegen.



Die Nutzung Ihrer Beschaffungsmaßnahmen zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft (Recycling, Wiederverwendung und Verwertung) ist eine der wichtigsten Möglichkeiten für ein Unternehmen, eine positive Umweltauswirkung zu erreichen und eine inklusivere Gesellschaft zu fördern.

- Überlegen Sie, welche Ziele sich Ihr Unternehmen setzen könnte, um mehr Verantwortung im Beschaffungswesen zu erreichen. Verweisen Sie auf den Responsible Business Alliance ([RBA](#)) [Verhaltenskodex](#), der sicherstellt, dass Lieferanten Erwartungen bezüglich sozial und ökologisch verantwortlicher Geschäftsaktivitäten gerecht werden.
- Unterziehen Sie Ihr Beschaffungssystem einem Audit, um auf dem Weg zu einer [inklusive Lieferkette](#) voranzukommen. [Hilton](#) setzt sich beispielsweise dafür ein, im Beschaffungswesen verstärkt mit lokalen, kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie mit Lieferantenfirmen zusammenzuarbeiten, die von Angehörigen einer Minderheitsgruppe geführt werden.
- Statten Sie Ihr Vertriebsteam durch die [HP Schulung „Nachhaltigkeit im Vertrieb – fortgeschrittene Kenntnisse“](#) mit den richtigen Tools aus, um Nachhaltigkeit in Angebote aufzunehmen, die Nachhaltigkeitsziele von Kunden kennenzulernen, sich mit Nachhaltigkeit von Mitbewerbern abzuheben und Gespräche zum Thema Nachhaltigkeit zu führen.
- Nimmt Ihr Lieferantenleitfaden Bezug auf internationale Arbeits- und Umweltstandards wie die [zehn Prinzipien des UN Global Compact](#) .
- Untersuchen Sie, in welchen Bereichen Ihr Unternehmen diesen Ansatz noch ehrgeiziger verfolgen kann. HP setzt sich beispielsweise für eine ethische Lieferkette ein und hat 2020 seinen ersten [Human Rights Progress Report](#) veröffentlicht. Erfahren Sie mehr darüber, wie Sie [Menschenrechtsprobleme](#) mit Blick auf die Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen und die gesamte Lieferkette erkennen, diesen entgegenzutreten und Risiken für den Wert und die Reputation Ihrer Marke vermeiden können.

Wussten Sie schon?

Die [Gesamtbetriebskosten \(Total Cost of Ownership, TCO\)](#) umfassen sämtliche während des Lebenszyklus anfallenden Kosten, d. h., im Fokus stehen die Gesamtkosten (einschließlich der sozialen und ökologischen Kosten) des Eigentums an einem Produkt und nicht nur der ursprüngliche Kaufpreis. Durch das Integrieren der TCO in die Kaufkriterien ist sichergestellt, dass Nachhaltigkeitsaspekte über den gesamten Produktlebenszyklus berücksichtigt werden und dass das Produkt Ihre Nachhaltigkeitsanforderungen erfüllt. Für Unternehmen gewinnen diese lebenszyklusweiten Auswirkungen zunehmend an Bedeutung. [Philips](#) misst seine Umweltwirkungen auf die Gesellschaft anhand einer Lebenszyklus-Analyse, die die versteckten Umweltkosten im Zusammenhang mit Geschäftsaktivitäten und Produkten berücksichtigt.

Weitere Ressourcen:

[HP Verhaltenskodex für Lieferanten](#), [HP Supply Chain Social and Environmental Responsibility Policy](#) und [Anforderungen an Lieferanten von HP](#)



Webseite Zu Nachhaltigkeit Entwerfen/verbessern Und Firmeninitiativen Über Social Media Kommunizieren

Ihr Unternehmen teilt wenige bis gar keine Nachhaltigkeitsinformationen mit der Öffentlichkeit. Entwerfen Sie mit dem Marketing-Team Ihres Unternehmens eine eigene Webseite für Nachhaltigkeit auf der Unternehmenswebsite und nutzen Sie Social Media, um auf aktuelle Unternehmensinitiativen aufmerksam zu machen.

Veröffentlichte Berichte mit nachhaltigkeitsbezogenen Informationen sind ein hervorragendes Mittel für den Aufbau der Marke und können den Aktionärswert steigern, Interessengruppen einbinden und ein effektives Management von Geschäftsrisiken und -chancen ermöglichen.

Berücksichtigen Sie Folgendes:

- Zusammenarbeit mit dem Marketingteam Ihres Unternehmens beim Entwerfen oder Verbessern einer Webseite zu Nachhaltigkeit auf Ihrer Firmenwebsite und Einbeziehung von Social Media zur Steigerung des Bewusstseins für aktuelle Firmeninitiativen. Siehe z. B. die [Microsite](#) von HP Asia-Pacific, auf der regionale Aktivitäten für Umwelt und die Community vorgestellt werden.
- Unter [Amplify Impact Hub – Sustainability Communications and Reporting Initiative](#) finden Sie Tools und Ressourcen zu Ihrer und zur Unterstützung Ihres Managements bei der Intensivierung Ihres Engagements für Nachhaltigkeit.
- Lesen Sie „[Communicating your sustainability strategy: A guide to transparency and responsibility](#)“ von PlanA, um Ideen für die richtige Kommunikation Ihrer Nachhaltigkeitsinformationen zu sammeln.

Wussten Sie das:

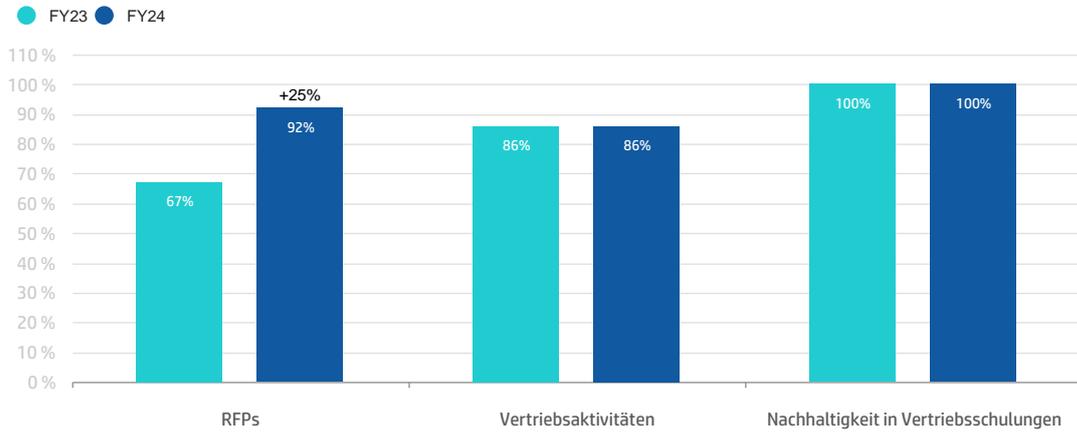
Bis vor kurzem war die Nachhaltigkeitsberichterstattung freiwillig. Regierungen weltweit arbeiten neuerdings Gesetzgebung und Richtlinien für bestimmte Arten von Nachhaltigkeitsmeldungen aus, z. B. die [Proposed Rules on Climate-Related Disclosures der U.S. Securities and Exchange Commission](#) und die [Corporate Sustainability Reporting Directive der EU](#). Nähere Informationen erfragen Sie bitte bei Ihren Rechts- und Finanzberatern, da HP selbst keine Beratung zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften geben kann.



 **Nachhaltigkeit Als Geschäftschance Zusammenfassung**

Ihre Rolle im Unternehmen **Advanced: 92 %** - Im Folgenden sehen Sie, wie Sie in den einzelnen Unterkategorien in diesem Bereich abgeschlossen haben.

Nachhaltigkeit als Geschäftschance Zusammenfassung - Partnerleistung pro Unterkategorie



Feedback Und Empfehlungen

Maximieren Sie Ihre Nachhaltigen Verkäufe Und Helfen Sie Kunden, Ihre Nachhaltigen RFPs Zu Verbessern

Für einen bedeutenden Anteil Ihrer Kunden stellt Nachhaltigkeit ein wichtiges Kaufkriterium dar. Schaffen Sie größeren Geschäftsmehrwert durch die Zusammenarbeit mit Kunden an der Einbindung von Nachhaltigkeitskriterien in RFPs und den Erhalt des Zuschlags bei diesen Deals.



Prüfen Sie, wie Sie die Strategie Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen können:

- Unter [Amplify Impact Hub – Capturing Sustainability Sales Initiative](#) finden Sie Tipps und Tools, die Ihnen und Ihrem Team helfen, nachhaltiges Geschäft zu identifizieren und zu maximieren.
- Stellen Sie sicher, dass Ihr Team verinnerlicht hat, was ein nachhaltig beeinflusster Deal ist. Nähere Informationen dazu finden Sie im [Leitfaden „Erfassen nachhaltiger Vertriebsmöglichkeiten“](#) und [HP Leitfaden für nachhaltige IT-Beschaffung](#).
- Stellen Sie sicher, dass alle für IT-Beschaffung verantwortlichen Mitarbeiter und Vertriebskontakte die [Schulung „Nachhaltiger Vertrieb für Fortgeschrittene“](#), insbesondere [„Einbindung von Nachhaltigkeit in Angebote – für mehr Aufträge“](#), absolviert haben. In diesem Kurs lernen Sie, wie Sie Kunden im gesamten Verkaufszyklus beeinflussen und Ihre Angebotszuschläge erhöhen können. Dieser Kurs bietet die folgenden Inhalte:
 - Erfahren Sie mehr zu nachhaltiger Beschaffung.
 - Lernen Sie, wie Sie mit unterschiedlichen Interessengruppen bei Kunden interagieren und sich an deren Anforderungen und Ziele anpassen.
 - Erfahren Sie, wie Sie eine Strategie erstellen, um Nachhaltigkeit in RFPs zu integrieren.
- Helfen Sie Kunden, Wichtige nachhaltige Kriterien für den Kauf von [PCs](#), [Print](#) und [Supplies](#) in ihre RFP-Spezifikationen einzubinden und nachhaltige Vertriebsmöglichkeiten zu erkennen.
- Profitieren Sie von [„Data Insights“](#) zur Identifizierung von an Nachhaltigkeit interessierten Kunden und erhöhen Sie Ihren Anteil an nachhaltigen Geschäften.
- Im Rahmen des Amplify Impact Programms müssen Sie Ihre Nachhaltigkeits-Deals über das [Formular zum Tracking von Nachhaltigkeits-Deals](#) erfassen. Reichen Sie Ihre erhaltenen nachhaltigen Deals im HP Partner Portal gemeinsam mit dem [Formular zum Tracking von Nachhaltigkeits-Deals](#) ein, erfassen Sie Ihr nachhaltiges Geschäft und erhalten Sie in [My Initiative Status](#) Einblicke in die Nachhaltigkeitskriterien der erhaltenen RFPs.

Hier einige Beispielspezifikationen für Nachhaltigkeit in RFPs:

- Angabe der Gesamtbetriebskosten für die Services/Produkte
- Auflistung aller produktspezifischen Umweltzeichen
- Beschreibung, wie der Service oder das Produkt den Kunden beim Erreichen seiner Nachhaltigkeitsziele unterstützt
- Auflistung von möglichen externen Auszeichnungen für Nachhaltigkeit sowie von Rankings und Referenzen wie [CDP](#) und [EcoVadis](#)
- Angabe des CO₂-Fußabdrucks und der CO₂-Emissionsziele des Unternehmens
- Angabe des prozentualen Anteils von Kunststoff aus Verbraucherabfall, aus dem Meer und/oder aus geschlossenen Kreisläufen in den Produkten und Nennung Ihrer offiziellen Ziele hinsichtlich des Recyclinganteils

Weitere Ressourcen:

- Der [HP Sustainable IT Procurement Guide](#) bietet zusätzliche Informationen zur Bewertung der Lieferantentransparenz und -leistung.
- Haben Sie weitere Fragen zur Einbindung von Nachhaltigkeit in RFPs? HP unterstützt Partner in Sachen Nachhaltigkeit durch das [Sustainability Compliance Center](#) (SCC). Die Ressourcen umfassen eine externe Datenbank mit Antworten und Anleitungen zu Rücknahmeservices, Features für Barrierefreiheit und Bewertungen zum Energieverbrauch beim Drucken zur Unterstützung von Deals ab 50.000 USD.



Überlegen Sie, wie Sie den Nachhaltigkeitsaspekt bei Ihren Kunden noch stärker einsetzen können, um den Umsatz zu steigern.

Das Vertriebsteam Ihres Unternehmens setzt Nachhaltigkeit im Vertrieb ein. Ziehen Sie in Erwägung, Nachhaltigkeit noch stärker in die Kundenbeziehung einzubringen, indem Sie beispielsweise eine gemeinsame Fallstudie mit Ihrem Kunden und HP entwickeln und mit ausgewählten Kunden zusammenarbeiten, um ihnen die Nachhaltigkeit ihrer IT-Umgebung näherzubringen.

Prüfen Sie, wie Sie die Strategie Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen können:

- Suchen Sie nach weiteren Möglichkeiten, um Nachhaltigkeit regelmäßig in die Kundenkommunikation einzubinden und dadurch Ihr Unternehmen zu differenzieren (Hinweis: HP stellt ein [Amplify Impact Social Media Toolkit](#) bereit).
- Entwickeln Sie mithilfe der [Vorlage Kundenfallstudie](#) eine gemeinsame Kundenfallstudie für die Lieferung und Ergebnisse der nachhaltig beeinflussten Vertriebstätigkeiten Ihres Unternehmens.
 - Profitieren Sie vom [Data Insights Amplify Impact Hub](#) unter Zuhilfenahme der auf der Plattform verfügbaren Datenpunkte, um die potenziellen Nachhaltigkeitsinteressen und -anforderungen der Kunden zu identifizieren, mit ihnen ins Gespräch zu gehen und Ihre Nachhaltigkeitsverkäufe zu steigern.
 - Sensibilisierung von Kunden für Nachhaltigkeit, um die Geschäftstätigkeit durch den folgenden Prozess auszubauen:
 - Identifizieren Sie potenzielle Kunden mit Geschäftschancen im Bereich Nachhaltigkeit (Einzelheiten erfahren Sie in den [Fortgeschrittenenkursen](#)).
 - Ziehen Sie die Vermarktung nachhaltiger IT-Beschaffung über Social Media und elektronische Kommunikation in Betracht. Nutzen Sie Marketing- und Vertriebstools von HP, wie z. B. das [HP Marketing and Sales Resource Kit](#) oder die angebotenen Schulungen, um die Nachhaltigkeit von HP Produkten und Services gegenüber Kunden zu bewerben und HP zur Umsatzförderung abzugrenzen
 - Lernen Sie neue Kommunikationsstrategien kennen, um Kunden in Bezug auf ihre Nachhaltigkeit besser zu erreichen und einzubinden.
 - Bieten Sie Kunden eine [Energiebewertung der Druckerflotte](#) über das SCC an (nur für Deals in Höhe von mindestens 50.000 USD verfügbar). Diese Bewertung kann Kunden helfen, Energie und Geld zu sparen. Sie wird häufig verwendet, um die aktuelle Druckerflotte eines Kunden mit einer potenziellen neuen Flotte zu vergleichen. Öffnen Sie die [Übersicht Energiebewertung der Druckerflotte](#) und [Excel-Vorlage zur Unterstützung](#).
 - Helfen Sie Kunden beim Recycling von Hardware und Druckerpatronen/-kartuschen über das [HP Planet Partners Rückgabe- und Recycling-Programm](#).
 - Weisen Sie den Kunden auf die Umweltzeichen, die recycelten Inhaltsstoffe und die Umwelteigenschaften der Produkte hin, die Sie anbieten (Siehe HP Website und [Ecomedes](#)).
 - Im Rahmen des Amplify Impact Programms müssen Sie Ihre Nachhaltigkeits-Deals über das [Formular zum Tracking von Nachhaltigkeits-Deals](#) erfassen. Reichen Sie Ihre erhaltenen nachhaltigen Deals im HP Partner Portal gemeinsam mit dem [Formular zum Tracking von Nachhaltigkeits-Deals](#) ein, erfassen Sie Ihr nachhaltiges Geschäft und erhalten Sie in [My Initiative Status](#) Einblicke in die Nachhaltigkeitskriterien der erhaltenen RFPs.

Wussten Sie schon?

Das PaaS-System (Product-as-a-Service) bietet die Vorteile einer Kreislaufwirtschaft mit geringem CO₂-Ausstoß. Diese Produkte sind meist auch kostengünstiger als herkömmliche Produkte. Indem Unternehmen Produkte als Service nutzen (anstatt sie selbst zu besitzen) können sie Geld sparen, da sie Investitionen in Hardware und Materialien vermeiden. Gleichzeitig tragen sie zu einer besseren CO₂-Bilanz bei. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).



Select A Team Champion To More Effectively Engage Customers On Sustainability

As a large percentage of your sales team has participated in the Sustainable Impact Sales Training, within your company there is a good understanding of the added value that sustainability attributes can bring to your products and how it can help drive sales growth. Unterstützen Sie Ihre Vertriebstteams mit aktuellen Nachhaltigkeitsinformationen, damit der Kunde seine Mitarbeiter für Nachhaltigkeit begeistern kann.

Prüfen Sie, wie Sie die Strategie Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen können:

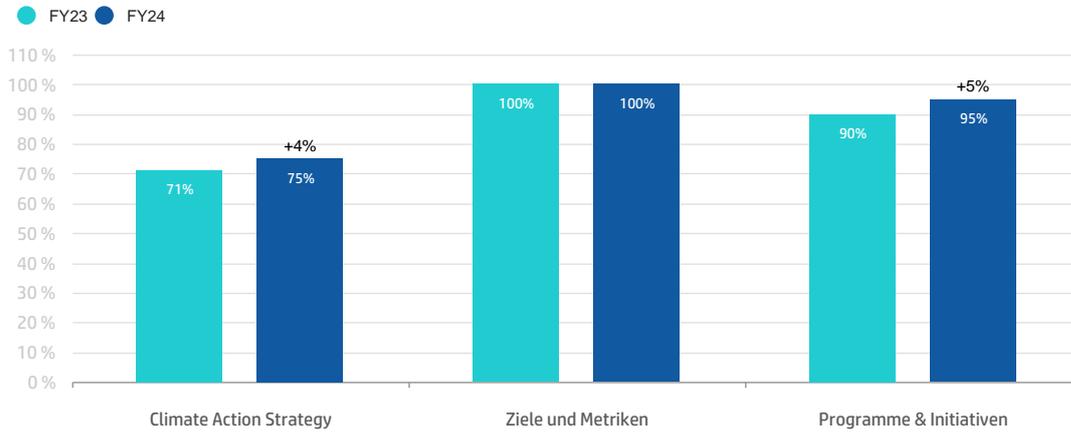
- Consider establishing a Sustainability Champion support the team with sustainability information and with customer focused projects. The expert should take all of HP's Intermediate Sales Trainings and they may recommend other key sales team members take this as well (erhältlich im [Partner Portal](#)). [Der Lernpfad für HP Nachhaltigkeit für Fortgeschrittene](#) umfasst:
 - [Verstehen der Nachhaltigkeitsziele der Kunden](#): Verstehen Sie die Prioritäten eines Kunden im Bereich Nachhaltigkeit und beginnen Sie ein effektives Gespräch über Nachhaltigkeit, um gemeinsame Prioritäten mit dem Kunden zu entwickeln.
 - Vertrieb nachhaltiger Drucksysteme: [4-minütiges Video](#) | [30-minütige Webschulung](#) Entdecken Sie die aktuellen Branchentrends hinsichtlich Nachhaltigkeit beim Druck und verstehen Sie die dahinterstehende Strategie von HP, diese zu erreichen. Sehen Sie sich eine Reihe von Vertriebszenarien an und verstehen Sie, wie Sie Ihren Kunden bei der Nutzung des Mehrwerts der nachhaltigen Produkte und Services von HP im Printing-Bereich helfen können.
 - Das weltweit nachhaltigste PC-Portfolio: [4-minütiges Video](#) | [30-minütige Webschulung](#) Erleben Sie das Engagement von HP für Nachhaltigkeit in Form von Strategien für nachhaltige Informatik und Reduzierung der Umweltauswirkungen. Anhand verschiedener Vertriebszenarien erfahren Sie, wie Sie diese Informationen für Ihre Verkaufsgespräche nutzen können.
 - [Differenzierung durch Nachhaltigkeit](#): Entdecken Sie die Wettbewerbsvorteile von HP durch Nachhaltigkeit in verschiedenen Bereichen und erfahren Sie, wie Sie diese zur Umsatzsteigerung nutzen können.
 - [Einbindung von Nachhaltigkeit in Angebote – für mehr Aufträge: Verstehen](#): Sie, wie Sie Kunden in verschiedenen Phasen des Verkaufszyklus von der Einbindung von Nachhaltigkeit in ihre Angebote überzeugen können.
 - [Umgang mit Nachhaltigkeitsgesprächen](#): Zeigen Sie, wie Nachhaltigkeit effektiv in ein Nachhaltigkeitsgespräch mit dem Kunden eingebunden werden kann.
- Nachdem Sie Ihren Fürsprecher für Nachhaltigkeit oder Ihr Nachhaltigkeitsteam zusammengestellt und weitergebildet haben, erhöhen Sie die Interaktion mit Kunden und liefern Sie ihnen die notwendigen Informationen und Weiterbildungen zur nachhaltigen Verbesserung ihrer IT-Umgebung:
 - Nutzen Sie [HP Tools für nachhaltige IT-Beschaffung](#) und teilen Sie mit den Kunden den Leitfaden für IT-Beschaffung sowie wichtige Kriterien für [PC](#), [Print](#) und [Print Supplies](#).
 - Prüfen Sie, ob Sie mithilfe der Beschaffungsleitfäden und der wettbewerblichen Beurteilungen Webinare und/oder Seminare für Ihre Kunden zu HPs nachhaltiger Führung anbieten können, um diese im Vergleich zu Wettbewerbern hervorzuheben.
- Im Rahmen des Amplify Impact Programms müssen Sie Ihre Nachhaltigkeits-Deals über das [Formular zum Tracking von Nachhaltigkeits-Deals](#) erfassen. Reichen Sie Ihre erhaltenen nachhaltigen Deals im HP Partner Portal gemeinsam mit dem [Formular zum Tracking von Nachhaltigkeits-Deals](#) ein, erfassen Sie Ihr nachhaltiges Geschäft und erhalten Sie in [My Initiative Status](#) Einblicke in die Nachhaltigkeitskriterien der erhaltenen RFPs.
- Talk to your customers about their brand value and about how being sustainable contributes positively to a brand's reputation.



Klimaschutzmaßnahmen Zusammenfassung

Ihre Rolle im Unternehmen **Advanced: 90 %** - Im Folgenden sehen Sie, wie Sie in den einzelnen Unterkategorien in diesem Bereich abgeschlossen haben.

Klimaschutzmaßnahmen Zusammenfassung - Partnerleistung pro Unterkategorie



Feedback Und Empfehlungen



Bewerten Sie Möglichkeiten Zur Weiteren Reduzierung Von Betriebsabfällen

Sie betreiben ein effektives Management Ihrer Abfall- und Recycling-Quote. Binden Sie Mitarbeiter in Büroaktivitäten ein, richten Sie Ihre Abläufe an externen Umweltzertifizierungen aus und erfahren Sie mehr über Maßnahmen von HP zur Reduzierung von Einweg-Plastikverpackungen.

- Identifizieren Sie Recycling-Aktivitäten und Möglichkeiten für die Mitarbeiterbindung in Ihrem Unternehmen. Schulen Sie Mitarbeiter darin, wie ihr Verhalten den Energieverbrauch und die Abfallentstehung beeinflusst. Belohnen Sie ressourcensparende Verhaltensweisen und Gewohnheiten, um Mitarbeiter einzubinden und Anreize für sie zu schaffen.
- Prüfen Sie, wie Sie den Produktlebenszyklus mithilfe proaktiver Wartungsservices verlängern können
- Befassen Sie sich mit den Abfallwirtschaftsrichtlinien der Key-Stakeholder in Ihrer Wertschöpfungskette
- Unter [Amplify Impact Hub – Office Recycling Initiative](#) finden Sie Tipps zu vorgeschlagenen Aktivitäten wie z. B. einer [Elektroschrottsammlung](#).

Zusätzliche Ressourcen

[HP Standard 007-2 Herstelleranforderungen an Hardware-Recycling](#)

[HP Standard 007-3 Herstelleranforderungen an Hardware-Nutzung](#)

Die Ausrichtung der betrieblichen Prozesse Ihres Unternehmens an Zertifizierungen für Arbeits-, Brand- und Umweltschutz wie der [Umweltmanagementnorm ISO 14001](#) kann finanzielle Vorteile haben. Zum Beispiel eröffnet die ISO 14001-Norm bei der Zusammenarbeit mit dem öffentlichen Sektor in Italien die Möglichkeit reduzierter Finanzgarantien.

Bis vor kurzem war die Nachhaltigkeitsberichterstattung freiwillig. Regierungen weltweit arbeiten neuerdings Gesetzgebung und Richtlinien für bestimmte Arten von Nachhaltigkeitsmeldungen aus, z. B. die [Proposed Rules on Climate-Related Disclosures der U.S. Securities and Exchange Commission](#) und die [Corporate Sustainability Reporting Directive der EU](#). Nähere Informationen erfragen Sie bitte bei Ihren Rechts- und Finanzberatern, da HP selbst keine Beratung zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften geben kann.

Halten Sie Ausschau Nach Lücken In Ihrem Aktuellen Energiemanagement-Ansatz

Ihr Unternehmen betreibt ein umfassendes Management seines Energiebedarfs. Überprüfen Sie Ihren aktuellen Ansatz auf weitere Möglichkeiten zur Dekarbonisierung.

Prüfen Sie, wie Sie die Strategie Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen können:

- Befassen Sie sich mit den im Pariser Klimaabkommen von 2015 festgelegten [globalen UN-Klimazielen](#).
- Führen Sie eine Analyse der CO₂-Bilanz durch, setzen Sie sich wissenschaftlich fundierte Reduktionsziele und implementieren Sie einen Maßnahmenplan.
- Als Pledged HP Amplify Impact Partner erhalten Sie zu einem deutlich reduzierten Preis Zugriff auf die führende CO₂-Fußabdruck-Plattform [SWEEP](#).
- Unter [Amplify Impact Hub – Carbon Footprint & Actions Initiative](#) finden Sie Tipps für die Durchführung einer CO₂-Bilanz und den daraus resultierenden Maßnahmen."

Wussten Sie Schon?



HP arbeitet hart am Vorantreiben einer kohlenstoffarmen Zukunft und ist eins der wenigen IT-Unternehmen, das seinen gesamten [Fußabdruck](#) ermittelt und offenlegt.

Ihr CO2-Fußabdruck ist Gegenstand von Dialog und Zusammenarbeit

Ihr CO2-Fußabdruck setzt sich zusammen aus Ihrer unmittelbaren Auswirkung, d. h. den von Ihnen gesteuerten Emissionsquellen, und einer mittelbaren Auswirkung, d. h. den gemeinsamen Emissionsquellen mit Ihren Stakeholdern wie Ihren Mitarbeitern oder Kunden. Diese gemeinsamen Emissionen, bekannt als Scope-3-Emissionen, machen im Allgemeinen über 80 % Ihres CO2-Fußabdrucks aus. Deshalb ist Klimaschutz Gegenstand des Dialogs und der Zusammenarbeit. Es liegt an Ihnen, sich an diesem Dialog zu beteiligen.

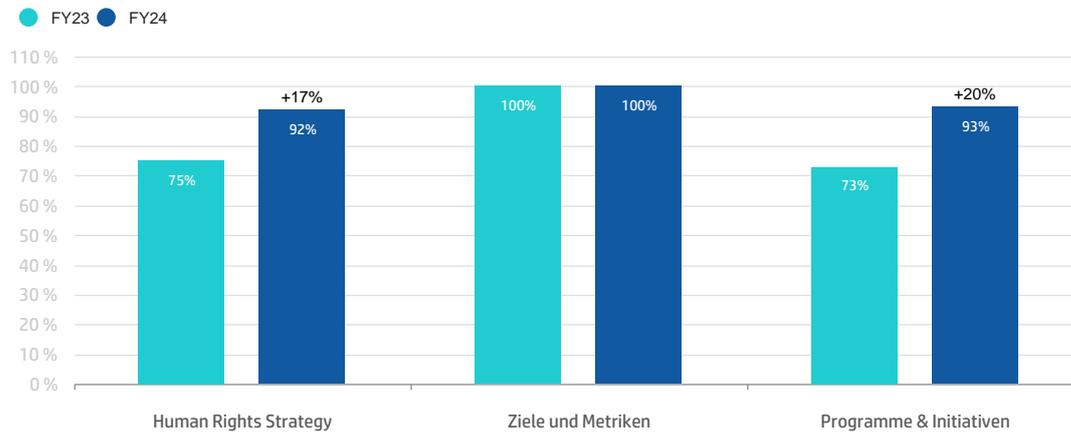
Bis vor kurzem war die Nachhaltigkeitsberichterstattung freiwillig. Regierungen weltweit arbeiten neuerdings Gesetzgebung und Richtlinien für bestimmte Arten von Nachhaltigkeitsmeldungen aus, z. B. die [Proposed Rules on Climate-Related Disclosures der U.S. Securities and Exchange Commission](#) und die [Corporate Sustainability Reporting Directive der EU](#). Nähere Informationen erfragen Sie bitte bei Ihren Rechts- und Finanzberatern, da HP selbst keine Beratung zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften geben kann.



Menschenrechte (Menschen) Zusammenfassung

Ihre Rolle im Unternehmen **Advanced: 95 %** - Im Folgenden sehen Sie, wie Sie in den einzelnen Unterkategorien in diesem Bereich abgeschlossen haben.

Menschenrechte (Menschen) Zusammenfassung - Partnerleistung pro Unterkategorie



Feedback Und Empfehlungen

Bringen Sie Ihre Menschenrechts- Und DE&I-Praktiken Auf Die Nächste Ebene

Ihr Unternehmen verfügt über starke Managementstrukturen zur Bewältigung von Problemen mit Vielfalt, Gleichheit und Inklusion. Denken Sie über Ihre Datenerhebung, -meldung, -zertifizierung und -regulierung nach und lassen Sie Menschenrechte und DE&I in Programme für Mitarbeiterbindung und -entwicklung einfließen.

So können Sie die Bemühungen Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen:

- **Prüfen Sie innovative Praktiken bei Programmen für Mitarbeiterbindung und -entwicklung.** [Johnson & Johnson](#) beispielsweise kann mithilfe seiner 12 Employee Resource Groups (ERGs) vielfältige Talente binden und Möglichkeiten zur Führungskräfteentwicklung anbieten. Diese freiwilligen, von Mitarbeitern geleiteten Gruppen konzentrieren sich auf gemeinsame Identitäten/Neigungen und Erfahrungen, die auf Initiativen zum Schaffen eines Mehrwerts für die gesamte Organisation angewendet werden können.
- **Nehmen Sie DE&I-Führungskräfte in Ihrem Unternehmen mit ins Boot** Innerhalb der letzten 5 Jahre hat sich die Zahl der DE&I-Stellen um 71% erhöht. Doch damit DE&I-Führungskräfte erfolgreich sein können, brauchen sie finanzielle Mittel, angemessene Ressourcen und müssen in das Führungsteam auf C-Ebene eingebunden werden.
- **Verantwortungsbewusstsein ist unerlässlich.** Es gibt keine interne Kultur mehr: Ihre Kultur ist immer öffentlich und beginnt ganz oben. Wenn die C-Ebene für Menschenrechte und DE&I brennt, wird es ihr die Mehrheit der anderen Mitarbeiter gleichtun. Die führenden Mitarbeiter sollten eine Kultur der Zugehörigkeit und Inklusion vorleben. Wie häufig wird die C-Ebene über Ihre Richtlinien und Aktivitäten für Menschenrechte und DE&I auf den neuesten Stand gebracht? Versteht sie die Bedeutung einer robusten Strategie für Menschenrechte und DE&I?



- Spricht sie sowohl intern als auch extern darüber? Wie vielfältig ist die C-Ebene? Laut einem HBR-Artikel müssen alle Führungskräfte und leitenden Angestellten in die Verantwortung genommen werden, damit DE&I-Ziele erfüllt werden können: [Aktuell nehmen nur 28%](#) Unternehmen die C-Ebene für den DE&I-Fortschritt in die Verantwortung. In besonders engagierten und erfolgreichen Unternehmen sind die DE&I-Strategieziele mit der Bonusstruktur der Geschäftsleitung verknüpft. Könnte Ihr Unternehmen einen solchen Ansatz verfolgen?
- Unter [Amplify Impact Hub – Diversity Equity & Inclusion \(DE&I\) Strategy Initiative](#) finden Sie erstklassige Ressourcen zur Unterstützung Ihrer DE&I-Reise, einschließlich DE&I-Schulungen, [HP Amplify Impact DE&I Strategy Playbook](#) und einer automatischen, personalisierten DE&I-Strategieübersicht.
- Das [HP Amplify Impact DE&I Strategy Playbook](#) ist ein Leitfaden, den Sie zur Erstellung oder Überarbeitung der DE&I-Strategie Ihres Unternehmens nutzen können. Er umfasst sechs Schwerpunktbereiche auf dem Gebiet DE&I und enthält Tipps für die Priorisierung dieser Bereiche und Zielsetzung, gemeinsam mit relevanten Initiativen für jeden Bereich und Ressourcen zur Unterstützung. Darüber hinaus empfiehlt es, eine DE&I-Erklärung in Zusammenfassung Ihrer Strategie zu verfassen. Das dazugehörige [DE&I Strategy Template Workbook](#) unterstützt das Erstellen Ihrer Strategie sowie Stakeholder-Management und -Kommunikation.



Stärken Sie DE&I Und Menschenrechte In Ihrem Unternehmen

Hinterfragen Sie Ihre Einstellungspraktiken und motivieren Sie Ihr Einstellungsteam zu mehr Engagement

Bei der Beurteilung von Vielfalt bei den Einstellungspraktiken sind zwei Bereiche erwähnenswert. Der erste ist die Vielfalt im Bewerberpool und der zweite die Vielfalt in der Personalabteilung. Wie regelmäßig schulen Sie Ihre Personalverantwortlichen? Stellen Sie sicher, dass HR unvoreingenommene Methoden für die Einstellung vielfältiger Talente anwendet. Es gibt beispielsweise **Programme**, die die Beurteilung von Bewerbern aufgrund ihrer Fähigkeiten anstelle demographischer Daten sicherstellen. Sie können auch KI-Tools nutzen, um Stellenbeschreibungen auf potenziell diskriminierende Sprache zu prüfen. Haben Sie darüber hinaus Antidiskriminierungsschulungen für Personalverantwortliche und Schulungen für integrative Führung für die für die Einweisung neu eingestellter Mitarbeiter zuständigen Mitarbeiter in Betracht gezogen?

Ein Arbeitsplatz, an dem man bleiben möchte

Sie sollten die Einstellung von Personal nicht als Pflichtübung ansehen. Laut **Glassdoor** haben 47 % der schwarzen und 49 % der hispanischen Jobsuchenden schon einmal eine Stelle gekündigt, nachdem sie am Arbeitsplatz Diskriminierung mitbekommen oder selbst erfahren haben. Um zu verstehen, wie Ihr Unternehmen ein Gefühl der Zugehörigkeit und Inklusion bei seinen Mitarbeitern erzeugen kann, ist die Ermittlung der Mitarbeiterfluktuation unerlässlich. **Studienresultate** zeigen, dass ca. 70 % ein Unternehmen mit Nachhaltigkeitsprogramm attraktiver finden, während 44 % der Führungskräfte die Klimainitiativen ihres Unternehmens für ein effektives Tool für die Einstellung und Bindung von Mitarbeitern halten. Wenn Sie wissen, aus welchen Gründen Menschen bei einem Unternehmen bleiben, erhalten Sie eine bessere Vorstellung davon, was Sie richtig machen, um genau so weiterzumachen. Aktualisieren Sie aktuell Daten aus Entlassungsgesprächen und ziehen daraus Ihre Schlüsse?

Verfügen Sie über einen aktiven Plan zur Steigerung der Vielfalt innerhalb Ihrer Wertschöpfungskette?

Unternehmen wie **WeConnect International**, **DisabilityIN**, **MSDUK** and **OutBritain** sind Beispiele für Geschäftsberatungsnetzwerke für Unternehmen in Minderheitenbesitz, die Sie sich genauer ansehen können. So kann Ihr Unternehmen von der Zusammenarbeit mit vielfältigen Lieferanten profitieren:

- Zutritt zu Wachstumsmärkten
- Fördern von Innovation und Kreativität
- Sicherstellen der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften
- Erfüllen der Kundenerwartungen
- Verbessern des Rufs

Zukunftssicherheit gewährleisten

Investoren sind stark darauf fokussiert, inklusivere Belegschaften zu fördern. Beispielsweise plant **Blackrock**, der weltgrößte Vermögensverwalter, Unternehmen zu mehr kultureller und geschlechtlicher Vielfalt in ihren Vorständen und Belegschaften aufzufordern. Das Unternehmen sagte, es werde gegen handlungsunfähige Geschäftsführer stimmen.

Wussten Sie schon:

Bis vor kurzem war die Nachhaltigkeitsberichterstattung freiwillig. Regierungen weltweit arbeiten neuerdings



Gesetzgebung und Richtlinien für bestimmte Arten von Nachhaltigkeitsmeldungen aus, z.B. die [Proposed Rules on Climate-Related Disclosures der U.S. Securities and Exchange Commission](#) und die [Corporate Sustainability Reporting Directive der EU](#). Nähere Informationen erfragen Sie bitte bei Ihren Rechts- und Finanzberatern, da HP selbst keine Beratung zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften geben kann.

Ziehen Sie Verifizierungen Durch Dritte Und Best Practices Der Branche In Erwägung.

Ihr Unternehmen verfügt über einen durchdachten Ansatz im Personalmanagement. Halten Sie Ausschau nach Verbesserungsmöglichkeiten, wie z. B. die Sicherstellung umfassender Mitarbeiterrichtlinien, das Anbieten von Zuschüssen für Maßnahmen zum Wohlbefinden und die Erlangung von Zertifizierungen durch Dritte.

Prüfen Sie, wie Sie die Strategie Ihres Unternehmens auf die nächste Ebene führen können:

- Stellen Sie sicher, dass die Mitarbeiterrichtlinien Ihres Unternehmens eine angemessene Zahlung im Krankheitsfall sowie Elternzeiten vorsehen. Bewerten Sie die aktuellen Programme unter Verwendung des [Dokuments Anleitungen für das Wohlbefinden von Mitarbeitern](#) und identifizieren Sie Diskrepanzen für künftige Aktionen.
- Bieten Sie Zuschüsse oder Beratung für Maßnahmen zur gesunden Lebensführung, Zuschüsse für die Mitgliedschaft im Fitnessstudio oder Unterstützung für die psychische Gesundheit durch Initiativen für Mitarbeiter an.
- Benennen Sie einen Fürsprecher für Wohlbefinden in Ihrem Unternehmen, der für die Förderung eines positiven psychischen Wohlbefindens zuständig ist. Mehr über Fürsprecher für Wohlbefinden finden Sie [hier](#).
- Unter [Amplify Impact Hub – Employee Well-Being Initiative](#) finden Sie Tipps und Hilfsmittel zur Verbesserung des Wohlbefindens Ihrer Mitarbeiter. Lesen Sie auch das HP Amplify Impact [DE&I Strategy Playbook](#).

What does best practice look like?

Microsoft

Microsoft hat eine klare Vorstellung von physischer und psychischer Gesundheit und deren Zusammenhängen. Microsoft unterstützt beides in Form von Fitnessstudiomitgliedschaften, Gesundheitskursen ohne Anmeldung, Tipps und Unterstützung für Stressbewusstsein. Diese Vorteile stehen den Mitarbeitern und ihren Familien zur Verfügung.

Songkick

Bei Songkick können Sie Tickets für lokale Konzerte kaufen, Konzerte live streamen und neue Künstlerinnen und Künstler entdecken. Das Unternehmen, das sich vor allem auf Musik als Form der Entspannung konzentriert, bietet viele musikbasierte Vergünstigungen. Dazu zählen kostenlose Musik-Abos, Auftritte in den Firmenbüroräumen (einschließlich Künstlern wie We Are Scientists) und mehr. Ihre Wellness-Pakete sind jedoch nicht nur auf Musik fokussiert. Die Mitarbeiter können bei Bedarf unbegrenzten Jahresurlaub nehmen, um z. B. Burnouts zu vermeiden. Dies ist wahrscheinlich eine der kreativeren und sinnvollerer Methoden, die Lebensstile Ihrer Mitarbeiter zu unterstützen. Natürlich funktioniert dies nur in ganz bestimmten Unternehmenskulturen, es zeigt jedoch, dass der Kreativität von Unternehmen keine Grenzen gesetzt sind.

Wussten Sie schon:

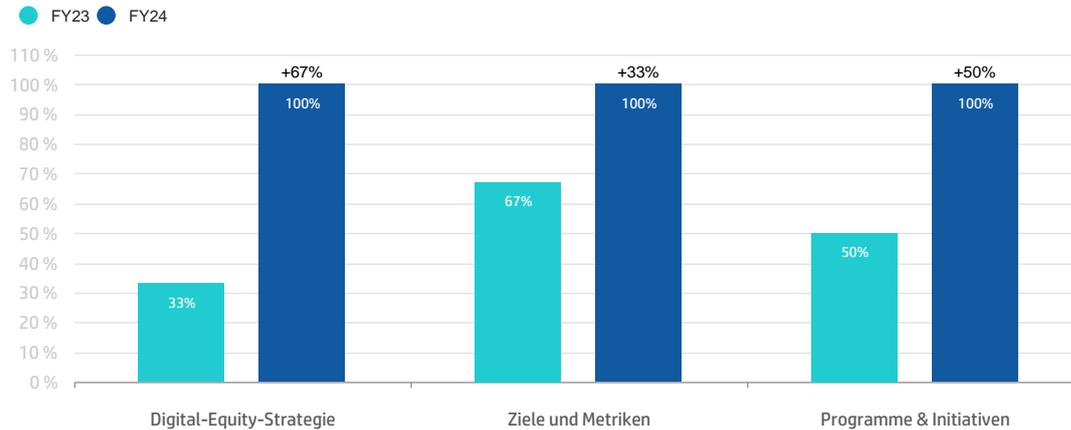
Bis vor kurzem war die Nachhaltigkeitsberichterstattung freiwillig. Regierungen weltweit arbeiten neuerdings Gesetzgebung und Richtlinien für bestimmte Arten von Nachhaltigkeitsmeldungen aus, z. B. die [Proposed Rules on Climate-Related Disclosures der U.S. Securities and Exchange Commission](#) und die [Corporate Sustainability Reporting Directive der EU](#). Nähere Informationen erfragen Sie bitte bei Ihren Rechts- und Finanzberatern, da HP selbst keine Beratung zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften geben kann.



Digitale Gleichstellung Zusammenfassung

Ihre Rolle im Unternehmen **Advanced: 100 %** - Im Folgenden sehen Sie, wie Sie in den einzelnen Unterkategorien in diesem Bereich abgeschlossen haben.

Digitale Gleichstellung Zusammenfassung - Partnerleistung pro Unterkategorie



Feedback Und Empfehlungen

Methoden Zur Stärkung Der Wirkung Ihres Gemeinnützigen Engagements Und Fehler, Die Es Zu Vermeiden Gilt

Herzlichen Glückwunsch, Ihr Unternehmen engagiert sich bereits intensiv in der Community. Erfahren Sie, wie Sie Ihre bereits vorhandene Wirkung noch verstärken können.

Was ist also das Geschäftsszenario für gemeinnütziges Engagement? Bei gemeinnützigem Engagement geht es nicht nur darum, etwas zurückzugeben: Es ist ein Gewinn für beide Seiten. Nicht nur Communities profitieren von Ihrer Unterstützung, sondern auch Sie als Unternehmen. Durch die aktive Teilnahme an Community-Initiativen stiften Sie Vertrauen, verbessern Ihre Unternehmensreputation und schaffen langfristige Beziehungen zu Kunden, die gesellschaftlich verantwortungsbewusste Unternehmen zu schätzen wissen.

Hier sind 6 Dinge, die Sie für eine noch beständigere positive Veränderung beachten sollten:

- **Besinnen Sie sich auf Ihre lokalen Wurzeln:** Unterschätzen Sie nicht die Wirkung der Arbeit in Ihrer lokalen Community. Ihre Unterstützung kann zu greifbarer, sichtbarer Veränderung führen. Durch Investitionen in Ihre unmittelbare Umgebung geben Sie nicht nur etwas zurück, sondern stärken auch den Ruf Ihrer Marke vor Ort.
- **Schmieden Sie strategische Partnerschaften:** Durch die Zusammenarbeit mit einflussreichen Partnern verstärken Sie auch Ihren Einfluss. Gemeinsam können Sie Herausforderungen innerhalb der Community effektiver angehen und eine größere kollektive Wirkung erzielen.



- **Gehen Sie langfristige Verpflichtungen ein:** Nachhaltiges gemeinnütziges Engagement bedeutet konsistente, langfristige Unterstützung statt einmaliger Spenden. Der Aufbau langanhaltender Beziehungen zu gemeinnützigen Partnern erzielt auf lange Sicht eine größere, bedeutsamere Wirkung.
- **Bieten Sie ganzheitliche Unterstützung:** Beschränken Sie Ihre Unterstützung eines Community-Partners nicht nur auf eine Möglichkeit. Denken Sie über einen vielschichtigen Ansatz zur Unterstützung nach. Das können Geldspenden, technische Ressourcen und Freiwilligenarbeit sein. Das Bereitstellen verschiedener Ressourcen deckt vielfältige Community-Bedarfe ab und maximiert Ihre Wirkung.
- **Spenden Sie für ehrenamtliche Beiträge Ihrer Mitarbeiter:** Eine tolle Möglichkeit, Mitarbeiter in Ihr Unternehmen einzubinden, ist die Abstimmung finanzieller Beiträge zu den ehrenamtlichen Beiträgen Ihrer Mitarbeiter. Durch die Unterstützung des Engagements Ihrer Mitarbeiter für gemeinnützige Arbeit schaffen Sie ein Gefühl von Stolz und Zugehörigkeit. Dies erhöht nicht nur die Mitarbeiterzufriedenheit, sondern stärkt auch Ihre Bemühungen um gemeinnütziges Engagement.
- **Entdecken Sie Global Good:** Erfahren Sie im [Vorstellungsvideo zu Global Good](#), wie HP mit der [Global Good Community Project Platform](#) seinen Partnern zum Erreichen ihrer Nachhaltigkeitsziele über 60 ausgewählte Projekte vorstellt, die Freiwilligen- und Spendenprojekte durch NGOs in aller Welt anbieten.

Vermeiden Sie diese 5 häufigen Fehler bei Community-Partnerschaften

Bei der Zusammenarbeit mit gemeinnützigen und Community-Organisationen ist es wichtig, bedeutsame und effektive Partnerschaften aufzubauen. Damit Ihre gemeinnützige Arbeit wirkungsvoll ist, finden Sie hier 5 häufig gemachte Fehler:

- **Inkonsistenz statt Solidarität:** Der Wechsel zwischen sporadischer Unterstützung und langfristiger Solidarität kann Ihre Wirkung schwächen.
- **Überforderung kleiner NGOs:** Kleine NGOs können aufgrund ihrer eingeschränkten Kapazität schnell überfordert sein. Seien Sie umsichtig beim Anfordern umfangreicher Dienstleistungen oder beim Organisieren komplexer Veranstaltungen wie Betriebsausflügen. Stellen Sie sicher, dass sich Ihre Anforderungen mit den Kapazitäten der NGOs decken.
- **Missachtung gemeinnütziger Bedürfnisse:** Nehmen Sie sich Zeit, um die Bedürfnisse und Prioritäten der gemeinnützigen Organisationen zu verstehen.
- **Vermeiden Sie zusätzliche Bürokratie:** Gemeinnützige Teams sind häufig angespannt. Durch mehr Bürokratie hindern Sie sie daran, echte Wirkung zu erzielen. Halten Sie Ihre Abläufe einfach und effizient, um den Verwaltungsaufwand zu minimieren.
- **Flexible und uneingeschränkte Förderung:** Wann immer möglich, bieten Sie eine flexible, uneingeschränkte Förderung an. So können gemeinnützige Organisationen ihre Ressourcen bedarfsgerecht aufteilen und effektiv auf dynamische Herausforderungen reagieren.

Möglichkeiten Zur Weiteren Maximierung Von Freiwilligenprogrammen Und Drittplattformen

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrem soliden Ansatz für ehrenamtliche Tätigkeiten und gemeinnütziges Engagement. Freiwilligenprogramme nützen nicht nur der Community, sondern stärken auch die Kultur und den Ruf Ihres Unternehmens.

Hier sind fünf nützliche Tipps für die Einrichtung oder Verbesserung Ihres Freiwilligenprogramms und dessen Wirkungsmaximierung:



- **Fürsprecher benennen:** Benennen Sie passionierte Menschen in Ihrer Organisation als Leitung ehrenamtlicher Initiativen. Diese Fürsprecher können Kollegen für die Sache gewinnen, die Teilnahme anregen und den Erfolg des Programms absichern. Ihre Motivation sorgt für mehr Engagement und fördert eine Kultur des Zurückgebens.
- **Bezahlte Freistellung für ehrenamtliche Tätigkeit:** Machen Sie sich bewusst, dass Mitarbeiter volle Terminkalender haben. Durch das Anbieten einer bezahlten Freistellung für ehrenamtliche Arbeit beseitigen Sie Hindernisse und erleichtern ihnen, etwas zur Community beizutragen. Darüber hinaus zeigt dies Ihr Engagement für gesellschaftliche Unternehmensverantwortung und fördert die Beteiligung.
- **Teammomente fördern:** Schaffen Sie für das gesamte Team Möglichkeiten der Zusammenkunft bei ehrenamtlichen Projekten. Ob die ehrenamtliche Tätigkeit an einem bestimmten Tag, in einer Woche oder einem Monat ausgeführt wird: Diese gemeinsamen Erfahrungen schaffen Zusammengehörigkeit und stärken die Bindung zwischen den Kollegen. Es geht nicht nur darum, Zeit zu investieren, sondern unvergessliche Teambuilding-Momente zu schaffen.
- **Unterstützung des leitenden Managements einholen:** Holen Sie sich das leitende Management als Unterstützung ins Boot. Wenn die Führungsetage Ihr Freiwilligenprogramm befürwortet, ist das eine starke Botschaft an das gesamte Unternehmen. Führungskräfte können auch Mittel zuweisen und für mehr Sichtbarkeit und Wirkung des Programms sorgen.
- **Wichtige Kenngrößen festlegen:** Legen Sie klare und messbare Kenngrößen für Ihr Freiwilligenprogramm fest, z.B. geplante ehrenamtliche Arbeitsstunden oder die Anzahl der fertiggestellten Projekte. Diese Kenngrößen bieten nicht nur Orientierung, sondern dienen auch als Motivation. Feiern Sie Erfolge und kommunizieren Sie sie intern, um Mitarbeitern den von Ihnen gemachten greifbaren Unterschied zu zeigen.

Entfalten Sie die Möglichkeiten von Drittplattformen für Community- und Freiwilligenprojekte

Um in Ihrer Community etwas zu bewirken, sehen Sie sich Drittplattformen wie [Benevity](#) oder [Global Giving](#) an, die das Management Ihrer Freiwilligen- und Community-Programme auf die nächste Ebene bringen können. Hier sind einige Punkte, die Sie beachten sollten:

- **Optimiertes Management:** Diese Plattformen bieten umfangreiche Tools für das effiziente Management Ihrer Community- und Freiwilligenprojekte. Von der Projektverfolgung hin zur Teilnahmeanmeldung vereinfachen sie den gesamten Prozess und sparen oft Zeit und Ressourcen.
- **Zugang zu vielfältigen Möglichkeiten:** Viele dieser Plattformen bieten Ihnen Zugang zu einem großen Netzwerk an gemeinnützigen und Community-Projekten. So können Sie verschiedene Zwecke unterstützen und durch vielfältige ehrenamtliche, auf die Leidenschaften und Interessen Ihrer Mitarbeiter zugeschnittene Optionen deren gemeinnütziges Engagement unterstützen. Natürlich sollten Sie als Amplify Impact Partner nicht vergessen, dass wir mit Global Good auch eine eigene gemeinnützige Plattform haben, die ein guter Anfang ist.
- **Verbesserte Berichterstattung:** Drittplattformen bieten robuste Berichterstattung und Analytik. Sie können die Wirkung Ihrer Projekte nachvollziehen, ehrenamtliche Arbeitsstunden erfassen und sowohl intern als auch extern den Mehrwert Ihrer Initiativen für gesellschaftliche Unternehmensverantwortung nachweisen.
- **Mitarbeiterengagement:** Diese Plattformen umfassen oft soziale Merkmale, damit Mitarbeiter ihre Erfahrungen mit anderen teilen und diese inspirieren können. So entsteht in Ihrem Unternehmen ein Gemeinschaftsgefühl und mehr Mitglieder werden zur Teilnahme ermutigt.
- **Kosten-Nutzen-Analyse:** Natürlich müssen Sie vor der Wahl einer Drittplattform eine Kosten-Nutzen-Analyse durchführen. Während alle Plattformen zahlreiche Vorteile haben, ist deren Nutzung mit Kosten verbunden. Prüfen Sie, ob der Nutzen, z. B. Mitarbeiterengagement und optimierte Betriebsabläufe, die Kosten rechtfertigt, also die Wahl einer Drittplattform eine kluge strategische Entscheidung für Ihr Unternehmen wäre.

Wussten Sie das:



Entdecken Sie Global Good: Erfahren Sie im [Vorstellungsvideo zu Global Good](#), wie HP mit der [Global Good Community Project Platform](#) seinen Partnern zum Erreichen ihrer Nachhaltigkeitsziele über 60 ausgewählte Projekte vorstellt, die Freiwilligen- und Spendenprojekte durch NGOs in aller Welt anbieten.

Erhöhen Sie Ihr Engagement Für HP Life: Bauen Sie Ein Community Hub Auf

Ihr Unternehmen unterstützt [HP LIFE](#) bereits in seiner Organisation. Denken Sie darüber nach, Ihr Engagement auf die nächste Ebene zu heben und eine dauerhafte Community-Partnerschaft oder -Räumlichkeit für HP LIFE Kurse einzurichten.

Durch das Einrichten einer Räumlichkeit für HP Life Kurse in Ihrer lokalen Community bringen Sie das Programm direkt zu denen, die am meisten davon profitieren. Ein Community Hub schafft Barrierefreiheit für alle und baut Hindernisse für den Zugang zu Bildung ab. Die Menschen vor Ort haben Zugang zu über 30 kostenlosen HP LIFE Kursen in 8 verschiedenen Sprachen, darunter Englisch, Französisch, Indonesisch, Arabisch, Portugiesisch, Spanisch, Hindi und Chinesisch. Diese Kurse befassen sich mit wichtigen Themen wie Start-ups und Innovation, Kommunikation, Finanzen, Marketing und Betriebsabläufe. HP Life ist eine Plattform, um Menschen mit den nötigen Kompetenzen für Erfolg im digitalen Zeitalter zu rüsten.

Sie können mit der Community feiern, da die Teilnehmenden Abschlusszertifikate erwerben, Train-the-Trainer-Unterstützung erhalten und an Webinaren teilnehmen können. Diese Ressourcen verbessern das Lernerlebnis und eröffnen neue Möglichkeiten.

Ein eigens dafür eingerichteter Raum fördert das gemeinnützige Engagement. Es handelt sich um eine Anlaufstelle für gleichgesinnte Personen, um sich zu vernetzen, weiterzubilden sowie zusammenzuarbeiten und die Wirkung von HP Life vor Ort zu verstärken. Es braucht nicht weniger als einen in einer Halle vor Ort aufgestellten Computer oder ein paar einem örtlichen Verein für diesen Zweck zur Verfügung gestellte Laptops.

Erleichtern Sie Schulungen und Workshops in Ihrer Community

Unternehmen haben die einzigartige Möglichkeit, echten Einfluss zu nehmen, indem sie ihr Know-how auf die lokale Community außerhalb der eigenen Bürowände ausweiten. Erweitern Sie Ihre vorhandenen Projekte um die Zusammenarbeit mit weiteren Stakeholdern, z.B. Regierungen, gemeinnützigen Organisationen und anderen Technologieunternehmen, um mehr Wirkung bei Bildung und der digitalen Kluft auf örtlicher oder globaler Ebene zu erzielen.

Denken Sie über die Durchführung von Workshops, Schulungen oder Aktivitäten in Schulen, Jugendgruppen oder Gemeindezentren nach, um Ihr Know-how weiterzugeben. Qualifizierte ehrenamtliche Arbeit hilft, das Know-how Ihres Teams für die effektive Erfüllung der Community-Bedürfnisse zu nutzen. Dieser Ansatz hat nicht nur eine größere Wirkung, sondern verbessert auch die Moral und Kompetenzentwicklung Ihrer Mitarbeiter.

Diese Kurse können die Kompetenzen und das Wissen Ihrer Mitarbeiter nutzen und wissbegierigen Menschen wertvolle Einblicke geben. Alternativ können Ihre Mitarbeiter als Vermittler tätig werden und wichtige Gespräche über aktuelle Themen wie Klimawandel und Menschenrechte anregen. Es gibt viele tolle Quellen, in denen diese Themen zur Sprache gebracht werden. Zu unseren Favoriten gehören [Climate Fresk](#) und [The Week](#).

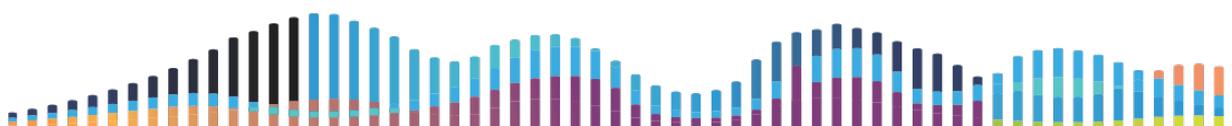
Durch eine derartige aktive Interaktion mit der Community tragen Unternehmen nicht nur zum Empowerment vor Ort bei, sondern fördern auch Entgegenkommen, stärken Verbindungen in der Community und stellen ihr Engagement für gesellschaftliche Verantwortung unter Beweis.

Wussten Sie das:

Weltweit haben nicht weniger als 465 Millionen Schülerinnen und Schüler mangels Internetverbindung keinen Zugang



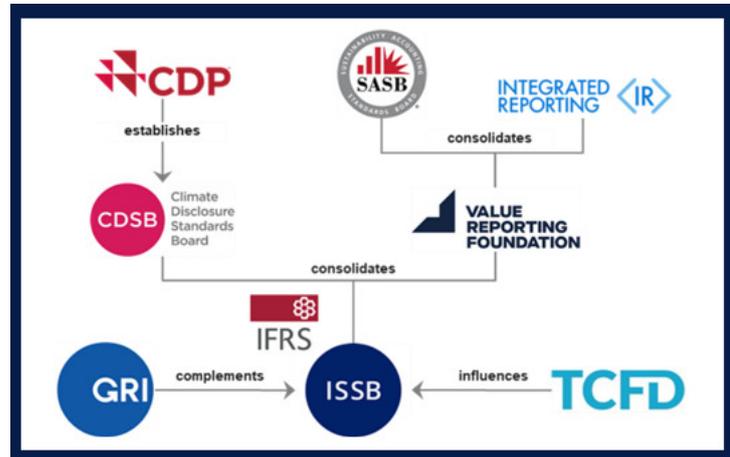
zu Onlinelernplattformen. Die Lücken im digitalen Zugang (auch „digitale Kluft“ genannt) stehen mit Faktoren hinsichtlich Bildung, Alter, Geschlecht und Einkommen im Zusammenhang. HP hat sich das Ziel gesetzt, bis 2025 bessere Lernergebnisse für 100 Millionen Menschen zu ermöglichen, und hat sich verpflichtet, 20 Millionen USD in dieses Ziel zu investieren. Wie kann Ihr Unternehmen Ihre Stärken und Ihr Geschäftsmodell für die Unterstützung dieses Ziels nutzen? Erfahren Sie mehr über [HP LIFE](#) und die Möglichkeiten zur Unterstützung Ihrer Community bei Bildungsinitiativen.



Zusätzliche Informationsquellen

Mechanismen, Bewertungen Und Vorschriften Der Berichterstattung

Beispiele für unverbindliche Mechanismen, Bewertungsstellen und Vorschriften der Berichterstattung, die Sie für Ihre Nachhaltigkeitsberichte verwenden können.



Beispiele für auswirkungsorientierte Berichterstattung

- **Global Reporting Initiative (GRI)** – die **GRI-Standards** sind ein modulares System miteinander verbundener Berichterstattungsstandards, die auf eine Reihe wesentlicher Aspekte angewendet werden. Sie ermöglichen es kleinen und großen Unternehmen, ihre Auswirkungen auf die Wirtschaft, die Umwelt und den Menschen zu verstehen und auf vergleichbare und glaubwürdige Art und Weise darüber Bericht zu erstatten. Unternehmen können die GRI-Standards in Verbindung mit anderen Berichterstattungsmechanismen, einschließlich der CDP-Fragebögen zu Klimawandel und Wasser und der SASB-Branchenstandards, nutzen.
- Die GRI-Standards wurden kürzlich überarbeitet. Statt der Berichtstiefen „core“ (Kern) und „comprehensive“ (Erweitert) sind Unternehmen nunmehr verpflichtet, **Informationen zu allen wichtigen Themen offenzulegen** („in accordance“) bzw. **haben die Möglichkeit, in Anlehnung an den GRI** („in reference“) zu berichten. Die neuen Standards sind folgende:
 - Die **Universalstandards** enthalten nun die Berichterstattung über Menschenrechte und Due Diligence im Einklang mit internationalen Erwartungen und gelten für alle Unternehmen.
 - Die neuen **Branchenstandards** ermöglichen eine konsistentere Berichterstattung zu branchenspezifischen Aspekten (einige davon sind öffentlich zugänglich, weitere in Arbeit).
 - Die für die Nutzung mit den überarbeiteten Universalstandards angepassten **Themenstandards** führen für ein bestimmtes Thema relevante Offenlegungen auf.
- Bitte beachten Sie, dass die Standards regelmäßig überprüft und aktualisiert werden. [Klicken Sie hier](#) für nähere Informationen.

Beispiele für finanzorientierte Berichterstattung

- **Sustainability Accounting Standards Board (SASB) und IFRS S1 & S2** – das **SASB** bietet branchenspezifische Nachhaltigkeitsberichtsstandards und -verfahren zur Bewertung der finanziellen Wesentlichkeit. SASB umfasst



- fast die gleichen Aspekte wie andere Berichterstattungsstandards, darunter auch GRI. SASB bewertet jedoch nicht die ESG-Leistung eines Unternehmens. Stattdessen verwenden institutionelle Anleger SASB-Metriken zur Bewertung von Risiko und Rendite hinsichtlich ESG-Faktoren.
 - SASB dient als Orientierung für die wichtigsten Nachhaltigkeitsaspekte in der Technologiebranche, in Form ihrer [herunterladbaren Wesentlichkeitskarte](#), die Bereiche wie Lieferkettenmanagement, Produktqualität und -sicherheit sowie Energiemanagement umfasst.
 - Zusätzlich kann mithilfe des [Materiality Finder](#) nach Branche – z. B. Technologie und Kommunikation – gefiltert werden, um finanziell wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte zu finden.

Hinweis: Im August 2022 hat das International Sustainability Standards Board (ISSB) die Verantwortung für die [SASB-Standards](#) übernommen. Das [ISSB](#) ist nunmehr verantwortlich für die [Pflege, Erweiterung und Weiterentwicklung der SASB-Standards](#). Um auf lange Sicht die SASB-Standards abzulösen, hat das ISSB zwei IFRS für die Nachhaltigkeitsberichterstattung veröffentlicht: [IFRS S1 – Allgemeine Anforderungen an Berichte über nachhaltigkeitsbezogene Finanzinformationen](#) und [IFRS S2 – Klimabezogene Berichte](#), die für Berichterstattungszeiträume ab dem 1. Januar 2024 in Kraft treten.

Das ISSB bestärkt weiterhin aktiv Vorbereiter und Anleger, die SASB-Standards, abrufbar unter sasb.org, zu nutzen. [Daher können Sie 2024 die neuen ISSB-Standards oder weiterhin die SASB-Standards nutzen.](#)

- **TCFD:** Die [Taskforce on Climate-related Financial Disclosures \(TCFD\)](#) (2015 vom FSB gegründet) empfiehlt, welche Informationen Unternehmen offenlegen sollten, damit Anleger, Kreditgeber, Versicherer und sonstige Stakeholder finanzielle Risiken und Auswirkungen durch den Klimawandel (finanzielle Wesentlichkeit) einschätzen können. Sie sind in vier thematische Bereiche gegliedert: Verwaltung, Strategie, Risikomanagement sowie Metriken und Ziele. Die TCFD gilt als bevorzugter Berichterstattungsmechanismus für die Regelung freiwilliger Klimaberichte und einige der in den USA, Europa und Asien erlassenen Vorschriften. Verglichen mit anderen [ESG](#)-Berichterstattungsmechanismen liegt der Fokus der TCFD jedoch nur auf Klima. Bitte klicken Sie hier, um den aktuellsten [TCFD-Statusbericht](#) für 2023 zu lesen.

Rater und Ranker

- **CDP: (ehemals Carbon Disclosure Project):** [CDP](#) ist eine im Vereinigten Königreich ansässige, seit 2000 tätige gemeinnützige Organisation mit Niederlassungen in 50 Ländern. Heute erstatten Städte, Staaten, Regionen und Unternehmen Bericht an CDP und vertreten über 90 Länder weltweit. Global gesehen ist die CDP-Berichterstattung das am häufigsten verwendete Rating-System für Nachhaltigkeits- und CO₂-Berichte. CDP unterstützt die Nutzung von SBTi.
- [Rate the Raters](#) möchte hilfreiche Erkenntnisse über ESG-Rating-Anbieter liefern, um sicherzustellen, dass die Branche ihr Versprechen einhält, Unternehmen zur Verantwortung zu ziehen und sie zu motivieren, ihre Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern. Bitte klicken Sie auf [„Rate the Raters Report 2023: ESG Ratings at a Crossroads“](#), um die neuesten Erkenntnisse über die von Anlegern und Unternehmen gewählten, wichtigsten Rating-Agenturen zu erhalten.
- [Ecovadis](#) ist eine international anerkannte Bewertungsplattform, die die Nachhaltigkeit von Unternehmen in vier Schlüsselkategorien bewertet: Umweltauswirkungen, Arbeit und Menschenrechte, Ethik und Beschaffungspraktiken.

Beispiele für Berichterstattungsmechanismen für Netto-Null-Zielsetzungen

- **SBTi:** [Science-based targets \(SBTs\)](#) zeigen Unternehmen und Finanzinstituten, wie stark und wie schnell sie ihre THG-Emissionen reduzieren müssen, um die schlimmsten Folgen des Klimawandels zu verhindern. Das Setzen wissenschaftlich fundierter Ziele wird durch Einbindung in den [CDP-Fragebogen und die CDP-Bewertung](#) zum Bestandteil der jährlichen Berichterstattung und der Dateninfrastruktur für institutionelle Anleger. [Klicken Sie hier](#),



- um das CDP-Geschäftsszenario für die Verwendung von SBTi anzusehen.
- Bitte [klicken Sie hier](#) für einen hilfreichen Artikel zu den wichtigsten Berichterstattungsmechanismen.

Nachhaltigkeitsvorschriften:

- Regierungen weltweit arbeiten neuerdings Gesetzgebung und Richtlinien für bestimmte Arten von Nachhaltigkeitsmeldungen aus, z. B. die [Proposed Rules on Climate-Related Disclosures der U.S. Securities and Exchange Commission](#) und die [Corporate Sustainability Reporting Directive der EU](#). Nähere Informationen erfragen Sie bitte bei Ihren Rechts- und Finanzberatern, da HP selbst keine Beratung zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften geben kann."



HP Ressourcen

- [HP Sustainable Impact Report 2022](#).
- **Wesentlichkeitsbericht:** Erfahren Sie, wie HP jährlich in seiner „Wesentlichkeitsbewertung“ Nachhaltigkeitsthemen priorisiert, und wie diese Begriffe [definiert](#) werden.
- **Amplify Impact Hub:** Im [Amplify Impact Hub](#) profitieren Sie von mehr als 25 Nachhaltigkeitsinitiativen für die 5 Nachhaltigkeitssäulen (Strategiegrundlagen, Nachhaltigkeit als Geschäftsmöglichkeit, Klimaschutz (Planet), Menschenrechte (Mensch) und Digitale Gleichstellung), mit denen Sie Ihre Nachhaltigkeitsauswirkungen auf die nächste Ebene führen können. Mehr darüber erfahren Sie im [Vorstellungsvideo zu Amplify Impact Hub](#).
- **HP Schulungen:**
 - **Informationen zu Schulungen:** Wenn Sie HP Schulungen absolvieren möchten, lesen Sie den [HP Amplify Impact Schulungs- und Badge-Leitfaden](#). Er enthält Informationen zur Registrierung für das [HP Partner Portal](#).
 - **Schulung zu den Grundlagen der Nachhaltigkeit:** [4-minütiges Video](#) | [30-minütige Webschulung](#)
 - In dieser Schulung erfahren Sie mehr über die Bedeutung der Nachhaltigkeit und ihre Schwerpunktbereiche. Zudem lernen Sie, durch welche Schritte Ihr Unternehmen nachhaltiger werden kann.



- ◦ **Schulung zu den Grundlagen der Nachhaltigkeit im Vertrieb:** Erfahren Sie mehr über die Nachhaltigkeitsstrategie von HP und wie Sie die Nachhaltigkeitsvorteile von HP Produkten Ihren Kunden am besten darstellen.
 - Das 1 x 1 der Nachhaltigkeit: [4-minütiges Video](#) Dieses Video soll Ihnen die Sustainable Impact Strategie von HP näherbringen. Es erläutert auch, wie HP mithilfe von Sustainable Impact Zielen seiner Verpflichtung nachkommt, einen positiven Einfluss für Planet, Mensch und Communitys auszuüben.
 - Informatik mit Sustainable Impact: [4-minütiges Video](#) | [30-minütige Webschulung](#). Erleben Sie das Engagement von HP für Nachhaltigkeit in Form von Strategien für nachhaltige Informatik und Reduzierung der Umweltauswirkungen. Anhand verschiedener Vertriebsszenarien erfahren Sie, wie Sie diese Informationen für Ihre Verkaufsgespräche nutzen können.
 - Drucken mit Sustainable Impact:: [4-minütiges Video](#) | [30-minütige Webschulung](#). Entdecken Sie die aktuellen Branchentrends hinsichtlich Nachhaltigkeit beim Druck und verstehen Sie die dahinterstehende Strategie von HP, diese zu erreichen. Sehen Sie sich eine Reihe von Vertriebsszenarien an und verstehen Sie, wie Sie Ihren Kunden bei der Nutzung des Mehrwerts der nachhaltigen Produkte und Services von HP im Printing-Bereich helfen können.
 - Vorteil von Sustainable Impact bei HP Supplies: [4-minütiges Video](#) | [30-minütige Webschulung](#). Verstehen Sie die aktuellen Nachhaltigkeitstrends für Supplies und machen Sie sich mit HPs Antwort auf diese Trends vertraut. Lernen Sie Vertriebsszenarien kennen, die Ihnen helfen, Ihren Kunden die Vorteile der von HP angebotenen Supplies mit Fokus auf Nachhaltigkeit näherzubringen.
- **Schulung „Nachhaltigkeit im Vertrieb – fortgeschrittene Kenntnisse“:** Lernen Sie die Prioritäten der Kunden kennen und helfen Sie ihnen beim Erreichen ihrer Nachhaltigkeitsziele durch Vertriebs- und Channel-Partner. Machen Sie sich mit verschiedenen Vertriebsszenarien vertraut, mit denen Sie im Kundengespräch konfrontiert werden können, und erlernen Sie den richtigen Umgang mit diesen Szenarien.
 - [Verstehen der Nachhaltigkeitsziele der Kunden](#): Verstehen Sie die Prioritäten eines Kunden im Bereich Nachhaltigkeit und beginnen Sie ein effektives Gespräch über Nachhaltigkeit, um gemeinsame Prioritäten mit dem Kunden zu entwickeln.
 - Vertrieb nachhaltiger Drucksysteme: [4-minütiges Video](#) | [30-minütige Webschulung](#) Entdecken Sie die aktuellen Branchentrends hinsichtlich Nachhaltigkeit beim Druck und verstehen Sie die dahinterstehende Strategie von HP, diese zu erreichen. Sehen Sie sich eine Reihe von Vertriebsszenarien an und verstehen Sie, wie Sie Ihren Kunden bei der Nutzung des Mehrwerts der nachhaltigen Produkte und Services von HP im Printing-Bereich helfen können.
 - Das weltweit nachhaltigste PC-Portfolio: [4-minütiges Video](#) | [30-minütige Webschulung](#) Erleben Sie das Engagement von HP für Nachhaltigkeit in Form von Strategien für nachhaltige Informatik und Reduzierung der Umweltauswirkungen. Anhand verschiedener Vertriebsszenarien erfahren Sie, wie Sie diese Informationen für Ihre Verkaufsgespräche nutzen können.
 - [Differenzierung durch Nachhaltigkeit](#): Entdecken Sie die Wettbewerbsvorteile von HP durch Nachhaltigkeit in verschiedenen Bereichen und erfahren Sie, wie Sie diese zur Umsatzsteigerung nutzen können.
 - [Einbindung von Nachhaltigkeit in Angebote – für mehr Aufträge](#): Verstehen Sie, wie Sie Kunden in verschiedenen Phasen des Verkaufszyklus von der Einbindung von Nachhaltigkeit in ihre Angebote überzeugen können.
 - [Umgang mit Nachhaltigkeitsgesprächen](#): Zeigen Sie, wie Nachhaltigkeit effektiv in ein Nachhaltigkeitsgespräch mit dem Kunden eingebunden werden kann.



- ◦ **Schulung „Befähigung von Mitarbeitern – Grundlagen“:** Mithilfe dieser HP Schulung können Sie Ihre Mitarbeiter über die Grundlagen von Vielfalt, Gleichstellung und Inklusion (Diversity, Equity, and Inclusion, DE&I) sowie Menschenrechte am Arbeitsplatz informieren.
- [HP Richtlinien und Standards](#)
- [HP Verhaltenskodex für Lieferanten](#)
- [HP Verhaltenskodex für Partner](#)
- [HP DE&I Strategy Playbook](#)
- [HP Jahresbericht zu moderner Sklaverei](#)
- [Leitfaden zu Wohlbefinden von Mitarbeitern](#)
- **Vertriebstools und -ressourcen:** HP hat ein umfassendes Tools- und Ressourcen-Paket entwickelt, das Sie bei der Maximierung Ihres Umsatzes mit Nachhaltigkeit und bei der Einreichung von Deals mithilfe des einfachen Formularverfahrens unterstützen soll.
 - [Ressourcenseite Erfassung von Nachhaltigkeitsverkäufen](#)
 - [HP Partnerleitfaden für die Erfassung von Nachhaltigkeitsverkäufen:](#) Stellen Sie sicher, dass Ihr Team anhand dieses Leitfadens verinnerlicht hat, was ein nachhaltig beeinflusster Deal ist.
 - [HP Kriterien für die nachhaltige Beschaffung von PCs](#)
 - [HP Kriterien für die nachhaltige Beschaffung von Druckern](#)
 - [HP Kriterien für die nachhaltige Beschaffung von Print Supplies](#)
 - Verfolgen Sie Ihren Fortschritt im Verfolgen Sie Ihren Fortschritt im [Amplify Impact hub](#).
 - [HP Leitfaden für nachhaltige IT-Beschaffung:](#) ein umfassender Leitfaden mit empfohlenen Einkaufskriterien zur Unterstützung von Beschaffern bei der Einbindung von Nachhaltigkeit in die Beschaffung von PCs, Druckern und Print Supplies sowie Bildgeräten.
 - [HP Sustainability Compliance Center \(SCC\)](#), das einen Helpdesk und Bewertungen zum Energieverbrauch beim Drucken zur Unterstützung von Deals ab 50.000 USD bietet.
 - [HP Nachhaltigkeitsanforderungen an Lieferanten](#).
 - [HP Amplify Impact Co-Marketing Toolkit](#).
 - [Amplify Impact Social Media Toolkit](#).
- **HP LIFE:** Das Programm [HP LIFE](#) (Learning Initiative for Entrepreneurs) der HP Foundation bietet kostenlose Schulungen für den Aufbau von Know-how im Business- und IT-Bereich für Start-ups, Studierende und kleine Unternehmen. HP LIFE bietet 32 Kurse in sieben Sprachen, die Themen zur Unterstützung von Start-ups und Innovationen sowie der Bereiche Kommunikation, Finanzen, Marketing und Betrieb abdecken. Zu den Bonusvorteilen gehören Abschlusszertifikate, „Train the Trainer“-Support und Webinare. HP LIFE kann Mitarbeiter dabei unterstützen, neue Fähigkeiten zu entwickeln – oder Fähigkeiten mit anderen zu teilen, indem sie an der Entwicklung neuer HP LIFE Kurse mitwirken.
- **HP Planet Partners Supplies-Recycling:** HP Planet Partners bietet Ihnen einfache und kostenlose Verfahren zum Recyceln von Original HP Tintenpatronen, Original HP Tonerkartuschen und Samsung Tonerkartuschen. HP Partner können Patronen und Kartuschen von Kunden abholen und zusammenfassen, um sie in größeren Mengen kostenlos zurückzugeben. Partner können aus den lokal verfügbaren Optionen wählen, einschließlich kostenloser Rücksendeetiketten, Kartons und Paletten. Weitere Details finden Sie unter hp.com/hprecycle.



- **Global Good:** Besuchen Sie die Plattform für Community-Projekte von HP namens [Global Good](#), um großartige NGOs für Freiwilligenprojekte zu entdecken. Sehen Sie sich auch das [Einführungsvideo](#) an.



Beispiele Für Nachhaltigkeitsstrategien

Neben den in diesen maßgeschneiderten Empfehlungen genannten Unternehmen gibt es viele weitere Unternehmen und Organisationen, die maßgeschneiderte Nachhaltigkeitsstrategien entwickelt haben – mehr erfahren Sie in „[Top 10: ESG Strategies from the World's Largest Companies](#)“ in diesem interessanten Artikel.

Im Folgenden sind einige Beispiele aufgeführt:

- **Abbott:** Der [Nachhaltigkeitsplan 2030](#) dieses Medizintechnikunternehmens konzentriert sich auf die Verbesserung des Zugangs und der Erreichbarkeit, die Umgestaltung der medizinischen Versorgung bei bestimmten Krankheiten und die Förderung der gesundheitlichen Chancengleichheit.
- **Rolland:** Dieser nachhaltige Papiererzeuger hat in seiner [Nachhaltigkeitsstrategie](#) die folgenden drei Säulen etabliert: ökologische Verantwortung, lebendige Arbeitsplätze und eine blühende Gemeinschaft sowie eine zirkuläre Wertschöpfungskette zur Faserrückgewinnung.
- **Sealed Air:** Dieses Verpackungsunternehmen hat seinen Plan basierend auf den folgenden [drei Säulen](#) entwickelt: Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks, Neukonzeption von Kundenlösungen und Wohl der Gesellschaft.
- **Schneider Electric** bietet eine Vielzahl nützlicher Informationen zu Nachhaltigkeitsstrategien, einschließlich des Videos „[The year of climate breakthroughs: Insights from companies on taking climate action](#)“.
- **P&G Ambition 2030** präsentiert die Nachhaltigkeitsstrategie von P&G und baut auf vier wissenschaftlich fundierten Säulen auf: Klima, Abfall, Wasser und Natur. Im September 2021 hat sich P&G ein neues Ziel gesetzt, bis 2040 Netto-Null-Treibhausgasemissionen innerhalb seines Betriebs und seiner Lieferkette, vom Rohstoff bis zum Einzelhändler, zu erreichen. P&G hat ebenfalls einen Climate Transition Action Plan veröffentlicht, der ein umfassendes Konzept für mehr Klimaschutz und eine Erläuterung der wichtigsten Herausforderungen enthält. Der [Climate Transition Action Plan](#) umfasst die gesamten Lebenszyklusemissionen von Produkten und Verpackung innerhalb der Lieferkette, des Betriebs, der Nutzung unserer Produkte durch Verbraucher und Produkte am Ende ihrer Lebensdauer.
- **Unilever Compass** ist eine Roadmap und Strategie mit einer ambitionierten Nachhaltigkeitsagenda, die Klimaschutz derart vorantreiben möchte, dass die Netto-Null erreicht wird, Kunststoffe reduziert werden, um eine abfallfreie Welt zu erreichen, Natur und Landwirtschaft erneuert und die Lebensstandards in der Wertschöpfungskette verbessert werden. Darüber hinaus liegt der Schwerpunkt auf der Nutzung von [Technologie für nachhaltigere Lieferketten](#), einschließlich Satellitenbildaufnahmen und Künstlicher Intelligenz, um besser zu verstehen, welche Regionen von Entwaldung bedroht sind und welche ein hohes Erneuerungspotenzial haben.



Literaturhinweise



- **Ziele der UN für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, UN SDGs):** Die [Ziele der UN für nachhaltige Entwicklung](#) (SDGs) wurden aufgestellt, um ein universelles Framework für die Beseitigung der Armut, den Schutz der Umwelt und die Sicherung von Wohlstand für alle zu schaffen. Viele Organisationen haben ihre Nachhaltigkeitsziele an den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen ausgerichtet, die eine nützliche „Blaupause“ dafür darstellen, wie die globalen Herausforderungen bis 2030 angegangen werden können. Ziehen Sie Maßnahmen in Betracht, die Ihr Unternehmen ergreifen kann, um negative Auswirkungen auf diese Ziele anzugehen und zu minimieren.

United Nations Sustainable Development Goals index

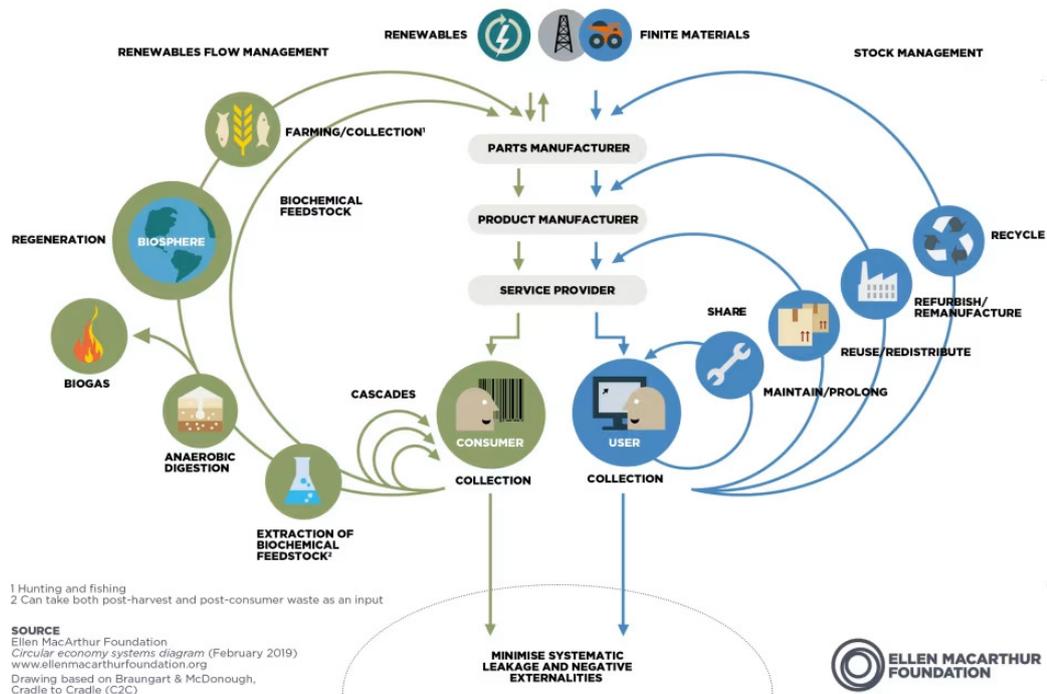
At HP, we support the United Nations 2030 Sustainable Development Goals (SDGs) and recognize the importance of contributing to a more sustainable future. We have existing programs that contribute to the progress of 16 of the 17 goals, and continue to drive innovations that help achieve them. We aim to enable our stakeholders and partners to contribute toward more equitable, inclusive, and sustainable development. We have taken this reporting a step further by reporting against the SDG Ambition Benchmarks developed by the UN Global Compact. These benchmarks allow HP to further demonstrate how HP aligns actions to the SDGs.

<p>Goal 1: End poverty in all its forms everywhere</p> <p>HP's actions: Education; Community giving and volunteerism</p>	<p>Goal 6: Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all</p> <p>SDG Ambition Benchmark: • Net-positive water impact in water-stressed basins</p> <p>HP's actions: Water; Supply chain; Water; HP operations</p>	<p>Goal 11: Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable</p> <p>HP's actions: Community giving and volunteerism</p>	<p>Goal 15: Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss</p> <p>SDG Ambition Benchmark: • Land degradation neutrality including zero deforestation</p> <p>HP's actions: Forests</p>
<p>Goal 2: End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture</p> <p>HP's actions: No major programs at this time.</p>	<p>Goal 7: Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all</p> <p>HP's actions: Carbon; Supply chain; Carbon; HP operations; Carbon; Product use</p>	<p>Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns</p> <p>SDG Ambition Benchmarks: • Zero waste to landfill and incineration • Zero discharge of hazardous pollutants and chemicals • 100% sustainable material inputs that are renewable, recyclable or reusable</p> <p>HP's actions: Waste; Supply chain; Waste; HP operations; Circularity; Materials; Forests</p>	<p>Goal 16: Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels</p> <p>SDG Ambition Benchmark: • Zero incidences of bribery</p> <p>HP's actions: Governance and accountability; Supply chain workers; Ethics and anti-corruption</p>
<p>Goal 3: Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages</p> <p>HP's actions: Process chemicals; Our employees; Health and safety; Our employees; Wellbeing; Product safety</p>	<p>Goal 8: Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all</p> <p>SDG Ambition Benchmark: • 100% of employees across the organization earn a living wage</p> <p>HP's actions: Supply chain workers; Supplier diversity; Education; Community giving and volunteerism</p>	<p>Goal 13: Take urgent action to combat climate change and its impacts</p> <p>SDG Ambition Benchmark: • Science-based emissions reduction in line with a 1.5°C pathway</p> <p>HP's actions: Carbon footprint; HP's path to net zero emissions by 2040; Carbon; Supply chain; Carbon; HP operations; Carbon; Product use</p>	<p>Goal 17: Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development</p> <p>HP supports the UN SDGs, the UN Global Compact, GRI, and other global efforts to advance sustainable development.</p>
<p>Goal 4: Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all</p> <p>HP's actions: Education; Community giving and volunteerism</p>	<p>Goal 9: Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation</p> <p>HP's actions: Design for circularity; Environmental management; HP operations</p>	<p>Goal 14: Conserve and sustainably use the oceans, sea and marine resources for sustainable development</p> <p>SDG Ambition Benchmark: • 100% resource recovery with all materials and products recovered and recycled or reused at end of use</p> <p>HP's actions: Product reuse and recycling vendors; Recycled content; Ocean-bound plastics; Renewable materials</p>	
<p>Goal 5: Achieve gender equality and empower all women and girls</p> <p>SDG Ambition Benchmarks: • Gender balance across all levels of management • Equal pay for work of equal value</p> <p>HP's actions: Employee development; Compensation and benefits; Diversity, equity, and inclusion</p>	<p>Goal 10: Reduce inequality within and among countries</p> <p>HP's actions: Supplier diversity; Our communities; Education; Community giving and volunteerism</p>		

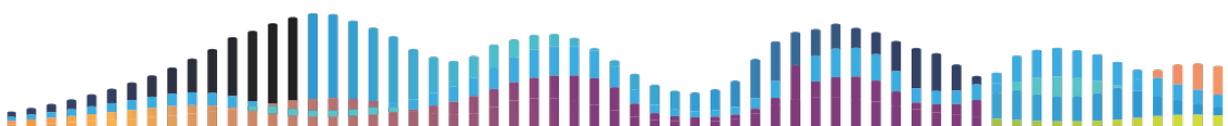
- **Journey to a Sustainable Business (der Business Case für Nachhaltigkeit):** Bei der neuesten Umfrage von ERM unter 150 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen mit einem weltweiten Jahresumsatz zwischen 2 Mrd. und 42 Mrd. US-Dollar wurde ermittelt, wie Führungskräfte Nachhaltigkeit derzeit in ihren eigenen Unternehmen sehen und ob sie auf die schnell wachsende Bedeutung der Nachhaltigkeit für – und ihren immer größeren Einfluss auf – ihr Unternehmen vorbereitet sind. In der Umfrage haben 38 % der Befragten angegeben, dass die Strategie, KPIs und Ziele ihrer Organisation bereits auf Nachhaltigkeitszielen basieren.
- **Ceres Roadmap 2030:** Diese [Roadmap](#) bietet einen 10-Jahres-Aktionsplan, der Unternehmen dabei unterstützt, neue Geschäftsrealitäten und den beschleunigten Übergang zu einer gerechteren und nachhaltigeren Wirtschaft strategisch zu steuern. Die Roadmap enthält Empfehlungen zu den Themen Klima, Wasser und natürliche Ressourcen, gerechte und integrative Wirtschaft, strategische Planung, Rechenschaftspflicht von Unternehmen, Transparenz und Offenlegung sowie Systemwechsel.
- **Projekt Drawdown:** Ausgehend von der Veröffentlichung von Drawdown, einer bahnbrechenden Arbeit über Lösungen zur Umkehrung der globalen Erwärmung, enthält „[Projekt Drawdown](#)“ jetzt Frameworks, Programme und Partnerschaften zur Förderung von Klimaschutzlösungen.



- **Ellen MacArthur Foundation:** Die [Ellen MacArthur Foundation](#) hat es sich zum Ziel gesetzt, den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft zu beschleunigen, also zu einer Wirtschaft, die von Natur aus restaurativ und regenerativ ist, wie in diesem [kurzen Video](#) erläutert. Sie zielt darauf ab, Produkte, Komponenten und Materialien jederzeit hinsichtlich Nutzung und Wert auf dem höchsten Stand zu halten. HP hat sich für einen „Full-Circle“-Ansatz für seine Produkte und Services entschieden und ist dazu übergegangen, eher Dienstleistungen als Produkte zu verkaufen.



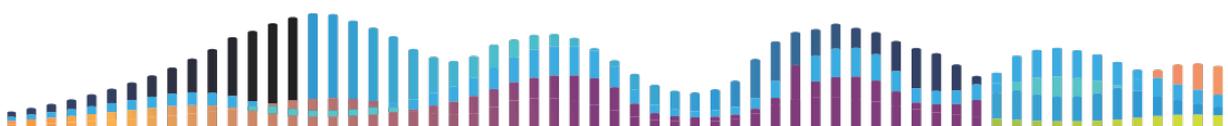
- **GRI - Why Business Risk and ESG Accountability go Hand-in-hand:** GRI über die Notwendigkeit, gesellschaftlich-ökologische Auswirkungen bei Geschäftstätigkeiten zu berücksichtigen, und die Bedeutung zuverlässiger und transparenter Berichterstattung.
- **EcoVadis - Sustainability as a Leading Indicator of Business Performance:** EcoVadis hebt die aufgrund der Erwartungen von Stakeholdern zunehmende Bedeutung der obligatorischen Berichterstattung für ESG-Metriken hervor. Das Hauptaugenmerk liegt auf proaktiven Strategien und maßgeschneiderten Bewertungen zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung im Einklang mit sich verändernden Standards und Stakeholder-Anforderungen.
- **The Uninhabitable Earth: Life After Warming:** In diesem Buch sind die erwarteten Auswirkungen des Klimawandels im Verlauf des 21. Jahrhunderts beschrieben.
- **Was bedeutet „Nachhaltigkeit“ im Geschäftsbereich? (das Geschäftsszenario für Nachhaltigkeit) - Nachhaltigkeit als Geschäftsmöglichkeit** thematisiert zwei Hauptkategorien: (i) Die Auswirkungen des Geschäfts auf die Umwelt und (ii) die Auswirkungen des Geschäfts auf die Gesellschaft. Das Ziel einer nachhaltigen Geschäftsstrategie ist ein positiver Einfluss auf einen dieser beiden Bereiche. Wenn Unternehmen keine Verantwortung übernehmen, kann das Gegenteil eintreten und zu Problemen wie Umweltzerstörung, Ungleichheit und sozialer Ungerechtigkeit führen.



- **HP 2022 Sustainable Impact Report:** HP's [HPs Sustainable Impact Report 2022](#) betont, welche Fortschritte das Unternehmen macht, um den Klimaschutz voranzubringen, eine leistungsstarke Kultur der Vielfalt, Gleichheit und Inklusion zu schaffen und die digitale Kluft zu überwinden.
- **SustainAbility Institute by ERM:** Das [SustainAbility Institute by ERM](#) ist die primäre Plattform von ERM für Thought Leadership im Bereich Nachhaltigkeit. Das Institut identifiziert innovative Lösungen für globale Nachhaltigkeitsherausforderungen, indem es umsetzbare Erkenntnisse für Unternehmen bereitstellt und kritische Nachhaltigkeitsherausforderungen anspricht, mit denen Führungskräfte im Privatsektor und politische Entscheidungsträger konfrontiert sind.
- **SustainAbility Institute by ERM - 2023 Trends:** Dieser [ERM-Bericht](#) beschreibt die Fortschritte einiger Unternehmen hin zu einer gerechteren und nachhaltigeren Welt und benennt die Trends, um Einzelpersonen und Organisationen Anstöße für Maßnahmen zu geben.
- **SustainAbility Institute by ERM - Net Zero:** ERM und EDF+Business haben in [Gesprächen und einer Umfrage](#) ermittelt, vor welchen Hindernissen Unternehmen beim Erreichen ihrer Klimaziele stehen und mithilfe welcher Katalysatoren sie diese überwinden können.
- **SustainAbility Institute by ERM - A Better Blueprint for Corporate Climate Scenario Analysis:** Das SustainAbility Institute by ERM bietet [einen 6-Schritte-Ansatz](#) für internationale Unternehmen zur Bewertung unterschiedlicher, potenzieller und zukünftiger klimabezogener Risiken und Chancen. Darüber hinaus bietet es neue Ideen zum Umgang mit Fragen zum Klimawandel, darunter eine stärkere Einbeziehung von Stakeholdern, die Nutzung von Narrativen und eine klarere Formulierung von wahrscheinlichen, realen Geschäftsauswirkungen durch den Klimawandel.
- **SustainAbility Institute by ERM - Natural Climate Solutions and the Voluntary Carbon Market:** Ein [neuer Leitfaden](#) vom SustainAbility Institute by ERM und der Natural Climate Solutions Alliance, Natural Climate Solutions and the Voluntary Carbon Market, bietet eine umfassende Übersicht über Möglichkeiten verbunden mit Natural Climate Solutions (NCS) und ihrer zahlreichen sozioökonomischen Vorteile für lokale Gemeinden und die gesamte Gesellschaft.
- **Triple Bottom Line:** Die Methode [Triple Bottom Line](#) ist eine auf Nachhaltigkeit basierende Bilanzierungsmethode, deren Fokus auf den drei Dimensionen Soziales, Ökonomie und Ökologie liegt. Der Triple Bottom Line-Ansatz unterscheidet sich von traditionellen Berichts-Frameworks dahingehend, dass er ökologische und soziale Aspekte einbezieht, die oft schwer messbar sind.
- **The Climate Dictionary:** [The Climate Dictionary](#) ist eine Ressource zum besseren Verständnis des Klimawandels für jeden. Es nutzt einfache Sprache, Grafiken und Geschichten, um komplexe Ideen zum Klimaschutz zu erläutern, um so Menschen mit Wissen auszustatten und zu Maßnahmen für die Bekämpfung des Klimawandels anzuregen.
- **UNESCO – Digital Divide and Community Engagement:** Gemäß der [Global Education Coalition](#) haben sich mehr als drei Viertel der nationalen Fernlernlösungen während der Hochzeit der COVID-19-Pandemie ausschließlich auf Online-Plattformen gestützt. Immerhin 465 Millionen Kinder und Jugendliche oder fast 47 % aller Grund- und Sekundarschüler hatten jedoch keinen Zugriff auf diese Plattformen, da sie zuhause über keinen Internetanschluss verfügen.



- **United Nations Women's Empowerment Principles:** Die Women's Empowerment Principles (WEPEs), die von UN Global Compact und UN Women eingeführt wurden, sind eine Reihe von Grundsätzen, die Unternehmen Anleitung bei der Förderung der Geschlechtergleichstellung und der Stärkung der Rolle der Frau bieten. Die WEPEs basieren auf internationalen Arbeits- und Menschenrechtsstandards und sind in der Erkenntnis verwurzelt, dass Unternehmen ein Interesse an und eine Verantwortung für die Geschlechtergleichheit und Frauenförderung am Arbeitsplatz, auf dem Markt und in der Gemeinschaft haben. HP gehört zu den Unterzeichnern der WEPEs, denen zufolge auch eine hochrangige Position in der Unternehmensführung für die Geschlechtergleichheit zu etablieren, die Gleichstellung durch Gemeinschaftsinitiativen zu fördern und öffentlich über Fortschritte zu berichten ist.
- **Weltwirtschaftsforum – Global Risks Report 2023:** Das Weltwirtschaftsforum veröffentlicht einen jährlichen Bericht zu kritischen globalen Risiken mit entsprechender Bewertung. Der [aktuellste Bericht](#) erläutert die schwerwiegendsten Risiken innerhalb der nächsten zehn Jahre. Da uns eine Ära geringen Wachstums und geringer Zusammenarbeit bevorsteht, bringen schwierige Zugeständnisse den Klimaschutz, die menschliche Entwicklung und zukünftige Resilienz in Gefahr.
- **Weltwirtschaftsforum – Measuring Stakeholder Capitalism:** IBC und das WEF haben in Zusammenarbeit mit Deloitte, EY, KPMG und PwC eine Reihe von [universellen, wichtigen ESG-Kriterien](#) identifiziert und Offenlegungen empfohlen, die sich in den gängigen Jahresberichten von Unternehmen auf einheitlicher Grundlage über Branchen und Länder hinweg widerspiegeln könnten. Die Kriterien sollten überprüfbar und sicher sein, um die Transparenz und Abstimmung zwischen Unternehmen, Investoren und allen Beteiligten zu verbessern.
- **World Economic Forum - Towards Resilient Economies:** Das Weltwirtschaftsforum bietet [geschäftliche Rahmenbedingungen](#) für praktische Hilfestellung an, um auf systemische Weise Chancengleichheit zu fördern.
- **Net Positive - How Courageous Companies Thrive by Giving More Than They Take:** In diesem Buch erläutert der ehemalige Unilever-CEO Paul Polman, gemeinsam mit Nachhaltigkeitsexperte Andrew Winston, die Blaupause für den einmaligen Erfolg von Unilever hinsichtlich Nachhaltigkeit und finanziellem Wachstum, um zu bestätigen, dass die Zukunft profitablen Geschäfts in der Lösung globaler Herausforderungen liegt. Das Buch hinterfragt traditionelle Unternehmensnormen und tritt dafür ein, dass Unternehmen, indem sie mehr zur Welt beisteuern als sie nehmen, florieren und so Innovation, Vertrauen und langanhaltenden Erfolg durch gesellschaftliche und ökologische Verantwortung erreichen.
- **The Sustainability Scorecard - How to Implement and Profit from Unexpected Solutions:** In diesem Buch stellt Autor Paul Anastas eine wissenschaftliche fundierte Sustainability Scorecard basierend auf den Grundsätzen grüner Chemie vor, damit Unternehmen inhärent nachhaltige und profitable Produkte und Abläufe entwickeln können. Indem sie Nachhaltigkeit nicht als lästige Pflicht, sondern als zentrales Designelement betrachten, können Firmen unerwartete Innovationen, Marktexpansion und langfristigen Mehrwert schaffen und Nachhaltigkeit mit Profitabilität und Unternehmensstrategie vereinbaren.
- **Chief Sustainability Officers at Work – How CSOs Build Successful Sustainability and ESG Strategies:** Dieses Buch von Chrissa Pagitsas enthält exklusive Interviews mit Chief Sustainability Officers der Fortune 500, in denen sie ihre Strategien für die Verbesserung der ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen bei gleichzeitiger Steigerung des Ertrags und im Umgang mit diversen Herausforderungen erläutern. Es bietet Einblicke, welche vielfältigen Wege diese Menschen eingeschlagen haben, und dient als Leitfaden für Führungskräfte, angehende CSOs und Interessierte an der Einbindung von Nachhaltigkeit in Geschäfte.
- **The Sustainable Business Book - Building a resilient modern business in 6 steps:** In diesem Buch beschreiben Kevin Duncan und Sarah Duncan (2023) eine praktische Roadmap für Unternehmen, unabhängig von ihrer Größe, wie sie ihre Nachhaltigkeit mithilfe einer Reihe durchführbarer Schritte, hergeleitet aus selbstreflektierenden Fragen, steigern können. Es dient als zentraler Leitfaden für Geschäftsinhaber und Manager, die nachhaltige Praktiken einführen und in den kommenden zehn Jahren ihre Relevanz und Resilienz beibehalten möchten.

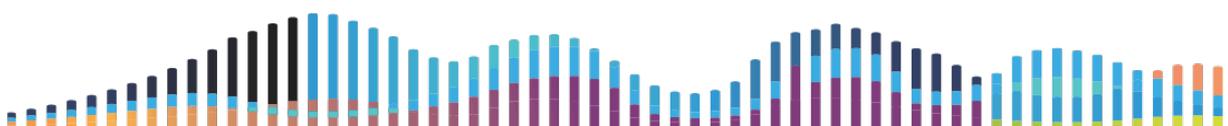


- **Sustainability Is the New Advantage - Leadership, Change, and the Future of Business:** In diesem Buch benennt Peter McAteer die Fähigkeiten, Best Practices und neuen Ideen, die es braucht, um eine neue Generation bei der Gründung, beim Aufbau und Management nachhaltiger Organisationen zu unterstützen.



Glossar Und Definitionen

- **Beste Mehrwert:** Traditionell ist der niedrigste Preis der Hauptfaktor, der in der Beschaffung bei der Auswahl berücksichtigt wird. Beim Beschaffungsansatz nach dem besten Mehrwert können auch andere Faktoren wie Qualität sowie soziale und umweltbezogene Leistungskriterien in die Beurteilung und Auswahl einfließen.
- **CO2-Fußabdruck:** Ein CO2-Fußabdruck bestimmt die Menge der durch die Geschäftstätigkeit Ihrer Organisation emittierten Treibhausgase. Durch die Beschleunigung der globalen Erwärmung und den zunehmenden Druck auf Unternehmen, ihre Emissionen zu reduzieren, wird dies zu einem zentralen Instrument für ein nachhaltiges und erfolgreiches Unternehmen.
- **CDP: (Carbon Disclosure Project):** CDP ist eine im Vereinigten Königreich ansässige, seit 2000 tätige gemeinnützige Organisation mit Niederlassungen in 50 Ländern. Heute erstatten Städte, Staaten, Regionen und Unternehmen Bericht an CDP und vertreten über 90 Länder weltweit. Global gesehen ist die CDP-Berichterstattung das am häufigsten verwendete Rating-System für Nachhaltigkeits- und CO2-Berichte.
- **Kreislaufwirtschaft:** Verantwortungsvoller Umgang mit Produkten und Services zur Reduzierung von Abfällen und Unterstützung der nachhaltigen Nutzung natürlicher Ressourcen durch intelligentere Designkriterien und Geschäftsmodelle, die die Brauchbarkeit und Langlebigkeit von Produkten und Ressourcenoptimierung fördern.
- **Engagement für die Gemeinschaft:** Das Engagement für die Gemeinschaft bezieht sich auf die Pflege guter Beziehungen zu lokalen Gemeinschaften durch Partnerschaften, Veranstaltungen usw.
- **Investitionen in die Gemeinschaft:** Investitionen in die Gemeinschaft bezeichnet die Unterstützung der Gemeinschaft durch Unternehmensspenden und ehrenamtliche Tätigkeiten.
- **CSRD:** Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der EU verlangt von Unternehmen die Berichterstattung über die Auswirkungen von Unternehmensaktivitäten auf die Umwelt und Gesellschaft sowie die Auditierung (Absicherung) der gemeldeten Informationen.
- **Datenschutz und Cyber-Sicherheit:** Bezieht sich auf das Sammeln, Speichern und Nutzen von sensiblen oder vertraulichen Kundendaten und auf die Risiken in Verbindung mit Vorfällen, durch die personenbezogene Daten preisgegeben werden können. Dies wird als Nachhaltigkeitsthema betrachtet, weil im Zusammenhang mit dem Eigentum an den Daten und der Zustimmung zu ihrer Verwendung Fragen zu Ethik und Menschenwürde aufgeworfen werden können.
- **Digitale Kluft:** Der Begriff „Digitale Kluft“ beschreibt den ungleichen Zugang verschiedener Bevölkerungsgruppen zu Computern und Internet. Diejenigen, die keinen Zugang haben, können in der Gesellschaft benachteiligt sein, weil sie nicht in der Lage sind, digitale Ressourcen wie den Zugang zu Ressourcen im Internet und Online-Bewerbungen zu nutzen.
- **Vielfalt, Gleichheit und Inklusion (Diversity, Equity, and Inclusion (DE&I)):** Vielfalt bezieht sich auf die Kombination unterschiedlicher Identitätsmarker und Merkmale wie Hautfarbe, ethnische Zugehörigkeit, Geschlechtsidentität, sexuelle Orientierung, Klasse/Kaste, Religion, Familienstand sowie geistige und körperliche Fähigkeiten. Gleichheit bezieht sich auf Gleichbehandlung, gleichen Zugang und Chancengleichheit. Inklusion bezeichnet ein Umfeld, in dem sich alle willkommen und motiviert fühlen.



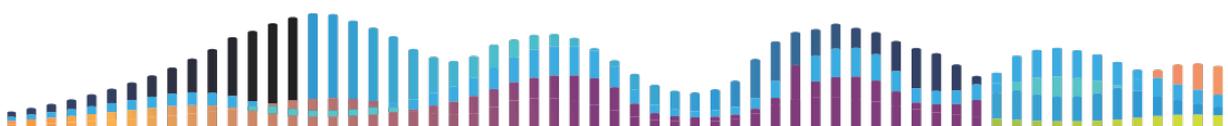
- **Doppelte Wesentlichkeit:** der Zusammenschluss von Wesentlichkeit der Auswirkungen und finanzieller Wesentlichkeit. Ein Nachhaltigkeits- oder ESG-Aspekt gilt als doppelt wesentlich, wenn er aufgrund seiner Auswirkungen in Bezug auf den Umweltschutz und/oder aus finanzieller Sicht wesentlich ist.
- **Umweltzeichen:** Die Kennzeichnung durch Umweltzeichen ist eine freiwillige Methode der Zertifizierung und Kennzeichnung der Umweltleistung, die weltweit praktiziert wird. Umweltzeichen kennzeichnen Produkte oder Services, die innerhalb einer bestimmten Kategorie nachweislich unter Umweltgesichtspunkten vorzuziehen sind.
- **Energiemanagement:** Bezieht sich auf die Verfolgung des Energieverbrauchs und der Energieeinsparungen durch Ihr Unternehmen.
- **Ende der Lebensdauer:** Dies bezieht sich auf das Ende des Lebenszyklus eines Produktes, das nicht mehr funktioniert oder nicht mehr brauchbar ist und daher der Entsorgung oder dem Recycling zugeführt wird.
- **Forest Stewardship Council® (FSC):** Der Forest Stewardship Council® (FSC) ist eine führende Umweltorganisation, die durch ihre Zertifizierungsstandards für Holz und Holzprodukte (einschließlich Papier) eine nachhaltige Forstwirtschaft fördert.
- **Future Fit:** Future Fit ist ein wissenschaftlich fundiertes Framework für Nachhaltigkeitsberichte. Die kostenlosen Tools von Future Fit unterstützen Unternehmen dabei, auf die aktuellen ökologischen und sozialen Probleme zu reagieren.
- **DSGVO:** Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ist ein europaweites Gesetz, das Organisationen im Umgang mit personenbezogenen Daten größere Verpflichtungen auferlegt.
- **Global Reporting Institute (GRI):** Die Global Reporting Initiative formuliert die GRI-Standards, eine Reihe von modularen, miteinander verbundenen Reporting-Standards, die auf verschiedene Themen von wesentlicher Bedeutung anzuwenden sind. Das GRI bildet das derzeit am weitesten verbreitete Framework für die Veröffentlichung von ökologischen, sozialen und Governance-Informationen.
- **Ziele:** Eins der Ziele ist ein messbarer, zeitlich gebundener Zielwert, den ein Unternehmen durch anhaltende Maßnahmen und Handlungen beizubehalten versucht.
- **Treibhausgasemissionen:** Treibhausgasemissionen (einschließlich CO₂, N₂O und CH₄) tragen zum Treibhauseffekt bei, der zur globalen Erwärmung und den damit verbundenen negativen Auswirkungen auf die Umwelt und die menschliche Gesundheit führt.
- **Greenhouse Gas Protocol (GHG):** Das GHG Protocol erarbeitet umfassende globale und standardisierte Rahmenbedingungen für die Messung und das Management von Treibhausgasemissionen durch Unternehmen im privaten und öffentlichen Sektor, Wertschöpfungsketten und Eindämmungsmaßnahmen.
- **Greenwashing:** Greenwashing ist eine irreführende oder vage Behauptung ohne Beleg für ihre Korrektheit. Das Risiko von Greenwashing kann durch fehlende Transparenz oder Verifizierung steigen.
- **Interoperabilität:** Interoperabilität möchte die Herausforderungen der ESG-Berichtsmechanismen bewältigen und für die Kompatibilität und Harmonisierung verschiedener Standards sorgen.
- **International Sustainability Standards Board (ISSB):** die IFRS Foundation kündigte, nach einer starken Marktnachfrage, am 3. November 2021 bei der COP26 in Glasgow die Gründung des ISSB an. Das ISSB entwickelt – aufgrund des öffentlichen Interesses – Standards für das Schaffen einer hochwertigen, umfassenden, globalen Baseline für an die Anforderungen von Anlegern und die Finanzmärkte angepasste Nachhaltigkeitsberichte.
- **Key Performance Indicator (KPI):** Ein Key Performance Indicator (KPI) ist ein messbarer Wert, der zeigt, wie effektiv eine Organisation die wichtigsten Geschäftsziele umsetzt. Organisationen verwenden KPIs auf mehreren Ebenen, um ihren Erfolg bei der Einhaltung von Zielen zu bewerten.
- **Richtlinie:** Eine Richtlinie ist ein Dokument, das Anleitung für die Arbeitsweise des Unternehmens sowie die Rollen und Verantwortlichkeiten festlegt.



- **Beschaffung:** Aktivität des Erwerbs von Waren und Dienstleistungen von Lieferanten. Der Beschaffungsprozess berücksichtigt den gesamten Zyklus – von der Bedarfsermittlung bis zum Ablauf eines Dienstleistungsvertrags oder dem Ende der Nutzungsdauer von Waren, einschließlich Entsorgung. Sourcing ist ein Teil des Beschaffungsprozesses, der die Planung, die Festlegung von Spezifikationen und die Auswahl von Lieferanten beinhaltet.
- **Product-as-a-service (PaaS):** Product-as-a-Service ist ein Geschäftsmodell, bei dem Services in Bereichen angeboten werden, die traditionell als Produkt verkauft wurden. Ein Servicemodell bietet kontinuierliche Interaktion mit dem Kunden einschließlich Support. Services können auch die Möglichkeit bieten, ein Produkt regelmäßig gegen ein anderes oder neueres Modell auszutauschen.
- **RBA:** Im Verhaltenskodex der RBA wurden Standards festgelegt, um sicherzustellen, dass die Arbeitsbedingungen in der Elektronikbranche und den zugehörigen Lieferketten sicher sind, Mitarbeiter mit Respekt und Würde behandelt werden und Geschäftsabläufe umweltbewusst und ethisch einwandfrei sind.
- **RFP:** Ein Request for Proposal (RFP) ist ein Geschäftsdokument, das eine Organisation, häufig eine Regierungsbehörde oder ein großes Unternehmen, einreicht, um ein formelles Angebot von potenziellen Anbietern für eine gewünschte IT-Lösung einzuholen. Der RFP enthält die Anforderungen des Kunden und Kriterien für die Bewertung von Angeboten sowie häufig den Hintergrund des ausschreibenden Unternehmens, Lösungsspezifikationen, Bewertungskriterien und eine Leistungsbeschreibung mit Umfang und Lieferzeiten. Darüber hinaus enthält er Vorgaben für Bieter hinsichtlich des Angebotsformats und Anweisungen für das Verfassen der Antwort.
- **Science-based targets (SBTs)** zeigen Unternehmen und Finanzinstituten, wie stark und wie schnell sie ihre THG-Emissionen reduzieren müssen, um die schlimmsten Folgen des Klimawandels zu verhindern.
- **Vertriebsaktivitäten:** Von Vertriebsteams durchgeführte Maßnahmen, um ihre Vertriebsziele zu erreichen.
- **SMART-Ziele:** SMART-Ziele sind Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Timely (spezifisch, messbar, erreichbar, realistisch und zeitgebunden). Dieses Tool zur Zielbewertung kann Sie dabei unterstützen sicherzustellen, dass Ihre Unternehmensziele jeweils innerhalb eines realistischen Zeitrahmens erreichbar sind.
- **Strategieplan:** Unternehmen mit einem Nachhaltigkeitsstrategieplan verfügen über Programme, Richtlinien und Ziele sowie eine transparente Berichterstattung zu einer Reihe priorisierter Themen.
- **Verhaltenskodex für Lieferanten:** Ein Verhaltenskodex für Lieferanten ist ein Dokument, mit dem sichergestellt werden soll, dass die Lieferanten eines Unternehmens für sichere Arbeitsbedingungen sorgen und Mitarbeiter respektvoll und fair behandeln. Derartige Dokumente beinhalten auch Arbeitsstandards und ethische Grundsätze und häufig Informationen zu Umweltauswirkungen.
- **Nachhaltigkeits- und EHS-Zertifizierungen:** Nachhaltigkeits- und EHS-Zertifizierungen bringen zum Ausdruck, dass ein Unternehmen bestimmte akzeptierte Standards und Kriterien erfüllt, die in der Regel im Zusammenhang mit einem angemessenen Umwelt-, Betriebs- und Personalmanagement stehen. Zertifizierung werden normalerweise von Wirtschaftsverbänden oder internationalen Organisationen entwickelt und verliehen
- **Nachhaltigkeitsprogramme:** Nachhaltigkeitsprogramme können Aktivitäten mit folgenden Schwerpunkten umfassen: Umwelt (z. B. Recycling, Energieverbrauch, Abfallreduzierung, Verpackungen), Menschen (z. B. Vielfalt, Gleichheit und Inklusion, Gesundheit und Wohlergehen), Gemeinschaft (z. B. ehrenamtliche Tätigkeit) oder Governance (z. B. Geschäftsethik und Datenschutz).



- **Nachhaltigkeit:** Nachhaltigkeit konzentriert sich darauf, die Bedürfnisse der Gegenwart zu befriedigen, ohne die Fähigkeit zukünftiger Generationen zu beeinträchtigen, ihre eigenen Bedürfnisse zu erfüllen. Das Konzept der Nachhaltigkeit basiert für gewöhnlich auf drei Grundpfeilern: Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Nachhaltigkeit motiviert Unternehmen, Entscheidungen zu treffen, die auf langfristigen finanziellen Erfolg und ein Risikomanagement ausgerichtet sind, das soziale und ökologische Wertschöpfung berücksichtigt – anstatt zugunsten von kurzfristig realisierbaren Gewinnen langfristige Risiken und Chancen zu ignorieren.
- **Nachhaltigkeitsbezogene Aktivitäten:** Nachhaltigkeitsbezogene Aktivitäten können Programme oder Initiativen mit folgenden Schwerpunkten umfassen: Umwelt (z. B. Energieverbrauch, Abfallreduzierung, Verpackungen), Menschen (z. B. Vielfalt, Gleichheit und Inklusion, Gesundheit und Wohlergehen), Gemeinschaft (z. B. ehrenamtliche Tätigkeit) oder Governance (z. B. Geschäftsethik und Datenschutz).
- **Sustainable Accounting Standards Board (SASB):** Die Standards des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) sind branchenspezifische Standards, die ursprünglich für öffentliche Unternehmen entwickelt wurden, um entscheidungsrelevante Nachhaltigkeitsinformationen für Investoren offenzulegen. Die Standards decken ein breites Spektrum an ökologischen, sozialen und Governance-Faktoren ab, die die finanzielle Leistung von Unternehmen beeinflussen können.
- **Nachhaltige Beschaffung:** Bei der nachhaltigen Beschaffung fließen Nachhaltigkeitsüberlegungen in Beschaffungsprozesse ein, um den Schutz von Gesellschaft und Umwelt sicherzustellen und negative Auswirkungen zu begrenzen.
- **Task force on Climate Related Disclosure (TCFD):** Die vom Financial Stability Board (FSB) gegründete TCFD entwickelt Empfehlungen für die Arten von Informationen, die Unternehmen gegenüber Anlegern, Kreditgebern und Versicherern offenlegen sollten, damit diese eine bestimmte Reihe von Risiken in Bezug auf den Klimawandel angemessen bewerten und einschätzen können.
- **Gesamtbetriebskosten:** Eine bilanzielle Bewertung des Finanzmanagements, die Käufer und Eigentümer dabei unterstützen soll, die direkten und indirekten Kosten eines Produkts oder Systems im Laufe der Zeit zu ermitteln. In Bezug auf die IT sind in den Gesamtbetriebskosten die Kosten für die Anschaffung von Hardware und Software, Management und Support, Kommunikation, Ausgaben für Endbenutzer und Wartung sowie die Opportunitätskosten für Ausfallzeiten, Schulungen und andere Produktivitätsverluste enthalten.
- **United Nations Global Compact (UNGC):** Der UNGC ist ein Framework für Unternehmen mit zehn Schlüsselprinzipien, die sich auf Menschenrechte, Arbeit, Umwelt und Korruptionsbekämpfung konzentrieren. Diese zehn Prinzipien leiten sich aus Frameworks wie der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, der Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation zu den Grundprinzipien und Grundrechten am Arbeitsplatz, der Rio-Erklärung über Umwelt und Entwicklung und dem Übereinkommen der Vereinten Nationen gegen Korruption ab.
- **Ziele der UN für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs):** Die Ziele der UN für nachhaltige Entwicklung (SDGs) wurden aufgestellt, um ein universelles Framework für die Beseitigung der Armut, den Schutz der Umwelt und die Sicherung von Wohlstand für alle zu schaffen. Jedes der 17 Ziele beinhaltet spezifische Vorgaben, die bis 2030 erreicht werden sollen, und die Agenda als Ganzes wurde von allen Ländern der Vereinten Nationen angenommen. Die Ziele wurden zwar für die Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen formuliert, aber sie bieten einen sektorübergreifendes globales Framework, um die dringendsten Bedürfnisse der Welt in wirtschaftliche Lösungen umzusetzen.
- **Karte der Wertschöpfungskette:** Eine Karte der Wertschöpfungskette zeigt die gesamte Bandbreite der Aktivitäten, die für die Herstellung und den Verkauf von Produkten oder Services erforderlich sind, und umfasst alle Inputs, Geschäftsaktivitäten und Outputs, die einen Mehrwert schaffen.



- **Abfallmanagement:** Aktivitäten, die für ein durchgängiges Management von Unternehmensabfällen von der Entstehung bis zur endgültigen Entsorgung erforderlich sind, einschließlich Sammlung, Transport und Aufbereitung.

This Report has been prepared by HP for the exclusive use and benefit of the client to whom it is addressed. The report is provided solely for the client's information, and it is intended for the client's internal use only. It is not intended as legal, financial, tax, environmental, social or governance (ESG), or any other professional advice. The Client should not rely on the information in this Report as a substitute for professional advice relevant to client's specific circumstances. HP makes no representation or warranties that the recommendations made are suitable for any particular purpose or use. The Client acknowledges that it is using the Report at its own risk and that it is responsible for independently assessing the suitability of the Report for its intended purposes. HP draws your attention to the fact that the present Report is not a substitute for any mandatory sustainability filings that would be required as per application of local applicable laws and for which you should seek the services of a qualified professional for such legal or professional advice.

