

Musterfirma GmbH

Wettbewerbsvergleich zu Nachhaltigkeitsaktivitäten

Branche: Software

Ein Angebot der uptodate Ventures GmbH
Ausgestellt am 01.02.2023



Auf einen Blick

1. Zielsetzung

Das Nachhaltigkeits-Benchmarking ermöglicht Ihnen die Einordnung Ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten im Vergleich zu Ihren Mitbewerbern. Sie können sowohl Stärken und Alleinstellungsmerkmale bezüglich Ihrer Branche identifizieren, als auch Bereiche, in denen Sie aktiv werden sollten, um den Anschluss an Branchenstandards zu halten.

2. Methodik

Grundlage des Benchmarkings sind die von Ihnen gemachten Angaben im Online-Assessment. Wir vergleichen Ihre Antworten mit den Angaben Ihrer Mitbewerber, die ebenfalls aus der Branche Software sind und bis zu 250 Mitarbeiter:innen haben.

3. Zentrale Aussagen

Ihre Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit entsprechen **exakt dem Durchschnitt der Branche**. Sie setzen ähnlich viele Maßnahmen um wie Ihre Konkurrenten.



Im Bereich Umwelt sind Sie besser als der Durchschnitt.



Im Bereich Soziales liegen Sie etwas hinter der Konkurrenz zurück.



Im Bereich Unternehmensführung liegen Sie genau im Branchendurchschnitt.

Hier sind Sie besser als die Konkurrenz Ihre Top 3 Stärken	Hier besteht Verbesserungspotenzial Ihre Top 3 Entwicklungsfelder
<ul style="list-style-type: none">• Es wird mindestens 1x pro Jahr eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt.• Geschäftsreisen werden emissionsarm durchgeführt.• Mitarbeiter:innen führen mindestens 1x pro Halbjahr Feedback-Gespräche durch.	<ul style="list-style-type: none">• Jährliche Veröffentlichung eines freiwilligen Nachhaltigkeitsberichts• Festlegung klarer Nachhaltigkeitsziele im Unternehmen.• Berücksichtigung der Stakeholder-Interessen (Kunden, Partner, Investoren) hinsichtlich Nachhaltigkeit.

4. Nächste Schritte

Nutzen Sie die in [Kapitel 5](#) beschriebene Inspiration der Aktivitäten Ihrer Mitbewerber, um Ihre Verbesserungspotenziale in die Realität umzusetzen.

Nächste Schritte

Wir empfehlen Ihnen als nächsten Schritt nach dem Benchmarking die Erstellung einer Nachhaltigkeits-Strategie. Warum? Jetzt, wo Sie wissen, wo andere Ihnen voraus sind, kann die Strategie helfen, Lücken zu schließen und gezielt Maßnahmen zu ergreifen.

Inhaltsverzeichnis

1. Ziel und Methodik	4
1.1 Zielsetzung und Mehrwert	4
1.2 Methodik	4
2. Ihre Vergleichsgruppe	5
3. ESG Score Vergleich: Der Branchenvergleich auf einen Blick	6
4. Ihre Top 5 Stärken und Entwicklungsfelder	8
4.1 Ihre Stärken im Vergleich zum Branchendurchschnitt	8
4.2 Ihre Verbesserungspotentiale	8
5. Inspiration: Diese Maßnahmen setzen Ihre Mitbewerber um	10
6. Branchenvergleich einzelner Nachhaltigkeitsaktivitäten	13
7. Kontakt / Nächste Schritte	19
8. Glossar	20

1. Ziel und Methodik

1.1 Zielsetzung und Mehrwert

Das Benchmarking unterstützt Sie bei der individuellen **Einordnung Ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten im Vergleich zu Ihren Mitbewerbern**. Dies ermöglicht nicht nur die Identifikation von **Stärken** und Alleinstellungsmerkmalen gegenüber Firmen aus Ihrer Branche und Größe, sondern auch die Identifikation und gezielte Verbesserung von **Schwächen**, um den **Anschluss an Branchenstandards** zu halten.

Des Weiteren stellen wir Ihnen eine Liste von **Maßnahmen zur Verfügung, die Ihre Mitbewerber in den Bereichen Ihrer Entwicklungsfelder umsetzen**. Sie können daraus Inspiration für Ihre Firma schöpfen, welche Maßnahmen Sie ergreifen können, um mit Ihrer Konkurrenz Schritt zu halten.

1.2 Methodik

Grundlage des Benchmarkings sind die von Ihnen gemachten Angaben im Online-Assessment. Wir vergleichen Ihre Antworten mit den Angaben Ihrer Mitbewerber aus Ihrer Branche mit ähnlicher Mitarbeiter-Anzahl. Detaillierte Informationen zu Ihrer Vergleichsgruppe finden Sie in [Kapitel 2](#).

Wir stützen uns auf die drei Kriterien Umwelt (Environment), Soziales (Social) und Unternehmensführung (Governance), die von den Vereinten Nationen (United Nations, UN) eingeführt wurden. Zudem beruht die Auswertung auf europäischen Nachhaltigkeitsstandards, den *European Sustainability Reporting Standards (ESRS)*.

Eine Erklärung der Begrifflichkeiten ESG und ESRS finden Sie im [Glossar](#).

2. Ihre Vergleichsgruppe

Ihre individuelle Vergleichsgruppe umfasst 15 Firmen aus Ihrer Branche und derselben Unternehmensgröße. Mit einer Zahl von 15 Firmen kann mit einer angemessenen Wahrscheinlichkeit eine bedeutende Aussage getroffen werden.

In Ihrem Fall sind alle Unternehmen aus der Branche Software und haben weniger als 250 Mitarbeiter:innen. Die Vergleichsgruppe setzt sich aus den folgenden Firmen zusammen:

- **Firma 1:** Ein Softwareanbieter, der sich auf die Digitalisierung von Standards und Normen im Bereich Nachhaltigkeit spezialisiert hat, um Berichterstattungsprozesse zu vereinfachen. Ziel ist es, Unternehmen zu ermöglichen, einfacher nachhaltiger zu wirtschaften.
- **Firma 2:** Seit 2001 entwickelt dieses Unternehmen leistungsfähige, innovative Softwarelösungen in den Bereichen Business Applications, Application Integration und Data Solutions. Ihr Portfolio umfasst Cloud-Migration, CRM-Systeme und die Modernisierung der Applikationslandschaft.
- **Firma 3:** Ein Softwareengineering Unternehmen, das sich auf die Entwicklung und Beratung für individuelle Softwarelösungen konzentriert.
- **Firma 4:** Dieses Unternehmen bietet Beratung in Business Intelligence, Data Science & Big Data und Projekt- sowie Organisationsentwicklung. Spezialisiert auf Controllingsysteme, Datenanalyse, Reporting und Optimierung von Geschäftsprozessen.
- **Firma 5:** Das Unternehmen entwickelt individuelle Software und IT-Lösungen für verschiedene Branchen und setzt dabei auf ganzheitliche Softwareentwicklung.
- **Firma 6:** Ein IT-Dienstleister mit 25 Jahren Erfahrung, spezialisiert auf Softwareentwicklung, Business Process Management, Application Integration und Beratung.
- **Firma 7:** Hilft Unternehmen, einen zukunftsorientierten Blick auf ihre Zahlen zu werfen, indem es interne und externe Datenquellen verknüpft und KI-Methoden zur Datenauswertung nutzt. Bietet Lösungen in Predictive Analytics und visuelle Cockpits.
- **Firma 8:** Bietet mit dem Kommunalen Wirtschafts-Informationen-System KWIS eine führende Softwarelösung für Unternehmensbetreuung, Gewerbeflächenvermarktung, Standortmarketing und Projektmanagement.
- **Firma 9:** Bietet externe IT-Prüfung und Zertifizierung sowie prüfungsnahe Beratung in Berlin, mit Schwerpunkt auf Governance, Compliance Management und IT Security.
- **Firma 10:** Ein Dienstleistungsunternehmen im Bereich Identity und Access Management, das Unternehmen verschiedener Branchen berät und Lösungen für IAM-Strategien entwickelt und umsetzt.
- **Firma 11:** Spezialisiert auf Softwaretests und Qualitätssicherungsmaßnahmen, bietet Beratung zur Prozessverbesserung und Testservices an, um die Zuverlässigkeit und Performance von Softwareprodukten sicherzustellen.
- **Firma 12:** Ein führendes Beratungsunternehmen für Business Intelligence, Big Data und Advanced Analytics, das umfangreiche Dienstleistungen von der Strategieberatung bis zur Implementierung und Schulung anbietet.
- **Firma 13:** Eine Unternehmensberatung für Outsourcing, Cloud sowie Big Data & AI, die Unternehmen bei der digitalen Transformation unterstützt, einschließlich Cloud- und Sourcing-Strategien sowie IT-Kostenoptimierung.
- **Firma 14:** Ein Systemintegrator für industrielle Digitalisierung, spezialisiert auf IIoT, Automation und Machine Vision. Entwickelt maßgeschneiderte Softwarelösungen für die Produktion und den Maschinenbau.
- **Firma 15:** Bietet Softwarelösungen für verantwortungsvolle Unternehmensführung, einschließlich CSR-, ESG-, Impact- und Compliance Management.

Aus Datenschutzgründen sind die Firmennamen nicht aufgeführt.

3. ESG Score Vergleich: Der Branchenvergleich auf einen Blick

Der ESG-Score zeigt den Status-Quo in den drei Nachhaltigkeits-Bereichen Umwelt (E), Soziales (S) und Unternehmensführung (G) im Vergleich zu Ihren Mitbewerbern auf. Weitere Informationen zu den drei Bereichen ESG finden Sie im [Glossar](#).

Ihr Ergebnis im Vergleich

	uptodate Ventures GmbH	Durchschnitt Vergleichsgruppe
Gesamt	6,8	6,8
Umwelt Score = E	5,0	4,2
Sozialer Score = S	6,1	7,3
Unternehmensführung Score = G	9,8	9,8

Ihr **Gesamtscore** liegt genau im Branchendurchschnitt. Sie schneiden insgesamt ähnlich ab wie Ihre Mitbewerber und setzen ähnlich viele Aktivitäten in diesem Bereich um.

- Im Bereich **Umwelt** sind Sie besser als der Durchschnitt.
- Im Bereich **Soziales** liegen Sie etwas zurück.
- Im Bereich **Unternehmensführung** liegen Sie im Branchendurchschnitt.

4. Ihre Top 5 Stärken und Entwicklungsfelder

4.1 Ihre Stärken im Vergleich zum Branchendurchschnitt

Nach Ihren Angaben zeichnet sich Ihr Unternehmen durch diese Nachhaltigkeits-Aktivitäten aus, während viele Ihrer Mitbewerber aus der Vergleichsgruppe diese Aktivitäten aktuell nicht umsetzen. Nutzen Sie diese Alleinstellungsmerkmale und heben Sie sich positiv von der Konkurrenz ab.

90% der Unternehmen setzen die folgenden Maßnahmen NICHT um, Sie jedoch schon:

- Es wird mindestens 1x pro Jahr eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt.

80% der Unternehmen setzen die folgenden Maßnahmen NICHT um, Sie jedoch schon:

- Geschäftsreisen werden emissionsarm durchgeführt.
- Mitarbeiter:innen führen mindestens 1x pro Halbjahr Feedback-Gespräche durch.

70% der Unternehmen setzen die folgenden Maßnahmen NICHT um, Sie jedoch schon:

- Es gibt einen etablierten Prozess für Betroffenenanfragen.

60% der Unternehmen setzen die folgenden Maßnahmen NICHT um, Sie jedoch schon:

- Mitarbeiter:innen wurden sensibilisiert/geschult, Energie zu sparen.

4.2 Ihre Verbesserungspotentiale

Auf Basis Ihrer Angaben setzt Ihr Unternehmen die folgenden Nachhaltigkeits-Aktivitäten aktuell *nicht* um, während die Mehrzahl Ihrer Mitbewerber diese Maßnahmen durchführen. Nutzen Sie diese Potenziale und halten Sie den Anschluss an Branchenstandards.

100% der Unternehmen setzen die folgenden Maßnahmen um, Sie jedoch nicht:

- Jedes Jahr wird ein freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.*

90% der Unternehmen setzen die folgenden Maßnahmen um, Sie jedoch nicht:

- Es wurden klare Nachhaltigkeitsziele im Unternehmen festgelegt.

70% der Unternehmen setzen die folgenden Maßnahmen um, Sie jedoch nicht:

- Interessen der Stakeholder (Kunden, Partner, Investoren) hinsichtlich Nachhaltigkeit werden berücksichtigt.

60% der Unternehmen setzen die folgenden Maßnahmen um, Sie jedoch nicht:

- Nachhaltigkeits-Aspekte werden im Risikomanagement berücksichtigt.
- Mitarbeiter:innen arbeiten an einem ergonomischen Arbeitsplatz.

Wir empfehlen Ihnen diese 5 Verbesserungspotenziale umzusetzen, um den Anschluss an Branchenstandards zu halten:

1. Jährliche Veröffentlichung eines freiwilligen Nachhaltigkeitsberichts
2. Festlegung klarer Nachhaltigkeitsziele im Unternehmen
3. Berücksichtigung von Stakeholderinteressen (Kunden, Partner, Investoren) hinsichtlich Nachhaltigkeit
4. Berücksichtigung von Nachhaltigkeits-Aspekten im Risikomanagement
5. Bereitstellung von ergonomischen Arbeitsplätzen

** Ein Großteil der Firmen unserer Datenbank besteht aus Firmen, die einen DNK-Bericht (Bericht nach den Standards des Deutschen Nachhaltigkeitskodex) veröffentlicht haben. Daher ist der Prozentsatz bei der Berichterstattung nahe 100%.*

5. Inspiration: Diese Maßnahmen setzen Ihre Mitbewerber um

In den in [Kapitel 4.2](#) genannten Verbesserungspotentialen sind Ihnen Ihre Mitbewerber einen Schritt voraus. Wir zeigen Ihnen, welche konkreten Maßnahmen Ihre Mitbewerber innerhalb dieser Bereiche umsetzen. Dabei gehen wir konkret auf je ein Beispielunternehmen ein, um Ihnen Inspiration mitzugeben, wie Sie sich in diesen Bereichen konkret verbessern können.

Es handelt sich nicht in allen 5 Fällen um dasselbe Beispielunternehmen. Wir wählen pro Entwicklungsfeld jeweils das bestmögliche Beispielunternehmen aus, das einen hohen Detailgrad und eine Relevanz für Ihre Unternehmenssituation aufweist.

1. **Jährliche Veröffentlichung eines freiwilligen Nachhaltigkeitsberichts**

Ein Beispielunternehmen aus dem Sektor Technologie und Kommunikation veröffentlicht jährlich einen freiwilligen Nachhaltigkeitsbericht. Dieser wird nach dem Standard des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erstellt und durch das sogenannte "GRI-Leistungsindikatoren Set" mit quantitativen Indikatoren ergänzt. Vor dem Erstellen des ersten Berichts hat das Beispielunternehmen durch eine Wesentlichkeitsanalyse die für das Unternehmen relevanten Nachhaltigkeitsthemen bestimmt. Auf diesen Themen liegt ein besonderer Fokus im jährlichen Bericht, weshalb die Wesentlichkeit regelmäßig auf mögliche Änderungen geprüft wird. Für die Erstellung des Berichts findet sich jährlich eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe zusammen, um die Tiefe und Vollumfänglichkeit des Berichts sicherzustellen. Durch die jährliche Berichterstattung wird stetig der Status Quo sowie die geplante Strategie bezüglich der Nachhaltigkeitsbemühungen des Unternehmens transparent für die Stakeholder zur Verfügung gestellt, was die Zusammenarbeit mit berichtspflichtigen Partnerunternehmen vereinfacht.

2. **Es wurden klare Nachhaltigkeitsziele im Unternehmen festgelegt**

Ein Beispielunternehmen aus dem Sektor Technologie und Kommunikation hat klare Nachhaltigkeitsziele festgelegt, die sich an den Handlungsfeldern aus der Unternehmensstrategie, den Wünschen der Stakeholder und der Wesentlichkeitsanalyse orientieren. Diese Ziele werden ohne Priorisierung verfolgt, da sie alle als gleich wichtig erachtet werden. Zur Kontrolle des Erreichungsgrades der Ziele finden regelmäßige Treffen statt, sowohl auf operativer Ebene alle vier Wochen als auch auf strategischer Ebene alle drei Monate. Diese Schritte sind besonders wichtig für Unternehmen im Technologie- und Kommunikationssektor, da sie eine transparente und verantwortungsbewusste Unternehmensführung fördern und sicherstellen, dass Nachhaltigkeit in alle Geschäftsprozesse integriert wird. Dadurch können sie nicht nur ihre eigene Zukunftsfähigkeit sichern, sondern auch positiv zur gesellschaftlichen Entwicklung beitragen.

3. **Berücksichtigung von Interessen der Stakeholder (Kunden, Partner, Investoren)**

hinsichtlich Nachhaltigkeit

Ein Beispielunternehmen aus dem Sektor Technologie und Kommunikation hat die Interessen seiner Stakeholder hinsichtlich Nachhaltigkeit berücksichtigt, indem es eine Umfeldanalyse durchgeführt hat. Diese Analyse fand im Rahmen regelmäßiger Strategietagungen statt, bei denen die wichtigsten Anspruchsgruppen identifiziert wurden. Mithilfe einer Mindmap wurden die Stakeholder, ihre Einflussnahme sowie die sich daraus ergebenden Chancen und Risiken dargestellt und bewertet. Das Unternehmen hat einen kontinuierlichen Dialog mit seinen Kunden und Mitarbeitern gepflegt, um Erwartungen und Reaktionen auf die Unternehmens- und Nachhaltigkeitspolitik aufzunehmen. Interne Umfragen und der Customer Effort Score wurden ausgewertet, um die Nachhaltigkeitsziele zu operationalisieren und deren Erreichungsgrad zu kontrollieren. Zusätzlich engagiert sich das Unternehmen in lokalen Gremien und Arbeitskreisen, wie dem der IHK, um den Dialog mit dem gesellschaftlichen und unternehmerischen Umfeld zu fördern. Diese Schritte sind besonders wichtig für Technologie- und Kommunikationsunternehmen, da sie auf ein wachsendes Bewusstsein und Erwartungen der Stakeholder in Bezug auf nachhaltiges Wirtschaften reagieren müssen.

4. **Nachhaltigkeits-Aspekte werden im Risikomanagement berücksichtigt**

Ein Beispielunternehmen aus dem Sektor Technologie und Kommunikation hat Nachhaltigkeitsaspekte in sein Risikomanagement integriert, indem es zunächst analysiert hat, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit hat. Diese Analyse umfasste sowohl positive als auch negative Wirkungen. Die gewonnenen Erkenntnisse sind in die eigenen Prozesse eingeflossen, um eine langfristige Ausrichtung des strategischen Portfolios zu gewährleisten und dieses an den sich ändernden Bedarf des Marktes anzupassen. Die Vernetzung in lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Gremien unterstützt dabei, relevante Entwicklungen und Risiken frühzeitig zu erkennen und in die Unternehmensstrategie einzubeziehen. Dies ist besonders wichtig in einem sich schnell entwickelnden Sektor wie dem der Technologie und Kommunikation, wo Innovation und Anpassungsfähigkeit entscheidend sind. Durch die Einbeziehung von Nachhaltigkeitsaspekten in das Risikomanagement kann das Unternehmen potenzielle Risiken frühzeitig erkennen und Maßnahmen zur Risikominimierung ergreifen, was zur langfristigen Sicherung des Unternehmenserfolgs beiträgt.

5. **Bereitstellung eines ergonomischen Arbeitsplatzes (z.B. höhenverstellbare Tische) für Mitarbeiter:innen**

Ein Beispielunternehmen aus dem Sektor Technologie und Kommunikation hat ergonomische Arbeitsplätze für seine Mitarbeiter:innen geschaffen. Dazu wurden alle Arbeitsplätze regelmäßig auf Arbeitssicherheit geprüft und nach ergonomischen Gesichtspunkten gestaltet. Zusätzlich konnten die Mitarbeitenden ergonomische Arbeitsmittel wie Mäuse, Tastaturen und Desk Stands sowohl für den Büroarbeitsplatz als auch für das mobile Arbeitsumfeld erhalten. Dies ist besonders wichtig in der Technologiebranche, die oft mit langen Sitzzeiten und intensiver Bildschirmarbeit

verbunden ist. Ergonomische Arbeitsplätze tragen dazu bei, körperliche Beschwerden wie Rückenschmerzen oder Sehstörungen zu vermindern, was wiederum die Produktivität und das Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen steigert. Durch die Bereitstellung solcher Arbeitsbedingungen zeigt das Unternehmen seine Wertschätzung für das Wohlergehen seiner Belegschaft und fördert eine nachhaltige Arbeitsumgebung. Dies kann auch dazu beitragen, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen und zu halten, was in der schnelllebigen Technologiebranche von großer Bedeutung ist.

6. Branchenvergleich einzelner Nachhaltigkeitsaktivitäten

Im Folgenden wird jede Antwortoption einzeln betrachtet und Ihre Auswahl mit der Auswahl der Vergleichsgruppe verglichen. Die Aktivitäten sind **farblich** markiert:

Stärke: Sie machen die Nachhaltigkeits-Aktivität, die meisten anderen nicht. Hier heben Sie sich positiv von den Mitbewerbern ab, weiter so.

Entwicklungspotenzial: Sie machen die Aktivität NICHT, die meisten anderen schon. Ggf. könnten diese Aktivitäten auch für Ihr Unternehmen sinnvoll sein, um den Anschluss zu halten.

Neutral: Die meisten anderen machen es genauso wie sie.

Aktivität	Ihre Auswahl	Auswahl Vergleichsgruppe	
Wie ist Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen verankert?			
Wir haben eine Nachhaltigkeitsstrategie.	Ja	Ja: 100% Nein: 0%	
Wir haben klare Nachhaltigkeitsziele für unser Unternehmen.	Nein	Ja: 93% Nein: 7%	
Es gibt spezielle Arbeitsgruppen, Initiativen oder Programme zur Förderung von Nachhaltigkeitsbemühungen, an denen Mitarbeiter:innen teilnehmen können.	Ja	Ja: 73% Nein: 27%	
Wir lassen auch die Interessen unserer Stakeholder (Kunden, Partner, Investoren) hinsichtlich Nachhaltigkeit einfließen.	Nein	Ja: 73% Nein: 27%	
Nachhaltigkeits-Aspekte werden in unserem Risikomanagement berücksichtigt.	Nein	Ja: 60% Nein: 40%	
Unser Geschäftsmodell beruht auf nachhaltigen Produkten / Dienstleistungen.	Ja	Ja: 60% Nein: 27%	
Wir haben eine:n Nachhaltigkeitsbeauftragte:n (Teil/Vollzeit) bzw. eine Person, die das Thema begleitet.	Ja	Ja: 40% Nein: 60%	
Wir haben einen Verhaltenskodex, der soziale und ökologische Nachhaltigkeit einschließt.	Ja	Ja: 40% Nein: 60%	
Wir ermutigen unsere Mitarbeiter:innen stets ethisch zu handeln, auch wenn dies zu Geschäftseinbußen führen kann.	Nein	Ja: 13% Nein: 87%	
Kommunizieren Sie das Thema Nachhaltigkeit transparent an relevante Stakeholder?			
Wir veröffentlichen jährlich einen freiwilligen Nachhaltigkeitsbericht, der nach Standards erstellt wird.	Nein	Ja: 100% Nein: 0%	
Wir kommunizieren unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten verständlich und transparent auf unserer Website.	Nein	Ja: 60% Nein: 40%	
Wir kommunizieren unsere Nachhaltigkeitsbemühungen in Marketingkampagnen.	Nein	Ja: 0% Nein: 100%	

Aktivität	Ihre Auswahl	Auswahl Vergleichsgruppe	
Existieren Mitarbeiteranreize für nachhaltiges Handeln?			
Es gibt einen Ort an dem sich Mitarbeiter:innen zum Thema Nachhaltigkeit informieren, austauschen und Ideen teilen können (virtuell oder in Person).	Ja	Ja: 80% Nein: 20%	
Es gibt "Green Benefits" (z.B. JobRad, ÖPNV-Zuschuss, Bahn Card, Ladepunkt für E-Autos, Hafermilch für die Kaffeemaschine, fairtrade Snacks etc.).	Ja	Ja: 47% Nein: 53%	
Boni sind an nachhaltige Ziele gekoppelt.	Nein	Ja: 33% Nein: 67%	
Wir bieten (bezahlte) Freistellungen für unsere Mitarbeiter, um sich an sozialen oder ökologischen Projekten zu beteiligen.	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	
ZIELE: Haben Sie Ziele und Maßnahmen zum Thema Klimawandel in Ihrem Unternehmen?			
Wir haben das Ziel, klimaneutral zu werden und arbeiten daran.	Ja	Ja: 87% Nein: 13%	
Wir sind klimaneutral oder klimapositiv (durch CO2-Kompensation).	Nein	Ja: 0% Nein: 100%	
Wir sind klimaneutral oder klimapositiv (durch Einsparung und CO2-Kompensation).	Nein	Ja: 0% Nein: 100%	
MESSEN: Welche Faktoren berücksichtigen Sie, wenn Sie Ihren CO2-Ausstoß gemäß dem Greenhouse Gas Protocol messen?			
Scope 1 - Emissionen (z.B. aus eigenen Anlagen zur Energieerzeugung).	Ja	Ja: 73% Nein: 72%	
Scope 2 - Emissionen (aus eingekaufter Energie und Wärme).	Ja	Ja: 73% Nein: 72%	
Scope 3 - Emissionen (z.B. aus Transport, gekauften Waren, Investitionen, Reisen).	Ja	Ja: 47% Nein: 53%	
REDUZIEREN: Versuchen Sie, Emissionen Ihrer vor- oder nachgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3) zu reduzieren?			
Ja, wir haben Maßnahmen, um den Pendelverkehr unserer Mitarbeiter zu reduzieren oder nachhaltiger zu gestalten.	Ja	Ja: 93% Nein: 7%	
Ja, wir investieren nicht in emissionsintensive Kategorien (z.B. Investments Öl, Kohle, etc.).	Ja	Ja: 40% Nein: 60%	
Ja, Zulieferer/Dienstleister/Auslieferer wählen wir nach CO2-Intensivität aus, bzw. halten diese an CO2 zu reduzieren.	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	

Aktivität	Ihre Auswahl	Auswahl Vergleichsgruppe	
Wie machen Sie Geschäftsreisen?			
Mit einem Mix aus Auto und Zug (ohne Flugreisen).	Nein	Ja: 33% Nein: 67%	
Mit einem Mix aus Auto, Zug und Flugreisen.	Nein	Ja: 20% Nein: 80%	
Meist (> 90%) mit dem Auto.	Nein	Ja: 13% Nein: 87%	
Meist (> 90%) mit dem Zug oder E-Auto.	Ja	Ja: 13% Nein: 87%	
Wir haben kaum/keine Geschäftsreisen (< 10/Jahr).	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	
Haben Sie einen Fuhrpark?			
Nicht zutreffend: Wir haben keinen Fuhrpark.	Ja	Ja: 47% Nein: 53%	
Ja, mit fast ausschließlich (> 90%) Verbrenner-Fahrzeugen.	Nein	Ja: 33% Nein: 67%	
Ja, mit Hybridfahrzeugen.	Nein	Ja: 13% Nein: 87%	
Ja, bestehend aus einem Mix aus Fahrzeugen (< 50% Verbrenner-Fahrzeuge).	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	
Beziehen Sie Ökostrom?			
Ja, mit regenerativem Anteil.	Ja	Ja: 67% Nein: 33%	
Ja, 100% regenerativ.	Nein	Ja: 27% Nein: 73%	
Wir erzeugen selbst Strom aus regenerativen Quellen.	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	
Haben Sie Maßnahmen zur Reduktion Ihres Energieverbrauchs ergriffen?			
Ja, durch Verhaltensänderung: Unsere Mitarbeiter wurden sensibilisiert/geschult Energie zu sparen.	Ja	Ja: 40% Nein: 60%	
Ja, durch smarte Hilfsmittel (Zeitschaltuhr, etc.).	Nein	Ja: 13% Nein: 87%	
Wie heizen Sie Ihre Büroflächen/Betriebsstätten/im Betrieb?			
Mit Erdgas.	Nein	Ja: 40% Nein: 60%	
Mit Fernwärme.	Ja	Ja: 40% Nein: 60%	
Mittels Wärmepumpe und/oder Solarthermie.	Nein	Ja: 13% Nein: 87%	
Mit Heizöl.	Nein	Ja: 13% Nein: 87%	

Aktivität	Ihre Auswahl	Auswahl Vergleichsgruppe	
Im Büroalltag: Handelt Ihr Unternehmen allgemein ressourcenschonend?			
Ja, wir haben Maßnahmen zur Mehrfachnutzung/Wiederverwertung etabliert.	Ja	Ja: 73% Nein: 27%	
Ja, wir haben papierintensive Prozesse digitalisiert.	Ja	Ja: 60% Nein: 40%	
Ja, wir erkunden Wege, um den Kauf neuer Produkte zu vermeiden, bevor wir diese einkaufen.	Nein	Ja: 13% Nein: 87%	
Im Büroalltag: Sind Ihre Produkte fairtrade, bio und umweltschonend?			
Ja, unser Bürobedarf (z.B. Papier, Stifte).	Nein	Ja: 33% Nein: 67%	
Ja, Lebensmittel (z.B. Kaffee, Obst, Süßigkeiten).	Nein	Ja: 13% Nein: 87%	
Im Büroalltag: Achtet Ihr Unternehmen besonders stark auf die Vermeidung von Abfall, insbesondere Plastik?			
Ja, wir trennen im Büroalltag anfallenden Müll (teilweise)	Ja	Ja: 67% Nein: 33%	
Ja, durch Verhaltensänderung: Unsere Mitarbeiter wurden zur Plastik- und Müllvermeidung sensibilisiert/geschult.	Nein	Ja: 33% Nein: 67%	
Ja, wir trennen im Büroalltag anfallenden Müll (streng)	Nein	Ja: 33% Nein: 67%	
Gibt es Maßnahmen, um über das Wohlbefinden der Mitarbeiter:innen informiert zu bleiben und direktes Feedback einzuholen?			
Ja, Mitarbeiter:innen können selbständig Vorschläge einbringen und umsetzen.	Ja	Ja: 73% Nein: 27%	
Ja, gewisse Entscheidungen werden in Gremien / Arbeitsgruppen mit Mitarbeiterbeteiligung getroffen.	Ja	Ja: 73% Nein: 27%	
Ja, Feedback-Gespräche (mind. 1x pro Halbjahr).	Ja	Ja: 20% Nein: 80%	
Ja, Mitarbeiterbefragungen (mind. 1x pro Jahr).	Ja	Ja: 7% Nein: 93%	
Haben Sie Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf getroffen?			
Wir haben Home-Office und/oder Remote-Working-Angebote.	Ja	Ja: 80% Nein: 20%	
Wir haben flexible Arbeitszeiten.	Ja	Ja: 73% Nein: 27%	
Teilzeit ist bei uns möglich.	Ja	Ja: 73% Nein: 27%	
Wir haben Führungspositionen in Teilzeit bzw. bieten die Möglichkeit.	Nein	Ja: 40% Nein: 60%	

Aktivität	Ihre Auswahl	Auswahl Vergleichsgruppe	
Wir fördern oder unterstützen Kinderbetreuungsmöglichkeiten.	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	
Wir haben Überstundenausgleich (finanziell oder Freizeitausgleich) ab der ersten Stunde.	Nein	Ja: 0% Nein: 100%	
Betreibt Ihr Unternehmen physische & psychische Gesundheitsvorsorge?			
Ergonomischen Arbeitsplatz (z.B. höhenverstellbare Tische).	Nein	Ja: 60% Nein: 40%	
Initiativen zur mentalen Gesundheit (z.B. Beratung oder Awareness-Aktionen).	Nein	Ja: 33% Nein: 67%	
Unterstützung von Sportprogrammen (z.B. reduzierter Beitrag Fitnessstudio).	Nein	Ja: 20% Nein: 80%	
Zu welchen Themenbereichen gibt es Weiterbildungsmaßnahmen während der Arbeitszeit?			
Fachliche Weiterbildungen	Ja	Ja: 100% Nein: 0%	
Bewusstsein für Bestechung und Korruption	Nein	Ja: 67% Nein: 33%	
Verantwortlicher Umgang mit Ressourcen/Nachhaltigkeit	Ja	Ja: 27% Nein: 73%	
Datensicherheit (insbs. digital/E-Mail)	Ja	Ja: 13% Nein: 87%	
Anti-Diskriminierung	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	
Soft Skills (z.B. Leadership, Zeitmanagement)	Ja	Ja: 7% Nein: 93%	
Vielfalt am Arbeitsplatz (z.B. kulturell oder sozial)	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	
Wenn Sie Ihr Management ansehen, wie ist das Verhältnis von Mann und Frau in Führungspositionen?			
Überwiegend Männer	Ja	Ja: 67% Nein: 33%	
Gut gemischt (nahezu 50:50)	Nein	Ja: 20% Nein: 80%	
Überwiegend Frauen	Nein	Ja: 0% Nein: 100%	
Wie wird Diversität in Ihrem Unternehmen gelebt?			
Wir fördern alle Mitarbeiter:innen unabhängig von Geschlecht, Alter, Herkunft, sexueller Orientierung und religiösen Ansichten.	Ja	Ja: 60% Nein: 40%	

Aktivität	Ihre Auswahl	Auswahl Vergleichsgruppe	
Wir haben Mitarbeiter:innen aus verschiedenen kulturellen Hintergründen.	Ja	Ja: 60% Nein: 40%	
Wir haben Mitarbeiter:innen mit körperlichen oder geistigen Beeinträchtigungen oder sonstigen besonderen Bedürfnissen (mindestens 2.5% der Belegschaft).	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	
Auf welche Aspekte der sozialen Gerechtigkeit legen Sie nachweislich bei der Auswahl Ihrer Dienstleister und Zulieferer im In- und Ausland wert?			
Ökologische Nachhaltigkeitsaspekte	Nein	Ja: 40% Nein: 60%	
Datensicherheit	Nein	Ja: 33% Nein: 67%	
Faire Arbeitsbedingungen und Gesundheits- und Sicherheitsstandards	Nein	Ja: 27% Nein: 73%	
Nachhaltigkeitssiegel oder Zertifizierungen (z.B. UN Global Compact)	Nein	Ja: 13% Nein: 87%	
Faire Bezahlung der Mitarbeiter:innen und Gleichberechtigung	Nein	Ja: 7% Nein: 93%	
Ergreifen Sie besondere Maßnahmen zum Thema Datenschutz, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen?			
Wir haben einen etablierten Prozess für Betroffenenanfragen.	Ja	Ja: 27% Nein: 73%	
Wir arbeiten nach dem "Privacy by Design"-Prinzip (Datenschutz nicht als nachträgliche Überlegung sondern von Beginn an).	Nein	Ja: 20% Nein: 80%	
Wir führen regelmäßige Datenschutz-Audits durch.	Nein	Ja: 20% Nein: 80%	
Gestalten und vermarkten Sie Ihre Produkte oder Dienstleistungen inklusiv und sozialverträglich?			
Ja, wir haben Feedback-Kanäle für Kund:innen eingerichtet und Beschwerdemanagement-Prozesse aufgesetzt	Ja	Ja: 40% Nein: 73%	
Ja, Maßnahmen die den finanziellen Zugang zu Produkten und Dienstleistungen ermöglichen (z.B. Studentenrabatte oder besondere Angebote)	Nein	Ja: 0% Nein: 100%	
Ja, Maßnahmen zur Gewährleistung verantwortungsvoller Marketingpraktiken	Nein	Ja: 0% Nein: 100%	
Ja, Maßnahmen zur digitalen Barrierefreiheit (z.B. blindenfreundliche Website)	Nein	Ja: 0% Nein: 100%	

Aufgrund von Mehrfachauswahl bei einigen Fragen kann es dazu kommen dass die Summe der Antwortmöglichkeiten über 100% liegt. In dem Fall, dass die Summe unter 100% liegt, ist der Rest "Sonstiges" oder "Weiß nicht" und somit nicht als Extra-Antwortoption aufgenommen, da diese unspezifischen Informationen Ihnen keinen Mehrwert bieten können.

7. Kontakt / Nächste Schritte

Wir bei uptodate unterstützen Ihre Firma auf dem Weg in die Nachhaltigkeit - egal in welchem Stadium Sie sich aktuell befinden. **Wir empfehlen Ihnen als nächsten Schritt nach dem Benchmarking die Erstellung einer [Nachhaltigkeits-Strategie](#). Warum? Jetzt, wo Sie wissen, wo andere Ihnen voraus sind, kann die Strategie helfen, diese Lücken zu schließen.**



Informieren Sie sich [hier zur Nachhaltigkeits-Strategie](#) oder melden Sie sich gerne bei uns und wir sprechen gemeinsam über Ihre nächsten Schritte hin zu einem nachhaltigen Unternehmen.

Vereinbaren Sie jetzt einen kostenfreien Termin mit uns:

- per Telefon: 0049 15121234567
- per Online-Meeting: <https://calendly.com/d/3v7-wwf-mr5/esg-ergebnisse-durchsprache>
- per E-Mail: kontakt@uptodate.de

uptodate
Enabling positive impact

uptodate Ventures GmbH
Schlierseestraße 30, 81539 München
www.uptodate.de

Geschäftsführung: Martin Hilgers, Christian Geiling
Handelsregister: AG München HRB 240788
Sitz der Gesellschaft: München

8. Glossar

Was bedeutet ESG?

Nach den Vereinten Nationen besteht Nachhaltigkeit aus drei Säulen, die gemeinsam auf die gesamte Nachhaltigkeits-Performance von Unternehmen einwirken. Um die positiven unternehmerischen Effekte von Nachhaltigkeit zu erzielen, sollten alle drei Bereiche fest im Unternehmen verankert und gelebt werden.

- **Umwelt (engl. Ecological, E)**
Der Bereich Umwelt umfasst Themen wie Mobilität, Energie, Wärme, Wasser, Konsum & Produktion, Abfall & Recycling, und ökologische Projekte.
- **Soziales (engl. Social, S)**
Der Bereich Soziales beinhaltet die Bereiche faire Bezahlung, Gleichbehandlung, Arbeitsumfeld, Unternehmenskultur, Bildung, Städte & Gemeinden.
- **Unternehmensführung (engl. Governance, G)**
Beinhaltet die Verankerung von Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie, Berichterstattung, Lieferantenbeziehungen, Führungs- und Kontrollprozesse.

Was bedeutet ESRS?

Die ESRS sind Unterkategorien der drei Oberkategorien Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG). Mit den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) hat die EU einheitliche Nachhaltigkeitsstandards veröffentlicht, um die Berichterstattung über Nachhaltigkeitsbemühungen von Unternehmen in Europa zu standardisieren und zu optimieren. Die ESRS Themen sind wie folgt zu den drei ESG-Oberkategorien zuzuordnen:

- **Umwelt-Standards (engl. Ecological, E)**
 - ESRS E1 Klimawandel
 - ESRS E2 Umweltverschmutzung
 - ESRS E3 Wasser- und Meeresressourcen
 - ESRS E4 Biologische Vielfalt und Ökosysteme
 - ESRS E5 Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft
- **Soziale Standards (engl. Social, S)**
 - ESRS S1 Eigene Belegschaft
 - ESRS S2 Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette
 - ESRS S3 Betroffene Gemeinschaften
 - ESRS S4 Verbraucher und Endnutzer
- **Unternehmensführungs-Standards (engl. Governance, E)**
 - ESRS G1 Unternehmenspolitik

Was bedeutet Scope 1, 2 und 3?

Die Begriffe "Scope 1", "Scope 2" und "Scope 3" beziehen sich auf die verschiedenen Quellen von Treibhausgasemissionen, die mit den Aktivitäten eines Unternehmens verbunden sind. Das Greenhouse Gas (GHG) Protocol, ein international anerkannter Standard zur Erfassung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen, klassifiziert die Scope 1-3 Emissionen wie folgt:

- **Scope 1 (Direkte Emissionen):**
Umfasst direkte Treibhausgasemissionen, die direkt aus eigenen Quellen des Unternehmens stammen. Beispiele sind Emissionen aus der Verbrennung von Brennstoffen in firmeneigenen Anlagen, Fahrzeugen oder Prozessen.
- **Scope 2 (Indirekte Emissionen durch Energieverbrauch):**
Enthält indirekte Emissionen, die durch den Energieverbrauch des Unternehmens entstehen. Dies umfasst beispielsweise Emissionen aus der Herstellung von Strom oder Wärme, die das Unternehmen bezieht.
- **Scope 3 (Sonstige Indirekte Emissionen):**
Berücksichtigt alle anderen indirekten Emissionen in der Wertschöpfungskette des Unternehmens, die nicht unter Scope 1 oder 2 fallen. Dazu gehören beispielsweise Emissionen aus der Lieferkette, Dienstreisen, Geschäftsreisen der Mitarbeiter, Endnutzung der verkauften Produkte und andere externe Aktivitäten.

Warum ist die Messung der 3 Scopes wichtig für Unternehmen?

- **Verantwortung und Transparenz:** Unternehmen tragen Verantwortung für ihre Umweltauswirkungen. Durch die Unterscheidung in Scopes können sie gezielter Maßnahmen ergreifen und transparent über ihre Emissionen berichten.
- **Risikomanagement:** Die Identifikation und Überwachung von Treibhausgasemissionen helfen Unternehmen, Risiken im Zusammenhang mit zukünftigen Umweltauflagen und Preisentwicklungen von Energie besser zu managen.
- **Effizienzsteigerung:** Durch die Analyse der verschiedenen Emissionsspektren können Unternehmen Bereiche identifizieren, in denen sie ihre Effizienz verbessern können, sei es durch den Einsatz nachhaltigerer Technologien oder die Optimierung ihrer Lieferkette.
- **Reputation und Stakeholdermanagement:** Ein aktives Umweltengagement kann das Image eines Unternehmens stärken und die Beziehungen zu Stakeholdern, einschließlich Kunden, Investoren und Mitarbeitern, verbessern.

Insgesamt trägt die Erfassung und Berichterstattung über Emissionen in den verschiedenen Scopes dazu bei, dass Unternehmen einen umfassenderen Überblick über ihre Umweltauswirkungen erhalten und nachhaltigere Geschäftspraktiken implementieren können.