

NACHHALTIGE INNOVATION

WIE UNTERNEHMEN IHRE PROGRAMME SKALIEREN UND FUNKTIONIERENDE ÖKOSYSTEME KREIEREN



SANDRA FERNHOLZ

HEAD OF SUSTAINABILITY & SOCIAL IMPACT

SANDRA.FERNHOLZ@HYPEINNOVATION.COM



Sandra Fernholz

Head of Social Impact and Sustainability

 +49 159 042 55 764

 sandra.fernholz@hypeinnovation.com

 Bonn



HYPE INNOVATION – DAS UNTERNEHMEN



100%

SPEZIALISIERT AUF IDEEN- &
INNOVATIONSMANAGEMENT

350+

KUNDEN

2001

GEGRÜNDET &
STETIGES WACHSTUM

8

STANDORTE WELTWEIT



BRANCHENÜBERGREIFENDE KUNDEN



United Way
Calgary and Area



BOSCH

Continental



TOYOTA

FUJITSU

giz

AIRBUS

MERCK

Munich RE



NOKIA



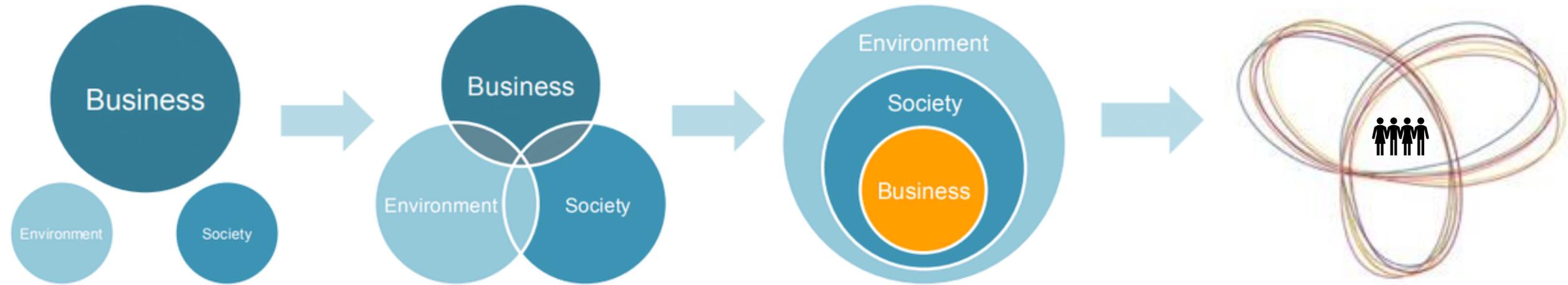
LIBERTY GLOBAL

unicef

UND VIELE WEITERE...



WARUM IST NACHHALTIGKEIT ESSENTIELL FÜR INNOVATION?



Wertkreation

- Konzeptionierung
- Projekte ausführen
- Portfolio erstellen und darüber berichten

Zusammenarbeit mit Partnern

- Neue Partner finden
- Netzwerk erhalten und erweitern



Strategiebildung

- Trends & externe Einflüsse
- Strukturiertes Denken
- Strategie definieren

Ideengenerierung

- Ideen, Wissen, Menschen finden und zusammenbringen
- Probleme lösen
- Neues erschaffen

ERFOLGSFAKTOREN

- **Umsatzsteigerung und Kundengewinnung:** Kunden fordern transparente, nachhaltige Geschäftspraktiken und treffen entsprechende Kaufentscheidungen – immer stärker auch im B2B-Kontext.





storaenso

NACHHALTIGE PRODUKTINNOVATION

HYPE

Allgemeine Informationen

- Unternehmen fokussiert auf UN-Nachhaltigkeitsziele 12, 13 und 15
- Starke Unterstützung durch den Vorstand
- Kerngeschäft: Holz als nachwachsender Rohstoff

Produktinnovation:

- Ersatz der bestehenden Verpackung durch Karton oder Papier
- 215 Ideen – 16 mündeten in Konzepte
- Sponsor aus der Sparte Packstoffe
- Offen für alle Mitarbeitenden



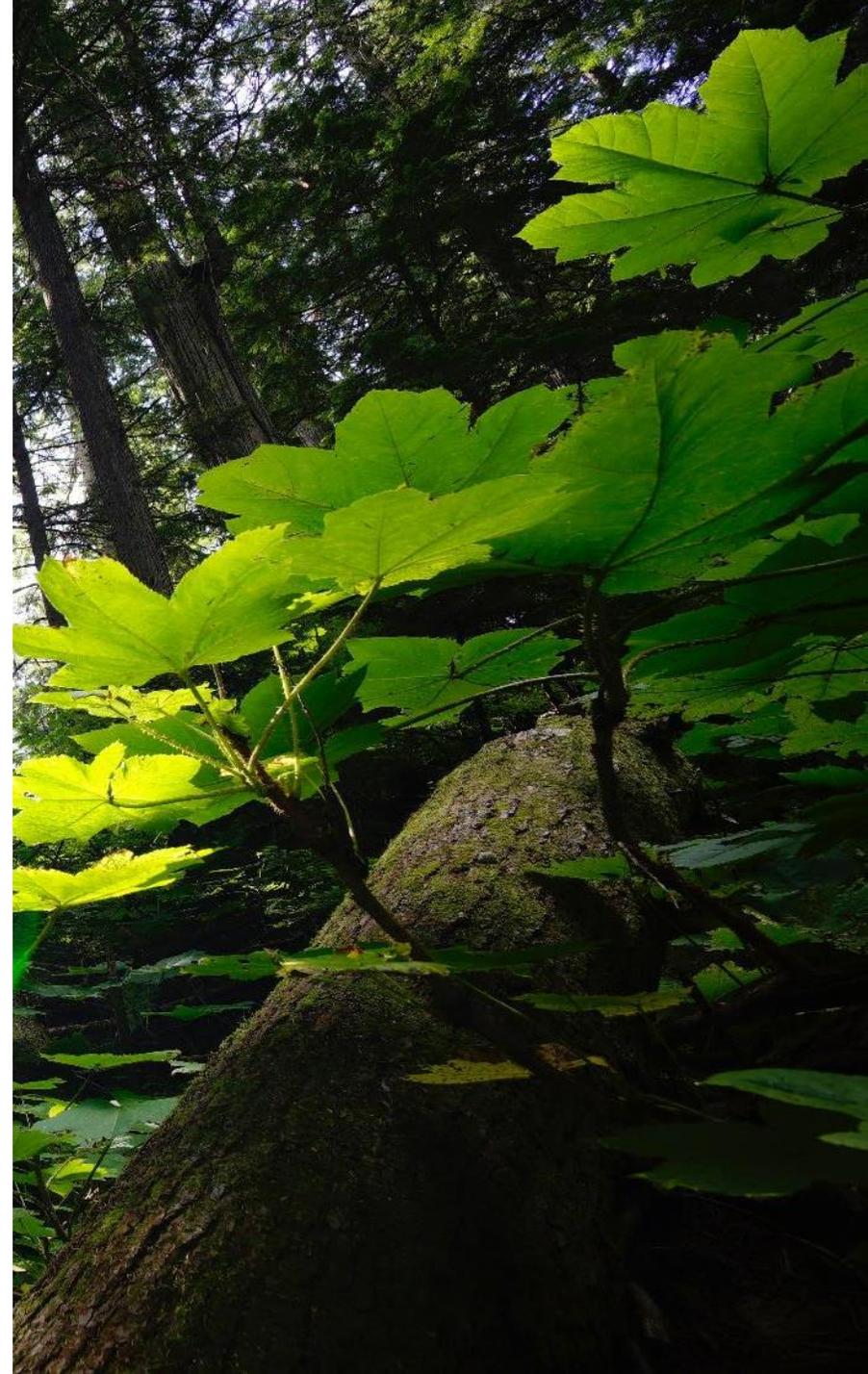
ERFOLGSFAKTOREN

- **Umsatzsteigerung und Kundengewinnung:** Kunden fordern transparente, nachhaltige Geschäftspraktiken und treffen entsprechende Kaufentscheidungen – immer stärker auch im B2B-Kontext.
- **Mitarbeitende wünschen sich eine sinnstiftende Arbeitsumgebung und Unternehmenskultur.** Ist das der Fall, profitieren Sie von
 - gesteigerter Produktivität,
 - besserer abteilungsübergreifender Zusammenarbeit,
 - besseren Neueinstellungen,
 - weniger Fluktuation und
 - weniger Fehlzeiten sowie Krankheitstagen.



Was kann der Standort Milton Hill tun, um die Auswirkungen seines Betriebs auf die natürliche Umwelt zu reduzieren und umzukehren?

- Noch nie dagewesene Beteiligung der Mitarbeitenden; Leute nehmen aktiv teil, die sich vorher nie für das Innovationsmanagement interessiert hatten
- Beteiligung von technischem und nicht-technischem Personal
- Müssen sich jetzt entscheiden, welche Ideen umgesetzt werden, da es so viele waren



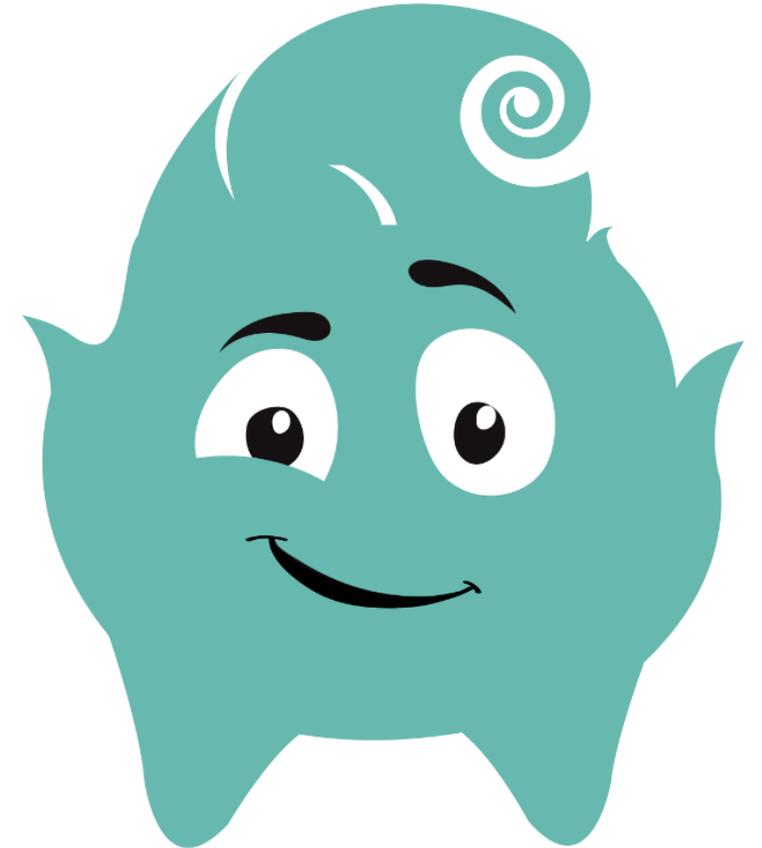
ERFOLGSFAKTOREN

- **Umsatzsteigerung und Kundengewinnung:** Kunden fordern transparente, nachhaltige Geschäftspraktiken und treffen entsprechende Kaufentscheidungen – immer stärker auch im B2B-Kontext.
- **Mitarbeitende wünschen sich eine sinnstiftende Arbeitsumgebung und Unternehmenskultur.** Ist das der Fall, profitieren Sie von
 - gesteigerter Produktivität,
 - besserer abteilungsübergreifender Zusammenarbeit,
 - besseren Neueinstellungen,
 - weniger Fluktuation und
 - weniger Fehlzeiten sowie Krankheitstagen.
- **Einhaltung von Gesetzen:** Weltweit ändern sich Gesetze, weil immer mehr Regierungen nachhaltige Entwicklung verpflichtend machen.



- Ziel: **Klimaneutralität 2050** – mit einem Zwischenziel 2030
- Zusage: 100 Million Euro jedes Jahr bis 2030 um industrielle CO2-Emissionen zu senken
- Zusätzlich: Carbon Fund stimuliert Reduzierung nicht-industrieller CO2-Emissionen
- 50€ pro eingesparter Tonne CO2 werden in den Carbon Fund investiert und in Nachhaltigkeitsprojekte reinvestiert
- Fokus auf Mitarbeitermobilität, erneuerbare Energien, verbesserte Gesundheit und Wohlbefinden und Energieeffizienz

„Der Carbon Fund ermutigt jeden einzelnen unserer Mitarbeiter, wo auch immer sie arbeiten, die besten Initiativen zu entwickeln, von kleinen alltäglichen Öko-Aktionen bis hin zu Investitionen mit großer Wirkung. Ich bin stolz auf die Einführung dieses Fonds in der Region Nordeuropa, der weitere ähnliche Projekte in der Gruppe folgen werden“ - Patrick Dupin, Senior Vice President, CEO Nordeuropa



ERFOLGSFAKTOREN

- **Umsatzsteigerung und Kundengewinnung:** Kunden fordern transparente, nachhaltige Geschäftspraktiken und treffen entsprechende Kaufentscheidungen – immer stärker auch im B2B-Kontext.
- **Mitarbeitende wünschen sich eine sinnstiftende Arbeitsumgebung und Unternehmenskultur.** Ist das der Fall, profitieren Sie von
 - gesteigerter Produktivität,
 - besserer abteilungsübergreifender Zusammenarbeit,
 - besseren Neueinstellungen,
 - weniger Fluktuation und
 - weniger Fehlzeiten sowie Krankheitstagen.
- **Einhaltung von Gesetzen:** Weltweit ändern sich Gesetze, weil immer mehr Regierungen nachhaltige Entwicklung verpflichtend machen.
- **Investitionskriterien:** Trend weg von purem ROI hin zu ESG.



- Komplexes Netzwerk: Zusammenarbeit mit über 200 Partnern
- Partner essentiell für Unternehmenserfolg
- Auswahlkriterien für Partner beinhalten unter anderem:
 - Community-Arbeit
 - Grüne Arbeit
 - Nachhaltige Arbeit
- Schaffung von Transparenz in der Lieferkette



RESILIENZ DURCH INNOVATION

- **Neue Möglichkeiten ausloten:** Wie jede Transformation, die kreativ und effektiv verfolgt wird, kann Nachhaltigkeit als Turbo und Katalysator des Business fungieren – und nicht als Hindernis.
- **Zusammenarbeit mit allen Stakeholdern:** Nachhaltige Entwicklung erfordert intensives Teamwork. Maximale Wirkung erzielen Sie mit einer diversen Gruppe, mit allen Interessensgruppen inner- und außerhalb Ihrer Organisation. Jede*r Einzelne verfügt über besonderes Knowhow, das Sie voranbringt!
- **Fokus auf spezifische UN-Nachhaltigkeitsziele:** Nicht alle SDGs sind für jedes Unternehmen. Konzentrieren Sie sich auf die Ziele, die am besten zu Ihrer Strategie passen und bei denen Sie maximale Wirkung erzielen können.
- **Nachhaltigkeitsziele sind verknüpft mit Management-Bonusstruktur:** Gilt v.a. für das Top-Management, aber auch für das mittlere Management.
- **Innovation mit Nachhaltigkeitsbezug ist erwünscht:** Mitarbeitende haben oft tolle Ideen, aber nicht das Gefühl der Wertschätzung – außer ihre Idee ist direkt mit Profit verbunden.



FRAGEN?

SANDRA FERNHOLZ

HEAD OF SOCIAL IMPACT & SUSTAINABILITY

SANDRA.FERNHOLZ@HYPEINNOVATION.COM