





„Was wir heute tun, entscheidet darüber,  
wie die Welt morgen aussieht.“

Marie von Ebner-Eschenbach

# Nachhaltigkeitsmanagement

Nachhaltigkeitsmanagement ist die **Koordination der Nachhaltigkeitsaktivitäten** mit dem Zweck, vorgegebene Nachhaltigkeitsziele möglichst einfach zu erreichen.



# Erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement

## Ziele

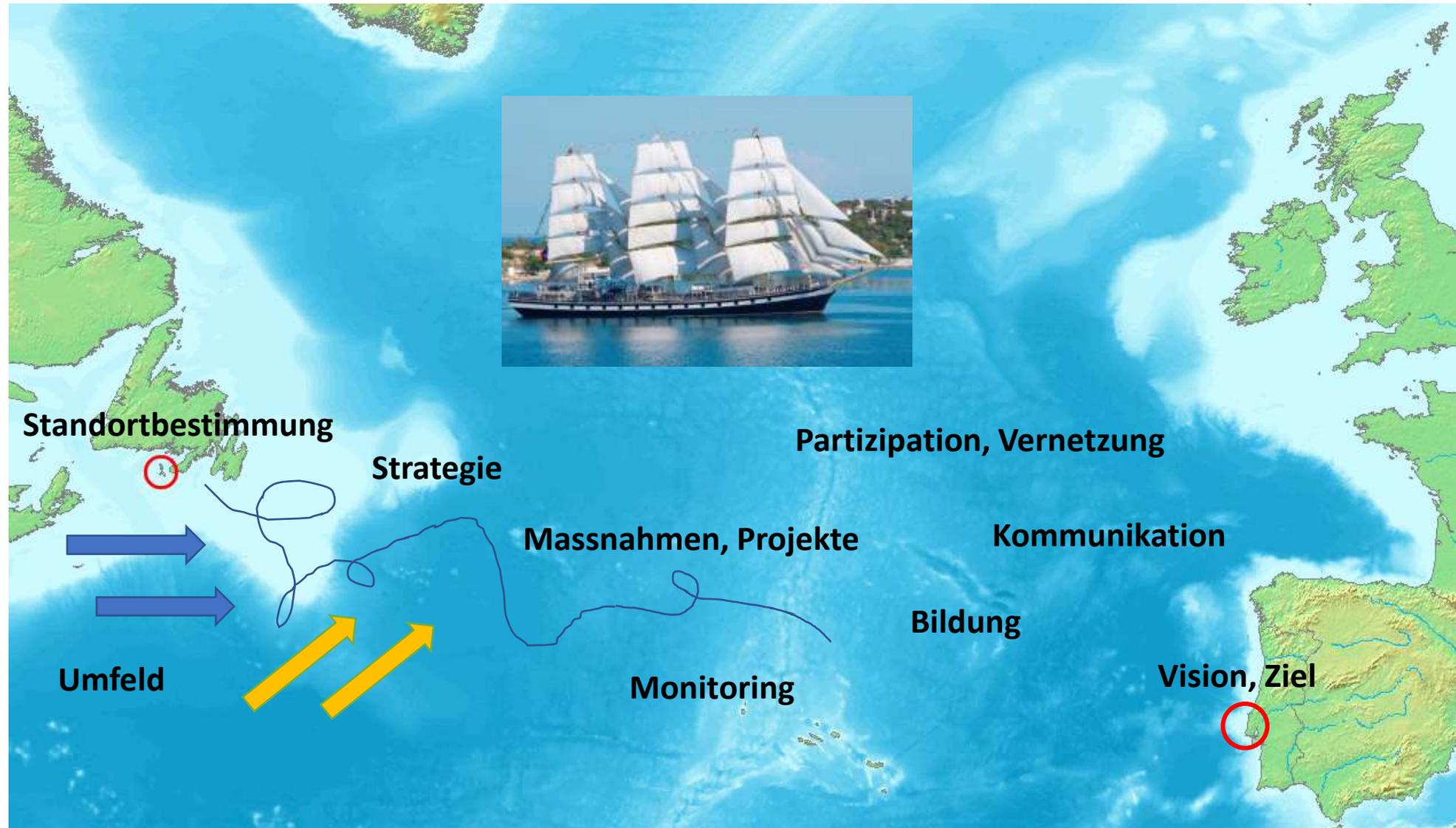
- Überblick über Aktivitäten, Synergien nutzen, Doppelspurigkeiten verhindern
- Vernetzung
- Langfristiger Blick
- Zielorientierung sicherstellen

## Voraussetzungen

- Nachhaltigkeit ist Chefsache
- Kümmerer:in mit genügend Ressourcen und Kompetenzen



# Wichtige Elemente Nachhaltigkeitsmanagement



# Vision

---

Eine Vision ist eine **Zukunftsvorstellung**,  
ein **Zukunftsbild**.

Sie dient der **Orientierung**, ist  
richtungsweisend für alle Tätigkeiten.



# Wirksame Visionen

- Positiv formuliert
- Motivierend: konkret und wünschenswert
- Individuell, nicht austauschbar
- Klare, verständliche Formulierung oder Bild
- Ambitioniert, aber realisierbar
- Mehrwert im Sinne des Gesamtinteressens => partizipativ erstellt



# Beispiel Vision: Mondlandung



# Partizipation

---

«Wenn du schnell gehen willst,  
geh allein.

Wenn du weit gehen willst,  
geh mit anderen zusammen.»

Afrikanisches Sprichwort



# Wieso Partizipation

- Stärkere Identifikation
- Erhöhung der Motivation
- Verringerung der Widerstände



# Wirksame Partizipation

- Akteur:innen analysieren: wer hat welchen Einfluss und welche Interessen?
- Mit Schlüsselakteur:innen und Interessierten beginnen (Kerngruppe)
- Schneeballeffekt, mit der Zeit möglichst alle Anspruchsgruppen einbeziehen
- Partizipation planen: welche Gruppen wann wie einbeziehen? Was ist das Ziel der Partizipation mit den jeweiligen Gruppen? Partizipationsstufen wählen
- Von Anfang an klar kommunizieren, was mit erarbeiteten Ergebnissen gemacht wird
- Wertschätzung zeigen
- Angenehme Atmosphäre schaffen, Vertrauen aufbauen
- Diversität, verschiedene Meinungen als Bereicherung ansehen
- Beteiligte weiter informieren / einbeziehen
- Falls nötig professionelle Unterstützung für die Begleitung/Moderation des Prozesses



# Konkrete Massnahmen finden und umsetzen

- Massnahmen festlegen aufgrund Situationsanalyse plus Vision
- Low hanging fruits, schnelle Erfolge plus ambitioniertere Massnahmen
- Prioritäten setzen, Schritt für Schritt (Marathon!)
- Nachhaltigkeit integrieren in bestehende und neue Angebote, Nachhaltigkeit erlebbar machen



# Wirksame Umsetzung von Massnahmen

- Wirkungsorientierung
- Motiviertes Projektteam
- Klare gemeinsame Ziele
- Ressourcen und Kompetenzen zur Verfügung



[Handbuch](#) Nachhaltigkeit in Schweizer Tourismusdestinationen

[Ideefix](#) Leitfaden für touristische Produkt- und Angebotsentwicklung

# Kommunikation zu Nachhaltigkeit

- Schafft Transparenz, Orientierung und Motivation
- Ziele Kommunikation nach innen und nach aussen? Kommunikationsstrategie
- Story telling, konkret
- Ehrlich, sowohl Gelungenes wie noch nicht Erreichtes
- Botschaft: wir sind auf dem Weg



[Schnelltest](#) Greenwashing von Polarstern

# Workshopthemen



Vision



Kommunikation



Massnahmen



Partizipation

# Workshop - Fragen

Erfahrungen

Herausforderungen?

Positive Erfahrungen

Zum Ausprobieren

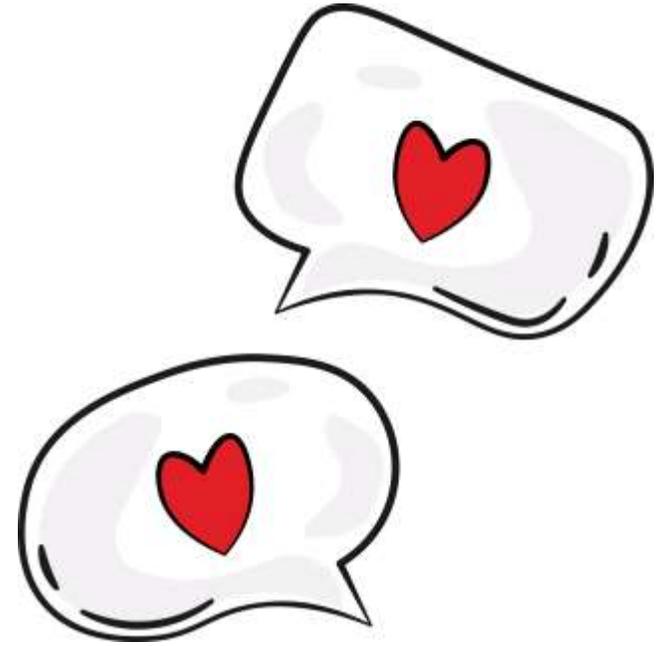
Neue Lösungsideen

Tipps und Tricks

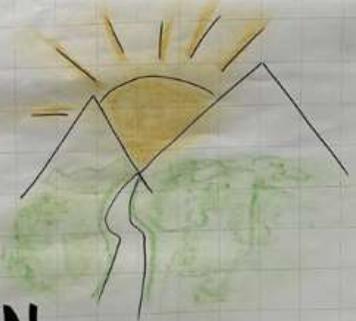
Plenum Austausch

# An den Workshoptischen

- ✓ Mit Intention sprechen
- ✓ Aufmerksam und mit Herz zuhören
- ✓ Interessiert und offen
- ✓ Aus eigener Perspektive
- ✓ Habt Spass 😊



# VISION



## ERFAHRUNGEN



- Komplexe Themen  
- viele Vorbilder  
- Schwere auf den Punkt bringen

keine Vision unklar  
roter Faden fällt

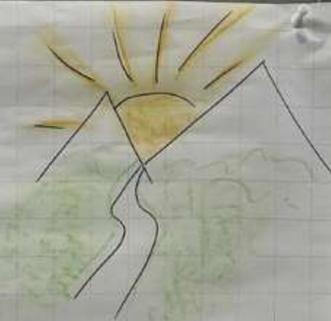
konkret &  
verständlich  
kurz bleibt

nicht zu viel  
auf einmal wollen

Blickwechsel  
Wort in die  
Zukunft

⊖ versch.  
Interessen, Hintergründe,  
Wissen, Motivationen

# VISION



## LÖSUNGSEIDEEEN



Qualität

Partizipation ⊕

+ gemeinsam  
in die Zukunft  
miteinander  
verknüpfen

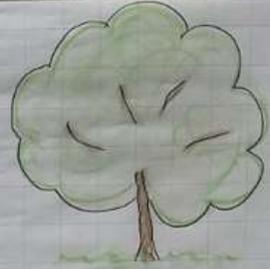
## TIPPS & TRICKS

- Keep it simple
- SMART goals
- Träumen

Low hanging fruits → Erfolge vorweisen  
Weg aufzeigen / Etappenziele  
Verankerung im Unternehmen



# PROJEKTE



## ERFAHRUNGEN



Oh nur als  
"Projekt" was  
(Marketing, Geld spenden)

Labels:

- Too Cool
- Sustainable
- OK GG
- Business
- Business as Usual

NH geht oft unter

Kompromisse müssen gefunden werden

Flexibilität

in ohne roten Faden

Herausforderungen

NH behindert  
Weniger Ressourcen  
Marktzugang

geringe Ressourcen

↳ keine Zeit

↳ keine Ressourcen

↳ keine Akzeptanz

↳ keine Hilfe in anderen



bereichernd + sinnvoll

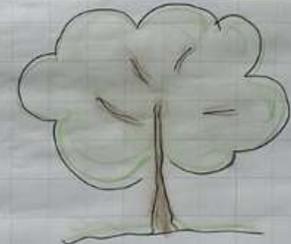
- Optimale Verbesserungen
- Aktivitätsgruppe
- Projekte
- Case Va Care
- NH-Rat 28 MA

- Starke Partner
- Berater
- SNP
- Resonanzwirkung

froh, dass NH-Projekte umgesetzt werden  
Kritische Überprüfung auf NH wird geschätzt

Eigene Identifikation herstellen

# PROJEKTE



## LÖSLINGSIDEEN

Inspirationsplattform für Austausch

viele Erfolge im kleinen, in Kombination

Projekt auf den Coast beziehen (z.B. Solar-Robott)

Anreize in Dashboards schaffen

Ressourcen (Finanzierung, Geld) zur Verfügung stellen

Zusammenarbeit

## TIPPS & TRICKS

- Auf den Weg machen
- Ziel definieren → Swisstainable

Inspiration & Know-How holen

Gemeinsame Werte

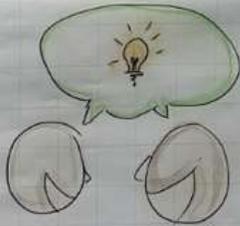
less is MORE :)

Ziele definieren

Tools nutzen, um Projekt zu bewerten (Stärken & Schwächen wachen aufpassen!)

Erfolge/Ideen kopieren & übertragen

# KOMMUNIKATION



## ERFAHRUNGEN



KEINE KOMMUNIKATION

GENERATIONEN ANDERS  
SACHEN ANDERS  
(WIEBEI ENTSORGEN)

PLASTIK ENTSORGEN  
WIEBEI FÜR PLASTIK

Storytelling /  
Erfahrungen zeigen

Sustainability  
Committee

Good Practice:  
- Storytelling, Erfolg erhalten  
- Anreize schaffen (Grafik  
OV - Anreize, Handbuch-  
Kleinigung)  
- Übersetzungsinstrument  
- Eigenes Philosophie / Werte  
System

Interne  
Sicos  
Beachten

Reporting  
- Kennzahlen  
- Informationen  
beschaffen  
- Externe & Interne Komm.

WISSEN VERBREITEN  
FÜR SICH SELBST  
- Mitarbeiter - Experten  
- MITT N. SICH, NEIN  
GRÜNDE -> ERHEBEN

"TOD" -  
Scheitern  
Mitarbeiter

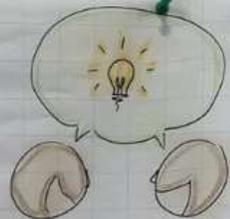
Voraussetzungen:  
- Angst vor Konkurrenz  
- keine Priorität  
- Mehrwert wird nicht  
erkannt  
- fehlende Inspiration, andere  
Trends

VERBUNDENHEIT /  
VERGLEICHEN  
- Identifizieren von  
Erfolgsfaktoren (Kommunikation)  
- Wissen, Experten, etc.  
- Identifizieren & Streifen  
ONLY CRYING

WISSEN VERBREITEN  
- Ein Teil übernehmen  
bei jeder Verantwortung  
WIE BEI ERHEBEN

SWISS-LEADERSHIP  
- Kunden, Geld / Zeit  
- Mitarbeiter - Motivation  
- Identifizieren von  
Erfolgsfaktoren

# KOMMUNIKATION



## LÖSUNGSIDEEN

Lösungsidee  
klar werden  
wenn eigene  
Nachhaltigkeits +

Transparenz

Greenwashing  
- Wissensvermittlung

FAQ Intern  
in Sicherheit Mitarbeiter

Interne Verankerung  
vor  
externer Kommunikation

Komm. plan  
- von Anfang mitdenken  
- Wer wird, wann ein-  
geblendet / wie

## TIPPS & TRICKS

- Klein anfangen  
+ Motivation pushen  
+ Belohnung / Anreiz  
+ Zielsetzung / Vision

Komm. planung  
- Wer wird, wann wie ein-  
geblendet / Partner  
- Komm. start  
- wie werden zielgruppen  
erreicht

von Anfang mitdenken

Kommunikation  
als standard-  
reaktionen

Prozess  
Ehrlichkeit