

# DIE SDGS UND DER BEITRAG DER WIRTSCHAFT ZUR ZIELERREICHUNG

LOUISA GILLE

Das Jahr 2023 markiert die Halbzeit der Agenda 2030, die als Zielbild einer nachhaltigeren und gerechteren Welt im Jahr 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedet wurde. Derzeit sieht es nicht so aus, als würde irgendein Land der Welt die in der Agenda formulierten Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) bis 2030 zu erreichen. Damit sich dies ändert, ist auch der Beitrag der Wirtschaft gefordert.

Im Jahr 2015 einigten sich die Vereinten Nationen auf 17 globale Nachhaltigkeitsziele, die Sustainable Development Goals (SDGs), und auf das Vorhaben, diese bis zum Jahr 2030 zu verwirklichen. Vor dem Hintergrund dieses Zielbilds rufen die Vereinten Nationen Regierungen, die Wirtschaft und die Zivilgesellschaft weltweit dazu auf, globale Herausforderungen im Rahmen ihrer Möglichkeiten anzugehen. Für Unternehmen bedeutet dies, die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt und das Leben der Menschen weltweit so positiv wie möglich zu gestalten, um zu einer nachhaltigeren und gerechteren Welt für alle beizutragen.

Die Verankerung der SDGs im Kerngeschäft lohnt sich dabei auch für die Unternehmen selbst, denn sie leisten damit einen Beitrag zu ihrer Zukunftsfähigkeit und Resilienz und steigern ihre Reputation. Darüber hinaus eröffnen sich ihnen neue Geschäftschancen. Um die positive Wirkung von Maßnahmen sowohl für Unternehmen als auch die Umwelt und Gesamtgesellschaft zu maximieren, ist eine strategische Auseinandersetzung elementar.

## Was steckt hinter den SDGs?

Zunächst lohnt sich ein genauerer Blick auf die SDGs: Hinter jedem der 17 übergeordneten Ziele liegen mehrere Unterziele, die konkrete Themen und Herausforderungen angehen. Auch Indikatoren zur Erreichung der einzelnen Unterziele sind festgelegt – Fort- oder Rückschritte der Weltgemeinschaft bei der

## Unternehmen sollten sich auf die für sie besonders relevanten SDGs fokussieren.

Verwirklichung der SDGs sind also klar messbar. Insgesamt gibt es 169 Unterziele und 232 Indikatoren.

Das Ziel der Unternehmen sollte es angesichts der SDGs mit ihren 169 Unterzielen nicht sein, alle Herausforderungen auf einmal anzugehen und sich letztendlich in der Masse zu verlieren. Stattdessen ist der Fokus auf die für das Unternehmen besonders relevanten SDGs zentral. Anhand der folgenden drei Schritte lassen sich diese Fokus-SDGs identifizieren:

### • Kontextualisierung

Unternehmen sollten sich die Frage stellen, wie sich ihr Kerngeschäft auf jedes der 17 Nachhaltigkeitsziele beziehen könnte und welchen beispielhaften Beitrag ihr Unternehmen zur Verwirklichung des Ziels leisten kann.

Der Beitrag eines Lebensmittelproduzenten zu SDG 3 (Gesundheit und Wohlergehen) kann es beispielsweise sein, möglichst gesunde und nährstoffreiche Produkte herzustellen. Ein Automobilhersteller kann zum gleichen SDG einen Beitrag leis-



► SDGs: Hinter jedem der 17 übergeordneten Ziele liegen mehrere Unterziele, die konkrete Themen und Herausforderungen angehen

ten, indem er die Sicherheit seiner Produkte gewährleistet und sich somit weniger Menschen bei Verkehrsunfällen verletzen. So ist der potenzielle Beitrag eines jeden Unternehmens zu den einzelnen Nachhaltigkeitszielen individuell und eine Kontextualisierung hilft dabei, die SDGs greifbarer zu machen und auf den lokalen Betrieb herunterzubrechen.

#### • Bewerten

Im zweiten Schritt folgt die Bewertung des Einflusses, den das Unternehmen in der gesamten Wertschöpfungskette auf die

einzelnen SDGs haben kann. Dafür müssen Indikatoren definiert werden, die den Zusammenhang zwischen den Unternehmensaktivitäten und ihren Auswirkungen auf die einzelnen Nachhaltigkeitsziele möglichst umfassend abbilden. Die Indikatoren sollten festhalten, welche negativen Auswirkungen die Geschäftstätigkeit des Unternehmens je SDG derzeit hat und wie diese Auswirkungen minimiert werden können. Zudem sollten sie zeigen, welche positiven Beiträge das Unternehmen bereits leistet, die verstärkt werden können und welche potenziellen positiven Beiträge durch Innovation oder die Entwicklung neuer Produkte/Dienstleistungen hinzukommen könnten.

## ► INFO

### SDGS IN DER UNTERNEHMENSPRAXIS

Einen ersten Überblick darüber, wie die SDGs im Unternehmen verankert werden können und warum die Auseinandersetzung sinnvoll ist, bietet das On-Demand Einführungswebinar „SDGs in der Unternehmenspraxis“ des UN GCD.

Vertiefend dazu beschreibt der SDG Compass anhand von fünf Schritten ganz konkret, wie Unternehmen ihr Handeln an den SDGs ausrichten können und bietet Hilfestellung zum Reporting. Den kompakten Leitfaden entwickelte der UN Global Compact in Zusammenarbeit mit der Global Reporting Initiative und dem World Business Council für Sustainable Development.

Die SDG Industry Matrix ist darauf aufbauend eine Reihe von sieben branchenspezifischen und praxisnahen Veröffentlichungen zur SDG-Verankerung. Jede Matrix stellt anhand von konkreten Beispielen für jedes SDG vor, wie Unternehmen Maßnahmen implementieren.

[www.globalcompact.de](http://www.globalcompact.de)

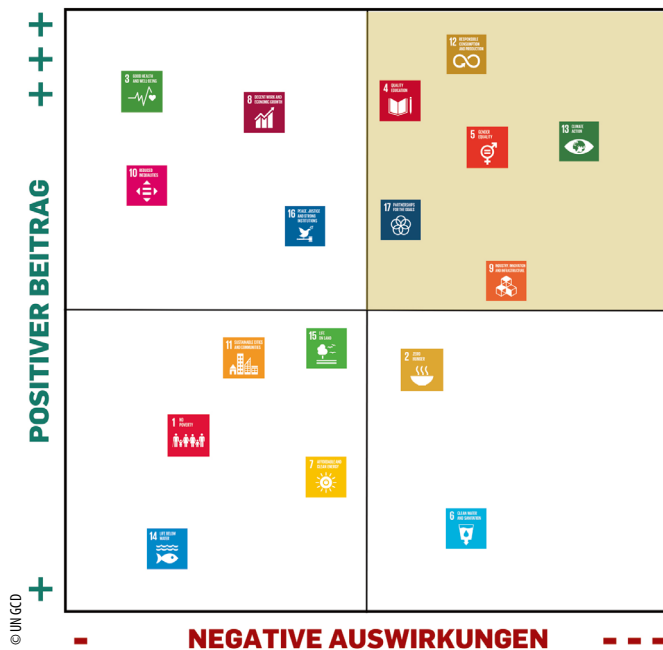
#### • Priorisierung

Auf dieser Basis erfolgt schließlich die Priorisierung und somit die Auswahl der Fokus-SDGs. Hierfür bietet es sich an, eine Wesentlichkeitsmatrix anzulegen. Diese ordnet die SDGs danach, wie stark die negativen Auswirkungen des Unternehmens auf der einen, und die positiven Beiträge auf der anderen Seite sind. Priorisiert werden sollten solche, auf die das Unternehmen derzeit zwar negativ wirkt, die es durch Minimierung dieser negativen Effekte und weitere (potenziell) positiven Beiträge aber besonders zielführend beeinflussen kann.

### Ableitung unternehmensspezifischer Ziele

Die auf diese Weise festgelegten Fokus-SDGs können genutzt werden, um die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens auf dem Fundament der globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (weiter) zu entwickeln. Hierfür müssen aus den priorisierten SDGs unternehmensbezogene Ziele abgeleitet werden, die spezifisch, messbar und zeitlich terminiert sind. Indem je Ziel ein

► Die Wesentlichkeitsmatrix hilft bei der Priorisierung der SDGs



Ausgangswert, Key-Performance-Indikatoren und eine konkrete Zeitspanne bis zur Zielerreichung festgelegt werden, gewährleisten Unternehmen dies. Nun gilt es, die aus den SDGs abgeleiteten unternehmerischen Nachhaltigkeitsziele in allen Prozessen mitzudenken und zu verfolgen, Strategien für die verschiedenen Unternehmensbereiche daraus abzuleiten und Nachhaltigkeit so nach und nach im Kerngeschäft zu verankern.

## SDG-Reporting

Für eine erfolgreiche Integration der SDGs im Unternehmen ist auch eine transparente Berichterstattung ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Im Vergleich zu anderen Nachhaltigkeitsberichtsformaten ist die zentrale Besonderheit des SDG-Reportings, dass dabei ein klarer Bezug des unternehmerischen Engagements zu global relevanten Nachhaltigkeitszielen hergestellt wird. Das gibt der Nachhaltigkeitskommunikation einen Rahmen und ermöglicht eine einheitliche Gestaltung des Stakeholder-Dialogs. Um die Leistungen der durch die SDGs definierten Erwartungen darzustellen, kann zu jedem der von dem Unternehmen priorisierten Ziele folgendes kommuniziert werden:

- warum es als relevant identifiziert wurde
- Fortschritte bei der Minderung von negativen Auswirkungen und der Verstärkung von positiven Beiträgen
- welche unternehmensspezifischen Ziele, Strategien und Praktiken abgeleitet und umgesetzt wurden.

Da die SDGs wirtschaftliche, soziale und ökologische Aspekte miteinander verbinden, sollten all diese Aspekte auch in der SDG-Kommunikation ganzheitlich betrachtet werden. Dies gelingt zum Beispiel durch Aussagen dazu, wie Fortschritte in einem der Bereiche auch zu Verbesserungen in einem anderen geführt haben. ↩



LOUISA GILLE

ist beim UN Global Compact Netzwerk Deutschland verantwortlich für Kommunikation und Angebote des Netzwerks im Bereich Gender Equality. Mit ihrem Hintergrund der internationalen Kommunikation unterstützte sie bereits zuvor die Förderung des Beitrags der Privatwirtschaft zu den SDGs, unter anderem bei der GIZ.

## ► INFO

### DER UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

Die Initiative der Vereinten Nationen unterstützt über 21.000 Unternehmen und Organisationen weltweit darin, Nachhaltigkeit strategisch zu verankern und so Verantwortung für eine bessere Welt zu übernehmen. Grundlage für die Arbeit des UN Global Compact sind zehn universelle Prinzipien unternehmerischer Nachhaltigkeit und die SDGs der Vereinten Nationen.

Mit über 1000 deutschen Teilnehmern - von DAX-Unternehmen, über den Mittelstand bis hin zu KMU, sowie Vertretern der Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Politik - ist das Global Compact Netzwerk Deutschland (UN GCD) das größte Nachhaltigkeitsnetzwerk in Deutschland. Durch vielfältige Lern- und Dialogformate unterstützt das Netzwerk teilnehmende Unternehmen darin, Nachhaltigkeit strategisch zu verankern.



### Reporting



Sylvia Meier: Nachhaltigkeit über das Reporting messen und steuern.  
<https://sn.pub/4YtyZC>