

## Einladung zur Teilnahme am Pilotprojekt

### Prototyp-Entwicklung eines Strategieinstruments für Unternehmen, basierend auf dem 'Gap Frame' und 'Business Sustainability 3.0'

#### Einladung

Laut dem '[Better Business, Better World](#)'-Bericht, der von der *Business & Sustainable Development Commission* während dem *World Economic Forum (WEF)* in Davos im Januar 2017 veröffentlicht wurde, könnten die *Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)* Trillionen neuer Marktopportunitäten kreieren.

**Um diese Potenziale zu erschliessen, möchten wir Sie einladen, den Prototyp eines Strategieinstruments für Unternehmen, auf der Basis des Gap Frame und Unternehmerischer Nachhaltigkeit 3.0, zu testen.**

#### Das Gap Frame und Business Sustainability 3.0

Seit Jahren werden an der Business School Lausanne eine Vielzahl von Forschungsprojekten durchgeführt und Instrumente für die Wirtschaft und Gesellschaft entwickelt, damit Fortschritte erzielt werden, die auch messbar sind. Die wichtigsten Frameworks, Typologien und Ansätze sind:

- 1) **Das Gap Frame:** Ein normatives Rahmenwerk, das die Ziele für nachhaltige Entwicklung in einschlägige Massnahmen für Nationen, Sektoren oder Unternehmen übersetzt, und Lücken aufzeigt zwischen dem, wo wir heute sind und wo wir sein müssten, damit alle auf einem Planeten gut leben können. Das Gap Frame kann auch als Leitfaden zur Identifizierung von wesentlichen Themen dienen.
- 2) **Unternehmerische Nachhaltigkeit 3.0** oder 'True Business Sustainability' gilt für Unternehmen, die das Konzept der 'triple bottom line' intern verankert haben, Produkte und Dienstleistungen anbieten, die Lösungen für ökologische und gesellschaftliche Herausforderungen angehen und eine von aussen nach innen gerichtete Perspektive (outside-in) verfolgen.



Business Sustainability Typologie (BST)	Anliegen (Was?)	Wertschöpfung (Wozu?)	Perspektive (Wie?)
Business-as-Usual	Ökonomische Anliegen	Shareholder-Value	Innen nach Aussen
Unternehmerische Nachhaltigkeit 1.0	Ökonomische, ökologische und soziale Anliegen	Verfeinerter Shareholder-Value	Innen nach Aussen
Unternehmerische Nachhaltigkeit 2.0	Ökonomische, ökologische und soziale Anliegen	Dreidimensionale Wertschöpfung	Innen nach Aussen
Unternehmerische Nachhaltigkeit 3.0	Ökonomische, ökologische & soziale Herausforderungen	Schaffen gesellschaftlichen Nutzens	Aussen nach Innen
<b>Zentrale Veränderungen</b>	<b>Schritt 1: Verbreiterung der relevanten Anliegen</b>	<b>Schritt 2: Ausweitung der Wertschöpfung</b>	<b>Schritt 3: Veränderung der Perspektive</b>

- 3) **Das Collaboratory:** Um die grossen Herausforderungen zu lösen und Marktchancen zu identifizieren, müssen verschiedene Akteure einbezogen werden. Ein co-kreativer Stakeholder Engagement Prozess ist erforderlich und wird bei der Prototypentwicklung des Gap Frame und Business Sustainability 3.0 angewendet.



### *Ziele und Vorgehensweise*

Um dieses Rahmenwerk, die Typologien und Prozesse als praktische, benutzerfreundliche, pragmatische Strategieinstrumente für Unternehmen einsetzen zu können, möchten wir interessierte Mitglieder des UN Global Compact Netzwerk Schweiz und der öbu einladen, den Prototyp gemeinsam mit der Business School Lausanne zu testen.

Das Vorgehen sieht folgendermassen aus:

- Auswahl von 4 bis 5 Unternehmen, die interessiert sind das Gap Frame und Unternehmerische Nachhaltigkeit 3.0 für ihre Firma zu testen, basierend auf den ausgefüllten Anmeldeformularen.
- Halbtagesworkshop mit den ausgewählten Unternehmen: Ziel dieses Workshops ist es, das Gap Frame sowie Unternehmerische Nachhaltigkeit 3.0 vorzustellen, die Ziele des Gesamtprojekts sowie die Vorgehensweise zu erläutern. Nach dem Workshop sind die Unternehmen bereit, sich für den eintägigen individuellen Unternehmensworkshop vorzubereiten.
- Eintägiger, individueller Workshop mit jedem der ausgewählten Unternehmen, die das Gap Frame und Unternehmerische Nachhaltigkeit 3.0 anwenden möchten, um Innovationen bzw. neue Business Modelle zu identifizieren, die einen positiven Lösungsbeitrag zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung leisten können.
- Abschlussworkshop (halbtags) mit allen ausgewählten Unternehmen, öbu und dem UN Global Compact Netzwerk Schweiz sowie weiteren Stakeholdern zur Diskussion und Reflexion der nicht vertraulichen Ergebnissen.
- Basierend auf den Ergebnissen wird der Strategie-Prototyp zu einem praktischen Instrument entwickelt, das von jeder Organisation weltweit bedient werden kann und den Weg hin zu einer echten unternehmerischen Nachhaltigkeit aufzeigt.

### *Nutzen für die teilnehmenden Unternehmen*

Die teilnehmenden Unternehmen verschiedenster Grösse wie auch aus verschiedenen Sektoren:

- Erhalten neue, anwendungsorientierte Instrumente, um sich auf die wesentlichen Themen zu fokussieren und Business Opportunitäten oder Modelle zu identifizieren, die einen Beitrag zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung leisten,
- Lernen verschiedene Methoden und Ansätze für die Zusammenarbeit mit internen und externen Stakeholdern kennen,
- Können basierend auf den Resultaten wirkungsorientierte Ziele für die wesentlichen Bereiche setzen und
- Leisten einen Beitrag, um ein anwendungsorientiertes Strategietool zu entwickeln, dass von kleinen wie auch grossen Unternehmen in der Schweiz wie auch international angewendet werden kann und positive Lösungsbeiträge für die gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen schafft.

## Team

Die Workshops werden geleitet und organisiert von:



### Katrin Muff

Dr. Katrin Muff ist führend im transformativen Bereich der Nachhaltigkeit und Verantwortung der Business School Lausanne, wo sie von 2008-2015 als Dekanin tätig war, bis die Selbstorganisation einen solchen Titel überflüssig machte. Seither leitet sie die Thought Leadership-Aktivitäten im Bereich der Konzeptgestaltung. Unter ihrer Führung fokussierte die Schule ihre Vision auf Unternehmertum, Verantwortung und Nachhaltigkeit in Bildung und Forschung. Ihre Geschäftserfahrung umfasst 10 Jahre bei ALCOA (GM in Russland, Branchenanalytikerin für Global M&A in den USA und Unternehmensanalytikerin in Europa), 3 Jahre als Direktorin, Strategieplanung EMEA bei IAMS Europa (Procter & Gamble) und 3 Jahre als Co-Gründerin von Yupango, eine Coaching-Beratung für Start-ups und Training von Management-Teams.



### Barbara Dubach

Dr. Barbara Dubach verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in Wirtschaft und Nachhaltigkeit. Sie ist Gründerin und Geschäftsführerin von engageability, einem Kompetenzzentrum, das Profit- und Non-Profit-Organisationen unterstützt, um eine nachhaltige Strategie zum Nutzen aller Stakeholder zu verfolgen, und Stakeholder Engagement Prozesse moderiert und begleitet. Ihre Geschäftserfahrung umfasst 13 Jahre bei LafargeHolcim (früher Holcim) in Belgien, Spanien und der Schweiz, wo sie Senior Vize-Präsidentin für Nachhaltige Entwicklung für den Konzern tätig war sowie beim World Business Council for Sustainable Development als Advocacy und Kommunikationsdirektorin. Seit 2017 ist sie auch wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Business School Lausanne.

## Zeitplan

Zeitplan: Prototypentwicklung eines Strategietools für Unternehmen basierend auf dem Gap Frame und Business Sustainability 3.0

Projektphasen	2017											
	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
<b>0 - Projektinitiierung</b>												
Kick-off Meeting mit dem UN Global Compact Netzwerk Schweiz und öbu (2.2.)		◆										
Ausschreibung des Pilotprojektes unter den Mitgliedern des UN Global Compact Netzwerk Schweiz und öbu (Anfang Februar)		◆										
Unternehmen bewerben sich (2.2 - 28.2)		—										
Auswahl von 4 bis 5 Unternehmen (28.2 - 3.3)			◆									
<b>2 - Halbtagesworkshop mit den ausgewählten Unternehmen</b>												
Erster Halbtagesworkshop mit den ausgewählten Unternehmen am 23. März 2017			◆									
<b>3 - Individuelle Workshops mit den ausgewählten Unternehmen</b>												
Individuelle Workshops mit den ausgewählten Unternehmen					—	—						
Analyse der individuellen Workshop-Resultate						—	—					
<b>4 - Finalisierung der Pilotphase</b>												
Aggregation der individuellen Workshop-Resultate								—	—			
Zweiter Halbtagesworkshop mit allen Teilnehmenden (tbd)									◆			
<b>5 - Skalierung</b>												
Entwicklung eines anwendungsorientierten Strategietools für Unternehmen									—	—		
Externe Kommunikation											◆	

### *Teilnahme am Pilotprojekt*

Unternehmen aller Grössen, die interessiert sind, ein Strategietool für echte unternehmerische Nachhaltigkeit zu testen, sind herzlich eingeladen, das Anmeldeformular unter dem folgenden [Link](#) bis zum 28. Februar 2017 auszufüllen.

Alle Anmeldungen werden analysiert und 4 bis 5 Unternehmen unterschiedlicher Grösse und aus verschiedenen Sektoren ausgewählt. Abgesehen von einem engagierten und verfügbaren Team entstehen für die beteiligten Unternehmen keine weiteren Kosten.

Alle Unternehmen werden bis am 3. März 2017 über die Ergebnisse informiert und die ausgewählten werden zum ersten Workshop, welcher am 23. März 2017 stattfinden wird, eingeladen.

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung bis am **28. Februar 2017**.

#### **Aktion:**

- ✓ **Einreichung des Anmeldeformulars bis am 28. Februar 2017 (siehe [Link](#))**
- ✓ **Senden Sie eine E-Mail an Barbara Dubach, um Ihre Teilnahme zu bestätigen: [barbara.dubach@engageability.ch](mailto:barbara.dubach@engageability.ch). Gerne beantwortet Sie Ihre Fragen.**

**Anmeldeformular: Prototyp-Entwicklung eines Strategieinstruments für Unternehmen, basierend auf dem 'Gap Frame' und 'Business Sustainability 3.0'**

<i>Unternehmen</i>	
<i>Sektor</i>	
<i>Grösse</i>	
<i>Adresse</i>	
<i>Kontaktperson</i>	
<i>Position der Kontaktperson</i>	
<i>Telefon</i>	
<i>Email</i>	
<i>Was bedeutet Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen?</i>	
<i>Was sind die grössten gesellschaftlichen Herausforderungen, denen Ihr Unternehmen begegnet?</i>	
<i>Was ist die Motivation an diesem Pilotprojekt teilzunehmen?</i>	<input type="checkbox"/> Interesse mehr über das Gap Frame und Business Sustainability 3.0 zu erfahren <input type="checkbox"/> Verwendung des Gap Frames als Instrument um die wesentlichen Themen zu identifizieren <input type="checkbox"/> Kennenlernen von neuen Stakeholder Engagement Prozessen <input type="checkbox"/> Identifikation von neuen Unternehmenschancen <input type="checkbox"/> Positionierung des Unternehmens als Akteur, der positive Lösungsbeiträge für die Herausforderungen der heutigen Zeit liefert <input type="checkbox"/> Andere: _____
<i>Welche Chancen könnte 'echte unternehmerische Nachhaltigkeit' für Ihr Unternehmen bieten?</i>	
<i>Bitte beschreiben Sie Ihre Nachhaltigkeitsvision und -strategie</i>	
<i>Erstellen Sie einen Nachhaltigkeitsbericht oder einen integrierten Bericht?</i>	<input type="checkbox"/> Ja Wenn ja, seit wann: _____ <input type="checkbox"/> Nein Wenn nein, warum nicht: _____
<i>Werden Sie Ihr Top Management in das Projekt involvieren oder darüber informieren?</i>	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Wird nach der Prototyp-Entwicklung in Betracht gezogen <input type="checkbox"/> ....
<i>Planen Sie die Resultate des Projekts zu implementieren?</i>	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Hängt von den Ergebnissen des Projektes ab
<i>Weitere Kommentare</i>	

Datum  
Unterschrift

Bitte füllen Sie dieses Formular bis zum **28. Februar** aus und reservieren Sie sich den **23. März 2017** in Ihrer Agenda für den 1. Workshop. Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme.  
(Zielgruppe: Strategie Management Team Mitglieder – idealerweise 4 Personen)