

Chief Sustainability Officer

Zertifikatslehrgang

Chief Sustainability Officer

Nachhaltige Unternehmensführung

Kurzbeschreibung

Die Welt ist im Umbruch – politisch, gesellschaftlich und hinsichtlich der natürlichen Ressourcen. Immer mehr Menschen und Institutionen legen bei ihren Kaufentscheidungen Kriterien zugrunde, die im weiteren Sinne auf Nachhaltigkeit einzahlen. Um den Anforderungen der **Wirtschaft, der Ökologie und des Sozialbereichs (Triple Bottom Line)** gerecht zu werden, ist es sinnvoll, **das Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit** im Unternehmen umzusetzen. Gleichzeitig werden u. a. mit dem **Lieferkettengesetz** weiterführende Erfordernisse definiert und mit den **ESG-Kriterien** (Environment, Social, Governance) anspruchsvolle Erwartungen seitens der Kunden und weiterer Stakeholder an Unternehmen formuliert. In diesem Zertifikatslehrgang lernen Sie, wie Sie souverän auf den **Nachhaltigkeitstrend** reagieren können. Darauf aufbauend können durch Ihr **Marketing** und Ihre **Markenführung** die bereits erreichten Ergebnisse sowie weiterführende Ziele in Ihre Kommunikation nach innen und außen einfließen. Für diese übergreifenden Aufgabenstellungen wird häufig bereits ein **Chief Sustainability Officer** in den Unternehmen installiert.



Inhalt

- Rollen und Verantwortlichkeiten eines Chief Sustainability Officers und Leiter sowie Leiterin nachhaltiger Transformation
- Notwendigkeit und rechtlicher Rahmen nachhaltiger Unternehmensführung
- Triple-Bottom-Line-Konzept und Kreislaufwirtschaft
- Analyse-Instrumente und Monitoring
- Green Marketing, Nudging und gesetzliche Richtlinien

Was lernen Sie in diesem Lehrgang?

Gemeinsam mit dem Referenten beschäftigen Sie sich mit den **Herausforderungen**, mit denen sich Anbieter im Wettbewerb um die Kunden heutzutage auseinandersetzen müssen. Sie diskutieren und wenden verschiedene Instrumente an, um konkrete Handlungsideen zur Erschließung von Nachhaltigkeitspotenzialen entlang der gesamten **Wertschöpfungskette** zu erarbeiten. Zudem beschäftigen Sie sich mit der **Attitude-Behavior-Gap** und ergründen das Kaufverhalten Ihrer Kunden. In der Gruppe wenden Sie zudem verschiedene Tools und Konzepte an, um eine nachhaltige Unternehmensführung durch **Monitoring und Controlling** dauerhaft im Unternehmen zu verankern. Das dreitägige Programm schließt mit einer Transferaufgabe zu spezifischen Herausforderungen Ihres Unternehmens.

Chief Sustainability Officer

Nachhaltige Unternehmensführung

Zielgruppe

Dieser Lehrgang richtet sich an alle **Verantwortungsträger**, die in ihren Unternehmen eine Ausrichtung auf eine nachhaltige „grüne“ Unternehmensführung vorantreiben möchten sei es als *Chief Sustainability Officer* oder als **Leiter oder Leiterin nachhaltige Transformation**.

Außerdem sind auch alle **Führungskräfte** angesprochen, die in den Bereichen **Beschaffung, Produktion, Logistik, HR, Marketing** und **Vertrieb** (Mit-)Verantwortung für eine nachhaltige Unternehmensführung tragen oder übernehmen möchten.

Didaktischer Aufbau

In diesem auf **Dialog** ausgerichteten Lehrgang wechseln sich **Impulsvorträge, Präsentationen, Gruppenarbeiten** und **Diskussionen** immer wieder ab. Sie haben hier kontinuierlich die Möglichkeit, **Ihre eigenen Fragestellungen und Herausforderungen** in den gemeinsamen Lernprozess einzubringen. Gerade aus der **Diskussion mit Teilnehmenden** aus verschiedenen Unternehmen und Branchen werden häufig spannende Ideen entwickelt.



Zusatzinformationen

- Der Lehrgang findet im kleinen Kreis mit einer Maximalteilnehmerzahl von **15 Personen** statt. Die Mindestteilnehmerzahl beträgt 5.
- Der Online-Lehrgang wird mit Zoom durchgeführt. Systemvoraussetzungen und unterstützte Betriebssysteme können Sie [hier](#) einsehen. Für die Einwahl in Zoom über die verschiedenen Anwendungen (Desktop Client, App oder Web-Client) bietet Ihnen [diese Tabelle](#) einen zusätzlichen Vergleich zu den Eigenschaften.
- Die Bitkom Akademie ist [anerkannter Bildungsträger in Baden-Württemberg](#) und [Nordrhein-Westfalen](#). Teilnehmende haben im Rahmen des Bildungszeitgesetzes die Möglichkeit, Bildungsurlaub bzw. eine Bildungsfreistellung zu beantragen. Auf Anfrage erstellen wir auch Anträge auf Anerkennung unserer Veranstaltungen in anderen Bundesländern.
- Wir erklären ausdrücklich, dass beim Bitkom – Unterzeichner der Charta der Vielfalt – jede Person, unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität willkommen ist.

Seminarprogramm

Chief Sustainability Officer

Begrüßung und Einführung in den Zertifikatslehrgang

Die Funktion des Chief Sustainability Officers

- Die Rollen des Chief Sustainability Officers
- Kompetenzanforderung des Chief Sustainability Officers
- Erfolgsfaktoren des Chief Sustainability Officers

Warum ein Chief Sustainability Officer heute zwingend benötigt wird?

- Die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen
- Analyse des Erdüberlastungstag
- Studienergebnisse zum Ausmaß der Umweltbelastungen

Gesetzliche Rahmenbedingungen und Anforderungen in Richtung Nachhaltigkeit

- ESG-Kriterien und deren praktische Umsetzung
- Auswirkungen des deutschen und europäischen Lieferkettengesetzes auf die eigenen Supply Chain
- Implikationen des Kreislaufwirtschaftsgesetzes
- Umsetzung der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) etc.

Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung

- Ziele der Nachhaltigkeit auf nationaler Ebene und auf Unternehmensebene
- Vorstellung der 10 Rs der nachhaltigen Unternehmensführung
- Konzepte der Kreislaufwirtschaft (Circular Economy)
- Studienergebnisse zur Nachhaltigkeit im Kaufverhalten
- Vorstellung und Konsequenzen des Attitude Behavior Gaps

Identifikation von Nachhaltigkeits-Potenzialen entlang der gesamten Wertschöpfungskette

- Nachhaltige Unternehmensführung als Kulturfrage
- Handlungsoptionen für eine nachhaltige Unternehmensführung
- Dienstleister zur Unterstützung bei der Umsetzung der Nachhaltigkeit
- Best Practices einer nachhaltigen Unternehmensführung
- Vorstellung des Emissionshandels
- Arrondierung bestehender und Entwicklung neuer nachhaltiger Geschäftsmodelle

Integration von Nachhaltigkeits-Konzepten in die Purpose-Definition von Unternehmen

- Purpose-Definition für eine nachhaltige Unternehmensführung – „Start with the why“
- Anforderungen einer Purpose-Definition
- Entwicklung von Codes of Conduct
- Ausgestaltung der Twin Transformation

Tag
1

Tag
2

Seminarprogramm

Chief Sustainability Officer

Tag
3

Präsentation und Diskussion der Transferarbeiten – verteilt über den Tag

- Vorstellung der Transferarbeiten im Plenum
- Diskussion der präsentierten Inhalte

Erschließung von Nachhaltigkeits-Potenzialen im Marketing und bei der Markenführung

- Marketing folgt den Maßnahmen einer nachhaltigen Unternehmensführung
- Vorstellung des Stakeholder-Onion-Modells
- Analyse relevante Zielgruppen im B2C- und B2B-Markt
- Schritte zum Aufbau einer nachhaltigen Marke – Handlungsfelder der grünen Markenführung
- Konzepte der „grünen“ Kommunikation – Nudging und Signaling
- Ausprägungen des Greenwashing – und wie dies zu vermeiden ist
- Diskussion von Claims zur Visualisierung der eigenen Nachhaltigkeit vor dem Hintergrund der Green-Claims-Richtlinie sowie der Empowering Consumers Directive
- Beispiele einer grünen Markenführung im B2C- und B2B-Markt

Monitoring und Controlling zur Sicherstellung einer nachhaltigen Unternehmensführung

- Instrumente für Monitoring und Controlling (u.a. Öko-Bilanz und Öko-Audit)
- Ermittlung des Corporate und Product Carbon Footprint
- Vorstellung der Scopes des GHP-Protokolls
- Dienstleister zur Unterstützung des Controllings des Nachhaltigkeitsprozesses
- Dashboard zur Analyse der grünen Markenführung
- Balanced Scorecard mit Sustainability-Modul

Entwicklung einer „Green Journey“ für das eigene Unternehmen

- Womit sollte die eigene Journey starten?
- Ziele und Meilensteine für den Entwicklungsprozess
- Stakeholder integrieren
- Storytelling als Erfolgsfaktor

Ihr Referent



Prof. Dr. Ralf T. Kreutzer

Professor für Marketing, Trainer, Coach und Marketing und Management Consultant

Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin

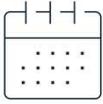
Prof. Dr. Ralf T. Kreutzer ist seit 2005 Professor für Marketing an der Hochschule für Wirtschaft und Recht/Berlin School of Economics and Law. Parallel ist er als Trainer, Coach sowie als Marketing und Management Consultant tätig. Er war 15 Jahre in verschiedenen Führungspositionen bei Bertelsmann (letzte Position Direktor des Auslandsbereichs einer Tochtergesellschaft), bei der Deutschen Post und bei Volkswagen (jeweils als Geschäftsführer einer Tochtergesellschaft) tätig, bevor er 2005 zum Professor für Marketing berufen wurde.

Prof. Kreutzer hat durch regelmäßige Publikationen und Keynote-Vorträge (u.a. in Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Belgien, Singapur, Indien, Japan, Russland, USA) maßgebliche Impulse zu verschiedenen Themen rund um Marketing, Dialog-Marketing,

CRM/Kundenbindungssysteme, Database-Marketing, Online-Marketing, Social-Media-Marketing, Digitaler Darwinismus, Digital Branding, Dematerialisierung, Change-Management, digitale Transformation, Künstliche Intelligenz, Agiles Management, strategisches sowie internationales Marketing, nachhaltige

Unternehmensführung, Kreislaufwirtschaft, Green Marketing/Green Branding gesetzt und eine Vielzahl von Unternehmen im In- und Ausland in diesen Themenfeldern beraten. Zusätzlich ist Prof. Kreutzer als Trainer und Coach im Einsatz.

Shortfacts



Termine, Ort und Preise

Die aktuellen Informationen entnehmen Sie bitte der [Website der Bitkom Akademie](#).

Kontaktieren Sie uns – wir beraten Sie gern.

Bitkom Akademie | Albrechtstraße 10 | 10117 Berlin
T 030 27576-540 | info@bitkom-akademie.de
Weitere Seminare finden Sie unter www.bitkom-akademie.de

bitkom
akademie