

# UNSERE NACHHALTIGEN iSMART ZIELE MIT DEM SWISS TRIPLE IMPACT

Das Swiss Triple Impact ist ein einzigartiges nationales Programm, das es Schweizer Unternehmen ermöglicht, ihren Beitrag zu den SDGs zu messen und so ihre Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern. In 3 Schritten hilft es euch, einen konkreten Aktionsplan zu erstellen, um die sozialen und ökologischen Auswirkungen eures Unternehmens zu verbessern.

## Das Self-Check Dokument

- Unterstützung bei der Formulierung relevanter, ambitionierter und wirkungsorientierter Ziele, sowie konkreter Massnahmen zur Erreichung dieser Ziele.
- Als internes Arbeitsinstrument gedacht, bevor ihr eure konkreten Ziele sowie den Aktionsplan in Schritt 3 vorlegt.

Wir sind uns bewusst, dass die Anwendung aller Kriterien schwierig ist. Versucht gemeinsam mit eurem Team euer Bestes! [Hier](#) könnt ihr euch von Beispielen der STI-Directory-Leaders inspirieren lassen.

## Das STI-Verzeichnis: Worum geht's?

Schliesst euch der Community von Unternehmen an, die sich für konkrete Massnahmen zur Verwirklichung der UN-Nachhaltigkeitsziele einsetzen. Ihr erhaltet mehr Aufmerksamkeit und Anerkennung und werdet zusammen mit anderen Pionierunternehmen in das nationale STI-Verzeichnis aufgenommen.



Finanzieller Beitrag



Qualifikationsprüfung für die Aufnahme ins STI-Verzeichnis



Im [nationalen Verzeichnis der Unternehmen](#) aufgeführt sein, die die SDGs vorantreiben

In der Schweiz muss die Privatwirtschaft aktiv werden und den Wandel beschleunigen, um die Agenda 2030 zu erfüllen. Das STI-Programm zielt darauf ab, diese Beschleunigung durch ein breites Engagement von Wirtschaftsakteur:innen aller Grössen und Branchen zu unterstützen - unabhängig davon, wo ihr auf euren Weg zu mehr Nachhaltigkeit steht.

Lasst uns wissen, wenn ihr inspirierende Ideen für ambitionierte Ziele habt. Wir freuen uns, von euch zu hören und eure Ideen gemeinsam zu diskutieren.

Caroline Fourné, Engagement Associate  
[caroline@blab-switzerland.ch](mailto:caroline@blab-switzerland.ch)



SWISS  
triple impact

Powered by



## I.S.M.A.R.T - FORMALE ANFORDERUNGEN AN DIE ZIELE

### I MPACT-ORIENTED

Ziele müssen sich auf die Wirkung beziehen, die euer Unternehmen erreichen möchte (und nicht auf die Massnahmen, die es ergreifen muss).

### S PEZIFISCH

Ziele müssen eindeutig definiert sein (nicht vage, sondern so präzise wie möglich).

### M ESSBAR

Ziele müssen klar definierte Messwerte haben (d.h. keine allgemeine Verpflichtungserklärung).

### A KZEPTIERT

Ziele müssen durch angemessene finanzielle und personelle Ressourcen sowie durch einen detaillierten Aktionsplan unterstützt werden.

### R ELEVANT

Ziele müssen mit den Aktivitäten eures Unternehmens in Verbindung stehen (d.h. keine peripheren oder philanthropischen Aktivitäten) und die erforderlichen Ambitionen im Kontext der SDGs widerspiegeln.

### T ERMINIERT

Ziele müssen sich auf ein klares Enddatum beziehen (d.h. keine Aussage über kontinuierliche Fortschritte). Idealerweise gilt das gleiche Datum für alle Ziele.

## ZIEL- CHECKLISTE

Ziel 1	Ziel 2	Ziel 3	Ziel 4	Ziel 5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## DO'S

Bis 2028 reduzieren wir unsere Treibhausgasemissionen um 50% (Scope 1, 2 & 3) gegenüber 2021 und verpflichten uns zur Science Based Targets initiative (SBTi).
Bis 2025 haben wir eine Belegschaft, bei der die Geschlechter zu 50% ausgeglichen sind, 25% einer ethnischen Minderheit angehören und 10% eine Behinderung haben.
Bis 2028 erhöhen wir den Anteil an erneuerbaren oder nachhaltig zertifizierten Materialien in unseren Produkten auf 50%.
Bis 2028 stellen wir sicher, dass unsere 10 wichtigsten Lieferant:innen nach Ausgaben aus Risikoländern die Decent Work Principles gemäss der ILO einhalten.
Bis 2028 verbannen wir Kinderarbeit zu 100% aus unserer Lieferkette. (Schokoladenunternehmen)
Bis 2028 bestehen 50% unseres Umsatzes aus abfallfreien Dienstleistungen/Produkten.

## DONT'S

Bis 2028 zertifizieren wir fünf Produktionsstätten nach ISO 14 000.
Wir engagieren uns für eine vielfältige Belegschaft.
Bis 2028 erhöhen wir den Anteil nachhaltiger Materialien in unseren Produkten.
Bis 2028 stellen wir die Einhaltung aller Menschenrechte entlang der Lieferkette sicher.
Bis 2028 bieten wir allen unseren Mitarbeiter:innen eine Zahnversicherung an. (Schokoladenunternehmen)
Wir verpflichten uns, unsere abfallfreien Produkte/ Dienstleistungen um 2% pro Jahr zu steigern.

**DAS WICHTIGSTE:  
EINFACH HALTEN**



**Die Ziele müssen kurz und leicht verständlich sein, damit sie von euren Mitarbeiter:innen und der breiten Öffentlichkeit unterstützt werden können.**

## INHALTLICHE ANFORDERUNGEN FÜR DIE ZIELSETZUNG



### Wertschöpfungs- kette Perspektive (Einflussbereiche)

Mindestens ein Ziel muss mit euren Produkten/Dienstleistungen und eurem Kerngeschäft verbunden sein, um den grössten Hebel zu aktivieren.

Die verbleibenden 2-4 Ziele können sich auf eure internen Abläufe, eure Lieferkette und eure kollektive Massnahmen beziehen.

### Thematische Vielfalt der Ziele (Nachhaltigkeits- säulen)

Soziale und ökologische Auswirkungen sind voneinander abhängig. Daher muss sich mindestens ein Ziel auf eure sozialen Auswirkungen und mindestens eins auf eure ökologischen Auswirkungen beziehen.

## DO'S INHALTLICHE BEISPIELE



### Kerngeschäft

Bis 2028 steigern wir unseren Umsatz mit nachhaltigen und gesunden Mahlzeiten auf 50%. (Catering-Unternehmen)

### Interne Abläufe

Bis 2028 reduzieren wir unseren Energieverbrauch um 30% gegenüber 2020 und erhöhen den Anteil der erneuerbaren Energien auf 50%. (Warenproduktionsunternehmen)

### Lieferkette

Bis 2025 erhöhen wir den Anteil der Lieferant:innen, die nach ökologischen und sozialen Kriterien geprüft wurden, auf 60%. (Warenproduktionsunternehmen)

### Kollektive Massnahmen

Bis 2028 richten wir 100% unserer Öffentlichkeitspolitik-Positionen und Mitgliedschaften in Wirtschaftsverbänden auf das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Abkommens aus. (Baufirma)

### Soziales Ziel

Bis 2028 kaufen wir 80% des Kakaos von zertifizierten Bäuer:innen mit einem existenzsichernden Einkommen. (Schokoladenunternehmen)

### Ökologisches Ziel

Bis 2028 erzielen wir einen positiven Nettoeffekt auf das Wasser in wasserarmen Gebieten. (Pharmazeutisches Unternehmen)

# ISMART ZIELE GOOD PRACTICES PRO PRIORISIERTEM SDG

Zur Erinnerung: All-in-Ziele sind der Idealzustand, den wir bis 2030 im Einklang mit den SDG-Ambitionen erreichen müssen.

<p><b>SDG 12</b></p> <p>(1. priorisiertes SDG im STI-Programm)</p> <p><b>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</b></p> 	<p><b>SDG 13</b></p> <p>(2. priorisiertes SDG im STI-Programm)</p> <p><b>13 CLIMATE ACTION</b></p> 	<p><b>SDG 8</b></p> <p>(3. priorisiertes SDG im STI-Programm)</p> <p><b>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</b></p> 	<p><b>SDG 5</b></p> <p>(4. priorisiertes SDG im STI-Programm)</p> <p><b>5 GENDER EQUALITY</b></p> 
<p>All-in-Ziel: Bis 2030 stammen 100% unseres jährlichen Umsatzes aus Dienstleistungen zur nachhaltigen Entwicklung.</p>	<p>All-in-Ziel: Bis 2030 sind wir Net Zero (Scopes 1, 2 &amp; 3) und alle unsere Lieferant:innen verpflichten sich zur Science Based Targets Initiative (SBTi).</p>	<p>All-in-Ziel: Bis 2030 erfüllen unsere 10 wichtigsten Lieferant:innen nach Ausgaben unsere Grundsätze für eine nachhaltige Beschaffung.</p>	<p>All-in-Ziel: Bis 2030 erreichen wir ein Gleichstellung auf allen Ebenen und in allen Positionen des Unternehmens.</p>

**Reform GmbH**  
 Bis 2024 berücksichtigen 100% unserer angebotenen Dienstleistungen nachhaltige Innovationen und Geschäftsmodelle, wobei die Beratung im Bereich der Kreislaufwirtschaft mindestens einen Drittel unseres jährlichen Gesamtumsatzes ausmacht.

**V-ZUG AG**  
 Bis 2030 reduzieren wir die verbleibenden Treibhausgas-Emissionen in Scope 1 & 2 in all unseren Produktionsstandorten um 80%\*.  
 \* Gegenüber 2020 (bereits seit 2020 CO2-neutral durch die Kompensation mit CO2-Entfernung durch Investitionen in das Aufforstungsprojekt V-Forest).

**Aprotec SA**  
 Bis 2023 erfüllen 80% unserer Hauptlieferant:innen unsere Ziele für eine nachhaltige Beschaffung\*.  
 \* Jährliches Audit in Form eines Fragebogens und eines individuellen Besuchs bei allen Lieferant:innen, der sich der Charta verpflichtet haben.

**Loyco SA**  
 Bis 2023 stellen wir ein besseres Gleichgewicht zwischen den Geschlechtern in unserem Verwaltungsrat sicher, mit mindestens 3 Frauen von 8 Mitgliedern, und intern mit einer Vertretung von 50% Frauen und 50% Männern für alle Positionen von Koordinator:innen\*.  
 \* Die Rolle eines:r Koordinator:in (Holakratie, Soziokratie): Teamleiter:in, verantwortungsvolle Position innerhalb von Loyco.

**EBNAT AG**  
 Bis 2030 erwirtschaften wir mindestens 20% unseres Umsatzes mit kreislauffähigen Produkten\*.  
 \* Aktuell hat Ebnat keine Produkte im Sortiment die nach Definition von Ellen MacArthur kreislauffähig sind, d.h. es entsteht erst gar kein Abfall.

**Menu & More AG**  
 Bis 2030 reduzieren wir unsere tCO2eq Emissionen gemäss unserem validierten Science Based Targets Initiative-Ziel gegenüber dem Basisjahr 2022 um 42% (Scope 1 & 2) und messen und reduzieren die Emissionen des Scope 3.

**EBNAT AG**  
 Bis 2028 stellen wir sicher, dass 100% unserer Lieferant:innen aus Risikoländern die Kernarbeitsnormen der ILO einhalten\*.  
 \* Die Überprüfung findet durch eine externe Organisation (Sedex, BSCI) statt.

**EBNAT AG**  
 Bis 2025 stellen wir sicher, dass unsere gesamte Organisation für die Ausgewogenheit von Familie und Geschlecht zertifiziert ist\*.  
 \* Gemäss den Kriterien des UND-Ratings, für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und für Gleichstellung.

**Barry Callebaut AG**  
 Bis 2025 werden wir alle unsere Produkte mit 100% nachhaltigen Inhaltsstoffen versehen.

**Migros Gruppe**  
 Bis 2030 reduzieren wir unsere Treibhausgasemissionen um 70% (Scope 1 & 2) und um 27,5% (Scope 3) gegenüber 2019, gemäss dem validierten Science Based Targets Initiative-tCO2eq-Ziel der Migros-Gruppe.

**Barry Callebaut AG**  
 Bis 2025 wollen wir jede Form von Kinderarbeit abschaffen, basierend auf vollständiger Rückverfolgbarkeit und Transparenz in unserer Lieferkette.

**Ten23 health AG**  
 Bis 2023 erreichen wir die Gleichbehandlung aller Mitarbeiter:innen am Arbeitsplatz und stellen sicher, dass es keine geschlechts-spezifischen Lohnunterschiede gibt.  
 \* Die Bewertung erfolgt durch Dritte.