

UNSERE NACHHALTIGEN iSMART ENGAGEMENTS MIT 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, einen konkreten Aktionsplan zu erstellen, um die sozialen und ökologischen Auswirkungen eines Unternehmens zu verbessern.

Das Self-check Dokument

- Unterstützung bei der Formulierung relevanter, ehrgeiziger und wirkungsorientierter Ziele, unterlegt durch konkrete Massnahmen zur Erreichung dieser Ziele.
- Internes Arbeitsinstrument und Self-check gedacht, bevor ihr eure Ziele und euren Aktionsplan in Schritt 3 vorlegt.

Wir sind uns bewusst, dass die Anwendung aller Kriterien schwierig ist: Versucht euer Bestes! [Hier](#) könnt ihr euch von den ersten 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 erhält 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 müssen die Unternehmen aktiv werden und den Wandel beschleunigen, um die Agenda 2030 zu erfüllen. Das Swiss Triple Impact 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 Nachhaltigkeit steht.

Lasst uns wissen, wenn ihr inspirierende Ideen für ambitionierte Ziele habt! Wir sind offen für jedes Feedback und jede Frage und freuen uns darauf, von euch zu hören.

Caroline Fourné, Engagement Associate
caroline@blab-switzerland.ch





SWISS
triple impact

Powered by




STI-VERZEICHNIS SELF-CHECK

I.S.M.A.R.T - FORMALE ANFORDERUNGEN AN DIE ZIELE		ZIEL-CHECKLISTE	DO'S 	DONT'S 
I MPACT-ORIENTED	Ziele müssen sich auf die Wirkung beziehen, die euer Unternehmen erreichen möchte (und nicht auf die Massnahmen, die es ergreifen muss).	Ziel 1 <input type="checkbox"/> Ziel 2 <input type="checkbox"/> Ziel 3 <input type="checkbox"/> Ziel 4 <input type="checkbox"/> Ziel 5 <input type="checkbox"/>	Bis 2025 reduzieren wir unsere Treibhausgasemissionen um 50 % (Scopes 1, 2 & 3) im Vergleich zu 2021 und verpflichten uns zur Science Based Targets initiative (SBTi).	Bis 2025 zertifizieren wir fünf Produktionsstätten nach ISO 14 000.
S PEZIFISCH	Ziele müssen eindeutig definiert sein (nicht vage, sondern so präzise wie möglich).	Ziel 1 <input type="checkbox"/> Ziel 2 <input type="checkbox"/> Ziel 3 <input type="checkbox"/> Ziel 4 <input type="checkbox"/> Ziel 5 <input type="checkbox"/>	Bis 2025 haben wir eine Belegschaft, die zu 50 % aus Frauen und Männern, zu 25 % aus ethnischen Minderheiten und zu 10 % aus Menschen mit Behinderungen besteht.	Wir engagieren uns für eine vielfältige Belegschaft.
M ESSBAR	Ziele müssen klar definierte Messwerte haben (d.h. keine allgemeine Verpflichtungserklärung).	Ziel 1 <input type="checkbox"/> Ziel 2 <input type="checkbox"/> Ziel 3 <input type="checkbox"/> Ziel 4 <input type="checkbox"/> Ziel 5 <input type="checkbox"/>	Bis 2025 erhöhen wir den Anteil an erneuerbaren oder nachhaltig zertifizierten Materialien in unseren Produkten auf 50 %.	Bis 2025 erhöhen wir den Anteil nachhaltiger Materialien in unseren Produkten.
A KZEPTIERT	Ziele müssen durch angemessene finanzielle und Personalressourcen sowie durch einen detaillierten Aktionsplan sichergestellt werden.	Ziel 1 <input type="checkbox"/> Ziel 2 <input type="checkbox"/> Ziel 3 <input type="checkbox"/> Ziel 4 <input type="checkbox"/> Ziel 5 <input type="checkbox"/>	Bis 2025 stellen wir, dass 100 % unserer Zulieferer aus Risikoländern die Decent Work Principles gemäss der ILO einhalten sicher.	Bis 2025 stellen wir die Einhaltung aller Menschenrechte entlang der Lieferkette sicher.
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.	Ziel 1 <input type="checkbox"/> Ziel 2 <input type="checkbox"/> Ziel 3 <input type="checkbox"/> Ziel 4 <input type="checkbox"/> Ziel 5 <input type="checkbox"/>	Bis 2025 verhindern wir Kinderarbeit zu 100 % aus unserer Lieferkette. (Schokoladenunternehmen)	Bis 2025 bieten wir allen unseren Mitarbeiter:innen eine Zahnversicherung an. (Schokoladenunternehmen)
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 1 <input type="checkbox"/> Ziel 2 <input type="checkbox"/> Ziel 3 <input type="checkbox"/> Ziel 4 <input type="checkbox"/> Ziel 5 <input type="checkbox"/>	Bis 2025 bestehen 50 % unseres Umsatzes aus abfallfreien Dienstleistungen/Produkten, im Vergleich zu 5 % in 2022.	Wir verpflichten uns, unsere abfallfreien Produkte/ Dienstleistungen um 2 % pro Jahr zu steigern.



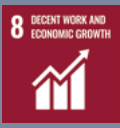

**DAS WICHTIGSTE:
EINFACH HALTEN**

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 		DO'S INHALTLICHE BEISPIELE 			
Wert-schöpfungs-kette Perspektive (Einflussbereiche)	<p>Mindestens ein Ziel muss mit euren Produkten/Dienstleistungen und eurem Kerngeschäft verbunden sein, um den grössten Hebel zu aktivieren.</p> <p>Die verbleibenden 2-4 Ziele können sich auf eure internen Abläufe, eure Lieferkette und eure kollektive Massnahmen beziehen.</p>	<p><u>Kerngeschäft:</u> Bis 2025 steigern wir unseren Umsatz mit nachhaltigen und gesunden Mahlzeiten auf 50 %. (Catering-Unternehmen)</p>	<p><u>Interne Abläufe:</u> Bis 2025 garantieren wir ein Screening, das sicherstellt, dass es in unseren Betrieben und Unternehmen keine Bestechung gibt. Betrieben und Tier-1-Lieferant:innen. (Versicherungsgesellschaft)</p>	<p><u>Lieferkette:</u> Bis 2025 erhöhen wir den Prozentsatz der Lieferant:innen, die nach ökologischen und sozialen Kriterien geprüft wurden, auf 60 %, im Vergleich zu 2022. (Warenproduktionsunternehmen)</p>	<p><u>Kollektive Massnahmen:</u> Bis 2025 richten wir 100 % unserer Öffentlichkeitspolitik-Positionen und Mitgliedschaften in Wirtschaftsverbänden auf das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Abkommens aus. (Baufirma)</p>
	<p>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.</p>	<p><u>Soziales Ziel:</u> Bis 2025 kaufen wir 100 % des Kakaos von zertifizierten Bauer:innen mit einem existenzsichernden einkommen. (Schokoladenunternehmen)</p>		<p><u>Ökologisches Ziel:</u> Bis 2025 erzielen wir einen positiven Nettoeffekt auf das Wasser in wasserarmen Gebieten. (Pharmazeutisches Unternehmen)</p>	
Thematische Vielfalt der Ziele (Nachhaltigkeitssäulen)					

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.

SDG 12 (1. priorisiertes SDG im STI-Programm) 	SDG 13 (2. priorisiertes SDG im STI-Programm) 	SDG 8 (3. priorisiertes SDG im STI-Programm) 	SDG 5 (4. priorisiertes SDG im STI-Programm) 
<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 & 3) und alle unsere Lieferant:innen verpflichten sich zur Science Based Targets Initiative (SBTi).</p>	<p>All-in-Ziel: Bis 2030 erfüllen 100 % unserer Lieferant:innen unsere nachhaltigen Beschaffungsziele.</p>	<p>All-in-Ziel: Bis 2030 erreichen wir ein Gleichstellung auf allen Ebenen und in allen Positionen des Unternehmens.</p>
<p>Reform GmbH: <i>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.</i></p>	<p>V-ZUG AG: <i>Bis 2030 reeduzieren wir die verbleibenden Treibhausgas-Emissionen in Scope 1 & 2 in all unseren Produktionsstandorten um 80 %*.</i> <small>*Im Vergleich zu 2020 (bereits seit 2020 CO2-neutral durch die Kompensation mit CO2-Entfernung durch Investitionen in das Aufforstungsprojekt V-Forest).</small></p>	<p>Aprotec SA: <i>Bis 2023 erfüllen 80 % unserer Hauptlieferant*innen unsere Ziele für eine nachhaltige Beschaffung*.</i> <small>*Jährliches Audit in Form eines Fragebogens und eines individuellen Besuchs bei jeder/jedem Lieferantin/Lieferanten, der sich der Charta verpflichtet hat.</small></p>	<p>Loyco SA: <i>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*.</i> <small>*Die Rolle eines:r Koordinators:in (Holakratie, Soziokratie): Teamleiter:in, verantwortungsvolle Position innerhalb von Loyco.</small></p>
<p>Ebnat AG: <i>Bis 2030 erwirtschaften wir mindestens 20 % unseres Umsatzes mit kreislauffähigen Produkten*.</i> <small>*Aktuell hat Ebnat keine Produkte im Sortiment die nach Definition von Ellen MacArthur kreislauffähig sind, d.h. es entsteht erst gar kein Abfall.</small></p>	<p>Kessler & Co AG: <i>Bis 2030 reduzieren wir unsere CO2-Emissionen um 50 % (Scopes 1 & 2) und verpflichten uns zur Science Based Targets Initiative (SBTi) mit dem Ziel, Netto-Null zu erreichen*.</i> <small>*Im Vergleich zu 2019.</small></p>	<p>Ebnat AG: <i>Bis 2028 stellen wir sicher, dass 100 % unserer Lieferant:innen aus Risikoländer die Kernarbeitsnormen der ILO einhalten*.</i> <small>*Die Überprüfung findet durch eine externe Organisation (Sedex, BSCI) statt.</small></p>	<p>Ebnat AG: <i>Bis 2025 stellen wir sicher, dass unsere gesamte Organisation für die Ausgewogenheit von Familie und Geschlecht zertifiziert ist*.</i> <small>*Gemäss den Kriterien des UND-Ratings, für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und für Gleichstellung.</small></p>
<p>Barry Callebaut AG <i>Bis 2025 werden wir alle unsere Produkte mit 100 % nachhaltigen Inhaltsstoffen versehen.</i></p>	<p>Unilever AG: <i>Wir haben einen klaren Weg aufgezeigt, um Null-Emissionen bis 2030 in unseren Geschäftsbetrieben und zu Netto-Null-Emissionen in unserer gesamten Wertschöpfungskette bis 2039 zu erreichen.</i></p>	<p>Barry Callebaut AG: <i>Bis 2025 verhindern wir 100 % der Kinderarbeit aus unserer Lieferkette.</i></p>	<p>Ten23 health AG: <i>Bis 2023 erreichen wir die Gleichbehandlung aller Mitarbeiter:innen am Arbeitsplatz und stellen sicher, dass es keine geschlechtsspezifischen Lohnunterschiede gibt.</i> <small>*Die Bewertung erfolgt durch Dritte.</small></p>