

**DU, WIR  
& UNSER  
NETZWERK  
SO GEHT  
GRÜNDEN!**

*#30jahrebpw*

**BPW  
2025**

*w w w . b - p - w . d e*

# BPW 2025

---

## Seminarprogramm Berlin







Nachhaltigkeit in meinem  
Unternehmenskonzept  
Anett Lommatzsch

**manus ordinans**  
UNTERNEHMENSBERATUNG



# Agenda

- Definition & Theorie „Nachhaltigkeit
- Ideenkonzept
- Purpose
- Wirkungstreppe

# Nachhaltigkeit – Begriffsentwicklung

**1713: Das Ziel war die Schaffung eines stabilen Gleichgewichts.**

Der Grundgedanke: In einem Wald sollten nur so viele Bäume abgeholzt werden, wie in diesem Wald in absehbarer Zeit nachwachsen können. Dadurch sollte langfristig der Bestand des Waldes sichergestellt werden, welcher die Basis der Forstwirtschaft bildet. (Hans Carl von Carlowitz (1645–1714))

## **Brundtland-Report definiert 1987 „Nachhaltige Entwicklung“**

- Große internationale Bekanntheit durch seine Erwähnung im Bericht der Brundtland-Kommission „Unsere gemeinsame Zukunft“
- Die von der UN beauftragte Kommission unter der Leitung des ehemaligen norwegischen Ministerpräsidenten Gro Harlem Brundtland 1987 beschreibt das Konzept einer nachhaltigen Entwicklung als ***„Humanity has the ability to make development sustainable – to ensure that it meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.“***

(„Die Menschheit ist in der Lage, die Entwicklung nachhaltig zu gestalten, d. h. sicherzustellen, dass sie die Bedürfnisse der Gegenwart erfüllt, ohne die Fähigkeit künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.“)



## Modell: Triple Bottom Line (TBL)

- **Planet:** Fokus auf die positiven und negativen Auswirkungen der Organisation auf die Umwelt.
- **People:** Fokus auf alle Stakeholder des Unternehmens, einschließlich der betroffenen Gruppen entlang der gesamten Lieferkette.
- **Prosperity:** Fokus auf verdientes Geld, Shareholder Value **und** Wohlstand der Aktionäre

**Profit in der TBL ist ein Kreislauf:** Ein Unternehmen, das Gewinn macht, kann dann in Innovationen investieren, die sich positiv auf Umwelt und Menschen auswirken; es kann Steuern zahlen, die für soziale Zwecke verwendet werden; kann dann wachsen und Arbeitsplätze schaffen etc.

# Das Nachhaltige Geschäftsmodell: Dimensionen & Strategien

Den erschaffenen Wert in Kontext stellen:

inwiefern ist das unternehmerische Handeln, die Wertschöpfung (=Geschäftsmodell)

- ✓ mit der Umwelt mind. verträglich,
- ✓ Sozial mind. verträglich bzw. schafft einen Nutzen und
- ✓ ökonomisch effizient?

Anzeigen:  VERBEN  ADJEKTIVE

innovativ      bisherig      durchsetzen      verfolgen  
neu      funktionieren      ändern      riskant

tragfähig      **Geschäftsmodell**      basieren

entwickeln      erfolgreich      lukrativ      ähnlich

überleben      profitieren





# Werteökonomie



In der Diskussion um die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen gibt es zwei grundlegend verschiedene Perspektiven und Zielsetzungen:

nämlich das **ESG-Konzept** („Do no harm“/Richte keinen Schaden an)  
und  
das **Impact-Konzept** („Do good“/Bewirke Positives).

# Werteökonomie

- Das Konzept „**ESG**“ (Environment, Social, Governance) nimmt eine **Risikoperspektive** ein und möchte sicherstellen, dass von wirtschaftlichen Tätigkeiten keine negativen Wirkungen auf die Umwelt (Environment) und die Gesellschaft (Social) ausgehen und eine transparente und gesetzeskonforme Unternehmensführung praktiziert wird (Governance).
- Im Fokus steht dabei, Schäden zu vermeiden („Do no harm“).
- Dieses Konzept prägt eine Reihe von regulatorischen Initiativen, wie z.B.
  - die EU-Taxonomie-Verordnung, die darauf abzielt, den Grad der ökologischen Nachhaltigkeit einer Investition bzw. einer Wirtschaftstätigkeit zu bestimmen.
  - Die Corporate Sustainable Reporting Directive der EU oder
  - das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz stellen das ESG-Konzept in den Fokus. Sie folgen im Kern einer **Risiko- und Schadensvermeidungsstrategie**.

# Werteökonomie



- Im Unterschied dazu nimmt das **Impact-Konzept** eine grundlegend andere Perspektive ein.
- Hier steht im Vordergrund, durch unternehmerische und wirtschaftliche Aktivitäten positive Effekte bei Kunden und anderen Zielgruppen sowie für die Gesellschaft und die Umwelt als Ganzes zu erzielen.
- Unternehmerische Konzepte wie
  - Sustainable Entrepreneurship und Social Entrepreneurship und
  - konkrete praktische Initiativen wie die DIN SPEC 90051 „Nachhaltigkeitsbewertung von Start-ups“ bauen darauf auf, aber auch.

=> Wir arbeiten nach dem Impact Konzept mit der Wirkungstreppe



## Mein Alleinstellungsmerkmal

### Innovativer Aspekt Deiner Idee

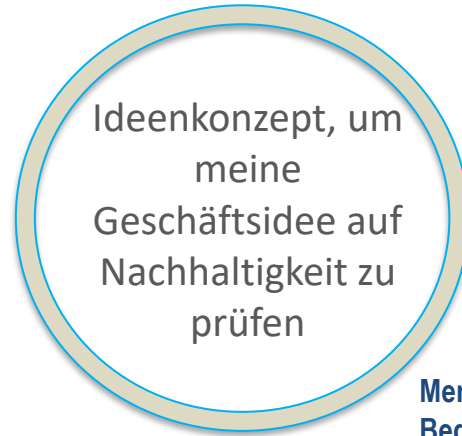
die wichtigsten Merkmale Deiner Produkte

Warum sollte ein Kunde mein Produkt/meine Dienstleistungen erwerben statt die meiner Mitbewerber?

Einzigartiges Leistungsmerkmal und Kundenversprechen

### Beispiele

- Differenzierung: Qualitätsunterschied / Preis-Leistungspakete
- Innovation: neue Elemente herausstellen
- Kostenführerschaft: ggf. Kostenvorteil aufzeigen



## Benefit

Was erwarten Deine Kunden, wenn Sie zu Dir kommen um zu kaufen/ Dich zu beauftragen?

Produkteigenschaft & -stärke / Was bringt es dem Kunden? Welche Probleme meines Kunden werden gelöst?

### Beispiele

Materielle/immaterielle Gewinne, Zeitersparnis und /oder Geldersparnis  
Prestige/Ansehen, Bequemlichkeiten, Spaß, Abenteuer  
Sicherheitsgefühl

## Angebot: Produkt/Dienstleistung

**Beschreibe/Strukturiere Dein Angebot so, dass Außenstehende verstehen was sie bei Dir kaufen können.**

Wie sieht das aus? Was verkaufst Du?

Was kann ein Kunde bei Dir erwerben?

Welche sind Deine Kernkompetenzen, deine Stärken?

Differenziere klar und deutlich zwischen Deinen verschiedenen Angeboten

Ich bin Expert:in für...

## Meine Zielgruppen

B2C oder B2B

Sozio-demografische Kriterien

B2C: Familien / persönlicher Status  
Alter, Geschlecht, Einkommen  
B2B: KMU, Konzerne, öffentliche Auftraggeber

Psychologische Kriterien

Einstellungen und Werte, da die das Konsumverhalten mitbestimmen: Vorlieben, Statusbewusstsein, ästhetisches Empfinden, Vorlieben, Offenheit

Geografische Kriterien

Für jedes Angebot Beschreibung des Einzugsgebiets: Ein Radius, Stadt, Bundesland, Staat, weltweit, online

## Menschen mit gleichen

**Bedürfnissen, Wünschen oder Probleme bilden eine Zielgruppe.**

Welche Kundenbedürfnisse liegen vor?

Alles anzubieten, bedeutet nicht spezialisiert zu sein. Möchte das Deine Zielgruppe?

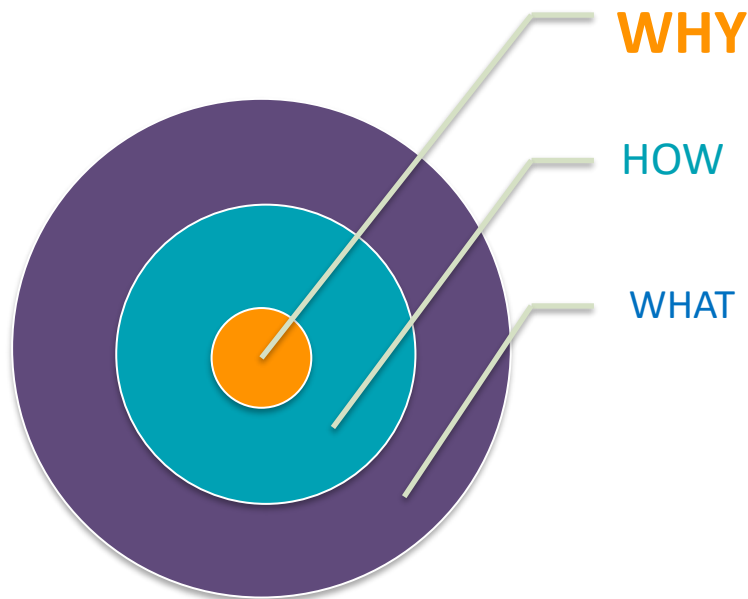
Charakterisiere Deine Zielgruppen nach Folgendem:

# Purpose: Wirkung definieren, messen, bewerten



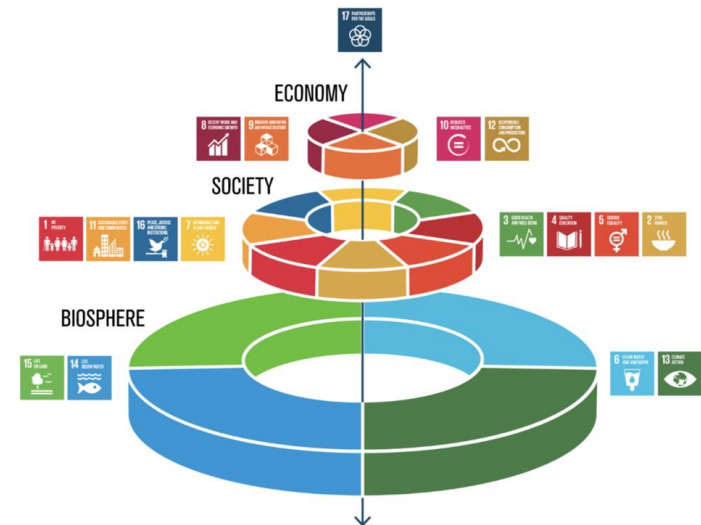
## Inside-Out Perspektive

Meint, dass die Wirkungslogik aus einer persönlichen Motivation des Teams von innen nach außen getragen wird: WARUM sollen diese(n) Nachhaltigkeitsaspekt(e) in meinem Geschäftsmodell verankert sein?



## Outside-In Perspektive *#wirgründen*

Heißt, dass die eigene Mission abgeleitet wird von bzw. beschrieben wird durch bestehende Raster, Zertifikate, Systematiken. z.B. DIN SPEC 90051, 17 sdgs der UNO



<https://stockholmresilience.org/>

In Anlehnung an the golden circle by Simon Sinek

<https://sdgs.un.org/goals>

*#30 jahrebpw*

# Purpose: Wirkung definieren, messen, bewerten

## Kommunen Status

Quo 17 sdgs:

<https://sdg-portal.de/de/sdg-indikatoren/potsdam-am-stadt?longTermComparison=1>



Abbildung 1: Die 17 SDGs geclustert nach den drei ‚klassischen‘ Dimensionen der Nachhaltigkeit



# Wirkungslogik präzisieren: Wirkungstreppe **BPW** #wirgründen

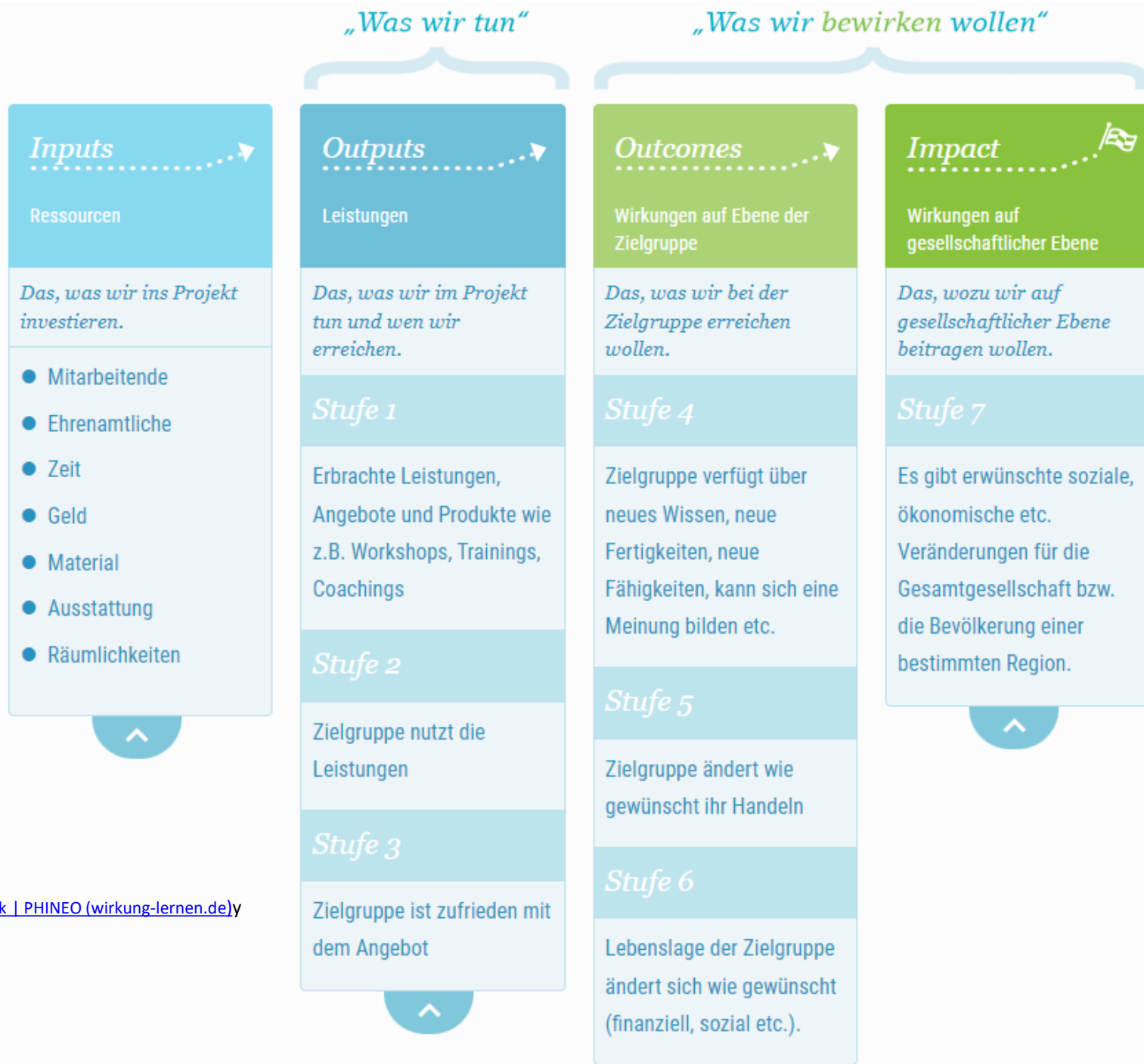


Source: Stufen der Wirkungslogik | PHINEO ([wirkung-lernen.de](http://wirkung-lernen.de))

Video:

<https://www.youtube.com/watch?v=zmTccE-iuSk>

#30 jahrebpw



Source: [Stufen der Wirkungslogik | PHINEO \(wirkung-lernen.de\)](https://www.wirkung-lernen.de/)

# Anett Lommatzsch



## Organisationsentwicklung & Strategieberatung

Unternehmensberaterin  
Trainerin  
Ergebnisorientiertes Coaching

**manus ordinans**  
UNTERNEHMENSBERATUNG



#30 jahrebpw



# BPW 2025

Deine Idee | Dein Konzept | Dein Unternehmen

Hotline: 030 / 21 25 - 21 21

E-Mail: [info@b-p-w.de](mailto:info@b-p-w.de)

Internet: [www.b-p-w.de](http://www.b-p-w.de)

Förderer



Kofinanziert von der  
Europäischen Union



Der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg wird gemeinsam durch die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe des Landes Berlin und durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie des Landes Brandenburg unterstützt sowie aus Mitteln der Europäischen Union kofinanziert.