



Michael Präger

10 Nachhaltigkeit: Impact over Compliance

Luca Meister

12 Wasserstoff- Powerpacks für Schienen- fahrzeuge

Christian Häuselmann

18 Im Kreislauf zum Erfolg

**Purpose:
Nachhaltigkeit als
Erfolgsfaktor**

Fokus DACH-Region

5 EDITORIAL

7 STATEMENT

Philipp Aerni, Director of the Center for Corporate Responsibility and Sustainability (CCRS)
Hochschule für Wirtschaft Freiburg

EXPORTFACTS

21 WÄHRUNGSSITUATION

Was verbindet Fremdwährungen mit Nachhaltigkeit?

22 PREMIUMINSIGHT

Vier Gründe, warum ESG-Daten an Bedeutung gewinnen

23 EXPORTBAROMETER

Ausblick für Schweizer Exportwirtschaft eingetrübt

25 ZOLLWISSEN KOMPAKT

Global Trade Compliance

BUSINESS EXCELLENCE

26 Rund um Länderrisiken: Drei Fragen an Coface

29 Resilient dank optimierter Wertschöpfungskette

MITGLIEDER IM FOKUS

30 Convera
ALTRAC AG

31 Atelier Arttech GmbH

AKTUELL

32 KMU Mittelstandstudie 2022
Nachhaltige Lieferketten – wettbewerbsentscheidend

34 swiss export Seminare

36 Initiative «swiss ecomove»
Mitgliederangebot

37 Rückblick Veranstaltungen

INNOVATION

38 Zufriedene Belegschaft dank intuitiver Kollaborations-App

SCHWERPUNKT

Purpose: Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor
Fokus DACH-REGION



10

Michael Präger
Nachhaltigkeit: Impact over Compliance

12

Luca Meister
Wasserstoff-Powerpacks für Schienenfahrzeuge



18

Christian Häuselmann
Im Kreislauf zum Erfolg

Filippo Angiolini/Nicole Saunier
8 «Nachhaltigkeit ist eine Chance, kein Störfaktor»

Patrick Eberhard
16 Kreislaufwirtschaft als Erfolgsfaktor

Claudia Moerker
14 «swiss ecomove» – Verbesserung der Umweltleistung in KMU



Corporate Sustainability: Taten statt Worte



Sybille Amstutz

Redaktionsleiterin

Claudia Moerker

Chefredaktorin
Geschäftsleiterin Verband swiss export

Der Klimawandel ist eine Herausforderung von nie da gewesenen Ausmass – ohne Zweifel die folgenreichste und dringlichste Problematik des 21. Jahrhunderts. Natürlich hat die Menschheit auch früher Zeiten der Veränderung durchlebt und verschiedenste Probleme überwunden. Doch anders als wirtschaftliche Transformationen, technologische Durchbrüche oder andere Disruptionen betrifft der Klimawandel sämtliche Bereiche der Gesellschaft. Zudem läuft ein Countdown: Um eine langfristige ökologische Katastrophe mit Konsequenzen für Milliarden Menschen zu vermeiden, müssen wir bereits im laufenden Jahrzehnt die Weichen so stellen, dass die Emissionen deutlich sinken und die globale Erwärmung auf maximal 1,5°C begrenzt wird.

Alle gesellschaftlichen Gruppen müssen gegen den Klimawandel aktiv werden. Allerdings trägt die Wirtschaftswelt dabei eine besondere Verantwortung, denn ihr Anteil an negativen Auswirkungen auf die Umwelt ist erheblich. Wenn Unternehmen ihr eigenes Handeln und das ihrer Lieferantinnen und Lieferanten verändern, hat das unmittelbar Einfluss auf die Umwelt und kann so einen wertvollen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten sowie als Vorbild für andere Akteure wirken.

Aktives Handeln gegen den Klimawandel und seine Folgen ist gut für das Ökosystem Erde, für die Menschheit als Ganzes und für jedes Individuum in der Gesellschaft. Doch es ist auch gut für Unternehmen: Wer nachhaltige Strategien entwickelt und seinen Klimainpakt verringert, schafft sich Wettbewerbsvorteile gegenüber Mitbewerberinnen und Mitbewerbern, die im Klimaschutz weniger aktiv sind – etwa durch neue Umsatzbringer, ein besseres Verständnis für Änderungen im Kundenverhalten, weniger Klimarisiken, niedrigere klimabezogene Kosten oder eine Kombination aus all diesen Faktoren. In jedem Fall werden Unternehmen und Organisationen, die sich heute den Herausforderungen des Klimawandels stellen, in der neuen, nachhaltigen Wirtschaft von morgen im Vorteil sein. Denn in dieser veränderten Welt wird klimaverantwortliches Handeln – oder Nicht-Handeln – die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens bestimmen.

Als langjähriges Kompetenzzentrum und Vertrauenspartner der Schweizer Export Community hat sich der Verband swiss export zum Ziel gesetzt, die KMU auch hinsichtlich Gestaltung nachhaltiger Lieferketten sowie Nachhaltigkeit und Umweltschutz entlang von ESG zu mobilisieren. Mit unserer Initiative «swiss ecomove» lancieren wir mit namhaften Partnern eine langfristig ausgelegte Bewegung für nachhaltiges Unternehmertum. Mehr über «swiss ecomove» und effektive und nachhaltige Praxisbeispiele sowie die Experteneinschätzung zur Nachhaltigkeit lesen Sie im Schwerpunktthema ab Seite 8. Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre.

Herzlichst

Claudia Moerker
Geschäftsleiterin

Sybille Amstutz
Redaktionsleiterin

Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Das Thema Nachhaltigkeit wurde firmenintern lange Zeit den Bereichen Marketing und Kommunikation zugeordnet. Es ging primär darum, in Form eines «Code of Conduct» gute Absichten zu signalisieren.

Mit der überwältigenden internationalen Zustimmung zu den siebzehn UNO-Nachhaltigkeitszielen und den Pariser Klimazielen im Jahr 2015 hat sich aber die Situation allmählich verändert. Es waren zwar Staaten, welche diese Vereinbarungen unterschrieben haben, doch deren Umsetzung in nationale Gesetzgebungen betrifft auch den Handlungsspielraum von privaten Unternehmen.

Grossfirmen setzten bereits zuvor primär auf Selbstregulierung. Ausgehend von bestehenden Prinzipien, welche von internationalen Organisationen definiert wurden (z. B. UN Global Compact, OECD Guidelines for Multinational Enterprises), versuchten sie, Firmennachhaltigkeit über sogenannte ESG-Kriterien konkret im Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsbereich fassbar und operationalisierbar zu machen. Diese wurden dann auch zunehmend in der Finanzindustrie für konkrete Anlageentscheide verwendet. Doch auch diese Bemühungen, Nachhaltigkeit in der Wirtschaft besser fassbar zu machen, wurden mit dem exponentiellen Wachstum an ESG-Investitionen in der Finanzindustrie zunehmend infrage gestellt. In der Juli-Ausgabe 2022 der Wochenzeitschrift «The Economist» wurde nun sogar vorgeschlagen, das ESG-Kürzel ganz abzuschaffen, weil es zu viel Green- und Social Washing enthalte. Mit anderen Worten, Kunden würden getäuscht, weil nicht das drinsteckt, was behauptet wird. Stattdessen wird postuliert, dass nur noch das «E» in Zukunft zählen wird, wobei dieses E nicht etwa für «Environment», also Umwelt, steht, sondern bloss noch für «Emissions», also die Reduktion von Treibhausgasemissionen. Die Beschränkung der Firmennachhaltigkeit auf den Klimaschutz wäre allerdings nicht kompatibel mit dem Geist der UNO-Nachhaltigkeitsziele, welche erkennen, dass für eine Mehrheit der Bevölkerung auf diesem Planeten immer noch die Armut der Hauptfeind der Nachhaltigkeit ist. Nicht Klimaschutz, sondern Klimaanpassung und inklu-



Philipp Aerni
Direktor des Zentrums für Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit (CCRS), eines assoziierten Instituts der Hochschule für Wirtschaft Freiburg

sives Wirtschaftswachstum haben in diesen Ländern Priorität.

Schliesslich wird gerade in Europa der Regulierungsdruck im Bereich der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit mit der vorgeschlagenen EU-Direktive zu «Corporate Sustainability and Due Diligence» steigen. Sie fordert eine Berichterstattungspflicht für grössere Firmen, die sich jedoch auf die gesamte Lieferkette bezieht. Gerade exportorientierte Schweizer KMU werden davon auch als Lieferanten der grösseren europäischen Firmen betroffen sein. Zunehmend verlangen diese nämlich einen Nachhaltigkeitsausweis, der weit über einen Code of Conduct hinausgeht. Die privaten Anbieter von solchen teuren Nachhaltigkeitsgutachten haben jedoch keinen Anreiz an einer

Einheitlichkeit in der Nachhaltigkeitsbewertung, denn sie wollen sich ja differenzieren. Somit stehen die KMU vor dem Problem, dass nun zwar konkrete Zahlen verlangt werden, doch diese die Glaubwürdigkeit nicht unbedingt erhöhen.

Ein kalibriertes Benchmarkingsystem als Grundlage für die Mess-, Vergleich- und Verifizierbarkeit der Nachhaltigkeitsleistung einer Firma könnte diesbezüglich Abhilfe schaffen. Das damit verbundene Rating und Reporting Tool wäre dann eine integrative Plattform, die Bestehendes nicht ersetzt, sondern integriert. Indem sie allen Dimensionen der Nachhaltigkeit Rechnung trägt, würde sie auch dem Geist der UNO-Nachhaltigkeitsziele nach dem Motto «People, Planet and Prosperity» entgegenkommen. Eine Firma, die im Umwelt- und Sozialbereich (People, Planet) in dem Masse investiert, dass sie die finanzielle Gesundheit des Kerngeschäfts (Prosperity) gefährdet, kann nämlich auch nicht als nachhaltig bezeichnet werden, denn sie muss ja zukunftsfähig bleiben, um eine Wirkung erzielen zu können.



«swiss ecomove» – Verbesserung der Umweltleistung in KMU

Alle Zeichen stehen auf Nachhaltigkeit. Die Wissenschaft, die Gesellschaft und die Politik fordern den privaten Sektor auf, die Bemühungen zu beschleunigen, damit wir die Klimaziele erreichen. Viele grosse Unternehmen haben ihre Business-Modelle auf Nachhaltigkeit umgestellt und treiben ihre Nachhaltigkeitsagenda voran. Doch welche Bedeutung hat das Thema für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU)?



Claudia Moerker
Geschäftsführerin
Verband swiss export

Eine global vernetzte Wirtschaft hat globale Auswirkungen. Dies gilt sowohl für soziale als auch für ökologische Aspekte. Klar ist: Umweltauswirkungen fallen mehrheitlich bei vorgelagerten Zulieferern oder bei der Rohstoffgewinnung an. Wer heute von «Nachhaltigkeit» spricht, meint meist die ökologische Nachhaltigkeit, was häufig auf die «Verringerung des CO₂-Fussabdrucks» reduziert wird. Gleichermassen stellt sich jedoch auch die Frage nach dem «Handprint», also inwieweit auch das Kerngeschäft eines Unternehmens Teil der Lösung ist.

Nachhaltigkeit hat viele Facetten. 2015 wurden von den Vereinten Nationen die sogenannten SDGs – die Sustainable Development Goals – verabschiedet und damit siebzehn weltweite Ziele für

eine nachhaltige Entwicklung auf unserem Planeten gesetzt. Um diese Ziele zu erreichen, bedarf es weit mehr als einer ökologischen Agenda. Unternehmen sind dazu aufgerufen, sich aktiv um das Erreichen dieser Ziele zu bemühen. Doch ein Unternehmen nachhaltiger zu gestalten, bedeutet auch, die Lieferketten miteinzubeziehen. Wie können insbesondere auch KMU den Transformationsprozess hin zu mehr Nachhaltigkeit angehen? Wie können nachhaltige Lieferketten organisiert werden? Welche Schritte gehören dazu, und welche Hilfsmittel und Instrumente können dabei helfen?

Mit der «swiss ecomove»-Initiative wollen wir Unternehmen und Entscheidungsträger*innen mit Akteuren des Wandels vernetzen. Wir unterstützen international tätige KMU dabei, Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie weiter zu verankern und sich als zukunftsfähige und nachhaltige Unternehmen sichtbar zu machen. Damit verfolgen wir das Ziel, dass Nachhaltigkeit und Umweltschutz auch im Mittelstand umfassend reflektiert werden und sich Unternehmen langfristig erfolgreich gegenüber Kunden, Aktionären und Mitarbeitenden positionieren und entwickeln können.



Kunden treffen ihre Kaufentscheidung verstärkt unter Einbezug von ESG-Kriterien: Umweltfaktoren (Environment), soziale Aspekte (Social) und Unternehmensführung (Governance), welche aufzeigen, wie nachhaltig ein Unternehmen ist. Sie wollen wissen, mit welcher Art von Unternehmen sie Geschäfte machen. Verantwortungsbewusstes Handeln befähigt Unternehmen zudem, die besten Talente anzustellen und zu halten sowie mehr Vertrauen zu Kunden aufzubauen.

Derzeit gibt es ein Zeitfenster, um die Vorteile dieser Situation zu nutzen. Für Unternehmen ist dies eine Chance, um sicherzustellen, dass ihr quantitativ erfasstes ESG-Profil mit ihren Werten übereinstimmt. Nur dann können sie, wenn es so weit ist, der Prüfung standhalten. Hierfür müssen Unternehmen die richtigen quantitativen und qualitativen Daten erfassen, um ihr Engagement für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung präzise nachzuweisen. Das geht nicht von heute auf morgen. Ein aussagekräftiges Programm für verantwortungsvolles Handeln braucht Ausdauer und Offenheit.

Gemeinsam eine nachhaltige Schweizer Exportwirtschaft gestalten

Zusammen mit unserem Main Partner UBS unterstützen wir international tätige KMU bei der Gestaltung und Durchsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie am Markt. Über die esg2go-Platt-

form werden ein Rating-Bericht sowie ein (auf dem in Entwicklung befindlichen SNFRS, Swiss Non Financial Reporting System, aufbauenden) Reporting-Bericht erstellt. Weitere Reportings sind ebenfalls hinterlegt und stehen in der Professional-Version zur Verfügung. Dies zeigt zukünftig die Entwicklung auf und bietet ein differenziertes Benchmarking.

Zudem erhalten KMU-Exporteure Unterstützung bei der Festlegung und Gestaltung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie von unseren Experten:

- Nachhaltigkeitsstrategie: Unternehmensziele und Projekte definieren
- Freiwilligenarbeit für Ihre Mitarbeiter: UBS Helpetica
- Crowdfunding: Unterstützung Projekte Dritter

Für die Export-Community soll betrieblicher Umweltschutz mehr als die systematische Kontrolle der Umweltauswirkungen am Standort sein. Auch mehr als die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften. Es sollen alle Möglichkeiten, um so nachhaltig wie möglich zu agieren und zu produzieren, genutzt werden. Mitarbeitende sollen sensibilisiert und fortlaufend geschult werden oder ihr Wissen weitergeben. Gemeinsam wollen wir aktiv den Klimaschutz vorantreiben, natürliche Ressourcen schonen und unsere Umwelleistungen nachhaltig verbessern. Heute und in Zukunft.

Lernen von den besten «nachhaltigen Unternehmen»

Innovation, Transformation und Führung haben viele Gesichter. Mit unserer strukturierten und integrierten Herangehensweise sind wir in der Lage, Entscheidungsträger*innen bei der Lösung ihrer komplexen Probleme zu unterstützen. Unsere Experten helfen dabei, die Nachhaltigkeitsstrategie in geschäftlicher und technologischer Sicht erfolgreich umzusetzen und dadurch in den Zielmärkten eine Führungsposition im Wettbewerb einzunehmen.

Durch die Vielfalt an Projekten und Engagements der «swiss ecomove»-Initiative werden die Nachhaltigkeitsaspekte ganzheitlich betrachtet und zeigen die individuelle Leistung im Vergleich zu anderen Unternehmen auf. Daraus ergeben sich Verbesserungspotenziale zur Weiterentwicklung. Bewerben können sich alle Unternehmen, die ihren Hauptsitz in der Schweiz haben. Die Teilnehmer werden in unseren Publikationen mit einem Kurztext vorgestellt und erscheinen mit ihrem Logo auf der Landingpage. Ebenso können sie das Engagement als Teil der Initiative öffentlichkeitswirksam nutzen. Darüber hinaus werden drei Unternehmen, welche vom Expertenteam aufgrund der festgelegten Kriterien ausgewählt werden, am 50-Jahr-Jubiläum von swiss export, welches am 15. Juni 2023 am Flughafen Zürich stattfindet, präsentiert.

Nutzen Sie diese einmalige Chance und profitieren Sie vom Wissen aller Partner und Expert*innen. ■

Verbesserung der Umweltleistungen von international tätigen KMU



Als langjähriges Kompetenzzentrum und Vertrauenspartner der Schweizer Export Community haben wir uns zum Ziel gesetzt, die KMU auch hinsichtlich Gestaltung sicherer Lieferketten sowie Nachhaltigkeit und Umweltschutz entlang von ESG zu mobilisieren. Mit unserer Initiative «swiss ecomove» lancieren wir eine langfristige ausgelegte Bewegung für zukunftsfähiges Unternehmertum. Unter dem Dach von swiss export wollen wir Unternehmen und Entscheidungsträger*innen mit Akteuren des Wandels vernetzen. Wir unterstützen international tätige KMU dabei, Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie weiter zu verankern und sich als nachhaltige Unternehmen sichtbar zu machen.

Was wir erreichen wollen

Gemeinsam wollen wir aktiv den Klimaschutz vorantreiben, natürliche Ressourcen schonen und unsere Umweltleistungen nachhaltig verbessern. Heute und in Zukunft. Für die Export-Community soll betrieblicher Umweltschutz mehr als die systematische Kontrolle

der Umweltauswirkungen am Standort sein. Auch mehr als die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften. Es sollen alle Möglichkeiten, um so nachhaltig wie möglich zu agieren und zu produzieren, genutzt werden. Mitarbeiter*innen sollen sensibilisiert und fortlaufend geschult werden oder ihr Wissen weitergeben.

Was wir Ihnen bieten können

Das Nachhaltigkeitsrating-Tool ESG2GO für KMU misst die Risiken, die eine Unternehmung in Bezug auf Umwelt, Soziales und Unternehmensführung eingeht. Es erlaubt die quantitativ gestützte Standortbestimmung der Nachhaltigkeit. Dabei wird neben dem Footprint auch der Handprint berücksichtigt. Die Unternehmensdaten werden automatisiert auf ihre Plausibilität geprüft, und es wird ein Rating-Bericht generiert. Der DNK (Deutscher Nachhaltigkeitskodex) oder GRI (Global Reporting Initiative der UNO) ist bereits hinterlegt, weitere Zertifikate folgen in Kürze.

esg **2**
go
rating & reporting standard

www.esg2go.org: Nachhaltigkeits-Check
Als Mitglied profitieren: Rabatt Code
im Wert von CHF 400.- anfordern!*

Professional-Version

Ein Professional aus dem Expertenteam berät Sie bis zu 45 Minuten bezüglich der Dateneingabe und bis zu 60 Minuten bezüglich des Rating-Resultats. Darüber hinausgehende Beratung wird mit dem Professional direkt vereinbart.

Die Projekte werden von einer Expertenjury beurteilt. Herausragende Leistungen präsentieren wir im Rahmen des 50-Jahr-Jubiläums von swiss export auf unseren Plattformen und am swiss export tag 2023.

*Der Selbstbehalt beträgt CHF 100.-. Das Angebot ist swiss-export-Mitgliedern vorbehalten. Interessenten senden bitte eine E-Mail an ecomove@swiss-export.com.