

# Modul 8-9

## Externe Umwelt

### Anpassung an Innovation und digitale Technologien

#### CSR in KMU: Niederländische Fallbeispiele

[NINE & Co.](#) – Kinder-Bekleidung ([CSR](#)), [Copper 8](#) – Unternehmensberatung ([CSR](#)), [The Lekker Company](#) – Hautpflege ([CSR](#)) und, [Circle Economy](#) – Think Tank ([Knowledge Hub](#))



#### Konzept der Kreislaufwirtschaft, Grundsätze der Kreislaufwirtschaft und Strategien zur Förderung von Innovation und Kreativität.

[NINE & Co](#) unternimmt Schritte in Richtung einer kreislaufforientierten Modeindustrie und hat [konkrete Ziele für das Jahr 2020](#) definiert. Das Kreislaufdenken von NINE & Co. konzentriert sich auf das Design der Produkte, die Nutzungsphase und die mit dem Transport und Vertrieb der Produkte verbundenen Auswirkungen. Bessere Größentabellen und Waschanleitungen sind Beispiele für kleine Veränderungen mit großer Wirkung, die den Kund:innen die Auswirkungen ihrer Entscheidungen bewusst machen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf nachhaltigen Verpackungen und nachhaltigem Transport.

Im Jahr 2019 wurde sichergestellt, dass der gesamte für die Verpackungen verwendete Karton FSC-zertifiziert ist und aus nachhaltig bewirtschafteten Quellen stammt. Im Jahr 2020 stellten sie auf fast 30 % recycelten Karton um. Ab 2021 werden Polybeutel verwendet, die zu 1 % aus recyceltem Kunststoff bestehen.



#### Positive Change Makers: "Gutes tun" oder "etwas zurückgeben"

[NINE & Co.](#) machen ihre Kund:innen auf die [Auswirkungen ihrer Entscheidungen aufmerksam](#), indem sie Transparenz über die Auswirkungen ihrer Produkte schaffen und so zu einem bewussten Konsum anregen wollen.

Das gesamte Geschäft von [Copper8](#) ist darauf ausgerichtet, den Übergang zur Kreislaufwirtschaft durch aktive Förderung und Beratung zu beschleunigen.

Die Marke und die Produkte von [The Lekker Company](#) sind auf Natürlichkeit und Veganität ausgerichtet, um die [Schäden für Mensch und Umwelt zu minimieren](#). Sie fördern die Entwicklung hin zu natürlicher und nachhaltiger Hautpflege in der Industrie. Lekker listet seine Inhaltsstoffe in verständlicher Form auf, so dass die Kunden genau wissen, was sie für ihre Haut verwenden. Um etwas zurückzugeben, hat Lekker die [Lekker Foundation](#) ins Leben gerufen, die halbjährlich 1 % des Unternehmensumsatzes an eine Wohltätigkeitsorganisation oder eine gemeinnützige Einrichtung spendet, die dem Planeten zugute kommt und Tieren oder Menschen auf nachhaltige Weise hilft.



*Wir wissen, dass die Lebensqualität für die Kinder der Welt im Jahr 2050 von den Entscheidungen abhängt, die wir heute treffen.*

*- NINE & Co.*



## Digitale CSR-Technologien

[Kreislaufwirtschaft](#) – Der Knowledge Hub

Der [Knowledge Hub](#), der Teil des Circle Labs ist, ist eine offene, kollaborative Bibliothek mit Fallstudien zur Kreislaufwirtschaft. Die Bibliothek enthält auch Rahmenwerke für Kreislaufwirtschaftsstrategien und politische Instrumente, die den Übergang zur Kreislaufwirtschaft unterstützen können.



## Entwürfe und Modelle der Kreislauffinnovation

2019 hat NINE & Co. konkrete Ziele für ihre Bekleidungslinien definiert, die auf dem Wissen basieren, dass die Lebensqualität der Kinder der Welt im Jahr 2050 von den Entscheidungen abhängt, die wir heute treffen. NINE & Co. betrachtet den gesamten Lebenszyklus ihrer Produkte, um herauszufinden, wo und wie sie Kreislaufprinzipien anwenden können. Die Strategie der Kreislaufwirtschaft bei NINE & Co. konzentriert sich auf drei Phasen: 1) das Design der Produkte, 2) die Nutzungsphase und 3) den Vertrieb der Produkte.

1. In der Entwurfsphase konzentriert sich NINE & Co. auf die Verwendung nachhaltiger und kreislauffähiger Materialien, die kontinuierliche Erhöhung des Anteils dieser Materialien und den Einsatz umweltfreundlicherer Produktionsverfahren. Sie möchten erforschen, wie sie die Kreislauffähigkeit ihrer Designs weiter verbessern können, um die Lebensdauer von Produkten zu verlängern und Fasern im Nutzungskreislauf zu halten.
2. In der Nutzungsphase beziehen NINE & Co. die Verbraucher:innen ein und ermutigen sie, nachhaltigere Entscheidungen zu treffen, um ihre Auswirkungen zu verringern. Dazu gehören einfache, aber wirksame Maßnahmen wie verbesserte Größentabellen und Waschanleitungen.
3. In der Vertriebsphase ist die Verpackung einer der Hauptschwerpunkte von NINE & Co. Im Jahr 2019 haben sie begonnen, 100% FSC-zertifizierten Karton für ihre Verpackungen zu verwenden. Im Jahr 2020 begannen sie mit der Verwendung von fast 30 % recyceltem Karton. Und ab 2021 werden zu 100 % recycelte Polybeutel verwendet. NINE & Co. hat erkannt, dass der Transport ihrer Produkte ein Schlüsselbereich für zukünftige Verbesserungen in ihrer Wertschöpfungskette ist.



## Nationale Unterstützung zur Förderung der Kreislaufwirtschaft



*Um Kreislaufinnovationen zu unterstützen, brauchen wir auch eine engere Zusammenarbeit im gesamten Finanzökosystem: von Finanzinstituten und Investoren über Wirtschaftsverbände und Regierungsbehörden bis hin zu Acceleratoren. Wir brauchen ein dynamisches Ökosystem, das Unternehmern die Möglichkeit gibt, ihre Wirkung zu entfalten.*  
- Metabolic

2016 starteten die Niederlande ein regierungsweites Programm, um bis 2050 eine vollständig kreislauforientierte, abfallfreie Wirtschaft zu erreichen.

Leider wurden bei der Erreichung dieses Ziels nur langsam Fortschritte erzielt. Ein [Bericht](#) von [Metabolic](#), einem Beratungsunternehmen mit Sitz in Amsterdam, das sich mit den Konzepten der Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft befasst, hat jedoch 87 Initiativen ermittelt, darunter 28 öffentliche Fonds, 32 Innovationsprogramme und 6 Fondsmanager in den Niederlanden, die die Kreislaufwirtschaft im Land unterstützen und fördern.

Die niederländische Finanzierungslandschaft für die Kreislaufwirtschaft umfasst sowohl öffentliche als auch private Institutionen. Zu den aktivsten öffentlichen Investoren gehören der [Dutch Research Council \(NWO\)](#), [Rijksdienst voor Ondernemend Nederland \(RVO\)](#), und das neu gegründete [InvestNL](#). Die privaten Akteure reichen von großen Banken wie [Rabobank](#), [ABN AMRO](#) und [ING](#) über Fondsmanager wie [Polestar Capital](#) und [StartGreen Capital](#) bis hin zu privaten Stiftungen ohne Erwerbszweck wie [iFund Foundation](#) und [Stichting DOEN](#).

Die laufenden Investitionen werden durch Unterstützungsinitiativen ergänzt, die technische Hilfe, Vernetzungsmöglichkeiten und nicht-finanzielle Ressourcen bieten. Beispiele hierfür sind die Plattform für den Bausektor [Cirkelstad](#) und das Wissensinstitut für langlebige Verpackungen [Kennis Instituut Duurzaam Verpakken](#). Im öffentlichen Bereich gibt es Einrichtungen wie den [Rijksdienst voor Ondernemend Nederland](#) und regionale Entwicklungsagenturen (RDAs), die Unternehmern finanzielle und technische Unterstützung bieten. Da die Kreislaufwirtschaft an Schwung gewonnen hat, wurden außerdem Innovationsprogramme wie [Scale-Up Nation](#) und [Yes! Delft](#) sowie Wissensinitiativen wie [Sustainable Finance Lab](#) und [CIRCO](#) spezifische Initiativen und Forschungsprogramme auf das Thema zugeschnitten.

Eine vollständige Liste der Förderprogramme für Kreislaufinnovation in den Niederlanden finden Sie im [Metabolic-Bericht](#).



# Externes Umfeld

Lokales, kommerzielles und internationales Engagement nutzen

## CSR in KMU: Niederländische Fallbeispiele

[Tony's Chocolonely](#) – Süßwaren (CSR), [The Lekker Company](#) – Hautpflege (CSR) and, [The Johan Cruyff Institute](#) – Sportmanagement und Bildung (CSR)



### Einbindung von Stakeholdern und Aufbau von Beziehungen

Im Januar 2021 hat [The Lekker Company](#) die [The Lekker Foundation](#) ins Leben gerufen. Damit spendet The Lekker Company 1 % seines Umsatzes an eine gemeinnützige Organisation, die dem Planeten zugutekommt und Tieren oder Menschen auf nachhaltige Weise hilft. Das Unternehmen wird alle 6 Monate eine neue Organisation unterstützen und über die Lekker-Community Empfehlungen aussprechen und sich über verschiedene Initiativen informieren. Bislang hat die Lekker Foundation folgende Organisationen unterstützt: "[Less Plastic](#)", eine ozeanbegeisterte, familiengeführte, gemeinnützige Organisation mit Sitz in Großbritannien, die das Bewusstsein für Plastik im Meer und dessen Reduzierung schärft, und die [Reef Restoration Foundation](#), ein gemeinnütziges Sozialunternehmen, das mit einer bewährten Methode eine Reihe von Korallenaufzuchtstationen im Meer einrichtet und damit einen Teil der Lösung für ein gesundes Great Barrier Reef darstellt.



### Beteiligung der Unternehmen am sozialen Zusammenhalt in ihren Gemeinden

[Der Cruyff Athlete Fund](#) des [Johan Cruyff Institute](#) ermöglicht Profisportler:innen, die einer Minderheit angehören, ein beliebiges Aufbaustudium oder einen Masterstudiengang am Institut zu absolvieren, wobei die Zuschüsse bis zu 100 % betragen. Ziel ist es, Führungspersönlichkeiten in der Sportbranche auszubilden, die die Interessen des Sports am besten vertreten, unabhängig von ihrer Religion, ihrem Geschlecht, ihrer nationalen Herkunft, ihrer sexuellen Orientierung, ihrem Alter oder ihrem Einkommensniveau.

Die [Cruyff Foundation](#) hilft Kindern, ihre Lebensqualität durch Sport und Bewegung zu verbessern. Das Institut unterstützt die Johan-Cruyff-Stiftung durch Freiwilligenarbeit, Unterstützungsdienste und die Finanzierung von Sonderprojekten.

Bild abgerufen von  
@helloimnik auf  
Unsplash



*Unsere Mission: Gemeinsam  
machen wir 100% sklavenfreie  
Schokolade zur Norm.*

- Tony's Choclonely



## CSR-Marketing, Werbung, Branding und Sponsoring-Marketing

Die gesamte Marke [Tony's Choclonely](#) ist auf ihre zentrale CSR-Mission einer 100% sklavenfreien Schokoladenindustrie ausgerichtet.

Tony's verwendet das Emblem einer unterbrochenen Kette, um diese Mission zu veranschaulichen. Diese unterbrochene Kette befindet sich auf jeder Verpackung der Schokoladentafeln und ist auf die Tafel gedruckt und gerichtet, begleitet von der Aussage "samen maken we chocolade 100% slaafvrij," - "zusammen haben wir Schokolade 100% sklavenfrei gemacht". Tony's Mission wird auch im Inneren jeder Verpackung erklärt, und die [Schokoladenblöcke sind ungleichmäßig](#), was Tonys Art ist, die Kunden daran zu erinnern, dass die Gewinne der Schokoladenindustrie ungerecht verteilt sind.

Die [Website](#) von Tony's erzählt die Geschichte seiner Marke und die Auswirkungen, die sie hat. Sie enthält Abschnitte über die Mission, die Wirkung und den Hintergrund der Marke. Darüber hinaus veröffentlicht Tony's jedes Jahr einen "[Annual Fair Report](#)". In diesem Bericht geht Tony's ausführlich auf die Probleme ein, die das Unternehmen bekämpft, sowie auf die Kennzahlen und die Auswirkungen des Jahres, um seine Erfahrungen mitzuteilen und offen für Diskussionen zu sein. Der Fair Report soll die Praktiken des Unternehmens transparent machen und auch andere Unternehmen dazu anregen, ihrem Weg zu folgen und ihr Modell, 100% sklavenfreie Schokolade anzustreben, anzuwenden.

Tony's bittet um [Sponsoring](#), das sie ihrem Ziel, 100 % sklavenfreie Schokolade zu produzieren, näher bringen kann. Sie sponsern Veranstaltungen/ Aktionen/Personen, die sich auf Westafrika (Ghana/Elfenbeinküste) beziehen, die den Bauern in Ghana/Elfenbeinküste zugute kommen oder die den Kampf gegen die moderne Sklaverei unterstützen.

Tony's sponsert nicht aktiv Kinder/Jugendliche, weil sie erkennen, dass ihre Schokolade trotz der guten Wirkung kein gesundes Nahrungsmittel ist.

