

# Nachhaltiges Lieferantenmanagement

## Session 3

ClimatePartner – Februar 2023



# Agenda

---

- Recap & Diskussion der Umfrageergebnisse 14:15 – 14:45
- Case Study: Kosmetikretailer 14:45 – 16:45
- Kaffee-Pause 16:45 – 17:05
- Impulsvortrag aus der Praxis 17:05 – 17:20
- Abschluss 17:20 – 17:30

# ClimatePartner – Ihr Partner für Klimaschutz

---

## EXPERTISE

**15+** Jahre | **500+** Experten weltweit | **5.000+** Kunden

## ONE STOP SOLUTION

Alle **Schritte im Klimaschutz** für Unternehmen jeglicher Größe

## SKALIERBAR

**Software Lösungen** um Automatisierung und Effizienzen zu heben

## REDUKTION

**SBTi, Grünstrom, Network Platform, School of Sustainability** etc.

## AUSGLEICH

**Projektentwicklung** von zertifizierten Klimaschutzprojekten weltweit

## LABEL

**Transparenteste** und **international verbreitetste Label** für Klimaneutralität

# Wer sind wir?

---



## Lukas Zenz

- Team Lead Account Management Österreich
- Mehr als 4 Jahre Erfahrung in der Klimaschutz- und Unternehmensberatung (u.a. CO2-Bilanzierung, Zielsetzung und Strategie Erarbeitung)
- Diverse Projekte zur Ausarbeitung und Erarbeitung von Klimazielen (SBTI)



## Lotte Schmidt

- Team Consulting Services
- Mehr als 6 Jahre Erfahrung in Supply Chain, Nachhaltigkeit und Managementberatung
- Diverse Beratungsprojekte für nachhaltige Lieferketten für internationale Unternehmen
- Hintergrund in der Logistik und Supply Chain, sowie strategischer Unternehmensberatung



## Maike Reichert

- Team Consulting Services
- Mehr als 4 Jahre Erfahrung in der Nachhaltigkeitsberatung und CO2-Bilanzierung für internationale Unternehmen
- Entwicklung und Umsetzung von Supplier Engagement Strategien
- Diverse Projekte in der Klimastrategie einschließlich Identifizierung und Umsetzung von Reduktionsmaßnahmen




## Anna-Sofia Kraus

- Account Management Industrial Goods Österreich
- Erfahrung in der CO2-Bilanzierung von Unternehmen und technischen Produkten
- Berechnung und Support bei Bilanzierung aller Scopes

# Agenda

---

-  Recap & Diskussion der Umfrageergebnisse 14:15 – 14:45
-  Case Study: Kosmetikretailer 14:45 – 16:45
-  Kaffee-Pause 16:45 – 17:05
-  Impulsvortrag aus der Praxis 17:05 – 17:20
-  Abschluss 17:20 – 17:30

# Die erste Session des Trainings hat sich mit dem "Warum" beschäftigt

## Zoom-Fragen



Das "WARUM":

- Wichtigkeit von Scope 3
- Gesetzliche Anforderungen
- Primär-vs. Sekundärdaten

Messen Sie bereits den Großteil  
Ihres Scope 3?



70%: ja



20%: weiß  
ich nicht



10%: nein

Welche Chancen sehen Sie in  
der Einbindung von Lieferanten?

- Stakeholdermanagement
- Verfügbarkeit der Daten aus der Lieferkette
- bessere Datenqualität dadurch größerer Hebel bei Reduktionsmaßnahmen
- Impact
- Digitalisierung (Datenmanagement)
- Transparenz, eine gemeinsame Richtung

# Die zweiten Session des Trainings hat sich mit dem "Wie" beschäftigt

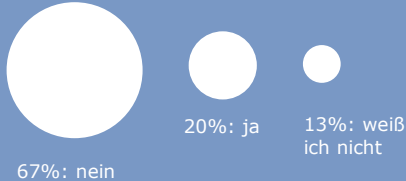
## Zoom-Fragen



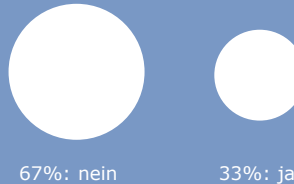
Das "WIE":

- Scope 3 Engagement-Target
- Maßnahmen und Hebel
- Nachhalten und Tracken von Lieferanten-Fortschritt

Haben Sie sich ein Scope 3 Reduktionsziel gesetzt?



Binden Sie bereits Ihre Lieferkette ein, um CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren?








Wie binden Sie Ihre Lieferanten bereits ein, um Ihre Lieferkette zu dekarbonisieren?

1. Gemeinsame Projekte zur Senkung der Emissionen auf Produktebene
2. Primärdatenabfrage
3. Wissensvermittlung & Best Practice Sharing
4. Dekarbonisierungskriterien im Einkauf

# Agenda

---

-  Recap & Diskussion der Umfrageergebnisse 14:15 – 14:45
-  **Case Study: Kosmetikretailer** 14:45 – 16:45
-  Kaffee-Pause 16:45 – 17:05
-  Impulsvortrag aus der Praxis 17:05 – 17:20
-  Abschluss 17:20 – 17:30



# Aufgabenstellung Case Study

## Internationaler Kosmetikretailer

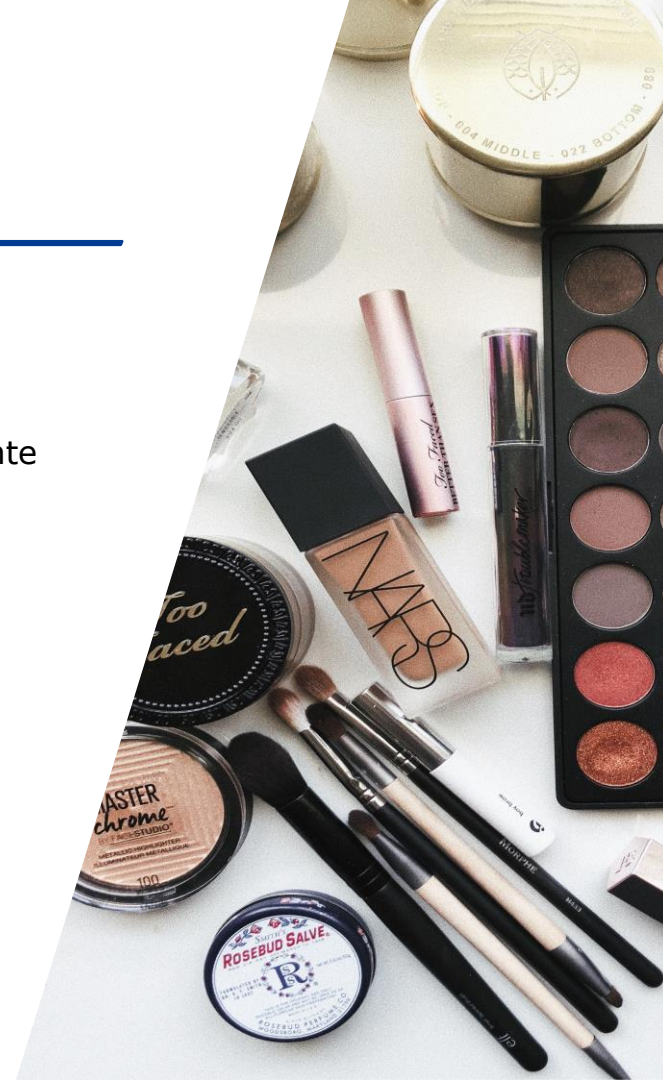
Ein internationaler Kosmetikretailer möchte:

- 1 Eine erhöhte Transparenz über die **Höhe der Scope 3 GHG-Emissionen** insbesondere in seiner **Lieferkette** erlangen
- 2 Sich ein **wissenschaftsbasiertes Reduktionsziel** für relevante **Scope 3 Kategorien** setzen
- 3 **Engagement-Maßnahmen** für Lieferanten zur Reduktion der GHG-Emissionen **auswählen**

Skizzieren Sie den Prozess für **eine der Aufgabenstellungen** und beantworten Sie folgenden Fragen:

- Wie würden Sie schrittweise vorgehen?
- Welche Informationen benötigen Sie?
- Welche Fragen müssen Sie sich stellen?
- Welche Herausforderungen sehen Sie?

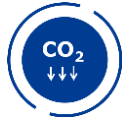
Hinweis: Das Unternehmen hat nur begrenzt Ressourcen zur Verfügung, d.h. Sie sollten so pragmatisch wie möglich vorgehen



# Für die Auswahl der Lieferanten, die in ein mögliches Engagementziel aufgenommen werden, sind drei Ansätze möglich

## Informationen Lieferantenauswahl

---



### **Emissionsbasiert**

Eine direkte Zuordnung der Emissionen zum Lieferanten ist die genaueste Option



### **Mengenbasiert**

Über die eingekaufte Menge wird ein Zuteilungsfaktor berechnet und zur Ermittlung der jeweiligen Lieferanten verwendet



### **Ausgabenbasiert**

Der Zuteilungsfaktor wird durch die ausgegebene Menge pro Lieferant und die Gesamtmenge der Emissionen bestimmt

# Science-Based Targets sind eine Methode der Zielsetzung zur Emissionsreduktion

## Reduktionsziele auf der Grundlage von "planetaren Grenzen"

### **Bisher:** Potentialbasiert

Grundlage sind **identifizierte Potentiale** zur Emissionsreduktion („Wieviel kann ich einsparen?“)

- Unternehmensrealität und Ausgangsbasis wird berücksichtigt
- Innenperspektive / Bottom-up

### **Neu:** Wissenschaftsbasiert

Grundlage ist das **verbleibende Emissions-Budget bis 2100**, auf Basis der UN-Klimaschutzziele („Wieviel muss ich einsparen?“)

- Ziele im Einklang mit globalen Anforderungen
- Vergleichbarkeit innerhalb der Wirtschaftssektoren
- Außenperspektive / Top-down



# Es gibt unterschiedliche Typen von Scope 3 Zielen

## SBTi Scope 3 Ziele

### Reduktionsziele

- Absolute Reduktionsziele: bspw. Reduzierung der **absoluten Emissionen** um mindestens 2,5 % p.a. (im Durchschnitt – Anforderung der SBTi)
- Intensitätsreduktionsziele:
  - Physische Intensitätsreduktion (z.B. pro kg): min. -7% gegenüber dem Vorjahr (im Durchschnitt – Anforderung der SBTi)
  - Wirtschaftliche Intensitätsreduktion (z.B. pro €): min. -7% gegenüber dem Vorjahr (im Durchschnitt – Anforderung der SBTi)
- Basierend auf der Berechnung oder **Überprüfung aller relevanten und erforderlichen** Scope 3 Emissionen (upstream & downstream)

### Engagement-Ziele

- **Partner** in der Wertschöpfungskette dazu bewegen, sich innerhalb **von 5 Jahren ein SBTi-konformes Ziel** zu setzen
- Validierung der Partner-Ziele durch die SBTi nicht erforderlich, aber empfohlen

ALDI South Group commits to reduce absolute scope 1 and 2 GHG emissions 26 % by 2025 from a 2016 base year. ALDI South group also commits that 75 % of its suppliers by emissions covering purchased goods will have science-based targets by 2024.

Quelle: SBTi

# Supplier Engagement Ziele sollten in die Lieferantenmanagement Strategie des Unternehmens integriert werden

## Erste Schritte

1

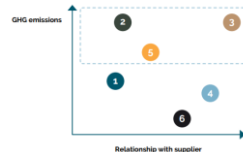
Überprüfung  
Lieferanten-  
Management  
Strategie

*Gibt es bereits Ansatzpunkte und Rahmenbedingungen, die als Grundlage dienen können?*

2

Identifizierung  
und  
Priorisierung  
von Lieferanten

*Berücksichtigung von THG Emissionen und strategischen Einflussfaktoren*



Exemplarisch basierend auf  
[SBT Value Chain Report](#)

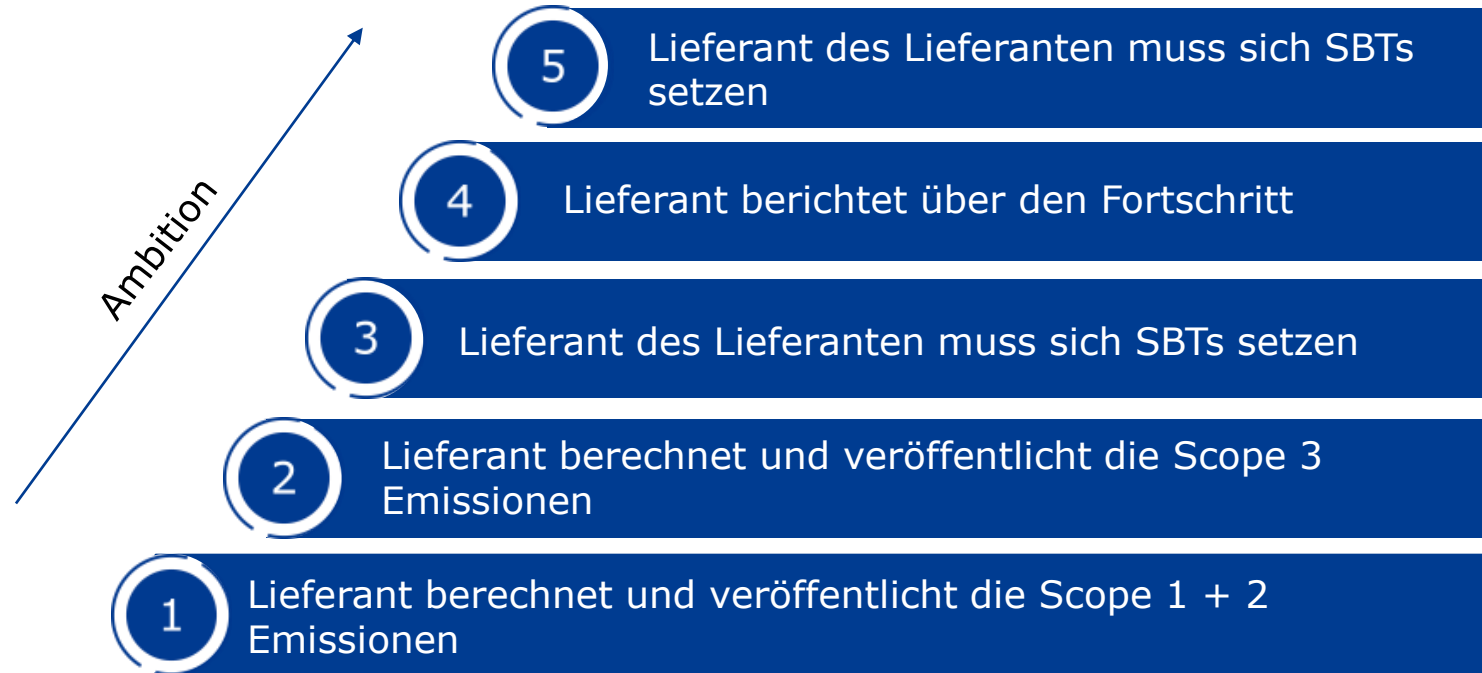
3

Spezifizierung  
von Supplier  
Engagement  
Maßnahmen

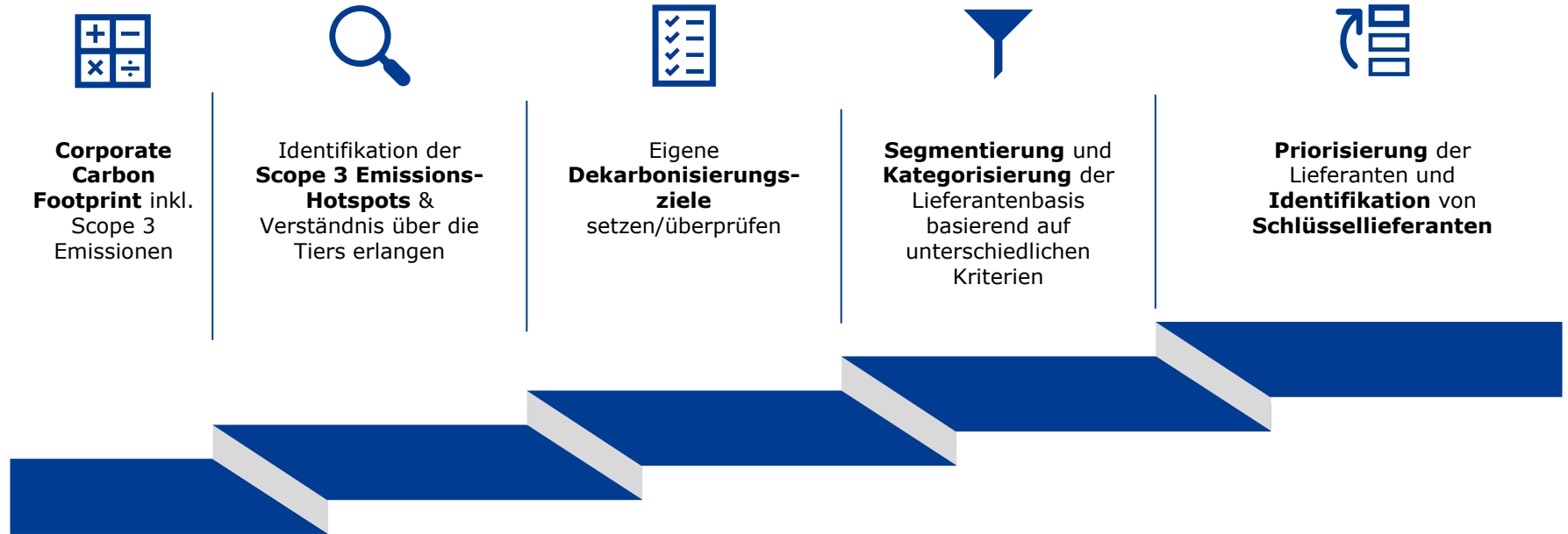
*Balance zwischen push- und pull-Maßnahmen*

# Für eine erfolgreiche Umsetzung von Reduktionszielen in der Lieferkette ist ein Kaskadenansatz wirkungsvoll

## Leiter-Ansatz zu Lieferanten-Emissionreduktionszielen

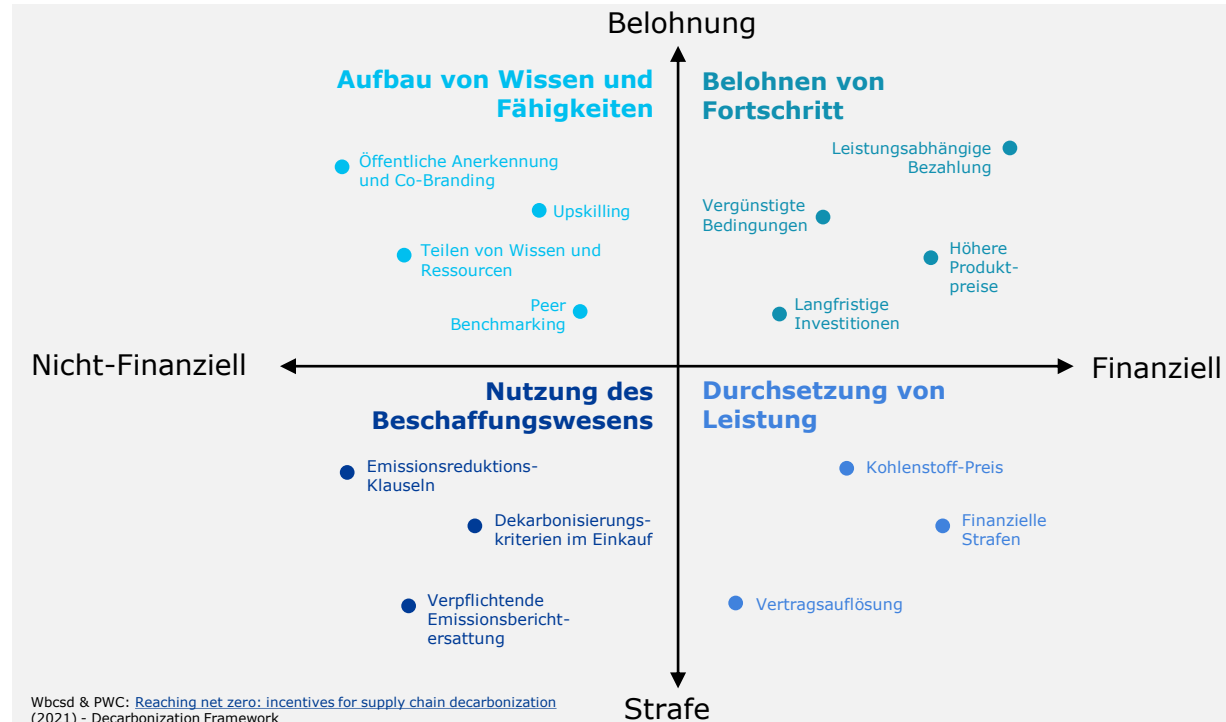


# Die Auswahl und Priorisierung der Lieferanten ist Grundvoraussetzung für eine wirkungsvolle Einbindung



# Es gibt unterschiedliche Methodiken und Hebel zur Einbindung von Lieferanten

## Decarbonization Framework von wbsc & PWC



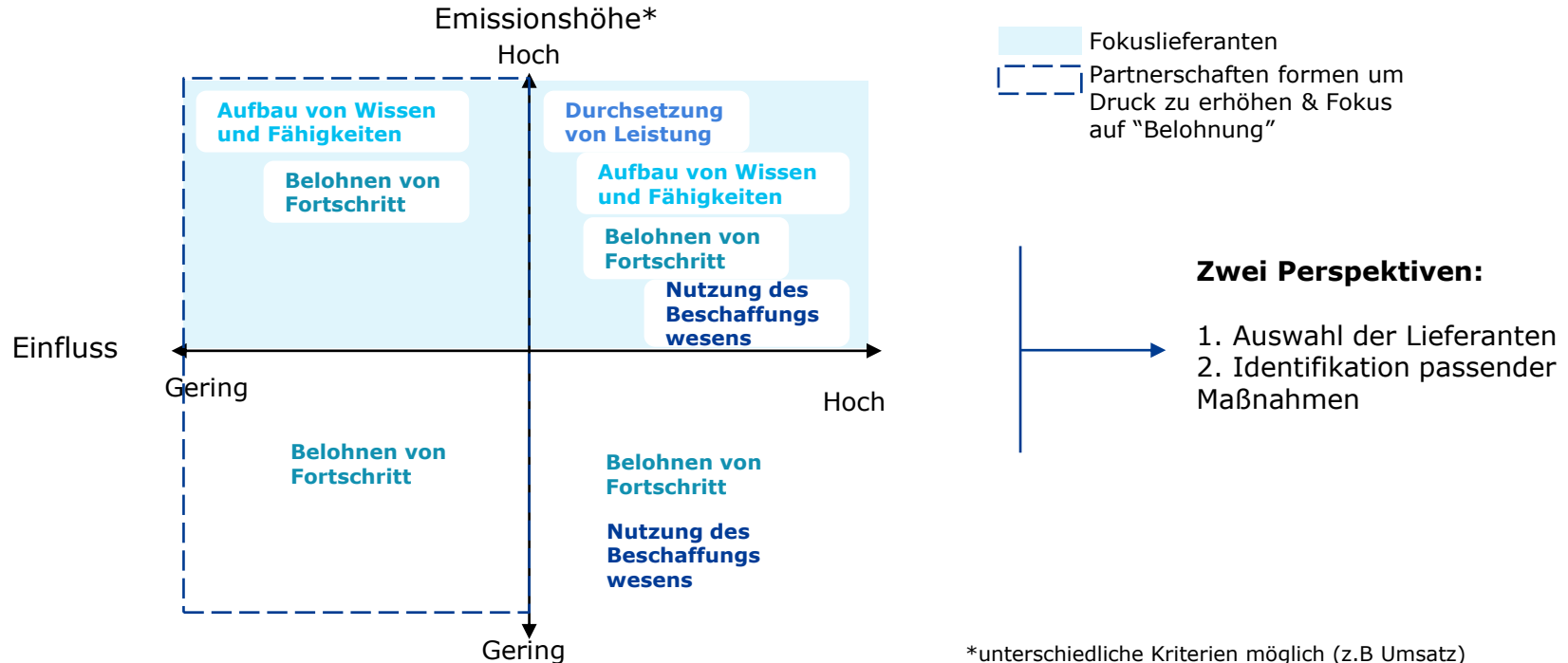
Eine Auswahl der Methodiken erfolgt abhängig von unterschiedlichen Faktoren wie

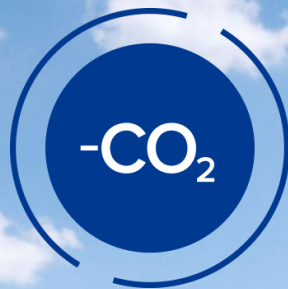
- **Lieferantenbeziehung**
- **Eigener Einfluss**
- **Aufwand**
- **Reifegrad der Lieferanten**



# Ein Mapping der Lieferanten nach Einfluss und Emissionshöhe kann für die Auswahl passender Maßnahmen hilfreich sein

## Beispielhaftes Lieferantenmapping





 **ClimatePartner**

Zentrale

**ClimatePartner** GmbH

St.-Martin-Straße 59

81669 München

Telefon +49 89 1222875-0

[germany@climatepartner.com](mailto:germany@climatepartner.com)

[www.climatepartner.com](http://www.climatepartner.com)

Ihr Ansprechpartner

**Lukas Zenz**

+431907614326

[lukas.zenz@climatepartner.com](mailto:lukas.zenz@climatepartner.com)

**Maike Reichert**

+4989231218653

[Maike.reichert@climatepartner.com](mailto:Maike.reichert@climatepartner.com)

