



SUSTAINABILITY TRENDS

sustainABILITY trends

EINE NEUE PERSPEKTIVE VON NACHHALTIGKEIT

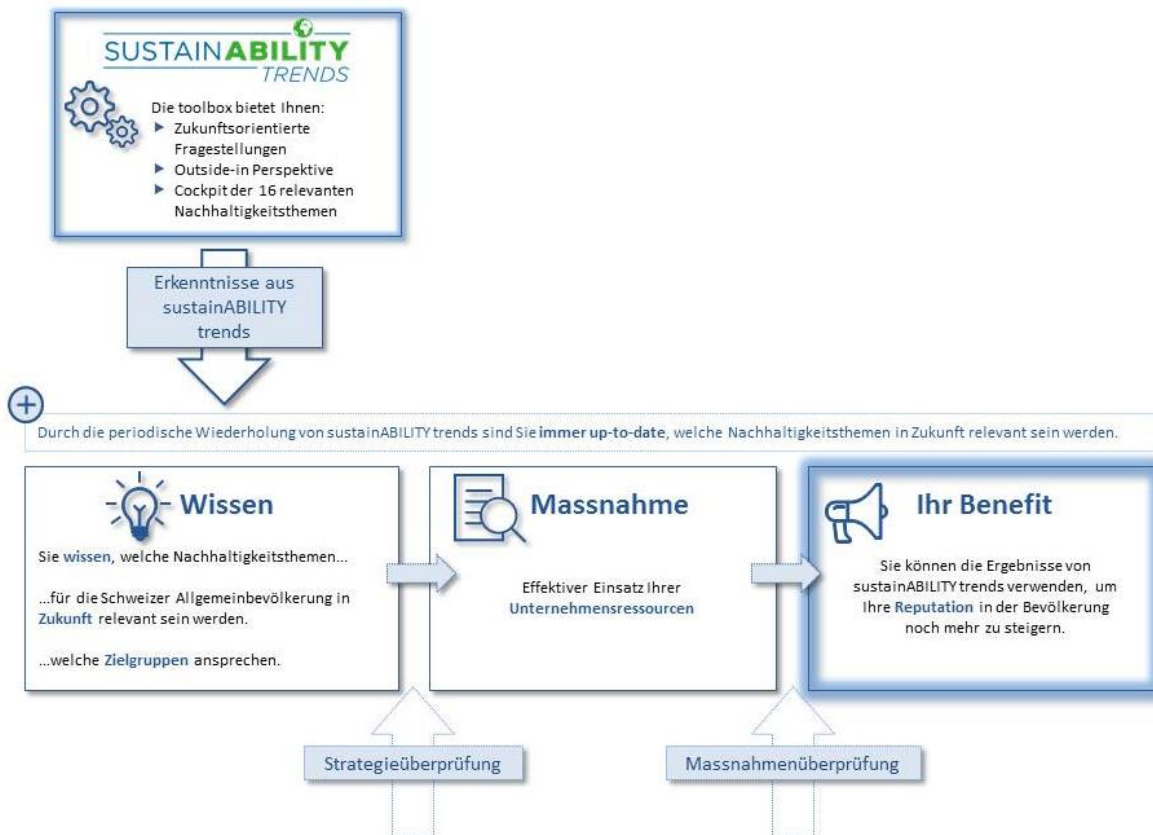
Per 1. Januar 2016 hat die UNO im Rahmen der Rio+20 Konferenz 17 Oberziele zur Förderung der Nachhaltigkeit definiert. Künftig wird die Schweiz jährlich rapportieren, wie sich die Nachhaltigkeit im Land entwickelt. management tools hat aufgrund der gewonnenen Erfahrungen mit dem Thema Nachhaltigkeit ein Konzept für eine toolbox, genannt sustainABILITY trends, entwickelt, die sich an den von der UN definierten Zielsetzungen zur Förderung der Nachhaltigkeit orientiert und welche für unsere Kunden...

- ▶ ...iterativ die **unterschiedlichen Themen von Nachhaltigkeit** vollumfänglich erfasst,
- ▶ ...**zukünftig angestrebte/abgelehnte emotionale Werthaltungen** thematisiert,
- ▶ ...eine **outside-in Perspektive** einnimmt,
- ▶ ...das komplexe Konzept Nachhaltigkeit aus den Perspektiven **verschiedener Peergroups und Einzelpersonen aus der Allgemeinbevölkerung** grossflächig abdeckt,
- ▶ ...einen **Benchmark** unter **verschiedenen Themen** von Nachhaltigkeit erstellt, um eine unilaterale Perspektive zu vermeiden und die Thematik möglichst ganzheitlich anzugehen.

Geplant ist, sustainABILITY trends von der UN als Initiative registrieren zu lassen. Gerne laden wir Sie ein, Teil dieses Projekts zu werden und sich als Trägerorganisation bei sustainABILITY trends zu beteiligen.

NUTZEN FÜR TRÄGERORGANISATIONEN

Bei einer Teilnahme an sustainABILITY trends, profitieren Sie von folgenden Vorteilen:



1. **Zukunftsorientiertes Wissen:** Sie erfahren, welche Nachhaltigkeitsthemen in naher und ferner Zukunft für die Schweizerische Bevölkerung relevant sein werden.
2. **Erreichen der relevanten Zielgruppen:** sustainABILITY trends zeigt Ihnen die Unterschiede in der Schweizer Bevölkerung in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen auf und hilft zu verstehen, mit welchen Nachhaltigkeitsthemen Sie welche Zielgruppen in Zukunft „abholen“ können.
3. **Benchmarking, welche Nachhaltigkeitsthemen bei der Bevölkerung ankommen:** sustainABILITY trends nimmt eine outside-in- statt inside-out-Perspektive ein. Die toolbox integriert alle relevanten Nachhaltigkeitsthemen und stellt sie anhand eines outside-in Verfahrens in ein Ranking. Sie erfahren, welche Themen in Zukunft Top-Nachhaltigkeitsthemen sein werden.
4. **Kommunikative Massnahmen, die bei den Zielgruppen ankommen:** Gestalten Sie Ihre zukünftige Kommunikation noch wirkungsvoller, indem Sie wissen, wo die Schweizer Bevölkerung ihre Prioritäten zukünftig setzen wird.
5. **Erfolgskontrolle und Trenderkennung:** Durch Messwiederholungen können Sie die Veränderungen der Nachhaltigkeitsthemen bei der Bevölkerung erkennen. Dadurch erfahren Sie frühzeitig, in welche Richtung sich das Thema Nachhaltigkeit entwickelt.
6. **sustainABILITY trends setzt ganz auf Ihren Benefit:** Nach Abschluss von sustainABILITY trends liegen Ihnen nach wissenschaftlichen Richtlinien ausgewertete Ergebnisse vor, die Sie für Ihre internen und externen Kommunikationszwecke nutzen können.

WIR HELFEN IHNEN, NEUE PERSPEKTIVEN ZU ENTDECKEN

In unserer Recherche zum Thema Nachhaltigkeit sind wir auf vier Felder gestossen, die bis anhin den Umgang mit und die Beurteilung von Nachhaltigkeit geprägt haben:

- (1) **Inside-out Perspektive:** Jede Organisation bzw. jedes Unternehmen hat bestimmte Vorstellungen davon, was für sie/es per eigener Definition Nachhaltigkeit ist. Die Erfassung und Beschäftigung mit Nachhaltigkeit fand bis dato also in der Regel hypothesengestützt aus der Innensicht der jeweiligen Organisation statt.
- (2) **Fehlendes Benchmarking verschiedener Themen von Nachhaltigkeit:** Jede Organisation bearbeitet ein spezielles Themengebiet zur Nachhaltigkeit. Bei diesem Vorgehen wird nicht ersichtlich, welche Themen der Nachhaltigkeit die Bevölkerung als relevant erachtet und wie sich dies über die Zeit entwickelt.
- (3) **Zeitliche Dimension:** Unsere Recherche zeigt, dass aktuelle Studien entweder auf der Vergangenheit basieren oder versuchen, zukünftige Entwicklungen zu extrapolieren. Wir möchten unseren Schwerpunkt insbesondere auf Zeiträume legen, die den aktuellen Handlungsspielraum einer Organisation adressieren, d.h. die kommenden 1 – 10 Jahre.
- (4) **Einbettung in ein übergeordnetes, allgemeingültiges Koordinatensystem:** Seit dem 01. Januar 2016 bietet sich erstmals die Gelegenheit, ein internationales Benchmarking auf Basis der seitens UN bis 2030 universell gültigen und von 193 Ländern ratifizierten veröffentlichten Nachhaltigkeitsziele zu erarbeiten. sustainABILITY trends orientiert sich an diesen Zielen der UN. Weitere Informationen zu den UN Zielen sind unter folgendem Link zu finden: <https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>



			
OUTSIDE-IN PERSPEKTIVE	BENCHMARKING	ZEITDIMENSION	ORIENTIERUNG UN
Keine vom Auftraggeber hypothesengestützte Perspektive, sondern Perspektive der Allgemeinbevölkerung	Verschiedene Konstrukte von Nachhaltigkeit sollen in ihrer subjektiven Relevanz und Wichtigkeit erfasst werden, wodurch ein Benchmark unter den Konstrukten ermöglicht wird.	Nachhaltigkeit soll im Rahmen zweier zeitlicher Dimensionen erfasst werden: - «...in 12 Monaten...»: Zeitraum ist prospektiv und verhaltensrelevanter - «...in zehn Jahren...»: Zeitraum erfasst, in welche Richtung sich Nachhaltigkeitselemente transponieren könnten	Mit unserer toolbox stützen wir uns bei der Itemkonstruktion unter anderem auf die 17 von der UN formulierten Ziele zur Nachhaltigkeit.

Unser Messinstrument sustainABILITY trends adressiert einige zentrale Issues bisheriger Nachhaltigkeitsstudien mithilfe einer neuen Systematik. Alle Organisationen, die mitwirken, erhalten ein Bild von Nachhaltigkeit, das der komplexen Themenvielfalt detaillierter gerecht wird.




17 DIMENSIONEN VON NACHHALTIGKEIT

Als Trägerorganisationen eignen sich alle, die in ihrem Tätigkeitsgebiet eine Fokussierung auf eines der folgenden Nachhaltigkeitsthemen bereits heute anstreben oder in ihrer Strategie/Vision festgeschrieben haben. Die 17 Nachhaltigkeitsthemen der UNO haben wir für unsere Studie thematisch zusammengefasst. Als Ergebnis haben wir folgende Themenblöcke in sustainABILITY trends integriert:

- (1) **Menschen- und Grundrechte:** Abschaffung von Kinderarbeit und Menschenhandel, Abschaffung der Arbeit unter unsicheren Bedingungen, Kampf gegen Rassismus usw.
- (2) **Bildung & Weiterbildung:** Förderung des Zugangs zu Aus- und Weiterbildungsangeboten, Chancengleichheit im Schulwesen usw.
- (3) **Gender Equality:** soziale und berufliche Gleichstellung der Geschlechter, Gleichheit in der Nutzung ökonomischen Ressourcen usw.
- (4) **Klima- und Umweltschutz:** Engagement im Bereich der Reduktion von Treibhausgasemission, Nutzung erneuerbarer Energien (z.B. Geothermie, Sonnenenergie, Windenergie, Wasserkraft, Bioenergie) und Senkung des Energieverbrauchs; Fokus auf Nahrungsmittelproduktion und -konsum
- (5) **Mobilität & Infrastruktur:** Entwicklung und Nutzung nachhaltiger und effizienter Verkehrs- und Transportmittel
- (6) **Finanzielle Anlagen:** Investitionen in nachhaltige und wirtschaftlich tragbare Projekte, nachhaltige Geldanlagen
- (7) **Technologie:** Entwicklung/Nutzung von Technologien, die der Umweltbelastung entgegenwirken, Energie einsparen und erneuerbare Energien nutzen

OPERATIONALISIERUNG

Das Befragungskonzept von sustainABILITY trends besteht aus drei abgrenzbaren Fragebogenteilen:

-  (Teil 1, fix) Die Teilnehmenden beurteilen die Wichtigkeit verschiedener Nachhaltigkeitsthemen (Ranking).
-  (Teil 2, fix) Die aus dem ersten Frageblock identifizierten, wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen sollen in offenen Fragen konkretisiert werden (z.B. Wieso ist Thema xy so wichtig? Was mache ich, um die/der Nachhaltigkeit im Thema xy zu fördern/gerecht zu werden?).
-  (Teil 3, individuell) Für jede Trägerschaft wird in einem dritten Frageblock als Surplus angeboten, jeweils organisationsspezifische Nachhaltigkeitselemente zu erfassen.

METHODENBESCHREIB

- ▶ Befragungsform: Online-Befragung (CAWI)
- ▶ Grösse der Zielstichprobe: N=1'000 bis zu N=3'000 (*variabel, abhängig von Anzahl Trägerorganisationen*)
- ▶ Altersgruppen der Stichprobe: 18 bis 65 Jahre
- ▶ Befragungsdauer: bis zu 20 Minuten
- ▶ Befragungszeitraum: bis zu 4 Wochen
- ▶ Befragungssprachen: Deutsch, Französisch

Das finale Reporting erhalten die mitwirkenden Organisationen in Form eines online abrufbaren Live-Reportings (Dashboard-Lösung). So kann für jede Organisation ein personalisierter Report zusammengestellt werden, in dem die relevanten Kennzahlen (KPI's) integriert sind. Zudem besteht die Möglichkeit, nicht nur Vergleiche zwischen mehreren Nachhaltigkeitsthemen zu ziehen, sondern Nachhaltigkeitsziele auch im Mehrjahresvergleich zu tracken.

PRICING

Bei einer Teilnahme ab 12 mitwirkenden Organisationen ist bei einer 20-minütigen Online-Befragung je Organisation der folgende Betrag für die erste Messung vorgesehen (ab der 2. Messung ca. 25% weniger Kosten aufgrund von Wiederholungseffekten):

CHF 12'000.-	Studien-Set-Up, Durchführung, Analyse, Datensatz
CHF 2'600.-	Koordination Sponsoren, Reporting
CHF 4'500.-	Massgeschneiderter Surplus-Frageblock (variabler 3. Frageblock)

IHRE ANSPRECHPARTNER BEI MANAGEMENT TOOLS



Klaus Ammon
management tools research ag
Inhaber, Projektleitung
Tel: +41 41 624 99 77
klaus.ammon@management-tools.ch



Deborah Wüest
management tools research ag
Senior Consultant
Tel: +41 41 624 99 71
deborah.wueest@management-tools.ch

