WEBINAR

44 MINUTEN

EXPERTENDIALOG

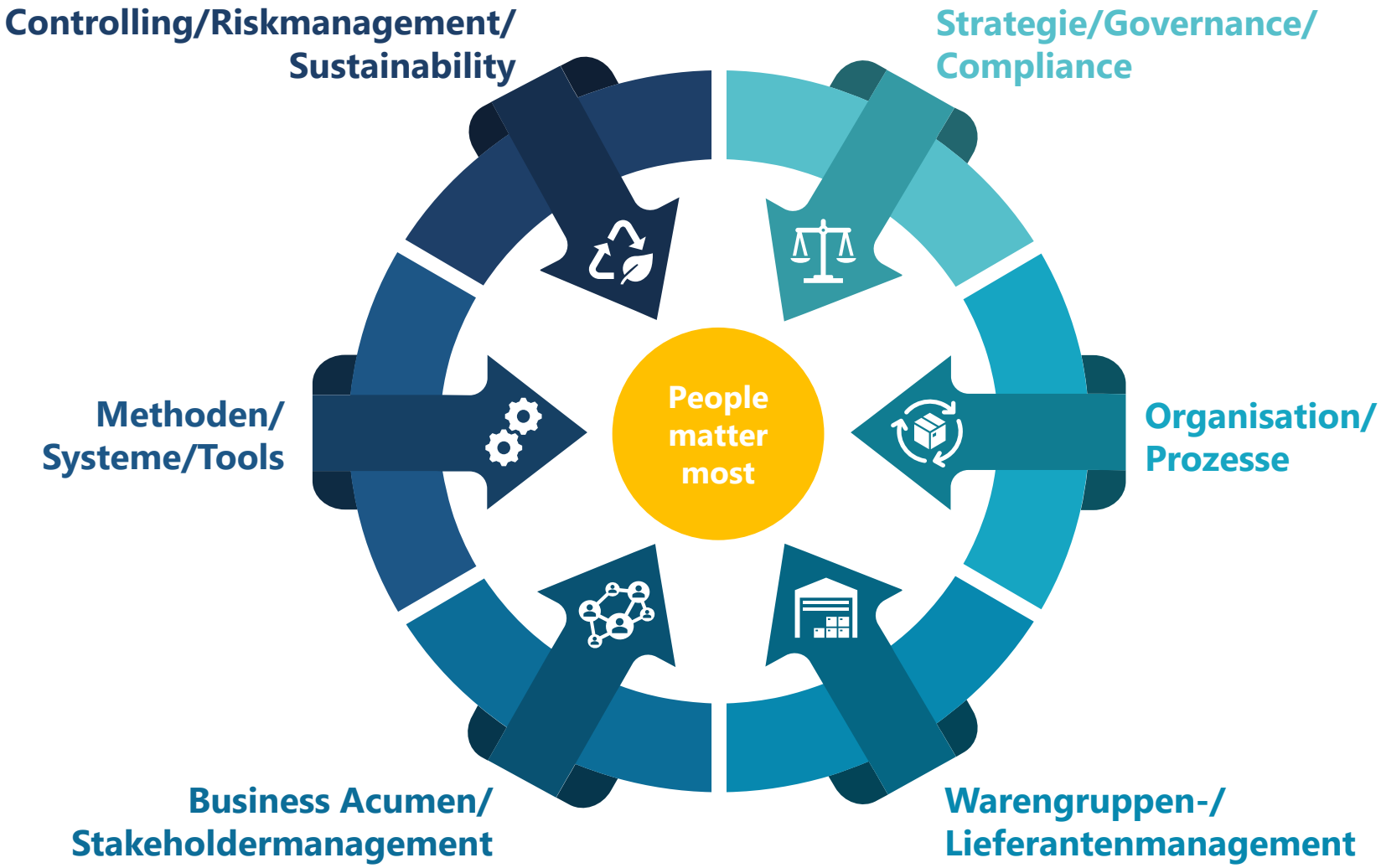
NACHHALTIGKEIT IN DER SUPPLY CHAIN

TALENT-net

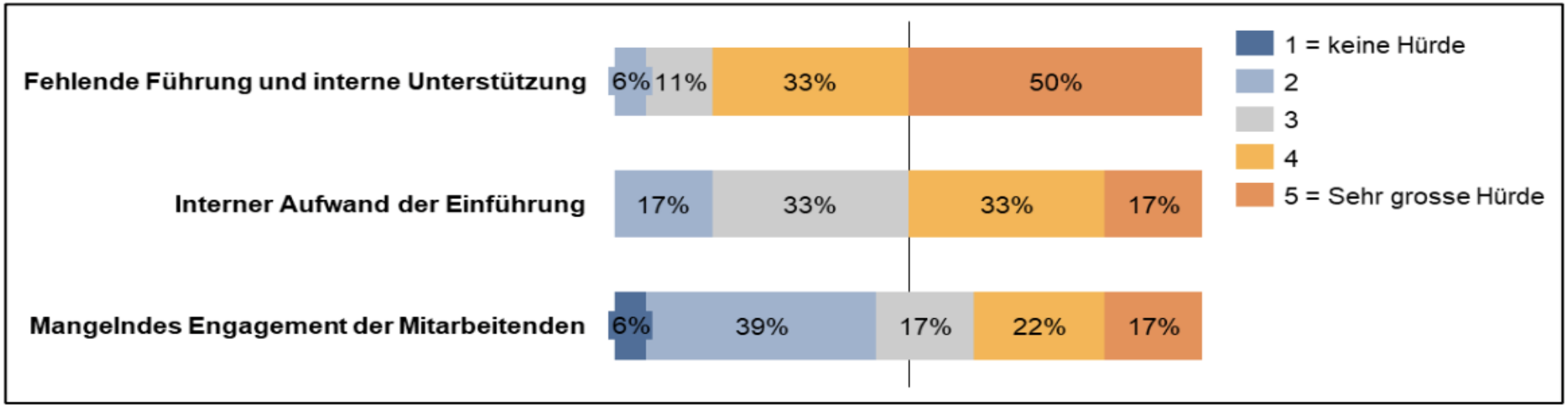
milani

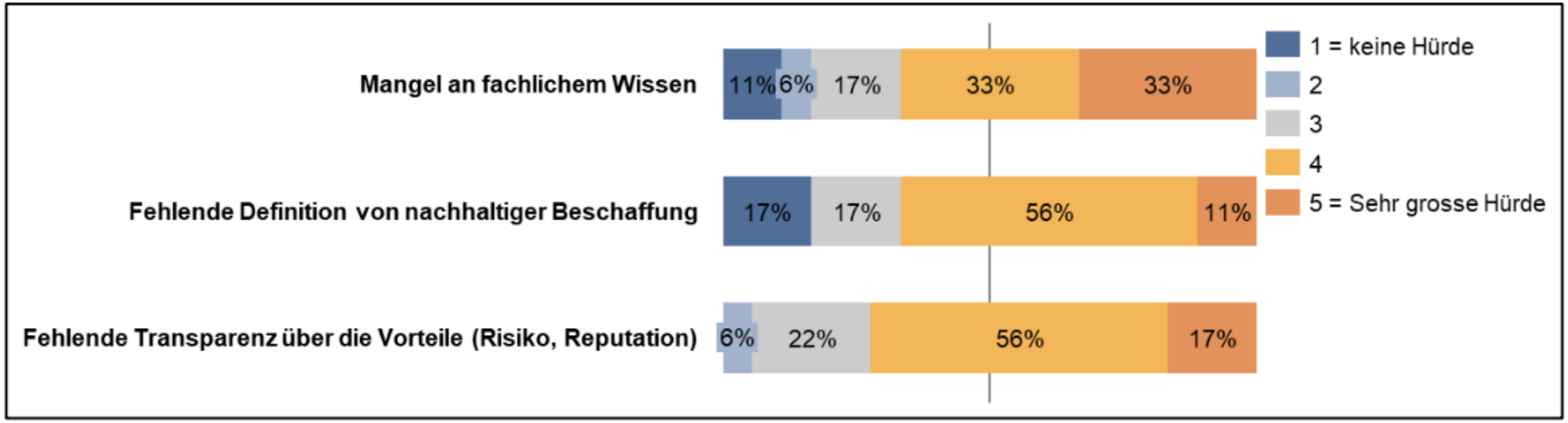
Universität St.Gallen

Neue Technologien, Digitalisierung und neue Geschäfts-modelle: Chancen und Risiken disruptiver Veränderungen erkennen und nutzen



Umfrage: Herausforderungen in der Umsetzung einer nachhaltigen Beschaffung

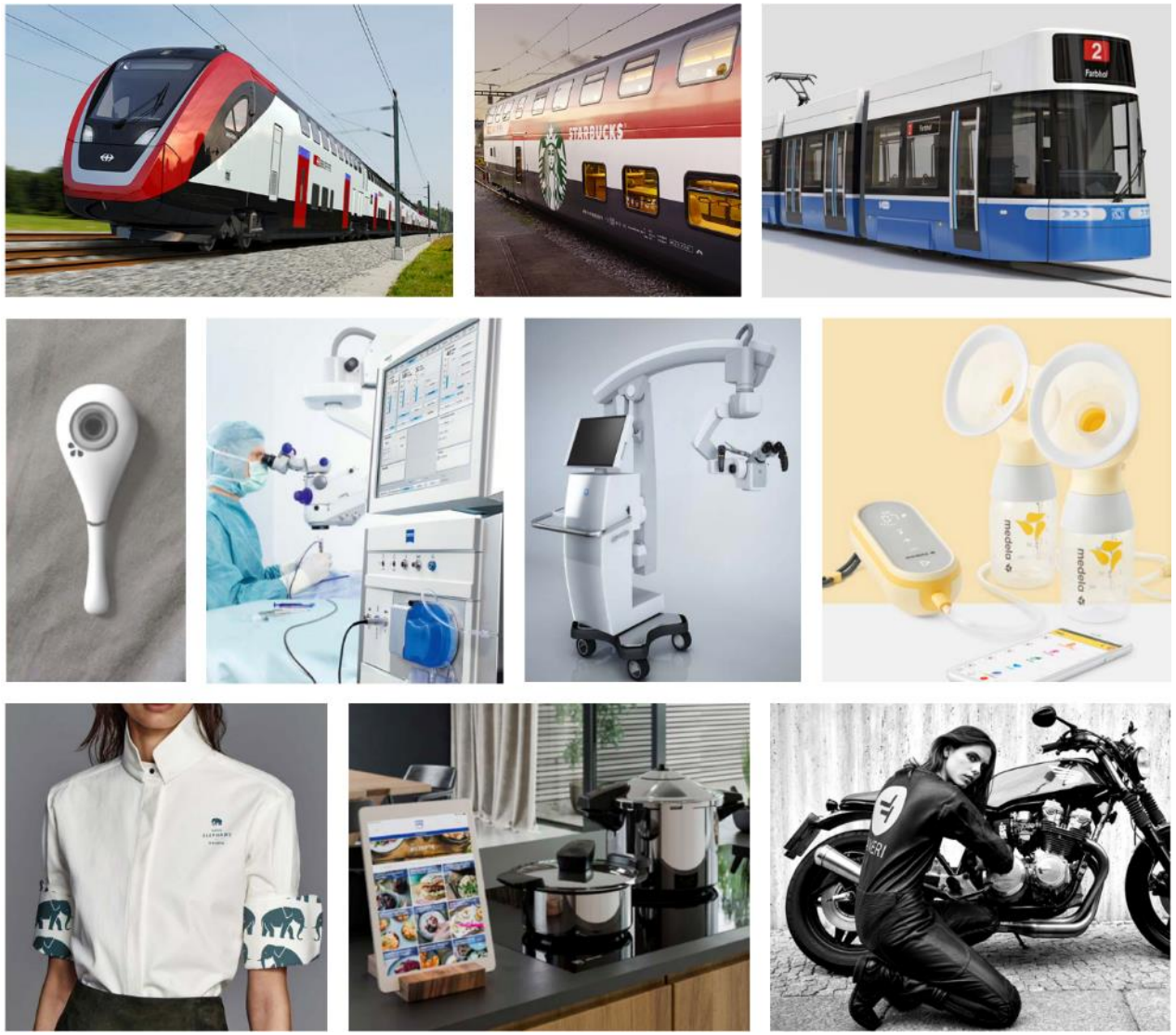




Über milani

milani design ist eine der führenden Innovationsagenturen in der Schweiz.

Gegründet 1963 sind wir **internationa**l tätig und arbeiten für Marktführer und **innovative** Start-ups.



DESIGN beeinflusst das ganze Produkt-Service-System

DESIGN THINKING:
Prinzipien-Grundlage
und agile Methoden

Nachhaltigkeit im Unternehmen verankern

01 Partizipativ
spezifische Themen & Ziele
setzen

02 Abteilungs-übergreifendes
Team (3-5 Pers.),
mit Entscheidungs-kompetenz

03 **Praktische Herangehensweise**
kleine Schritte, rasche Erfolge,
Interaktion, Reflexion

Erfolgreiche, langfristige
Initiativen

Nachhaltige Produkte & Services: **Herausforderungen für KMU**

Chancen durch Nachhaltigkeit

Vertrauenswürdigkeit

Stabilere Lieferkette

Messbarer Beitrag zu globalen NH-Zielen

Attraktivität als Arbeitgeber*in

Höhere Krisen-Resilienz

Mit designerischer Haltung einfach anfangen!

Fokusthema setzen

- Produkt?
- Service?
- Kategorie?
- Issues?
- Werte?

Eigene Langzeit-Vision mit globalen Zielen verknüpfen

z.B. Die UN-Entwicklungsziele oder das Pariser Klima-Abkommen

Mutig und iterativ vorgehen, lernen durch Umsetzen

- Ideen häufig testen
- Das Team & „Betroffene“ entscheiden lassen
- Ehrlich kommunizieren

Design-Perspektive

- Umfang bestimmen
- Foresight Map: Trends, Regulatorien, Risiken, etc.
- Stakeholderanalyse
- Produkt-Service-System-Map

Design-Perspektive

- “Wesen des Unternehmen” mit globalen Zielen abgleichen
- Nicht losgelöst, sondern innerhalb des Produkt-Ökosystems

Design-Perspektive

Anwenden von…

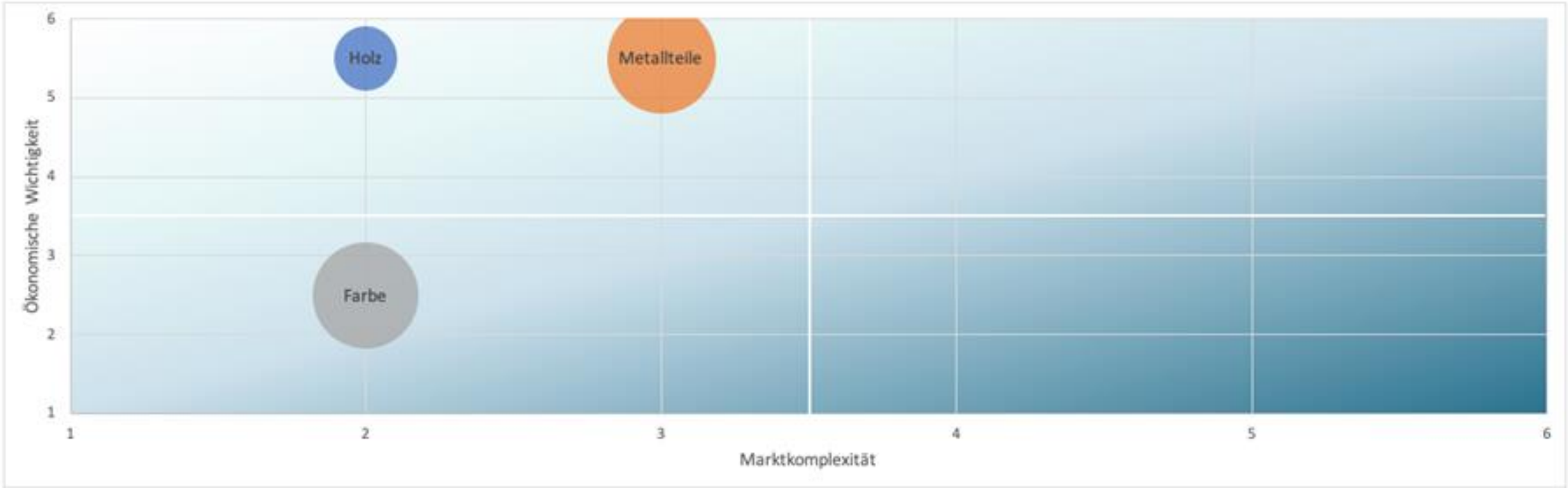
- NH-Business Model Archetypes
- NH-Design Principles (z.B. Materialvielfalt verringern)
- Circular Economy Prinzipien
- Suffizienz- und Effektivitätsmassnahmen auf Produktebene

Komplexität sichtbar machen & Lieferkette vereinfachen

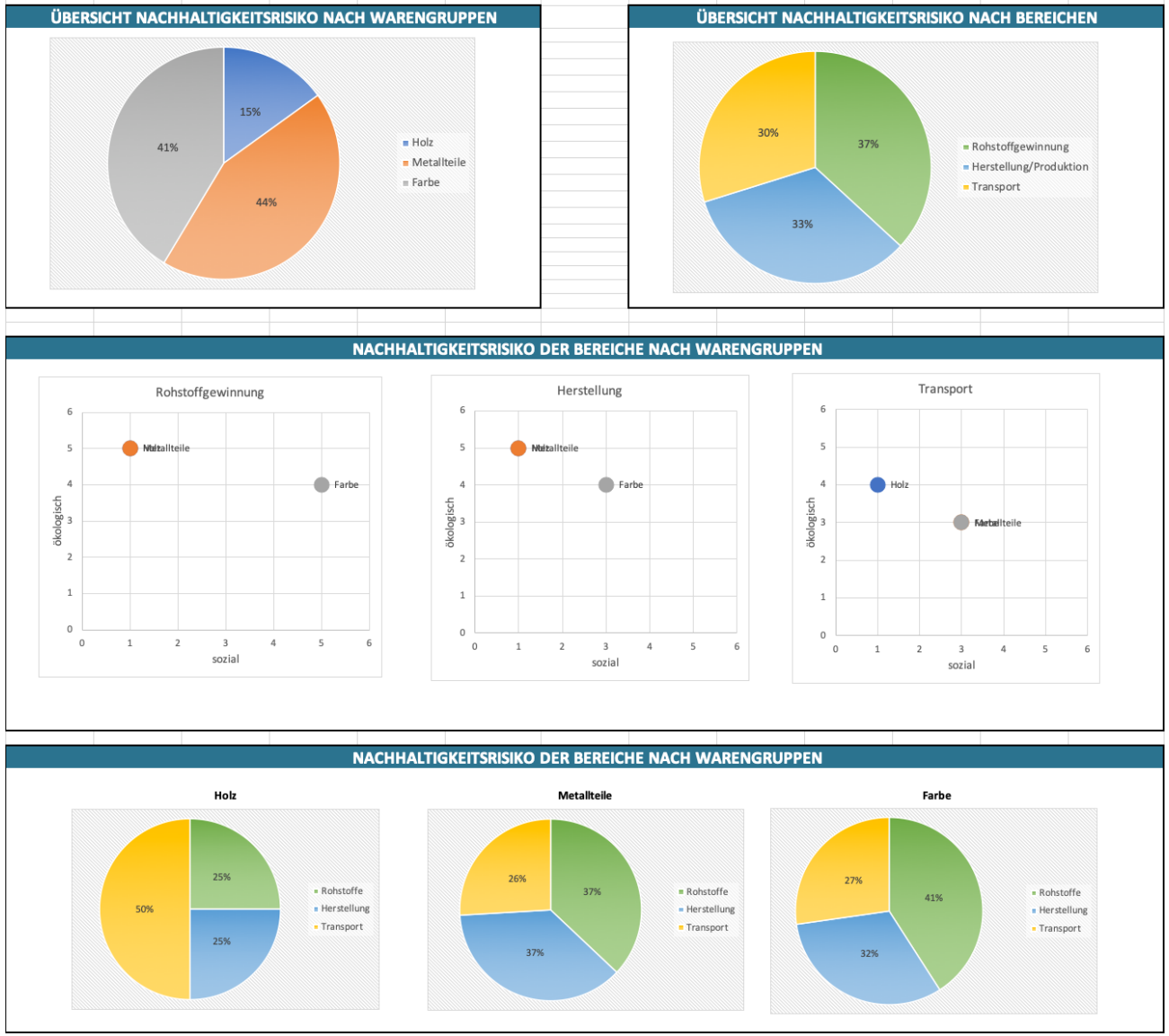
Masterarbeit: Beispiel des Tools zur Einschätzung der Warengruppen

GESAMTÜBERSICHT

In diesem Diagramm wird ersichtlich, welche Warengruppen das höchste Nachhaltigkeitsrisiko haben, wobei die Grösse des Kreises das Nachhaltigkeitsrisiko repräsentiert. Die Position der Warengruppe zeigt zudem auf, welche Wichtigkeit diese für das Unternehmen spielt (y-Achse) und wie schwierig es für das Unternehmen ist, auf das Einkaufsnetzwerk Einfluss zu nehmen (x-Achse). Warengruppen im Quadranten oben links sollten in der ersten Phase priorisiert werden.



Masterarbeit: Beispiel des Tools zur Einschätzung der Warengruppen



Ihre **Ansprechpartner**

Axel Butterweck

Geschäftsführer TALENT-net (CH) GmbH

Telefon: +41 76 337 81 88
E-Mail: axel.butterweck@talent-net.org

Nina Wiegers

Business Strategist Milani design & consulting AG

Telefon: +41 44 914 74 74
E-Mail: wiegers@milani.ch

Samuel Perret

Head of Sustainable Innovation Strategies Milani design & consulting AG

Telefon: +41 44 914 74 74
E-Mail: perret@milani.ch