



Fallstudie

**One Planet Business Framework
Pilotprojekt**

Continental Tires

Fallstudie

One Planet Business Framework

Pilotprojekt

Continental Tires



Kurzfassung:

Der WWF Deutschland und der Reifenbereich von Continental pilotierten gemeinsam das One Planet Assessment. Das vom WWF entwickelte Assessment soll Unternehmen auf ihrem Weg zu einem One Planet Business unterstützen, innerhalb der planetaren Grenzen und unter Berücksichtigung hoher sozialer Standards zu wirtschaften. Basierend auf einer eingehenden Datenerhebung und -analyse erstellt der WWF einen detaillierten Ergebnisbericht, in dem der Status quo der Nachhaltigkeitsentwicklung des Reifenbereichs von Continental dargelegt und konkrete Empfehlungen erarbeitet werden. Der WWF wiederum prüfte und optimierte die Anwendbarkeit des von ihm entwickelten Rahmenwerks im Unternehmenskontext. Nachdem das Assessment gänzlich getestet werden konnte und die Pilotierung damit erfolgreich beendet wurde, planen der WWF und Continental ihre Zusammenarbeit auf der Grundlage des One Planet Business Framework zu erweitern.

Die beteiligten Organisationen

WWF Deutschland

Das internationale WWF-Netzwerk ist eine der größten unabhängigen Naturschutzorganisationen der Welt, die in mehr als 100 Ländern vertreten ist. Der WWF Deutschland ist eines der ältesten Länderbüros des Netzwerks, das sich mit ~500 Mitarbeitern in ~300 Naturschutzprojekten weltweit engagiert. Der WWF setzt sich für die Nachhaltigkeitstransformation von Märkten und Politik ein, um die dringendsten Probleme an der Schnittstelle von Natur, Mensch und Klima anzugehen und die natürlichen Lebensgrundlagen zu schützen und zu erhalten. Der WWF Deutschland hat auf der Grundlage seiner umfassenden Markt- und Unternehmenskompetenz das One Planet Business Framework entwickelt, um diesen wirtschaftlichen Wandel zu fördern. Das Rahmenwerk ist die Basis für die WWF-Unternehmensberatung unter der Marke One Planet Businessin Deutschland.

Continental

Continental entwickelt wegweisende Technologien und Dienste für die nachhaltige und vernetzte Mobilität der Menschen und ihrer Güter. Das 1871 gegründete Technologieunternehmen bietet sichere, effiziente, intelligente und erschwingliche Lösungen für Fahrzeuge, Maschinen, Verkehr und Transport. Continental erzielte 2021 einen Umsatz von 33,8 Milliarden Euro und beschäftigt aktuell mehr als 190.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 58 Ländern und Märkten. Im Oktober 2021 hat das Unternehmen sein 150-jähriges Jubiläum gefeiert.

Der Unternehmensbereich Tires verfügt über 24 Produktions- und Entwicklungsstandorte weltweit. Continental ist einer der führenden Reifenhersteller und erzielte im Geschäftsjahr 2021 in diesem Unternehmensbereich mit mehr als 57.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz in Höhe von 11,8 Milliarden Euro. Continental ist einer der Technologieführer im Bereich der Reifenproduktion und bietet eine breite Produktpalette für Personenkraftwagen, Nutz- und Spezialfahrzeuge sowie Zweiräder an. Durch kontinuierliche Investitionen in Forschung und Entwicklung leistet Continental einen wichtigen Beitrag zu sicherer, wirtschaftlicher und ökologisch effizienter Mobilität. Das Portfolio des Reifenbereichs umfasst dazu Dienstleistungen für den Reifenhandel und für Flottenanwendungen sowie digitale Managementsysteme für Reifen.

Continental treibt seine Nachhaltigkeitstransformation engagiert voran. Mit der „Vision 2030“ hat sich der Reifenbereich von Continental ehrgeizige Ziele gesetzt und konzentriert sich zeitgleich auf seine wichtigsten Einflussfaktoren: Emissionsreduzierung, Kreislaufwirtschaft und eine verantwortungsvolle Wertschöpfungskette.

Entwicklung des One Planet Business Framework beim WWF

Planetare Grenzen für Unternehmen

Die Menschheit steuert einen gefährlichen Grad der globalen Erwärmung an und zerstört die natürlichen Systeme, von denen wir abhängen, schneller, als sie sich regenerieren können. Die Aushöhlung unserer natürlichen Lebensgrundlagen gefährdet nicht nur unsere Aussichten auf wirtschaftlichen Wohlstand und soziale Stabilität, sondern stellt eine direkte existenzielle Bedrohung für die Menschheit dar. Neben vielen anderen Stakeholdern kommt Wirtschaftsunternehmen aufgrund ihres unmittelbaren Einflusses auf Natur und Gesellschaft eine wichtige Rolle zu, damit die drastische Zerstörung natürlicher Ökosysteme bis 2030 umgekehrt und bis zur Mitte dieses Jahrhunderts eine gerechte, naturpositive und CO₂-neutrale Welt erreicht werden kann.

Vorreiter, die bereits auf diese Veränderungen reagieren, haben erkannt, dass Nachhaltigkeit im Kern zukünftiger Geschäftsmodelle verankert ist. Die strategische Verankerung des Nachhaltigkeitsgedankens in die Geschäftspraxis ist jedoch für Unternehmen oftmals herausfordernd. Gemäß der Definition des WWF von einem One Planet Business gehört dazu das unternehmerische Wirtschaften innerhalb planetarer Grenzen (siehe Abbildung 1) und auf einer sozial gerechten Basis, sowohl in Betrieben und Wertschöpfungsketten als auch auf den Märkten und im regulatorischen Umfeld.

Entwicklung des One Planet Business Framework

WWF Deutschland begann im Jahr 2020 die Entwicklung des One Planet Business Framework (siehe Abbildung 2), um Unternehmen auf ihrem Transformationspfad zu einem nachhaltigen Geschäftsmodell zu unterstützen. Anhand wissenschaftlicher Anforderungen (z. B. der Science Based Targets Initiative), politisch festgelegter Schwellenwerte (z. B. das 1,5°C-Ziel) und anerkannter Methoden definiert das Rahmenwerk Ambitionsniveaus und Reifegrade, die mit den planetaren Grenzen und gesellschaftlichen Zielen in Einklang stehen. Genauer betrachtet werden die vier Nachhaltigkeitsdimensionen Klima, Süßwasser, Biodiversität und Menschenrechte. Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse sowie politische und gesellschaftliche Entwicklungen werden kontinuierlich integriert, so dass das Rahmenwerk in seiner Definition dessen, was

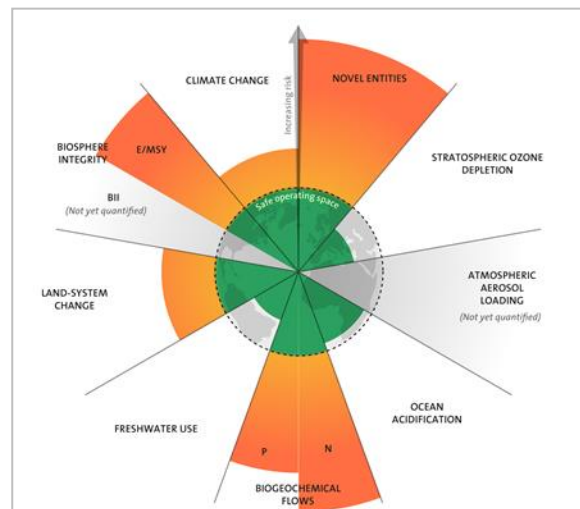


Abb. 1 Planetare Grenzen

Quelle: Steffen et al. 2015: Planetary Boundaries: Guiding human development on a changing planet (Bild: stockholmresilience.org)

Wissenschaftler haben den **sicheren Handlungsspielraum für die Menschheit** (grün) in 9 wichtigen Erdsystemprozessen definiert, wobei die Integrität des Klimas und der Biosphäre die Kernprozesse darstellen.

Die Überschreitung der Grenzen (schwarze gestrichelte Linie) erhöht das Risiko, **kritische Kippunkte** zu erreichen, was zu schwerwiegenden negativen Auswirkungen auf Natur und Menschheit führt. Die sichere planetare Grenze für Schadstoffe, einschließlich Kunststoffen, ist bereits überschritten worden.

Da das Erdsystem hochgradig integriert ist, stehen Veränderungen in den 9 Systemprozessen in Wechselwirkung zueinander, wodurch sich verstärkende **Rückkopplungsschleifen** entstehen.

ein One Planet Business auszeichnet, auch künftig relevant bleibt.

Das Framework wird bisher vor allem im One Planet Assessment angewendet. Es ermöglicht Unternehmen, anhand ihrer Auswirkungen auf die im Rahmenwerk berücksichtigten ökologischen und sozialen Themen, den Reifegrad ihres Nachhaltigkeitsmanagements ganzheitlich zu bestimmen. Basierend auf der Bewertung werden konkrete Ziele, Strategien und Maßnahmen entwickelt, um die individuelle Transformation der Unternehmen hin zu einem One Planet Business effektiv voranzutreiben.

Der WWF hat das Rahmenwerk und das Assessment 2021 mit einer ausgewählten Gruppe von mehreren Pilotunternehmen in einem gemeinsamen Entwicklungsprozess in die Praxis umgesetzt. Nach Abschluss der Pilotphase 2022 wurden Rückmeldungen und gewonnene Erkenntnisse in das Rahmenwerk und Assessment eingearbeitet, um die Praxistauglichkeit weiter zu verbessern. Der WWF bietet das Assessment nun als wirksames Instrument zur Unterstützung von Unternehmen und Branchen an.

Nächste Schritte und Ausblick für das One Planet Business Framework

Ab Herbst 2022 wird das One Planet Business Framework zu einem Eckpfeiler der WWF-Unternehmenskooperationen und des Engagements mit Verbänden, Bündnissen und der Politik. Der WWF wird das finalisierte One Planet Assessment gemeinsam mit weiteren Unternehmen anwenden. Ab diesem Zeitpunkt empfiehlt der WWF eine öffentliche Kommunikation der Ergebnisse, damit der Transformationsgrad und die Ambitionen von Unternehmen für externe Stakeholder transparent nachvollziehbar sind. Um Unternehmen bei der effektiven Verbesserung ihres One-Planet-Ergebnis zu unterstützen, wird der WWF eine Bandbreite an Beratungsleistungen anbieten. Diese basieren auf dem umfassenden internationalen Fachwissen des WWF und seiner Netzwerkprojekte, der wissenschaftlichen und politischen Positionierung sowie der Arbeit in langjährigen strategischen Unternehmenskooperationen.



Abb. 2 One Planet Business Framework (OPBF)

Das OPBF definiert und strukturiert Nachhaltigkeit für wesentliche soziale und ökologische Themen. Es formuliert ganzheitliche, ehrgeizige und umsetzbare Ziele, die auf den **planetaren Grenzen** und den **Zielen für nachhaltige Entwicklung** basieren.

Das Rahmenwerk identifiziert **vier Themen**, die im Unternehmenskontext anwendbar sind: Klima, Süßwasser, Biodiversität und Menschenrechte. Es definiert 10 Hebel auf drei Transformationsstufen (Vorbereitung, Leistung und Förderung), die Unternehmen in jedem Thema steuern müssen, um ein One Planet Business zu werden.

Das One Planet Assessment **bewertet** Unternehmen **numerisch** entlang der Themen und Hebel.

Motivation

Die Organisationen arbeiten zusammen an einer Transformation der Wirtschaft

Der WWF und Continental Tires engagieren sich, um sowohl bei Continental als auch in der gesamten Wirtschaft einen Denk- und Handlungswandel herbeizuführen, der es Unternehmen und der Gesellschaft ermöglicht, im Einklang mit den planetaren Grenzen auf einer sozial gerechten Basis zu prosperieren. Die beiden Organisationen testeten daher 2022 gemeinsam das One Planet Assessment als Hauptanwendungsfall des neuen One Planet Business Frameworks. Continental verfolgte dabei die Zielsetzung, Transparenz über die ausreichende Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf ökologische und soziale Themen zu schaffen und zu bestimmen, ob bestehende Ziele, Strategien und Maßnahmen angepasst werden sollten, um sich zu einem One Planet Business zu entwickeln. Das Ziel des WWF war die Gewinnung wertvoller Feedbacks aus der Unternehmensperspektive, um die Praktikabilität des Rahmenwerks und des Ratings für Unternehmen weiter zu verbessern.

Durchführung

Continental durchlief gemeinsam mit dem WWF einen mehrstufigen Analyseprozess

Ein gemeinsamer Kick-off schuf ein gegenseitiges Verständnis für die Elemente und den Prozess des Assessments und bildete die Basis für einen eng abgestimmten Prozess und gemeinsame Ziele des Piloten. Im Anschluss gewährte Continental Tires den WWF-Analysten einen tiefen Einblick in die Nachhaltigkeitsleistung, -strukturen, -ziele und -strategien des Unternehmens. Im Laufe des fünfmonatigen Prozesses analysierte der WWF ~15 strategische Dokumente des Reifensbereichs von Continental, führte begleitende Recherchen durch, wertete einen individuell angepassten Fragebogen aus und führte zudem sechs Interviews mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Continental Tires.

Ergebnisse

Neben dem Score bietet ein qualitativer Bericht wichtige Erkenntnisse

Die Ergebnisse des One Planet Assessment Pilotprojekts mit Continental stellte das WWF Team dem Continental Tires Nachhaltigkeitsteam im Frühjahr 2022 vor. Neben der numerischen Gesamtbewertung des Unternehmens, die den Status quo als Punktzahl angibt, erläuterte ein umfassender Bericht die



Nachhaltigkeitsleistung des Reifenbereichs von Continental in Hinblick auf die WWF Ambitionen über alle Themen, Hebel und Kriterien hinweg. Auf Grundlage dieser Bewertung wurde eine Reihe konkreter Empfehlungen entwickelt, die die wichtigsten Ziele adressieren, um Continental noch weiter auf dem Weg zu einem One Planet Business voranzubringen.

Durch die gemeinsame Durchführung des One Planet Assessments mit Continental Tires bis hin zur Aufbereitung der Ergebnisse und der Formulierung entsprechender Empfehlungen kann der WWF die Unternehmensperspektive auf das Rahmenwerk besser verstehen und die Übersetzung gesellschaftlicher und ökologischer Themen in den Unternehmenskontext in seinem Assessment verbessern. Das Assessment wurde gemeinsam optimiert, z. B. durch eine Verkürzung der Dauer auf 3 Monate und die Minimierung des erforderlichen Aufwands für zu bewertende Unternehmen. Einen wichtigen Beitrag dazu leistete die Straffung des Informationsaustausches durch die Erprobung verschiedener Formate zwischen WWF und Continental. Insbesondere der Kick-off-Workshop hat durch diesen Prozess an Bedeutung gewonnen, um das Bewusstsein für die relevanten Themen frühzeitig zu schärfen. Darüber hinaus bekam der WWF wertvolle Impulse zur Entwicklung sinnvoller Unterstützungsangebote für Unternehmen, um in ihrer Transformation zu einem One Planet Business erfolgreich zu sein.

Nächste Schritte und Ausblick für die Zusammenarbeit

Die Entwicklung geht weiter – gemeinsam sowie jeder für sich

Der Reifenbereich von Continental wird im Herbst 2022 mit der finalen Version des WWF-Rahmenwerks bewertet und erhält ein finales Assessment-Ergebnis. Das Ergebnis wird Continental als weiteren Orientierungspunkt für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung nutzen, um identifizierte Herausforderungen anzugehen. Basierend auf den Ergebnissen sollen in einem nächsten Schritt gemeinsame Ziele auf dem Weg der Nachhaltigkeitstransformation erarbeitet werden. Ausgewählte One Planet Business Beratungsangebote sollen das Unternehmen auf diesem Weg unterstützen. Der Reifenbereich von Continental strebt an, sich deutlich vor 2050 in ein One Planet Business transformiert zu haben.



PANDA Fördergesellschaft für Umwelt mbH

c/o WeWork
Taubusanlage 8
60329 Frankfurt
Tel. +49 (0) 69 79144-0
Geschäftsführer
Sebastian Tripp

Die PANDA Fördergesellschaft für Umwelt mbH mit Sitz in Frankfurt am Main ist eine Tochtergesellschaft des WWF International und betreut nationale und internationale Unternehmenskooperationen für den WWF. Zur Finanzierung der WWF-Naturschutzarbeit vergibt sie Lizenzen für die Nutzung des WWF Panda-Logos, akquiriert strategische und transformative Partnerschaften zur Verbesserung von Umweltstandards sowie Sponsoren und Unternehmensspender aus Dienstleistung, Handel und Industrie.