



SDG NAVIGATOR

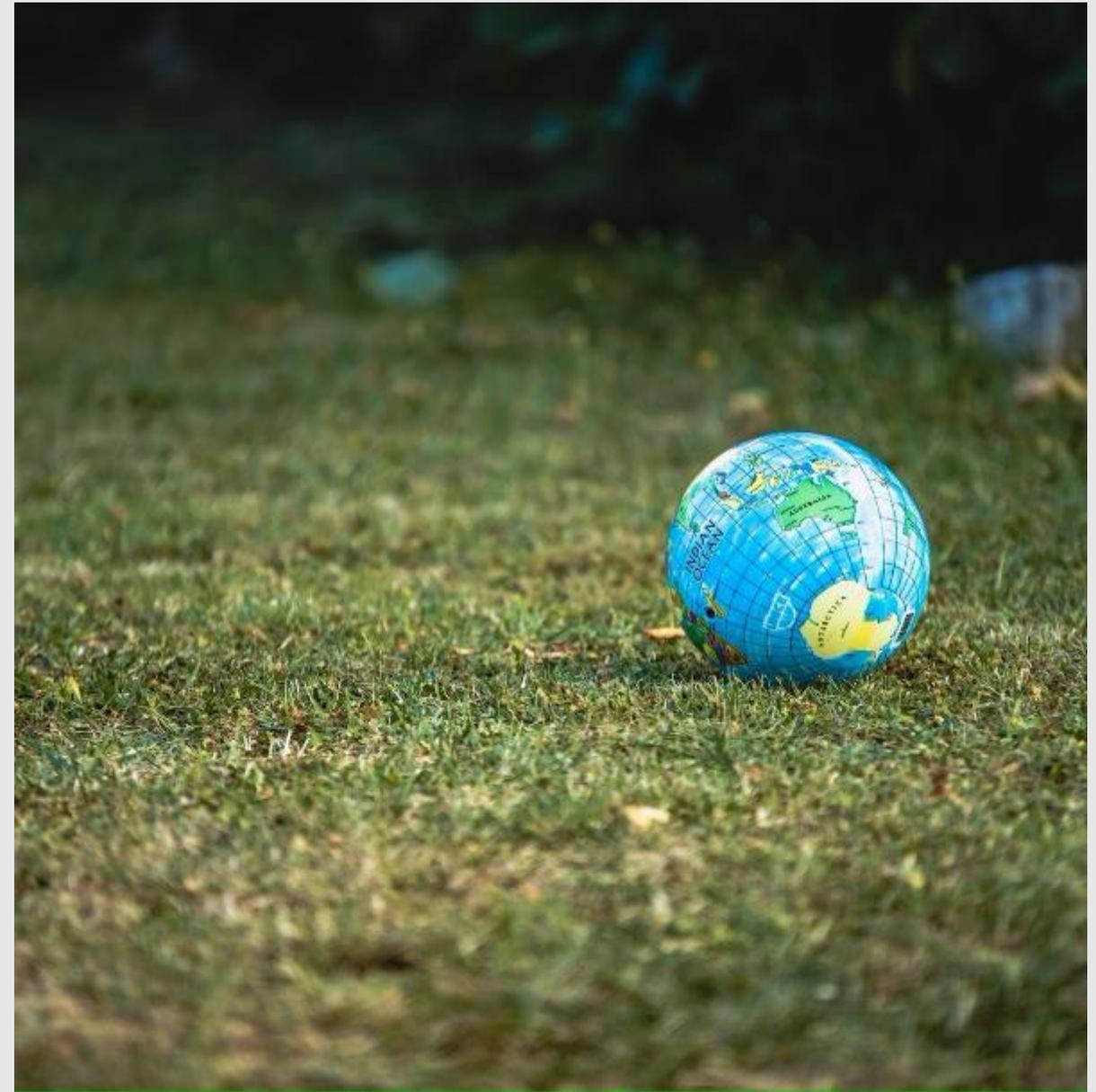
Empowering
changemakers

towards
sustainability

LERNPFAD

Die Welt braucht ChangemakerInnen

Die Auswirkungen des Klimawandels, der Umweltverschmutzung und der Erschöpfung der Ressourcen werden immer deutlicher, und es besteht dringender Handlungsbedarf, um diese Herausforderungen zu bewältigen. Hier kommen Sie ins Spiel – als **SDG-Navigator**, eine Person, die sich für einen positiven Wandel in der Welt einsetzt, indem sie nachhaltige Praktiken fördert und innovative Lösungen für Umweltprobleme entwickelt. Sie sind hier, weil Sie glauben, dass Sie eine treibende Kraft für den Übergang zu einer nachhaltigeren Zukunft sein können.



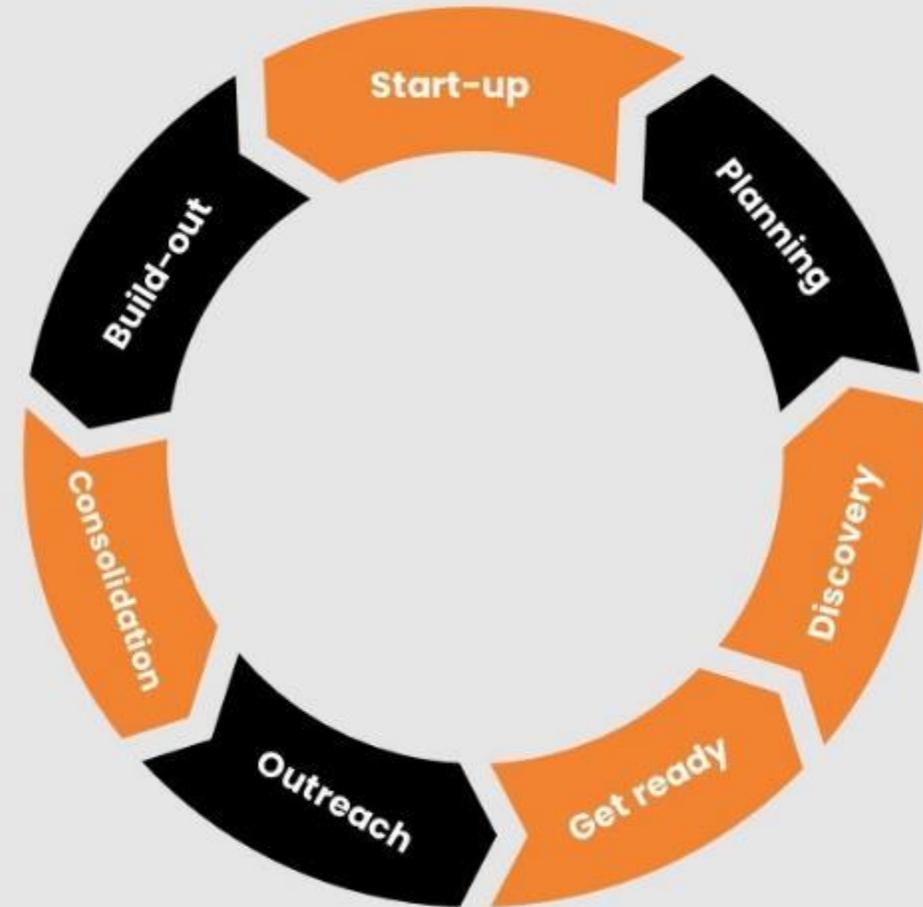
Werden Sie ein/e ChangemakerIn!

Sie begeben sich nun auf einen Lernpfad, der Sie durch die sieben Phasen des nachhaltigen unternehmerischen Handelns zum Prozess der nachhaltigen Veränderung führen soll. Ziel ist es, Sie mit dem Wissen, den Fähigkeiten und der Einstellung (Motivation) auszustatten, damit Sie in der Welt wirklich etwas verändern können. Bevor Sie Ihre Reise beginnen, möchten wir Ihnen erklären, **wie dieser Kurs funktioniert!**



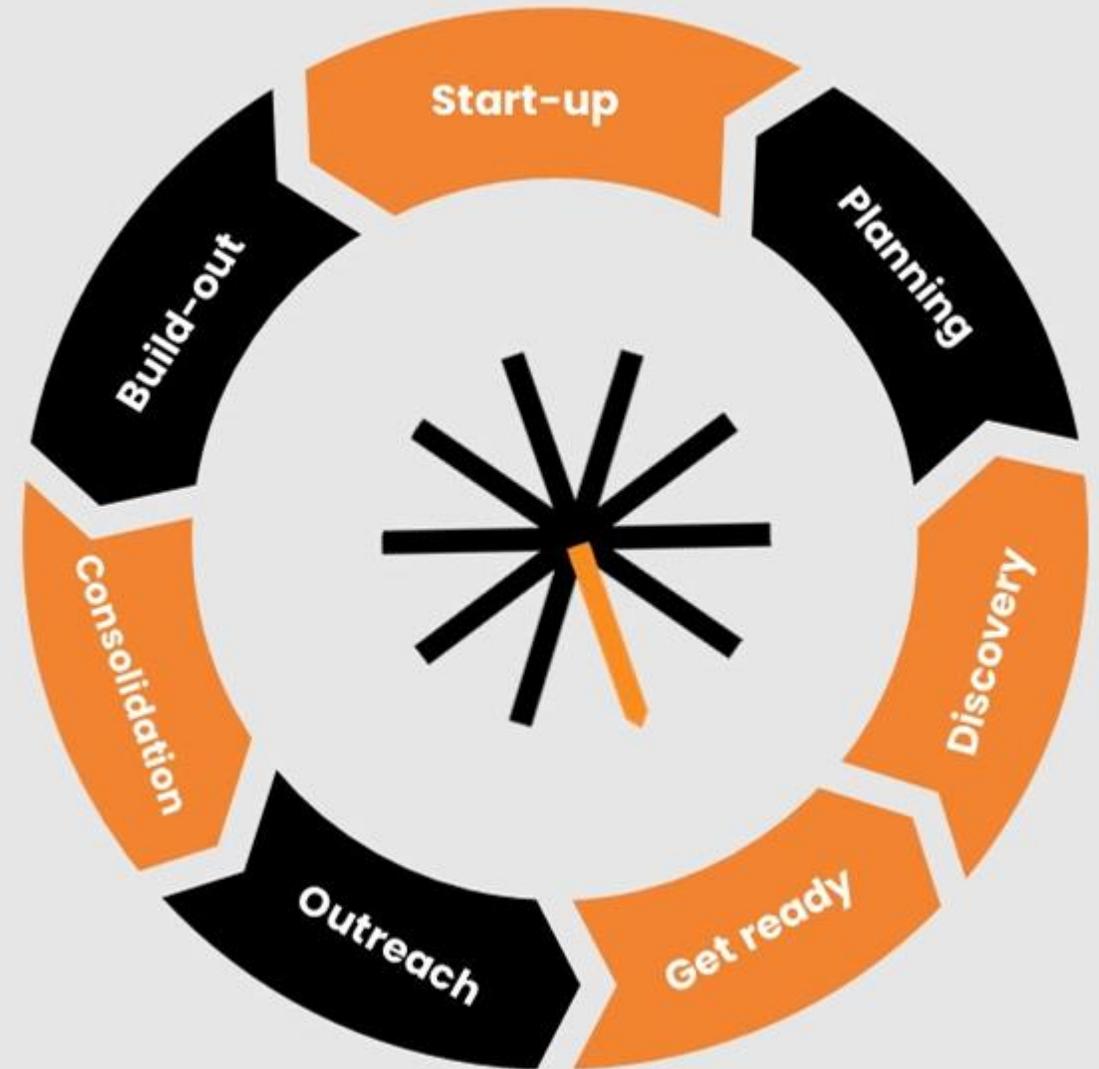
Wie funktioniert dieser Kurs?

Der SDG-NAVIGATOR-Lernpfad besteht aus sieben Lernmodulen, die den verschiedenen Phasen nachhaltigkeitsorientierten unternehmerischen Handelns entsprechen, d. h. den Phasen, die UnternehmerInnen durchlaufen müssen, um nachhaltige Geschäftspraktiken zu schaffen und umzusetzen. Diese Phasen sind nicht streng linear, und UnternehmerInnen können bestimmte Phasen wiederholen und wiederbesuchen, während sie sich in der komplexen Landschaft des nachhaltigen Unternehmertums bewegen.



Wie funktioniert dieser Kurs?

Um sich zurechtzufinden, braucht man immer einen Wegweiser, und wenn Sie sich das Zentrum des Schemas ansehen, das Ihren Lernprozess darstellt, werden Sie den Kompass finden, der Sie auf dieser Reise leiten wird. Der orangefarbene Pfeil zeigt an, in welchem Stadium Sie sich befinden. Dieser Kurs ist auch in Verbindung mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDG) konzipiert, um Sie dabei zu unterstützen, die breite Palette an Möglichkeiten, die Sie in Ihrem auf Nachhaltigkeit ausgerichteten unternehmerischen Handeln haben, und die entsprechenden Auswirkungen besser zu erkennen.





**SDG
NAVIGATOR**



PLANUNG



**SDG
NAVIGATOR**



Thema und Ziele

SDG NAVIGATOR

Empowering changemakers

towards sustainability

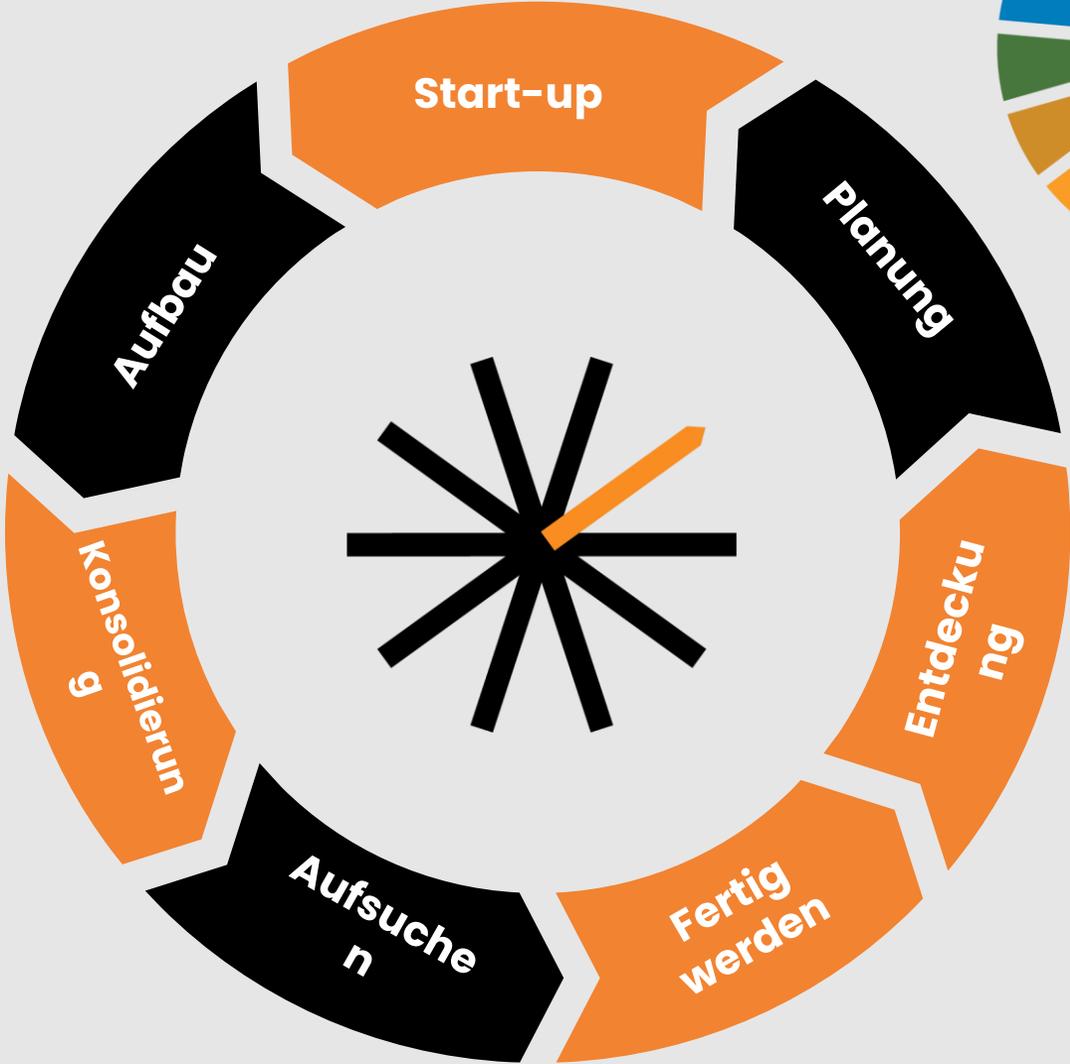


4 QUALITY EDUCATION

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



Kompetenzen

- Systemisches Denken
- Antizipatorisches Denken
- Strategisches Denken

In dieser Phase zielt der Lernprozess darauf ab, Systemdenken, vorausschauendes Denken und strategisches Denken im Kontext von sozialem Unternehmertum und Wandel zu fördern. Sie werden Fertigkeiten erwerben, um komplexe Zusammenhänge zu verstehen, sich eine nachhaltige Zukunft vorzustellen und strategisch zu planen, um positive Auswirkungen zu erzielen. Die Mobilisierung dieser Kompetenzen erfordert eine Verfeinerung der analytischen, vorausschauenden und kreativen Fähigkeiten. Sie werden die praktische Anwendung und die Zusammenarbeit erproben, um diese Kompetenzen effektiv in die Planung zu integrieren.





**SDG
NAVIGATOR**



Zukunftssichere Inhalte

Verständnis für die Bedeutung der Planung im Unternehmertum

Erarbeitung eines Geschäftsplans

Integration von Nachhaltigkeitsprinzipien in einen **umfassenden Geschäftsplan**, um die ganzheitliche Berücksichtigung von ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Faktoren zu gewährleisten.

Kommunikation des Wertangebots

Kommunizieren Sie **ökologische und soziale Vorteile** effektiv im Rahmen eines überzeugenden Wertversprechens, um bewusste KonsumentInnen und Stakeholder anzusprechen.

Nachhaltige Finanzen für eine grüne Zukunft

Entwicklung eines Finanzplans, der die Rentabilität mit **Wirkungskennzahlen in Einklang bringt** und sicherstellt, dass die Nachhaltigkeitsziele mit den Grundsätzen einer soliden Finanzverwaltung übereinstimmen.



Erarbeitung eines Geschäftsplans

Die Entwicklung eines Geschäftsplans, der soziale und ökologische Vorteile einbezieht, ist von zentraler Bedeutung für eine/n ChangemakerIn im Bereich der Nachhaltigkeit, der seine Werte mit seinem Handeln in Einklang bringt. Er gewährleistet die strategische Ausrichtung, das Engagement der Stakeholder und die finanzielle Nachhaltigkeit und fördert einen wirkungsvollen, verantwortungsvollen und dauerhaften positiven Wandel.



Erarbeitung eines Geschäftsplans

Als nachhaltiger Changemaker sollte Ihr Geschäftsplan eine klare Vision, Folgenabschätzungen, nachhaltige Praktiken, messbare Ziele, die Einbeziehung von Interessengruppen und ausgewogene Finanzstrategien umfassen.

Die Entwicklung eines Geschäftsplans gewährleistet die Ausrichtung an den Werten der Nachhaltigkeit und fördert einen dauerhaften positiven Wandel.

Ein Geschäftsplan für ein soziales Unternehmen

Während die Geschäftspläne von Sozialunternehmen alle Fragen behandeln, die für jedes Unternehmen erforderlich sind, müssen die auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Sozialunternehmen auch die Ausrichtung an der Mission, den organisatorischen Hintergrund und die Struktur sowie die Bewertung der finanziellen und sozialen Auswirkungen berücksichtigen.

Neben den üblichen marktorientierten Überlegungen zu Nachfrage, Kosten und Umsatz müssen Sie sich auch mit den Verflechtungen zwischen sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Aspekten befassen.

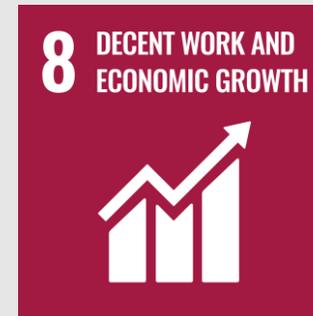
Erarbeitung eines Geschäftsplans

Bei der Entwicklung eines Geschäftsplans für Nachhaltigkeit geht es darum, systemische Zusammenhänge zu verstehen, künftige Herausforderungen und Chancen vorzusehen und strategisches Denken durch Aktivitäten wie Stakeholder-Analyse und Szenarienplanung anzuwenden.

Dies gewährleistet eine umfassende Strategie, die mit den Nachhaltigkeitszielen für sinnvolle Veränderungen in Einklang steht.

Geschäftsplan für Sozialunternehmen

Ein Sozialunternehmen ist ein Unternehmen, das eine bestimmte öffentliche oder gemeinschaftliche Aufgabe in Bezug auf soziale, ökologische, kulturelle oder wirtschaftliche Belange verfolgt und den Großteil seiner Gewinne in die Erfüllung dieser Aufgabe reinvestiert. Diese Vorlage kann verwendet werden, um einen Geschäftsplan für ein Sozialunternehmen zu erstellen, der sowohl die positiven Auswirkungen des Sozialunternehmens als auch den Plan, es zu einem rentablen Unternehmen zu machen, beschreibt.



<https://tools4dev.org/resources/social-enterprise-business-plan-template/>

Kommunikation des Wertangebots

Um ein Wertversprechen wirksam zu kommunizieren, muss man lernen, die eindeutigen sozialen und ökologischen Vorteile klar zu artikulieren, um bei den Stakeholdern eine sinnvolle Wirkung zu erzielen. Ein auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Sozialunternehmen muss seine Botschaften so gestalten, dass sie bei bewussten Verbrauchern Anklang finden, die positiven Auswirkungen betonen und das Engagement für einen dauerhaften Wandel fördern.



Kommunikation des Wertangebots

Ein/e nachhaltige/r Changemaker/in muss lernen, das soziale und ökologische Wertversprechen effektiv zu kommunizieren. Dazu gehört ein klares, auf die Zielgruppe abgestimmtes Messaging und eine strategische Positionierung der Vorteile, die bei den verschiedenen Stakeholdern Anklang findet, um Engagement und Wirkung zu fördern.

Kommunikation Ihrer Umwelt-, Sozial- und Governance-Geschichte (ESG)

Die wichtigsten Erkenntnisse sind 5 einfache, aber wirksame Grundsätze für die Entwicklung eines kontinuierlichen, vielfältigen Kommunikationsansatzes. Es ist wichtig, der Transparenz den Vorrang zu geben, um Vertrauen zu schaffen, mit InvestorInnen über ESG zu sprechen, an Branchenveranstaltungen teilzunehmen und Auszeichnungen zur externen Validierung und internen Motivation zu nutzen.

www.sustainalytics.com/esg-research/resource/corporate-esg-blog/communicating-your-esg-story-5-key-lessons-from-top-performing-companies



Kommunikation des Wertangebots

Die Kommunikation eines Wertversprechens für eine/n Nachhaltigkeits-ChangemakerIn beinhaltet das Verständnis systemischer Auswirkungen, die Integration von Stakeholder-Perspektiven und die Antizipation zukünftiger Trends. Die Lernenden sollten die Fähigkeit entwickeln, soziale und ökologische Vorteile strategisch zu positionieren und das Wertversprechen mit der sich entwickelnden Nachhaltigkeitslandschaft abzustimmen, um eine effektive und dauerhafte Wirkung zu erzielen.

Kommunikation über den Klimawandel

Bei der Kommunikation über den Klimawandel geht es darum, das Publikum aufzuklären und zu mobilisieren, damit es Maßnahmen zur Bewältigung der Klimakrise ergreift. Jeder kann eine Rolle spielen, indem er seine Stimme erhebt, Lösungen mitteilt und für Veränderungen eintritt – geprägt von unterschiedlichen Erfahrungen, kulturellen Kontexten und zugrunde liegenden Werten. Wenn Sie ein Kommunikationsprodukt erstellen – z. B. ein Video, einen Podcast, einen schriftlichen Artikel oder eine Grafik zum Thema Klimawandel – finden Sie in diesem Dokument Tipps, wie Sie es zu einem wertvollen, effektiven und zuverlässigen Inhalt machen.



www.un.org/en/climatechange/communicating-climate-change

Nachhaltige Finanzen für eine grüne Zukunft

Beim Finanzplan für Nachhaltigkeit geht es darum, zu verstehen, wie wichtig es ist, soziale und ökologische Vorteile in die Finanzplanung und die Wirkungsmetriken eines Nachhaltigkeitsveränderers einzubeziehen, um eine Abstimmung zwischen wirtschaftlichem Erfolg und positiven Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt zu fördern.



Nachhaltige Finanzen für eine grüne Zukunft

Um die Integration sozialer und ökologischer Vorteile in die Finanzplanung zu erreichen, müssen die Lernenden die Grundsätze des nachhaltigen Finanzwesens begreifen, die Methoden der Folgenabschätzung verstehen und Fertigkeiten entwickeln, um finanzielle Ziele mit sozialen und ökologischen Zielen in Einklang zu bringen und so eine effektive und ethische Ressourcenallokation bei der Gestaltung nachhaltiger Veränderungen zu erreichen.

Bewährte Praktiken für Dekarbonisierungspfade

Net Zero Carbon Events Initiative hat "Best Practices for Decarbonisation Pathways" veröffentlicht, um umsetzbare Erkenntnisse und Strategien zu liefern, die sofort umgesetzt werden können. Dieses vorläufige Dokument enthält Ratschläge aus den fünf Arbeitsgruppen, die sich mit den vorrangigen Aktionsbereichen befassen: Energie am Veranstaltungsort, intelligente Produktion und Abfallmanagement, Lebensmittel und Lebensmittelabfälle, Logistik, Reisen und Unterkunft.

www.netzerocarbonevents.org/wp-content/uploads/20230726_Best-Practices.pdf

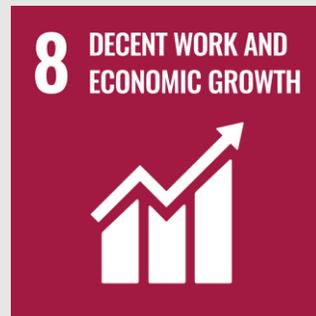


Nachhaltige Finanzen für eine grüne Zukunft

Nachhaltigkeitsverantwortliche müssen die Zusammenhänge zwischen finanziellen Entscheidungen und den Auswirkungen auf die Umwelt im Allgemeinen verstehen. Antizipatorische und strategische Denkfähigkeiten können durch die Analyse zukünftiger Trends, die Vorhersage potenzieller Herausforderungen und die Ausarbeitung von Finanzstrategien entwickelt werden, die mit nachhaltigen und umweltfreundlichen Initiativen für einen dauerhaften positiven Wandel in Einklang stehen.

Auf dem Weg zum Netto-Nullpunkt

Get to Net Zero wurde vom UK Business Climate Hub entwickelt, einer Zusammenarbeit zwischen der britischen Regierung, Unternehmen und Unternehmensgruppen im gesamten Vereinigten Königreich. Es befähigt kleine und mittlere Unternehmen, Klimaschutzmaßnahmen zu ergreifen. Dieses kostenlose Werkzeug hilft bei der Erstellung eines Finanzplans zur Erreichung von Netto-Null. Wählen Sie Ihren Sektor und Standort, um einen auf Ihr KMU zugeschnittenen Netto-Null-Plan zu erhalten.



<https://businessclimatehub.uk/become-a-net-zero-business/>



Kofinanziert von der Europäischen Union



**SDG
NAVIGATOR**

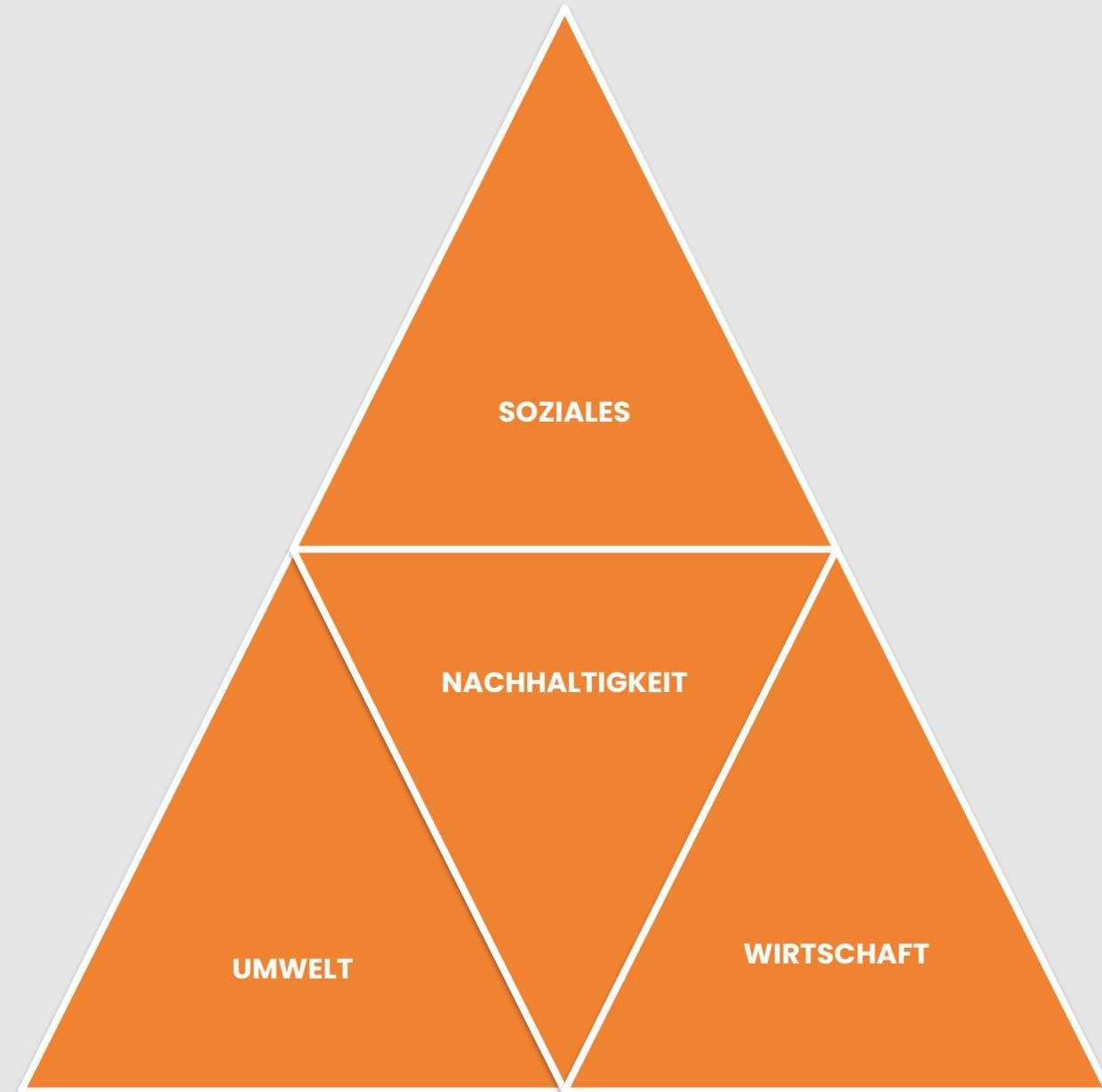


Lernressourcen

Planung

Jetzt ist es an der Zeit, die Entwürfe, die Sie in den ersten Phasen aufbewahrt haben, richtig zusammenzustellen. Sie wissen nun, dass Sie über alle Informationen verfügen, die Sie benötigen, um das Wertversprechen Ihres nachhaltigen Unternehmens zu definieren, so dass Sie eine solide Grundlage für Ihr Vorhaben schaffen können.

Dies ist die Planungsphase, und wieder einmal wird es Ihnen vorkommen, als würden Sie ganz von vorne anfangen. Denken Sie daran, dass diese auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Phasen des Unternehmertums nicht linear verlaufen, und dass Sie möglicherweise hierher zurückkehren müssen.



Planung

In dieser Phase erstellen Sie als nachhaltige/r Unternehmer/in einen umfassenden Geschäftsplan, der Ihre Nachhaltigkeitsziele, Strategien, den Zielmarkt, die Wettbewerbsanalyse und die Finanzprognosen darlegt. Nun werden Sie aufgefordert, Ihre nachhaltigkeitsorientierten Kompetenzen zur Lösung eines Problems einzusetzen!



Problem





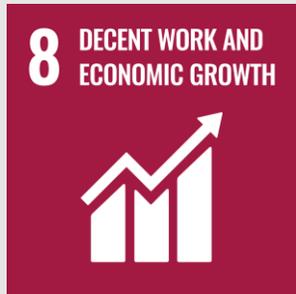
Quelle: <https://unsplash.com/photos/a-landscape-with-clouds-and-trees-qxVs-7mJDYY>

Himlan Herbal Shampoo Genossenschaft

In der Bergregion Himlan will eine sozialwirtschaftliche Kooperative Amla-Kräuter-Extrakte als Bio-Shampoo für die Hotels des beliebten Touristengebiets verpacken. Kompetente einheimische LandwirtInnen, die Amla-Kräuter anbauen, stehen vor der Herausforderung, ihr sozialwirtschaftliches Projekt zu finanzieren, haben mit Liquiditätsengpässen zu kämpfen und müssen eine nachhaltige Versorgung mit Verpackungsmaterial sicherstellen, was es schwierig macht, ihre Familien mit einem bescheidenen Einkommen zu unterstützen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Sie sind ein/e ESG-Berater/in mit der Mission, die Welt positiv zu verändern. Geleitet von einem echten Bekenntnis zu ökologischer und sozialer Verantwortung haben Sie sich auf den Weg gemacht, um alternative Finanzierungsmöglichkeiten zu finden und sozialunternehmerische Projekte zu unterstützen, die mit Ihren Werten übereinstimmen.

Nachdem Sie die Herausforderungen, mit denen die geschickten Bauern in der Bergregion Himlan konfrontiert sind, genau analysiert haben, erkennen Sie das Geschäftspotenzial ihrer einheimischen Kräuterhaarwäsche in der Welt der umweltfreundlichen Kosmetik. Als qualifizierte/r ESG-Experte/in müssen Sie einen Geschäftsplan entwickeln, der ökologische und soziale Erwägungen berücksichtigt, damit die Familien der Himlan-Bauern wirtschaftlich florieren und gleichzeitig ihre natürlichen Ressourcen bewahren können.





Empathie

Lernen über Himlan

Schritt 1: Initiierung von Einzelgesprächen mit den Himlan-BäuerInnen, um ihr tägliches Leben, ihre finanziellen Hürden und ihre Hoffnungen in ihrer Bergregion umfassend zu erfassen.

Schritt 2: Treten Sie aktiv mit den Landwirten in Kontakt und stellen Sie ihnen offene Fragen, um ihre Erfahrungen, Perspektiven und die ökologischen Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert sind, besser zu verstehen.

Schritt 3: Entwickeln Sie einen auf Empathie basierenden Geschäftsplan, indem Sie ein Tagebuch erstellen, in dem die gesammelten Informationen visuell erfasst und analysiert werden.

Aktives Zuhören

Verwenden Sie offene Fragen, um die Geschichten, Erfahrungen und Perspektiven der Landwirte genau anzuhören.

Einblicke sammeln

Sammeln Sie umfassende Informationen für eine umwelt- und sozialverträgliche Unternehmensplanung.

Herausforderungen analysieren

Befunde synthetisieren



Definieren

Prioritätensetzung bei den Himlan-Themen

Schritt 1: Identifizierung der wichtigsten Herausforderungen für die Himlan-Bauern, wobei der Schwerpunkt auf dem Marktzugang und der nachhaltigen Existenzsicherung liegt, ausgehend von den Ergebnissen der Empathie.

Schritt 2: Priorisierung der Herausforderungen auf der Grundlage der Auswirkungen und der Relevanz für das finanzielle Wohlergehen und die Erhaltung der Umwelt.

Schritt 3: Formulieren Sie eine prägnante Problemstellung: "Schaffung einer nachhaltigen Kooperative für Himlan-BauerInnen, die wirtschaftlichen Wohlstand sichert und gleichzeitig die Umweltressourcen durch den Markteintritt von einheimischen Kräuterhaarwaschmitteln schützt."



Quelle: https://unsplash.com/photos/man-riding-farm-equipment-during-daytime-HOOKgN_zIY8



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Erstellen

Lösungen schaffen

Schritt 1: Durchführung einer gemeinsamen Ideenfindungssitzung mit Himlan-BauerInnen, lokalen Experten und Interessenvertretern für nachhaltige Lösungen im Bereich Kräuterhaarwäsche.

Schritt 2: Förderung der Inklusion und eines offenen Dialogs, bei dem alle Stimmen, insbesondere die der Landwirte und lokalen Experten, gehört werden.

Schritt 3: Anwendung von Brainstorming-Techniken, um innovative Lösungen zu entwickeln, die mit den Umweltressourcen der Himlan-Bauern in Einklang stehen und der Marktnachfrage nach umweltfreundlichen Kosmetika entsprechen.



Quelle: <https://youtu.be/yAidvTKX6xM?feature=shared>



Prototyp

Planung für den Markt

Schritt 1: Zusammenarbeit mit den Himlan-BauerInnen zur Entwicklung und Erstellung eines Prototyps eines Geschäftsplans auf der Grundlage der ESG-Prinzipien

Schritt 2: Nutzen Sie bei der Entwicklung des Geschäftsplans eine zugängliche und umweltfreundliche Materialbeschaffung, die schnelle und kosteneffiziente Iterationen im Einklang mit den ESG-Zielen ermöglicht.

Schritt 3: Weitergabe des Prototyps des Geschäftsplans an potenzielle KundInnen und PartnerInnen, um Feedback und Erkenntnisse für die weitere Verfeinerung zu sammeln und so den wirtschaftlichen Wohlstand der Himlan-BäuerInnen zu sichern und gleichzeitig die natürlichen Ressourcen zu erhalten.



Quelle: www.freepik.com/free-photo/close-up-environment-sign-collection_12976401.htm



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Test



Feedback- Kreislauf für den Himlan-Plan

Schritt 1: Durchführung von Bewertungssitzungen mit Himlan-BäuerInnen, um die Attraktivität, Funktionalität und finanzielle Bedeutung des Prototyps des Geschäftsplans zu beurteilen.

Schritt 2: Beobachten Sie die Interaktionen und Reaktionen während der Sitzungen und notieren Sie alle Vorschläge oder Bedenken der Himlan-Bauern.

Schritt 3: Iterative Verfeinerung des Prototyps des Geschäftsplans auf der Grundlage von Rückmeldungen, um sicherzustellen, dass er bei den Himlan-Bauern auf Resonanz stößt und mit den nachhaltigen Praktiken für den wirtschaftlichen Wohlstand und die Erhaltung der Umwelt in Himlan übereinstimmt.

HIMLAN Feedback-Formular

ALIGNIERUNG MIT ESG-GRUNDSÄTZEN: Wie gut ist der Geschäftsplan mit den ökologischen, sozialen und Governance-Grundsätzen (ESG) abgestimmt?

WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNGSFÄHIGKEIT: Enthält der Plan ein finanziell tragfähiges Modell, das den wirtschaftlichen Wohlstand der LandwirtInnen in Himlan fördert?

UMWELTSCHUTZ: Wie gut geht der Plan auf den Umweltschutz der natürlichen Ressourcen der Gemeinde Himlan ein?

MARKTAUSRICHTUNG: Welche Indikatoren deuten darauf hin, dass der Geschäftsplan für den Zielmarkt und potenzielle KundInnen attraktiv ist?

NACHHALTIGE PRAKTIKEN: Inwieweit beinhaltet der Plan nachhaltige Praktiken in Produktion, Verpackung und Vertrieb?

ZUSÄTZLICHES FEEDBACK: Jedes zusätzliche Anliegen oder Kompliment, das Sie für den Himlan ESG Plan mitteilen möchten.

Quelle: [Meta4 Innovationen](#)



**SDG
NAVIGATOR**



Handlungsorientierte Auslöser

Welche ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Faktoren sollten Sie bei der Entwicklung eines umfassenden Geschäftsplans berücksichtigen?



Quelle: [Meta4 Innovationen](#)

Wie kann ich ökologische und soziale Vorteile im Rahmen eines überzeugenden Wertangebots an bewusste Verbraucher und Stakeholder effektiv kommunizieren?



Quelle: <https://unsplash.com/photos/0NJ9urGXrig>



Kofinanziert von der
Europäischen Union

***Wie kann ich einen
Finanzplan erstellen, der ein
Gleichgewicht zwischen
Rentabilität und
Wirkungsmetriken herstellt?***



Quelle: <https://unsplash.com/photos/green-plant-in-clear-glass-cup-SoT4-mZyhE>



Kofinanziert von der
Europäischen Union



**SDG
NAVIGATOR**



Quiz



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Frage 1.

Wie lässt sich ein Geschäftsplan effektiv mit den Grundsätzen der Nachhaltigkeit in Einklang bringen?

- a) Indem sie Profiten Vorrang vor sozialen und ökologischen Erwägungen geben.
- b) Durch die Gewährleistung der wirtschaftlichen Lebensfähigkeit bei gleichzeitiger Erhaltung des kulturellen Erbes und der Umweltressourcen.
- c) Durch die ausschließliche Konzentration auf kurzfristige finanzielle Gewinne.



Frage 2.

Was ist ein Schlüsselaspekt für wirtschaftlichen Wohlstand in einem nachhaltigen Geschäftsplan für Himlan-BäuerInnen?

- a) Vernachlässigung des Kulturerhalts zur Gewinnmaximierung.
- b) Finanzielle Rentabilität ohne Berücksichtigung der Umweltauswirkungen.
- c) Ein finanziell tragfähiges Modell zur Förderung des wirtschaftlichen Wohlstands bei gleichzeitiger Erhaltung der natürlichen Ressourcen.



Frage 3.

Was ist ein Schlüsselfaktor bei der Entwicklung eines Wertangebots, das bewusste KonsumentInnen anspricht?

- a) Vernachlässigung der ökologischen und sozialen Vorteile, um sich auf das Produkt zu konzentrieren.
- b) Ignorieren der Notwendigkeit der Einbeziehung von Interessengruppen.
- c) Die positiven Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft sind klar zu formulieren.



Frage 4.

Warum ist es so wichtig, mit einem Wertangebot bewusste Verbraucher anzusprechen?

- a) Umwelt- und soziale Erwägungen für unmittelbare Gewinne außer Acht zu lassen.
- b) Aufbau einer Verbindung zu denjenigen, die nachhaltige und ethische Entscheidungen bevorzugen.
- c) Vorrang der finanziellen Ziele vor der ökologischen und sozialen Verantwortung.



Frage 5.

Worauf kommt es bei der Entwicklung eines Finanzplans für nachhaltigen Unternehmenserfolg an?

- a) Ignorieren von Nachhaltigkeitszielen zur Gewinnmaximierung.
- b) Missachtung der Grundsätze der Finanzverwaltung im Hinblick auf die Umweltauswirkungen.
- c) Gewährleistung eines Gleichgewichts zwischen Rentabilitäts- und Nachhaltigkeitszielen.



Frage 6.

Warum ist es wichtig, Nachhaltigkeitsziele mit den Grundsätzen einer soliden Finanzverwaltung in Einklang zu bringen?

- a) die finanzielle Lebensfähigkeit des Unternehmens zu vernachlässigen.
- b) Gewährleistung eines dauerhaften Erfolgs durch ein Gleichgewicht zwischen Rentabilität und positiven Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt.
- c) Vorrang von Wirkungskennzahlen vor soliden Finanzpraktiken.





**SDG
NAVIGATOR**



Credits und Quizlösungen

Entwickler

META

Quizlösungen:

1 - B

2 - C

3 - C

4 - B

5 - C

6 - B



SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability

