

Nachhaltigkeit als Wettbewerbschance

Praxisbeispiel SV Group

Patrick Camele
CEO SV Group

Es war einmal das Jahr 2010...

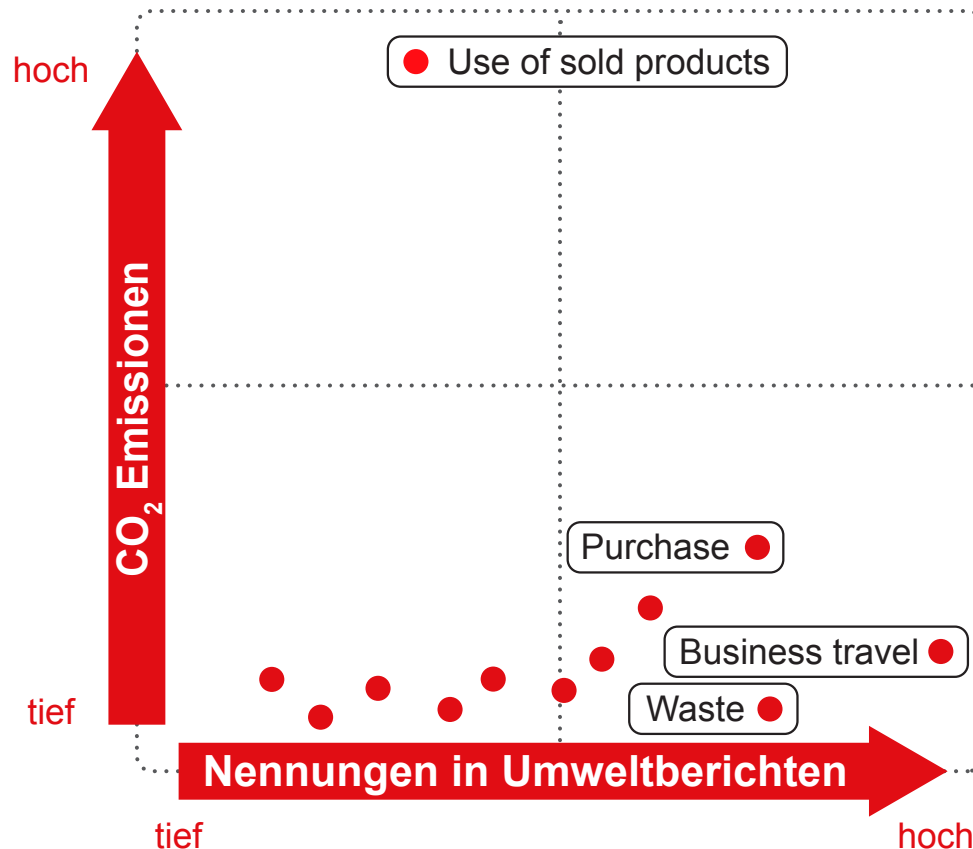


MR GREEN
IHR RECYCLING-HELD

Nachhaltigkeit 1.0

Nachhaltigkeit 1.0: Compliance als Treiber

Umweltberichte: Diskrepanz zwischen Themen und tatsächlichen Auswirkungen



Nachhaltigkeit 1.0:

- Oft gut gemeint
- fokussiert auf Nebenschauplätzen
- Kein Businessbuilding

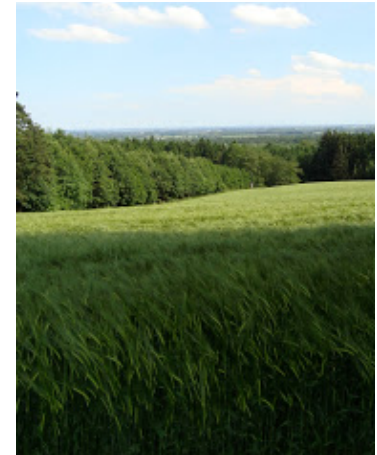
Schlüsselfrage

Was können wir besser
verpacken...?

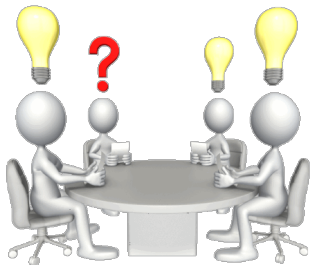
Ist das wirklich alles?
Wollen & können wir nicht mehr?



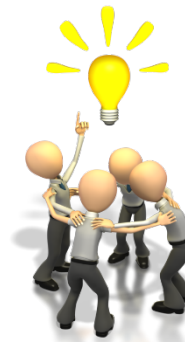
AquaClic mit
SV Logo: Genial!



Zurück auf die
grüne Wiese!



➤ Nachh... 1.0

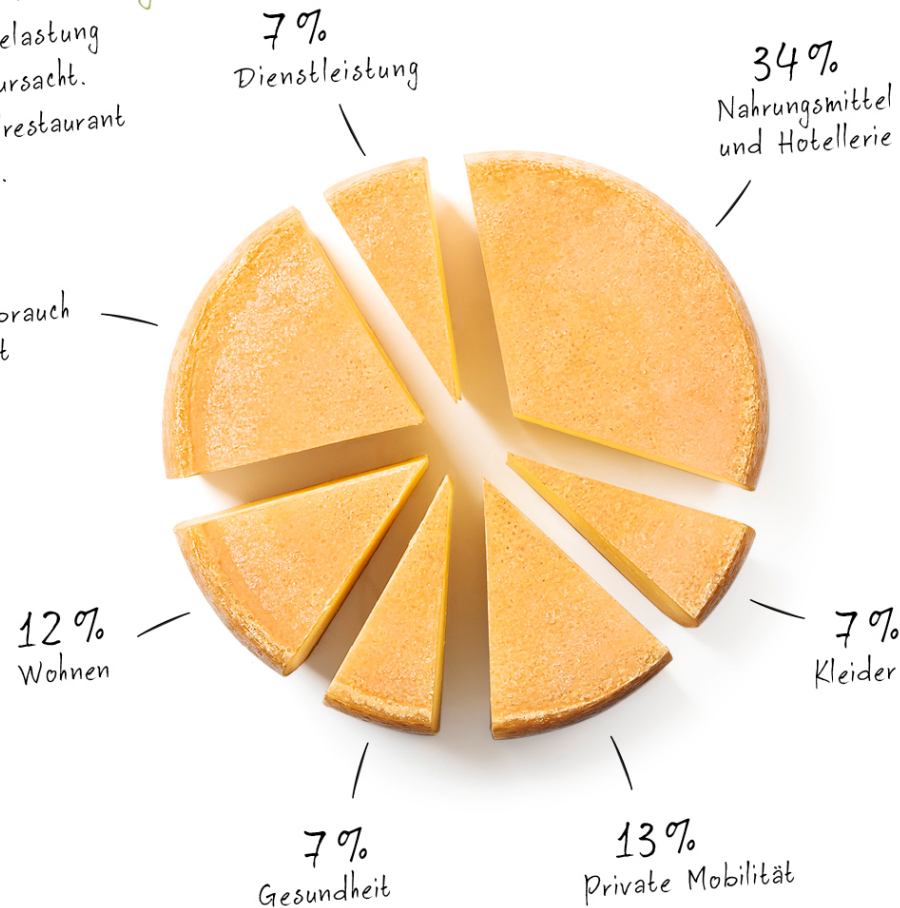


➤ Nachhaltigkeit 2.0

Ernährung = 1/3 der Umweltbelastung

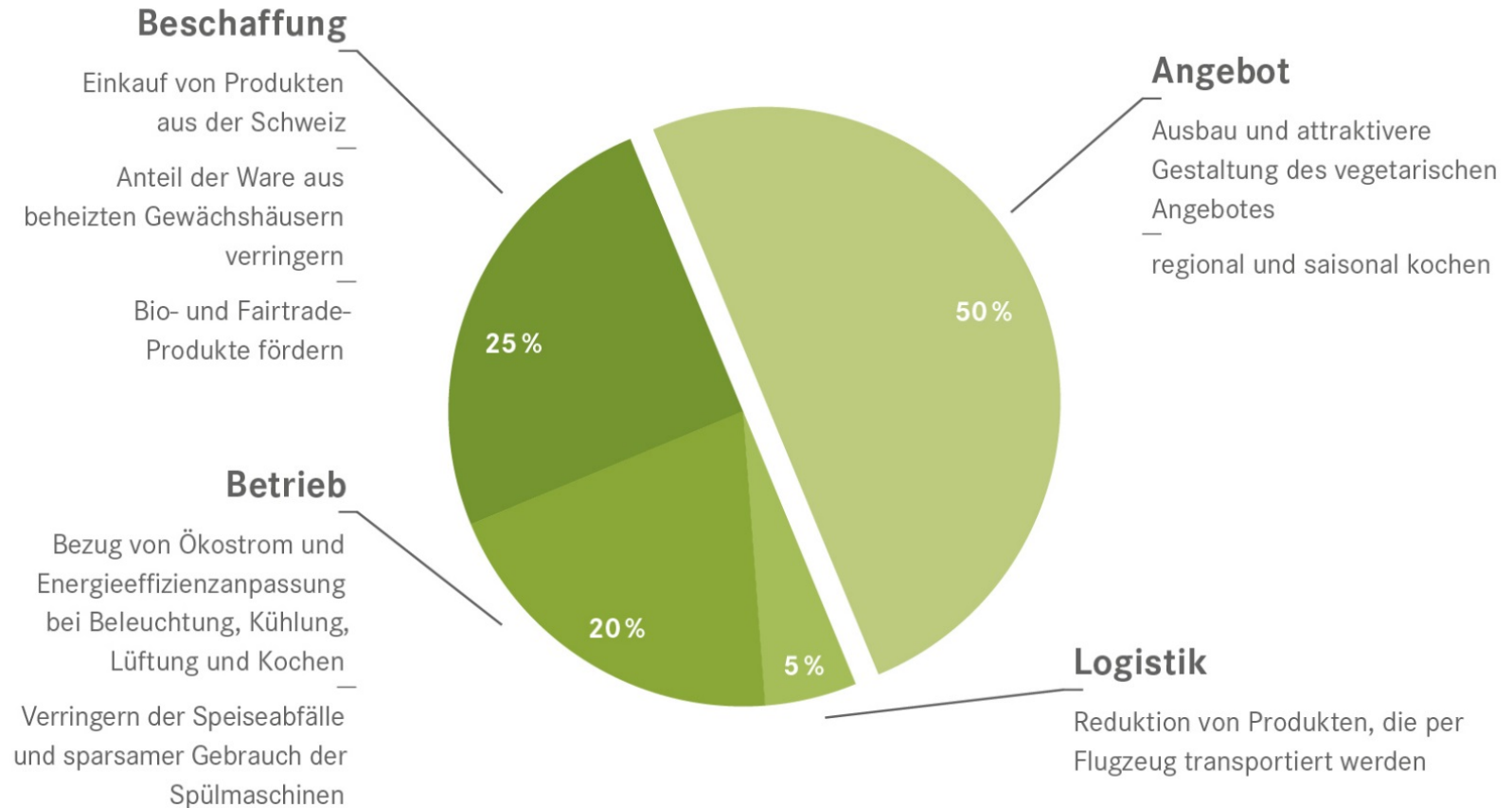
Klimabelastung durch Ernährung

Zirka ein Drittel der Klimabelastung wird durch Nahrungsmittel verursacht. Und für viele ist das Personalrestaurant der wichtigste Verpflegungsort.



Quelle: Bundesamt für Umwelt (BAFU), Umweltbelastung durch Lebensmittel - Ökobilanzen machen reinen Tisch, Magazin Umwelt, 1/2012

Saubere Analyse als Basis

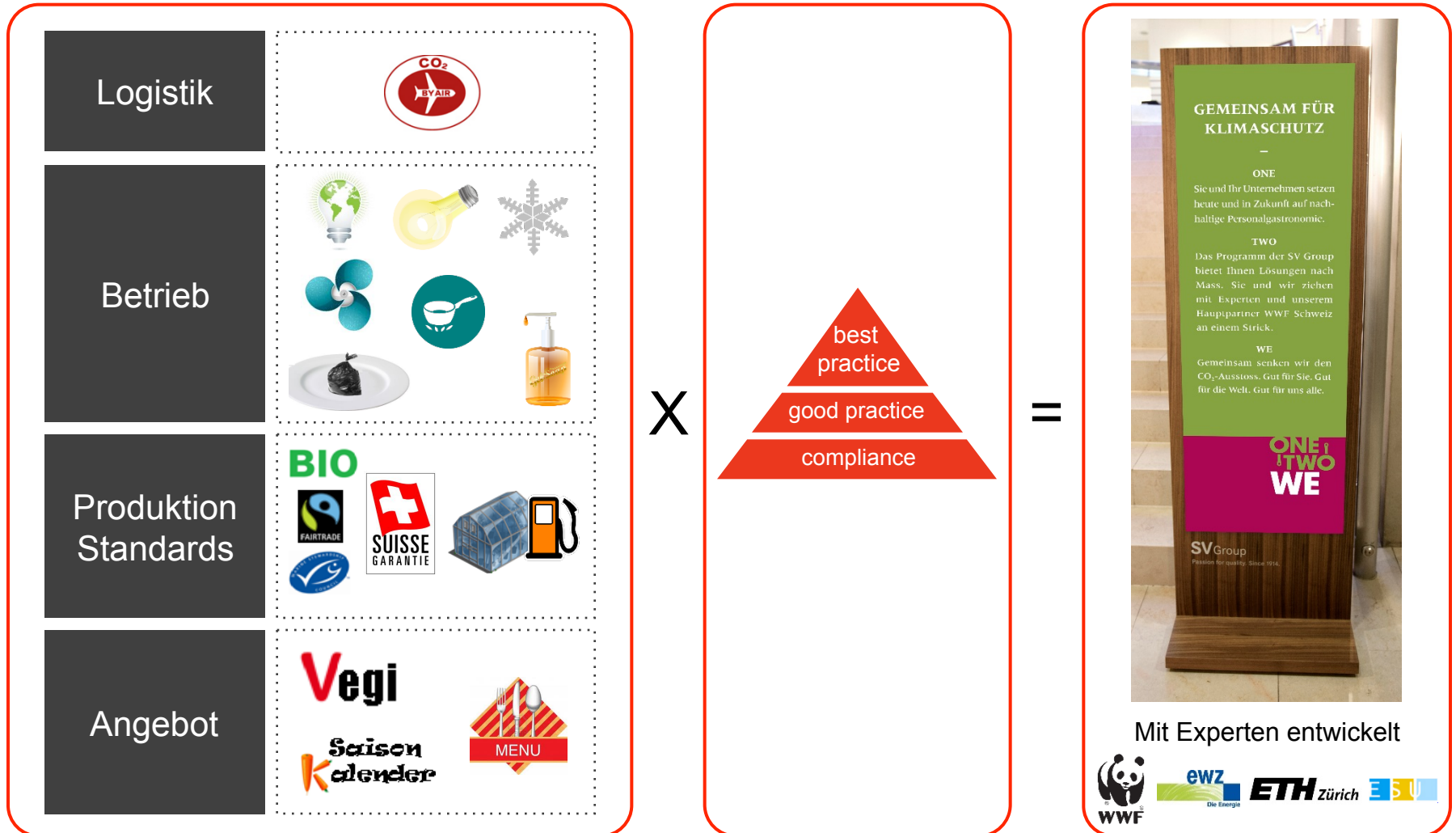


Quelle: Jungbluth N., Schori S., Büsser S.: Umweltbewusste Nahrungsmittelbeschaffung in der Gemeinschaftsgastronomie, ESU-services GmbH (Hrsg.) im Auftrag der SV (Schweiz) AG, Zürich, 2012

ONE!
TWO!
WE

relevant
ambitioniert
innovativ
glaubwürdig

Klimaschutzplan für Personalrestaurant



Von der Innensicht zur Kundensicht

Nachhaltigkeit 1.0



PUSH

Nachhaltigkeit 2.0

ONE Nachhaltigkeitsziele des Auftraggebers

TWO Erlebbarer Klimaschutz im Restaurant

WE



PULL

Nachhaltigkeit gehört in den Markenkern

Nachhaltigkeit 1.0



Nachhaltigkeit gehört in den Markenkern

Nachhaltigkeit 2.0



Bunte Gemüse-Paella

Ein attraktives Restaurant

Nachhaltigkeit 1.0



Nachhaltigkeit 2.0



Der CSR Manager als Marketing Manager

Nachhaltigkeit 1.0

Nachhaltigkeit
als nachgelagerte
Tätigkeit

CSR stört das
Tagesgeschäft

CSR als
PR Tätigkeit



Nachhaltigkeit 2.0

Nachhaltigkeit
als Teil des
Produktmixes

CSR integriert in
strateg. Marketing
Management

CSR als
Wettbewerbsvorteil

Mit wertvollen Partnern sind wir stärker



Vom Greenwashing zu messbaren Zielen

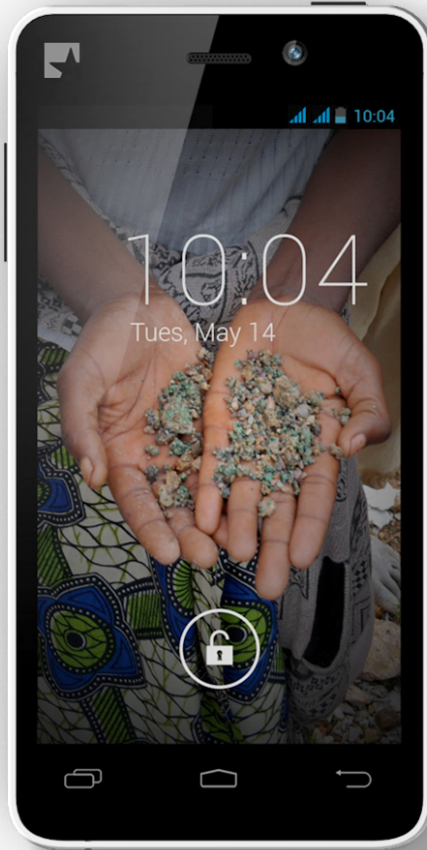
Nachhaltigkeit 1.0

- ... wenn immer möglich setzen wir das umweltfreundliche Produkt «xy» ein
- ... Unsere Firma fördert recycelbare Produkte
- ... wir setzen auf Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit 2.0



Nachhaltigkeit als Business Opportunity




FAIRPHONE