

Act4Impact | Playbook



Willkommen beim Act4Impact Playbook für Lieferunternehmen

Act4Impact ist eine Initiative, die Zulieferunternehmen zusammenbringen möchte, um wirtschaftlich, ökologisch und sozial etwas zu verändern. Gemeinsam wollen wir ein Netzwerk aufbauen, das von Impact Agents vorangetrieben wird, die zusammen Lösungen entwickeln und positive Veränderungen für eine nachhaltigere Zukunft in der gesamten Lieferkette umsetzen.

Lieferketten sind entscheidend für eine nachhaltigere Wirtschaft – und eine enge Zusammenarbeit ist dafür unerlässlich. Deswegen haben wir Act4Impact ins Leben gerufen. Das Programm bringt Zulieferunternehmen zusammen, um wirtschaftlich, ökologisch und sozial etwas zu verändern. Durch unsere Kooperation mit über 14.000 direkten Partnerunternehmen überall auf der Welt wollen wir Lösungen für unsere gemeinsamen Herausforderungen entwickeln. Unser Ziel sind positive Veränderungen für eine nachhaltigere Zukunft.

Das Act4Impact Playbook ist dafür ein zentrales Instrument. Es gliedert sich nach den drei tragenden Säulen unserer Nachhaltigkeitsbestrebungen in der Lieferkette: **Umwelt**, **Menschen** und **Innovation**.

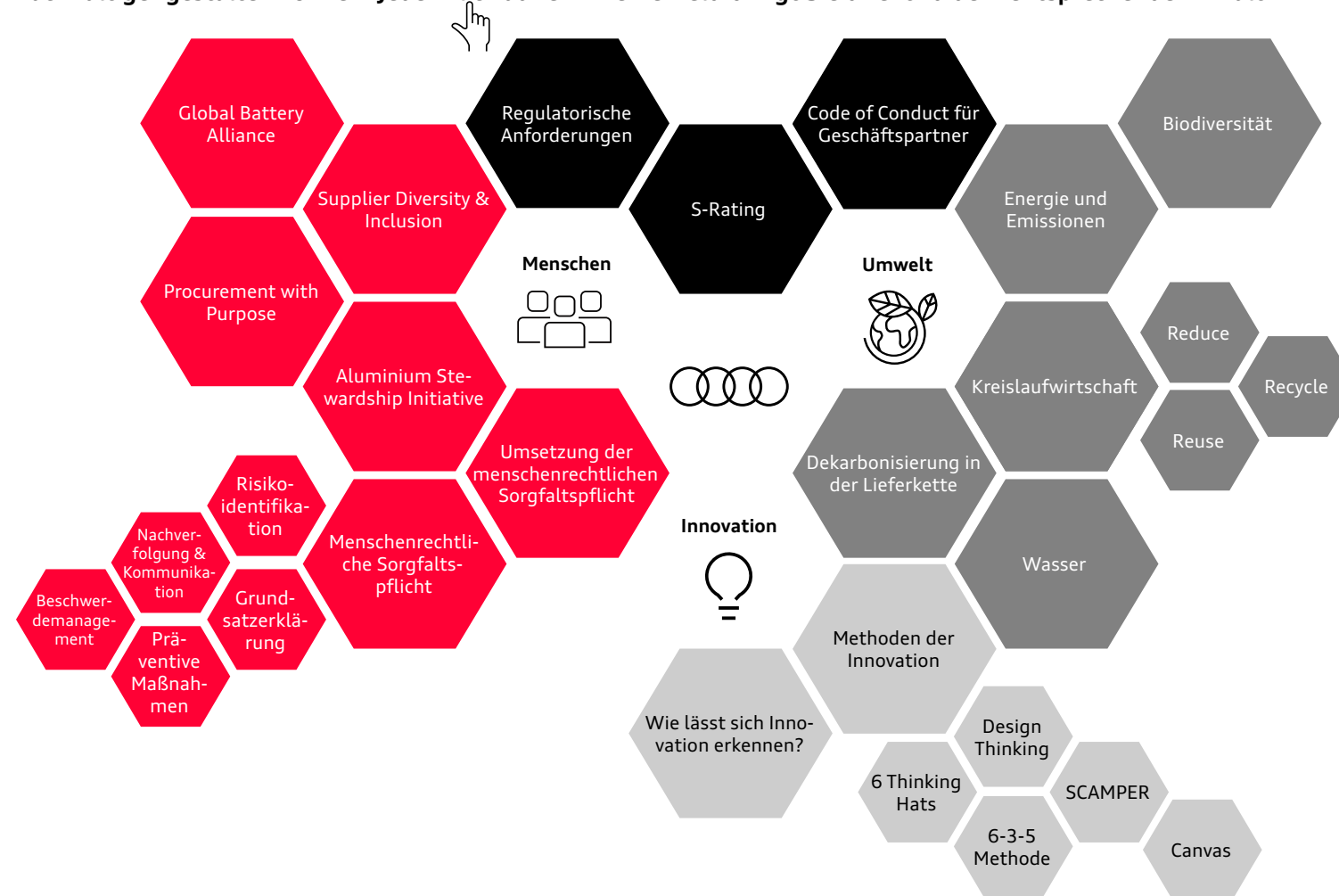
Jedes dieser Kernthemen behandeln wir in einem eigenen Modul. Darin geben Ihnen Hintergrundwissen, Hilfestellungen sowie Beispiele aus unserer eigenen Praxis eine Orientierung, wie Sie nachhaltigere Abläufe gestalten können.

Vorab fassen wir auf den folgenden Seiten eine Auswahl an **gesetzlichen Anforderungen**, die grundlegenden Erwartungen aus unserem Code of Conduct für Geschäftspartner und den Prozess des Sustainability Ratings zusammen.

Nutzen Sie das Act4Impact Playbook als Inspiration, Diskussionsgrundlage und Anleitung – bauen Sie mit uns eine robuste und zukunftsfähige Lieferkette auf. Lassen Sie uns gemeinsam als Impact Agents handeln und einen echten Unterschied machen.

Act4Impact Themenlandkarte

Orientieren Sie sich im Playbook mit der Act4Impact Themenlandkarte. Ausgehend von den Bereichen Umwelt, Menschen und Innovation erfahren Sie in den jeweiligen Unterpunkten mehr darüber, wie wir Lieferketten gemeinsam nachhaltiger gestalten können. Jeder Klick auf ein Themenfeld bringt Sie direkt zu dem entsprechenden Inhalt.



Regulatorische Anforderungen

Die Regulierungen seitens gesetzgebender Instanzen im Kontext verantwortungsvoller Lieferketten nehmen stetig zu, mit dem Ziel Nachhaltigkeit und ethische Geschäftspraktiken zu gewährleisten. Im Folgenden finden Sie eine Auswahl an regulatorischen Anforderungen.

European Forced Labor Regulation (EU FLR)

Die EU FLR ist eine EU-Verordnung, die den Verkauf, Import und Export von Produkten, die mit Zwangsarbeit hergestellt wurden, in der EU verbietet.

Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD)

Als Bestandteil des EU Green Deal soll die CSDDD die Integration von Menschenrechts- und Umweltbelangen in die Geschäftstätigkeit und -steuerung stärken.

Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)

Das deutsche Gesetz verpflichtet Unternehmen dazu, Menschenrechte und Umweltstandards einzuhalten.

EU Deforestation Regulation (EUDR)

Die Verordnung schafft EU-weit einheitliche, verbindliche Regelungen für entwaldungsfreie Lieferketten. Produkte, die mit der Zerstörung oder der Schädigung von Wäldern in Verbindung stehen, sind mit in Kraft treten nicht mehr auf dem europäischen Binnenmarkt zugelassen.

Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

Diese Richtlinie regelt die Offenlegung nichtfinanzieller ESG-Daten und soll deren Vergleichbarkeit und Qualität verbessern. Ihr Ziel ist es, das Niveau der nichtfinanziellen Berichterstattung langfristig dem der finanziellen Berichtslegung anzugleichen.

End-of-Life Vehicles Regulation (ELV)

Das Gesetz soll die umweltgerechte Entsorgung und das Recycling von Altfahrzeugen regeln.

European Battery Regulation (EU BR)

Die Verordnung zielt darauf ab, die Umweltauswirkungen von Batterien zu minimieren und die Kreislaufwirtschaft zu fördern. Zudem regelt die EU BR Anforderungen an unternehmerische Sorgfaltspflichten.



Der Code of Conduct für Geschäftspartner

Mit dem Code of Conduct für Geschäftspartner legen wir verbindliche Erwartungen und Anforderungen fest, die Audi – als Teil des Volkswagen Konzerns – an seine Partnerunternehmen hat.

Der Code of Conduct für Geschäftspartner gilt entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Konkret enthält der Verhaltenskodex nachfolgende Punkte:

- › Ziele und Geltungsbereich
- › Grundsätzliche Nachhaltigkeitsanforderungen
- › Nachhaltigkeitsanforderungen im Umweltschutz
- › Nachhaltigkeitsanforderungen im Bereich Menschenrechte und Arbeitsrechte der Beschäftigten
- › Nachhaltigkeitsanforderungen an die Unternehmensethik
- › Nachhaltigkeitsanforderungen zu verantwortungsvollen Lieferketten
- › Überprüfung der Einhaltung der Nachhaltigkeitsanforderungen durch den Volkswagen Konzern
- › Meldung von Fehlverhalten

Durch einen mehrstufigen Prozess haben wir verankert, dass Lieferunternehmen die Einhaltung der im Code of Conduct für Geschäftspartner formulierten

Erwartungen vertraglich zusichern und entlang ihrer Lieferkette adressieren. Vor Abgabe eines Angebots müssen unsere Partnerunternehmen bestätigen, dass sie die Nachhaltigkeitsanforderungen des Code of Conducts akzeptieren.

Begründete Hinweise auf Verstöße gegen diese Anforderungen nehmen wir sehr ernst. Haben Sie Kenntnis von Verstößen unserer Partnerunternehmen gegen den Code of Conduct oder sind Sie von Verstößen direkt betroffen? Bitte melden Sie sich bei uns unter: whistleblower-office@audi.de. Weitere Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme finden Sie [hier](#).

Where to start:

- Hat Ihr Unternehmen bereits einen Code of Conduct zum Umgang für Geschäftspartner oder eine vergleichbare Unternehmenserklärung zu Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette erstellt und wird sie umgesetzt?
- Haben Sie sich über die Schulungsformate zum Code of Conduct für Geschäftspartner, die S-Rating Webinare oder die Trainings zur Erstellung von Policies, informiert oder bereits daran teilgenommen?
- Haben Sie Maßnahmen unternommen, die Kommunikation Ihres Unternehmens zu Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette zu stärken? Beispielsweise indem Sie Verhaltenskodizes wie den Code of Conduct für Geschäftspartner mit Ihren Partnerunternehmen und Subunternehmen teilen?
- Ist Ihr Code of Conduct für Geschäftspartner als Vertragsbestandteil beispielsweise in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten?
- Über welche Prozesse verfügt Ihr Unternehmen, um zu prüfen, ob Ihre Lieferunternehmen die Nachhaltigkeitsanforderungen aus Ihrem Code of Conduct für Geschäftspartner erfüllen (z.B. Audits, Fragebögen zur Nachhaltigkeitsbewertung, usw.)?

Weiterführende Links [www](#)

Hier geht es zu den [Schulungsangeboten](#).

Hier finden Sie den [Code of Conduct für Geschäftspartner](#) zum Download

Sustainability-Rating

Die Zusammenarbeit mit einem Zulieferunternehmen kommt für uns nur dann in Frage, wenn es im Bereich Nachhaltigkeit eine überzeugende Leistung vorweist. Um dies zu bewerten, nutzt Audi das Sustainability-Rating (S-Rating). Mit dem S-Rating helfen Sie uns, Transparenz über die Nachhaltigkeitsleistung an Ihrem Standort zu schaffen. Als Grundlage dient ein Fragebogen zur Selbstauskunft (Self-Assessment Questionnaire, SAQ), den wir in manchen Fällen durch eine Vor-Ort-Prüfung (VOP) ergänzen.

Selbstauskunft (SAQ)

Ihr Unternehmensstandort wird anhand eines standardisierten Fragebogens für die Automobilbranche bewertet, den Sie online ausfüllen müssen. Dieser Selbstauskunftsfragebogen, auch SAQ genannt, bestimmt unter Berücksichtigung weiterer Faktoren Ihr S-Rating-Ergebnis, also ob Sie vergabefähig sind oder nicht. Unabhängig von dem Ergebnis hilft Ihnen der SAQ, Mängel und Defizite zu erkennen und diese aktiv anzugehen. Zu diesem Zweck bietet Ihnen der SAQ konkrete Verbesserungsvorschläge, um Ihre Bewertung zu steigern. Wir empfehlen, die Verbesserungsvorschläge umzusetzen und kontinuierlich an Ihrem S-Rating zu arbeiten. Risikobasiert kann für Ihren Standort zusätzlich eine Vor-Ort-Prüfung veranlasst werden.

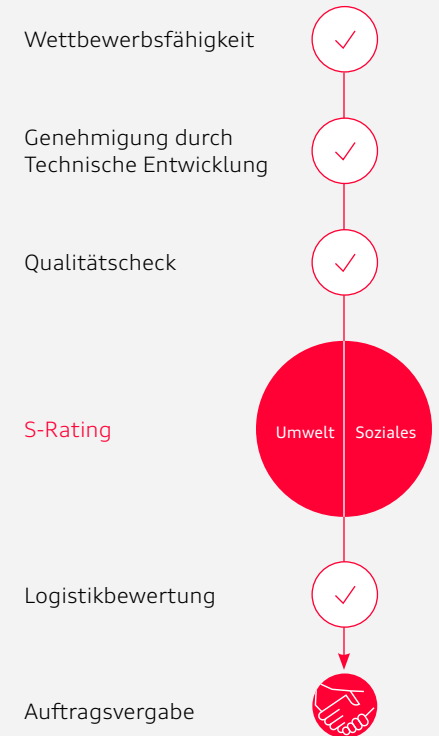
Fünf verbindliche Grundsatzdokumente für alle Zulieferunternehmen (ab mehr als 9 Mitarbeitenden)

- ✓ Code of Conduct
 - ✓ Arbeitsbedingungen und Menschenrechte
 - ✓ Arbeits- und Gesundheitsschutz
 - ✓ Unternehmensethik
 - ✓ Umwelt
- + Für produzierende Standorte ab 100 Mitarbeitenden ist ein international anerkanntes Umweltmanagementsystem verpflichtend!

Vor-Ort-Prüfung (VOP)


Wir nutzen Vor-Ort-Prüfungen meist dann als zusätzliches Audit-Instrument, wenn unser Partnerunternehmen NQC Ltd. bei der Auswertung Ihres SAQs größere Unstimmigkeiten oder Lücken feststellt. Eine Vor-Ort-Prüfung kann jedoch auch unabhängig von der Selbstauskunft durchgeführt werden. Sollten dabei Abweichungen festgestellt werden, so werden diese transparent kommuniziert und dokumentiert. Wir erwarten, dass Sie sämtliche Abweichungen anhand eines geeigneten Aktionsplans und innerhalb eines fest definierten Zeitraums beheben.

Mit dem S-Rating gewichten wir Nachhaltigkeit ebenso stark wie andere Schlüsselkriterien im Vergabeprozess



Weiterführende Links [www](http://www.s-rating.audi)

Für weitere Informationen und Schulungsangebote besuchen Sie unser S-Rating Hub unter folgendem Link www.s-rating.audi oder kontaktieren Sie uns unter s-rating@audi.de.



Modul „Umwelt“

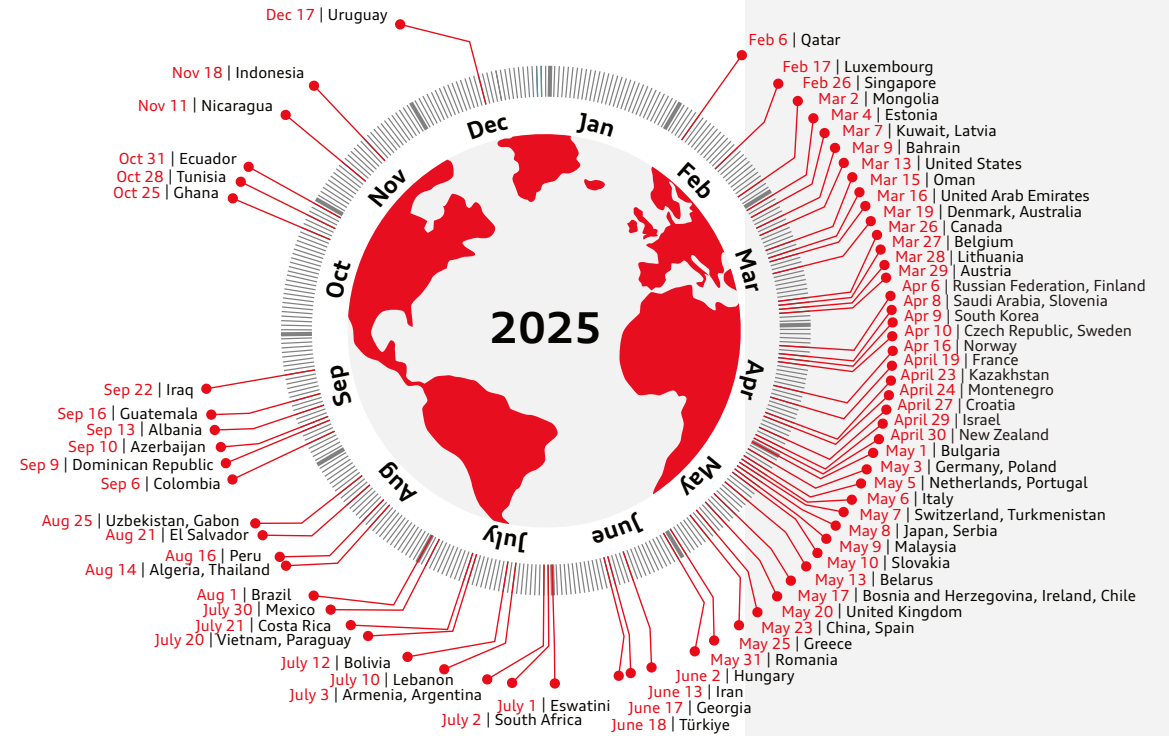
Einleitung

Umweltschutz ist eine zentrale Säule der Audi Strategie für eine verantwortungsvolle Lieferkette.

Der immer weiter vorrückende **Earth Overshoot Day** macht deutlich: Jahr für Jahr verbraucht die Menschheit immer schneller mehr natürliche Ressourcen als die Erde regenerieren kann. Dadurch werden die Resilienz und Stabilität natürlicher Systeme akut und nachweislich gefährdet. Das Stockholm Resilience Center unter der Leitung von Johan Rockström hat beispielsweise die **Belastung des Planeten durch menschliche Aktivitäten** anhand des Konzepts der **planetaren Belastungsgrenzen** quantifiziert. In Bereichen wie **Klima**, **Wasserverbrauch** und **Biodiversität** überschreiten wir Menschen diese Grenzen bereits deutlich.

Ökologische Nachhaltigkeit ist deswegen die Generationenaufgabe unserer Zeit. Es gilt, gemeinsam mit unseren Partnerunternehmen dazu einen Beitrag zu leisten.

Mit diesem Modul des Playbooks möchten wir Ihnen nützliches Hintergrundwissen an die Hand geben. Wir legen Grundsätze und Praktiken dar, mit denen wir gemeinsam verantwortungsvolle Lieferketten, kreislaufwirtschaftliche Ansätze und Umweltschutzmaßnahmen vorantreiben können.



Earth Overshoot Day nach Land 2025

Quelle: Earth Overshoot Day, [Country Overshoot Days 2025](#)

Gemeinsam mit unseren Lieferunternehmen möchten wir Prozesse, Produkte, Services und Geschäftsmodelle kontinuierlich verbessern, ambitionierte Ziele definieren und relevante Umweltkennzahlen überwachen. Dieser Ansatz ist auch in unserem Volkswagen Code of Conduct für Geschäftspartner festgeschrieben. Neben relevanten nationalen und internationalen Gesetzen verpflichten sich unsere Geschäftspartner, die Anforderungen unseres Code of Conducts einzuhalten.

Weiterführende Links [www](#)

Weitere Informationen erhalten Sie unter Audi.com: **Code of Conduct für Geschäftspartner**

Energie und Emissionen

Treibhausgasemissionen stehen in direktem Zusammenhang mit Energie und deren Erzeugung. Der Übergang von fossilen zu erneuerbaren Energieträgern ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Gesellschaft.

Gleichzeitig müssen Unternehmen ihre Emissionen verringern. Ein bewährter Ansatz beruht auf den folgenden vier Stufen:

1. CO₂-Bilanz berechnen
2. Hotspot-Analyse der größten Emissionstreiber erstellen
3. Wissenschaftsbasierte Ziele setzen
4. Maßnahmen zur Dekarbonisierung entwickeln

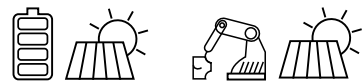
Herstellungsphase



Lieferkette



Eigenproduktion



Nutzungsphase



Kraftstoff /
Energie



Fahrzeug-
emissionen



End of Life



Rückgewinnung
Recycling



CO₂-Bilanz berechnen

Unternehmen müssen in der Lage sein, die CO₂-Bilanz ihrer Aktivitäten und Produkte zu berechnen und dann die richtigen Hebel anzusetzen. Dafür eigenen sich bewährte Tools und Datenbanken wie z. B. GaBI, Ecovadis oder Umberto. Internationale ISO-Standards geben weitere Orientierung.

Methodik: Die CO₂-Bilanz von Audi

Als Teil des Volkswagen Konzernverbunds veröffentlichten wir unseren CO₂-Fußabdruck, unsere Umweltbilanz bzw. unser **Life-Cycle-Assessment (LCA)**. Wir verwenden eine ISO-gemusste Methode für LCAs, um die Umweltauswirkungen unserer Produkte über deren gesamten Lebenszyklus hinweg zu analysieren.

In eine Umweltbilanz fließen sämtliche Wirkungskategorien ein, zum Beispiel der Ausstoß von CO₂ oder das Potenzial, Wachstum von Wasserpflanzen wie Algen in Gewässern zu fördern (**Eutrophierungspotenzial**). Umgerechnet in CO₂-Äquivalente¹ ergibt sich eine Maßeinheit, die den Effekt aller Treibhausgase auf das Klima vergleichbar macht.

Bei der LCA betrachtet Volkswagen generell drei Phasen – Herstellung, Nutzung und Recycling – sowie alle Emissionen seiner Fahrzeuge über deren gesamten Lebenszyklus hinweg. Zusätzlich zu **ISO 14040** (Treibhausgasbilanz) und **ISO 14044** (LCA) berücksichtigen wir auch **ISO 14064** und **ISO 14067**, die sich explizit mit der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks befassen.

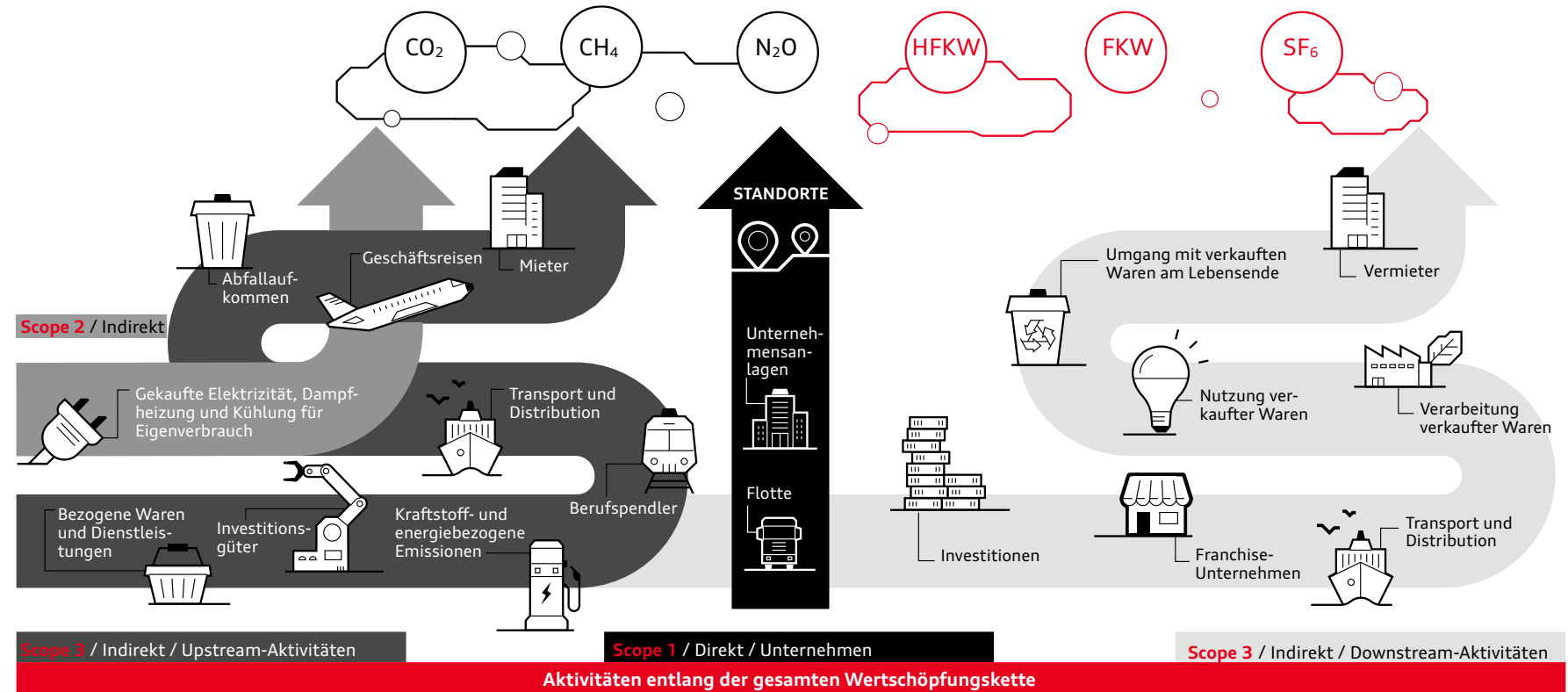
Um auf unserem definierten Dekarbonisierungspfad konsequent voranzukommen, initiierte Audi 2018 das „Audi CO₂-Programm“ für die Lieferkette. Im Zuge der Initiative haben wir gemeinsam mit Zulieferunternehmen unter anderem Batteriewerkstoffe, Aluminium und Stahl als Emissions-Hotspots der Audi Produkte identifiziert.

¹ CO₂-Äquivalente sind eine Maßeinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung von verschiedenen Treibhausgasen. Hierbei werden die Treibhausgasemissionen in CO₂-Äquivalente umgerechnet und zusammengefasst.

Mit einer Hotspot-Analyse geeignete Hebel identifizieren

Da sich Treibhausgasemissionen – wie gezeigt – berechnen lassen, empfehlen wir die Durchführung einer Hotspot-Analyse. So können Sie feststellen, wo die meisten Emissionen entstehen. Allerdings fallen Emissionen nicht nur direkt im Unternehmen an, etwa in den eigenen Produktionsanlagen (Scope 1¹), oder indirekt durch die Nutzung eingekaufter Energiequellen (Scope 2²). Es gilt auch die vor- und nachgelagerte Lieferkette sowie die Nutzungsphase und das Ende der Produktlebensdauer zu berücksichtigen. Zusammengefasst machen diese sog. Scope-3-Emissionen³ in den meisten Unternehmen den größten Anteil aller Emissionen aus.

Emissionsquellen bei Audi



¹ Scope 1: Direkte CO₂-Emissionen. Diese Kenngröße setzt sich aus CO₂-Emissionen zusammen, die durch den Brennstoffeinsatz am Standort sowie durch CO₂-Emissionen aus dem Betrieb von Prüfständen verursacht werden. Hierbei handelt es sich um eine wesentliche Teilmenge von Scope 1 nach dem GHG-Protokoll.

² Scope 2: Indirekte CO₂-Emissionen. Diese Kenngröße umfasst die CO₂-Emissionen, die bei der Herstellung von bezogener Energie (Strom, Wärme, Kälte) entstehen. Hierbei handelt es sich um eine wesentliche Teilmenge von Scope 2 nach dem GHG-Protokoll.

³ In Scope 3 wird unterschieden zwischen vorgelagerten und nachgelagerten Aktivitäten. Als vorgelagert werden zum Beispiel die Emissionen bezeichnet, die aufseiten der Zulieferbetriebe entstehen (von der Herstellung des Produkts aus Rohstoffen bis zur Anlieferung zu Audi, sog. Wiege bis Werkstor). Auch Dienstreisen und produzierte Abfälle zählen zu dieser Scope-Kategorie. Nachgelagert sind beispielsweise Emissionen aus Transporten von verkauften Produkten und solche, die in der Nutzungsphase der verkauften Güter bei Endkunden entstehen.



Beispiel: Audi Klimaziele

Ambitionierte, wissenschaftsbasierte Zielsetzung

Haben Sie den CO₂-Fußabdruck und die Emissionsverteilung Ihres Unternehmens bestimmt, sollten Sie klare, **wissenschaftlich fundierte Ziele** zur Minderung aller Emissionstypen (Scope 1 – 3) festlegen. Diese Zielsetzung kann den Einsatz erneuerbarer Energien und andere Maßnahmen zur Dekarbonisierung entlang der gesamten Lieferkette beinhalten.

Bis 2030
Wir wollen unsere CO₂-Emissionen um ~40%¹ senken.

Bis 2050
Wir streben bilanzielle CO₂-Neutralität im gesamten Unternehmen an²

Seit 2015
Bekenntnis zum Pariser Klimaabkommen (SBTi)

Den CO₂-Ausstoß zu verringern, steht im Zentrum jeder Nachhaltigkeitsstrategie. Haben Sie hier schon entsprechende Maßnahmen auf den Weg gebracht? Unterstützung bei der CO₂-Reduktion in der Lieferkette erhalten Sie auch über das **Act4Impact Trainingsprogramm**.

¹ Basierend auf dem Audi Dekarbonisierungsindex, Baseline 2018

² Unter bilanzieller CO₂-Neutralität versteht Audi einen Zustand, bei dem nach Ausschöpfung anderer in Betracht kommender Reduktionsmaßnahmen in Bezug auf verursachte CO₂-Emissionen durch die Produkte oder Tätigkeiten von Audi weiterhin vorhandene und/oder im Rahmen der Lieferkette, der Herstellung und des Recyclings der Audi Fahrzeuge aktuell nicht vermeidbare CO₂-Emissionen durch freiwillige und weltweit durchgeführte Kompensationsprojekte zumindest mengenmäßig ausgeglichen werden. Während der Nutzungsphase eines Fahrzeugs – d. h. ab Übergabe eines Fahrzeugs an Kunden – anfallende CO₂-Emissionen werden hierbei nicht berücksichtigt.

Dekarbonisierung in der Lieferkette

Definition von Dekarbonisierungsmaßnahmen – unternehmensintern und entlang der Lieferkette

Im Anschluss an die Zielsetzung gilt es, möglichst wirksame Maßnahmen zu entwickeln. Das kann beinhalten, vermehrt regenerative Energiequellen (elektrisch, thermisch) einzusetzen, den Anteil an Recyclingmaterialien zu erhöhen und auf geschlossene Ressourcenkreisläufe in der Lieferkette hinzuwirken. Die Maßnahmen sollten dabei nicht nur das Unternehmen selbst betreffen, sondern Scope-3-Emissionen entlang der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette einschließen.

Entwicklung von Dekarbonisierungsmaßnahmen bei Audi

Im engen Schulterschluss mit unseren direkten Zulieferunternehmen erarbeiteten wir ein umfassendes Maßnahmenpaket zur Dekarbonisierung der Lieferketten- und Herstellungsprozesse unserer Produkte. Diese Maßnahmen sind fester Bestandteil der Nachhaltigkeitsanstrengungen der gesamten AUDI AG. Einige Praxisbeispiele beschreiben wir auf den folgenden Seiten. Unsere Fortschritte

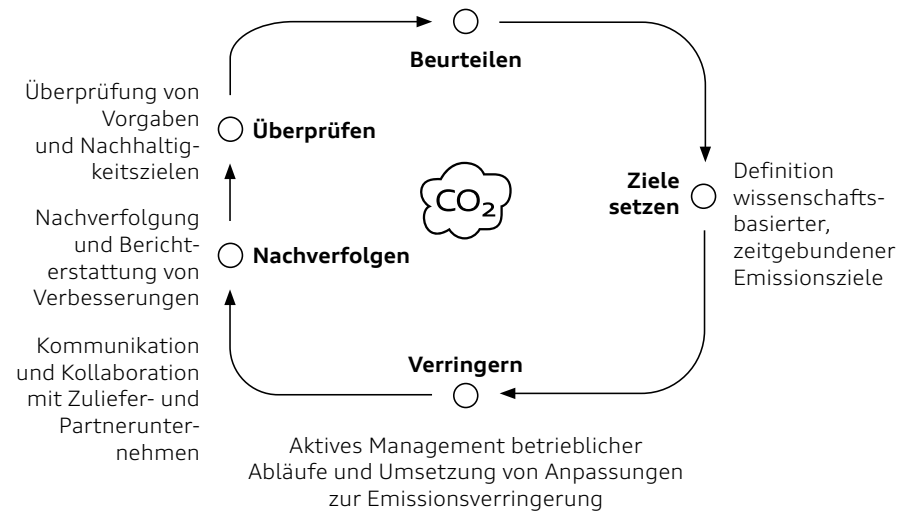
und die Wirksamkeit der Maßnahmen messen wir mithilfe des Dekarbonisierungsindex (DKI).

Die folgende Tabelle zeigt, wie mögliche Maßnahmen aussehen können.

Hotspot	Beispielhafte Maßnahmen für CO ₂ -Einsparungen
Aluminium	Geschlossener Kreislauf für Aluminium
	Verstärkte Nutzung von Sekundärmaterialien (z. B. Alufelgen)
	Beschaffung CO ₂ -armer Primärmaterialien
Stahl	Nutzung von Wasserstoff bei der Stahlproduktion
	Verstärkte Nutzung von Sekundärmaterialien
Batterie	Nutzung regenerativer Energiequellen bei der Zellfertigung
	Nutzung von Recyclingmaterialien
Kunststoffe	Nutzung von Recyclingmaterialien und regenerativen Quellen
	Recycling von Kunststoffen im Automobilbau

Ein Ansatz zur Emissionsverringering

Identifikation von Emissions-Hotspots



- Nutzung CO₂-armer Materialien
- Umstieg auf regenerative Energiequellen
 - Schaffung geschlossener Materialkreisläufe
- Steigerung der Energieeffizienz



Schaffung geschlossener Ressourcenkreisläufe



Nutzung regenerativer Energiequellen



Erhöhter Anteil von Recyclingmaterialien

Der Dekarbonisierungsindex (DKI) ist ein Werkzeug, das im Volkswagen Konzern und innerhalb der Marke Audi genutzt wird, um zu messen, wie viel CO₂ und CO₂-Äquivalente Audi Fahrzeugmodelle über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg ausstoßen. So können wir die Auswirkungen unserer Produkte auf die Umwelt besser verstehen und steuern. Der DKI gibt CO₂-Emissionen in Tonnen pro Fahrzeug an und schließt alle Schritte von der Rohstoffgewinnung bis zur Verwertung eines Autos ein. Mit dem DKI berücksichtigen wir sowohl die direkten und indirekten CO₂-Emissionen der einzelnen Produktionsstandorte (Scope 1 und 2) als auch die Emissionen, die während der Nutzung und am Ende des Lebenszyklus eines Fahrzeugs (Lieferkette, Produktion, Logistik, Nutzung, Recycling) entstehen (Scope 3).¹

¹ Definition der Emissionen über Scope 1 – 3 finden Sie in der Beschreibung der Hotspot-Analyse auf [Seite 10](#).

Weiterführende Links [www](#)

Audi.com: [Dekarbonisierung](#)

Aus der Praxis: Dekarbonisierung der Lieferkette

Aluminium Closed Loop

Um bei der Fertigung künftig weniger primäres Aluminium zu verwenden, führte Audi den Aluminium Closed Loop ein. Dabei gehen überschüssige Aluminiumverschnitte aus dem Presswerk an den Produzenten zurück, der sie recycelt. Das wiedergewonnene Aluminium wird in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt und im Presswerk erneut im Produktionsprozess verwendet. Dieser Prozess reduziert den Energiebedarf gegenüber der Fertigung von Primäraluminium um 95 Prozent.

RS e-tron GT: Einsatz von CO₂-reduziertem Aluminium

Ein weiteres Beispiel für die nachhaltige Ausrichtung von Audi ist die Verwendung von CO₂-reduziertem Aluminium für die 20-Zoll-Felgen des Audi RS e-tron GT. In einem Pilotprojekt bezieht Audi diese Felgen von einem Hersteller, der ein innovatives Schmelzverfahren anwendet. Bei diesem Verfahren wird Sauerstoff anstelle von Kohlendioxid freigesetzt, was im Vergleich zu traditionellen Methoden zu keinen direkten CO₂-Emissionen führt.

Allein 2023 konnten wir mit dem Aluminium Closed Loop und weiteren Maßnahmen (zum Beispiel dem Einsatz von CO₂-reduzierten Materialien oder der Nutzung von Grünstrom bei der Fertigung von Hochvoltbatteriezellen) in der Lieferkette bilanziell mehr als 450.000 Tonnen CO₂ vermeiden.

Where to start?

- Ist Ihr Unternehmen bereit für einen neuen Entscheidungsprozess, der Dekarbonisierungsthemen einschließt?
- Sind Kapazität und Wissen zur Ermittlung der Umweltbilanz vorhanden?
- Haben Sie alle Emissions-Hotspots identifiziert und Reduktionsmaßnahmen definiert?
- Gelten Emissionsziele für alle Emissionen (Scope 1 – 3)? Sind sie wissenschaftsbasiert, zeitgebunden und auf Unternehmens- bzw. Produktebene definiert?
- Hat Ihr Unternehmen bereits ein aktives Lieferkettenmanagement eingeführt?
- Haben Sie Ihre Roadmap zur Dekarbonisierung umgesetzt und kommuniziert? Wird diese fortlaufend überwacht?

Weiterführende Links [www](#)
^

Audi.com (2021): [Aluminium Closed Loop](#)

Kreislaufwirtschaft im Überblick

Der verantwortungsvolle Umgang mit Rohstoffen ist für Audi zentral. Dafür orientieren wir uns an den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft und haben es uns zum Ziel gemacht, Fahrzeuge ressourcenschonender sowie recyclinggerechter zu entwickeln und herzustellen. Gleichzeitig sollen Fahrzeuge möglichst lange genutzt und am Ende des Produktlebens bestmöglich verwertet werden.

Kreislaufwirtschaft in der Automobilindustrie (vereinfacht)

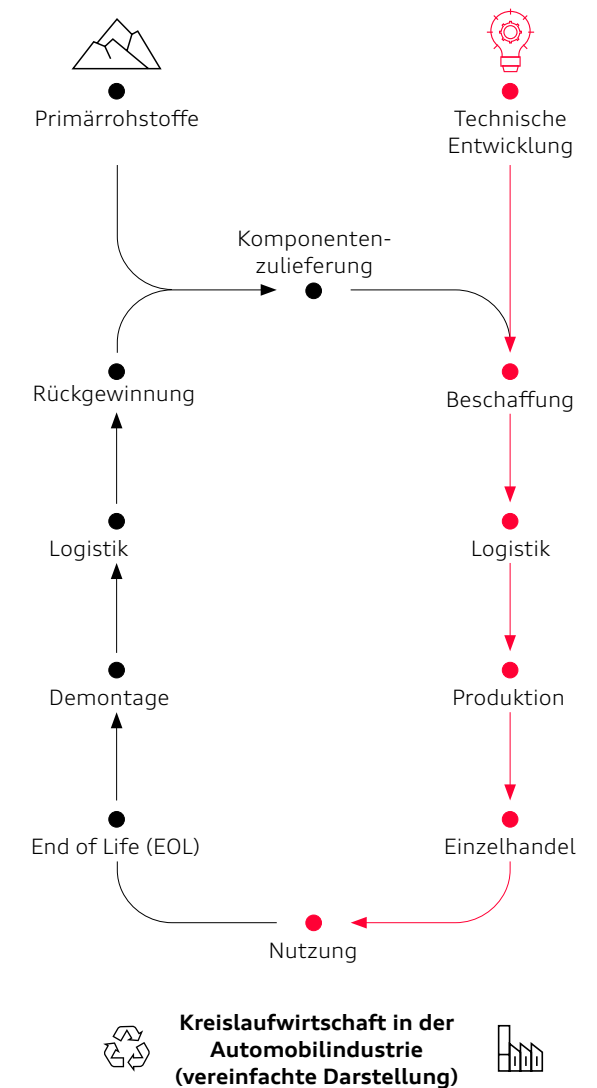
Das Schema veranschaulicht die Abläufe in einer zirkulären Automobilindustrie am Beispiel des Lebenszyklus eines Audi Fahrzeugs: von der Entwicklung über die Kreislaufphase und die gesamte Lieferkette bis zum Recycling von Altfahrzeugen.

Die folgenden Seiten beschreiben den Umbau linearer Geschäftspraktiken und Produkte zu stärker zirkulären Modellen. Unsere Beispiele zeigen, wie Audi intelligente Kreisläufe aktuell umsetzt.

Erste Lösungen haben es bereits zur Serienreife geschafft. **In mehreren Projekten testeten wir dazu post-consumer Materialkreisläufe.**

Das heißt wir nutzen Materialien, die nach der Nutzung durch Endverbraucher wiederaufbereitet wurden. Zu den bisher erprobten Materialien zählen Stahl, Aluminium, Kunststoff, Glas und Batterien. Erkenntnisse aus diesen Projekten nutzen wir, um den Einsatz von Sekundärmaterialien in neuen Fahrzeuggenerationen zunehmend zu etablieren.

Dabei möchten wir gemeinsam mit unseren Partnerunternehmen weiter lernen und herausfinden, wie die drei Hebel der Kreislaufwirtschaft (Reduce, Reuse und Recycle) bestmöglich und in großem Maßstab Energie, natürliche Ressourcen und finanzielle Mittel einsparen können.



1 Reduce:

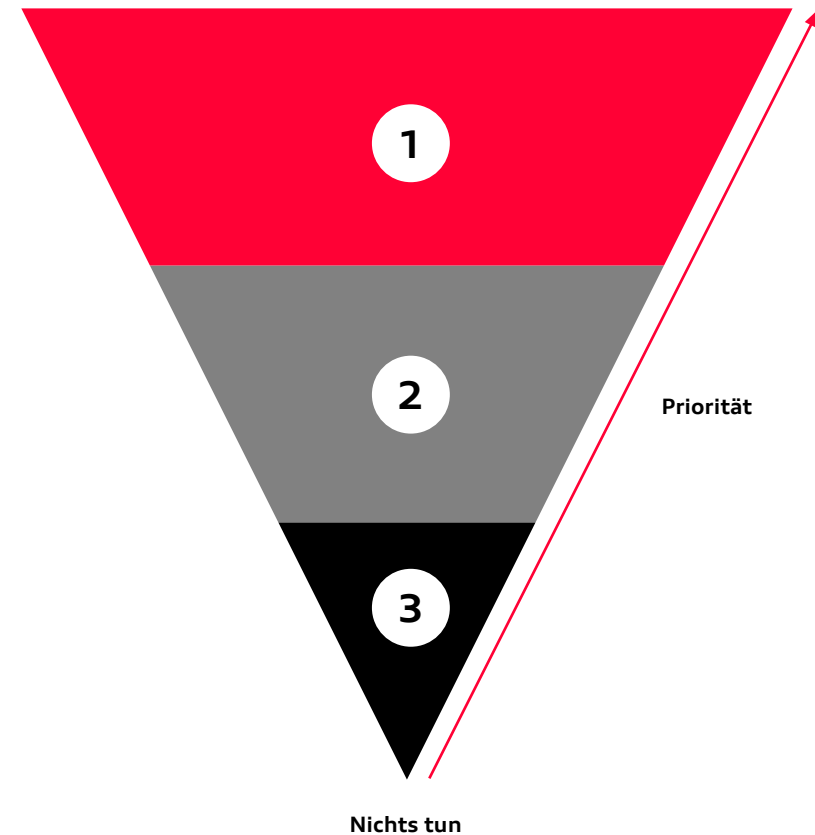
Das Prinzip umfasst Maßnahmen sowohl während des Herstellungsprozesses als auch während der nachgelagerten Nutzungsphase. Zentrale Aspekte sind der effiziente Einsatz von Materialien und die Verlängerung des Produktlebenszyklus, zum Beispiel durch Instandsetzung von Fahrzeugen.

2 Reuse:

Das Prinzip der Wiederverwendung lässt sich in vier Ansätze unterteilen: Remanufacturing, Repair, Used Parts, Second Life. Priorität hat die mehrmalige Nutzung durch beispielsweise Reparatur von defekten Teilen, Weiternutzung von wiederaufbereiteten Teilen oder Umnutzung von intakten Fahrzeugbestandteilen in nicht-automobilen Produkten

3 Recycle:

Als Maxime beim Recycling gilt: Möglichst viele Materialien, unter anderem aus Altfahrzeugen, in Form von qualitativ hochwertigen Sekundärmaterialien wieder einsetzen.

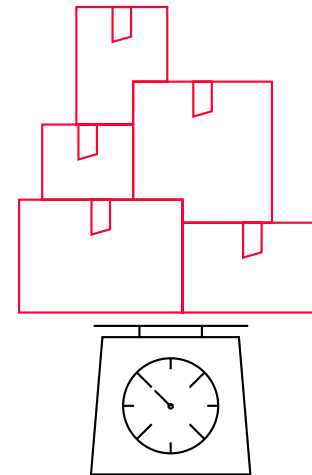


Reduce

Produkte und Prozesse müssen zwingend so gestaltet sein, dass sie weniger Primärmaterialien verbrauchen. Zusätzlich ist die Verlängerung des Lebenszyklus essenziell für die Reduktion von Materialbedarfen. Wie lässt sich das praxistauglich und innovativ erreichen?

Audi verfolgt im Projekt „Audi reloaded“ das Ziel, die Nutzungsdauer seiner Fahrzeuge durch Wiederaufbereitung und Upgrades zu verlängern. Dabei werden Gebrauchtwagen umfassend geprüft und aufbereitet, Verschleißteile werden ersetzt und das Fahrzeug wird mit einer 36-monatigen Herstellergarantie versehen. Zusätzlich können Kunden Fahrzeuge mit Sonderausstattungen nachrüsten lassen, um die Fahrzeuge genau auf die individuellen Bedürfnisse anzupassen zu gestalten.

Weiterhin arbeitet Audi in der Logistik daran, Verpackungen zu optimieren. Wo es möglich ist, vermeiden wir diese. Falls Verpackungsmaterial genutzt werden muss, setzen wir bevorzugt kreislauffähige und/oder nachwachsende Rohstoffe ein.



Ziel ist es, ab 2030 den Anteil an kreislauffähigen Verpackungen für Neufahrzeugprojekte auf mehr als 90 Prozent zu steigern.

Where to start:

- Wurde der Kapazitätsaufbau und die Sensibilisierung von relevantem Personal angegangen?
- Hat Ihr Unternehmen klare Reduktionsziele innerhalb des gesamten Produktions- und Beschaffungsprozesses definiert?
- Wurden Programme zur Abfallreduktion entwickelt?
- Gibt es bereits etablierte Verfahren für die Berichterstattung von Fortschritten?

Reuse

Wiederverwendung ist ein weiterer grundlegender Baustein der Kreislaufwirtschaft. Reparieren anstelle von Wegwerfen und Recyceln ist beispielsweise ein effektiver Hebel, der Ressourcen einsparen und die Lebensdauer von Komponenten verlängern kann.

Beispiel: Remanufacturing gebrauchter Bauteile

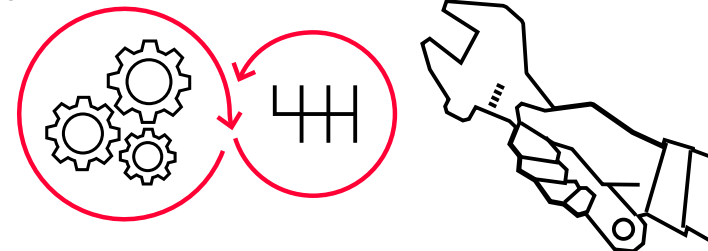
Beim Remanufacturing werden gebrauchte Bauteile industriell wiederaufbereitet, um Produkte in hochwertiger Ursprungsqualität zu erhalten. Diese Art der Wiederverwendung kann den Rohstoffbedarf in der Produktion deutlich senken und sogar wirtschaftliche Vorteile mit sich bringen. Audi setzt das Prinzip sowohl intern als auch mit externen Partnerunternehmen um.

Das Projekt Audi Exchange 2.0 unterstreicht die hohe Priorität der Wiederaufbereitung gebrauchter Bauteile für Audi. Da wir die wiederaufbereiteten Bauteile über das Ersatzteilgeschäft weiterverkaufen, generiert das Projekt einen signifikanten – sowohl ökologischen als auch ökonomischen – Mehrwert.

Beispiel: Used Parts

Bei Unfallreparaturen ist es oft nicht mehr rentabel, alle defekten Teile durch Neuteile zu ersetzen. Durch die Nutzung von preisgünstigeren Gebrauchtteilen hingegen kann eine Reparatur wieder

wirtschaftlich sinnvoll sein. Dafür haben wir das Portfolio „Audi Original Gebrauchtteile“ aufgebaut. Seit 2024 wurde es schrittweise in den Märkten der EU – über die Audi Service Partnerunternehmen oder online – verfügbar gemacht. Als gebrauchte Originalteile können Fahrzeuge, die andernfalls als Totschaden enden würden, weiter genutzt werden. Das Ersatzteilportfolio beinhaltet unter anderem Scheinwerfer, Karosserieteile wie Kotflügel und Türen, aber auch komplette Motoren und Getriebe.



Zusätzliche Umsatzpotenziale durch Post-Sales-Reparatur-Services

Where to start:

- Haben Sie alle Möglichkeiten für die Produktreparatur innerhalb des Herstellungs- und Beschaffungsprozesses ausgeschöpft?
- Hat Ihr Unternehmen für die Produktreparatur klare KPIs definiert und vereinbart?
- Gibt es einen Mechanismus für das Reparatur-Feedback der Kundschaft?
- Haben Sie eine Unternehmenskultur geschaffen, die Reparatur den Vorrang vor Neukauf gibt?
- Sind die Anwender für die sachgemäße Nutzung und Wartung sensibilisiert?
- Wird beim Kauf von Anlagen und Geräten der komplette Lebenszyklus berücksichtigt?

Weiterführende Links www.audi.com

Audi.com: [Austausch 2.0: So funktioniert Kreislaufwirtschaft im Vertrieb](#)

Recycle

Wenn Reduzieren oder Wiederverwenden nicht in Frage kommen, kann Recycling sekundäre Rohstoffe einem neuen Zweck zuführen und so natürliche Ressourcen schonen. Recycling und Recyclingfähigkeit spielen damit eine wesentliche Rolle in der Kreislaufwirtschaft. Sie sind ein Schwerpunkt in der Audi Beschaffung und damit in der Zusammenarbeit mit unseren Lieferunternehmen.

Gemeinsam mit Partnerunternehmen aus der Lieferkette wollen wir überall dort Sekundärmaterialien einsetzen, wo es technisch möglich, ökologisch sinnvoll und ökonomisch vertretbar ist. Dabei fokussieren wir uns auf die Materialströme Stahl, Aluminium, Kunststoff, Glas und Batterien.

Recycling kann unter anderem zur Verringerung der CO₂-Emissionen beitragen und sich positiv unter anderem auf Rohstoffbedarf und Wasserverbrauch auswirken. Mit modernen Technologien lassen sich Materialien rückgewinnen und wiederverwerten, die bis vor kurzem als nicht recyclingfähig galten.

Geschlossene Kreisläufe für Stahl und Glas

In der Produktion des Audi Q6 e-tron wird für das Dachaußenteil anteilig post-consumer Stahlschrott unter anderem aus Altfahrzeugen verwendet.

Das Material gibt einen Ausblick auf künftige Fahrzeuggenerationen.

Darüber hinaus hat Audi mit Partnerunternehmen im Projekt GlassLoop erfolgreich einen Materialkreislauf für Autoglas in der Serienproduktion etabliert. Seit September 2023 verwenden wir im Audi Q4 e-tron Windschutzscheiben mit bis zu 30 Prozent Rezyklatanteil aus nicht reparierbaren Autoscheiben, die u. a. aus dem Händlernetzwerk des VW Konzerns stammen.

Unterstützung sowie Informationen zu grundlegenden Anforderungen und Prozessen bei der Rezyklat-Nutzung erhalten Sie über das **Act4Impact Trainingsprogramm**.

Where to start:

- Spielt Recycling bereits im Entwicklungsprozess eine maßgebliche Rolle (Design for Recycling)?
- Wurden Materialauswahl und -beschaffung mit Blick auf Recyclinganforderungen neu überdacht?
- Wurden mögliche Upcycling-Chancen eruiert?
- Wurden Investitionen in Recyclingtechnologien vorgenommen? Wurde ein umfassendes Audit von recyclingfähigen und nicht recyclingfähigen Rohstoffen in der Produktion durchgeführt?
- Wurden alternative, recyclingfähige Materialien anstelle von nicht recyclingfähigen Materialien in Betracht gezogen?
- Wurden kurz- und langfristige Recyclingziele definiert und beschlossen?

Weiterführende Links [www](#)

Ellen MacArthur Foundation: [It's time for a circular economy](#)

United Nations Industrial Development Organization (2020): [Circular economy](#)

Audi.com: [Neue Scheiben für den Audi Q4 e-tron ausrecyceltem Autoglas](#)

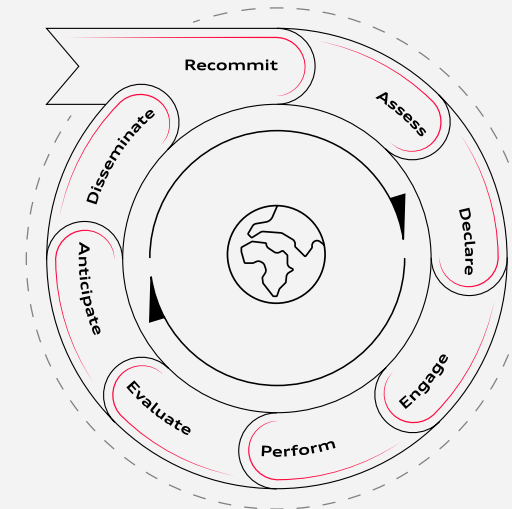
Umweltmanagement

Nachhaltige Unternehmensführung mit möglichst geringen negativen Umweltauswirkungen erfordert ein stringentes, themen- und standortspezifisches Umweltmanagement.

Internationale Standards wie ISO 14001 bzw. ISO 50001, das **Umweltmanagementsystem der Europäischen Union (EMAS)** oder die **vier Säulen des United National Global Compact** geben Unternehmen dabei Orientierung, so ein Managementsystem aufzubauen.

In diesem Abschnitt zeigen wir an den Themen **Wasser** und **Biodiversität**, welche Ansätze, Prozesse und Maßnahmen für ein effektives Umweltmanagement – und damit einer nachhaltigeren Lieferkette – umgesetzt werden können.

Das Rad der kontinuierlichen Verbesserung gemäß UN Global Compact



Quelle: UN Global Compact: Environmental Stewardship Strategy 2010

Das Rad benennt Schritte, mit denen das Unternehmensmanagement eine Umweltmanagementstrategie implementieren kann.

Biodiversität

Der Begriff Biodiversität beschreibt die Vielfalt des Lebens. Er umfasst die Vielfalt der Arten, der Ökosysteme und des genetischen Materials. Diese ist von grundlegender Bedeutung für die Funktion und Resilienz von Ökosystemen.

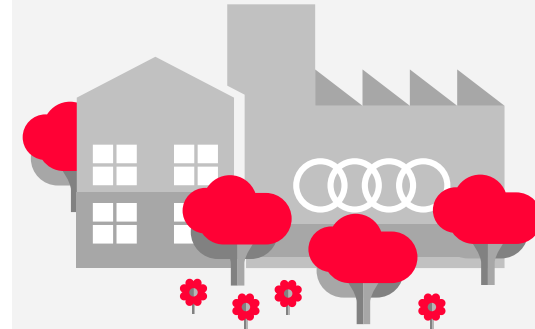
Von intakten Ökosystemen wiederum sind wir in unserem Leben und Wirtschaften abhängig – sowohl in Hinblick auf die Verfügbarkeit von Ressourcen wie Nahrung, Frischwasser und saubere Luft als auch für den Schutz vor Krankheiten oder die Abmilderung extremer Wetterereignisse. Der Verlust von Biodiversität stellt deswegen eine ernsthafte Bedrohung dar.

Es ist daher eines der drängendsten und zugleich komplexesten Probleme unserer Zeit, die biologische Vielfalt zu schützen bzw. wieder herzustellen. Zu den primären Treibern für Biodiversitätsverlust zählen Landnutzungsänderungen (etwa Entwaldung), die übermäßige Nutzung von Ressourcen wie Frischwasser und Verschmutzung (Luft, Boden, Wasser).

Unternehmen stehen in diesem Kontext in einer besonderen Position: Sie sind auf Biodiversität angewiesen, verursachen aber oft selbst durch ihre Geschäftstätigkeiten entlang der Wertschöpfungskette erhöhten Druck auf Ökosysteme. Die Dringlichkeit hier zu handeln

spiegelt sich auch in zunehmenden regulatorischen Anforderungen wider, etwa auf europäischer Ebene durch die verabschiedete Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD), die Unternehmen dazu verpflichtet, negative Auswirkungen auf die biologische Vielfalt zu vermeiden.

Aus diesen Gründen wollen wir den Erhalt von Biodiversität gemeinsam mit unseren Partnern entschieden angehen. Indem Unternehmen natürliche **Ressourcen verantwortungsvoll nutzen, Treibhausgasemissionen reduzieren und Abfälle sowie Verschmutzung wo immer möglich vermeiden** können sie hier einen Unterschied machen. Sei es mit der eigenen strategischen Ausrichtung oder konkreten Biodiversitätsmaßnahmen an Standorten.



Die grundlegenden Funktionen von Ökosystemen, von denen wir als Gesellschaft profitieren, werden als Ökosystemdienstleistungen bezeichnet. Sie könnten gesamtgesellschaftlich nicht wichtiger sein - und sind dennoch ein unterschätzter Wirtschaftsfaktor. Laut dem **World Economic Forum** sind rund 50 Prozent des weltweiten Bruttoinlandsprodukt (BIPs) von Natur und Ökosystemdienstleistungen abhängig – und damit den Risiken durch Biodiversitätsverlust ausgesetzt.

Weiterführende Links [www](#)

Audi.com (2022): **AUDI AG Fortschrittbericht zur Leadership-Erklärung der „Biodiversity in Good Company“ Initiative**

Entwicklung einer Biodiversitätsstrategie

Diese Fragen können Unternehmen helfen, Biodiversität zu einem integralen Bestandteil ihrer Unternehmensausrichtung zu machen:

- › Haben Sie die Auswirkung der Unternehmenstätigkeit auf die biologische Vielfalt gründlich untersucht?
- › Liegen besondere Biodiversitätsrisiken an Ihren Standorten bzw. in deren Umgebung vor? Ist Ihr Unternehmen in Gebieten aktiv, die für die biologische Vielfalt besonders wertvoll und/oder gefährdet sind?
- › Ist der Schutz der biologische Vielfalt Bestandteil des firmeneigenen Umweltmanagementsystems
- › Sind besonders wertvolle oder gefährdete Gebiete und Standorte entsprechend priorisiert?
- › Hat Ihr Unternehmen eine Stelle eingerichtet, die für die Steuerung von Biodiversitätsmaßnahmen und die Berichterstattung gegenüber der Führungsebene zuständig ist?

Bei der Entwicklung einer Biodiversitätsstrategie können Rahmenwerke internationaler Initiativen Orientierung bieten. Beispielsweise stellt das **Science Based Targets Network** konkrete Leitfäden für Unternehmen zur Verfügung, darunter das „**Corporate Manual for setting science-based targets for nature**“. Dieses Handbuch unterstützt bei der:

- › Ermittlung und Priorisierung (Assess, Prioritize) von Biodiversitätsrisiken,
- › der Setzung von wissenschaftsbasierten Zielen (Set targets) sowie
- › der Festlegung und Umsetzung von wirksamen Maßnahmen (Act, Track)

Dabei werden Unternehmen dazu befähigt, sich mit den unterschiedlichen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeiten auf Biodiversität und Ökosysteme auseinanderzusetzen, darunter in den Dimensionen Landnutzung, Verschmutzung, Wassernutzung und Treibhausgasemissionen.

Weiterführende Links [www](#)

Biodiversity in Good Company: **Ohne Vielfalt der Natur keine Vielfalt der Wirtschaft**

Science Based Targets: **Ambitious Corporate Climate Action**

WWF: **WWF Risk Filter Suite**

Aus der Praxis: Schutz der Biodiversität vor Ort

Mit gezielten Biodiversitätsmaßnahmen können Unternehmen die biologische Vielfalt an ihren Werkstandorten oder im Umfeld ihrer Niederlassungen fördern. Schutzkonzepte für ausgewählte Indikatorarten, Listen gefährdeter Pflanzen und ein regelmäßiges Monitoring durch externe Artenexperten können dabei helfen, die Artenvielfalt zu erhalten und Fortschritte zu dokumentieren.

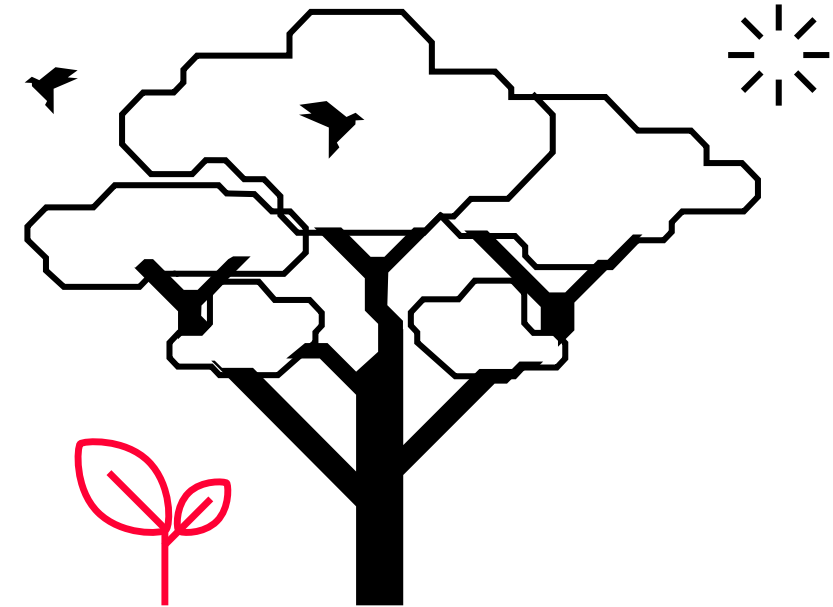
Bei Audi haben wir zum Beispiel die folgenden Ansätze gewählt:

Aufforstung und Forschung mit Partnerunternehmen

Audi México hat in Kooperation mit der Stadt Nopalucan ein großangelegtes Aufforstungsprojekt in Santa Cruz del Bosque gestartet. Ziel ist es, 42.900 Bäume auf 39 Hektar zu pflanzen und so einen durch Borkenkäfer geschädigten Wald zu regenerieren. Dieses Ökosystem ist für die lokale Biodiversität und das ökologische Gleichgewicht wichtig, verbessert die Luftqualität und dient der Bevölkerung als Erholungsraum. Zusätzlich engagiert sich Audi für den Schutz der lokalen Tierwelt: eine Bestandsaufnahme in Zusammenarbeit mit der Universität Veracruzana erfasst die aktuelle Ausprägung der Artenvielfalt, um darauf aufbauend Schutzmaßnahmen zu entwickeln.

Audi China: urbane Vielfalt auf einen Blick

Audi China fördert mit der „Audi China Biodiverse City Initiative“ das städtische Artenbewusstsein. Im Rahmen dieser Initiative hat Audi China in Kooperation mit der Umweltschutzorganisation „Friends of Nature“ den Leitfaden „Beijing Biodiverse City Birdwatching Guidebook“ veröffentlicht. Das Guidebook präsentiert 15 Parks und vier Routen in Peking für Vogelbeobachter und Naturinteressierte, um zu einem umweltbewussten Lebensstil anzuregen und Wissen über lokale Vogelarten und ihre Lebensräume zu vermitteln.



Wassermanagement in Unternehmen

Wasserrisiken und nachhaltiges Wassermanagement

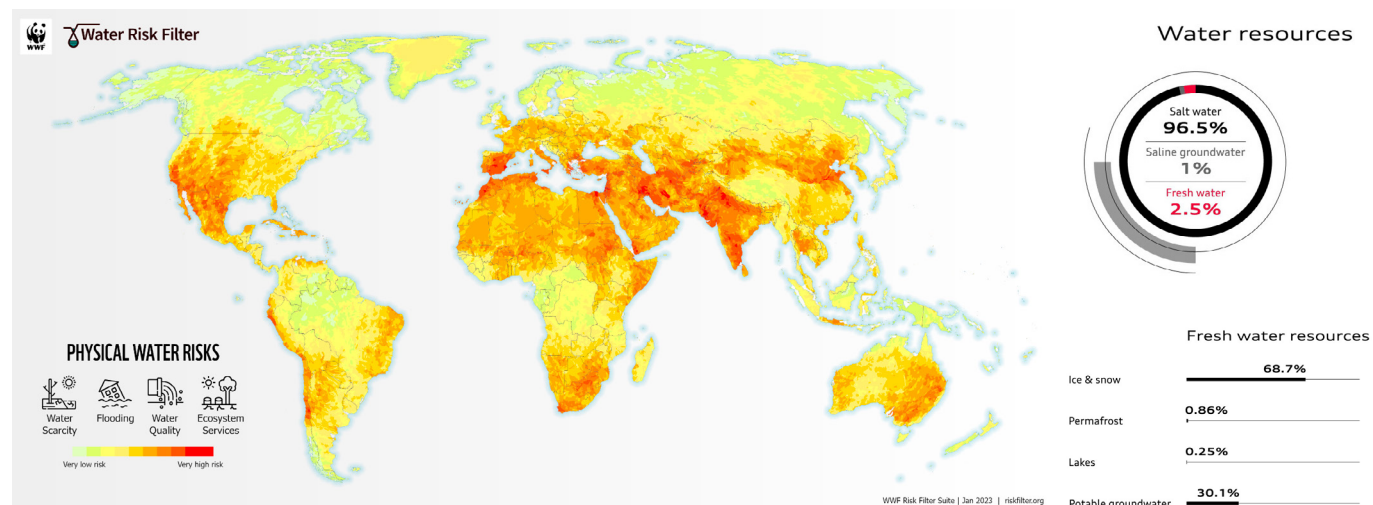
Neben Biodiversität ist Wasser ein zentrales Thema im Umweltmanagement von Audi – unternehmensintern und für nachhaltigere Lieferketten. Der verantwortungsvolle Umgang mit der knappen und global ungleich verteilten Ressource Wasser ist dringend notwendig. Denn

obwohl mehr als zwei Drittel unseres Planeten von Wasser bedeckt sind, ist weniger als 1 Prozent davon leicht zugängliches Frischwasser (UNEP Water). Ineffizientes Wassermanagement, zunehmende Verschmutzung sowie beispielsweise Dürren und stärkere Niederschlagsschwankungen als Folgen des Klimawandels führen in vielen Regionen zu immer größerem Wasserstress (**UNEP Water**).

Regionale bzw. standortspezifische Risiken betrachten

Während CO₂-Emissionen weltweit ähnliche Folgen haben, müssen Wasserrisiken auf regionaler, und lokaler Ebene betrachtet werden. Unternehmen sollten die Risikoexposition für ihren Geschäftsbereich sowie entlang ihrer Lieferkette deswegen standortspezifisch abschätzen. Dafür können sie kostenlose Online-Tools wie den Water Risk Filter des WWF nutzen.

Akuter Wassermangel birgt auch Risiken für die industrielle Produktion und kann Unterbrechungen der globalen Lieferketten verursachen. Unternehmen sollten sich daher sorgfältig mit den bestehenden lokalen Wasserrisiken und ihrem Wassermanagement auseinandersetzen. Auf den folgenden Seiten stellen wir mögliche Ansätze für ein nachhaltigeres Wassermanagement dar.



Globale Wasserstress-Karte
Quelle: **WWF (2023): Water Risk Filter**

Orientierung an internationalen Rahmenwerken

Bei der Ausgestaltung eines Wassermanagement-Programms können Sie sich an Rahmenwerken wie dem Water-Stewardship-Ansatz orientieren.

Dieser kann nach der Definition des **UN CEO Water Mandate** Unternehmen dabei unterstützen, Risiken zu managen, Kosten zu senken und Vertrauen aufzubauen, während sie zugleich die langfristige Wassersicherheit fördern.

Mit den folgenden Schritten können Sie aktiv nachhaltigeres Wassermanagement in Ihrem Unternehmen etablieren:

1. Wasserverbrauch und Wasserrisiken ermitteln

Installieren Sie Wasserzähler in kritischen Anlagen und überprüfen Sie Ihr Leitungsnetz regelmäßig auf Leckagen – vor allem an Standorten mit hohem Wasserstress und mit älterer Infrastruktur.

2. Die richtigen Schwerpunkte, Ziele und Indikatoren im Umweltmanagement setzen

Richten Sie Ihr Umweltmanagement danach aus, die Risiken von Wassermangel oder -verschmutzung zu vermeiden oder zu mindern. Konzentrieren Sie sich beispielsweise darauf, den Frischwasserverbrauch Ihres Unternehmens zu senken und die Wasserqualität beziehungsweise Abwasserbehandlung zu verbessern.

Möglichkeiten dazu zeigen wir Ihnen auf den folgenden Seiten.

3. Engagement für lokale Wasserressourcen basierend auf dem Water-Stewardship-Ansatz

Übernehmen Sie Verantwortung für die Wasserressourcen in Ihrer Umgebung. Treten Sie beispielsweise Wasser-Initiativen bei, unterstützen Sie die Umsetzung von Projekten mit Stakeholder-Einbindung vor Ort und aktivieren Sie Akteure Ihrer eigenen Lieferkette.

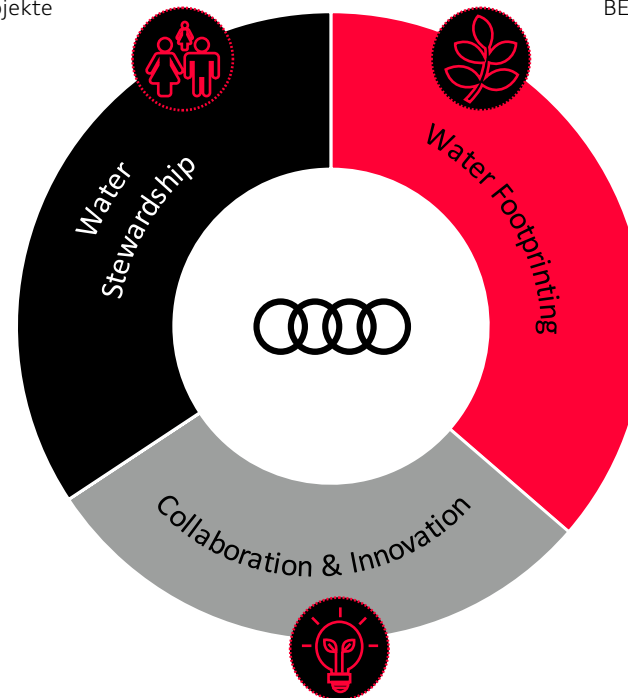
Der Audi Ansatz für nachhaltiges Wassermanagement in der Lieferkette

Konkrete Maßnahmen

- > Teilnahme an Initiativen zum Thema Wasser
- > Konzepte für eine bessere lokale Wasserverfügbarkeit und -qualität
- > Beitrag zur Einhaltung von SDG 6 „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“
- > Regionale Pilotprojekte

Konkrete Maßnahmen

- > Identifizierung relevanter Hotspots
- > Erkennung und Evaluierung von Interessenkonflikten sowie gemeinsamen Vorteilen in Zusammenhang mit CO₂ und Kreislaufwirtschaft
- > Vergleich des Wasser-Fußabdrucks von BEV / PHEV / ICE



Konkrete Maßnahmen

- > Austausch von Best Practices mit Zulieferunternehmen
- > Identifizierung von Einsparpotenzial durch den Einsatz neuer, regenerativer Materialien
- > Verbesserung der Lieferkettentransparenz in Wasser-Hotspots (Art der Wassernutzung)

Seit 2023 zählt Audi als erster Premium-Automobilhersteller zu den Mitgliedern der **Alliance for Water Stewardship (AWS)**. Der globale Zusammenschluss aus Unternehmen, NGOs und dem öffentlichen Sektor setzt sich für das Konzept der ökologischen und sozialen Verantwortung für Wasserressourcen entlang der Wertschöpfungskette ein.

Reduktion von Wassernutzung und -verbrauch

Die Prinzipien der **Kreislaufwirtschaft** bieten eine gute Grundlage für nachhaltigeres Wassermanagement.

Wassermonitoring: Fortschrittskontrolle und Einsparpotenziale

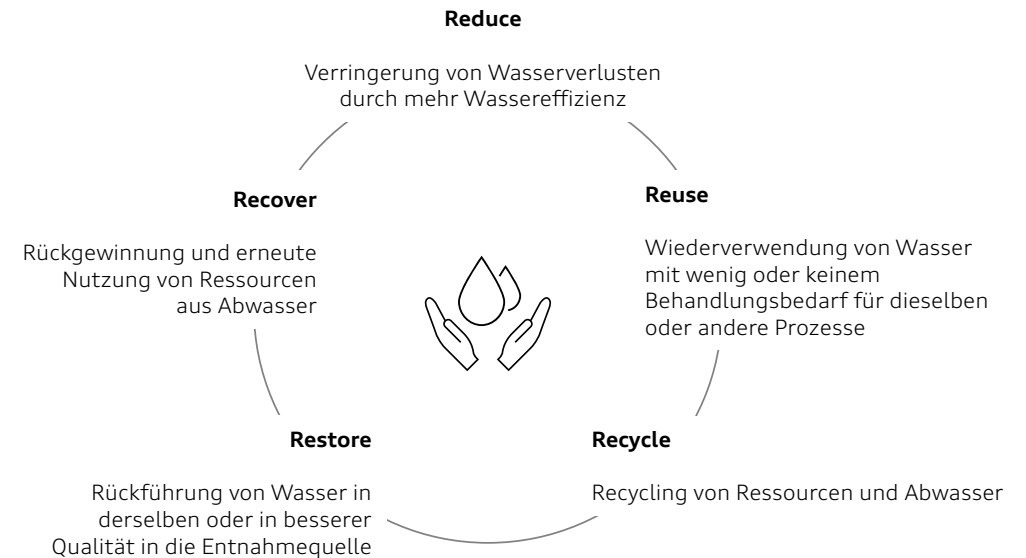
Um Aufschluss über den standortspezifischen Wasserverbrauch zu erhalten, sollten Unternehmen Wasserzähler in kritischen Anlagen installieren und ihr Leitungsnetz regelmäßig auf Leckagen überprüfen. Dies ist besonders wichtig für Standorte mit hohem Wasserstress und mit älterer Infrastruktur.

Frischwasserverbrauch reduzieren

Den Frischwasserverbrauch zu senken, ist eines der wichtigsten Umweltziele für Unternehmen und ein absolutes Muss in Regionen, die unter Wassermangel leiden. Entsprechende Maßnahmen können darin bestehen, den Wasserbedarf von Produktionsprozessen durch Werkzeugmaschinen mit Minimalmengenschmierung zu verringern. Solche Maßnahmen verbessern nicht nur die lokale Verfügbarkeit von Wasser, sondern können auch als Treiber zur Kostensenkung wirken.

Wiederverwendung und -aufbereitung von Wasser

Die Speicherung, Behandlung und Nutzung von Regenwasser ist eine effektive Maßnahme, um den Druck auf Frischwasserressourcen zu senken – insbesondere in Regionen mit stark schwankenden saisonalen oder jährlichen Niederschlägen. Unternehmen können Regenwasser direkt oder nach vorheriger Behandlung für ihre Produktionsprozesse, Bewässerung oder Kühlung verwenden.



Quelle: Water Stewardship:
Water Stewardship At Your Own Operations

Wassermanagement: Wasserqualität und Abwasserbehandlung

Trotz steigendem Wasserbedarf und Klimawandel gibt es in vielen Regionen der Welt mehr als genug Wasser. Allerdings ist auch dort ein nachhaltiges Wassermanagement unerlässlich, da lokale Ökosysteme und Gemeinschaften auf die Verfügbarkeit von sauberem Wasser angewiesen sind. Dies gilt besonders für Länder mit weniger strikten Vorschriften für die Behandlung und Einleitung von Abwasser. Wie können Sie hier am besten vorgehen?

› **Nutzung wassergefährdender Substanzen in der Produktion minimieren und überwachen**

Verbesserungen lassen sich erreichen, indem Sie chemische Substanzen durch alternative, weniger toxische Produkte, beispielsweise biologisch abbaubare Reinigungs- oder Schmiermittel, ersetzen.

› **Betriebsprozesse und Maschinen regelmäßig kontrollieren und warten**

Mit diesem Ansatz können Sie Leckagen oder die unsachgemäße Nutzung von Chemikalien verhindern bzw. frühzeitig beheben.

› **Wirtschaftliche Vorteile innovativer Abwasserbehandlung**

Durch den verringerten Einsatz von Gefahrstoffen lassen sich auch Kosten und Aufwand für die Abwasserbehandlung minimieren. Zusätzlich oder parallel zu modernen Behandlungsverfahren wie der Umkehrosmose können Sie geschlossene Abwasserkreisläufe einrichten.

Audi México setzt in der wasserarmen Region Maßstäbe im nachhaltigen Wassermanagement. Seit 2018 produziert Audi México als weltweit erster Premiumautomobilhersteller vollständig abwasserfrei. Eine entscheidende Maßnahme dafür ist ein großes Regenwasserreservoir mit einer Rückhaltekapazität von 234.000 Kubikmetern. Audi México wendet außerdem mehrstufige Aufbereitungsverfahren für Produktionsabwässer an, unter anderem in einer werkseigenen biologischen Kläranlage. Seit Ende 2023 ist Audi México als erstes Automobilwerk nach den Standards der Alliance for Water Stewardship (AWS) zertifiziert.

Weiterführende Links

CDP: [Water security](#)

United Nations Global Compact (2024): [Water Stewardship Toolbox](#)

United Nations Industrial Development Organization: [Water Stewardship](#)

WWF (2023): [Water Risk Filter](#)

WWF: [Tools to help businesses identify their water risks and opportunities, and get involved in water stewardship](#)



Modul „Menschen“

Einleitung

Neben Klima- und Umweltschutz achtet Audi in der Lieferkette auch auf soziale Belange, denn für uns ist wichtig, zu welchen Bedingungen wir einkaufen. Der Mensch bildet eine zentrale Säule unserer Strategie für eine verantwortungsvolle Lieferkette. Wir setzen uns kontinuierlich für die Achtung der Menschenrechte und bessere Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette ein, etwa beim Umgang mit kritischen Rohstoffen.

Dafür braucht es starke Allianzen und Kooperationen mit anderen Unternehmen, der Zivilgesellschaft und Rechteinhabern. Das vorliegende Modul enthält Richtlinien und Best-Practice-Beispiele rund um die menschenrechtliche **Sorgfaltspflicht** und gibt Impulse für mehr Diversität und **Inklusion** in der Lieferkette. Es soll unseren Partnerunternehmen dabei helfen, robuste Grundsätze und geeignete Praktiken zu diesem Thema einzuführen.

Der Volkswagen Konzern betrachtet die Achtung der international anerkannten Menschenrechte als Grundlage jeglicher Geschäftsbeziehung. Unsere Partnerunternehmen verpflichten sich dazu, die Rechte von Beschäftigten und anderen Stakeholdern zu schützen und diese gemäß den Regeln der internationalen Gemeinschaft zu behandeln.



Weiterführende Links [www](#)

Audi.com: [Code of Conduct für Geschäftspartner](#)

Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Was sind Menschenrechte?

Menschenrechte sind Rechte, die wir haben, weil wir als Menschen existieren. Diese universellen Rechte sind uns allen inhärent, unabhängig von Nationalität, Geschlecht, nationaler oder ethnischer Herkunft, Hautfarbe, Religion, Sprache oder einem anderen Status. Sie reichen von den grundlegendsten – dem Recht auf Leben – bis hin zu solchen, die das Leben lebenswert machen, wie dem Recht auf Nahrung, Bildung, Arbeit, Gesundheit und Freiheit.

Menschenrechte in der Wirtschaft

Entlang der gesamten Wertschöpfungskette gibt es sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf die Menschenrechte. Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht ist ein Konzept, das diese Achtung in unternehmerische Praxis umsetzt. Es bezeichnet einen kontinuierlichen Risikomanagementprozess, den ein Unternehmen befolgen muss, um die Verletzung von Menschenrechten zu erkennen, dem vorzubeugen und negative Auswirkungen abzumildern. Außerdem müssen Unternehmen darüber Rechenschaft ablegen, wie sie mögliche nachteilige Auswirkungen auf die Menschenrechte angehen.

Menschenrechte in Rohstofflieferketten

Insbesondere in globalen, weitverzweigten Rohstofflieferketten ergeben sich soziale Risiken in Hinblick auf die Einhaltung der Menschenrechte. Effektive risikomindernde Maßnahmen erfordern eine systematische Analyse für jeden einzelnen Rohstoff: Für welche Rohstoffe ergeben sich in welchen Verarbeitungsbereichen die höchsten Menschenrechtsrisiken?

Im Volkswagen Konzern haben wir dazu unter anderem das „Raw Materials Due Diligence System“ (RMDDMS) etabliert. Mit diesem System kommen wir menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten auch in unseren Rohstofflieferketten nach. Für 18 Rohstoffe, darunter Aluminium, Kobalt und Leder, haben wir die Menschenrechtsrisiken als besonders risikobehaftet eingestuft. Der risikobasierte Ansatz definiert Schritte, um potenzielle und tatsächliche negative Auswirkungen in den Lieferketten zu identifizieren, vorzubeugen und reduzieren.

Weiterführende Links [www](#)

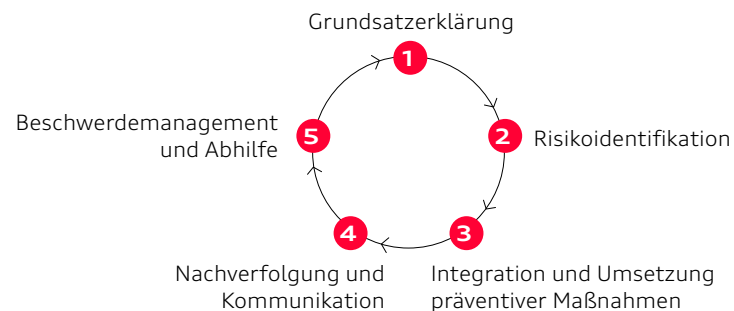
Deutsches Global Compact Netzwerk (2015): [Menschenrechte achten – Ein Leitfaden für Unternehmen](#)

Volkswagen Group (2024): [Responsible Raw Materials Report](#)

Umsetzung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht

Auf den folgenden Seiten zeigen wir, wie ein System zur Einhaltung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht in der Praxis aussehen kann. Die **UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte** definieren einen Pfad aus fünf Schritten, an denen sich Unternehmen bei der Beachtung ihrer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht orientieren können. Die einzelnen Schritte lauten:

- 1. Grundsatzerklärung**
- 2. Risikoidentifikation**
- 3. Integration und Umsetzung präventiver Maßnahmen**
- 4. Nachverfolgung und Kommunikation** sowie
- 5. Beschwerdemanagement und Abhilfe.**



Die jeweiligen Maßnahmen können abhängig von Unternehmensgröße, Risikokontext und Produkten bzw. Dienstleistungen variieren. Unternehmen müssen zudem nicht bei Null beginnen, sondern können auf vorhandenen Praktiken aufbauen. Diese Schritte spiegeln sich auch in aktueller Regulatorik wie dem deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) und der EU-Richtlinie zur Corporate Sustainability Due Diligence (CSDDD) wider. Sie legen verbindliche Vorgaben für Unternehmen zur Umsetzung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten entlang ihrer Lieferketten fest.

Wenn Sie als Zulieferunternehmen ein effektives System zur Wahrung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht etablieren möchten, kann das **Act4Impact Trainingsprogramm** Sie dabei unterstützen.

Weiterführende Links [www](#)

Global Compact Netzwerk Deutschland (2019): **5 Schritte zum Management der menschenrechtlichen Auswirkungen Ihres Unternehmens**

Deutsches Global Compact Netzwerk (2014): **Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte**

Agentur für Wirtschaft & Entwicklung: **10 praktische Tipps zur Verankerung der menschenrechtlichen Sorgfalt in Unternehmensprozesse**

1_Grundsatzklärung

Eine Grundsatzklärung zum Thema Menschenrechte ist ein Referenzdokument, in dem das Unternehmen erläutert, wie es seine Pflicht zur Achtung der Menschenrechte innerhalb eines geschäftlichen Kontextes versteht. Die Erklärung formuliert klare Erwartungen, Anleitungen und Anforderungen an Mitarbeitende, Lieferunternehmen und andere Partnerunternehmen.

Eine Grundsatzklärung zum Thema Menschenrechte:

- › enthält eine Verpflichtung zur Einhaltung grundlegender Menschenrechte (d. h. mindestens gemäß der Internationalen Charta der Menschenrechte sowie den ILO-Kernarbeitsnormen),
- › legt fest, welche Standards für die wesentlichen Menschenrechtsrisiken gelten,
- › wird von der obersten Führungsebene des Unternehmens genehmigt,
- › wird gegenüber allen Mitarbeitenden, Zulieferunternehmen und Partnerunternehmen offengelegt und kommuniziert.

Where to start:

- Gibt es in Ihrem Unternehmen bereits relevante Grundsatzklärungen, auf denen Sie aufbauen können?
- Haben Sie die wichtigsten internen und externen Stakeholder für Ihr Unternehmen identifiziert? Wie können diese Stakeholder für den Überarbeitungsprozess konsultiert werden?
- Stehen Sie im kontinuierlichen Dialog mit Ihren Stakeholdern, um diese über Fortschritte und Maßnahmen zu informieren?

Weiterführende Links ^{www}

United Nations Global Compact (2012):
[Ein Leitfaden für Unternehmen – Menschenrechtsstrategien entwickeln](#)

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2022): [Handlungsanleitung zum Kernelement Grundsatzklärung](#)

Global Compact Netzwerk Deutschland (2015):
[Stakeholder Engagement Human Rights Due Diligence](#)

2_Risikoidentifikation

Jedes Unternehmen muss sowohl im eigenen Geschäftsbereich als auch in seiner Lieferkette menschenrechtliche Risiken und Auswirkungen ermitteln. Dafür sollte zunächst eine systematische Risikobewertung erfolgen, die feststellt, inwiefern Personen durch unternehmerische Tätigkeiten und Geschäftsbeziehungen gefährdet sein könnten. Ein Ansatz zur Risikoidentifikation besteht z. B. darin, Personen und Gruppen herauszufiltern, die besonders vulnerabel sind und die daher stärker Gefahr laufen, dass ihre Menschenrechte missachtet werden. Das kann durch eine umfassende Branchen- und Länderrisikoanalyse erfolgen, die spezifische Risikofaktoren und lokale Gegebenheiten berücksichtigt.

Zwei Beispiele:

- › Je nach Art ihres Vertrags bzw. Häufigkeit ihrer Arbeit sind Leiharbeiter oft anfälliger für Ausbeutung als feste Mitarbeitende.
- ›
- › Das Recht einer lokalen Gemeinschaft auf Wasser kann durch die intensive Wassernutzung eines Unternehmens gefährdet werden.

Where to start:

- Welche vulnerablen Personen/Gruppen sind durch Geschäftstätigkeiten Ihres Unternehmens betroffen?
- Was sind die wichtigsten Menschenrechtsrisiken für diese Personen/Gruppen?

Weiterführende Links [www](#)

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle: (2022): [Risiken ermitteln, gewichten und priorisieren](#)

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle: (2023): [BAFA Risikodatenbank](#)

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2022): [Handlungsanleitung zum Kernelement Risikoanalyse](#)

Global Compact Netzwerk Deutschland (2015): [Menschenrechtliche Risiken und Auswirkungen ermitteln](#)

Niederländisches Außenministerium: [CSR Risiko-Check](#)

3_Integration und Umsetzung präventiver Maßnahmen

Die Achtung der Menschenrechte muss in der Kultur und den Prozessen eines Unternehmens fest verankert sein. Identifizierte und priorisierte Menschenrechtsrisiken und -verletzungen müssen durch angemessene Maßnahmen gezielt adressiert werden.

Zwei Beispiele:

- › Durch die Integration von risikospezifischen Anforderungen in Verträgen mit Personalagenturen lassen sich unfaire Arbeitsverhältnisse für Leiharbeiter verhindern.
- › Unternehmen können wassereffiziente Produktionstechnologien und wirksame Verfahren zur Wasserbehandlung anwenden, um die Wasserrechte der Gemeinschaften an und in der Umgebung von Standorten nicht zu gefährden.

Where to start:

- Haben Sie eine Person bzw. Abteilung bestimmt, die für das Management von Menschenrechtsrisiken und -verletzungen zuständig sein sollte?
- Welche Prozesse müssen definiert, angepasst oder überarbeitet werden, um Risiken und Verletzungen besser adressieren zu können?

Weiterführende Links [www](#)

Global Compact Netzwerk Deutschland:
Wie sieht effektives menschenrechtliches Risikomanagement aus?

4_Nachverfolgung und Kommunikation

Eingeführte Prozesse und Maßnahmen müssen nachverfolgt und ihre Ergebnisse sowohl extern als auch intern kommuniziert werden. Unternehmen sollten darauf hinarbeiten, möglichst wirksame Prozesse und Maßnahmen umzusetzen. Dabei ist es wichtig, transparente Kommunikationskanäle zu schaffen und regelmäßig über die Fortschritte und Herausforderungen bei der Umsetzung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht zu berichten.

Zwei Beispiele:

- › Regelmäßige Befragungen von Leiharbeiter erlauben es Unternehmen, sich ein Bild von deren Arbeitsbedingungen und Zufriedenheit zu machen. Ergebnisse und Verbesserungsmöglichkeiten können sie dann mit der betreffenden Personalagentur besprechen.
- › Durch die Aufnahme von wasserbezogenen Key Performance Indicators (KPIs) und den Dialog mit lokalen Gemeinschaften können Unternehmen beurteilen, wie wirksam die Maßnahmen zum Schutz der Wasserrechte dieser Gemeinschaften sind.

Where to start:

- Welche KPIs können Sie definieren oder anpassen, um Umsetzung und Wirksamkeit zu messen?
- Welche internen und externen Kommunikationskanäle gibt es bereits? Wie können Sie diese, wenn nötig anpassen?

Weiterführende Links

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2022): [Handlungsanleitung zum Kernelement Maßnahmen und Wirksamkeitskontrolle](#)

5_Beschwerdemanagement und Abhilfe

Unternehmen müssen geeignete und effektive Kanäle einrichten, über die Betroffene ihre Anliegen vorbringen können, falls Menschenrechte verletzt oder gefährdet werden. Wenn ein Unternehmen Personen geschädigt oder zu deren Schädigung beigetragen hat, muss es Zugang zu Abhilfe bzw. Wiedergutmachung herstellen. Statt einen eigenen Beschwerdemechanismus einzurichten, können sich Unternehmen auch bestehenden externen Kanälen anschließen.

Fünf Eigenschaften effektiver Beschwerdemechanismen:

- › Zugänglich für Zielgruppen mit unterschiedlichen Anforderungen
- › Transparent hinsichtlich der Verfahren und Ergebnisse
- › Basierend auf einem Dialog mit potenziellen Nutzer
- › Möglichkeit der anonymen Meldung
- › Schutz von Hinweisgebenden vor Repressalien

Wissen Sie ...

... von einer Verletzung des Code of Conduct durch unsere Partnerunternehmen oder waren Sie unmittelbar von einer solchen Verletzung betroffen?

Nehmen Sie über die Kanäle des **Audi Hinweisgebersystems** mit uns Kontakt auf.

Where to start:

- Wer sind die potenziellen Nutzer Ihres Beschwerdemechanismus, und welche Anliegen könnten sie haben?
- Welche Beschwerdekkanäle gibt es bereits? Wo gibt es noch Lücken (z.B. bezüglich Abdeckung, Verfügbarkeit, Sprache)?

Weiterführende Links

Global Compact Netzwerk Deutschland (2018): [Zuhören lohnt sich – Menschenrechtliches Beschwerdemanagement verstehen und umsetzen](#)

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle: (2022): [Beschwerdeverfahren organisieren, umsetzen und evaluieren](#)

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2022): [Handlungsanleitung zum Kernelement Beschwerdemechanismus](#)

Aus der Praxis: Aluminium Stewardship Initiative

Aluminium Stewardship Initiative (ASI)

Um die Einhaltung der Menschenrechte in allen Rohstofflieferketten sicherzustellen, priorisieren wir die Risiken auf Ebene einzelner Rohstoffe. Dafür haben wir bei Audi und im Volkswagen Konzern insgesamt 18 Rohstoffe identifiziert. Außerdem haben wir eine klare Systematik entwickelt, die die Verarbeitung dieser Rohstoffe innerhalb des Konzernverbunds regelt. Die jeweiligen Maßnahmen unterscheiden sich je nach Rohstoff. Im Volkswagen Konzern ist Audi beispielsweise für die Sorgfaltspflicht bei Aluminium zuständig.

Wir möchten unser Verständnis für potenzielle Risiken im Zusammenhang mit der Verhüttung, Verarbeitung und der Herkunft der Rohstoffe verbessern und haben uns dazu mit unseren direkten Zulieferunternehmen und einer Reihe externer Interessengruppen, darunter mehrere NGOs, in Verbindung gesetzt. In diesem Rahmen engagieren wir uns auch in der Aluminium Stewardship Initiative (ASI).

Dies ist eine globale Multi-Stakeholder-Organisation, die Standards festlegt, um die verantwortungsvolle Produktion, Beschaffung und Verwaltung von Aluminium sicherzustellen. Audi ist seit 2013 Mitglied

der ASI und unsere Produktionsstandorte werden nach und nach von externen Prüfungsgesellschaften nach ASI-Standards zertifiziert. Wir kontrollieren so, dass ASI-Kriterien effektiv eingehalten werden.

Als erster Autohersteller weltweit erhielt Audi die Zertifikate „ASI Performance Standard“ (2018) und „ASI Chain of Custody“ (2021).

Mit dem Engagement bei der ASI konnte Audi einen globalen Standard für nachhaltigeres Aluminium mitentwickeln und erfolgreich umsetzen. Der Standard fordert beispielsweise, dass Bergbauunternehmen beim Abbau des Aluminiumerzes Bauxit ökologische, gesellschaftliche und Governance-Kriterien strikt einhalten und damit die Belange der lokalen Anwohner der Minen berücksichtigen. Auch deshalb sind Vertreter indigener Völker ein fester Bestandteil der Organisationsstruktur der ASI.

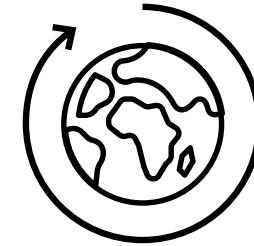


Weiterführende Links [www](#)

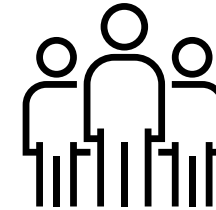
Aluminium Stewardship Initiative: [Vision, Mission and Values](#)

Aus der Praxis: Global Battery Alliance

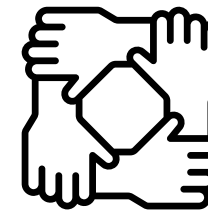
Als Mitglied der Global Battery Alliance (GBA), die aus einer Initiative des Weltwirtschaftsforums entstanden ist, setzt sich Audi nachdrücklich für eine verantwortungsvolle Produktion von Batterien ein. Die Allianz umfasst über 170 Partnerorganisationen aus dem öffentlichen und privaten Sektor, die die gesamte Batterielieferkette abdecken. In ihrer „Vision 2030“ formuliert die GBA das Ziel, die soziale und ökologische Nachhaltigkeit der Wertschöpfungskette von Batterierohstoffen sicherzustellen und kreislaufwirtschaftliche Ansätze umzusetzen. Die Mitglieder der Allianz repräsentieren Industrie, Wissenschaft und Startups und arbeiten derzeit unter anderem am sogenannten Battery Passport. Der digitale Batteriepass soll künftig Informationen zu allen maßgeblichen ESG-Anforderungen entlang des gesamten Lebenszyklus enthalten. Außerdem soll er zu vergleichbaren und prüfbareren Lieferketten beitragen sowie durch spezifische Informationen Reparatur, Wiederverwendung und Recycling fördern.



Batterielieferkette
Schaffung einer zirkulären
Batterielieferkette weltweit



Arbeitsplätze
Schaffung neuer Arbeitsplätze
und wirtschaftlichen Mehrwerts
innerhalb der Batterielieferkette



Schutz
Schutz von Menschenrechten und
wirtschaftlicher Entwicklung

Weiterführende Links [www](#)

Global Battery Alliance: [Establishing a Sustainable and Responsible Battery Value Chain](#)

Supplier Diversity & Inclusion

Die gleichberechtigte Teilhabe von Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen und Fähigkeiten stärkt Innovationskraft und Kreativität. Das gilt nicht nur für die Mitarbeitenden eines Unternehmens, sondern auch für seine Zulieferunternehmen. Wenn ein Unternehmen in seinen Geschäftsbeziehungen die Diversität der Gesellschaft widerspiegelt, kann es seiner Kundschaft häufig bessere Produkte und Dienstleistungen anbieten. Das bringt nicht zuletzt ökonomische Vorteile mit sich. Unternehmen mit einer überdurchschnittlich diversen Führungsebene verzeichnen um 19 Prozent höhere Innovationsumsätze als Unternehmen mit einer geringeren Diversität. Durch Supplier-Diversity-Programme entstehen außerdem Geschäftschancen für Personen, die im Wirtschaftsleben häufig unterrepräsentiert sind. Welchen Stellenwert hat Diversity & Inclusion in den Geschäftsbeziehungen von Audi und wie integriert Audi diese Themen in die Beziehungen mit seinen Partnerunternehmen? Antworten auf diese Fragen finden Sie auf der nächsten Seite.

Sie finden sich in der Definition eines diversen Partnerunternehmens wieder und möchten diese Stärke gerne im Rahmen Ihres Leistungsportfolios einbringen? Melden Sie sich gerne bei uns: act4impact@audi.de

Where to start:

- Welche unterrepräsentierten Gruppen gibt es in den Beschaffungsmärkten Ihres Unternehmens?
- Gibt es im Unternehmen ein klares und von allen geteiltes Verständnis davon, was ein diverses Zulieferunternehmen ist?
- Gibt es bereits Geschäftsbeziehungen mit diversen Zulieferunternehmen?
- Welche kulturellen oder Verfahrenshürden gibt es für diverse Unternehmen, die sich als Lieferunternehmen bewerben?
- In welchen Bereichen können diverse Zulieferunternehmen ihr volles Kreativitäts- und Innovationspotenzial ausschöpfen?
- Wie kann ein Dialog mit diversen Zulieferunternehmen hergestellt werden?
- Welche Abteilungen sind bereits jetzt in das Diversitäts- und Inklusionsprogramm des Unternehmens eingebunden?
- Welche Initiativen und ähnlich denkende Unternehmen gibt es, mit denen Sie Ideen austauschen und diskutieren könnten?

Weiterführende Links

Boston Consulting Group (2018): [How Diverse Leadership Teams Boost Innovation](#)

Aus der Praxis: Procurement with Purpose

Audi möchte den Weg zu mehr Diversität in den Geschäftsbeziehungen ebnen.

Förderung diverser Zulieferunternehmen

Mit unserer Initiative „Procurement with Purpose“ engagieren wir uns für mehr Vielfalt und Offenheit bei unseren Partnerunternehmen. Wir setzen uns für die wirtschaftliche Teilhabe von divers geführten und sozial ausgerichteten Unternehmen ein.

Im Rahmen der Initiative sensibilisiert Audi seine Mitarbeitenden in Workshops und Schulungen für Prozesse, Strukturen und mögliche Hebel, um Potenziale diverser Zulieferunternehmen zu erkennen. Damit verfolgen wir die Vision von Audi für eine fairere, nachhaltigere und erfolgreiche Zukunft. Außerdem kommen wir dem Wunsch der Zivilgesellschaft nach, dass Unternehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung aktiv wahrnehmen.

Stärkung von Social und Minority-owned Businesses

Wir fördern die Einbindung von Social Businesses und Minority-owned Businesses in unsere Wertschöpfungskette. Audi hat 2023 z.B. mit dem Partner **Yunus Social Business (YSB)** in acht Ländern der Audi Markengruppe (u. a. Ungarn,

Italien, Brasilien und Mexiko) Social-Business-Initiativen pilotiert, inklusive Workshops, Trainings für Mitarbeitende und Pitch Days mit Sozialunternehmen. Im Nachgang des Projekts konnten Aufträge an Unternehmen in verschiedenen Ländern vergeben werden (z.B. im Bereich Event-Catering, Lebensmittel und Produkte für Kunden und Mitarbeitende sowie Upcycling-Giveaways für Veranstaltungen). Zudem engagiert sich Audi in Netzwerken für Diversität und Inklusion in der Lieferkette und ist beispielsweise der European **LGBTIQ Chamber of Commerce** und dem Netzwerk **WEConnect International** beigetreten.

Diverse Zulieferunternehmen sind Unternehmen, die mindestens zu 51 Prozent von Angehörigen unterrepräsentierter Gruppen geführt werden oder in deren Besitz sind. Abhängig von den Beschaffungsmärkten des Unternehmens können dies BIPOC*, Mitglieder der LGBT*IQ**-Community, Frauen oder Menschen mit Behinderung sein. Sozialunternehmen sind Unternehmen, deren Zweck es ist, soziale und ökologische Probleme zu lösen. Gewinne werden dabei meist in nachhaltige und gesellschaftsrelevante Projekte reinvestiert, sodass die Wirksamkeit der unternehmerischen Tätigkeit im Laufe der Zeit immer weiter steigt.

* Black, Indigenous, People of Color

** Lesbians, Gays, Bisexuals, Trans*, Inter* & Queers

Weiterführende Links

Audi.com (2022): **[Ein Konzept für mehr Diversität in der Lieferkette](#)**

Audi.com (2022): **[Vielfalt in Geschäftsbeziehungen – Audi engagiert sich für mehr Diversität und Inclusion](#)**

Yunus Social Business (2023): **[Driving innovation and sustainability in supply chains](#)**



Modul „Innovation“

Einleitung

Die komplexen Herausforderungen auf dem Weg hin zu nachhaltigeren globalen Lieferketten erfordern innovative Ansätze. Das bedeutet für uns: Zusammenarbeit, kreative Ideen, fortlaufender Stakeholder-Dialog, neue Technologien und eine nachhaltigkeitsorientierte Sicht auf die Welt.

Innovation ist eine zentrale Säule unserer Nachhaltigkeitsstrategie für die Lieferkette. Gemeinsam mit unseren Zulieferunternehmen möchten wir Dinge bewegen und einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft leisten. Ihr Fachwissen und Ihre Innovationskraft sind entscheidend, um Lösungen zu entwickeln, die nicht nur ökologische und soziale Probleme adressieren, sondern auch neue Geschäftsmöglichkeiten schaffen und die Bedürfnisse unserer Kundschaft erfüllen.

Bei Audi entstehen neue Ideen unter anderem in gemeinsamen Workshops und kollaborativen Formaten. Nutzen Sie das Act4Impact Playbook als impulsgebenden Werkzeugkasten – und entwickeln Sie Ihren eigenen Ansatz für Innovation und Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen.

Methoden der Innovation

In der Geschäftswelt sind nur die Unternehmen auf lange Sicht erfolgreich, die nach vorne blicken und den Status quo fortlaufend hinterfragen. Es ist daher unsere Verantwortung, innovative und ganzheitliche

Lösungsansätze für eine nachhaltigere Wirtschaft zu finden. Dabei darf bei Themen wie Digitalisierung, Menschenrechten und Klimaschutz kein Aspekt außen vor bleiben. Der gesamte Produktlebenszyklus muss mitgedacht werden: von in der Lieferkette vorgelagerten Materialien, Verpackungen, Kraftstoffen, Transport und Ökosystemen bis hin zu nachgelagerten Investitionen, Einzelhandel, Recycling und End-of-Life-Verwertung.

Innovationsexperten haben zahlreiche Methoden entwickelt, mit denen sich Innovationsfähigkeit in den verschiedensten Bereichen fördern lässt. Diese Methoden und Denkansätze können individuell, in Workshops oder als Teil eines umfassenden Prozesses zum Einsatz kommen. Unternehmen können so neue, systematische Herangehensweisen an die Innovationsförderung identifizieren und Fortschritte effektiv erfassen. Auf den folgenden Seiten finden Sie **5 ausgewählte Methoden**, die ein breites Spektrum an kreativen Denkansätzen fördern können.

Arbeiten Sie mit innovativen Ideen an nachhaltigeren Lieferketten? Möchten Sie sich dazu austauschen? Werden Sie Teil von Act4Impact.

E-Mail: act4impact@audi.de
Audi.de: **Willkommen bei Act4Impact**

Online-Tools wie beispielsweise Whiteboards in Microsoft Teams können in Projekten und Workshops dabei helfen, kollaborativ Ideen zu entwickeln, Fortschritte zu dokumentieren und die nächsten Schritte zu definieren. Teams können damit auch in der Remote-Arbeit erfolgreich zusammenarbeiten.

1_Design Thinking

Design Thinking ist ein innovativer und nutzungsorientierter Ansatz, um komplexe Probleme zu lösen. Diese Methode kombiniert empathisches Verständnis, kreative Ideenfindung und rationale Analysefähigkeit, um Innovationen zu schaffen, die den Bedürfnissen der Menschen wirklich entsprechen. Die Methode hat ihren Ursprung in der Design-Forschung und wurde Anfang der 2000er Jahre von den Stanford-Professoren Larry Leifer, Terry Winograd und David Kelley entwickelt. Design Thinking findet heute in vielen Bereichen Anwendung – von der Geschäftsstrategie bis zur sozialen Innovation. Die Methode fördert eine Kultur der Zusammenarbeit, der schnellen Entwicklung von Prototypen und des kontinuierlichen Lernens. Der Prozess ist nicht linear, sondern iterativ. Das bedeutet, Teams können flexibel zwischen den verschiedenen Phasen hin- und herspringen, um die bestmögliche Lösung zu finden. Die Stärke von Design Thinking liegt darin gleichzeitig kreative sowie praktische Lösungen zu generieren.

So funktioniert die Methode



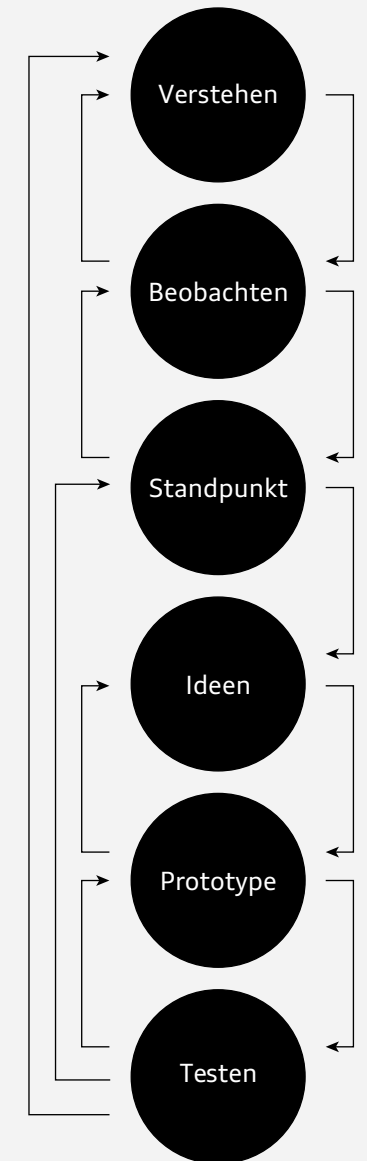
So funktioniert die Methode:

- 1. Verstehen:** Erfassen Sie das Problemfeld und bauen Sie ein gemeinsames Verständnis im Team auf. Beantworten Sie die W-Fragen (Wer? Wie? Was? Wo? Wann? Warum?) und geben Sie sich so einen klaren Rahmen vor.
- 2. Beobachten:** Tauchen Sie in den Alltag der Zielgruppe ein, um deren Bedürfnisse zu erfassen. Nutzen Sie diverse Inspirationsquellen wie Gespräche mit Beschäftigten, Kundenfeedback und Austausch mit Experten.
- 3. Standpunkt definieren:** Fassen Sie die gewonnenen Einsichten in einem gemeinsamen Standpunkt zusammen. Unterschiedliche Techniken wie Personas, Storytelling, Skizzen und Sketchnotes helfen dabei, den Input der Befragten systematisch auszuwerten und im Team eine gemeinsame Wissensbasis zu schaffen.
- 4. Ideen generieren:** Entwickeln Sie möglichst viele Ideen mithilfe verschiedener Kreativitätstechniken. Sammeln Sie dazu erstmal alle Ideen, die im Team entstehen. Legen Sie im zweiten Schritt Kriterien fest, nach denen Sie diese Ideen strukturieren und priorisieren (z. B. Wie realistisch umsetzbar

ist eine Idee? Ist sie wirtschaftlich? Kann sie im Wettbewerb bestehen?).

- 5. Prototypen erstellen:** Setzen Sie ausgewählte Ideen schnell in einfache Modelle oder Konzepte um. Der Prototyp soll Ideen für Zielgruppen veranschaulichen; eine perfekt ausgearbeitete Lösung ist nicht nötig. Im Mittelpunkt steht das Ausprobieren von kreativen Ansätzen zur Umsetzung.

- 6. Testen:** Führen Sie einen offenen Dialog mit der Zielgruppe und sammeln Sie Feedback zu den Prototypen. Verwerfen Sie Ideen, die nicht funktionieren; entwickeln Sie vielversprechende Ideen basierend auf dem Feedback der Zielgruppe iterativ weiter.



2_6-3-5 Methode

Die 6-3-5-Methode eignet sich besonders für die erste Phase im kreativen Prozess. Mit ihr werden Ideen gesammelt – ohne diese zu bewerten. Der Name der Methode ergibt sich aus dem Prozess: 6 Teilnehmer notieren je 3 Ideen. Die Notizen aller Teilnehmer werden nach einer vereinbarten Zeit (z.B. fünf Minuten) in der Gruppe weitergereicht; die Ideen werden also in 5 Durchgängen ergänzt oder weiterentwickelt. Innerhalb kurzer Zeit können so bis zu 108 Ideen entstehen.

So funktioniert die Methode:

1. Bilden Sie eine Gruppe mit sechs Teilnehmenden und verteilen Sie vorbereitete Arbeitsblätter mit einer Tabelle (3 Spalten, 6 Zeilen).
2. Definieren Sie das zu lösende Problem oder die Aufgabenstellung. Notieren Sie es oben auf jedem Arbeitsblatt.
3. In der ersten Runde schreibt jeder Teilnehmer drei Ideen zur Problemlösung in die erste Zeile des Arbeitsblatts.
4. Nach Ablauf der Zeit geben alle Teilnehmende ihr Blatt in der Runde weiter.
5. In den folgenden Runden liest jeder die bisher notierten Ideen und ergänzt drei weitere in der nächsten Zeile. Die hinzugefügten Ideen dürfen vorherige Gedanken aufgreifen oder ganz neu sein.

Dieser Prozess wird fünfmal wiederholt, bis alle sechs Zeilen gefüllt sind. Nach sechs Runden ist die Methode beendet. Abschließend diskutiert und bewertet die Gruppe die gesammelten Ideen und wählt die vielversprechendsten für die weitere Bearbeitung aus.

Weiterführende Links [www](http://www.kreativitaetstechniken.info)

Kreativitätstechniken.info (2024): [6-3-5 Methode: Mit Brainwriting in 30 Minuten zu 108 Ideen](http://www.kreativitaetstechniken.info)

3_SCAMPER

Die SCAMPER-Methode ist eine Kreativitätstechnik, die dazu dient, bestehende Produkte, Prozesse oder Ideen zu verbessern und neue Ansätze zu entwickeln. Der Name SCAMPER ist ein Akronym und steht für sieben Prinzipien, die jeweils eine spezifische Fragestellung zur Überarbeitung eines bestehenden Konzepts darstellen. SCAMPER basiert auf einer von Alex Faickney Osborn 1953 entwickelten Checkliste und wurde 1971 von Bob Eberle weiterentwickelt

So funktioniert die Methode:

1. Überlegen Sie sich eine Problemstellung oder Idee.
2. Formulieren Sie Fragen zu jeder der sieben SCAMPER-Prinzipien.

3. Um das Potenzial von SCAMPER voll auszuschöpfen, lassen Sie alle Werte, Marktinformationen und anderen Aspekte einfließen, die für die konkrete Ideengenerierung relevant sind.
4. Überprüfen Sie die erhaltenen Antworten. Überlegen Sie, ob darunter geeignete Lösungen sind, die Sie näher untersuchen sollten.
5. Wählen Sie geeignete Lösungen aus, um diese weiterzuentwickeln

Probieren Sie verschiedene Lösungsansätze für ein Problem oder eine Fragestellung aus.

Beispiel: „Wie können wir unsere ökologische Nachhaltigkeit verbessern?“

S ubstitute	Ersetzen von besonders toxischen Abfallstoffen durch weniger gefährliche Substanzen
C ombine	Kombinieren von Materialien und Design, um Verpackungen zu optimieren und Abfall zu vermeiden
A dapt	Anpassen durch Ausschalten von nicht benötigten Geräten & Senken des Energieverbrauchs insgesamt
M agnify / Minify / Modify	Vermindern von Papierausdrucken und der Abfallmenge
P ut to other uses	Verwenden von recyclingfähigen Behältern oder Verpackungsmaterialien
E liminate	Vermeiden von CO ₂ -Emissionen durch den Einsatz grüner Energie
R everse / Rearrange	Umkehren von negativen Folgen für die Biodiversität durch weniger Einsatz von Pestiziden

Weiterführende Links [www](#)

Eberle, B (1996): [Scamper: Games for Imagination Development](#)

4_6 Thinking Hats

Die von Edward de Bono entwickelte Kreativitätstechnik der sechs Thinking Hats ist eine bewährte Methode, um Innovationen zu hinterfragen, sie zu verfeinern und einzuordnen. Dazu setzen wir uns sechs unterschiedliche „Denkhüte“ (Thinking Hats) auf. Jeder Hut steht für einen bestimmten Blickwinkel bzw. eine bestimmte Rolle. Indem wir die unterschiedlichen Perspektiven durchdenken, geben wir alternativen Ansätzen Raum und können verschiedene Standpunkte in die Bewertung von Innovationen einbeziehen.

So funktioniert die Methode:

1. Wählen Sie eine Idee oder ein Problem aus, das Sie betrachten möchten.
2. Legen Sie eine Reihenfolge für die Hüte fest. Es gibt keine feste Regel, aber stellen Sie sicher, dass alle sechs Hüte „aufgesetzt“ werden.
3. Weisen Sie jedem Hut die gleiche Zeitspanne zu, z.B. 5-10 Minuten.
4. Beginnen Sie mit dem ersten Hut und betrachten Sie die Idee ausschließlich aus dieser Perspektive.
5. Notieren Sie alle Gedanken und Einsichten, die aus dieser Perspektive entstehen.
6. Wenn die Zeit abgelaufen ist, wechseln Sie zum nächsten Hut.
7. Wiederholen Sie den Prozess, bis alle sechs Hüte dran waren.

8. Achten Sie darauf, dass sich die verschiedenen Betrachtungsweisen nicht vermischen. Bleiben Sie während jeder Phase strikt in der Rolle des jeweiligen Hutes.

Nachdem alle Hüte verwendet wurden, fassen Sie die Erkenntnisse zusammen und diskutieren die Ergebnisse.



Neutrales und objektives Denken. Wer diesen Hut trägt, befasst sich ausschließlich mit Zahlen und Fakten.



Emotionales Denken. In dieser Rolle bilden Sie sich eine Meinung, die von Gefühlen geleitet wird.



Vorsichtiges, kritisches Denken. Zu dieser Rolle gehört eine kritische Grundeinstellung, die Schwächen der jeweiligen Idee aufdeckt.



Positives Denken. Bei diesem Hut geht es darum, den Wert und Nutzen einer Idee zu identifizieren.



Kreatives Denken. Der fünfte Denkhut steht für schöpferische Kraft und die Entwicklung neuer Ideen.



Management-Denken. Diese Rolle sortiert und strukturiert die Beiträge aller anderen Rollen.

Wechseln Sie die Perspektive, und notieren Sie Ihre Gedanken.

Weiterführende Links [www](#)

The de Bono Group: [Six Thinking Hats](#)

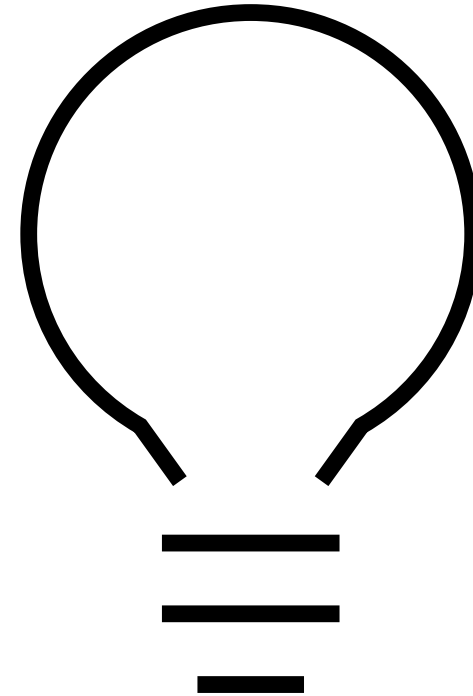
5_Canvas

Ein Canvas im Kontext von Geschäfts- und Innovationsmethoden ist eine Vorlage, die dazu dient, komplexe Ideen, Strategien oder Geschäftsmodelle auf einer einzigen Seite übersichtlich darzustellen. Es handelt sich um eine Darstellung, die verschiedene Schlüsselemente eines Konzepts in vordefinierten Bereichen organisiert. Ein Canvas bietet eine übersichtliche Matrix, in die Sie vorhandene Ansätze und Ideen eintragen können und die Sie bei der weiteren Entwicklung eigener Lösungen unterstützen kann.

Auf den folgenden Seiten finden Sie unseren Vorschlag für Canvases zu den Themen Umwelt, menschenrechtliche Sorgfaltspflichten und Nachhaltigkeitsinnovation in der Lieferkette.

So funktioniert die Methode

- Bearbeiten Sie die einzelnen Abschnitte von links nach rechts.
- Nutzen Sie das ausgefüllte Canvas für eine praxisrelevante, umfassende Analyse zu Ihren Nachhaltigkeitsaktivitäten in den oben genannten Kategorien in Ihrem Unternehmen.



Act4Impact Canvas Umwelt

Gibt es spezifische Umweltvorschriften für Ihr Unternehmen?	Inwiefern ist der Gedanke der ökologischen Nachhaltigkeit in Ihr Unternehmen eingebettet?	Welche ökologisch relevanten Prozesse gibt es bei Ihnen? Wie sind deren Auswirkungen?	Berücksichtigen Sie die Anforderungen Ihrer Stakeholder zum Thema Umweltschutz?	
<i>Emissionen, Wasser- und Abwassermanagement, Energie, ...</i>	<i>Können Sie Ihren ökologischen Fußabdruck berechnen? Haben Sie Nachhaltigkeitskriterien in Ihre Entscheidungsprozesse integriert?</i>	<i>Beschaffung, Abwasserbehandlung, Lackiererei, Kühlung, Druckluft, Heizung, Verwendung von Gefahrstoffen, ...</i>	<i>Wer sind Ihre Stakeholder? Wie lauten deren Anforderungen?</i>	
Wie sieht Ihr Rohstoffmanagement aus?	Welche Energiequellen nutzen Sie? Erzeugt Ihr Unternehmen selbst Energie?	Beschreiben Sie die Distribution Ihres Produkts (Inbound & Outbound Logistik).	Beschreiben Sie die Nutzungsphase Ihres Produkts.	Ist die ökologische Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil Ihrer Produktentwicklung?
<i>Welche Materialien verwenden Sie bei der Produktion bzw. im Tagesgeschäft? Woher beziehen Sie diese Materialien? Verwenden Sie sekundäre oder CO₂-arme Materialien? Haken Sie bei Ihren Zulieferunternehmen nach, ob sie für Komponenten, Materialien oder auf Unternehmensebene regenerative Energiequellen nutzen?</i>	<i>Welche Prozesse haben den höchsten Wasser-/Energieverbrauch? Wie werden Abwasser und Emissionen behandelt/ gereinigt? Haben Sie die Auswirkung Ihrer Unternehmenstätigkeit auf die Biodiversität bewertet?</i>	<i>Welche Transportmittel nutzen Sie (z. B. Bahn, Schiff, Kombi-Verkehr oder alternative Verkehrssysteme)? Wie lässt sich der Umwelteffekt dieser Prozesse verringern?</i>	<i>Welche Umweltauswirkungen resultieren aus der Verwendung Ihres Produkts?</i>	<i>Was geschieht am Ende der Produktlebensdauer? Haben Sie einen „Design for Recycling“-Ansatz für die Entwicklungsphase in Betracht gezogen?</i>
ROHSTOFFE	PRODUKTION	DISTRIBUTION	NUTZUNGSPHASE	END OF LIFE

Relevante Brancheninitiativen und Zertifizierungen: z. B. Water Stewardship Initiative, Aluminium Stewardship Initiative, Science Based Targets Initiative, ISO 14001, ISO 50001, EMAS, ...

Was können Sie tun, um die Umweltauswirkungen in und mit Ihrem Unternehmen zu verbessern?

Act4Impact Canvas Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht

Welche relevanten Grundsatzklärungen gibt es bereits im Unternehmen?

Beginnen Sie ganz von vorn und holen Sie sich Input von den zuständigen Abteilungen (HR, Compliance, Vertrieb usw.).

Welche Personen oder Gruppen laufen Gefahr, durch die Geschäftsaktivitäten Ihres Unternehmens in ihren Menschenrechten verletzt zu werden?

Überlegen Sie, welche gefährdeten Personen/Gruppen es in Ihrem Unternehmen gibt.

Welche Risiken entstehen für diese Personen/Gruppen infolge dieser Geschäftsaktivitäten?

Überlegen Sie, welche Risiken es für diese Personen/Gruppen in Ihrem Unternehmen gibt.

Welche Prozesse müssen definiert, angepasst oder überarbeitet werden, um Menschenrechtsrisiken und -verletzungen besser adressieren zu können?

Überlegen Sie, inwiefern dies Prozesse für das Management Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Wertschöpfungskette betrifft.

Welche KPIs können definiert oder angepasst werden, um Umsetzung und Wirksamkeit zu messen?

Überlegen Sie, inwiefern dies vorhandene Nachverfolgungsmechanismen z. B. in der HR-Abteilung betrifft.

Wer sind die potenziell Nutzenden Ihres Beschwerdemechanismus, und welche Anliegen könnten sie haben?

Überlegen Sie, wer diesen Kanal in Ihrem Unternehmen oder in der Wertschöpfungskette nutzen könnte.

Wer sind die wichtigsten internen Stakeholder, die in den Entwicklungs- oder Überarbeitungsprozess eingebunden werden sollten?

Nehmen Sie Kontakt mit erfahrenen Kolleginnen und Kollegen in Ihrem Unternehmen auf, um von ihrem Wissen zu profitieren.

Überlegen Sie, welche gefährdeten Personen/Gruppen es in Ihrer Wertschöpfungskette gibt.

Überlegen Sie, welche Risiken es für diese Personen/Gruppen in Ihrer Wertschöpfungskette gibt.

Welche Hürden müssen überwunden werden, um diese Prozesse zu definieren, anzupassen oder zu überarbeiten?

Beziehen Sie verschiedene Aspekte in Ihre Überlegungen ein (z. B. Finanzen, Kultur, Kapazität).

Welche Kommunikationskanäle gibt es bereits?

Beziehen Sie interne und externe Kanäle in Ihre Überlegungen ein.

Welche Beschwerdekanäle sind bereits vorhanden?

Überlegen Sie, wie Beschwerden in der Vergangenheit eingereicht wurden.

Welche Chancen entstehen aus den angepassten Prozessen?

Beziehen Sie verschiedene Aspekte in Ihre Überlegungen ein (z. B. Finanzen, Kultur, Kapazität).

Welche Hürden müssen überwunden werden, um vorhandene Beschwerdekanäle in Anspruch zu nehmen?

Fragen Sie potenziell Nutzende, warum sie in der Vergangenheit keine Beschwerde eingereicht haben.

Gibt es relevante Auswirkungen durch Ihre unternehmerischen Aktivitäten?

Beschreiben Sie positive Auswirkungen (Maximierung) und negative Auswirkungen (Minimierung) die Ihr Unternehmen hat.

Beschreiben Sie Ihre strategischen Prioritäten und Herausforderungen?

Was sind Ihre strategischen Prioritäten z.B. in Bezug auf Energie und Emissionen, Kreislaufwirtschaft, Biodiversität und Wasser? Welche Herausforderungen müssen Sie bewältigen, um diese Prioritäten zu erreichen?

Was sind Ihre kritischen Assets?

Welche Hard Assets (z. B. Infrastruktur, Technologie) und Soft Assets (z. B. Wissen, Personal, Unternehmenskultur) sind für Ihre Nachhaltigkeitsstrategie entscheidend? Wie können diese Assets optimal genutzt werden?

Gibt es interne und externe Initiativen oder potenzielle Partnerschaften?

Welche bestehenden Initiativen und potenziellen Partnerschaften können Sie intern und extern für Ihre Nachhaltigkeitsziele nutzen? Wie können Sie diese Partnerschaften stärken und ausbauen?

Welche inspirierenden Beispiele für Nachhaltigkeitsinnovationen gibt es in Ihrer Branche?

Elektromobilität, CO₂ neutrale Produkte, autonomes Fahren, ...

Was ist Ihr nachhaltiges Wertversprechen?

Welches Problem lösen Sie mit Ihrem nachhaltigen Wertversprechen? Welchen Mehrwert schaffen Sie für Ihre Stakeholder durch nachhaltige Innovationen?

Welche inspirierenden Beispiele für Nachhaltigkeitsinnovationen gibt es in Ihrer Branche?

Wer sind Ihre Stakeholder und welche Anforderungen haben Sie? Wie können Sie diese Anforderungen und Erwartungen erfüllen oder übertreffen?

Beschreiben Sie Ihre Vision, Ihren Zweck und Ihre Mission im Hinblick auf Nachhaltigkeit.

Was ist Ihre langfristige Vision im Hinblick auf Nachhaltigkeit? Welchen Zweck und welche Mission verfolgen Sie, um diese Vision zu erreichen?

Welche Märkte und Regionen sind für Ihre Nachhaltigkeitsstrategie relevant?

Welche bestehenden und zukünftigen Märkte sind für Ihre Nachhaltigkeitsstrategie relevant? Welche Vertriebskanäle und Distributionswege nutzen Sie, um diese Märkte zu erreichen?

Wie sieht Ihre Kostenstruktur und wie sehen Ihre Zusatzkosten aus?

Wie sieht Ihre Kostenstruktur aus und welche zusätzlichen Kosten sind mit Ihren Nachhaltigkeitsinitiativen verbunden? Welche voraussichtlichen Kosten und Investitionen sind für nachhaltige Vorhaben erforderlich?

Beschreiben Sie Ihre Umsatzerlöse.

Können Sie einen einzigartigen Vorteil bieten? Sind Ihre Kundinnen und Kunden bereit, für Nachhaltigkeit tiefer in die Tasche zu greifen?

Wie lässt sich Innovation erkennen?

Sie haben die verschiedenen Methoden zur Innovationsförderung angewendet? Wie erkennen Sie nun, ob eine innovative Idee entstanden ist?

Stellen Sie sich dazu die vier folgenden Fragen.

Frage 1

Ist die Idee neu für das Unternehmen?

Wenn dies nicht der Fall ist, handelt es sich womöglich eher um eine Verbesserung bestehender Prozesse als eine echte Innovation.

Frage 2

Löst die Idee ein bedeutendes Problem?

Wenn dies nicht der Fall ist, handelt es sich womöglich eher um einen kreativen Einfall als eine innovative Lösung.

Frage 3

Erzeugt die Idee greifbaren Nutzen für Mensch oder Umwelt?

Wenn dies nicht der Fall ist, handelt es sich womöglich eher um einen neuen – potenziell technisch interessanten – Einfall als um eine marktfähige Innovation mit praktischem Nutzen.

Frage 4

Lässt sich die Idee profitabel umsetzen?

Wenn dies nicht der Fall ist, handelt es sich womöglich eher um einen spekulativen Vorschlag als um eine Innovation.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Einleitung

Audi.com (2022): [Code of Conduct für Geschäftspartner](#)

Audi.com: [S-Rating](#)

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle: [Fragen und Antworten zum Lieferkettengesetz](#)

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung: [FAQ's der EU-Kommission zur EUDR](#)

Bundesanzeiger(2021): [Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten](#)

EFRAG: [News](#)

EFRAG: [Sustainability Reporting](#)

EUE-Lex (2022): [Regulation \(EU\) 2023/1115 of the European Parliament and of the Council of 31 May 2023 on the making available on the Union market and the export from the Union of certain commodities and products associated with deforestation and forest degradation and repealing Regulation \(EU\) No 995/2010 \(Text with EEA relevance\)](#)

EUE-Lex (2024): [Directive \(EU\) 2024/1760 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 on corporate sustainability due diligence and amending Directive \(EU\) 2019/1937 and Regulation \(EU\) 2023/2859 \(Text with EEA relevance\)](#)

European Commission: [Directive on Corporate Sustainability Due Diligence-Frequently asked questions](#)

EUR-Lex (2000): [Richtlinie 2000/53/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. September 2000 über Altfahrzeuge – Erklärung der Kommission](#)

EUR-Lex (2022): [Vorschlag für eine VERORDNUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES über ein Verbot von in Zwangsarbeit hergestellten Produkten auf dem Unionsmarkt](#)

EUR-Lex (2023): [Regulation \(EU\) 2023/1542 of the European Parliament and of the Council of 12 July 2023 concerning batteries and waste batteries, amending Directive 2008/98/EC and Regulation \(EU\) 2019/1020 and repealing Directive 2006/66/EC \(Text with EEA relevance\)](#)

European Commission: [Deforestation Regulation implementation](#)

Umwelt

Alliance for Water Stewardship: [A Global Standard For Water Stewardship](#)

Aluminium Stewardship Initiative (2022): [ASI Standards Overview](#)

Audi Stiftung für Umwelt (2021): [Stelen der Biodiversität – für Artenschutz & Umweltbildung](#)

Audi.com (2021): [Aluminium Closed Loop](#)

Audi.com (2021): [Audi erhält als erster Automobilhersteller das „Chain of Custody“-Zertifikat der Aluminium Stewardship Initiative](#)

Audi.com (2022): [AUDI AG Fortschrittbericht zur Leadership-Erklärung der „Biodiversity in Good Company“ Initiative](#)

Audi.com (2022): [Code of Conduct für Geschäftspartner](#)

Audi.com: [„Austausch 2.0“: So funktioniert Kreislaufwirtschaft im Vertrieb](#)

Audi.com: [Dekarbonisierung](#)

Audi.com: [Dokumente & Policies](#)

Audi.com: [Neue Scheiben für den Audi Q4 e-tron aus recyceltem Autoglas](#)

Audi.com: [Willkommen bei Act4Impact](#)

Audi.com: [Zurück in ein neues Leben](#)

Biodiversity in Good Company: [Ohne Vielfalt der Natur keine Vielfalt der Wirtschaft](#)

CDP: [Water security](#)

Doughnut Economics: [About Doughnut Economics](#)

Earth Overshoot Day (2024): [Earth Overshoot Day 2024 falls on August 1st](#)

Ellen MacArthur Foundation: [It's time for a circular economy](#)

EMAS: [Umwelt nachhaltig nutzen, Effizienz steigern – EMAS, das Gütesiegel der EU](#)

ISO: [ISO 14064-1:2018 Greenhouse gases](#)

ISO: [ISO 14067:2018 Greenhouse gases – Carbon footprint of products – Requirements and guidelines for quantification](#)

ISO: [ISO 14040:2006 Environmental management – Life cycle assessment – Principles and framework](#)

ISO: [ISO 14044:2006 Environmental management – Life cycle assessment – Requirements and guidelines](#)

Science Based Targets: [Ambitious Corporate Climate Action](#)

Science Based Targets: [Corporate Manual for setting science-based targets for nature](#)

Stockholm Resilience Centre: [Planetary boundaries](#)

Sustainable and Social (2020): [S & S Decoded: Planetary Boundaries – A Safer Operating Space for Humanity](#)

TED (2010): Johan Rockstrom: [Von der Umwelt geleitete Entwicklung](#)

Umwelt Bundesamt (2024): [Eutrophierung](#)

United Nations: [CEO Water Mandate](#)

United Nations Environment Programme: [Fresh Water](#)

United Nations Environment Programme: [Freshwater Strategic Priorities 2022-2025](#)

United Nations Global Compact (2024): [Water Stewardship Toolbox](#)

United Nations Global Compact: [Environmental Stewardship Strategy - Overview and Resource for Corporate Leaders](#)

United Nations Industrial Development Organization (2020): [Circular economy](#)

United Nations Industrial Development Organization: [Water Stewardship](#)

United Nations: [Welcome to the UN-Water SDG 6 Data Portal](#)

World Economic Forum (2020): [Half of World's GDP Moderately or Highly Dependent on Nature, Says New Report](#)

WWF (2023): [Water Risk Filter](#)

WWF: [Tools to help businesses identify their water risks and opportunities, and get involved in water stewardship](#)

WWF: [Water Stewardship](#)

WWF: [WWF Risk Filter Suite](#)

Menschen

Agentur für Wirtschaft & Entwicklung: [10 praktische Tipps zur Verankerung der menschenrechtlichen Sorgfalt in Unternehmensprozesse](#)

Aluminium Stewardship Initiative: [Vision, Mission and Values](#)

Audi.com (2020): [Jeder Mensch hat Recht](#)

Audi.com (2022): [Code of Conduct für Geschäftspartner](#)

Audi.com (2022): [Ein Konzept für mehr Diversität in der Lieferkette](#)

Audi.com (2022): [Vielfalt in Geschäftsbeziehungen – Audi engagiert sich für mehr Diversität und Inclusion](#)

Audi.com: [Hinweisgebersystem](#)

Audi.com: [Verantwortung in der Lieferkette](#)

Audi.com: [Willkommen bei Act4Impact](#)

Boston Consulting Group (2018): [How Diverse Leadership Teams Boost Innovation](#)

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle: (2022): [Beschwerdeverfahren organisieren, umsetzen und evaluieren](#)

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle: (2022): [Risiken ermitteln, gewichten und priorisieren](#)

Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle: (2023): [BAFA Risikodatenbank](#)

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2022): [Handlungsanleitung zum Kernelement Beschwerdemechanismus](#)

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2022): [Handlungsanleitung zum Kernelement Grundsatzklärung](#)

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2022): [Handlungsanleitung zum Kernelement Maßnahmen und Wirksamkeitskontrolle](#)

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2022): [Handlungsanleitung zum Kernelement Risikoanalyse](#)

Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2022): [Risikoanalyse](#)

Deutsches Global Compact Netzwerk (2014): [Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte](#)

Deutsches Global Compact Netzwerk (2015): [Menschenrechte achten – Ein Leitfaden für Unternehmen](#)

Deutsches Global Compact Netzwerk (2019): [5 Schritte zum Management der menschenrechtlichen Auswirkungen Ihres Unternehmens](#)

Drive Sustainability: [Ten leading automotive companies launch an initiative to identify and address sustainability issues in raw materials sourcing](#)

Global Battery Alliance: [Establishing a Sustainable and Responsible Battery Value Chain](#)

Global Compact Netzwerk Deutschland (2015): [Menschenrechtliche Risiken und Auswirkungen ermitteln](#)

Global Compact Netzwerk Deutschland (2015): [Stakeholder Engagement Human Rights Due Diligence](#)

Global Compact Netzwerk Deutschland (2018): [Zuhören lohnt sich – Menschenrechtliches Beschwerdemanagement verstehen und umsetzen](#)

Global Compact Netzwerk Deutschland: [Wie sieht effektives menschenrechtliches Risikomanagement aus?](#)

Niederländisches Außenministerium: [CSR Risiko-Check](#)

United Nations Global Compact (2022): [Eine Orientierungshilfe für alle Unternehmen, die die menschenrechtlichen Auswirkungen ihrer Aktivitäten und Lieferketten besser verstehen und angehen möchten.](#)

United Nations Global Compact (2012): [Ein Leitfaden für Unternehmen – Menschenrechtsstrategien entwickeln](#)

Volkswagen Group (2024): [Responsible Raw Materials Report](#)

Yunus Social Business (2023): [Driving innovation and sustainability in supply chains](#)

Yunus Social Business: [We harness the power of business to end poverty and the climate crisis.](#)

Innovation

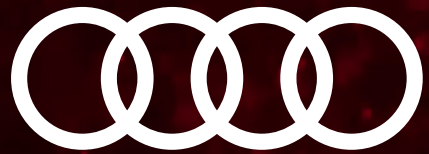
Eberle, B. (1996): [Scamper: Games for Imagination Development](#)

De Bono: [Parallel Thinking with the Six Thinking Hats](#)

Digitale Neuordnung (2024): [Design Thinking – Mit Methode komplexe Aufgaben lösen und neue Ideen entwickeln](#)

Kreativitätstechniken.info (2024): [6-3-5 Methode: Mit Brainwriting in 30 Minuten zu 108 Ideen](#)

The de Bono Group: [Six Thinking Hats](#)



Act4Impact |

Seien Sie selbst die Veränderung, schließen Sie sich uns an und unterstützen Sie uns auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Lieferkette.

www.audi.com/act4impact act4impact@audi.de