



# Sustainability Manager/-in (Univ.)

Wie Mensch, Unternehmen und Natur im System nachhaltig zusammenwirken

Das „Big Picture“ der Nachhaltigkeit verstehen: Business Strategy, Kommunikation, nachhaltiges Wirtschaften und nicht finanzielle Key Performance Indikatoren – eingebettet im Kontext nachhaltigen Mindsets.

## ZERTIFIKATSKURS

**Mit Zertifikat der Universität Augsburg**  
Nach aktiver Teilnahme an 13 Lehreinheiten  
und erfolgreicher praktischer Prüfung

### Zielgruppe

Siehe Website unter  
[www.zww.uni-augsburg.de](http://www.zww.uni-augsburg.de)

### Praktische Prüfung

Ja

### Lehreinheiten

13

- Berichterstattung über nachhaltiges Wirtschaften
- Design Thinking & Innovation
- Internationales Management und Nachhaltigkeit
- Nachhaltige Innovationen und Sustainable Entrepreneurship
- Nachhaltige Unternehmensführung
- Nachhaltige Wertschöpfung im Netzwerk
- Nachhaltige Wertschöpfungskette
- Nachhaltiges Management und Stakeholderstrategie
- Nachhaltiges Mindset: Mensch & Natur
- Nachhaltigkeit: Business Mindset
- Sustainable Finance
- Sustainability Marketing & Consumer Behaviour
- Unternehmerische Nachhaltigkeit: Enterprise Risk Approach

### Sustainability Manager (Univ.)

Kosten

5.950,-

Rabatt für Alumni  
der Universität Augsburg

5 %

Frühbucherrabatt  
(bis 6 Wochen vor Beginn)

10 %

Start jeweils Herbst

[www.zww.uni-augsburg.de/sustain](http://www.zww.uni-augsburg.de/sustain)

## Zertifikatskurs

# Sustainability Manager/-in (Univ.)

### Beschreibung

Um nachhaltige Veränderung im Unternehmen zu erwirken, bedarf es eines klaren Warums und der Reflektion darüber wie Mensch, Unternehmen und Natur im System zusammenwirken. Dieser vorgelegte Einstieg in die Nachhaltigkeit bewirkt, dass Teilnehmende dieses Zertifikatskurses aus ihren gewöhnlichen Denkmustern zur Problemlösung herausgenommen werden, um sich in den folgenden Modulen der Thematik mit innovativer Kreativität und den zur Umsetzung nötigen Fähigkeiten widmen zu können.

Dabei etablieren Sie sowohl ein nachhaltiges Business Mindset als auch die Fähigkeiten, relevante Stakeholder für Ihr unternehmerisches Vorhaben zu gewinnen, denn Nachhaltigkeit auf ganzer Linie ist Akt von Zusammenarbeit und Ressourcenteilung im Netzwerk. Hierdurch wird Ihnen nähergebracht, welche Geschäftsmodelle zukünftig rentabel und umsetzbar sind, um weiterhin das Überleben des Unternehmens zu sichern oder sogar ein neues Start-up zu gründen. Mit dem neu erworbenen Fachwissen in Design Thinking und der Ideengeneration bewältigen Sie aktuelle Probleme, schaffen neue Strukturen und gestalten Unternehmen nachhaltig.

Sustainability ist ein breitgefächertes, umfassender Begriff, der oft nicht besonders greifbar erscheint, was die Messbarkeit „grüner Maßnahmen“ umso schwieriger macht. Daher zielt der Zertifikatskurs „Sustainability Manager/-in (Univ.)“ ebenso darauf ab, auch passgenaue Lösungen zu schaffen.

Dabei lernen Sie, welche Key Performance Indikatoren (KPI) für Ihr Unternehmen relevant sind und können so ein personalisiertes Rating Model erstellen, welches sich nicht nur auf Finanzen stützt, sondern auch Non-financial Performance Indices beinhaltet. Zusätzlich erfahren Sie, wie Sie diese Erkenntnisse und Kennzahlen an Stakeholder, Investoren, Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden kommunizieren.

### Ihr Nutzen

- Sie setzen sich mit den Rahmenbedingungen einer nachhaltigen Unternehmenskultur auseinander
- Sie durchlaufen praxisorientierte Anwendungen aus den zentralen Bereichen des Nachhaltigkeitsmanagements und können somit das Gelernte auch in Ihrem Unternehmenskontext einsetzen
- Sie entwickeln gemeinsam innovative Ansätze für eine grüne Unternehmensstrategie und deren Umsetzung
- Sie lernen die wichtigsten Methoden und Instrumente für ein nachhaltiges Unternehmertum
- Sie setzen sich mit den komplexen Herausforderungen, aber auch Chancen der Nachhaltigkeit auseinander und wissen, wo Sie als Person und als Unternehmen in den Systemen positioniert sind

## BERATUNG & BUCHUNG

Ansprechpartner: Martin Vogt

 0821 / 598 4723

 [info-msp@zww.uni-augsburg.de](mailto:info-msp@zww.uni-augsburg.de)

## Lehreinheiten des Zertifikatskurses

### BERICHTERSTATTUNG ÜBER NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Dauer 2 Tage

Im ersten Teil der Veranstaltung sollen grundsätzliche Kommunikationswege von Unternehmen und ihren Stakeholdern erörtert werden. Ausgehend von der Gesamtheit aller Mittel der Unternehmenskommunikation richtet sich das Hauptaugenmerk im Folgenden auf solche, die für ESG-Aspekte zum Einsatz kommen: Nachhaltigkeitsberichte, Ratings/Rankings, etc. Außerdem soll die Bedeutung von unternehmensweiten Maßnahmen wie Programmen oder Initiativen und deren Messung durch Key Performance Indicators (KPIs) herausgearbeitet werden.

Daran anknüpfend soll im zweiten Teil des ersten Kurstages detailliert auf wesentliche Standards und regulatorische Anforderungen im Kontext der externen Berichterstattung von ESG-Inhalten eingegangen werden.

### DESIGN THINKING & INNOVATION

Dauer 1 Tag

Im Vordergrund des Design Thinking steht ein kreativer Prozess, basierend auf einem Denkansatz, der den Nutzer und seine Bedürfnisse in den Vordergrund stellt. Der Design Thinking-Prozess wird in mehreren iterativen Schleifen mit multidisziplinären Teams durchlaufen, in denen unterschiedliche praktische Methoden und Tools eingesetzt werden.

Design Thinking wird heute von vielen Unternehmen und Institutionen eingesetzt, um neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, eine innovative Unternehmenskultur zu schaffen, Arbeitsbereiche zu optimieren oder um gesellschaftliche Herausforderungen zu lösen. Im Rahmen einer erweiterten Stakeholderbetrachtung eignet sich Design Thinking auch in hohem Maße zum Einsatz im Nachhaltigkeitsmanagement.

### INTERNATIONALES MANAGEMENT UND NACHHALTIGKEIT

Dauer 1 Tag

Viele deutsche Unternehmen sind z.B. in Form von Export, Kooperationen, Joint Ventures oder ausländischen Tochtergesellschaften in einem anderen Land tätig. Diese Auslandstätigkeit bringt aus Sicht eines nachhaltigen Managements besondere Herausforderungen mit sich.

Insbesondere die noch sehr stark differierenden politischen, rechtlichen, ökonomischen und vor allem auch kulturellen Unterschiede zwischen Ländern und Regionen erfordern eine explizite Auseinandersetzung mit diesen Rahmenbedingungen beim Aus- bzw. Aufbau von nachhaltigen Auslandsaktivitäten.

### NACHHALTIGE INNOVATIONEN UND SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP

Dauer 1 Tag

Abgestimmt mit dem Kurs „Nachhaltiges Management und Stakeholderstrategie“ gliedert sich die vorliegende Veranstaltung in zwei Teile. Im ersten Teil wird den Teilnehmer\*innen ein Überblick zu Nachhaltigkeitsinnovationen vermittelt. Im zweiten Teil der Veranstaltung wird interaktiv erarbeitet, wie nachhaltige Geschäftsideen -so erforderlich unter effizienter Einbindung von Stakeholdern identifiziert, eingeschätzt und verbessert werden können. Dies, um langfristig tragfähige Wettbewerbschancen für die eigene Organisation bestmöglich auszunutzen.

### NACHHALTIGE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Dauer 1 Tag

In dieser Veranstaltung soll zunächst die Frage erörtert werden, was nachhaltige Unternehmensführung ist. Verschiedene Konzepte und Interpretationsansätze werden im Kontext ihrer Entstehung dargestellt und diskutiert: Was lässt sich am Trend von "Do no harm!" zu "Do good!", von „less pollution“ über „carbon neutral“ zu „net positive“ usw. ablesen?

Daran anschließend soll die Frage behandelt werden, wie sich Ansätze der Wirtschafts- und Unternehmensethik ideengeschichtlich entwickelt haben. Im Zuge dessen soll auch erläutert und nachvollzogen werden, warum im aktuellen Fokus der Diskussion das Konzept „Environmental – Social – Governance (ESG)“ steht und welches Verständnis dazu bei gesellschaftlichen Akteuren sowie Marktteilnehmern zugrunde liegt.

### NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNG IM NETZWERK

Dauer 1 Tag

Ziel dieser Lerneinheit ist es, die grundsätzliche Veränderung in der Wertschöpfung zu erläutern und hieraus die Relevanz von Know-how und Wissen als wesentliche Ressourcen für die Innovation zu erkennen. Die Teilnehmer werden die Herausforderungen für den nachhaltigen Unternehmenserfolg ihrer eigenen Organisation erkennen und hieraus Methoden zur Identifikation relevanter Stakeholder sowie deren Motivation entwickeln.

Zudem erfahren die Teilnehmenden anhand praktischer Beispiele, wie sie mit standardisierten ESG-Methoden und dem Corporate Storytelling diese Interessengruppen zur dauerhaften Kooperation bewegen können.

## Lehreinheiten des Zertifikatskurses

NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNGSKETTE		NACHHALTIGES MANAGEMENT UND STAKEHOLDERSTRATEGIE		NACHHALTIGES MINDSET: MENSCH & NATUR	
Dauer	1 Tag	Dauer	1 Tag	Dauer	1 Tag
<p>In dieser Veranstaltung soll unter anderem herausgearbeitet werden, dass das Konzept von Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung gemäß heute angewendetem Verständnis die Stoffströme entlang der gesamten Wertschöpfungskette einschließt:</p> <p>Angefangen beim landwirtschaftlichen Anbau bzw. der industriellen Gewinnung von Rohstoffen über die Gesamtheit aller Produktionsschritte der verarbeitenden Unternehmen über den Handel, die Logistik, damit zusammenhängende Dienstleistungen bis hin zur Nutzung von Produkten und deren anschließender Entsorgung bzw. Verwertung.</p>		<p>Die Veranstaltung gliedert sich in zwei Teile. Im ersten Teil wird den Teilnehmer*innen ein Überblick zum Nachhaltigen Management vermittelt. Im zweiten Teil der Veranstaltung wird dargelegt, wie Unternehmen Stakeholder strategisch langfristig in die Unternehmensaktivitäten integrieren können, um simultan ihre Wettbewerbsfähigkeit und License-to-Operate zu erhalten.</p> <p>Welches sind die wichtigsten inhaltlichen Stichpunkte?</p> <p>Nachhaltigkeitshistorie, Sustainable Development Goals, nachhaltige Unternehmensführung, Zielintegration im Nachhaltigkeitsmanagement, Stakeholdertheorie und Stakeholderansprüche, Stakeholderintegration, Sustainability Balanced Scorecards, Interaktion mit Stakeholdern, Management von Spannungen aus Stakeholderanforderungen im Nachhaltigkeitskontext</p>		<p>In diesem Seminar soll „Sustainability“ nicht auf konkrete wirtschaftliche Prozesse bzw. ihre ethische Dimension bezogen, sondern auf umfassendere, philosophische Weise reflektiert werden: Was macht einen „nachhaltigen Blick“ auf die Wirklichkeit als Ganzes aus? Welche Werte sollen einen solchen Blick bestimmen? Erfordert nachhaltiges Handeln einen Perspektivenwechsel weg von anthropo- und hin zu ökozentrischen Kategorien?</p> <p>Ausgangspunkt der Reflexion dieser und ähnlicher Fragen ist die philosophische Frage nach dem gelingenden menschlichen Leben. Diese Frage mag überraschend erscheinen, da sie in der aktuellen Literatur zu „Sustainability“ selten gestellt wird, aber die Idee dahinter ist: Nachhaltige Lösungen hinsichtlich ökonomischer, ökologischer oder sozialer Fragen können nur dann entwickelt werden, wenn innerhalb dieser Rahmenbedingungen menschliches Leben gelingen kann. Lösungsansätze, die menschliche Fähigkeiten nicht zur Entfaltung bringen oder den Menschen gar auf Dauer unglücklich machen, werden sich nicht als nachhaltig erweisen können.</p>	



## Lehreinheiten des Zertifikatskurses

### NACHHALTIGKEIT: BUSINESS MINDSET

Dauer 1/2 Tag

Die aktuelle Debatte zu Nachhaltigkeit zeigt: Die Zivilgesellschaft verlangt von Unternehmen, umfassend Verantwortung zu übernehmen. Ihre Tätigkeit soll die globale nachhaltige Entwicklung verbessern und die Umsetzung der politischen Agenda unterstützen. Von den Akteuren werden Unternehmen als Mittel zum Zweck wahrgenommen, mit denen politische Ziele erreicht werden sollen – wie die u.a. von den UN propagierte „nachhaltige Entwicklung“. Im Gegensatz dazu liegt die rechtlich formulierte, treuhänderische und ausschließliche Verantwortung von Geschäftsleitung und Aufsicht klar auf der nachhaltigen, d.h. dauerhaften Geschäftstätigkeit des Unternehmens. Dessen Bestand ist abzusichern.

Ein umfassendes Wissen über die Grundlagen der Nachhaltigkeit schafft die Voraussetzung, um wirksame Vorgehensweisen in der Führung, Entwicklung und Überwachung von Organisationen und deren Leitungsangebot zu entwickeln. Es wird aufgezeigt, wie sich auf diese Weise das dauerhafte Überleben von legitimen Organisationen langfristig absichern lässt und warum dieses Modell – gerade in der aktuellen Veränderung von Wertschöpfung, Digitalisierung und Kooperation – auch ökonomisch attraktiv ist.

### SUSTAINABILITY MARKETING & CONSUMER BEHAVIOUR

Dauer 1 Tag

Mehr globale Nachhaltigkeit ist dringlicher denn je. Das Erreichen der Klimaziele bei gleichzeitiger Balance ökonomischer und sozialer Ziele erfordert es, Wirtschaft neu zu denken. Trotz zunehmender Steuerung durch den Staat, neuer nachhaltiger Geschäftsmodelle von Unternehmen und einer wachsenden Anzahl nachhaltiger Konsument:er, bleibt das Ausmaß der Anpassungserfordernisse groß. Unternehmen müssen sich in diesem radikal verändernden Umfeld neu orientieren und nachhaltige Antwortstrategien finden. Das Marketing von Unternehmen ist in diesem Kontext Mitverursacher der aktuellen ökologischen und sozialen Probleme, kann aber mit der richtigen Orientierung auch maßgeblich zu ihrer Lösung beitragen. Vor diesem Hintergrund sind aktuelles Wissen über Chancen und Herausforderungen des Nachhaltigkeitsmarketings und über nachhaltiges Konsument:innenverhalten wichtig für alle Nachhaltigkeitsmanager, aber auch für Mitarbeitende in anderen Funktionsbereichen in Profit- und Non-Profit-Organisationen sowie auf allen Führungsebenen. Das zentrale Ziel der Veranstaltung ist es, aktuelles Wissen in den Bereichen nachhaltiges Marketing und Konsument:innenverhalten zu vermitteln, das die Teilnehmenden gewinnbringend in ihren Organisationen einsetzen können.

### ENTERPRISE RISK APPROACH

Dauer 1 Tag

Ziel dieser Lerneinheit ist es, die grundsätzliche, unternehmerische Perspektive des Enterprise Risk Managements zu verstehen und die Anwendung von pragmatischen Methoden insbesondere der Risikoidentifizierung und der langfristigen Unternehmenssicherung zu begreifen. Die Teilnehmenden werden hieraus eigene Ansätze für die Anwendung der Chancen- und Risikobewertung in ihrer eigenen Organisation entwickeln und hierbei insbesondere erlernen, wie qualitative und nicht-quantifizierbare Risiken abgebildet werden können.

### NEU: SUSTAINABLE FINANCE

Dauer 1 Tag

In diesem Seminar werden Sie mehr erfahren über:

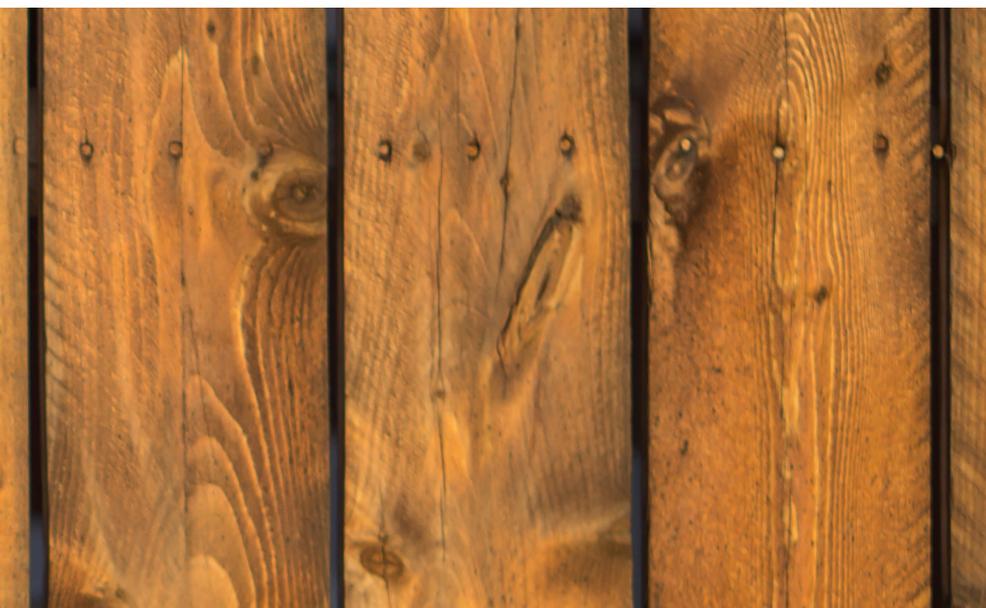
- Nachhaltige Finanzprodukte und Investitionsstrategien
- ESG-Daten (Verfügbarkeit, Qualität und Quellen)
- ESG-Ratings (u.a. Markt und verfügbare Labels)
- Angewandte Fallbeispiele aus der Praxis (u.a. nachhaltiger Investieren)

### BERATUNG & BUCHUNG

Ansprechpartner: Martin Vogt

☎ 0821 / 598 4723

@ info-msp@zww.uni-augsburg.de



# Zertifikatskurs Sustainability Manager/-in (Univ.)

## Anmeldemöglichkeiten

### ZWW-Website

[www.zww.uni-augsburg.de/sustainability-manager](http://www.zww.uni-augsburg.de/sustainability-manager)

### ZWW-E-Mail

[info-msp@zww.uni-augsburg.de](mailto:info-msp@zww.uni-augsburg.de)

### \*Rabatt

Sichern Sie sich unseren Frühbucherrabatt in Höhe von 10% (bis 6 Wochen vor Kursbeginn).

Sie sind Alumnus/Alumna der Universität Augsburg oder haben bereits einen Kurs am ZWW besucht?

Somit erhalten Sie zusätzlich unseren Alumni-Rabatt von 5%.

## Kontakt



Martin Vogt, M.A.  
Produktmanager  
Management-Weiterbildung  
Telefon: +49 (0) 821/598-4723  
Telefax: +49 (0) 821/598-144723  
E-Mail:  
[martin.vogt@zww.uni-augsburg.de](mailto:martin.vogt@zww.uni-augsburg.de)