



Bewertungsmatrix

Gewichtung 1 - 10; 1= weniger wichtig, 10 = sehr wichtig

Kriterien	Gew.
-----------	------

Marke Xy				
5	3	1	0	

Marke Xy				
5	3	1	0	

Marke Xy				
5	3	1	0	

Marke Xy					best case
5	3	1	0		

5
3
1
0
Outstanding
überdurchschnittlich
durchschnittlich
unterdurchschnittlich

Ökologisch

	Gew.	5	3	1	0	
Verwendet nachwachsende, recycelte und nicht toxische Rohstoffe	10	x				50
Unterstützt lange Lebenszyklen (Langlebigkeit/Reparierbarkeit)	4	x				20
Hat eine Strategie zur Reduktion seines Fußabdrucks/seiner Emissionen (Klimaneutralität)	8	x				40
Abfallentstehung in der Anlieferung (z.B. Single Used Plastic)	4	x				20
Fördert die Kreislaufwirtschaft	4	x				20
Setzt sich für das Tierwohl ein	0					0
	0					0
	0					0
	0					0

	Gew.	5	3	1	0	
		x				30
		x				12
		x				24
		x				12
		x				12
						0
						0
						0
						0

	Gew.	5	3	1	0	
				x		10
				x		4
				x		8
				x		4
				x		4
						0
						0
						0
						0

	Gew.	5	3	1	0		best case
						0	150
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	

Sozial

	Gew.	5	3	1	0	
Engagiert sich für faire und ethische Geschäftspraktiken	8	x				40
Engagiert sich für faire Arbeitsbedingungen	10	x				50
Unterstützt das Gemeinwohl	2	x				10
	0					0
	0					0

	Gew.	5	3	1	0	
		x				24
		x				30
		x				6
						0
						0

	Gew.	5	3	1	0	
				x		8
				x		10
				x		2
						0
						0

	Gew.	5	3	1	0		best case
						0	100
						0	
						0	
						0	
						0	

Ökonomisch

	Gew.	5	3	1	0	
Hat das Pflichtenheft unterschrieben und setzt die Inhalte um	8	x				40
Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie verankert	8	x				40
Kundensicht: Marke steht für das Thema Nachhaltigkeit	4	x				20
	0					0
	0					0

	Gew.	5	3	1	0	
		x				24
		x				24
		x				12
						0
						0

	Gew.	5	3	1	0	
				x		8
				x		8
				x		4
						0
						0

	Gew.	5	3	1	0		best case
						0	100
						0	
						0	
						0	
						0	

Punkte (qualitative Bewertung)

in %

350	100%
-----	------

210	60%
-----	-----

70	20%
----	-----

0	0%
---	----