



Nachhaltigkeit und Compliance im Aufwind

Studie untersucht globale Nachhaltigkeits- und Compliance-Trends

Die zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeit für Unternehmen ist ein globaler Trend – besonders in China hat sie einen hohen Stellenwert. Vor allem Großunternehmen haben Ihre Ausgaben für produktbezogene Compliance und Nachhaltigkeit gesteigert. Die weltweit wohl größte Umfrage zu Nachhaltigkeit und Compliance der iPoint-systems gmbh untersuchte bereits das vierte Jahr in Folge Trends in aller Welt.

Pia Ostroske

Durch eine jährlich durchgeführte Umfrage zu Nachhaltigkeits- und Compliance-Trends mit weltweiten Expert:innen kann das Unternehmen iPoint Systems gmbh anhand der Ergebnisse Trends im Zeitverlauf erkennen.

Auch 2021 ging das Unternehmen den Fragen nach, wie wichtig Nachhaltigkeit und Produktcompliance für Unternehmen weltweit sind, welche Compliance- und Nachhaltigkeitsthemen in ihrem Fokus ste-

hen, wie sich ihre Ausgaben für diese Themen entwickeln und wo sie investieren.

Zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeit als globaler Trend

Die 949 Studienteilnehmer:innen bewerteten Produktcompliance wie in den vorherigen Jahren immer noch höher als Nachhaltigkeit. Während der Stellenwert von Compliance jedoch konstant bleibt, nähert sich Nachhaltigkeit mit ihrer stetig wachsenden

Bedeutung Schritt für Schritt an. Dies zeigt sich an der sprunghaften Zunahme der Spitzenbewertungen für Nachhaltigkeit: 61 Prozent aller Befragten stuften Nachhaltigkeit mit der höchstmöglichen Bedeutung für ihr Unternehmen ein, gegenüber 53 Prozent im letzten Jahr (Bild 1). Die Einhaltung der Produktvorschriften wurde von beeindruckenden 71 Prozent am höchsten bewertet, was exakt dem Prozentsatz des letzten Jahres entspricht. Nur 4,5 Prozent der »»

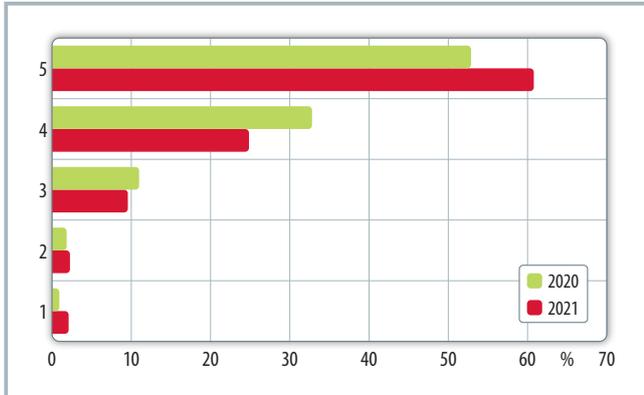


Bild 1. 61 Prozent der Befragten messen Nachhaltigkeit mit einem Wert von 5 die höchstmögliche Bedeutung bei. 2020 waren es noch 53 Prozent. Quelle: iPoint-systems gmbh © Hanser

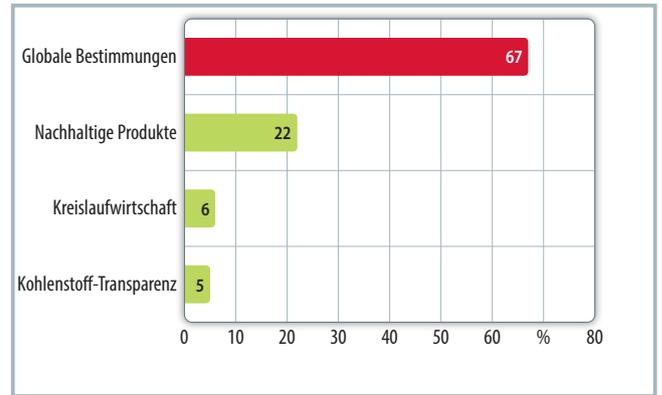


Bild 2. Zwei Drittel der Unternehmen weltweit konzentrieren sich mehr auf die Einhaltung globaler Vorschriften als auf Nachhaltigkeitsthemen. Quelle: iPoint-systems gmbh © Hanser

Teilnehmer gaben an, dass Nachhaltigkeit für ihr Unternehmen von geringer Bedeutung ist und nur 3 Prozent gaben diese Bewertungen für die Einhaltung von Vorschriften an.

Produktcompliance stärker im Mittelpunkt als Nachhaltigkeitsthemen

Bei der Auswahl ihres Schwerpunktthemas im Bereich Compliance und Nachhaltigkeit fällt die Nachhaltigkeit allerdings noch etwas zurück: Starke zwei Drittel der Unternehmen weltweit konzentrieren sich eher auf die Einhaltung von Vorschriften als auf

Fragen von Nachhaltigkeit. Welches Compliance- oder Nachhaltigkeitsthema ist für Unternehmen aus der ganzen Welt von großer Bedeutung? Die Teilnehmer:innen wurden aufgefordert, zwischen vier Optionen zu wählen. 67 Prozent der Teilnehmenden gaben globale Compliance-Vorschriften wie REACH, RoHS, und SCIP als ihr Schwerpunktthema an, während das verbliebene Drittel nachhaltige Produkte (22 Prozent), Kreislaufwirtschaft oder Kohlenstoff-Transparenz derzeit in ihren Fokus rückt (Bild 2).

Bei Unternehmen der Elektronikindustrie ist dieser Trend sogar noch stärker: 78 Prozent konzentrieren sich derzeit eher auf Compliance als auf Nachhaltigkeitsfragen. Nur 15 Prozent halten nachhaltige Produkte derzeit für besonders wichtig. Dies könnte vor allem darauf zurückzuführen sein, dass gerade in der Elektronikindustrie die Anforderungen aufgrund der hohen Regulierung gestiegen sind und auch die Datenlage in diesem Bereich vergleichsweise unzureichend ist.

Investitionen in Softwarelösungen steigen

Die steigende Bedeutung von Nachhaltig-

keit und Compliance wirkt sich auch positiv auf die Unternehmensausgaben in diesen Bereichen aus. Wie in den Vorjahren stiegen auch 2021 die Unternehmensausgaben für Compliance- und Nachhaltigkeitsthemen. In diesem Jahr stieg der Prozentsatz der Unternehmen, die ihr Budget aufstocken wollen sogar von 41 Prozent auf 46 Prozent. Knapp die Hälfte der Unternehmen ziehen es allerdings vor, die Ausgaben eher stabil zu halten, und nur 5 Prozent planen, die Ausgaben für Compliance und Nachhaltigkeit zu senken.

Wo würde ihr Unternehmen eher investieren: in Software oder in Mitarbeiter? Die Teilnehmenden, die eine Steigerung ihrer Ausgaben angaben, wurden über den Investitionsschwerpunkt ihres Unternehmens gefragt. Tatsächlich stieg der Anteil an Investitionen in Softwarelösungen: 41 Prozent der Befragten würden eher in Software als in zusätzliche Personalressourcen investieren, gegenüber 35 Prozent im Jahr 2020 (Bild 3).

Großunternehmen: Spitzenreiter in Sachen Nachhaltigkeit

Je nach Unternehmensgröße bestehen unterschiedlich große Mittel um Unterneh-

INFORMATION & SERVICE

AUTORIN

Pia Ostroske ist Marketing Managerin bei der iPoint-systems gmbh und hat zum vierten Mal die Nachhaltigkeits- und Compliance-Trends-Umfrage durchgeführt.

UNTERNEHMEN

iPoint ermöglicht es Unternehmen, die erforderlichen Daten zu sammeln und zu analysieren, um die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen ihrer Produkte und der damit verbundenen Prozesse zu bewerten und zu berichten. Durch die Digitalisierung der Produktlebenszyklen und Lieferkettenbeziehungen unterstützen iPoints Softwarelösungen Unternehmen beim Management von Compliance, Risiken und Nachhaltigkeit. Dies schafft die Transparenz, die Unternehmen benötigen, um erfolgreich gesetzeskonforme und nachhaltige Produkte herzustellen und auf den Markt zu bringen.

KONTAKT

iPoint-systems gmbh
 contact@ipoint-systems.com
 www.ipoint-systems.com

Investition in Software oder Personal?

Ein realer Business Case auf Grundlage von SCIP-Berichterstattung zeigt, dass es für Unternehmen tatsächlich rentabler ist, in Software als in Arbeitskräfte zu investieren. Der manuelle Aufwand für die SCIP-Berichterstattung eines Dossiers kann insgesamt 6

Stunden dauern, da die einzelnen Schritte viel Zeit in Anspruch nehmen. Mit einer Compliance-Softwarelösung wie iPoint Compliance, mit seinem SCIP Connector, dauert die Erstellung eines Dossiers nur 5 Minuten.

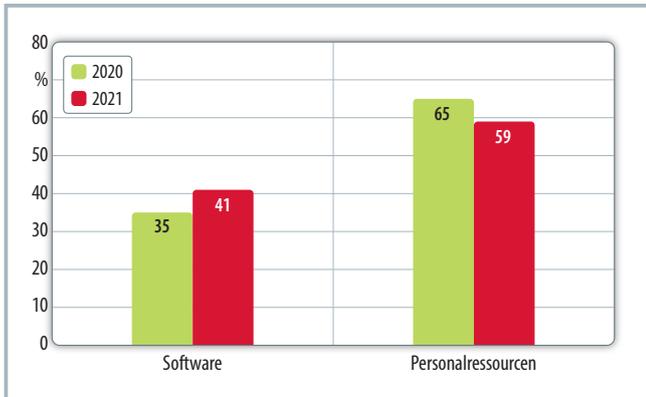


Bild 3. Der Anteil der Unternehmen, die in Software investieren statt in Personal, steigt gegenüber dem Vorjahr. Quelle: iPoint-systems gmbh © Hanser

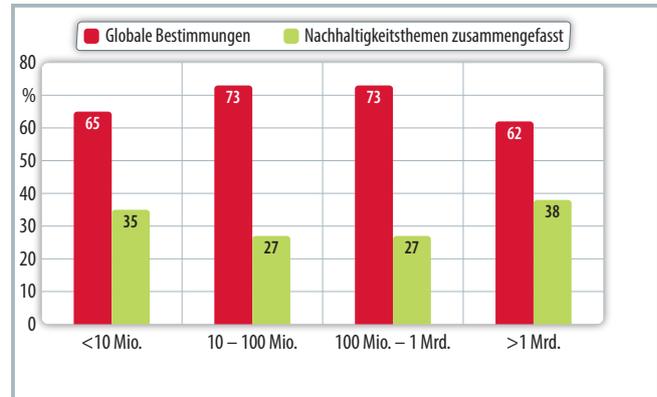


Bild 4. Großunternehmen fokussieren Nachhaltigkeitsthemen stärker als mittelständische Unternehmen. Quelle: iPoint-systems gmbh © Hanser

mensausgaben für Nachhaltigkeit und Compliance zu erhöhen. So zeigt sich, dass unter den befragten Großunternehmen sogar 68 Prozent zu einer Anhebung ihres Compliance- und Nachhaltigkeitsbudgets entschieden haben.

An der Umfrage haben Unternehmen unterschiedlicher Größe teilgenommen, die auf der Grundlage der Umsatzdaten in vier Unternehmensgrößen eingeteilt wurden: 16 Prozent der Befragten kommen aus Großunternehmen mit einem Umsatz von über 1 Milliarde Dollar, 21 Prozent aus mittelgroßen Unternehmen (100 Million bis 1 Milliarde Dollar), 34 Prozent aus kleinen Unternehmen (10 bis 100 Millionen Dollar) und die Restlichen aus kleineren Betrieben.

Nicht nur hinsichtlich der Unternehmensausgaben heben sich die Umfrageergebnisse der Großunternehmen besonders hervor. 38 Prozent der Großunternehmen konzentrieren sich eher auf Nachhaltigkeitsfragen als auf globale Compliance-Vorschriften, insbesondere auf nachhaltige Produkte (24 Prozent). In sowohl kleinen als auch mittelgroßen Unternehmen hingegen sind es nur 27 Prozent, die sich auf eines der Nachhaltigkeitsthemen fokussieren. Darüber hinaus bewerteten Großunternehmen die Bedeutung sowohl der Einhaltung von Compliance-Vorschriften als auch von Nachhaltigkeit im Durchschnitt deutlich höher als kleine und mittlere Unternehmen (Bild 4). Unter diesen Bedingungen ist es nicht überraschend, dass Großunternehmen ihr Budget für Compliance und Nachhaltigkeit in größerem Umfang erhöhten.

Die Studie zeigt, dass die Großunternehmen die Vorreiter für Nachhaltigkeit sind, indem ihr eine besonders hohe Priorität einräumen und verstärkt investieren.

Auf diese Weise nehmen sie auch Einfluss auf ihre Lieferkette.

Hoher Stellenwert von Nachhaltigkeit in China

Wo befinden sich aus regionaler Sicht die Voreiter für Nachhaltigkeit? Experten von Unternehmen aus 50 Ländern weltweit, vor allem aus Nordamerika, Europa und Asien, nahmen an der Umfrage teil. Der größte Anteil der Teilnehmer kommt mit 32 Prozent aus den USA, gefolgt von Deutschland (15 Prozent) und China (8 Prozent).

Besonders bemerkenswert sind die Umfrageergebnisse in Asien: Nach den bereits überdurchschnittlichen Bewertungen im Jahr 2020 stieg die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Compliance weiter. Noch deutlicher sind die Bewertungen in China: 81 Prozent der chinesischen Unternehmen messen Nachhaltigkeit die größtmögliche Bedeutung bei. Keiner der Befragten aus China bewerteten Nachhaltigkeit als wenig bedeutsam. Im September 2020 kündigte China an, dass es das Netto-Null-Ziel für 2050 anstrebt. Dies könnte einer der Gründe sein, warum Nachhaltigkeit in der Wahrnehmung chinesischer Unternehmen einen besonders hohen Stellenwert eingenommen hat.

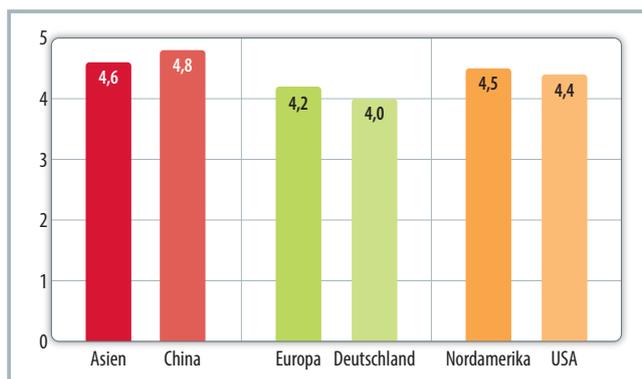


Bild 5. Deutschland hinkt in seiner Bewertung von Nachhaltigkeit etwas hinter dem weltweiten Schnitt her. China ist Spitzenreiter. Quelle: iPoint-systems gmbh © Hanser

In Europa liegt die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Schnitt zwar auf einem konstant hohen Niveau, allerdings gehen die Meinungen stärker auseinander, insbesondere in Deutschland. Hier messten 40 Prozent der Befragten Nachhaltigkeit die größte Bedeutung bei, während 8 Prozent angeben, dass sie für ihr Unternehmen von geringer Bedeutung sei. In Nordamerika liegen die Bewertungen wie bereits zuvor in der Nähe des weltweiten Durchschnitts.

Insgesamt zeigt die Studie einen starken globalen Trend der Unternehmen in Richtung Nachhaltigkeit. Dieser Trend wird auch von Verbrauchern und Politikern verfolgt, zum Beispiel verschärft der europäische Green Deal sein Ziel, im Jahr 2050 der erste klimaneutrale Kontinent zu werden. Andere Länder gehen in die gleiche Richtung und setzen sich Klimaneutralitätsziele für 2050. Hinzu kommt, dass gut informierte Verbraucher ihre Kaufentscheidungen zunehmend auf der Grundlage von Nachhaltigkeitskriterien treffen. Insbesondere Unternehmen mit diesem Kundenstamm, sind zum Handeln gezwungen, um eine führende Rolle auf dem Markt beizubehalten. ■