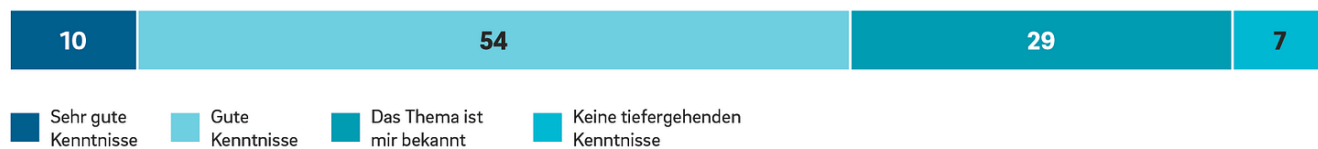


Priorität von ESG und Einschätzung der Kenntnisse

Haben Initiativen aus den Bereichen **Environmental**, **Social** und **Governance** hohe Priorität für Ihre Geschäftsführung? [in %]



Wie gut würden Sie Ihre Kenntnisse von Anforderungen zur Erreichung einer ESG-Konformität einschätzen? [in %]



Quelle Roland Berger

03.11.2022 08:27 CET

Mittelständische Automobilzulieferer sehen ESG und Nachhaltigkeit als Chance im Wettbewerb

[Study Download](#)

- ESG mit hoher oder sehr hoher Priorität für fast 70 Prozent der Unternehmen
- Vermeiden von langfristigen Wettbewerbsnachteilen stärkste Motivation

- Unklare Anforderungen von Gesetzgeber und Kunden als größte Hürde

München, November 2022: Lieferkettenprobleme, steigende Energie- und Rohstoffpreise sowie der zunehmende Fachkräftemangel setzen die Automobilzuliefererindustrie unter Druck. Zudem spielen auch für mittelständische Unternehmen Nachhaltigkeitsstandards eine zentrale Rolle, um sich vom Wettbewerb abzuheben. So bescheinigt sich die Mehrheit der Firmen inzwischen gute Kenntnisse, was die Erfüllung von Umwelt- (Environment), sozialen (Social) und Governance-Kriterien (ESG) betrifft. Als größte Umsetzungshürde werden dagegen unklare Anforderungen von Gesetzgeber oder Kunden genannt. Dies geht aus einer aktuellen Roland Berger-Umfrage hervor, die unter rund 60 mittelständischen Zulieferern in der DACH-Region durchgeführt wurde.

„Die Anforderungen der großen Automobilhersteller an ihre Zulieferer steigen stetig. Vor allem im Hinblick auf ESG-Themen werden in den Ausschreibungen immer klarere Erwartungen formuliert“, so Thomas Schlick, Partner bei Roland Berger. „Vor diesem Hintergrund ist es für Zulieferer nur konsequent, hier proaktiv Differenzierungsmöglichkeiten zum Wettbewerb zu suchen. Die Entwicklung nachhaltigerer Geschäftsmodelle ist eine der bedeutendsten langfristigen Herausforderungen für mittelständische Autozulieferer.“

Wie die Umfrage zeigt, sind mittelständische Automobilzulieferer in Bezug auf ESG-Initiativen bereits zunehmend aktiv. So hat mehr als die Hälfte der Befragten nach eigenen Angaben gute Kenntnisse in dem Bereich; bei zehn Prozent sind sie sogar sehr gut. In knapp sieben von zehn Firmen werden ESG-bezogene Aktivitäten mit hoher oder sehr hoher Priorität durch die Geschäftsführung verfolgt. Große Fortschritte bei umweltbezogenen Aktivitäten werden im Bereich der Transport-Dekarbonisierung genannt. Hier haben bereits drei Viertel der Befragten entsprechende Maßnahmen umgesetzt oder planen diese in den nächsten zwei Jahren. Mit Blick auf den sozialen Bereich dominieren zwei Themen: Jeweils 87 Prozent der befragten Unternehmen geben an, Maßnahmen zur Förderung von Diversität sowie von Menschenrechtsstandards in der Lieferkette umzusetzen bzw. zu planen. Im Feld Governance setzen rund neun von zehn Befragten auf Aktivitäten wie ESG-Reporting oder die Lieferantenauswahl nach ESG-Kriterien.

ESG als Chance für gestärkte Wettbewerbsfähigkeit

Was motiviert die Unternehmen, sich in Sachen ESG zu engagieren? Es ist zumindest nicht primär regulatorischer Druck. Fast die Hälfte der Unternehmen will in erster Linie das Risiko langfristiger Wettbewerbsnachteile reduzieren. "Automobilzulieferer können sich mittelfristig über ESG differenzieren. Langfristig werden diejenigen in der Kunden- und Öffentlichkeitswahrnehmung verlieren, die ihre Hausaufgaben entlang von ESG nicht gemacht haben", so Schlick.

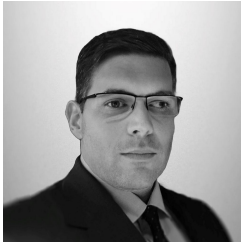
Häufigste ESG-Forderungen an Unternehmen: CO₂-Fußabdruck und Lieferkettengesetz

Der Umfrage zufolge wird aktuell etwa die Hälfte der Teilnehmer häufig bis sehr häufig mit ESG-Forderungen wie dem Ausweisen des CO₂-Fußabdrucks bei Projektvergaben (60 %) sowie der Einhaltung des Lieferkettengesetzes (38 %) konfrontiert. Darauf folgen das Nachweisen von Emissionszielen (32 %) und ESG-Ratings (24 %).

Die größten Hürden bei der Ausgestaltung und Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategien sind nach Angaben von drei Viertel der Befragten unklare Anforderungen von Seiten des Gesetzgebers oder der Kunden. Außerdem werden fehlendes Know-how von Lieferanten (68 %) sowie Kapazitätsengpässe bei den eigenen Beschäftigten (51 %) als weitere Herausforderungen für die Einhaltung von ESG-Standards gesehen.

Roland Berger ist die einzige Strategieberatung europäischer Herkunft mit einer starken internationalen Präsenz. Als unabhängige Firma, im alleinigen Besitz unserer Partnerinnen und Partner, sind wir mit 51 Büros in allen wichtigen Märkten präsent. Unsere 2700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeichnet eine einzigartige Kombination aus analytischem Denken und empathischer Einstellung aus. Angetrieben von unseren Werten Unternehmergeist, Exzellenz und Empathie sind wir überzeugt davon, dass Wirtschaft und Gesellschaft ein neues, nachhaltiges Paradigma benötigen, das den gesamten Wertschöpfungskreislauf im Blick hat. Durch die Arbeit in kompetenzübergreifenden Teams über alle relevanten Branchen und Geschäftsfunktionen hinweg bietet Roland Berger weltweit die beste Expertise, um die tiefgreifenden Herausforderungen unserer Zeit heute und morgen erfolgreich zu meistern.

Kontaktpersonen



Raphael Dörr

Pressekontakt

Head of Corporate Communications & PR

raphael.doerr@rolandberger.com

+49 89 9230 8792



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750