

Neue IBM Studie: Unzureichende Daten erschweren ESG-Fortschritt

• Führungskräfte nennen unzureichende Daten als Haupthindernis für Fortschritte beim Erreichen ihrer ESG-Ziele (Global: 41 %, Europa: 41 %) • Nur 4 von 10 befragten Verbraucher_innen glauben, dass sie über genügend Daten verfügen, um umweltverträgliche Kauf- (Global: 41 %, Europa 37 %) oder Beschäftigungsentscheidungen (Global: 37 %, Europa: 30 %) zu treffen.



ARMONK, N.Y., USA; Ehningen, 18. April 2023- Die neue globale Studie des IBM (NYSE: IBM) Institute for Business Value (IBV) trägt den Titel „[The ESG ultimatum: Profit or perish](#)“, und wurde unter Führungskräften und Verbraucher_innen durchgeführt. Demnach zählt die stärkere Fokussierung auf ökologische Nachhaltigkeit für beide Gruppen nach wie zu den obersten Prioritäten. Unzureichende Daten stellen jedoch eine große Herausforderung dar, wenn es darum geht, persönliche als auch Unternehmens- Ziele im Bereich Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG = Environmental, Social and Governance) zu erreichen.

Die befragten Führungskräfte nennen unzureichende Daten (Global: 41 %, Europa: 41 %) als größtes Hindernis für ihre Fortschritte bei ESG, gefolgt von regulatorischen Barrieren (Global: 39 %, Europa: 39 %), uneinheitlichen Standards (Global: 37 %, Europa: 39 %) und unzureichenden Kenntnissen (Global: 36 %, Europa: 36 %). Ohne die Möglichkeit, auf ESG-Daten zuzugreifen, sie zu analysieren und zu verstehen, ist es schwierig für Unternehmen, Verbraucher_innen mehr Transparenz zu bieten und ihre Erwartungen zu erfüllen.

74 Prozent (Europa: 71 %) der befragten Führungskräfte sind der Meinung, dass ihre Stakeholder die ESG-Ziele und -Leistungen ihres Unternehmens verstehen, doch nur etwa vier von zehn befragten Verbraucher_innen haben das Gefühl, dass sie über genügend Daten verfügen, um ökologisch nachhaltige Kauf- (Global: 41 %, Europa 37 %) oder Beschäftigungsentscheidungen (Global: 37 %, Europa: 30 %) treffen zu können.

„Ökologische Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung sind für Verbraucher_innen noch wichtiger geworden. Und sie treffen entsprechende Kaufentscheidungen“, sagt Elisabeth Goos, Sustainability Services Leader EMEA, IBM Consulting. „Die

Mehrheit der Verbraucher_innen zieht Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen vor, die ihre ESG-Agenda nachvollziehbar vorantreiben. Das wird auch bei der Arbeitgeberwahl immer wichtiger. Unternehmen müssen die Transparenz über ihren ESG-Fortschritt verbessern und Barrieren bei ESG-Daten abbauen.“

Weitere Ergebnisse der Studie sind:

Unternehmen investieren in ESG und sehen es als gut für das Geschäft an

- 76 Prozent (Europa: 76 %) der befragten Führungskräfte geben an, dass ESG für ihre Geschäftsstrategie von zentraler Bedeutung ist.
- Fast 3 von 4 befragten Führungskräften (Global: 72 %, Europa: 75 %) sehen ESG als Umsatzbringer und nicht als Kostenstelle. Eine Aussage, die darauf hindeutet, dass ESG und Rentabilität entgegen der landläufigen Meinung nicht im Widerspruch zueinander stehen.
- 76 Prozent (Europa: 80 %) der befragten Führungskräfte geben an, dass sich ihr Unternehmen auf das Erreichen von ESG-Ergebnissen konzentriert und nicht nur auf die Erfüllung von Berichtsanforderungen.

Das Engagement der Verbraucher_innen für Nachhaltigkeit hat zugenommen. Gleichzeitig haben sie das Gefühl, nicht genügend Informationen zu haben, um fundierte Entscheidungen treffen zu können

- Rund zwei Drittel der befragten Verbraucher_innen geben an, dass ökologische Nachhaltigkeit (Global: 68 %, Europa: 61 %) und soziale Verantwortung (Global: 65 %, Europa: 59 %) für sie sehr oder äußerst wichtig sind.
 - Die gestiegenen Lebenshaltungskosten haben für mehr als die Hälfte (Global: 51 %, Europa: 55 %) der Befragten in den letzten 12 Monaten umweltverträgliche Entscheidungen erschwert. Bei etwa 6 von 10 war dennoch mindestens die Hälfte ihrer Einkäufe als umweltverträglich oder sozial verantwortlich gekennzeichnet.
 - Nur einer von drei (Global: 33 %, Europa: 25 %) befragten Verbrauchern gibt an, dass sie über ausreichende Informationen verfügen, um nachhaltige Investitions- und Sparentscheidungen zu treffen.

Eine Mehrheit der Führungskräfte gesteht ein, dass ihr Unternehmen keine nennenswerten Fortschritte bei der Verwirklichung von ESG-Zielen gemacht hat. Datenprobleme könnten ein Hindernis bei der Messung von Fortschritten und der Erfüllung von Verbraucheranforderungen sein.

- Zwar haben laut 95 Prozent (Europa: 94 %) der befragten Führungskräfte ihre Unternehmen Pläne bezüglich ESG erarbeitet, allerdings bestätigen nur 10 Prozent (Europa: 9 %), dass ihr Unternehmen erhebliche Fortschritte bei der Umsetzung dieser Pläne gemacht hat.
- Fast 3 von 4 befragten Führungskräften (Global: 73 %, Europa: 71 %) haben in ihrem Unternehmen Schwierigkeiten, die Flut an manuellen Daten zu bewältigen, während sieben von zehn (Global: 70 %, Europa: 68 %) sagen, dass sie Schwierigkeiten haben, Daten zu konsolidieren oder zu manipulieren.

Die Studie hebt besonders die Führungskräfte hervor, die einen größeren Erfahrungsstand bei der Implementierung von ESG haben und somit als Vorreiter gelten. Sie verzeichnen höhere Umsätze, eine bessere Rentabilität und eine stärkere Kundenbindung, indem sie ESG als Möglichkeit für mehr Transparenz ansehen, die wiederum strategische Geschäftsmöglichkeiten schafft. Unternehmen können von diesen Vorreitern lernen, wie sie datenbezogene Herausforderungen überwinden und nachhaltige Veränderungen herbeiführen können. Dazu gehören:

- die Automatisierung von ESG-Prozessen und Berichterstattungsfunktionen, um Daten auf dem neuesten Stand zu halten,

- die Nutzung von KI für verbesserte Einblicke in die Leistung, vorausschauende Analysen und die Entwicklung von Szenarien,
- die Abstimmung mit Partnern aus dem Ökosystem in Bezug auf ESG-Kennzahldefinitionen und -Standards,
- sowie die proaktive Festlegung von Grundsätzen für die ESG-Datenverwaltung mit den Stakeholdern.

„Daten sind der Treiber von ESG. Jetzt ist es für Unternehmen an der Zeit, zu handeln. Wenn sie ihre ESG-Strategien umsetzen, geben sie Informationen in die Hände der Verantwortlichen, die fundierte Geschäftsentscheidungen treffen können, mit denen sie ihre ESG-Bilanz tagtäglich verbessern können“, so Goos. „Organisationen, die die Unterstützung durch ihre Stakeholder erhöhen und ESG-Berichtsanforderungen erfüllen wollen, sollten eine Roadmap zur Nachhaltigkeit implementieren, die auch Technologien, Dienstleistungen und Ökosystempartner einbezieht. Das kann zu einem größeren Geschäftserfolg beitragen und helfen, gesetzliche Anforderungen umzusetzen.“

Die vollständige Studie finden Sie unter: <https://ibm.co/esg-ultimatum>

Zur Methodik der Studie

Das IBM Institut für Business Value (IBV) befragte 2.500 Führungskräfte aus 22 Branchen und 34 Ländern (Europa: 675), zur ESG-Strategie, zum Konzept und zur Umsetzung in ihren Unternehmen, zu den Erwartungen an ESG-Initiativen und zur Abwägung zwischen ESG und anderen Geschäftszielen. Das IBV befragte außerdem mehr als 20.000 Verbraucher_innen in 34 Ländern (Europa: mehr als 6.400) zu ihrer Einstellung zu Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung und wie diese Ansichten Kauf-, Investitions- und Karriereentscheidungen beeinflussen.

Über IBM Institute for Business Value

Das IBM Institute for Business Value ist die Ideenschmiede von IBM und kombiniert globale Forschungs- und Leistungsdaten mit dem Fachwissen von Branchenexperten und führenden Akademikern, um Erkenntnisse zu liefern, die Führungskräfte schlauer machen. Weitere erstklassige Denkanstöße finden Sie unter: www.ibm.com/ibv.

+++

Medienkontakt:

Sabine Büttner

IBM Unternehmenskommunikation

E-Mail: sabine_buettner@de.ibm.com

https://de.newsroom.ibm.com/2023_04_18-Neue-IBM-Studie-Unzureichende-Daten-erschweren-ESG-Fortschritt