

Pressemitteilung

München, 05. Juli 2021

HypoVereinsbank-Studie: Jedes vierte Unternehmen rechnet mit Wettbewerbsnachteilen durch Lieferkettengesetz

- Ein Viertel (25%) der von F.A.Z. Business Media | research im Auftrag von HypoVereinsbank und F.A.Z.-Institut befragten Unternehmen erwartet, dass sich die eigene Wettbewerbsfähigkeit durch das Lieferkettengesetz verschlechtert
- Besonders große Herausforderungen sehen die Unternehmen in der Sorgfaltspflicht für Einhaltung der Menschenrechte in der gesamten Lieferkette (52%), der Berichterstattungspflicht (46%) sowie der Vertragsgestaltung mit Lieferanten (46%)
- Fast drei Viertel der Befragten (70%) befürchtet, dass die Überwachung der gesamten Lieferkette den Mittelstand – insbesondere kleine Unternehmen – überfordern könnte
- Gleichzeitig befassen sich fast alle Unternehmen bereits mit Nachhaltigkeitsthemen (90%) und ein Großteil investiert bereits in nachhaltige Projekte oder plant dies (69%)
- Mit Blick auf nachhaltige Finanzierungen erwartet jedes zweite Unternehmen (54%), dass soziale Faktoren künftig eine größere Rolle spielen

Das Mitte Juni vom Bundestag verabschiedete Lieferkettengesetz verpflichtet Unternehmen entlang der gesamten Lieferkette für die Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards zu sorgen – und stellt damit viele Firmen vor Herausforderungen. Ein Viertel der Unternehmen rechnet damit, dass das Lieferkettengesetz negative Auswirkungen auf die eigene Wettbewerbsfähigkeit haben wird. Vor allem kleinere Betriebe mit einem Jahresumsatz von 5 bis 50 Millionen Euro (32%) und Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe (30%) befürchten, dass ihre Konkurrenzfähigkeit unter dem Gesetz leiden wird. Andererseits erwarten aber auch 17 Prozent der Unternehmen eine Verbesserung ihrer Wettbewerbssituation. Dabei ist das Lieferkettengesetz in den Führungsetagen deutscher Unternehmen aktuell sehr präsent. Insgesamt drei Viertel der Unternehmen in allen Umsatzklassen haben sich bereits mit den Auswirkungen beschäftigt. Dies zeigt die gemeinsam mit dem F.A.Z.-Institut durchgeführte Studie der HypoVereinsbank mit dem Titel „Lieferkettengesetz und soziale Nachhaltigkeit“.

Überwachung und Dokumentation zentrale Herausforderungen

Um die Anforderungen des Gesetzes in allen Punkten zu erfüllen, müssen die meisten Unternehmen ihre Geschäftsprozesse anpassen oder sogar zusätzliche Maßnahmen ergreifen.

Jedes zweite Unternehmen bewertet der Studie zufolge die unternehmerische Sorgfaltspflicht, die Menschenrechte in der gesamten Lieferkette zu gewährleisten, als besonders schwierig. Das gilt insbesondere für größere Unternehmen mit einem Jahresumsatz ab 250 Millionen Euro (64%). Als logische Folge rücken die auf Lieferketten bezogene Administration und Dokumentation stärker in den Fokus der Unternehmen: Jeweils 46 Prozent bewerten die Berichterstattungspflicht und die Vertragsgestaltung mit Lieferanten als weitere zentrale Herausforderungen. Dabei befürchten 70 Prozent der befragten Entscheider, dass die Überwachung der gesamten Lieferkette den Mittelstand – insbesondere kleine Unternehmen – überfordern würde. „Beim Thema Nachhaltigkeit geraten die Lieferketten immer stärker ins Blickfeld. Das gilt nicht nur für große Unternehmen, sondern auch für viele Mittelständler. Sie sind in der Regel Teil der Wertschöpfungsketten größerer Organisationen, verfügen aber oft nur über kleine Einkaufs-, Finanz- oder Nachhaltigkeitsabteilungen“, kommentiert Markus Beumer, Firmenkundenvorstand der HypoVereinsbank, die Studie. „Deshalb begleiten wir den Mittelstand mit einem einzigartigen Beratungs- und Finanzierungsangebot beim Übergang in eine nachhaltige Wirtschaft und stehen den Unternehmen mit unserem Knowhow zur Seite.“

Potenzial nachhaltigen Wirtschaftens erkannt

Trotz der mit neuen Vorschriften einhergehenden Herausforderungen hat ein Großteil der Unternehmen die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit und des Potenzials nachhaltigen Wirtschaftens bereits erkannt: Neun von zehn Firmen haben sich laut Studie schon mit den Auswirkungen der eigenen Unternehmenstätigkeit auf Aspekte wie Menschenrechte, Arbeitnehmerbedingungen und Verbraucherschutz auseinandergesetzt – über die Hälfte bereits intensiv. Dabei entwickeln sich nachhaltige Lieferketten auch für mehr und mehr Unternehmen zu einem Wettbewerbsvorteil und einer Wachstumschance. „Das Thema Nachhaltigkeit und nachhaltiger Konsum sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Die Otto Group setzt sich seit über 25 Jahren für die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards sowie für menschenwürdige Arbeitsbedingungen in ihren Produktionsländern ein. Seitdem ist das Kundeninteresse an nachhaltigen Produkten kontinuierlich gestiegen“, sagt Dr. Tobias Wollermann, Group Vice President Corporate Responsibility bei der Otto Group, und einer der Gesprächspartner für die Tiefeninterviews in der Studie. „Für eine kraftvolle Durchsetzung von Menschenrechten und Nachhaltigkeitsstandards in einer globalisierten Welt und eine faire Gestaltung der Wettbewerbsbedingungen muss das Thema aber noch auf ein europäisches, wenn nicht sogar auf ein internationales Level gehoben werden“.

Aufwind für nachhaltige Finanzierungen

Zuletzt hat auch die Covid-19-Pandemie gezeigt, wie anfällig globale Lieferketten sein können. Eine Erkenntnis war, dass sich das Engagement eines Unternehmens für bessere soziale und ökologische Bedingungen positiv auf die Stabilität der Lieferkette und die Qualität der eigenen

Produkte auswirkt. Viele Firmen haben deshalb bereits vor Inkrafttreten des Gesetzes Präventionsmaßnahmen definiert, wie beispielsweise einzuhaltende Codes of Conduct (45%) oder Lieferantenaudits (43%). Dass gerade mit Blick auf die Lieferketten trotzdem noch Luft nach oben ist, zeigt ein Blick auf die Nachhaltigkeitsstrategien deutscher Unternehmen. Hier stehen der Studie zufolge die Bemühungen zum Klima- und Umweltschutz (61%), die sozialen Belange der eigenen Arbeitnehmer (51%), und ressourcenschonendes Wirtschaften (38%) ganz oben auf der Liste. Die Achtung der Menschenrechte, die das geplante Lieferkettengesetz vorrangig adressiert, spielt nur in der Nachhaltigkeitsstrategie von einem Drittel der Unternehmen eine Rolle. Lediglich 14 Prozent der Unternehmen geben an, dass Nachhaltigkeit in der Lieferkette für ihr Unternehmen strategisch relevant ist. Um Engagement gerade in diesem Bereich zu zeigen und zu incentivieren, könnten soziale Faktoren bei nachhaltigen Finanzierungsinstrumenten künftig relevanter werden. Bei ESG-gebundenen Krediten verpflichten sich Unternehmen, bestimmte ökologische (Environmental), sozialverträgliche (Social) und compliance-relevante (Governance) Ziele zu erreichen. Mehr als jedes zweite Unternehmen erwartet, dass sich der Stellenwert sozialer Faktoren bei nachhaltigen Finanzierungen bis 2023 stark erhöhen wird. So können sich Unternehmen zum Beispiel verpflichten, bestimmte Ziele zu erreichen, die an Faktoren sozialer Nachhaltigkeit wie die Durchsetzung eines Supplier Code of Conduct oder auch die Durchführung von Sozialaudits bei Lieferanten geknüpft sein können.

Online-Umfrage unter Top-Entscheidern

Für die Studie „Lieferkettengesetz und soziale Nachhaltigkeit“ hat F.A.Z. Business Media | research im Auftrag von HypoVereinsbank und F.A.Z.-Institut im Frühjahr 2021 mittels einer Online-Befragung 125 Top-Entscheider von deutschen Unternehmen nach ihren Erwartungen zur Umsetzung des Lieferkettengesetzes und dessen Auswirkungen auf das eigene Unternehmen befragt. Dabei entstand auch ein aussagekräftiges Stimmungsbild darüber, welche Bedeutung soziale Verantwortung und nachhaltige Finanzierung in der deutschen Unternehmenslandschaft überhaupt hat. In die Erhebung flossen die Einschätzungen von Vertretern unterschiedlicher Unternehmensgrößen ein. Dabei stammt die Mehrheit aus Betrieben mit weniger als 1.000 Beschäftigten. Außerdem wurde auf eine gewisse Branchenbandbreite geachtet. Untersucht wurden unter anderem Unternehmen aus dem verarbeitenden Gewerbe, aus der Chemie- und Pharmaindustrie sowie aus dem Handelssektor. Rund zwei Drittel der Befragten sind Geschäftsführer oder Vorstände, jeweils ein Zehntel bekleiden das Amt eines CFOs oder sind im Bereich Nachhaltigkeitsmanagement tätig.

Die gesamte Studie können Sie hier als PDF herunterladen:

[Studie Lieferkettengesetz | HypoVereinsbank \(HVB\)](#)

Über die HypoVereinsbank / UniCredit

Die HypoVereinsbank ist Teil der UniCredit, einer einfachen und erfolgreichen paneuropäischen Geschäftsbank mit voll integriertem Corporate & Investment Banking, die ihrem breit gefächerten Kundenstamm ein einzigartiges Netzwerk in Westeuropa sowie in Zentral- und Osteuropa bietet. UniCredit verbindet profundes lokales Know-how mit internationaler Reichweite. Durch ihr europäisches Bankennetzwerk ermöglicht sie ihren Kunden einzigartigen Zugang zu führenden Banken in 13 Kernmärkten: Italien, Deutschland, Österreich, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Tschechien, Ungarn, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei und Slowenien. Mit ihrem internationalen Netzwerk aus Repräsentanzen und Niederlassungen begleitet und unterstützt UniCredit Kunden in weiteren 16 Ländern weltweit.

Ansprechpartner für die Medien:

Matthias Fechter
Tel.: +49 89 378 25744
E-Mail: Matthias.Fechter@unicredit.de

Folgen Sie uns auf:

<https://twitter.com/hypovereinsbank>

<https://linkedin.com/company/hypovereinsbank-unicredit-bank-ag>

<https://xing.com/company/hypovereinsbank>

<https://youtube.com/user/hypovereinsbank>

