

Kernerkenntnisse einer Studie zum LkSG

Chancen transparenter Kommunikation

Basierend auf einer Unternehmens-
und einer Kundenbefragung

Kernerkenntnisse aus der Studie

Status quo in Unternehmen

- Das Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz (LkSG) ist in den meisten Unternehmen (85%) bekannt
- Für eine Mehrheit (58%) hat das Gesetz eine hohe Bedeutung
- Die Anforderungen des LkSG werden von den meisten Unternehmen noch nicht erfüllt
 - ➔ 53% veröffentlichen keinen jährlichen Nachhaltigkeitsbericht
 - ➔ 61% bieten keine Zurückverfolgbarkeit in der Lieferkette
 - ➔ 42% bieten keine Infos zur sozialen Nachhaltigkeit / Arbeitsbedingungen
- Die Mehrheit (71%) leitet konkrete Maßnahmen zur Erhöhung der Transparenz in ihrer Lieferkette ein; ca. 30% agieren nicht

Die Endkundenperspektive

- Der Endkunde fordert eine höhere, über die Maßnahmen des LkSG hinausgehende Transparenz in der Lieferkette
- Die meisten Endkunden (>80%) wollen keinen Aufwand zur Informationssuche betreiben
 - ➔ Wunsch einer proaktiven und vereinfachten Kommunikation etwa über Labels oder Verweis auf Detailinformationen
- Das resultierende Markenvertrauen führt neben einer gesteigerten Kaufbereitschaft auch zu einer höheren Zahlungsbereitschaft
 - ➔ plus 32% Preispremium

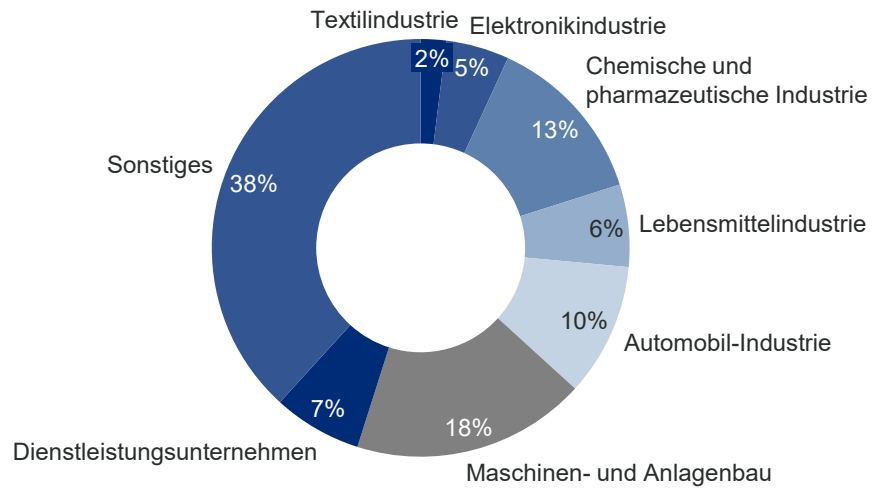
Resultierende Chancen

- Es rechnet sich für Unternehmen, über die Anforderungen des LkSG hinaus zu gehen
- Eine proaktive und vereinfachte Kommunikation stärkt das Markenvertrauen und damit die Kaufbereitschaft
 - ➔ Differenzierung vom Wettbewerb
 - ➔ zusätzliche Umsatzpotenziale
- Einfach zugängliche und prominent platzierte Informationen resultieren in einer signifikant erhöhten Zahlungsbereitschaft des Endkunden
 - ➔ zusätzliche Profitpotenziale

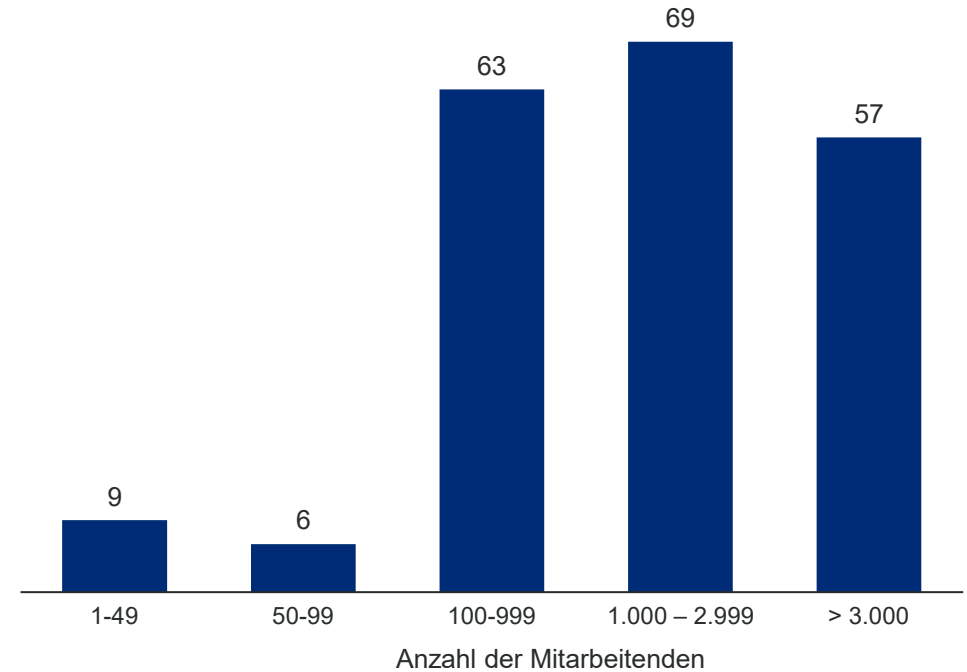
Datenbasis: Befragte Unternehmen der LkSG-Umfrage

204 Unternehmen verschiedener Industrien und Unternehmensgrößen haben im September 2022 an einer Umfrage bezüglich des im Januar 2023 inkraftgetretenen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) teilgenommen.

Verteilung nach Branche (n=204)

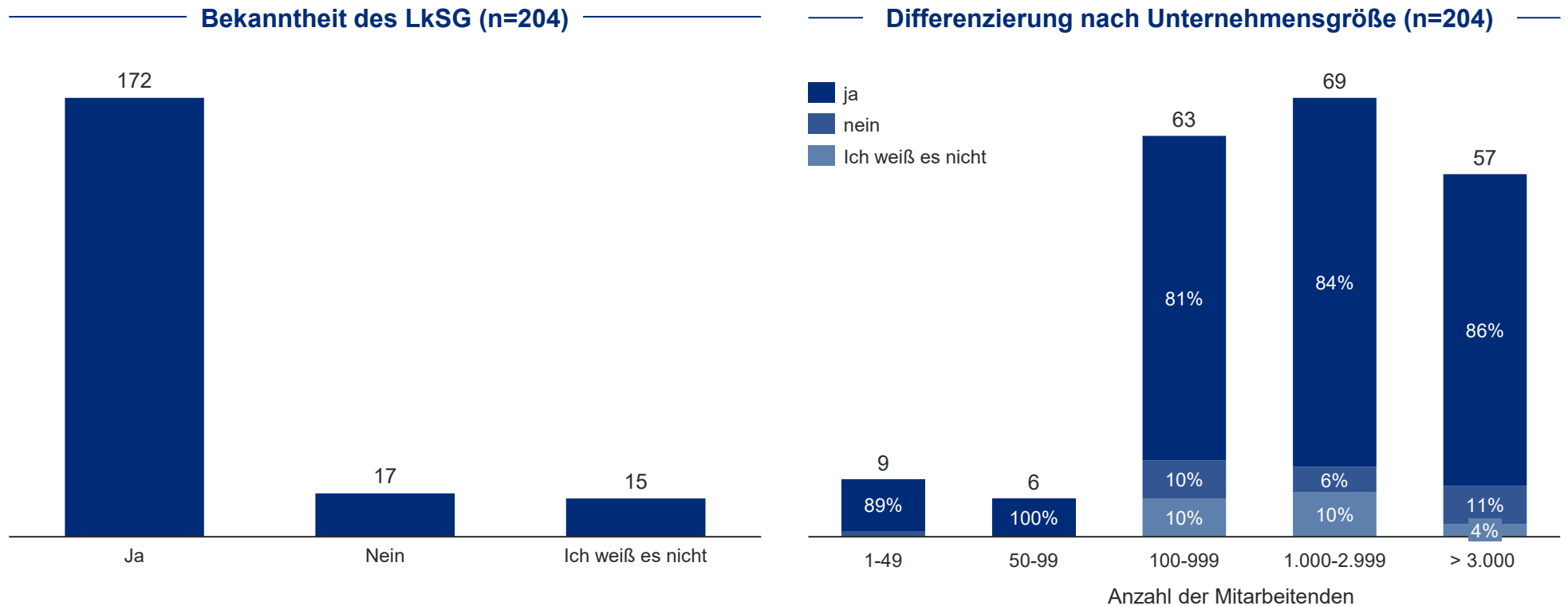


Unternehmensgröße nach Mitarbeitenden (n=204)



Bekanntheit des LkSG

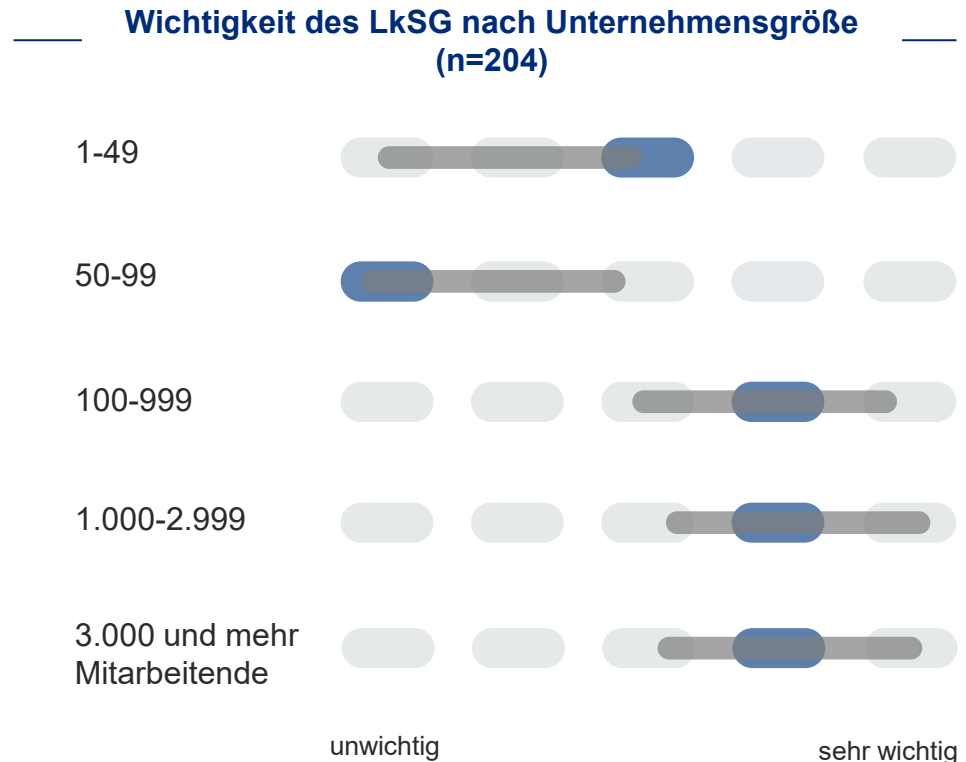
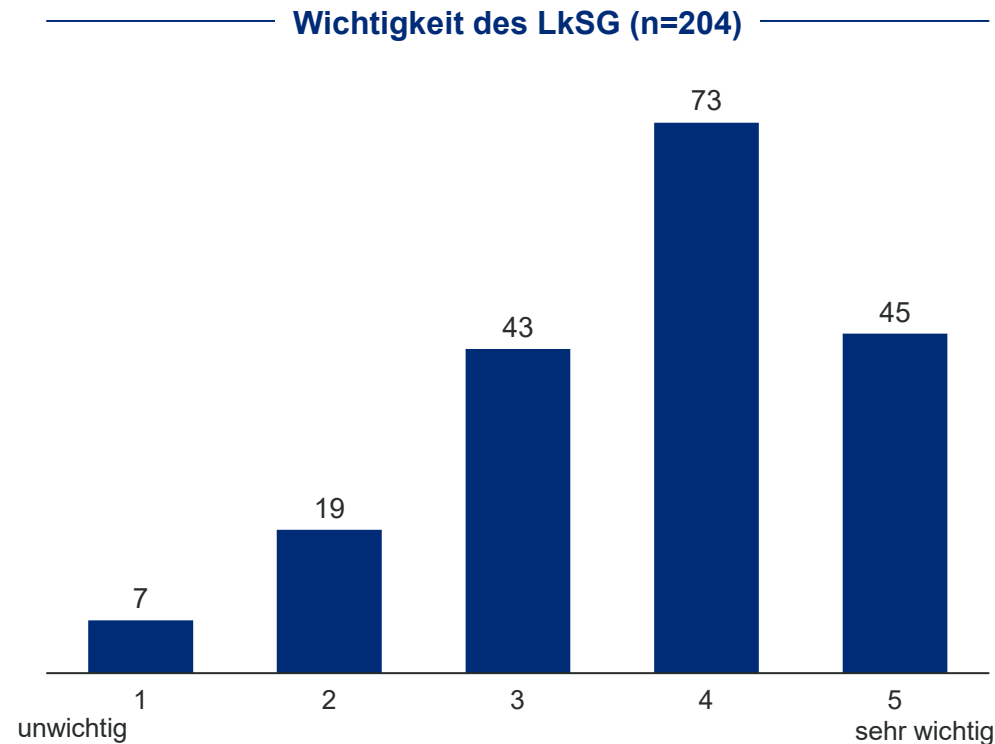
Das LkSG ist der Mehrheit der befragten Unternehmen bekannt. Obwohl das Gesetz in 2023 zunächst nur für Unternehmen ab 3.000 Mitarbeitenden greift, lassen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen kleineren und größeren Unternehmen erkennen.



Quelle: Unternehmensumfrage September 2022

Wichtigkeit des LkSG

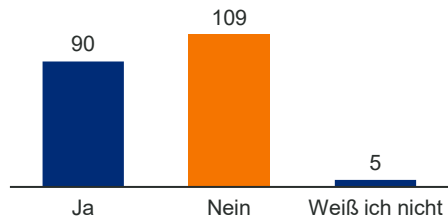
Das LkSG wird bei den meisten Unternehmen als wichtig/sehr wichtig eingestuft. Aufgrund der aktuell höheren Relevanz des Gesetzes für Unternehmen ab 3.000 Mitarbeitern messen größere Unternehmen diesem eine höhere Wichtigkeit bei.



Status Quo zum LkSG

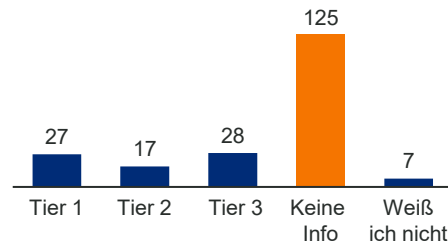
Die Anforderungen des LkSG werden von den meisten Unternehmen noch nicht erfüllt. Das Bewusstsein für die Notwendigkeit Lieferkettentransparenz herzustellen ist jedoch gegeben, sodass viele Unternehmen aktuell Maßnahmen treffen, um die Transparenz zu erhöhen.

1 Publikation von Nachhaltigkeitsbericht



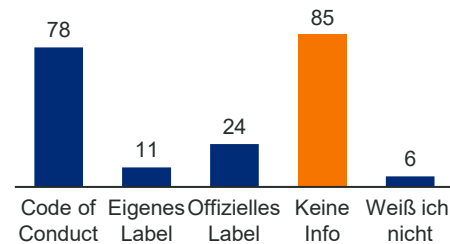
- Die meisten Unternehmen veröffentlichen noch keinen jährlichen Nachhaltigkeitsreport
- Seit 2023 gilt mit dem LkSG jedoch eine Dokumentations- & Beweisspflicht für die Erfüllung gewisser Sorgfaltspflichten zur Sicherung von Menschenrechten in der Lieferkette

2 Zurückverfolgbarkeit von Lieferanten



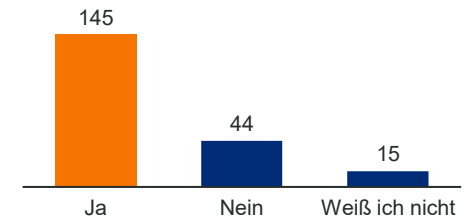
- Die Zurückverfolgbarkeit der Lieferanten in der Lieferkette der befragten Unternehmen ist kaum gegeben
- Mindestens die direkten Lieferanten müssen einem Unternehmen nach dem LkSG betrachtet werden

3 Kommunikation sozialer Nachhaltigkeit



- Es werden kaum Informationen über die soziale Nachhaltigkeit (Arbeitsbedingungen) in der Lieferkette öffentlich kommuniziert
- Das LkSG bringt Dokumentationspflichten mit sich welche u.a. die Publizierung von Beschwerden von Lieferanten beinhaltet

4 Maßnahmen zur Verbesserung von Transparenz

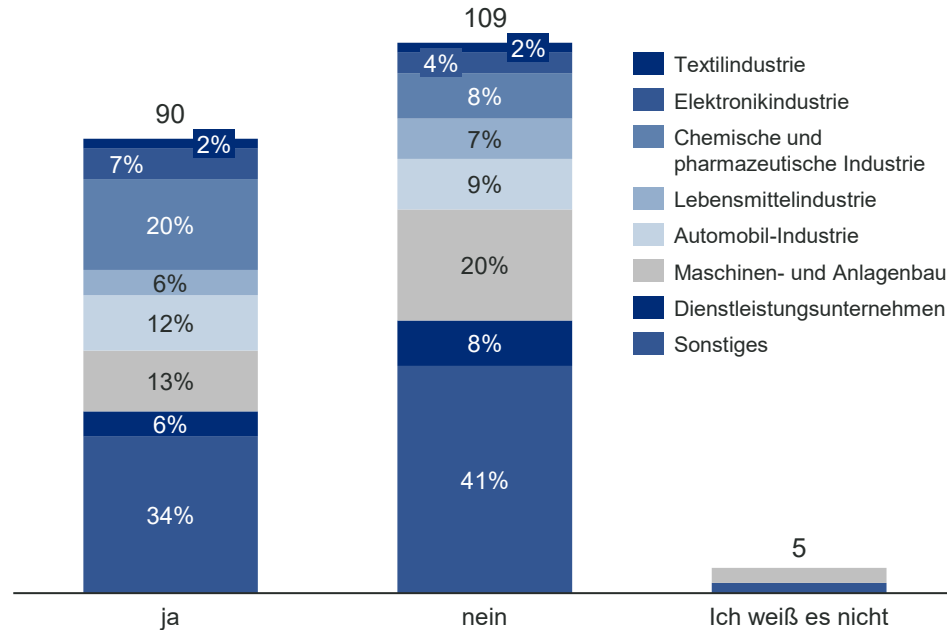


- Die meisten befragten Unternehmen erkennen die Wichtigkeit des LkSG, priorisieren das Gesetz hoch und leiten konkrete Maßnahmen ein um Transparenz in ihrer Lieferkette zu erhöhen
- Etwa 30% der befragten Unternehmen handeln aktuell noch nicht. Dabei wird Lieferkettentransparenz auf kurz oder lang auch kleinere Unternehmen betreffen

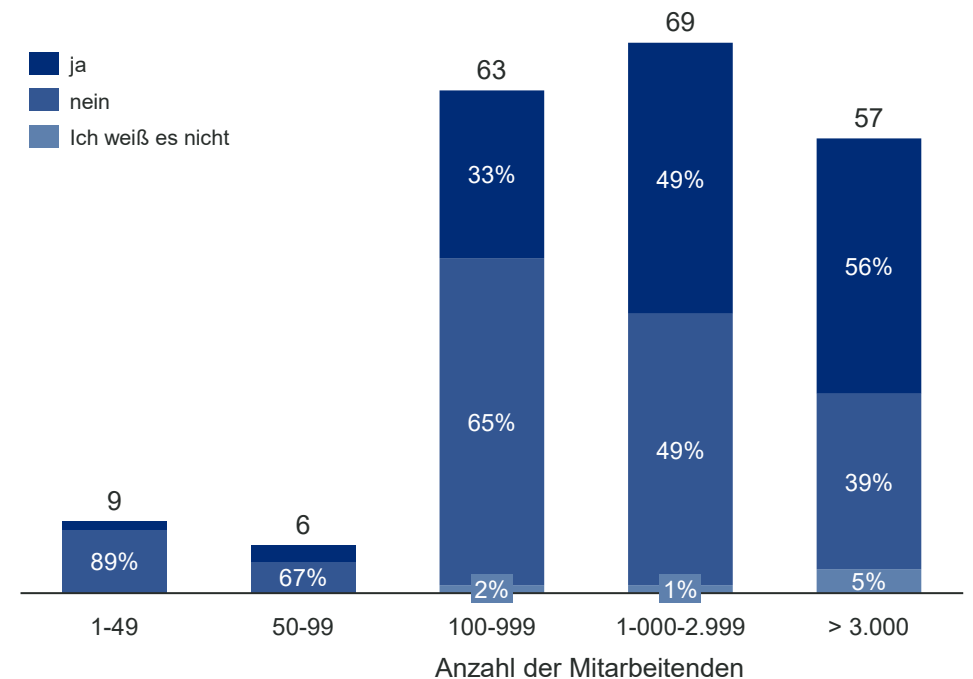
Jährlicher Nachhaltigkeitsbericht: Veröffentlichung

Die Mehrheit der befragten Unternehmen, unabhängig der Branche veröffentlichen keinen jährlichen Nachhaltigkeitsbericht. Vor allem der Maschinen- / Anlagenbau zeigt hier Defizite. Größere Unternehmen veröffentlichen vgl. häufiger einen jährlichen Nachhaltigkeitsbericht.

Veröffentlichung nach Branche (n=204)



Differenzierung nach Unternehmensgröße (n=204)



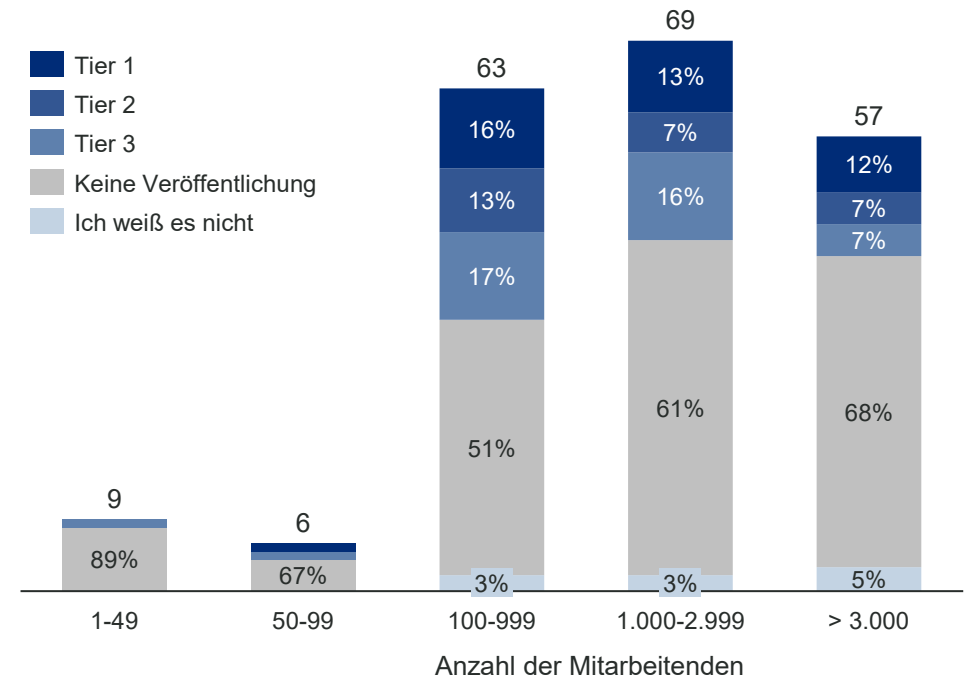
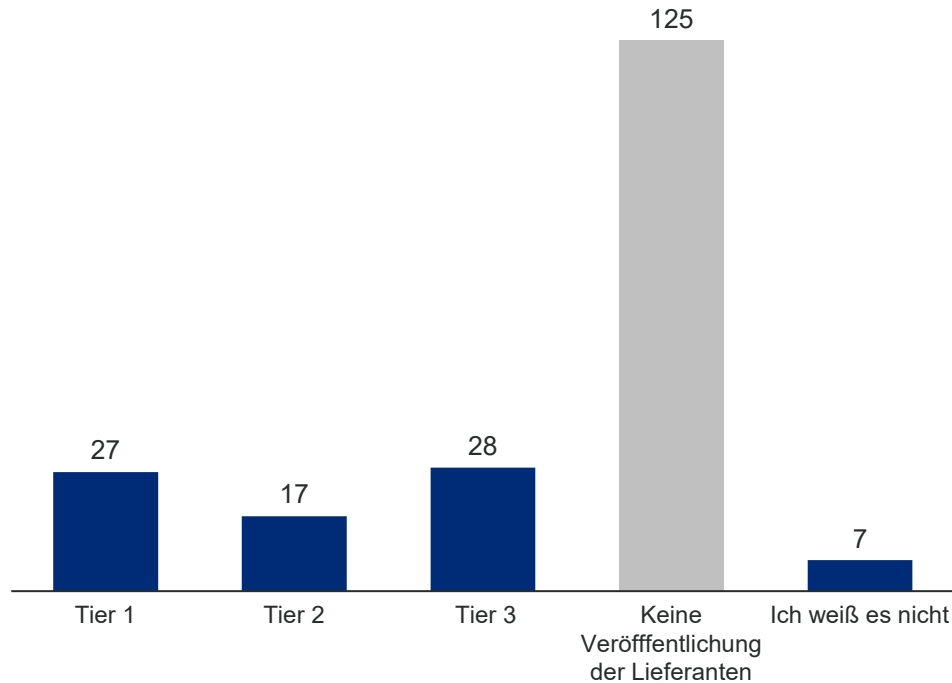
Quelle: Unternehmensumfrage September 2022

Zulieferer: Informationstiefe der Veröffentlichung

Die Mehrheit der befragten Unternehmen veröffentlicht bisher seine Lieferanten (Tier 1 bis Tier 3) nicht. Dies ist durchweg durch alle Unternehmensgrößen zu beobachten.

Informationstiefe der Veröffentlichung: Fokus Zulieferer (n=204)

Differenzierung nach Unternehmensgröße (n=204)



Quelle: Unternehmensumfrage September 2022

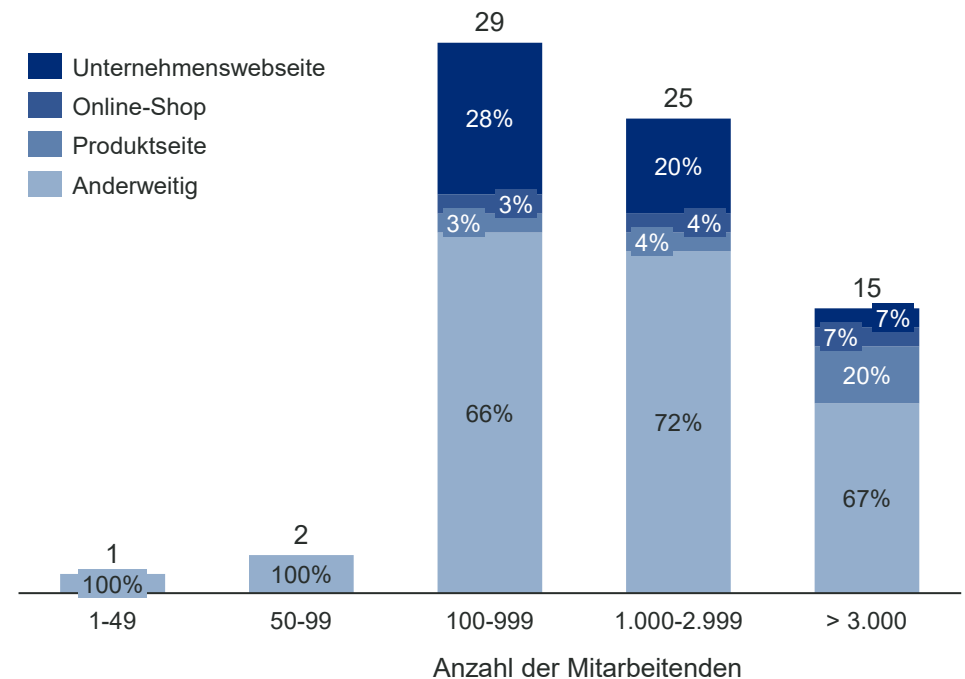
Zulieferer: Intransparente Publikation

Die 35% der Unternehmen die ihre Lieferanten publizieren, geben an diese nicht auf der Unternehmenswebseite, im Online-Shop oder auf der Produktseite, sondern anderweitig zu veröffentlichen. Dabei ist unklar, über welchen Kanal diese Daten publiziert werden. Unternehmen zwischen 100 und 2.999 Mitarbeitenden kommunizieren am transparentesten.

Kommunikationskanäle der Lieferanten (n=72)



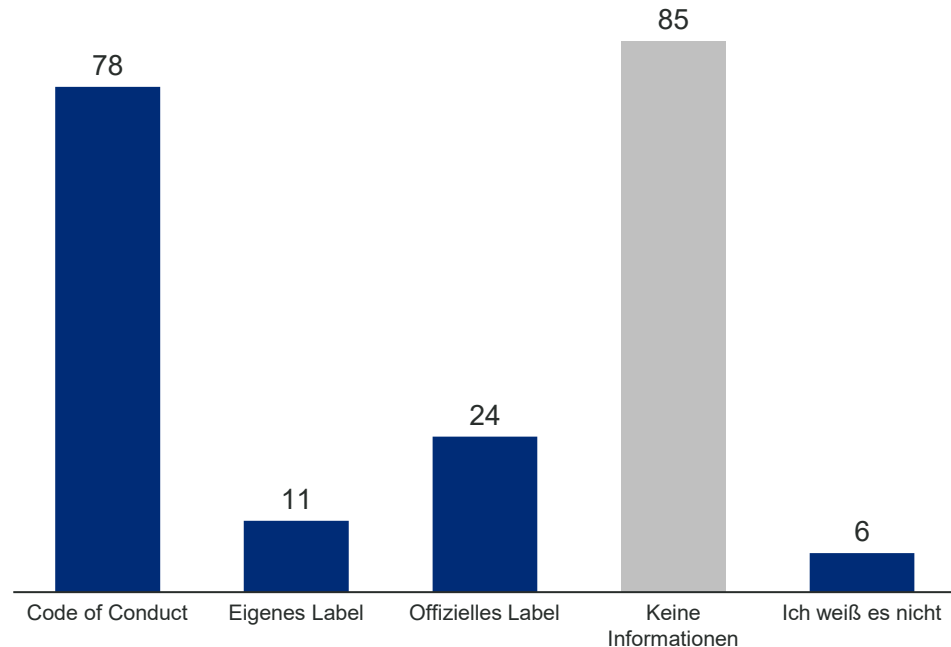
Differenzierung nach Unternehmensgröße (n=72)



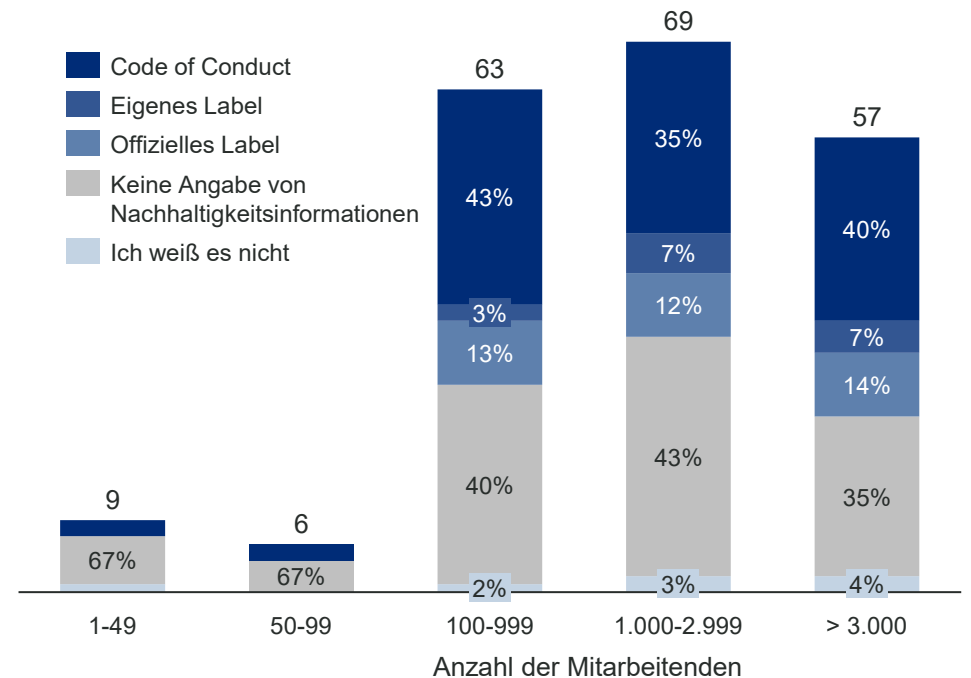
Soziale Nachhaltigkeit in der Lieferkette: Kommunikation

Die meisten befragten Unternehmen publizieren keine Angaben zu den Arbeitsbedingungen der Lieferanten. Am häufigsten jedoch wird ein Code of Conduct veröffentlicht. Die angewendeten Maßnahmen sind in Bezug auf die Unternehmensgröße durchweg die gleichen.

Kommunikation von Arbeitsbedingungen (n=204)



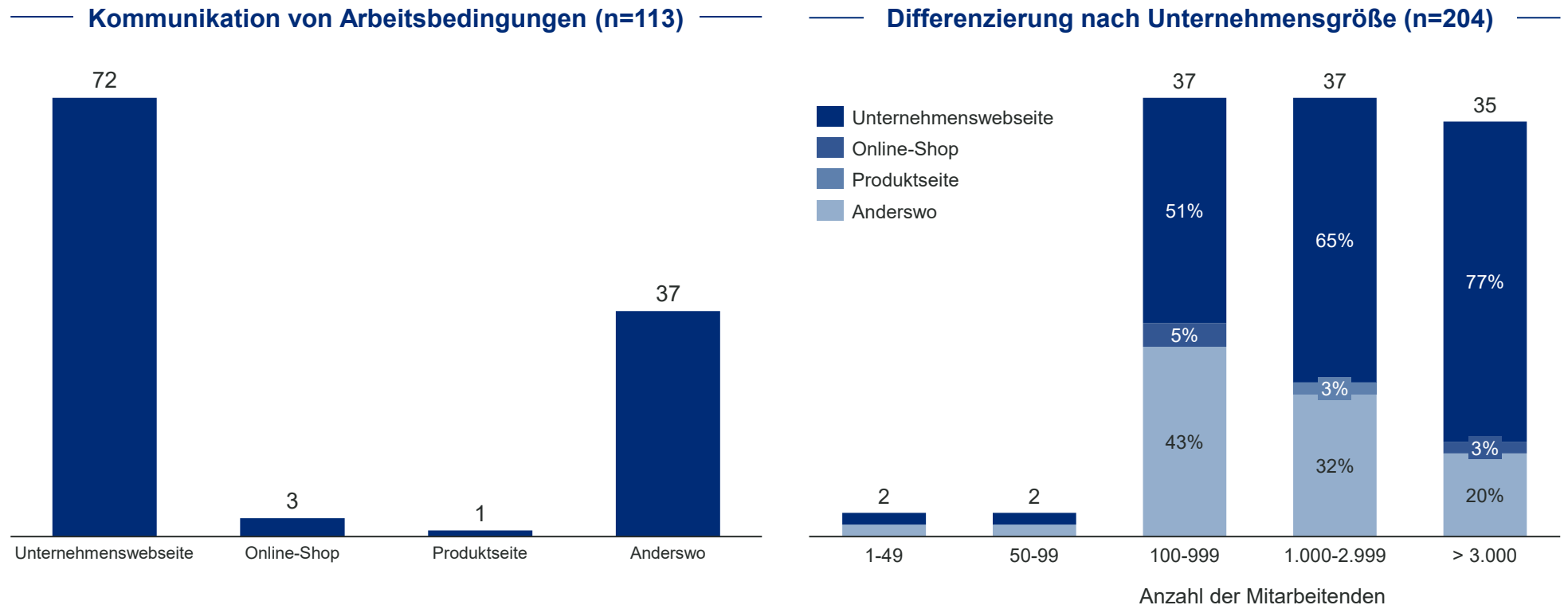
Differenzierung nach Unternehmensgröße (n=204)



Quelle: Unternehmensumfrage September 2022

Soziale Nachhaltigkeit in der Lieferkette: Publikationsort

Das LkSG schreibt die Veröffentlichung eines Jahresberichtes zur Erfüllung der Sorgfaltspflichten vor. Die befragten – primär größeren Unternehmen, die über die Arbeitsbedingungen in ihrer Lieferkette kommunizieren, publizieren diese zumeist auf der Unternehmenswebseite.



Quelle: Unternehmensumfrage September 2022

Endkundenperspektive: Potenziale für Unternehmen

Lieferkettentransparenz wird auch von der Perspektive der 185 befragten Endkunden als notwendig angesehen. Die Anforderung geht allerdings über die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichtes hinaus. Für Unternehmen bieten sich durch eine transparentere Kommunikation Potenziale aus einem verstärkten Markenvertrauen und einer resultierenden erhöhten Zahlungsbereitschaft des Kunden.

Bedarf an Lieferkettentransparenz

- Transparenz bezieht sich auf die Informationstiefe und die Verfügbarkeit der Informationen
- Die meisten Kunden betreiben nicht den Aufwand einen Nachhaltigkeitsbericht zu lesen. Trotzdem wird Transparenz gefordert
- Die Informationen müssen also einfacher zugänglich gemacht werden. Eine Möglichkeit wäre die Platzierung der Informationen auf der Produktseite im Onlineshop

Schaffung von Markenvertrauen

- Wenn Informationen über die Lieferkette den Konsumenten erreichen, kann sich dies positiv auf das Markenvertrauen auswirken
- Einfachheit in der Kommunikation ist dabei essenziell. Labels geben einen guten Überblick über komplexe Themen.
- Der Verweis auf ausführlichere Informationen im Nachhaltigkeitsbericht versichert zusätzlich Kompetenz

Erzielung höherer Zahlungsbereitschaft

- Erhöhtes Markenvertrauen wiederum kann eine höhere Zahlungsbereitschaft erzielen
- Konsumenten schätzen die Offenheit und Ehrlichkeit von Unternehmen wert



Quelle: Endkundenbefragung (N=185) Oktober 2022

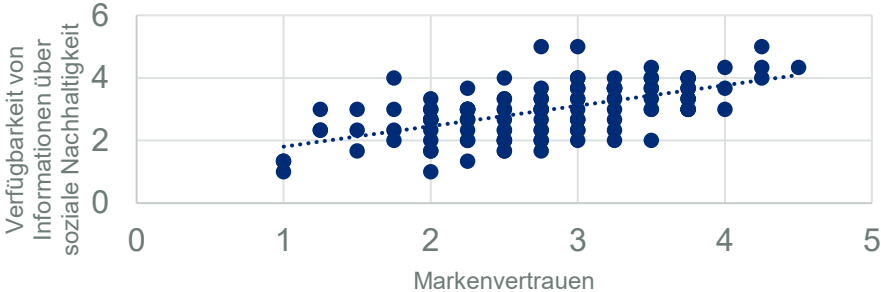
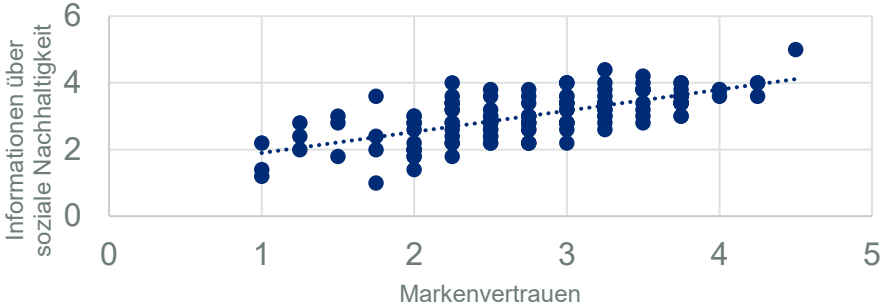
Faire Arbeit
Siegel



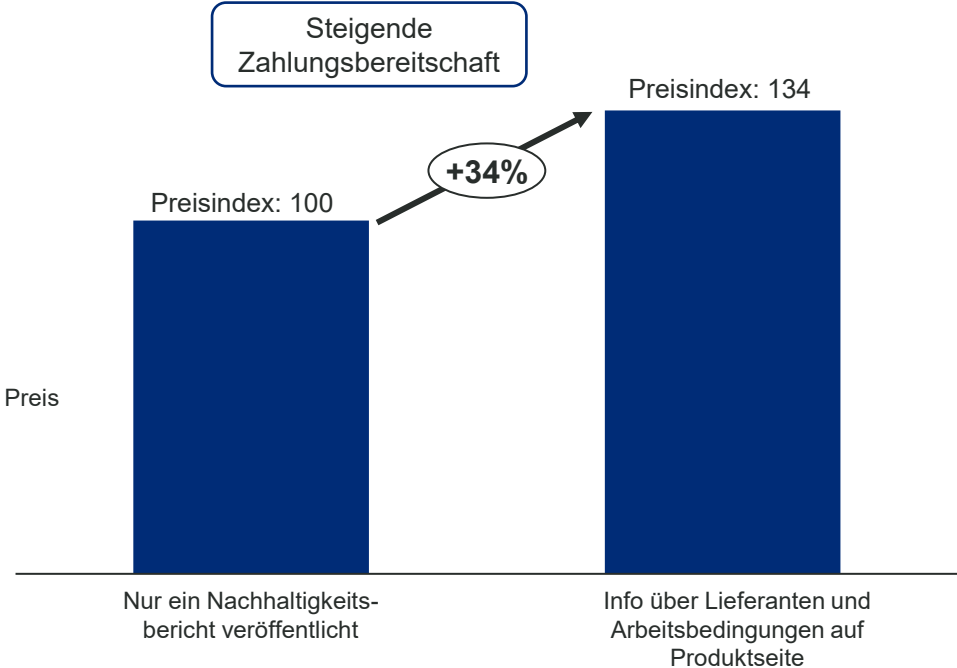
Endkundenperspektive: zusätzliche Chancen für Unternehmen

Eine Übererfüllung der gesetzlichen Anforderungen des LkSG bietet konkrete Chancen für Unternehmen: Eine transparentere Kommunikation führt zu höherem Vertrauen, was einen Wettbewerbsvorteil darstellt und sich zudem in einer höheren Zahlungsbereitschaft niederschlägt.

Korrelation: Info über soziale Nachhaltigkeit und Markenvertrauen (n=185)



Zusätzliche Zahlungsbereitschaft für verbesserte Informationsqualität (n=185)



Quelle: Kundenbefragung Oktober 2022

Fazit: Ungenutzte Potenziale liegen brach

Das LkSG bildet seit 2023 die Mindestanforderung an Lieferkettentransparenz für deutsche Unternehmen. Transparente Kommunikation über die Lieferkette bietet die Chance auf eine festere Kundenbeziehung und eine höhere Zahlungsbereitschaft des Kunden.

Status Quo zum LkSG

- Das LkSG beinhaltet Sorgfalts- und Dokumentationspflichten zur Sicherung der Menschenrechte in der Lieferkette
- In 2023 betrifft das Gesetz Unternehmen in Deutschland ab 3000 Mitarbeitenden. Ab 2024 Unternehmen ab 1000 Mitarbeitenden
- Bislang erfüllen die meisten befragten Unternehmen die Anforderungen noch nicht

Anforderungen des Endkunden

- Der Endkunde fordert ebenfalls Transparenz in der Lieferkette
- Die Maßnahmen des LkSG reichen für den Endkunden allerdings nicht aus
- Um den Anforderungen des Endkunden gerecht zu werden muss noch transparenter (proaktiver und vereinfacht) kommuniziert werden

Chancen von Lieferkettentransparenz

- Der Mehraufwand aktiv über soziale Nachhaltigkeit in der Lieferkette zu informieren kann sich bezahlt machen
- Das Markenvertrauen wird gestärkt und die Zahlungsbereitschaft für das Produkt steigt
- Transparente Kommunikation bietet also auch für Unternehmen die noch nicht vom LkSG betroffen sind Vorteile und Möglichkeiten sich vom Markt zu differenzieren



Quelle: Kundenbefragung Oktober 2022

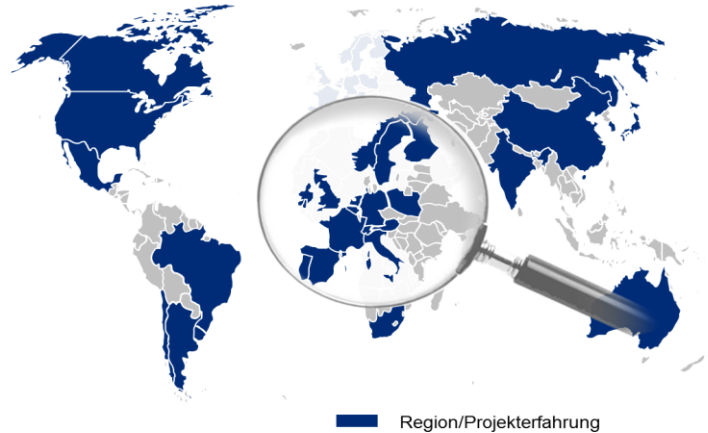


Kurzvorstellung: EbelHofer Strategy & Management Consultants

Expertise



Internationale Projekte



Ausgewählte Referenzen



Ihre Ansprechpartner



Dieter Lauszus
Partner
dieter.lauszus@ebelhofer.com



Leonie Dönne
Associate Consultant
leonie.doenne@ebelhofer.com

Standorte



Köln
An der Wachsfabrik 10
50996 Köln
T: +49 2236 38383-0
F: +49 2236 38383-33



München
Sonnenstraße 19
80331 München
T: +49 89 5998 9033-0
F: +49 89 5998 9033-9