

ADVYCE | ESG-Ansatz



Düsseldorf & München | Juli 2022

Der Druck unterschiedlicher Stakeholdergruppen bringt die Einhaltung von ESG Kriterien bereits heute als festen Bestandteil auf die Agenda vieler Unternehmen und Investoren

Relevanz der Beachtung von ESG Kriterien

30 %



befürworten eine Besteuerung nicht recycelbarer Produkte

...wollen eher Produkte von Unternehmen kaufen, welche Wert auf soziale Aspekte legen



Drei von Vier Konsumenten

88 %



der Produktionsunternehmen von Konsumgütern stufen Nachhaltigkeit als sehr wichtig für ihre Industrie ein

26 %



der 16-29jährigen wollen Marken oder Geschäfte boykottieren wenn diese nicht nachhaltig sind

Der Anteil der Konsumenten, die bevorzugt Produkte von Unternehmen kaufen, die sich für soziale Gerechtigkeit einsetzen



76 %

Summe der 2020 ausgegebenen Nachhaltigkeitsgebundenen Kredite



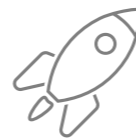
\$ 120 Mrd.

78 %



der deutschen Bevölkerung würden zu Gunsten der Umwelt ihren derzeitigen Lebensstandard einschränken

67 %



der Führungskräfte sehen Diversität als vorteilhaft für ihr Unternehmen

36 %



Ethische Diversität erhöht die Chance, überdurchschnittlich profitabel zu sein

...der Unternehmen berücksichtigen bei Einkaufsentscheidungen Nachhaltigkeitskriterien



91 %

86 %



der Unternehmen erwarten, dass ihr Umsatz im nächsten Jahr durch einen stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeit steigen wird

83 %



der Arbeitnehmer wollen lieber für Unternehmen arbeiten, die Wert auf soziales legen

Das Management von Unternehmen sieht sich aus verschiedenen Richtungen mit der Forderung zur Einhaltung von ESG-Kriterien konfrontiert

ESG | Environment, Social, Governance



STAKEHOLDER

- Nachhaltige Organisationen generieren **Imagevorteile**, mehr **Werte** für Stakeholder und sind **attraktiv für Investoren**
- **Talente** suchen Firmen mit **sinnstiftender Arbeitskultur**, es verbessern sich **Beschäftigungsdauer** und **Firmenattraktivität**
- Das **Interesse** an ESG konformen **Investments** wächst und die Einhaltung von **ESG Kriterien** wird wichtiger um Investoren zu gewinnen



ORGANISATION

- Die Priorisierung von Nachhaltigkeit kann ein relevanter **Innovationstreiber** sein
- Die Vermeidung von Umweltbelastungen kann **interne Effizienz steigern** und langfristig **Ressourcen sowie Kosten einsparen**
- Organisationen, die **frühzeitig handeln** und den ESG-Ansatz im Unternehmen verankern, können **Wettbewerbsvorteile** erzielen



KUNDEN UND GESELLSCHAFT

- Das **Nachhaltigkeitsbewusstsein** in der Bevölkerung wächst und erhöht die **Kauf- und Zahlungsbereitschaft**
- Missachtung oder das zu späte Ergreifen von Initiativen, kann zukünftig zu **Imageschäden** führen
- Kunden fordern vermehrt **nachhaltige Produkte** und eine vollständige **Transparenz** über CO₂-Emissionen



POLITIK UND REGULARIEN

- Regierungen führen neue Taxonomien ein (EU Taxonomy for Sustainable Activities), **strengere Auflagen und Gesetze sind absehbar**
- Bei einer sukzessiven **Erhöhung des CO₂-Preises** können vorbereitete Unternehmen **Wettbewerbsvorteile** generieren
- Nachhaltige Organisationen sind auf **zukünftige Änderungen von Gesetzen** vorbereitet und können **Fördermittel** erhalten

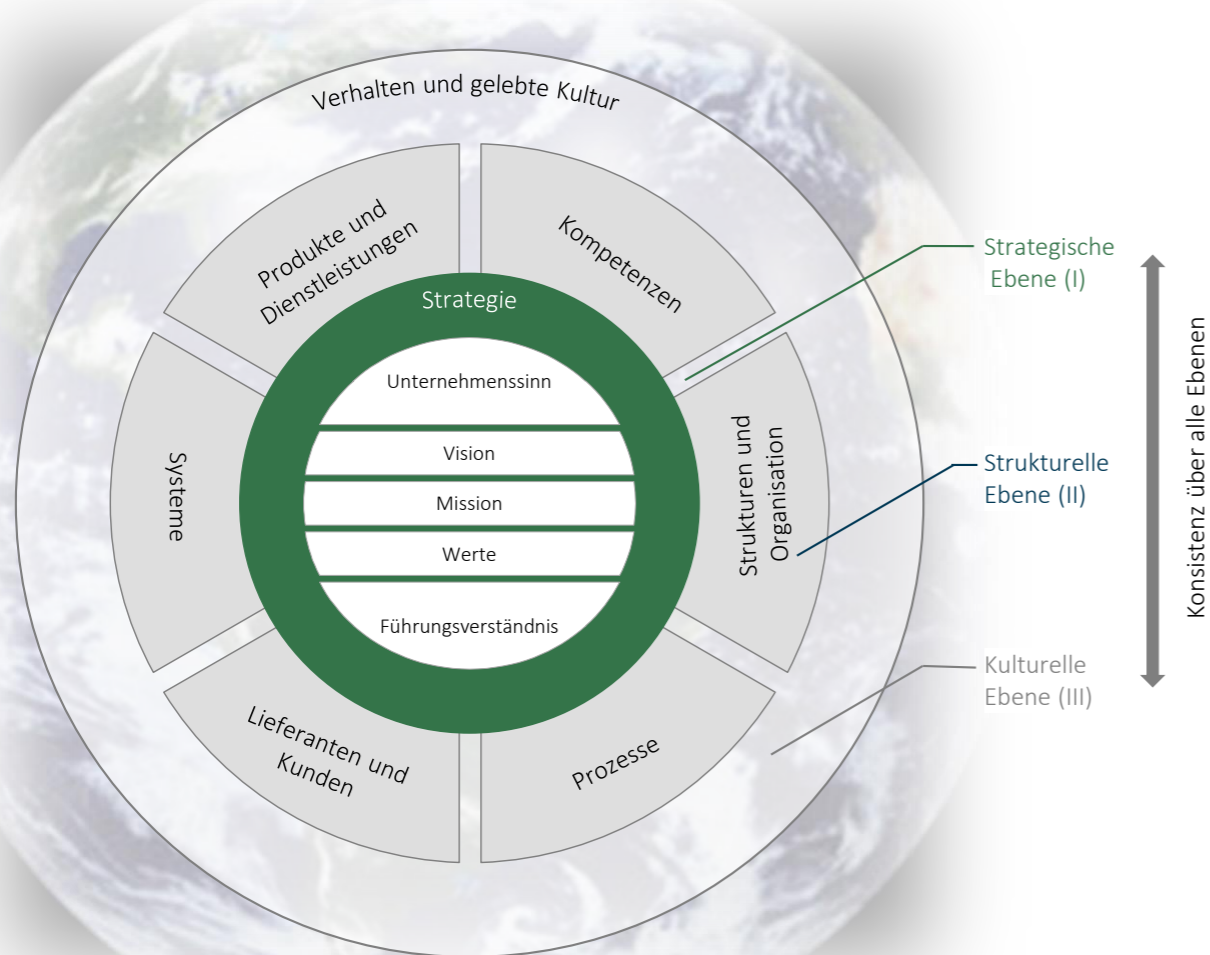


! Die Verankerung einer ESG-Philosophie auf allen Unternehmensebenen trägt entscheidend zu einer konsequenten Einhaltung der ESG Kriterien bei, dies gelingt mit Hilfe des ADVYCE Transformationsmodells

Um Veränderungen in Organisationen zu bewirken, müssen diese über drei unterschiedliche Ebenen konsistent verankert werden

Etablierung ESG-Philosophie in der Organisation

AUFBAU ADVYCE ESG-TRANSFORMATIONSMODELLE



ERLÄUTERUNG

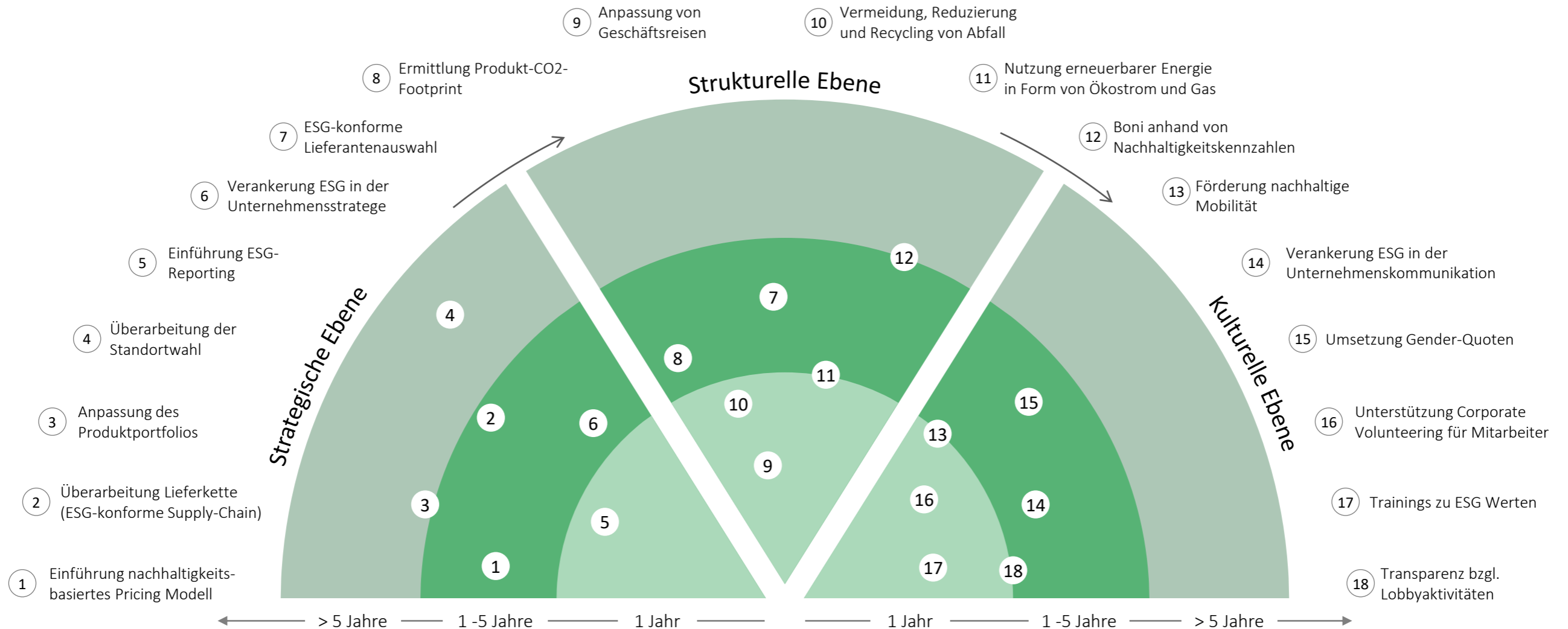
- I
▪ In der **strategischen Ebene** wird das Ziel und die Ausrichtung der angestrebten Veränderung definiert und beschrieben
▪ Zur erfolgreichen Umsetzung, muss der ESG-Gedanke in der strategischen Unternehmensausrichtung etabliert werden
- II
▪ Über die **strukturelle Ebene** werden die angestrebten Veränderungen in die alltäglichen Ablauf- und Aufbaustrukturen einer Organisation verankert
▪ Durch Ausrichtung der Strategie und die Neugestaltung von Prozessen und Strukturen erfolgt eine Operationalisierung der ESG-Philosophie
- III
▪ In der **kulturellen Ebene** werden die im Kern festgelegten Grundsätze in gemeinsame Rituale, Symbole oder das physische Arbeitsumfeld überführt
▪ Durch eine zunehmende Sensibilität kann eine erfolgreiche Etablierung, unabhängig von einzelnen Managementmaßnahmen, realisiert werden

Durch die konsistente Umsetzung über die drei Ebenen, lässt sich eine erfolgreiche Verankerung und Umsetzung des ESG-Ansatzes realisieren

Einige Maßnahmen lassen sich schnell realisieren, die Mehrheit erfordert jedoch Anpassungen in Prozessen, Strukturen und Geschäftsmodellen

Übersicht möglicher strategischer Programm-Initiativen

ILLUSTRATIV



Quelle: ADVYCE

Wir fokussieren uns auf die Wertsteigerung von Unternehmen

Vorstellung ADVYCE



2014 Gründung	In München, Düsseldorf, Berlin & Zürich seit 2021	CO2-Footprint Regelmäßige Selbstauditierung
>200 Wertsteigerungs- projekte	50+ International erfahrene Berater	Bester Berater In den Kategorien: Digitalisierung, Innovation und Wachstum, IT- Strategie und Strategieentwicklung
 >18%	Durchschnittliches Umsatzwachstum bei Top-Line Strategie Projekten	

PARTNERNETZWERK

FOKUSBRANCHEN

- 1 FINANZDIENSTLEISTER
- 2 AUTOMOBILUNTERNEHMEN
- 3 ENERGIE & VERSORGER
- 4 HANDEL & LOGISTIK
- 5 INDUSTRIEUNTERNEHMEN
- 6 TELEKOMMUNIKATION,
MEDIEN & IT
- 7 GESUNDHEITSWESEN

Wir konzentrieren uns auf die Verankerung von Nachhaltigkeit in den Strategien und Kerngeschäftsprozessen von Unternehmen

Vorstellung SYSTAIN



20+ JAHRE AN INNOVATIONEN

As als eine der ersten Unternehmensberatungen haben wir uns auf Nachhaltigkeit spezialisiert und sind mit unseren Methoden und Instrumenten in der gesamten D-A-CH-Region führend

3 BÜROS



Hamburg, Berlin, Istanbul

25+ ARBEITNEHMER

Wir haben ein stark interdisziplinäres Team aus Betriebswirten, Ingenieuren, Naturwissenschaftlern, Juristen, Soziologen und IT-Spezialisten

PARTNERNETZWERK



advyce

FiBL



Stiftung
KlimaWirtschaft



> 60



PROJEKTE pro Jahr für unsere Kunden mit globaler Reichweite

AWARDS FÜR UNSERE ARBEIT

- 2013: Hamburger Beratungspreis
- 2014: Nachhaltigkeitspreis der deutschen Bundesregierung
- 2016: More than a market Award der Deutschen Handelskammer, China
- 2018: Corporate Culture Award für unseren Kunden Otto Group

1 AUFGABE



Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit in den Kerngeschäftsprozessen zu verankern - aber nur, wenn es wirtschaftlich, ökologisch und sozial sinnvoll ist

ZIELKUNDEN

- Wir konzentrieren uns auf Unternehmen, die (komplexe) Produkte in globalen Wertschöpfungsketten herstellen und vertreiben
- Unser Branchenfokus liegt auf der verarbeitenden Industrie (Elektrotechnik, Maschinenbau, Automotive, Maschinen) und dem Einzel-/Großhandel (Food, Near-Food, Non-Food)
- Wir betreuen am besten Unternehmen aus den Bereichen:
 - Verarbeitendes Gewerbe: "Hidden Champions", 0,5 - 6 Mrd. € Umsatz. Bei entsprechender Gelegenheit auch größere Unternehmen bis zum DAX
 - Einzelhandel / Großhandel Food / Near-Food: Marktführer in DACH
 - Einzel-/Großhandel Non-Food: 0,5 - 4 Mrd. € Umsatz. Bei Gelegenheit auch kleinere (z. B. Spezialitätenmarken) oder größere Unternehmen

Ihre Ansprechpartner

advyce | Performance by Commitment



Burkhard Wagner
Senior Partner & Geschäftsführer

ADVYCE GmbH
Königsallee 60F
40212 Düsseldorf

+49 174 2083095
b.wagner@advyce.com
www.advyce.com



Roland Mönikes
Senior Partner & Geschäftsführer

ADVYCE GmbH
Königsallee 60F
40212 Düsseldorf

+49 151 15005242
r.moenikes@advyce.com
www.advyce.com