

Erst jedes zweite Fertigungsunternehmen weltweit leistet einen Beitrag zu den Klimazielen des Pariser Abkommens

- ***In Deutschland und Frankreich reduzieren bereits zwei Drittel der Hersteller ihre CO₂-Emissionen gemäß dem Abkommen***
- ***Technologie spielt eine Schlüsselrolle in den Nachhaltigkeitsstrategien von Produktionsunternehmen***

Berlin, 21. Juni 2021 – Weltweit bemühen sich nur 51 Prozent der produzierenden Unternehmen darum, einen Beitrag gemäß dem Pariser Klimaabkommen zu leisten und durch verminderte Emissionen dem Temperaturanstieg entgegenzuwirken. Deutsche und französische Unternehmen gehen voran: Von ihnen arbeiten bereits 68 bzw. 67 Prozent daran, nachhaltige Hersteller¹ zu werden. Dies zeigt die neue Studie [Sustainable operations: A comprehensive guide for manufacturers](#) des [Capgemini Research Institute](#), für die 1.000 Führungskräfte in zwölf Ländern befragt wurden. Sie zeigt darüber hinaus, dass Fertigungsunternehmen ihre Nachhaltigkeitsagenda mit Hilfe von Technologie umsetzen: Mehr als die Hälfte (56 Prozent) der Hersteller fokussieren sich auf den Einsatz digitaler Technologien, um nachhaltiger zu werden.

Einige Fertigungsunternehmen setzen sich ambitionierte Nachhaltigkeitsziele für das kommende Jahrzehnt: Jedes fünfte (20 Prozent) strebt einen klimaneutralen Geschäftsbetrieb an; zwei von fünf Unternehmen (40 Prozent) verfolgen das Ziel, bis 2030 zu 100 Prozent mit erneuerbaren Energien zu arbeiten. Hersteller bemerken große Vorteile durch bisherige Nachhaltigkeitsmaßnahmen: So registrieren 89 Prozent der Befragten, die Nachhaltigkeitsinitiativen implementieren, eine verbesserte Markenreputation; 81 Prozent verzeichnen ein positiveres Umwelt-, Sozial- und Governance-Rating (ESG) für ihr Unternehmen. Zudem erzielten 97 Prozent Effizienz- und Produktivitätssteigerungen und mehr als zwei Drittel (68 Prozent) der Hersteller sparten Verpackungskosten ein. Ebenfalls jeder zweite bemerkt eine gestiegene Mitarbeitermotivation. Fast alle Unternehmen (98 Prozent) konnten mit Hilfe von Nachhaltigkeitspraktiken ihre Abfallmenge senken und 94 Prozent stellten eine Verringerung ihrer Treibhausgasemissionen fest – beides Top-Prioritäten für Fertigungsunternehmen.

Den Studienautoren zufolge mangelt es dem Fertigungssektor allerdings an umfassenden Konzepten, und die Nachhaltigkeitspraktiken weisen einen geringen Reifegrad auf. So verfolgen im Durchschnitt aller Sektoren der Fertigungsindustrie nur 10 Prozent der Unternehmen einen ganzheitlichen Ansatz zur nachhaltigen Fertigung, der die sechs R-Prinzipien – Reduce, Reuse, Recycle, Recover, Redesign und Remanufacture – umsetzt. Im Sektor der Konsumgüterproduktion sind es bereits 15 Prozent, gefolgt

¹ In dieser Studie werden nachhaltige Hersteller als Organisationen definiert, die alle sechs Rs – Reduce, Reuse, Recycle, Recover, Redesign und Remanufacture – umsetzen und ihre gesamte Wertschöpfungskette nachhaltig gestalten.

von der Industrie- und Investitionsgüterproduktion mit 11 Prozent nachhaltigen Herstellern und dem Automobilsektor mit 10 Prozent. Insgesamt skalieren Fertigungsunternehmen lediglich 11 Prozent der eingeführten Nachhaltigkeitsinitiativen unternehmensweit; nur einer von fünf Befragten hält Nachhaltigkeit für vollständig in die Fertigungsstrategie integriert.

„Es erscheint paradox, dass Fertigungsunternehmen nur etwa jede zehnte Nachhaltigkeitsinitiative im großen Maßstab umsetzen – angesichts der enormen Vorteile, die nachhaltige Praktiken ihnen bringen“, kommentiert Jochen Bechtold, Head of Manufacturing & High Tech bei Capgemini in Deutschland. „Die Fertigungsbranche treibt ihre Nachhaltigkeitsagenda insbesondere durch die Effizienz von Technologie und Datennutzung voran. Wir beobachten steigende Investitionen in digitale Technologien; oft gehen Hersteller Partnerschaften mit etablierten Technologiefirmen und Start-ups ein, um ihre Nachhaltigkeitslösungen weiterzuentwickeln. Damit eröffnet sich ihnen die volle Bandbreite an Möglichkeiten, profitables Wachstum mit Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen.“

Den vollständigen CO₂-Fußabdruck minimieren

38 Prozent der Unternehmen achten auf direkte Emissionen, die sie selbst verantworten oder kontrollieren (Scope-1-Emissionen). Nur 22 Prozent der Hersteller berücksichtigen in ihren Nachhaltigkeitspraktiken darüber hinaus indirekte Emissionen ihres Betriebs (Scope 2) – etwa durch die Erzeugung des genutzten Stroms. 27 Prozent beziehen indirekte Emissionen mit ein, die in der Wertschöpfungskette des Unternehmens entstehen (Scope-3-Emissionen). Somit bleiben Treiber von CO₂-Emissionen außerhalb der internen Prozesse meist außer Acht.

Bislang hapert es häufig schon bei der Zielsetzung: Bei nicht einmal jedem dritten Hersteller stimmen sich die Entscheidungsträger für Nachhaltigkeit und die Geschäftsführung über ihre Nachhaltigkeitsziele ab. Gemäß der Studie müssen Hersteller zudem über die gängigen Lean- and Green-Praktiken – Reduce, Reuse, Recycle – hinausgehen. In einem weiterreichenden Ansatz sollten sie demnach auch auf Rückgewinnung (Recover), Redesign und Wiederaufbereitung (Remanufacture) setzen. Denn während sich die meisten Fertigungsunternehmen auf direkte Emissionen konzentrieren, um ihr Ziel der CO₂-Neutralität zu erreichen, entsteht ein Großteil ihres CO₂-Fußabdrucks durch indirekte Emissionen ihrer Organisation und Wertschöpfungskette.

Die Studienautoren skizzieren für Unternehmen die folgenden Erfolgsfaktoren zum Erreichen der Nachhaltigkeitsziele:

1. Abstimmung zwischen Business-Teams und Nachhaltigkeitsverantwortlichen, um Synergien zwischen Geschäftsentwicklung und Nachhaltigkeit zu erkennen und eine gemeinsame Agenda aufzustellen
2. Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten, um indirekte Emissionen zu reduzieren
3. Schaffung von Transparenz durch aussagekräftige Berichte und die Festlegung der Verantwortlichkeiten
4. Verankerung nachhaltiger Arbeitsweisen und Betriebskulturen
5. Investieren in Technologie und datenbasierte Innovation, um sicherzustellen, dass Nachhaltigkeit und profitables Wachstum Hand in Hand gehen



Methodik der Studie

Das Capgemini Research Institute hat bei großen Produktionsunternehmen mit einem Umsatz von mehr als einer Milliarde US-Dollar 1.000 Führungskräfte befragt, quer durch unterschiedliche Geschäftsfunktionen und Regionen. 480 der befragten Unternehmen waren durch je eine(n) leitende(n) Angestellte(n) der Business-Seite sowie der für Nachhaltigkeit zuständigen Funktion vertreten. Darüber hinaus führten die Forscher Einzelinterviews mit 15 leitenden Nachhaltigkeitsverantwortlichen führender Industrieunternehmen.

[Die vollständige Studie steht hier zum Download bereit.](#)

Über Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Partner für Unternehmen bei der Steuerung und Transformation ihres Geschäfts durch den Einsatz von Technologie. Die Gruppe ist jeden Tag durch ihren Purpose angetrieben, die Entfaltung des menschlichen Potenzials durch Technologie zu fördern – für eine integrative und nachhaltige Zukunft. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste und diverse Organisation mit einem Team von 270.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in fast 50 Ländern. Eine über 50-jährige Unternehmensgeschichte und tiefgehendes Branchen-Know-how sind ausschlaggebend dafür, dass Kunden Capgemini das gesamte Spektrum ihrer Geschäftsanforderungen anvertrauen – von Strategie und Design bis hin zum Geschäftsbetrieb. Dabei setzt das Unternehmen auf die sich schnell weiterentwickelnden Innovationen in den Bereichen Cloud, Data, KI, Konnektivität, Software, Digital Engineering und Plattformen. Der Umsatz der Gruppe lag im Jahr 2020 bei 16 Milliarden Euro.

Get the Future You Want | www.capgemini.com/de

Über das Capgemini Research Institute

Das Capgemini Research Institute ist Capgeminis hauseigener Think-Tank in digitalen Angelegenheiten. Das Institut veröffentlicht Forschungsarbeiten über den Einfluss digitaler Technologien auf große Unternehmen. Das Team greift dabei auf das weltweite Netzwerk von Capgemini-Experten zurück und arbeitet eng mit akademischen und technologischen Partnern zusammen. Das Institut hat Forschungszentren in Indien, Singapur, Großbritannien, und den USA.

Erfahren Sie mehr unter www.capgemini.com/researchinstitute/