

LIEFERKETTEN:

# Umzug ins Glashaus



SedaiNow stellt Finanzmarktteilnehmern und KMUs die erste umfangliche ESG-Datenmanagementplattform zur Verfügung und geht dabei über die Erstellung reiner ESG-Reportings hinaus | VON SABINE WIESMÜLLER

Sabine Wiesmüller, Chief Revenue Officer bei SedaiNow Bild: SedaiNow

**O**bwohl kleine und mittlere Betriebe in Deutschland bislang nicht direkt vom sogenannten Lieferkettengesetz betroffen sind, wird es künftig wichtig sein, Transparenz in die Supply Chain zu bringen. Schließlich hilft der offene Umgang mit dem eigenen Unternehmen dabei, wettbewerbsfähig zu bleiben, mögliche Risiken zu managen, Vertrauen zu schaffen und eigene Potentiale zu erkennen. Hinzu kommt, daß auch die EU an strengen Richtlinien in Bezug auf Umwelt, Soziales und Unternehmensführung arbeitet, die ab 2023 unter anderem sogenannte ESG-Reportings zur Pflicht machen. Eine stetige Transformation des eigenen Geschäftsmodells, bei der Digitalisierung auf transparente Nachhaltigkeit trifft, ist also unabdingbar.

## Einfach blankziehen?!

Gemeinsam mit einem wachsenden Bewußtsein für Sustainability und Ethik steigt das Interesse an Wertschöpfungsprozessen. Dabei geht es nicht darum, jedes kleine Detail zu kommunizieren, kommentieren oder klarzustellen. Vielmehr wird in sachlich untermauerten Aussagen über geleistetes Engagement berichtet und der Kontext für bestimmte

Entscheidungen geliefert. Ist die Belegschaft aktiv an der Gestaltung von Geschäftsprozessen und der Entwicklung von Zukunftsstrategien beteiligt? In welchem Ausmaß finden Kundenstimmen Berücksichtigung? Wie unterstützt der Betrieb Auszubildende? Entscheiden bei der Auswahl von Rohstoffen und Arbeitsmitteln vorrangig der Preis und das Lieferdatum oder stehen auch Kriterien wie Regionalität, Reparaturfähigkeit und Wiederverwendbarkeit im Raum? Wie sieht die CO<sub>2</sub>-Bilanz aus?

Sich so tief in die Karten schauen zu lassen, ist mit konventionellen Geschäftspraktiken oft nicht kompatibel. Radikale Offenheit zu praktizieren, könnte schließlich den gefürchteten Shitstorm, Reputationsverluste oder schlimmstenfalls eine existenzielle Krise nach sich ziehen. Trotzdem entscheiden sich auch immer mehr kleine und mittlere Unternehmen für mehr Transparenz. Sie wissen, daß die Vorteile in Bezug auf verantwortungsvolles Wirtschaften gegenüber den vermeintlichen Gefahren überwiegen. Insbesondere Wachstumschancen, die Reduzierung von Kosten und Risiken sowie eine verstärkte Mitarbeiterbindung spornen sie an, Transparenz zu ihrer neuen Kernkompetenz zu machen.

## Mit offenen Karten

Wer einen ersten Schritt gehen möchte, startet mit einem entschlossenen Audit verschiedener Geschäftsbereiche. Dabei dreht sich zunächst alles darum, eigene Strukturen aufzudecken, zu hinterfragen und systematisch alle relevanten Informationen zu sammeln, um im Anschluß daran den Einfluß der eigenen Geschäftstätigkeit auf Klima, Menschenrechte, Energie, Wasser oder die Gemeinschaft vor Ort zu beziffern. Die Idee, die dahintersteckt: Nur wer die eigenen Zahlen kennt und eine nachhaltige Unternehmensstrategie verfolgt, hat eine solide Basis für Optimierung, eine Chance auf Innovation und die Möglichkeit, selbst Kritiker zu Kreativpartnern im Sinne einer Lösungsfindung zu machen. Transparenz und nachhaltiges Wirtschaften wirken sich aber nicht nur positiv aufs Image aus. Auch in der Finanzwelt ist „Sustainability“ allgegenwärtig. Wer also nicht allein aus Überzeugung Offenheit, Nachhaltigkeit und Verantwortung praktiziert, findet Anreize möglicherweise auf finanzieller Seite. Da viele Banken und institutionelle Anleger Nachhaltigkeitskennzahlen in ihre Finanzierungsprozesse inkludiert haben, profitieren ethisch-ökologisch handelnde Unternehmen etwa von besseren Konditionen, um an frisches Kapital zu kommen.

## Go digital

Um sich als Unternehmen transparent aufzustellen, dienen sogenannte ESG-Kriterien als Richtlinie. Für Umwelt, Soziales und Unternehmensführung existieren dabei nachprüfbar Standards, die Aufschluß über den Zustand einer Organisation geben. Klingt kompliziert? Muß es gar nicht. Digitale Analysewerkzeuge helfen hier, bestehende Stärken zu fokussieren und gleichzeitig mögliche Blindspots aufzudecken, um etwa mit Blick auf das Lieferkettengesetz vom First-Mover-Effekt zu profitieren. <<

*Noch Fragen?*

[www.sedai-now.com](http://www.sedai-now.com)