Globale Studie von Genpact zeigt direkte Beziehung zwischen den Nachhaltigkeitspraktiken von Unternehmen und deren Geschäftsentwicklung

Studie identifiziert künstliche Intelligenz und Analytics als Schlüssel, um Klimaziele zu erreichen

München, 12. Juli, 2022 —Unternehmen, die Klimaschutz und Nachhaltigkeit in den Prozessen ihrer Organisation fest verankert haben, sehen eine deutlich bessere Geschäftsentwicklung als Unternehmen, die das noch nicht getan haben. Dies geht aus einer neuen Studie von Genpact hervor, einem globalen Professional-Services-Unternehmen, das den Schwerpunkt auf die digitale Transformation legt.

Wie die Studie *Tech for Progress 360: Accelerating climate action with data-led insight* unter anderem zeigt, berichten Führungskräfte aus Unternehmen, die beim Thema Nachhaltigkeit zu den am weitesten entwickelten zählen, häufiger von einer positiven Geschäftsentwicklung, als Führungskräfte aus Unternehmen, die in Puncto Nachhaltigkeit noch nicht soweit fortgeschritten sind. Konkret antworteten 58 Prozent der Befragten, deren Unternehmen bereits erfolgreich nachhaltige Prozesse in ihren Organisationen integriert haben, dass sich ihr Geschäft in den vergangenen zwei Jahren gut entwickelt hat. In der Gruppe der Unternehmen, die bislang noch keine nachhaltigen Prozesse umgesetzt haben, beträgt die Quote lediglich 40 Prozent. Die Führungskräfte bei Nachhaltigkeitsleadern geben außerdem mit einer viel höherer Wahrscheinlichkeit an, dass ihre Unternehmen in den vergangenen zwei Jahren neue Technologien eingeführt haben (70 Prozent gegenüber 45 Prozent in der Gruppe der weniger nachhaltigen Unternehmen). Dieser Zusammenhang verdeutlicht, dass vorausschauende Unternehmen bei Innovation oftmals an mehreren Stellen den Weg weisen. Ihnen ist bewusst, wie wichtig es ist, digitale Technologien und Daten zu nutzen und ökologische und nachhaltige Praktiken in den Mittelpunkt ihres unternehmerischen Handelns zu stellen.

In der Gruppe der Nachhaltigkeitsführer spielt Technologie eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht ihre ehrgeizigen Ziele zu erreichen. Darüber hinaus erkennt die Hälfte der Befragten das Potenzial von künstlicher Intelligenz (KI) und 40 Prozent das Potenzial von Advanced Analytics, um ihren ökologischen Nachhaltigkeitszielen näherzukommen. Anders in der Gruppe der Unternehmen, die bislang weniger nachhaltige Prozesse etablieren konnten: hier ist es weniger wahrscheinlich, dass der Wert dieser Technologien für Nachhaltigkeit hervorgehoben wird. Dies verdeutlicht, dass es eine Kluft gibt zwischen Führungskäften, die vestehen, wie sie KI, Daten und Analytics verwenden können, um einen bleibenden Wert für ihrer Organisation zu schaffen, und Führungskräften, die sich dessen nicht bewusst sind; tendenziell wird diese Kluft größer.

Die Studie basiert auf den Antworten von 510 Führungskräften großer, global operierender Unternehmen. Sie untersucht die Herausforderungen, denen sich Unternehmen stellen müssen, und die Chancen, die sich für sie eröffnen, da Kunden, Investoren und Mitarbeiter verstärkt nach verantwortungsbewussten Unternehmen suchen. Gleichzeitig stellen Aufsichtsbehörden mehr und höhere Anforderungen an das Reporting von Unternehmen in Puncto Umwelt, Soziales und verantwortungsvolle Unternehmensführung (ESG).

„Nachdem Unternehmen mit wirtschaftlichen Unsicherheiten zu kämpfen haben, ist es an der Zeit, ESG-bezogene Risiken, die sowohl einen erheblichen Einfluss auf die Umwelt als auch die Zukunftsfähigkeit und Rentabilität eines Unternehmens haben können, zu identifizieren, zu managen und zu minimieren,“ kommentiert **Katie Stein, Chief Strategy Officer und Global Business Leader for Enterprise Services and Analytics, Genpact**. *„Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmen vor allem dann erfolgreich sein werden, wenn sie ihre Ziele mit intelligenten, flexiblen und datengesteuerten Aktionsplänen untermauern. Die Kombination von Advanced Analytics, KI und Automatisierung mit menschlichem Urteilsvermögen spielt eine entscheidende Rolle*

dabei Unternehmen zu unterstützen, einen sinnvollen Wandel voranzutreiben, der zu widerstandsfähigen Unternehmen, einer gesünderen Umwelt und stärkeren Gemeinschaften führt."

Der ökologischen Nachhaltigkeit mit Hilfe datengestützter Erkenntnisse auf der Spur
Unternehmen können es sich heutzutage nicht länger leisten ökologische Nachhaltigkeit zu ignorieren oder ihre Zielgruppen mit Lippenbekenntnissen zu beschwichtigen. Aufsichtsbehörden nehmen ESG-Praktiken immer stärker unter die Lupe. Deswegen müssen Unternehmen genauer darauf achten, wie sie sowohl ihre eigenen Initiativen als auch die ihres gesamten Lieferketten-Ökosystems verfolgen, indem sie datengestützte Erkenntnisse nutzen.

Es überrascht nicht, dass die Befragten, deren Unternehmen bei nachhaltigen, im Unternehmen tief verankerten Geschäftspraktiken führend sind, ebenfalls eher Daten und Erkenntnisse nutzen, um ihre Partner zu ermutigen, selbst ebenfalls Fortschritte bei ihren Nachhaltigkeitszielen zu machen (58 Prozent innerhalb dieser Gruppe gegenüber 47 Prozent der Befragten außerhalb dieser Gruppe).

Allerdings ist sowohl bei den Vorreitern im Bereich Nachhaltigkeit als auch bei den anderen Befragten die Wahrscheinlichkeit nicht höher, dass sie ihre Fortschritte anhand von Klimazielen verfolgen, über Emissionen berichten oder Regularien überwachen. Unternehmen haben noch viel zu tun, da Regierungen und Aufsichtsbehörden von Unternehmen verlangen, dass sie allen beteiligten Interessensgruppen einheitliche, vergleichbare und zuverlässige Informationen in Bezug auf Klima und Umwelt zur Verfügung stellen.

Gesetzliche Vorschriften als ein wichtiger Treiber in Deutschland
Betrachtet man die Antworten der Teilnehmer aus Deutschland im internationalen Vergleich fällt auf, dass in Deutschland das Thema ESG-Reporting zwar überdurchschnittlich wichtig ist, es aber seltener verbindlich formulierte Ziele gibt, mit denen klar definierte Kennzahlen abgeglichen werden. Ebenfalls auffällig ist, dass dem Thema ROI in Deutschland eine höhere Bedeutung zukommt als in den anderen Teilnehmerländern.

Ebenfalls überdurchschnittlich oft nennen die Teilnehmer aus Deutschland gesetzliche Vorschriften und Regularien als einen wichtigen Treiber für datengestützte ESG Initiativen (32 Prozent der deutschen Teilnehmer) – nur in den USA spielt dieser Aspekt mit 33 Prozent eine noch größere Rolle.

Bei der Frage nach den Technologien, denen ein besonders hohes Potential im Bereich Nachhaltigkeit eingeräumt wird, nennt die Hälfte der deutschen Teilnehmer künstliche Intelligenz an erster Stelle; das sehen ansonsten nur noch die Teilnehmer aus den USA ebenfalls so. Advanced Analytics landet in Deutschland hingegen nur auf #4 des Rankings von fünf vorgeschlagenen Technologien; lediglich in Japan schneidet Advanced Analytics noch schlechter ab.

„Die Studie beweist, dass Unternehmen in Deutschland den Stellenwert von ESG erkannt haben," kommentiert Rainer Majcen, Chief Executive Officer Genpact Deutschland*. „Es zeigt sich jedoch, dass bei der Umsetzung entsprechender Maßnahmen der beste Weg noch gesucht wird."*

Führend im Kampf gegen den Klimawandel
Ein Beispiel für den erfolgreichen Einsatz von KI und Analytics, um schneller Erkenntnisse zu gewinnen, Entwicklungen zu beobachten und um über Nachhaltigkeitsziele zu berichten, ist die Partnerschaft zwischen Genpact und dem Formel-E-Team Envision Racing (ER). Neben der kontinuierlichen Leistungsverbesserung des Teams auf der Rennstrecke arbeiten die beiden Organisationen außerdem zusammen, um abseits des Parcours ehrgeizige Ziele zu erreichen, indem sie Daten und Innovationen zur Bekämpfung des Klimawandels nutzen.

Als grünstes Team in der grünsten Startaufstellung ist Envision Racing das erste Formel-E-Team, das vom Carbon Trust im Jahr 2020 als klimaneutral zertifiziert wurde. Die Datenanalyse-Expertise von Genpact hilft Envision Racing bei der Optimierung, Analyse und Automatisierung der Sammlung von Emissionsdaten. So kann ER über seine Emmissionsdaten berichten und seinen Status als klimaneutraler Rennstall erhalten. Dank dieses Prozesses konnte das Team den Zeitaufwand für das Reporting um 50 Prozent reduzieren. Um das Envision Racing Team bei der umweltfreundlicheren Reiseplanung zu unterstützen, hat Genpact außerdem einen Emissionsrechner entwickelt, der KI und Analytics nutzt. Er sammelt Daten wie etwa die Entfernung zwischen zwei Standorten und nutzt ein Machine-Learning Modell, um eine Prognose abzugeben, wie die Reise verlaufen wird. Anschließend gibt er dem Team eine Reiseempfehlungen auf der Grundlage des zu erwartenden Emissionsausstoßes.

Die Partnerschaft zwischen Envision Racing und Genpact wird während der beiden Formel E-Rennen in New York City am 16. und 17. Juli und in London am 30. und 31. Juli vor Ort erlebbar sein.

„Die jüngste Studie von Genpact unterstreicht die tiefe Überzeugung von Envison Racing: Erfolgreiche Unternehmen wissen, dass sie nur gewinnen können, wenn es auch unserem Planeten gut geht. Für uns steht der Kampf gegen den Klimawandel im Mittelpunkt unseres Handelns", ergänzt **Jennifer Babington, Operations Director und General Counsel bei Envision Racing.** *„Durch die teilweise Automatisierung unseres Carbon-Reporting-Prozesses hat Genpact nicht nur die Geschwindigkeit und Genauigkeit verbessert, sondern auch den Ansatz benutzerfreundlich gestaltet. So können wir leicht Einblick in unseren Kohlenstoffverbrauch und unsere Kompensationsdaten nehmen, was uns dabei hilft, kontinuierlich Entscheidungen zu treffen, die einen nachhaltigen Einfluss auf unsere Gemeinschaften und unseren Planeten haben."*

Die in Zusammenarbeit mit dem FORTUNE Brand Studio durchgeführte Studie von Genpact ist der zweite Teil einer dreiteiligen Serie namens *Tech for Progress 360*, in der untersucht wird, wie Unternehmen Technologien einsetzen, um über das zunächst offensichtliche Ergebnis hinaus Wirkung zu entfalten. Die Serie untersucht die Fortschritte von Unternehmen in drei verschiedenen Bereichen: Mitarbeiterkultur, Nachhaltigkeit sowie Diversität, Gerechtigkeit und Inklusion.

Weitere Informationen finden Sie hier: https://www.genpact.com/tech-for-progress/environmental-sustainability

Über die Studie
Genpact und FORTUNE Brand Studio haben im Herbst 2021 eine Online-Umfrage unter 510 Führungskräften in den USA, Großbritannien, Deutschland, Australien, Japan und Kanada durchgeführt, um zu untersuchen, wie Unternehmen Technologie nutzen, um Wirkungen über das zunächst offensichtliche Ergebnis hinaus zu erzielen, indem sie die Fortschritte bei der Verwirklichung von drei verschiedenen Zielen untersuchen: Verbesserung des Mitarbeitererlebnisses, Stärkung der Gemeinschaft durch Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration sowie Schutz der Umwelt. Etwa 30 Prozent der Befragten haben Positionen auf C-Level inne, der Rest auf Direktorenebene oder höher. Die Befragten stammen aus den Bereichen Finanzen, IT/Technologie, Lieferkette/Beschaffung, Betrieb/Produktion, Compliance/Risiko, allgemeines Management, digitale Innovation, Business Transformation, Vertrieb, Marketing und Personalwesen. Alle Befragten geben einen jährlichen Unternehmensumsatz von 1 Milliarde US-Dollar oder mehr an.

Über die Teilnehmer aus Deutschland
Aus Deutschland haben 76 Führungskräfte an der Umfrage teilgenommen. Hinsichtlich ihrer Positionen im Unternehmen setzt sich das Sample aus 16% Vorständen & Geschäftsführern (C-Level), 14% Executive Vice Presidents, 36% Ressortleitern (Senior VPs & VPs) und 33% Bereichsleitern zusammen. Die Befragten aus

Deutschland stammen aus den Bereichen Finanzen (7%), IT/Technologie (7%), Lieferkette/Beschaffung (5%), Betrieb/Produktion (5%), Compliance/Risiko (3%), allgemeines Management (7%), digitale Innovation (22%), Business Transformation (25%) und Vertrieb, Marketing und Personalwesen (20%). Die teilnehmenden Unternehmen stammen aus den Branchen Finanzwesen (25%), Unterhaltung (5%), Gesundheitswesen (3%), Technologie (16%), Life Sciences (3%), Konsumgüterindustrie (24%), Fertigung (8%) und Einzelhandel (17%) und geben einen jährlichen Unternehmensumsatz von 1 Milliarde US-Dollar oder mehr an.

Über Genpact

Genpact (NYSE: G) is a global professional services firm that makes business transformation real. Led by our purpose – the relentless pursuit of a world that works better for people – we drive digital-led innovation and digitally enabled intelligent operations for our clients. Guided by our experience reinventing and running thousands of processes for hundreds of clients, many of them Global Fortune 500 companies, we drive real-world transformation at scale. We think with design, dream in digital, and solve problems with data and analytics. Combining our expertise in end-to-end operations and our AI-based platform, Genpact Cora, we focus on the details – all 100,000+ of us. From New York to New Delhi, and more than 30 countries in between, we connect every dot, reimagine every process, and reinvent the ways companies work. We know that reimagining each step from start to finish creates better business outcomes. Whatever it is, we'll be there with you – accelerating digital transformation to create bold, lasting results – because transformation happens here. Get to know us at Genpact.com and on LinkedIn, Twitter, YouTube, and Facebook.

Ihr Pressekontakt

Genpact Deutschland
Judith Schunke
Tel.: +44 (0)7887 66155

100zehn GmbH
Tel.: +49 (89)55 27 06-0
Email: genpact@100zehn.de

---

https://media.genpact.com/2022-07-12-Globale-Studie-von-Genpact-zeigt-direkte-Beziehung-zwischen-den-Nachhaltigkeitspraktiken-von-Unternehmen-und-deren-Geschaftsentwicklung