systain

5 Erfolgsfaktoren für eine CSRD konforme Wesentlichkeitsanalyse

als zentrale Grundlage der Nachhaltigkeitsstrategie

Autor*innen:
Jan Schröder
Anna Block

2023
www.systain.com

INHALT

Seite 03 | Kontakt

Seite 04 | Hintergrund

Seite 05 | Doppelte Wesentlichkeit

Seite 06 | Erfolgsfaktor 1

Seite 08 | Erfolgsfaktor 2

Seite 10 | Erfolgsfaktor 3

Seite 11 | Erfolgsfaktor 4

Seite 13 | Erfolgsfaktor 5

Seite 14 | Ausblick

Seite 15 | Resümee

DAS SIND WIR

Eine Strategie ist nur so gut wie ihre Umsetzung. Mit wissenschaftlichen Erkenntnissen, datengetriebenen Modellen und unternehmerischer Praxis leiten wir aus komplexen Herausforderungen klare Handlungsempfehlungen ab. Dabei hilft uns unsere langjährige Expertise, die wir mit Neugier und einer guten Portion Pragmatismus verbinden.

KONTAKTE

Kontaktieren Sie uns jederzeit bei Fragen

Anna Block
Manager

Hubertus Drinkuth
Managing Director

Carolin Griese
Associate Director

NACHHALTIGKEIT LEBENSLANG

+25

über 25 Jahre Erfahrung

3	Standorte
+10	Netzwerkpartner
+30	Expert:innen
+100	zufriedene Kunden

systain
SYSTAIN.COM

+49 40 609 4618-0

info@systain.com

Hintergrund

Nachhaltigkeitsmanagement muss wie das Management anderer zentraler Geschäftsthemen, strategisch, systematisch und faktenbasiert angegangen werden.

Bei der Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie ist die Wesentlichkeitsanalyse zentraler Dreh- und Angelpunkt. Die Wesentlichkeitsanalyse (auch Materialitätsanalyse genannt) bestimmt den Grad der strategischen Relevanz der Nachhaltigkeitsthemen für das Unternehmen. Das Ergebnis der Analyse ermöglicht es, auf einen Blick zu erkennen, welche Themen mit niedriger und welche Themen mit besonders hoher strategischer Intensität verfolgt werden müssen.

Für die Themenauswahl und -analyse bildet das EU-Rahmenwerk für die Nachhaltigkeitsberichterstattung, die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), mittlerweile die Basis.

CSRD

Mit der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) werden viele Unternehmen in der EU ab 2025 schrittweise verpflichtet einen umfassenden Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen. Sie müssen dafür über eine Vielzahl an Nachhaltigkeitsthemen mit hohem Detailgrad berichten. Die zu berichtenden Themen sollen mit einer Wesentlichkeitsanalyse ermittelt werden, die mit konkreten Anforderungen und Methoden umzusetzen ist.
Unser Ansatz zur Wesentlichkeitsanalyse ist konform dieser Anforderungen gestaltet und ermöglicht dadurch nicht nur die Ableitung strategischer Handlungsfelder für das Nachhaltigkeitsmanagement, sondern auch die Grundlage zur CSRD-Berichterstattung. Mehr zum Thema in unserem Blogbeitrag zur CSRD.

DOPPELTE WESENTLICHKEIT

Die Wesentlichkeit von Nachhaltigkeitsthemen muss sowohl für strategische Ableitungen als auch für die kommende EU-Berichterstattungspflicht aus zwei Perspektiven bestimmt werden: Aus einer Nachhaltigkeitssicht (Impact Materiality) und aus einer Unternehmenssicht (Financial Materiality). Aus der Zusammenführung der beiden Perspektiven ergibt sich die sogenannte doppelte Wesentlichkeit („Double Materiality“) der Nachhaltigkeitsthemen.

Nachhaltigkeitsperspektive
Die Nachhaltigkeitsperspektive (Impact Materiality) umfasst die Analyse der ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen des Unternehmens auf Mensch und Natur (Inside-out Perspektive).

Unternehmensperspektive
Die Unternehmensperspektive (Financial Materiality) nimmt die ökonomischen Auswirkungen von Nachhaltigkeitsthemen auf das Unternehmen in den Blick (Outside-in Perspektive).

Die Bewertungen beider Perspektiven werden in einer Wesentlichkeitsmatrix zusammengeführt. Themen mit hoher strategischer Relevanz (in diesem Fall rechts oben) können so einfach abgelesen werden.

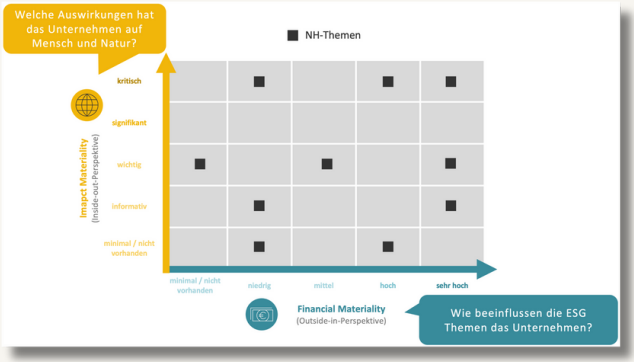


Abbildung 1 Schematische Darstellung einer Wesentlichkeitsmatrix

Die Wesentlichkeitsmatrix
Die Wesentlichkeitsmatrix ermöglicht eine übersichtliche Visualisierung der doppelten Wesentlichkeit. Die strategische Bedeutung eines Nachhaltigkeitsthemas wird dargestellt, sowohl mit Blick auf die Auswirkungen des Unternehmens auf die Umwelt als auch die finanziellen Chancen und Risiken für das Unternehmen durch das Nachhaltigkeitsthema. Dabei gilt: Je größer die Auswirkungen des Unternehmens auf die Umwelt, desto weiter oben landet das Thema auf der Y-Achse (Impact-Wesentlichkeit) – je größer die finanziellen Chancen und Risiken, desto weiter rechts sollte das Thema auf der X-Achse (finanzielle Wesentlichkeit) verordnet werden. Mehr Details zur strategischen Bedeutung der Zonen innerhalb der Matrix und der Berichtspflicht sind auf Seite 11 sowie in der Abbildung 5 zu finden.

Notwendige Arbeitsschritte
Für ein solches Ergebnis sind mehrere Arbeitsschritte nötig; werden die folgend beschriebenen Punkte bei der Durchführung der Analyse beachtet, so werden betriebliche Ressourcen gespart und die Ansprüche an eine Wesentlichkeitsanalyse – zum Zweck der Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie und zur Erfüllung der europäischen Berichterstattungsanforderung – erfüllt. Wir haben dafür fünf Erfolgsfaktoren auf dem Weg zur Wesentlichkeitsanalyse zusammengestellt.

"Bisher war die Definition der Themenliste für eine Wesentlichkeitsanalyse insofern herausfordernd, als dass es keine klaren Vorgaben dafür gab."

Regulativ-konforme Zusammenstellung der Nachhaltigkeitsthemen

unter Berücksichtigung der Unternehmensspezifika

Die CSRD als EU-Standard für Nachhaltigkeitsberichterstattung hat hier Klarheit geschaffen: In zehn Themenstandards (ESRS) wird vorgegeben, welche Themenfelder adressiert und analysiert werden müssen. Darunter befinden sich bereits lange und vielfach diskutierte Themen wie Treibhausgasemissionen oder Bezahlung von Mitarbeiter*innen; darüber hinaus werden aber auch Themen wie Biodiversität oder negative Auswirkungen auf lokale Bevölkerungsgruppen in der Nähe von Produktionsstätten entlang der gesamten Wertschöpfungskette analog zu Regulierungen (z.B. EU Verordnung gegen Entwaldung, Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz) in den Themenkanon aufgenommen.

Die größtenteils feststehenden Themen müssen jedoch der Unternehmensrealität angepasst werden. Erst dann können fundierte Ergebnisse und die Ableitung spezifischer Maßnahmen gewährleistet werden. Dafür gilt es zwei zentrale Schritte zu beachten: Die gesamte Wertschöpfungskette muss in den Blick genommen und Kundenspezifika beachtet werden.

Abbildung 2 Schematische Darstellung der Themenfelder, vollständig aufgespannt über die drei Wertschöpfungsstufen

Das Aufspannen des Themenfeldes erfolgt daher durch die vollständige Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsaspekte ...

... gemäß Unternehmens- und Branchenspezifika.

Erst die Einführung in besondere Gegebenheiten des Unternehmens und die Analyse von Kunden- und Wettbewerbsspezifika ermöglichen es, die Definitionen der Nachhaltigkeitsthemen abzuschließen. Während ein Thema wie besorgniserregende Stoffe für manche produzierenden Unternehmen in der gesamten Wertschöpfungskette hohe Brisanz haben kann, mag es für gewisse Dienstleister nicht oder allein in der Lieferkette relevant sein. Auf diese Weise können wir dank unserer langjährigen, branchenübergreifenden Erfahrung Themen bereits ausschließen bzw. die Definitionen in ihren Inhalten schärfen. Nur wenn zu Beginn alle wichtigen Themen eindeutig beschrieben sind, kann das Verständnis der Unternehmensmitarbeiter*innen und eine reibungslose Umsetzung der Wesentlichkeitsanalyse gewährleistet werden.

... entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Denn Auswirkungen eines Nachhaltigkeitsthemas auf Menschen und Natur oder das Unternehmen unterscheiden sich je nach Wertschöpfungsstufe – Lieferkette, eigene Standorte, Nutzungsphase.

Beispielsweise sind ökologische Effekte in der Lieferkette oft größer als an eigenen Standorten; an Standorten wiederum fällt es häufig leichter, Maßnahmen umzusetzen. Diese Differenzierungen können später besser in den Blick genommen werden, wenn bereits bei der Wesentlichkeitsanalyse die Struktur der Wertschöpfungskette berücksichtigt wird.

In unserer Wesentlichkeitsanalyse betrachten wir daher jedes Thema (soweit sinnvoll) in allen drei Wertschöpfungsstufen (Abbildung 2).

Faktenbasierte Analyse von Auswirkungen der Nachhaltigkeitsthemen

auf Menschen und Natur (Impact Materiality)

Basierend auf den methodischen Anforderungen der themenübergreifenden Standards der CSRD (ESRS 1 und ESRS 2), betrachten wir die Auswirkungen der Unternehmen auf Menschen und Natur anhand von drei Schweregradfaktoren. Zusammengenommen ermöglichen sie eine differenzierte Bewertung von Unternehmensauswirkungen zu jedem einzelnen Thema.

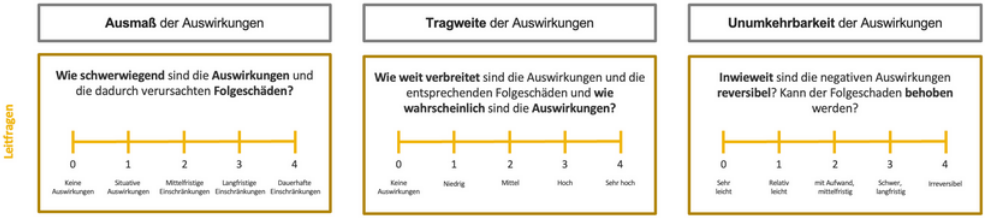


Abbildung 3 Die drei Schweregradfaktoren zur CSRD-konformen Bewertung der Impact Materiality

Für die Bewertung der drei Schweregradfaktoren verwenden wir eine Kombination aus quantitativen und qualitativen Analyseverfahren:

Input-Output Modellierung:

Unsere modellbasierte Datenanalyse ermöglicht die Spezifizierung von Auswirkungen auf Menschen und Natur. Dafür nutzen wir ein eigens entwickeltes Analysetool, das auf der Grundlage von volkswirtschaftlichen Methoden der multiregionalen Input-Output-Rechnung sowie Unternehmensdaten aus dem Geschäftsbericht oder dem betrieblichen Rechnungswesen Auswirkungen modelliert. Alternativ können technische Analysen wie Ökobilanzen herangezogen werden. Auf dieser Basis gewinnen wir konkrete Einblicke, auf welcher Wertschöpfungsstufe und wie groß die negative Schadwirkung eines Nachhaltigkeitsthemas ist.

Workshops mit Expert*innen aus dem Unternehmen:

Niemand kennt das Unternehmen und dessen Prozesse, Produkte, eingekaufte Waren und Dienstleistungen besser als die dafür zuständigen Manager*innen der relevanten Geschäftsbereiche. In Form von virtuellen oder analogen Workshops sind die Unternehmens-Expert*innen dazu eingeladen und angehalten, die Analyseergebnisse kritisch auf Validität zu prüfen. So kann sichergestellt werden, dass die statistisch modellierten Auswirkungen des Unternehmens weder über- noch unterschätzt und die Unternehmensrealität abgebildet wird.

> *Durch die Diversität unserer Mitarbeiter*innen, vor allem in Bezug auf akademische und professionelle Hintergründe, können wir auf einen reichen Pool an Expertise zurückgreifen, um zu Themen wie Menschenrechten, Klimafragen oder Kreislaufwirtschaft Aussagen zu treffen. Somit fließen rechtliche, ethische und ökonomische Aspekte ebenso sehr wie naturwissenschaftliches Know-how in die Bewertungen mit ein.*

Befragung weiterer interner und externer Stakeholder:

Unserer Erfahrung nach ist es wertvoll, wichtige interne und externe Stakeholder in dem Analyseprozess zu beteiligen, um eine umfassende Sicht auf das Unternehmen und dessen Umwelt zu erhalten und die Akzeptanz und Umsetzung der Ergebnisse zu stärken. Hierzu identifizieren wir im Projekt frühzeitig Akteure, die es in unterschiedlichen Phasen des Projektes miteinzubeziehen gilt. Auch die CSRD sieht eine solche Einbindung vor – je nach Unternehmen kann diese über einzelne Interviews und Workshops bis hin zu breit aufgestellten Online-Umfragen erfolgen.

Normative / logische Ableitungen:

Einige Datenpunkte für die Impact-Perspektive lassen sich unternehmensunabhängig bewerten (z.B. die Unumkehrbarkeit von Auswirkungen), da sie für jedes Unternehmen gleichermaßen gelten. Mit der Erfahrung vorangegangener Materialitätsanalysen sowie interner Fachexpertise können wir hier effektiv Ressourcen der Unternehmen einsparen und überflüssige Befragungen und Datenerhebungen gezielt vermeiden.

Risikoanalyse pro Nachhatigkeitsthema

Thema: S1	Erreichung der strategischen Ziele		Reputation		Störung der Geschäftsaktivitäten		Compliance	
	Risikohöhe	Wahrscheinlichkeit	Risikohöhe	Wahrscheinlichkeit	Risikohöhe	Wahrscheinlichkeit	Risikohöhe	Wahrscheinlichkeit
Sehr hoch	x			x	x	x		
Hoch		x						
Mittel			x					
Gering							x	x
Nicht vorhanden								
Argumentation	• ... • ...	• ... • ...	• ... • ...	• ... • ...	• ... • ...	• ... • ...	• ... • ...	• ... • ...
Risikowert Treiber	Hoch		Hoch		Sehr hoch		Gering	
Gesamtrisiko Thema	Sehr hoch							

Abbildung 4 Schematische Darstellung unserer Bewertungslogik für die Einschätzung von Chancen und Risiken der finanziellen Wesentlichkeit

3 Systematische Erfassung der finanziellen Chancen und Risiken

(Financial Materiality)

Neben den Auswirkungen des Unternehmens auf Menschen und Natur wird für die doppelte Wesentlichkeit die Analyse der finanziellen Auswirkungen von Nachhaltigkeitsthemen auf das Unternehmen benötigt. Diese setzt sich zusammen aus der Analyse von finanziellen (a) Chancen, die durch die Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Nachhaltigkeitsthema entstehen können (z.B. Kosteneinsparungen durch Reduktion des Energieverbrauchs) und (b) Risiken, die bei unzureichenden Maßnahmen auf das Unternehmen zukommen können (z.B. Reputationsschäden durch inadäquate Arbeitsbedingungen in der Lieferkette).

Methodisch wenden wir ebenfalls eine Kombination aus qualitativer und quantitativer Analyse an. Um Chancen und Risiken quantitativ, systematisch und vergleichbar darzustellen, ziehen wir Daten und Einschätzungen gemäß des klassischen Risikomanagements heran, wie sie üblicherweise in jedem Unternehmen vorhanden sind (oder alternativ von uns eingeschätzt werden). Dazu nehmen wir die Expertise der Manager*innen der relevanten Geschäftsbereiche (erste bzw. zweite Führungsebene) mit auf, um die finanziellen Auswirkungen zu spezifizieren und mit notwendigen Argumenten für strategische Einschätzungen und die Berichterstattung zu untermauern.

4 Strategische Auswertung

der Themenanalyse

Durch die Analyse von Schadwirkungen der Nachhaltigkeitsthemen auf Menschen und Natur (Impact Materiality) und der finanziellen Auswirkungen der Nachhaltigkeitsthemen auf das Unternehmen (Financial Materiality) haben wir die sogenannte doppelte Wesentlichkeit der Themen erfasst. Die Bestimmung der doppelten Wesentlichkeit der Nachhaltigkeitsthemen verhilft zur doppelten Zielerreichung:

Zum einen werden Anforderungen an die Berichterstattung erfüllt und zum anderen strategische Ableitungen ermöglicht. Der Fahrplan für ein Unternehmen ist damit erstellt und muss in den weiteren Schritten – durch Operationalisierung und Maßnahmenableitungen – mit Leben gefüllt werden.

Nicht-berichtspflichtig

Gemäß CSRD können wir damit berichtspflichtige von nicht-berichtspflichtigen Themen unterscheiden. Beispielhaft handelt es sich im lila schraffierten Bereich um Themen, die nicht unter die Berichtspflicht der CSRD fallen würden. Nach aktuellem Stand (August 2023) sind die Grenzwerte jedoch nicht festgelegt und können gemäß angemessener Schwellenwerte auf das Unternehmen hin angepasst werden.

Über die bloße Berichtspflicht hinaus ermöglicht die Verortung der Themen in der Matrix, strategische Ableitungen für diese zu treffen. Je dunkler die Einfärbung, desto höher die strategische Intensität, mit der ein Thema adressiert werden muss.

Hohe strategische Relevanz

Themen, die im schwarzen, hoch strategischen Bereich liegen, sind zum einen Themen mit dem Potential zur strategischen Differenzierung. Diese Themen sollen die Corporate Identity prägen und dazu führen, „Industry Best-In-Class“ zu werden oder sich zumindest auf Ebene der „Industry Best-In-Class“ zu positionieren. Zum anderen kann es sich um Themen handeln, die angegangen werden müssen, um die Resilienz des Unternehmens zu erhöhen (risikobasierte Herangehensweise). Die Adressierung dieser Risikothemen trägt dazu bei, Verlust von Unternehmenswert zu verhindern.

Mittlere strategische Relevanz

Themen, die im dunkelgrauen, mittleren strategischen Bereich liegen, sind Themen, mit denen sich ein Unternehmen kaum vom Wettbewerb absetzen kann. Ziel für diese Themen ist es, gesetzliche und gesellschaftliche Normen zu übertreffen. Aufgrund der Außenrelevanz der Themen und/oder des herausragenden Wertpotenzials muss hier eher freiwillige Selbstverpflichtung und die Positionierung im Wettbewerb angestrebt werden; das Mitschwimmen mit Wettbewerbern auf Augenhöhe, die Verfolgung einer Me-too-Strategie ist für diese Themen zu empfehlen.

Niedrige strategische Relevanz

Themen, die im hellgrauen, niedrigen strategischen Bereich liegen, sind Themen mit geringem Wertpotenzial. Hier lautet das Ziel, rechtliche und gesellschaftliche Normen einzuhalten.

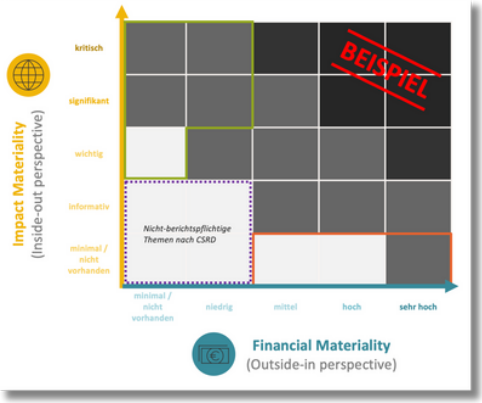


Abbildung 5 Schematische Detaildarstellung einer Wesentlichkeitsmatrix

Zu beachten ist, dass Themen mit hoher strategischer Intensität nicht notwendigerweise die meisten personellen und/oder finanziellen Ressourcen benötigen. Es ist möglich, dass Themen mit niedriger strategischer Intensität weitaus mehr Ressourcen in Anspruch nehmen, da herausfordernde und komplexe gesetzliche/ gesellschaftliche Anforderungen erfüllt werden müssen (z.B. LkSG). Zusätzlich zu den drei strategischen Positionierungen müssen folgende zwei Einordnungen der Themen beachtet werden:

Rechtliche Compliance

Themen, die im grün gekennzeichneten Bereich liegen, sind Themen mit hoher Schadwirkung, aber geringer Geschäftswertrelevanz. Sie liegen im Bereich des Frühwarnsystems und müssen bezüglich ihrer zukünftigen Relevanz behalten werden. Zudem sollten hier Innovations- und Vorreiterpotenziale geprüft werden. Zunächst erfordern sie aber lediglich rechtliche Compliance bzw. eine Positionierung auf Augenhöhe des Wettbewerbs.

Betriebswirtschaftlich relevant

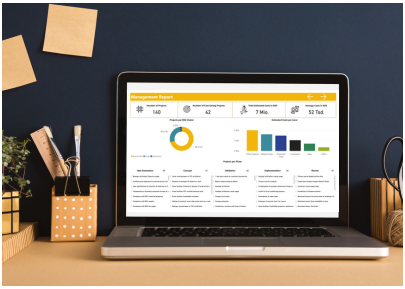
Themen, die im rot gekennzeichneten Bereich liegen, müssen aus betriebswirtschaftlicher Sicht geführt werden; sie weisen einen mittleren bis hohen potenziellen Beitrag zum Geschäftswert auf. Themen in diesem Bereich können von Nachhaltigkeitsinitiativen abgekoppelt werden und sollten zur Bearbeitung in fachlich zuständige Bereiche übergeben werden (z.B. Training und Entwicklung und Human Resources).

Effektives Datenmanagement sicherstellen

Die Bewertung der beiden Dimensionen (Impact und Financial Materiality) geht mit einem hohen Maß an Datenerfassung und -Analyse einher. Um während des Projektes und darüber hinaus den Überblick über die erhobenen Informationen zu behalten, muss ein effektives Datenmanagement betrieben werden.

Abbildung 6 Ausschnitte aus dem Datenmanagement Tool – 1. Definition der Maßnahme und dessen Spezifikationen; 2. Übersicht von Maßnahmen, nach Reifegrad gegliedert; 3. Maßgeschneiderte Dashboards zur Übersicht über den Stand der Maßnahmenumsetzung

Um den Prozess dahingehend zu erleichtern, haben wir gemeinsam mit Advyce & Perlitz ein Datenbank-Tool entwickelt. Von Projektbeginn an können alle relevanten Daten (z.B. Definitionen, Berechnungen, Bewertungen und Argumente) in diesem „Single Point of Truth“ von uns und den Kunden*innen nach Bedarf festgehalten, abgerufen und justiert werden.



Zusätzlich bietet das Tool die Möglichkeit, zu jedem der betrachteten Themen Ziele, Maßnahmen und KPIs festzulegen und diese z.B. mit Verantwortlichkeiten, Stichtagen und Budgets zu versehen. Der Fortschritt der Umsetzung solcher Maßnahmen kann mithilfe eines Härtegradmodells sowie maß-geschneiderten Dashboards verfolgt werden.

So kann es weiter gehen

1 Governance

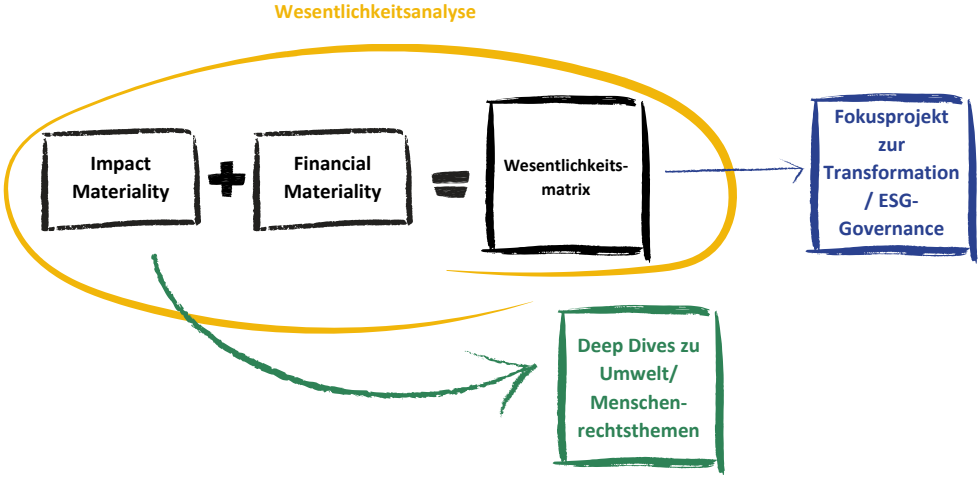
Das Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens ist nun befähigt, Maßnahmen anhand der identifizierten Hebel und Ambitionsniveaus zu planen.

Spätestens für die Umsetzung solcher Maßnahmen wird es wichtig, die Governance der Nachhaltigkeitsentwicklung innerhalb des Unternehmens noch einmal kritisch zu betrachten; wie weit sind ESG-Aspekte bereits in die unterschiedlichen Unternehmensbereiche integriert? Wer ist verantwortlich für die Erreichung von Klimazielen, sofern vorhanden? Wie kann der Fortschritt bei der Vielfalt an Aufgaben systematisch und effizient kontrolliert werden? Mithilfe eines ganzheitlichen Verständnisses solcher Punkte können effektive Maßnahmen und Ziele definiert und die Umsetzung mitsamt den dafür nötigen Ressourcen ermöglicht werden.

2 Deep dives: Klima & Menschenrechte

Sofern aus der Impact Materiality gewisse Umwelt- oder Sozialrisiken hervorgehen, die nähere Betrachtung erfordern, um Hebel und Impact-Reduktionspotenziale zu verstehen, können wir individuelle Vertiefungsprojekte anbieten. Hierzu greifen wir auf die Expertise der Fachexperten aus unseren Klima- & Menschenrechtsteams zurück.

Beispiele solcher Projekte können zum Beispiel eine Vergleichsanalyse von Öko-Labels, eine Maßnahmenbewertung zu Menschenrechtsschutz in der Lieferkette oder spezifische Impact-Analysen von Handelssortimenten oder Produktkategorien sein.



Resümee

Wenn die fünf Erfolgsfaktoren berücksichtigt werden, ist die Wesentlichkeitsanalyse weit mehr als nur die Basis für die Berichterstattung, sondern stellt folgende Aspekte sicher:

Strategische Prioritäten
Klare strategische Prioritäten helfen, die begrenzten Budgets auf die wirklich wichtigen Themen zu fokussieren und erhöhen die Wirksamkeit des Nachhaltigkeitsmanagements.

Transparenz
Kenntnisse darüber, ob ein Thema über die gesamte Wertschöpfungskette wichtig ist oder beispielsweise nur in der Lieferkette, schaffen unmittelbare Ansatzpunkte für das Management der Herausforderungen - dadurch werden auch die verantwortlichen Ansprechpartner im Unternehmen transparent; sei es Einkauf, Produktentwicklung, Fertigung oder Vertrieb.

Quantitative Modelle
Quantitative Modelle liefern eine wissenschaftliche Faktenbasis und erlauben eine meinungsunabhängige Bewertung der Auswirkungen und Risiken.

Plausibilität
Eine Validierung durch Unternehmens-Expert*innen stellt die Plausibilität der ermittelten Bewertungen sicher und bietet Raum für die Erfassung von zusätzlichen Details, wie z.B. bereits vorhandene Maßnahmen und Initiativen.

Stakeholder
Der Einbezug relevanter interner und externer Stakeholder ermöglicht eine umfassende Sicht auf das Unternehmen und dessen Umwelt und fördert intern die Akzeptanz für die Umsetzung der Ergebnisse.

Starke Argumentationsbasis
Die Betrachtung der finanziellen Chancen und Risiken (dem "Business Case") der Nachhaltigkeitsthemen bestärkt die Einsatzbereitschaft des Managements und bietet eine starke Argumentationsbasis für die interne Durchsetzung von Maßnahmen.

Eine solche Wesentlichkeitsanalyse stellt somit die Basis für eine CSRD konforme Berichter-stattung und die Entwicklung einer Nach-haltigkeitsstrategie dar.

Zusammen bilden sie den idealen Startpunkt für die weiteren Schritte zu einem effektiven Nachhaltigkeitsmanagement und einer nachhalti-gen Unternehmensstrategie.

systain

www.systain.com