

02. Mai 2022

Branchenstudie zu nachhaltigem Wirtschaftswandel

## **„Für Unternehmen gilt: Keine Zeit zum Ausruhen.“**

Seit fast zweieinhalb Jahren forciert die EU den nachhaltigen Umbau der Wirtschaft. Zu Jahresbeginn brachte sie dazu eine ausgeklügelte EU-Taxonomie an den Start. Trotzdem wird es nach Ansicht des LBBW Research bis zum Aufbau eines nachhaltigen Wirtschaftssystems noch Jahrzehnte dauern. „Für die Klimaziele zur Verhinderung der dauerhaften Erderwärmung stellen die Unternehmen die Weichen über alle Branchen hinweg, allerdings sind die Branchen völlig unterschiedlich positioniert. Wer glaubt, bereits am Ziel zu sein, könnte durch Regulatorik und technologischen Fortschritt schnell eines Besseren belehrt werden“, urteilen die beiden Analytinnen Bettina Deuscher und Alexandra Schadow.

In einer vergleichenden Studie ging das LBBW Research der Frage nach, wo einzelne Branchen aktuell stehen und welchen Klimabeitrag deren Unternehmen bereits geleistet haben. Die klimarelevanten Treiber variieren dabei stark in den einzelnen Wirtschaftszweigen. Branchen-Charakteristika, die Nachfrage und die behördliche Regulierung

prägen den klimarelevanten Umbau von Wertschöpfungsketten spürbar, so das Fazit der beiden Hauptautorinnen. „Aber den Takt bestimmt der technologische Fortschritt.“

Für ihre Untersuchung zogen die Analysten des Corporate Research börsennotierte europäische Unternehmen mit mindestens 10 Milliarden Euro Marktkapitalisierung aus den Branchen Automotive, Bau, Chemie, Energie, Handel, Industrie, Konsumgüter, Medien, Nahrung, Pharma, Reise, Rohstoffe, Technologie, Telekommunikation und Versorger heran. Die Finanzbranche ließen die Analystinnen bei ihrer Untersuchung bewusst außen vor, da ihr als Finanzierer der nachhaltigen Transformation eine Schlüsselrolle zukommt, die kaum mit anderen Branchen vergleichbar ist.

### **Nachhaltigkeits-Uhr des Corporate Research**

Mit ihrem 4-Phasen-Umweltmodell ist dem LBBW Research erstmals ein branchenübergreifender Vergleich des Wandels der einzelnen Wirtschaftszweige möglich. Das Modell, das die Entwicklung in die vier Schritte Initialisierung, Konzeptionierung, Transformation und Optimierung, aufteilt, basiert auf den Erkenntnissen einer 2018 entwickelten Branchen-Nachhaltigkeits-Heatmap. Der technische Fortschritt oder grundlegende regulatorische Änderungen lösen dabei nach einem erfolgreichen Kreislauf einer Branche rasch den nächsten Modernisierungsschub aus. Für die Analystinnen ist dabei besonders die Transformation zeitaufwändig. „Das ist die zeitaufwändigste Phase und kann sicher auch mal ein Jahrzehnt dauern“, urteilt Alexandra Schadow.

Die Einschätzungen der Analysten basieren dabei auf einem umfangreichen Analyseprozess mit verschiedenen Fundamentaldaten. Um beispielsweise die aktuelle Klimabelastung der Unternehmen in den Branchen zu bewerten, schauen sie auf den Treibhausgas-Ausstoß, den Wasserverbrauch und die aufgehäuften Müllberge. Eine große Bedeutung hat für die Analyse die von den Corporate Analysten der LBBW

erwartete zukünftige Entwicklung von Markt- und Nachfrage, Regulatorik und nachhaltigen Technologien.

Besonders erfolgreich sind nach dem Urteil der Analystinnen die Handelskonzerne und Konsumgüterhersteller in der Transformation ihres Geschäftsmodells. Beide zeigen bereits seit Längerem eine starke Dynamik. „In Punkto Veränderungsbereitschaft und Wandlungstempo sind die beiden sicher weiter als viele andere Branchen“, urteilt Bettina Deuscher. Der Handel ist bei der CO<sub>2</sub>-Reduktion deutlich erfolgreicher, als er zum Erreichen der Klimaziele sein müsste. Auch zeigt die Branche mit ihren ambitioniert gesteckten Klimazielen, wie ernst sie den Klimawandel nimmt. Einen möglichen Spitzenplatz verfehlen die Händler gleichwohl, bewegen sie sich bei der Transparenz der Umweltreportings doch nur im Mittelfeld.

### **Handel und Konsum besonders erfolgreich**

Die Konsumgüterbranche ist ebenfalls spürbar im Umbruch begriffen. Bei den Maßnahmen gegen den Klimawandel nimmt sie in der Matrix der Analystinnen mit Abstand eine weit fortgeschrittene Positionierung in der Transformation ein. Ihren CO<sub>2</sub>-Ausstoß reduzierten die Konsumgüterhersteller in den vergangenen Jahren gleich drei Mal so stark, wie es für die Erreichung der Klimaziele bis jetzt schon notwendig gewesen wäre. Bei den anderen Kriterien des 4-Phasen-Umweltmodells belegen sie zumindest die vorderen Plätze. Die verwandte Lebensmittelindustrie treibt den Wandel ebenfalls energisch voran. Die Branche kann auch mit ihren Umweltreportings punkten. Wie die Auswertung zeigt, liegt sie aber bei der Treibhausgasreduzierung ähnlich weit zurück, wie die Reisebranche.

Wie die Lebensmittelbranche steckt auch die Automobilbranche gerade mitten in der Umsetzungsphase. Wohl alle Hersteller und Zulieferer verfügen über Konzepte zur strategischen Neuausrichtung in Richtung Elektro-Mobilität

und passen entsprechend ihre Prozesse und Produkte an. An der Umsetzung arbeitet die Autobranche zwar mit Hochdruck, jedoch variere das Tempo der Unternehmen erheblich, urteilten die Expertinnen.

Die Branche verbuche bei der Reduktion schädlicher Treibhausgase (THG) gute Fortschritte. „Der Klima-Score der Automobilbranche bewegt sich auf einem ähnlich hohen Niveau wie bei der Telekommunikationsbranche. Aber bei der Transparenz des Umweltreportings schneiden die Unternehmen der Branchen Nahrung, Telekommunikation und Versorger aktuell besser ab“, stellen Shadow und Deuser fest. Zudem seien viele der Hersteller und Zulieferer bei ihren Selbstverpflichtungen weiter zurückhaltend. Für den sehr hohen Handlungsdruck sorgen in der Branche viel mehr die sich wandelnde Nachfrage der Verbraucher und steigende gesetzliche Vorgaben.

### **Chemiebranche unter Zeitdruck**

Zunehmend energischer versucht die Chemiebranche, ihr Image als Schmutzkind loszuwerden. In den vergangenen Jahren ist der Druck auf die Unternehmen durch eine strenger werdende Regulierung sowie die wachsende Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit gestiegen. Außer umweltschonenderen Produktionsprozessen und der Optimierung des unternehmenseigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks muss die Branche Nachhaltigkeit dabei auch aus der Perspektive ihrer Kunden und die Einflüsse auf nachgelagerte Wertschöpfungsketten berücksichtigen. „Die Uhr tickt und der Weg zu nachhaltigen Produkten und Prozessen ist noch sehr weit“, so das Fazit der Analystinnen. Die bis dato geleisteten CO<sub>2</sub>-Verringerungen übertreffen zumindest bereits jene der Branchen Bau, Energie und Telekommunikation. Bei den Klimaindikatoren Treibhausgas-Ausstoß, Wasserverbrauch und produzierter Müllmenge ist sie jedoch die schwächste aller verglichenen 15 Branchen.

Seite 5

Presseinformation

02. Mai 2022

**Die Studie zum branchenübergreifenden Vergleich der Nachhaltigkeitsentwicklung finden Sie hier:**

**[www.lbbw.de/2022-studie-nachhaltigkeits-uhr](http://www.lbbw.de/2022-studie-nachhaltigkeits-uhr)**

**Die Grafik Nachhaltigkeits-Uhr des Corporate Research finden Sie hier:**

**[www.lbbw.de/2022-studie-nachhaltigkeit-grafik](http://www.lbbw.de/2022-studie-nachhaltigkeit-grafik)**

**Portraits von Alexandra Schadow und Bettina Deuscher finden Sie hier:**

**[www.lbbw.de/2022-studie-nachhaltigkeit-fotos](http://www.lbbw.de/2022-studie-nachhaltigkeit-fotos)**