

ThinkNext

**NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN
PFLICHT UND CHANCE FÜR UNTERNEHMEN**

The world is how we shape it

sopra  steria
next

Nachhaltiges Wirtschaften¹

Unternehmen müssen ihrer Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft gerecht werden.



Der Wandel von:

- Hohen CO₂-Emissionen
- Steigender Umweltbelastung und -verschmutzung
- Hohem Ressourcenverbrauch

Hin zu:

- CO₂-neutralem Wirtschaften
- Energieeffizienz
- Zirkulärer Materialnutzung
- Ressourcenschonendem Arbeiten



Der Wandel von:

- Mangelnder Fürsorge für Mitarbeiter
- Schlechten Arbeitsbedingungen bei Partnern
- Ungleichheit zwischen Geschlechtern und Ethnien
- Fehlenden Antworten auf demografischen Wandel

Hin zu:

- Fairen Arbeitsbedingungen in der Lieferkette
- Förderung von Diversität im Unternehmen
- Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
- New Work



Der Wandel von:

- Fehlenden Grundsätzen der Datenethik
- Unklarem gesellschaftlichen Beitrag
- Umgehung von Standards und Gesetzen
- Grenzenlosem Wachstum

Hin zu:

- Klaren Leitlinien im Umgang mit (sensiblen) Daten
- Einem über Wachstum und Profit hinausgehenden Unternehmensverständnis
- Strikter Einhaltung von Governance

Der Druck auf Unternehmen wächst. Ihr Beitrag zur Lösung heutiger und zukünftiger Probleme ist entscheidend.

¹: Verwandte Begriffe und Modelle zum Thema Nachhaltigkeit werden auf Folie 27 näher erläutert.

Größte Herausforderungen und Fragen deutscher Unternehmen

Trotz Handlungsdruck ist Nachhaltigkeit oft ein Nischenthema ohne ganzheitliche Verankerung im Unternehmen.

Transformatorischer Stillstand trotz Handlungsdruck

- _ Nachhaltigkeit wird als Bestandteil von Public Relations oder Imagepflege betrachtet
- _ Nachhaltigkeit ist immer noch nicht auf Entscheiderebene angekommen

Chancen sind unbekannt, Risiken werden unterschätzt

- _ Wettbewerbs- und Bestandswahrungsängste verhindern eine ernsthafte Auseinandersetzung mit dem Thema
- _ Potenziale für deutsche Unternehmen durch nachhaltige Initiativen bleiben unbekannt

Status quo

Keine Systematik im Wandel hin zu Nachhaltigkeit

- _ Startpunkt und Prioritäten für eine unternehmensindividuelle Geschäftsausrichtung mit Blick auf Nachhaltigkeit sind unklar
- _ Ein ganzheitlicher Ansatz bzw. Roadmap mit klaren Zielsetzungen und Messgrößen fehlt

Fehlen von Erfahrung und Know-how im Bereich Nachhaltigkeit

- _ Viele Optionen, Meinungen und die Komplexität des Themas erschweren Entscheidungen
- _ Zusammenhang zwischen nachhaltiger Geschäftsausrichtung und P&L ist häufig unklar

Nachhaltigkeit: Unternehmen müssen Dringlichkeit, Potenziale, Know-how und Herangehensweise verstehen.

3 Schritte auf dem Weg zum nachhaltigen Unternehmen

1.

Nachhaltigkeit als Treiber des Wandels begreifen

- Politische und regulatorische Vorgaben zwingen Unternehmen ihr Wirtschaften zu ändern.
- Marktwirtschaftliche Kräfte verlangen ein Umlenken in Richtung Nachhaltigkeit.

2.

Nachhaltiges Wirtschaften ist digitales Wirtschaften

- Digitalisierung ist das entscheidende Instrument auf dem Weg zum nachhaltigen Unternehmen.
- Nur nachhaltige, digital-getriebene Unternehmen sind zukunftsfähig.

3.

Die Transformation fokussiert angehen

- Mithilfe von 9 Handlungsfeldern gelingt der Wandel zum nachhaltigen digitalen Unternehmen.
- Die Umsetzung der Handlungsfelder muss auf allen Unternehmensebenen erfolgen.

1 ■ Nachhaltigkeit als Treiber des Wandels begreifen

Nachhaltiges Wirtschaften ist kein kurzzeitiger Trend, sondern wird die Wirtschaft dauerhaft verändern. Unabhängig von Branchen, Unternehmensgrößen und wirtschaftlicher Lage sind alle Unternehmen betroffen. Denn sicher ist: Klimawandel, soziale Ungleichheit, Digitalisierung und Globalisierung klammern keinen Wirtschaftssektor aus.



ThinkNext
Nachhaltiges Wirtschaften

Politisch-gesellschaftlicher Druck steigt

Politische und regulatorische Vorgaben zwingen Unternehmen ihr Wirtschaften zu ändern.

Politischer Paradigmenwechsel zu ökologischer, fairer Wirtschaft:



Europäischer Green Deal

- _ Treibhausgasneutralität bis 2050
- _ Effiziente Ressourcennutzung
- _ Kreislauforientierte Wirtschaft
- _ Wiederherstellung der Biodiversität
- _ Bekämpfung der Umweltverschmutzung



Nachhaltigkeitsstrategie für Deutschland

- _ Senkung Primärenergieverbrauch um 30% bis 2030 und 50% bis 2050
- _ Reduktion der Emissionen von Luftschadstoffen auf 55% bis 2030
- _ Steigerung des Marktanteils von Produkten mit staatlichen Umweltzeichen auf 34% bis 2030

Richtlinien und Verordnungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung:



Corporate Sustainability Reporting Directive¹

- _ Entwurf der „Corporate Sustainability Reporting Directive“ (CSRD) als Verschärfung der „Non-Financial Reporting Directive“ (NFRD)
- _ Vorschlag CSRD: deutliche Ausweitung berichtspflichtiger Unternehmen
- _ Regelungen sollen ab dem 1.1.2024 für das Geschäftsjahr 2023 gelten
- _ Bericht verlangt alle Angaben zu: Geschäftsverlauf, Geschäftsergebnis, Lage des Unternehmens, Auswirkungen seiner Tätigkeit
- _ Dedizierte Berichtsinhalte betreffen Umweltziele, gesellschaftliche und Governance-Aspekte
- _ Vorschlag der CSRD sieht auch eine Pflicht zur externen Prüfung vor
- _ Vorgeschlagene Sanktionen bei Missachtung der CSRD beinhalten öffentliche Erklärung des Verstoßes, eine Anordnung das Verhalten einzustellen und behördliche Bußgelder

Berichtspflichtige Standards: nachhaltiges Wirtschaften wird belohnt, nicht nachhaltiges Wirtschaften wird sanktioniert

1: <https://www.csr-berichtspflicht.de/csrd>

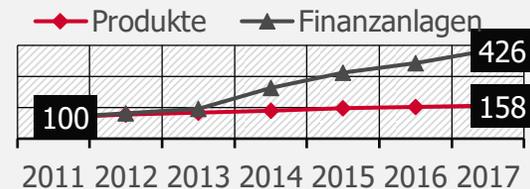
Der Markt belohnt Nachhaltigkeit

Die marktwirtschaftlichen Kräfte verlangen ein Umlenken in Richtung Nachhaltigkeit.

Kunden

- Nachhaltigkeit ist eine klare Kundenanforderung
- Nachhaltigkeit muss über Produkte, Dienstleistungen und Außenauftritt kommuniziert werden

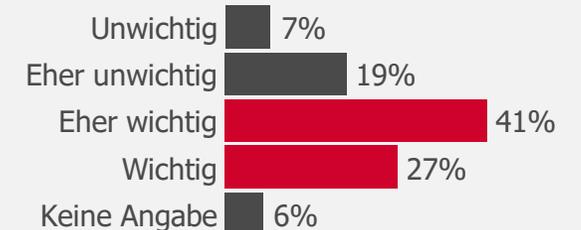
Entwicklung der Nachfrageindizes grüner Produkte und Finanzanlagen¹:



Mitarbeiter

- Gesellschaftlicher Wertewandel insbesondere der Generation Y wirkt sich auf den Arbeitnehmermarkt aus
- Unternehmen müssen nachhaltig agieren, um im War for Talents zu bestehen

Nachhaltigkeit bei Arbeitgeberwahl²:



Absatzmärkte

- Nachhaltige Technologien und Lösungen als attraktive Märkte mit großen Entwicklungsmöglichkeiten
- Greentech-Markt als Wachstumsmarkt

Globales Marktvolumen Umwelttechnik/Ressourceneffizienz in Mrd. €³:



Shareholder

- Investoren, Kapitalverwalter und Eigentümer sehen Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor
- Der Wert eines Unternehmens misst sich zunehmend an seiner ESG-Konformität

80%⁴

der institutionellen Anleger in Deutschland berücksichtigen Nachhaltigkeitskriterien bei der Kapitalanlage

25%⁴

der institutionellen Investoren sehen deutliche Risikovorteile durch nachhaltiges Wirtschaften

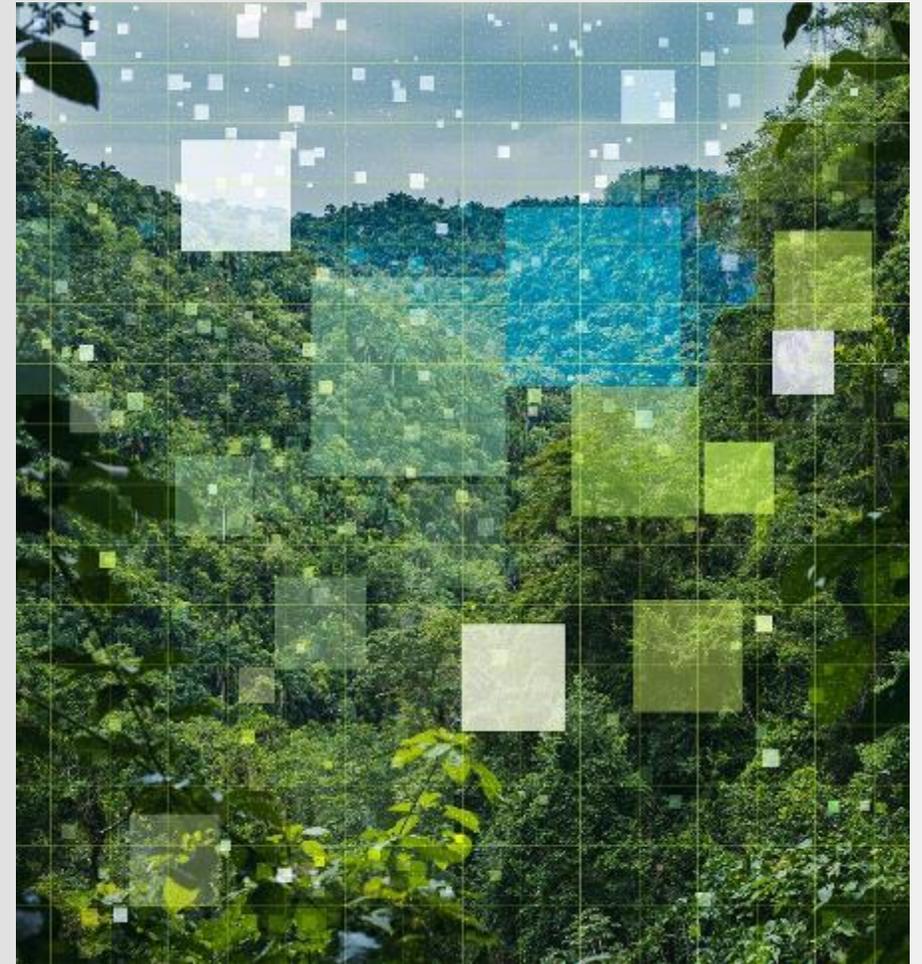
Durch den Fokus auf Nachhaltigkeit lassen sich langfristig Wettbewerbsvorteile realisieren.

1: <https://www.umweltbundesamt.de/daten/private-haushalte-konsum/konsum-produkte/gruene-produkte-marktzahlen>
 2: <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/management/karriere-hip-und-gruen-unternehmen-setzen-verstaerkt-auf-nachhaltigkeit/24904874.html?ticket=ST-4246273-1165f7L10KeYjBd6D30F-ap6>

3: GreenTech made in Germany 2021 - Umwelttechnik-Atlas für Deutschland
 4: <https://institutional.union-investment.de/startseite-de/Kompetenzen/Nachhaltige-Investments/Studien/Nachhaltigkeitsstudie-2020.html>

2. Nachhaltiges Wirtschaften ist digitales Wirtschaften

Nachhaltigkeit braucht Digitalisierung und Digitalisierung braucht Nachhaltigkeit. Nur wer die Möglichkeiten digitaler Technologien, Prozesse und Geschäftsmodelle nutzt, kann nachhaltig agieren und Wettbewerbsvorteile erzielen. Auf der anderen Seite sind Unternehmen gefordert digitale Technologien und Datenverarbeitung auf eine ethisch und ökologisch verträgliche Weise einzusetzen.



ThinkNext
Nachhaltiges Wirtschaften

Nachhaltigkeit und digitale Transformation zusammen denken

Digitalisierung ist das entscheidende Instrument auf dem Weg zum nachhaltigen Unternehmen.

Nachhaltigkeit erfordert Digitalisierung

Nachhaltigkeit und Digitalisierung betreffen die gleichen Unternehmensebenen und -bereiche.

Ein Wandel hin zu mehr Nachhaltigkeit gilt als Booster der digitalen Transformation im Unternehmen.

Nachhaltigkeit

Geschäftsmodell & Ökosystem

- _ Sharing Modelle
- _ Plattformen
- _ Kooperationen



Organisation & Prozesse

- _ New Work
- _ Transparente, effiziente Prozesse
- _ Wertschöpfungsnetzwerke



Angebot & Go-to-Market

- _ Smarte Produkte und Services
- _ Customer Intelligence



Technologie & Infrastruktur

- _ Cloud Computing
- _ Data Analytics
- _ Artificial Intelligence
- _ Blockchain



Digitalisierung erfordert Nachhaltigkeit

Prinzipien der Nachhaltigkeit als entscheidendes Regulativ, um Digitalisierung zu steuern.

Es gilt Digitalisierung umweltfreundlich, sozialverträglich und ethisch vertretbar zu gestalten.

Digitalisierung

Nachhaltigkeit und Digitalisierung betreffen die gleichen 4 Unternehmensbereiche und können hier Synergien schaffen.

Nachhaltigkeit als Chance begreifen

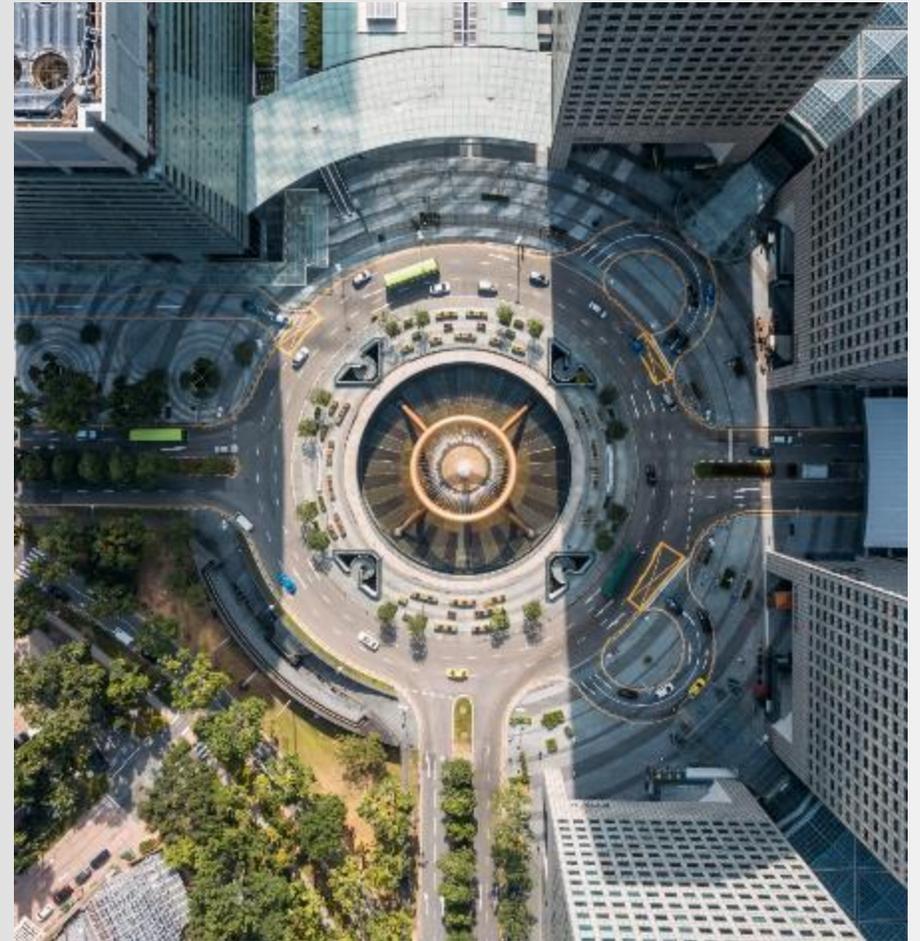
Nur nachhaltige, digital-getriebene Unternehmen sind zukunftsfähig.

	Umsatz	Kosten	Resilienz
Risiken bei Missachtung	<p>Umsatzeinbußen durch:</p> <ul style="list-style-type: none">  Absatzrückgang durch Nichterfüllung von Standards und Kundenanforderungen  Reputationsschäden und Imageverlust  Verlust von Marktanteilen an innovative und nachhaltige Wettbewerber 	<p>Höhere Kosten durch:</p> <ul style="list-style-type: none">  Strafzahlungen wegen Nichteinhaltung von Auflagen (z.B. CO₂ Emissionen)  Ineffiziente Abläufe (z.B. Energie- und Materialverbrauch) 	<p>Weniger Stabilität durch:</p> <ul style="list-style-type: none">  Starre Prozess- und Organisationsstrukturen  Abhängigkeit von linearen Wertschöpfungsketten
Chancen	<p>Umsatzwachstum durch:</p> <ul style="list-style-type: none">  Erschließung neuer, großvolumiger Absatzmärkte  Aufbau neuer Geschäftsmodelle und Ökosysteme  Vertrieb innovativer und nachgefragter Produkte und Services 	<p>Kostensenkung durch:</p> <ul style="list-style-type: none">  Erhöhung von Energie- und Ressourceneffizienz  Nutzung von Subventionen und Förderungen  Geringere Mitarbeiterfluktuation als attraktiver Arbeitgeber 	<p>Mehr Robustheit durch:</p> <ul style="list-style-type: none">  Höhere Innovations- und Anpassungsfähigkeit  Stabiles Wertschöpfungsnetzwerk

Unternehmen, die Synergien aus Nachhaltigkeit und Digitalisierung nutzen, sind langfristig profitabler und robuster.

3 Die Transformation fokussiert angehen

Um wirklichen Impact zu schaffen, muss Nachhaltigkeit in Gänze und fundiert angegangen werden.
9 Handlungsfelder geben den Rahmen vor – gestützt von digitalen Tools.



ThinkNext
Nachhaltiges Wirtschaften

3 Verantwortungsbereiche für Unternehmen

Mithilfe von 9 Handlungsfeldern gelingt der Wandel zum nachhaltigen digitalen Unternehmen.



Perspektive
Unternehmen - Umwelt

Perspektive
Unternehmen – Unternehmen/Lieferkette

Perspektive
Unternehmen - Gesellschaft

 **Energieeffizienz**

 **Verantwortungsbewusste Wertschöpfung**

 **Digitale Ethik**

 **Ressourceneffizienz**

 **Mitarbeiterorientierung**

 **Compliance**

 **Kreislaufwirtschaft**

 **New Work**

 **Purpose**

Ökologische Verantwortung

3 Handlungsfelder zur Erreichung einer CO₂-neutralen und ressourcenschonenden Wirtschaftsweise.



Perspektive
Unternehmen - Umwelt

Ziele:

- _ Senkung der CO₂-Emissionen
- _ Vermeidung von Umweltverschmutzung
- _ Reduktion des Ressourcenverbrauchs



Energieeffizienz

Energieverbrauch senken
und Energieverschwen-
dung vermeiden

Überschüssige Energien
nutzen und wieder-
verwerten

Regenerative Energien
beziehen und selber
produzieren



Ressourceneffizienz

Materialeinsatz minimieren
und Lebensdauer von
materiellen Gütern verlängern

Verbrauch von Roh-,
Hilfs- und Betriebsstoffen
senken

Schadstoffeinträge und
Umweltverschmutzung
vermeiden



Kreislaufwirtschaft

Material und Energie
wiederverwenden

Müllerzeugung und
Emissionen vermeiden

Verantwortungsbewusster
und professioneller Umgang
mit Abfall

Soziale Verantwortung

3 Handlungsfelder für den Wandel zu einer humanzentrierten Wirtschaftsweise.



Perspektive
Unternehmen – Unternehmen/Lieferkette

Ziele:

- _ Sicherstellung von Menschenrechten und fairen Geschäftsbeziehungen in der gesamten Lieferkette
- _ Umfassende Fürsorge des Unternehmen für sein Personal
- _ Effiziente Zusammenarbeit
- _ Innovationskraft durch Potenzialentfaltung der Mitarbeiter



Verantwortliche Wertschöpfung

Transparente und ökologisch verträgliche Liefernetzwerke betreiben

Faire Arbeitsbedingungen bei allen Wertschöpfungspartnern schaffen



Mitarbeiterorientierung

Gleichstellung in einem diversen Umfeld sicherstellen

Vereinbarkeitsthemen konsequent angehen und umsetzen

Fürsorge für physische und psychische Gesundheit der Mitarbeiter wahrnehmen



New Work

Digitale Arbeitswelten und Zusammenarbeitsmodelle etablieren

Flache Hierarchien und eigenverantwortliches Arbeiten fördern

Agile Arbeitsmethoden und flexible Organisationsstrukturen schaffen

Ethische Verantwortung

3 Handlungsfelder für eine gesellschaftlich gestützte und moralisch vertretbare Wirtschaftsweise.



Perspektive
Unternehmen - Gesellschaft

Ziele:

- _ Moralisch vertretbarer Umgang mit Digitalisierung und neuen Technologien
- _ Klarer Wertbeitrag von Unternehmen zur Gesellschaft
- _ Gemeinwohl-orientiertes Wirtschaften



Digitale Ethik

Verantwortungsvoller und sicherer Umgang mit Kunden- und Personaldaten

Vereinbarkeit von menschlicher Arbeit und Automatisierung

Moralischer Kodex im Umgang mit künstlicher Intelligenz



Compliance

Einhaltung regulatorischer und gesetzlicher Vorgaben

Meidung rechtlicher Graubereiche

Legitimes Handeln überwiegt legalem Handeln



Purpose

Unternehmen leisten durch ihr Wirtschaften einen gesellschaftlichen Beitrag

Verantwortungsbewusstsein für Produkte, Services und Markendarstellung

Ökologische Verantwortung

Beispielhafte digital-getriebene Initiativen je Unternehmensbereich.

	Geschäftsmodell & Ökosystem	Angebot & Go-to-Market	Organisation & Prozesse	Technologie & Infrastruktur
Energieeffizienz	<ul style="list-style-type: none"> _ Kopplung von Wertschöpfung und Energieerzeugung _ Partnerschaften mit Energieversorgern und -dienstleistern _ Aufbau eines regionalen Wertschöpfungsnetzwerkes 	<ul style="list-style-type: none"> _ Produkte mit sehr guter Energiebilanz (Herstellung und Nutzung) _ Services mit nachweislich guter Energiebilanz _ Angebot von Services zum Energiesparen (z.B. für Produktnutzer) 	<ul style="list-style-type: none"> _ Digitale Überwachung und Steuerung des Energieverbrauchs 	<ul style="list-style-type: none"> _ Nutzung von Datenanalyse-Tools, KI und Cloud-basierten Systemen _ Ausstattung von Gebäuden, Maschinen und Betriebsmitteln mit Sensorik
Ressourceneffizienz	<ul style="list-style-type: none"> _ Partnerschaften mit Städten und Kommunen _ Zweite Märkte und Gebrauchtplattformen _ Wertschöpfungsplattformen 	<ul style="list-style-type: none"> _ Produkte mit geringem Ressourcenverbrauch (Herstellung und Nutzung) _ Services mit nachweislich niedrigem Ressourcenverbrauch _ Services zur Senkung des Ressourcenverbrauchs (z.B. Reparatur) 	<ul style="list-style-type: none"> _ Digitale Überwachung und Steuerung des Ressourcenverbrauchs _ Optimierung des Materialverbrauchs _ Digitale Zustandsüberwachung und vorausschauende Wartung von Maschinen und Betriebsmitteln 	<ul style="list-style-type: none"> _ Nutzung von Datenanalyse-Tools, KI und Cloud-basierten Systemen _ Ausstattung von Gebäuden, Maschinen und Betriebsmitteln mit Sensorik
Kreislaufwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> _ Markt- und Logistikplattformen für rezyklierte Wertstoffe _ Kooperationen mit Abfallwirtschaft 	<ul style="list-style-type: none"> _ Einsatz von rezyklierten Materialien _ Digitaler Zwilling von Produkten, die ihre stoffliche Zusammensetzung als Produktpass führen 	<ul style="list-style-type: none"> _ Verarbeitung von rezyklierten Werkstoffen _ Wertschöpfungskettenübergreifender Datenaustausch _ Digitalisiertes Abfallmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> _ PLM-Systeme zur Dokumentation von Produkt- und Stoffeigenschaften über gesamten Lebenszyklus _ Einsatz von Blockchain zur Kommunikation von Stoffeigenschaften

Soziale Verantwortung

Beispielhafte digital-getriebene Initiativen je Unternehmensbereich.

	Geschäftsmodell & Ökosystem	Angebot & Go-to-Market	Organisation & Prozesse	Technologie & Infrastruktur
Verantwortliche Wertschöpfung	<ul style="list-style-type: none"> – Neue Lieferketten-Finanzierungsprogramme zur Förderung der Nachhaltigkeit – Regionalisierung des Wertschöpfungsnetzwerkes 	<ul style="list-style-type: none"> – Angebot und Bewerbung fair hergestellter Produkte und Services – Vermarktung auf Plattformen für fair produzierte Güter 	<ul style="list-style-type: none"> – Sicherstellung von fairen Arbeitsbedingungen im Unternehmen und bei Zulieferern – Sicherstellung der Einhaltung von Nachhaltigkeitsrichtlinien bei Lieferanten (z.B. über Incentivierung) 	<ul style="list-style-type: none"> – SCM-Systeme mit Funktionen für Innovation, Risikomanagement und Nachhaltigkeit – Blockchain- und Sensorik-unterstütztes Tracking von Lieferungen
Mitarbeiterorientierung	<ul style="list-style-type: none"> – Kooperationen mit Verkehrsbetrieben, Städten, Versicherungen – Unterstützung kultureller und anderer gesellschaftlicher Institutionen (Kultur, Sport) 	<ul style="list-style-type: none"> – Mitarbeiter als Intrapreneure mit Gewinn- und Kapitalbeteiligung 	<ul style="list-style-type: none"> – Sicherstellung von Barrierefreiheit, Diversität, Gleichstellung, Gesundheit – Lösungen zu Vereinbarkeitsthemen (z.B. Work-Life-Balance, Flex-Arbeit) – Angebot von betrieblichen Sozialleistungen (z.B. Freizeitangebote) 	<ul style="list-style-type: none"> – Bereitstellung von Remote-Arbeitsutensilien – Cloud-basierte Infrastruktur – HR- und Controlling-Systeme mit Schnittstellen für betriebliche Sozialleistungen
New Work	<ul style="list-style-type: none"> – Coopetition (Cooperation & Competition) mit Wettbewerbern 	<ul style="list-style-type: none"> – (Open-)Innovation-Strukturen zur Partizipation von Mitarbeitern und Kunden – Iteratives Launching von Produkten und Services 	<ul style="list-style-type: none"> – Agile Arbeitsorganisation und -methoden – New Leadership: Führung als Befähigung zur Eigenverantwortung – Wissensmanagement, Weiterbildung und Förderung von Personal 	<ul style="list-style-type: none"> – Bereitstellung von Kommunikations- und Kollaborationstools

Ethische Verantwortung

Beispielhafte digital-getriebene Initiativen je Unternehmensbereich.

	Geschäftsmodell & Ökosystem	Angebot & Go-to-Market	Organisation & Prozesse	Technologie & Infrastruktur
Digitale Ethik	<ul style="list-style-type: none"> _ Einführung Digital Responsibility Codex (z.B. Leitlinien zur Entscheidungshoheit von Algorithmen) _ Integration digitaler Ethik in bestehende Managementsysteme 	<ul style="list-style-type: none"> _ Wertebasierte Produkt- und Serviceentwicklung von digitalen und datengetriebenen Anwendungen 	<ul style="list-style-type: none"> _ Balance zwischen menschlicher Arbeit und Automatisierung _ Stärkung der Mitarbeiterkompetenz und -sensibilität für digitale Risiken 	<ul style="list-style-type: none"> _ Sicherer Umgang mit sensiblen Daten von Kunden und Partnern in der gesamten Wertschöpfungskette
Compliance	<ul style="list-style-type: none"> _ Code of Conduct: Nicht alles was legal ist, ist auch legitim _ Compliance Management Systeme 	<ul style="list-style-type: none"> _ Transparente und verständliche AGBs und Verträge _ Leistungen, die geltenden Produktverordnungen und Normen genügen 	<ul style="list-style-type: none"> _ Sicherstellung der Einhaltung regulatorischer Anforderungen und gesetzlicher Vorgaben _ Kontrollmechanismen 	<ul style="list-style-type: none"> _ Systeme und Infrastrukturen, die Compliance- und Sicherheitsanforderungen genügen
Purpose	<ul style="list-style-type: none"> _ Klar definierter Wertbeitrag des Unternehmens 	<ul style="list-style-type: none"> _ Verantwortung für Auswirkungen von Produkten, Services und Werbebotschaften berücksichtigen 	<ul style="list-style-type: none"> _ Mitarbeitermotivation durch Möglichkeit individueller Selbstverwirklichung 	<ul style="list-style-type: none"> _ Technologien und Systeme, die selbst einen klaren Wertbeitrag haben und missbräuchliche Nutzung verhindern

Sopra Steria

ALS NACHHALTIGES UNTERNEHMEN
ZIELE UND STRATEGIE

The world is how we shape it

sopra  steria
next

Unser Commitment

Sopra Steria als verantwortungsbewusstes Unternehmen



"We believe that an evolution towards a more sustainable and responsible world cannot be achieved without the commitment and positive contribution of all stakeholders in the company. Sopra Steria has chosen to be a "contributive" company for building a sustainable world."

Pierre Pasquier

Chairman of Sopra Steria

Unsere Prioritäten

Nachhaltig, menschlich, richtungsweisend.

- 1. Ein „Great Place to Work“ sein, der die besten Talente anzieht, den Dialog mit den Mitarbeitenden sowie Vielfalt und Chancengleichheit fördert.**
- 2. Für unsere Kunden ein langfristiger Partner sein, der ihre Bedürfnisse bestmöglich erfüllt und ihnen die beste Technologie im Rahmen einer verantwortungsvollen und nachhaltigen Wertschöpfung zur Verfügung stellt.**
- 3. Aufbau eines kontinuierlich konstruktiven und transparenten Dialogs mit unseren Stakeholdern.**
- 4. Bis 2028 „Netto-Null“-Emissionen zu erreichen, Ressourcen zu schützen und zur Bekämpfung des Klimawandels beizutragen.**
- 5. Ethisches und integriertes Handeln in unserem täglichen Geschäft und bei allen unseren Geschäftsaktivitäten.**
- 6. Unterstützung lokaler Initiativen zum gemeinschaftlichen Engagement, insbesondere im Bereich der digitalen Inklusion.**
- 7. Einbeziehung unseres Ökosystems, um unsere Initiativen als Reaktion auf die großen Veränderungen anzupassen, mit denen wir konfrontiert sind.**

Unser Ziel: Net Zero bis 2028

In 3 Schritten zu einer CO₂-neutralen Wertschöpfungskette.

2022

Net Zero in unseren direkten operativen Tätigkeiten

Unsere Büroräume, Rechenzentren (sowohl vor Ort als auch bei Dritten) und Geschäftsreisen sind CO₂-neutral.

2025

Net Zero in unseren direkten und indirekten operativen Tätigkeiten

Der Pendelverkehr der Mitarbeiter, Abfall, die Stromübertragung zu unseren Gebäuden und Rechenzentren sowie alle Gebäude, die wir an Drittunternehmen vermieten, sind CO₂-neutral

2028

Net Zero entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette

Unsere Lieferanten sind CO₂-neutral, so dass wir ein Net Zero-Unternehmen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette sind.

Unser Ziel: Net Zero bis 2028

Die Klimaschutzziele von Sopra Steria wurden von der SBTi genehmigt.

SBTi-Ziel I:

Reduzierung der absoluten Treibhausgasemissionen (THG) aus den Scopes 1 & 2 (Büros und Rechenzentren vor Ort) um 42% bis 2025 (Basis: 2015).

SBTi-Ziel II:

Reduzierung der absoluten THG-Emissionen aus Scope 3 (Geschäftsreisen und externe Rechenzentren) um 21% bis 2025 (Basis: 2015).

SBTi-Ziel III:

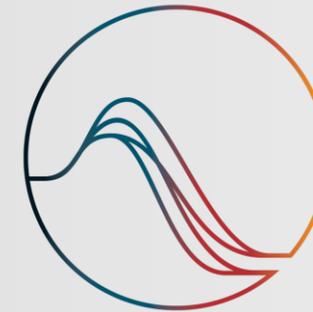
Reduzierung der Treibhausgasemissionen pro Mitarbeitendem aus den Scopes 1, 2 und 3 um 85% bis 2040 (Basis: 2015).

SBTi-Ziel IV:

Sicherstellen, dass die Lieferanten des Konzerns, auf die mindestens 70% der Emissionen der Lieferkette entfallen, ihre Treibhausgasemissionen bis 2025 kontrollieren.

SBTi-Ziel V:

Sicherstellen, dass 90% der Lieferanten, auf die mindestens 70% der Emissionen der Lieferkette entfallen, bis 2025 Ziele zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen festgelegt haben.



DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Die Initiative Science Based Targets (SBTi)¹ ist zum international anerkannten Standard für die Zielsetzung der Reduktion von Emissionen für Unternehmen geworden. Science Based Targets ist eine Initiative von UNGC, CDP, WWF und WIR. Sie unterstützt Unternehmen ihr Handeln auf das 1,5°C-Ziel des Pariser Abkommens auszurichten, indem sie unabhängig die Ziele von Unternehmen bewertet und genehmigt.

1: <https://sciencebasedtargets.org/>

Unsere Ziel: Net Zero bis 2028

Sopra Steria verfolgt gruppenweit 7 Handlungsfelder zur Erreichung der Klimaschutzziele.



Umweltmanagementsystem als Basis zur Steuerung unserer Aktivitäten



Förderung von **Kreislaufwirtschaft** und Abfallmanagement



Optimierung des Ressourcenverbrauchs in all unseren operativen Tätigkeiten



Klimawandel mit **Kreativität und Innovation** entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette entgegnet



Nutzung **erneuerbarer Energien** im Rahmen unserer Stromversorgung



Integration von Nachhaltigkeit in unser **Leistungsangebot** für unsere Kunden



Reduktion der Treibhausgasemissionen unserer Büros, Rechenzentren und in unserem Reiseverhalten

Unsere Erfolge

Sopra Steria als führender Technologiedienstleister auf dem Gebiet Nachhaltigkeit.

Unter der ersten Gruppe von neun Unternehmen weltweit, die sich seit 2018 dazu verpflichtet hat, klimarelevante Risiken und Chancen öffentlich zu melden (G7 TCFD)

Erstes Unternehmen in Frankreich, das 2013 vom weltweit führenden Benchmark-CDP die volle Punktzahl (100 A) für Klimaschutz und Umwelt erhalten hat

CDP Climate "A List" für vier aufeinanderfolgende Jahre 2017-20

Erstes Technologiedienstleistungsunternehmen der Welt, das ein langfristiges Emissionsreduktionsziel für den gesamten Konzern hat. (2017 von SBTi bis 2C genehmigt, 2019 auf 1,5°C angepasst)

Seit 2017 im Advanced Club des UN Global Compact (Top 8%)

Platin (Top 1%) Ecovadis-Nachhaltigkeits-Rating seit 2021



Kontakt



Niklas Schwermann

0151/40628206

niklas.schwermann@soprasterianext.com

Verwandte Begriffe und Modelle

In der öffentlichen Debatte werden mit dem Thema Nachhaltigkeit in oft 3 Begriffe in Verbindung gebracht.

Sustainable Development Goals der UN¹



Der Begriff Nachhaltigkeit orientiert sich an den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der UN. Diese Zielsetzungen sollen weltweit der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene dienen. Sie traten am 1. Januar 2016 mit einer Laufzeit von 15 Jahren in Kraft. Die SDGs richten sich an alle Staaten weltweit, aber auch an die Zivilgesellschaft, die Privatwirtschaft und die Wissenschaft.

Environmental, Social, Governance-Modell²



In der Finanzwirtschaft, insbesondere in der Kapitalanlage, hat das Thema Nachhaltigkeit sich unter dem Terminus ESG etabliert. Dieser beschreibt 3 Kriterien, mit denen Unternehmen, Produkte, Indizes etc. hinsichtlich einer nachhaltigen Wirtschaftsweise beurteilt werden können.

Corporate Social Responsibility

CSR ist eine Leitidee für Unternehmen, die ihre Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt in den Vordergrund stellt. CSR betrachtet ökologische, ökonomische und soziale Dimensionen und basiert damit auf dem Leitbild der Nachhaltigkeit. In der unternehmerischen Praxis ist CSR als Managementkonzept weit verbreitet.

1: <https://17ziele.de/>

2: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/esg-kriterien-120056>

Vielen Dank.

Über Sopra Steria und Sopra Steria Next

Sopra Steria ist mit 46.000 Mitarbeitern eine führende europäische Management- und Technologieberatung. Sopra Steria Next ist mit 3.000 Mitarbeitern die Strategieberatung von Sopra Steria für Neues, Wandel und geschäftskritische Momente



The world is how we shape it

sopra  steria
next