Die Zukunft der industriellen Fertigung

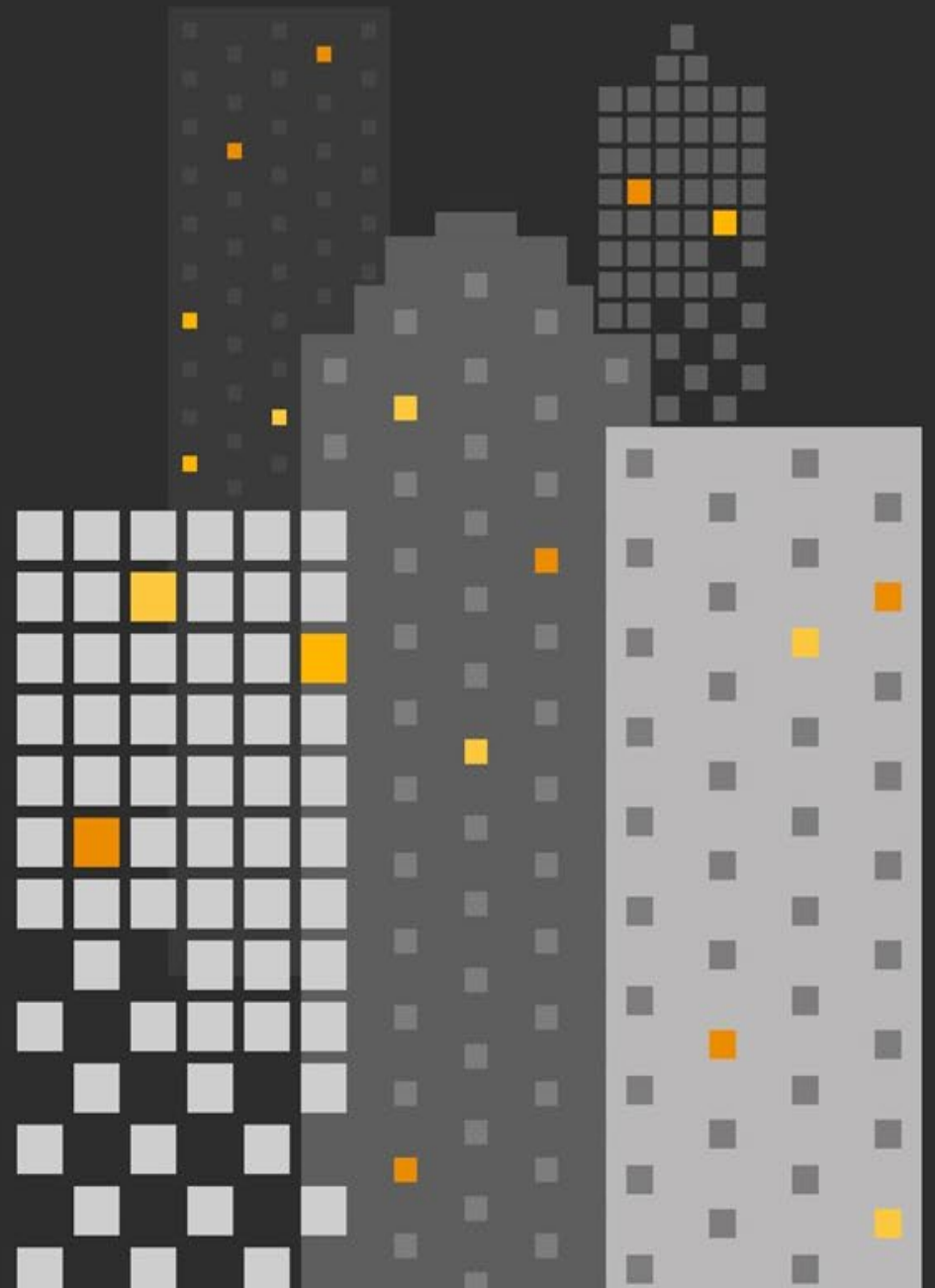
Ergebnisse der 2. globalen Manufacturing-COO-Pulse-Umfrage
Oktober 2021

pwc

Inhalt

Übersicht	S. 3
Herausforderungen	S. 6
Prioritäten	S. 9
Lieferkette, Vertrieb und Logistik	S. 16
Technologie	S. 21
Arbeitsplatz	S. 24
Kundenbedürfnisse und -verhalten	S. 27
ESG	S. 30

1 Übersicht



Zusammenfassung

Den Anforderungen des digitalisierten Zeitalters gerecht werden

- Cybersicherheit und Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen gelten als größte Herausforderungen für deutsche Industrieunternehmen. Drei der vier größten Herausforderungen stammen aus dem Kontext der digitalen Transformation.
- Stärkste Priorität haben derzeit Cybersicherheit, digitaler Vertrieb und Marketing, gefolgt von intelligenten Fabriken und digitaler Weiterqualifizierung der Belegschaft.
- Deutsche Vorstände legen ihre Fokus vor allem auf Qualität, Cybersicherheit und intelligente Fabriken – Kosten sind hingegen im internationalen Vergleich leicht nachrangig.
- Industrial Internet of Things (IIoT) und Public/Private Cloud sind wichtige kurzfristige Investitions-schwerpunkte.
- In Fabrikhallen wird zunehmend ein digitaler Fokus erwartet (z. B. Workflow-Automatisierung, intelligente Fabriken und digitale Weiterqualifizierung).

Priorisierung der betrieblichen Effizienz

- Die Effizienz von Vertrieb und Logistik ist für deutsche Unternehmen wichtiger als für ihre globalen Wettbewerber.
- Nahezu die Hälfte (49 %) der deutschen Unternehmen nennt Vertriebskanäle und -zentren als vorrangige Bereiche für ihr Geschäft – beides ist ihnen wichtiger als den Befragten anderer Industrienationen.
- Mehr als die Hälfte (56 %) erwartet in den nächsten zwei Jahren eine Zunahme der Workflow-Automatisierung in der Fabrik, was auf den starken Wunsch nach einer optimierten und agilen Arbeitsumgebung zur Maximierung der Effizienz hinweist.
- Es wird erwartet, dass der Fokus auf Robotik und Fabrikautomation in den deutschen Unternehmen zunehmen wird. Zudem sind sie Top-Tech-Investitionsbereiche, was einen weiteren Schritt zur Steigerung der betrieblichen Effizienz signalisiert.

Anpassung an sich ändernde Marktbedingungen und Verbrauchernachfrage

- Unternehmen passen sich den Auswirkungen der Coronapandemie an:
  - Der digitale Vertrieb ist sowohl eine Herausforderung als auch eine Priorität, da sich das Verbraucherverhalten im letzten Jahr massiv verändert hat.
  - Omnichannel und der verstärkte Einsatz von digitalem Einkauf wurden ausgebaut, um neuen Verbrauchergewohnheiten Rechnung zu tragen.
- Steuerliche Auswirkungen von wechselnden Produktionsstandorten und Lieferanten sind ein zentrales Anliegen.
- Nachhaltigkeit stellt in der Einschätzung der deutschen Industrie keine so große Herausforderung dar wie für ihre internationalen Wettbewerber.
- Dennoch investieren die meisten Unternehmen in Deutschland in die Reduzierung des CO2-Fußabdrucks und überwachen den Energieverbrauch.

Methodik

Erhebungsmethode: computergestützte Telefoninterviews (CATI)

Erhebungszeitraum: April 2021

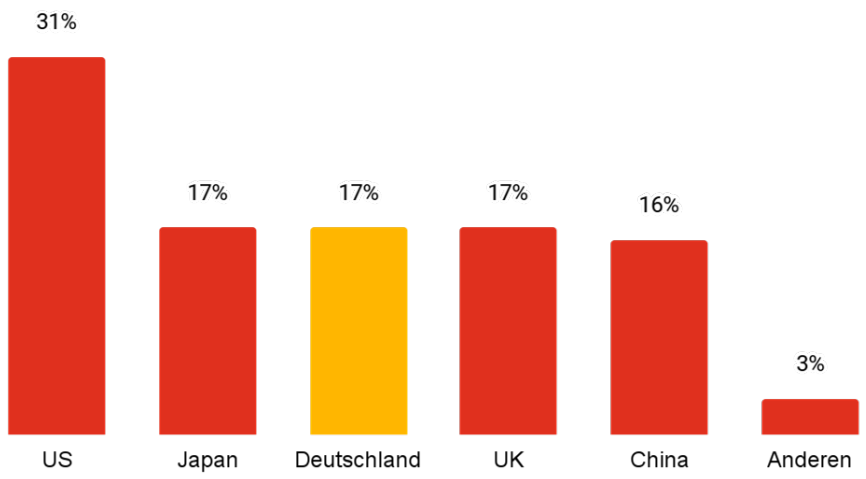
Stichprobe: 419 Führungskräfte in fünf Ländern und acht Branchen

deutsche Befragte: N = 70

Verteilung der Umsatzgrößen der Unternehmen in der Stichprobe

- 37 %: 250 Mio. bis 999 Mio. US-Dollar
- 33 %: 1 Mrd. bis < 5 Mrd. US-Dollar
- 31 %: 5 Mrd. US-Dollar und mehr

Teilnehmende Länder



Profil der deutschen Befragten

- Konsumgüter 9 %
- Elektronik/Technik 9 %
- Energiewirtschaft 9 %
- Gesundheitswirtschaft 9 %
- Luft- und Raumfahrt 18 % (20 Befragte)
- Automobil 18 % (20 Befragte)
- Bau und Großanlagenbau 9 % (10 Befragte)
- Maschinen- und Anlagenbau 18 % (20 Befragte)

Position im Unternehmen

CEO: 4 %
CFO: 17 %
CIO: 20 %
COO: 14 %
CSO: 14 %
SVP/VP: 30 %

Hinweis

Die in diesem Bericht dargestellten Ergebnisse beziehen sich ausschließlich auf diejenigen der Bereiche Luft- und Raumfahrt, Automobil, Maschinenbau und Industrielle Produktion.

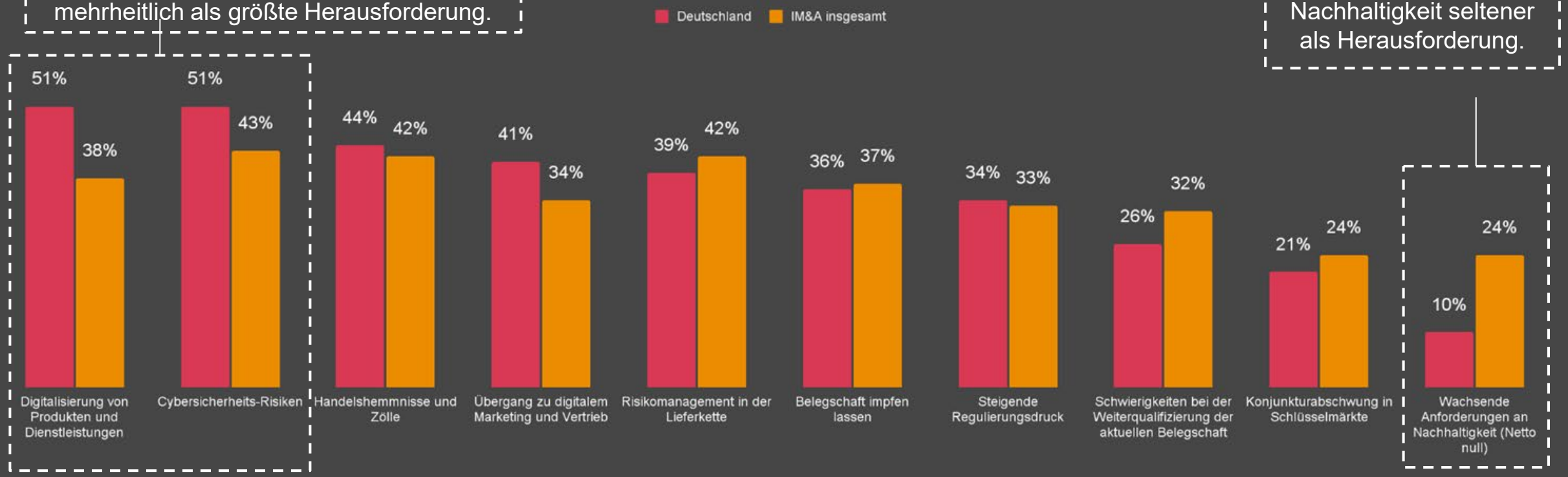
2 Herausforderungen

Die Hälfte der deutschen Entscheider:innen sieht die Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen sowie Cybersicherheit als zentrale Herausforderungen. Nachhaltigkeit ist demgegenüber deutlich weniger herausfordernd.

größte Herausforderung in den nächsten 1–2 Jahren

Deutsche Unternehmen nennen Digitalisierung und Cybersicherheit mehrheitlich als größte Herausforderung.

Im internationalen Vergleich sehen deutsche Unternehmen Nachhaltigkeit seltener als Herausforderung.



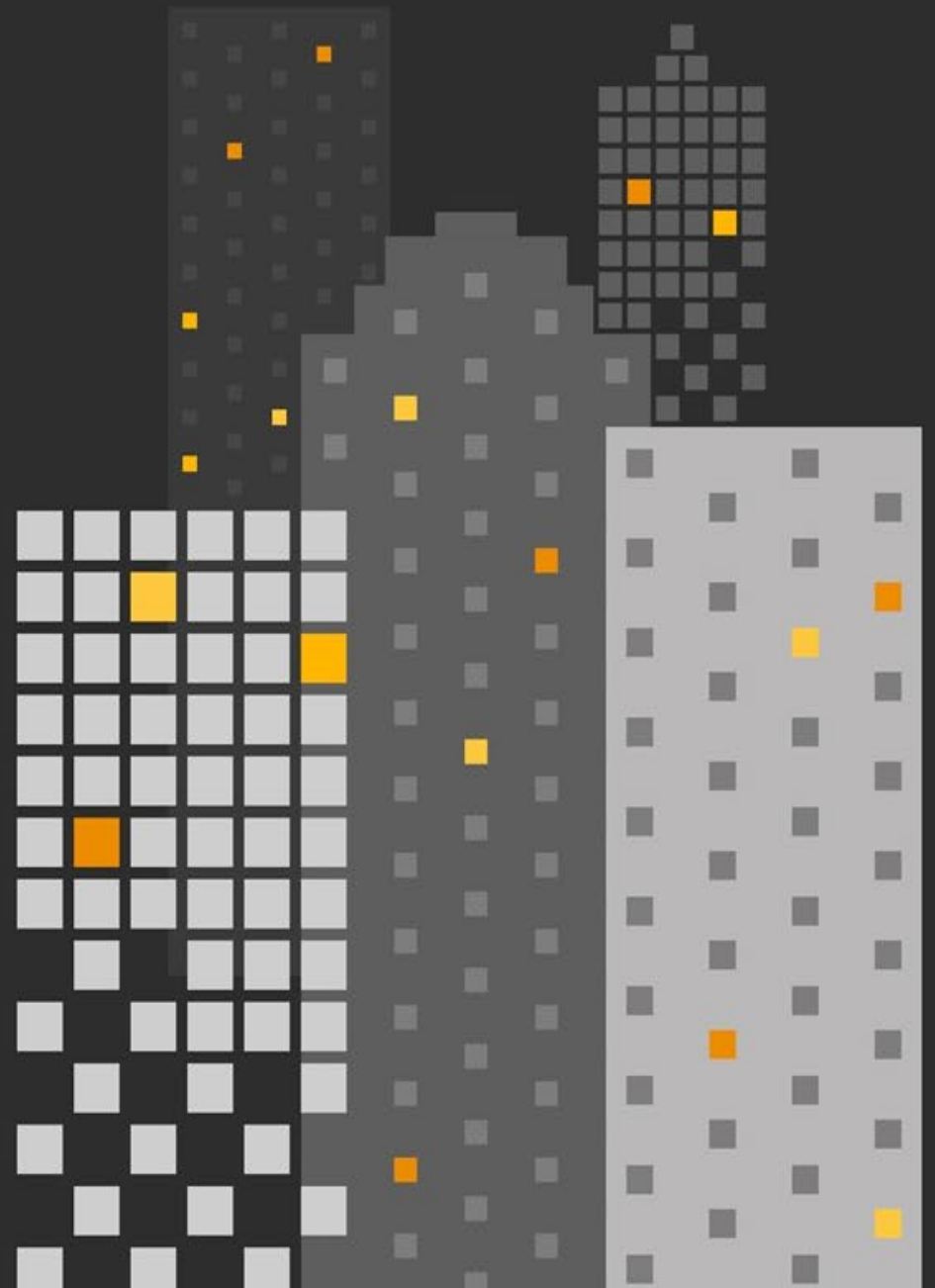
Frage 1: Was sind die größten Herausforderungen, denen sich Ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren stellen muss?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

Handelshemmnisse gehören weltweit zu den fünf größten Herausforderungen. In deutschen Firmen stehen technologische Herausforderungen wie Digitalisierung und Cybersicherheit oben auf der Agenda.

	Deutschland		China		UK		Japan		USA	
1	Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen	51 %	Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen	45 %	Risikomanagement in der Lieferkette	51 %	Handelshemmnisse und Zölle	50 %	Cybersicherheit	49 %
2	Cybersicherheit	51 %	Cybersicherheit	43 %	Handelshemmnisse und Zölle	50 %	Impfung der Belegschaft	43 %	Risikomanagement in der Lieferkette	44 %
3	Handelshemmnisse und Zölle	44 %	Impfung der Belegschaft	40 %	Impfung der Belegschaft	37 %	Cybersicherheit	37 %	Impfung der Belegschaft	37 %
4	Übergang zu digitalem Marketing und Vertrieb	41 %	Handelshemmnisse und Zölle	40 %	Übergang zu digitalem Marketing und Vertrieb	37 %	Risikomanagement in der Lieferkette	36 %	Weiterbildung der Belegschaft	37 %
5	Risikomanagement in der Lieferkette	39 %	Risikomanagement in der Lieferkette	38 %	Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen	36 %	Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen	33 %	Handelshemmnisse und Zölle	36 %

Frage 1: Was sind die größten Herausforderungen, denen sich Ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren stellen muss?
Basis: Deutschland (70), China (65), UK (70), Japan (70), USA (131)

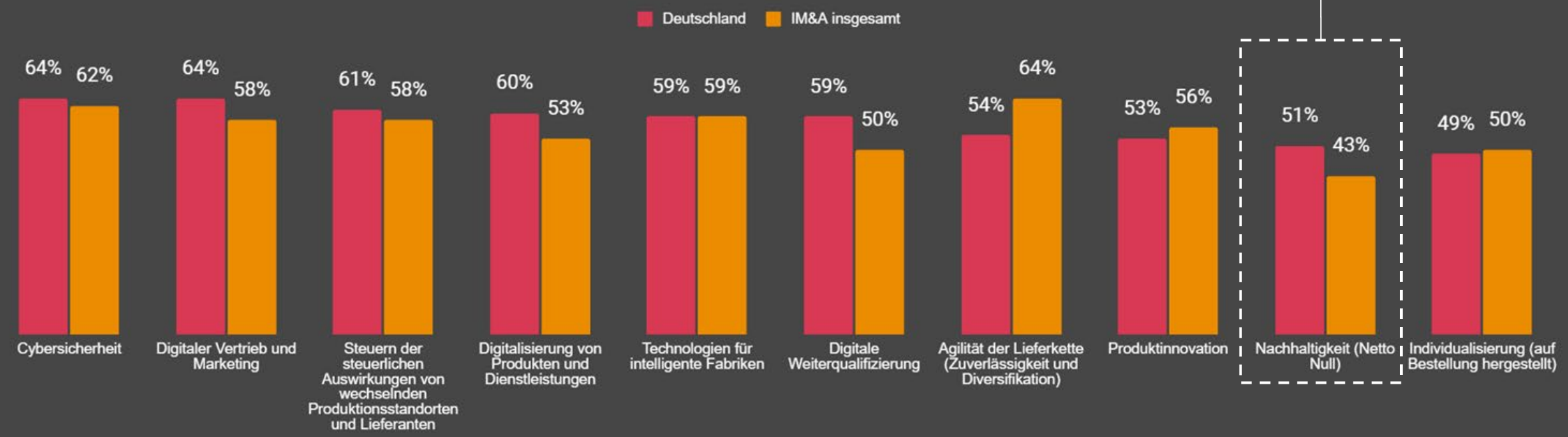
3 Prioritäten



Die obersten Prioritäten spiegeln die größten Herausforderungen wider, wobei auf Cybersicherheit, digitalem Vertrieb und Marketing das Hauptaugenmerk der deutschen Unternehmen liegt.

Es werden nur Ergebnisse für diejenigen angezeigt, die „hoch/sehr hoch“ ausgewählt haben.

Obwohl Nachhaltigkeit in Deutschland eine geringere Herausforderung darstellt, hat sie eine stärkere Priorität als in den Vergleichsländern.



Frage 2: Welche Priorität räumt Ihr Unternehmen den folgenden Geschäftsbereichen in den nächsten 1–2 Jahren ein?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

Deutsche Unternehmen priorisieren die Digitalisierung der Produktion sowie des Vertriebs stärker als ihre globalen Wettbewerber. Bei Lieferketten zeigt sich ein umgekehrtes Bild.

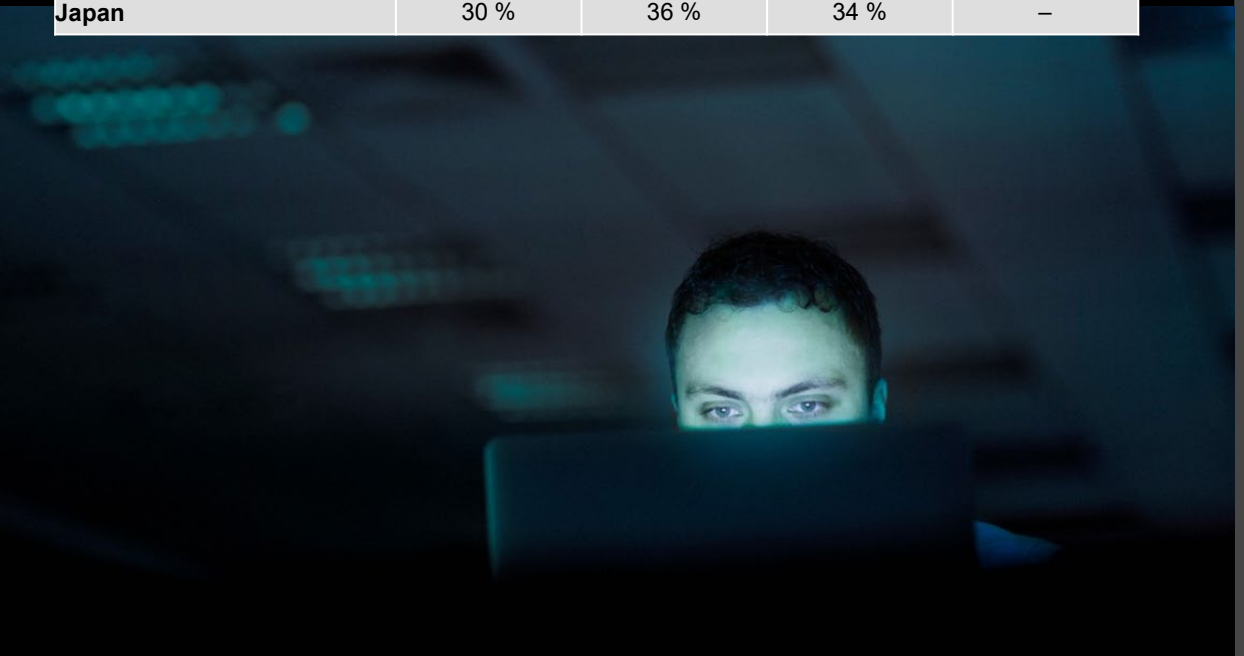
	Deutschland		China		UK		Japan		USA	
1	Cybersicherheit	64 %	Technologien für intelligente Fabriken	71 %	Agilität der Lieferkette (Zuverlässigkeit und Diversifikation)	73 %	Agilität der Lieferkette (Zuverlässigkeit und Diversifikation)	80 %	Cybersicherheit	60 %
2	digitaler Vertrieb und Marketing	64 %	Steuern der steuerlichen Auswirkungen wechselnder Produktionsstandorte und Lieferanten	68 %	Produktinnovation	63 %	Technologien für intelligente Fabriken	69 %	digitaler Vertrieb und Marketing	56 %
3	Steuern der steuerlichen Auswirkungen wechselnder Produktionsstandorte und Lieferanten	61 %	Agilität der Lieferkette (Zuverlässigkeit und Diversifikation)	66 %	Cybersicherheit	60 %	Steuern der steuerlichen Auswirkungen wechselnder Produktionsstandorte und Lieferanten	67 %	Agilität der Lieferkette (Zuverlässigkeit und Diversifikation)	53 %
4	Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen	60 %	Cybersicherheit	65 %	Steuern der steuerlichen Auswirkungen wechselnder Produktionsstandorte und Lieferanten	60 %	Cybersicherheit	66 %	Individualisierung (auf Bestellung hergestellt)	52 %
5	Technologien für intelligente Fabriken	59 %	digitaler Vertrieb und Marketing	57 %	Technologien für intelligente Fabriken	59 %	Produktinnovation	63 %	Steuern der steuerlichen Auswirkungen wechselnder Produktionsstandorte und Lieferanten	50 %

Frage 2: Welche Priorität räumt Ihr Unternehmen den folgenden Geschäftsbereichen in den nächsten 1–2 Jahren ein (hoch/sehr hoch angezeigt)?
Basis: Deutschland (70), China (65), UK (70), Japan (70), USA (131)

Cybersicherheit ist ein zentrales Anliegen – 64 % der deutschen Unternehmen stufen es als hohe/sehr hohe Priorität ein.

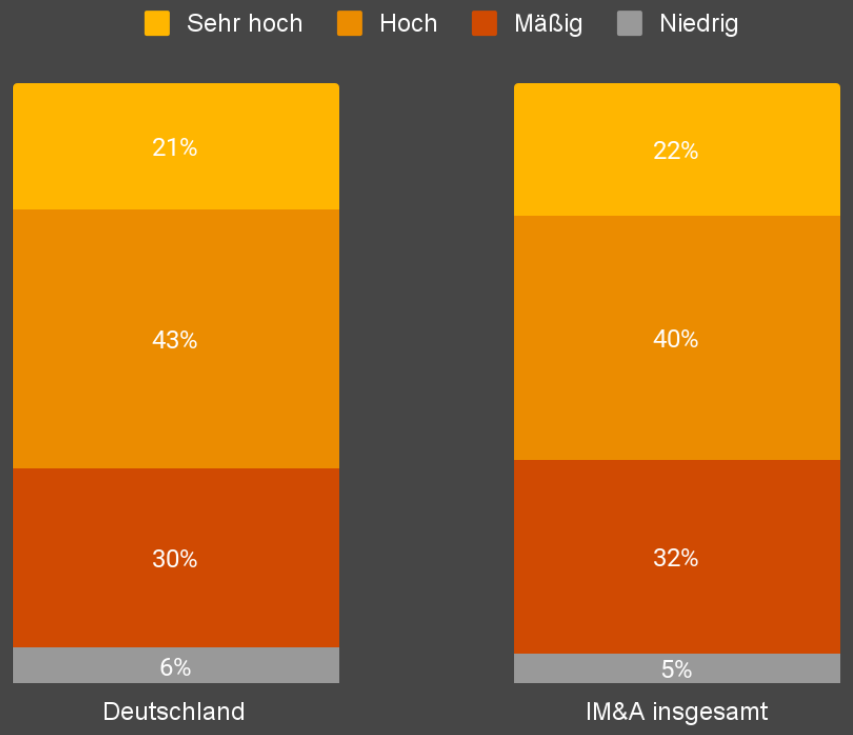
% wählen „Cybersicherheit“ als geschäftliche Priorität in den nächsten 1–2 Jahren

	sehr hoch	hoch	mäßig	niedrig
Deutschland	21 %	43 %	30 %	6 %
USA	22 %	38 %	32 %	8 %
China	17 %	48 %	28 %	8 %
UK	21 %	39 %	36 %	4 %
Japan	30 %	36 %	34 %	–



% wählen „Cybersicherheit“ als geschäftliche Priorität in den nächsten 1–2 Jahren

- Mehr als die Hälfte (51 %) der deutschen Befragten nennt Cybersicherheit als Herausforderung für ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren.
- Fast zwei Drittel (64 %) stufen die Priorität der Cybersicherheit als „hoch“ oder „sehr hoch“ ein.
- Diese Priorisierung der Cybersicherheit als Maßnahme gegen Hackerangriffe, Datendiebstahl usw. unterstreicht ebenso die Bedeutung der ditalen Transformation wie die Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen sowie der Übergang zu mehr digitalem Vertrieb und Marketing.



Frage 2: Welche Priorität räumt Ihr Unternehmen den folgenden Geschäftsbereichen in den nächsten 1–2 Jahren ein?
Basis: USA (131), China (65), Deutschland (70), Japan (70), UK (70), IM&A insgesamt (419)

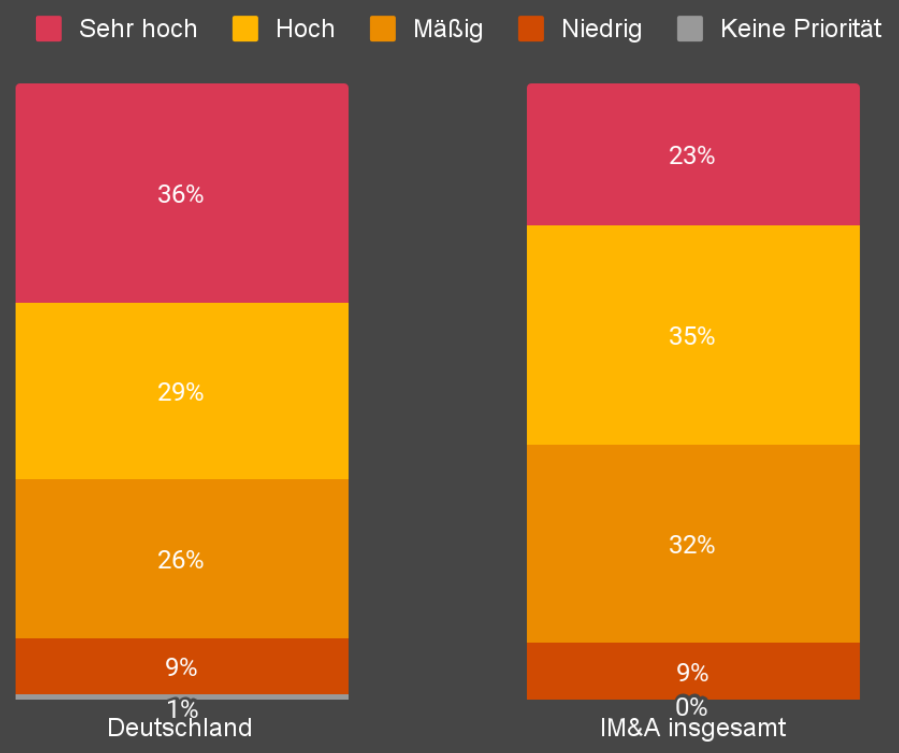
Mehr als ein Drittel (36 %) der deutschen Unternehmen schätzt die Priorität des digitalen Vertriebs und Marketings als sehr hoch ein.

% wählen „digitaler Vertrieb und Marketing“ als geschäftliche Priorität in den nächsten 1–2 Jahren

	sehr hoch	hoch	mäßig	niedrig	keine Priorität
Deutschland	36 %	29 %	26 %	9 %	1 %
USA	17 %	40 %	34 %	9 %	1 %
China	18 %	38 %	38 %	5 %	–
UK	21 %	37 %	29 %	13 %	–
Japan	27 %	33 %	36 %	4 %	–

% wählen „digitaler Vertrieb und Marketing“ als geschäftliche Priorität in den nächsten 1–2 Jahren.

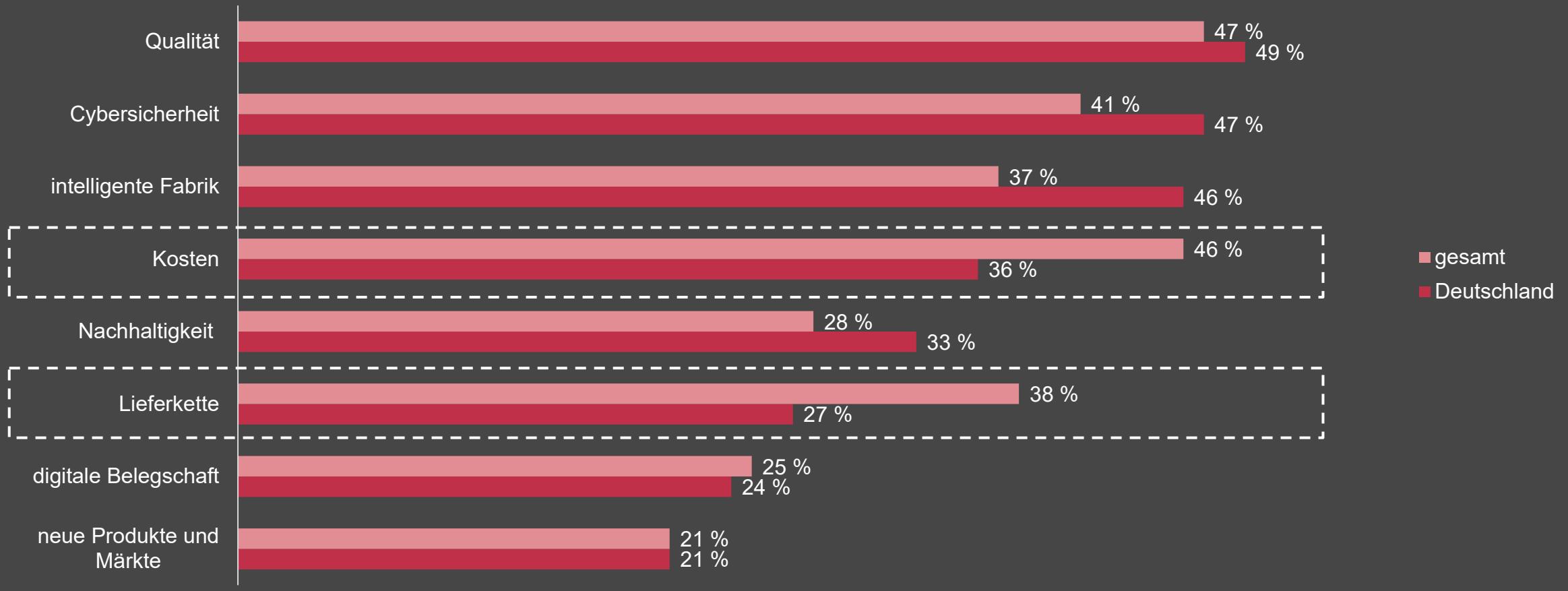
- Fast zwei Drittel (64 %) der deutschen Unternehmen räumen dem digitalen Vertrieb und Marketing hohe bis sehr hohe Priorität an, verglichen mit 58 % bei allen übrigen Befragten.



Frage 2: Welche Priorität räumt Ihr Unternehmen den folgenden Geschäftsbereichen in den nächsten 1–2 Jahren ein?
Basis: USA (131), China (65), Deutschland (70), Japan (70), UK (70), IM&A insgesamt (419)

Hinweis: Aufgrund von Aufrundungen addieren sich die deutschen Antworten für diejenigen, die „hoch“ oder „sehr hoch“ gewählt haben, nicht zu den zuvor angegebenen 64 %.

Weltweit setzen Vorstände auf Qualität und die Absicherung von Cyberrisiken. Deutsche Unternehmen stehen offenbar noch nicht so stark unter Kostendruck wie die globale Konkurrenz.

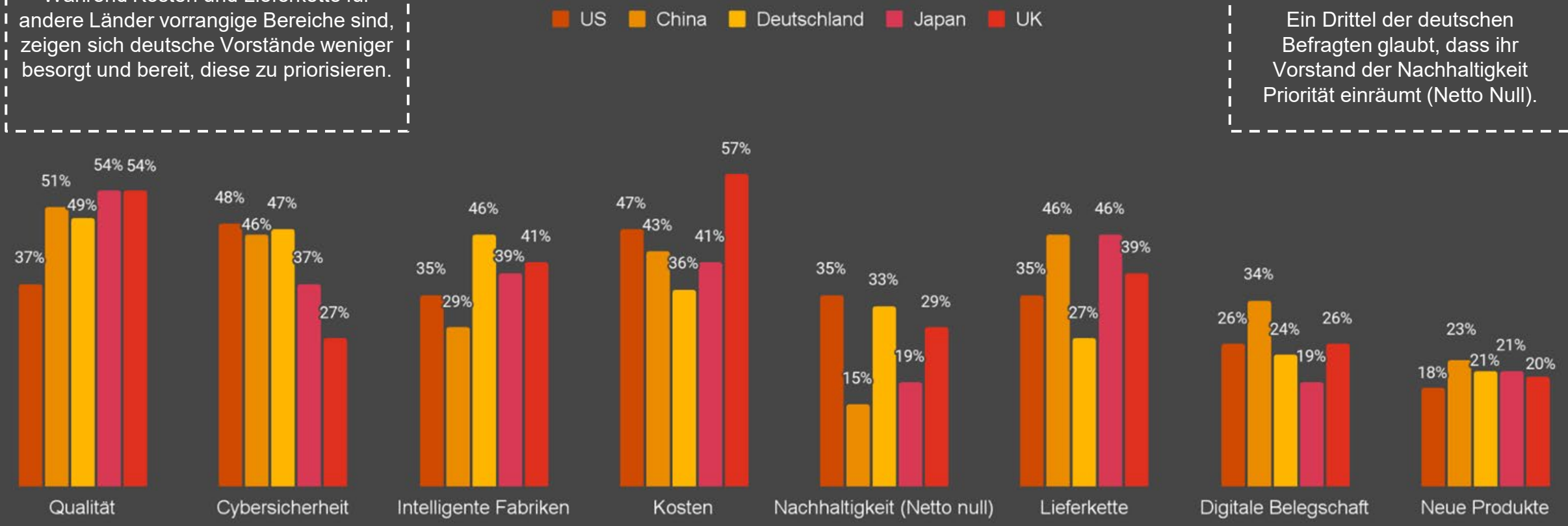


Frage 10: Welche Bereiche priorisiert Ihr Vorstand im Hinblick auf die Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

Qualität hat für deutsche Vorstände oberste Priorität. Sie zeigen jedoch auch im Vergleich zu anderen Ländern ein erhöhtes strategisches Interesse an der intelligenten Fabrik und Nachhaltigkeit.

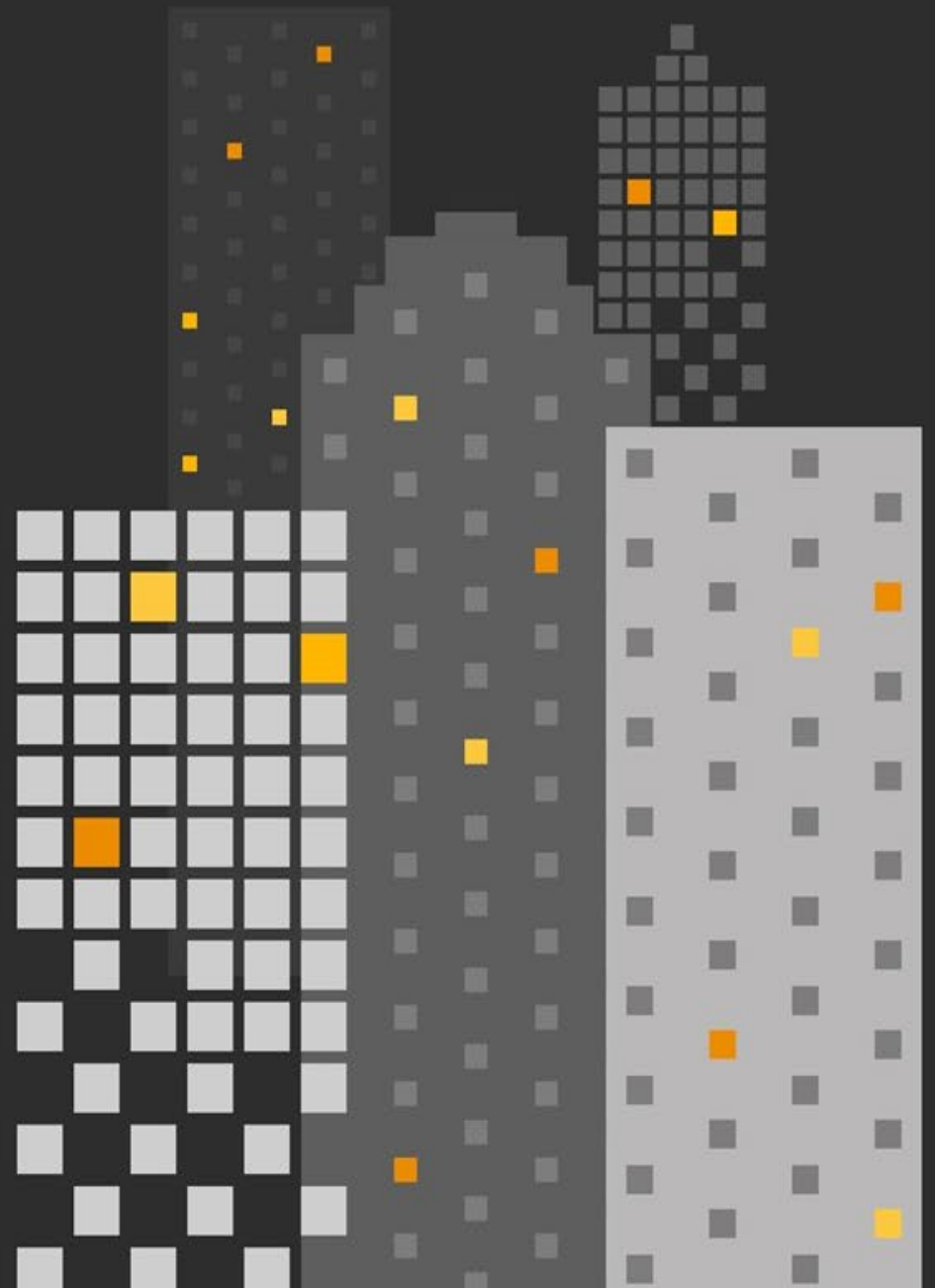
Während Kosten und Lieferkette für andere Länder vorrangige Bereiche sind, zeigen sich deutsche Vorstände weniger besorgt und bereit, diese zu priorisieren.

Ein Drittel der deutschen Befragten glaubt, dass ihr Vorstand der Nachhaltigkeit Priorität einräumt (Netto Null).



Frage 10: Welche Bereiche priorisiert Ihr Vorstand im Hinblick auf die Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens?
Basis: USA (131), China (65), Deutschland (70), Japan (70), UK (70)

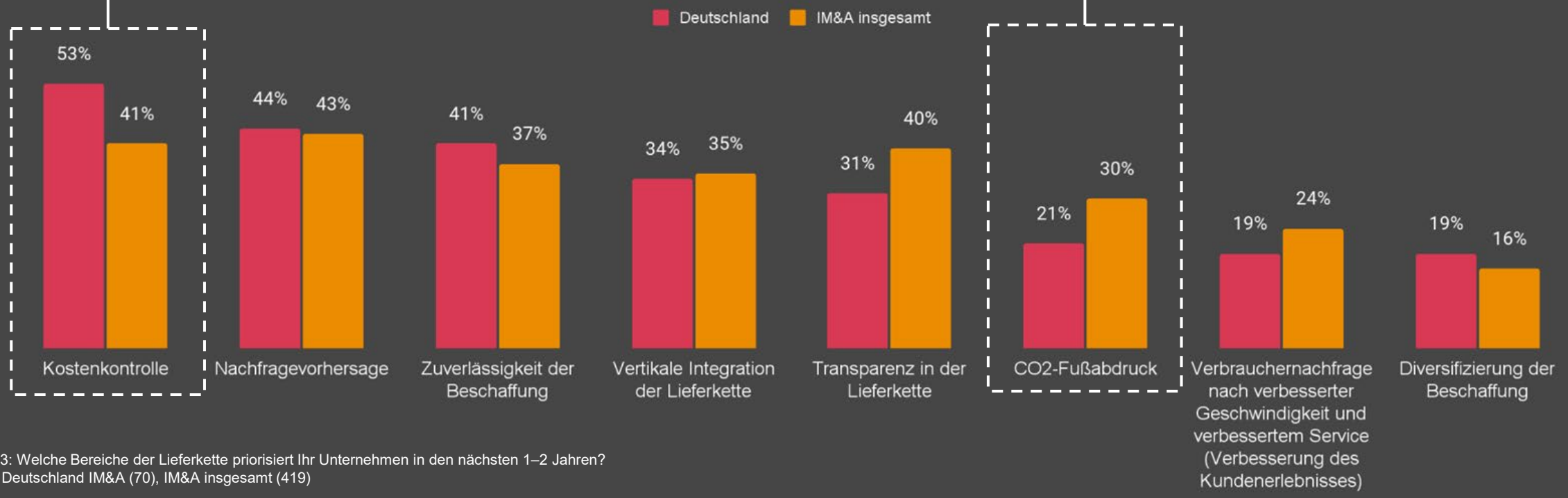
4 Lieferkette, Vertrieb und Logistik



Obwohl deutsche Vorstände wenig Bedenken hinsichtlich der Gesamtkosten zeigen, plant über die Hälfte (53 %) der deutschen Unternehmen, der Kostenkontrolle in Bezug auf die Lieferkette Priorität einzuräumen.

Mehr als die Hälfte der deutschen Befragten plant, der Kostenkontrolle Priorität einzuräumen, 12 % mehr als im Gesamtdurchschnitt. Dies liegt an der steigenden Inflation, der Verteuerung von Werk- und Rohstoffen, der Verzögerung innerhalb von Lieferketten und den Folgekosten der Pandemiebeämpfung.

Obwohl deutsche Unternehmen angaben, dass Nachhaltigkeit Priorität hat, zeigen sie vergleichsweise wenig Sorge um ihren CO2-Fußabdruck.



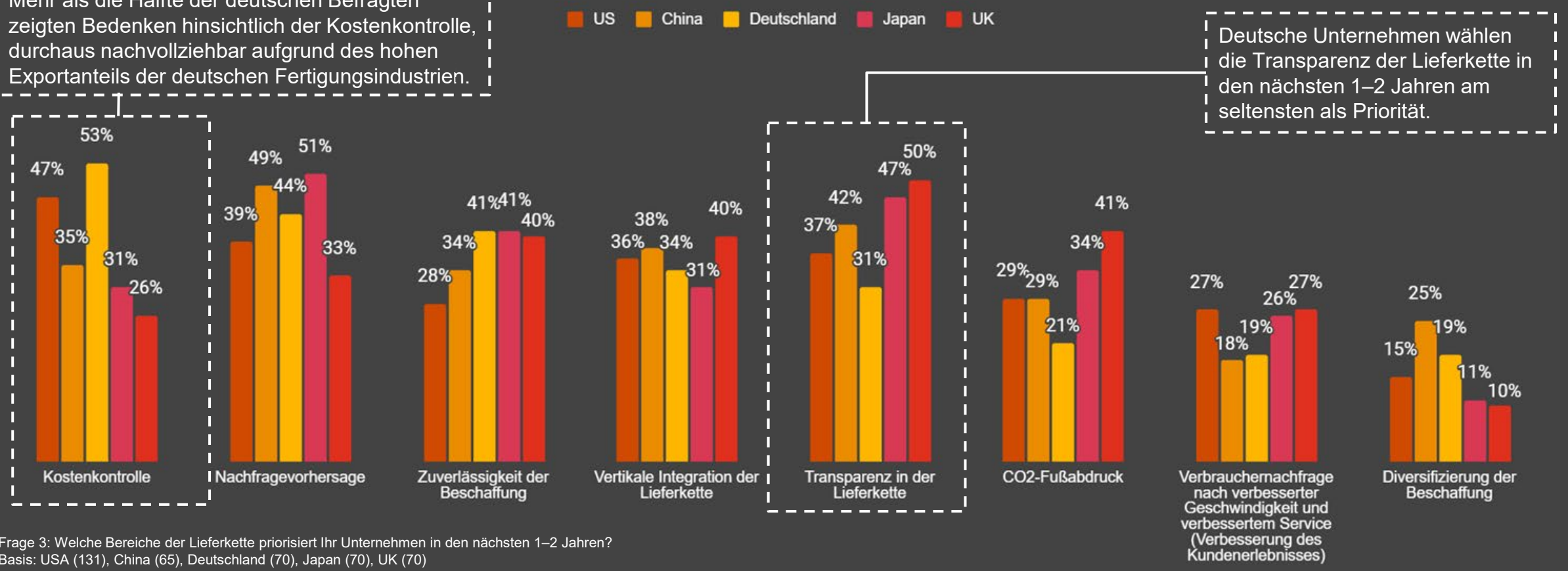
Frage 3: Welche Bereiche der Lieferkette priorisiert Ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

Kostenkontrolle in der Lieferkette hat unter den Vergleichsländern nirgendwo einen bedeutenderen Stellenwert als in Deutschland. Der Wunsch nach Transparenz und Nachhaltigkeit ist dem deutlich nachgeordnet.

Prioritäten in Lieferketten in den nächsten 1–2 Jahren

Mehr als die Hälfte der deutschen Befragten zeigten Bedenken hinsichtlich der Kostenkontrolle, durchaus nachvollziehbar aufgrund des hohen Exportanteils der deutschen Fertigungsindustrien.

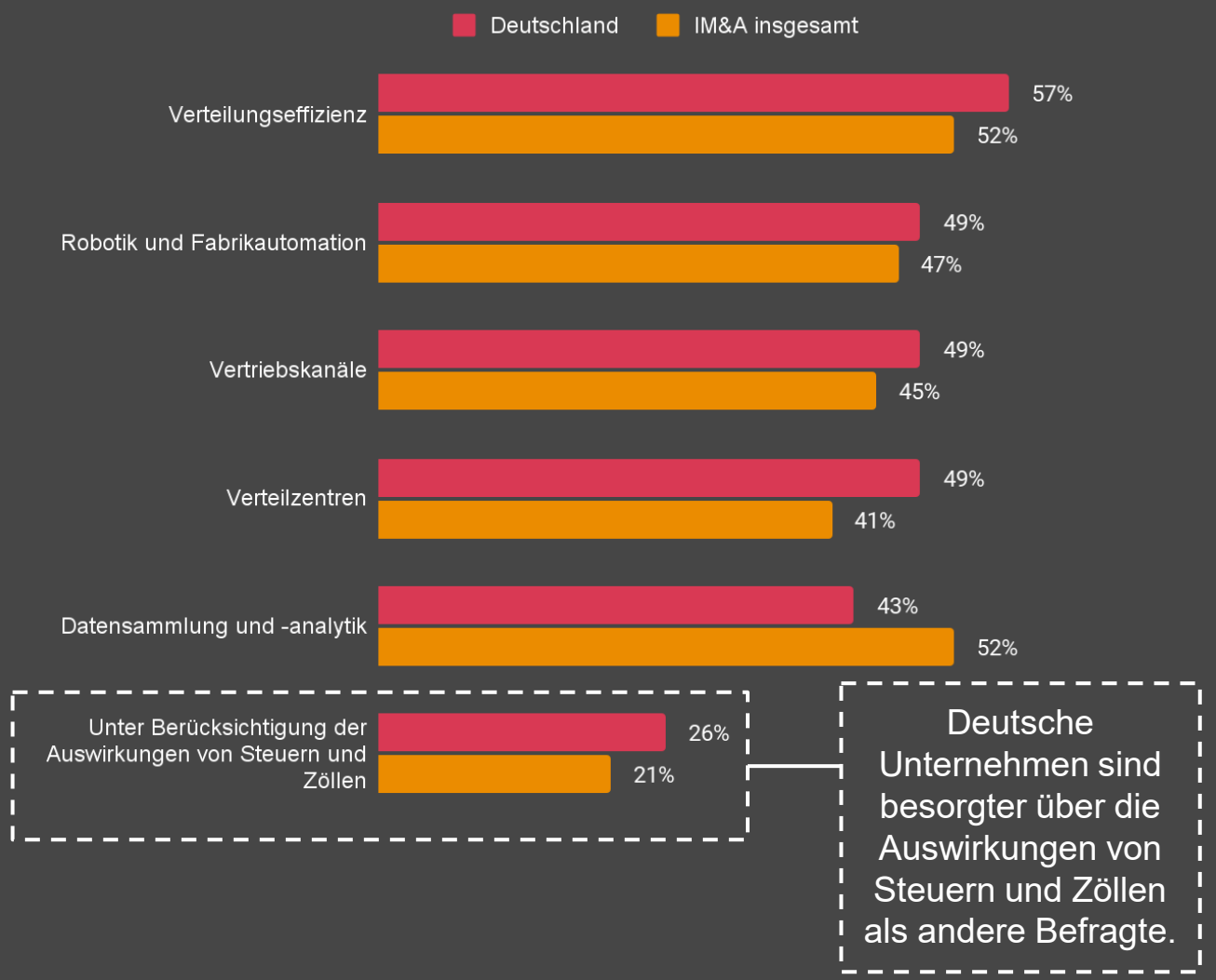
Deutsche Unternehmen wählen die Transparenz der Lieferkette in den nächsten 1–2 Jahren am seltensten als Priorität.



Frage 3: Welche Bereiche der Lieferkette priorisiert Ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren?
Basis: USA (131), China (65), Deutschland (70), Japan (70), UK (70)

Mehr als die Hälfte (57 %) der deutschen Unternehmen priorisiert die Vertriebseffizienz; das sind 5 % mehr als im Gesamtdurchschnitt (52 %).

Priorisierung von Distributions- und Logistikbereichen



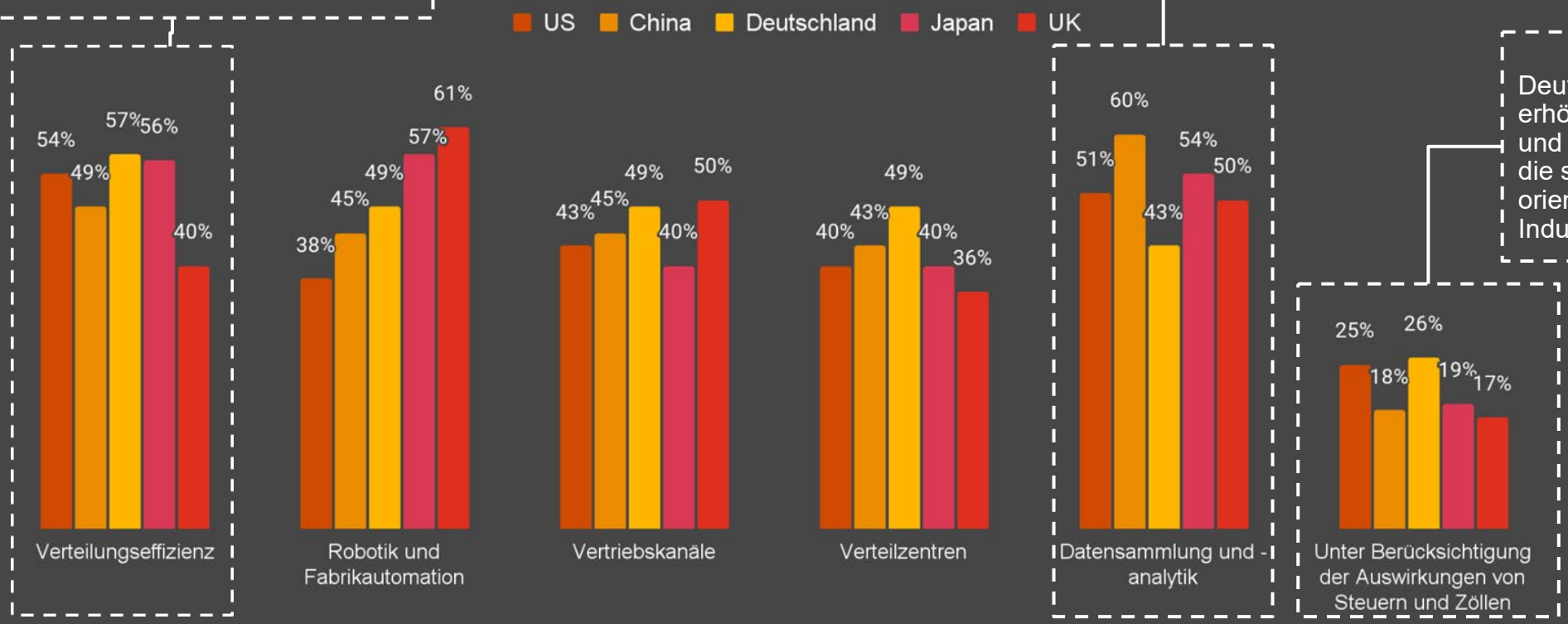
Frage 5: Welche Bereiche der Distribution und Logistik priorisiert Ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

Deutsche Firmen legen wie die meisten anderen Länder Wert auf Vertriebseffizienz. Sie haben jedoch auch einen starken Fokus auf Vertriebskanäle und -zentren (49 %).

Deutsche Firmen priorisieren im Vergleich zu den anderen Ländern Vertriebseffizienz, -kanäle und -zentren am stärksten.

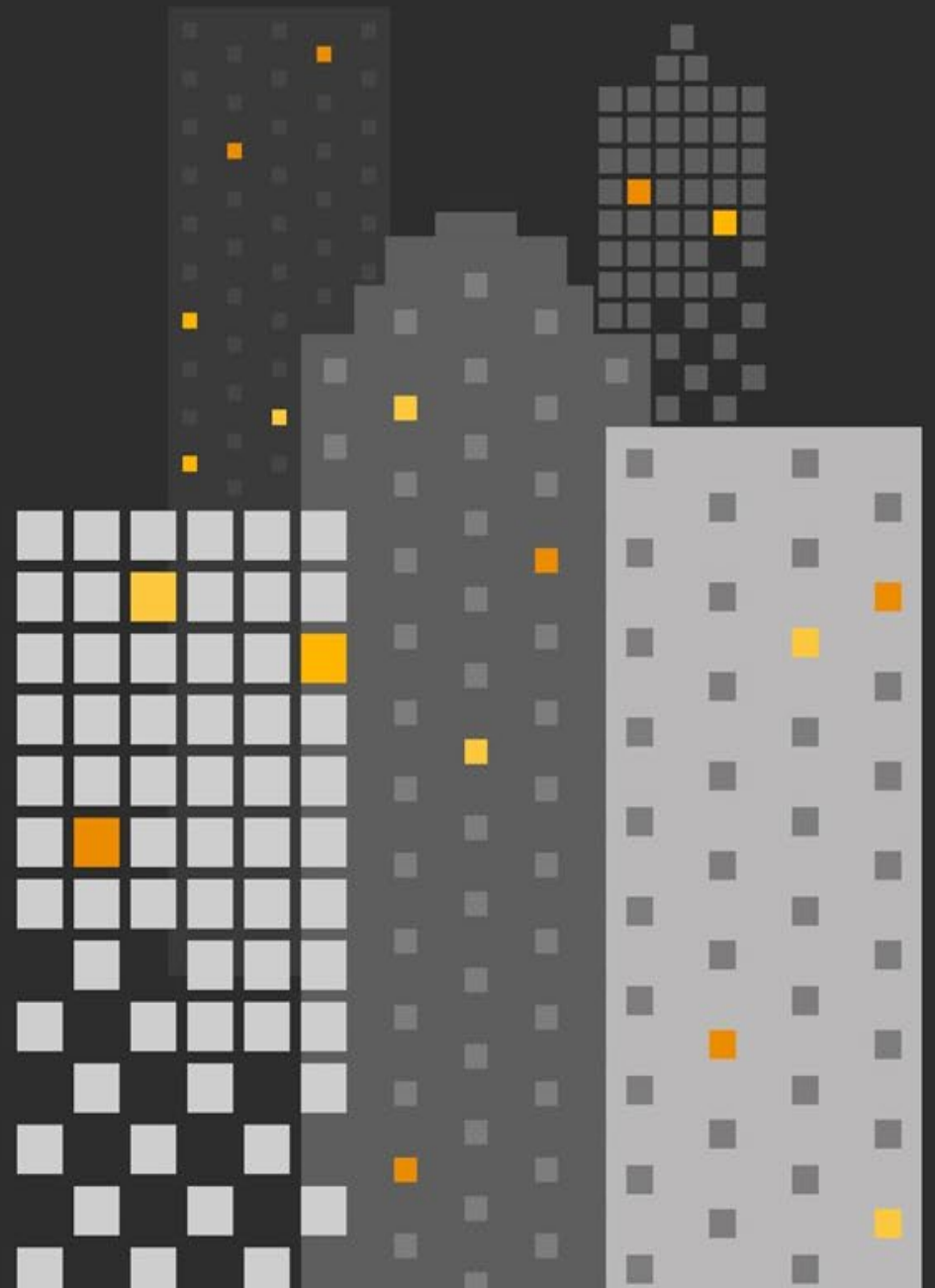
Die deutschen Befragten zeigen jedoch weniger Bedenken hinsichtlich der Datensammlung und -analytik und stufen diese als ihre fünftgrößte Priorität in Vertrieb und Logistik ein.

Deutsche Firmen zeigen erhöhte Sorge um Steuern und Zölle. Dies unterstreicht die starke Export-orientierung der deutschen Industrie.



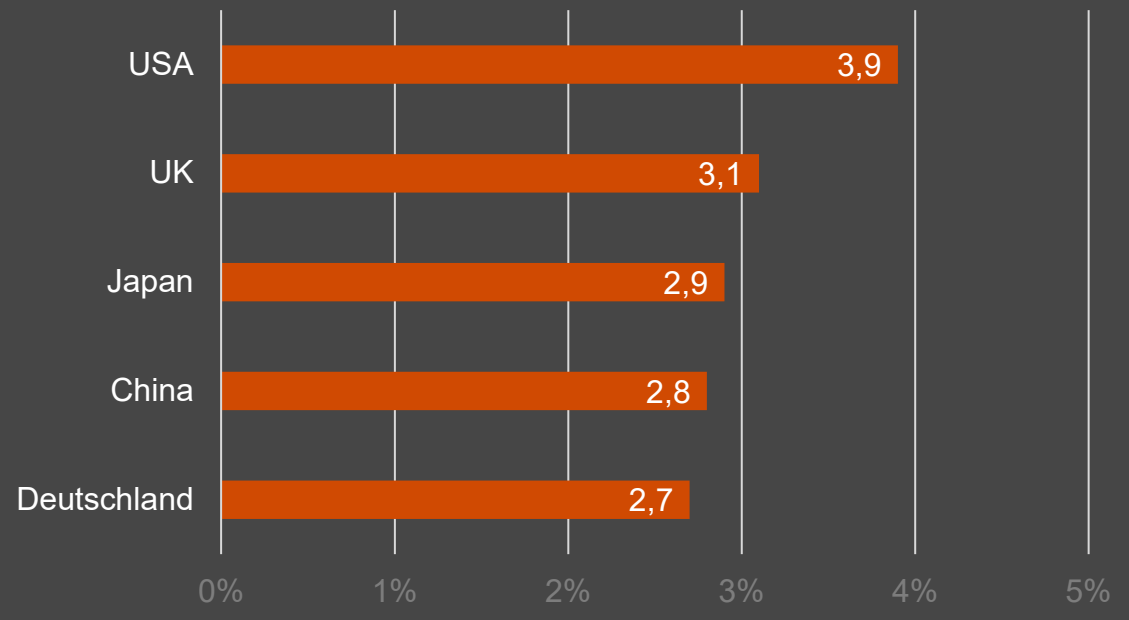
Frage 5: Welche Bereiche der Distribution und Logistik priorisiert Ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren?
Basis: USA (131), China (65), Deutschland (70), Japan (70), UK (70)

5 Technologie



Im globalen Vergleich der Steigerung der Technologiebudgets schneiden deutsche Unternehmen unterdurchschnittlich ab. USA-Firmen investieren anteilig am stärksten.

Veränderung der Tech-Investitionen im kommenden Jahr (in %)

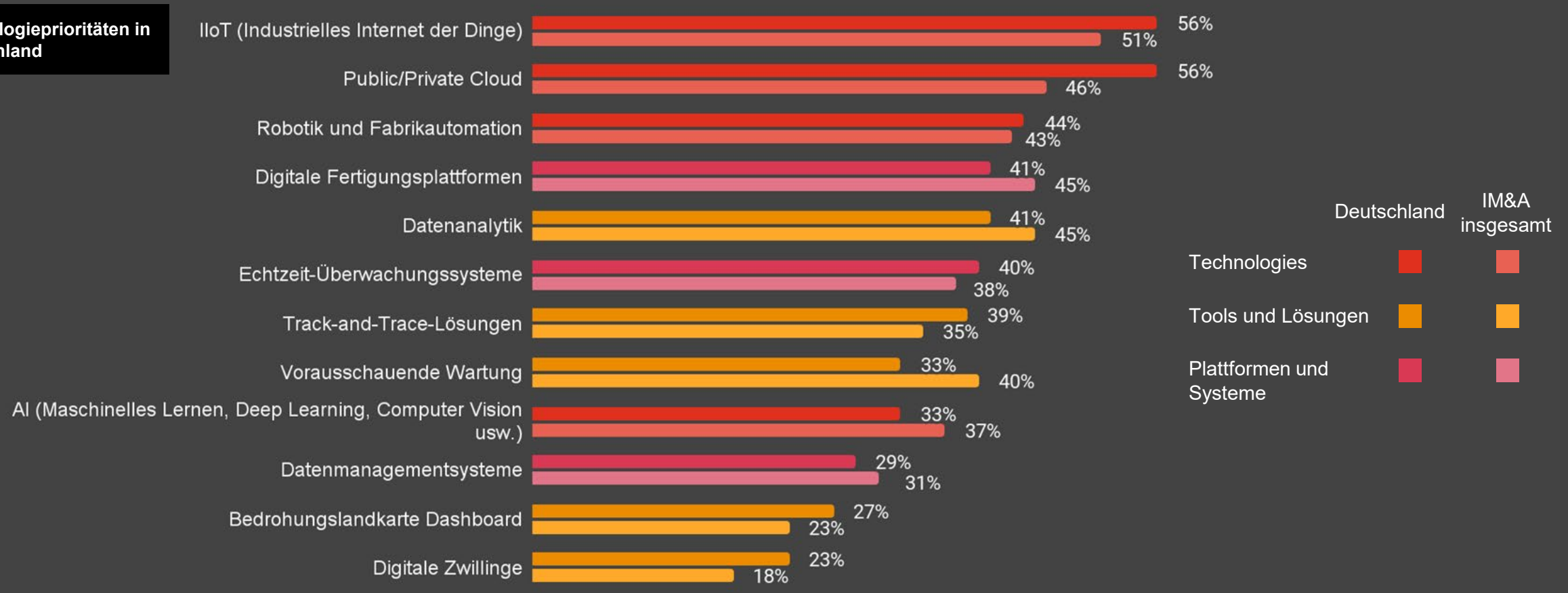


Die deutschen Unternehmen, die noch in unserer vorherigen Untersuchung auf den vorderen Plätzen der Investitionsvorhaben lagen, haben ihre Ausgabenüberlegungen offenbar zurückgefahren. Gegebenenfalls ist dies bereits eine Reaktion auf den infolge der Pandemie zunehmenden Kostendruck. Am stärksten wollen US-Firmen investieren, wohl auch vor dem Hintergrund des massiven Konjunkturprogramms der US-Regierung. China liegt trotz der Vorgaben des Plans „China 2025“ überraschenderweise ebenfalls unter dem globalen Durchschnitt.

Frage 7: Wie wird sich Ihrer Meinung nach das jährliche Budget Ihres Unternehmens für Technologieinvestitionen im nächsten Jahr verändern?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

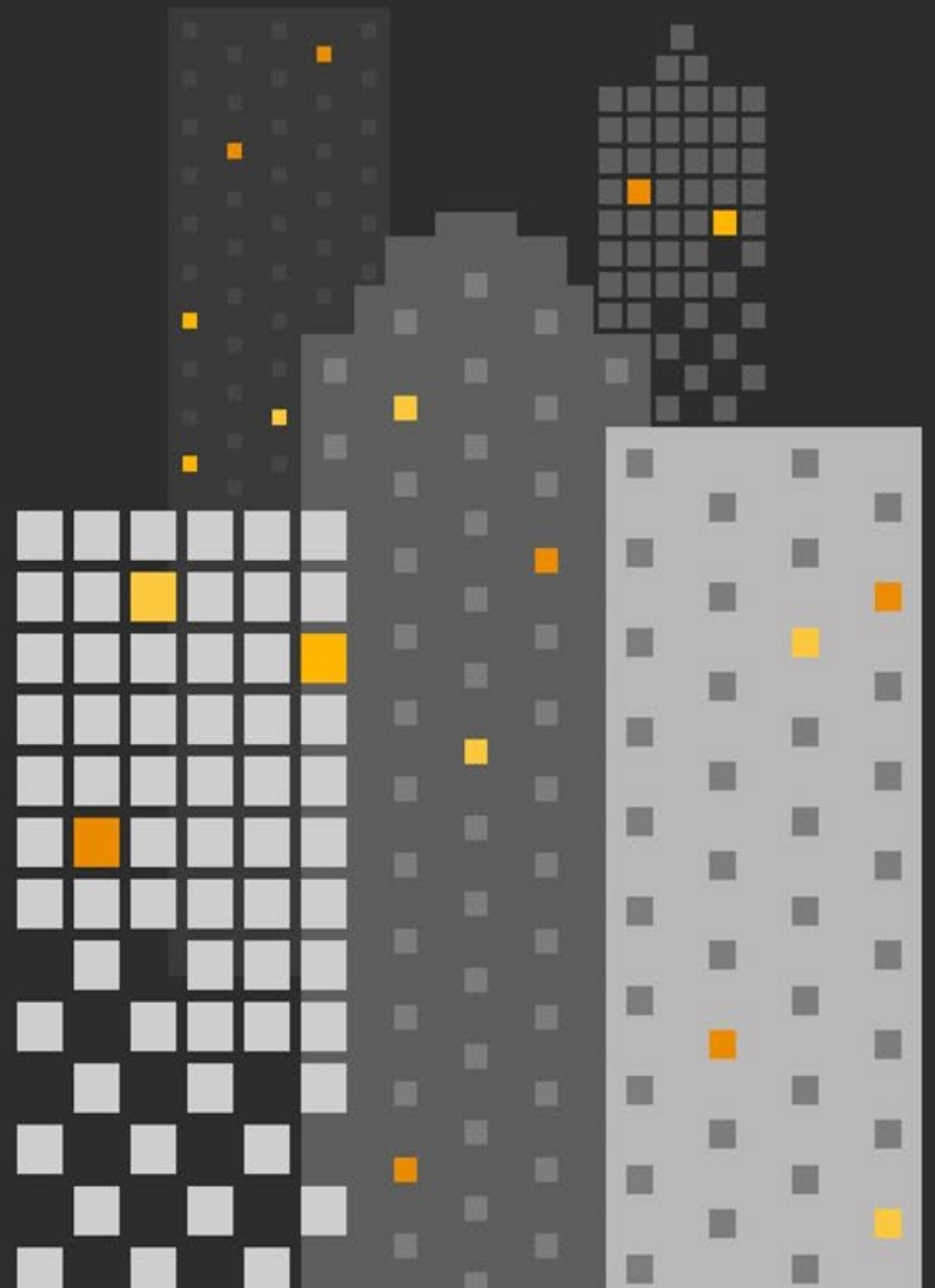
Deutsche Unternehmen werden ihre Tech-Investments auf IIoT und Public/Private Cloud konzentrieren.

Technologieprioritäten in Deutschland



Frage 6: Welche Fertigungsplattformen, Technologien und Tools priorisiert Ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

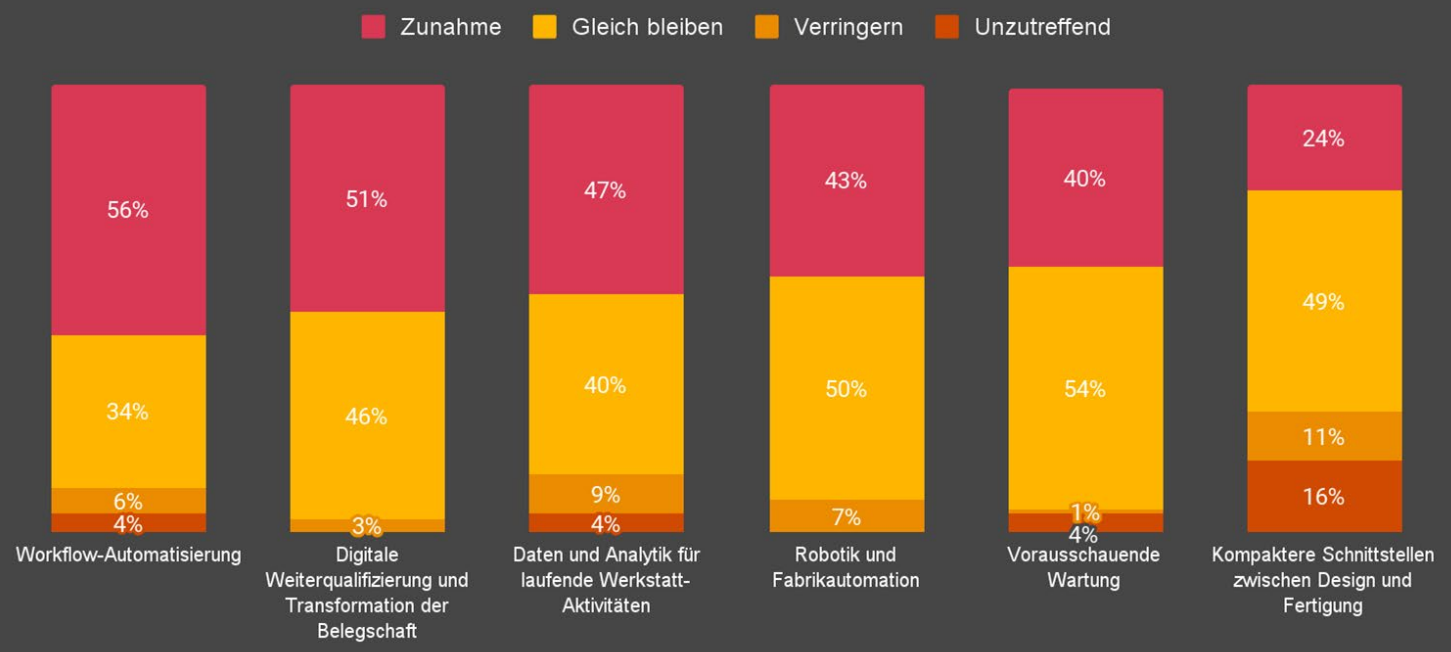
6 Arbeitsplatz



Deutsche Firmen legen mehr Wert auf Automatisierung und technologiebasierte Aktivitäten als auf digitale Weiter-qualifizierung und Daten und Analytik.

Zukunft der Tätigkeiten in der Fabrik – Deutschland

Mehr als die Hälfte (56 %) der deutschen Befragten erwartet eine Zunahme der Workflow-Automatisierung.



Zukunft der Tätigkeiten in der Fabrik – IM&A insgesamt

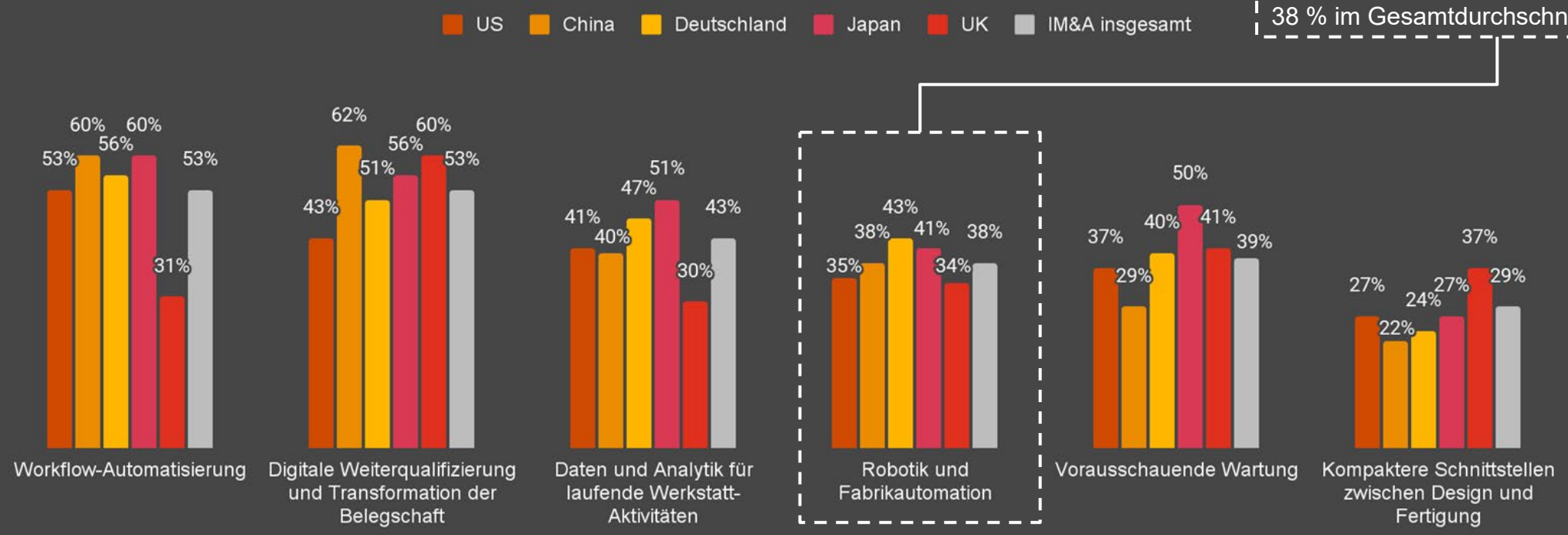
	Nimmt zu	Bleibt gleich	Nimmt ab	Unzutreffend
digitale Weiterqualifizierung und Transformation der Belegschaft	53 %	40 %	6 %	0 %
Workflow-Automatisierung	53 %	42 %	3 %	2 %
Daten und Analytik für laufende Werkstatt-aktivitäten	43 %	48 %	6 %	3 %
vorausschauende Wartung	39 %	52 %	5 %	3 %
Robotik und Fabrikautomation	38 %	52 %	6 %	4 %
kompaktere Schnittstellen zwischen Design und Fertigung	29 %	54 %	9 %	9 %

Frage 4: Welche der folgenden Fabrikaktivitäten plant Ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren zu verringern oder zu erhöhen?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

Deutsche Firmen zeigen Bedenken sowohl hinsichtlich der Workflow-Automatisierung als auch der Robotik und der Fabrikautomatisierung, die beide den IM&A-Gesamtdurchschnitt übertreffen.

Zukunft der Tätigkeiten in der Fabrik – Aktivitäten, die zunehmen – nach Gebiet

Deutsche Befragte prognostizieren mehr Aktivitäten rund um Robotik und Fabrikautomatisierung als ihre globalen Wettbewerber (43 % im Vergleich zu 38 % im Gesamtdurchschnitt).

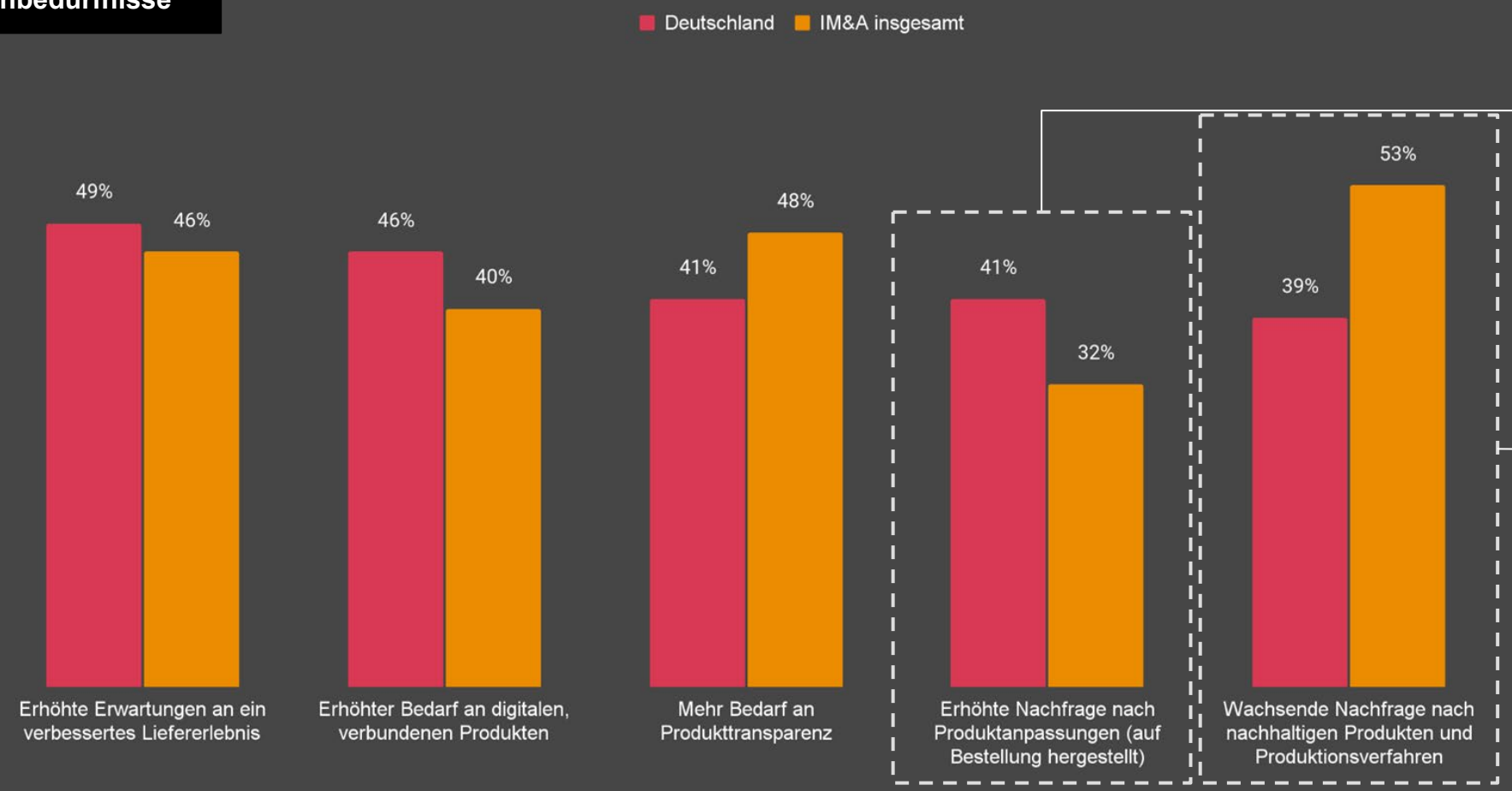


Frage 4: Welche der folgenden Fabrikaktivitäten plant Ihr Unternehmen in den nächsten 1–2 Jahren zu verringern oder zu erhöhen?
Basis: US (131), China (65), Deutschland (70), Japan (70), UK (70), IM&A insgesamt (417)

7 Kundenbedürfnisse und -verhalten

Effizienz ist ein wichtiger Treiber für die Kundenbedürfnisse in Deutschland, wobei fast die Hälfte (49 %) die erhöhten Erwartungen an ein verbessertes Liefererlebnis als den größten Einfluss auf ihr Unternehmen angibt.

Kundenbedürfnisse



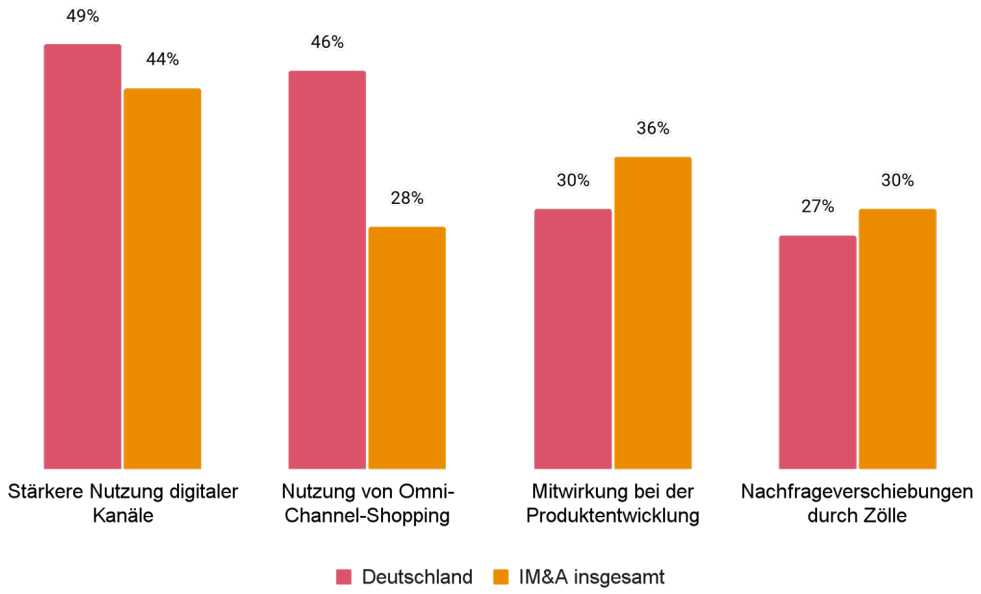
Mass Customisation als Trend: Die Nachfrage nach Individualisierung ist in Deutschland höher als in den Vergleichsländern.

Deutsche Kunden zeigen eine geringere Nachfrage nach nachhaltigen Produkten und Produktionsverfahren.

Frage 7: Welche Veränderungen der Kundenbedürfnisse und -verhaltensweisen haben die größten Auswirkungen auf Ihren Betrieb?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

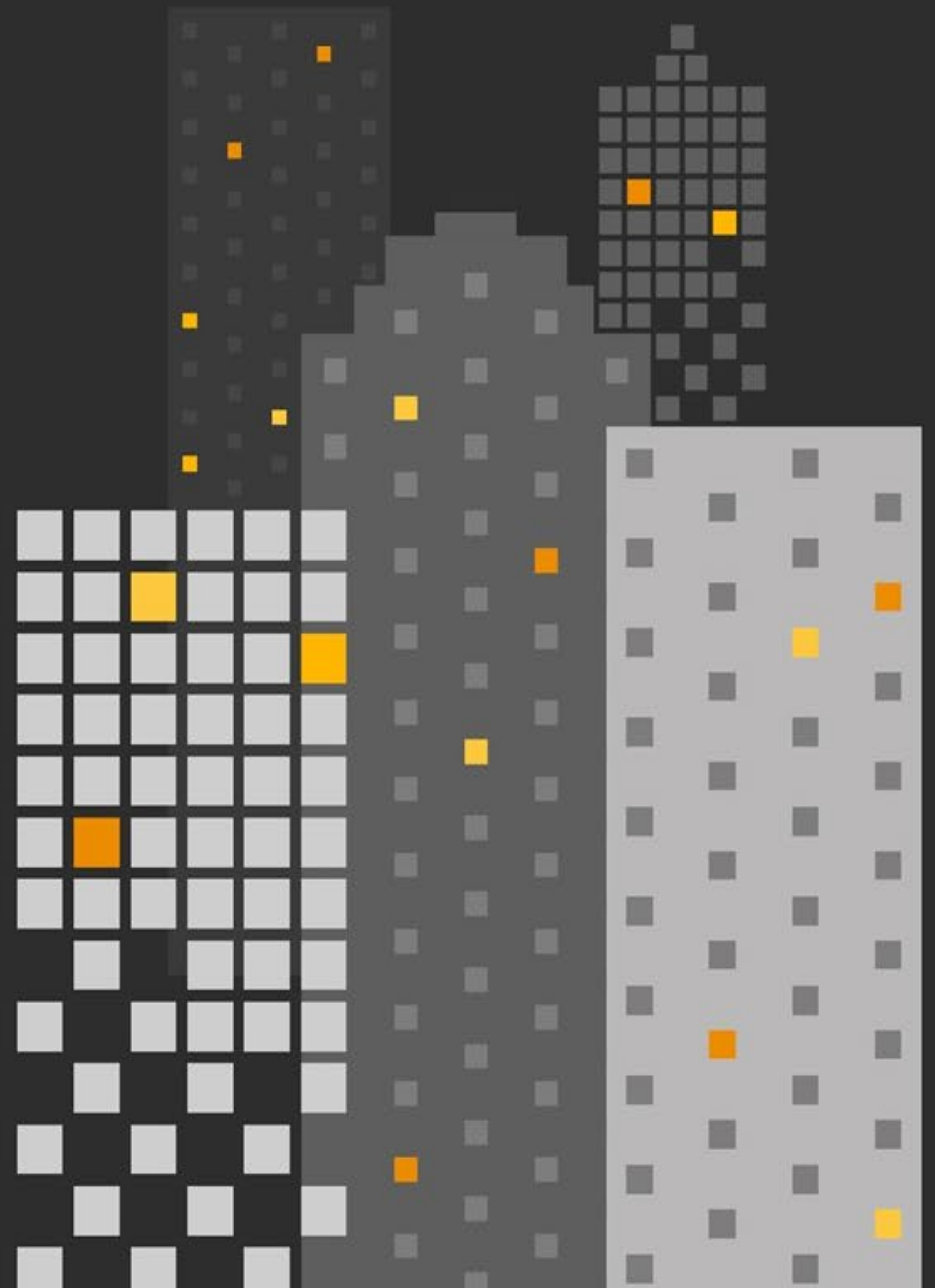
Deutsche Kunden zeigen im Vergleich zu IM&A insgesamt eine erhöhte Nachfrage nach digitalen Kanälen und Omnichannel-Shopping. Dies könnte eine direkte Folge der Covid-19-bedingten Veränderung der Konsumgewohnheiten sein.

Kundenverhalten



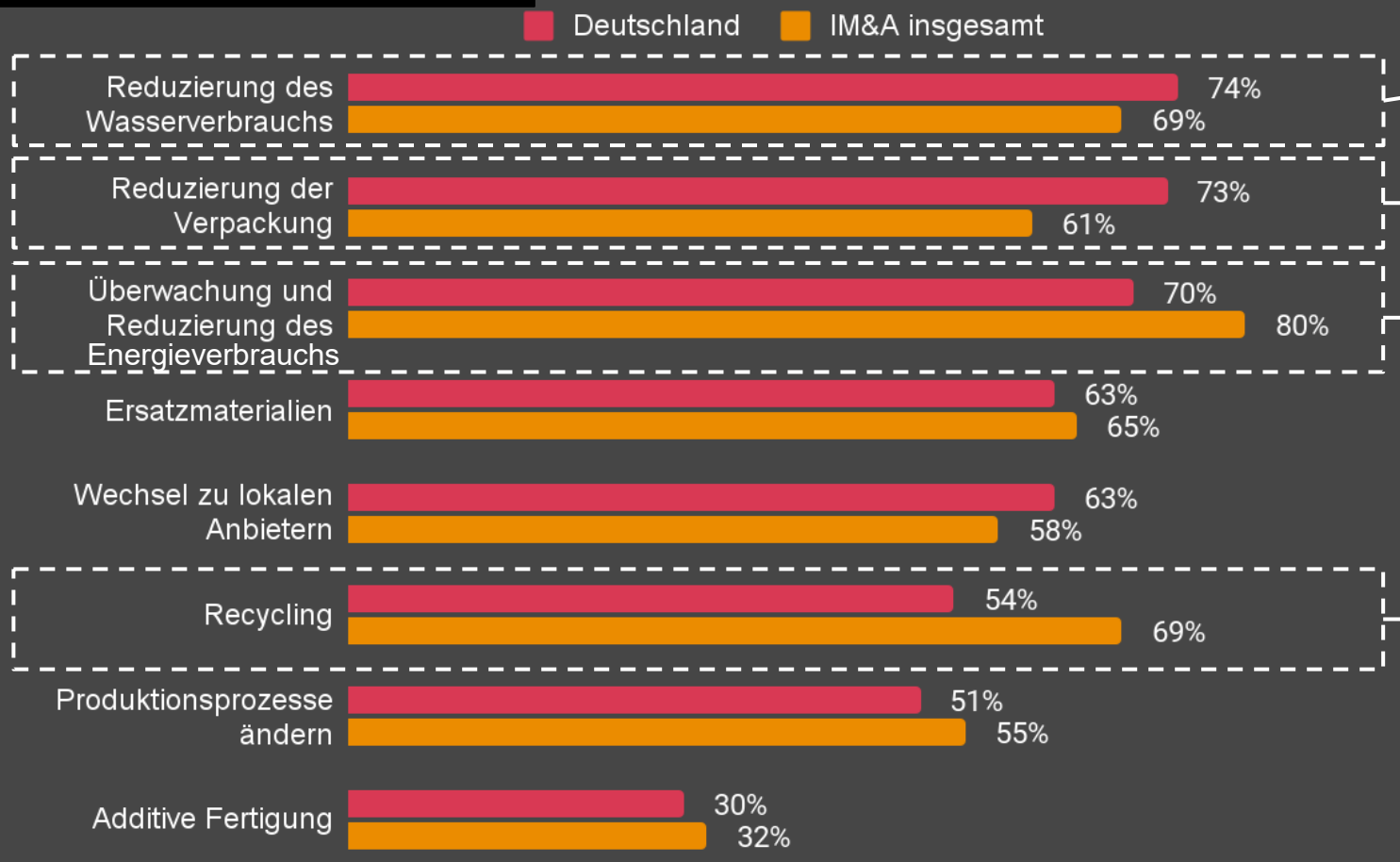
Frage 7: Welche Veränderungen der Kundenbedürfnisse und -verhaltensweisen haben die größten Auswirkungen auf Ihren Betrieb?
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

8 ESG



Deutsche Unternehmen verpflichten sich zu moderaten bis erheblichen Investitionen in die Reduzierung von Ressourcenverschwendung (z. B. Wasser, Verpackung, Energie).

Reduzierung des CO2-Fußabdrucks



Fast drei Viertel (74 %) der deutschen Befragten investieren moderat bis erheblich in die Reduzierung des Wasser-verbrauchs.

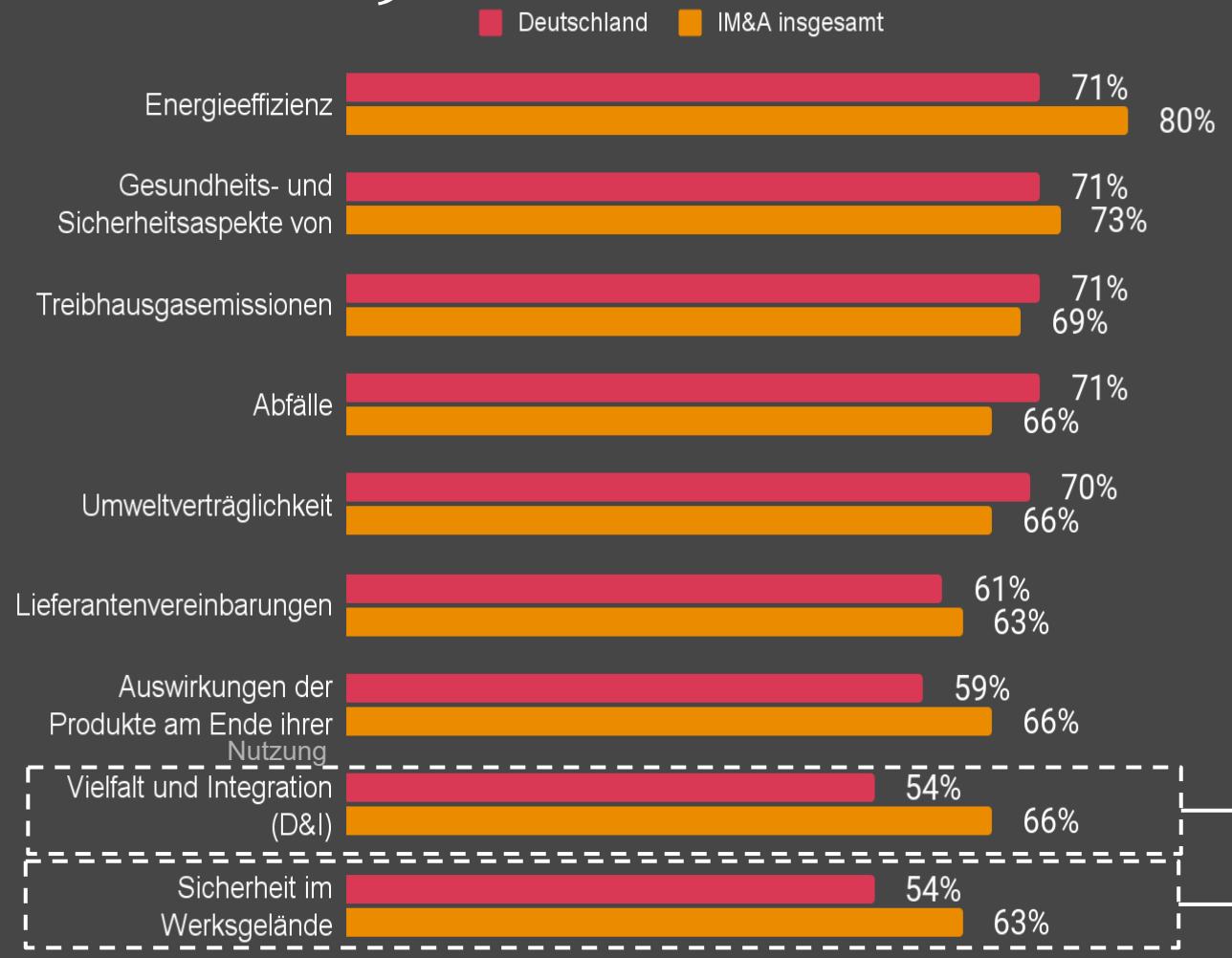
Deutsche Unternehmen zeigen größeres Interesse an der Reduzierung von Verpackungen (73 % gegenüber dem Gesamtdurchschnitt von 61 %).

Während die Energieeinsparung für viele Entscheider weltweit ein Haupt-anliegen ist, gilt dies für deutsche Unternehmen weniger.

Im globalen Vergleich ist auffällig, dass deutsche Untrnehmen in Sachen Recycling einen starken Nacholbedarf zeigen. Im Vergleich investieren mehr Firmen aus anderen Industrienationen in Recycling: UK: 64 %, Japan: 68 %, China und USA: 74 %).

Frage 8. Wie viel investieren Sie in einen dieser Bereiche, um Ihren CO2-Fußabdruck zu reduzieren? (Top 2 – moderate Investitionen und erhebliche Investitionen)
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

Deutsche Unternehmen legen einen starken Fokus auf Energieeffizienz, Gesundheit und Sicherheit sowie Treibhausgasemissionen, liegen jedoch immer noch 9 % hinter dem Gesamtdurchschnitt für Energieeffizienz.



Obwohl Energieeffizienz und Treibhausgas-emissionen als Hauptanliegen hervorgehoben wurden, gaben 10 % der deutschen Befragten an, dass sie diese Elemente in ihrem Betrieb nicht gemessen haben. Gründe können in der mangelnden Strategie, Finanzierung oder auch Expertise liegen.

Obwohl über die Hälfte der deutschen Befragten Vielfalt und Integration (D&I) in einem moderaten oder signifikanten Maße misst, liegt dies immer noch unter dem Gesamtdurchschnitt von 66 %.

9 % der deutschen Unternehmen geben an, D&I überhaupt nicht zu messen.

Insgesamt zeigt IM&A ein erhöhtes Interesse an der Sicherheit im Werksgelände.

Frage 9: Inwieweit messen Sie die folgenden ESG-Elemente (Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) in Ihrem Betrieb? (Top 2 – mittel und signifikant)
Basis: Deutschland IM&A (70), IM&A insgesamt (419)

Energieeffizienz ist in allen Ländern das am meisten gemessene ESG-Element, während Deutschland als einziges Land dem Abfall prominent einordnet.

	Deutschland		China		UK		Japan		USA	
1	Energieeffizienz		Energieeffizienz	83 %	Energieeffizienz	81 %	Energieeffizienz	93 %	Energieeffizienz	76 %
2	Gesundheits- und Sicherheitsaspekte von Produkten	71 %	Gesundheits- und Sicherheitsaspekte von Produkten	74 %	Gesundheits- und Sicherheitsaspekte von Produkten	76 %	Treibhausgas-emissionen	81 %	Gesundheits- und Sicherheitsaspekte von Produkten	72 %
3	Abfälle		Sicherheit im Werksgelände	68 %	Vielfalt und Integration (D&I)	74 %	Vielfalt und Integration (D&I)	74 %	Treibhausgas-emissionen	68 %
4	Treibhausgas-emissionen		Abfälle		Umweltverträglichkeit	73 %	Auswirkungen der Produkte am Ende ihrer Nutzung		Umweltverträglichkeit	67 %
5	Umweltverträglichkeit	70 %	Vielfalt und Integration (D&I)	66 %	Auswirkungen der Produkte am Ende ihrer Nutzung	71 %	Abfälle	71 %	Auswirkungen der Produkte am Ende ihrer Nutzung	65 %
					Sicherheit im Werksgelände					

Frage 9: Inwieweit messen Sie die folgenden ESG-Elemente (Umwelt, Soziales und Unternehmensführung) in Ihrem Betrieb? (Top 2 – mittlerer Abschluss und signifikanter Abschluss)
Basis: China (65), Deutschland (70), Japan (70), USA (131), UK (70)

Vielen Dank für Ihre Aufmerk-samkeit.

pwc.com

© 2021 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.
Alle Rechte vorbehalten. „PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.