

Sustainability Blog

By PwC Deutschland | 22.11.2023

Nachhaltigkeitsberichterstattung als Chance ergreifen für Wachstum und Differenzierung

**Mithilfe des Sustainable Innovation Ansatzes die Transformation
meistern**

Die zunehmenden Regulatorien stellen Unternehmen vor Herausforderungen. Zeitgleich können sich Unternehmen die geforderte Transparenz und Datenaufbereitungen zu Nutze machen und sowohl für ihre Geschäftsstrategie als auch zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele einsetzen. Um zukunftsgerichtete Lösungen, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, müssen innovative Ansätze gewählt werden.

Das regulatorische Labyrinth mithilfe innovativer Ansätze entwirren

Im Labyrinth der Vorschriften rund um CSRD und der Nachhaltigkeitsberichterstattung im Allgemeinen liegt ein ungenutztes Potenzial für Unternehmen, das sie nicht nur erfüllen, sondern sich zu Nutze machen können. Einen Einblick gibt der [PwC Global ESG in Operation Reports](#), der den Reifegrad des Marktes in Bezug auf die ESG-Integration analysiert. Der Reifegrad reicht von der Festlegung von Nachhaltigkeitszielen und deren Umsetzung in der Unternehmensstrategie über die daran ausgerichtete Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen bis hin zur vollständigen Umgestaltung der Wertschöpfungskette. Der Kern liegt bei den 46 Prozent der Unternehmen, die weniger als 30 Prozent ihres Produkt- und Dienstleistungsportfolios anhand von Nachhaltigkeitsaspekten ausrichten und die in diesem Bericht als "Followers" bezeichnet werden. Um Nachhaltigkeit als eines ihrer Kernziele zu integrieren, müssen Unternehmen einen Wandel durchlaufen und ihre Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle im Einklang der Nachhaltigkeitsziele neu überdenken. Hierin liegt sowohl die Herausforderung als auch die Chance für die Unternehmen, sich strategisch zukunftsgerichtet auszurichten.

CSRD als Katalysator für Innovationen und zukunftsgerichtete Unternehmensstrategien

Die zunehmenden Vorschriften, wie die CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), ESRS (European Sustainability Reporting Standards), der Ökodesign-Richtlinie oder der erweiterten Produktverantwortung, stellen Unternehmen vor die Wahl. Zum einen können sie die Berichterstattung entweder als reine Compliance-Anforderung betrachten und Ressourcen investieren, ohne wesentliche Vorteile daraus zu ziehen. Zum anderen können sie Informationen, technologiegestützte Datenerfassung und Transparenz strategisch nutzen, um zukunftsgerichtete Entscheidungen zu treffen. Um das volle Potenzial von CSRD, ESRS und anderen Regularien auszuschöpfen, müssen Unternehmen diese Komponenten aufeinander abstimmen. Dazu gehört die Ausarbeitung eines Rahmens für die Nachhaltigkeitsberichterstattung, der mit den CSRD- und ESRS-Anforderungen übereinstimmt, die Einbettung von Nachhaltigkeit in Risikomanagementprozesse und die Nutzung der gewonnenen Erkenntnisse für strategische Entscheidungen. Der integrierte Ansatz versetzt Unternehmen in die Lage, diese Vorschriften mit dem Nachhaltigkeits-Rahmenwerk des Unternehmens in Einklang zu bringen, um ihre Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern und den entscheidenden Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Unternehmenserfolg zu betonen.

Die Kernaussage ist deutlich: Vorschriften, wie die CSRD, stellen nicht nur eine Hürde für die Einhaltung von Vorschriften dar, sondern helfen vielmehr dabei die zahlreichen Möglichkeiten zu identifizieren, die nicht nur die operative und organisatorische Widerstandsfähigkeit des Unternehmens verbessern, sondern auch einen wettbewerbsfähigen und zugleich nachhaltigen Geschäftsvorteil schaffen.

Willkommen in der Ära der nachhaltigen Innovation, angetrieben durch planet-centric Design

Um die Herausforderungen von heute anzugehen, braucht es neue Ansätze. Der **planet-centric Designansatz** stellt einen strategischen Problemlösungsansatz dar, bei dem die Umwelt, die Gesellschaft und die ökonomische Gleichheit als oberste Priorität angesehen und die planetaren Grenzen bei Entscheidungen mitbedacht werden.

Die planeten-zentrierte Designmethode ist kreativ, nutzerzentriert, iterativ und prototypenbasiert. Die Methoden dienen nicht nur als Werkzeug, sondern bilden die Bausteine einer neuen sozialen und wirtschaftlichen Ära. In unserem firmeneigenen Transformationsansatz, der Sustainable Innovation, nutzen wir die von uns entwickelten Frameworks und Methoden, um die Fragen der Nachhaltigkeit des Geschäftsmodells und der Wertschöpfungskette sowie deren Auswirkungen auf die Umwelt und die Stakeholder im Ökosystem anzugehen und zu neuen Lösungen zu gelangen. Mithilfe der Designmethode entwickeln wir Nachhaltigkeitsstrategien und leiten basierend darauf nachhaltige und zukunftsgerichtete Einnahmequellen durch die Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen ab, die ethisch vertretbar, profitabel und umsetzbar sind.

Wie kann ein Unternehmen die Transparenz der Nachhaltigkeitsberichterstattung für künftige Entscheidungen nutzen, um neue Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle zu entwickeln, die Möglichkeiten für Wachstum und Differenzierung bieten? Lesen Sie all dies in unserem nächsten Blogbeitrag, der das White Paper in voller Länge zusammenfasst: **Sieben Prinzipien der nachhaltigen Innovation**.

Möchten Sie mehr über den Sustainable Innovation Ansatz von PwC Deutschland erfahren und darüber, wie er Ihr Unternehmen oder Projekt voranbringen kann? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Weiterführende Links:

- [The Sustainable Innovator webpage](#)
- [The 7 Principles of Sustainable Innovation Article](#)
- [The 7 Principles of Sustainable Innovation Whitepaper](#)
- [PwC Study: ESG Empowered Value Chains 2025](#)

Laufende Updates zum Thema erhalten Sie über das regulatorische Horizon Scanning in unserer Recherche-Applikation PwC Plus. Lesen Sie hier mehr über die Möglichkeiten und Angebote.

[Zu weiteren PwC Blogs](#)

Keywords

[Compliance](#), [Corporate Sustainability Reporting Directive \(CSRD\)](#), [ESG](#), [European Sustainability Reporting](#)

Standards (ESRS), Sustainability Reporting, Sustainable Development Goals (SDGs), Sustainable Supply Chain, Transparenz

Contact



Hadas Zucker

Berlin

hadas.zucker@pwc.com