

PRESSEMITTEILUNG

B2BEST BAROMETER: NACHHALTIGKEIT GEWINNT IM B2B-HANDEL DEUTLICH AN RELEVANZ

B2B-Unternehmen messen einer allumfassenden Nachhaltigkeitsstrategie zunehmend Bedeutung zu. Trotz der Folgen des Ukrainekriegs investiert die Mehrheit weiter in nachhaltige Maßnahmen. Gleichzeitig besteht der Verdacht, dass für ein positives Image noch häufig Greenwashing betrieben wird. Das neue Lieferkettengesetz wird als wichtige Neuerung für eine nachhaltigere Wirtschaft bewertet.

Köln, 27. Oktober 2022 — Soziale Fragen, Umweltaspekte, Unternehmensführung: Ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsengagement wird auch im B2B-Kontext zunehmend relevanter. Drei Viertel der Befragten (75 %) stufen das Thema für das eigene Unternehmen zukünftig als sehr oder äußerst wichtig ein. Das zeigen die Ergebnisse des neuen B2BEST Barometers des ECC KÖLN und Creditreform. Acht von zehn Befragten gehen davon aus, dass eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie dazu beiträgt, dass B2B-Unternehmen langfristig erfolgreicher sind. Dabei werden alle drei ESG-Kriterien¹ (ESG = Environment, Social, Governance) als relevant eingestuft: An erster Stelle steht das Thema Umwelt (79 %), dicht gefolgt von einer verantwortungsvollen Unternehmensführung (76 %) sowie sozialen Nachhaltigkeitsaspekten (70 %).

Nachhaltigkeit als Marketingstrategie

Obwohl dem Thema Nachhaltigkeit insgesamt eine hohe Relevanz beigemessen wird und 67 Prozent der B2B-Unternehmen angeben, eine Nachhaltigkeitsstrategie zu verfolgen, zeigt sich in der Praxis oft noch Optimierungsbedarf. Dieses Bild spiegelt auch der Verdacht des Greenwashings wider: So glaubt die große Mehrheit (87 %) der B2B-Unternehmen, dass Nachhaltigkeitsinformationen und entsprechende Maßnahmen oftmals nur für Marketingzwecke genannt werden, letztendlich aber nicht umgesetzt werden. Als größte Herausforderungen bei der Umsetzung nennen Unternehmen vor allem die unterschiedlichen Interessen diverser Stakeholder (66 %) sowie zeitliche und personelle Ressourcen (58 %). Die größten Vorteile durch nachhaltiges Engagement werden in den Bereichen Kundenbindung (45 %) und Ressourceneffizienz (42 %) erwartet. Ein besseres Image ist nur für drei von zehn Befragten (32 %) ein Pluspunkt.

Positive Effekte durch Lieferkettengesetz erwartet

Insbesondere im Bereich Logistik setzen B2B-Unternehmen bereits einige umwelt- und ressourcenschonende Maßnahmen um. So nutzen mehr als acht von zehn Befragten (82 %) nachhaltigere Verpackungen, indem sie recyclingfähiges Material verwenden und auf unnötiges Plastik verzichten. Auch der Wiederverkauf von B-Ware (78 %) sowie die Begutachtung und Reparatur von Retouren (75 %) sind wichtige Aspekte. Das ab Januar 2023 in Kraft tretende Lieferkettengesetz wird weiterhin sehr positiv bewertet: 78 Prozent der B2B-Unternehmen sind

¹ Als Standard nachhaltiger Anlagen hat sich die Begrifflichkeit „ESG“ etabliert. Das „E“ für Environment steht für umweltbezogene Nachhaltigkeitsaspekte wie Energieeffizienz, „S“ für Social beinhaltet soziale Aspekte wie Arbeitssicherheit oder Diversity und „G“ für Governance bezeichnet eine nachhaltige Unternehmensführung. (Quelle: Gabler Wirtschaftslexikon)

davon überzeugt, dass das neue Gesetz dazu beiträgt, die deutsche Wirtschaft nachhaltiger zu gestalten. Knapp ebenso viele (72 %) sind der Meinung, dass es die Menschenrechtssituation verbessert.

„Die Weichen für das neue Lieferkettengesetz zu stellen, geht für die Unternehmen natürlich auch mit zeitlichem und finanziellem Aufwand einher. Dennoch überwiegen für 70 Prozent der Befragten die positiven Effekte. Etwas kritischer stehen dem Ganzen kleinere Unternehmen gegenüber: Auch wenn diese zunächst nicht direkt vom Lieferkettengesetz betroffen sind, rechnen sie mit erheblich höheren Aufwänden, beispielsweise wenn sie Zulieferer für Großunternehmen sind“, ordnet Christian Kramer, Branchenmanager Groß- und Außenhandel bei Creditreform, die Ergebnisse des B2BEST Barometers ein.

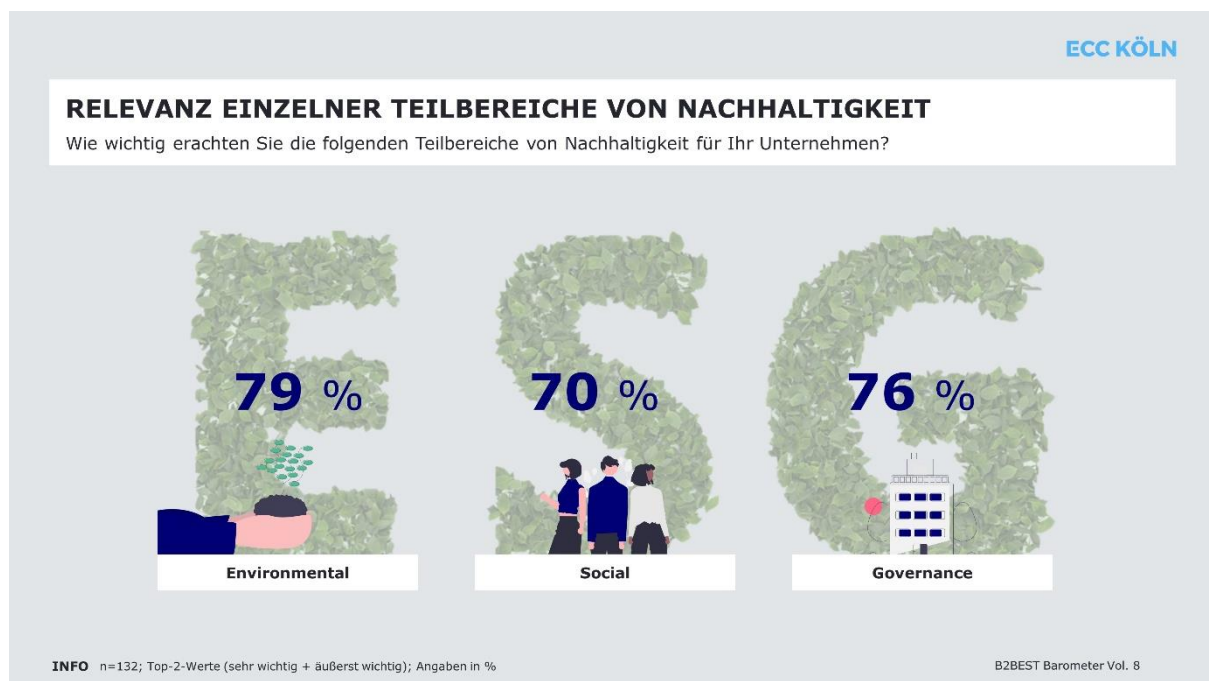
Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage

Die Bewertung der wirtschaftlichen Lage fällt insgesamt gut aus, erreicht im vierten Quartal mit 2,16 (auf einer Skala von 1=sehr gut bis 5=sehr schlecht) aber den schlechtesten Wert seit der Ersterhebung des B2BEST Barometers vor zwei Jahren. Es ist davon auszugehen, dass sich diese Tendenz angesichts der Energiekrise fortsetzen wird: Mehr als die Hälfte der Befragten (54 %) erwartet aufgrund des Anstiegs der Energiepreise in diesem Herbst/Winter eine starke oder extreme Verschlechterung der eigenen Wirtschaftlichkeit.

„Die aktuellen Entwicklungen und die Folgen des Kriegs in der Ukraine machen den Herstellern und Großhändlern weiterhin zu schaffen. Sie sind betroffen von steigenden Preisen, Materialknappheit sowie Einschränkungen in der Logistik. Dennoch hat der Großteil der B2B-Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit nicht vernachlässigt und in den vergangenen Monaten vor allem in die Bereiche Umwelt und Soziales investiert“, resümiert Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN und Gründer des ECC KÖLN, die Studienergebnisse.

Wörter der Meldung: 650

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 5.013



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über das B2BEST Barometer

Im Rahmen des „B2BEST Barometers“ beleuchten das ECC KÖLN und Creditreform quartalsweise die Stimmung im Großhandel und B2B-Vertrieb sowie Trendthemen der Branche. Hierfür wurden im vierten Quartal 2022 insgesamt 132 Großhändler und Hersteller zur Beurteilung der wirtschaftlichen Lage, Einstellung zu sowie Umsetzung von digitaler Transformation online befragt. In der vorliegenden Befragung wurde zusätzlich das Thema „Nachhaltigkeit“ fokussiert.

Die Ergebnisse der Studie stehen [hier](#) zum Download zur Verfügung.

Das B2BEST Barometer wird am 27.10.2022 im Rahmen der Veranstaltungsreihe [B2BEST Digital](#) vorgestellt. Die nächste B2BEST findet am 14. und 15. Juni 2023 als Präsenzveranstaltung in Essen statt. Mehr Informationen und in Kürze die Möglichkeit zur Anmeldung [hier](#).

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC CLUB (www.ecc-club.de) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: www.ecckoeln.de

Über Creditreform

Creditreform ist Deutschlands führender Anbieter von Wirtschaftsinformationen, Marketingdaten und Lösungen zum Forderungsmanagement. Seit 1879 schützen wir Unternehmen vor Zahlungsausfällen, schaffen Transparenz und Sicherheit. Mit bundesweit 128 selbstständigen Geschäftsstellen und über 4.100 Mitarbeitern betreuen wir rund 130.000 Mitgliedsunternehmen. Unterstützt werden wir von unseren spezialisierten Tochterunternehmen der Gruppe Creditreform, Creditreform AG und Creditreform International.