

DATA FOR GOOD: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BEGINNT MIT DATEN

Exasol
The analytics database

Nachweise über nachhaltige Geschäftspraktiken sind nicht mehr einfach nur “nice to have”. Unternehmen, die Verbrauchern keine Referenzen zum Klimawandel, zur Vielfalt und Integration sowie zu ethischen und nachhaltigen Geschäftspraktiken liefern können, verlieren Geschäft.

UNTERNEHMEN WISSEN, DASS KUNDENLOYALITÄT UND NACHHALTIGKEIT HAND IN HAND GEHEN



89% der CSR-Entscheidungsträger glauben, dass Initiativen zum Klimawandel, Diversität und Inklusion sowie ethische Praktiken für die Kaufentscheidungen von Verbrauchern entscheidend sind.



84% der CSR-Entscheidungsträger glauben, dass die Verbraucher nicht mehr bei ihnen kaufen würden, wenn ihr Unternehmen in den nächsten 36 Monaten keine Referenzen in diesen Bereichen vorweisen könnte.

UNTERNEHMEN ÜBERSCHÄTZEN DIE WAHRNEHMUNG DER VERBRAUCHER HINSICHTLICH IHRER BEMÜHUNGEN RUND UM DEN KLIMAWANDEL



76% der CSR-Entscheidungssträger sind der Meinung, dass ihre Kunden glauben, sie würden genug zur Bekämpfung des Klimawandels tun.



Nur **59%** der Verbraucher geben an, dass Unternehmen genug dafür tun.

TROTZ DER FORDERUNG VON VERBRAUCHERN: UNTERNEHMEN HABEN KEINE DATEN, UM NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN ZU BELEGEN.

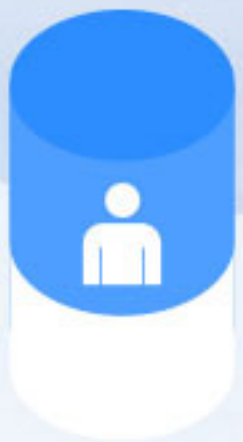


Nur **45%** der CSR-Entscheidungs-träger sind der Meinung, dass ihr Unternehmen derzeit über genügend Daten verfügt, um seine CSR-Referenzen zu belegen.



2/3 der Verbraucher erwägen, Beweise für durchgeführte Maßnahmen zu verlangen.

DATEN SIND DER SCHLÜSSEL ZU DEN NACHHALTIGKEITS-STRATEGIEN DER UNTERNEHMEN



63% der CSR-Entscheider und 59 % der Verbraucher sind der Meinung, dass die Maßnahmen gegen den Klimawandel von Unternehmen, bei denen sie einkaufen, zukünftig durch Daten untermauert werden müssen.



81% der Befragten aus dem Bereich CSR sind der Meinung, dass sie bessere Entscheidungen zum Thema Klimawandel treffen könnten, wenn sie Zugang zu datengestützten Erkenntnissen hätten.

NICHT GENUG UNTERNEHMEN SETZEN ERKENNTNISSE IN WANDEL UM

Nur **22%** der CSR-Entscheidungsträger nutzen derzeit alle verfügbaren Daten. Dennoch sagen 76 % der CSR-Entscheidungsträger und 79 % der Verbraucher, dass es ruf- oder geschäftsschädigend wäre, wenn sich herausstellen würde, dass ein Unternehmen die Möglichkeit hatte, datengestützte klimafreundliche Geschäftsentscheidungen zu treffen, dies aber nicht tat.

Nur **42%** der Unternehmen haben einen vollständigen Fahrplan zur Einführung klimafreundlicherer Geschäftspraktiken.