

25.07.2024 - 09:43 Uhr

## **EU-Lieferkettengesetz tritt am 26. Juli in Kraft: Handel und Konsumgüterhersteller rechnen auch mit positiven Effekten**



*Köln (ots) -*

**Konsumgüterunternehmen stehen vor einer doppelten Herausforderung: Sie müssen immer stärker ausdifferenzierende Kundenbedürfnisse bedienen und sich zugleich an das Lieferkettengesetz der Europäischen Union (EU) anpassen. Das Gesetz tritt am 26. Juli in Kraft, die EU-Staaten haben jetzt zwei Jahre Zeit, es in nationales Recht umzusetzen. INVERTO, die auf Einkauf und Lieferkettenmanagement spezialisierte Tochter der Boston Consulting Group (BCG), untersuchte in einer Studie, wie sich Unternehmen auf das Gesetz vorbereiten. Befragt wurden rund 680 Entscheider:innen aus Deutschland und Frankreich. 117 davon sind in der Konsumgüterindustrie und im Handel tätig.**

Insgesamt sind 77 Prozent der befragten Handels- und Konsumgüterunternehmen der Ansicht, dass die Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) - so der volle Name des EU-Lieferkettengesetzes - umsetzbar ist. 74 Prozent der in der Consumer-Branche tätigen Unternehmen betrachten das Gesetz als Chance, um Menschenrechte und Umweltschutz mit der Ökonomie in Einklang zu bringen. Im Gegensatz dazu betrachten 26 Prozent die neue Verordnung hauptsächlich als Risiko, was etwas über dem Durchschnitt der anderen Industrien liegt.

Die meisten Unternehmen haben bereits Maßnahmen ergriffen, um die Richtlinien einzuhalten. In der Konsumgüterindustrie liegt dieser Anteil sieben Prozent über dem Durchschnitt. Zu den häufigsten Aktivitäten gehören die Entwicklung eines jährlichen Finanzberichts, der auch nicht-finanzielle Werte - wie etwa den Schutz von Habitaten oder verbesserte Arbeitnehmerrechte - abbildet, die Optimierung von Prozessen zur Identifikation von CSR-Risiken (73 Prozent), sowie die Einführung gesetzeskonformer Auswahl- und Steuerungskriterien in das Lieferantenmanagement (72 Prozent).

## Handel und Konsumgüterbranche schreiten bei ESG-Themen voran

73 Prozent der Studienteilnehmer:innen gehen davon aus, dass die CSDDD Kosten verursachen wird, aber die meisten rechnen mit geringen oder moderaten Zusatzausgaben. Langfristig glauben 68 Prozent, dass sich die Investitionen rechnen und sie sogar eine Rendite erwirtschaften können. Über den finanziellen Aspekt hinaus sehen viele der Befragten weitere positive Impulse aus der Einführung des Gesetzes: Zum Beispiel könnten strengere Vorschriften positive Auswirkungen auf ihr Image (63 Prozent) und die Zusammenarbeit mit Lieferanten haben (57 Prozent). Weitere wichtige Gründe sind die Hoffnung auf Wettbewerbsvorteile (56 Prozent) sowie die Achtung der Menschen- und Arbeitnehmerrechte (53 Prozent).

Wie die Studie zeigt, sind Unternehmen der Konsumgüterindustrie durch strenge gesetzliche Anforderungen sowie die wachsende Verbrauchernachfrage nach Transparenz in Bezug auf ESG-Initiativen weiter fortgeschritten als Unternehmen in anderen Branchen. Dies gilt speziell für die Lebensmittelindustrie und die Modebranche.

46 Prozent der befragten Entscheider:innen aus der Konsumgüterbranche geben an, dass sie bereits vollständig den jeweiligen nationalen Lieferkettengesetzen in Deutschland und Frankreich entsprechen. 36 Prozent halten sich bereits an die strengeren europäischen Vorschriften, das sind jeweils einige Prozentpunkte mehr als in der Vergleichsgruppe.

### Herausforderungen bei der Umsetzung

Viele der Studienteilnehmer:innen sind jedoch skeptisch, wenn es darum geht, die Maßnahmen konkret umzusetzen: Zu den größten Herausforderungen zählen ein mangelndes Verständnis der Vorschriften (30 Prozent) und eine unzureichende Transparenz der Lieferkette (26 Prozent). 50 Prozent der Befragten wünschen sich daher eine bessere Schulung für diejenigen, die die Richtlinien in die Praxis umsetzen müssen. Das sind 13 Prozent mehr als in anderen Branchen.

"Um das Gesetz zu erfüllen, sollten Unternehmen einen konkreten Plan entwickeln, der Kostenkontrolle, ESG-Engagement und erhöhte Resilienz effektiv kombiniert", erklärt Paul Mohr, Managing Director bei INVERTO und Experte für Handel und Konsumgüterindustrie. Einkaufsabteilungen spielen eine bedeutende Rolle bei der Umsetzung des Gesetzes. Sie sollten die Initiative ergreifen, Transparenz in der Lieferkette sicherstellen, aktiv fehlende Daten von ihren Lieferanten einfordern und ihre Prozesse entsprechend anpassen. Mohr: "Unternehmen brauchen einen strategischen Rahmen, der die aktive Bewertung und Steuerung von Risiken in der Supply Chain ermöglicht."

### Studiendesign

Das neue EU-Lieferkettengesetz betrifft künftig alle Unternehmen in der Europäischen Union mit mehr als 1.000 Mitarbeitenden und einem Jahresumsatz von über 450 Millionen Euro. Je nach Unternehmensgröße sind unterschiedliche Starttermine geplant:

- Juli 2027: Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitenden und einem Umsatz von über 1,5 Milliarden Euro.
- Juli 2028: Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeitenden und einem Umsatz von über 900 Millionen Euro.
- Juli 2029: Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von über 450 Millionen Euro

INVERTO befragte über 680 Entscheidungsträger:innen in Deutschland und Frankreich mit mehr als 500 Mitarbeitenden. 117 der Teilnehmenden sind in der Konsumgüterindustrie tätig. Zeitraum der Umfrage waren November und Dezember 2023. Interessierte können die Ergebnisse hier herunterladen: [www.inverto.com/studie-lieferkettengesetz](http://www.inverto.com/studie-lieferkettengesetz)

### Über INVERTO

INVERTO ist einer der international führenden Spezialisten für strategischen Einkauf und Supply Chain Management. Die Beratungsgesellschaft unterstützt Unternehmen von der Entwicklung bis zur Implementierung effektiver Strategien und begleitet sie bei der Transformation des Einkaufs. Als Tochter der Boston Consulting Group identifiziert und realisiert INVERTO für die Kunden Potenziale für Kostensenkung, Prozessoptimierung und Digitalisierung. Darüber hinaus unterstützt die Beratung beim Aufbau resilienter Lieferketten, die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen.

INVERTO hat über 500 Mitarbeitende an 16 Standorten in 13 Ländern. Mit bewährten Methoden, fundiertem Fachwissen und einem praxisorientierten Ansatz garantiert INVERTO messbare Ergebnisse für Unternehmen aus allen Industrien sowie für die weltweit führenden Private-Equity-Firmen.

Mehr Informationen unter [www.inverto.com/de/](http://www.inverto.com/de/).

Pressekontakt:

INVERTO GmbH - Lichtstraße 43 i - 50825 Köln  
Melanie Burkard-Pispers - Leitung Marketing & Kommunikation  
Phone: +49 221 485 687 141 - Email: [presse@inverto.com](mailto:presse@inverto.com) -  
Web: [www.inverto.com/de](http://www.inverto.com/de)

Medieninhalte



*Paul Mohr, Managing Director und Experte für Handel und Konsumgüter bei INVERTO. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/70186](http://www.presseportal.de/nr/70186) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051375/100921782> abgerufen werden.