**Umfrage von NTT Global: Nachhaltigkeit verbessert das Geschäftsergebnis von 44 Prozent der befragten Unternehmen**

 **Gesteigerte Effizienz, Innovation und Umsatzwachstum gehören zu den wichtigsten Vorteilen von Nachhaltigkeitsinitiativen**

**München | Tokio, 24. Mai 2022** – [NTT DATA](https://de.nttdata.com/), ein weltweit führendes Unternehmen für digitale Geschäfts- und IT-Dienstleistungen, hat heute die Ergebnisse einer weltweiten Umfrage zur Nachhaltigkeit in Unternehmen veröffentlicht. Ziel der Umfrage war es, die effektivsten Geschäftspraktiken zur Förderung von Nachhaltigkeitszielen zu identifizieren. In dem Bericht mit dem Titel [„Innovating for a Sustainable Future“](https://de.nttdata.com/files/2022-en-innovating-for-a-sustainable-future_ntt.pdf) (Innovation für eine nachhaltige Zukunft) hat [NTT](https://www.global.ntt/) in Zusammenarbeit mit[ThoughtLab](https://thoughtlabgroup.com/) herausgefunden, dass 44 Prozent der Unternehmen eine verbesserte Rentabilität als Folge ihres Nachhaltigkeitsengagements erleben. Dies zeigt, dass Nachhaltigkeitsprogramme heute sowohl eine ethische als auch eine wirtschaftliche Notwendigkeit sind, um positive Veränderungen voranzutreiben und bessere finanzielle Ergebnisse zu erzielen. Darüber hinaus sind 69 Prozent der Führungskräfte weltweit der Meinung, dass digitale Innovationen der Schlüssel zum Erreichen von Nachhaltigkeitszielen in ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Bereichen sind.

**Wesentliche Erkenntnisse der Studie**

Die Studie basiert auf einer Umfrage unter Führungskräften von 500 Unternehmen aus sieben Branchen und acht Weltmärkten. Sie untersucht, wie die Firmen Nachhaltigkeit in ihre Geschäftsstrategien integrieren und welche Ergebnisse sie dabei erzielen. Die wichtigsten Erkenntnisse:

* Die Umfrage zeigt, dass die Unternehmen Nachhaltigkeitspraktiken heute ernster nehmen als je zuvor. Von den befragten Unternehmen gaben 68 Prozent an, dass der Aufbau einer nachhaltigen Zukunft für ihre Vorstände oberste Priorität hat.
* Etwa 4 von 10 führenden Unternehmen berichten über eine höhere Rentabilität durch ihre Nachhaltigkeitsprogramme, und dieser Prozentsatz wird in zwei Jahren auf mehr als die Hälfte steigen. Die verbesserten Gewinnspannen ergeben sich durch zwei Aspekte: Kosteneinsparungen durch geringeren Energieverbrauch, weniger Abfall und andere Effizienzsteigerungen sowie Umsatzsteigerungen durch höhere Kundenbindung und Mitarbeiterproduktivität.
* Die Pandemie erwies sich für viele Unternehmen als Wendepunkt: 47 Prozent gaben an, dass die Pandemie die Bedeutung von Nachhaltigkeitszielen erhöht hat.
* Als wichtigste Vorteile von Nachhaltigkeitsinitiativen erlebten 33 Prozent der Unternehmen eine Kostensenkung durch verbesserte Effizienz, 32 Prozent verzeichneten mehr Innovationen oder neue Geschäftsmodelle und 24 Prozent verbuchten dadurch ein Umsatzwachstum.
* Nur 12 Prozent der Unternehmen weltweit bezeichnen Nachhaltigkeit als ein „Lippenbekenntnis“, und fast vier von zehn Unternehmen geben an, dass Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und die Allgemeinheit von ihnen erwarten, dass sie positive Veränderungen bewirken.

Vito Mabrucco, Head of Global Marketing bei NTT, fasst zusammen: „Die Weltbevölkerung richtet ihr Augenmerk zunehmend auf die Gesundheit und das Wohlergehen der Menschen und des Planeten. Entsprechend beobachten wir ein erhöhtes Engagement von Unternehmen, nachhaltige Geschäftspraktiken einzuführen und voranzutreiben. Die Studie zeigt, dass die Gesundheit des Menschen und des Planeten einerseits und unternehmerischer Erfolg andererseits sich nicht ausschließen – Nachhaltigkeit und Rentabilität bedingen sich gegenseitig.“

Stefan Hansen, CEO und Vorsitzender der Geschäftsführung NTT DATA DACH, stimmt zu: „Zurecht steigen die Anforderungen des Gesetzgebers an Unternehmen, ihr unternehmerisches Handeln entlang der Wertschöpfungskette nachhaltig zu gestalten und darüber zu berichten. Digitale Technologien verschaffen uns ungeahnte neue Möglichkeiten, auf Basis völlig neuer Geschäftsmodelle, Gewinne zu erwirtschaften. Diese unterstützen uns zugleich beim Erreichen unserer Nachhaltigkeitsziele. Zum Beispiel, indem sie die Auswirkungen aller Beteiligten in der Lieferkette auf Mensch, Umwelt und Klima sichtbar machen. Auf diese Weise können Wachstum und Nachhaltigkeit miteinander einhergehen.“

Zum vollständigen Bericht "Innovating for a Sustainable Future":

<https://de.nttdata.com/insights/studien/innovating-for-a-sustainable-future-ntt-group>

Als Teil der NTT Group, richtet [NTT DATA](https://www.nttdata.com/global/en/sustainability/environment) die grundlegende CSR-Politik und seine [Nachhaltigkeitsziele](https://www.nttdata.com/global/en/sustainability) an der NTT Group Charta aus. Als weltweit führender IT-Dienstleister ist es erklärtes Ziel, die eigenen Treibhausgasemissionen bis 2030 um 60 % gegenüber dem Stand des Geschäftsjahres 2016 zu senken (wissenschaftlich fundiertes Ziel: 1,5 °C) und bis 2040 kohlenstoffneutral zu werden. Auf der Grundlage des Ansatzes "IT zur Lösung von Umweltproblemen zu nutzen" sollen nicht nur Umweltauswirkungen eigener Geschäftsaktivitäten reduziert, sondern auch die Nachhaltigkeitsziele von Kunden in einer Vielzahl von Branchen unterstützt und bis zum Jahr 2050 Kohlenstoff-Neutralität in der Gesellschaft verwirklicht werden.

**Über NTT DATA**

NTT DATA – ein Teil der NTT Group – ist Trusted Global Innovator von Business- und IT-Lösungen mit Hauptsitz in Tokio. Wir unterstützen unsere Kunden bei ihrer Transformation durch Consulting, Branchenlösungen, Business Process Services, Digital- und IT-Modernisierung und Managed Services. Mit NTT DATA können Kunden und die Gesellschaft selbstbewusst in die digitale Zukunft gehen. Wir setzen uns für den langfristigen Erfolg unserer Kunden ein und kombinieren globale Präsenz mit lokaler Kundenbetreuung in über 50 Ländern. Weitere Informationen finden Sie unter [nttdata.com.](https://www.nttdata.com/global/en/)

**Pressekontakt für Deutschland, Österreich und Schweiz:**

|  |  |
| --- | --- |
| NTT DATA DACHCornelia Spitzer, BAPress Manager DACH Tel.: +43 664 8847 8903E-Mail: cornelia.spitzer@nttdata.comStorymaker Agentur für Public Relations GmbHGabriela ÖlschlägerSenior ConsultantTel.: +49 7071 93872 217E-Mail: g.oelschlaeger@storymaker.de |  |