

Nachhaltige Lieferketten

Umweltschonend, sozial gerecht,
wirtschaftlich erfolgreich



Inhalt

	Vorwort	3.1	Lieferengpässe größte Bedrohung für den globalen Handel	5.4	Jedes zweite Unternehmen will Verantwortung nur für direkte Lieferanten übernehmen
1	Kernergebnisse				
2	Nachhaltiges unternehmerisches Handeln	3.2	Corona-Pandemie verursacht Störungen in den Lieferketten	5.5	Knappe Mehrheit befürwortet sogar eine Haftung
2.1	Kund:innen und Beschäftigte stehen im Mittelpunkt	3.3	Fokus Nachhaltigkeit: Unternehmen richten Lieferketten neu aus	5.6	Große Mehrheit erwartet positive Auswirkungen
2.2	Werte, Beschäftigte, Kund:innen: Treiber für mehr Nachhaltigkeit	4	Unternehmerische Sorgfaltspflichten	5.7	Unternehmen fürchten hohen Aufwand bei der Umsetzung
2.3	Barrieren für verstärktes nachhaltiges Wirtschaften	4.1	Einigkeit bei den Prinzipien unternehmerischer Sorgfaltspflichten	6	Einhaltung von Sorgfaltspflichten
2.4	Unternehmen etablieren Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit	4.2	Nur wenige haben Beziehungen zu Lieferanten abgebrochen	6.1	Zertifizierungen erleichtern Umsetzung des Gesetzes
2.5	Jedes zweite Unternehmen achtet auf Nachhaltigkeit in der Lieferkette	5	Das Lieferkettengesetz - Bekanntheit, Geltungsrahmen, Wirkungen	6.2	Einhaltung von Sorgfaltspflichten sollte überprüft werden
2.6	Überprüfung von Kriterien für Nachhaltigkeit	5.1	Nur jedes zweite Unternehmen kennt das Lieferkettengesetz	6.3	Prüforganisationen genießen hohes Vertrauen
3	Die Corona-Pandemie als Chance für nachhaltige Lieferketten?	5.2	Eine klare Mehrheit befürwortet das Lieferkettengesetz	7	Fazit und politische Empfehlungen
		5.3	Unterschiedliche Ansichten beim Geltungsrahmen des Gesetzes	7.1	Fazit
				7.2	Politische Empfehlungen
				8	Methodik

Vorwort

Klare Regeln für nachhaltige Lieferketten festlegen, einheitliche Wettbewerbsbedingungen und Rechtssicherheit für Unternehmen schaffen!



Dr. Joachim Bühler
Geschäftsführer TÜV-Verband

Die vorliegende Studie zeigt, dass eine Mehrheit der Unternehmen gesetzliche Vorgaben für nachhaltige Lieferketten befürwortet. Nahezu allen Befragten sind hohe soziale Standards und der Schutz von Umwelt und Klima wichtig. In der Praxis scheitert es aber häufig an der Umsetzung. Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen ist es aufgrund mangelnder personeller und finanzieller Ressourcen schwierig, die Verzweigungen in den Lieferketten zu überblicken und hohe Umwelt- und Sozialstandards durchzusetzen. Aus Sicht der Unternehmen können gesetzliche Regelungen helfen, indem sie einheitliche Wettbewerbsbedingungen schaffen, die Basis für allgemeingültige Standards legen und zu mehr Rechtssicherheit führen.

Die Wirtschaft profitiert auf vielfältige Weise von nachhaltigen Lieferketten. Sozial und umweltbewusst agierende Unternehmen sind widerstandsfähiger, genießen eine hohe Reputation und sind beliebte Arbeitgeber.

Darüber hinaus sind sie besser auf die Klimakrise und die von der Politik gesetzten Rahmenbedingungen für die Transformation in eine CO₂-neutrale Wirtschaft vorbereitet. Nicht zuletzt fordern immer mehr Investoren, Politiker:innen und Verbraucher:innen, dass die Wirtschaft mehr Verantwortung für die Einhaltung hoher sozialer Standards sowie für den Umwelt- und Klimaschutz übernimmt.

Die als direkte Folge der Coronapandemie auftretenden Engpässe bei bestimmten Produkten, Vorprodukten oder Rohstoffen zeigen, wie fragil die globalen Lieferketten sind. Die Krise bietet aber auch die Chance, Veränderungen anzugehen. Richten Unternehmen ihre Lieferketten neu aus, sollte Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle spielen – neben wirtschaftlichen Faktoren wie Versorgungssicherheit, Diversifizierung oder Risikominimierung.

In Deutschland wird im Jahr 2023 das Gesetz über die unternehmerischen

Sorgfaltspflichten in Lieferketten in Kraft treten. Gleichzeitig arbeitet die EU-Kommission an einer europäischen Regelung. Für den Erfolg und die Glaubwürdigkeit der aktuellen Gesetzesinitiativen ist entscheidend, wie die Regelungen praktisch umgesetzt und ihre Einhaltung überprüft werden können. Zertifizierungen von Lieferanten sind aus Sicht der befragten Unternehmen ein wichtiges Mittel, um die Einhaltung von Umwelt- oder Sozialstandards sicherzustellen. Unabhängige Prüfungen können das notwendige Vertrauen in die Aussagen der einzelnen Glieder der Lieferkette schaffen. Das hilft den Unternehmen, schafft Transparenz für Verbraucher:innen und trägt dazu bei, die soziale und ökologische Situation für Mensch und Umwelt weltweit zu verbessern.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre!

Herzlich
Ihr Dr. Joachim Bühler

Kernergebnisse

47%



haben Nachhaltigkeitskriterien für die Lieferantenauswahl festgelegt

46%



sehen fehlende Nachfrage bzw. Zahlungsbereitschaft als Hinderungsgrund für (mehr) Nachhaltigkeit

51%



wissen, dass das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) im Jahr 2023 in Kraft treten wird

40%



führen Lieferantenaudits durch

33%



haben Nachhaltigkeitsaspekte in ihre Lieferketten integriert

56%



begrüßen das Lieferkettengesetz



97%

haben wegen der Corona-Pandemie Probleme in den Lieferketten

67%



nutzten die Corona-Pandemie, um ihre Lieferketten neu auszurichten

77%



halten es für sehr wichtig, Kund:innen fair zu behandeln

7%



haben wegen Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschäden die Geschäftsbeziehung zu einem Lieferanten abgebrochen

83%



erhoffen sich einheitliche Wettbewerbsbedingungen durch das Lieferkettengesetz



95%

glauben, dass sich das Lieferkettengesetz positiv auswirken wird

78%



fordern, dass die Einhaltung von Sorgfaltspflichten von unabhängigen Stellen geprüft werden sollte

Nachhaltiges unternehmerisches Handeln

2



2.1

Kund:innen und Beschäftigte stehen im Mittelpunkt

Fairness gegenüber Kund:innen und Lieferanten, gute Arbeitsbedingungen sowie die Schaffung und der Erhalt von Arbeitsplätzen sind den Unternehmen besonders wichtig.

Einleitend wollten wir von den Befragten wissen, nach welchen Leitlinien die Unternehmen handeln. Steht das Erwirtschaften von Gewinnen an erster Stelle? Und welche Rolle spielen andere Ziele wie Nachhaltigkeit, Fairness oder ein gutes Arbeitsumfeld für die Beschäftigten? Wenig überraschend ist, dass eine große Mehrheit der Unternehmen die meisten der abgefragten Bereiche zumindest für wichtig erachtet.

Ein etwas differenzierteres Bild ergibt sich, wenn man nur die als „sehr wichtig“ angesehenen Ziele betrachtet: Für die meisten Unternehmen stehen die Kund:innen im Fokus. Sie fair zu behandeln und einen guten Service zu bieten, zum Beispiel bei Beschwerden, halten 77 Prozent der Unternehmen für sehr wichtig.

Für jeweils zwei von drei Unternehmen ist es sehr wichtig, den Mitarbeitenden ein gutes Arbeitsumfeld zu bieten und sie angemessen zu entlohnen (65 Prozent) sowie Lieferanten fair zu behandeln, zum Beispiel, indem diese rechtzeitig bezahlt werden (64 Prozent). Einer Mehrheit der Unternehmen ist es zudem sehr wichtig, Arbeitsplätze zu schaffen und zu erhalten (56 Prozent).

Für etwas weniger als die Hälfte der Unternehmen steht im Vordergrund, hohe Umsätze und Gewinne zu erwirtschaften (45 Prozent). Ähnlich viele Unternehmen (44 Prozent) betrachten es als besonders wichtig für ihr Unternehmen, die Umwelt und das Klima zu schützen.

Jeweils etwas mehr als ein Drittel der Unternehmen sieht eine positive

Wahrnehmung des Unternehmens in der Öffentlichkeit und den Medien (39 Prozent) sowie das Schaffen von Innovationen (34 Prozent) als sehr wichtig an.

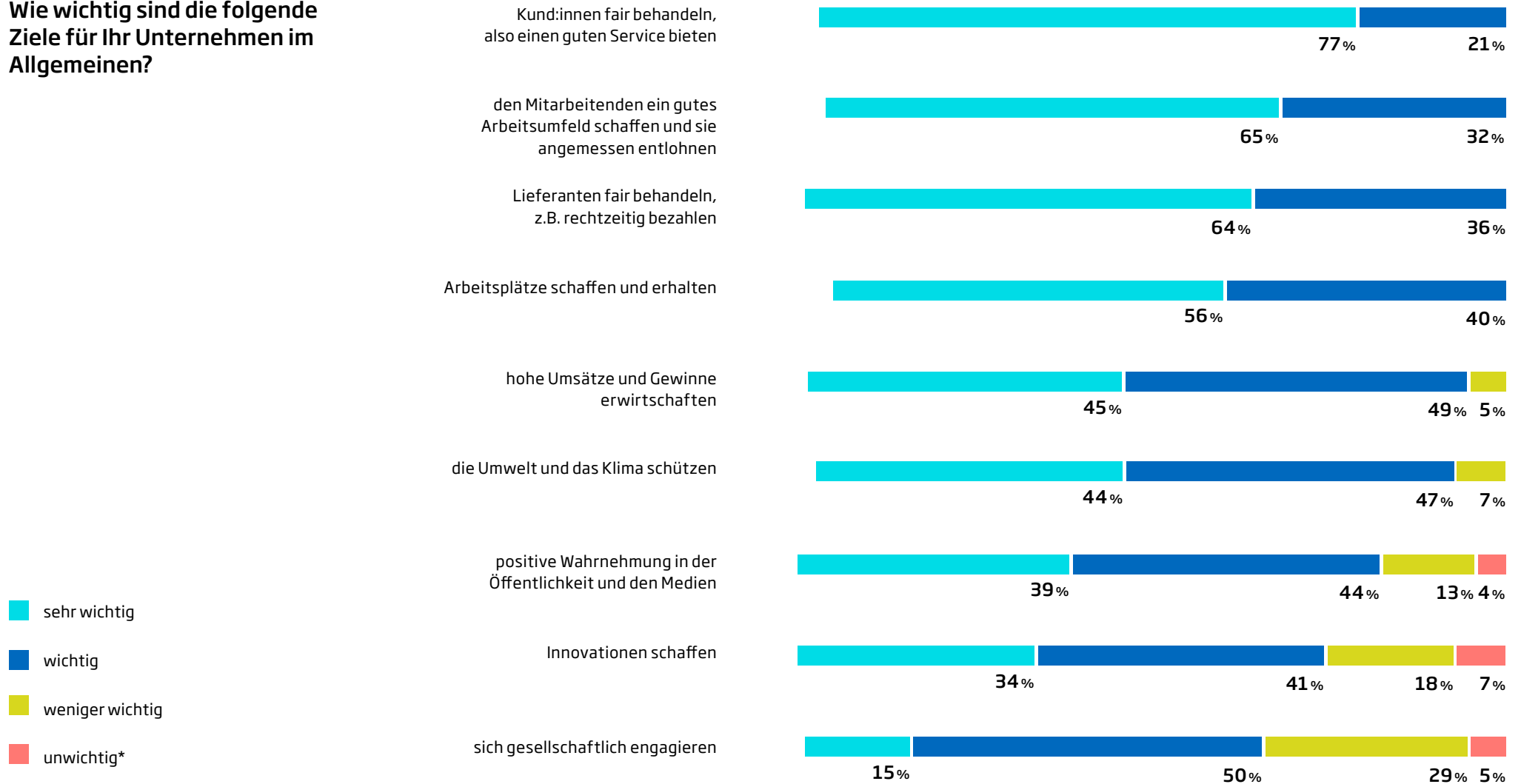
Sich gesellschaftlich zu engagieren, zum Beispiel mit Spenden oder einer gemeinnützigen Stiftung, wird von nur 15 Prozent als zentrales Ziel genannt.

Für große Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeiter:innen ist der Schutz von Klima und Umwelt (52 Prozent), die positive Wahrnehmung in Öffentlichkeit und Medien (52 Prozent) sowie die Entwicklung von Innovationen (47 Prozent) häufiger sehr wichtig im Vergleich zu den kleineren Unternehmen.

2.1

Kund:innen und Beschäftigte stehen im Mittelpunkt

Wie wichtig sind die folgende Ziele für Ihr Unternehmen im Allgemeinen?



Basis: Alle Befragten (n=500) *) dargestellt sind Nennungen ab 4 Prozent

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit wird in der vorliegenden Studie nicht nur im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit verstanden - es geht also nicht nur um Umwelt- und Klimaschutz -, sondern auch um das soziale und ökonomische Handeln insgesamt. Letzteres umfasst unter anderem die Arbeitsbedingungen der Beschäftigten, den Umgang mit Kund:innen und Geschäftspartner:innen oder das soziale Engagement eines Unternehmens. Nachhaltigkeit bedeutet in diesem Sinne, Gewinne umwelt- und sozialverträglich zu erwirtschaften.

2.2

Werte, Beschäftigte, Kund:innen: Treiber für mehr Nachhaltigkeit

Die meisten Unternehmen berufen sich auf ihre Werte, wenn es um ihr Engagement für mehr Nachhaltigkeit geht. Gerade für große Unternehmen spielt Druck vom Gesetzgeber sowie von Medien und Investoren eine große Rolle.

Die Werte und Traditionen des Unternehmens nennen vier von fünf Befragten als wichtigsten Beweggrund, sich stärker für Nachhaltigkeit zu engagieren. 78 Prozent wollen sich als attraktive Arbeitgeber zeigen, 74 Prozent möchten sich unabhängiger von knapper werdenden Ressourcen machen und 71 Prozent nennen die Wünsche der Kund:innen nach nachhaltigen Produkten oder Dienstleistungen als wichtigste Be-

weggründe. Für gut die Hälfte sind regulatorische Vorschriften wie das Lieferkettengesetz oder die Pflicht zur CSR-Berichterstattung Treiber für mehr Nachhaltigkeit (55 Prozent).

Dagegen spielen nur für gut jedes dritte Unternehmen Forderungen der Aktionäre oder Eigentümer eine wichtige Rolle. Etwa jedes vierte Unternehmen sieht gesellschaftlichen Druck durch Medien und Öffentlichkeit

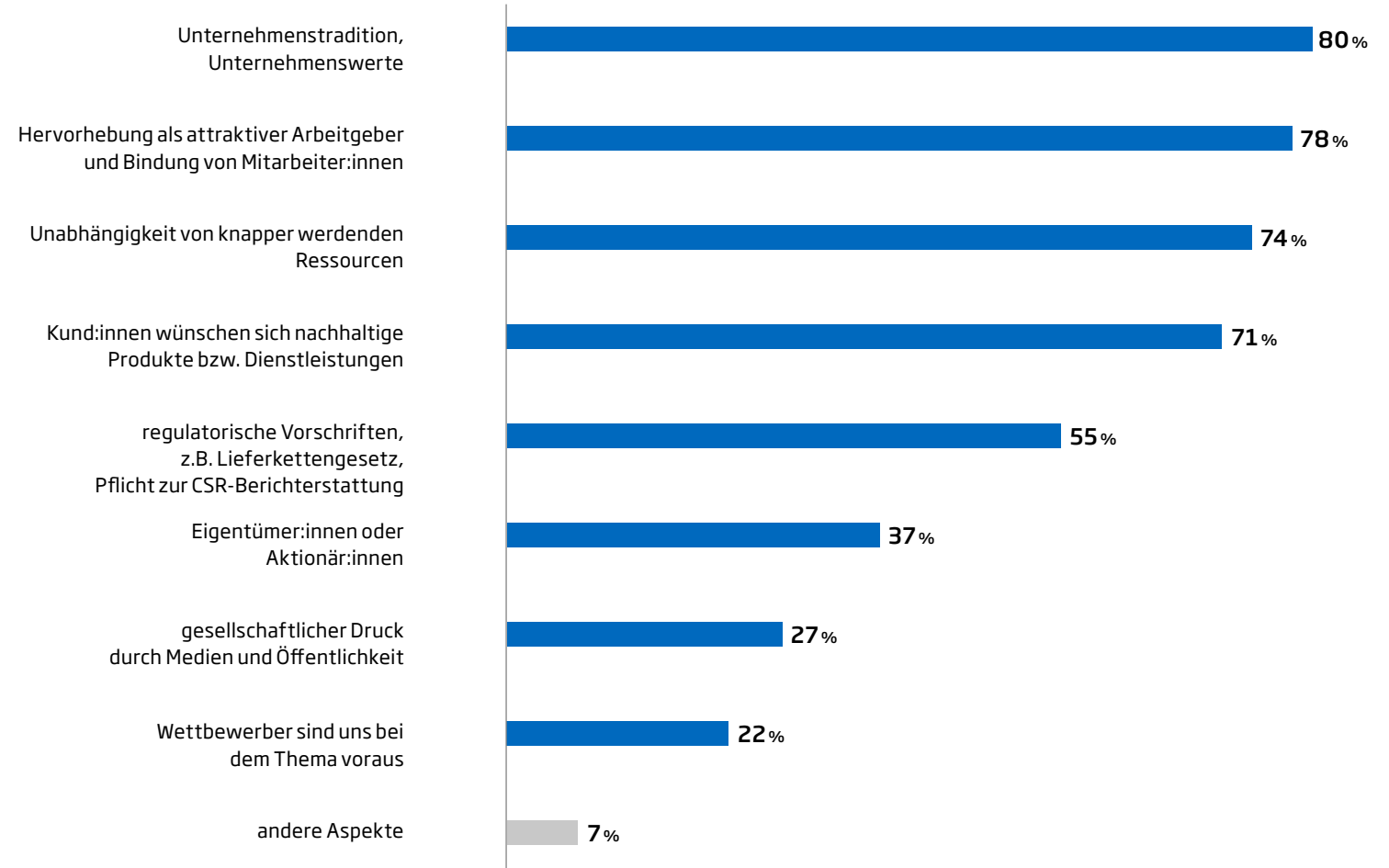
oder die Tatsache, dass Wettbewerber ihnen bei dem Thema voraus sind (22 Prozent) als wichtigste Treiber für nachhaltiges Wirtschaften.

Große Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeiter:innen nennen regulatorische Vorschriften (70 Prozent), Forderungen der Eigentümer:innen (58 Prozent) und öffentlichen Druck (41 Prozent) überdurchschnittlich häufig als Treiber für mehr Nachhaltigkeit.

2.2

Werte, Beschäftigte, Kund:innen: Treiber für mehr Nachhaltigkeit

Welche der folgenden Aspekte sind die wichtigsten Treiber für Ihr Unternehmen, auf Nachhaltigkeit zu achten?



Basis: Alle Befragten (n=500)

2.3

Es gibt für Unternehmen auch verschiedene Gründe, die sie daran hindern, auf Nachhaltigkeit zu achten.

Fast jedes zweite Unternehmen bemängelt, dass sich die Wirkung nachhaltigen Wirtschaftens nicht richtig messen lässt und dass die Nachfrage bzw. Zahlungsbereitschaft der Kund:innen fehlt.

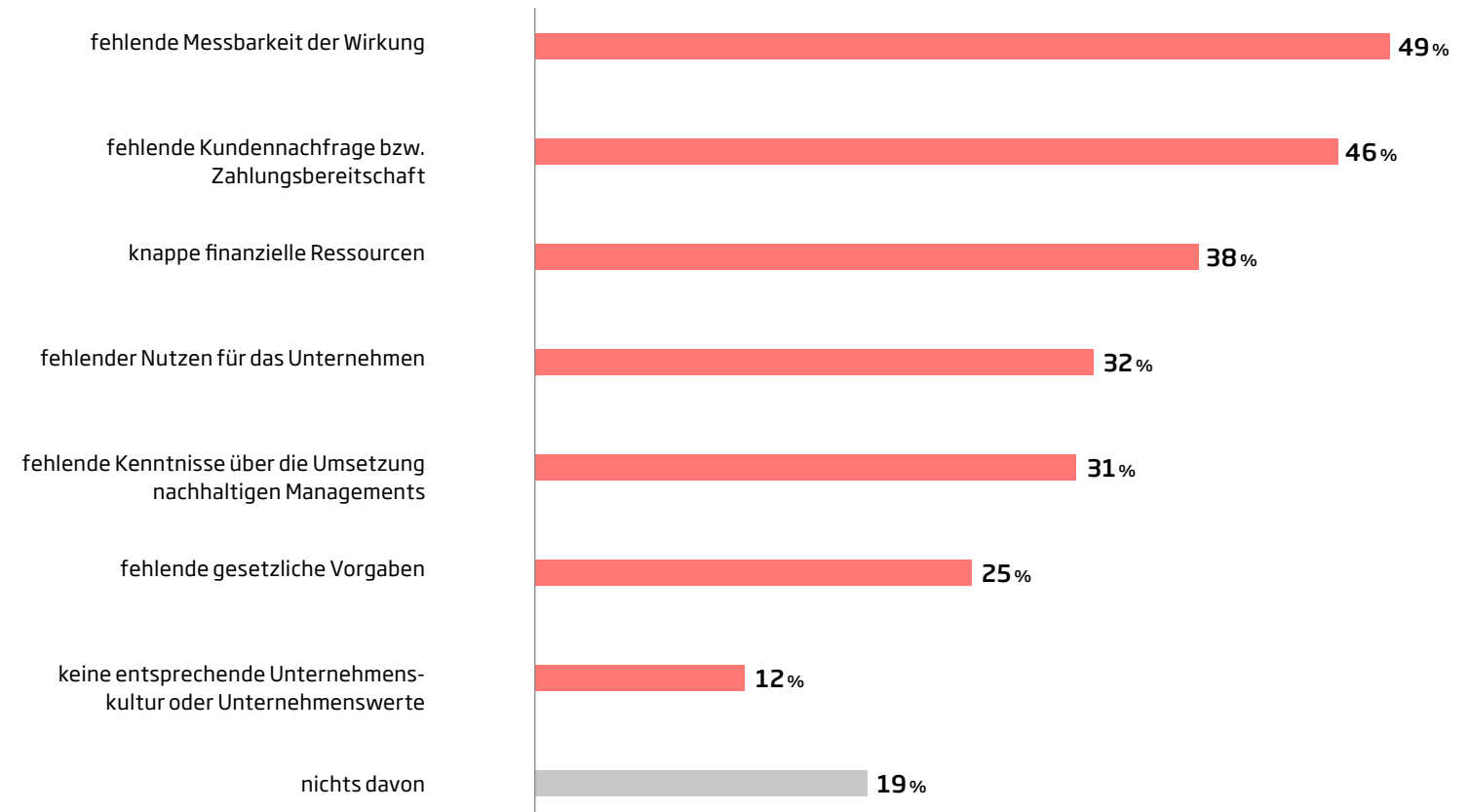
Jeweils etwa ein Drittel der Unternehmen nennen als Hinderungsgründe für nachhaltiges Management knappe finanzielle Ressourcen, einen fehlenden Nutzen sowie mangelnde Kenntnisse für die Umsetzung.

Jedes vierte Unternehmen sieht in fehlenden gesetzlichen Vorgaben einen Grund, nicht auf Nachhaltigkeit zu achten. In 12 Prozent der Unternehmen fehlt eine entsprechende Unternehmenskultur.

Aber: Immerhin knapp jedes fünfte Unternehmen gibt an, dass es keine Hinderungsgründe für nachhaltiges Wirtschaften sieht.

Barrieren für verstärktes nachhaltiges Wirtschaften

Welche Gründe hindern ihr Unternehmen daran, auf Nachhaltigkeit zu achten?



Basis: Alle Befragten (n=500)

2.4

Unternehmen etablieren Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit

Unternehmen setzen auf Schulungen, formulieren interne Codes of Conduct und legen Anforderungen an Lieferanten fest.

Nahezu alle Unternehmen haben bereits Maßnahmen etabliert, um Prozesse nachhaltig zu gestalten (94 Prozent). Drei von vier Befragten geben an, dass sie bei den Mitarbeitenden ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit schaffen wollen, zum Beispiel durch Informationen und Schulungen. Immerhin 58 Prozent haben bereits interne Grundsätze bzw. einen Code of Conduct zu sozialer und ökologischer Verantwortung festgelegt. Diese verpflichten die Unternehmen und ihre Mitarbeitenden, u.a. die Menschenrechte zu achten oder Umweltschäden zu vermeiden.

Knapp jedes zweite Unternehmen hat Nachhaltigkeitskriterien bei der Lieferantenauswahl festgelegt oder schließt Verträge mit Lieferanten ab, die sie zur Einhaltung sozialer oder ökologischer Standards verpflichten.

41 Prozent haben Beschwerdeverfahren institutionalisiert, also eine Stelle eingerichtet, die bei Verletzungen von Sorgfaltspflichten informiert werden kann.

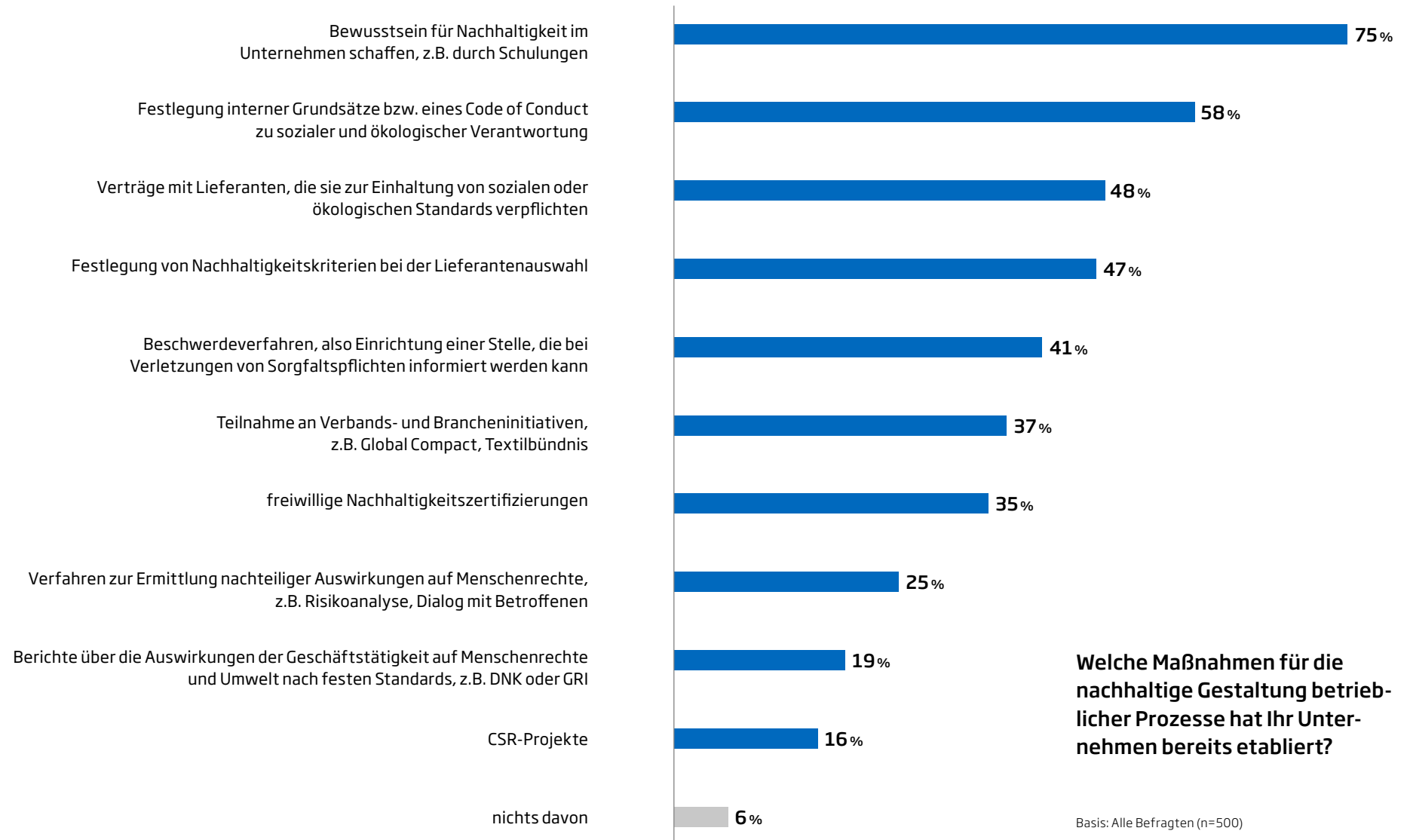
Etwa jedes dritte Unternehmen ist an Verbands- und Brancheninitiativen wie zum Beispiel Global Compact oder dem Textilbündnis beteiligt. Ebenso viele führen freiwillige Nachhaltigkeitszertifizierungen durch.

In jedem vierten Unternehmen gibt es Verfahren für die Ermittlung nachteiliger Auswirkungen auf die Menschenrechte. Das können zum Beispiel Risikoanalysen sein, Dialoge mit Betroffenen oder die Einbeziehung externer Fachleute. Jedes fünfte Unternehmen erstellt Berichte über die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Menschenrechte und Umwelt nach

festen Standards wie zum Beispiel des Deutschen Nachhaltigkeitskodex oder der Global Reporting Initiative. Nur 16 Prozent haben bereits Projekte rund um das Thema Corporate Social Responsibility (CSR) etabliert.

Nahezu alle Maßnahmen zur nachhaltigen Gestaltung der betrieblichen Prozesse sind in großen Unternehmen deutlich häufiger als in kleinen und mittleren Unternehmen umgesetzt worden.

Unternehmen etablieren Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit



2.5

Jedes zweite Unternehmen achtet auf Nachhaltigkeit in der Lieferkette

Viele Unternehmen verlangen von potenziellen Lieferanten Zertifizierungen oder schließen vertragliche Vereinbarungen, um die Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien zu überprüfen.

Die Lieferkette eines Unternehmens beschreibt seine Aktivitäten rund um die Beschaffung von Produkten, Vorprodukten oder Rohstoffen und – im weiteren Sinne – die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Dienstleistern generell. Nachhaltige Kriterien spielen bei der Gestaltung der Lieferkette bisher erst für knapp die Hälfte der befragten Unternehmen eine große oder sehr große Rolle (49 Prozent).

Wie wichtig den Befragten Nachhaltigkeit in der Lieferkette ist, hängt stark von der Unternehmensgröße ab. Eine große oder sehr große Rolle spielen nachhaltige Kriterien für 62 Prozent der Unternehmen ab 250 Mitarbeitenden, für 56 Prozent der mittleren und nur für 40 Prozent der kleineren Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten.

Insgesamt

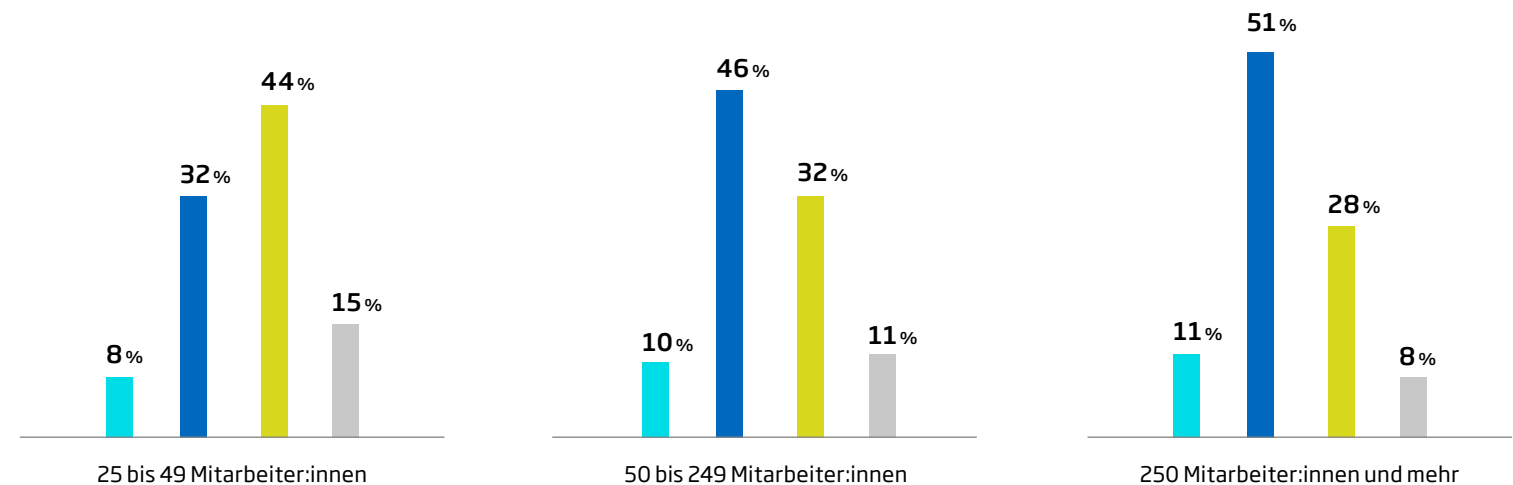
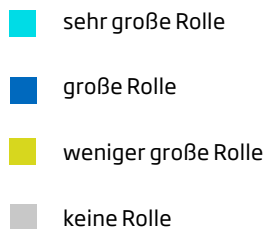
9% sehr große Rolle

40% große Rolle

37% weniger große Rolle

13% keine Rolle

Welche Rolle spielen nachhaltige Kriterien bei der Gestaltung der Lieferkette Ihres Unternehmens?



*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“ Basis: Alle Befragten (n=500)

2.6

Wie überprüfen die Unternehmen, dass ihre Geschäftskontakt oder die gelieferten Produkte die gewünschten Nachhaltigkeitskriterien erfüllen?

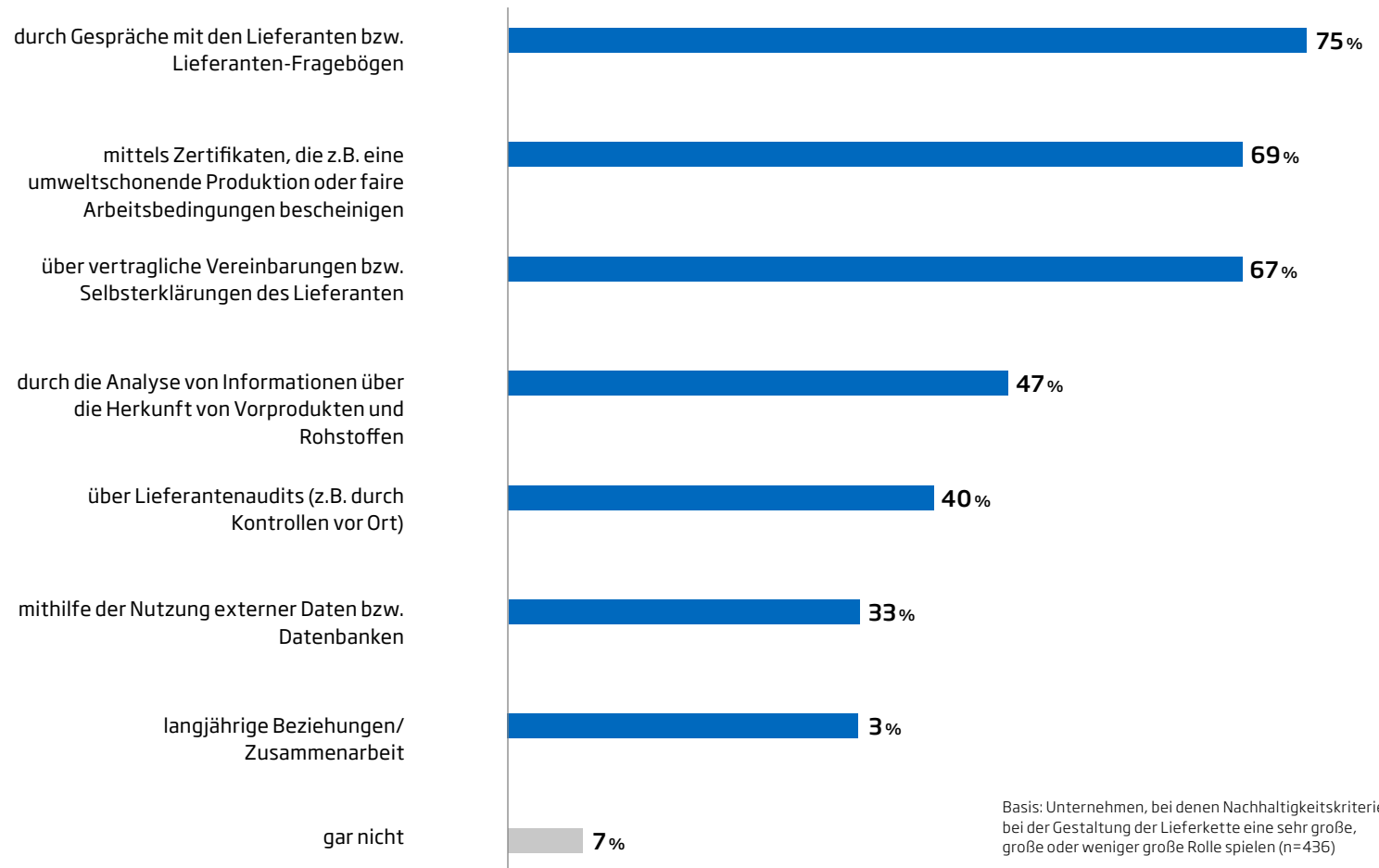
Diese Frage stellten wir allen Unternehmen, für die Nachhaltigkeit in der Lieferkette zumindest eine gewisse Rolle spielt.

An erster Stelle stehen bei drei von vier Unternehmen Gespräche mit den Lieferanten und Fragebögen, bei denen die Kriterien abgefragt werden. Es folgen Nachweise mithilfe von Zertifikaten und vertragliche Vereinbarungen bzw. Selbsterklärungen der Lieferanten.

Fast jedes zweite Unternehmen überprüft die Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien, indem es Informationen über die Herkunft von Vorprodukten und Rohstoffen analysiert. Bei einem Drittel kommen dabei auch externe Daten und Datenbanken zum Einsatz. 40 Prozent der Unternehmen führen Lieferantenaudits durch, bei denen Nachhaltigkeitsaspekte geprüft werden.

Überprüfung von Kriterien für Nachhaltigkeit

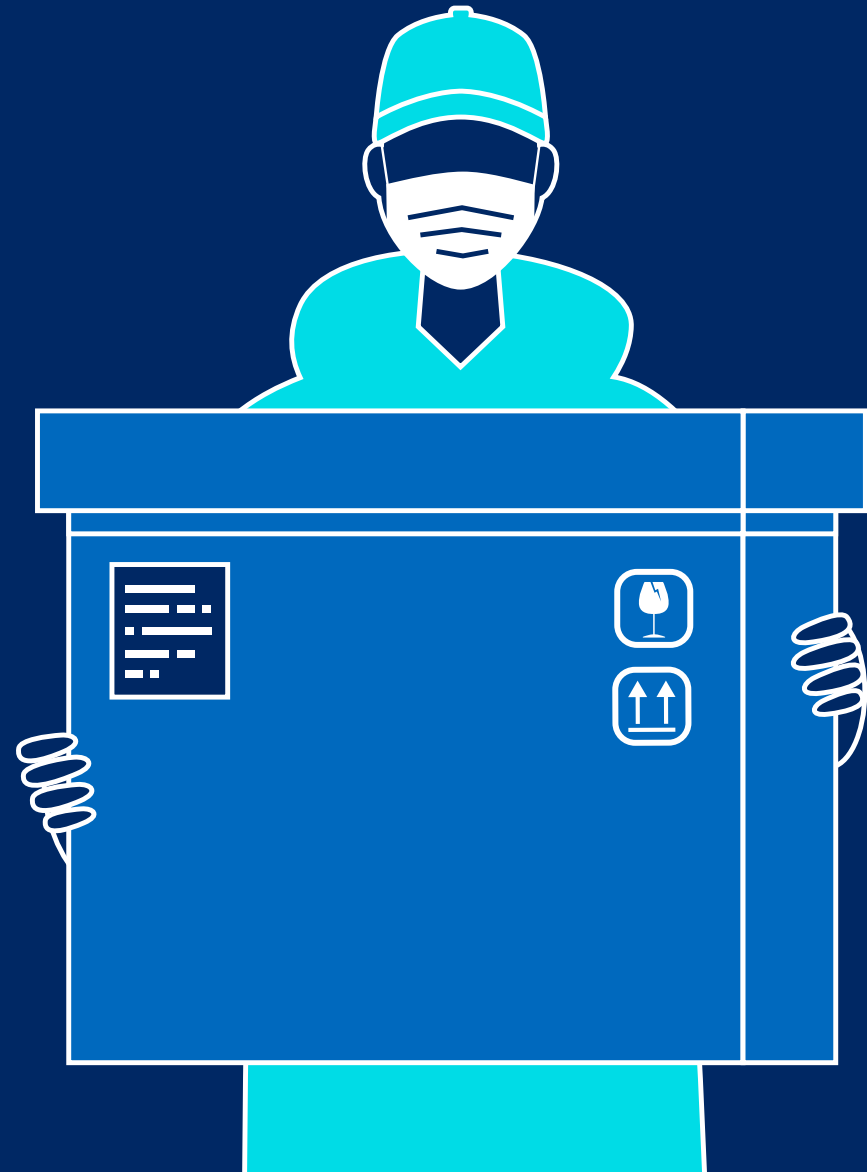
Wenn Ihr Unternehmen vor der Entscheidung für einen Lieferanten steht: Wie überprüfen Sie die Einhaltung der geforderten Nachhaltigkeitskriterien?



Basis: Unternehmen, bei denen Nachhaltigkeitskriterien bei der Gestaltung der Lieferkette eine sehr große, große oder weniger große Rolle spielen (n=436)

Die Corona-Pandemie als Chance für nachhaltige Lieferketten?

3



3.1

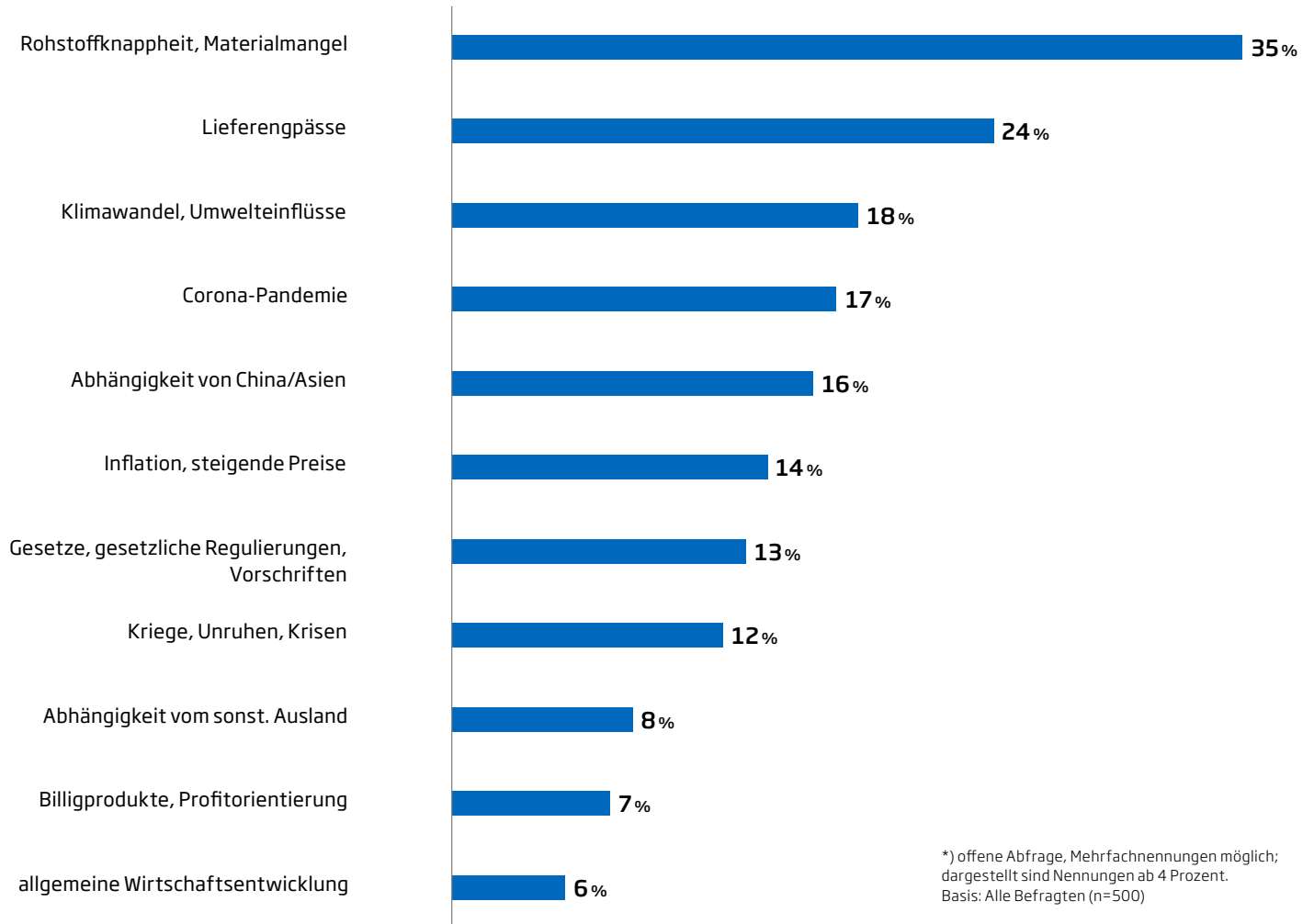
Gut jedes dritte Unternehmen fürchtet Rohstoffknappheit und Materialmangel.

Als größte Bedrohungen für den globalen Handel nennen die Befragten an erster Stelle Rohstoffknappheit bzw. Materialmangel, gefolgt von Lieferengpässen. Diese Frage wurde offen gestellt, also ohne die Vorgabe von Antwortoptionen. Das verdeutlicht, dass Störungen in den Lieferbeziehungen für viele Unternehmen derzeit ein ernstes Problem sind.

Als weitere Bedrohungen für den globalen Handel geben die Befragten den Klimawandel und andere Umwelteinflüsse an. Es folgt die Corona-Pandemie. Die wachsende Abhängigkeit Europas von China bzw. Asien, Inflation und steigende Preise sowie die zunehmenden gesetzlichen Vorschriften sind ebenfalls häufig genannte Probleme für den globalen Handel.

Lieferengpässe größte Bedrohung für den globalen Handel

Was sind Ihrer Meinung nach derzeit die drei größten Bedrohungen für den globalen Handel?



*) offene Abfrage, Mehrfachnennungen möglich; dargestellt sind Nennungen ab 4 Prozent. Basis: Alle Befragten (n=500)

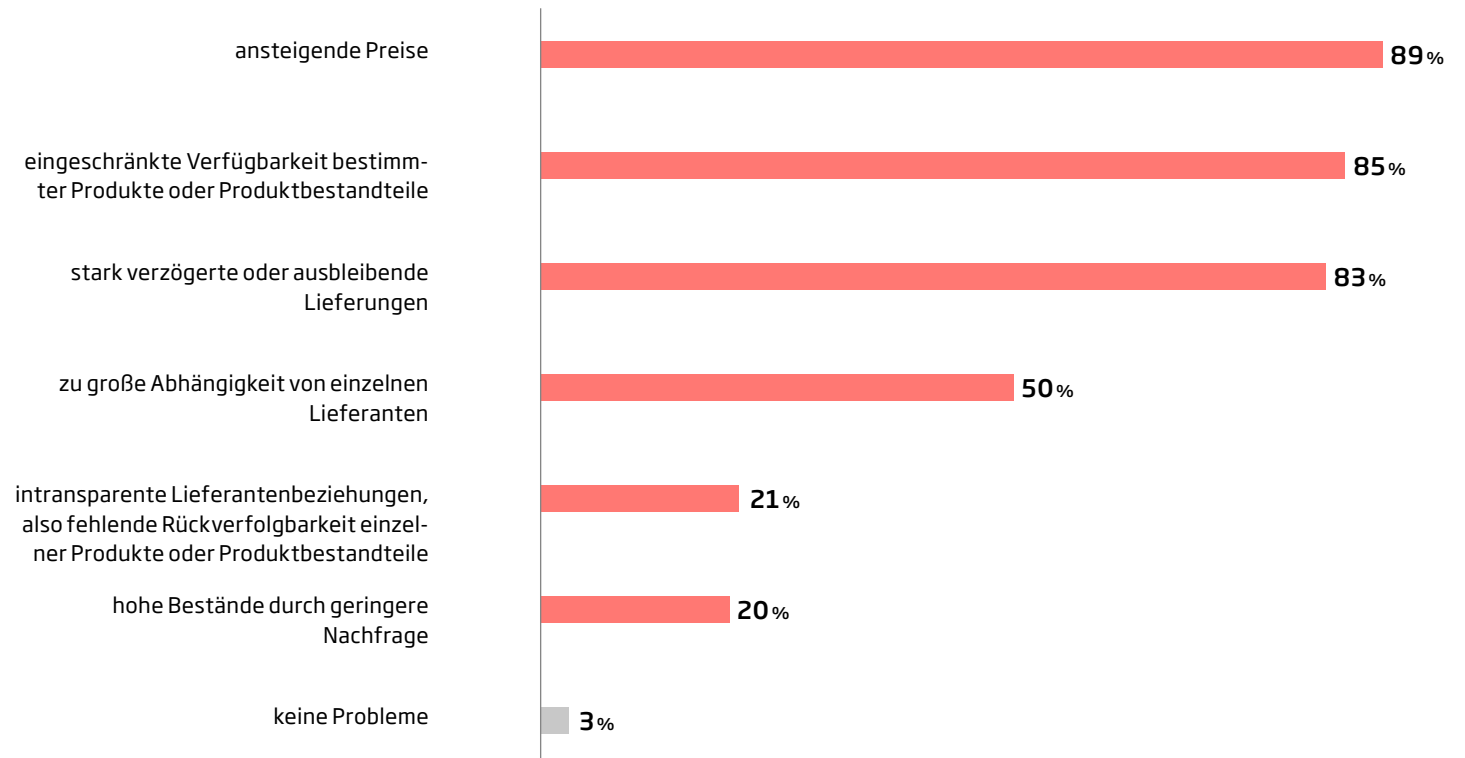
3.2

Die große Mehrheit der Unternehmen ist mit höheren Preisen, eingeschränkter Produktverfügbarkeit und verzögerten Lieferungen konfrontiert.

In fast allen Unternehmen sind aufgrund der Corona-Pandemie Probleme in den Lieferketten entstanden oder offenkundig geworden (97 Prozent). So hatten 89 Prozent mit ansteigenden Preisen zu tun, bei 85 Prozent waren bestimmte Produkte oder Produktbestandteile nur eingeschränkt verfügbar und 83 Prozent mussten mit stark verzögerten oder ausbleibenden Lieferungen zurechtkommen. Bei jedem zweiten Unternehmen ist eine zu große Abhängigkeit von einzelnen Lieferanten offensichtlich geworden. Und jedes fünfte Unternehmen hat intransparente Lieferantenbeziehungen bemerkt. Das kann der Fall sein, wenn Unternehmen nicht genau wissen, unter welchen Bedingungen bezogene Produkte oder Vorprodukte hergestellt wurden. Ebenso viele Unternehmen hatten wegen der Pandemie mit hohen Beständen als Folge einer geringeren Nachfrage zu kämpfen.

Corona-Pandemie verursacht Störungen in den Lieferketten

Welche der folgenden Lieferketten-Probleme sind in Ihrem Unternehmen aufgrund der Corona-Pandemie entstanden oder offenkundig geworden?



Basis: Alle Befragten (n=500)

3.3

Fokus Nachhaltigkeit: Unternehmen richten Lieferketten neu aus

Soziale Faktoren, Transparenz und Rückverfolgbarkeit von Produkten hatten bei der Neuausrichtung der Lieferketten Priorität.

Jedes dritte befragte Unternehmen gibt an, dass es in den vergangenen zwei bis drei Jahren seine Lieferketten neu ausgerichtet und Aspekte der Nachhaltigkeit integriert hat. Bei großen Unternehmen ab 250 Mitarbeiter:innen trifft dies auf fast jedes zweite zu (45 Prozent).

Hat Ihr Unternehmen in den vergangenen zwei bis drei Jahren seine Lieferketten neu ausgerichtet und Aspekte der Nachhaltigkeit integriert?

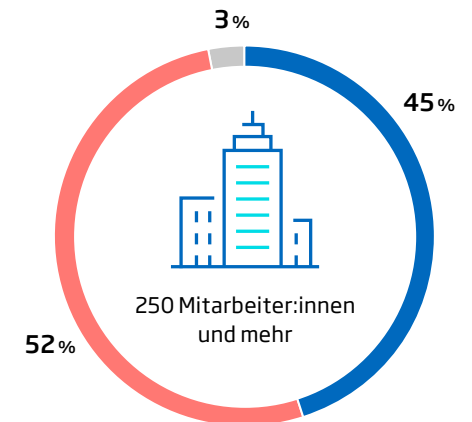
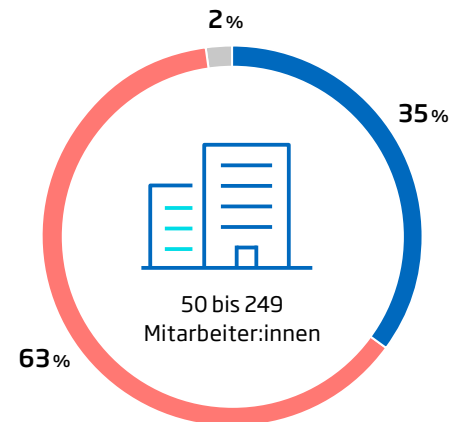
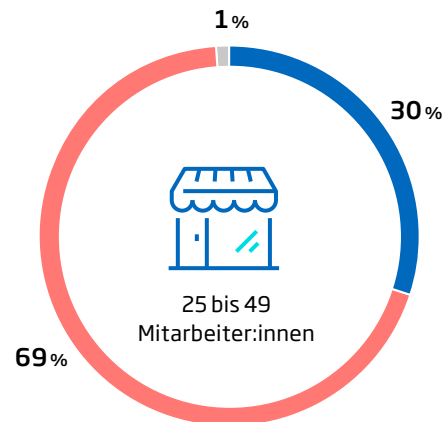
- ja
- nein
- weiß nicht

Insgesamt

33% ja

65% nein

2% weiß nicht



Basis: Alle Befragten (n=500)

3.3

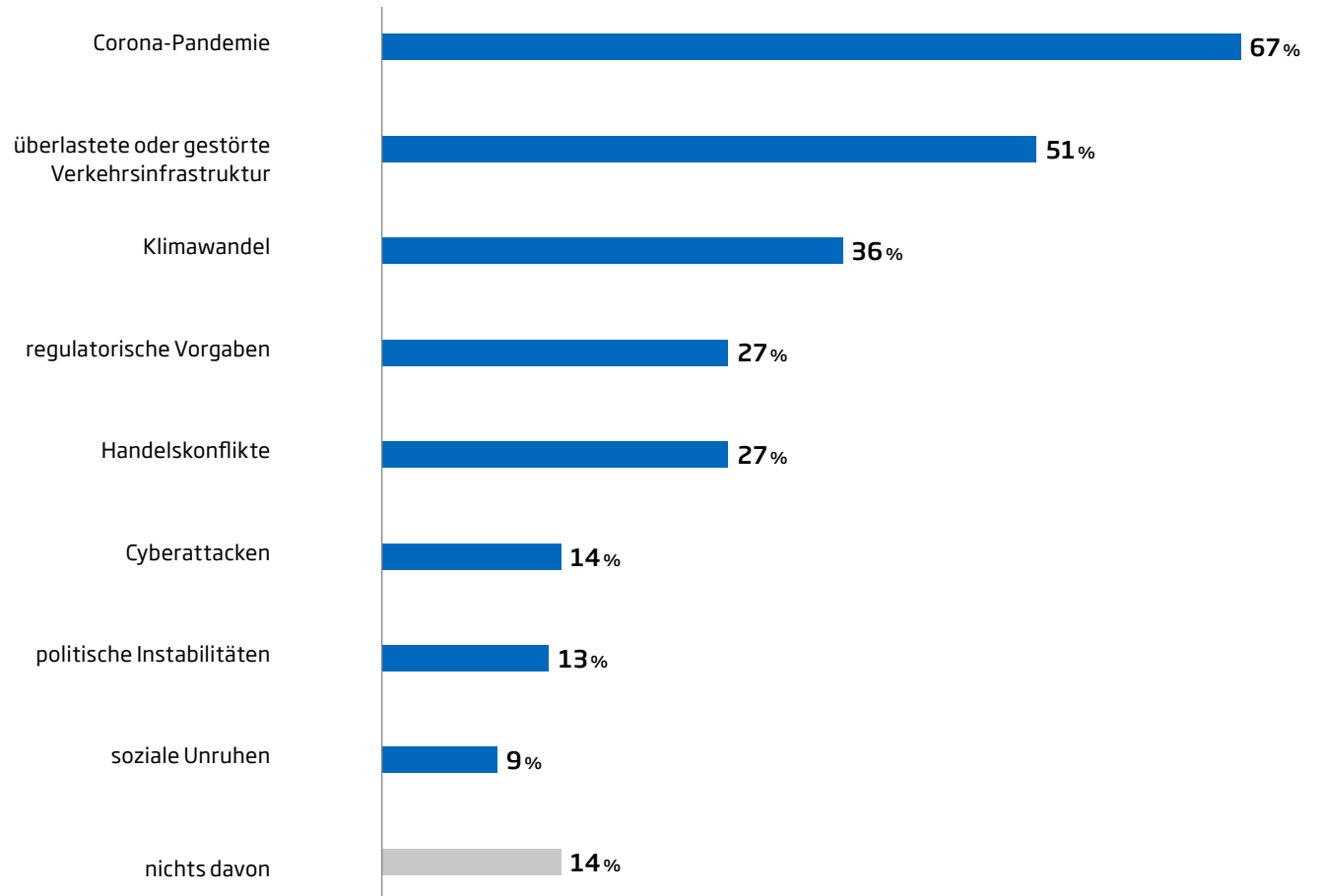
Fokus Nachhaltigkeit: Unternehmen richten Lieferketten neu aus

Für zwei von drei Unternehmen war in den vergangenen Jahren die Corona-Pandemie der Auslöser dafür, ihre Lieferketten neu auszurichten.

Bei jedem zweiten Unternehmen war eine überlastete oder gestörte Verkehrsinfrastruktur der Grund für Anpassungen. Gut jede:r dritte Befragte gibt an, dass der Klimawandel die Ursache war.

Weitere Auslöser, die eigenen Lieferbeziehungen zu hinterfragen und Veränderungen vorzunehmen, sind neue regulatorische Vorgaben oder Handelskonflikte (jeweils 27 Prozent). Auch Cyberattacken und politische Instabilitäten wie beispielsweise militärische Konflikte oder soziale Unruhen hatten nach Angaben der Befragten Einfluss auf das Lieferketten-Management.

Welche der folgenden Gründe waren Auslöser dafür, die Lieferketten Ihres Unternehmens neu auszurichten?



*) Basis: Unternehmen, die ihre Lieferketten in den letzten zwei bis drei Jahren neu ausgerichtet haben (n=174)

3.3

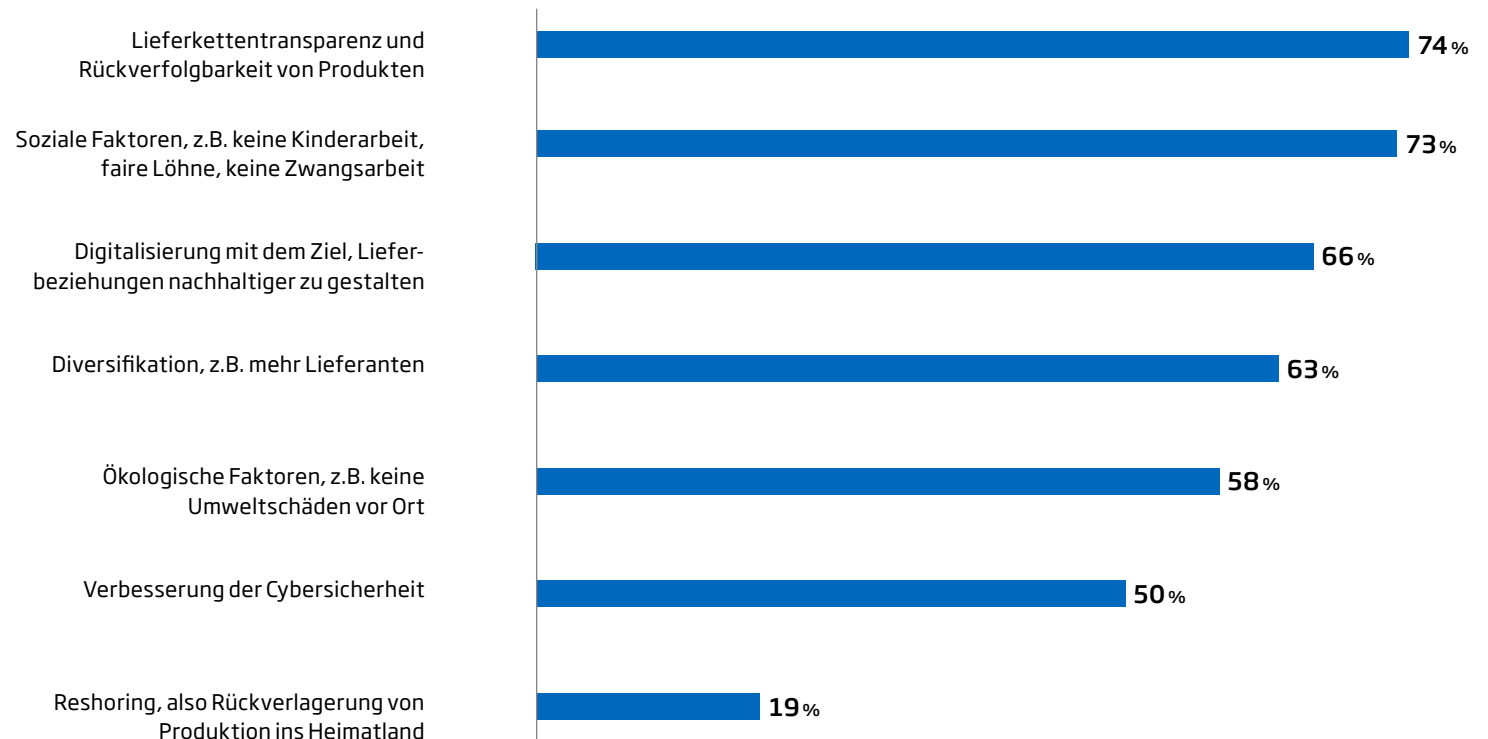
Bei der Neuausrichtung ihrer Lieferketten haben knapp drei von vier Unternehmen vor allem auf Transparenz und Rückverfolgbarkeit von Produkten geachtet.

Ebenso viele haben insbesondere soziale Faktoren wie beispielsweise faire Löhne oder die Verhinderung von Kinder- und Zwangsarbeit berücksichtigt.

Zwei von drei Unternehmen haben besonders auf eine Digitalisierung ihrer Lieferketten geachtet mit dem Ziel, Lieferbeziehungen nachhaltiger zu gestalten. Eine Reduzierung der Abhängigkeit von einzelnen Zulieferern (Diversifikation) stand für 63 Prozent im Vordergrund. 58 Prozent haben ganz besonders auf ökologische Faktoren geachtet. Und jedes zweite Unternehmen hat bei der Neugestaltung seiner Lieferketten eine Verbesserung der Cybersecurity im Blick. Immerhin knapp jedes fünfte Unternehmen hat auf Reshoring gesetzt und ins Ausland verlagerte Produktion wieder in das Land des Unternehmenssitzes zurückgeholt.

Fokus Nachhaltigkeit: Unternehmen richten Lieferketten neu aus

Worauf hat Ihr Unternehmen bei der Neuausrichtung des Lieferkettenmanagements besonders geachtet?



*) Basis: Unternehmen, die ihre Lieferketten in den letzten zwei bis drei Jahren neu ausgerichtet haben (n=174)

Unternehmerische Sorgfaltspflichten

4



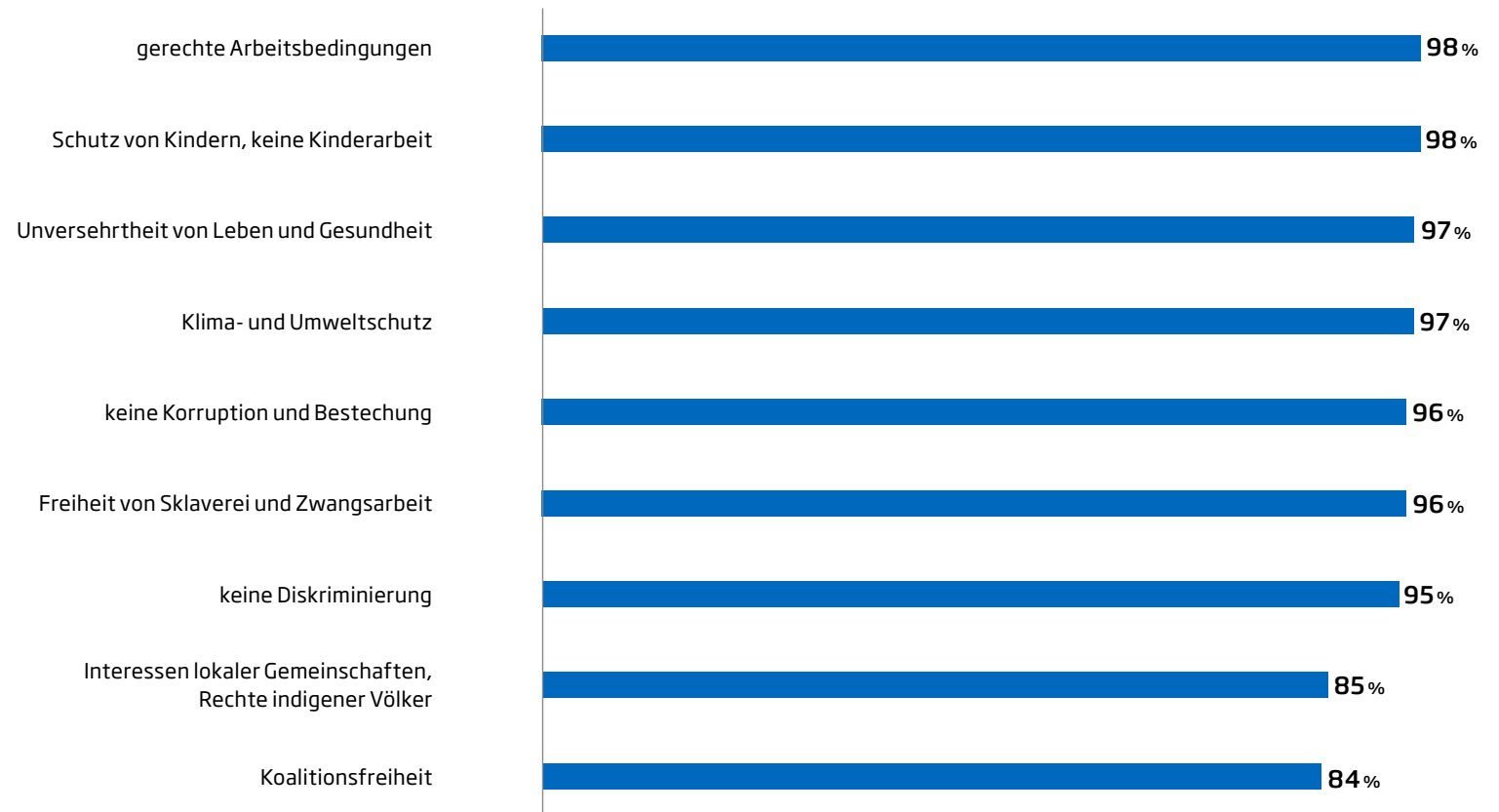
4.1

Unternehmen sollten auf Einhaltung der Menschenrechte, gute Arbeitsbedingungen, die Gesundheit der Menschen und den Schutz der Umwelt achten.

Wenn es darum geht, welche grundlegenden Prinzipien die unternehmerische Sorgfaltspflicht umfassen sollte, sind sich die Befragten weitgehend einig: Gerechte Arbeitsbedingungen wie Arbeitsschutz und faire Löhne, ein Verbot von Kinderarbeit sowie die Unversehrtheit von Leben und Gesundheit liegen gleichauf mit dem Umwelt- und Klimaschutz. Aber auch ein Verbot von Korruption und Bestechung, Sklaverei und Zwangsarbeit sowie die Verhinderung von Diskriminierung zum Beispiel aufgrund des Geschlechts, der sexuellen Orientierung, der Religion oder der sozialen Herkunft werden von fast allen Befragten als zentrale Prinzipien genannt. Mit geringem Abstand folgen die Wahrung der Interessen lokaler Gemeinschaften und der Rechte indigener Völker sowie die Koalitionsfreiheit, also die Möglichkeit für Arbeitnehmer:innen, sich zu organisieren und für die eigenen Rechte einzutreten.

Einigkeit bei den Prinzipien unternehmerischer Sorgfaltspflichten

Welche Prinzipien sollte eine unternehmerische Sorgfaltspflicht Ihrer Meinung nach umfassen?



Basis: Alle Befragten (n=500)

4.2

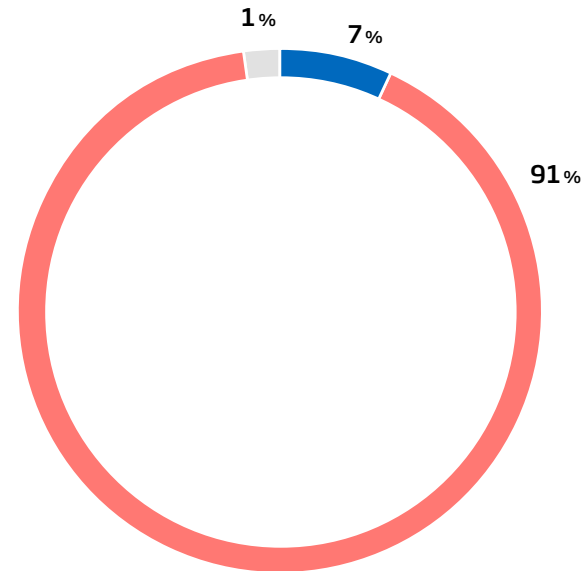
Nur eine Minderheit der Unternehmen hat harte Konsequenzen gezogen, weil es zu Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschäden kam.

Von den befragten Unternehmen geben 7 Prozent an, schon einmal die Geschäftsbeziehung zu einem Lieferanten abgebrochen zu haben, weil es in der Produktion zu Verletzungen der Menschenrechte oder zu Umweltschäden gekommen ist. Bei der großen Mehrheit war dies bislang noch nicht der Fall.

Nur wenige haben Beziehungen zu Lieferanten abgebrochen

Hat Ihr Unternehmen die Geschäftsbeziehung zu einem Lieferanten abgebrochen, weil es in der Produktion zu Menschenrechtsverletzungen oder zu Umweltschäden gekommen ist?

- ja
- nein
- weiß nicht



Basis: Alle Befragten (n=500), Abweichungen zu 100 Prozent rundungsbedingt

Das Lieferkettengesetz - Bekanntheit, Geltungsrahmen, Wirkungen

5



5.1

Nur jedes zweite Unternehmen kennt das Lieferkettengesetz

Größere Unternehmen befürworten das Lieferkettengesetz eher.

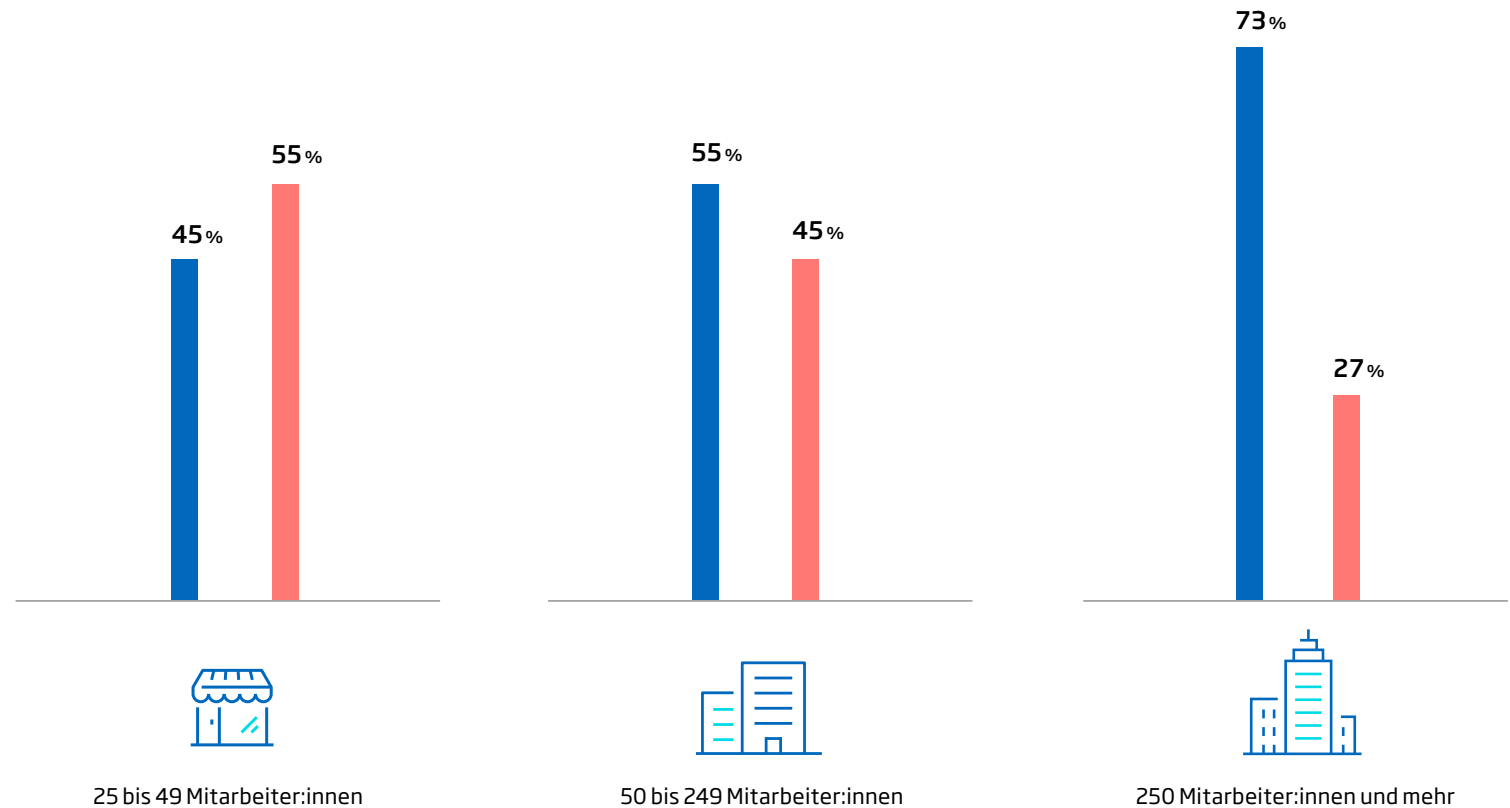
Das im Jahr 2021 beschlossene „Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten“ verpflichtet große Unternehmen dazu, entlang ihrer Lieferbeziehungen die Menschenrechte zu achten und Umweltschäden zu vermeiden.

Das Gesetz tritt am 1. Januar 2023 in Kraft und erfasst zunächst Unternehmen ab 3.000 Mitarbeitenden.

Ein Jahr später ist es auch für Unternehmen ab 1.000 Mitarbeitenden gültig. Bisher hat erst die Hälfte der befragten Unternehmen schon einmal davon gehört, dass ein Lieferkettengesetz im Jahr 2023 in Kraft treten wird. Unter den großen Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeiter:innen sind es immerhin 73 Prozent.

Haben Sie schon davon gehört, dass ab dem Jahr 2023 ein verbindliches Lieferkettengesetz in Kraft treten soll?

■ ja
■ nein



Insgesamt

51% ja

49% nein

Basis: Alle Befragten (n=500)

5.2

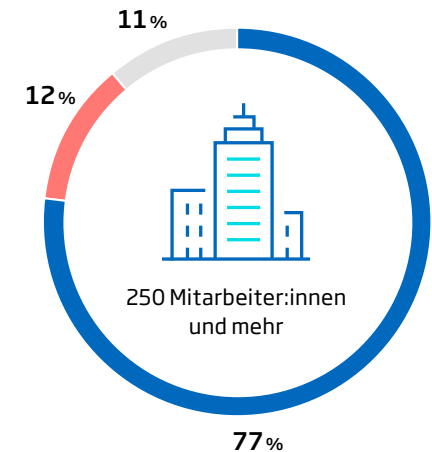
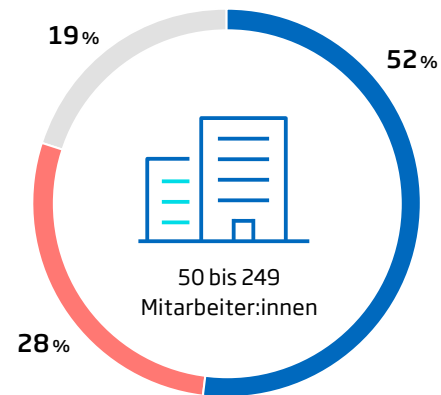
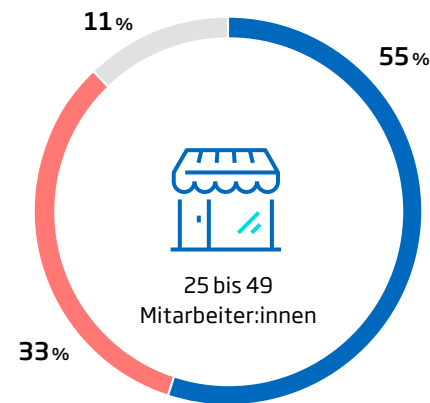
Die Mehrheit unterstützt klar definierte Sorgfaltspflichten entlang der Lieferketten.

Eine Mehrheit von 56 Prozent der Befragten begrüßt das Lieferkettengesetz, mit dem Unternehmen zur Einhaltung sozialer und ökologischer Standards entlang ihrer Lieferkette verpflichtet werden. Nur eine Minderheit von 29 Prozent lehnt das Gesetz ab und 14 Prozent der Befragten haben sich noch keine Meinung dazu gebildet.

Eine klare Mehrheit befürwortet das Lieferkettengesetz

Mit dem Lieferkettengesetz sollen Unternehmen zur Einhaltung sozialer und ökologischer Standards entlang ihrer Lieferkette verpflichtet werden. Begrüßen Sie die Schaffung dieses Lieferkettengesetzes oder lehnen Sie dieses ab?

- begrüßen das Gesetz
- lehnen das Gesetz ab
- keine Meinung



Insgesamt

56% begrüßen das Gesetz

29% lehnen das Gesetz ab

14% keine Meinung

Basis: Alle Befragten (n=500), Abweichungen zu 100 Prozent rundungsbedingt

5.3

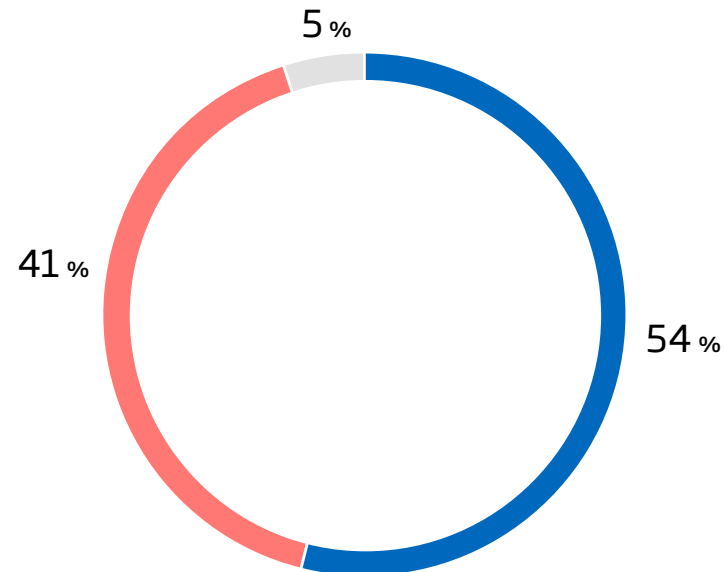
Unterschiedliche Ansichten beim Geltungsrahmen des Gesetzes

Die Hälfte der Unternehmen spricht sich für ein Lieferkettengesetz für alle Unternehmen aus.

Das Lieferkettengesetz bedeutet Mehraufwand, den größere Unternehmen in der Regel besser bewältigen können als kleinere. Dennoch ist gut die Hälfte der Befragten der Meinung, dass ein solches Lieferkettengesetz für Unternehmen jeglicher Größe gelten sollte (54 Prozent), während 41 Prozent der Ansicht sind, dass dies nur für Großunternehmen der Fall sein sollte.

Sollte ein solches Lieferkettengesetz für Unternehmen jeglicher Größe gelten oder nur für Großunternehmen?

- für alle Unternehmen
- nur für Großunternehmen
- weder noch



Basis: Alle Befragten (n=500)

5.4

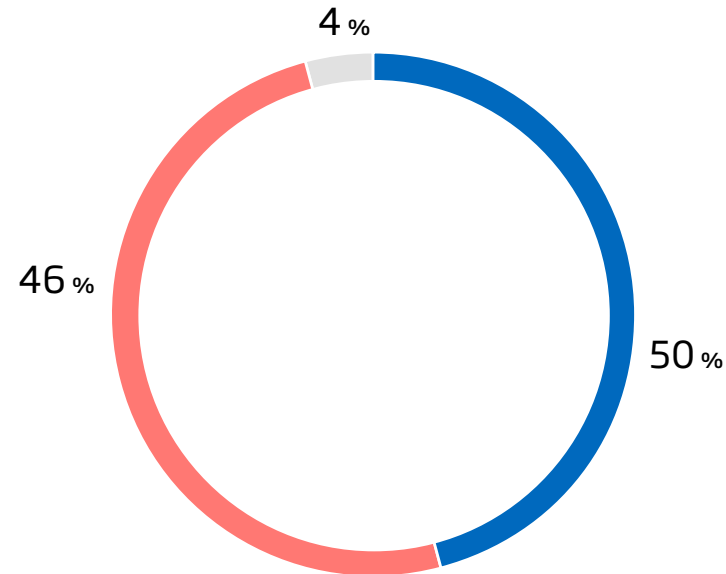
Eine strittige Frage in diesem Zusammenhang ist, wie weit die hiesigen Unternehmen ihre eigenen Lieferketten zurückverfolgen und dafür Verantwortung übernehmen müssen.

Denn die direkten Lieferanten eines Unternehmens arbeiten in der Regel mit weiteren Zulieferern zusammen. 50 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass sich die Einhaltung der Sorgfaltspflichten nur auf direkte Lieferanten beziehen sollte. Immerhin 46 Prozent meinen dagegen, dass die Unternehmen Verantwortung für faire Arbeitsbedingungen oder den Umwelt- und Klimaschutz entlang der gesamten Lieferkette übernehmen sollten.

Jedes zweite Unternehmen will Verantwortung nur für direkte Lieferanten übernehmen

Sollten Unternehmen dafür Sorge tragen müssen, dass zum Beispiel faire Arbeitsbedingungen oder der Umweltschutz entlang der gesamten Lieferkette eingehalten werden oder nur bei direkten Lieferanten?

- nur bei direkten Lieferanten
- die gesamte Lieferkette
- weder noch



Basis: Alle Befragten (n=500), Abweichungen zu 100 Prozent rundungsbedingt

5.5

Knappe Mehrheit befürwortet sogar eine Haftung

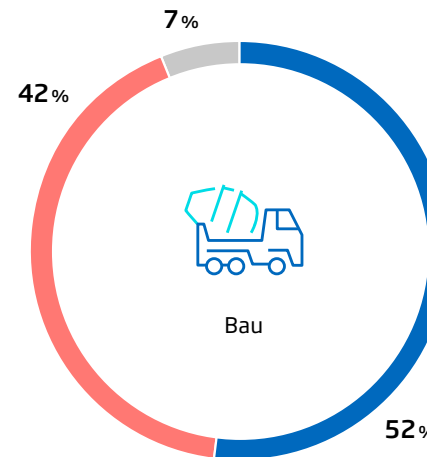
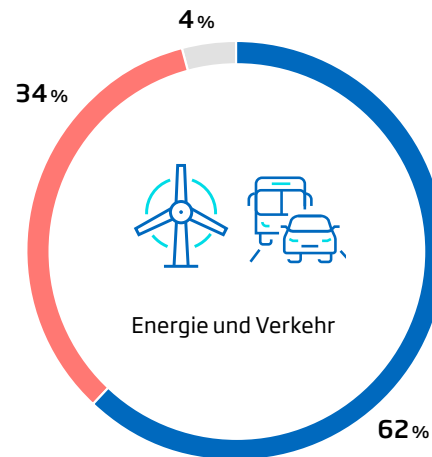
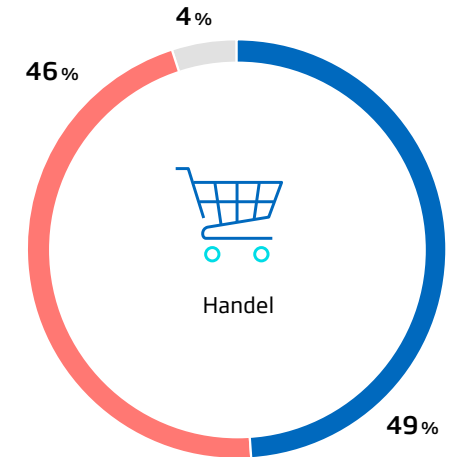
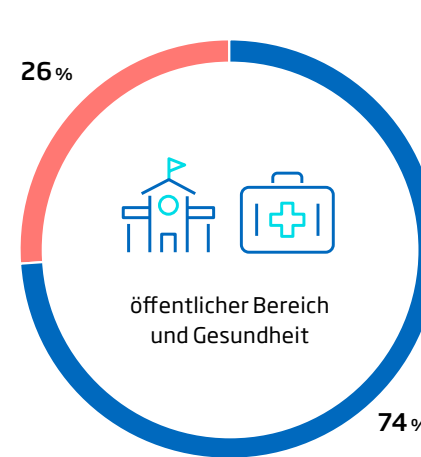
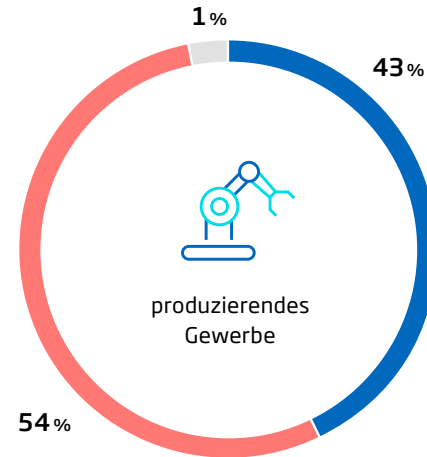
Uneinigkeit besteht darüber, ob Unternehmen für Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschäden entlang ihrer Lieferkette haften sollten.

Die eine Hälfte der Befragten ist der Ansicht, dass Unternehmen für Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschäden entlang ihrer Lieferkette haften sollten. Ähnlich viele lehnen eine Haftung ab.

Deutliche Unterschiede gibt es allerdings zwischen den verschiedenen Branchen. Der höchste Anteil an Befürwortern findet sich im öffentlichen Bereich mit 74 Prozent, der niedrigste im produzierenden Gewerbe mit nur 43 Prozent.

- ja
- nein
- weiß nicht

Sollten Unternehmen für Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschäden entlang ihrer Lieferketten haften?



Insgesamt

49% ja

47% nein

3% weiß nicht

Basis: Alle Befragten (n=500), Abweichungen zu 100 Prozent rundungsbedingt

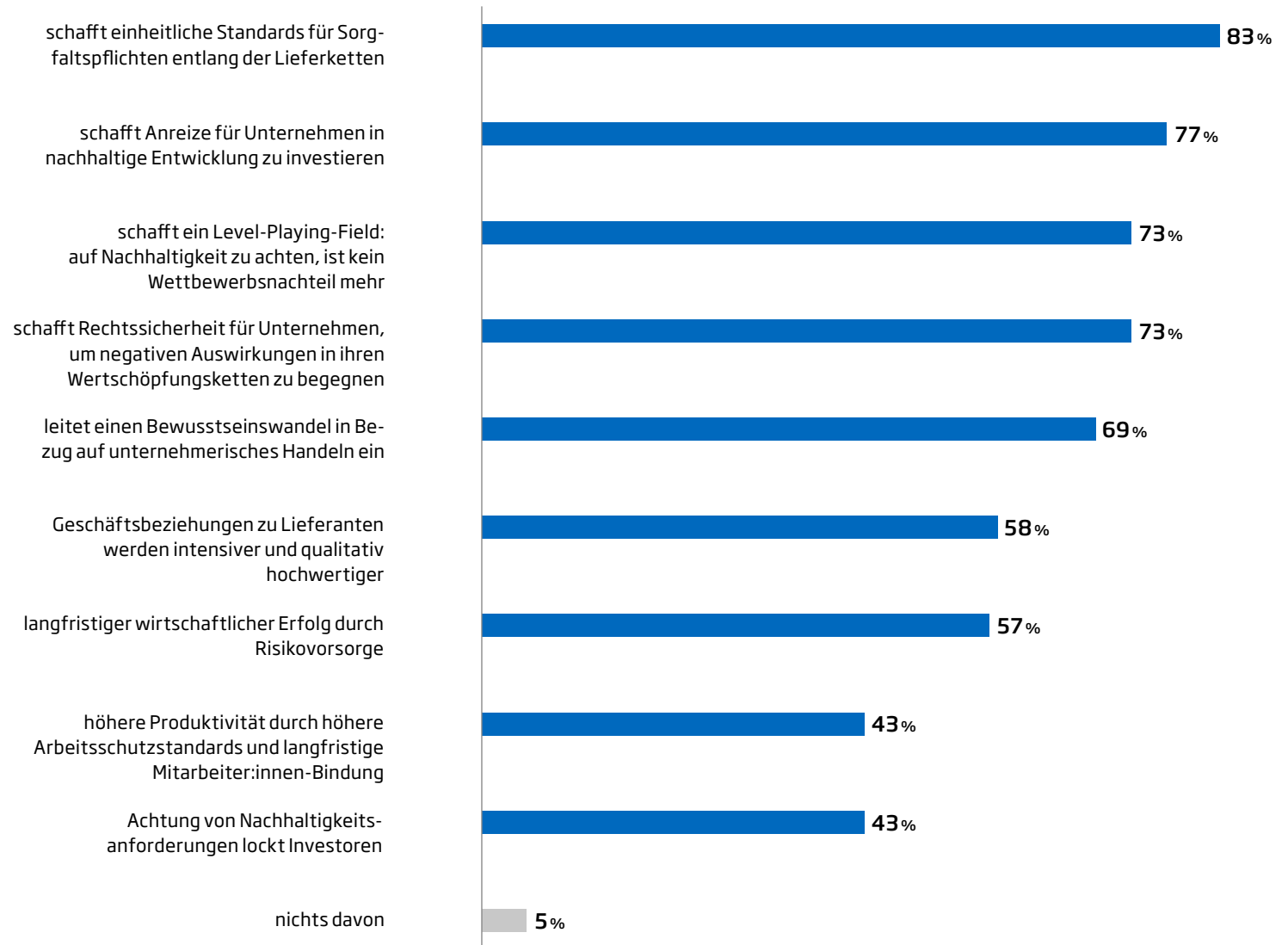
5.6

Das Lieferkettengesetz weckt Hoffnungen auf einheitliche Standards, Investitionen und einheitliche Wettbewerbsbedingungen.

Nahezu alle Befragten sind der Meinung, dass sich das Lieferkettengesetz positiv auswirken wird (95 Prozent). Drei von vier Unternehmen begrüßen, dass mit der Regelung einheitliche Standards für Sorgfaltspflichten entlang der Lieferketten geschaffen werden und Anreize entstehen, in eine nachhaltige Entwicklung zu investieren. Zudem schafft das Lieferkettengesetz nach Ansicht der Befragten ein Level-Playing-Field, auf dem es kein Wettbewerbsnachteil mehr ist, auf Nachhaltigkeit zu achten. Eine weitere positive Wirkung ist die Schaffung von mehr Rechtssicherheit. Darüber hinaus könne das Lieferkettengesetz einen Bewusstseinswandel in Bezug auf unternehmerisches Handeln einleiten, meinen 69 Prozent der Befragten. Gut jedes zweite Unternehmen ist der Ansicht, dass sich die Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten verbessern und das Gesetz durch eine Risikovorsorge langfristig zu seinem wirtschaftlichen Erfolg beiträgt.

Große Mehrheit erwartet positive Auswirkungen

Welche positiven Auswirkungen wird das Lieferkettengesetz haben?



Basis: Alle Befragten (n=500)

5.7

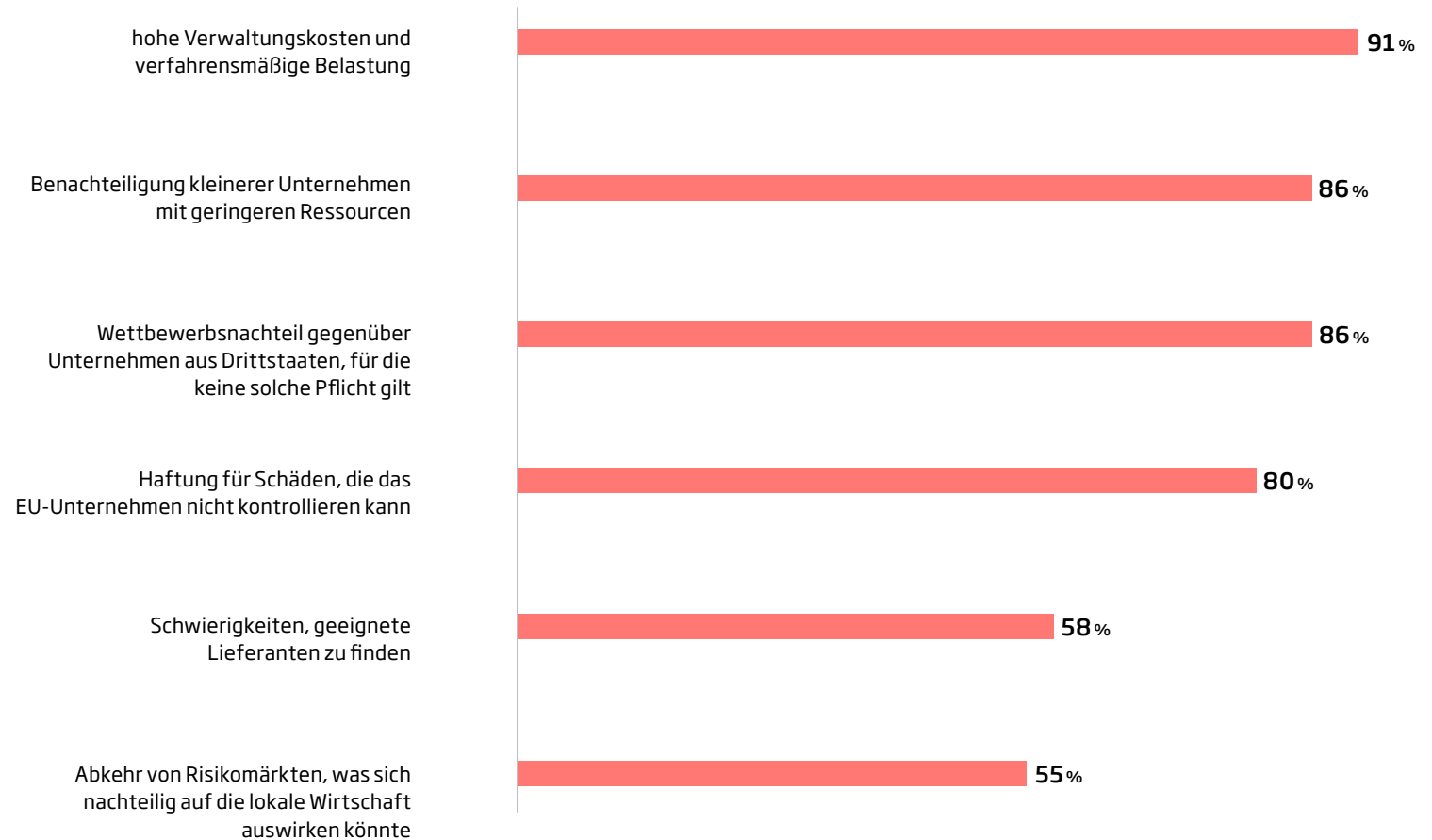
Die Unternehmen befürchten auch negative Auswirkungen des Lieferkettengesetzes.

Ganz oben stehen Sorgen vor hohen Verwaltungskosten und einem großen Aufwand bei der Umsetzung, eine Benachteiligung kleinerer Unternehmen mit geringeren Ressourcen und Wettbewerbsnachteile im Vergleich zu Unternehmen aus Drittstaaten, für die keine entsprechenden Pflichten gelten. Vier von fünf Befragten befürchten eine Haftung für Schäden, die das Unternehmen nicht kontrollieren kann.

Darüber hinaus befürchten viele Unternehmen als Folge des Gesetzes Schwierigkeiten bei der Suche nach geeigneten Lieferanten. Jede:r zweite Befragte rechnet damit, dass sich das Unternehmen aus Risikomärkten zurückziehen wird, was sich nachteilig auf die lokale Wirtschaft auswirken könnte.

Unternehmen fürchten hohen Aufwand bei der Umsetzung

Welche negativen Auswirkungen wird das Lieferkettengesetz haben?



Basis: Alle Befragten (n=500)

Einhaltung von Sorgfaltspflichten

6



6.1

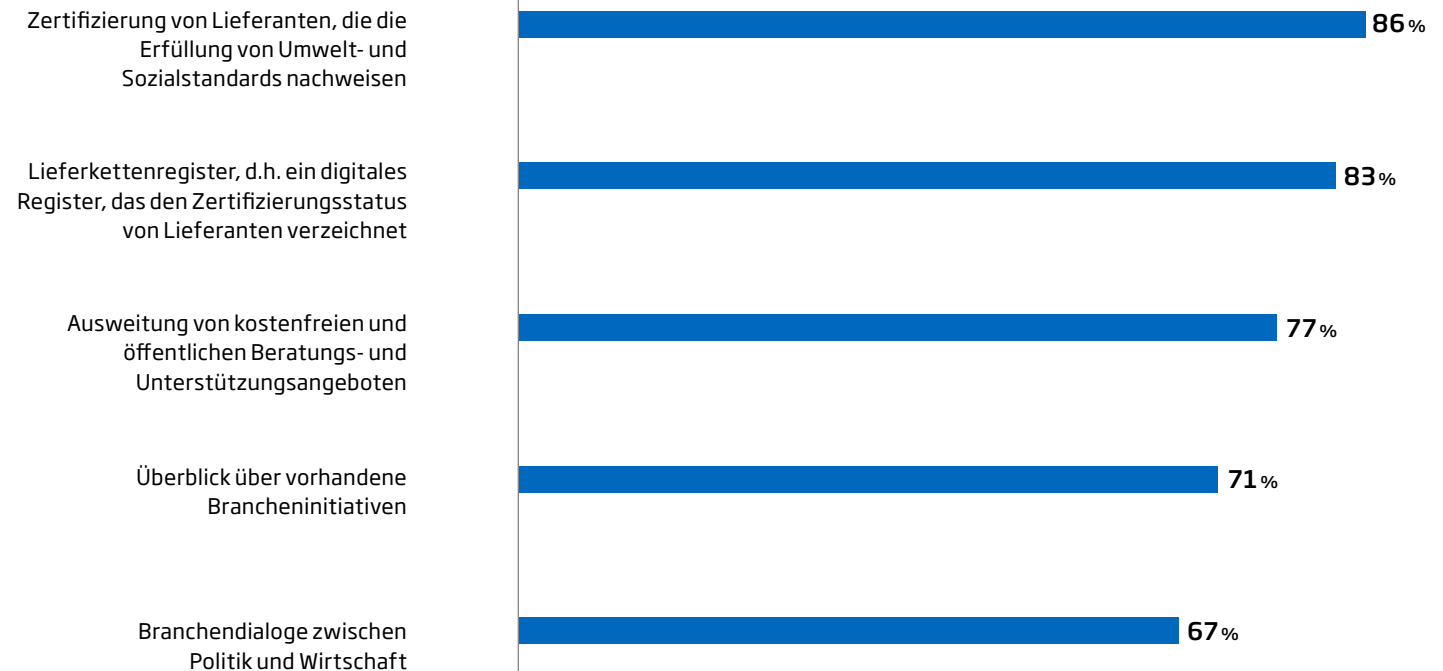
Zertifizierungen erleichtern Umsetzung des Gesetzes

Unabhängige Prüfungen, Informationen und Beratungsangebote helfen in der Praxis.

Verschiedene Maßnahmen können Unternehmen dabei unterstützen, das Lieferkettengesetz umzusetzen. Aus Sicht von 86 Prozent der Befragten könnten den Unternehmen vor allem Zertifizierungen von Lieferanten helfen, mit denen diese nachweisen, dass sie bestimmte Umwelt- oder Sozialstandards einhalten. Fast ebenso viele befürworten ein digitales Lieferkettenregister, in dem der Zertifizierungsstatus von Unternehmen bzw. Lieferanten verzeichnet wird.

Weitere Maßnahmen umfassen vor allem bessere Informations- und Beratungsangebote. So sollten kostenlose öffentliche Unterstützungsangebote ausgeweitet und der Zugang zu Brancheninitiativen verbessert werden. Darüber hinaus sollte es einen Dialog zwischen Politik und Wirtschaft geben, um die Auswirkungen des Lieferkettengesetzes zu bewerten und es bei Bedarf anzupassen.

Welche Maßnahmen können die Umsetzung des Lieferkettengesetzes für Unternehmen erleichtern?



Basis: Alle Befragten (n=500)

6.2

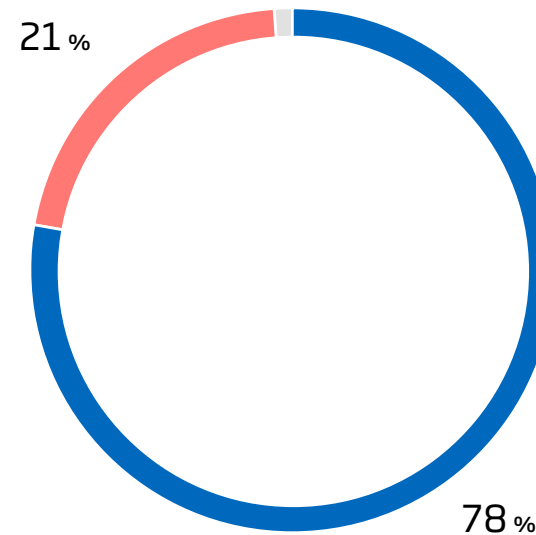
Einhaltung von Sorgfaltspflichten sollte überprüft werden

Mit dem Gesetz wird erstmals die unternehmerische Verantwortung für die Einhaltung der Menschenrechte und der Schutz der Umwelt in Lieferketten geregelt. Doch wie und von wem soll die Umsetzung kontrolliert werden?

Fast vier von fünf Unternehmen sind der Ansicht, dass die Einhaltung von Sorgfaltspflichten entlang der Lieferkette von unabhängigen Stellen geprüft werden sollte.

Sollte die Einhaltung von Sorgfaltspflichten entlang der Lieferkette von unabhängigen Stellen geprüft werden?

- ja
- nein



Basis: Alle Befragten (n=500), Abweichungen zu 100 Prozent rundungsbedingt

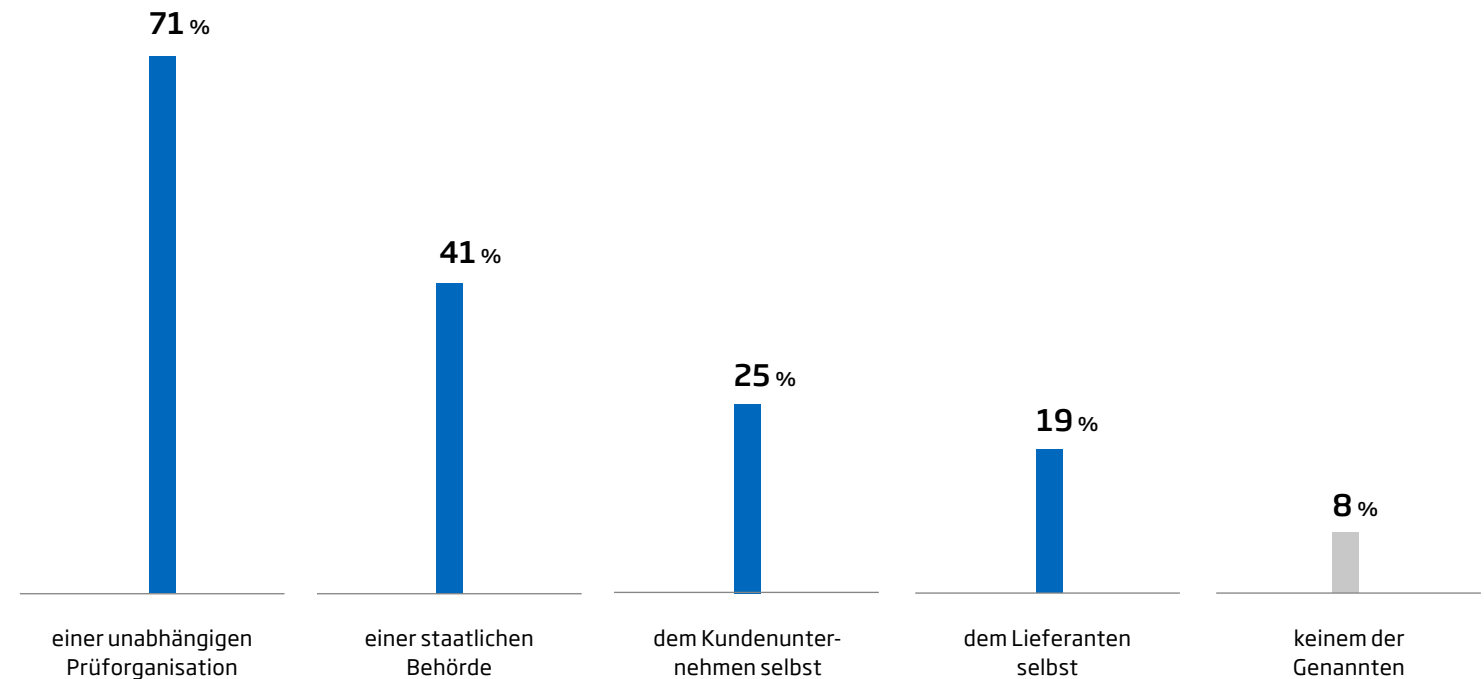
6.3

Prüforganisationen genießen hohes Vertrauen

Unabhängigen Prüforganisation
trauen die meisten Unternehmen zu,
Lieferanten zu überprüfen.

Mit einem Anteil von 71 Prozent
würden die meisten Unternehmen
einer unabhängigen Prüforganisation
die Kompetenz zutrauen, Lieferanten
zu überprüfen und zu zertifizieren.
Dagegen würden diese Kompetenz nur
41 Prozent der Befragten einer staat-
lichen Behörde zutrauen. Knapp jedes
fünfte Unternehmen traut das auch
den Lieferanten selbst zu.

**Wem würden Sie die Kompetenz zutrauen,
Lieferanten zu überprüfen?**



Basis: Alle Befragten (n=500)

Fazit und politische Empfehlungen



7.1

Wenn es um die Bedeutung von Nachhaltigkeit geht, herrscht große Einigkeit bei den Unternehmen. Fairness gegenüber Kund:innen und Lieferanten, gute Arbeitsbedingungen sowie Umwelt- und Klimaschutz sind nahezu allen Befragten wichtig oder sehr wichtig. Allerdings setzen nicht alle Unternehmen ihre hohen Ansprüche in der Praxis konsequent um. Nur rund die Hälfte der befragten Unternehmen achtet beispielsweise bei der Auswahl von Lieferanten darauf, dass Zulieferer bestimmte soziale oder ökologische Standards einhalten und verpflichtet diese auch vertraglich dazu.

Immerhin jedes dritte Unternehmen gibt an, in den vergangenen Jahren seine Lieferketten neu ausgerichtet und Aspekte der Nachhaltigkeit integriert zu haben. Dabei achteten die Befragten besonders auf mehr Transparenz und die Rückverfolgbarkeit von Produkten. Soziale Faktoren wie beispielsweise faire Löhne und

Fazit

die Verhinderung von Kinderarbeit spielten ebenfalls eine wichtige Rolle. Als Beweggründe für diese Entwicklung nennen die meisten Befragten ihre traditionellen Unternehmenswerte, aber auch eine stärkere Mitarbeiter:innen-Bindung oder den Wunsch, unabhängiger von knapper werdenden Ressourcen zu werden.

Es gibt aber auch zahlreiche Hindernisse, die Unternehmen davon abhalten, auf (mehr) Nachhaltigkeit zu achten. Es fehle die Nachfrage der Kund:innen und deren Bereitschaft sei gering, für ein Mehr an Nachhaltigkeit auch mehr zu bezahlen. Auch knappe finanzielle Ressourcen und ein aus Sicht der Befragten fehlender Nutzen für ihr Unternehmen werden als Hindernisgründe genannt.

Eine erstaunlich hohe Zustimmung gibt es bei der Frage, ob die Beachtung bestimmter sozialer und ökologischer Sorgfaltspflichten gesetzlich geregelt

werden sollte. Die Mehrheit der Befragten begrüßt die Verabschiedung eines Lieferkettengesetzes, mit dem Unternehmen zur Einhaltung sozialer und ökologischer Standards entlang ihrer Lieferkette verpflichtet werden (56 Prozent). Nur eine Minderheit von 29 Prozent lehnt dies ab.

Nahezu alle Befragten sind der Meinung, dass sich das Lieferkettengesetz positiv auswirken wird. Das Gesetz setzt nicht nur Anreize, nachhaltiger zu wirtschaften, sondern schafft mit einheitlichen Standards und gleichen Wettbewerbsbedingungen für alle Unternehmen auch die rechtlichen Voraussetzungen dafür. Allerdings befürchten die Befragten auch hohe Verwaltungskosten, übermäßige Bürokratie und Benachteiligungen von kleineren Unternehmen, die sich den hohen Aufwand nicht leisten können.

Als wichtigste Maßnahme, um die Umsetzung des Lieferkettengesetzes

zu erleichtern, nennen 86 Prozent der Unternehmen die Zertifizierung von Lieferanten. Damit können die Unternehmen auf den unterschiedlichen Stufen einer Lieferkette nachweisen, dass sie bestimmte Umwelt- oder Sozialstandards einhalten. Eine große Mehrheit der Unternehmen spricht sich dafür aus, dass die Einhaltung von Sorgfaltspflichten entlang der Lieferkette von unabhängigen Stellen geprüft werden sollte und traut insbesondere unabhängigen Prüforganisationen zu, Lieferanten zu überprüfen und zu zertifizieren.

Das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz ist ein erster wichtiger Schritt. Unternehmerische Sorgfaltspflichten sollten aber nicht nur für deutsche Unternehmen gelten. Entsprechende gesetzliche Vorgaben müssen den größtmöglichen Geltungsbereich haben. Somit ist es notwendig und richtig, ein funktionierendes Sorgfaltspflichtengesetz auf europäischer Ebene zu schaffen. Die neue Bundesregierung sollte sich daher aktiv in den Gesetzgebungsprozess in der EU einbringen. Der TÜV-Verband hat folgende Anforderungen an das europäische Lieferkettengesetz und Empfehlungen für seine Umsetzung in der Praxis formuliert:

» Mindestanforderungen für alle Unternehmen festlegen

Grundsätzlich sollte ein künftiger verbindlicher EU-Rahmen für Sorgfaltspflichten in der Wirtschaft alle in der EU ansässigen Unternehmen – unabhängig von ihrer Branche und Größe – umfassen. Nur so kann ein echtes Level-Playing-Field entstehen, auf dem einheitliche Wettbewerbsbedingungen herrschen. Dennoch sollte in Betracht gezogen werden, dass kleine und mittlere Unternehmen gegebenenfalls weniger umfangreiche und formalisierte Sorgfaltspflichtenverfahren benötigen und erfüllen müssen.

» Drittprüfungen vorsehen, insbesondere in Sektoren mit hohem Risiko

Im Sinne der erforderlichen Wirksamkeit von Regeln und Standards sollten insbesondere in Hochrisikosektoren verpflichtende unabhängige Prüfungen zum Zwecke des notwendigen Konformitätsnachweises gesetzlich festgeschrieben werden. Prüforganisationen wie die TÜV-Unternehmen können sicherstellen, dass soziale und ökologische Standards an jedem Glied der Lieferkette eingehalten werden. Damit tragen sie dazu bei, die Stationen eines Produkts oder Materials vom Rohstoff über die Verarbeitung bis zur Ladentheke in der gesamten Prozesskette verlässlich zu dokumentieren. In diesem Zusammenhang gilt es, soziale und ökologische Mindeststandards für Konformitätsbewertungen zu definieren und einheitliche Qualitätsstandards für Zertifizierungen und Auditberichte vorzugeben. Die internationalen Standards der Konformitätsbewertung und des Akkreditierungssystems sollten dafür zugrunde gelegt werden.

» Bestehende Standards und Zertifizierungen einbinden

Bestehende branchenspezifische Standards sollten bei der Ausgestaltung des Sorgfaltspflichtengesetzes angemessen berücksichtigt werden. Sie müssen allerdings hinreichend trennscharf, zur Erreichung der Schutzziele geeignet und unabhängig überprüfbar sein. Auf Basis von anerkannten Branchenstandards zertifizierte Unternehmen und Zulieferer sollten Erleichterungen beim Nachweis der Erfüllung ihrer Sorgfaltspflicht genießen. Bestehende Branchenstandards, nach denen bereits heute die Einhaltung einschlägiger menschenrechtlicher Standards zertifiziert wird, sind beispielsweise amfori BSCI oder SA8000.

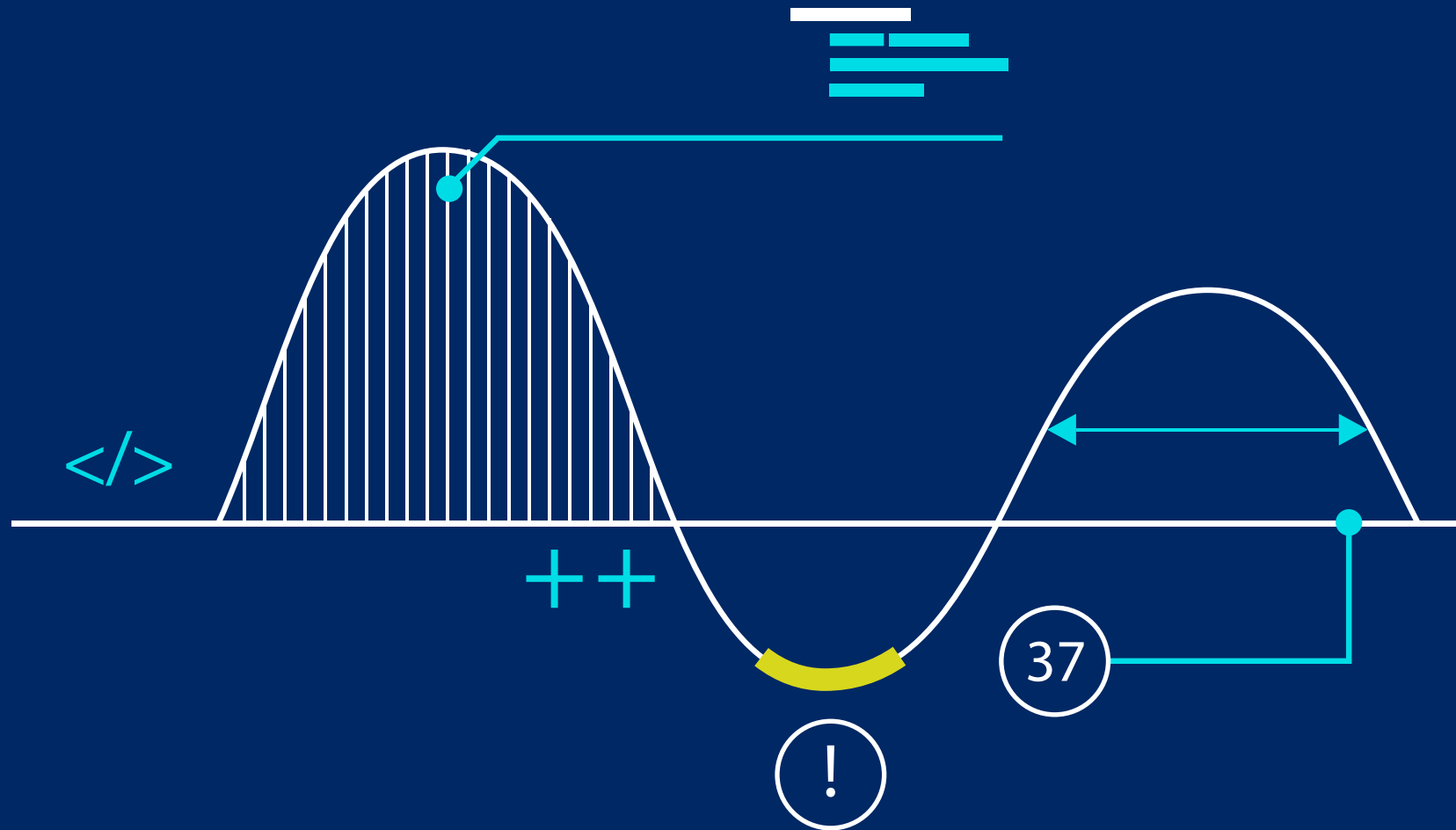
» Lieferkettenregister als ergänzendes Instrument einführen

Auch die Einrichtung einer Datenbank, die zertifizierte Zulieferer listet, kann für mehr Transparenz bei der Auswahl von Lieferanten sorgen und somit ein sinnvolles ergänzendes Instrument im Rahmen des Sorgfaltspflichtengesetzes sein. Ein solches Register könnte auch bereits vorhandene Zertifikate abbilden, sodass bisherige Initiativen und Branchenstandards anerkannt und nicht ersetzt werden. So können doppelter Aufwand vermieden und bisherige Bemühungen zur Einhaltung sozialer und ökologischer Sorgfaltspflichten entsprechend gewürdigt werden.

» Unternehmen Orientierung geben und bei der Umsetzung unterstützen

Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen sollten Beratungsangebote zur Verfügung stehen, die Informationen darüber liefern, wie den Sorgfaltspflichten am besten nachzukommen ist. Das betrifft zum Beispiel Mindestanforderungen für die Erstellung eines Code of Conduct, geeignete Maßnahmen und Techniken für die Risikobewertung sowie Informationen zu digitalen Tools rund um ein nachhaltiges Lieferantenmanagement.

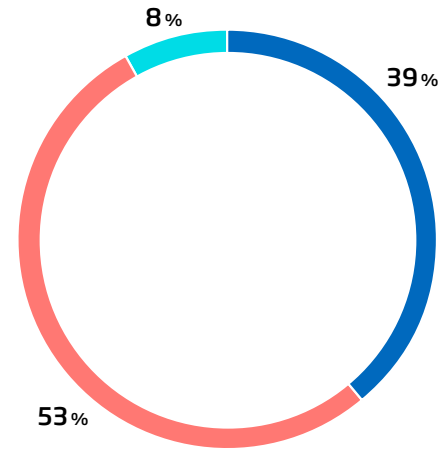
Methodik



8

Im Auftrag des TÜV-Verband e. V. hat die forsa Politik- und Sozialforschung GmbH eine Unternehmensbefragung in ausgewählten Branchen (Produzierendes Gewerbe, Öffentlicher Bereich/ Gesundheit, Handel, Energie, Verkehr, Bau) zum Thema „Nachhaltige Lieferketten“ durchgeführt. Befragt wurden Mitglieder der Geschäftsleitung (39 Prozent), Abteilungs- bzw. Bereichsverantwortliche (53 Prozent) und Einkäufer:innen (8 Prozent).

Im Rahmen der Untersuchung wurden bundesweit insgesamt 500 Unternehmen ab 25 Mitarbeiter:innen nach einem systematischen Zufallsverfahren befragt.



- Mitglieder der Geschäftsleitung
- Abteilungs- bzw. Bereichsverantwortliche
- Einkäufer:innen

Die Stichprobe wurde disproportional angelegt, um für drei Unternehmensgrößenklassen Aussagen treffen zu können:

Kleine Unternehmen mit 25 bis 49 Mitarbeiter:innen

Mittlere Unternehmen mit 50 bis 249 Mitarbeiter:innen

Großunternehmen mit 250 und mehr Mitarbeiter:innen

Es wurden insgesamt 202 kleine Unternehmen, 204 mittlere Unternehmen und 94 Großunternehmen befragt.

Die Erhebung wurde vom 26. Juli bis 9. September 2021 mithilfe computergestützter Telefoninterviews durchgeführt. Die Untersuchungsbefunde werden im vorliegenden Ergebnisbericht vorgestellt.

Die ermittelten Ergebnisse können mit den bei allen Stichprobenerhebungen möglichen Fehler toleranzen auf die Gesamtheit der Unternehmen ab 25 Mitarbeiter:innen in den befragten Branchen als repräsentativ übertragen werden.



202
kleine Unternehmen



204
mittlere Unternehmen



94
Großunternehmen

Kontakt

Über den TÜV-Verband

Der TÜV-Verband e. V. vertritt die politischen und fachlichen Interessen seiner Mitglieder gegenüber Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Öffentlichkeit.

Der Verband setzt sich für technische und digitale Sicherheit bei Produkten, Anlagen und Dienstleistungen durch unabhängige Prüfungen und qualifizierte Weiterbildung ein. Mit seinen Mitgliedern verfolgt der TÜV-Verband das Ziel, das hohe Niveau der technischen Sicherheit in unserer Gesellschaft zu wahren und Vertrauen in die digitale Welt zu schaffen.



Ansprechpartner:innen

Dr. Joachim Bühler

Geschäftsführer
Tel. +49 30 760095-350
joachim.buehler@tuev-verband.de

Juliane Petrich

Referentin Politik und Nachhaltigkeit
Tel. +49 30 760095-445
juliane.petrich@tuev-verband.de

Maurice Shahd

Leiter Kommunikation
Tel. +49 30 760095-320
maurice.shahd@tuev-verband.de

Linda Roy

Pressereferentin
Tel. +49 30 760095-580
linda.roy@tuev-verband.de

Kontakt

TÜV-Verband e. V.

Friedrichstraße 136
10117 Berlin
Tel. +49 30 760095-400
berlin@tuev-verband.de
www.tuev-verband.de

Konzeption & Design

Nordpunkt Designagentur GmbH