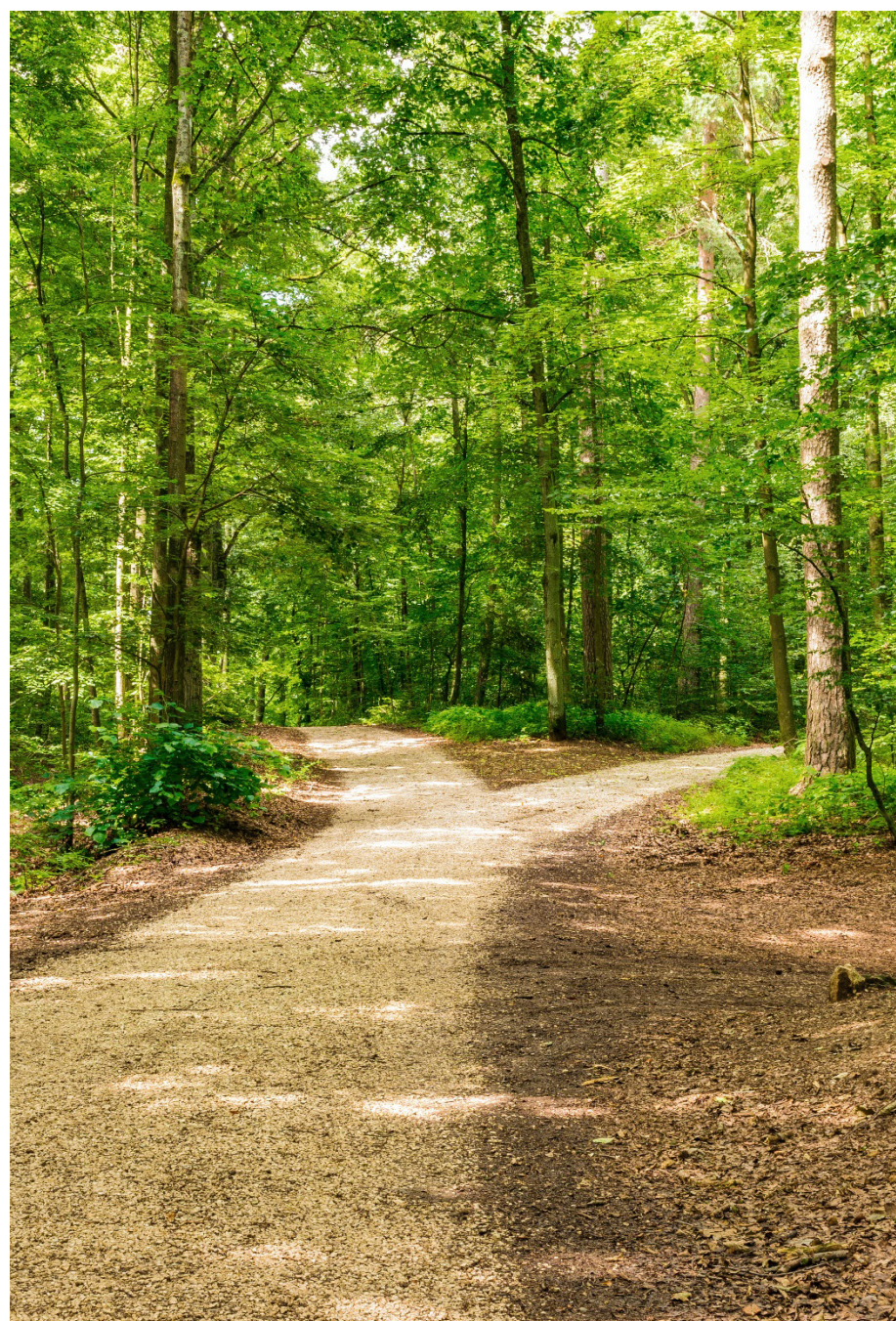


Branchenanalysen

Eine Research-Publikation der DZ BANK AG



Deutscher Mittelstand schätzt Nachhaltigkeit



VOLKSWIRTSCHAFT

Fertiggestellt:
19.8.2021 10:00 Uhr

INHALT

NACHHALTIGKEIT BLIEB AUCH WÄHREND DER CORONA-KRISE WICHTIG	2
MITTELSTAND UND NACHHALTIGKEIT	3
Ein Überblick der eingesetzten Maßnahmen	3
Die Maßnahmen im Detail	4
ERWARTUNGEN DER MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN	8
Nutzen aus dem Einsatz für Nachhaltigkeit	8
Höhere Kosten	9
FAZIT: BEDEUTUNG VON NACHHALTIGKEIT WIRD ZUNEHMEN	10
I. IMPRESSUM	11

Ersteller:
Dr. Claus Niegsch, Economist

NACHHALTIGKEIT BLIEB AUCH WÄHREND DER CORONA-KRISE WICHTIG

In der Corona-Krise waren die Unternehmen in Deutschland überaus großen Belastungen ausgesetzt. Dies gilt für Großunternehmen ebenso wie für den Mittelstand. Die Unternehmen konnten in der Krise aber auch die Weichen für ihre Zukunft stellen. Zwei große Zukunftstrends spielten dabei eine besondere Rolle. Dies war einerseits die Digitalisierung, auf die viele Unternehmen im Lockdown angewiesen waren, um überhaupt Umsätze zu generieren. Andere Unternehmen mussten ihren Geschäftsbetrieb schnellstmöglich auf die Home Office-Nutzung umstellen, wieder andere nutzten die Digitalisierung, um effizienter zu werden und Kosten einzusparen. Der andere Zukunftstrend ist die Umstellung auf ein nachhaltiges Wirtschaften.

Vielen Mittelständlern ist bereits bewusst, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein Schlagwort ist, sondern ihnen auch Vorteile bringen kann. Sie werden damit etwa merklich attraktiver für die angesichts der demografischen Entwicklung in Zukunft immer stärker gesuchten Fachkräfte. Außerdem sind nachhaltig wirtschaftende Unternehmen besser vorbereitet auf den Klimawandel und die von der Politik gesetzten oder noch zu setzenden Rahmenbedingungen für den Umstieg in eine CO₂-neutrale Wirtschaft.

Davon abgesehen sollte der sichtbare Einsatz von Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit den Unternehmen einen zusätzlichen Kundenkreis erschließen, der den Kauf von Produkten und Dienstleistungen auch von nachhaltigen Gesichtspunkten abhängig macht. Dies sind nicht nur Endverbraucher, sondern zunehmend auch andere nachhaltig ausgerichtete Unternehmen. Insgesamt dürften sich Investitionen in mehr Nachhaltigkeit damit für die große Mehrheit der (mittelständischen) Unternehmen langfristig auszahlen, auch wenn sie unbestreitbar erst einmal mit höheren Kosten verbunden sind.

Dabei ist Nachhaltigkeit ein sehr umfassender Begriff. Die Nachhaltigkeitsziele sollten sich an den sogenannten ESG-Kriterien orientieren, also an „Environment“, „Social“ und „Governance“. Nachhaltiges Wirtschaften betrifft eben nicht nur ökologische Aspekte wie den Klimawandel („Environment“), sondern auch soziale Aspekte wie Gesundheit, Menschenrechte oder Diversity („Social“) und bezieht sich zudem auf die Art und Weise, wie ein Unternehmen geführt wird („Governance“). Hier ist neben einer nachhaltigen, also auf langfristigen Erfolg ausgelegten Unternehmensführung eben auch die Definition von eigenen Unternehmenswerten wichtig und wie diese gelebt werden.

Um herauszufinden, wie der deutsche Mittelstand in Sachen Nachhaltigkeit derzeit aufgestellt ist, haben wir 1.000 mittelständische Unternehmen über ihr entsprechendes Engagement befragt. Dabei fand die Umfrage inmitten des zweiten Lockdowns statt. Sicherlich gab es Mittelständler, denen in dieser Zeit andere Probleme ungleich dringlicher erschienen, als sich mit dem Thema Nachhaltigkeit zu befassen. Die Ergebnisse unserer Umfrage zeigen aber, dass das Thema Nachhaltigkeit für die große Mehrheit der befragten Unternehmen selbst in den schwierigen Zeiten der Pandemie von großer Bedeutung geblieben ist. Viele Unternehmen nutzten dementsprechend die Krise auch dazu, um besser gerüstet für die Zeit danach zu sein.

Umstellung auf nachhaltiges Wirtschaften ist ein Zukunftstrend

Mittelstand weiß, dass Nachhaltigkeit auch Vorteile bringen kann

Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit müssen sichtbar sein

„Environment“, „Social“ und „Governance“

Umfrage zur Nachhaltigkeit im Mittelstand fand mitten im zweiten Lockdown statt

MITTELSTAND UND NACHHALTIGKEIT

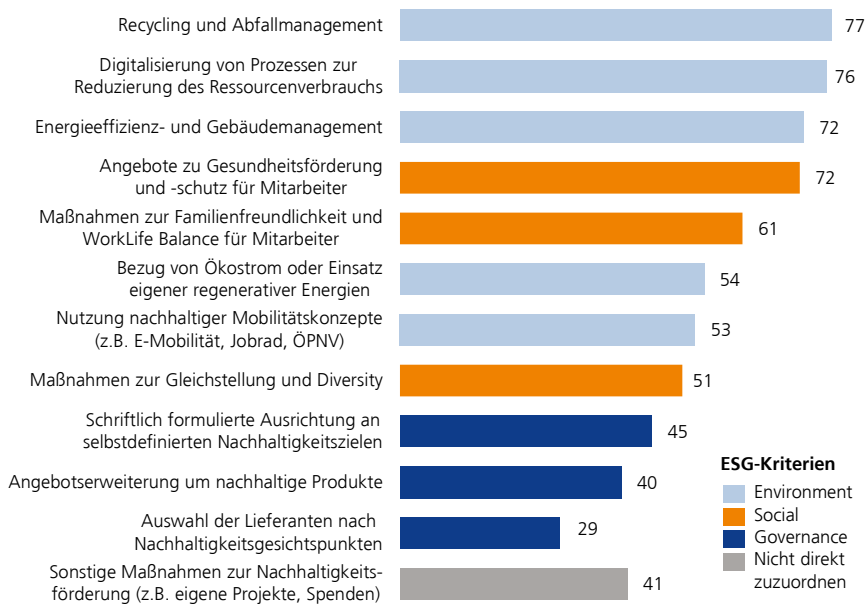
Ein Überblick der eingesetzten Maßnahmen

Die Nachhaltigkeit umfasst eine Vielzahl möglicher Aspekte. Dies zeigen schon die E(nvironment)-S(ocial)-G(overnance)-Kriterien. Analog zur Vielfalt der Nachhaltigkeitskriterien gibt es auch eine Vielzahl möglicher Maßnahmen, die ein Unternehmen einsetzen kann, um nachhaltiger zu werden. Zudem sind manche Maßnahmen eher bei Großunternehmen sinnvoll, andere auf bestimmte Branchen beschränkt.

Aus der Vielzahl möglicher Maßnahmen zur Erhöhung der Nachhaltigkeit im Unternehmen haben wir den befragten Mittelständlern zwölf für sie geeignet erscheinende Mittel zur Auswahl gestellt und gefragt, ob sie diese in ihrem Unternehmen einsetzen. Dabei haben wir darauf geachtet, dass alle ESG-Kriterien durch die entsprechenden Maßnahmen abgedeckt werden.

Nachhaltigkeit umfasst Vielzahl möglicher Aspekte

BEREITS ERGRIFFENE MAßNAHMEN ZUR ERHÖHUNG DER NACHHALTIGKEIT (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK, Mehrfachnennung möglich

Auffällig ist, dass von den drei ESG-Kriterien das Thema „Governance“ im Mittelstand die geringste Rolle zu spielen scheint. So betreiben zwar 77% der Mittelständler Recycling und Abfallmanagement („Environment“) und 72% bieten Angebote zu Gesundheitsförderung und Gesundheitsschutz ihrer Mitarbeiter („Social“). Schriftlich formulierte, selbst definierte Nachhaltigkeitsziele gibt es aber „nur“ in 45% der befragten mittelständischen Unternehmen.

Kriterium der „Governance“ scheint dem Mittelstand etwas weniger wichtig zu sein

Jedoch ist eine klare Trennschärfe zwischen den ESG-Kriterien nicht immer gegeben. So hilft die Digitalisierung von Prozessen zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs der Umwelt („Environment“). Gleichzeitig zielt sie auf den langfristigen Erfolg des Unternehmens ab und könnte daher Teil einer nachhaltigen Unternehmensführung sein („Governance“). Ähnlich verhält es sich beim Gesundheitsmanagement, das gleichzeitig dem Mitarbeiter persönlich hilft („Social“) und eine nachhaltige Unternehmensführung über ein gutes Arbeitsumfeld unterstützt („Governance“).

Nicht immer ist eine eindeutige Zuordnung zu „Environment“, „Social“ und „Governance“ möglich

Die Maßnahmen im Detail

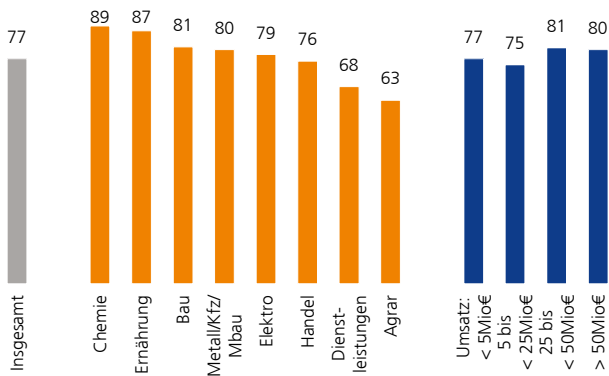
Natürlich ist nicht nur interessant, welche Maßnahmen zur Nachhaltigkeit im deutschen Mittelstand eingesetzt werden und wie häufig dies der Fall ist. Noch aufschlussreicher dürfte der Blick in die Details sein, den wir in diesem Abschnitt vornehmen. Schließlich gibt es bei einzelnen Maßnahmen große Unterschiede nach Branchen oder Unternehmensgrößenklassen.

Der Einsatz von Recycling und Abfallmanagement wird nicht nur von den meisten mittelständischen Unternehmen betrieben. Er ist auch weitestgehend unabhängig von der jeweiligen Unternehmensgröße. Auf Branchenebene zeigen sich jedoch gewisse Unterschiede. Von den Mittelständlern in der Chemie- und Kunststoffbranche sowie im Ernährungsgewerbe setzen jeweils fast neun von zehn Unternehmen auf Recycling und Abfallmanagement. Deutlich geringer fällt dieser Anteil bei den Dienstleistern und in der Agrarwirtschaft aus. Aber selbst hier sind es immer noch jeweils rund zwei Drittel der Befragten.

Bei einzelnen Maßnahmen gibt es große Unterschiede nach Branchen oder Unternehmensgrößenklassen

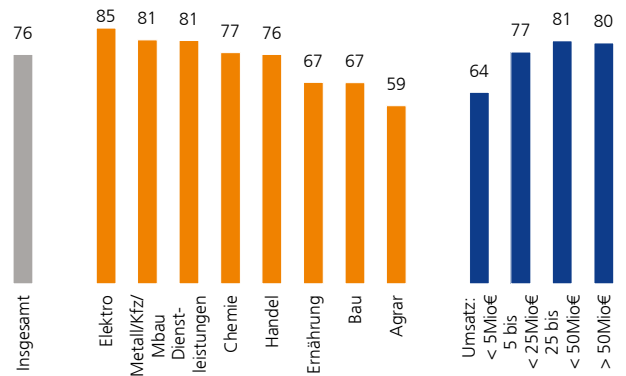
Recycling und Abfallmanagement

RECYCLING UND ABFALLMANAGEMENT (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

DIGITALISIERUNG VON PROZESSEN ZUR REDUZIERUNG DES RESSOURCENVERBRAUCHS (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

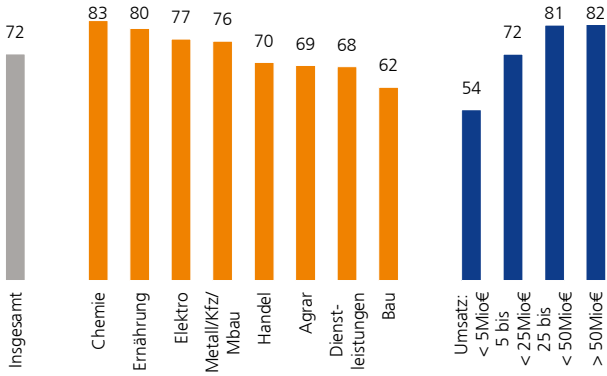
Die Digitalisierung von Prozessen zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs wird dagegen mit zunehmender Unternehmensgröße tendenziell immer stärker betrieben. Vier von fünf Unternehmen mit einem jährlichen Umsatz von mehr als 25 Mio. Euro bauen auf diese Maßnahme. Bei den kleinen Unternehmen mit einem Jahresumsatz von unter 5 Mio. Euro ist der Anteil mit weniger als zwei Dritteln zwar deutlich geringer. Aber selbst hier ist es noch eine große Mehrheit. Bei den Branchen wird eine Prozessdigitalisierung zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs besonders häufig in Elektroindustrie, Metall-, Automobil- und Maschinenbau sowie Dienstleistungen eingesetzt. Trotz der in der Agrarbranche eigentlich weit fortgeschrittenen Digitalisierung bildet sie hier mit einem Anteil von weniger als 60% der Befragten das Schlusslicht hinter Baugewerbe und Ernährungsgewerbe.

Digitalisierung von Prozessen zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs

Die Nutzung eines Energieeffizienz- und Gebäudemanagements wird insbesondere von den Mittelständlern im verarbeitenden Gewerbe forciert. Am stärksten ausgeprägt ist es mit 83% in der Chemie- und Kunststoffindustrie, die zusammen mit der Metallerzeugung und –bearbeitung auch den höchsten Energieverbrauch in Relation zum Umsatz aufweist. Nach Angaben des statistischen Bundesamtes betrug der Energieverbrauch in der chemischen Industrie je 1.000 Euro Umsatz 8,0 Gigajoule (GJ) und im oben angeführten Bereich der Metallindustrie sogar 9,0 GJ.

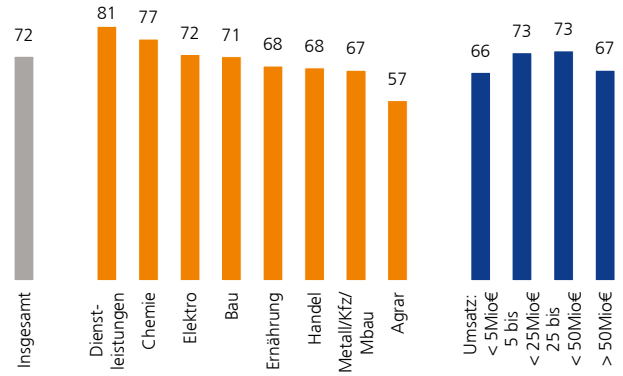
Energieeffizienz- und Gebäudemanagement ...

ENERGIEEFFIZIENZ- UND GEBÄUDEMANAGEMENT (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

ANGEBOTE ZU GESUNDHEITSFÖRDERUNG UND -SCHUTZ FÜR MITARBEITER (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

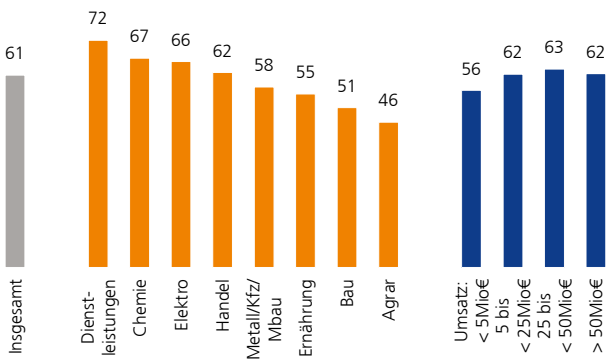
Daher ist der Anreiz zum Energiesparen hier auch besonders hoch, insbesondere vor dem Hintergrund langfristig stark zunehmender Kosten für den CO₂-Ausstoß. Zum Vergleich: Im Maschinen- und Automobilbau waren es nur 0,3 GJ/1.000 Euro Umsatz. Der Einsatz eines Energieeffizienz- und Gebäudemanagements steigt zudem mit zunehmender Unternehmensgröße deutlich von 54% bei den kleinen Mittelständlern auf über 80% bei den großen Mittelständlern.

... steigt mit zunehmender Unternehmensgröße

Bei den Angeboten zu Gesundheitsförderung und Gesundheitsschutz der Mitarbeiter ist ein solcher Zusammenhang dagegen nicht zu beobachten. Hier gibt es nur geringe Unterschiede nach Größenklassen. Bei der Branchenbetrachtung zeigen sich jedoch deutliche Differenzen. Mit 57% der Befragten schneidet die Agrarwirtschaft bei den Angeboten zur Mitarbeitergesundheit weit unterdurchschnittlich ab. Dies ist sicherlich zu einem beträchtlichen Teil auf die hohe Bedeutung von Familienbetrieben in der Landwirtschaft zurückzuführen, was auch für ein vergleichsweise schlechtes Ergebnis bei den Mitarbeitermaßnahmen zu Familienfreundlichkeit und Work Life Balance sorgen dürfte. Weniger als die Hälfte der befragten Agrarbetriebe bieten diese an. Weit überdurchschnittlich schneiden hier die mittelständischen Dienstleistungsunternehmen ab.

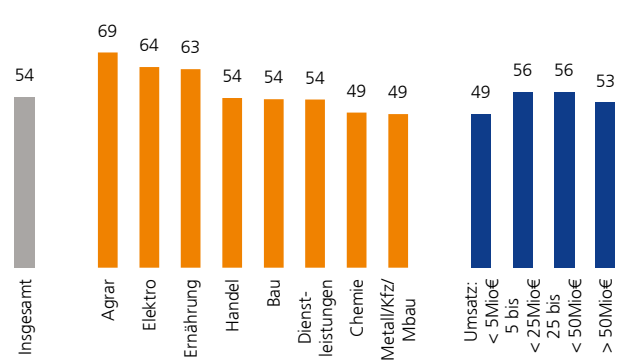
Gesundheitsförderung und Gesundheitsschutz der Mitarbeiter

MAßNAHMEN ZU FAMILIENFREUNDLICHKEIT UND WORK LIFE BALANCE FÜR DIE MITARBEITER (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

BEZUG VON ÖKOSTROM ODER EINSATZ EIGENER REGENERATIVER ENERGIEN (IN % DER BEFRAGTEN)



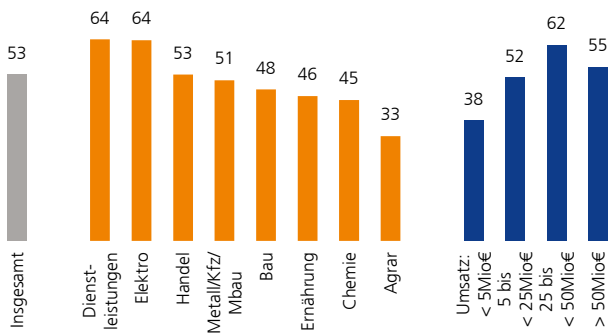
Quelle: DZ BANK

Aber auch die Mittelständler in der Chemie- und Kunststoffindustrie sowie in der Elektroindustrie bieten solche Maßnahmen überdurchschnittlich häufig an. Die Unterschiede nach Größenklassen sind dagegen ebenso gering wie beim Bezug von Ökostrom oder beim Einsatz eigener regenerativer Energien.

Beim Einsatz selbst erzeugter regenerativer Energien geht die Landwirtschaft mit leuchtendem Beispiel voran. Mit der Einführung des Erneuerbare-Energien-Gesetzes im Jahr 2000 wurden nach und nach immer mehr Landwirte auch zu Energiewirten. Andere Branchen zeigen ihr Umweltengagement dagegen vor allem durch den Bezug von Ökostrom. Überdurchschnittlich ausgeprägt ist dies in der Elektroindustrie und im Ernährungsgewerbe.

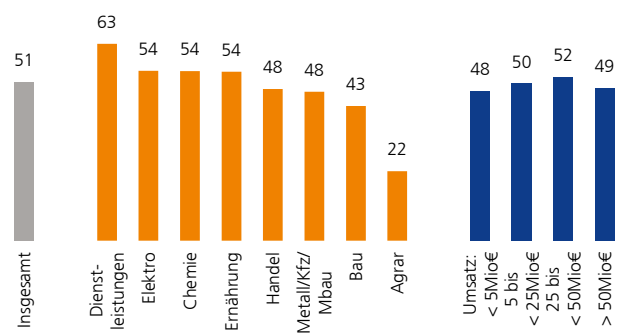
Bezug von Ökostrom oder Einsatz eigener regenerativer Energien

NUTZUNG NACHHALTIGER MOBILITÄTSKONZEPTE (Z.B. E-MOBILITÄT, JOBRAD, ÖPNV) (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

MAßNAHMEN ZUR GLEICHSTELLUNG UND DIVERSITY (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

Bei der Unterstützung nachhaltiger Mobilitätskonzepte fällt die Agrarwirtschaft dagegen wieder deutlich zurück, wobei die Möglichkeiten im ländlichen Raum auch begrenzt sind. Für die kleinen mittelständischen Unternehmen mit einem jährlichen Umsatz von weniger als 5 Mio. Euro spielen nachhaltige Mobilitätskonzepte derzeit ebenfalls eine untergeordnete Rolle. Überdurchschnittlich häufig genutzt wird dies dagegen von Mittelständlern im Dienstleistungsgewerbe und der Elektroindustrie.

Unterstützung nachhaltiger Mobilitätskonzepte

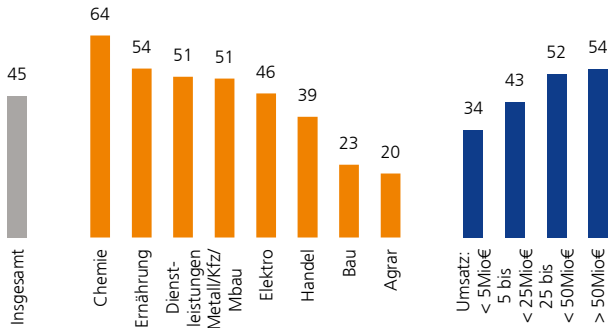
Auch bei den Maßnahmen zu Gleichstellung und Diversity schreiten die Dienstleister voran. Dagegen spielt dieser Aspekt in der Agrarwirtschaft bisher nur eine untergeordnete Rolle. Bemerkenswert ist, dass es keine nennenswerten Unterschiede zwischen den Größenklassen gibt. Das gilt zudem auch für die regionale Betrachtung nach Ost- und Westdeutschland.

Maßnahmen zu Gleichstellung und Diversity

Der eindeutig dem ESG-Kriterium „Governance“ zuzuordnende Aspekt einer schriftlichen Formulierung von im Unternehmen selbstdefinierten Nachhaltigkeitszielen weist besonders große Differenzen zwischen den Befragten auf. Tendenziell finden sich solche selbstdefinierten unternehmensspezifischen Nachhaltigkeitsziele stärker bei den größeren Unternehmen wieder. Besonders deutlich fallen bei diesem Thema die Unterschiede zwischen den Branchen aus. Während in der Agrarwirtschaft und im Baugewerbe nur jeweils rund 20% der befragten Unternehmen ihre eigenen Nachhaltigkeitsziele formuliert und schriftlich festgehalten haben, sind es bei den Mittelständlern in der Chemie- und Kunststoffindustrie annähernd zwei Drittel aller Befragten. Überhaupt scheint dieses Thema besonders im verarbeitenden Gewerbe und in den Dienstleistungen von Bedeutung zu sein.

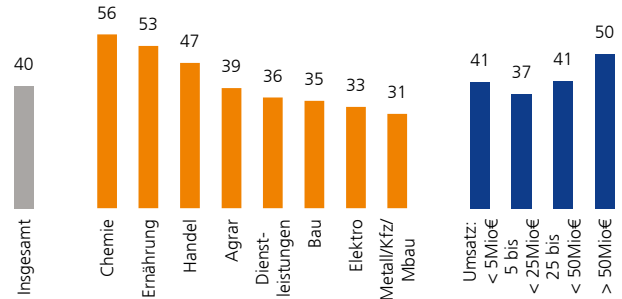
Schriftliche Formulierung von im Unternehmen selbstdefinierten Nachhaltigkeitszielen

SCHRIFTLICH FORMULIERTE AUSRICHTUNG AN SELBSTDEFINIERTEN NACHHALTIGKEITSGIELEN (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

ANGEBOTSERWEITERUNG UM NACHHALTIGE PRODUKTE (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

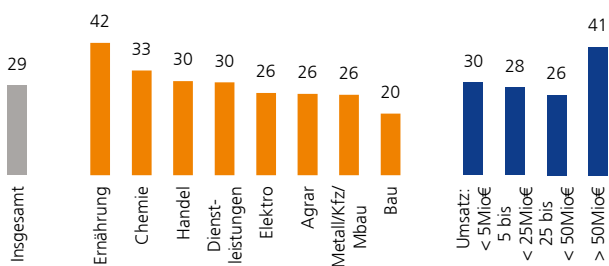
Deutlich ausgeglichener fielen die Antworten hinsichtlich einer Angebotserweiterung um nachhaltige Produkte aus. Dies betrifft zwar auch insbesondere die großen Mittelständler mit einem Jahresumsatz von mehr als 50 Mio. Euro, von denen die Hälfte ihre Angebotspalette um den Bereich Nachhaltigkeit ausgeweitet hat. Bei den kleinen Mittelständlern mit weniger als 5 Mio. Euro Jahresumsatz sind es aber immerhin auch noch 41%. Das geringste Interesse an einer nachhaltigen Angebotserweiterung zeigten mit jeweils gut 30% die Mittelständler im Metall-, Automobil- und Maschinenbau sowie in der Elektroindustrie. Dagegen erweiterten jeweils mehr als die Hälfte der Befragten in der Chemiebranche und im Ernährungsgewerbe ihr Angebot um nachhaltige Produkte.

Angebotserweiterung um nachhaltige Produkte

Die mittelständischen Unternehmen im Ernährungsgewerbe und in der Chemiebranche zeigten sich auch am meisten offen für eine Auswahl ihrer Lieferanten nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten. Ähnlich ausgeprägt wie in der Chemieindustrie war das nur noch bei den großen Mittelständlern mit einem jährlichen Umsatz von mehr als 50 Mio. Euro der Fall. Insgesamt spielte dieser Aspekt unter den von uns gestellten Antwortmöglichkeiten zwar mit einem Anteil von knapp 30% die geringste Rolle. Das bedeutet aber dennoch, dass bei der Auswahl ihrer Lieferanten immerhin drei von zehn Mittelständlern Wert auf Nachhaltigkeitsaspekte legen.

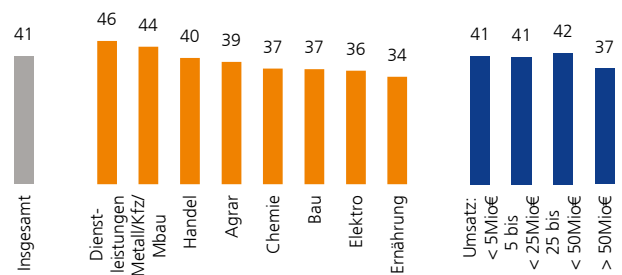
Auswahl von Lieferanten nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten

AUSWAHL DER LIEFERANTEN NACH NACHHALTIGKEITSGESICHTSPUNKTEN (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

SONSTIGE MAßNAHMEN ZUR NACHHALTIGKEITSFÖRDERUNG (Z.B. EIGENE PROJEKTE, SPENDEN) (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

Vier von zehn mittelständische Unternehmen ergriffen noch weitere Maßnahmen wie etwa eigene Nachhaltigkeitsprojekte oder Spenden an nachhaltig orientierte gemeinnützige Organisationen. Die Streuung fällt bei diesen sonstigen Maßnahmen sowohl hinsichtlich der Branchenbetrachtung als auch insbesondere hinsichtlich der Größenklassenbetrachtung vergleichsweise gering aus.

Weitere Maßnahmen

ERWARTUNGEN DER MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN

Nutzen aus dem Einsatz für Nachhaltigkeit

Neben den von den Unternehmen tatsächlich ergriffenen Nachhaltigkeitsmaßnahmen ist auch von Interesse, aus welchem Grund sich die deutschen Mittelständler mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen. Am meisten genannt wurde hier mit immerhin 80% die eigene Überzeugung. Dabei gibt es nur sehr geringe Abweichungen auf der Branchenebene oder nach Unternehmensgröße.

Eigene Überzeugung ist wichtigster Grund für Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Mittelstand

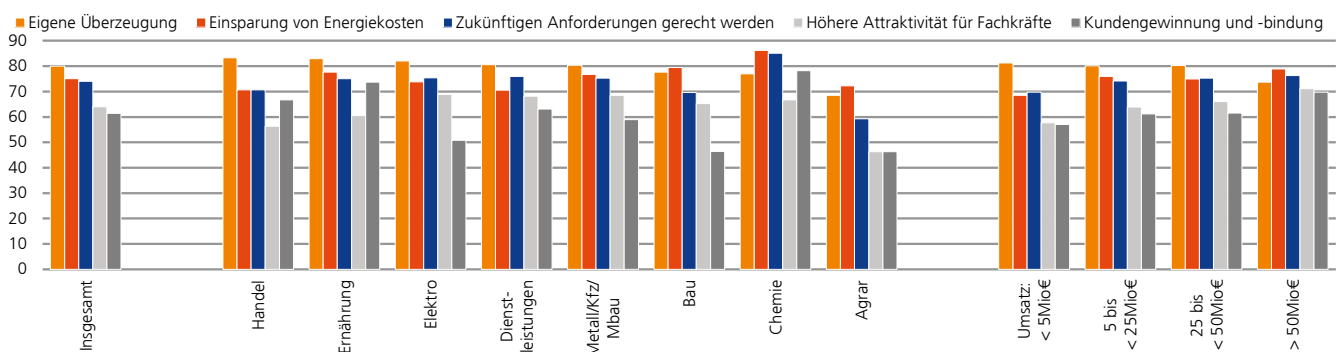
Direkt auf die eigene Überzeugung folgten aber bereits zwei weniger altruistische Gründe, nämlich die Erwartung einer möglichen Einsparung von Energiekosten (75%) und dass die Unternehmen heute schon zukünftigen Anforderungen gerecht werden wollen (74%). Bei den Mittelständlern in der Chemie- und Kunststoffindustrie und bei den großen Mittelständlern mit einem Jahresumsatz über 50 Mio. Euro übertreffen diese beiden Erwartungen an die Nachhaltigkeit sogar die eigene Überzeugung. Im Baugewerbe und in der Agrarwirtschaft gilt das lediglich für die Einsparung von Energiekosten. Gerade bei der Agrarwirtschaft mit der dort hohen Bedeutung der Eigenerzeugung erneuerbarer Energien dürfte sich diese Erwartung auch recht schnell erfüllen.

75% erwarten Einsparung von Energiekosten, 74% wollen heute schon zukünftigen Anforderungen gerecht werden

Mit etwas Abstand folgt die Erwartung, mit dem Einsatz für Nachhaltigkeit attraktiver für eigene und für externe Fachkräfte zu sein (64%). Bei den großen Mittelständlern mit einem jährlichen Umsatz von mehr als 50 Mio. Euro sind es sogar über 71%. Auf Branchenebene erwarten sich hier die mittelständischen Unternehmen in der Elektroindustrie die meisten Vorteile (69%), dicht gefolgt von den Mittelständlern im Metall-, Automobil- und Maschinenbau (69%) und in der Chemie- und Kunststoffindustrie (67%). Dieser Aspekt dürfte gerade vor dem Hintergrund des sich langfristig immer mehr verschärfenden Fachkräftemangels weiter an Bedeutung gewinnen.

Attraktiv für Fachkräfte

URSACHEN FÜR DEN EINSATZ FÜR NACHHALTIGKEIT (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK, Mehrfachnennung möglich

Immerhin noch 61% der Befragten erhofft sich von ihrem Engagement in Nachhaltigkeit eine höhere Kundenbindung oder sogar neue Kunden zu gewinnen. Besonders hoch sind hier die Zustimmungswerte bei den mittelständischen Unternehmen in der Chemie- und Kunststoffindustrie (78%) und im Ernährungsgewerbe (74%). Weit unterdurchschnittlich fallen sie dagegen im Baugewerbe und in der Agrarwirtschaft (jeweils 46%) aus. In der Agrarwirtschaft könnte dies zudem gleichbedeutend damit sein, dass dort weniger als die Hälfte der befragten mittelständischen Unternehmen auf die möglichen wirtschaftlichen Vorteile einer ökologischen Landwirtschaft vertrauen.

Höhere Kosten

Unabhängig von langfristig möglichen Einsparungen oder zusätzlichen Erträgen sind Investitionen in Nachhaltigkeit erst einmal mit Kosten verbunden. Dementsprechend erwarten auch rund 55% der befragten Mittelständler höhere Kosten durch mehr Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen. In Ostdeutschland sind es sogar über 58%, während sich in den westdeutschen mittelständischen Unternehmen nur 53% der Befragten Sorgen über höhere Kosten durch mehr Nachhaltigkeit machen.

Besonders die Mittelständler im Baugewerbe und in der Chemie- und Kunststoffindustrie rechnen mit einer nachhaltigkeitsbedingten Kostensteigerung. In der Chemieindustrie dürfte dies vor allem am hohen Energieverbrauch der Branche liegen, während den Bauunternehmen insbesondere die immer schärferen rechtlichen Anforderungen an den Klimaschutz der Gebäude Sorgen bereiten dürfte. Dadurch wird das Bauen immer teurer, was letztendlich langfristig sogar die Nachfrage der in den vergangenen Jahren boomenden Branche belasten könnte.

Wesentlich weniger Sorgen bereitet eine mögliche Kostensteigerung durch Nachhaltigkeitsmaßnahmen dagegen den mittelständischen Unternehmen in der Elektroindustrie. Nur ein gutes Drittel rechnet hier mit steigenden Kosten. Damit liegt die Bewertung der Kostenseite in dieser Branche weit unter den Zustimmungswerten hinsichtlich der im letzten Abschnitt aufgeführten verschiedenen Erwartungen an den Nutzen aus dem Einsatz für Nachhaltigkeit. Für die Mehrheit der mittelständischen Unternehmen in der Elektroindustrie scheint sich somit ihr Nachhaltigkeitsengagement schon heute auch ökonomisch zu rentieren.

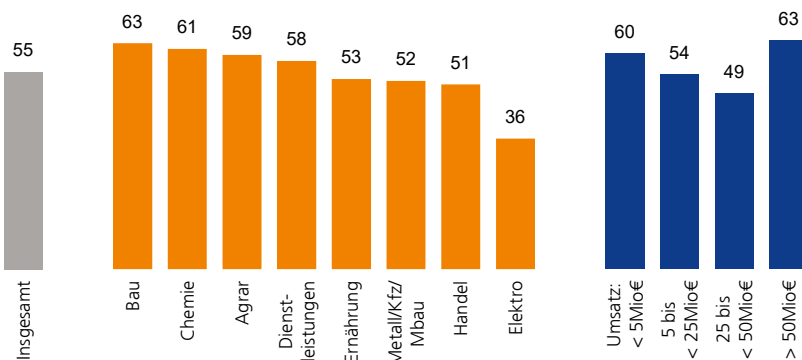
Kundenbindung und Kundengewinnung

55% der Mittelständler rechnen wegen Nachhaltigkeit mit höheren Kosten, ...

... besonders im Baugewerbe und in der Chemieindustrie

Kostensteigerung bereitet Mittelständlern in der Elektroindustrie nur geringe Sorgen

KOSTENSTEIGERUNGEN DURCH NACHHALTIGKEIT (IN % DER BEFRAGTEN)



Quelle: DZ BANK

FAZIT: BEDEUTUNG VON NACHHALTIGKEIT WIRD ZUNEHMEN

Der Megatrend Nachhaltigkeit hat nicht einmal in der Corona-Pandemie an Bedeutung verloren. Eventuell wären unter normaleren Umständen die Zustimmungswerte zu einigen unserer Fragen noch etwas höher ausgefallen. Aber selbst so beweist diese Umfrage, dass das Thema Nachhaltigkeit dem deutschen Mittelstand überaus wichtig ist.

Erfreulich an den Umfrageergebnissen ist zudem, dass die Unternehmen zwar auch den Kostenaspekt von mehr Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen im Auge haben. Noch stärker gewichten viele aber den möglichen Nutzen aus ihren Investitionen in die Nachhaltigkeit. Und dieser Nutzen kann vielfältig sein und von Einsparungen bei den Energiekosten bis hin zu einer höheren Kundenbindung oder gar der Gewinnung neuer Kunden reichen.

Ein derzeit noch kaum zu quantifizierender Nutzen könnte sich angesichts der demografischen Entwicklung und der daraus resultierenden Verschärfung des Fachkräftemangels langfristig insbesondere durch eine höhere Attraktivität des eigenen Unternehmens für Fachkräfte erzielen lassen. Dabei dürften etwa Investitionen in Maßnahmen zu Familienfreundlichkeit und Work Life Balance oder in Gesundheitsförderung und Gesundheitsschutz nicht nur neue, viel gesuchte Fachkräfte anziehen. Gleichzeitig können damit auch die bereits im Haus befindlichen Fachkräfte gehalten werden.

Ebenso vielfältig wie die Definition der Nachhaltigkeit zeigen sich letztendlich auch die möglichen Maßnahmen zur Verbesserung derselben im eigenen Unternehmen sowie der langfristig daraus zu erzielende Nutzen. Diese Nachhaltigkeitsumfrage hat letztendlich auch bewiesen, dass den mittelständischen Unternehmen dieser Zusammenhang schon längst bekannt ist. Nachhaltigkeit ist somit erfreulicherweise nichts Neues für den deutschen Mittelstand.

Megatrend Nachhaltigkeit hat in der Corona-Pandemie nicht an Bedeutung verloren

Unternehmen sehen zwar die Kosten der Nachhaltigkeit, noch stärker gewichten sie aber den Nutzen

Nachhaltigkeit könnte Folgen der demografischen Entwicklung für die Unternehmen abfedern

Nachhaltigkeit ist nichts Neues für den deutschen Mittelstand

I. IMPRESSUM

Herausgeber:

DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt am Main, Platz der Republik, 60265 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 7447 - 01

Telefax: + 49 69 7447 - 1685

Homepage: www.dzbank.de

E-Mail: mail@dzbank.de

Vertreten durch den Vorstand: Uwe Fröhlich (Co-Vorstandsvorsitzender), Dr. Cornelius Riese (Co-Vorstandsvorsitzender), Uwe Berghaus, Dr.Christian Brauckmann, Ulrike Brouzi, Wolfgang Köhler, Michael Speth, Thomas Ullrich

Aufsichtsratsvorsitzender: Henning Deneke-Jöhrens

Sitz der Gesellschaft: Eingetragen als Aktiengesellschaft in Frankfurt am Main, Amtsgericht Frankfurt am Main, Handelsregister HRB 45651

Aufsicht: Die DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt am Main wird durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und die Europäische Zentralbank (EZB) beaufsichtigt.

Umsatzsteuer Ident. Nr.: DE114103491

Sicherungseinrichtungen: Die DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt am Main ist der amtlich anerkannten BVR Institutssicherung GmbH und der zusätzlich freiwilligen Sicherungseinrichtung des Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. angeschlossen:

www.bvr-institutssicherung.de

www.bvr.de/SE

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Jan Holthusen, Bereichsleiter Research und Volkswirtschaft

© DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt am Main, 2021 Nachdruck, Vervielfältigung und sonstige Nutzung nur mit vorheriger Genehmigung der DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt am Main

II. PFLICHTANGABEN FÜR SONSTIGE RESEARCH-INFORMATIONEN UND WEITERFÜHRENDE HINWEISE

1. Verantwortliches Unternehmen

- 1.1** Diese **Sonstige Research-Information** wurde von der **DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt am Main (DZ BANK)** als Wertpapierdienstleistungsunternehmen erstellt. **Sonstige Research-Informationen** sind **unabhängige Kundeninformationen**, die **keine Anlageempfehlungen für bestimmte Emittenten** oder **bestimmte Finanzinstrumente enthalten**. Sie berücksichtigen **keine** persönlichen Anlagekriterien.
- 1.2** Die **Pflichtangaben für Research-Publikationen** (Finanzanalysen und Sonstige Research-Informationen) sowie **weitere Hinweise, insbesondere zur Conflicts of Interest Policy** des **DZ BANK Research** sowie zu **Methoden** und **Verfahren** können **kostenfrei eingesehen** und **abgerufen** werden unter: **www.dzbank.de/Pflichtangaben**.

2. Zuständige Aufsichtsbehörden

Die DZ BANK wird als Kreditinstitut bzw. Wertpapierdienstleistungsunternehmen beaufsichtigt durch die:

- **Europäische Zentralbank - www.ecb.europa.eu**
Sonnemannstraße 20 in 60314 Frankfurt / Main bzw.
- **Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht - www.bafin.de**
Marie-Curie-Straße 24 - 28 in 60439 Frankfurt / Main

3. Unabhängigkeit der Analysten

- 3.1 Research-Publikationen** (Finanzanalysen und Sonstige Research-Informationen) der DZ BANK werden von ihren angestellten oder von ihr im Einzelfall beauftragten sachkundigen Analysten unabhängig und auf der Basis der verbindlichen **Conflicts of Interest Policy** erstellt.
- 3.2** Jeder Analyst, der in die Erstellung dieser Sonstigen Research-Publikation inhaltlich eingebunden ist, bestätigt, dass
- diese Research-Publikation seine unabhängige fachliche Bewertung des analysierten Objektes unter Beachtung der Conflicts of Interest Policy der DZ BANK wiedergibt sowie
 - seine Vergütung weder vollständig, noch teilweise, weder direkt, noch indirekt von einer in dieser Research-Publikation vertretenen Meinung abhängt.

4. Aktualisierungen und Geltungszeiträume für Sonstige Research Informationen

- 4.1** Die Häufigkeit der **Aktualisierung von Sonstigen Research-Informationen** hängt von den jeweiligen makroökonomischen Rahmenbedingungen, den aktuellen Entwicklungen der relevanten Märkte, von Maßnahmen der Emittenten, von dem Verhalten der Handelsteilnehmer, der zuständigen Aufsichtsbehörden und der relevanten Zentralbanken sowie von einer Vielzahl weiterer Parameter ab. Die nachfolgend genannten Zeiträume geben daher nur einen **unverbindlichen Anhalt** dafür, wann mit einer Aktualisierung gerechnet werden kann.
- 4.2 Eine Pflicht zur Aktualisierung** Sonstiger Research-Informationen **besteht nicht**. Wird eine Sonstige Research Information aktualisiert, **ersetzt** diese **Aktualisierung** die bisherige **Sonstige Research Information mit sofortiger Wirkung**.
Ohne Aktualisierung **enden / verfallen Bewertungen / Aussagen mit Ablauf von sechs Monaten**. Diese Frist **beginnt** mit dem **Tag der Publikation**.
- 4.3** Auch aus Gründen der Einhaltung aufsichtsrechtlicher Pflichten können im Einzelfall Aktualisierungen Sonstiger Research-Informationen **vorübergehend** und **unangekündigt unterbleiben**.
- 4.4** Sofern Aktualisierungen **zukünftig unterbleiben**, weil ein Objekt / Aspekt nicht weiter analysiert werden soll, wird dies in der letzten Publikation mitgeteilt oder, falls eine abschließende Publikation unterbleibt, werden die Gründe für die Einstellung der Analyse gesondert mitgeteilt.

5. Vermeidung und Management von Interessenkonflikten

- 5.1** Das DZ BANK Research verfügt über eine verbindliche **Conflicts of Interest Policy**, die sicherstellt, dass relevante Interessenkonflikte der DZ BANK, der DZ BANK Gruppe, der Analysten und Mitarbeiter des Bereichs Research und Volkswirtschaft und der ihnen nahestehenden Personen vermieden werden oder, falls diese faktisch nicht vermeidbar sind, angemessen identifiziert, gemanagt, offengelegt und überwacht werden. Wesentliche Aspekte dieser Policy, die **kostenfrei** unter **www.dzbank.de/Pflichtangaben eingesehen** und **abgerufen** werden kann, werden nachfolgend zusammengefasst.
- 5.2** Die DZ BANK organisiert den Bereich Research und Volkswirtschaft als Vertraulichkeitsbereich und schützt ihn durch Chinese Walls gegenüber anderen Organisationseinheiten der DZ BANK und der DZ BANK Gruppe. Die Abteilungen und Teams des Bereichs, die Finanzanalysen erstellen, sind ebenfalls mittels Chinese Walls, räumlichen Trennungen sowie durch eine Closed Doors und Clean Desk Policy geschützt. Über die Grenzen dieser Vertraulichkeitsbereiche hinweg darf in beide Richtungen nur nach dem Need-to-know-Prinzip kommuniziert werden.
- 5.3** Insbesondere durch die in **Absatz 5.2** bezeichneten und die weiteren in der Policy dargestellten Maßnahmen werden auch weitere, theoretisch denkbare informationsgestützte persönliche Interessenkonflikte von Mitarbeitern des Bereichs Research und Volkswirtschaft sowie der ihnen nahestehenden Personen vermieden.
- 5.4** Die Vergütung der Mitarbeiter des Bereichs Research und Volkswirtschaft hängt weder insgesamt, noch in dem variablen Teil direkt oder wesentlich von Erträgen aus dem Investmentbanking, dem Handel mit Finanzinstrumenten, dem sonstigen Wertpapiergeschäft und / oder dem Handel mit Rohstoffen, Waren, Währungen und / oder von Indizes der DZ BANK oder der Unternehmen der DZ BANK Gruppe ab.
- 5.5** Die DZ BANK sowie Unternehmen der DZ BANK Gruppe emittieren Finanzinstrumente für Handel, Hedging und sonstige Investitionszwecke, die als Basiswerte auch vom DZ BANK Research gecoverte Finanzinstrumente, Rohstoffe, Währungen, Benchmarks, Indizes und / oder andere Finanzkennzahlen in Bezug nehmen können. Diesbezügliche Interessenkonflikte werden im Bereich Research und Volkswirtschaft insbesondere durch die genannten organisatorischen Maßnahmen vermieden.

6. Adressaten und Informationsquellen

6.1 Adressaten

Sonstige Research-Informationen der DZ BANK richten sich an **Geeignete Gegenparteien** sowie **professionelle Kunden**. Sie sind daher **nicht** geeignet, an **Privatkunden** weitergegeben zu werden, **es sei denn**, (i) eine Sonstige Research-Information wurde von der DZ BANK **ausdrücklich** als auch für Privatkunden geeignet bezeichnet oder (ii) ihre ordnungsgemäße Weitergabe erfolgt durch ein in einem Mitgliedstaaten des Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) oder der Schweiz zugelassenes Wertpapierdienstleistungsunternehmen an Privatkunden, die nachweisbar über die erforderlichen Kenntnisse

und Erfahrungen verfügen, um die relevanten Risiken der jeweiligen Sonstigen Research-Information verstehen und bewerten zu können.

Sonstige Research-Informationen werden von der DZ BANK für die Weitergabe an die vorgenannten Adressaten in den **Mitgliedstaaten des Europäischen Wirtschaftsraum und der Schweiz** freigegeben.

Sonstige Research-Informationen dürfen nicht in die **Vereinigten Staaten von Amerika (USA)** verbracht und / oder dort für Transaktionen mit Kunden genutzt werden.

Die Weitergabe von Sonstigen Research Informationen in der **Republik Singapur** ist in jedem Falle der DZ BANK AG, Niederlassung Singapur vorbehalten.

6.2 Wesentliche Informationsquellen

Die DZ BANK nutzt für die Erstellung ihrer Research-Publikationen ausschließlich Informationsquellen, die sie selbst als zuverlässig betrachtet.

Sie kann jedoch nicht alle diesen Quellen entnommene Tatsachen und sonstigen Informationen selbst in jedem Fall nachprüfen. Sofern die DZ BANK jedoch im konkreten Fall Zweifel an der Verlässlichkeit einer Quelle oder der Richtigkeit von Tatsachen und sonstigen Informationen hat, wird sie darauf in der Research-Publikation ausdrücklich hinweisen.

Wesentliche Informationsquellen für Research-Publikationen sind:

Informations- und Datendienste (z. B. Refinitiv, Bloomberg, VWD, IHS Markit), zugelassene Rating-Agenturen (z.B. Standard & Poors, Moody's, Fitch, DBRS), Fachpublikationen der Branchen, die Wirtschaftspresse, die zuständigen Aufsichtsbehörden, Informationen der Emittenten (z.B. Geschäftsberichte, Wertpapierprospekte, Ad-hoc-Mitteilungen, Presse- und Analysten-Konferenzen und sonstige Publikationen) sowie eigene fachliche, mikro- und makroökonomische Recherchen, Untersuchungen und Auswertungen.

III. RECHTLICHE HINWEISE

1. Dieses Dokument richtet sich an **Geeignete Gegenparteien** sowie **professionelle Kunden** in den **Mitgliedstaaten des Europäischen Wirtschaftsraums** und der **Schweiz**. Bei einer entsprechenden Kennzeichnung ist ein Dokument auch für **Privatkunden in der Bundesrepublik Deutschland** freigegeben.

Dieses Dokument wurde von der DZ BANK erstellt und von der DZ BANK für die ausschließliche Weitergabe an die vorgenannten Adressaten genehmigt. Ist dieses Dokument in **Absatz 1.1** der Pflichtangaben ausdrücklich als **'Finanzanalyse'** bezeichnet, gelten für seine Verteilung gemäß den Nutzungsbeschränkungen in den Pflichtangaben die folgenden ergänzenden Bestimmungen:

In die **Republik Singapur** darf dieses Dokument ausschließlich von der DZ BANK über die DZ BANK Singapore Branch, nicht aber von anderen Personen, gebracht und dort ausschließlich an ‚accredited investors‘, und / oder ‚expert investors‘ weitergegeben und von diesen genutzt werden.

Finanzanalysen dürfen nicht in die **Vereinigten Staaten von Amerika (USA)** verbracht und / oder dort für Transaktionen mit Kunden genutzt werden.

Ist dieses Dokument in **Absatz 1.1** der Pflichtangaben ausdrücklich als **'Sonstige Research-Information'** bezeichnet, gelten für seine Verteilung nach den Pflichtangaben die folgenden ergänzenden Bestimmungen:

Sonstige Research-Informationen dürfen nicht in die **Vereinigten Staaten von Amerika (USA)** verbracht und / oder dort für Transaktionen mit Kunden genutzt werden.

Die Weitergabe von Sonstigen Research Informationen in der **Republik Singapur** ist in jedem Falle der DZ BANK AG, Niederlassung Singapur vorbehalten. Dieses Dokument darf im Ausland nur in Einklang mit dem jeweils dort geltenden Recht verteilt werden, und Personen, die in den Besitz dieses Dokuments gelangen, sollen sich über die dort geltenden Rechtsvorschriften informieren und diese befolgen.

2. Dieses Dokument wird lediglich zu Informationszwecken übergeben und darf ohne vorherige schriftliche Zustimmung der DZ BANK weder ganz noch teilweise vervielfältigt, noch an andere Personen weitergegeben, noch sonst veröffentlicht werden. Sämtliche Urheber- und Nutzungsrechte, auch in elektronischen und Online-Medien, verbleiben bei der DZ BANK. Obwohl die DZ BANK Hyperlinks zu Internet-Seiten von in diesem Dokument genannten Unternehmen angeben kann, bedeutet dies nicht, dass die DZ BANK sämtliche Daten auf der verlinkten Seite oder Daten, auf welche von dieser Seite aus weiter zugegriffen werden kann, bestätigt, empfiehlt oder gewährleistet. Die DZ BANK übernimmt weder eine Haftung für Verlinkungen oder Daten, noch für Folgen, die aus der Nutzung der Verlinkung und / oder Verwendung dieser Daten entstehen könnten.

3. Dieses Dokument stellt weder ein Angebot, noch eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Erwerb oder Verkauf von Wertpapieren, sonstigen Finanzinstrumenten oder anderen Investitionsobjekten dar und darf auch nicht dahingehend ausgelegt werden.

Einschätzungen, insbesondere Prognosen, Fair Value- und / oder Kurserwartungen, die für die in diesem Dokument analysierten Investitionsobjekte angegeben werden, können möglicherweise nicht erreicht werden. Dies kann insbesondere auf Grund einer Reihe nicht vorhersehbarer Risikofaktoren eintreten. Solche Risikofaktoren sind insbesondere, jedoch nicht ausschließlich: Marktvolatilitäten, Branchenvolatilitäten, Maßnahmen des Emittenten oder Eigentümers, die allgemeine Wirtschaftslage, die Nichtrealisierbarkeit von Ertrags- und / oder Umsatzzielen, die Nichtverfügbarkeit von vollständigen und / oder genauen Informationen und / oder ein anderes später eintretendes Ereignis, das sich auf die zugrundeliegenden Annahmen oder sonstige Prognosegrundlagen, auf die sich die DZ BANK stützt, nachteilig auswirken können. Die gegebenen Einschätzungen sollten immer im Zusammenhang mit allen bisher veröffentlichten relevanten Dokumenten und Entwicklungen, welche sich auf das Investitionsobjekt sowie die für es relevanten Branchen und insbesondere Kapital- und Finanzmärkte beziehen, betrachtet und bewertet werden. Die DZ BANK trifft keine Pflicht zur Aktualisierung dieses Dokuments. Anleger müssen sich selbst über den laufenden Geschäftsgang und etwaige Veränderungen im laufenden Geschäftsgang der Unternehmen informieren. Die DZ BANK ist berechtigt, während des Geltungszeitraums einer Anlageempfehlung in einer Analyse eine weitere oder andere Analyse mit anderen, sachlich gerechtfertigten oder auch fehlenden Angaben über das Investitionsobjekt zu veröffentlichen.

4. Die DZ BANK hat die Informationen, auf die sich dieses Dokument stützt, aus Quellen entnommen, die sie grundsätzlich als zuverlässig einschätzt. Sie hat aber nicht alle diese Informationen selbst nachgeprüft. Dementsprechend gibt die DZ BANK keine Gewährleistungen oder Zusicherungen hinsichtlich der Genauigkeit, Vollständigkeit oder Richtigkeit der in diesem Dokument enthaltenen Informationen oder Meinungen ab. Weder die DZ BANK noch ihre verbundenen Unternehmen übernehmen eine Haftung für Nachteile oder Verluste, die ihre Ursache in der Verteilung und / oder Verwendung dieses Dokuments haben und / oder mit der Verwendung dieses Dokuments im Zusammenhang stehen.
5. Die DZ BANK, und ihre verbundenen Unternehmen sind berechtigt, Investmentbanking- und sonstige Geschäftsbeziehungen zu dem / den Unternehmen zu unterhalten, die Gegenstand der Analyse in diesem Dokument sind. Die Analysten der DZ BANK liefern im Rahmen des jeweils geltenden Aufsichtsrechts ferner Informationen für Wertpapierdienstleistungen und Wertpapiernebenleistungen. Anleger sollten davon ausgehen, dass (a) die DZ BANK und ihre verbundenen Unternehmen berechtigt sind oder sein werden, Investmentbanking-, Wertpapier- oder sonstige Geschäfte von oder mit den Unternehmen, die Gegenstand der Analyse in diesem Dokument sind, zu akquirieren, und dass (b) Analysten, die an der Erstellung dieses Dokumentes beteiligt waren, im Rahmen des Aufsichtsrechts grundsätzlich mittelbar am Zustandekommen eines solchen Geschäfts beteiligt sein können. Die DZ BANK und ihre verbundenen Unternehmen sowie deren Mitarbeiter könnten möglicherweise Positionen in Wertpapieren der analysierten Unternehmen oder Investitionsobjekte halten oder Geschäfte mit diesen Wertpapieren oder Investitionsobjekten tätigen.
6. Die Informationen und Empfehlungen der DZ BANK in diesem Dokument stellen keine individuelle Anlageberatung dar und können deshalb je nach den speziellen Anlagezielen, dem Anlagehorizont oder der individuellen Vermögenslage für einzelne Anleger nicht oder nur bedingt geeignet sein. Mit der Ausarbeitung dieses Dokuments wird die DZ BANK gegenüber keiner Person als Anlageberater oder als Portfolioverwalter tätig. Die in diesem Dokument enthaltenen Empfehlungen und Meinungen geben die nach bestem Wissen erstellte Einschätzung der Analysten der DZ BANK zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Dokuments wieder; sie können aufgrund künftiger Ereignisse oder Entwicklungen ohne Vorankündigung geändert werden oder sich verändern. Dieses Dokument stellt eine unabhängige Bewertung der entsprechenden Emittenten beziehungsweise Investitionsobjekte durch die DZ BANK dar und alle hierin enthaltenen Bewertungen, Meinungen oder Erklärungen sind diejenigen des Verfassers des Dokuments und stimmen nicht notwendigerweise mit denen der Emittentin oder dritter Parteien überein.

Eine (Investitions-)Entscheidung bezüglich Wertpapiere, sonstige Finanzinstrumente, Rohstoffe, Waren oder sonstige Investitionsobjekte sollte nicht auf der Grundlage dieses Dokuments, sondern auf der Grundlage unabhängiger Investmentanalysen und Verfahren sowie anderer Analysen, einschließlich, jedoch nicht beschränkt auf Informationsmemoranden, Verkaufs- oder sonstige Prospekte erfolgen. Dieses Dokument kann eine Anlageberatung nicht ersetzen.

7. Indem Sie dieses Dokument, gleich in welcher Weise, benutzen, verwenden und / oder bei Ihren Überlegungen und / oder Entscheidungen zugrunde legen, akzeptieren Sie die in diesem Dokument genannten Beschränkungen, Maßgaben und Regelungen als für sich rechtlich ausschließlich verbindlich.

Ergänzende Information von Markit Indices GmbH

Weder IHS Markit noch deren Tochtergesellschaften oder irgendein externer Datenanbieter übernehmen ausdrücklich oder stillschweigend irgendeine Gewährleistung hinsichtlich der Genauigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität der hierin enthaltenen Daten sowie der von den Empfängern der Daten zu erzielenden Ergebnisse. Weder IHS Markit noch deren Tochtergesellschaften oder irgendein Datenanbieter haften gegenüber dem Empfänger der Daten

ungeachtet der jeweiligen Gründe in irgendeiner Weise für ungenaue, unrichtige oder unvollständige Informationen in den IHS Markit-Daten oder für daraus entstehende (unmittelbare oder mittelbare) Schäden.

Seitens IHS Markit besteht keine Verpflichtung zur Aktualisierung, Änderung oder Anpassung der Daten oder zur Benachrichtigung eines Empfängers derselben, falls darin enthaltene Sachverhalte sich ändern oder zu einem späteren Zeitpunkt unrichtig geworden sein sollten.

Ohne Einschränkung des Vorstehenden übernehmen weder IHS Markit noch deren Tochtergesellschaften oder irgendein externer Datenanbieter Ihnen gegenüber irgendeine Haftung - weder vertraglicher Art (einschließlich im Rahmen von Schadenersatz) noch aus unerlaubter Handlung (einschließlich Fahrlässigkeit), im Rahmen einer Gewährleistung, aufgrund gesetzlicher Bestimmungen oder sonstiger Art - hinsichtlich irgendwelcher Verluste oder Schäden, die Sie infolge von oder im Zusammenhang mit Meinungen, Empfehlungen, Prognosen, Beurteilungen oder sonstigen Schlussfolgerungen oder Handlungen Ihrerseits oder seitens Dritter erleiden, ungeachtet dessen, ob diese auf den hierin enthaltenen Angaben, Informationen oder Materialien beruhen oder nicht.

Die in Texten und Grafiken enthaltenen Preisnotierungen sowie Rendite- und Spreadangaben sind bei IHS Markit regelmäßig auf den Stand zum Vorabend aktualisiert.

Dieses Dokument darf in der Bundesrepublik Deutschland an Privatkunden weitergegeben werden.