EPSON
EXCEED YOUR VISION

# NACHHALTIGKEIT STÄRKT IHR GESCHÄFT: SIE MÜSSEN SICH NICHT NUR AUF UNSER WORT VERLASSEN...

Wie Unternehmen sich in Bezug auf Nachhaltigkeit verhalten, spielt eine entscheidende Rolle bei der Gewinnung und Bindung von Kunden und Mitarbeitern. Unternehmen, die die Nase vorn haben möchten, sollten bei allen Entscheidungen Umwelt- und Sozialaspekte berücksichtigen, insbesondere in Bezug auf Technologien.

## Nachhaltigkeit steht sowohl für Menschen als auch für Unternehmen im Vordergrund: Schließlich stehen Einnahmen und Loyalität auf dem Spiel.

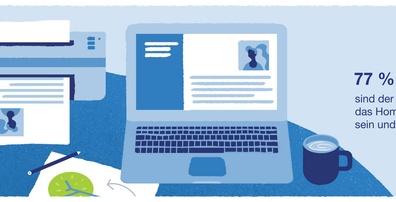
### Umwelt- und Sozialaspekte

sind für **85 %** der Menschen wichtig, sowohl für Verbraucher, die Kaufentscheidungen treffen (**46 %**), als auch für Mitarbeiter (**41 %**).

### 80 % sind der Ansicht,

dass Arbeitgeber sich als Folge von Covid-19 stärker auf soziale und ökologische Belange konzentrieren sollten.

## Mitarbeiter, die von zu Hause aus arbeiten, wünschen sich bei der Bereitstellung von Betriebsmitteln mehr Mitspracherecht.



### 77 % der Mitarbeiter

sind der Meinung, dass die Technologie für das Home Office langlebig und energieeffizient sein und Abfall reduziert werden sollte.

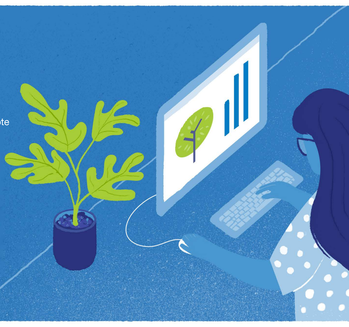
## Keine gemeinsame Ausrichtung des Unternehmens

### Nur 38 % der Führungskräfte

sind der Ansicht, dass Überlegungen zu Umwelt-und Sozialauswirkungen in Konzepte für die Rückkehr zum Arbeitsplatz und den Wiederaufschwung von Unternehmen eingebettet sind.

### Und nur 28 % der Führungskräfte in Unternehmen

glauben, dass der Effekt von ökologischen und sozialen Auswirkungen nach Covid-19 wesentlich wichtiger werden wird.



## Diejenigen, die sich mit sozialen und ökologischen Belangen auseinandersetzen, haben durchaus gute Chancen.

**Von den Unternehmen, die in 5 Jahren einen erheblichen Gewinnanstieg erwarten, sind für 84 % ökologische und soziale Auswirkungen Fragen von größter Dringlichkeit.**

Auswirkung werden auch in weniger greifbaren Bereichen sichtbar sein. Starke ökologische und soziale Qualitäten können einen erheblichen Einfluss haben.

**32 % glauben**
Auf die Markenwahrnehmung.

**41 % glauben**
Auf die Loyalität von Mitarbeitern.

**33 % glauben**
Auf die Produktivität von Mitarbeitern.

## Das Alter ist ein wichtiger Faktor, der Ansichten und Handlungen beeinflusst

### 86 % der Start-ups

erachten das Erreichen von Umwelt- und Sozialzielen als Priorität.

### Für 84 %

der über 10 Jahre bestehenden Unternehmen hat dies Priorität.

### Und 79 % der Menschen über 54

glauben, dass ökologische und soziale Belange nach Covid-19 wichtiger werden.

Umgekehrt liegt diese Gruppe bei anspruchsvoller Produktherstellungsqualität **(mit 53 %)**, Energieeffizienz **(mit 74 %)** und Abfallreduzierung **(mit 63 %)** an der Spitze.

## Auch regionale Unterschiede spielen eine Rolle

Research conducted on behalf of Epson by B2B International, 2020