

Impact-Analysen (Inside-Out)

Einführung

Immer mehr Unternehmen setzen sich mit der Frage auseinander „Welchen Beitrag leisten wir für die Gesellschaft?“. Durch ihre Aktivitäten und Produkte wirken Unternehmen auf die Außenwelt (inside-out). Dabei entstehen vielfältige positive (z.B. Arbeitsplätze) aber auch negative (z.B. Treibhausgase) Wirkungen. Diese Wirkungen zu erfassen ist Ziel der Impact-Analyse.

Impact-Analysen schaffen Transparenz und eine Grundlage für eine überzeugende Kommunikation.

Was sind Impact-Analysen?

Denn: Zahlen, Daten, Fakten wiegen schwerer als gut gemeinte Worte, adressieren Greenwashing-Vorwürfe und generieren Aufmerksamkeit und Reichweite.

Unterschieden werden kann zwischen Analysen des Fuß- und des Handabdrucks. Während der weit verbreitete Fußabdruck metaphorisch eingesetzt wird, um eine negative Belastung darzustellen, umfasst der Handabdruck positive Mehrwerte aus der Anwendung.

In kurz: Es geht um Wirkungsbotschaften statt Werbebotschaften!

Fallbeispiel

Ein gutes Beispiel für die kommunikative Verwendung von Impact-Analysen bietet die RAG-Stiftung. Die Stiftung verfolgt eine Unternehmenspolitik entlang ihres Stiftungszwecks. Prognos hat geholfen das SDG-Alignment der RAG-Stiftung und ihrer Beteiligungen zu erfassen. Zudem wurden für jedes SDG ausgewählte Kennzahlen zu den gesellschaftlichen Beiträgen ermittelt. So sieht man im rechten Beispiel für das SDG 6 die jährlichen Ausgaben, die Verankerung der Wertschöpfung in Deutschland sowie die generierten Arbeitsplätze pro Mitarbeitenden.

SDG-Alignment und (regionale) ökonomische Wirkungen



Quelle: RAG-Stiftung

Eine Analyse der regionalen Auswirkungen von Leuchtturmprojekten belegt zudem die positiven Wirkungen in den Fokusregionen. Vor dem Hintergrund der im Stiftungszweck verankerten Transformationsförderung der ehemaligen Kohleregionen: Eine zentrale Botschaft gegenüber diversen Stakeholdern der RAG-Stiftung.

Relevanz

Worauf zahlen Impact-Analysen konkret ein?

Ob Regulatorik, Finanzmarkt, Geschäftspartner, Kunden oder die Gesellschaft: Sämtliche Stakeholder verlangen vermehrt Auskunft über die Auswirkungen unternehmerischer Geschäftsaktivitäten.

Dabei können die Anwendungsfälle und Botschaften ganz unterschiedlich ausfallen. Unter unseren Projekten finden sich z.B. folgende Use-Cases:

- Die verschärfte Nachhaltigkeitsberichtserstattung verlangt Auskunft über die Auswirkungen des unternehmerischen Handelns auf Mensch, Umwelt und Gesellschaft.
- Als Grundlage für eine Portfoliostrategie und für das Risikomanagement sind Lebenszyklusanalysen von Produkten zunehmend wichtig.
- Am Kapitalmarkt sind Kennzahlen auf Basis von Impact-Analysen relevant für Green-/Social Bonds, Ratings oder ESG-Indizes.
- In der politischen Kommunikation lässt sich die gesamtwirtschaftliche Bedeutung z.B. von Branchen, Messen, Marktplätzen oder Produkten mit fundierten Zahlen untermauern.
- Eine Übersicht von Umsatz und Ausgaben je SDG, zugeordnet auf Basis ihrer spezifischen Wirkungen, unterstützen eine öffentlichkeitswirksame Kommunikation.
- Mit Analysen des Handabdrucks (Scope 4) lassen sich positive Nachhaltigkeitswirkungen ermitteln und kommunizieren, z.B. durch den Einsatz von Rezyklaten.

Anwendungsfeld

Welche Impacts lassen sich fundiert erfassen?

Ob Region, Branche, Gesamtunternehmen, einzelne Aktivitäten oder Produkte: Impact-Analysen lassen sich für unterschiedliche Betrachtungsgrößen erstellen. Auch hinsichtlich der Auswirkungsdimensionen ist vieles möglich. Entscheidend ist die Datenlage und das Zielbild.

Grob lassen sich die Auswirkungen von Aktivitäten und Produkte in die drei Bereiche ökologisch, sozial und ökonomisch einteilen. Eine nicht abschließende Liste umfasst u.a.:

- Ökonomisch: Wertschöpfung, F&E, geschaffene Arbeitsplätze und öffentliche Einnahmen.
- Ökologisch: Treibhausgase, Luftschadstoffe, Wasserverbrauch, Wasserschadstoffe und Abfall.
- Sozial: Arbeitsunfälle, Weiterbildung und betriebsbedingte Krankheitsfälle.

Wichtig dabei: Zu berücksichtigen sind nicht nur die unmittelbaren, sondern auch indirekte und induzierte Effekte. So entsteht bspw. Wertschöpfung nicht nur durch die eigene Geschäftsaktivität (direkt), sondern auch mittelbar in der Lieferkette (indirekt) sowie durch Konsumeffekte (induziert).

Erfolgsfaktoren

In sechs Schritten zur erfolgreichen Umsetzung einer Impact-Analyse

Klärung des Zielbildes für zielgruppenspezifische Botschaften



Auseinandersetzung mit Wirkungen (Impacts).

Klärung der Datenlage und fallspezifische Aufbereitung interner und externer Daten.



Modellierung der (in)direkten Effekte via Input-Output-Modelle.



Modellierung weiterer (induzierter) Effekte.



Gestaltung von Kommunikationsmaterial.



Tue Gutes und sprich darüber!

Nachhaltigkeitsberatung – analytisch fundiert, faktenbasiert und individuell zugeschnitten.

Das **Center Sustainability** begleitet Unternehmen u.a. bei:

-  Nachhaltigkeitsregulatorik
-  Nachhaltigkeitsstrategien
-  Lieferkettenmanagement
-  Klimamanagement

Dr. Jan Trenczek

Head of Corporate Services

 jan.trenczek@prognos.com

 +49 162 988 2483

Myrna Sandhövel

Head of Center Sustainability

 myrna.sandhoevel@prognos.com

 +49 89 95 41 586-718



[Center Sustainability | Prognos](#)

Dieses Whitepaper dient ausschließlich Informationszwecken und stellt keine finanzielle, rechtliche oder sonstige professionelle Beratung dar. Für die hierin enthaltenen Informationen kann keine Vollständigkeit gewährt werden. Die Inhalte entsprechen dem aktuellen Kenntnisstand, die Aktualität der Informationen ist von den Lesern selbstständig zu überprüfen.

Jegliche Haftung der Prognos AG und ihrer verbundenen Unternehmen wird ausgeschlossen.

Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung – nicht kommerzielle Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz: [CC BY-NC-SA 4.0](#).

Von dieser Lizenz ausgenommen sind Organisationslogos sowie – falls gekennzeichnet – einzelne Bilder und Visualisierungen.

© Prognos AG 2025.