

Das "S" IN ESG



Gutes Tun und Geld verdienen

Transparenz

Politik
& Geopolitik

Social Trends

Human Rights

War for
Talent

Reputation

Equal & Fair
Pay

New Work

Konzern
Verantwortungs-
Initiative

DE&I

Ethik &

Talent &

Verantwortung

Development

Data &
Privacy

Health &
Safety

Supply
Chain

Flexibles
Arbeiten

Kinderarbeit

RISIKEN



CHANCEN



**Soziale
Faktoren**



Fangen wir bei der Credit Suisse an

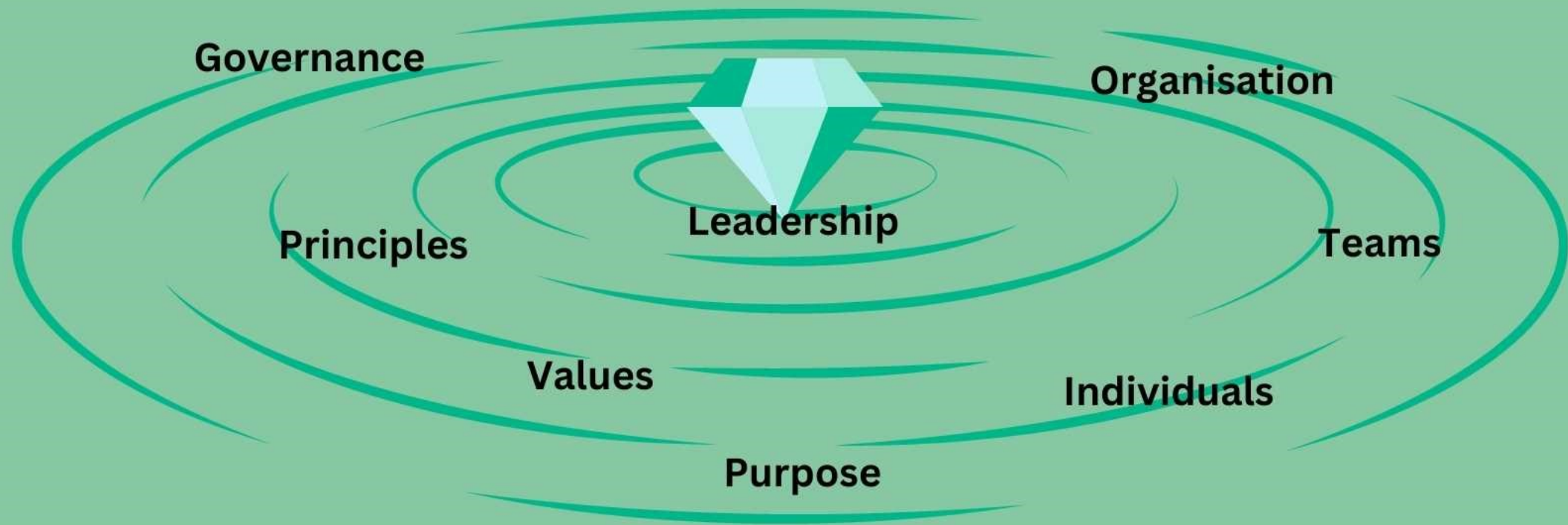
Credit Suisse stock has suffered a decade of decline

Share price (SFr)



Sources: FT research; S&P Capital IQ
© FT

HR Risiken



Risiko Mensch

Risiko Mensch



Mental Health

Soziale Risiko Faktoren



Menschen



Organisation



Stakeholder

Diesel Skandal

Sexuelle
Belästigung

Lieferkette

Banken
Skandale

Insider
Trading

Compliance
Vergehen

Geld-
wäsche

KYC
Scandals

Macht-
missbrauch

Korruption

Betrug

Umwelt-
Verschmutzung

Kinderarbeit

Bankrott

Steuer-
hinterziehung



RISIKEN



**Soziale
Faktoren**



CHANCEN

Was ist der Einfluss von Purpose und Reputation
auf die Kunden?

1. Kein Einfluss!

2. Doppelt!

3. Dreifach!

4. Keine Ahnung, aber hoch!

8000 Teilnehmer in 8 Ländern sagen:
Wenn die Kunden glauben, dass eine Marke einen
starken "Purpose" hat, sind sie:

4 mal mehr bereit bei der Firma einzukaufen

6 mal eher bereit die Firma vor Kritik zu schützen

4.5 mal mehr bereit die Firma zu empfehlen



72 % sind überzeugt, dass Marken über ihre Produkte und Dienstleistungen konkrete Lösungen schaffen können.

Quelle: BrandTrust Impact-Brand-Studie 2020, Basis: DACH n = 3.176

Könnten Marken mehr tun, als verantwortungsvoll zu handeln, nämlich über ihre Produkte und Dienstleistungen Lösungen für diese globalen Herausforderungen schaffen?

- Ja, sie könnten Lösungen schaffen
- Nein, sie können nur über verantwortungsvolles Handeln einen Beitrag dazu leisten
- k. A.



Basis: D = 1029, A = 1064, CH = 1083 / Angaben in %



BrandTrust Studie / Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung: Was Kunden sind...
Nürnberg (Info) - Warum jedes Unternehmen mehr versacht...
als ein Markt weiterzukommen zu werden. Doch...
offenwichtig kommt das Engagement nicht bei den...

Aber wie geht das?

ESG integriert in die Strategie



Ihre Strategie



Ihre ESG Strategie

Materialität?

Wie wäre es mit einer
Key Stone Habit ?

Durch einen Fokus auf Arbeitssicherheit, konnte Alcoa ihr Einkommen verfünffachen



Have We Learned The Alcoa 'Keystone Habit' Lesson?

Safety is often still seen as an initiative separate from performance or, worse, antagonistic to it. The evidence since Paul O'Neill's tenure at Alcoa indicates his success using safety as the lead indicator was not an anomaly.

 Forbes / Jan 22, 2019



Topics
That Matter

Motivation is the best investment

Satisfied employees are more successful

Personal responsibility and identification are the key to motivating employees

 vontobel.com / Feb 10, 2020

Wie messen wir es?

Beispiele:

CHF für Talent
Development



Training Tage

DEI Policen



Einstellung /
Beförderung
Policen und Prozesse

% Minderheiten



ungewollte
Austritte

Unfälle



Krankentage

S in ESG



Risiken

&



Chancen



Menschen



Organisation



Stakeholder



Fairness
Gleichbehandlung
Transparenz



Wir statt Ich
Kollaboration
Communities



Empathie
Sicherheit
Glaubwürdigkeit

Vielen Dank

Fragen?

Katja



Rieger

Nach einer erfolgreichen internationalen Karriere auf 3+ Kontinenten gründete ich Ripple Effect und biete Training & Consulting um Strategie und Kultur in Einklang zu bringen.

Risiken sind Tagesgeschäft für Führungskräfte und Verwaltungsräte. Ich helfe eine Umgebung und Struktur aufzubauen, in der man die besten Entscheidungen trifft, die sowohl kurzfristige Chancen, sowie langfristige Nachhaltigkeit in Betracht ziehen.

Ich freue mich Organisationen auf dieser Reise zu unterstützen.

katja.rieger@rippleeffect.ch