

Building Bridges

Manuel Linder

Senior Digital Strategist & Lead Innovation Manager Migros

Co-Founder Impact Gstaad

Institut für Kommunikation und Marketing

07.06.2022

Die Einzelhändler spüren den Druck, den Verbrauchern mehr Orientierung zu bieten



Customers

73% of the people would be willing to pay more for products that guarantee transparency



Governments

Carbon neutrality by 2050 & the EU is planning to introduce "mandatory sustainability labeling"



Employees

83% of workers thought their employer was not doing enough to be more sustainable



Society in general

Companies that aren't working on a zero-carbon emissions landscape will be left behind

Die Herausforderung für die Kunden



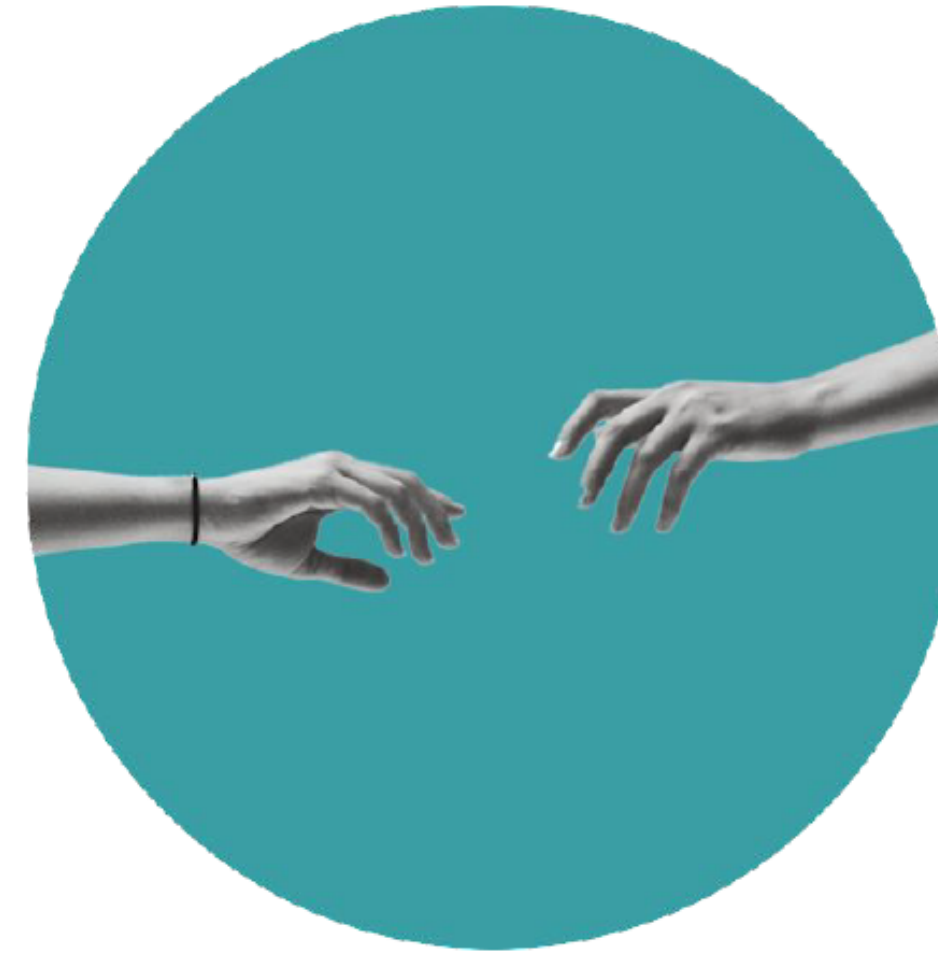
Information gap

Identifying sustainable and healthy brands is inconvenient and complicated



Time Loss

Research is complex and time-consuming



Loss of trust

Greenwashing is reducing consumer confidence



Guidance missing

Adopting a more sustainable and healthy lifestyle requires guidance

Nachhaltigkeit: Eine Chance für Konsumenten, für die Umwelt und für die Wirtschaft



- Nur wenige Industrien haben ihre Lieferketten ganzheitlich (und digital) unter Kontrolle.
- Unternehmen und Regierungen sind gefordert, ihre soziale und ökologische Verantwortung wahrzunehmen.
- Traditionelle Instrumente zur Erkennung, Vorbeugung und Minderung von Nachhaltigkeitsrisiken stoßen an ihre Grenzen.



- Sei es als Bürgerinnen und Bürger, sei es als Kundinnen und Kunden, Menschen erwarten:
 - Transparentere Lieferketten
 - Informationen zur Produktherkunft, zu Produkteigenschaften oder zum Produktionsprozess

Nachhaltigkeit

Nicht länger ein Trend,
sondern eine Notwendigkeit.

Auf den Punkt gebracht:

- Nachhaltigkeit ist mittlerweile eine gesellschaftliche, politische und unternehmerische **Priorität**, weltweit.
- Dazu beigetragen haben die sich verändernde **kollektive Wahrnehmung** in vielen Gesellschaften – wie auch die wachsende Erkenntnis in Industrie und Handel, dass sich durch eine nachhaltige Geschäftsbesorgung **Wettbewerbsvorteile** realisieren lassen.
- Die Corona-Krise hat die soziale und ökonomische Bedeutung, die Verwundbarkeit, und die **Abhängigkeit von funktionierenden Lieferketten** sichtbar gemacht.
- Dies dürfte zu mehr Investitionen in eine umsichtige, robuste Steuerung von Lieferketten führen: **Eine Chance**, Lieferketten mit Hilfe von Daten und Technologie, «der Digitalisierung», nachhaltig(er) zu gestalten.

Stellschrauben der Nachhaltigkeit



Das kollektive Bewusstsein für soziales & nachhaltiges Engagement nimmt zu



Nachhaltigkeitsüberlegungen erhalten einen höheren Stellenwert in Kaufentscheidungen



Nachhaltigkeit wird in verschiedenen Industriezweigen zu einer strategischen Priorität

Die Zukunft der Lieferketten



Lieferketten sind vernetzt, datengesteuert und automatisiert (Zeithorizont: 10 -15 Jahre)



Lieferketten ermöglichen eine nachhaltige weil faktenbasierte Geschäftsbesorgung



Vorreiter realisieren signifikante Wettbewerbsvorteile und stärken ihre Markenidentität

Technologische Entwicklungen



Die Digitalisierung verschiedener Industriezweige lässt verfügbare Daten exponentiell zunehmen



Technologien mit analytischer und kognitiver Intelligenz ermöglichen ungeahnte Erkenntnisse



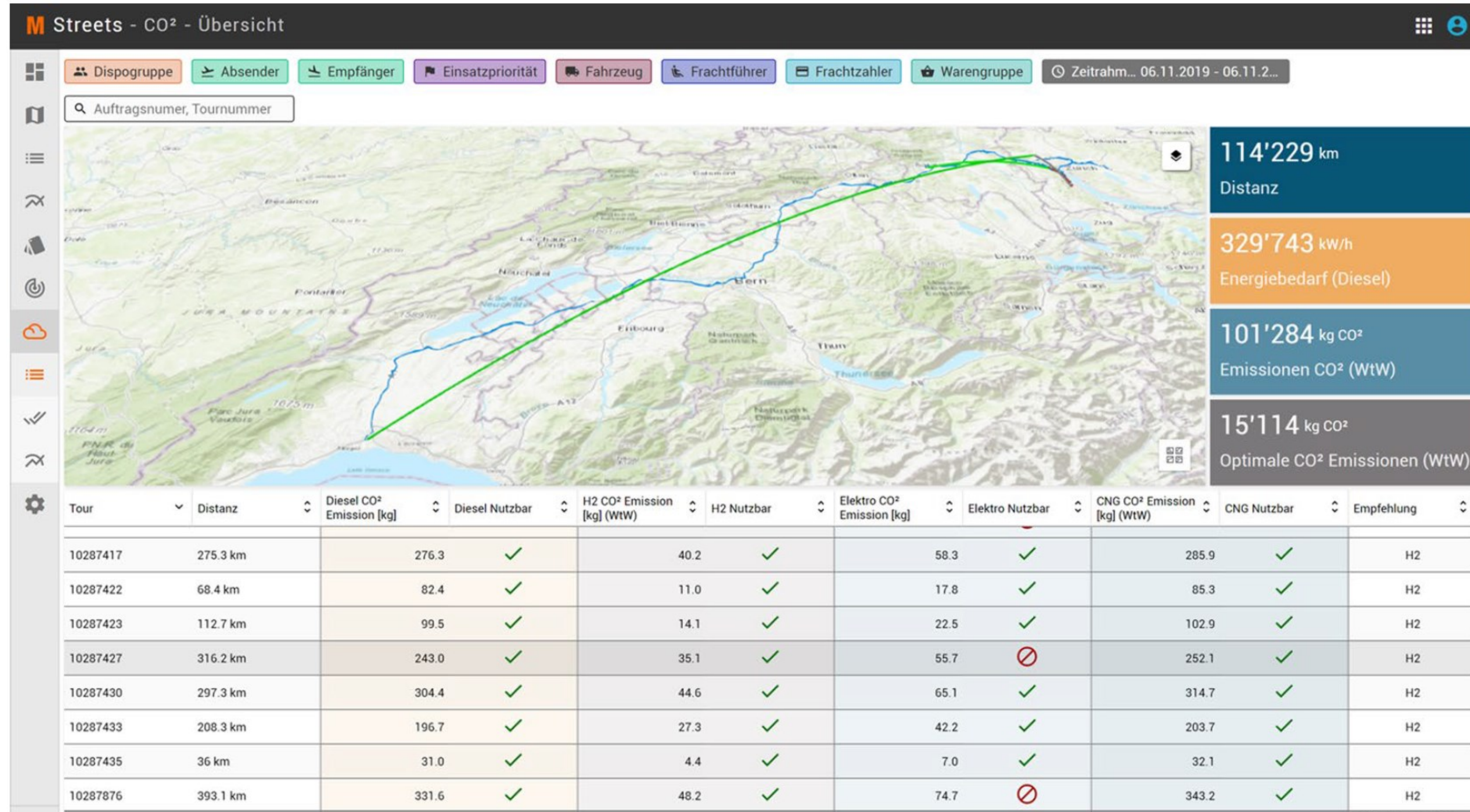
Technologie ermöglicht die Skalierung datenbasierter Nachhaltigkeitslösungen

Die zentrale Herausforderung entlang der Lieferketten ist die Vereinbarkeit von Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit



- Ein «Silo-Denken» in einzelnen Teilen der Lieferketten erhöht die **Risiken für Regierungen und Unternehmen** in Krisen signifikant.
- Ein **effektiver Austausch von Informationen** über die gesamten Lieferketten hinweg und eine **effiziente Reallokation von Kosten und Einnahmen** werden dadurch verunmöglicht.

Nachhaltigkeitsmonitoring der Lieferkette ist bereits heute Realität



Die "Digital Twin Vision" hat zum Ziel, datengesteuerte Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette unter einem Dach zu ermöglichen

Daten

- Belegschaft
- Lieferanten
- Einkauf
- Produktion
- LogistikAssets
- LogistikNutzung
- Lagerhaltung
- Verkaufsstandorte
- Kunden
- Leistungskennzahlen
- ...

Erfasst die Berührungspunkte angefangen bei den Zulieferern bis hin zum Kundenverhalten.

Digitale Kompetenzen

Überwachung der Nachhaltigkeit

- Transparenz über Lieferanten und Produkte
- Nachhaltigkeitsprüfung der Zulieferer
- Kontrolle der CO2Emissionen der Flotte
- Rückverfolgung von nachhaltigen Lebensmitteln (KundenApp)
- NachhaltigkeitsRisikomanagement

Überwachung der Lieferkette mit «LTOpex»

- Nachfrage & Angebot (Prognostizierung)
- Auftragsbearbeitung (Aufträge & Verbuchung)
- Flotten-Management (eigene Flotte)
- EchtzeitAblaufverfolgung(intermodaler Transport & Temperatur)
- Lieferkettensteuerung (Leistungskennzahlen)
- Risikomgt. der Lieferketten (Ereignisse & Krise)

Weitentwickelte, vollständig datengesteuerte Lösungen für eine integrierte Prognostizierung, Planung und Überwachung der Lieferketten und der Nachhaltigkeit.

Erkenntnisse



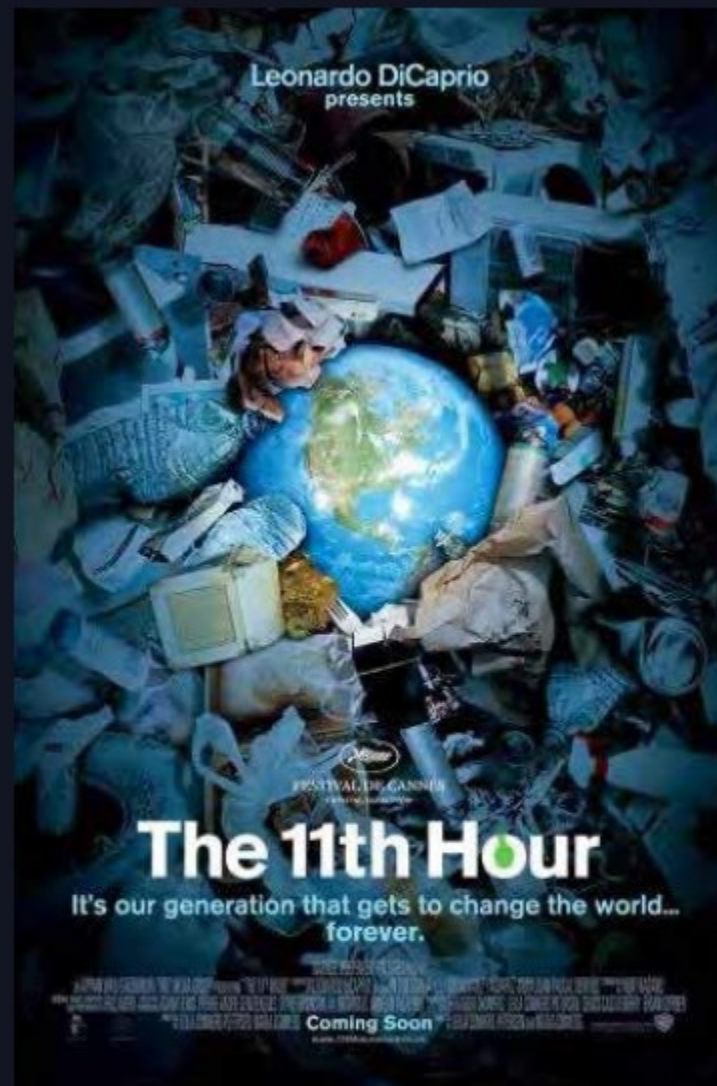
- Welche Nachhaltigkeitsziele müssen wir einhalten?
- Wer produziert und liefert was?
- Was ist der Footprint unserer gesamten Lieferkette?
- Woher kommen unsere Produkte, wie sieht die Produktionskette aus?
- Welches KostenNutzen-Verhältnis hat unsere Nachhaltigkeitsstrategie?
- Welche Filiale hat was bestellt?
- Wo haben wir was bestellt?
- Wie ist die aktuelle Nachfrage?
- Wann treffen die Lieferungen ein?
- Welche Lieferungen sind verspätet, wieso?
- Wo befinden sich die Lieferungen?
- Wie können wir die Auslastung und die LogistikKosten optimieren?
- Wie können wir die Risiken vermeiden oder reduzieren?
- Wie begegnen wir Krisen?

Datengetriebene Visualisierungen, Analysen, Warnsignale und Arbeitsabläufe ermöglichen Interventionen, operative Steuerung und Geschäftsentscheidungen in Echtzeit.

“No one ever made a decision because of a number. They need a story.”

Daniel Kahneman, 2002 Nobel Prize Winner for Economics

Legion 44 will be the third feature documentary on climate directed by **Leila Conners** and it can be considered the last installment of a trilogy of films that started with Leonardo DiCaprio's **The 11th Hour**, and then **Ice on Fire** with HBO, also with Leonardo.



Approach

The spirit behind Legion 44 is one of youth and collaboration. Initiated by young arctic explorers, engineering students and climate activists; we are inspired by their energy and enthusiasm. Given that the carbon space has motivated so many young innovators, this film will reflect the youthful genesis and content. We therefore will create a score by emerging artists; employ animation that is beautiful, and edit the film in a direct, clear and authentic manner. The process of the film throughout is one of mentorship and collaboration.



The Problem.

We Must Remove **10 Gigatonnes/CO₂** Annually by **2050** to Reach The Paris Agreement Climate Target of 1.5°C (IPCC)

However, The Carbon Dioxide Removal Industry Only Removes About 10,000 tonnes/CO₂ Per Year Currently

The Carbon Dioxide Removal (CDR) Industry Must Scale Rapidly But Faces Many Barriers



Under-Funded Economics

CDR market missing funding gap of **\$200bn/year** to scale up for 1.5°C

- Key identified barriers to market scale include:
- Weak economic incentives/ missing markets
 - Intangible carbon removal credits
 - Industry fragmentation
 - *lacking standardization and incongruent carbon pricing*



Lacking Human Capital

There are **only ~2,000 people** working in the carbon removal industry

CDR is currently a supply-constrained market and must expand **1 million fold**

Industry has a substantial lack in human capital and needs more entrepreneurs, innovation, companies, scientists, policy makers, collaboration and information-sharing



Missing Policy Support

Currently, public policy and government support for carbon removal is almost **non-existent**

CDR urgently **needs supporting policy** across the globe

For example, gov. carbon removal procurement, tax incentives, R&D subsidies, public CO₂ transport and storage infrastructure etc...

Stakeholder United







Regenerativ geht über Nachhaltigkeit hinaus



Danke!

Manuel Linder

T direkt +41796590042

manuel.linder@impactgstaad.ch

<https://www.linkedin.com/in/manuel-linder-60749719/>