

CSR DxTUI Cruises

UNSERE REISE ZUR CSRD COMPLIANCE

Lucienne Damm
Head of Sustainability



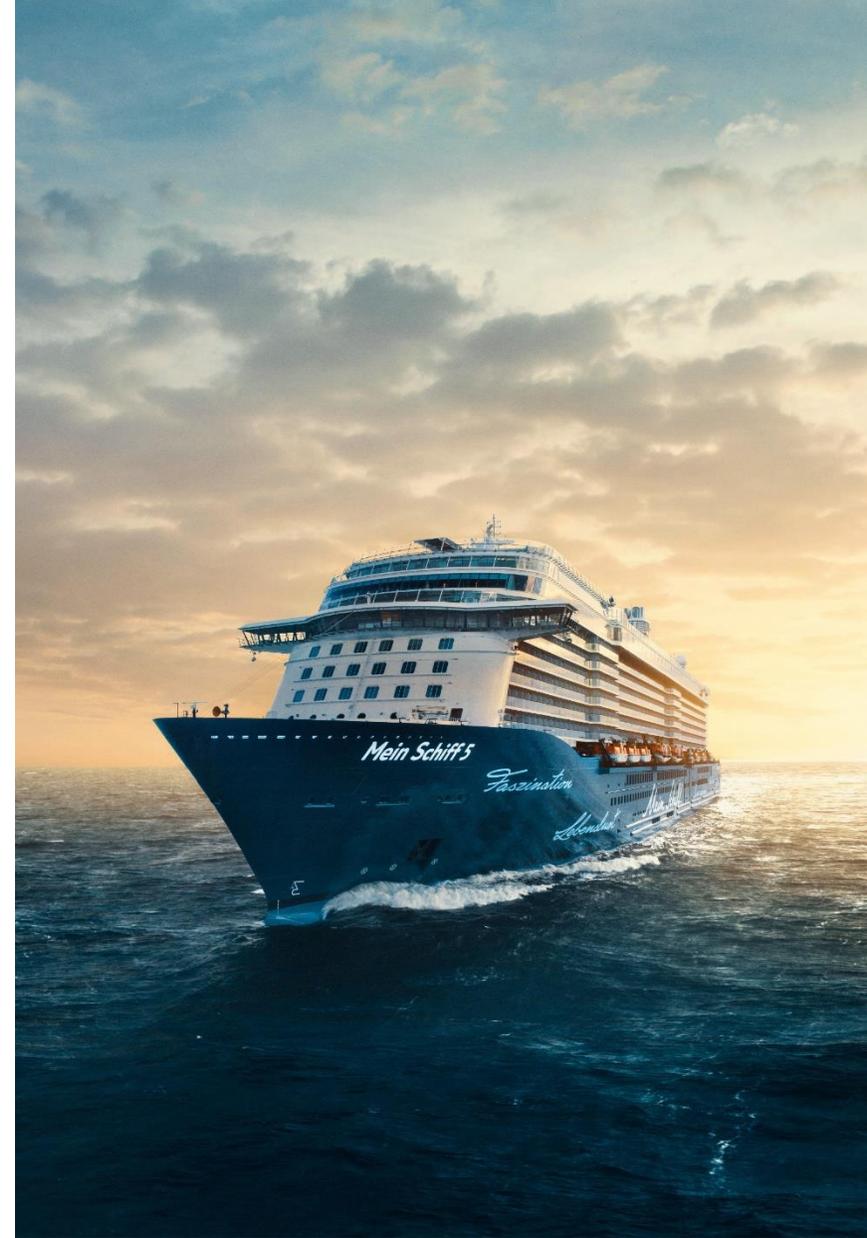
Ausgangssituation

1 Unternehmen 

2 Marken 

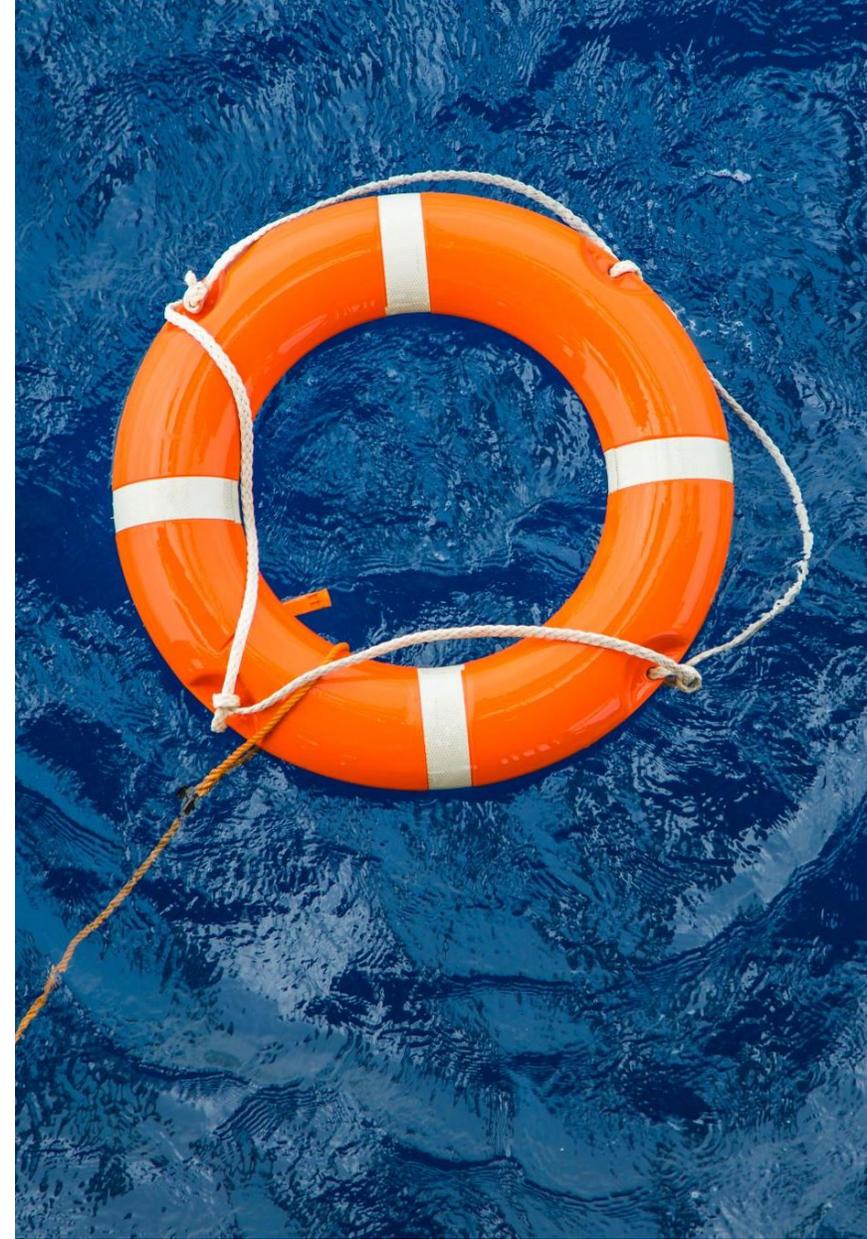
2 landseitige Standorte 
12 schwimmende Standorte 

750 Häfen 



Herausforderungen der CSRD

- 1 Anspruchsvoller Prozess
- 2 Aufwändige Dokumentation
- 3 Hoher Ressourcenbedarf
- 4 Ambitionen richtig setzen
- 5 Aus Vorsicht wird Zuversicht





① Anspruchsvoller Prozess

„Wer soll das noch verstehen!“

- Komplexe regulatorische Grundlage
- TUI Group/ TUI Cruises - Unklarheiten bzgl. des Anwendungsscope
- Premiere: Kooperation zwischen Sustainability & Finance
- Arbeitsumfang erst nach und nach begreifbar
- Integration von vielen Stakeholder in den Prozess
- Durchführung DMA „alleine“ unmöglich:
 - > 100 ESG-Aspekte zu evaluieren
 - > 1.000 Bewertungen für die Wesentlichkeit nötig
 - perspektivisch > 700 Datenpunkte in der Berichterstattung



② Aufwändige Dokumentation

„Bürokratisches Monster!“

- Wesentlichkeit - zu berichtende ESG-Aspekte
- Gap-Assessment - zu berichtende Datenpunkte & Inhalte
- Berichterstattung - Aufbereitung der Inhalte und Nachweise

- Vorgehen - wie wurde vorgegangen?
- Beteiligte - wer war beteiligt?
- Bewertungen - wie wurde bewertet?
- Entscheidungen - wie werden diese begründet?



③ Hoher Ressourcenbedarf

„Compliance bindet Ressourcen fürs DOING!“

Einmalaufwände

- 1. Wesentlichkeitsanalyse
- Gap-Assessment
- Softwareinstallation
- ggf. narrative Datenpunkte

Fortlaufende Aufwände

- Datenmanagement
- Software Lizenzgebühren
- Prozessmanagement
- Maßnahmen zur Zielerfüllung

Interne Ressourcen verfügen nicht über ausreichende Kapazitäten und Expertise

Dauerhafte Bindung von personellen und finanziellen Ressourcen



④ Ambitionen richtig setzen

„Prio? Compliance!“

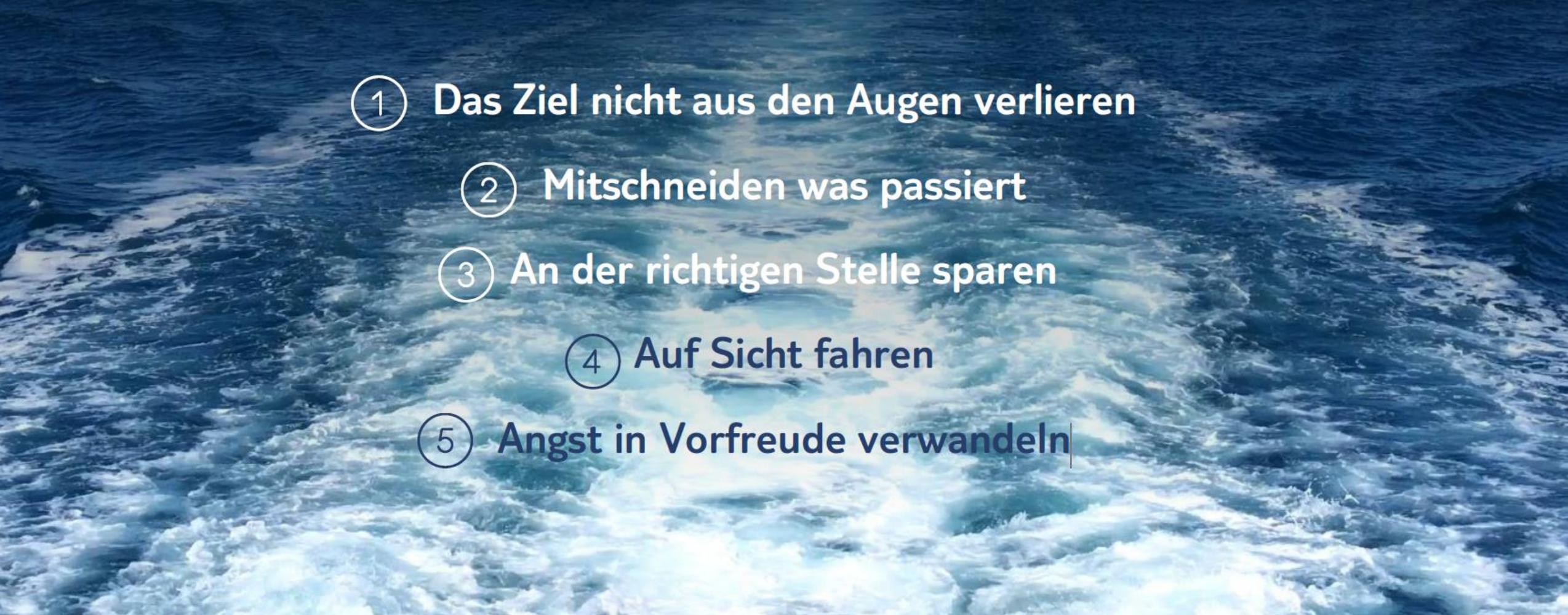
- Schwellenwert der Wesentlichkeitsanalyse „vernünftig“ gesetzt – wir wollen uns (erstmal) auf die wesentlichen Themen fokussieren
- Wahlfreiheiten nutzen – wir starten mit Compliance+ denn mehr geht immer auch noch später
- Bereits vorhandenen Daten/ Themen aus der bisherigen Berichterstattung übernehmen wir pragmatisch



⑤ Aus Vorsicht wird Zuversicht

„Wir berichten nicht nur
für die Schublade!“

- Identifikation kritischer Themen in der Interaktion mit Mensch und Natur → **langfristige (nachhaltige!) Absicherung** des Geschäftsmodells als Chance begreifen
- Langfristige Zusammenarbeit zwischen Finance- und Sustainability → **Erhöhter Stellenwert** von Nachhaltigkeitsthemen in Unternehmen
- Produkt und Unternehmensprozesse frühzeitig an neue Strukturen/ Anforderungen anpassen → **Innovation** abseits ausgetretener Pfade

- 
- ① Das Ziel nicht aus den Augen verlieren
 - ② Mitschneiden was passiert
 - ③ An der richtigen Stelle sparen
 - ④ Auf Sicht fahren
 - ⑤ Angst in Vorfreude verwandeln



Mein Schiff

