



**UNTERNEHMER
PERSPEKTIVEN**
Eine Initiative der Commerzbank

Wirtschaft im Umbruch: Die Chancen des „Green Deal“

Unternehmerperspektiven | Ergebnisse Schweizer Studie 2021



ART4GLOBALGOALS

by Leon Löwentraut

> www.art4globalgoals.com/de

IN A NUTSHELL

Die UN haben 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung festgelegt. Sie traten am 1. Januar 2016 mit einer Laufzeit von 15 Jahren (bis 2030) in Kraft. Diese politischen Zielsetzungen dienen auf sozialer, ökonomischer und ökologischer Ebene der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung.

2017 wurde der damals 19-jährige Leon Löwentraut als alleiniger Künstler für die künstlerische Interpretation der von der UN verabschiedeten 17 globalen Ziele zur nachhaltigen Entwicklung der Weltgemeinschaft ausgewählt. Seitdem macht er mit der von der UNESCO, der YOU Stiftung und der von Geuer & Geuer Art unterstützten Kampagne #Art4GlobalGoals weltweit auf die Bedeutung der Ziele aufmerksam.

Leon Löwentraut hat die 17 Goals auf einzigartige Art und Weise in die Sprache der Kunst übersetzt. Wir dürfen das Bild „Goal 14: Life Below Water“ im Rahmen unserer diesjährigen Studie verwenden.

Der 1998 geborene Leon Löwentraut zählt zu den jüngsten und gefragtesten Nachwuchskünstlern der Gegenwart und stellt seine Werke seit Jahren weltweit erfolgreich aus. Ob in New York, London, Basel oder Singapur: Die Ausstellungen des jungen Künstlers erregen Aufmerksamkeit, sein Malstil sorgt für internationales Interesse und seine Werke sind innerhalb kürzester Zeit ausverkauft. ●

Studiendesign

> Stichprobe:

140 Unternehmen aus der Schweiz *

> Unternehmensgrösse:

ab 15 Mio. CHF Jahresumsatz

(Repräsentativität für Unternehmen ab dieser Grössenklasse)

> Gesprächspartner:

Führungskräfte der ersten Ebene

> Verfahren:

Telefonische Interviews

(20 Minuten)

> Zeitraum der Befragung:

09.03.2020 bis 16.03.2020

17.03.2020 bis 17.05.2020 (Corona-Pause)

18.05.2020 bis 26.06.2020

30.09.2020 bis 15.10.2020

20.05.2021 bis 31.05.2021

> Durchführung:

forsa

* Fokus auf Unternehmen aus der deutschsprachigen Schweiz

Branchenverteilung (Schweiz) in Prozent



Fallzahl (Schweiz) nach Jahresumsatz

bis unter 110 Mio. CHF	106 Unternehmen
110 Mio. CHF und mehr	34 Unternehmen

Vergleichsstichproben

1.201 Unternehmen aus Deutschland (gewichtet: 353)

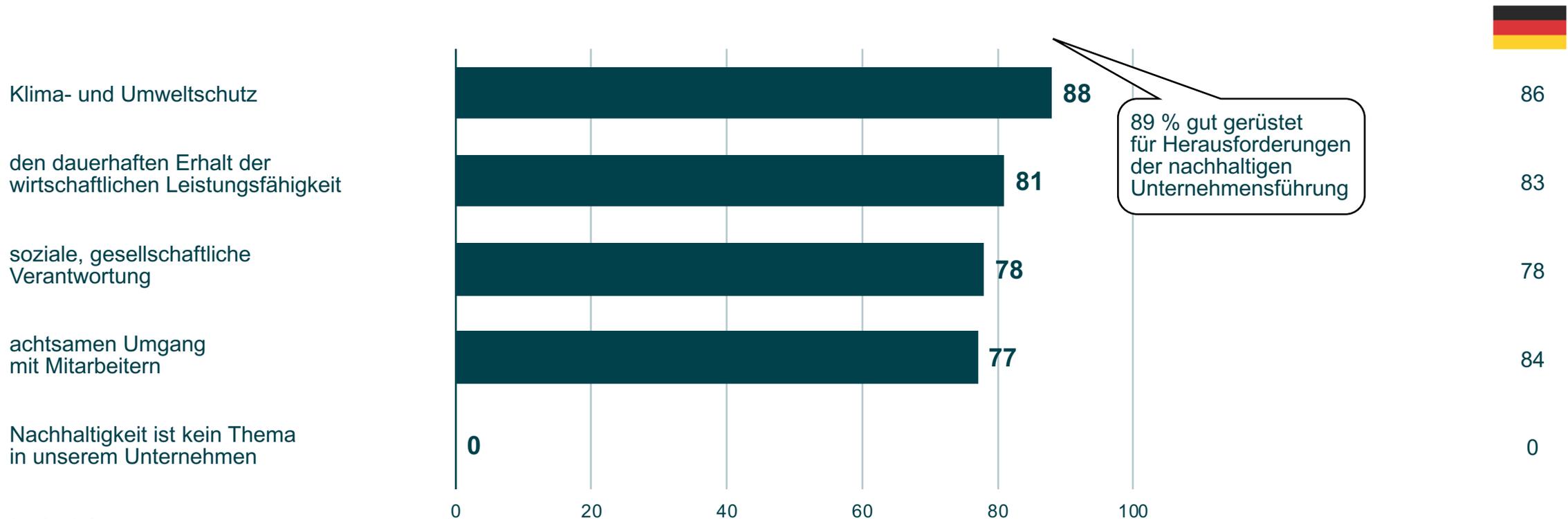
Die Grössenklassen (Fallzahlen Erstbefragung / Zweitbefragung) sind auch einzeln auswertbar. Für Aussagen zur Gesamtstichprobe werden sie repräsentativ zur Umsatzsteuerstatistik gewichtet.

**Nachhaltigkeit ist das Zukunftsthema:
Als Dreiklang aus Ökologie, Ökonomie
und sozialer Verantwortung –
auch in Krisenzeiten.**

„Nachhaltigkeit“ ist für die meisten ein Dreiklang aus Ökologie, Ökonomie und sozialer Verantwortung.
Die Mehrheit sieht sich hierfür gut gerüstet.

Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit *

Wenn in meinem Unternehmen von „Nachhaltigkeit“ gesprochen wird, geht es um ...



Angaben in Prozent

Frage: „Wenn in Ihrem Unternehmen von „Nachhaltigkeit“ gesprochen wird, um welche Themen geht es dann?“

Frage: „Zunächst einmal ganz allgemein: Wie gut ist Ihr Unternehmen Ihrer Ansicht nach für die Herausforderungen einer „nachhaltigen Unternehmensführung“ gerüstet? Eher gut oder eher schlecht?“

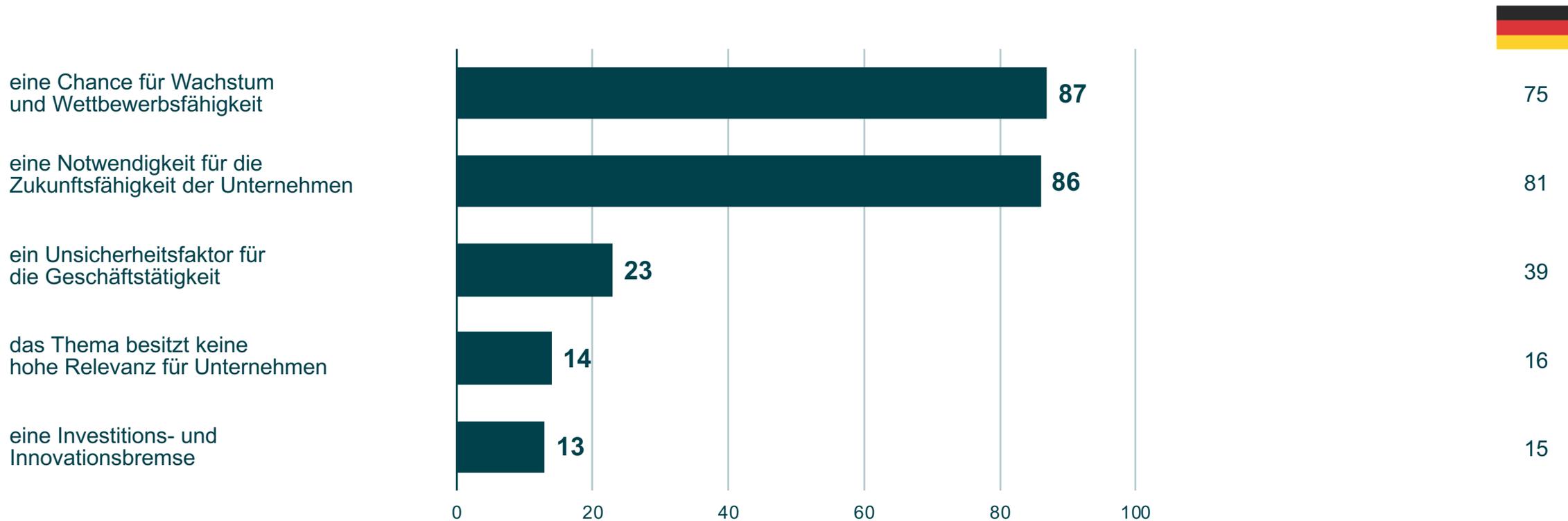
Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

* Mehrfachnennungen möglich

Eine deutliche Mehrheit der Unternehmen sieht „Nachhaltigkeit“ gleichermassen als Chance für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit sowie als Notwendigkeit für die Zukunftsfähigkeit.

Bedeutung des Themas „Nachhaltigkeit“ für Unternehmen

Die jeweilige Aussage trifft auf mein Unternehmen zu ...



Angaben in Prozent

Frage: „Einmal insgesamt gesehen: Wie bewerten Sie das Thema Nachhaltigkeit für den Mittelstand in der Schweiz? Welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Unternehmen zu?“

Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

Trotz hoher Relevanz: Knapp die Hälfte der Unternehmen hat keine Nachhaltigkeitsstrategie. Für die „Strategen“ spielt die Krise nur eine geringe Rolle.

Über die Hälfte der Unternehmen hat heute eine Nachhaltigkeitsstrategie. 46 % agieren (noch) ohne Strategie. Im Vergleich zu Deutschland haben tendenziell mehr Unternehmen in der Schweiz bereits eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt.

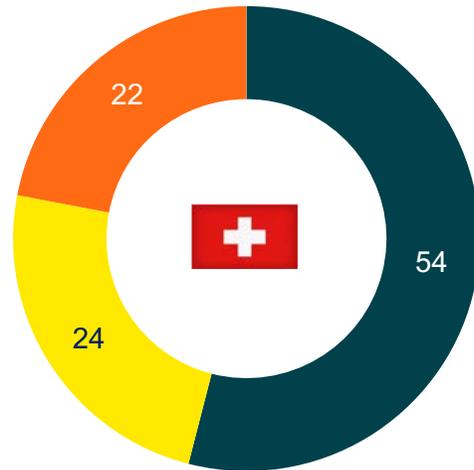
Nachhaltigkeitsstrategie

■ wir haben bereits eine Nachhaltigkeitsstrategie

■ wir sind noch in der Planung

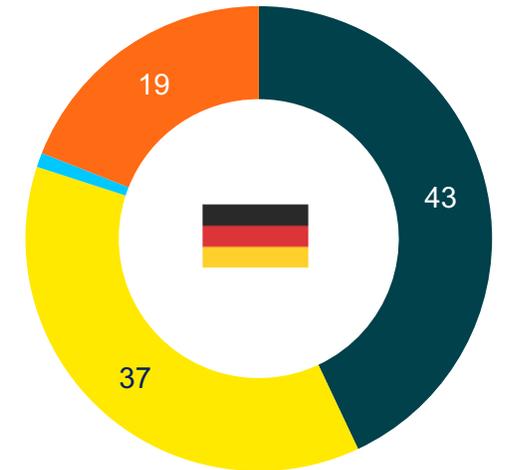
■ weiss nicht / k. A.

■ wir haben keine Nachhaltigkeitsstrategie



Schweiz

Es haben eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt ...



Deutschland

Angaben in Prozent

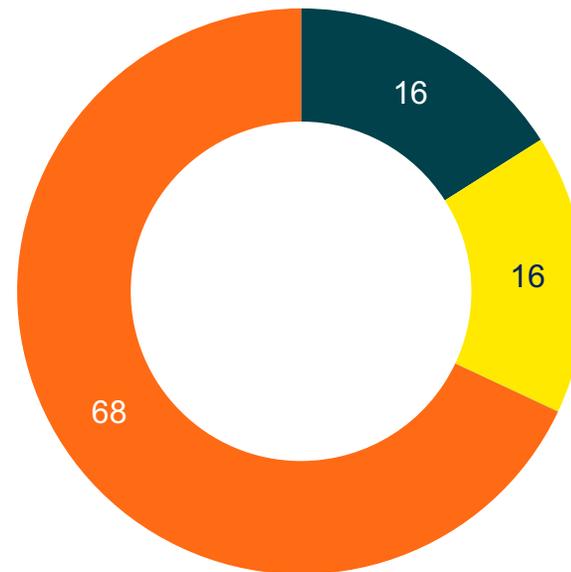
Frage: „Haben Sie in Ihrem Unternehmen bereits eine „Nachhaltigkeitsstrategie“ entwickelt, befindet sich dieser Prozess noch in der Planung oder gibt es dafür bisher noch keine Strategie?“

Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

Die Mehrheit der Strategen verfolgt die Nachhaltigkeitsstrategie unverändert weiter, 16 % bauen diese sogar aus.

Änderungen der Nachhaltigkeitsstrategie durch die Corona-Pandemie

- Ja, wir bauen unsere bisherige Strategie und die Massnahmen stärker aus.
- Ja, wir verschieben die Umsetzung einzelner Massnahmen auf einen späteren Zeitpunkt.
- Nein, alles bleibt zunächst unverändert.



Angaben in Prozent

Frage: „Hat sich durch die Corona-Pandemie und deren Auswirkungen etwas an Ihrer bisherigen Nachhaltigkeitsstrategie geändert?“

Basis: n=67 befragte Unternehmen in der Schweiz, die eine Nachhaltigkeitsstrategie planen oder bereits haben und diese Frage gestellt bekommen haben, (geringe Basis)

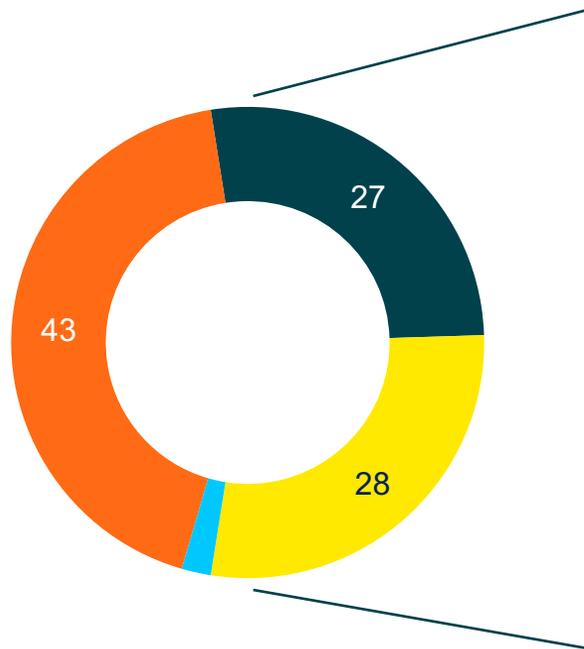
27 % der Unternehmen sehen den „Green Deal“ als Chance: Sie gründen neue Geschäftsfelder – zusammen mit ihren Kunden.

Ein gutes Viertel der Unternehmen hat bereits neue Geschäftsfelder aufgebaut: im Austausch mit Kunden sowie auf Basis von Wettbewerbsanalysen.

Veränderung / Suche nach neuen Geschäftsfeldern

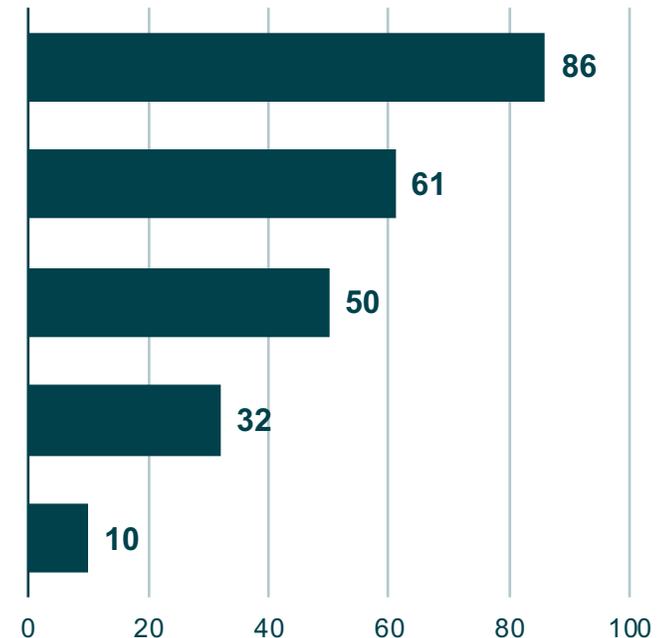
Es suchen nach neuen Geschäftsfeldern bzw. haben diese bereits aufgebaut ...

- ja, haben bereits neue Geschäftsfelder aufgebaut
- ja, suchen nach neuen Geschäftsfeldern
- weiss nicht / k. A.
- nein, ist nicht der Fall



Bei der Suche nach neuen Geschäftsfeldern gehen die Unternehmen wie folgt vor ... *
(77 befragte Unternehmen) **

- im Austausch mit Kunden
- durch Wettbewerbsanalyse
- im Austausch mit Verbänden
- im Austausch mit Nicht-regierungsorganisationen
- im Austausch mit ihrer Bank



Angaben in Prozent

Frage: „Vor dem Hintergrund des Themas „Nachhaltigkeit“: Sucht Ihr Unternehmen da auch aktiv nach neuen Chancen bzw. neuen Geschäftsmodellen - haben Sie bereits neue Geschäftsfelder aufgebaut - oder ist das eher nicht der Fall?“

Frage: „Wie sind Sie bei der Suche nach neuen Geschäftsmodellen vorgegangen bzw. wie gehen Sie dabei vor?“

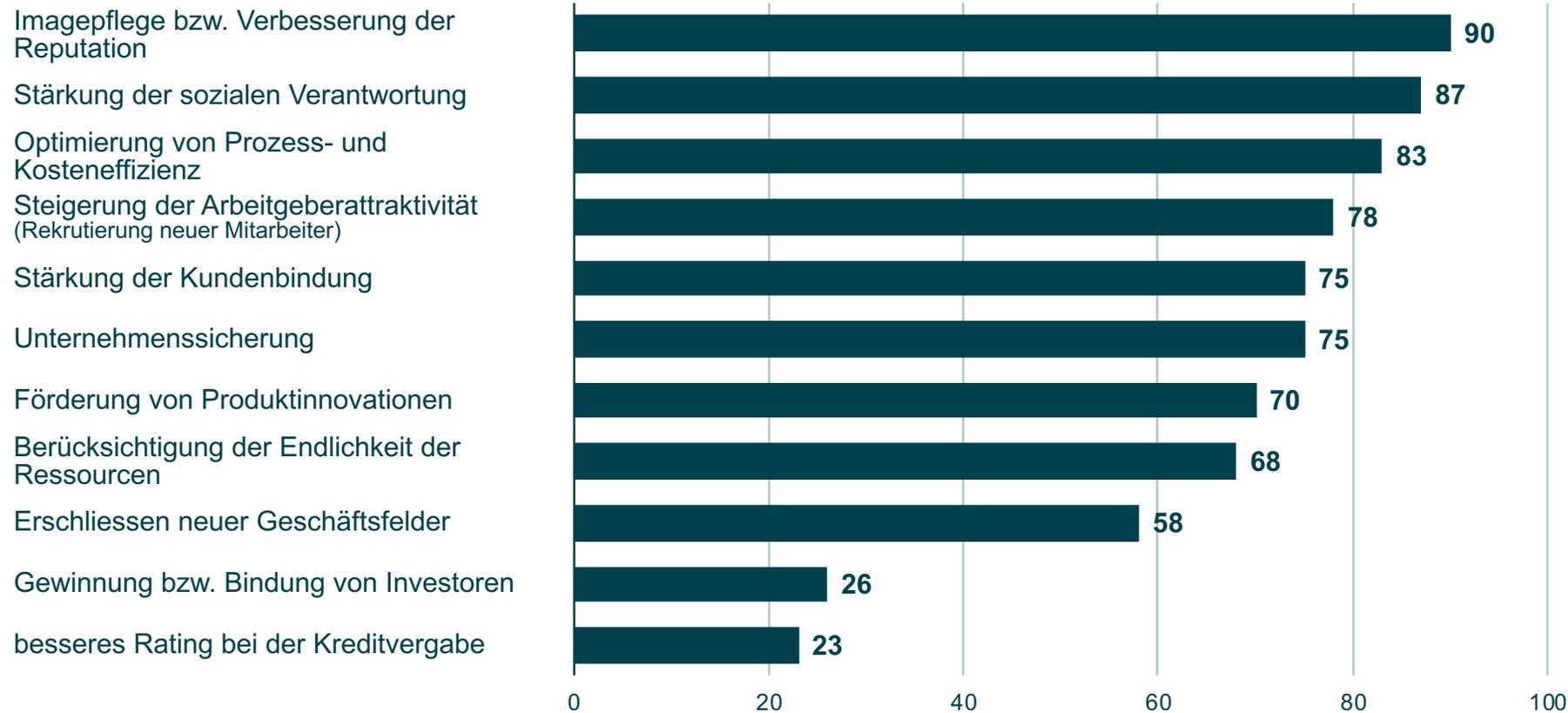
Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

* Mehrfachnennungen möglich / ** geringe Basis (unter 80 Befragte)

Für die Mehrheit ist Nachhaltigkeit derzeit primär ein Image- und Reputationsthema: Geschäftliche Potenziale werden noch nicht umfassend gehoben.

Nachhaltigkeitsengagement bietet Chancen zur Verbesserung der Reputation, Stärkung der sozialen Verantwortung sowie zur Optimierung von Prozess- und Kosteneffizienz.

Chancen von Nachhaltigkeitsmassnahmen *



Angaben in Prozent

Frage: „Das Engagement für Nachhaltigkeit bzw. die Umsetzung von Massnahmen zur Nachhaltigkeit kann für ein Unternehmen auch Chancen bieten. Bitte sagen Sie mir, welche der folgenden Chancen Sie für Ihr Unternehmen sehen.“

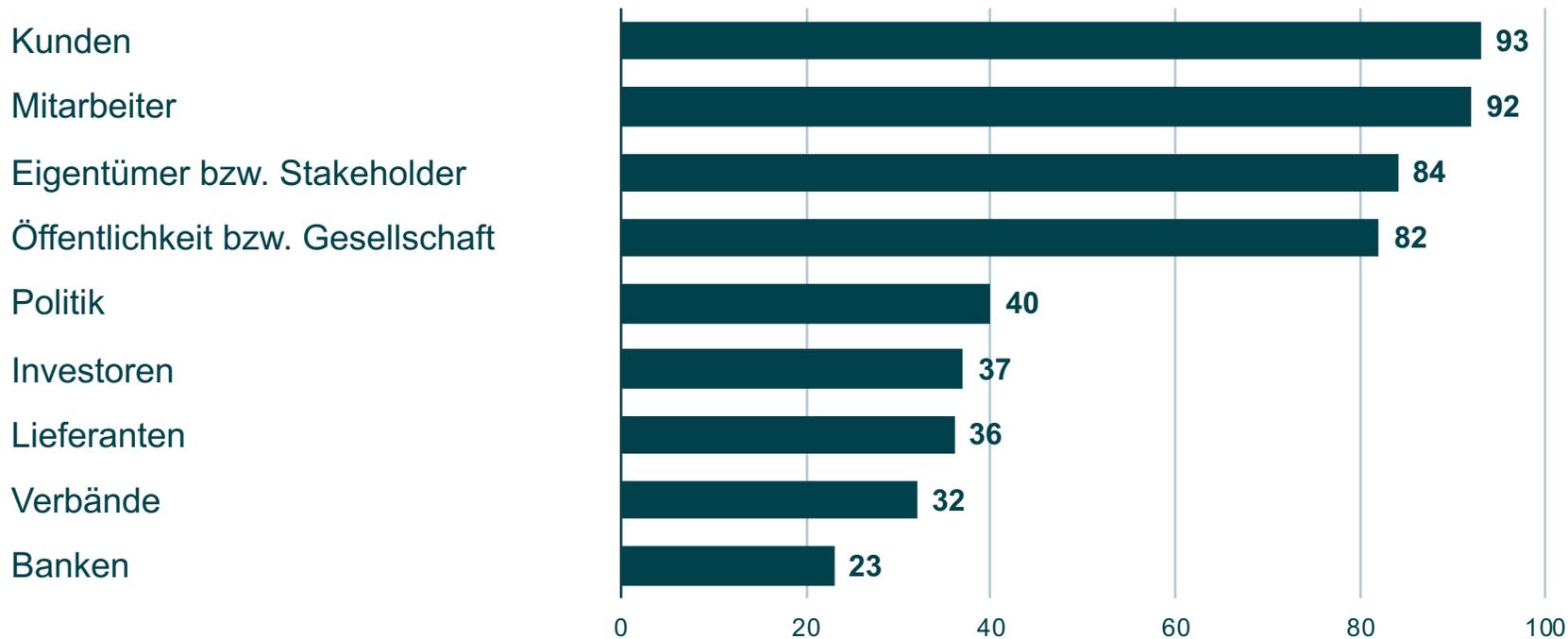
Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

* Mehrfachnennungen möglich

Die Unternehmen fühlen sich besonders gegenüber Kunden und Mitarbeitern verpflichtet, sich für Nachhaltigkeit einzusetzen.

Verpflichtung gegenüber Akteursgruppen *

Die jeweilige Akteursgruppe ist für das Unternehmen besonders wichtig ...



Angaben in Prozent

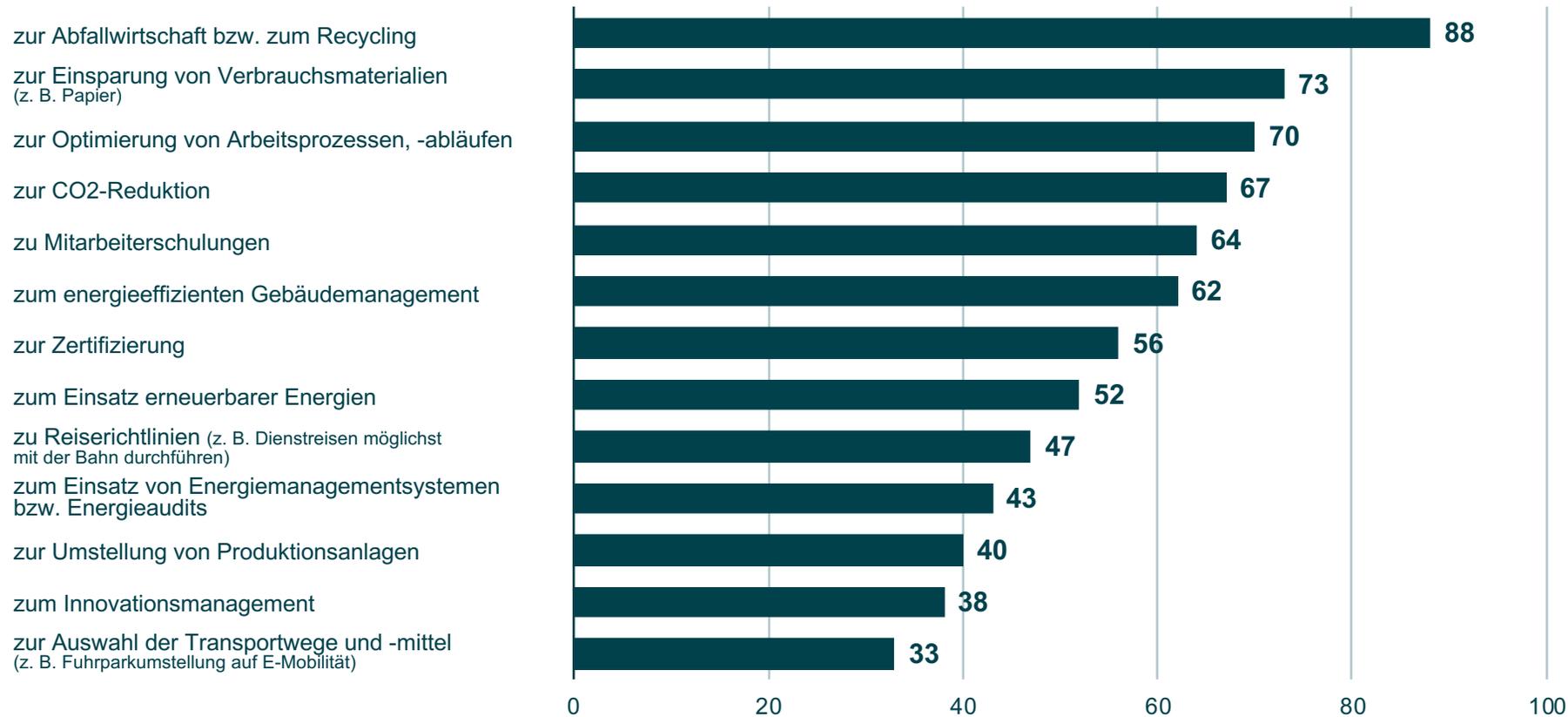
Frage: „Ich lese Ihnen jetzt einige Anspruchs- bzw. Akteursgruppen vor, gegenüber denen sich ein Unternehmen verpflichtet fühlen kann, sich für „Nachhaltigkeit“ zu engagieren bzw. Massnahmen zur „Nachhaltigkeit“ im Unternehmen umzusetzen. Bitte sagen Sie mir, welche der folgenden Gruppen für Ihr Unternehmen dabei besonders wichtig sind.“

Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

* Mehrfachnennungen möglich

Mehrheitlich werden bereits Massnahmen im Bereich Abfallwirtschaft, Materialeinsparung, Prozessoptimierung, CO2-Reduktion und Mitarbeiterschulungen umgesetzt.

Massnahmen zur Nachhaltigkeit, die bereits umgesetzt werden



Angaben in Prozent

Frage: „Welche der folgenden Massnahmen zur „Nachhaltigkeit“ wurden in Ihrem Unternehmen bereits umgesetzt bzw. sind geplant? Wie ist das mit Massnahmen...?“

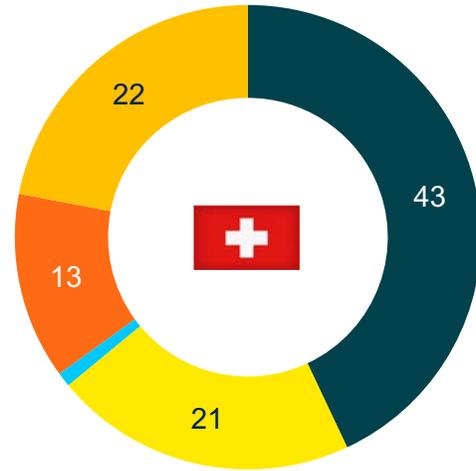
Wird das bereits umgesetzt, ist das geplant, wird aber noch nicht umgesetzt oder sind solche Massnahmen nicht geplant?“

Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

43 % der Schweizer Unternehmen setzen bereits Massnahmen im Bereich Kreislaufwirtschaft um. Das ist deutlich mehr als in Deutschland.

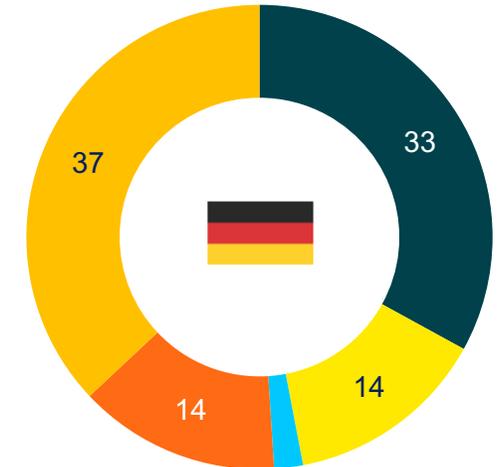
Kreislaufwirtschaft

- ja, setzen wir bereits um
- ja haben uns über die Möglichkeiten informiert
- weiss nicht / k. A.
- nein, bisher noch nicht
- keine Anwendungsmöglichkeit für unser Unternehmen



Schweiz

Es haben sich mit dem Thema Kreislaufwirtschaft beschäftigt ...



Deutschland

Angaben in Prozent

Frage: „Hat sich Ihr Unternehmen schon mit dem Thema „Kreislaufwirtschaft“ beschäftigt? Mit Kreislaufwirtschaft ist die Wiederverwendung von Materialien bzw. Bestandteilen, wie z. B. seltenen Erden oder Rohstoffen gemeint, um Ressourcen zu schonen.“

Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

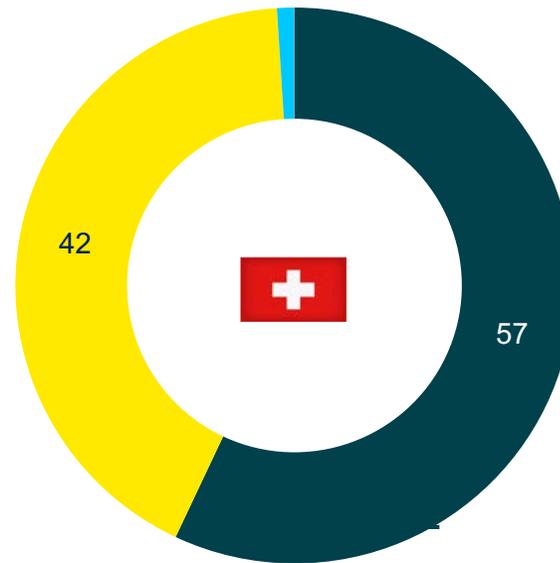
**Nachhaltigkeit ist ein
Investitionsthema: 58 % der
Unternehmen in der Schweiz haben
bereits über die gesetzlichen
Vorgabe hinaus investiert.**

Gut die Hälfte der Schweizer Unternehmen hat in den letzten zwei Jahren verstärkt in Nachhaltigkeitsmassnahmen investiert.

Investitionen

Die Investitionen in Nachhaltigkeitsmassnahmen haben in den letzten zwei Jahren eher ...

- zugenommen
- sind in etwa konstant
- weiss nicht / k. A.
- abgenommen



Schweiz

Angaben in Prozent

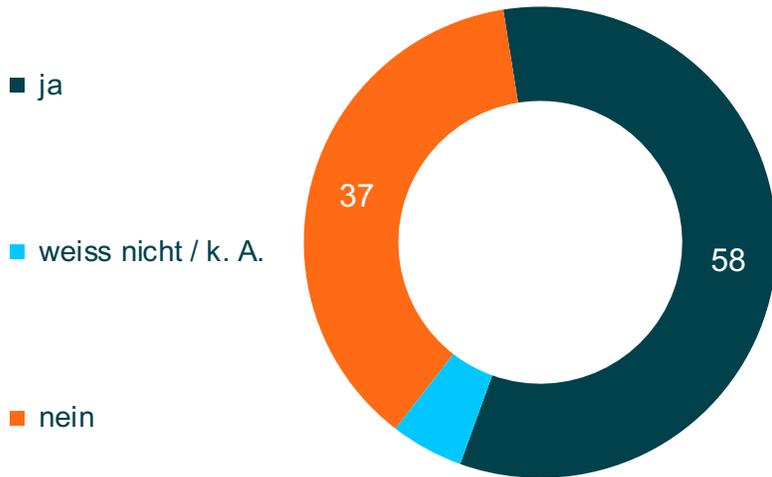
Frage: „Wie haben sich die Investitionen in Nachhaltigkeitsmassnahmen in Ihrem Unternehmen in den letzten zwei Jahren entwickelt: Haben sie eher zugenommen - eher abgenommen oder sind sie in etwa konstant geblieben?“

Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

Mehr als die Hälfte der befragten Schweizer Unternehmen engagiert sich über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus und investiert freiwillig in Nachhaltigkeitsmassnahmen.

Freiwilliges Engagement

Es haben bereits in eine freiwillige Nachhaltigkeitsmassnahme investiert ...



In folgende Massnahmen wurde investiert ... *
(81 befragte Unternehmen)



Angaben in Prozent

Frage: „Man kann sich als Unternehmen auch über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus für das Thema „Nachhaltigkeit“ engagieren und freiwillig in Massnahmen zu langfristigen Nachhaltigkeitszielen investieren. Diese Massnahmen haben unter Umständen keinen direkten Einfluss auf Ihr Geschäftsmodell und können zunächst auch nur Kosten verursachen. Investieren Sie in Ihrem Unternehmen in solche freiwilligen Nachhaltigkeitsmassnahmen?“

Frage: „Wie sind Sie bei der Suche nach neuen Geschäftsmodellen vorgegangen bzw. wie gehen Sie dabei vor?“

Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

* offene Frage, Mehrfachnennungen möglich; aufgeführt sind die Top10-Nennungen.

**Barrieren: Aufwand und Ertrag
sind nicht einschätzbar.
Die Bank soll zu Fördermitteln und
Nachhaltigkeitsthemen informieren.**

Hindernisse sehen Schweizer Unternehmen primär in einer schwer einschätzbaren Aufwand-Ertrag-Relation. Mit Abstand folgt eine zu hohe Arbeitsbelastung sowie der Mangel an qualifiziertem Personal.

Hindernisse für Nachhaltigkeitsmassnahmen *



Angaben in Prozent

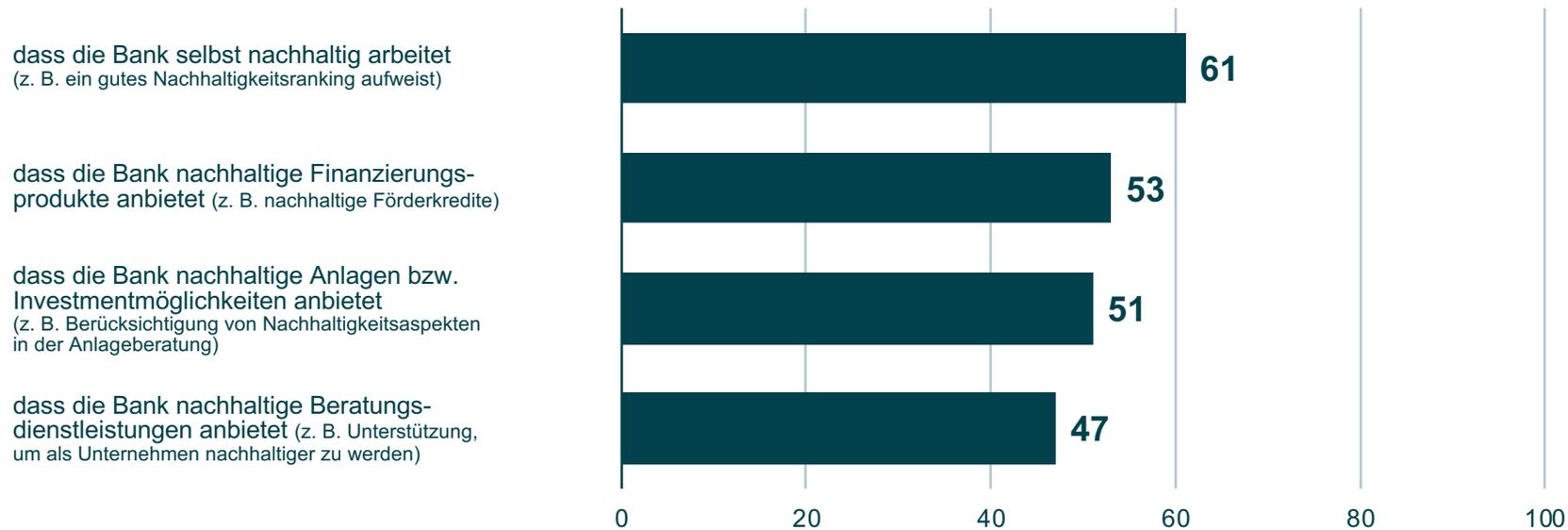
Frage: „Es kann ja verschiedene Gründe geben, warum man bisher noch wenige oder keine Nachhaltigkeitsmassnahmen im Unternehmen geplant bzw. umgesetzt hat. Bitte sagen Sie mir, welche der folgenden Faktoren die Umsetzung von Massnahmen zur Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen behindern.“

Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

* Mehrfachnennungen möglich

In puncto „Nachhaltigkeit“ sollte die Bank Vorbild sein und selbst auch nachhaltig arbeiten. Nachhaltige Finanzierungs- und Anlageprodukte sind ebenfalls wichtig.

Erwartungen an die Bank *



Angaben in Prozent

Frage: „Welche der folgenden Aspekte zum Thema „Nachhaltigkeit“ sind Ihnen bei Ihrer Bank wichtig?“

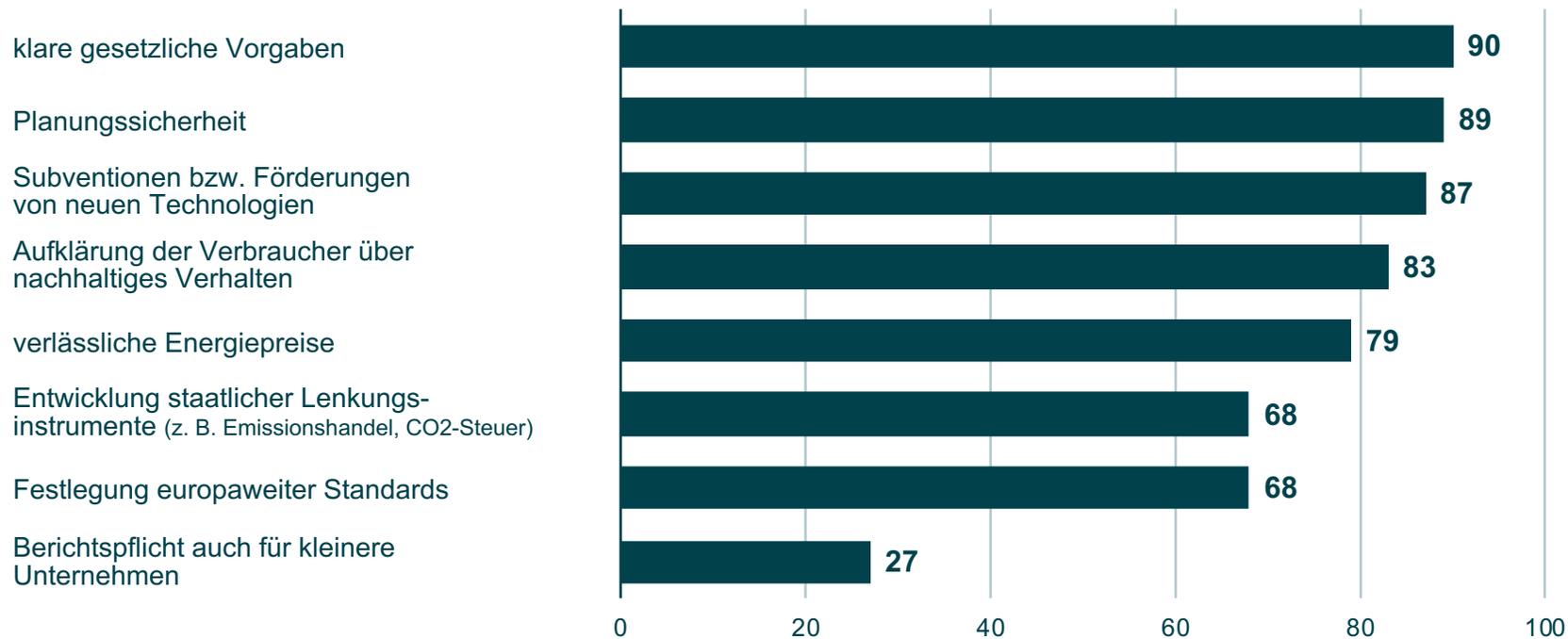
Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz

* Mehrfachnennungen möglich

Unternehmen in der Schweiz erwarten von der Politik vor allem klare gesetzliche Vorgaben, Planungssicherheit, Förderung neuer Technologien und Aufklärung der Verbraucher, um „Nachhaltigkeit“ im Mittelstand voranzutreiben.

Erwartungen an die Politik

Der jeweilige Aspekt ist sehr wichtig / wichtig ...



Angaben in Prozent

Frage: „Was muss die Politik in der Schweiz tun, um das Thema Nachhaltigkeit im Mittelstand in der Schweiz zu fördern und voranzutreiben? Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte?“

Basis: n=140 befragte Unternehmen in der deutschsprachigen Schweiz



**UNTERNEHMER
PERSPEKTIVEN**
Eine Initiative der Commerzbank

Wir veröffentlichen regelmässig Studienergebnisse, Interviews mit hochkarätigen Persönlichkeiten aus Gesellschaft, Wirtschaft und Politik sowie interessante Insights von Unternehmern und ihren Unternehmen.

Ihre Ansprechpartner: Projektteam Unternehmerperspektiven

Alexandra Ferenz
FK-Event Marketing
Tel.: +49 69 136-45015
alexandra.ferenz@commerzbank.com

Ina Vollmann
FK-Event Marketing
Tel.: +49 69 136-29460
ina.vollmann@commerzbank.com

www.unternehmerperspektiven.de

Copyright © Juli 2021 by Commerzbank AG.
Alle Rechte vorbehalten.

