

an der Umfrage teilgenommenen Unternehmen gaben an, dass sich eine Steigerung der Nachhaltigkeitsinitiativen sicher nicht auf das Geschäft auswirken würde.

„Zwar gewinnt das Thema Nachhaltigkeit immer mehr an Zuspruch, allerdings sind die Unternehmen noch unschlüssig, wie sie das Potenzial am besten nutzen können“, sagt Gunther Reimoser, Country Managing Partner bei EY Österreich.



© EY

”

Die Unternehmen sind noch unschlüssig, wie sie das Potenzial am besten nutzen können.

“

Industrie ganz vorn

Vorreiter in diesem Bereich sind die Sektoren Industrie sowie Transport und Verkehr, in denen 66% bzw. 62% bereits über eine entsprechende Strategie verfügen oder in den nächsten zwei Jahren die Einführung einer solchen planen. Allerdings gibt beinahe jedes zweite Unternehmen (46%) an, keine Nachhaltigkeits- oder Klimastrategie zu haben und auch in Zukunft keine Entwicklung einer solchen zu planen.

Hinsichtlich der Auswirkungen des Klimawandels auf das eigene Geschäftsmodell herrscht in Österreich noch ein eher unklares Bild vor.

Gut jedes vierte Unternehmen (26%) sieht in den Auswirkungen des Klimawandels eine Chance für das eigene Geschäftsmodell, beinahe genauso viele (21%) erkennen darin aber ein Risiko. Zudem ist jedes zweite befragte

Unternehmen (53%) der Ansicht, dass sich der Klimawandel nicht auf das eigene Geschäftsmodell auswirken wird. Auch der Mittelstand in Deutschland ist sich uneins: Zwar gibt hier fast ein Drittel (30%) an, durch den Klimawandel eine Chance für das Geschäftsmodell zu erkennen, allerdings sehen auch bei unserem Nachbarn 21% darin ein Risiko.

Uneinigkeit beim Nachbarn

Zwar berichtet aktuell nur ein knappes Drittel (29%) der Mittelstandsunternehmen umfassend über nicht-finanzielle Informationen oder Nachhaltigkeitsagenden, allerdings planen weitere 16% die Implementierung solcher Kommunikationsmaßnahmen in den nächsten zwei Jahren.

In Deutschland liegt der Anteil jener Mittelstandsunternehmen, die bereits auch nicht-finanzielle Informationen umfassend offenlegen oder über ihre Nachhaltigkeitsagenda berichten, mit 51% deutlich höher. Die Hälfte der österreichischen Unternehmen (55%) zieht aktuell die Publikation dieser Informationen in naher Zukunft nicht in Erwägung.

Österreichs mittelständische Unternehmen sind sich ihrer Verantwortung im Hinblick auf den Klimawandel bewusst und treffen bereits Maßnahmen, um zur Problemlösung beizutragen. Auf Rang eins der wichtigsten

EY-Experte

Gunther Reimoser ist Country Managing Partner bei EY Österreich.

Maßnahmen steht die Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (66%), gefolgt von nachhaltigen Investitionsentscheidungen (63%) sowie einer Erhöhung des Anteils von Energie aus erneuerbaren Quellen (60%).

Auch beim deutschen Mittelstand rangieren diese drei Maßnahmen unter den Top-3. Hingegen spielen in Österreich Maßnahmen in Bezug auf den Verkehr wie die Ökologisierung des Fuhrparks (42%) oder die Reduktion von Reise- und Transporttätigkeiten (23%) aktuell eine eher untergeordnete Rolle.

Potenzial erkannt

„Zwar gewinnt das Thema Nachhaltigkeit immer mehr an Zuspruch, allerdings sind die Unternehmen noch unschlüssig, wie sie das Potenzial am besten nutzen können“, sagt EY-Experte Reimoser.

„Österreichs Betriebe nehmen ihre gesellschaftliche Funktion wahr und wollen ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dabei helfen, die aktuelle Informationsflut einzuordnen und selbst aktiv zu werden. In den nächsten Jahren wird es aber noch weitere Maßnahmen benötigen“, so der Fachmann.

Großes Ziel Klimaneutralität

„Die Regierung hat es sich zum Ziel gesetzt, Österreich bis 2040 klimaneutral zu gestalten. Auch die Wirtschaft wird ihren Teil dazu beitragen. Erste Maßnahmen im Regierungsprogramm sehen beispielsweise ein Anreizsystem für nachhaltigere Fuhrparks oder auch steigende Kosten für Flugreisen vor. Das wird sich stark auf die Maßnahmen auswirken, die Unternehmen zum Klimaschutz treffen“, so Reimoser. Für die Studie wurden 900 mittelständische, nicht kapitalmarktorientierte Unternehmen mit 30 bis 2.000 Mitarbeitern in Österreich befragt.

31
Prozent

Big Business

Ein knappes Drittel (31%) ist sich sicher, dass es von verstärkten Aktivitäten im Nachhaltigkeitsbereich geschäftlich profitieren kann; mehr als zwei von drei Unternehmen (69%) gehen immerhin davon aus.