

# Marktstudie Nachhaltigkeit

Wie weit sind österreichische Unternehmen und welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei der Finanzierung?

Ergebnisse





# | Über die Studie

## 2 Ergebnisse

## Die Marktstudie ist die erste Studie in Österreich zum Thema Nachhaltigkeit und nachhaltige Finanzierung unter führenden heimischen Unternehmen

- 1 Ziel der Studie ist zu ermitteln, welche **Bedeutung das Thema Nachhaltigkeit für österreichische Unternehmen** hat und welche Rolle die **Nachhaltigkeit in der Finanzierung** spielt
- 2 Hierzu wurde im Zeitraum **Mai-Juni 2021** eine telefonische Befragung unter **200 österreichischen Unternehmen** mit **>300 MitarbeiterInnen** durchgeführt
- 3 Die Studie stellt ein Gemeinschaftsprojekt von **Arthur D. Little Austria, Erste Bank** und **Karmasin Research & Identity** dar

## Die Studie gliedert sich in vier Themenbereiche

### Stellenwert der Nachhaltigkeit

- Welchen **Stellenwert hat Nachhaltigkeit & ESG<sup>1</sup>** in den Unternehmen? Existiert eine **Nachhaltigkeitsstrategie** und werden **Erfolgsindikatoren (KPIs<sup>2</sup>)** definiert?

### Maßnahmen

- Welche **Maßnahmen, Projekte oder Initiativen** zur Erreichung von ESG/Nachhaltigkeitszielen wurden eingeleitet bzw. schon umgesetzt?

### Vorteile und Barrieren

- Welche **Vorteile** werden im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit gesehen und welche **Vorbehalte** existieren?

### Nachhaltigkeit und Banken

- Welche Rolle spielt **Nachhaltigkeit** in der **Interaktion mit Banken**? Was sind die **Anforderungen und Angebote der Banken** und wie werden diese von den Unternehmen genutzt?

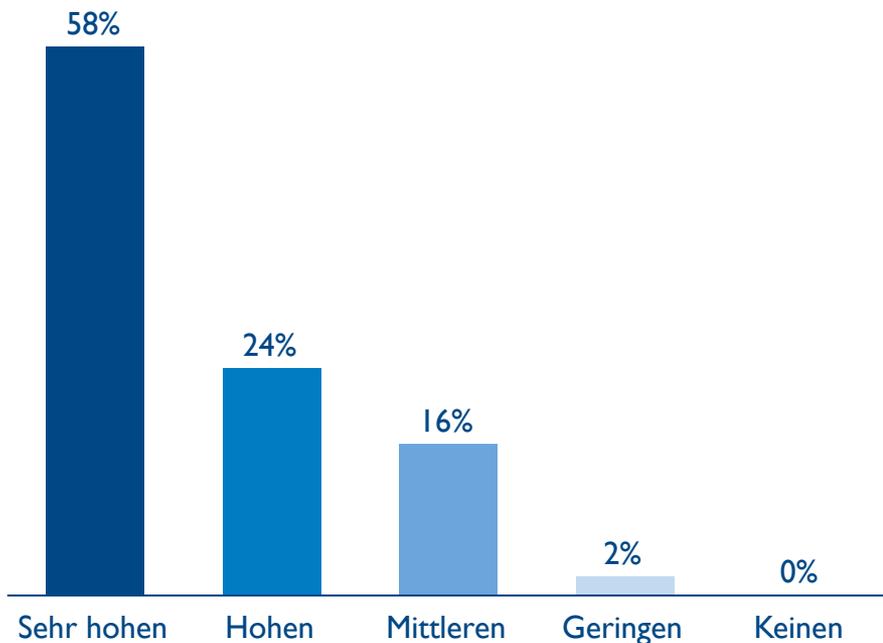


Über die Studie

## 2 Ergebnisse

## Für >80% der befragten Unternehmen hat Nachhaltigkeit einen sehr hohen oder hohen Stellenwert

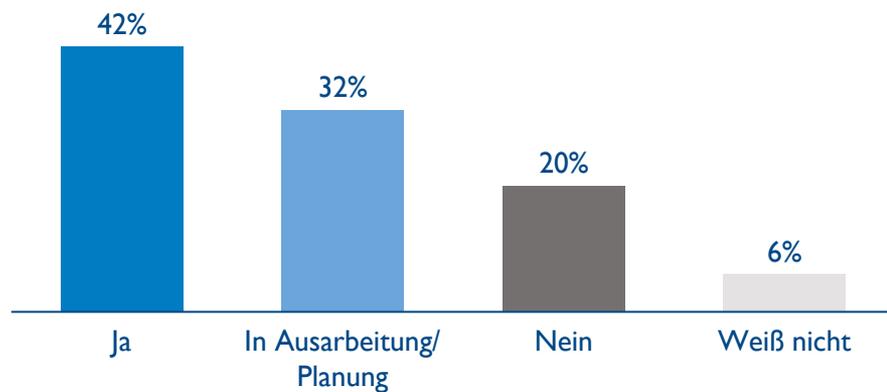
Welchen Stellenwert hat das Thema Nachhaltigkeit und ESG derzeit für Ihr Unternehmen?



- Nachhaltigkeit als zentrales Thema für österreichische Unternehmen – für **82%** hat es **sehr hohen oder hohen Stellenwert**
- Nur **vereinzelt geringen Stellenwert**
- **Keine signifikanten Unterschiede** im Stellenwert zwischen:
  - Größe des Unternehmens
  - Branche
  - Region

Trotz des hohen Stellenwerts des Themas, haben bislang nur 42% der Unternehmen eine Nachhaltigkeitsstrategie umgesetzt – weitere 32% arbeiten daran

Gibt es eine Nachhaltigkeitsstrategie bzw. ESG Strategie in Ihrem Unternehmen in Österreich?



Ergebnisse nach **Unternehmensgröße** (Anzahl MitarbeiterInnen)



- **42%** haben **Nachhaltigkeitsstrategie** umgesetzt – bei **32%** ist sie in **Ausarbeitung/Planung**
- **Größere Unternehmen** weiter fortgeschritten – **51%** haben **Nachhaltigkeitsstrategie** umgesetzt
- **20%** der Unternehmen mit **sehr hohem** oder **hohem Stellenwert** haben **keine Strategie** umgesetzt oder in Ausarbeitung/Planung

## Ökologische und Umweltziele sind in fast allen Strategien verankert gefolgt von sozialen Zielen – Corporate Governance und Diversity Ziele in weniger als der Hälfte

Welche Themenfelder bzw. Ziele umfasst die Nachhaltigkeitsstrategie in Ihrem Unternehmen?

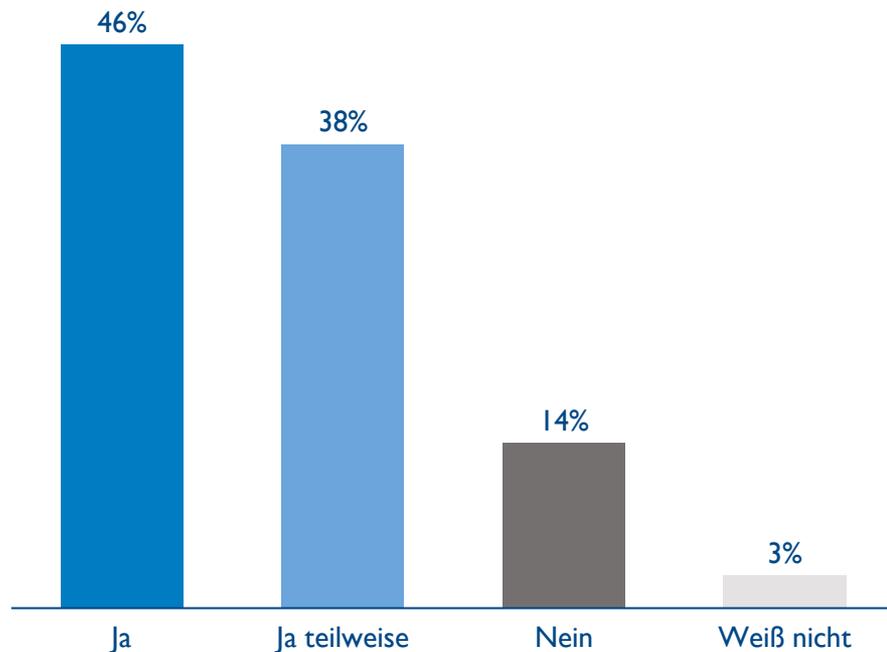
Anteil Unternehmen mit Nennung



- **Ökologische und Umweltziele** mit **97%** in fast jeder Nachhaltigkeitsstrategie verankert
- **Soziale Ziele** in **76%** der Strategien – vor allem bei größeren Unternehmen mit >80%
- **Aufholbedarf** bei **Corporate Governance** und **Diversity** mit jeweils nur **43%**

## Knapp die Hälfte der Nachhaltigkeitsstrategien umfassen konkrete KPIs – bei weiteren knapp 40% sind KPIs zumindest teilweise inkludiert

Umfasst die ESG Strategie klare Ziele und Erfolgsindikatoren, sogenannte KPIs?

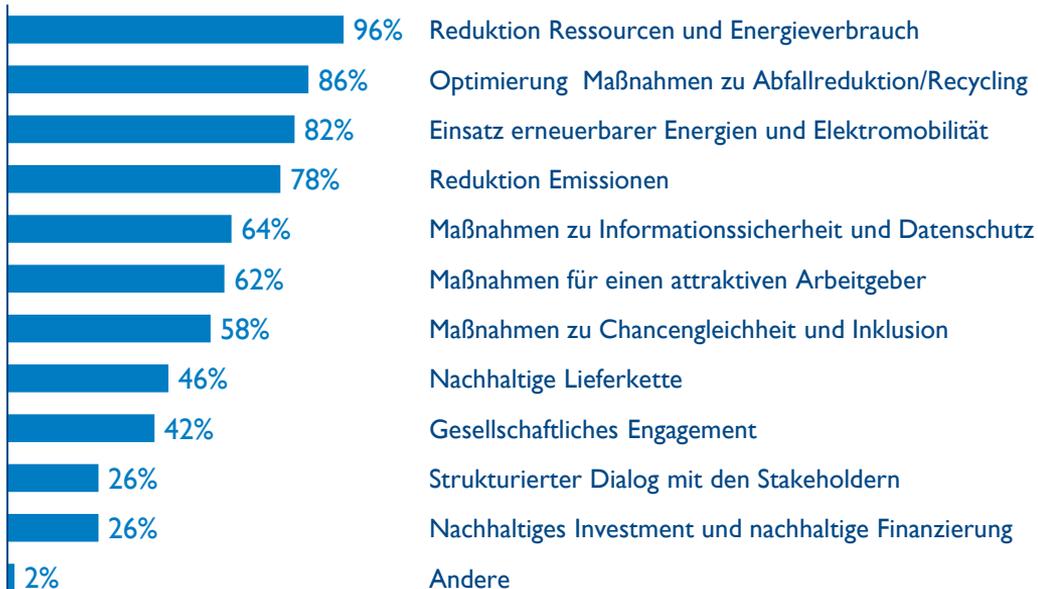


- **46%** der Nachhaltigkeitsstrategien **umfassen KPIs** – weitere **38%** zumindest **teilweise**
- Bei **14%** der Nachhaltigkeitsstrategien sind derzeit **keine KPIs** vorhanden
- KPIs vor allem für **Ressourcenverbrauch** sowie **Umwelt-** und **Sicherheitsaspekte**
- KPIs zu **MitarbeiterInnen** und **gesellschaftlichen Engagements** deutlich **seltener**

# Maßnahmen zur Senkung des Verbrauchs, des Abfalls und von Emissionen stehen bei den Unternehmen im Vordergrund – Dialog mit Stakeholdern hingegen nur bei einem Viertel

Welche Maßnahmen, Projekte oder Initiativen zur Erreichung von ESG-Zielen wurden eingeleitet bzw. schon umgesetzt?

Anteil Unternehmen mit Nennung



- Maßnahmen zur **Senkung des Verbrauchs, Abfalls und Emissionen** im Vordergrund
- Maßnahmen zu **IT-Sicherheit und Datenschutz, attraktiven Arbeitgeber und Chancengleichheit und Inklusion** weitere wesentliche Maßnahmen
- **Gesellschaftliches Engagement, strukturierter Dialog mit Stakeholdern** sowie **nachhaltige Investments und Finanzierungen** untergeordnete Rolle

# Unternehmen sehen die Vorteile der Nachhaltigkeitsaktivitäten vor allem intern in einem besseren Arbeitsklima und erhöhter Zufriedenheit und Loyalität der MitarbeiterInnen

## Welche Vorteile sehen Sie in Nachhaltigkeitsaktivitäten Ihres Unternehmens?

### Anteil Unternehmen mit Nennung



- **Besseres Arbeitsklima (72%) und höhere Zufriedenheit und Loyalität der MitarbeiterInnen (68%)** als primäre Vorteile gesehen
- **Wettbewerbsvorteil, Bestandteil eines zeitgemäßen Unternehmens und bessere Chancen am Bewerbermarkt sowie Kunden und Banken von ca. 50%** als Vorteile gesehen
- **Nur 14%** sehen **Vorteile** im Zusammenhang mit **Bankfinanzierungen**

## Knapp die Hälfte der Unternehmen sieht keine Vorbehalte im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsmaßnahmen

Welche Vorbehalte sehen Sie in Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsmaßnahmen für Ihr Unternehmen?

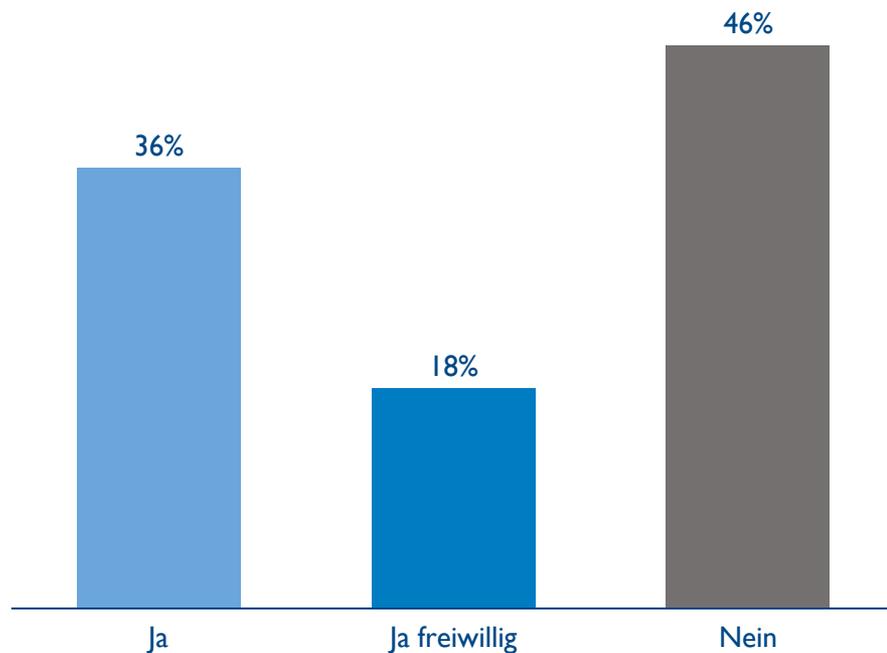
Anteil Unternehmen mit Nennung



- **48%** sehen **keine Vorbehalte** im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsmaßnahmen
- **Zu hohe Kosten (36%)** und **zu lange Projektlaufzeiten (12%)** teilweise als Vorbehalte erwähnt

## Fast die Hälfte der Unternehmen publiziert derzeit keinen Nachhaltigkeitsbericht bzw. Informationen im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung

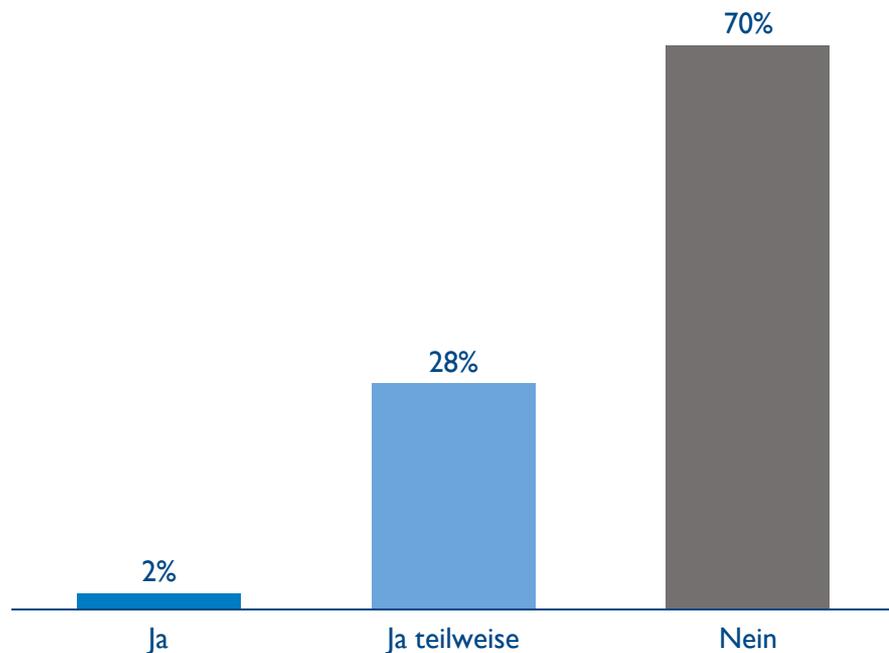
Publizieren Sie einen Nachhaltigkeitsbericht bzw. Informationen im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung?



- **46%** der Unternehmen publizieren derzeit **keinen Nachhaltigkeitsbericht** bzw. Informationen im Rahmen der **nichtfinanziellen Berichterstattung**
- **54%** veröffentlichen entsprechende Daten – **18%** (Drittel der publizierenden Unternehmen) macht dies **freiwillig**
- Ergebnisse sind **unabhängig** von der **Unternehmensgröße**

## Für 70% der Unternehmen spielt Nachhaltigkeit noch keine Rolle in der Interaktion mit ihren Banken

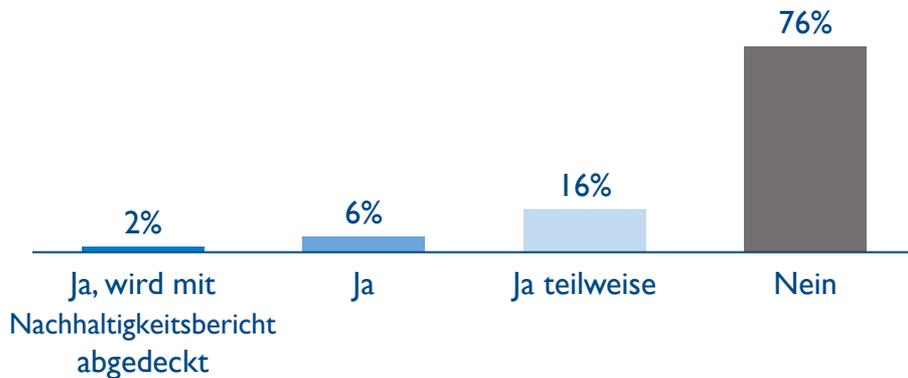
Spielt das Thema Nachhaltigkeit bereits eine Rolle in Ihrer Interaktion mit den Banken?



- Für **70%** ist **Nachhaltigkeit** noch **kein Thema** in der **Interaktion mit Banken**
- Nur bei **30%** spielt das Thema bereits eine Rolle – und hier überwiegend **nur teilweise**

Bei rund drei Viertel der Unternehmen hat die Bank noch keine Nachhaltigkeitsdaten verlangt – Unternehmen bereiten sich auch nicht auf mehr Datenanfragen der Banken vor

Verlangt/en Ihre(n) Bank(en) Nachhaltigkeitsdaten?



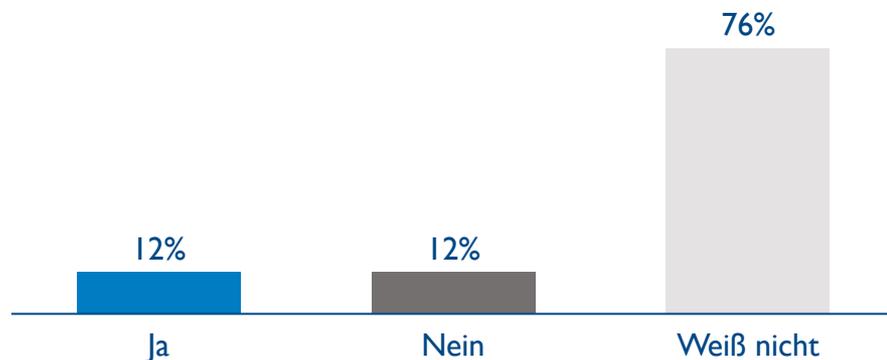
Bereiten Sie sich darauf vor, dass Banken künftig mehr Nachhaltigkeitsdaten von Ihnen verlangen?



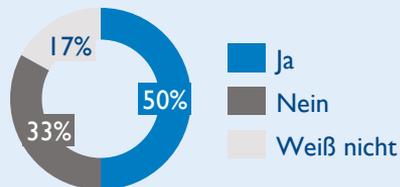
- Bei **76%** der Unternehmen wurden noch **keine Nachhaltigkeitsdaten** von der Bank verlangt
- Nur eine **Minderheit** hat Nachhaltigkeitsdaten an die Bank **übermittelt**
- **76% bereitet sich nicht darauf vor**, dass Banken künftig (mehr) **Nachhaltigkeitsdaten** verlangen

## Mehr als drei Viertel der Unternehmen wissen nicht, ob ihre Bank nachhaltige Produkte und Services anbietet

Bietet Ihre Bank grundsätzlich nachhaltige Produkte und Services an?



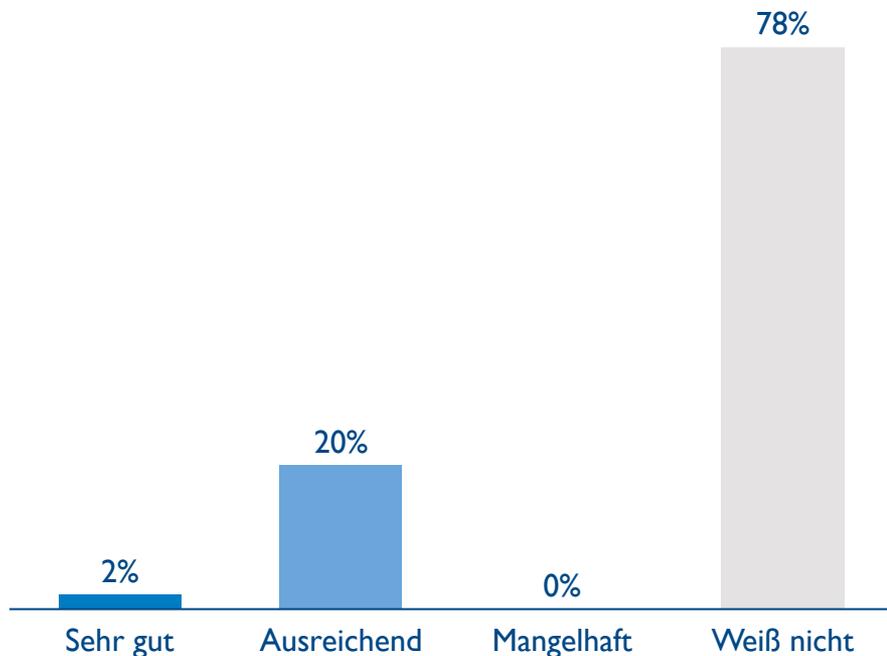
Nutzt Ihr Unternehmen das Angebot an nachhaltigen Produkten und Services Ihrer Bank?



- **76% wissen nicht**, ob ihre **Bank nachhaltige Produkte und Services anbietet**
- **Je 12%** sagen, dass ihre Bank nachhaltige Produkte und Services anbietet bzw. nicht anbietet
- **50%** der Unternehmen, deren Banken **wissentlich nachhaltige Produkte und Services anbieten**, **nutzen dieses Angebot** auch

## 78% der Unternehmen hat keine Meinung dazu, wie ihre Bank in puncto Nachhaltigkeit aufgestellt ist

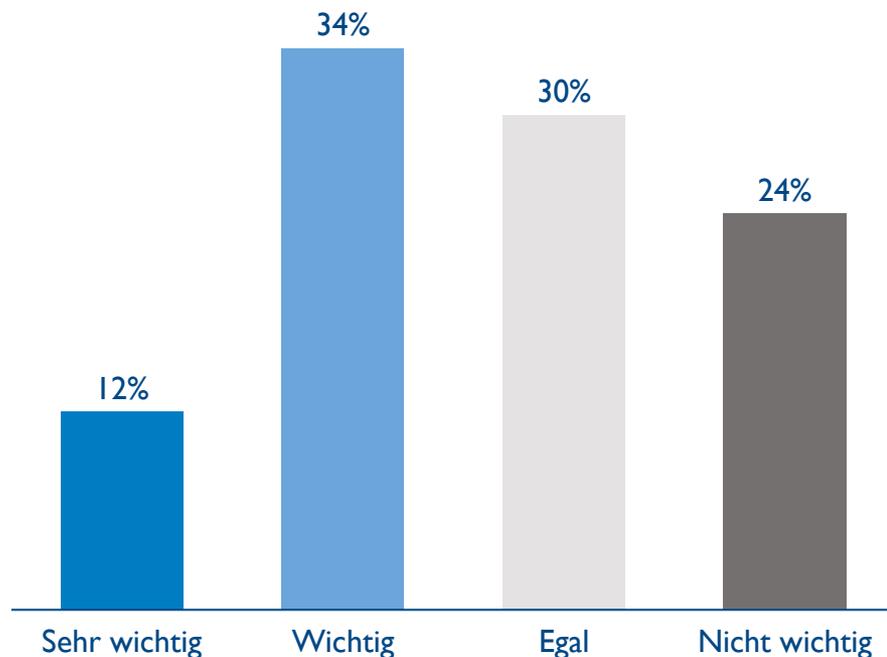
Wie sehen Sie Ihre Banken derzeit in puncto Nachhaltigkeit aufgestellt?



- **78%** der Unternehmen hat **keine Meinung** („weiß nicht“), **wie ihre Bank(en)** in puncto **Nachhaltigkeit aufgestellt** ist
- Eine Minderheit von **2%** beurteilt die Frage mit sehr gut, weitere **20%** mit ausreichend

## Für knapp die Hälfte der Unternehmen ist das Thema Nachhaltigkeit für die Kundenbeziehung mit der Bank sehr wichtig oder wichtig

Wie wichtig ist Ihnen das Thema Nachhaltigkeit für Ihre Kundenbeziehung und -bindung zu Ihrer Bank?



- Für **46%** der Unternehmen ist **Nachhaltigkeit für die Kundenbeziehung und -bindung zu ihrer Bank sehr wichtig (12%) oder wichtig (34%)**
- Für **24%** ist es **nicht wichtig** – weitere **30%** sind **indifferent**

## Die Studie zeigt die große Bedeutung von Nachhaltigkeit für österreichische Unternehmen – gleichzeitig hat das Thema noch keine wesentliche Bedeutung in der Interaktion mit Banken

1

Für **>80%** der befragten Unternehmen hat Nachhaltigkeit einen **sehr hohen** oder **hohen Stellenwert** – trotzdem haben **erst 42%** eine **Nachhaltigkeitsstrategie umgesetzt**

2

**Ökologische und Umweltziele** sind in fast allen Strategien verankert gefolgt von sozialen Zielen – **Corporate Governance** und **Diversity Ziele** finden sich **in weniger als der Hälfte** der Strategien

3

Dennoch sehen die Unternehmen die Vorteile der Nachhaltigkeitsaktivitäten vor allem intern in einem **besseren Arbeitsklima** und **erhöhter Zufriedenheit und Loyalität der MitarbeiterInnen**

4

**Nur bei 30%** der Unternehmen spielt Nachhaltigkeit bereits eine Rolle in der **Interaktion mit ihren Banken**

5

Mehr als **drei Viertel** der Unternehmen **wissen nicht, ob ihre Bank nachhaltige Produkte und Services anbietet**

Arthur D. Little has been at the forefront of innovation since 1886. We are an acknowledged thought leader in linking strategy, innovation and transformation in technology-intensive and converging industries. We navigate our clients through changing business ecosystems to uncover new growth opportunities. We enable our clients to build innovation capabilities and transform their organizations.

Our consultants have strong practical industry experience combined with excellent knowledge of key trends and dynamics. ADL is present in the most important business centers around the world. We are proud to serve most of the Fortune 1000 companies, in addition to other leading firms and public sector organizations.

For further information please visit [www.adlittle.com](http://www.adlittle.com) or [www.adl.com](http://www.adl.com).

Copyright © Arthur D. Little Luxembourg S.A. 2021.  
All rights reserved.

Contact:

**Dr. Raffaella Ritter**

Partner, Head of Financial Services DACH & EE

M: +43 664 605 41 57

E: [ritter.raffaella@adlittle.com](mailto:ritter.raffaella@adlittle.com)

**Dr. Georg von Pföstl**

Principal Financial Services

M: +43 664 605 41 69

E: [vonpfoestl.georg@adlittle.com](mailto:vonpfoestl.georg@adlittle.com)

Arthur D. Little Austria GmbH

Rotenturmstraße 25/Top 22

1010 Wien

**Arthur D Little**

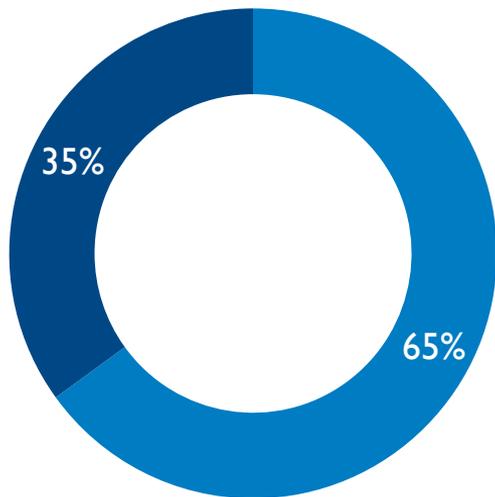


# Anhang: Marktstudie Nachhaltigkeit



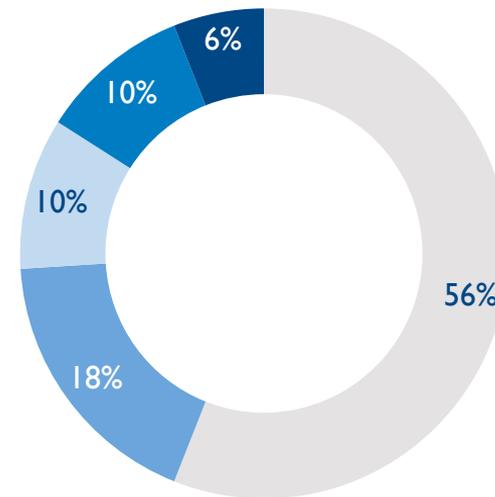
## Verteilung der 200 teilnehmenden österreichischen Unternehmen: Größenklasse – Anzahl MitarbeiterInnen und Umsatz

Teilnehmer nach Mitarbeiterzahl



■ 300-500 MitarbeiterInnen ■ > 500 MitarbeiterInnen

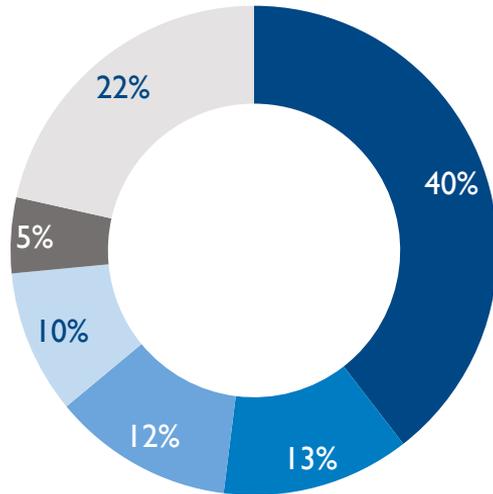
Teilnehmer nach Umsatz



■ Keine Angabe ■ Bis 75 Mio ■ Über 1.000 Mio  
■ Bis 500 Mio ■ Bis 1.000 Mio

## Verteilung der 200 teilnehmenden österreichischen Unternehmen: Branche und Region

Teilnehmer nach Branchengruppe (Top 5 Branchen)



Teilnehmer nach Region

