

## Executive Summary

### **„Klimaziele schneller erreichen – mit praxisfertigen Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion“ – Microsoft Whitepaper (August 2022)**

**Datenbasis:** Im Auftrag von Microsoft hat das Meinungsforschungsinstitut YouGov zwischen dem 18. und 29. März 2022 insgesamt 978 Führungskräfte sowie 1.651 Arbeitnehmer\*innen online befragt. Die Befragten stammen aus kleinen, mittleren und großen Unternehmen.

## Die wichtigsten Erkenntnisse

### **Klimaziele in Unternehmen**

*Eine deutliche Mehrheit der deutschen Unternehmen will in den kommenden Jahren klimaneutral werden. Doch bei der Umsetzung gibt es noch Defizite. So fehlt es häufig an einer validen Datengrundlage zur Erfassung der eigenen Emissionen. Immerhin zwei von drei Unternehmen verfolgen bereits ambitionierte Nachhaltigkeitsziele, bei einem Drittel ist der ökologische Aufbruch aber noch nicht angekommen.*

- **65 Prozent der deutschen Unternehmen wollen bis spätestens 2035 klimaneutral sein.**
- **Weitere 17 Prozent wollen dieses Ziel bis 2045 erreichen.**
- **61 Prozent haben dafür ihre eigenen Nachhaltigkeitspläne mit den Zielen der Bundesregierung synchronisiert.**

### **Risikobewusstsein in Unternehmen**

*Die Bereitschaft, die eigene Nachhaltigkeit voranzutreiben und klimaneutral zu wirtschaften, hängt auch mit der Sorge zusammen, dass ein Unterlassen gravierende Folgen für das eigene Unternehmen haben würde.*

- **Jedes zweite Unternehmen hat eine Risikoanalyse über die Auswirkungen des drohenden Klimawandels auf den eigenen Betrieb durchgeführt.**
  - **Demnach sorgen sich 43 Prozent der Unternehmen um ihre Reputation, wenn sie keine Strategie zur ökologischen Nachhaltigkeit vorlegen können,**
  - **42 Prozent sehen gar ein direktes finanzielles Risiko.**
  - **40 Prozent stimmen der These zu, dass die Rentabilität ihres Unternehmens in den kommenden zehn Jahren direkt von Innovationen in Nachhaltigkeit abhängt.**

**Ansprechpartnerin Microsoft:**

Isabel Richter

Senior Communications Manager

E-Mail: [isabel.richter@microsoft.com](mailto:isabel.richter@microsoft.com)

Twitter: [@isabel\\_richter](https://twitter.com/isabel_richter)

### **Nachhaltigkeit als Datenthema**

*Nachhaltigkeit ist ein Datenthema: Für eine Strategie benötigen Unternehmen detaillierte Daten über ihren eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck und über die Wirksamkeit ihrer Maßnahmen.*

*Ab 2024 tritt in der EU zudem eine stark erweiterte Pflicht zur Berichterstattung im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) in Kraft. Auch dafür benötigen Unternehmen umfassende und valide Daten.*

- **Bisher verfügen aber nur ganze 16 Prozent über detaillierte Datenbasis zur CO<sub>2</sub>-Erfassung in ihrem Unternehmen.**
- **43 Prozent planen diese Erfassung bis 2025, also nach Inkrafttreten der CSRD.**
- **Immerhin 57 Prozent der Unternehmen überwachen ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen bereits.**
- **52 Prozent der Unternehmen investieren in Technologien, um diese Emissionen messen zu können.**
- **Allerdings glaubt auch jeder fünfte Entscheider (19 Prozent), künftig ohne Datenerfassung auskommen zu können.**

### **Digitalisierung und Nachhaltigkeit**

*Daten ohne Technologien zu erfassen und zu nutzen, ist weder möglich noch sinnvoll. Im Gegenteil: IT spielt für das Erreichen der Klimaziele eine entscheidende Rolle. Das sehen auch die meisten Unternehmen so.*

- **50 Prozent der Führungskräfte in Unternehmen weisen der IT eine Schlüsselrolle auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit zu.**
- **Entscheidungen für Technologieinvestitionen hängen folgerichtig in den meisten Unternehmen am Schlüsselfaktor Nachhaltigkeit (51%).**
- **Ein Viertel (24%) ist dagegen skeptisch, ob Technologien zur Erreichung der Klimaziele einen entscheidenden Beitrag leisten können.**
- **Eine breite Mehrheit von 56 Prozent der Mitarbeiter\*innen sieht in Technologie ebenfalls den Schlüssel für einen erfolgreichen Kampf gegen den Klimawandel.**

### **Investitionsbereitschaft**

*Eine Mehrheit der Unternehmen ist bereit, in innovative Technologien für mehr Nachhaltigkeit zu investieren. Es sind notwendige Investitionen, um die nachhaltige Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Ressourcenverbrauch zu ermöglichen. Ohne innovative Technologien und digitalen Fortschritt werden wir unseren Wohlstand und unseren Planeten nicht retten.*

- **Die meisten Unternehmen investieren in nachhaltige Technologien, um Produkte (64%), CO<sub>2</sub>-Emissionen (52%) und Verfahren (62%) zu verbessern.**
- **Die Mitarbeitenden sind vom nachhaltigen Beitrag zur Produktverbesserung ebenfalls überzeugt (62%) und wünschen sich mehr Investitionen ihres Arbeitgebers (69%).**
- **Gleichzeitig ist die Zahl der investitionsuntätigen Unternehmen noch hoch und liegt zwischen 36 und 48 Prozent.**

**Ansprechpartnerin Microsoft:**

Isabel Richter

Senior Communications Manager

E-Mail: [isabel.richter@microsoft.com](mailto:isabel.richter@microsoft.com)

Twitter: [@isabel\\_richter](https://twitter.com/isabel_richter)

## Die fünf Konnektoren der ökologischen Transformation:

*Der Weg zur Klimaneutralität in Unternehmen führt über fünf zentrale Konnektoren der ökologischen und digitalen Transformation. Sie verknüpfen die losen Enden unterschiedlicher Einzelthemen und Maßnahmen, damit die digitale und mit ihr auch die ökologische Transformation in einem integrierten Prozess zusammenfinden.*

### **1. Konnektoren Kultur & Kommunikation verankern Nachhaltigkeit im Unternehmen**

*Kultur und Kommunikation können helfen, das Thema Nachhaltigkeit im kollektiven Mindset einer Organisation zu verankern – wenn sie unternehmensweite Beteiligung, Transparenz und den Zugang zu Wissen fördern und unterstützen.*

- Die eigenen Mitarbeiter\*innen sind laut den befragten Führungskräften mit 33 Prozent die wichtigsten Partner bei der Nachhaltigkeit in Unternehmen.
- 47 Prozent der Arbeitnehmenden fühlen sich nicht verantwortlich für die Umweltauswirkungen ihres Unternehmens.
- Während zwei von drei Führungskräften bestätigen, dass Nachhaltigkeitsziele im Unternehmen aktiv verfolgt werden, weiß jeder dritte Mitarbeiter nicht, ob es überhaupt eine Nachhaltigkeitsstrategie gibt. Ein weiteres Drittel geht davon aus, das ihr Unternehmen keine hat. Zwei Drittel (63%) vermissen Mitsprachemöglichkeiten bei der Nachhaltigkeitspolitik.

### **2. Konnektoren Strategie & Aktion sorgen für Relevanz und Erfolg**

*Strategie und Aktion bilden die Relevanz und Akzeptanz der ökologischen Transformation im Unternehmen ab – und sorgen für die unternehmensweite Bereitschaft aller wichtigen Stakeholder, Entscheidungen zu treffen – und umzusetzen.*

- Die CO<sub>2</sub>-Reduktion ist bei 70 Prozent der Unternehmen Teil der Nachhaltigkeitsstrategie.
- Bei einem Viertel (24 %) ist CO<sub>2</sub>-Reduktion kein Thema.
- Eine knappe Mehrheit der Mitarbeiter (49%) beobachten in Unternehmen verstärkte Maßnahmen zur ökologischen Nachhaltigkeit.

### **3. Konnektoren Mensch & Technologie sorgen für doppelte Kraft**

*Mensch und Technologie entscheiden über die Geschwindigkeit und Wirksamkeit der ökologischen Transformation. Wir brauchen Investitionen in Technologien, aber auch in Menschen, die Technologien entwickeln und anwenden.*

- Die meisten Arbeitnehmer möchten mit nachhaltigen Technologien arbeiten (54%), sind aber nicht davon überzeugt, dass ihr Unternehmen in die richtigen Tools investiert (77%).
- Schulungsangebote fehlen: Nur drei von fünf Unternehmen schulen ihre Mitarbeiter\*innen. Entsprechend wurde nur jede/r zehnte bislang mit Qualifizierungsmaßnahmen erreicht.

**Ansprechpartnerin Microsoft:**

Isabel Richter

Senior Communications Manager

E-Mail: [isabel.richter@microsoft.com](mailto:isabel.richter@microsoft.com)

Twitter: [@isabel\\_richter](https://twitter.com/isabel_richter)

- Die Mehrheit der Führungskräfte schätzt ihre Unternehmen als finanziell bereit und inhaltlich fähig ein, ihre Nachhaltigkeitsstrategien umzusetzen. Bei den Mitarbeitenden sieht die Mehrheit aber fachlichen und technologischen Unterstützungsbedarf, um nachhaltiger zu werden.
- Hybrid Work als nachhaltiges Arbeitsmodell ist ökologisch, ökonomisch, menschlich: 51 Prozent der Führungskräfte geben an, dass durch Remote Work der CO<sub>2</sub>-Ausstoß verringert wurde.
- Für den nächsten Effizienzsprung stehen maschinelles Lernen, digitale Zwillinge und robotergestützte Prozessautomatisierung im Fokus.

#### **4. Konnektoren Daten & Verantwortlichkeit stellen Handlungsfähigkeit sicher**

*Daten sind einer der wichtigsten Konnektoren der digital-ökologischen Transformation. Sie ermöglichen Analysen des Ist-Zustandes und dokumentieren den Erfolg der Maßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Aber zur Nutzung von Daten gehört Verantwortung bei ihrer Verwendung unbedingt dazu.*

- Beim Thema CO<sub>2</sub>-Emissionen ist ein Großteil der Wirtschaft im ökologischen Blindflug unterwegs.
- 52% der Unternehmen investieren in Technologie, um ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen über ihre Produkte/Dienstleistungen/Betriebe hinweg zu messen.
- Doch glaubt jeder fünfte Entscheider, auch künftig ohne Umweltdaten auszukommen.
- Immer mehr Unternehmen werden sich für ihre Klimapolitik auch vor Gericht verantworten müssen. Daten schaffen den Durchbruch bei der Accountability.
- Die Mehrheit der Unternehmen (43%) plant eine Investitionswelle in Umweltdatenerfassung über die kommenden drei Jahre.

#### **5. Konnektoren Resilienz & Innovation erhöhen Geschwindigkeit und Wettbewerbsfähigkeit**

*Resilienz stärkt die Handlungsfähigkeit in Krisen – von Menschen, aber auch von Organisationen. Innovation ist die natürliche Partnerin der Resilienz, denn ein einfaches „Weiter so“ reicht nicht. Beides gehört zusammen, um aktuelle Bedingungen aushalten und um die Zukunft zu gestalten.*

- Nur 50 Prozent der Unternehmen haben eine Risikobewertung für die negativen Auswirkungen des Klimawandels auf ihr Unternehmen durchgeführt.
- Führungskräfte trauen ökologischen Innovationen zu, das eigene Unternehmen (41%) und den Standort Deutschland insgesamt (48%) wettbewerbsfähiger zu machen. Auch Arbeitnehmer\*innen erwarten diese positiven Effekte (mit 56% und 51 %).
- Transformation (31%) und Technologie (29%), Strategie (26%) und Investitionskraft (26%) sind die wichtigsten Voraussetzungen für ökologische Nachhaltigkeit.
- Nachhaltigkeit schafft Präferenzen: Zwei von fünf Arbeitnehmern (40%) arbeiten lieber für Unternehmen, die klare Nachhaltigkeitspläne haben.

Weitere Informationen und Download unter [aka.ms/Nachhaltigkeitscheck](https://aka.ms/Nachhaltigkeitscheck)

**Ansprechpartnerin Microsoft:**

Isabel Richter

Senior Communications Manager

E-Mail: [isabel.richter@microsoft.com](mailto:isabel.richter@microsoft.com)

Twitter: [@isabel\\_richter](https://twitter.com/isabel_richter)