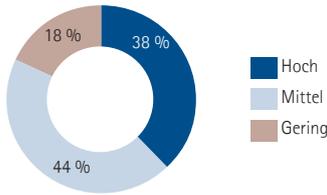


UMFRAGE ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT

Die Umfrageergebnisse stammen aus der IHK-Konjunkturumfrage Fröhsommer 2019. Im Rahmen der Umfrage wurden den teilnehmenden Unternehmen Zusatzfragen zum Thema

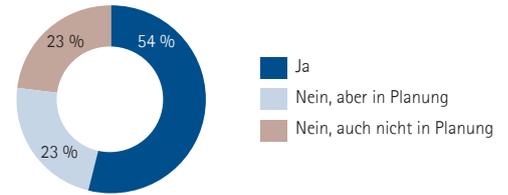
Nachhaltigkeit gestellt. Insgesamt antworteten 788 Unternehmen aller GröBenklassen und Branchen aus dem IHK-Bezirk auf die Fragen.

WELCHEN STELLENWERT HAT DAS THEMA NACHHALTIGKEIT IN IHREM UNTERNEHMEN?



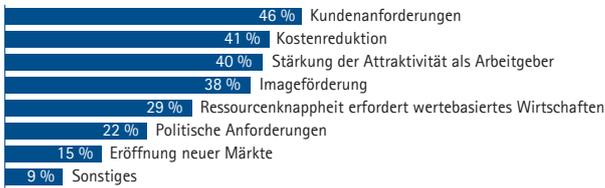
Nach dem Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit (in Bezug auf Ökologie, Ökonomie und Soziales) gefragt, antworten 38 Prozent der Unternehmen, dass Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert für sie einnimmt. Demgegenüber geben 18 Prozent an, dass dieses Thema nur von geringer Bedeutung ist.

HABEN SIE BEREITS MASSNAHMEN ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT UMGESETZT?



Über die Hälfte der Unternehmen (54 Prozent) hat bereits Maßnahmen zum Thema Nachhaltigkeit umgesetzt. 23 Prozent planen keine Maßnahmen und haben bisher keine durchgeführt. Ebenfalls 23 Prozent planen zukünftig Maßnahmen durchzuführen.

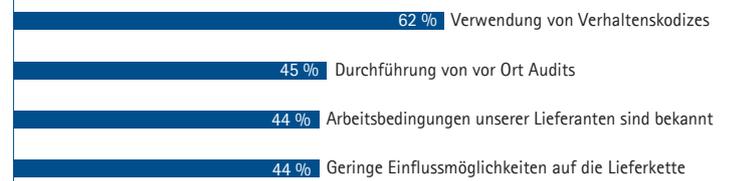
AUS WELCHEN GRÜNDEN BEFASST SICH IHR UNTERNEHMEN MIT NACHHALTIGKEIT?¹



Hauptgrund für die Implementierung von nachhaltigen Produkten und Prozessen sind Kundenanforderungen, gefolgt von Kostenreduktion und Stärkung der Attraktivität als Arbeitgeber. Unter „Sonstiges“ wurden besonders häufig Gründe genannt, die auf eine intrinsische Motivation zurückzuführen sind – z.B. „Altruismus“, „Wir haben nur einen Planeten“, „Vorbildfunktion“, „moralische Verpflichtung“ und „Verantwortungsbewusstsein“.

¹ Die vollständigen Antwortmöglichkeiten sind im Anhang einsehbar.

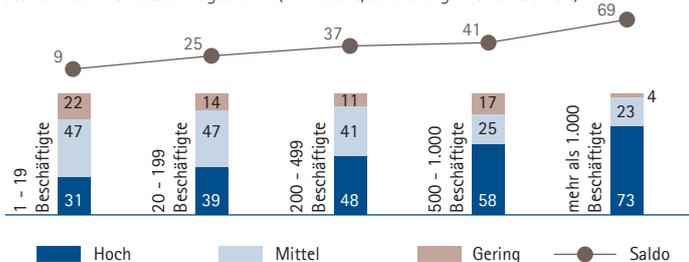
INTERNATIONALE LIEFERKETTEN: FOLGENDE AUSSAGEN TREFFEN AUF UNSER UNTERNEHMEN ZU (MEHRFACHANTWORTEN MÖGLICH):¹



Diese Frage wurde nur der Industriebranche gestellt. Über die Hälfte (62 Prozent) der Industrieunternehmen verwendet Verhaltenskodizes (Code of Conduct) in der Zusammenarbeit mit internationalen Lieferanten. Fast jedes zweite Unternehmen (45 Prozent) führt vor Ort Besichtigungen (sowohl angemeldet als auch unangemeldet) durch. Jeweils 44 Prozent der Unternehmen geben an, dass die Arbeitsbedingungen und das Umweltmanagement der Lieferanten bekannt und dass die Einflussmöglichkeiten auf die Wertschöpfungskette gering sind.

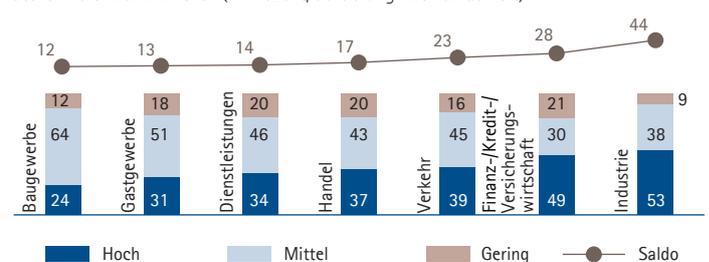
WELCHEN STELLENWERT HAT DAS THEMA NACHHALTIGKEIT (IN BEZUG AUF ÖKOLOGIE, ÖKONOMIE, SOZIALES) IN IHREM UNTERNEHMEN?

Stellenwert nach Beschäftigtenzahl (in Prozent, Sortierung nach Saldowert)



Branchenweit ist der Stellenwert von Nachhaltigkeit umso höher, desto mehr Mitarbeiter das Unternehmen hat.

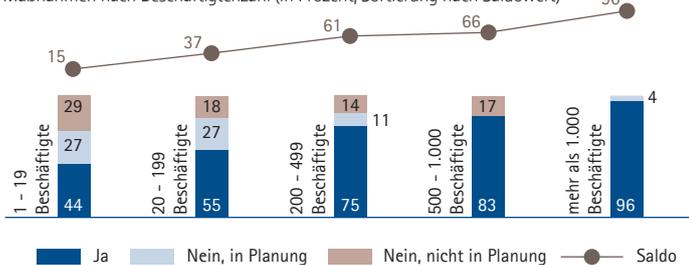
Stellenwert nach Branchen (in Prozent, Sortierung nach Saldowert)



Der Stellenwert von Nachhaltigkeit ist in der Industrie am höchsten, gefolgt von der Finanz-/Kredit-/Versicherungswirtschaft und der Verkehrsbranche.

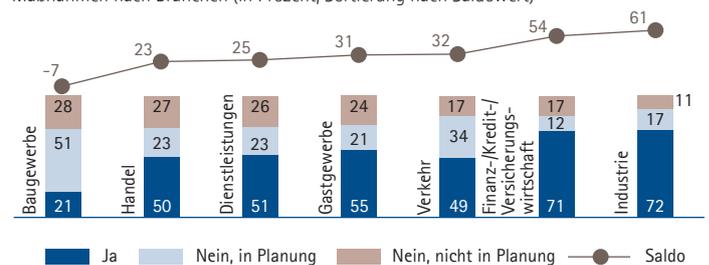
HABEN SIE BEREITS MASSNAHMEN ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT UMGESETZT?

Maßnahmen nach Beschäftigtenzahl (in Prozent, Sortierung nach Saldowert)



Umso mehr Beschäftigte ein Unternehmen hat, desto häufiger wurden bereits Maßnahmen umgesetzt. Kein großes Unternehmen gibt an, keine Maßnahmen zu planen.

Maßnahmen nach Branchen (in Prozent, Sortierung nach Saldowert)



Die drei Branchen Industrie, Finanz-/Kredit-/Versicherungswirtschaft und Verkehr, welche bereits den höchsten Stellenwert angegeben haben, führten auch die meisten Maßnahmen durch oder planen diese.

AUS WELCHEN GRÜNDEN BEFASST SICH IHR UNTERNEHMEN MIT NACHHALTIGKEIT?²
(MEHRFACHANTWORTEN MÖGLICH; OHNE „SONSTIGES“)

ANTWORTEN BESCHÄFTIGENZAHL	TOP 1	TOP 2	TOP 3	SCHLUSSLICHT
1 - 19 Beschäftigte	Kundenanforderungen (40 %)	Kostenreduktion (36 %)	Imageförderung (29 %)	Eröffnung neuer Märkte (11 %)
20 - 199 Beschäftigte	Stärkung der Attraktivität als Arbeitgeber (52 %)	Kundenanforderungen (47 %)	Imageförderung (43 %)	Eröffnung neuer Märkte (9 %)
200 - 499 Beschäftigte	Stärkung der Attraktivität als Arbeitgeber (63 %)	Kundenanforderungen (61 %)	Imageförderung (59 %)	Eröffnung neuer Märkte (17 %)
500 - 1.000 Beschäftigte	Imageförderung (70 %)	Kostenreduktion (50 %) + Stärkung der Attraktivität als Arbeitgeber (50 %)	Politische Anforderungen (50 %) + Kundenanforderungen (50 %)	Eröffnung neuer Märkte (20 %)
mehr als 1.000 Beschäftigte	Kundenanforderungen (69 %) + Stärkung der Attraktivität als Arbeitgeber (69 %)	Kostenreduktion (62 %)	Imageförderung (50 %)	Ressourcenknappheit erfordert wertebasiertes Wirtschaften (35 %)

² Die vollständigen Antwortmöglichkeiten sind im Anhang einsehbar.

Kleine Unternehmen (1-19 Beschäftigte) antworteten am häufigsten „Kundenanforderungen“ und am wenigsten „Eröffnung neuer Märkte und Stärkung der Innovationskraft“.

Große Unternehmen (mehr als 1.000 Beschäftigte) geben Kundenanforderungen sowie die Stärkung der Attraktivität als Arbeitgeber und Gewinnung von qualifizierten Fachkräften als Hauptgrund an. Schlusslicht ist der Grund „die weltweite Ressourcenknappheit erfordert wertebasiertes Wirtschaften“.

ANHANG FRAGEBOGEN

1. Welchen Stellenwert hat das Thema Nachhaltigkeit (in Bezug auf Ökologie, Ökonomie, Soziales) in Ihrem Unternehmen?

- hoch
- mittel
- gering

2. Haben Sie bereits Maßnahmen zum Thema Nachhaltigkeit umgesetzt?

- ja
- nein, aber in Planung
- nein, auch nicht in Planung

3. Aus welchen Gründen befasst sich Ihr Unternehmen mit Nachhaltigkeit? (Mehrfachantworten sind möglich)

- Kostenreduktion durch Ressourceneinsparung
- Stärkung der Attraktivität als Arbeitgeber und Gewinnung von qualifizierten Fachkräften
- Reaktion auf politische Anforderungen
- Kundenanforderungen
- die weltweite Ressourcenknappheit erfordert wertebasiertes Wirtschaften
- Imageförderung
- Eröffnung neuer Märkte und Stärkung der Innovationskraft
- sonstiges _____

(Frage ausschließlich an die Industriebranche)

4. Internationale Lieferketten: Folgende Aussagen treffen auf unser Unternehmen zu (Mehrfachantworten sind möglich):

- wir verwenden Verhaltenskodizes in der Zusammenarbeit mit Lieferanten
- wir führen vor Ort Audits durch (angemeldet und/oder unangemeldet)
- die Arbeitsbedingungen und das Umweltmanagement unserer Lieferanten sind uns bekannt
- die Einflussmöglichkeiten auf unsere Wertschöpfungskette sind gering

ANSPRECHPARTNER

Sebastian Trippen
Geschäftsführer
Geschäftsfeld Wirtschaftspolitik
und Metropolenentwicklung
Telefon +49 69 2197-1812
s.trippen@frankfurt-main.ihk.de

Elisa Pohland
Geschäftsfeld Wirtschaftspolitik
und Metropolenentwicklung
Telefon +49 69 2197-1442
e.pohland@frankfurt-main.ihk.de

Malte Hischemöller
Geschäftsfeld Wirtschaftspolitik
und Metropolenentwicklung
Telefon +49 69 2197-1367
m.hischemoeller@frankfurt-main.ihk.de

HERAUSGEBER

Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main