

# Nachhaltigkeit – Der Mittelstand „tut Gutes und redet auch darüber“

Studie zur Nachhaltigkeit im börsennotierten Mittelstand 2019

Text: Manuel Hoelzle, Marita Conzelmann,  
GBC

Nachhaltigkeit – ein Thema, das bei börsennotierten Unternehmen eine immer größere Rolle spielt. In Zeiten, in denen wir tagtäglich mit Begriffen wie „Klimawandel“, „E-Mobility“ und „Work-Life-Balance“ konfrontiert werden, kommen selbst Gewohnheitsmenschen nicht umher, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit zu befassen und dieses am Arbeitsplatz auch umzusetzen. Die Gesellschaften nehmen das Thema auch mittlerweile sehr ernst, um für Investoren attraktiv zu bleiben oder zu werden.

Denn das Thema Nachhaltigkeit wird bei Investoren immer wichtiger. Immer mehr Stiftungen fordern von ihren Vermögensverwaltern sowohl nachhaltige Kapitalanlagen wie auch Anlagen, die den Stiftungszweck unterstützen. Und so stellen deren Vermögensverwalter auch immer höhere Anforderungen an die Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien bei Unternehmen. So schreibt es der Bundesverband Deutscher Stiftungen auf seiner Homepage: „Nachdem die Stiftung für einen unbegrenzten Zeitraum gegründet ist, sollte sich das Stiftungsmanagement nicht von kurzfristigen Tendenzen, die jeder Wirtschaftszyklus beinhaltet, in den Anlageentscheidungen leiten lassen.“ Stiftungen „sollen ihre Anlageentscheidungen basierend auf einer langfristig ausgerichteten Strategie stets mit ‚ruhiger Hand‘ vornehmen.“

Wie sich das große Thema Nachhaltigkeit aus Sicht börsennotierter Gesellschaften entwickelt, haben wir auch dieses Jahr wieder in unserer Studie von September bis Oktober 2019 analysiert. Hierzu wurde der börsennotierte deutsche Mittelstand befragt. Die Ergebnisse der letzten Jahre wurden dabei erneut aktualisiert.

Was verstehen wir unter Nachhaltigkeit? Wir unterteilen den Begriff in die Teilbereiche der ökologischen, ethisch-sozialen sowie ökonomischen Nachhaltigkeit und orientieren uns an der Definition des Brundtland-Berichtes der Vereinten Nationen von 1987: „Nach-

haltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die gewährt, dass künftige Generationen nicht schlechter gestellt sind, ihre Bedürfnisse zu befriedigen als gegenwärtig lebende.“

## Einfluss der Nachhaltigkeit im Unternehmen

Wir haben gefragt: „Woraus speist sich bei Ihrem Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit?“ Mit 73% zählen strategische Unternehmenspolitik (VJ 56%) und mit 53% gesetzliche Vorgaben (VJ 81%) wie in den Vorjahren zu den Hauptgründen. Bei über einem Viertel der befragten Unternehmen spielt inzwischen auch der Verbraucherverwunsch (VJ 11%) eine erhebliche Rolle. Andere Gründe (11%) sind auch die innere Einstellung, die Verantwortung gegenüber der Umwelt und Gesellschaft sowie die ESG-Anlagekriterien der Anteilseigner.

## Ökologische Nachhaltigkeit

Das Thema Umweltschutz prallt 2019 an niemandem mehr ab. Während noch vor zwei Jahren fast 30% diesen Sektor als weniger wichtig oder gar unwichtig einstufen, ist er in diesem Jahr für lediglich 15% weniger wichtig. Die verbleibenden 85% teilen sich in „neutral“ (30%) und „wichtig“ (55%) auf. Eine CO<sub>2</sub>-Bilanz/Klimabilanz erstellen ähnlich wie 2018 knapp 40%.

Auf die Frage „Welchen Beitrag leistet Ihre Gesellschaft zusätzlich für den Umweltschutz?“ finden sich die Antworten hauptsächlich in den Antworten Ökostrom, besondere Energieeffizienzsysteme, besondere Recyclingverfahren und Energieeffizienzsysteme. Andere (25%) unterstützen diesen Bereich zusätzlich beispielsweise durch energetische Sanierungen, E-Bike Leasing für Mitarbeiter, Produkte mit positivem Umweltbeitrag oder Telefonkonferenzen/Homeoffice.

## Ethische & soziale Nachhaltigkeit – Der Mensch steht auch 2019 im Mittelpunkt

Ähnlich wie in der letzten Befragung steht bei 80% der befragten Unternehmen „der Mensch“ im Mittelpunkt. Es wird vor dem



Manuel Hoelzle,  
Vorstandsvorsitzender und Chefanalyst,  
GBC AG



Marita Conzelmann,  
Eventmanagement,  
GBC AG

Hintergrund des Fachkräftemangels auch wieder mehr ausgebildet. Über 47% haben anteilig zur Gesamtbelegschaft einen Auszubildendenanteil zwischen 5% und 10%. Dabei wird auch immer auf die Qualität aller Mitarbeiter gesetzt. Dies spiegelt sich größtenteils auch beim Thema Lohngerechtigkeit wider. 78% der befragten Unternehmen erachten ihre Bezahlung als leistungsgerecht (VJ 75%), 12% als übertariflich (VJ 25%).

Auf die Frage, ob es Maßnahmen für ein besonders nachhaltiges Arbeitsumfeld gibt, bejahen 97% Gesellschaften diesen Punkt. Insbesondere Homeoffice mit 81% (VJ 73%), Gesundheitsangebote mit 69% (VJ

54%) legen weiter zu, und auch bei den Teilzeitstellen für Mitarbeiter mit Kindern ist ein deutlicher Anstieg zu vermerken mit 88% (VJ 78%) (siehe Grafik).

**Soziales Engagement von fast allen – vorrangig durch Spenden und Sponsoring**

Gefragt nach dem kulturellen bzw. sozialen Engagement des Unternehmens, nannten ähnlich wie im letzten Jahr 83% der Befragten Spenden, gefolgt von Sponsoring mit 67%. Inzwischen engagieren sich 47% ehrenamtlich für Initiativen (VJ 26%) und sogar 37% gaben ein persönliches Engagement der leitenden Angestellten an (VJ 23%). Dabei lagen die Ausgaben hierfür bei rund der Hälfte zwischen 5.000 – 50.000 Euro. Knapp 23% wenden hierfür sogar über 100.000 Euro auf.

**Ökonomische Nachhaltigkeit**

Für 2/3 der Unternehmen ist auch die „Umsetzung der ökonomischen Nachhaltigkeit“ von erheblicher Bedeutung. Dabei ist bei allen genannten Positionen ein Anstieg zu vermerken (siehe Grafik). Besonders interessant ist hier auch der deutliche Anstieg der variablen Anreizsysteme auf Basis Mehrjahresgeschäftsentwicklung mit 30% (VJ 15%). Hier setzt sich der langfristige Gedanke zunehmend durch.

Wir fragten auch: „Welche Bedeutung hat der Bereich Forschung und Entwicklung bzw. Zukunftsinvestitionen in Ihrem Unternehmen?“ Genau wie in den letzten Umfrageergebnissen stufen 75% diesen Bereich als wichtig bis sehr wichtig ein. Dabei tätigen 93% aller Gesellschaften Investitionen für kommende Zeiten, um ihr Unternehmen nachhaltig zu entwickeln – überwiegend in

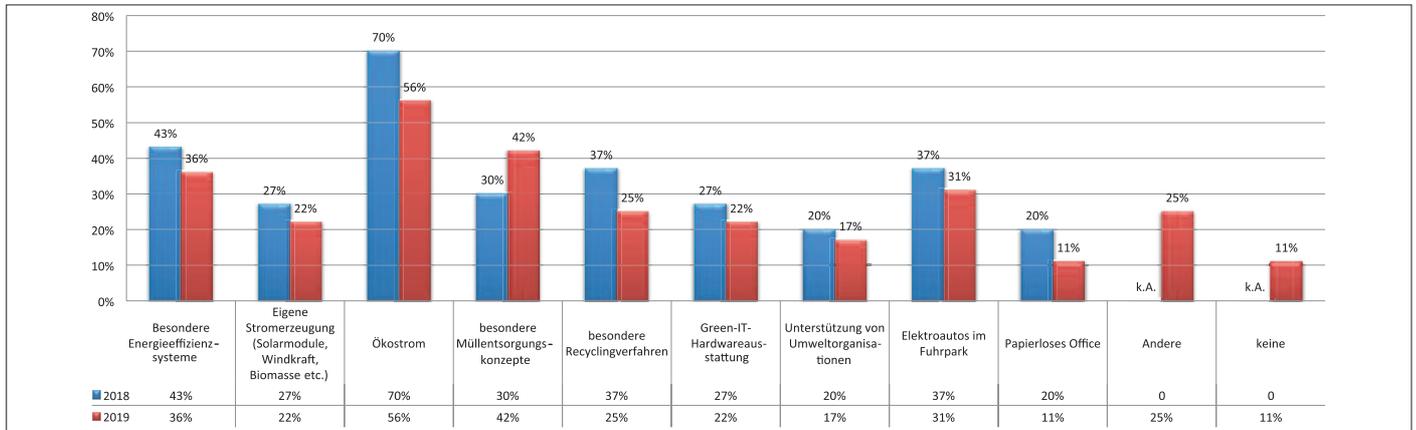
Mitarbeiter 90% (VJ 85%) und neue Technologien 80% (VJ 85%), gefolgt von Investitionen in die Verbesserung der Produktionsprozesse 67% (VJ 53%) und Investitionen in Energieeffizienz 50% (VJ 35%).

Der Nachhaltigkeitsgedanke bezugnehmend auf die Kundenbeziehung ist besonders ausgeprägt. Demzufolge ermitteln 60% der Betriebe ihre Kundenzufriedenheit – das ist zwar ein Rückgang um 14 Prozentpunkte zum Vorjahr, jedoch verzeichnen über 93% eine Kundenbindung von über drei Jahren, davon 40% sogar von über zehn Jahren.

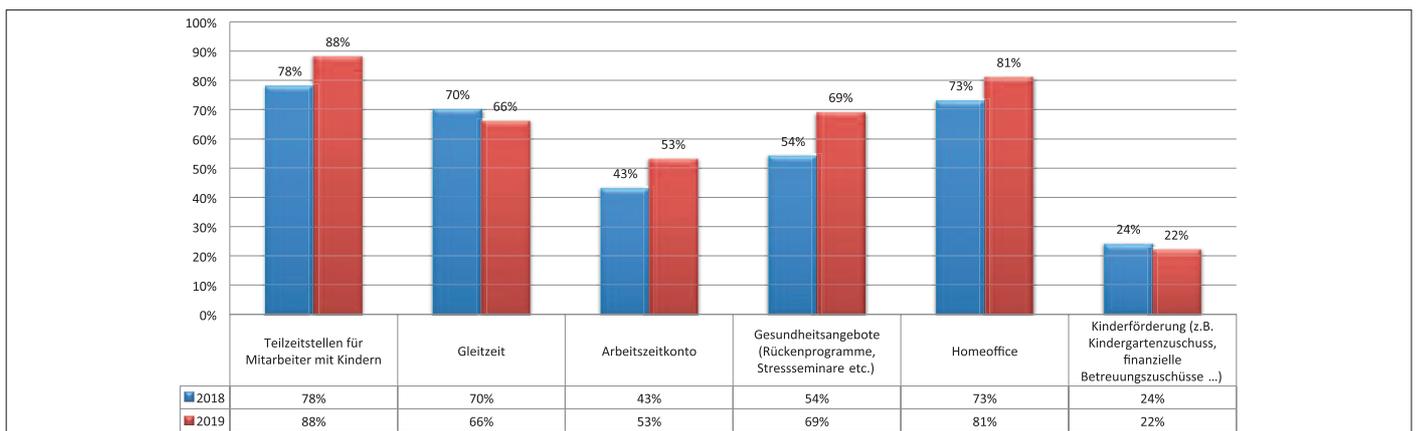
**Nachhaltigkeitsberichte und deren Bedeutung**

Laut unserer Umfrage erstellen mittlerweile 70% Nachhaltigkeitsberichte (VJ 62%), was zeigt, dass diese abermals deutlicher in

**Abb. 1: Welchen Beitrag leistet Ihre Gesellschaft zusätzlich für den Umweltschutz?**



**Abb. 2: Welche besonderen Maßnahmen gibt es in Ihrem Unternehmen für ein besonders nachhaltiges Arbeitsumfeld?**



den Fokus der Unternehmen gelangt sind. Mittlerweile glauben nur noch 30% der Befragten, Nachhaltigkeitsberichte haben derzeit keinen oder wenig Einfluss auf die Attraktivität ihres Unternehmens (VJ 51%). 43% der Unternehmen sind auch der Meinung, diese seien künftig wichtig für Anleger.

Wir haben außerdem nach der Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit im Unternehmen gefragt und diese einschätzen lassen (siehe Grafik). Und so geben sich die Unternehmen auch hier zunehmend bessere Noten.

**Nachhaltigkeitsinvestoren zeigen gleichbleibendes Interesse am Mittelstand**

In diesem Jahr hat uns erneut interessiert, ob es in der Vergangenheit bereits Interesse am Unternehmen seitens Nachhaltigkeits-

investoren (z.B. von Stiftungen) gegeben hat. Dies wurde ähnlich zu 2018 von 40% bejaht und zeigt u. E. die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit bei institutionellen Investoren.

**Fazit:**

Der deutsche Mittelstand hat das Thema Nachhaltigkeit deutlich im Fokus und nimmt sowohl die Teilbereiche ökologische, ethische & soziale als auch insbesondere ökonomische Nachhaltigkeit sehr ernst.

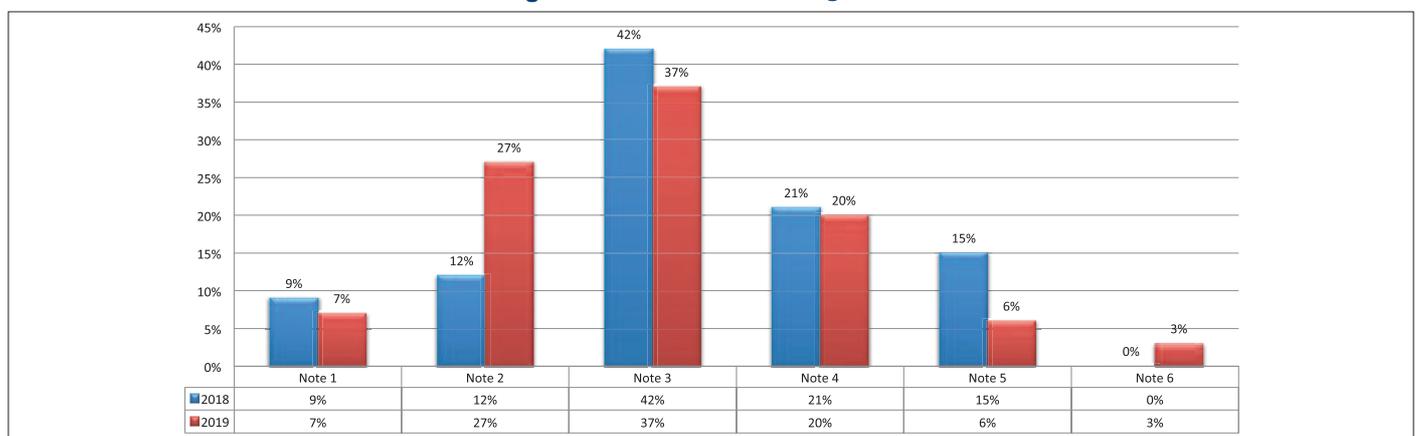
Da bei über einem Viertel der Unternehmen bereits Verbraucher den Wunsch zur Nachhaltigkeit äußern, zeigt dies, dass dieser Bereich auch künftig unbedingt weiterverfolgt werden muss. Im ökologischen Sektor wird abermals viel für den Umweltschutz getan. Die einzelnen Unternehmen setzen hier neben den üblichen Themen auch auf ganz individuelle Lösungen.

**Enormer Stellenwert der ökonomischen Nachhaltigkeit!**

Teilweise hohe Investitionen in die eigenen Mitarbeiter durch Schulungsausgaben, die Schaffung und/oder Neubesetzung von Lehrstellen, die überwiegend leistungsgerechte Bezahlung mit diversen Anreizsystem und Bonusprogrammen, aber auch etliche Maßnahmen für ein besonders nachhaltiges Arbeitsumfeld zeigen, wie bedeutend der „Mensch“ im Unternehmen ist.

Der Nachhaltigkeitsbericht als Instrument für Investoren: Bei 40% der Unternehmen zeigten bislang Nachhaltigkeitsinvestoren Interesse. Über 70% der befragten Unternehmen erstellen mittlerweile einen solchen Bericht, um sich transparent zu zeigen. Das Motto „Tue Gutes und rede darüber“ wurde also im Mittelstand erkannt.

**Abb. 3: Bitte beurteilen Sie die Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen**



**Abb. 4: Umsetzung der ökonomischen Nachhaltigkeit**

