

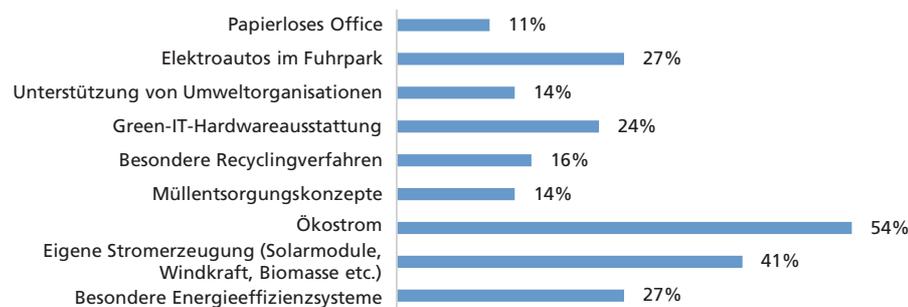
Nachhaltigkeit Top, Nachhaltigkeitsberichte Flop

Studie zur Nachhaltigkeit im börsennotierten Mittelstand

Über 60% der institutionellen Anleger berücksichtigen heutzutage Nachhaltigkeitskriterien – das heißt, sie achten bei ihrer Geldanlage auf die sozialen und ökologischen Merkmale und prüfen die Grundsätze der Unternehmensführung, in die sie investieren. Wie sich der Bereich Nachhaltigkeit aus Sicht börsennotierter Gesellschaften entwickelt, hat GBC in einer Studie von Juli bis August 2017 analysiert. Die Ergebnisse der letzten Jahre wurden dabei aktualisiert.

Von Manuel Hoelzle und Marita Conzelmann

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



Quelle: GBC

Woraus speist sich bei Ihrem Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit? 67% der Befragten geben an, dass gesetzliche Vorgaben besonderen Einfluss haben. Weitere 60% berichten, Nachhaltigkeit auch aus strategischer Unternehmenspolitik heraus zu fokussieren. „Auf Wunsch der Verbraucher“ nennen 18%.

Was verstehen wir unter Nachhaltigkeit? Es wird in die Teilbereiche der ökologischen, ethisch-sozialen sowie ökonomischen Nachhaltigkeit unterteilt. Im Folgenden haben wir diese Teilbereiche auf Basis der Befragung beleuchtet.

Ökologische Nachhaltigkeit

Beim Thema Umweltschutz ist die Meinung der Mittelstandsgesellschaften überraschend gegensätzlich: Lediglich 43% der Befragten stufen dieses Thema in ihrem Unternehmen als wichtig oder sehr wichtig ein (VJ: 62%). Als weniger wichtig oder gar unwichtig wird dieses sogar von

knapp einem Drittel empfunden (VJ: 18%). Diese Aussagen reflektieren sich bei der Erstellung einer CO₂-Bilanz/Klimabilanz – nur 26% erstellen eine solche (VJ: 36%).

Dennoch wird bei Unternehmen viel für den Umweltschutz getan. 27% setzen inzwischen auf Elektroautos im Fuhrpark (VJ: 20%), ähnlich verhält es sich bei der Green-IT-Hardwareausstattung. Auch Ökostrom wird mit 54% von immer mehr Betrieben bezogen (VJ: 43%). Ein Rückgang ist hingegen bei besonderen Recyclingverfahren, Energieeffizienzsystemen und Müllentsorgungskonzepten zu verzeichnen.

Ethische & soziale Nachhaltigkeit

Bei 90% der befragten Unternehmen steht „der Mensch“ im Mittelpunkt. 72% schätzen ihre Bezahlung als leistungsgerecht ein (VJ: 84%) – eine übertarifliche Bezahlung ist inzwischen sogar bei über einem Viertel aller Betriebe üblich. Mit 26% hat sich das Ergebnis vom Vorjahr somit verdoppelt.

Auf die Frage, ob es Maßnahmen für ein besonders nachhaltiges Arbeitsumfeld gibt, bejahen 44% diesen Punkt (VJ: 60%). 85% der Unternehmen bieten Teilzeittellen für Mitarbeiter mit Kindern, 74% Gleitzeit und 72% Homeoffice an. Weniger bedeutend sind in der diesjährigen Umfrage Arbeitszeitkonten (VJ: 60%). Deutlich an Attraktivität hat das Thema Kinderförderung mit 33% gewonnen (VJ: 17%).

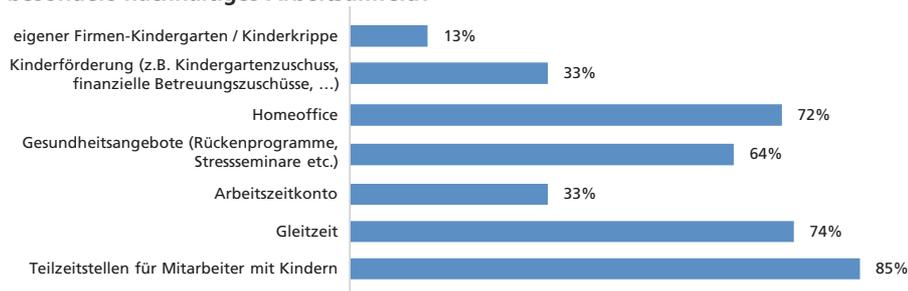
Erhebliche Veränderungen gibt es bei den durchschnittlichen Krankheitstagen: 21% berichten, dass Mitarbeiter sich bis zu fünf Tage im Jahr krank melden (VJ: 19%), weitere 41% zeigen sogar zwischen fünf bis zehn Krankheitstagen an (VJ: 29%).



ZUM AUTOR

Manuel Hoelzle ist Chefanalyst und Marita Conzelmann Eventmanagerin bei der GBC AG. Das Unternehmen mit Sitz in Augsburg ist eines der führenden bankenunabhängigen Investmenthäuser in Deutschland und erfahrener Emissionsexperte für den deutschen Mittelstand.

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



Quelle: GBC

Soziales Engagement vorrangig

Gefragt nach dem kulturellen bzw. sozialen Engagement des Unternehmens, nannten ähnlich wie im letzten Jahr 86% der Befragten Spenden, gefolgt von Sponsoring mit 78% und dem ehrenamtlichen Engagement für Initiativen mit 22% (VJ: 33%). 19% gaben ein persönliches Engagement der leitenden Angestellten an (VJ: 13%).

Ökonomische Nachhaltigkeit

Insbesondere die Kundenbindung steigt: Zwischenzeitlich verzeichnen sogar 59% aller Befragten eine Geschäftsbeziehung

von über zehn Jahren (VJ: 42%). Und bereits über die Hälfte der Betriebe ermittelt ihre Kundenzufriedenheit – ein Anstieg um zehn Prozentpunkte zum Vorjahr.

„Welche Bedeutung hat der Bereich Forschung und Entwicklung bzw. Zukunftsinvestitionen in Ihrem Unternehmen?“, fragten wir. Ähnlich der letzten Umfrageergebnisse stufen 72% diesen Bereich als wichtig bis sehr wichtig ein. Um Unternehmen effektiv zu entwickeln, wird vor allem in Mitarbeiter und neue Technologien investiert.

Nachhaltigkeitsberichte – für einige „Top“, für viele aber auch „Flop“

Nachhaltigkeitsberichte werden in der diesjährigen Umfrage nur noch von 47% aller befragten Unternehmen erstellt (VJ: 57%). Den Einfluss des Nachhaltigkeitsberichts auf die Attraktivität des Unternehmens bei Investoren stufen derzeit sogar 60% als unbedeutend ein. Zwar sind 27% der Meinung, Nachhaltigkeitsberichte sind künftig wichtig für Anleger, zum Vorjahr ist dies aber ein deutlicher Rückgang um 19%.

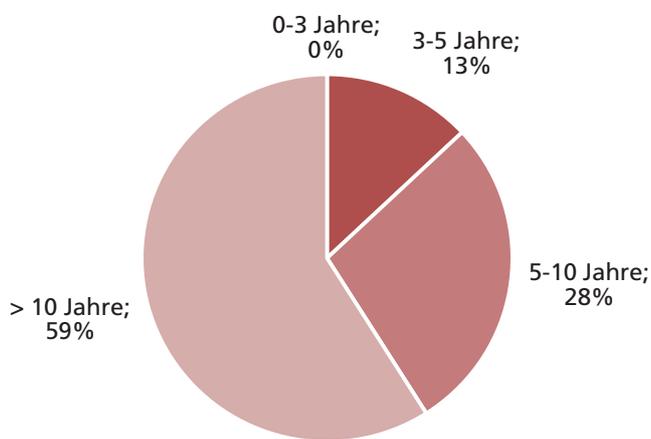
Fazit

Der deutsche Mittelstand hat das in den Medien immer wieder diskutierte Thema Nachhaltigkeit im Blick und nimmt die Teilbereiche ökologische, ethische und soziale sowie insbesondere ökonomische Nachhaltigkeit ernst. Immerhin beurteilt inzwischen fast die Hälfte der Firmen ihre interne Umsetzung mit „gut“.

Im ökologischen Bereich ist Ökostrom weiterhin die dominante Maßnahme, aber auch Elektroautos sind ein deutlicher Trend. Bedeutender gewichten die befragten Unternehmen aber das Thema „Mensch“ und die ökonomische Nachhaltigkeit. So bezahlen die befragten Unternehmen zunehmend übertariflich, bieten verschiedene Vorkehrungen für ein besonders nachhaltiges Arbeitsumfeld an und investieren in ihre Mitarbeiter. Im Bereich ökonomische Nachhaltigkeit wird daneben auf neue Technologien gesetzt. Deutlich mehr Unternehmen geben eine über zehnjährige Kundenbindung an.

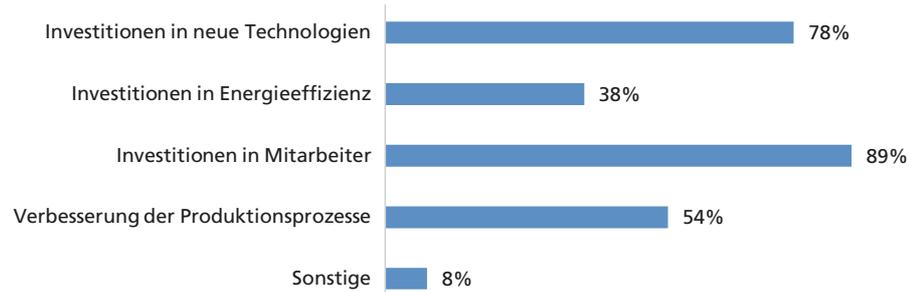
Gefloppt ist laut Umfrage der „Nachhaltigkeitsbericht als Instrument für Investoren“. Den Einfluss des Nachhaltigkeitsberichts auf die Attraktivität des Unternehmens bei Investoren stufen derzeit 60% als unbedeutend ein, und weniger als die Hälfte erstellt eine solche Dokumentation. ■

Abb. 3: Kundenbindung



Quelle: GBC

Abb. 4: Zukunftsinvestitionen



Quelle: GBC