



# Verantwortungsvolles Wirtschaften in Bayern

IHK-Umfrageergebnisse März 2018

## Verantwortung sichert Zukunft

Mit der Agenda 2030 hat die Weltgemeinschaft sich zu ambitionierten Zielen für eine nachhaltige Entwicklung bekannt. Um diese Ziele zu erreichen, sind systemische Veränderungen auch in wirtschaftsrelevanten Bereichen, wie beispielsweise Energie, Mobilität und Finanzen, notwendig. Die Umsetzung der Agenda 2030 kann nur im Schulterschluss von Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft gelingen.

Für Unternehmen bedeutet dies, dass verantwortungsvolles Wirtschaften, das langfristig in einer globalisierten Welt ökonomisch, ökologisch und sozial tragfähig ist, stetig mehr an Bedeutung gewinnt. Mit dieser Entwicklung geht zugleich eine veränderte Erwartungshaltung gegenüber Unternehmen und ihrer Rolle in der Gesellschaft einher. Neue Transparenzanforderungen wie die CSR-Berichtspflicht, der Nationale Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte und die EU-Verordnung zu Konfliktmineralien sind Ausdruck dieser veränderten Erwartungshaltung.

Die Ergebnisse einer aktuellen IHK-Umfrage zeigen, wie Unternehmen mit dieser Verantwortung und Rolle umgehen, welchen Themen des verantwortungsvollen Wirtschaftens sie besondere Bedeutung zumessen und welche Erwartungshaltung sie diesbezüglich gegenüber der Politik haben. An der Umfrage nahmen 1.174 von rund 5.300 befragten Unternehmen aus Industrie (28 %), Dienstleistung (41 %), Handel (19 %) und sonstigen Branchen (12 %) teil. Die Rücklaufquote lag somit bei 22 %.

### Zentrale Ergebnisse:

- Werte und persönliche Haltung prägen das unternehmerische Engagement. Zunehmend werden auch betriebswirtschaftliche Aspekte als zentrale Treiber für verantwortungsvolles Wirtschaften erkannt.
- Neben der Digitalisierung dominieren Umweltthemen wie Energie und Rohstoffe, Klimawandel, Recycling und Abfallvermeidung die zukünftige Nachhaltigkeitsagenda.
- Unternehmen erwarten von der Politik insbesondere verlässliche Rahmenbedingungen und Freiräume für unternehmensspezifische Verantwortung. Ein Großteil der Unternehmen spricht sich zudem für steuerliche Anreize für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen aus.

### Zitiert



*Über nachhaltiges Wachstum müssen wir noch viel mehr informieren, sonst wird es nicht möglich sein, die Ziele der 2030-Agenda für nachhaltige Entwicklung zu erreichen. Nur eine zukunftsfähige Wirtschaft eröffnet künftigen Generationen ausreichend Gestaltungsmöglichkeiten, ihre Vorstellungen von Lebensqualität verwirklichen zu können.*

*Teilnehmer der Umfrage*



Industrie- und Handelskammern  
in Bayern

## Treiber für verantwortungsvolles Wirtschaften

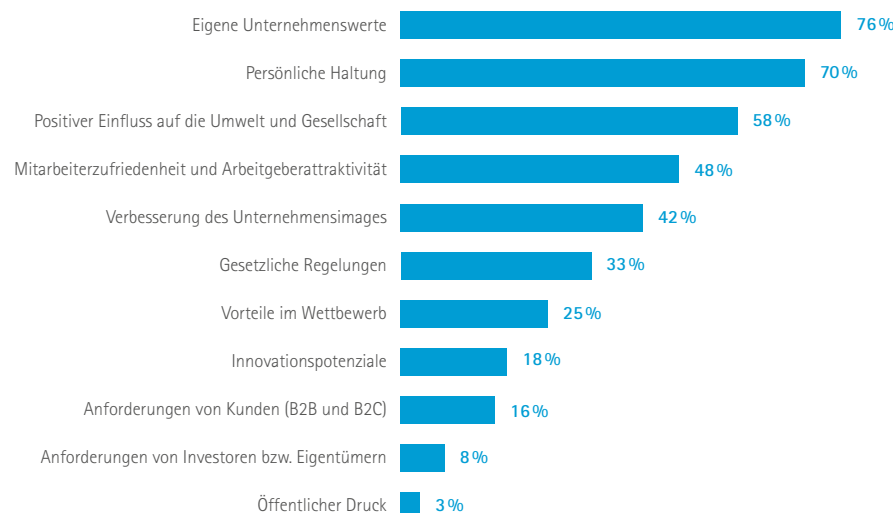
Als zentrale Gründe für eine Auseinandersetzung mit dem Thema CSR („Corporate Social Responsibility“) nennen drei von vier Unternehmen die eigenen Unternehmenswerte und die persönliche Haltung. 58 % der Unternehmen geben an, mit CSR einen positiven Einfluss auf die Umwelt und Gesellschaft ausüben zu wollen. Hierzu passt auch, dass das Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns weiterhin als sehr relevant empfunden wird: 92 % der Unternehmen messen dem Leitbild eine hohe oder sehr hohe Bedeutung zu.

Gleichzeitig motivieren auch betriebswirtschaftliche Aspekte die Unternehmen, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen: 48 % der teilnehmenden Unternehmen nennen die Mitarbeiterzufriedenheit und Arbeitgeberattraktivität als zentrale Treiber für ihr Engagement, 42 % versprechen sich eine Steigerung des Unternehmensimages. Es zeigt sich daher, dass verantwortungsvolles Wirtschaften mehr und mehr als Erfolgsfaktor begriffen wird.

Über alle Größen hinweg wird der öffentliche Druck, verantwortungsvoll zu wirtschaften, als vergleichsweise niedrig eingeschätzt. Dies deckt sich mit früheren IHK-Umfragen, die ein fehlendes bzw. geringes öffentliches Bewusstsein für Nachhaltigkeitsziele als zentrales Hindernis für unternehmerisches Engagement identifizieren (Die UN-Nachhaltigkeitsziele aus Sicht der Wirtschaft, 2017). Hier gilt es, das öffentliche Bewusstsein weiter zu stärken und einen Wertewandel in unserer Gesellschaft weiter anzustoßen.

### Abb. 1: Was sind die zentralen Gründe für Ihr Unternehmen, sich mit verantwortungsvollem Wirtschaften im Sinne von ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigem Wirtschaften auseinanderzusetzen?

(n = 1167, Mehrfachnennungen möglich)



### Zitiert



*Wir arbeiten nach dem Credo des Ehrbaren Kaufmanns als Selbstverpflichtung und erwarten das von der Gegenseite.*

*Teilnehmer der Umfrage*

### Auf einen Blick



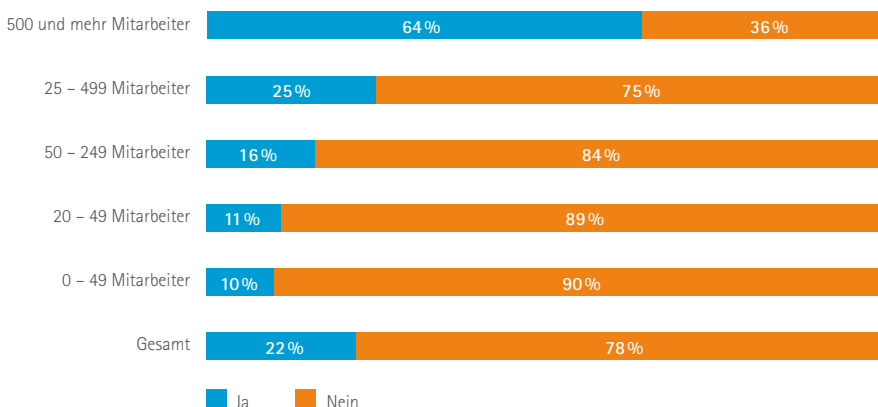
*Werte und persönliche Haltung prägen unternehmerisches Engagement. Zunehmend werden auch betriebswirtschaftliche Aspekte als zentrale Treiber für verantwortungsvolles Wirtschaften erkannt.*

## Berichterstattung

Bereits jedes fünfte der befragten Unternehmen berichtet regelmäßig über Nachhaltigkeitsaspekte. Bei Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern, die teilweise der CSR-Berichtspflicht unterliegen und oftmals verstärkt von Kundenanforderungen betroffen sind, veröffentlichen bereits zwei Drittel der Unternehmen Nachhaltigkeitsinformationen. Die Umfrageergebnisse deuten darauf hin, dass die Berichtspflicht durch die Lieferkette weitergereicht wird und große Unternehmen bereits Nachhaltigkeitsinformationen von ihren Zulieferbetrieben einfordern. Immerhin 5 % der Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern geben an, dass sie aufgrund der Anforderungen von berichtspflichtigen Geschäftspartnern Nachhaltigkeitsinformationen offenlegen.

Bei der Berichterstattung stehen Umweltinformationen oftmals im Fokus: 49 % der Unternehmen veröffentlichen Informationen nach ISO 14001 und 23 % eine EMAS-Umwelterklärung. Bei der ganzheitlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung orientieren sich die Unternehmen vor allem an den bewährten Standards: dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (32 %) und der Global Reporting Initiative (22 %). Jedes zehnte Unternehmen gibt zudem an, die UN-Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen („Sustainable Development Goals“, kurz: SDGs) in die Berichterstattung einzubeziehen.

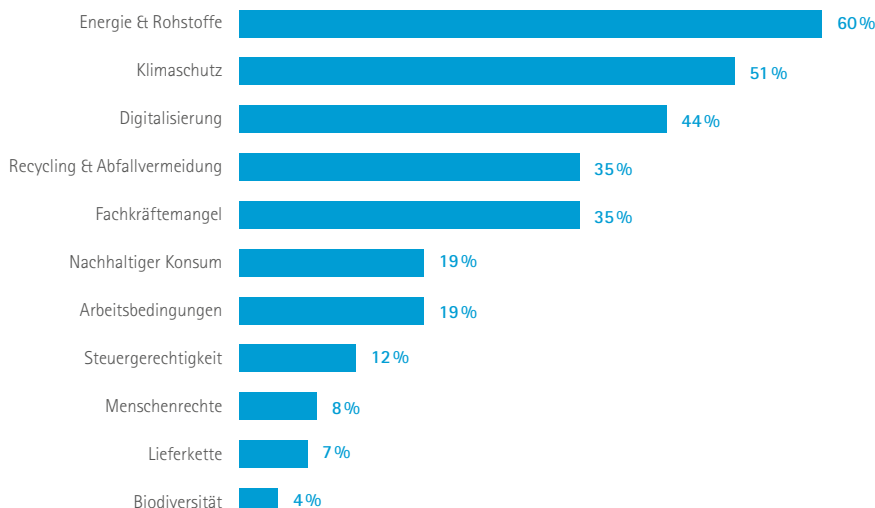
**Abb. 2: Berichtet Ihr Unternehmen regelmäßig über Nachhaltigkeits- bzw. CSR-Aspekte? (n=1053)**



## Zukunftsthemen

96 % der Unternehmen gehen davon aus, dass verantwortungsvolles Wirtschaften weiterhin aktuell bleibt bzw. zukünftig noch weiter an Bedeutung gewinnen wird. Befragt nach den drei wichtigsten Zukunftsthemen, sprechen die Unternehmen insbesondere Umweltthemen wie Energie & Rohstoffe, Klimaschutz sowie Recycling & Abfallvermeidung die größte Bedeutung zu. Diese Einschätzung zeigt einmal mehr, dass die natürlichen Lebensgrundlagen und ein intaktes Klima als die fundamentale Basis für zukünftiges Wirtschaften anerkannt werden. Auch der Digitalisierung und dem Fachkräftemangel wird zukünftig eine hohe Bedeutung zugesprochen.

**Abb. 3: Themen der Nachhaltigkeit, denen besondere Bedeutung für die Zukunft beigemessen wird (n = 598; Auswahl von drei Antworten möglich)**



### Info



Mehr Informationen zur Bedeutung der SDGs für unternehmerisches Handeln finden Sie in der IHK-Umfrage „Die UN-Nachhaltigkeitsziele aus Sicht der Wirtschaft“:

[birk.de/ehrbarer\\_kaufmann](https://birk.de/ehrbarer_kaufmann)

### Auf einen Blick



Über alle Größen hinweg berichtet jedes fünfte Unternehmen über CSR-Aktivitäten.

### Auf einen Blick



Neben der Digitalisierung dominieren Umweltthemen wie Energie und Rohstoffe, Klimawandel sowie Recycling & Abfallvermeidung die zukünftige Agenda.

## Fokusthema: Lieferkette

Angesichts weltweiter Warenströme und einer wachsenden wirtschaftlichen Verflechtung rücken internationale Lieferketten immer mehr in den Fokus von Politik und Öffentlichkeit. Die Umfrage zeigt, dass knapp die Hälfte der Unternehmen sich bereits mit Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette befasst hat. Hierbei zeichnen sich deutliche Unterschiede nach Branche und Unternehmensgröße ab: Der Anteil engagierter Unternehmen ist in der Industrie mit ihren komplexen Lieferketten (61 %) und unter Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern (71 %) erwartungsgemäß am höchsten.

Unter den ergriffenen Maßnahmen sind Verhaltenskodizes für Lieferanten (55 %), das Einholen von Selbstauskünften (49 %), Risikoanalysen entlang der Lieferkette (48 %) und Lieferantenaudits (44 %) am häufigsten vertreten. Fast jedes vierte Unternehmen gibt an, dass Vertragsverhältnisse mit Risikolieferanten gekündigt werden. Ebenso viele investieren jedoch auch in die Schulung und Entwicklung von Lieferanten (27 %). Auffällig ist, dass nur 4 % bzw. 10 % mit Regierungen und Organisationen in den Lieferländern zusammenarbeiten, selbst unter den großen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern sind die Werte mit 6 % bzw. 18 % nur unwesentlich höher.

Ungefähr die Hälfte der Unternehmen engagiert sich zudem in Unternehmensverbänden oder Brancheninitiativen für eine transparente Lieferkette. 14 % scheuen jedoch den Aufwand und die Kosten und 20 % geben an, keine relevanten Verbände oder Initiativen zu kennen.

Von den Unternehmen, die sich noch nicht mit dem Thema befasst haben – darunter viele Dienstleister –, erachtet der Großteil (83 %) das Thema als nicht relevant.

**Abb. 4: Welche der folgenden Maßnahmen hat Ihr Unternehmen implementiert?**  
(n = 499; Mehrfachantworten möglich)

<b>55 %</b> Verhaltenskodizes für Lieferanten	<b>27 %</b> Schulung/Entwicklung von Lieferanten
<b>49 %</b> Einholen von Selbstauskünften	<b>24 %</b> Kündigung von Vertragsverhältnissen mit Risikolieferanten
<b>48 %</b> Risikoanalyse entlang der Lieferkette	<b>10 %</b> Zusammenarbeit mit Organisationen in Lieferländern
<b>44 %</b> Lieferantenaudits	<b>4 %</b> Zusammenarbeit mit Regierungen in Lieferländern

### Info



Die Verwendung von Verhaltenskodizes für Lieferanten ist oftmals mit rechtlichen Unsicherheiten verbunden. Die bayerischen IHKs stellen ihren Mitgliedsunternehmen daher weitreichende Informationen zum Thema „Nachhaltige Lieferkette“ zur Verfügung, u. a. einen Mustertext für Verhaltenskodizes, der im Pilotprojekt „Nachhaltige Lieferkette“ im Rahmen des Umweltpakts Bayerns entwickelt wurde. Mehr Informationen unter [bihk.de](https://bihk.de) sowie auf der Website Ihrer regionalen IHK.

### Auf einen Blick



Rund jedes vierte Unternehmen investiert in die Schulung und Entwicklung von Lieferanten und jedes zehnte Unternehmen arbeitet mit Organisationen in Lieferländern zusammen, um Sozial- und Umweltstandards in der Lieferkette zu fördern.

## Fokusthema: Klimaschutz

71 % der Unternehmen sind bereits im Klimaschutz aktiv geworden. Dabei dominieren deutlich Maßnahmen im Gebäudemanagement, in den Produktionsverfahren und im Bereich Verkehr und Mobilität. Insbesondere im Industriesektor spielt das Thema auch in der Produktentwicklung eine Rolle. So gibt immerhin jedes zweite Industrieunternehmen an, klimafreundlichere Produkte zu entwickeln.

**Abb. 5: In welchen Bereichen haben Sie Maßnahmen zum Klimaschutz ergriffen?**  
(n = 768; Mehrfachantworten möglich)

<b>74 %</b> Gebäude (z. B. Bau/Umzug in Niedrigenergiegebäude, energetische Sanierung etc.)
<b>48 %</b> Produktion (z. B. energieeffiziente Verfahren, Abfallvermeidung etc.)
<b>45 %</b> Verkehr und Mobilität (z. B. Logistik, Geschäftsreisen etc.)
<b>42 %</b> Einkauf/Versorgung (z. B. klimafreundliche Vorprodukte, erneuerbare Energien etc.)
<b>26 %</b> Produktentwicklung (z. B. klimarelevante Emissionen in der Produktnutzung verringern)
<b>15 %</b> Kompensation (z. B. Beteiligung an Klimaschutzprojekten, Erwerb von Zertifikaten etc.)

Um den Klimaschutz bei Unternehmen weiter zu fördern, befürworten 74 % der Unternehmen den Abbau von klimaschädlichen Subventionen. Jedes zweite Unternehmen spricht sich für ein klimafreundlicheres Steuer- und Abgabensystem aus, und ein gutes Drittel wünscht sich verpflichtende Vorgaben für die Produktgestaltung (38 %) sowie den Ausbau der Produktverantwortung und erweiterten Herstellerverantwortung (32 %).

### Auf einen Blick



Um den Klimaschutz unter Unternehmen weiter zu fördern, befürworten 74 % der Unternehmen den Abbau von klimaschädlichen Subventionen. Jedes zweite Unternehmen spricht sich zudem für ein klimafreundliches Steuer- und Abgabensystem aus.

## Erwartungen an die Politik

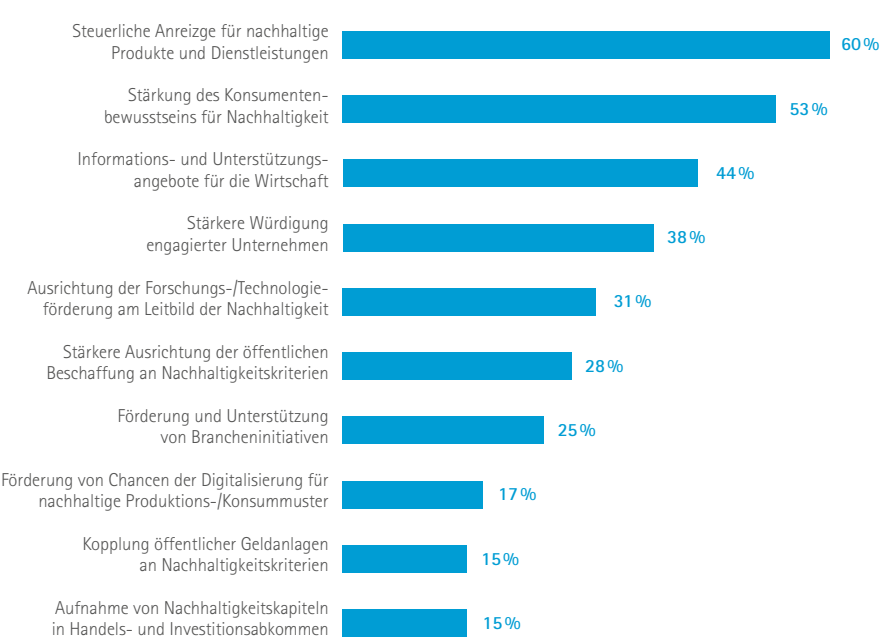
An die Politik formuliert die Unternehmenschaft die klare Forderung nach Verlässlichkeit politischen Handelns (65%) sowie nach Freiräumen für unternehmensspezifische Verantwortung (58%). 44% der Unternehmen betonen zudem die Bedeutung der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschlands. Die Zustimmung unter den Unternehmen für freiwillige Standards und Regelungen auf der einen Seite und verbindliche Standards und Regelungen auf der anderen Seite ist mit 33 % bzw. 27 % ähnlich ausgeprägt.

Abb. 6: Die drei zentralen Leitlinien für politisches Handeln im Themenkomplex verantwortliches Wirtschaften (n = 1028, Mehrfachnennungen möglich)



Befragt nach den erforderlichen Maßnahmen zur Förderung verantwortlichen Wirtschaftens nennen die Unternehmen insbesondere steuerliche Anreize für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen (60%), die Stärkung des Konsumentenbewusstseins für Nachhaltigkeit (53%), Informations- und Unterstützungsangebote für die Wirtschaft (44%) und die stärkere Würdigung engagierter Unternehmen (38%). Jedes dritte Unternehmen fordert zudem die konsequente Ausrichtung der Forschungs- und Technologieförderung am Leitbild der Nachhaltigkeit, und ungefähr jedes vierte Unternehmen spricht sich für die stärkere Ausrichtung der öffentlichen Beschaffung an Nachhaltigkeitskriterien aus.

Abb. 7: Die wichtigsten politischen Maßnahmen aus Sicht der Unternehmen, um verantwortungsvolles Wirtschaften weiter zu fördern (n = 1014, Mehrfachnennungen möglich)



### Auf einen Blick

Unternehmen erwarten insbesondere Verlässlichkeit politischen Handelns und Freiräume für unternehmensspezifische Verantwortung. Zwei von drei Unternehmen sprechen sich für steuerliche Anreize für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen aus.

### Zitiert

Mehr Mut, klare Standards zu setzen und durchzusetzen, wenn sie als sinnvoll erkannt worden sind!

Teilnehmer der Umfrage

## Handlungsempfehlungen für die Wirtschaft



### Transparenzanforderungen als Chance begreifen:

Bereits jedes fünfte Unternehmen berichtet regelmäßig über Nachhaltigkeitsaspekte, insbesondere auch weil die CSR-Berichtspflicht dies vorschreibt (27 %) oder Kunden die Informationen einfordern (11 %). Die erhobenen Kennzahlen schaffen nicht nur Transparenz für externe Stakeholder, sondern nützen vor allem dem eigenen Unternehmen. Als Steuerungsinstrument erlauben systematisch und kontinuierlich erfasste Kennzahlen, das eigene Handeln besser sichtbar zu machen, zu überprüfen und ggf. neu auszurichten.



### Innovationspotenziale erschließen:

Die Umfrage zeigt auch, dass Unternehmen die Auseinandersetzung mit dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung noch zu wenig als Innovationstreiber verstehen. Die Unternehmensstrategie sowie die eigenen Produkte und Dienstleistungen an Nachhaltigkeitskriterien auszurichten und damit zugleich ihren gesellschaftlichen Nutzen weiter zu steigern bietet zahlreiche Impulse für Veränderung und Innovation. Diese Innovationspotenziale gilt es zu erschließen, um die Zukunftsfähigkeit des eigenen Unternehmens zu steigern.



### Digitalisierung und Nachhaltigkeit zusammendenken:

44 % der Unternehmen sehen die Digitalisierung als eines der drei wichtigsten Zukunftsthemen im Bereich des verantwortungsvollen Wirtschaftens. Neben vielen Chancen birgt die Digitalisierung auch neue Risiken. Unternehmen, die heute schon vormachen, wie sie den digitalen Wandel für mehr Nachhaltigkeit nutzen und gestalten, schaffen nicht nur einen Wertbeitrag für die Gesellschaft, sondern positionieren sich auch gegenüber Wettbewerbern.



### Gemeinsam Mehrwert schaffen:

Ein Teil der bayerischen Unternehmen hat das Potenzial von Partnerschaften für verantwortungsvolles Wirtschaften bereits erkannt. Gerade im Hinblick auf internationale Lieferketten sind Branchen- und Zertifizierungsinitiativen sehr hilfreich, um Nachhaltigkeitsziele auch in der Lieferkette zu realisieren. Insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen, die laut der Umfrage eher selten im Zusammenschluss mit anderen Unternehmen aktiv sind, ist es lohnenswert, dieses Potenzial stärker zu prüfen und zu nutzen.

## Datenerhebung



Die Umfrage wurde im März 2018 unter 5309 Unternehmen durchgeführt. Die Rücklaufquote lag bei 22%. Unter den teilnehmenden Unternehmen befanden sich 28% Industrieunternehmen, 19% Handelsunternehmen, 41% Dienstleistungsunternehmen und 12% Unternehmen aus anderen Branchen. Nach Unternehmensgröße gegliedert, nahmen 33% Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern, 17% Unternehmen mit 20 – 49 Mitarbeitern, 25% Unternehmen mit 50 – 249 Mitarbeitern, 9% Unternehmen mit 250 – 499 Mitarbeitern, und 16% mit mehr als 500 Mitarbeitern teil.

## Unterstützungsangebote der IHKs in Bayern

Die bayerischen IHKs verstehen sich als Plattform, auf der sich Unternehmer zu dem Thema verantwortliches Wirtschaften informieren, weiterbilden und austauschen können. Unsere Kampagne „Verantwortung lohnt sich.“ und begleitende Veranstaltungsformate wie der Bayerische CSR-Tag bieten erste Anregungen und Hilfestellungen. Umfassende Hintergrundinformationen und Unterstützungsangebote finden Sie unter [bihk.de](https://www.bihk.de) sowie auf der Website Ihrer regionalen IHK.

Der Zertifikatslehrgang zum/zur „CSR-Manager/-in IHK“ bietet zudem konkrete Unterstützung, um CSR erfolgreich im Unternehmensalltag zu verankern. Denn verantwortliches Wirtschaften schafft nicht nur Wettbewerbsvorteile, sondern sichert die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.

## Impressum



### Verleger und Herausgeber:

Bayerischer Industrie- und Handelskammertag (BIHK) e. V.

Gerti Oswald, Geschäftsführerin  
Balanstraße 55–59, 81541 München

☎ +49 (0)89 5116-0

@ info@bihk.de

🌐 bihk.de

### Ansprechpartnerin:

Dr. Henrike Purтик

### Gestaltung:

Ideenmühle, Eckental

### Druck:

Oberländer GmbH & Co. KG, München

Stand: Juni 2018