

Blitzumfrage von Visible zeigt:

Ein Viertel der deutschen Einkäufer arbeitet nur mit nachhaltigen Zulieferern zusammen

- **Schon jeder vierte gewerbliche Einkäufer arbeitet ausschließlich mit nachhaltigen Lieferanten**
- **52 % der Anbieter leisten bereits aktive Beiträge zum Umweltschutz**
- **Die Umfrage wurde von Visible anlässlich ihres Engagements im Rahmen der „Leaders for Climate Action“-Aktionswoche (19. bis 23. April) durchgeführt**

Hamburg, 19. April 2021 – Unternehmen legen immer mehr Wert auf Nachhaltigkeit – das geht aus den Ergebnissen einer Blitzumfrage¹ von Visible hervor. Dafür hat der Betreiber der europaweit führenden Online-B2B-Plattformen EUROPAGES und wlw (ehemals „Wer liefert was“) 259 Einkäufer und Nutzer der Plattform wlw befragt. Rund ein Viertel (24 %) der Befragten gibt an, dass ihr Unternehmen nur mit nachhaltigen Lieferanten bzw. Geschäftspartnern zusammenarbeitet. Auch auf Anbieterseite zeichnet sich ein ähnliches Bild ab: Von den hier 302 befragten Unternehmen sagen rund 86 Prozent, dass das Thema Nachhaltigkeit wichtig (39 %) bzw. sehr wichtig (47 %) ist. Die Umfrage wurde von Visible im Rahmen der „LFCA Action Week“ durchgeführt, die das Hamburger Unternehmen unterstützt. Die „Leaders for Climate Action (LFCA)“ wollen in der [Aktionswoche](#) vom 19. bis 23. April mit einer Vielzahl an Aktionen mindestens 50 Millionen Menschen erreichen und so für das Thema Klimaschutz sensibilisieren.

Geht es nach den professionellen Einkäufern in Deutschland, so ist klar: An dem Thema Nachhaltigkeit führt kein Weg vorbei. 84 Prozent der befragten Einkaufsmanager sagen, dass Nachhaltigkeit wichtig (46 %) bzw. sehr wichtig (38 %) ist. Das wirkt sich auch auf das operative Geschäft aus: Rund ein Viertel (24 %) gibt an, nur mit nachhaltig agierenden Lieferanten oder Geschäftspartnern zusammen zu arbeiten. Mehr als die Hälfte (51 %) bevorzugt zudem nachhaltige Lieferanten. Demgegenüber stehen lediglich acht Prozent der befragten Einkäufer, für die die Nachhaltigkeit eines Anbieters nicht wichtig ist.

Nachhaltigkeit ist wichtiges Entscheidungskriterium für professionelle Einkäufer

Der Einkauf sitzt an den Schalthebeln für Nachhaltigkeit im gesamten Unternehmen. Liegen vor der Auftragsvergabe zwei gleichwertige Angebote auf dem Tisch, ist ein nachhaltiges Handeln des potenziellen Lieferanten in vielen Einkaufsabteilungen am Ende das „Zünglein an der Waage“. So geben 45 Prozent der befragten Einkäufer an, dass ihnen Nachhaltigkeitskriterien wie Umweltzertifikate bei der Auftragsvergabe wichtig sind. Für 33 Prozent sind diese sogar sehr wichtig.

¹ Die Online-Befragung wurde vom 25. März bis 1. April 2021 durchgeführt. Insgesamt wurden 259 professionelle Einkäufer sowie 302 führende Mitarbeiter aus mittelständischen Unternehmen aus Deutschland befragt.

Einkäufer wünschen sich Leitlinien und mehr Transparenz

Um zu wissen, welche Nachhaltigkeitsziele verpflichtend sind, wünschen sich 39 Prozent der Einkäufer gesetzliche Vorgaben für Unternehmen. Diese schaffen Transparenz und Orientierung mit Blick auf die zu erreichenden Klimaziele. Für rund die Hälfte der Befragten (48 %) würde zudem ein „Nachhaltigkeits-Filter“ auf Plattformen wie wlw oder EUROPAGES die Suche enorm vereinfachen, wenn sich dadurch nur noch nachhaltig agierende Anbieter anzeigen ließen. Knapp 45 Prozent wünschen sich weniger Dienstreisen und ein Viertel (25 %) würde es begrüßen, wenn Messen nur noch virtuell stattfänden, da dies eine Menge Energie sparen würde.

„Das Thema Umweltbewusstsein gewinnt aktuell in den Unternehmen sehr stark an Bedeutung. Das spüren wir in den täglichen Gesprächen mit unseren Kunden“, weiß Visable CEO Peter F. Schmid. „Bereits heute zeigen wir Umwelt-Zertifizierungen der Unternehmen auf unseren Plattformen an. Einen Nachhaltigkeitsfilter wie ihn sich die Einkäufer laut unserer Umfrage wünschen, werden wir voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte anbieten können. Aktuell geben rund 12.500 der bei uns gelisteten Unternehmen an, ein oder mehrere Nachhaltigkeitszertifikate zu haben – Tendenz steigend.“

Die Relevanz von Messen für Unternehmen schwindet

Dass Messen immer mehr an Zuspruch verlieren und virtuelle Angebote bevorzugt werden, wundert den Visable-CEO indessen nicht. Erst kürzlich hatte Visable dazu eine repräsentative Umfrage mit rund 1.000 befragten Entscheidern aus deutschen KMU (bis 500 Mitarbeiter) zusammen mit dem Meinungsforschungsinstitut Civey durchgeführt, in der mehr als die Hälfte aller befragten Führungskräfte (56,4 Prozent) sagten, dass der Wegfall von Leitmesen für die eigene Branche nur einen geringen beziehungsweise gar keinen Verlust darstellt. „Die Relevanz der Präsenzmessen für Unternehmen schwindet in vielen Branchen. Häufig steht für sie der personelle, finanzielle und vor allem auch der ökologische Aufwand in keinem gesunden Verhältnis zum Nutzen. Besonders die Corona-Pandemie hat gezeigt: es geht auch digital. Unternehmen erkennen zunehmend die Vorteile von E-Sourcing, digitalen Plattformen oder virtuellen Präsentationen ihrer Produkte und Dienstleistungen – sie sind deutlich günstiger, effizienter und eben auch nachhaltiger“, sagt Peter F. Schmid.

Anbieter spüren vermehrte Nachfrage nach Nachhaltigkeit

Auch die Lieferantenseite reagiert auf das wachsende ökologische Bewusstsein der Einkäufer. Die Hälfte der von Visable befragten Unternehmen aus Deutschland registriert eine steigende Nachfrage zum Thema Nachhaltigkeit in Bezug auf das eigene Unternehmen. Bei rund 22 Prozent ist die Nachfrage weniger stark ausgeprägt, aber spürbar. Zudem gibt über die Hälfte (52 %) der Unternehmen an, dass es bereits aktive Beiträge zum Umweltschutz gibt. Bei 30 Prozent sind bereits teilweise Beiträge im Unternehmen implementiert. Um sich vom Wettbewerb zu differenzieren, würden zudem 44 Prozent der Unternehmen auf einer Plattform wie wlw oder EUROPAGES kennzeichnen, dass sie ein nachhaltiges Unternehmen sind und dies z. B. mit Zertifikaten belegen.

Bei den Maßnahmen, die nachhaltiges Arbeiten erleichtern würden, herrscht bei den Anbietern überwiegend Einigkeit mit den Einkäufern: 56 Prozent sagen, sie würden ihre Dienstreisen

reduzieren. Gesetzliche Vorgaben für bessere Nachhaltigkeit in Unternehmen wünschen sich rund 45 Prozent. Und mit 28 Prozent kann mehr als ein Viertel in der Zukunft gut auf Messen verzichten.

Nachhaltigkeit wird weiter an Bedeutung gewinnen

Einig sind sich die professionellen Einkäufer und Unternehmen auch bei der weiteren Entwicklung: Rund 58 Prozent der Einkaufsmanager und 63 Prozent der Unternehmensvertreter sind der Meinung, dass das Thema Nachhaltigkeit deutlich an Bedeutung gewinnen wird. Mit einem immerhin geringfügigen Relevanzgewinn rechnen mehr als 33 Prozent der Einkäufer und rund 24 Prozent der befragten Unternehmen. Dass der Nachhaltigkeitsaspekt an Bedeutung verlieren wird, glauben nur etwas mehr als drei Prozent der Einkäufer und rund fünf Prozent der Befragten aus den Unternehmen.

„Unternehmen können sich ihrer Verantwortung in Bezug auf nachhaltiges Handeln und den schonenden Umgang mit Ressourcen nicht entziehen. Wer wirtschaftlich erfolgreich ist, muss der Gesellschaft auch etwas zurückgeben. Auch wenn viele Unternehmen noch nicht CO2-neutral ihre Produkte fertigen oder ihre Dienstleistung erbringen können, so kann durch CO2-Kompensationen des eigenen Verbrauchs oder durch den Wechsel zu einem Ökostrom-Anbieter für die Geschäftsräume ein erster Schritt gemacht werden“, so Peter F. Schmid. „Für mich ist Nachhaltigkeit ein sehr wichtiges Thema, weshalb ich mich auch persönlich bei den Leaders for Climate Action engagiere und die LFCA-Action Week unterstütze.“ Timo Müller, Co-Founder LFCA, ergänzt: „Für viele Unternehmen in unserem Netzwerk reicht die alleinige Reduzierung ihrer Emissionen nicht aus. Um einen wirklich großen Unterschied zu bewirken, müssen wir uns alle fragen, was wir darüber hinaus alles tun können. Unsere Kunden und Partner mit ins Boot zu holen ist ein guter Weg.“

Die vollständigen Umfrageergebnisse finden Sie [hier](#).

Pressekontakt

Visible GmbH
Carsten Brandt
ABC-Strasse 21
20354 Hamburg
+49 40 2 54 40-131
carsten.brandt@visible.com

Pressekontakt

achtung!
Ingrid Lisica
Straßenbahnring 3
20251 Hamburg
+49 40 45 02 10-737
visible@achtung.de

Über Visible

Visible unterstützt den industriellen Mittelstand, Produkte und Dienstleistungen für Einkäufer international zugänglich zu machen. Als speziell auf Geschäftskunden zugeschnittene Verbindung aus eigenen B2B-Plattformen und Online-Marketing-Services wie zum Beispiel Google Ads und Retargeting bietet das Unternehmen ein breit gefächertes digitales Portfolio zur Reichweiten-Steigerung im Internet.

Zu den von der Visible GmbH betriebenen Plattformen gehören wlw („Wer liefert was“), heute die führende B2B-Plattform in der D-A-CH-Region mit rund 620.000 registrierten Firmen, sowie die europäische B2B-Plattform EUROPAGES, auf der rund 3 Millionen Firmen registriert sind. Zusammen erreichen die Plattformen monatlich über 4 Millionen B2B-Einkäufer, die nach detaillierten Unternehmens- und Produktinformationen suchen.

Mit seinen Online-Marketing-Services bietet Visible Unternehmen zusätzliche Möglichkeiten, ihre Reichweite im Internet zu erhöhen. Visible ist derzeit einziger Google Premium-Partner mit B2B-Schwerpunkt.

Das Unternehmen Visible entstand als Antwort auf die Herausforderungen der Internationalisierung und Digitalisierung im B2B-Bereich

und beschäftigt heute an seinen Standorten Hamburg, Berlin, Münster und Paris über 410 Mitarbeiter. Als gemeinsames Dach für die Marken wlw und EUROPAGES baut Visable seine Marktplätze und Online-Marketing-Services kontinuierlich aus.

Weitere Artikel, Informationen, Pressemitteilungen und Downloads finden Sie unter www.visable.com/presse.

Über Leaders for Climate Action:

LFCA ist eine globale Community von über 1200 digitalen Gründern, die vor allem eines vereint: Der gemeinsame Wunsch, der Klimakrise mit konkreten Maßnahmen entgegenzutreten und eine effektivere Gesetzgebung von der Politik zu fordern. Ihre Vision ist eine weltweit klimaneutrale Digitalindustrie – die als Vorbild für weitere Branchen dienen soll.