

Umfrage von Visible zur Aktionswoche von "Leaders for Climate Action ([LFCA](#))":

Trotz Krise: KMU achten immer mehr auf Nachhaltigkeit

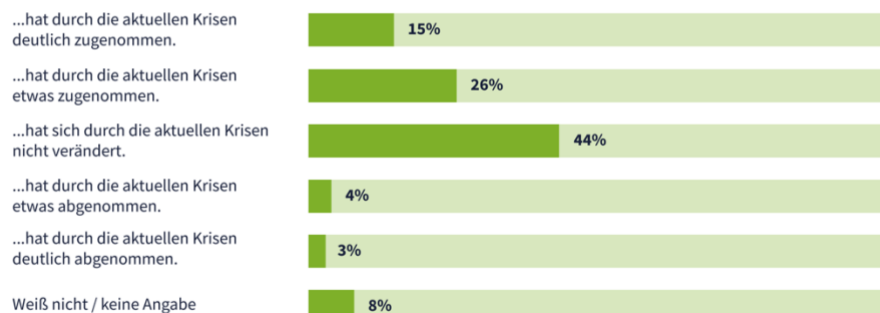
- Stellenwert von Nachhaltigkeit in KMU steigt trotz Pandemie und Ukraine-Krieg
- Das „digitale Büro“ setzt sich durch

Hamburg, 19. April 2022 – Das Thema Nachhaltigkeit ist kleinen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland sehr wichtig. Trotz akuter Krisen wie der weiter andauernden Corona-Pandemie und dem alles überschattenden Krieg in der Ukraine nimmt es sogar an Fahrt auf. Das zeigt eine von Visible durchgeführte Umfrage. Der Betreiber der europaweit führenden Online-B2B-Plattformen wlw (früher „Wer liefert was“) und EUROPAGES hat über das Marktforschungsinstitut YouGov Entscheider aus kleinen und mittelständischen deutschen Unternehmen angesprochen. Mehr als 40 Prozent der Befragten gaben an, der Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit habe in ihrem Unternehmen durch die aktuellen Krisen deutlich (15 Prozent) oder zumindest etwas (26 Prozent) zugenommen. Von einer Abnahme der Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit berichten insgesamt nur 7% der Befragten.

Die Umfrage fand aus Anlass der „LFCA Action Week“ statt. Visible unterstützt die Organisation „Leaders for Climate Action ([LFCA](#))“ bei ihrem Ziel, in der Aktionswoche vom 18.-24. April 2022 insgesamt 100 Millionen Menschen mit Informationen zum Thema Klimaschutz zu erreichen. Visible-CEO Peter F. Schmid ordnet die Ergebnisse ein: „Die aktuellen Krisen stellen Unternehmen auf unterschiedlichsten Feldern vor enorme Probleme: Massiv steigende Energiekosten und unterbrochene Lieferketten sind zwei besonders herausfordernde Beispiele. Trotzdem verliert das Thema Nachhaltigkeit dadurch nicht an Bedeutung – ganz im Gegenteil: Gerade die Krisen zeigen den Unternehmen, dass nur nachhaltiges und vorausschauendes Wirtschaften in allen Bereichen ihre Betriebe zukunftssicher macht.“

Stellenwert von Nachhaltigkeit

Wie hat sich der Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen durch die aktuellen Krisen verändert?
Der Stellenwert von Nachhaltigkeit in meinem Unternehmen...



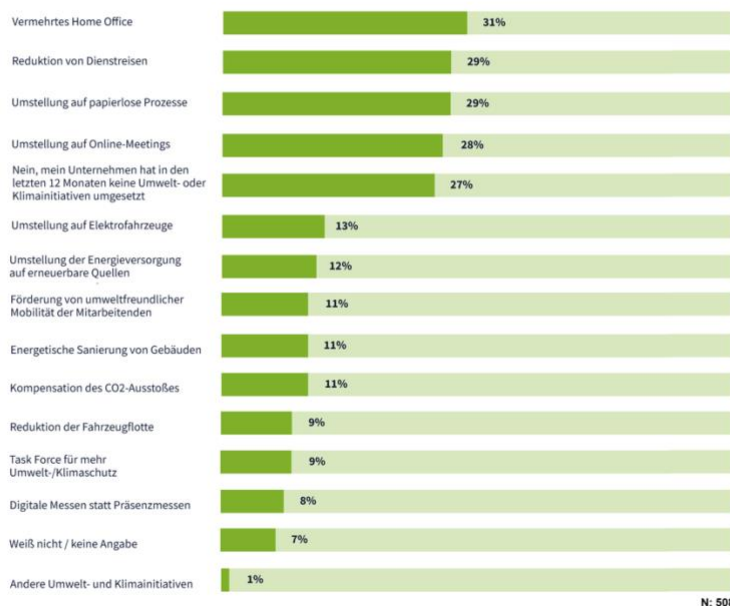
N: 508

Mehr Unternehmen setzen Umwelt- und Klimainitiativen um

Zwei Drittel aller Unternehmen (66 Prozent) haben laut der Umfrage in den letzten zwölf Monaten Umwelt- und Klimainitiativen umgesetzt. Hier tut sich etwas: In einer vergleichbaren Umfrage von Visable im letzten Jahr hatte nur ungefähr die Hälfte der Unternehmen (52 Prozent) angegeben, dass es bei ihnen bereits aktive Beiträge zum Umweltschutz gibt. Bei den Maßnahmen setzt sich vor allem das digitale Office immer stärker durch, sicher beschleunigt durch die Notwendigkeiten der Corona-Pandemie. 31 Prozent der Befragten geben an, dass ihr Unternehmen in den letzten zwölf Monaten vermehrt auf Home-Office gesetzt habe. Etwa gleich viele Unternehmen haben Dienstreisen reduziert (29 Prozent) und auf Online-Meetings umgestellt (28 Prozent). Auch die Umstellung auf papierlose Prozesse schafft es mit 29 Prozent in die Top 5 der durchgeführten Maßnahmen.

Umgesetzte Umwelt- und Klimainitiativen

Hat Ihr Unternehmen in den letzten 12 Monaten Umwelt- und Klimainitiativen umgesetzt? Wenn ja, welche?



Die Pandemie geht, Home-Office bleibt

Mit dem erwarteten Abflauen der Pandemie scheint auch der Elan bei der Umsetzung von Maßnahmen im Bereich Remote Work etwas abzuflachen: Für die nächsten zwölf Monate hat ein deutlich geringerer Anteil der Befragten entsprechende Maßnahmen geplant. Doch trotz der bereits jetzt durch zwei Jahre Pandemie radikal veränderten Arbeitssituation wollen immerhin 20 Prozent die Arbeit im Home-Office noch weiter ausbauen. Jeweils 15 Prozent wollen noch mehr auf Online-Meetings umstellen und Dienstreisen abbauen. Ein Wert bleibt in der Betrachtung für die letzten und die nächsten zwölf Monate konstant: 13 Prozent der Befragten wollen ihre Fahrzeugflotte auf Elektroautos umstellen. Das entspricht in etwa dem Bevölkerungsdurchschnitt: Laut einer Umfrage der Unternehmensberatung Deloitte unter 1500 Menschen in Deutschland kommt für 15 Prozent der Verbraucher ein vollelektrisches Fahrzeug als nächstes Auto infrage.

Ähnliche Tendenzen im internationalen Vergleich

Die Online-Befragung wurde auf der Plattform YouGov vom 5.-10. April durchgeführt – neben Deutschland, wo 508 Mitarbeiter mit Entscheidungsbefugnis aus kleinen und mittelständischen Unternehmen teilnahmen, auch in der Schweiz (217 Teilnehmer), Österreich (217 Teilnehmer) und Frankreich (530 Teilnehmer). Der Ländervergleich zeigt, dass die Relevanz nachhaltigen Wirtschaftens durch die aktuellen Krisen nicht nur ungebrochen ist, sondern in Teilen sogar (deutlich) zunimmt: Das sagten 49 Prozent der österreichischen Befragten sowie 46 Prozent der Schweizer Umfrageteilnehmer. In Frankreich sind es immerhin noch 36 Prozent.

Peter F. Schmid dazu: „Es freut mich zu sehen, dass das Thema in unseren Kernmärkten weiter an Bedeutung gewinnt. Um diese Entwicklung zu fördern, ist es mir persönlich wichtig, das Bewusstsein für klimafreundlicheres unternehmerisches Handeln zu schärfen und natürlich auch im eigenen Unternehmen umzusetzen. Deswegen engagiere ich mich bei den Leaders for Climate Action und wir unterstützen die LFCA-Action Week als Unternehmen.“



Peter F. Schmid, CEO von Visible

Pressekontakt

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

Pressekontakt

TDUB Kommunikationsberatung
Daniel Gerloff, Karsten Hoppe
Hongkongstraße 7
20457 Hamburg
+49 40 80 79 212-27
visible@tdub.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 Visable GmbH betriebenen Plattformen gehören wlw („Wer liefert was“), heute die führende B2B-Plattform in der D-A-CH-Region, sowie die europäische B2B-Plattform EUROPAGES, auf denen 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 Visable Unternehmen zusätzliche Möglichkeiten, ihre Reichweite im Internet zu erhöhen.

Das Unternehmen Visable entstand als Antwort auf die Herausforderungen der Internationalisierung und Digitalisierung im B2B-Bereich und beschäftigt heute an seinen Standorten Hamburg, Berlin, Münster und Paris rund 480 Mitarbeiter. Als gemeinsames Dach für die Marken wlw und EUROPAGES baut Visable seine B2B-Plattformen und Online-Marketing-Services kontinuierlich aus.

Weitere Artikel, Informationen, Pressemitteilungen und Downloads finden Sie unter https://www.visable.com/de_de/ueber-uns/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.