

# Nachhaltigkeit lohnt sich für Arbeitgeber

- **Aktuelle Trendstudie «Nachhaltigkeitsengagement von Unternehmen aus Arbeitnehmersicht» von HEUTE UND MORGEN untersucht Status Quo, Potenziale und Perspektiven betrieblicher Nachhaltigkeit aus Sicht der Beschäftigten**
- **Nachhaltigkeitsengagement ist wichtiger Faktor der Identifikation und Bindung der Mitarbeitenden**
- **Nachhaltigkeitszeugnis für Unternehmen fällt häufig noch mäßig aus – organisationale Potenziale bleiben so ungenutzt**

**Köln, 09. August 2023.** Unternehmen, die sich innerhalb wie außerhalb ihrer Organisation für mehr Nachhaltigkeit einsetzen, haben nicht nur bei nachhaltigkeitsbewussten Verbrauchern, sondern auch bei den eigenen Beschäftigten deutliche Wettbewerbsvorteile. Drei von vier Arbeitnehmer in Deutschland (74%) begrüßen ausdrücklich, wenn sich der eigene Arbeitgeber nachhaltig engagiert (Frauen sogar zu 80%). 40 Prozent der Beschäftigten ist es zudem persönlich in hohem Maße wichtig, dass ihr Arbeitgeber Nachhaltigkeit im Unternehmen fördert und sich aktiv dafür einsetzt. Lediglich 13 Prozent ist dies weitgehend egal.

Übergreifend weisen Arbeitnehmer, die meinen, ihr eigenes Unternehmen verhalte sich bereits nachhaltig, eine deutlich höhere Bindung an ihren Arbeitgeber auf (Indexwert: 74) als jene, die angeben, dies sei bisher nicht der Fall (Indexwert: 49). Mit Blick in die Zukunft kann sich hierzulande sogar mehr als jeder vierte Beschäftigte (28%) nicht mehr vorstellen, überhaupt noch für ein Unternehmen zu arbeiten, das keine Nachhaltigkeitsziele verfolgt (Führungskräfte sogar zu 35%).

Dies zeigt die aktuelle Trendstudie «Nachhaltigkeit von Unternehmen aus Arbeitnehmersicht – Status Quo, Potenziale und Perspektiven» des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN aus Köln. Repräsentativ befragt wurden rund 1.000 Arbeitnehmer (Mitarbeitende und Führungskräfte) aus Unternehmen ab einer Mindestgröße von fünf Beschäftigten. *„Nachhaltiges Engagement lohnt sich für Arbeitgeber“, sagt Tanja Höllger, Geschäftsführerin bei HEUTE UND MORGEN. „Insbesondere dann, wenn Nachhaltigkeit als fester Baustein in die Unternehmenskultur integriert wird. Die positiven Wirkungen bei den Beschäftigten sind sogar noch größer als in der externen Öffentlichkeit.“*

## **Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz: Noch viel Luft nach oben**

Betrachtet man den von den Arbeitnehmern wiedergespiegelten Status Quo, dann werden die Potenziale nachhaltiger Unternehmensführung hierzulande allerdings bei weitem noch nicht ausgeschöpft: 28 Prozent der Beschäftigten sind der Auffassung, dass sich ihr eigener Arbeitgeber bisher noch zu wenig für Nachhaltigkeit einsetzt. Nur in jedem fünften Unternehmen (19%) hat das Thema Nachhaltigkeit aus Sicht der Mitarbeitenden vorrangigen Stellenwert; 41 Prozent geben hingegen an, man hätte im eigenen Unternehmen aktuell wichtigere Themen. Immerhin jeder fünfte Arbeitnehmer (21%) in Deutschland bewertet den eigenen Arbeitgeber in puncto Nachhaltigkeit bereits als sehr gut aufgestellt. Insgesamt fällt das Nachhaltigkeitszeugnis für Unternehmen aus Arbeitnehmersicht aber häufig noch durchwachsen aus.

## **Hauptsache, es wird konkret etwas für mehr Nachhaltigkeit getan**

Eine vergleichsweise geringe Rolle spielt für die Beschäftigten, in welchem der zentralen Nachhaltigkeitsbereiche – ökologisch, sozial oder ökonomisch – sich ihr Unternehmen besonders engagiert. Aus Mitarbeitersicht gilt hier vor allem die Devise: Hauptsache, das Nachhaltigkeitsengagement des eigenen Arbeitgebers ist konkret, transparent und proaktiv (passive Spendings werden deutlich weniger honoriert als aktives Engagement). Frauen und jüngere Beschäftigte schätzen das Nachhaltigkeitsengagement ihres Arbeitgebers besonders stark. Insgesamt gibt es für die Mitarbeitenden kein grundsätzlich bevorzugtes oder ein „falsches“ Engagement (solange dies im Kern ernst gemeint ist und kein Alibi oder Greenwashing darstellt).

## Nachhaltigkeitsmaßnahmen dienen auch unternehmerischen Vorteilen

Nicht überraschend ist bei den bisher umgesetzten Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit in Unternehmen, dass diese neben dem „reinen“ Nachhaltigkeitsgedanken oft auch eigenen unternehmerischen Vorteilen dienen. Hierzu zählen insbesondere Energiesparmaßnahmen, Weiterentwicklung der Mitarbeitenden oder allgemeine Kostenoptimierungen. Darüber hinaus berichten rund die Hälfte der Beschäftigten, dass ihr Unternehmen flexible Arbeitsmodelle zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf aktiv unterstützt und sich verstärkt für Gleichberechtigung und Chancengleichheit engagiert.

In der Regel werden die Nachhaltigkeitsmaßnahmen des eigenen Unternehmens im Vergleich zu anderen besser eingeschätzt. Darin zeigt sich auch: Das Nachhaltigkeitsengagement von Unternehmen kann intern oft sogar eine positivere Wirkung erzielen als in der Öffentlichkeit – zumal dessen Glaubwürdigkeit und Ernsthaftigkeit von den eigenen Mitarbeitenden besser beurteilt werden kann und weniger dem verbreiteten Verdacht auf White- oder Greenwashing unterliegt.

## Ökologie als Schwerpunkt

Die häufigsten Nachhaltigkeitsmaßnahmen werden bisher im ökologischen Bereich umgesetzt: Angefangen bei der Mülltrennung und Vermeidung von Plastikmüll, bis hin zur systematischen Emissionsvermeidung und Verwendung ressourcenschonender Materialien. Der Tendenz nach werden die von Unternehmen bisher am häufigsten eingesetzten Nachhaltigkeitsmaßnahmen von den Mitarbeitern auch am stärksten geschätzt (gilt in allen Nachhaltigkeitsbereichen). Ausnahme stellt hier beispielsweise die Reduzierung von Inlandsflügen oder anderen Dienstleistungstransporten dar. Hier erwarten viele Arbeitnehmer ein noch stärkeres Engagement ihres Arbeitgebers.

Die verstärkte Nutzung von Hybrid- oder Elektroautos als Dienstwagen wird ambivalent beurteilt – sowohl was deren bisherige Verbreitung im Unternehmen, aber auch was die Beliebtheit der Maßnahme auf Mitarbeiterseite betrifft (Befürworter und Kritiker halten sich hier die Waage). Passives Spenden an Klima- oder Naturschutzorganisationen wird von den Beschäftigten insgesamt eher negativ betrachtet – aktives Klimaschutz-Engagement kommt deutlich besser an.

## Beteiligung der Mitarbeitenden an Nachhaltigkeitsprojekten: Ja, aber...

Die meisten Arbeitnehmer unterstützen das Nachhaltigkeitsengagement ihres Arbeitgebers gerne auch durch eigene Beiträge und die Veränderung bisheriger Gewohnheiten – allerdings nur, solange dies nicht zu Lasten privater finanzieller oder zeitlicher Ressourcen geschieht. Immerhin rund jeder Zweite zeigt sich zwar noch bereit, häufiger öffentliche Verkehrsmittel für den Weg zur Arbeit zu nutzen, oder auch etwas mehr für nachhaltiges Kantinenessen zu bezahlen. Sich möglicherweise auch in der Freizeit an Nachhaltigkeitsprojekten beteiligen, würde aber nur noch jeder dritte Beschäftigte. Und wenn auch privater finanzieller Einsatz gefragt wäre (bspw. durch Verzicht auf die Auszahlung von Überstunden zugunsten von Nachhaltigkeitsprojekten), sinkt die Einsatzbereitschaft für mehr Nachhaltigkeit weiter ab. Weniger positiv wird zudem darauf reagiert, wenn Unternehmen lediglich die Mitarbeitenden darin unterstützen, sich außerhalb des Unternehmens nachhaltig zu engagieren – ohne sich selbst substanziell zu mehr Nachhaltigkeit zu verpflichten.

*„Nachhaltigkeit entwickelt sich in organisationaler Perspektive immer mehr vom Nice-to-have zum unverzichtbaren Hygienefaktor und Must-have“, sagt Studienleiterin Julia Nachtsheim von HEUTE UND MORGEN. „Unternehmen, die dies auch jenseits verpflichtender Auflagen verstehen und beherzigen, können sich damit auch im umkämpften Personalmarkt wichtige Wettbewerbsvorteile sichern.“*

## Eigene Ideen für mehr Nachhaltigkeit kommen besser an als vorgefertigte Konzepte

Mit Blick auf die zukünftige Implementierung neuer Konzeptideen für mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen zeigen sich die Arbeitnehmer gegenüber vorgefertigten Ansätzen zunächst eher zurückhaltend und teils auch kritisch. Daher ist es für Unternehmen wichtig, in Nachhaltigkeitsinitiativen, die eine hohe Beteiligung der Beschäftigten erfordern, diese frühzeitig einzubeziehen und deren Ideen stärker zu berücksichtigen.

Die Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen kommt in der Belegschaft besser an als vorgefertigte Maßnahmen. Generell sollte die Akzeptanz und Wirksamkeit von Nachhaltigkeitsprojekten regelmäßig evaluiert werden – nach innen wie außen.

### **Weitere Studieninformationen und Studienbestellung**

Die komplette rund 110-seitige Trendstudie «Nachhaltigkeitsengagement von Unternehmen aus Arbeitnehmersicht – Status Quo, Potenziale und Perspektiven» kann ab sofort über HEUTE UND MORGEN bezogen werden (kostenpflichtig). Die Studie enthält umfangreiche weitere Ergebnisse und Detailanalysen zum Thema Nachhaltigkeit in Unternehmen aus Arbeitnehmersicht. Ausführlich betrachtet werden dabei auch verschiedene Zielgruppen, Branchen und Unternehmensgrößen sowie die Präferenzen mit Blick auf konkrete Nachhaltigkeitsmaßnahmen im ökologischen, sozialen wie ökonomischen Bereich. Darüber hinaus enthält die Studie auch einen exklusiven Sonderteil zum übergreifenden Thema „Purpose in Unternehmen“.

Eine kostenfreie Leseprobe der Studie ist auf Anfrage per Mail erhältlich: [hr-forschung@heuteundmorgen.de](mailto:hr-forschung@heuteundmorgen.de)

Weitere Informationen zu den Studieninhalten und zur Bestellung:

<https://heuteundmorgen.de/studien/weitere-studien/nachhaltigkeit-von-unternehmen-aus-arbeitnehmersicht>

### **Kontakt für Rückfragen**

Tanja Höllger  
Geschäftsführerin  
HEUTE UND MORGEN GmbH  
Breite Straße 137-139  
50667 Köln  
Telefon: +49 221 995 00 512  
E-Mail: [tanja.hoellger@heuteundmorgen.de](mailto:tanja.hoellger@heuteundmorgen.de)