



Institute for  
Sustainability

future 

**Thomas Loew, Sabine Braun**

## **Nachhaltiges Wirtschaften: Wie sollten Unternehmen, Bürger und die Politik handeln?**

Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage unter Experten  
der Umwelt- und Nachhaltigkeitsszene

**30**   
JAHRE  
BUNDESUMWELTMINISTERIUM  
STADT LAND LEBEN

**Berlin, 2016**

## **Impressum**

Thomas Loew  
Institute for Sustainability  
Rigaer Str. 8 | D-10247 Berlin  
Tel.: +49 (0)30 - 240 855 32 | [Loew@4sustainability.de](mailto:Loew@4sustainability.de)  
[www.4sustainability.de](http://www.4sustainability.de)

Sabine Braun

Mitglied des Vorstands von future e.V.  
c/o akzente kommunikation und beratung Gmbh  
Corneliusstraße 10 | D-80469 München  
[www.future-ev.de](http://www.future-ev.de)

## **Bibliografische Angaben**

Loew, Thomas; Braun Sabine (2016) Nachhaltiges Wirtschaften: Wie sollten Unternehmen, Bürger und die Politik handeln? Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage unter Fachleuten der Umwelt- und Nachhaltigkeitsszene, Berlin. Download unter [www.4sustainability.de](http://www.4sustainability.de)



Inhalt

1   Zusammenfassung und übergreifende Ergebnisse .....	5
2   Anlass und Rahmendaten, Repräsentativität .....	6
3   Einschätzung zur Nachhaltigkeit der deutschen Volkswirtschaft .....	8
4   Möglichkeiten, einen Beitrag zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft zu leisten .....	9
Möglichkeiten der Bürger .....	9
Wirksame Beiträge der Unternehmen .....	11
Wirksame Beiträge der Politik .....	13
5   Beurteilung des Engagements .....	14
Eigenes Engagement .....	14
Engagement der Unternehmen .....	15
Engagement der Politik .....	17
6   Botschaften und Kommentare .....	18



## Abbildungen

Abbildung 1: Ist die deutsche Volkswirtschaft samt ihrer globalen Auswirkungen nachhaltig? .....	8
Abbildung 2: Bürger haben unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind folgende? (N = 308) .....	10
Abbildung 3: Unternehmen haben unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind Ihres Erachtens folgende? (N=308) ....	11
Abbildung 4: Unternehmen haben unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind Ihres Erachtens folgende? (Unternehmen, Wissenschaft, Politik) .....	12
Abbildung 5: Die Politik hat unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind Ihres Erachtens folgende? (N = 307) .....	13
Abbildung 6: Die Politik hat unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind Ihres Erachtens folgende? (Unternehmen, Wissenschaft, Politik).....	14
Abbildung 7: Wie beurteilen Sie Ihr eigenes Engagement für eine nachhaltige Volkswirtschaft? (N = 306) .....	15
Abbildung 8: Wie beurteilen Sie das Engagement deutscher Unternehmen für eine nachhaltige Volkswirtschaft insgesamt? (N=306).....	16
Abbildung 9: Wie beurteilen Sie das Engagement deutscher Unternehmen für eine nachhaltige Volkswirtschaft insgesamt? (Beschäftigte in Unternehmen, Wissenschaft, Politik).....	16
Abbildung 10: Wie beurteilen Sie das Engagement der deutschen Politik für eine nachhaltige Volkswirtschaft (N=307) .....	17
Abbildung 11: Wie beurteilen Sie das Engagement der deutschen Politik für eine nachhaltige Volkswirtschaft (N=307) .....	18

## Tabellen

Tabelle 1: Beruflicher Hintergrund (Wo arbeiten Sie?) .....	7
Tabelle 2: Befassen Sie sich beruflich mit Umweltthemen und/oder Nachhaltigkeit? .....	7
Tabelle 3: Befassen Sie sich beruflich mit Unternehmen?.....	7
Tabelle 4: Wie wichtig ist Ihnen Umweltschutz im Vergleich zu ihren Mitbürgern? .....	7
Tabelle 5: Ist die deutsche Volkswirtschaft samt ihrer globalen Auswirkungen nachhaltig? (Detailergebnisse) .....	9
Tabelle 6: Bürger haben unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind folgende? (N = 308) (Detailergebnisse) .....	10
Tabelle 7: Zu guter Letzt: Möchten Sie noch etwas ergänzen? (Auswahl).....	19



# 1 | Zusammenfassung und übergreifende Ergebnisse

Anlässlich des 30-jährigen Jubiläums des Bundesumweltministeriums führten das Institute for Sustainability and Future e.V. – verantwortung unternehmen – im August und September 2016 eine Befragung in der Umwelt- und Nachhaltigkeitsfachszene durch. Ziel der Befragung war es, zu ermitteln, welche Handlungsoptionen von Bürgern, Unternehmen und Politik als besonders wirksam eingestuft werden, um einen Beitrag zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft zu leisten. Dazu sollten die Befragten sowohl ihr eigenes Engagement als das Engagement von Unternehmen und Politik beurteilen, sodass Vergleiche vorgenommen werden können.

Insgesamt nahmen rund 311 Personen der deutschen Umwelt- und Nachhaltigkeitsfachszene an der Befragung teil. Die Ergebnisse sind für diese Gruppe repräsentativ, nicht jedoch für die gesamte Bevölkerung.

Die Mehrheit der Befragten betrachtet die deutsche Volkswirtschaft samt ihrer globalen Auswirkungen als nicht nachhaltig. Nur 11% schätzen unsere Volkswirtschaft als zumindest weitgehend nachhaltig ein.

Die wirksamsten Beiträge von Unternehmen, Politik und Bürgern, zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen, sehen die Befragungsteilnehmer in

- der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, die direkt zur Lösung von ökologischen und sozialen Problemen beitragen,
- der Anpassung der politischen Rahmenbedingungen, so dass umweltschädliche Produkte und umweltschädliches Verhalten teurer als umweltfreundliche Alternativen sind und in
- der Akzeptanz daraus resultierender Einschränkungen seitens der Bürger sowie einer Veränderung des Konsumverhaltens.

Zu Beginn der Befragung wurde angenommen, dass bei allen drei Akteursgruppen, also Konsumenten, Unternehmen und Politik ökonomische Gründe ein stärkeres Engagement verhindern. Diese These wurde nur teilweise bestätigt. Zwar spielen aus Sicht der Befragten bei den Entscheidern in Unternehmen und der Politik ökonomische Aspekte tatsächlich eine ausschlaggebende Rolle. Bei den Befragten selbst in ihrer Rolle als Bürger und Konsumenten sind jedoch nicht Kosten, sondern Zeitmangel das größte Hemmnis, nachhaltiger zu handeln.

Dabei ist Folgendes zu berücksichtigen: Die Befragungsteilnehmer stammen aus der Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsszene und die Ergebnisse sind damit nicht repräsentativ für die gesamte Bevölkerung. In der Gesamtbevölkerung haben ökonomische Aspekte dagegen einen deutlichen Einfluss auf das Konsumverhalten wie beispielsweise die Umweltbewusstseinsstudie des Umweltbundesamts<sup>1</sup> zeigt. Ferner geben Befragungsteilnehmer neben der Anpassungen des eigenen Konsumverhaltens, auch die Unterstützung von Kampagnen, von NGOs oder Mitarbeit bei Projekten als wirksame Handlungsmöglichkeiten an – also ein Engagement, das Zeit erfordert.

Die Einschätzung, Entscheider in Unternehmen würden sich aufgrund eventueller ökonomischer Nachteile nicht stärker für eine nachhaltige Entwicklung engagieren, ist zwar nicht überraschend, aber

---

<sup>1</sup> Bundesumweltministerium / Umweltbundesamt (Hrsg.) (2015) Umweltbewusstsein in Deutschland 2014 Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage.



dennoch wichtig<sup>2</sup>.

Denn gerade weil ökonomische Aspekte den Handlungsspielraum von Unternehmen begrenzen, ist es folgerichtig, dass die Befragten eine Anpassung der Rahmenbedingungen als besonders wirksam erachten. Weil durch eine Verteuerung von umweltschädlichen Produkten und entsprechendem Verhalten würden ökologische Investitionen für Unternehmen attraktiver bzw. rentabler.

Allerdings sind die Befragten auch der Auffassung, dass die Politik bei wesentlichen Veränderungen gesamtwirtschaftliche Nachteile für die Wirtschaft und Beschäftigung befürchtet. Hier sehen sie das größte Hemmnis der Politik, Maßnahmen für eine nachhaltige Volkswirtschaft zu ergreifen.

Zusammenfassend gesagt gilt: Grundsätzlich besteht in der Fachszene eine klare Vorstellung zu den wirksamen Handlungsmöglichkeiten der einzelnen Akteure. Allerdings besteht die Herausforderung, ökonomisch und sozial tragfähige Wege zu finden und diese dann auch auf politischer Ebene umzusetzen.

Bemerkenswert ist, dass keine großen Unterschiede zwischen den Einschätzungen von Mitarbeitern aus Unternehmen, Wissenschaftlern und Mitarbeitern in Behörden bzw. Politik gibt. Im Großen und Ganzen sind sich die Nachhaltigkeitsfachleute einig.

Die Befragung und ihre Ergebnisse weisen einige Einschränkungen auf: Unter anderem liegt trotz der Verwendung des Begriffs „Nachhaltigkeit“ der Schwerpunkt auf ökologischen Aspekten. Eine ausgewogene Berücksichtigung aller drei Nachhaltigkeitsdimensionen hätte den Rahmen der Befragung gesprengt. Darüber hinaus bieten die Antworten Raum für weitere Auswertungen, denen hier nicht nachgegangen wurde. Hier – wie auch zu weiterer Kritik – sei darauf hingewiesen, dass diese Befragung nicht im Rahmen eines geförderten Forschungsvorhabens, sondern mit „Bordmitteln“ der Verfasser durchgeführt wurde.

Von den 311 Befragungsteilnehmern haben 55 um eine Zusendung der Ergebnisse gebeten, darunter auch Professoren und Unternehmensvertreter. Somit trifft die Befragung auf ein nennenswertes Erkenntnisinteresse in der Fachszene.

## 2 | Anlass und Rahmendaten, Repräsentativität

Die Befragung wurde zwischen dem 1. August und dem 15. September 2016 durchgeführt. Die Umfrage war ein Beitrag zum „Festival der Zukunft – Umweltpolitik 3.0“, das das Bundesumweltministerium am 10. und 11. September 2016 in Berlin veranstaltete. Zu der Befragung wurden unter anderem Organisationen eingeladen, die sich mit Infoständen und Diskussionsveranstaltungen an dem Festival beteiligten. Zudem nahmen Nachhaltigkeitsexperten aus dem Netzwerk des Institute for Sustainability an der Befragung teil.

---

<sup>2</sup> Weil das Bild, das Menschen von Unternehmen haben sehr unterschiedlich ist, an dieser Stelle eine Ergänzung zu diesem Ergebnis aus unserer Sicht: Nur wenige Unternehmen erwirtschaften derart hohe Gewinne, die ihnen große Handlungsspielräume für wenig oder nicht rentable Investitionen ermöglichen. Die Mehrheit der Unternehmen muss sich kontinuierlich um ausreichende Erträge bemühen, um sowohl die laufenden Kosten (wie z.B. Personalkosten, Material, Miete) zu decken als auch neue Investitionen tätigen zu können. Bei diesen Unternehmen ist der Handlungsspielraum für freiwillige Maßnahmen, die sich nicht rechnen klein.



Die Befragungsergebnisse sind für die deutsche Bevölkerung nicht repräsentativ. Vielmehr spiegeln sie die Einschätzung von Menschen wider, die sich überdurchschnittlich und oftmals beruflich für Nachhaltigkeit engagieren. Ein nennenswerter Teil der Befragten befasst sich dabei zugleich mit der Rolle von Unternehmen (s. Tabellen 1 bis 4).

Ein Vergleich der Zwischenergebnisse vom 2. September 2016 (155 Antworten) mit den Zwischenergebnissen vom 9. September 2016 (in Summe 278 Antworten) zeigt, dass obwohl sich die Zahl der Antworten nahezu verdoppelt hat, die prozentuale Verteilung der Ergebnisse fast unverändert ist. Die Befragungsergebnisse sind demzufolge repräsentativ für die Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsszene.

Insgesamt haben 311 Personen an der Befragung teilgenommen (ohne Abbrecher). Da die vollständige Beantwortung aller Fragen nicht verpflichtend war, variiert die Anzahl der Antworten je Frage.

*Tabelle 1: Beruflicher Hintergrund (Wo arbeiten Sie?)*

Antwortoptionen	n	%
Unternehmen (Privatwirtschaft)	96	<b>31 %</b>
Wissenschaft	55	<b>18 %</b>
Behörde / Regierung / Politik	37	<b>12 %</b>
Umweltverband	27	<b>9 %</b>
anderer Verband	12	<b>4 %</b>
anderweitig	49	<b>16 %</b>
ich arbeite nicht (z.B. Schüler, Arbeitslose, eigene Kinder Erziehende, Rentner)	32	<b>10 %</b>

*Tabelle 2: Befassen Sie sich beruflich mit Umweltthemen und/oder Nachhaltigkeit?*

Antwortoptionen	n	%
Ja	240	<b>79 %</b>
Nein	65	<b>21 %</b>

*Tabelle 3: Befassen Sie sich beruflich mit Unternehmen?*

Antwortoptionen	n	%
Ja	188	<b>62 %</b>
Nein	117	<b>38 %</b>

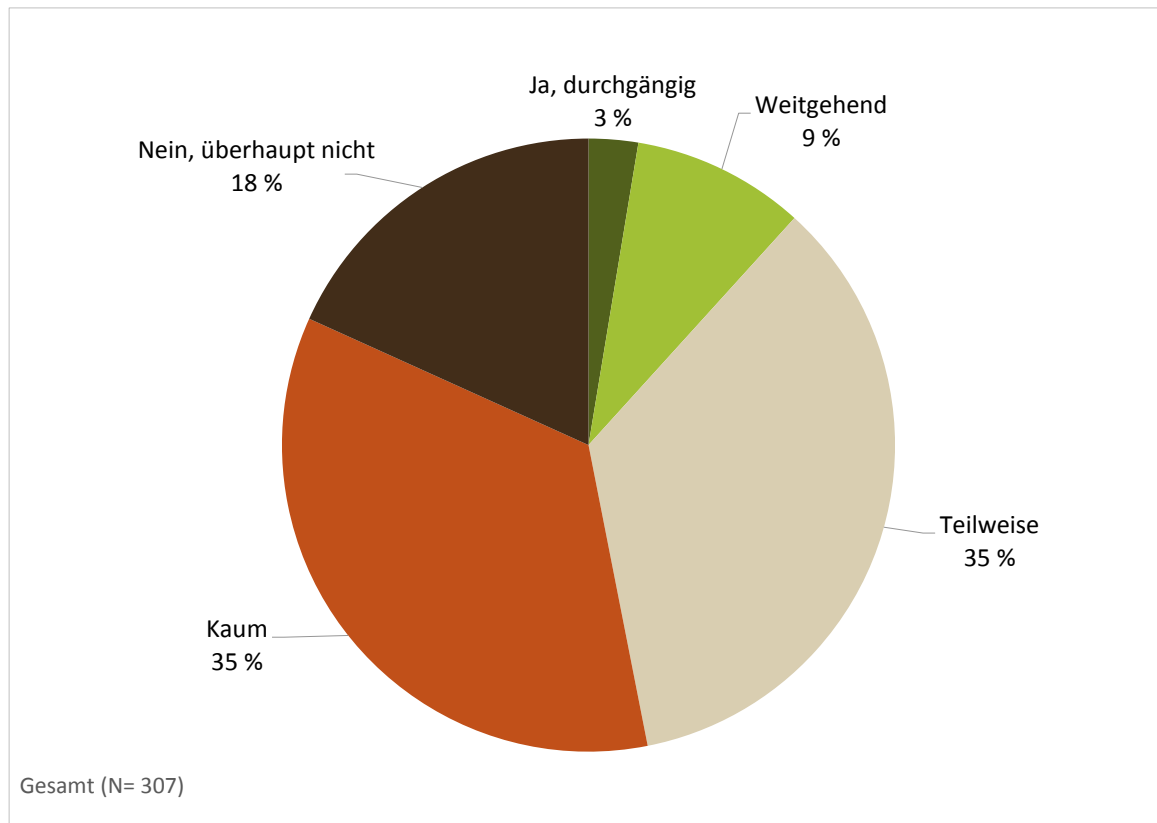
*Tabelle 4: Wie wichtig ist Ihnen Umweltschutz im Vergleich zu ihren Mitbürgern?*

Antwortoptionen	n	%
Weniger wichtig, als dem Durchschnitt der deutschen Bevölkerung	2	<b>1 %</b>
Etwa so wichtig, wie dem Durchschnitt der deutschen Bevölkerung	26	<b>8 %</b>
Wichtiger, als dem Durchschnitt der deutschen Bevölkerung	141	<b>46 %</b>
Viel wichtiger, als dem Durchschnitt der deutschen Bevölkerung	138	<b>45 %</b>

### 3 | Einschätzung zur Nachhaltigkeit der deutschen Volkswirtschaft

Mehr als die Hälfte der Befragungsteilnehmer vertritt die Auffassung, dass die deutsche Volkswirtschaft samt ihrer globalen Auswirkungen nicht nachhaltig ist. Nur 11% vertreten die gegenteilige Meinung und schätzen unsere Volkswirtschaft als durchgängig oder weitgehend nachhaltig ein (s. Abbildung 1).

Abbildung 1: Ist die deutsche Volkswirtschaft samt ihrer globalen Auswirkungen nachhaltig?



Die Einschätzung variiert deutlich zwischen der Gruppe derjenigen, die sich beruflich mit Nachhaltigkeit befassen, und der Gruppe, bei denen dies nicht der Fall ist. Letztere beurteilen die Lage tendenziell besser: 20%, erachten die deutsche Volkswirtschaft als durchgängig oder weitgehend nachhaltig (zum Vergleich: nur 10% der Gruppe, die sich beruflich mit Nachhaltigkeit beschäftigt, teilen die Auffassung). Zugleich vertreten in dieser Gruppe nur sehr wenige (6%) die Auffassung, dass die deutsche Volkswirtschaft „überhaupt nicht“ nachhaltig ist (s. Tabelle 5).





Tabelle 5: Ist die deutsche Volkswirtschaft samt ihrer globalen Auswirkungen nachhaltig?  
(Detailergebnisse)

ANTWORTOPTION	Nachhaltigkeit Teil des Berufs				Gesamt	
	Ja		Nein		n	%
	n	%	n	%		
Ja, durchgängig	4	2 %	4	6 %	8	3 %
Weitgehend	19	8 %	9	14 %	28	9 %
Teilweise	81	34 %	26	41 %	108	35 %
Kaum	85	35 %	20	32 %	107	35 %
Nein, überhaupt nicht	51	21 %	4	6 %	56	18 %

## 4 | Möglichkeiten, einen Beitrag zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft zu leisten

### Möglichkeiten der Bürger

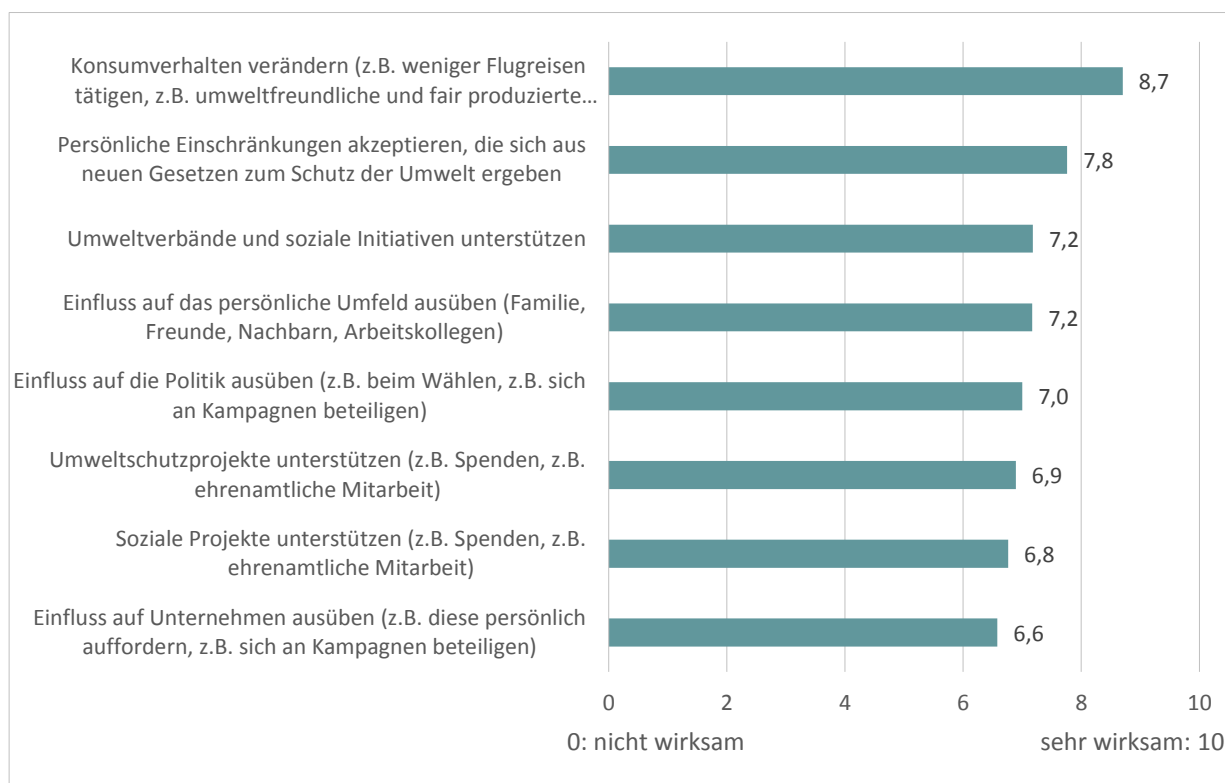
Bei der Frage nach den Möglichkeiten der Bürger, zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen, wurden acht Handlungsmöglichkeiten vorgeschlagen. Die Wirksamkeit der Handlungsmöglichkeiten sollten auf einer Skala von 0 bis 10 ((0) nicht wirksam, (10) sehr wirksam) unter der Annahme bewertet werden, dass sich ca. 1/3 der Bevölkerung entsprechend verhalten würde. Der Wert 1/3 wurde aus der Studie „Umweltbewusstsein in Deutschland 2014“<sup>3</sup> abgeleitet. In dieser Studie stimmen etwa 1/3 der Deutschen der Aussage „Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, in welchen Umweltverhältnissen unsere Kinder und Enkelkinder wahrscheinlich leben müssen.“ vollständig zu.

Die größte Wirkung hätte nach Einschätzung der Befragten eine Änderung des Konsumverhaltens der Bürger (s. Abbildung 2). An zweiter Stelle folgt die Akzeptanz von Einschränkungen, alle weiteren Möglichkeiten werden als gleichermaßen wirksam eingeschätzt. Durchschnittlich wird dem Versuch von Bürgern, direkt auf Unternehmen Einfluss zu nehmen, die geringste Wirkung zugesprochen. Allerdings liegt auch hier der Durchschnittswert über 5, also näher an „sehr wirksam“ als an „nicht wirksam“.

<sup>3</sup> Bundesumweltministerium / Umweltbundesamt (Hrsg.) (2015) Umweltbewusstsein in Deutschland 2014 Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage.



Abbildung 2: Bürger haben unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind folgende? (N = 308)



Auch bei dieser Frage lassen sich Unterschiede erkennen zwischen der Gruppe, die sich beruflich mit Nachhaltigkeit befasst und der Gruppe, die sich nur privat mit dem Thema beschäftigt. Allerdings handelt es sich hier um keine wesentlichen Unterschiede mit Abweichungen von maximal 0,5 Skalenwerten (s. Tabelle 6).

Tabelle 6: Bürger haben unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind folgende? (N = 308) (Detailergebnisse)

	Beruf. Nachhaltigkeit: Nein	Beruf. Nachhaltigkeit: Ja	Gesamt
	Durchschnitt	Durchschnitt	Durchschnitt
Konsumverhalten verändern (z.B. weniger Flugreisen tätigen, z.B. umweltfreundliche und fair produzierte Produkte kaufen).	8,6	8,7	8,7
Persönliche Einschränkungen akzeptieren, die sich aus neuen Gesetzen zum Schutz der Umwelt ergeben.	8,0	7,7	7,8
Einfluss auf die Politik ausüben (z.B. beim Wählen, z.B. sich an Kampagnen beteiligen).	6,7	7,1	7,0
Umweltverbände und soziale Initiativen unterstützen.	7,5	7,1	7,2
Einfluss auf das persönliche Umfeld ausüben (Familie, Freunde, Nachbarn, Arbeitskollegen).	7,4	7,1	7,2
Umweltschutzprojekte unterstützen (z.B. Spenden, z.B. ehrenamtliche Mitarbeit).	7,3	6,8	6,9
Einfluss auf Unternehmen ausüben (z.B. diese persönlich auffordern sich nachhaltiger zu verhalten, z.B. sich an Kampagnen beteiligen).	6,2	6,7	6,6
Soziale Projekte unterstützen (z.B. Spenden, z.B. ehrenamtliche Mitarbeit).	6,9	6,7	6,8

## Wirksame Beiträge der Unternehmen

Bei der Frage nach den möglichen Beiträgen der Unternehmen zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft, sollten die Befragten elf Handlungsoption hinsichtlich ihrer Wirksamkeit – analog zu den Bürgern – auf einer Skala von 1 bis 10 bewerten.

Der Ansatzpunkt mit dem größten Potenzial wird bei den Produkten und Dienstleistungen gesehen: Die größte Wirkung ist nach Einschätzung der Befragten zu erzielen, wenn Unternehmen Produkte und Dienstleistungen entwickeln, die direkt zur Lösung von ökologischen und sozialen Problemen beitragen. Eine fast ebenso große Wirkung ließe sich durch die Abschaffung von nicht nachhaltigen Produkten und der Förderung von Umweltschutz in der Lieferkette erreichen. Spenden und ehrenamtliches Engagement für Umweltschutzprojekte bzw. für soziale Projekte werden als am wenigsten wirksam erachtet.

Abbildung 3: Unternehmen haben unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind Ihres Erachtens folgende? (N=308)



Bei dieser Fragestellung gibt es keine nennenswerten Unterschiede zwischen denjenigen, die sich beruflich mit Nachhaltigkeit befassen und denjenigen, bei denen das nicht der Fall ist.

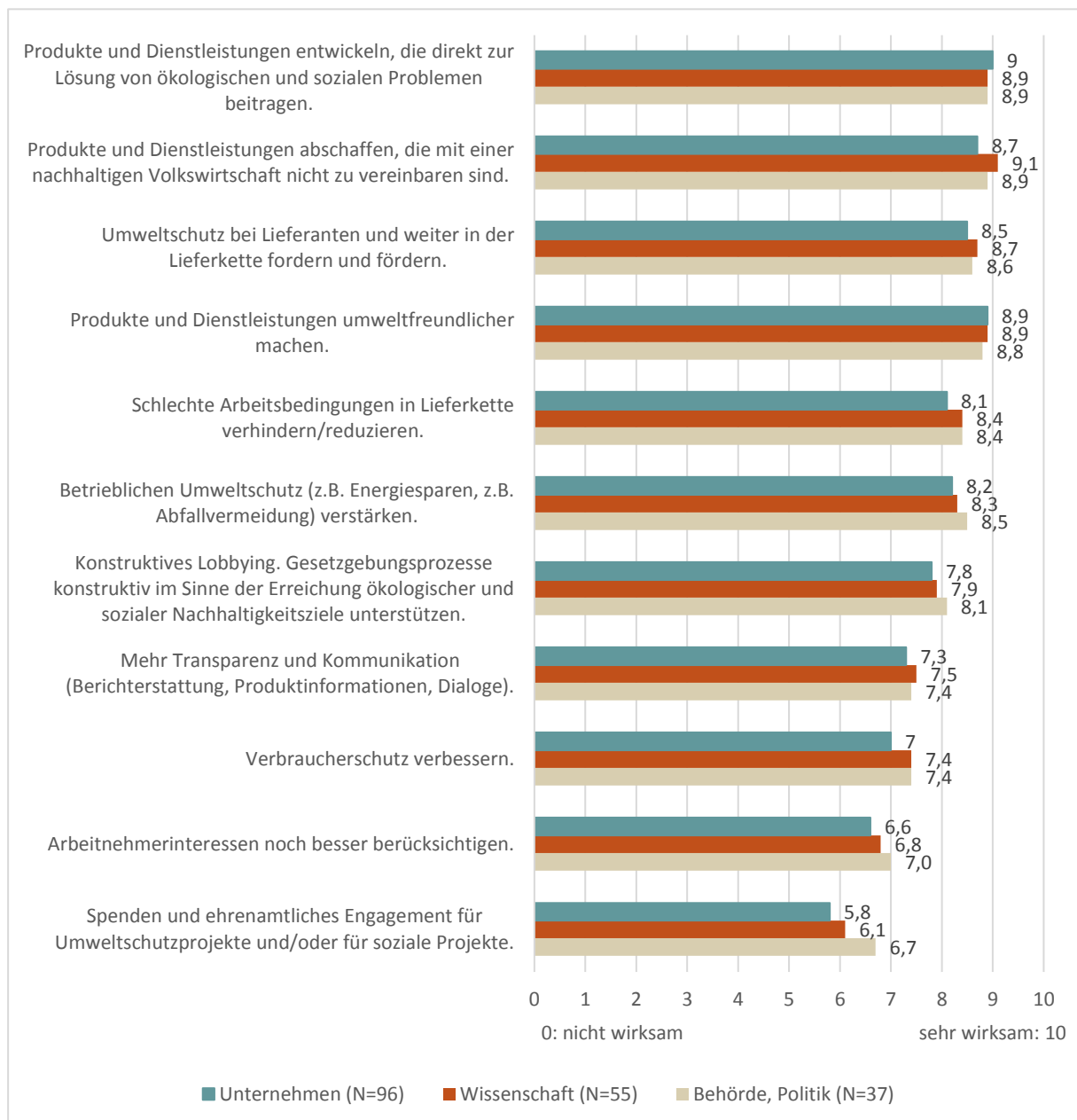
Allerdings zeigen sich Unterschiede, wenn der berufliche Hintergrund der Befragten berücksichtigt wird: So schätzen beispielsweise Unternehmensvertreter die Wirkung von betrieblichem Umweltschutz, Verbraucherschutz und Spenden nicht so hoch ein, wie Wissenschaftler und Vertreter aus Behörden/Politik (s. Abbildung 4). Hingegen sehen die Befragten aus Unternehmen ihre Produkte als den wichtigsten Ansatzpunkt, durchgängig vor Maßnahmen in der Lieferkette. Vermutlich gehen die Unternehmensvertreter davon aus, dass ihr Einfluss auf die Lieferkette eher begrenzt ist. Tatsächlich hängt dies auch stark von den Gegebenheiten ab: Während manche Unternehmen einen starken Einfluss auf ihre Lieferanten und weitere Teil der Lieferkette ausüben, können andere Unternehmen diese nur wenig oder auch gar nicht beeinflussen.



Bemerkenswert ist auch, dass die Befragten aus Behörden und Politik dem betrieblichen Umweltschutz eine größere Wirkung beimessen als Unternehmensvertreter und Wissenschaftler.

Die Unterschiede in der Bewertung sind nicht groß, aber plausibel. Unterschiedlichen Sichtweisen lassen sich vor allem vor dem Hintergrund verschiedener Erfahrungshorizonte erklären. Hervorzuheben ist, dass sich die Einschätzungen der nachhaltigkeitsengagierten Unternehmensvertreter im Grundsatz nicht wesentlich von den denen der restlichen Befragten unterscheiden: Produkte und Lieferkette sind die wichtigsten Ansatzpunkte.

Abbildung 4: Unternehmen haben unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind Ihres Erachtens folgende? (Unternehmen, Wissenschaft, Politik)



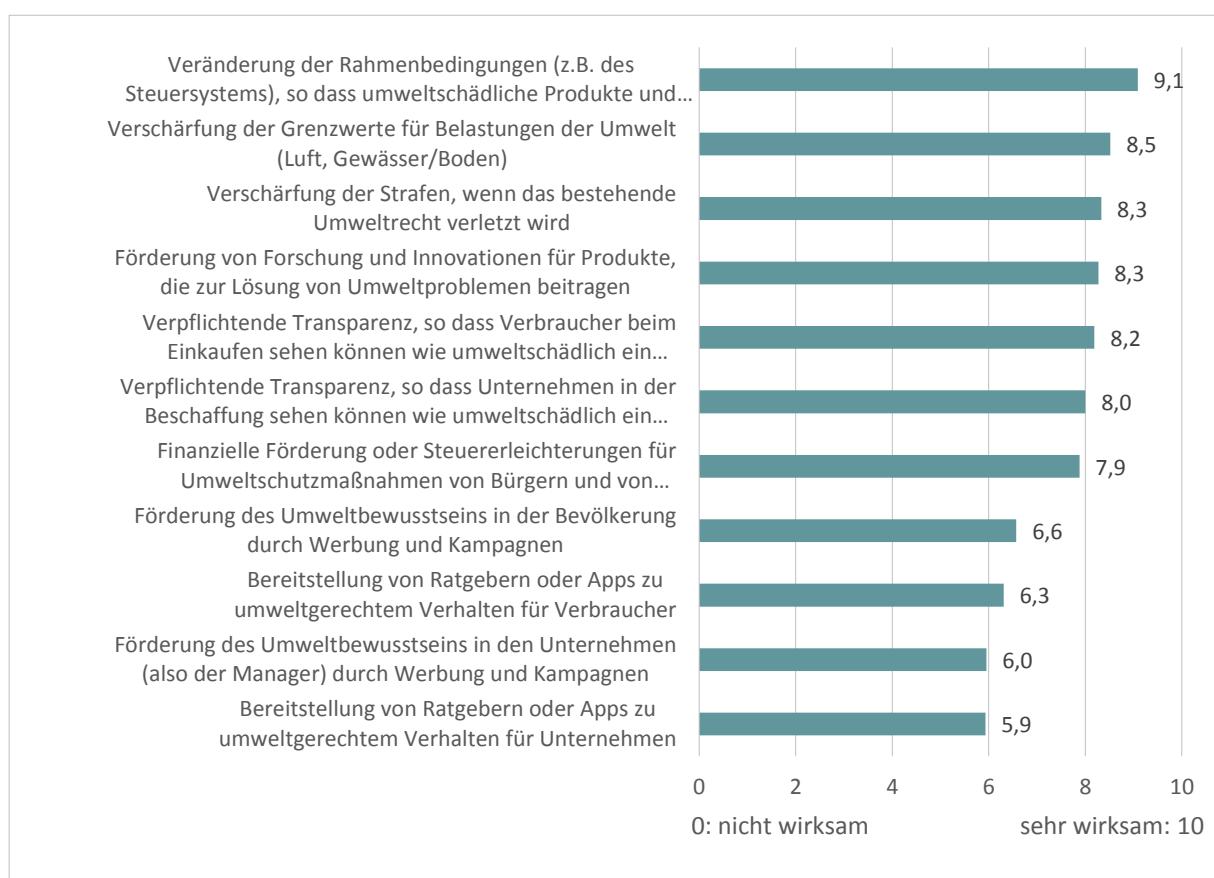
## Wirksame Beiträge der Politik

Für die Bewertung der möglichen Beiträge der Politik zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft, wurden ebenfalls elf Handlungsoptionen angegeben.

Am wirksamsten ist – so die einhellige Einschätzung – eine Veränderung der Rahmenbedingungen (z.B. des Steuersystems), sodass umweltschädliche Produkte und umweltschädliches Verhalten teurer sind als umweltfreundliche Alternativen.

Mit einem Abstand von 0,6 Skalenwerten folgt die Verschärfung von Grenzwerten für Belastungen der Umwelt, gefolgt von härteren Strafen bei Missachtung des Umweltrechts, der Forschungsförderung und der Pflicht zur Transparenz. Der Bereitstellung von Ratgebern/Apps oder Kampagnen zur Förderung des Umweltbewusstseins in Unternehmen wird die geringste Wirkung beigemessen.

Abbildung 5: Die Politik hat unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind Ihres Erachtens folgende? (N = 307)



Die Einschätzung der Wirksamkeit derartiger Maßnahmen hängt maßgeblich vom beruflichen Hintergrund der Befragten ab. Die Antworten der Vertreter aus Behörden und Politik ergeben einen durchschnittlichen Wert von 7,8 und die der Wissenschaftler 7,4 sowie die Antwortenden aus Unternehmen 7,3.

Dementsprechend weichen auch die Einschätzungen zu den einzelnen Maßnahmen bei diesen Gruppen ab (s. Abbildung 6). Im Grundsatz sind sich die Gruppen dennoch einig: Veränderungen der Rahmenbedingungen bergen das größte Potenzial für positive Veränderungen, auch wenn diese bei Unternehmen weniger beliebt sind als in Behörden und Politik.



Abbildung 6: Die Politik hat unterschiedliche Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Volkswirtschaft beizutragen. Wie wirksam sind Ihres Erachtens folgende? (Unternehmen, Wissenschaft, Politik)



## 5 | Beurteilung des Engagements

### Eigenes Engagement

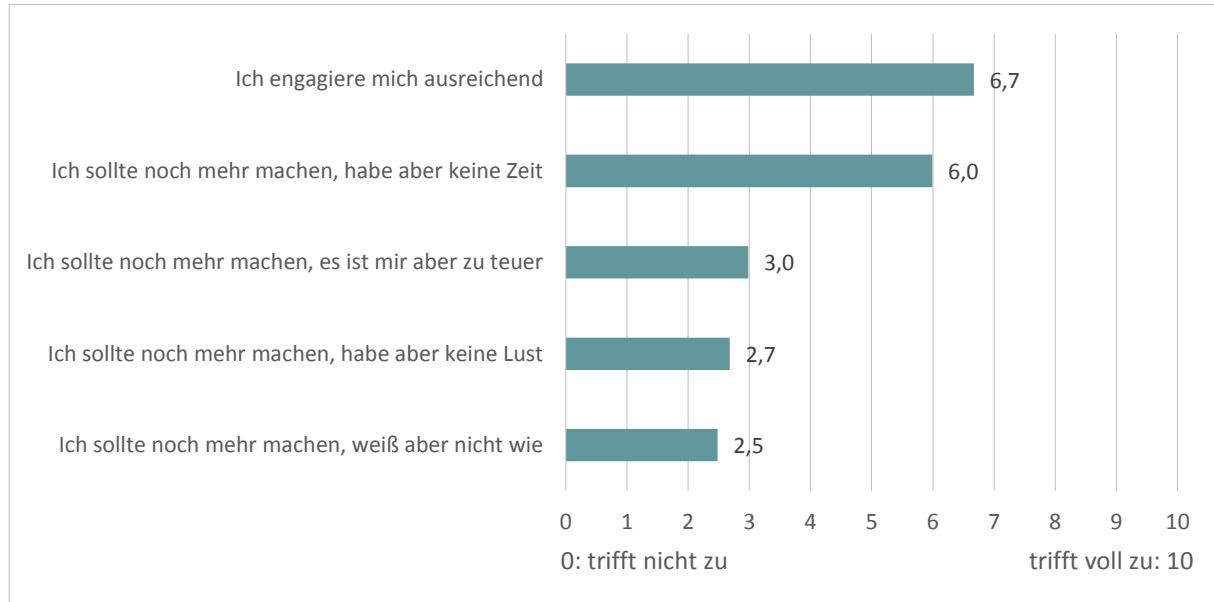
Nach jeder Frage zu den Handlungsmöglichkeiten folgte eine Frage zur Einstufung des derzeitigen Engagements der Akteure und den Gründen für ein unzureichendes Engagement. Bezüglich des Akteurs Bürger, sollten die Befragten ihr eigenes Engagement beurteilen. Dazu sollten Sie zu vorgegeben Aussagen auf einer Skala von 0 bis 10 ((0) trifft nicht zu, (10) trifft zu) bewerten.

Die größte Zustimmung erfährt hier die Aussage, dass das eigene Engagement ausreichend ist. Der Durchschnittswert beträgt 6,7. Er liegt also eher in der Mitte zwischen trifft zu (10) und trifft nicht zu (0). Die Befragten sind also insgesamt der Auffassung, dass Sie sich nur teilweise ausreichend engagieren.



Der wichtigste Grund für das nach eigenen Einschätzungen zu geringe Engagement sind eigene zeitliche Engpässe. Hingegen werden weder Kosten noch Informationsdefizite als relevante Hemmnisse für ein stärkeres Engagement angesehen (s. Abbildung 7).

Abbildung 7: Wie beurteilen Sie Ihr eigenes Engagement für eine nachhaltige Volkswirtschaft? (N = 306)



Wenig überraschend erscheinen die Unterschiede in Abhängigkeit dessen, ob jemand sich beruflich mit Nachhaltigkeit befasst oder nicht. Erstere schätzen ihr Engagement eine Nuance besser ein (6,7 vs. 6,4), bewerten das Zeitproblem etwas geringer (6,9 vs. 6,3) und schätzen auch Informationsdefizite als weniger ausschlaggebend ein. (2,4 vs. 2,7).

### Engagement der Unternehmen

Die Aussage „Unternehmen engagieren sich ausreichend“ erhält wenig Zustimmung, genauer gesagt nur halb so viel Zustimmung wie die Aussage, dass das eigene Engagement ausreichend sei. Mit anderen Worten: Aus Sicht der Befragten engagieren sich die Unternehmen deutlich weniger als sie selbst. Wesentliche Gründe für das geringe Engagement sind den Befragten zufolge die Furcht der Unternehmen vor ökonomischen Nachteilen und das fehlende Interesse der Geschäftsführung. Informationsdefizite und Zeitmangel der Geschäftsführung werden als eher nicht ausschlaggebend angesehen.



Abbildung 8: Wie beurteilen Sie das Engagement deutscher Unternehmen für eine nachhaltige Volkswirtschaft insgesamt? (N=306)

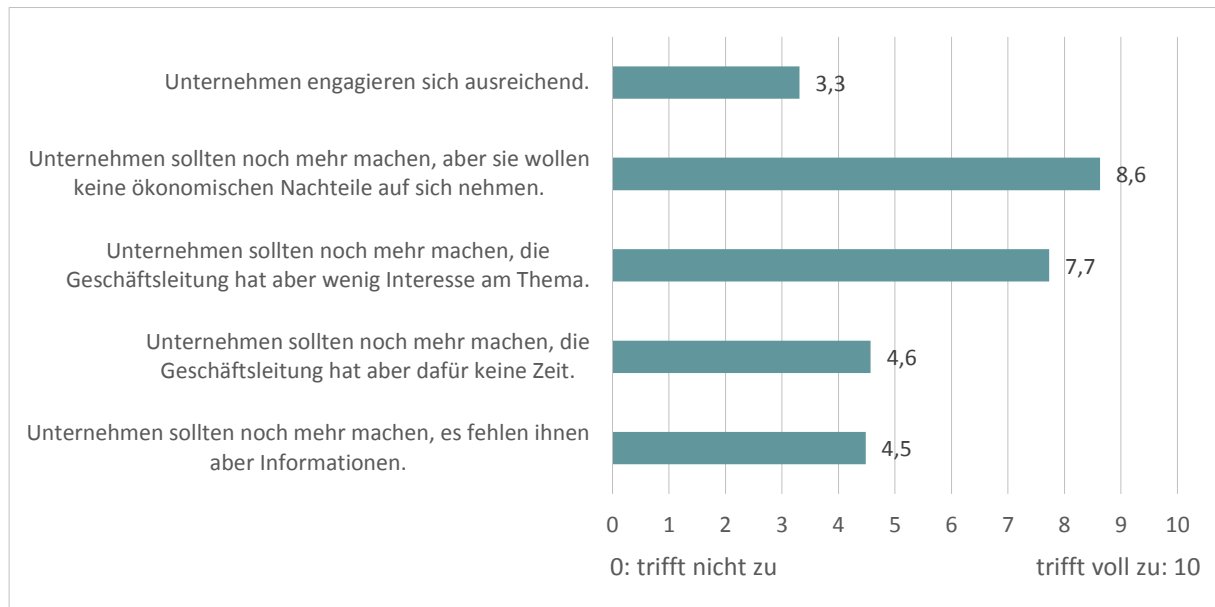
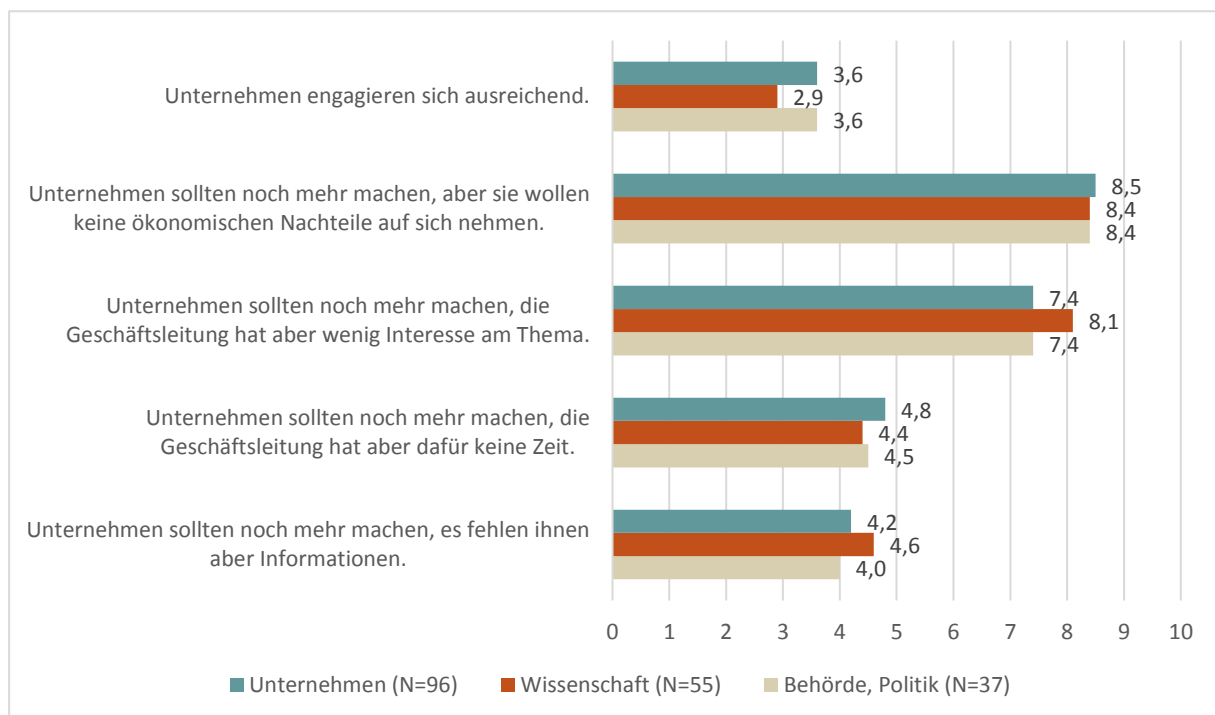


Abbildung 9: Wie beurteilen Sie das Engagement deutscher Unternehmen für eine nachhaltige Volkswirtschaft insgesamt? (Beschäftigte in Unternehmen, Wissenschaft, Politik)



Bei der Beurteilung des Engagements von Unternehmen weichen die Einschätzungen der Befragungsteilnehmer, die in Unternehmen arbeiten nicht grundlegend von den Einschätzungen derjenigen aus Wissenschaft und Politik ab (s. Abbildung 9), im Großen und Ganzen ist man sich einig.

Im Detail bewerten die Befragten aus der Wissenschaft das Engagement der Unternehmen als noch unzureichender und sehen den Grund insbesondere im Desinteresse der Geschäftsleitung. Wohl berufsbedingt messen Wissenschaftler im Vergleich zu den anderen Berufsgruppen Informationsdefiziten mehr Bedeutung bei.





## Engagement der Politik

Das Engagement der Politik wird als ebenso ungenügend angesehen wie das Engagement der Unternehmen (Politik: 3,3; Unternehmen: 3,3; eigenes Engagement: 6,7). Die Befragten gehen davon aus, dass die Politik durch stärkeres Engagement insbesondere Nachteile für die Wirtschaft ebenso wie Nachteile für sich selbst bzw. die eigene Partei befürchtet (s. Abbildung 10). Stoff für Diskussionen liefert die im Vergleich dazu geringere Zustimmung zu der Aussage „aber viele Politiker sind der Auffassung, dass dies nicht den Wünschen der Bevölkerung entspricht“. Wieso gehen die Teilnehmer davon aus, dass Politiker Nachteile für ihre Karriere bzw. für ihre Partei eher fürchten als eine Abweichung von den Wünschen der Bevölkerung? Weil die erforderlichen Maßnahmen der Bevölkerung nicht gefallen würden? Weil es neben den Wünschen der Bevölkerung noch andere Einflussfaktoren auf die Karriere und den Erfolg der Partei gibt?

Abbildung 10: Wie beurteilen Sie das Engagement der deutschen Politik für eine nachhaltige Volkswirtschaft (N=307)

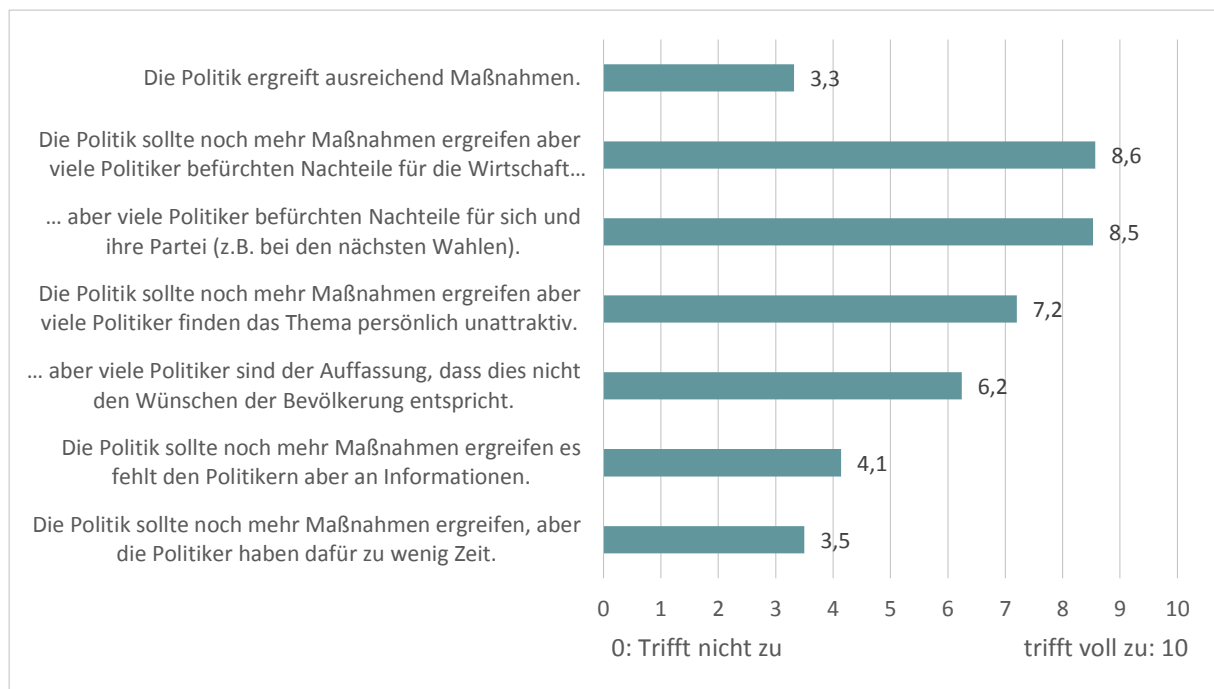
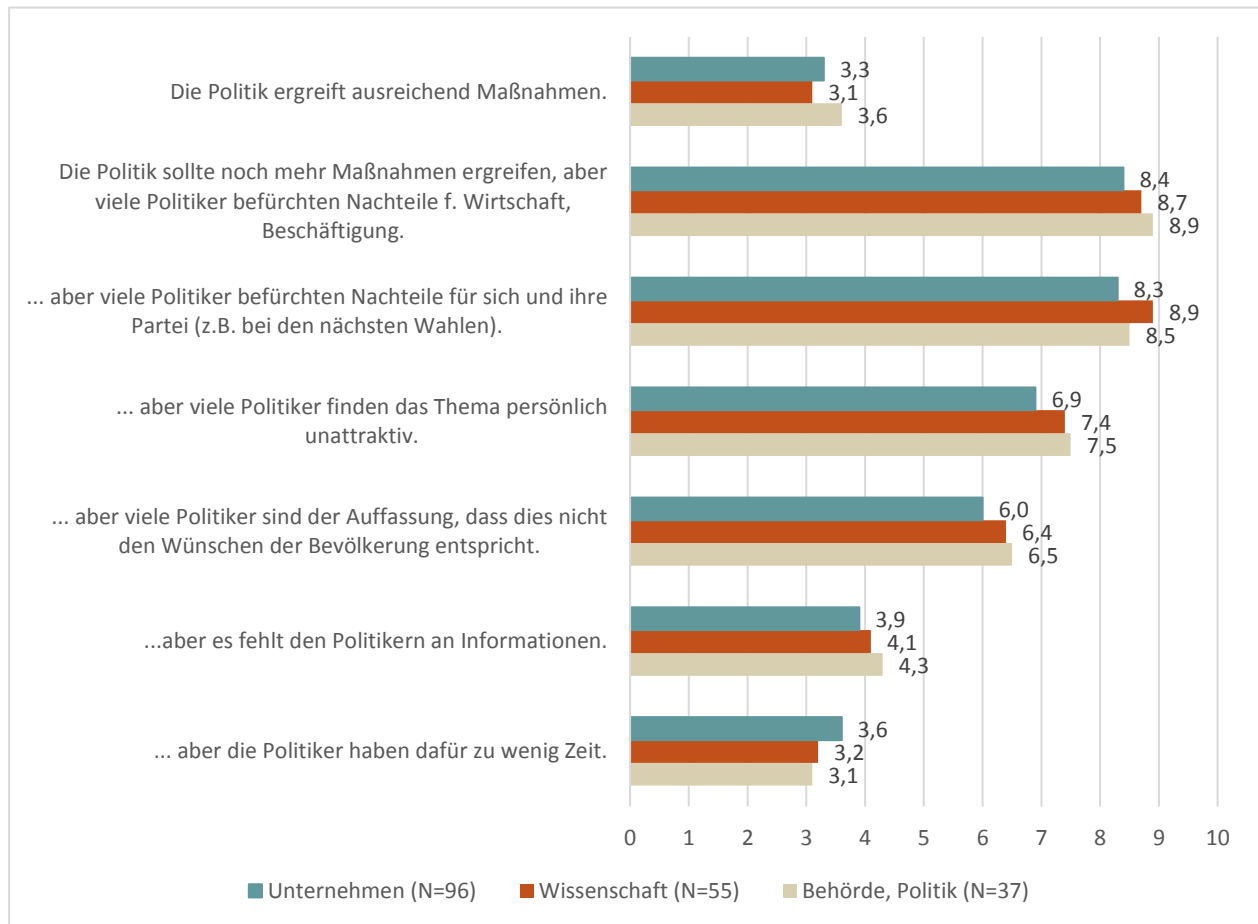


Abbildung 11: Wie beurteilen Sie das Engagement der deutschen Politik für eine nachhaltige Volkswirtschaft (N=307)



Hinsichtlich der Relevanz der verschiedenen Hemmnisse sind sich die drei Gruppen Unternehmen, Wissenschaft und Politik im Prinzip einig, welches sich aus den gering variierenden Skalenwerten ablesen lässt (s. Abbildung 11). So schwankt die durchschnittliche Zustimmung bezüglich der Befürchtung von Nachteilen für die Wirtschaft zwischen 8,4 und 8,9 während der Zeitmangel als Hemmnis eine durchschnittliche Zustimmung zwischen 3,1 und 3,6 aufweist.

## 6 | Botschaften und Kommentare

Am Ende des Fragebogens konnten Kommentare übermittelt werden. Die so erhaltenen Rückmeldungen hatten folgende Themen zum Gegenstand:

- Zur Befragung
  - Kritik an der Befragung, z.B. dass Themen ausgelassen wurden
  - Lob, dass die Befragung durchgeführt wird
- Inhaltlich
  - Kritik am Lobbying
  - Kritik am Wirtschaftssystem, Plädoyer für Postwachstum
  - Hinweis, dass die deutsche Wirtschaft im weltweiten Vergleich sehr hohe Umweltstandards einhält
- Hinweise, dass oft klar ist was getan werden müsste, aber es nicht getan wird.



*Tabelle 7: Zu guter Letzt: Möchten Sie noch etwas ergänzen? (Auswahl)*

---

**Was mir fehlt: Bildung** für eine nachhaltige Entwicklung in Richtung: - Lebensstiländerung, Suffizienz und globale Gerechtigkeit

---

**Mehr Mut**, mehr Visionen

---

Schade: **Warum nicht die Frage, ob wir nicht ein völlig anders Wirtschaftssystem bräuchten** und Kapitalismus inkl. Wachstumsparadigma einfach nicht mit Nachhaltigkeit zu vereinen ist? Chance vertan...

---

Thema "**Externalisierung und ihre Zurückdrängung**" fehlt - siehe [www.ethisch-oekologisches-rating.org](http://www.ethisch-oekologisches-rating.org)  
Starke Nachhaltigkeit durchsetzen (Inklusive kultureller Nachhaltigkeit gemäß dem Frankfurt-Hohenheimer Leitfadens: <http://www.ethisch-oekologisches-rating.org/veroeffentlichungen/frankfurt-hohenheimer-leitfadens>)

---

**Politik und Wirtschaft müssen wieder besser entzerrt werden**, ohne den Dialog zwischen beiden zu verringern. Wir brauchen Mut zu klarem Ordnungsrecht ergänzt von finanziellen Anreizen. Einführung einer CO2-Steuer. Verteuerung des Naturverbrauchs. Weniger behördliche und bürokratische Gängelung aber klarere Strafen bei Verstößen.

---

Unternehmen und Bürger sind zumeist ganz gut informiert über die Folgen ihres Handelns in Bezug auf Nachhaltigkeit. Trotzdem handeln sie nicht entsprechend. **Wir tun nicht, was wir wissen**. An dieser Diskrepanz anzusetzen, sollte das Anliegen von Politik und Wissenschaft sein, damit wir vorankommen.

---

Bei vielen Herausforderung ist das "wie" entscheidend. "Wie" setzen wir die Energiewende so um, dass wir wirtschaftliche Nachteile minimieren können? **Von außen gesehen wirkt das Vorgehen der Politik häufig leider zu kurzfristig**, opportunistisch, unabgestimmt und wie Stückwerk. Wichtig ist eine klare, inspirierende Vision, "The future we want", und ein schlüssiger Plan zu Umsetzung.

---

**Die positiven Wirkungen der europäischen Umweltpolitik sind oft nicht bekannt** oder werden unterschätzt. Insoweit ist es m.E. auch Aufgabe der deutschen Politik, die europäische Umweltpolitik und den Nutzen für alle europäischen Volkswirtschaften und auch für den Kunden besser zu erklären.

---

Die Beteiligung kapitalgesteuerter Unternehmungen am Wirtschaftsverkehr zeichnet sich per Definitionem dadurch aus, möglichst viel Gewinn durch ein möglichst günstiges Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag zu erzielen. Diese Zielsetzung ist dem gemeinwirtschaftlichen, nachhaltigen Wirtschaftsprinzip diametral entgegengesetzt. Die Konsequenz daraus ist die Forderung eines **Paradigmenwechsels**. Denn je nachdem, welches ökonomische Prinzip in einer Gesellschaft vorherrscht, haben soziale und ökologische Interessen mehr oder weniger Gewicht.

---

Die Fragen sind häufig zu allgemein, dadurch erhalten Sie bei den Antworten viele Mittelwerte. **Das langt für ein Stimmungsbild grober Art, langt aber bei weitem nicht, um sinnvolle Kritik machen und wirksame Politikvorschläge vorschlagen zu können**. Der tiefere **Sinn dieser Umfrage** ist damit recht begrenzt - der Nutzen dieser Umfrage? zur Selbstdarstellung der Fragenden?

---

**Danke für diese Umfrage** und viel Erfolg damit!

---

**Aufgeklärt sind wir alle (Politik, Wirtschaft, Gesellschaft) genug bis über genug**. Handeln ist wichtig. Solange wir fossile Energien unterstützen und die Automobil-Industrie keinerlei Alternativen einschlägt, etc., kann man noch so viel aufklären. Verzicht und Nachhaltigkeit sind unsexy, dazu tragen auch all die Aufklärungskampagnen bei! Warum z.B. macht BMW Werbung für 21 Dinge, warum man nicht den Bus nutzen sollte??? Und das im 21. Jahrhundert? Produktion von SUVs anstatt e-Mobilität... und so weiter... Warum kann Ruanda Plastiktüten verbieten, Deutschland aber nicht? Freiwilligkeit ist doch scheinheilig. Dazu gibt es sehr viel zu sagen!!

---

Deutschland unternimmt viel, oft mehr als seine Nachbarn, **global gesehen ist Deutschland führend. Eines darf dabei aber nicht außer Acht gelassen werden: Eine funktionierende Wirtschaft, die es den Arbeitnehmern ermöglicht, nachhaltige Produkte zu kaufen. Wir haben eine der schärfsten Umweltgesetzgebungen überhaupt**. Der Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft ist enorm. **Es gilt konkurrenzfähig zu bleiben, sonst gibt es hier niemanden mehr, der sich solche Produkte leisten kann**. Es sollte ein Anreizsystem mit dem Schwerpunkt auf Förderung geschaffen werden, nicht auf Sanktionen und Bestrafung. Zur Erfüllung der Nachhaltigkeitsziele hin zu einer Green Economy müssen vor allem erneuerbare, natürliche Ressourcen und der deren Verarbeitung gefördert werden. Diese überwiegend von KMU dominierten Wirtschaftszweige sind oft traditionell (z.B. Holz) oder gänzlich neu (andere landwirtschaftliche Ausgangsmaterialien) und müssen sich gegen große Industrien behaupten. Hier würde eine sinnvolle Förderung ansetzen. Wichtig ist, dass die Wirtschaft und die Verbraucher nicht von der Entwicklung abgehängt werden. Bei den Umweltauswirkungen von Produkten wird schon über neue Kriterien diskutiert, über die teils in der Wissenschaft noch Uneinigkeit herrscht, bei denen aber alleine schon zu den Begrifflichkeiten in der Breite der Bevölkerung noch nichts angekommen ist. Ein mehr an Transparenz und Information zu Entscheidungen, Grenzwertfestlegungen, etc. wäre sehr zu begrüßen. Schade, dass die ausgewählten Fragen dieses Fragebogens recht einseitig sind. So wird zum Beispiel impliziert, dass die Politik noch mehr Maßnahmen ergreifen soll, ohne zu Fragen ob und in welchen Bereichen.

---



---

**Es wurde vieles erreicht für eine nachhaltige Wirtschaft.** Dies resultiert aus vielen Einzelmaßnahmen, die auch in den Fragen nochmals anklang/ wiederholt würde. **Für weitere Verbesserungen sind aber Systemverständnis und systemweite Ansätze notwendig.** Betrieblicher Umweltschutz oder Nutzer-Apps haben die Wirkungsmöglichkeiten, die in Ihnen stecken, größtenteils ausgeschöpft, eine Systemwendung ist nötig - sind Unternehmen und ganze Branchen überhaupt nachhaltig, können sie das unter den gegenwärtigen Bedingungen sein, was muss geändert werden? Einzellösungen pro Nachhaltigkeitsfeld bringen nichts mehr, es müssen größere Aspekte angesprochen werden, ganze Lieferketten, ganze Lieferantenbeziehungen und Netzwerke.

---

Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie sollte in der Öffentlichkeit bekannter gemacht werden

---

**Angesichts einer Vielzahl aktueller und sehr dringlicher Probleme (Terror, Flüchtlinge) verliert Nachhaltigkeit** als längerfristige Herausforderung bei Bevölkerung und Politikern leider an Priorität.

---

Es braucht insbesondere mehr Transparenz, klare und strenge Regeln im Verhältnis **Lobbyisten/Lobbyistenverbände** (Automobil, Landwirtschaft, Energie, Chemieindustrie, Pharmazie, Lebensmittelindustrie, ...) zur Politik.

---

Die Politik sollte noch mehr Maßnahmen ergreifen aber **viele Politiker sind als Wirtschaftslobbyisten in der Politik** und handeln somit gegenteilig.

---

Es fehlt die verursachergerechte Zuordnung von Kosten, die durch Umwelt- und Gesundheitsschädigung entstehen. Die Verursacher von Umweltschäden müssen gesetzlich verpflichtet werden, diese Kosten zu tragen. Die **Verlagerung der Kosten auf den Steuerzahler/die Bevölkerung darf nicht zulässig sein.** Leider hat sich in den vergangenen Jahren ein Geschäftsmodell entwickelt, mit dem Unternehmensrisiken auf den Steuerzahler verlagert werden (s. auch Banken).

---