



Klimaziele werden vom „Nice to have“ zum „Must have“

Unternehmensumfrage untersucht Motive und
Hindernisse für CO₂-Reduktionspläne

Bis 2045 soll Deutschland **klimateutral** werden, so hat es der Bundestag im vergangenen Jahr beschlossen.¹ Die Erreichung dieses Ziels erfordert einen der größten Transformationsprozesse in der deutschen Wirtschaftsgeschichte. Allein bis zum Jahr **2030** müssen **65 Prozent CO₂** eingespart werden. Der Wandel wird dabei nur gelingen, wenn alle mitziehen – branchen- und unternehmensübergreifend. Einige große Unternehmen haben sich bereits eigene Klimaneutralitätsziele gesetzt und berichten regelmäßig über Fortschritte. So finden sich auf der A-Liste des internationalen [Carbon Disclosure Projects](#) (CDP) derzeit 14 deutsche Unternehmen, die bei der Klimaberichterstattung mit gutem Beispiel vorangehen.² Im Rahmen der [Science Based Targets Initiative](#) (SBTI) haben sich zudem bislang immerhin bereits 53 Unternehmen aus Deutschland zu einem wissenschaftsbasierten, 1,5 °C-kompatiblen Klimaziel verpflichtet.³

Erfolgsentscheidend wird jedoch der Wandel in der Breite sein. Wie sieht es mit Klimazielsetzungen in den verschiedenen Sektoren aus? Wie positionieren sich neben größeren auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die in Deutschland in erheblicher Weise zur Netto-Wertschöpfung beitragen?

Diesen Fragen widmet sich eine **Umfrage** im Rahmen des „[Pathways to Paris](#)“-Projekts von WWF Deutschland und PwC Deutschland. Die Antworten der etwa 100 teilnehmenden Unternehmen unterschiedlicher Größen und Sektoren geben Aufschluss über Motive und Hindernisse für eine Klimazielsetzung. Damit lassen sich auch Hinweise für notwendige weitere Impulse und regulatorische Rahmenseetzungen ableiten. Die wichtigsten Erkenntnisse sind im Folgenden zusammengefasst. Eine ausführliche Auswertung der Umfrage ist [hier](#) zu finden.

Impressum

Herausgeber: WWF Deutschland

Kontakt: Dr. Laura Niederdrenk, Projektmanagerin Sustainable Finance/WWF Deutschland, laura.niederdrenk@wwf.de

Autor:innen: Pathways to Paris-Projektteam

Titelbild: Freepik

Diese Studie wurde durchgeführt durch Nextra Consulting.

Eine Kooperat



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

1 <https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2021/kw25-de-klimaschutzgesetz-846922>

2 <https://www.cdp.net/en/companies/companies-scores/a-list-europe-2021>

3 <https://sciencebasedtargets.org/companies-taking-action>

Große Unternehmen als Vorreiter, nachziehende KMU

Von den im Rahmen der Studie befragten Unternehmen geben insgesamt 73 Prozent an, bereits ein **Klimaziel** formuliert zu haben. Knapp ein Fünftel befand sich zum Zeitpunkt der Umfrage in der Entwicklung eines solchen Ziels. Weitere acht Prozent der Befragten verneinen die Frage nach einer Klimazielsetzung.

Hat sich Ihr Unternehmen ein Klimaziel gesetzt?

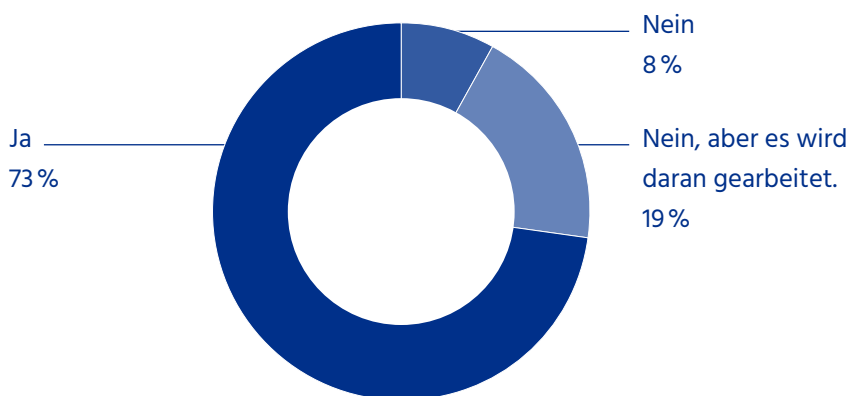


Abb. 1: Verfügt Ihr Unternehmen über ein Klimaziel? (n = 101)

Ein genauerer Blick zeigt: Große und kapitalmarktorientierte Unternehmen sind **Vorreiter** bei der Klimazielsetzung. So haben 85 Prozent der befragten Unternehmen mit über 500 Mitarbeitenden beziehungsweise 90 Prozent derjenigen mit Kapitalmarktorientierung bereits klare Zielmarken vor Augen. Damit bestätigt sich tendenziell auch das Bild aus [umfangreicheren Studien](#)⁴: Je größer und/oder umsatzstärker, desto eher haben Unternehmen bereits Klimaziele festgelegt. Die genaue **Ausgestaltung** der Ziele ist dabei durchaus unterschiedlich. **44 Prozent derjenigen mit formuliertem Klimaziel geben zu Protokoll, dass dieses Ziel wissenschaftsbasiert sei** – beispielsweise auf Grundlage der Science Based Targets Initiative oder ähnlicher Initiativen. Mit dieser Selbstverpflichtung verdeutlichen die Unternehmen den Anspruch, ihre Wirtschaftstätigkeit klar an den Pariser Klimazielen auszurichten. 60 Prozent der Befragten mit Klimazielsetzung berücksichtigen zudem bereits die anspruchsvoll zu erhebenden Scope-3-Emissionen. Damit sind unter anderem solche Emissionen gemeint, die im Rahmen der vor- und nachgelagerten Lieferketten entstehen.

Eine detailliertere Analyse derjenigen Unternehmen, die derzeit noch an der Festlegung eines konkreten Klimaziels arbeiten, verdeutlicht: Ein Großteil von ihnen (69 Prozent) sind Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitenden. Auch wenn die geringe Stichprobengröße der Studie keine repräsentativen Aussagen zulässt, gibt es zudem Hinweise, dass auch bestimmte Sektoren einen größeren **Nachholbedarf** bei der Klimazielsetzung haben. In Bezug auf die Gesamtstichprobe sind beispielsweise Unternehmen aus der Wohnungswirtschaft innerhalb der Kategorie „Klimaziel in Entwicklung“ besonders stark vertreten.

4 Vgl. z.B. <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-agenda/ceosurvey/2022.html>: Im Rahmen dieser internationalen Studie geben zwei Drittel der CEOs besonders umsatzstarker Unternehmen an, über ein Ziel zur Erreichung von Klimaneutralität zu verfügen – im Vergleich zu nur 22 Prozent der insgesamt Befragten.

Die **Lücke** zwischen Vorreitern und Nachzüglern bei der Klimazielsetzung hat dabei – auch branchenabhängig – unterschiedliche Gründe. So deutet die Umfrage hier vor allem auf fehlende **personelle** (95 Prozent) und **finanzielle Ressourcen** (68 Prozent) als Hindernis bei denjenigen hin, die sich noch mit einer Klimazielsetzung beschäftigen. Viele Befragte aus dieser Gruppe sind sich zudem unsicher, ob ein gesetztes Klimaziel überhaupt **wirtschaftlich** umsetzbar ist (79 Prozent). Große Unternehmen, die tendenziell eher über die Ressourcen für – vielfach bereits erfolgte – Zielsetzungen sowie ein anspruchsvolles Reporting verfügen, nennen als Hindernisse eher Unsicherheiten über technologische und regulatorische Entwicklungen (je 68 Prozent).

Verantwortung und Reputation (noch) als zentrale Motive

Aufschlussreich ist auch ein Blick auf die Motive, die hinter den CO₂-Reduktionszielen stehen. Von denjenigen, die bereits ein Ziel festgelegt haben, werden vor allem die Übernahme **gesellschaftlicher Verantwortung** (90 Prozent) und die eigene **Reputation** (93 Prozent) als relevante oder sehr relevante Gründe angegeben. Daneben ist ein weiterer wichtiger Faktor der Erhalt des **wirtschaftlichen Erfolgs** (81 Prozent).

Bitte bewerten Sie, wie relevant die folgenden Gründe für das Setzen eines Klimaziels waren.

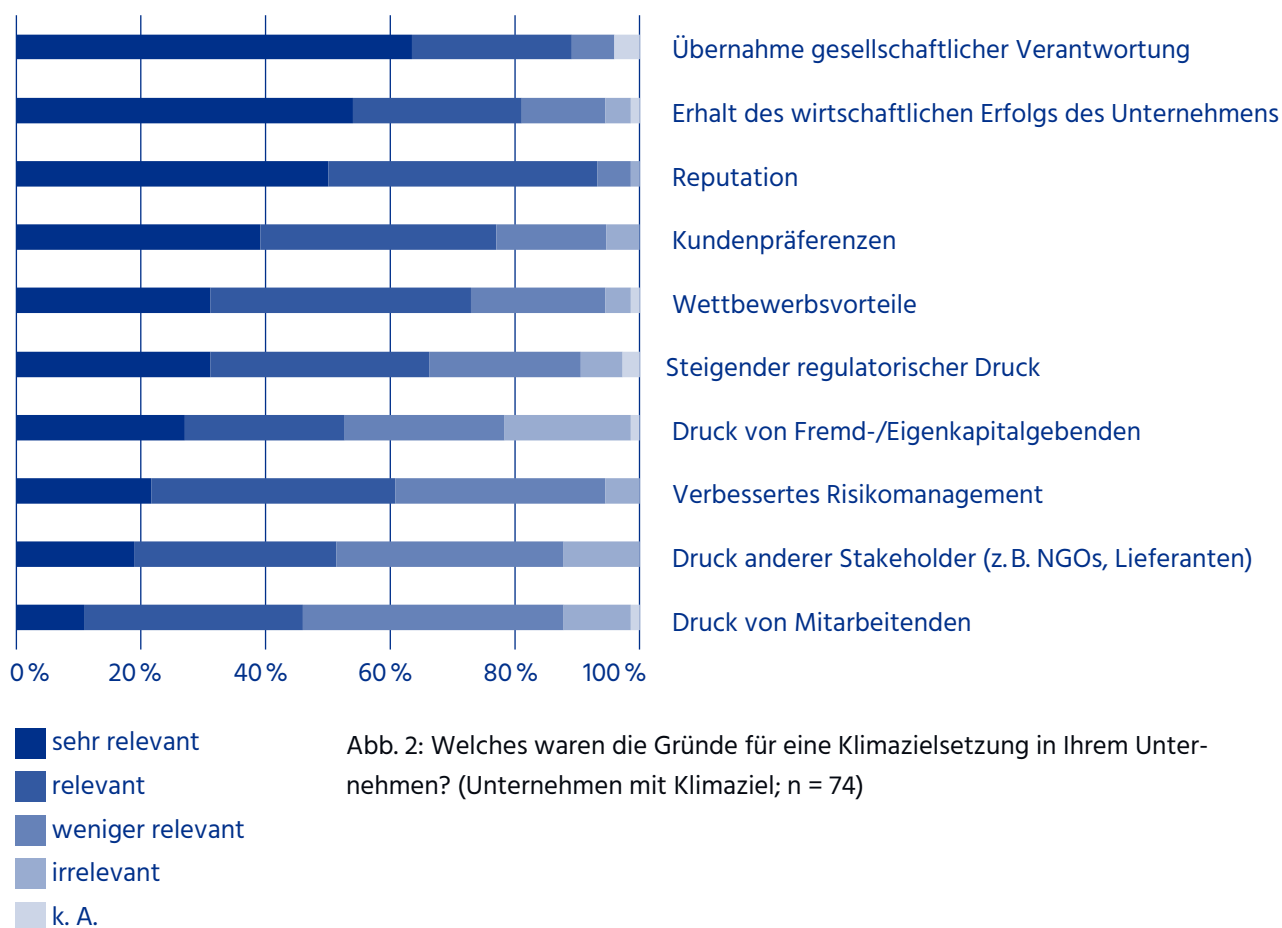
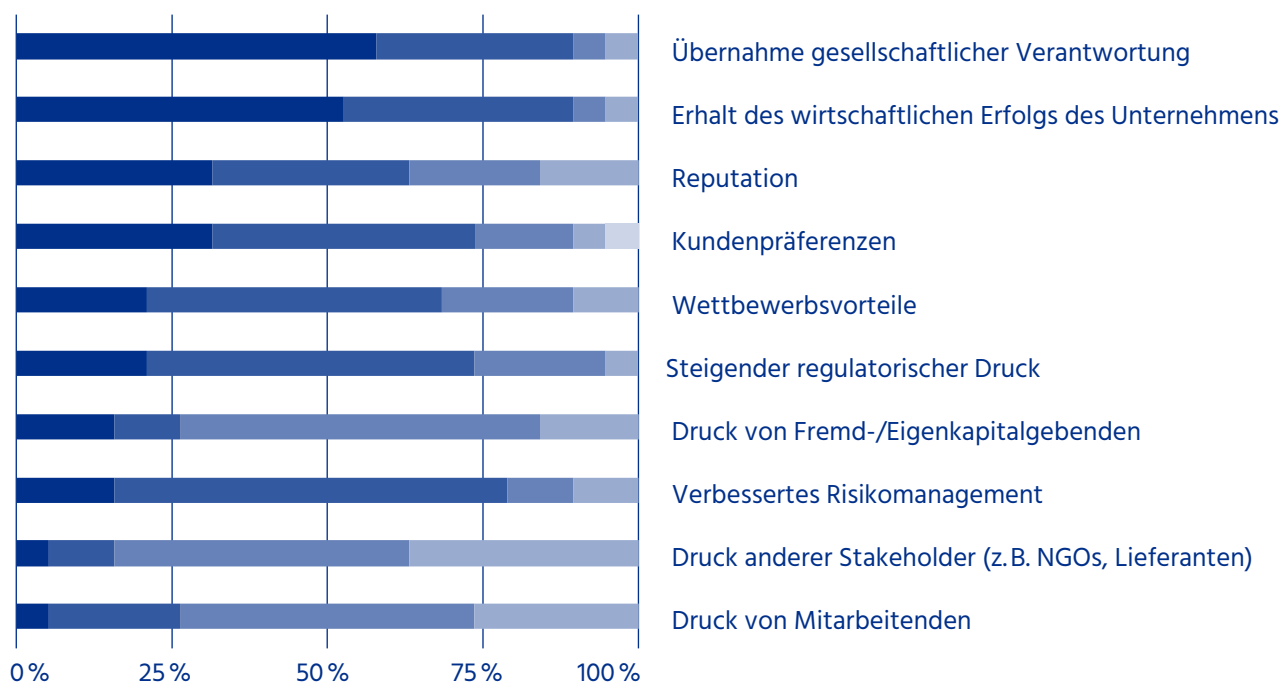


Abb. 2: Welches waren die Gründe für eine Klimazielsetzung in Ihrem Unternehmen? (Unternehmen mit Klimaziel; n = 74)

Die Aussagen derjenigen, die zum Zeitpunkt der Befragung ein **Klimaziel entwickelt** (19 Prozent), lassen dabei vermuten: Wirtschaftliche Überlegungen spielen zunehmend stärker eine Rolle. So zeigt sich, dass in dieser Gruppe der Erhalt des unternehmerischen Erfolgs gleichauf mit der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung als relevant oder sehr relevant gewichtet wird (jeweils 90 Prozent).

Bitte bewerten Sie, wie relevant die folgenden Gründe für die Entwicklung eines Klimaziels waren.



- sehr relevant
- relevant
- weniger relevant
- irrelevant
- k. A.

Abb. 3: Welches sind die Gründe für die Entwicklung eines Klimaziels in Ihrem Unternehmen? (Unternehmen mit Klimaziel in Entwicklung; n = 19)

Unternehmen, die sich aktuell mit einer Klimazielsetzung beschäftigen, nennen im Vergleich zudem häufiger Aspekte wie den steigenden **regulatorischen Druck** als Grund für das Setzen eines Klimaziels (79 Prozent versus 66 Prozent bei denjenigen mit bereits vorhandenem Klimaziel). Offenbar nimmt die Erkenntnis zu, dass es angesichts der drohenden **Klimakrise** im eigenen wirtschaftlichen Interesse ist, klare Reduktionsziele festzulegen. Ebenso ist absehbar, dass die gesetzlichen Anforderungen – beispielsweise an eine **transparente Berichterstattung** zu Klima- und Umweltschutzaspekten – weiter steigen werden. **Klimaziele werden zunehmend vom „Nice to have“ zum „Must have“.**

Kapitalseite mit besonderer Relevanz

Auch auf Veränderungen der Investitions- und Finanzierungsbedingungen werden sich Unternehmen zunehmend einstellen müssen. Die Anforderungen von Investoren, Banken und Kreditinstituten an ein konsistentes Management klimabezogener Risiken steigen weiter – nicht zuletzt bedingt durch die aktuellen Vorgaben von EU-Seite.⁵ Hier zeigt die Umfrage: Etwa die Hälfte der Unternehmen (53 Prozent), die bereits über ein Klimaziel verfügen, gibt an, dass der **Druck von Fremd- und Eigenkapitalgebern** für sie relevant oder sehr relevant gewesen sei. Bei Unternehmen, die sich derzeit in der Entwicklung eines Klimaziels befinden, halten 27 Prozent diesen Punkt für bedeutsam. Als weitere relevante **Hindernisse** für eine Klimazielsetzung geben viele Unternehmen neben Unsicherheiten hinsichtlich Ressourcen- und Wirtschaftlichkeitsfragen an, nur über unzureichende **Daten** zu verfügen. Dies gilt etwa für 69 Prozent derjenigen, die sich derzeit mit der Klimazielsetzung beschäftigen.

Bitte bewerten Sie, wie relevant die folgenden Hindernisse beim Setzen des Klimaziels bisher waren.

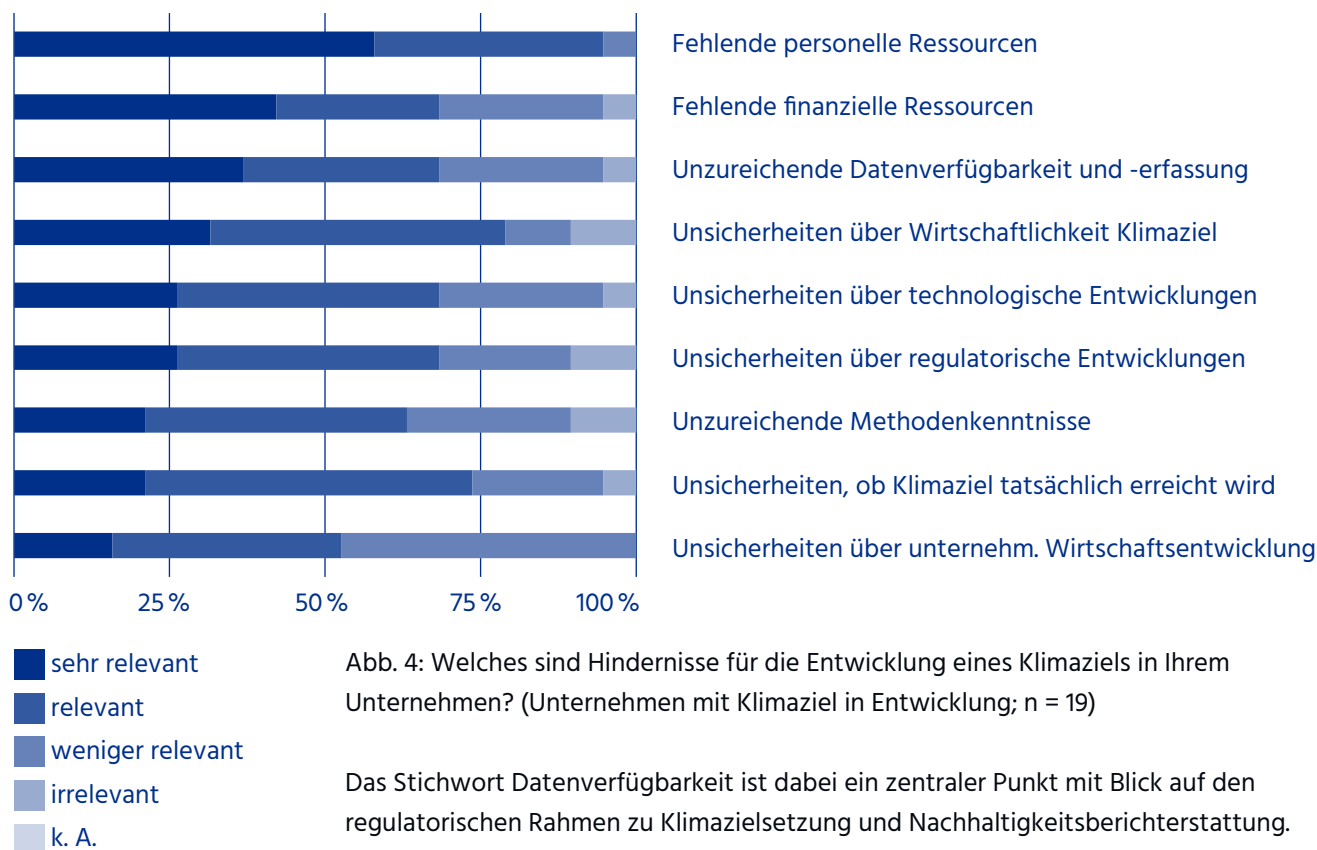


Abb. 4: Welches sind Hindernisse für die Entwicklung eines Klimaziels in Ihrem Unternehmen? (Unternehmen mit Klimaziel in Entwicklung; n = 19)

Das Stichwort Datenverfügbarkeit ist dabei ein zentraler Punkt mit Blick auf den regulatorischen Rahmen zu Klimazielsetzung und Nachhaltigkeitsberichterstattung. Hier scheint es noch viele Unsicherheiten zu geben. Entsprechend werden **europaweite Standards** für die Erfassung und Bearbeitung klimarelevanter Daten als ein wichtiger unterstützender Faktor angesehen. 82 Prozent der Unternehmen mit bestehendem Klimaziel beziehungsweise 68 Prozent der Unternehmen mit Klimaziel in Entwicklung wünschen sich hier mehr Klarheit. Anzunehmen ist jedoch, dass die geplanten Rahmensetzungen auf nationaler und europäischer Ebene – beispielsweise über die Corporate Sustainability Reporting Directive oder die EU-Taxonomie – an dieser Stelle zeitnah für bessere Orientierung sorgen werden.

⁵ Siehe die aktuellen Regelungen im Rahmen des EU-Aktionsplans Sustainable Finance: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_de

Transformationschancen jetzt konsequent nutzen

Die Ergebnisse der Umfrage geben nicht nur einen Einblick in den Stand der Klimazielsetzung bei Unternehmen unterschiedlicher Größen und Sektoren, sie erlauben auch erste **Schlussfolgerungen**, an welchen Stellen nachgesteuert werden muss, wo begleitende Angebote sinnvoll sind und wie mit Hindernissen umgegangen werden kann.

Kleine und mittlere Unternehmen bei Zielsetzung und Reporting unterstützen

Während vor allem große und umsatzstarke Unternehmen hinsichtlich ihrer Klimazielsetzung und -berichterstattung auf einem guten Weg sind, fehlen KMU nach eigener Aussage häufig die entsprechenden personellen und finanziellen Ressourcen. Das Problem wird sich zeitnah verschärfen, wenn die regulatorischen Anforderungen mit der Corporate Sustainability Reporting Directive (**CSRD**) nochmals steigen. Hier sind zunächst die Unternehmen selbst gefragt: Sie müssen die wirtschaftliche Notwendigkeit von Klimazielsetzungen noch deutlicher anerkennen und entsprechend investieren. Dabei gilt es, sich von Beginn an konsequent an wissenschaftsbasierten Zielen zu orientieren.

In diesem Zusammenhang sind aber auch Politik, Branchen- und Wirtschaftsverbände sowie Banken und Finanzdienstleister gefordert: Es geht um praxisnahe Informations-, Schulungs- und **Weiterbildungsangebote**, beispielsweise zu Umweltbilanzierung, ESG-Reporting, Datenstandards etc. Initiativen wie „Pathways to Paris“ stehen Unternehmen bereits heute zur Seite, um Transformationsprojekte konkret anzugehen. Das dort derzeit entwickelte [Transformationstool](#) beispielsweise erlaubt die Erprobung von sektoralen Maßnahmenplänen zur Emissionsreduktion sowie der damit verbundenen Kostenimplikation und zeigt somit, welche Vorteile mit einer Klimazielsetzung verbunden sein können.

Chance für Digitalisierung und Datenerfassung nutzen

Nicht nur gegenüber Kapitalgebern, sondern auch gegenüber Kund:innen und Lieferant:innen müssen Unternehmen zunehmend detaillierter über Treibhausgasemissionen, Reduktionsziele und Maßnahmenpläne Auskunft geben. Dies erfordert die kontinuierliche Erfassung von Aktivitätsdaten, Energieverbräuchen und Treibhausgasemissionen⁶, aber auch zu weiteren Nachhaltigkeitskriterien. Mit dem geplanten **European Single Access Point (ESAP)** bietet sich zudem die Chance, finanz- und nachhaltigkeitsrelevante Informationen digital standardisiert zur Verfügung stellen zu können – damit Aufwand zu reduzieren und beispielsweise auch weitere Kapitalzugangsmöglichkeiten zu erschließen. Dies kann und sollte ein weiterer Antrieb sein, die **Digitalisierung** zu Nachhaltigkeitsthemen gerade auch in kleinen und mittleren Unternehmen effektiv voranzubringen und von staatlicher Seite noch deutlicher zu fördern.

⁶ Zum engen Zusammenhang zwischen Digitalisierung und Dekarbonisierung siehe auch die aktuelle WWF-Studie „Megatrends der globalen Energiewende II“: <https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Klima/WWF-Bericht-Megatrends-der-globalen-Energiewende.pdf>

Durch zuverlässige Weichenstellungen Richtung vorgeben

Über alle Sektoren hinweg nannten die Befragten einen klaren regulatorischen Rahmen als wichtigen Faktor für eine fundierte Klimazielsetzung. Unternehmen wollen wissen, an welchen langfristigen **Rahmensetzungen** – beispielsweise hinsichtlich CO₂-Bepreisung, Energiesteuern, Investitions- und Förderprogrammen – sie ihr Geschäftsmodell ausrichten können. Zudem ist vielfach offen: Welche Technologien werden im Kontext der Transformation priorisiert und gefördert, welche nicht? Zu welchem Zeitpunkt und wo stehen bestimmte Energiequellen, Infrastrukturen etc. zur Verfügung? Dies sind notwendige Orientierungspunkte für verlässliche Aussagen zu Klimazielen und Transformationsplänen.

Eine solche Rahmensetzung, unter anderem zu Reduktionszielen und -pfaden, liegt für einzelne Sektoren bereits vor. Für andere besteht noch Nachholbedarf. Übergreifend sind Politik und Regulierungsbehörden gefordert, hier für ausreichend Klarheit und Planungssicherheit zu sorgen. Ähnliches gilt für die Entwicklung von **Reporting-Standards**: Europaweit verbindliche Richtlinien, eine möglichst einfache Handhabung sowie praxisnahe Anwendungs- und Übergangsfristen sind wichtige Voraussetzungen. Ebenso sind rechtliche Risiken, beispielsweise zu Haftungsfragen in Bezug auf Klimazielsetzungen, angemessen zu berücksichtigen und zu klären.

Zur Studie

Den vorgestellten Ergebnissen liegt eine Online-Umfrage aus dem November 2021 mit einem Befragungszeitraum von fünf Wochen zugrunde. Dabei wurden insgesamt rund 350 Vertreter:innen von Unternehmen, Vereinen und Verbänden direkt angesprochen und um ihre Einschätzung zum Thema Klimazielsetzung gebeten. Folgende zehn Sektoren, die im Rahmen des Projekts „Pathways to Paris“ (siehe unten) von besonderer Bedeutung sind, standen im Fokus: Stromerzeugung, Herstellung von Zement, Logistik (Straßengüterverkehr), Kunststoffherstellung, Gewerbeimmobilien & Wohnungswirtschaft, Herstellung von Stahl, Automobilherstellung, Ammoniak & Synthesegas, Landwirtschaft (Tierhaltung), Finanzwirtschaft. Insgesamt 101 vollständig abgeschlossene Umfragen flossen in die Analyse ein. Die Studie ist nicht repräsentativ für die deutsche Wirtschaft, erlaubt aber dennoch einen fundierten Einblick in den Status quo der Klimazielsetzung von Unternehmen.

Über „Pathways to Paris“

Kernstück des Projektes [„Pathways to Paris“](#) ist der Dialog zwischen Real- und Finanzwirtschaft. Für beide ist es erfolgskritisch, die Transformationsanforderungen zum Erreichen der Treibhausgasneutralität umfassend zu verstehen, für sich als handlungsleitend zu akzeptieren und in konkret operationalisierbare Investitions- und Maßnahmenpläne zu übersetzen. Hinter „Pathways to Paris“ stehen der [WWF Deutschland](#) und [PwC Deutschland](#), gefördert wird das Projekt vom [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit \(BMU\)](#) aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.