

»» Anforderungen von Kunden und Finanzierungspartnern gehen mit stärkerem Klimaschutzbeitrag von Unternehmen einher

Nr. 456, 20. März 2024

Autoren: Dr. Elisabeth Grewenig, Telefon 069 7431-55722, elisabeth.grewenig@kfw.de

Angesichts des Ziels einer klimaneutralen Wirtschaft rücken Kunden und Finanzierungspartner als bedeutende Stakeholder für Unternehmen weiter in den Vordergrund: Denn über ihre Nachfrage bzw. über ihre Finanzierungs- und Beratungstätigkeiten können sie unternehmerische Entscheidungsprozesse auch im Bereich Klimaschutz entscheidend beeinflussen. Und in der Tat sieht sich ein wachsender Anteil der Unternehmen in Deutschland Forderungen ihrer Kunden nach einem verstärkten Beitrag zum Klimaschutz gegenüber oder berichtet, dass Klimaschutz bei der Finanzierung einen wichtigen Stellenwert einnimmt – das zeigen die Daten des KfW-Klimabarometers.

So war Klimaschutz im Jahr 2023 nicht nur häufiger in Finanzierungsgesprächen ein wichtiges Thema (19 vs. 15 % im Vorjahr), sondern wurde auch vermehrt von Kundinnen und Kunden eingefordert (22 vs. 17 % im Vorjahr). Für etwa jedes dritte Unternehmen (31 %) stellt Klimaschutz somit einen Aspekt dar, der über diese Stakeholder an sie herangetragen wird. Darunter befinden sich viele größere Mittelständler und Großunternehmen. Gleichzeitig wachsen aber auch die Anforderungen an kleinere und mittlere Unternehmen, wenn auch ausgehend von einem geringeren Niveau.

Ein Blick auf die konkreten Klimaschutzaktivitäten der Unternehmen offenbart einen starken und signifikanten Zusammenhang zwischen den Stakeholderanforderungen und dem Engagement der Unternehmen. Wenn Unternehmen Forderungen ihrer Kunden oder ihrer Finanzierungspartner wahrnehmen, stellen sie zum einen häufiger strategische Klimaschutzüberlegungen an – wie eine entsprechende Verankerung des Themas in ihrer Unternehmensstrategie oder die explizite Formulierung eines Klimaneutralitätszieles. Zum anderen führen sie auch häufiger operative Klimaschutzmaßnahmen durch – wie die Realisierung von Klimaschutzinvestitionen oder das Anbieten grüner Produkte und Dienstleistungen.

In Zukunft wird mit wachsendem Interesse der Stakeholder an Nachhaltigkeits- und Klimaschutzthemen zu rechnen sein. Dieses kann Klimaschutzaktivitäten der Unternehmen weiteren Vorschub leisten. Bei der Erweiterung regulatorischer Anforderungen gilt es gleichwohl, eine höhere Transparenz und die Leistbarkeit von Erfüllungsaufwänden auszutarieren und dabei auch die Spezifika der kleinen und mittleren Unternehmen im Auge zu behalten. Denn anders als große Unternehmen verfügen sie über weniger personelle oder finanzielle Ressourcen, wodurch sie durch bürokratische Erfüllungsaufwände vergleichsweise stark belastet werden können.

Auf dem Pfad zur Klimaneutralität rücken Kunden und Finanzierungspartner als Stakeholder für Unternehmen verstärkt in den Vordergrund

Kundinnen und Kunden wie auch Finanzierungspartnerinnen und -partner stellen für Unternehmen bedeutende Stakeholder dar, da sie über ihre Nachfrage bzw. über ihre Finanzierungs- und Beratungstätigkeiten unternehmerische Entscheidungsprozesse stark beeinflussen können. Angesichts des Ziels einer klimaneutralen Wirtschaft rücken diese beiden Stakeholdergruppen noch stärker in den Vordergrund: Damit sich Unternehmen auf den angestrebten Klimaneutralitätspfad begeben, muss sich Klimaschutz für sie langfristig rechnen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn sie sich einer entsprechenden Nachfrage nach grüneren Produkten und Dienstleistungen oder besseren Konditionen im Kapitalzugang für Investitionen in den Klimaschutz gegenübersehen.¹

Die Bedeutung der Stakeholder wird zudem dadurch unterstrichen, dass viele staatliche Aktivitäten mit Blick auf den Klimaschutz direkt oder indirekt auf Kunden bzw. Finanzierungspartner abzielen. Auf der Kundenseite tritt der Staat zum einen selbst als Nachfrager mit entsprechenden Anforderungen in Erscheinung (z.B. im Rahmen von öffentlichen Beschaffungsmaßnahmen). Zum anderen setzt er (z.B. mit Hilfe entsprechender Förderprogramme) Anreize, um die private Nachfrage verstärkt auf grüne Alternativen auszurichten. Auf der Finanzierungsseite verfolgt die Politik das Ziel, Finanzströme in ökologisch nachhaltige Aktivitäten zu leiten. Ein Beispiel dafür stellt die NFRD/CSRD-Berichterstattung dar, welche sowohl die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Kreditvergabeprozess forcieren als auch Transparenz über die Nachhaltigkeit der Unternehmenstätigkeiten schaffen sollen.²

Vor diesem Hintergrund untersucht die vorliegende Studie auf Basis der Daten des KfW-Klimabarometers, inwiefern deutsche Unternehmen Anforderungen ihrer Kunden bzw. Finanzierungspartner zu mehr Klimaschutz wahrnehmen. In einem zweiten Schritt wird außerdem analysiert, ob entsprechende Anforderungen tatsächlich mit einem vermehrten Klimaschutzbeitrag der Unternehmen verbunden sind.

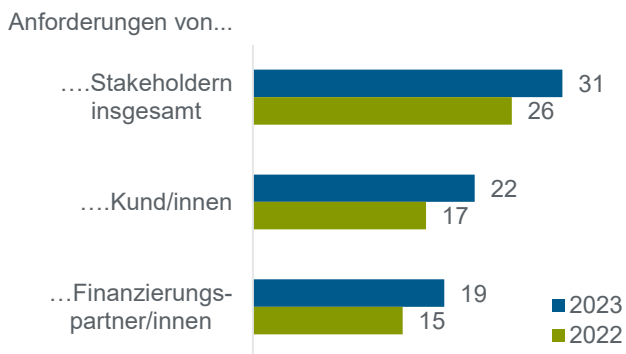
Ein Drittel der Unternehmen sehen sich hohen Anforderungen ihrer Stakeholder ausgesetzt, ...

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen zunächst, dass Unternehmen zunehmend externem Druck für mehr Klimaschutzbemühungen wahrnehmen (Grafik 1). So war Klimaschutz im Jahr 2023 nicht nur häufiger als im Vorjahr in Finanzierungsgesprächen ein wichtiges Thema (19 vs. 15 %), sondern wurde auch vermehrt von Kundinnen und Kunden eingefordert (22 vs. 17 % im Vorjahr). Für etwa jedes dritte Unternehmen (31 %) stellt Klimaschutz somit einen Aspekt dar, der über ihre

Stakeholder an sie herangetragen wird. Vor einem Jahr war es noch rund jedes vierte Unternehmen (26 %). Relativ betrachtet ist damit der Anteil der Unternehmen mit Stakeholderanforderungen um 20 % gewachsen – ein durchaus bemerkenswerter Anstieg.

Grafik 1: Anforderungen verschiedener Stakeholder im Bereich Klimaschutz im Zeitvergleich

Anteil der Unternehmen, auf die die jeweiligen Aussagen zum Klimaschutz mindestens teilweise zutreffen, in Prozent



Anmerkung: Stakeholderanforderung, wenn das Unternehmen mindestens einer der folgenden Aussagen zustimmt oder teilweise zustimmt: „Unsere Kunden fordern von uns verstärkt einen Beitrag zum Klimaschutz“, „Bei Finanzierungsgesprächen ist Klimaschutz ein wichtiges Thema“.

Quelle: KfW-Klimabarometer 2022, 2023

... die aufgrund von Transparenzvorschriften häufig noch auf große Unternehmen konzentriert sind

Mit Blick auf die Unternehmensgröße zeigen die Daten einen klaren Zusammenhang: Je größer ein Unternehmen, umso höher ist der (wahrgenommene) Druck von wichtigen Stakeholdern (Grafik 2). Unter den größeren Mittelständlern mit über 50 Beschäftigten berichtet bereits mehr als jedes zweite Unternehmen (58 %) von Anforderungen ihrer Finanzierungspartner oder Kunden beim Thema Klimaschutz. Unter den Großunternehmen erleben nahezu alle Unternehmen (95 %) entsprechende Forderungen. Eine wichtige Rolle für die beobachtbare Größenabhängigkeit dürften regulatorische Transparenzvorschriften spielen, die in der Regel erst auf Unternehmen ab einer gewissen Größe abzielen: So gelten für größere Unternehmen spezifische Berichtspflichten zu Umwelt- und Sozialbelangen (z. B. im Rahmen der NFRD/CSRD und der EU-Taxonomie), die sie dazu verpflichten, Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinformationen in ihren Lageberichten zu veröffentlichen. Ähnlich zielt auch das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, das u. a. die unternehmerische Verantwortung für die Einhaltung von Umweltschutz in den globalen Lieferketten regelt, direkt auf größere Unternehmen ab.

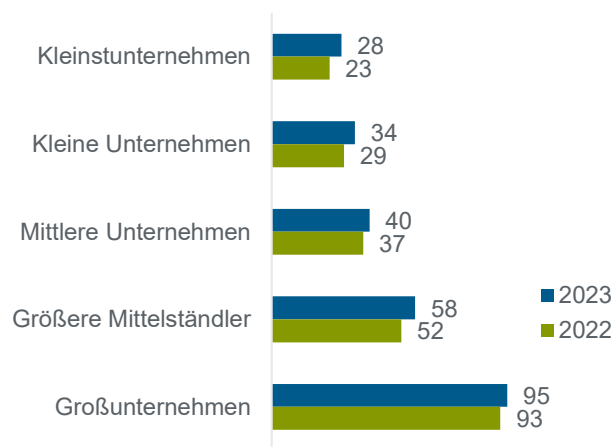
Ausgehend von einem geringeren Niveau wachsen auch die Anforderungen an kleinere und mittlere Unternehmen

Gleichzeitig offenbart sich auch im Segment der kleinen und mittleren Unternehmen mit 28 bis 40 % ein gewisser Druck von Kunden bzw. Finanzierungspartnern in Klimaschutzbelangen. Neben einer Reihe allgemeiner Faktoren (wie einer insgesamt wachsenden Nachfrage nach Klimaschutzgütern) dürften auch hier die bereits erwähnten Transparenzvorschriften eine Rolle spielen – auch wenn diese Unternehmen nicht unmittelbar unter die entsprechende Gesetzgebung fallen: Das liegt zum einen daran, dass sie häufig in die

Wertschöpfungsketten größerer Unternehmen eingebunden sind. Sie pflegen also Geschäftsbeziehungen zu berichtspflichtigen Partnern, die sie – um den Transparenzanforderungen gerecht zu werden – mit Informationsanforderungen in den Bereichen Nachhaltigkeit und Klimaschutz konfrontieren.³ Zum anderen spielt bei der Finanzierung von Investitionsprojekten die Kreditfinanzierung vor allem für kleine und mittlere Unternehmen eine herausragende Rolle.⁴ Da auch Banken zunehmend dazu verpflichtet sind, die Nachhaltigkeit ihrer Portfolios offenzulegen, ist davon auszugehen, dass sie die dafür notwendigen Informationen von ihren (mittelständischen) Unternehmenskunden in Kreditverhandlungen einholen.⁵

Grafik 2: Anteil der Unternehmen mit Anforderungen von Stakeholdern nach Größenklasse

Anteil der Unternehmen mit Stakeholderanforderungen, in Prozent

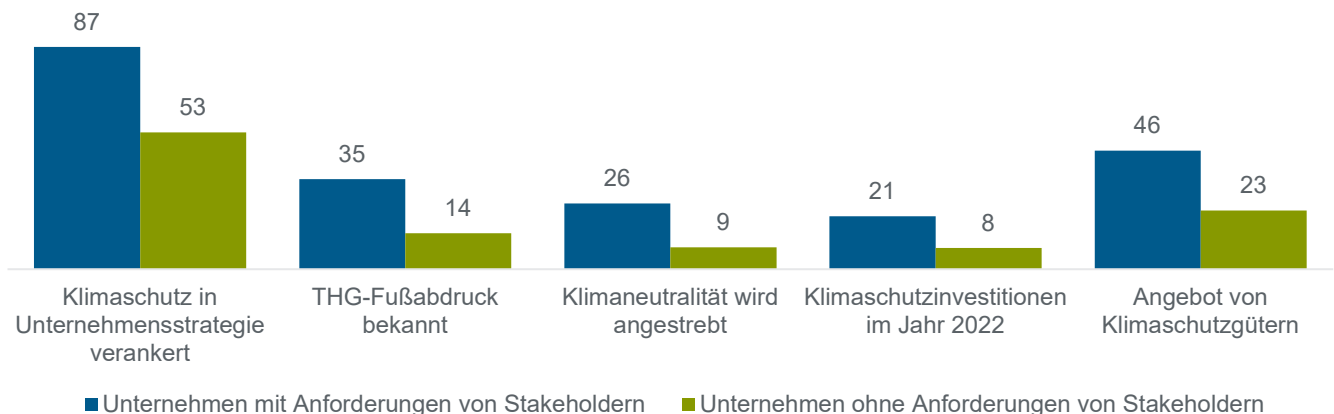


Anmerkung: Stakeholderanforderung, wenn das Unternehmen mindestens einer der folgenden Aussagen zustimmt oder teilweise zustimmt: „Unsere Kunden fordern von uns verstärkt einen Beitrag zum Klimaschutz“, „Bei Finanzierungsgesprächen ist Klimaschutz ein wichtiges Thema“. Kleinstunternehmen < 5 Beschäftigte, Kleine Unternehmen 5 – 9 Beschäftigte, Mittlere Unternehmen 10 - 49 Beschäftigte, Größere Mittelständler > 50 Beschäftigte bis 500 Mio. EUR Jahresumsatz, Großunternehmen > 500 Mio. EUR Jahresumsatz.

Bemerkenswert ist zudem, dass im Jahresvergleich insbesondere kleine Unternehmen die größten (relativen) Anstiege beim Stakeholderinteresse zu verzeichnen hatten. Während der Anteil der Großunternehmen, bei denen entweder Finanzierungspartner oder Kunden vermehrt einen Beitrag zu Klimaschutz einfordern, nahezu unverändert ist (95 gegenüber 93 % im Vorjahr), verzeichnen die übrigen Größenklassen deutlichere Zuwächse: Bei den Kleinstunternehmen sind es rund 22 % mehr als im Vorjahr (von 23 auf 28 %), bei den kleineren Unternehmen findet sich immerhin noch ein Zuwachs von rund 17 % (von 29 auf 34 %).

Grafik 3: Zusammenhang von Klimaschutzaktivitäten der Unternehmen mit Anforderungen der Stakeholder im Bereich Klimaschutz

Wahrscheinlichkeit in Prozent



Anmerkungen: Modellrechnungen auf Basis von Regressionsanalysen. Ausgewiesen werden die bereinigten Mittelwerte für Unternehmen mit und ohne Anforderungen von Stakeholdern, während alle anderen Unternehmensmerkmale auf ihrem Mittelwert unverändert bleiben. Details siehe Box am Ende des Beitrags.

Quelle: KfW-Klimabarometer 2022, 2023

Anforderungen der Stakeholder sind mit stärkerem Klimaschutzbeitrag bei Unternehmen verbunden

Angesichts des verstärkten Interesses der Stakeholder an Klimaschutzthemen stellt sich die Frage, ob und inwiefern sich dieses Interesse konkret im Klimaschutzbeitrag der Unternehmen niederschlägt. Um diese Frage zu beantworten, wird im Folgenden empirisch untersucht, wie sich die beobachteten Stakeholderanforderungen auf eine Reihe unterschiedlicher Klimaschutzaktivitäten der Unternehmen auswirken: Berücksichtigt werden dabei sowohl strategische Klimaschutzüberlegungen – wie eine entsprechende Verankerung des Themas Klimaschutz in der Unternehmensstrategie, die Kenntnisse des eigenen Treibhausgasfußabdruckes oder die Formulierung eines konkreten Klimaneutralitätszieles – als auch operative Maßnahmen, die von Unternehmen durchgeführt werden – wie die Realisierung von Klimaschutzinvestitionen oder das Anbieten grüner Produkte und Dienstleistungen. Methodisch wird dabei auf Regressionsanalysen zurückgegriffen (siehe Box zur Untersuchungsmethodik am Ende des Artikels), die es erlauben, die Bedeutung der Stakeholderanforderungen von etwaigen weiteren überlagernden Faktoren (z.B. der Unternehmensgröße) zu isolieren und so einen exakteren Zusammenhang zu messen.

Insgesamt zeigt sich ein starker und signifikanter Zusammenhang zwischen den (wahrgenommenen) Stakeholderanforderungen und dem Engagement der Unternehmen in Sachen Klimaschutz. Wenn sich Unternehmen dem Druck ihrer Kunden oder ihrer Finanzierungspartner ausgesetzt sehen, tragen sie bei einer Reihe von Aktivitäten deutlich häufiger zum Klimaschutz bei (Grafik 3). So liegt die Wahrscheinlichkeit, Klimaschutz zumindest teilweise in der Unternehmensstrategie verankert zu haben, bei einem typischen Unternehmen ohne Stakeholderanforderungen bei 53 %. Für ein typisches Unternehmen mit Anforderungen von seinen Stakeholdern liegt die Wahrscheinlichkeit deutlich höher bei 87 %. Die Wahrscheinlichkeit einer Kenntnis des Treibhausgasfußabdruckes liegt bei Unternehmen mit Stakeholderanforderungen fast zweieinhalbmal höher als bei Unternehmen ohne entsprechende Anforderungen (35 vs. 14 %). Hinsichtlich der Formulierung eines konkreten Klimaneutralitätsziels liegt sie sogar dreimal so hoch

(26 vs. 9 %). Zudem zeigt sich ein klarer positiver Zusammenhang zwischen dem Interesse der Stakeholder und operativen Klimaschutzmaßnahmen. So beträgt die Wahrscheinlichkeit, Klimaschutzinvestitionen im Jahr 2022 durchgeführt zu haben, bei Unternehmen mit Stakeholderanforderungen rund 21 %, bei Unternehmen ohne entsprechende Anforderungen nur etwa 8 %. Und nicht zuletzt bieten erstere im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit rund zweimal häufiger Produkte und Dienstleistungen mit Klimaschutzbezug an als letztere (46 vs. 23 %). Weitere Analysen legen außerdem nahe, dass der positive Zusammenhang nicht nur für eine Stakeholdergruppe gilt. So sind alle beobachteten Klimaschutzaktivitäten auch dann signifikant positiv mit dem Stakeholderinteresse assoziiert, wenn man den Effekt von Kunden bzw. Finanzierungspartnern isoliert betrachtet.

Auch in Zukunft ist mit wachsenden Stakeholderanforderungen zu rechnen

Insgesamt legen die Ergebnisse nahe, dass Kunden und Finanzierungspartner eine zentrale Rolle für die grüne Transformation des Unternehmenssektors spielen. Für die Zukunft ist mit einem weiterwachsenden Stakeholderinteresse an den Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu rechnen. Ausschlaggebend hierfür ist nicht nur eine global wachsende Nachfrage nach Klimaschutzgütern.⁶ Auch werden regulatorische Maßnahmen weiterhin auf wichtige Stakeholdergruppen abzielen: So ist beispielsweise sowohl im Zuge der CSRD als auch des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes eine schrittweise Erweiterung des Anwenderkreises geplant.

Entsprechende Regularien dürften in vielen Fällen über die Wertschöpfungsketten und Finanzierungspartner an weitere Unternehmen herangetragen werden – auch wenn diese nicht direkt davon betroffen sind. Das trägt zu einer größeren Transparenz bei und kann dem Klimaschutz Vorschub leisten. Gerade für kleinere und mittlere Unternehmen können zunehmende Anforderungen allerdings auch eine Herausforderung darstellen. Anders als große Unternehmen verfügen sie über weniger personelle oder finanzielle Ressourcen, wodurch sie bürokratische Erfüllungsaufwände vergleichsweise stark belasten. Daher gilt es die Bedarfe auch dieses Unternehmenssegments im Auge zu behalten. Einen Schritt in diese

Richtung stellen z.B. die vereinfachten Berichtsstandards für kleine und mittlere Unternehmen dar, an denen von Seiten der European Financial Reporting Advisory Group gearbeitet wird.

Datenbasis und Untersuchungsmethodik

Das KfW-Klimabarometer ist die erste und bislang einzige repräsentative Datenbasis für das Investitionsverhalten aller deutschen Unternehmen – vom Kleinunternehmen bis zum Großunternehmen – auf dem Weg zur Klimaneutralität. Die Unternehmensbefragung ist als jährliche Wiederholungsbefragung konzipiert und liefert Einblicke zu den Einstellungen und Aktivitäten der Unternehmen rund um die Umsetzung der Energiewende.

Die Analysen im vorliegenden Bericht stützen sich auf die Daten der ersten beiden Erhebungswellen in den Jahren 2022 und 2023. An der ersten Welle haben sich insgesamt 10.935 Unternehmen, an der zweiten 11.466 Unternehmen beteiligt.

Die Analyse des Zusammenhangs der Stakeholderanforderungen mit dem Engagement der Unternehmen in Sachen Klimaschutz erfolgt mithilfe von Probitmodellen. Dabei werden die folgenden Merkmale als Kovariate berücksichtigt: Beschäftigtenzahl (in Vollzeitäquivalenten), Wirtschaftszugehörigkeit, regionale Ausdehnung des Absatzgebiets, sowie Region des Unternehmenssitzes. Ergebnis dieser Regressionsanalysen ist, wie die Anforderungen von Stakeholdern mit der Wahrscheinlichkeit zusammenhängen, dass sich ein Unternehmen mittels der jeweiligen Aktivitäten für den Klimaschutz engagiert. Die Regressionsergebnisse werden anhand von Modellrechnungen für ein typisches Unternehmen verdeutlicht. So wird die Bedeutung der Stakeholderanforderungen von den anderen berücksichtigten Merkmalen isoliert, indem bei den Modellrechnungen die Anforderungen der jeweiligen Stakeholder variiert werden, während gleichzeitig alle anderen Unternehmensmerkmale auf ihrem Mittelwert unverändert bleiben.

Weiterführende Informationen finden Sie im Internet unter: www.kfw.de/klimabarometer.

¹ Mehrere wissenschaftliche Studien stellen in diesem Zusammenhang positive Auswirkungen des Einsatzes so genannter Stakeholder- bzw. CSR-Management Systeme auf die Kundennachfrage bzw. der Finanzleistung der Unternehmen fest. Vgl. z.B. Sen, S. and Bhattacharya, C.B. (2001) Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility. *Journal of Marketing Research*, 38, 225-243. und Cheng, B., I. Ioannou, und G. Serafeim (2014). Corporate Social Responsibility and Access to Finance" *Strategic Management Journal* 35: 1–23.

² Für Details zu den Regulatorien vgl. J. Gerstenberger (2024), Bisher noch wenige KMU von Banken auf Nachhaltigkeitsinformationen angesprochen – Bedarf dürfte aber zunehmen. *Fokus Volkswirtschaft* Nr. 453, KfW Research.

³ Vgl. Löher, J., Rieger-Fels, M. Nielen, S. und C. Schröder (2022). Die Förderung nachhaltiger Finanzierung durch die EU – Auswirkungen auf den Mittelstand. IfM-Materialien Nr. 294. Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn.

⁴ Vgl. Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2023), KfW-Mittelstandspanel 2023: Belastungsfähigkeit des Mittelstands wird auf die Probe gestellt: bislang nur leichte Blessuren, aber erhöhte Anspannung spürbar, KfW Research.

⁵ Vgl. J. Gerstenberger (2024), ebenda.

⁶ Vgl. Römer, D., Zimmermann V. und A. Brüggemann (2021). Die Zukunft ist grün – welche Chancen bieten sich der deutschen Wirtschaft?. *Fokus Volkswirtschaft* Nr. 355, KfW Research.