



COMMERZBANK

Pressemitteilung

Für Wirtschaftsredaktionen
12. September 2022

Neue Mittelstands-Studie: Trotz multipler Krise bleibt die Bedeutung von Nachhaltigkeit hoch – bei Digitalisierung gibt es noch Potential

- **40 % Prozent der befragten Unternehmen haben bereits eine Nachhaltigkeitsstrategie, bei 33 % ist sie in Planung**
- **Digitalisierung wird als weiteres großes Zukunftsthema bestätigt – zwei Drittel der Befragten sehen zunehmend große Chancen durch datenbasierte Geschäftsmodelle**
- **Datenschutzauflagen werden als Hemmnis zur Datennutzung gesehen; bei der Preisgabe der eigenen Daten sind Unternehmen jedoch überwiegend restriktiv**

An der Bedeutung von Nachhaltigkeit hat sich für mittelständische Unternehmen in Deutschland trotz der anhaltenden Wirtschafts- und Energiekrise nichts geändert. Das zeigt die neue Studie der Commerzbank-Initiative Unternehmerperspektiven. Die inzwischen 21. Studie trägt den Titel „Wirtschaft im Umbruch: Nachhaltig und digital“ und wurde erneut vom Marktforschungsunternehmen forsa im Auftrag der Bank durchgeführt. Es wurden 300 Unternehmen aus den Branchen Industrie, Dienstleistung und Handel mit einer Jahresumsatzgröße ab 15 Mio. € befragt. Die neuen Ergebnisse bestätigen die Vorjahresstudie, die den Stellenwert von Nachhaltigkeit im Mittelstand untersucht hatte.

Unternehmen setzen weitere Nachhaltigkeitsmaßnahmen um

Die Auswirkungen der Energiekrise bekräftigen die Unternehmen in ihrem Bestreben, weitere Nachhaltigkeitsmaßnahmen umzusetzen. So sehen 91 % der Befragten vor allem im schonenden Umgang mit Ressourcen viele Chancen. Auch in Bezug auf die Imagepflege (83 %), die Stärkung der sozialen Verantwortung (81 %) und für die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität (73 %) wird Nachhaltigkeit als Chance wahrgenommen. Der Anteil der Unternehmen, die bereits eine Nachhaltigkeitsstrategie haben (40 %), wächst im Vergleich zur Vorjahresstudie derzeit allerdings nicht.

Chancen durch datenbasierte Geschäftsmodelle

Neben der nachhaltigen Transformation ist auch das zweite bedeutende Zukunftsthema Digitalisierung Gegenstand der Umfrage. So wurden die Führungskräfte von Unternehmen auch

zu Datennutzung, Datenethik und digitalen Zukunftstechnologien befragt, also wesentlichen Aspekten der Digitalisierung.

Zwei Drittel der befragten Unternehmen sehen den Ergebnissen zufolge große Chancen durch datenbasierte Geschäftsmodelle. Die bessere Anpassung von Leistungen an Kundenbedürfnisse (65 %), aber auch der Aufbau von digitalen Plattformen (60 %) werden dabei besonders hoch gewichtet. Als wichtigste Aspekte für ein datenbasiertes Geschäftsmodell nennen die Befragten Datensicherheit und Cybersecurity (81 %) sowie den Schutz personenbezogener Daten (77 %). Obwohl datenbasierte Geschäftsmodelle positiv bewertet werden, sind sie für die meisten Unternehmen aktuell noch nicht relevant. 48 % der Befragten nutzen Daten noch überwiegend zur Optimierung ihrer internen Prozesse.

Skepsis bei der Preisgabe eigener Daten

62 % der Unternehmen erwarten Veränderungen durch die zunehmende Datennutzung. Dabei sind die Einschätzungen branchenspezifisch sehr unterschiedlich. Während in der Industrie knapp die Hälfte mit Veränderungen rechnet, sind es in der Dienstleistungsbranche sogar 73 %. Bei der Einstellung zur Datennutzung ergibt sich ein zwiespältiges Bild. Einerseits werden Datenschutzauflagen für die Datennutzung als Hemmnis gesehen. Andererseits geben 56 % der Unternehmen an, ihre eigenen Daten nicht preiszugeben zu wollen. Zugleich weckt jedoch ein erkennbarer Mehrwert bei 34 % die Bereitschaft, die Daten zu teilen.

Datenethik ist Teil der Strategie

Ein klar geregelter, transparenter und verantwortungsvoller Umgang mit Daten ist demnach nicht nur ein Schlüssel, um Informationen zu bekommen und nutzen zu können. Er ist auch in den strategischen Überlegungen verankert. Für 43 % aller Befragten ist digitale Ethik bereits ein Teil ihrer Unternehmensstrategie. Bei Unternehmen mit einer konkreten Nachhaltigkeitsstrategie sind es sogar 58 %.

Zukunftstechnologien werden branchenabhängig unterschiedlich genutzt

Wirft man einen Blick auf die Zukunft der digitalen Transformation im Mittelstand, wird in der Breite deutlich: Die Hälfte aller Unternehmen sehen das Internet of things (IOT) als das Trendthema der Zukunft an. Für die verschiedenen Branchen zeigt sich ein differenzierteres Bild. In der Industrie ist für 49 % der Unternehmen IOT, für rund 37 % Additive Fertigung sowie Autonome Systeme besonders relevant. Bei den Dienstleistern dominieren neben IOT die Themen Shareconomy, also beispielsweise die gemeinsame Nutzung von Plattformen (33 %) und Augmented/Virtual Reality, eine computerunterstützte Darstellung, die die reale Welt um virtuelle Aspekte erweitert (30 %).

Beratung durch die Bank erwünscht

Die Unternehmen wünschen sich eine Unterstützung durch die Bank vor allem dann, wenn es um die Beratung zu Fördermitteln für Nachhaltigkeitsmaßnahmen sowie um Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen geht. „In der aktuellen Krise gelingt es vielen Unternehmen, die großen Transformationsthemen weiterhin im Fokus zu behalten. Sie verfolgen bei der Umsetzung einen klaren strategischen Kurs, mit Meilensteinen und Zielen auf dem Transformationspfad, aber auch mit der nötigen Resilienz“, so Michael Kotzbauer, Vorstand Firmenkunden. „Dabei helfen Sparringspartner, mit denen man sich auf Augenhöhe austauschen kann. Diese Rolle nehmen wir an“, ergänzt er.

Die Initiative "Unternehmerperspektiven" und ihre Studien

Die Mittelstandsinitiative "Unternehmerperspektiven" bildet seit 2006 ein Forum für unternehmerische Themen in der Öffentlichkeit. Einmal jährlich befragt sie bis zu 2.000 Eigentümer und Manager der ersten Führungsebene aus Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen. Die repräsentativen Umfragen werden von forsa durchgeführt. Vertreter aus Wirtschaft, Verbänden, Politik und Wissenschaft diskutieren die Ergebnisse im Rahmen öffentlicher Podien.

www.unternehmerperspektiven.de.

Pressekontakt:

Bernd Reh +49 69-136-46971

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist die führende Bank für den Mittelstand und starker Partner von rund 28.000 Firmenkundenverbänden sowie rund 11 Millionen Privat- und Unternehmern in Deutschland. In zwei Geschäftsbereichen – Privat- und Unternehmern sowie Firmenkunden – bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen. Die Commerzbank wickelt rund 30 Prozent des deutschen Außenhandels ab und ist im Firmenkundengeschäft international in knapp 40 Ländern vertreten. Die Bank konzentriert sich auf den deutschen Mittelstand, Großunternehmen sowie institutionelle Kunden. Im internationalen Geschäft begleitet die Commerzbank Kunden mit einem Geschäftsbezug zu Deutschland und Unternehmen aus ausgewählten Zukunftsbranchen. Privat- und Unternehmern profitieren im Zuge der Integration der comdirect von den Leistungen einer der modernsten Onlinebanken Deutschlands in Verbindung mit persönlicher Beratung vor Ort. Die polnische Tochtergesellschaft mBank S.A. ist eine innovative Digitalbank und betreut rund 5,6 Millionen Privat- und Firmenkunden überwiegend in Polen sowie in der Tschechischen Republik und der Slowakei. Im Jahr 2021 erwirtschaftete die Commerzbank mit rund 46.500 Mitarbeitern Bruttoerträge von rund 8,5 Milliarden Euro.