Bauen wir eine grünere Zukunft?

Nachhaltigkeit in der Baubranche

FLEXCAVO

CO_2 Neutral

LECTURA

JULI 2021

Diese Arbeit wurde von Flexcavo erstellt und basiert auf Daten aus primärer Marktforschung, die hauptsächlich durch LECTURA gesammelt wurden. Flexcavo und LECTURA haben diese Informationen nicht unabhängig überprüft und geben keine ausdrückliche oder stillschweigende Garantie für die Richtigkeit oder Vollständigkeit dieser Informationen. Die hierin enthaltenen prognostizierten Markt- und Finanzinformationen, Analysen und Schlussfolgerungen basieren (sofern nicht anders angegeben) auf den oben beschriebenen Informationen sowie auf der Einschätzung von Flexcavo und sind nicht als endgültige Prognosen oder Garantien für zukünftige Entwicklungen zu verstehen. Die hierin enthaltenen Informationen und Analysen stellen keine Beratung jeglicher Art dar und sind nicht für Investitionszwecke bestimmt. Weder Flexcavo noch LECTURA noch eine ihrer Tochtergesellschaften oder ihre jeweiligen Führungskräfte, Direktoren, Aktionäre, Mitarbeiter oder Vertreter übernehmen Verantwortung oder Haftung in Bezug auf die Verwendung von oder das Vertrauen auf die in diesem Dokument enthaltenen Informationen oder Analysen. Dieses Dokument unterliegt dem Copyright von Flexcavo und darf ohne schriftliche Genehmigung von Flexcavo weder ganz noch teilweise veröffentlicht, kopiert oder vervielfältigt werden.

Copyright © 2021 Flexcavo. Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Publikation darf ohne vorherige schriftliche Zustimmung von Flexcavo in irgendeiner Form kopiert oder weiterverteilt werden.

Bauen wir eine grünere Zukunft?

Nachhaltigkeit in der Baubranche

Über den Autor und Danksagungen

Flexcavo ist ein in Berlin ansässiges Technologie-Start-up in der Bauindustrie und entwickelt eine digitale Infrastruktur für intelligentes Bauen. Flexcavo arbeitet an einem Ökosystem, das Software und physische Elemente kombiniert und als zentrales Betriebssystem für moderne Bauunternehmen fungiert. Flexcavo zielt auf die Optimierung von Nachhaltigkeit und langfristiger Rentabilität von Bauunternehmen ab. Mit der Softwarelösung FlexcavoOS, kombiniert mit Telematikmodulen in Baumaschinen, bietet Flexcavo eine fortschrittliche und intuitiv bedienbare Plattform für die digitale und intelligente Vernetzung von Baumaschinen und -systemen. Bauunternehmen und andere Betreiber von Maschinenflotten profitieren von Datenverfügbarkeit in Echtzeit, intuitiven Flottenmanagement-Tools und intelligenten Einblicken.

LECTURA wurde 1984 gegründet und ist heute ein führender Datendienstleister im Bereich Großmaschinen. LECTURAs Dienstleistungen erreichen jeden Monat rund 900.000 Branchenexperten und bieten Daten zu Großmaschinen jeglicher Art. Die LECTURA Datenbank enthält über 150.000 Maschinenmodelle und bietet die Bewertung gebrauchter Maschinen durch Online-Tools und weitere digitale Lösungen. Das Serviceangebot von LECTURA umfasst zudem auch technische Spezifikationen, die Anreicherung von Daten, Produkt- und Marktanalysen, hochwertige Zusatzdienste, länderspezifische Einschätzungen zu Preisentwicklungen und eine Vielzahl weiterer, kundenindividueller Angebote. Darüber hinaus bietet das Webportal LECTURA Press aktuelle Nachrichten aus der Großmaschinenbranche und exklusive Interviews mit führenden Branchenexperten. Darüber hinaus veröffentlicht LECTURA vierteljährlich das Online-Magazin DigiMessenger und führt regelmäßig Umfragen zu aktuellen Themen der Branche durch.

Dr. Alexander Paul Wallot ist Head of Business Development bei Flexcavo in Berlin. Bei Kontaktanfragen wenden Sie sich bitte an alexander.wallot@flexcavo.de.

Dieser Bericht ist eine Gemeinschaftsarbeit von Flexcavo und LECTURA. Die Autoren bedanken sich bei allen, die die Erstellung des Berichts tatkräftig unterstützten, insbesondere bei Darja Kočárová und Jonas Liebich.

Vorwort

In nahezu allen Bereichen von Wirtschaft und Gesellschaft gewinnt Nachhaltigkeit zunehmend an Bedeutung. Auch die Bauindustrie ist davon nicht ausgenommen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass 39% der globalen, energiebedingten CO2-Emissionen auf den Bau- und Gebäudesektor zurückgeführt werden können[1]. In Zusammenarbeit mit LECTURA führte Flexcavo eine umfangreiche Umfrage durch, um Transparenz in diesem Bereich zu schaffen.

Im nachfolgenden Bericht werden die wesentlichen Erkenntnisse der Umfrage dargestellt und dabei insbesondere folgende Themen behandelt:

- Bewertung der gegenwärtigen Verbreitung nachhaltiger Praktiken im Baumaschinen-Ökosystem
- Quantifizierung und Einschätzung der weiteren Entwicklung nachhaltiger Praktiken in der Bauindustrie
- Einschätzung der wirtschaftlichen Umsetzbarkeit und Relevanz nachhaltiger Praktiken
- Schaffung von Transparenz zu strukturellen Hindernissen bei der Einführung nachhaltiger Praktiken in der Bauindustrie

[1] International Energy Agency (IEA), Global Alliance for Buildings and Construction (GlobalABC) & United Nations. 2019 Global Status Report for Buildings and Construction. World Green Building Council.

Methodik und Teilnehmer

Dieser Bericht basiert auf den Ergebnissen einer gemeinsamen Online-Umfrage von Flexcavo und LECTURA unter Branchenexperten im Bausektor. Die Umfrage wurde über zwei Online-Kanäle realisiert (specs.lectura.com und flexcavo.de) und war für 4 Wochen öffentlich zugänglich, vom 11. Mai bis 8. Juni 2021.

Insgesamt nahmen 12.807 Personen an der Umfrage teil. Davon sind 81% als Maschinenbesitzer, Bauunternehmer oder Baumaschinenhändler zu kategorisieren. Weitere 10% der Befragten ordneten sich der Kategorie ‚Sonstige' zu. Diese Kategorie enthält ebenfalls hauptsächlich Firmen, die direkt mit dem Baugewerbe oder Kunden in der Bauindustrie verbunden sind.

Die spezifischen Stichprobengrößen können für jede Frage variieren; Skalen sind unter den entsprechenden Grafiken angegeben.

Inhalt

1 Überblick

Seite 10

2 Nachhaltigkeit beschäftigt die Industrie – doch die Unsicherheit ist hoch

Seite 12

3 Die Branche nutzt aktiv Software zur Implementierung nachhaltiger Maßnahmen

Seite 18

4 Viele Firmen verifizieren Nachhaltigkeits-maßnahmen mit Zertifikaten

Seite 26

5 Reputation und wirtschaftliche Vorteile motivieren CO2-Kompensation

Seite 32

6 Fazit

Seite 38

Überblick

Die Baubranche ist im Umbruch: Während der Sektor schon lange vor der Herausforderung steht im Bereich Digitalisierung aufzuholen, um das schleppende Produktivitätswachstum der vergangenen Jahrzehnte zu überwinden, rückt zunehmend eine weitere Entwicklung auf die Agenda – das Thema Nachhaltigkeit. In Anbetracht der Relevanz der Branche für die globalen Kohlenstoffemissionen ist ein besseres Verständnis im Hinblick auf Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Bausektor unerlässlich.

Dieser Bericht beleuchtet mehrere Aspekte von Nachhaltigkeit in der Baubranche, darunter die allgemein wahrgenommene Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten und die Verfügbarkeit von Unterstützungsangeboten für die Umsetzung und Zertifizierung nachhaltiger Maßnahmen. Darüber hinaus wird die freiwillige Kompensation von Emissionen untersucht – in einer Branche, die noch verhältnismäßig wenig von verpflichtenden CO2-Zertifikatssystemen betroffen ist. Dabei zeichnen sich einige Schlüsselthemen ab:

1. Nachhaltigkeit hat die Agenda der Bauindustrie erreicht

- Unternehmen, die bereits Nachhaltigkeitspraktiken einführen und Zertifizierungen abgeschlossen haben, sind hauptsächlich durch Reputationseffekte motiviert
- Unternehmen, die die Einführung von Nachhaltigkeitspraktiken planen, sind hingegen stärker durch erhoffte Nachfrageeffekte und kommerzielle Vorteile motiviert
- Unternehmen, die keine nachhaltigen Praktiken anwenden, begründen dies mit mangelnden kommerziellen Anreizen und hoher Komplexität

2. Unternehmen kennen und nutzen häufig externe Lösungen zur Umsetzung von Nachhaltigkeitspraktiken

- Unternehmen fordern Lösungen, um die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu erleichtern und zu beschleunigen
- Dafür wird, unter anderem, Software als zentrales Instrument angesehen
- Einfach zu bedienende Tools sowie die aktive Nachfrage von Kundenseite stellen wesentliche Treiber für die verstärkte Nutzung von Nachhaltigkeits-Softwarelösungen dar

3. Jedes dritte Unternehmen lässt nachhaltige Maßnahmen unabhängig zertifizieren

- Ein beträchtlicher Teil der befragten Firmen hat bereits Zertifizierungen für nachhaltige Praktiken erhalten – gleichzeitig verzichten viele Firmen aber gänzlich darauf
- Unternehmen, die sich aktiv um Nachhaltigkeitszertifizierungen bemühen, sind dabei meist durch mögliche Reputationsvorteile motiviert
- Unternehmen, die sich noch nicht aktiv für Zertifizierungen entschieden haben oder diese nicht planen, bezweifeln vorranging den ökonomischen Nutzen

4. Maßnahmen zur Kompensation von Emissionen sind hauptsächlich durch Kundennachfrage motiviert

- Etwa jedes vierte Unternehmen der Bauindustrie hat bereits Anstrengungen unternommen, um CO2-Emissionen zumindest teilweise zu kompensieren
- Zwei von drei Unternehmen planen oder erwägen, zukünftig eigene CO2-Emissionen zu kompensieren, um Reputationseffekte oder kommerzielle Vorteile zu erzielen
- Zunehmender Druck durch Nachfrage nach klimaneutralen Produkten und Leistungen stellt eine entscheidende Voraussetzung für die Beschleunigung von Initiativen zur CO2-Kompensation dar

Bauexperten betonen die Notwendigkeit weiterer Nachhaltigkeitsinvestitionen – doch die Unsicherheit ist hoch

Nachhaltigkeit in der Bauindustrie

Im folgenden Abschnitt wird die Relevanz von Nachhaltigkeit für Unternehmen der Bauindustrie untersucht. Des Weiteren wird dargestellt, inwiefern Unternehmen bereits nachhaltige Maßnahmen implementieren oder diese planen. Darüber hinaus werden Faktoren beleuchtet, die Unternehmen zur Implementierung nachhaltiger Praktiken motivieren respektive deren Einführung hemmen. Schließlich werden Unterschiede zwischen Unternehmenstypen, -größen und -regionen aufgezeigt.

Zu den zentralen Erkenntnissen dieses Abschnitts zählen:

- Die Befragten nehmen Nachhaltigkeit weitgehend als relevantes oder zumindest zunehmend relevantes Thema für ihr Unternehmen wahr – dabei vergeben australische Unternehmen relativ hohe Relevanzwerte, während die Einschätzung osteuropäischer Firmen eher zurückhaltend ist

- Während zahlreiche Firmen bereits aktiv Nachhaltigkeitsmaßnahmen implementieren, ist eine beträchtliche Anzahl von Firmen noch unentschlossen

- Komplexe und zeitaufwendige Prozesse treten dabei als wesentliches Hindernis für die weitere Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen hervor

- Demgegenüber erscheinen steigender Druck von der Nachfrageseite sowie einfache und transparente Prozesse als elementare Wegbereiter für die verstärkte Einführung nachhaltiger Maßnahmen in der Bauindustrie

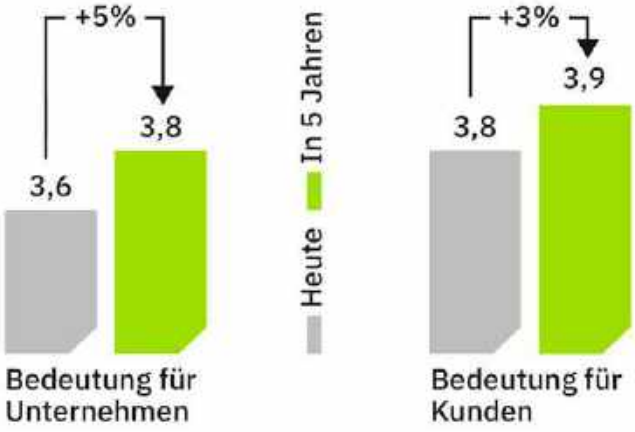
Firmen orientieren sich bei ihrer Einstellung gegenüber Nachhaltigkeitsmaßnahmen stark an ihren Kunden

Mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3,6 stufen die Befragten Nachhaltigkeit als sehr relevanten, aber nicht entscheidenden Aspekt für ihr Geschäft ein. Gleichzeitig erwarten sie, dass die Relevanz von Nachhaltigkeitsthemen in naher Zukunft weiter zunehmen wird.

Zudem geben die Befragten an, dass Nachhaltigkeit für ihre Kunden wesentlich ist und in den nächsten Jahren weiter leicht an Relevanz gewinen wird.

Es überrascht nicht, dass die Relevanz von Nachhaltigkeit für Firmen der Bauindustrie von der wahrgenommenen Relevanz der Thematik für ihre Kunden getrieben wird. Detailliertere Analysen in diesem Bericht bestätigen ebenfalls die Kundennachfrage als wesentlichen Treiber für die Implementierung nachhaltiger Maßnahmen.

Wie wichtig ist Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden?



7-stufige Likert-Skala:
0 (nicht relevant) bis 6 (sehr relevant)

Fast 70% der befragten Unternehmen haben bereits Nachhaltigkeits-maßnahmen implementiert

Hat Ihr Unternehmen bereits Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den täglichen Betrieb eingeführt?

Mehr als zwei Drittel der Befragten geben an, dass ihr Unternehmen Nachhaltigkeits-maßnahmen eingeführt hat. Dies spiegelt ein hohes Bewusstsein für die Relevanz von Nachhaltigkeit im Allgemeinen wider.

Mehr als 80% der Firmen planen oder erwägen die Implementierung weiterer Nachhaltigkeitspraktiken

41% der Befragten planen bereits aktiv die Einführung zusätzlicher Nachhaltigkeitspraktiken. Nur jeder fünfte Befragte gibt an, dass das eigene Unternehmen keine zusätzlichen Maßnahmen plant. Allerdings ist eine relativ große Anzahl der Befragten (41%) noch unentschlossen. Im Folgenden geben weitere Analysen Aufschluss darüber, wie Unsicherheiten und mögliche Hemmnisse reduziert werden können.

Plant Ihr Unternehmen, (weitere) Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den täglichen Betrieb einzuführen?

Reputationseffekte und die Adressierung von Kundenwünschen sind wesentliche Treiber für die Einführung nachhaltiger Maßnahmen

Mehrfachauswahl erlaubt

Die Motivation zur Einführung von Nachhaltigkeitspraktiken variiert stark zwischen Unternehmen, die Maßnahmen aktiv planen, und jenen, die noch unentschlossen sind. Beiden Gruppen ist gemein, dass sie die potenziellen Auswirkungen auf die Nachfrage und den wirtschaftlichen Nutzen als hoch einschätzen, jedoch unterscheidet sich die Bedeutung anderer Faktoren.

Für Unternehmen, die aktiv Nachhaltigkeitsmaßnahmen planen, steht die Verbesserung der eigenen Reputation im Vordergrund (46% der Befragten) sowie die Ansprache von Kundenwünschen oder eine Erhöhung der Nachfrage (30%; 29%). Im Gegensatz dazu ist Reputation nur ein untergeordnetes Kriterium (21%) für die Unternehmen, die noch unentschlossen sind.

Darüber hinaus wird deutlich, dass Unternehmen, die weitere Maßnahmen planen, eine klare Vorstellung aufweisen, welchen Nutzen sie von den Maßnahmen erwarten. Dementsprechend gewichten sie potenzielle Motivationsfaktoren entschiedener – so beträgt die Differenz zwischen dem am wenigsten genannten Faktor (Marketingzwecke) und dem meistgenannten Faktor (Reputationsvorteile) 32 Prozentpunkte. Unternehmen, die noch unentschlossen sind, gewichten dagegen alle Faktoren relativ ähnlich. So beträgt die Spanne in der Relevanz der Motivationsfaktoren nur 14 Prozentpunkte.

Komplexität und Implementierungsaufwand sind die wesentlichen Hindernisse für die Umsetzung von Nachhaltigkeitspraktiken

Unter den Firmen, die keine Nachhaltigkeitsmaßnahmen planen, zeichnen sich zwei wesentliche Motive ab.

Erstens haben viele Firmen Bedenken hinsichtlich komplexer und zeitaufwendiger Prozesse (25%). Zweitens sehen viele Firmen keine ausreichende Nachfrage seitens der Kunden (24%). Überraschenderweise gab eine relativ große Gruppe (12%) der Befragten an, noch nicht über Nachhaltigkeitsmaßnahmen nachgedacht zu haben.

Es scheint, dass die Bereitstellung einfacher und intuitiver Lösungen sowie stärkerer Druck von der Kundenseite dazu beitragen können, die Akzeptanz von Nachhaltigkeitsmaßnahmen weiter zu erhöhen.

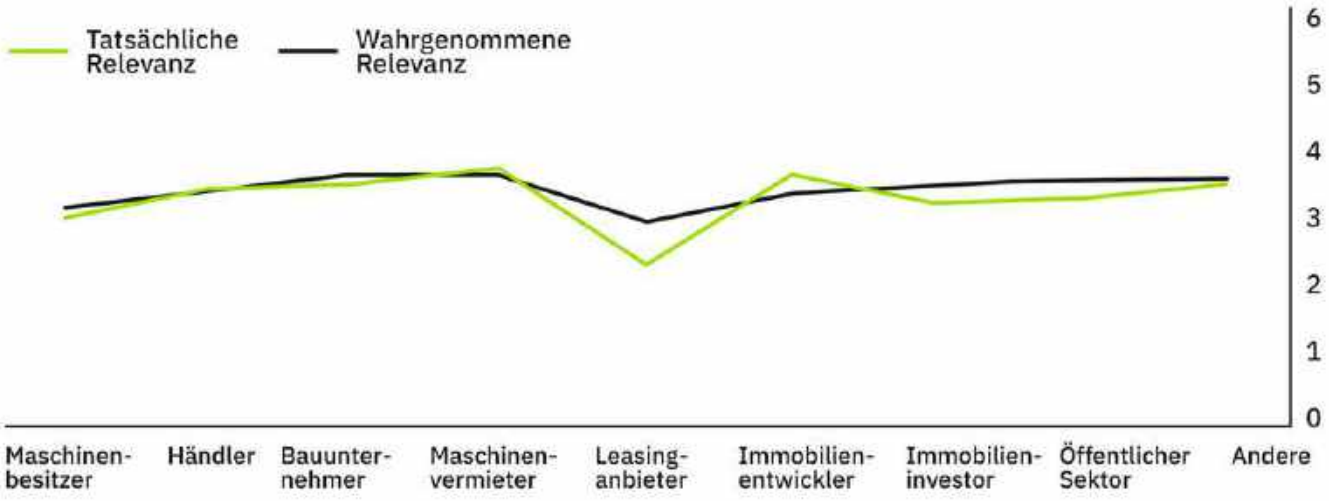
Unternehmen, die keine Nachhaltigkeitsmaßnahmen planen:
Was hält Sie davon ab, weitere Maßnahmen einzuführen?

Mehrfachauswahl erlaubt

In Sachen Nachhaltigkeit ist die Bauindustrie nah am Puls ihrer Kunden

Die befragten Firmen scheinen mit ihren Kunden im Hinblick auf die tatsächliche und wahrgenommene Relevanz von Nachhaltigkeitsthemen äußerst gut abgestimmt. Die folgende Grafik zeigt, wie Unternehmen die Bedeutung von Nachhaltigkeit für ihre Kunden wahrnehmen. Basierend auf Informationen über die typischen Kundengruppen der befragten Unternehmen wurde eine Darstellung der tatsächlichen und der wahrgenommenen Relevanz von Nachhaltigkeit erstellt. Die nur geringe Abweichung deutet darauf hin, dass sich die befragten Unternehmen eng mit ihren Kunden abstimmen. Dies bestätigt die Hypothese, dass Druck durch Kunden ein wesentlicher Faktor für die Einführung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen im Bauwesen ist.

Wie wichtig ist Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen und für Ihre Kunden?



7-stufige Likert-Skala: 0 (nicht relevant) bis 6 (sehr relevant)

Nachhaltigkeit ist insbesondere für australische Befragte entscheidend – osteuropäische Befragte sind zurückhaltender

Über alle Regionen hinweg schreiben die Befragten Nachhaltigkeit eine hohe Relevanz für ihr Unternehmen zu. Vor allem australische und nordamerikanische Unternehmen vergeben relativ hohe Einschätzungen. Westeuropäische und asiatische Umfrageteilnehmer bewerten Nachhaltigkeit ebenfalls als sehr relevant für ihr Geschäft, allerdings mit etwas niedrigeren Relevanzwerten. Osteuropäische Firmen sind hingegen eher zurückhaltend in ihrer Einschätzung.

Wie wichtig ist Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen?

Südamerika und Afrika aufgrund unzureichender Daten nicht inkludiert
7-stufige Likert-Skala: 0 (nicht relevant) bis 6 (sehr relevant)

Größere Firmen tendieren eher zur Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen

Plant Ihr Unternehmen (weitere) Nachhaltigkeitspraktiken in den täglichen Betrieb einzuführen?

x-Achse=Jahresumsatz des Unternehmens

Über alle Unternehmensgrößen hinweg plant ein signifikanter Anteil der Firmen bereits die Einführung weiterer Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den Betriebsalltag. Zudem scheint ein ebenfalls substanzieller Teil der Unternehmen noch unentschlossen zu sein, während sich nur wenige aktiv gegen weitere Maßnahmen entschieden haben. Größere Unternehmen weisen hinsichtlich nachhaltiger Praktiken eine gefestigtere Perspektive auf als kleinere Firmen, da der Anteil unentschlossener Firmen mit der Unternehmensgröße abnimmt.

Die Baubranche nutzt aktiv Softwarelösungen, um die Implementierung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu erleichtern

Implementierung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen

Im folgenden Abschnitt wird die Verfügbarkeit unterstützender Angebote und Lösungen zur Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen in der Bauindustrie betrachtet. In diesem Kontext wird auch die Bedeutung klarer und strukturierter Planungsprozesse sowie Softwarelösungen beleuchtet. Abschließend werden Vorteile und bestehende Hemmnisse bei der Verwendung unterstützender Lösungen untersucht.

Zu den wesentlichen Erkenntnissen dieses Abschnitts zählen:

- Die Befragten zeigen Bewusstsein für die Verfügbarkeit unterstützender Leistungen und Lösungen (z. B. Software) für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen

- Unternehmen fragen dabei insbesondere Lösungen nach, die die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen beschleunigen und erleichtern

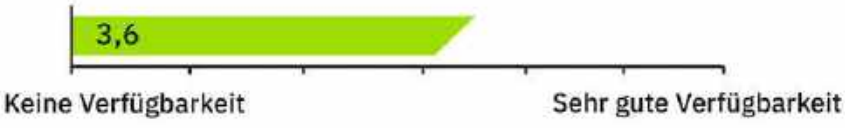
- Zudem betonen Unternehmen mit Erfahrung bei der Implementierung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen die Bedeutung eines strukturierten Planungsprozesses bei der Umsetzung

- Unternehmen greifen auf ein breites ‚Toolkit' zurück, um Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu implementieren – dabei gilt Software als wesentliches Element. Gleichzeitig herrscht bei Unternehmen ohne Erfahrung in der Umsetzung von Nachhaltigkeitspraktiken noch eine gewisse Unsicherheit in Bezug auf die Nutzung von Softwarelösungen

- Diese (teilweise) Zurückhaltung bei der Nutzung neuer Softwarelösungen lässt sich insbesondere auf Befürchtungen im Hinblick auf eine potentiell komplexe oder zeitaufwendige Software-Implementierung zurückführen – einfach bedienbare Tools, stärkere Anreize für Firmen und Druck von der Nachfrageseite erscheinen daher als entscheidende Wegbereiter für eine zunehmend beschleunigte Einführung von Nachhaltigkeitsinstrumenten

Die Befragten schätzen die Verfügbarkeit von Unterstützungsangeboten für Nachhaltigkeitsmaßnahmen als ausreichend ein

Wie nimmt Ihr Unternehmen die Verfügbarkeit von Angeboten wahr, die die Umsetzung von Maßnahmen zur Nachhaltigkeit unterstützen?



7-stufige Likert-Skala: 0 (keine Verfügbarkeit) bis 6 (sehr gute Verfügbarkeit)

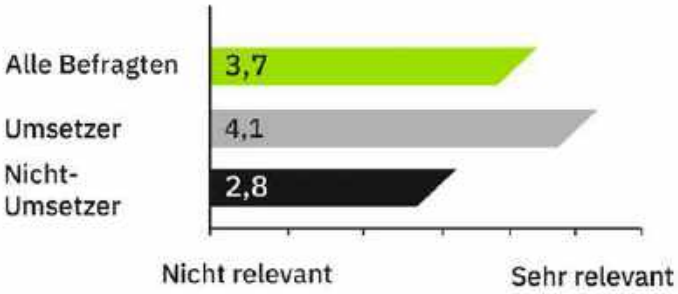
Mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3,6 stufen die Befragten die Verfügbarkeit von Unterstützungsangeboten insgesamt als gut ein.

Unternehmen, die bereits Nachhaltigkeitsmaßnahmen implementiert haben, betonen die Bedeutung strukturierter Planungsprozesse

Die Befragten betonen die Relevanz strukturierter Planungsprozesse bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Ein noch klareres Bild zeichnet sich ab, wenn nur Unternehmen betrachtet werden, die bereits Nachhaltigkeitsmaßnahmen umsetzen (‚Umsetzer'). Diese Unternehmen weisen überwiegend sehr hohe Relevanzwerte (Ø 4,1) zu – mehr als 35% der Befragten halten eine strukturierte Planung für sehr wichtig (Relevanz-Score 6).

Unternehmen ohne implementierte Nachhaltigkeitsmaßnahmen(‚Nicht-Umsetzer'), weisen strukturierten Prozessen dagegen eine eher geringe Relevanz zu (Ø 2,8) zu.

Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen ein strukturierter Planungsprozess bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen?

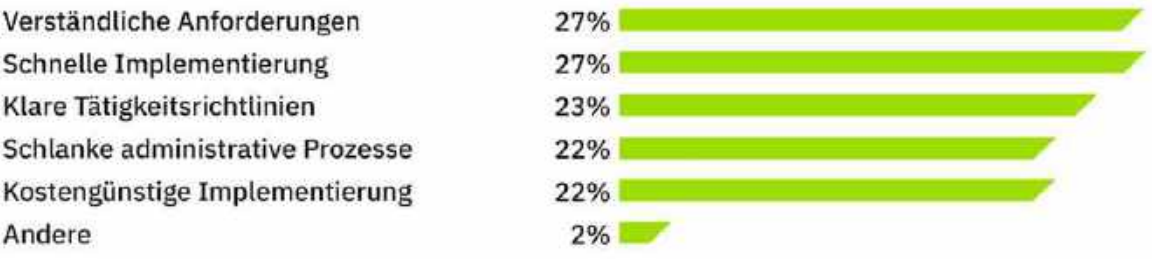


7-stufige Likert-Skala:
0 (nicht relevant) bis 6 (sehr relevant)

Unternehmen fragen Lösungen zur schnelleren und einfacheren Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen nach

Unternehmen benötigen insbesondere beim Verständnis der Anforderungen nachhaltiger Maßnahmen und bei deren beschleunigter Umsetzung Unterstützung (jeweils 27%). Darüber hinaus greifen Unternehmen auf externe Angebote zurück, um die Prozesstransparenz zu erhöhen (23%) und Komplexität sowie Kosten zu reduzieren (je 22%). Dies deckt sich mit der Erkenntnis, dass komplexe und zeitaufwendige Prozesse wesentliche Hindernisse bei der Umsetzung nachhaltiger Praktiken darstellen (Seite 16).

Welche Hilfestellung sollten Angebote zur Unterstützung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen bieten?



Mehrfachauswahl erlaubt

Jedes zweite Unternehmen mit Nachhaltigkeitsmaßnahmen nutzt Softwarelösungen um deren Umsetzung zu unterstützen

Softwarelösungen spielen oft eine wesentliche Rolle bei der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen. Rund 50% der Befragten geben an, dass ihr Unternehmen Softwarelösungen zur Unterstützung der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen einsetzt.

Nutzt Ihr Unternehmen Softwarelösungen um Nachhaltigkeitsziele zu erreichen?

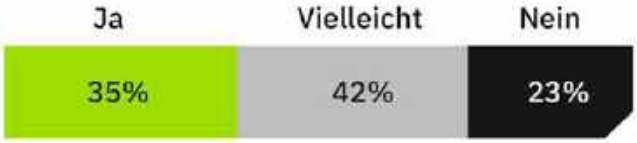
50% Ja

50% Nein

Zwei Drittel der Unternehmen ohne Nachhaltigkeitsmaßnahmen sind unsicher oder vermeiden ganz bewusst den Einsatz von Softwarelösungen

Ein Drittel der Unternehmen plant die Einführung von Softwarelösungen für Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Zwei Drittel sind jedoch entweder unsicher (42%) oder haben sich aktiv gegen den Einsatz von Softwarelösungen (23%) zur Umsetzung und Erreichung von Nachhaltigkeitszielen entschieden.

Plant Ihr Unternehmen die Einführung von Softwarelösungen zur Umsetzung und Erreichung von Nachhaltigkeitszielen?



Ein möglicher Grund für die hohe Unsicherheit kann eine mangelnde Benutzerfreundlichkeit bestehender Lösungen sein. So fordern die Befragten von Softwarelösungen einerseits Unterstützung, um Anforderungen nachhaltiger Maßnahmen besser zu verstehen sowie klare Verfahrensrichtlinien. Andererseits geben die Befragten an, dass die Implementierung entsprechender Software aus ihrer Sicht zu komplex und zeitaufwendig ist (Seite 22).

Softwareanwender haben eine höhere Zahlungsbereitschaft als Firmen, die noch keine Nachhaltigkeitssoftware einsetzen

Bei Betrachtung der Zahlungsbereitschaft und der tatsächlichen Ausgaben für Softwarelösungen zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen zeigt sich, dass Unternehmen, die bereits Software einsetzen, dieser einen höheren Wert beimessen als solche Firmen, die noch keine Software nutzen. Hierfür gibt es einige mögliche Erklärungen. Einerseits sind aktive Anwender bereits ‚Early Adopters' und daher im Allgemeinen eher bereit, für neue Lösungen zu zahlen. Andererseits haben aktive Softwareanwender bereits den Einführungsprozess durchlaufen und können nun ohne weitere Verzögerung von den Vorteilen profitieren. Zudem haben aktive Anwender in der Regel ein besseres Verständnis des Nutzens eingesetzter Lösungen und können damit ihre Zahlungsbereitschaft besser kalibrieren.

Wie viel haben Sie für eine Software, die Sie bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen unterstützt, bezahlt bzw. wären Sie bereit, dafür jährlich zu bezahlen?

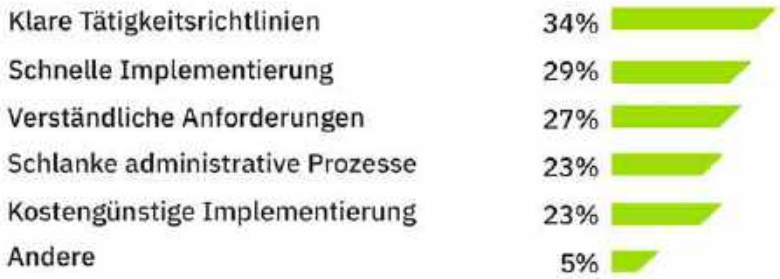
x-Achse=jährliche Zahlungsbereitschaft für Software

Unternehmen planen die Implementierung weiterer Softwarelösungen, um Transparenz hinsichtlich erforderlicher Maßnahmen zu erreichen

Firmen, die die Einführung von Softwarelösungen planen: Was motiviert Sie dazu weitere Lösungen einzuführen?

Mehrfachauswahl erlaubt

Firmen, die noch unentschlossen sind: Wie müsste eine Software Sie in Ihrem Nachhaltigkeitsplanungsprozess unterstützen, damit Ihr Unternehmen sie einführt?



Mehrfachauswahl erlaubt

Vordergründiges Ziel für die Einführung zusätzlicher oder neuer nachhaltigkeitsorientierter Softwarelösungen ist die Schaffung von Verständnis und Transparenz hinsichtlich der Anforderungen nachhaltiger Maßnahmen (41%). Darauf folgt die Relevanz für Kunden (31%), die Unterstützung einer beschleunigten Umsetzung und kommerzielle Anreize (jeweils 20%).

Dies deckt sich mit Ergebnissen auf Seite 16, wonach komplexe und zeitaufwendige Prozesse die größten Hemmnisse für die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen darstellen. Ebenfalls bestätigen die Ergebnisse auch die identifizierten Anforderungen an externe Lösungen im Allgemeinen (Seite 20).

Unternehmen, die noch unentschlossen sind, fordern insbesondere Lösungen mit klaren Handlungsempfehlungen bzw. Tätigkeitsrichtlinien und zur Beschleunigung der Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen

Kosten und Komplexität bei der Implementierung von Softwarelösungen werden als Hauptfaktoren genannt, die deren Einführung hemmen

Firmen, die keine Softwareimplementierung planen: Was hält Sie von der Einführung (weiterer) Softwarelösungen für den Planungsprozess von Nachhaltigkeitsmaßnahmen ab?

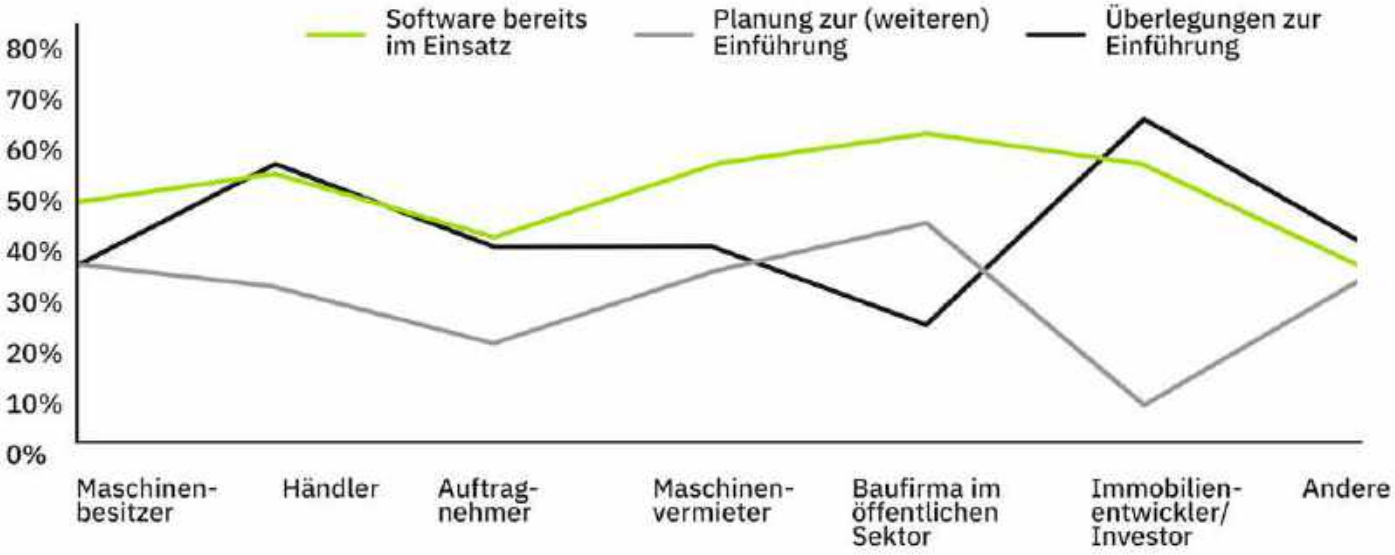
Mehrfachauswahl erlaubt

Unternehmen, die aktuell keine Einführung von Nachhaltigkeits-Software planen, nennen häufig komplexe und zeitaufwendige Implementierungsprozesse als wesentliche Hemmnisse (42%). Ebenfalls werden eine mangelnde Relevanz für die Kunden (23%) oder bisher fehlende Erwägungen (19%) als wesentliche Gründe genannt.

Unabhängig vom Unternehmenstyp nutzen die meisten Firmen bereits Softwarelösungen, um nachhaltige Maßnahmen zu implementieren

In den meisten Segmenten gibt knapp die Hälfte der Befragten an, bereits Softwarelösungen zu nutzen. Darüber hinaus plant ein substanzieller Teil der Unternehmen aktiv die Einführung (weiterer) Softwarelösungen oder erwägt diese zumindest. Entsprechend hoch ist auch der Anteil potenzieller Anwender. Dies unterstreicht die Tatsache, dass eine einfachere Implementierung sowie stärkere Anreize und Nachfragedruck entscheidende Treiber für eine weitere Beschleunigung bei der Einführung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen darstellen.

Hat Ihr Unternehmen schon einmal Softwarelösungen eingesetzt, um Nachhaltigkeitsziele umzusetzen und zu erreichen?



Unternehmen verwenden und kombinieren verschiedene Softwarelösungen

Die befragten Unternehmen nutzen eine Vielzahl unterschiedlicher Softwarelösungen, um die Implementierung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu unterstützen. Einerseits setzen viele Befragte dabei auf die Verwendung marktüblicher ERP-Lösungen, wie SAP, SAGE, Microsoft Dynamics und Greentree. Andererseits kommt häufig auch branchenspezifische Software zum Einsatz. Dazu gehören beispielsweise BIM-Tools (z. B. Autodesk Revit), Projektmanagement-Software (z. B. LetsBuild), Telematik-Software für Baumaschinen sowie intelligente Lösungen für Facility- und Instandhaltungsmanagement. In geringerem Umfang nutzen Unternehmen Software zur Berechnung von Treibhausgasemissionen. Neben den genannten On-Demand-Softwarelösungen setzen viele Firmen auch maßgeschneiderte Lösungen oder eine Kombination mehrerer Anwendungen ein, um ihren spezifischen Bedürfnissen gerecht zu werden.

Welche Art von Software hat Ihr Unternehmen genutzt um Nachhaltigkeitsziele zu erreichen?

Größere Unternehmen sind offener für Softwarelösungen zur Unterstützung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen

Eine Mehrheit der Befragten plant die Einführung von Softwarelösungen zur Erreichung von Nachhaltigkeitszielen oder ist zumindest offen dafür. Dabei zeigen insbesondere mittlere und größere Unternehmen die Bereitschaft, Softwarelösungen einzuführen (mehr als 40%). Zudem ist ein relativ großer Anteil der Unternehmen noch unentschlossen – nur wenige Unternehmen haben sich aktiv gegen die Einführung von Softwarelösungen entschlossen (zwischen 15% und 26%, je nach Unternehmensgröße). Ähnlich wie bei den Ergebnissen auf Seite 17 sind größere Firmen tendenziell weniger zurückhaltend bei der Einführung neuer Lösungen: 44% planen die Einführung neuer Software und nur 15% haben sich dagegen entschieden.

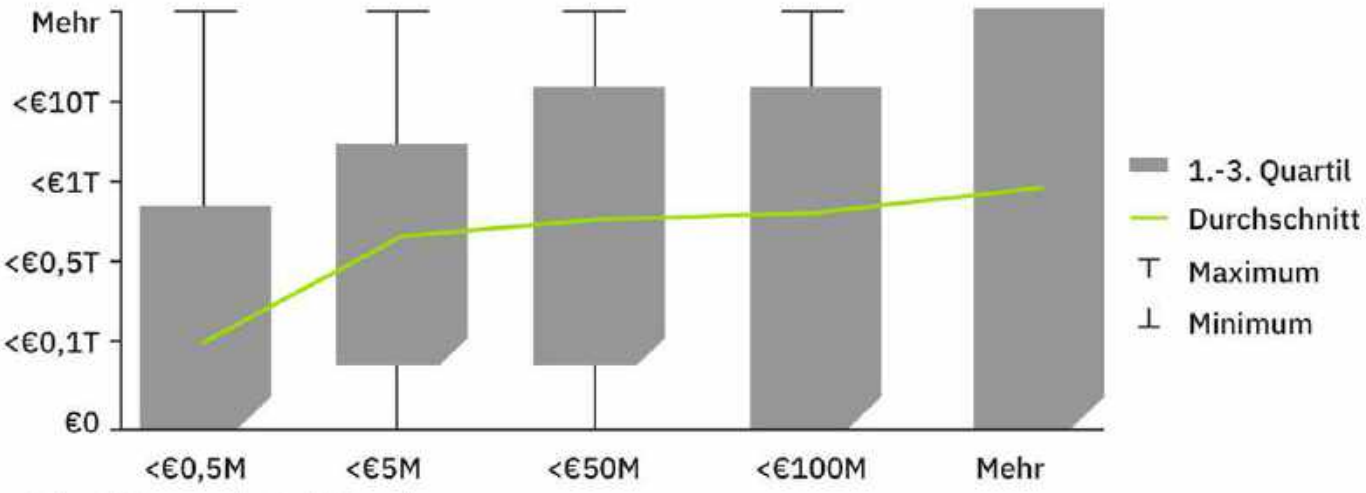
Plant Ihr Unternehmen die Einführung (weiterer) Softwarelösungen zur Umsetzung und Erreichung von Nachhaltigkeitszielen?

x-Achse=Jahresumsatz des Unternehmens

Größere Unternehmen sind eher bereit, für Softwarelösungen zur Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen zu bezahlen

Bei der Befragung der Baufachleute bezüglich der Zahlungsbereitschaft ihrer Unternehmen zeigt sich, dass große Unternehmen eine wesentlich höhere Zahlungsbereitschaft und -fähigkeit für die Einführung von Softwarelösungen zur Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen aufweisen.

Wie viel haben Sie für Ihre Nachhaltigkeitssoftware auf Jahresbasis bezahlt?



x-Achse=Jahresumsatz des Unternehmens

Zertifizierung von Nachhaltigkeitspraktiken

Jedes dritte Unternehmen verifiziert implementierte Nachhaltigkeitsmaßnahmen mithilfe von Zertifikaten

Zertifizierung von Nachhaltigkeitspraktiken

Mit der zunehmenden Einführung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen in der Baubranche wächst auch der Bedarf, diese unabhängig zu verifizieren. Nachhaltigkeitszertifizierungen können ein hilfreiches Mittel sein, um die firmeneigenen Bemühungen für umweltfreundlicheres Bauen zu überprüfen und zu kommunizieren.

Im folgenden Abschnitt werden die aktuelle und die geplante Nutzung von Nachhaltigkeitszertifikaten in der Bauindustrie untersucht. Zusätzlich werden wesentliche Motivatoren und Hindernisse hinsichtlich der Einleitung von Zertifizierungsprozessen identifiziert. Schließlich werden die Unterschiede zwischen Unternehmenstypen und -größen untersucht.

Zu den wesentlichen Erkenntnissen dieses Abschnitts zählen:

- Ein beträchtlicher Teil der Unternehmen wurde bereits für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen zertifiziert – gleichzeitig verzichten aber viele Firmen bewusst auf die Beantragung

- Mögliche Reputationseffekte sind wesentliche Treiber für die Entscheidung Zertifizierungsprozesse anzugehen

- Unternehmen, die sich nicht aktiv um Zertifikate bemühen oder die noch unentschlossen sind, betonen die Relevanz wirtschaftlicher Anreize und aktiver Nachfrage durch Kunden als zentrale Entscheidungsfaktoren

Jedes dritte Unternehmen hat bereits Nachhaltigkeitszertifikate erhalten

Hat Ihr Unternehmen jemals Nachhaltigkeitszertifizierungen für umweltfreundliche Maßnahmen erhalten?

30% der Firmen geben an, dass sie bereits externe Zertifizierungen für die Umsetzung nachhaltiger Firmenpraktiken erhalten haben.

30% Ja

70% Nein

Die meisten Firmen setzen auf international normierte ISO-Zertifikate

Welche Art von Zertifikat haben Sie erhalten?

Mehrfachauswahl erlaubt

Unter den Befragten zeichnet sich eine klare Tendenz zu ISO-14001-Zertifikaten ab. Fast 50% der zertifizierten Firmen haben eine ISO-14001-Zertifizierung erhalten. Die ISO Norm 14001 beschreibt einen weltweit anerkannten Standard für Umweltmanagementsysteme, d.h. wie Firmen ihre Umweltleistung verbessern können[1]. Ein Schlüsselelement der ISO 14001 ist der 4-stufige PDCA-Prozess (plan, do, check, act). Dieser verlangt, dass ein Unternehmen einen Prozess zur Planung (‚plan') von Nachhaltigkeitszielen und -maßnahmen sowie zur Ausführung (‚do') einrichtet. Weiterhin werden eine kontinuierliche Überprüfung der Umsetzung (‚check') und ggf. Nachbesserungen (‚act') gefordert. Die Norm stellt keine spezifischen Anforderungen an die Umweltleistung, sie konzentriert sich vielmehr auf die Implementierung solider Prozesse zur Verbesserung der Leistung.

1. Laut deutscher Umweltagentur

Mehr als 50% der Unternehmen planen oder erwägen, im nächsten Jahr ein Nachhaltigkeitszertifikat zu beantragen

Plant Ihr Unternehmen, in den nächsten 12 Monaten ein (weiteres) Nachhaltigkeitszertifikat zu beantragen?

Rund 14% der Unternehmen planen, innerhalb der nächsten 12 Monate eine Zertifizierung nachhaltiger Maßnahmen zu erreichen. Allerdings ist ein hoher Anteil der Unternehmen noch unentschlossen (40%). Darüber hinaus ziehen auch viele Unternehmen (46%) aktuell nicht in Betracht, in naher Zukunft neue Zertifizierungen zu beantragen.

Reputationseffekte sind der wesentliche Motivator für Nachhaltigkeitszertifizierungen

Mehrfachauswahl erlaubt

Die wesentliche Motivation, sich für Nachhaltigkeitszertifikate zu bewerben, unterscheidet sich zwischen Firmen, die eine Bewerbung planen, und solchen, die noch unentschlossen sind. Unternehmen, die sich um Zertifikate bewerben, sind hauptsächlich durch Reputationsvorteile motiviert (51%). In geringerem Ausmaß nennen sie auch regulatorische Anforderungen, erwartete positive Auswirkungen auf die Nachfrage und kommerzielle Vorteile als Gründe. Unentschlossene Unternehmen scheinen eine weniger klare Sicht auf die erwarteten Vorteile zu haben, wobei die meisten Faktoren relativ gleich bewertet werden. Dennoch betrachten die meisten unentschlossenen Unternehmen positive Auswirkungen auf die Kundennachfrage und die Kundenbeziehungen (beide 32%) sowie erwartete kommerzielle Vorteile (29%) als Hauptmotivatoren für die Beantragung von Zertifizierungen.

Komplexe und zeitaufwendige Prozesse sind die meistgenannten Gründe für einen Verzicht auf Zertifikate

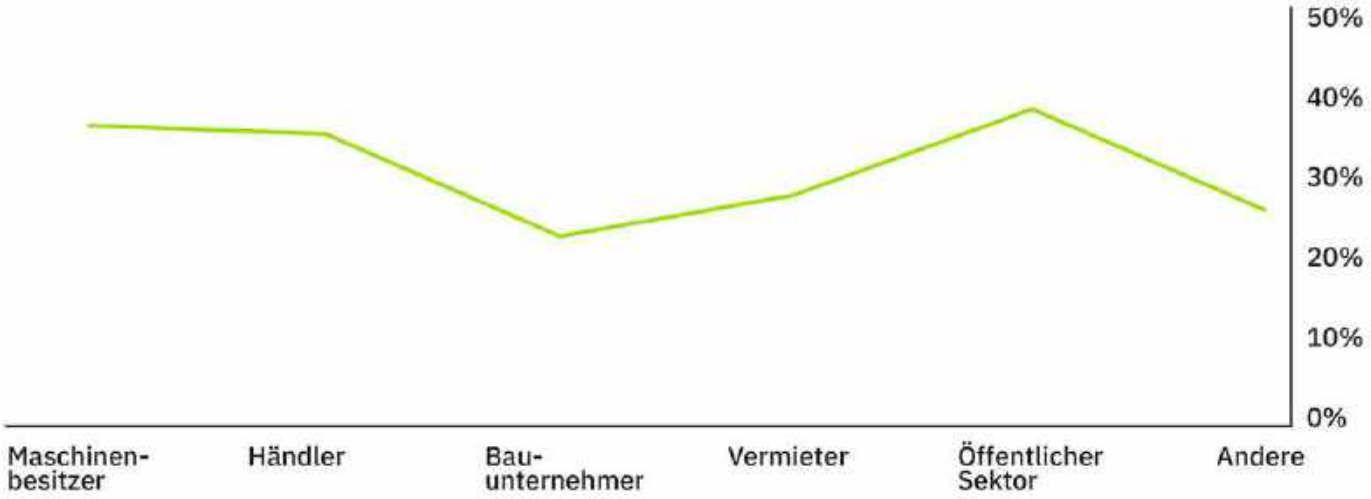
Mehrfachauswahl erlaubt

Der meistgenannte Grund auf die Zertifizierung nachhaltiger Maßnahmen zu verzichten ist die Vermeidung komplexer und zeitaufwendiger Prozesse (29%). Zudem fehle es an Relevanz für die Kunden (20%) – Kosten spielen hingegen eine eher untergeordnete Rolle.

Bauunternehmer und Vermieter haben Nachholbedarf bei der Erlangung von Nachhaltigkeitszertifikaten

Mehr als ein Drittel der Baumaschinenbesitzer (34%), Baumaschinenhändler (33%) und der Baugesellschaften im öffentlichen Sektor (36%) hat bereits Zertifikate erhalten. Im Gegensatz dazu haben Bauunternehmer (21%) und Maschinenvermieter (26%) eher seltener erfolgreich Zertifikate erhalten.

Hat Ihr Unternehmen jemals Nachhaltigkeitszertifizierungen für umweltfreundliche Praktiken erhalten?



Größere Firmen bewerben sich eher um Nachhaltigkeitszertifikate

Da erwartungsgemäß Kosten und Komplexität wesentliche Hemmnisse für Unternehmen sind, sich um Nachhaltigkeitszertifikate zu bewerben, bewerben sich eher größere – potenziell organisatorisch leistungsfähigere – Unternehmen. Vor allem kleine Unternehmen sehen in der Regel von einer Bewerbung ab. Abgesehen von sehr kleinen Unternehmen mit einem Umsatz von < 0,5 Mio. EUR sind die meisten Unternehmen noch unentschlossen, ob sie sich in naher Zukunft für eine Nachhaltigkeitszertifizierung bewerben wollen.

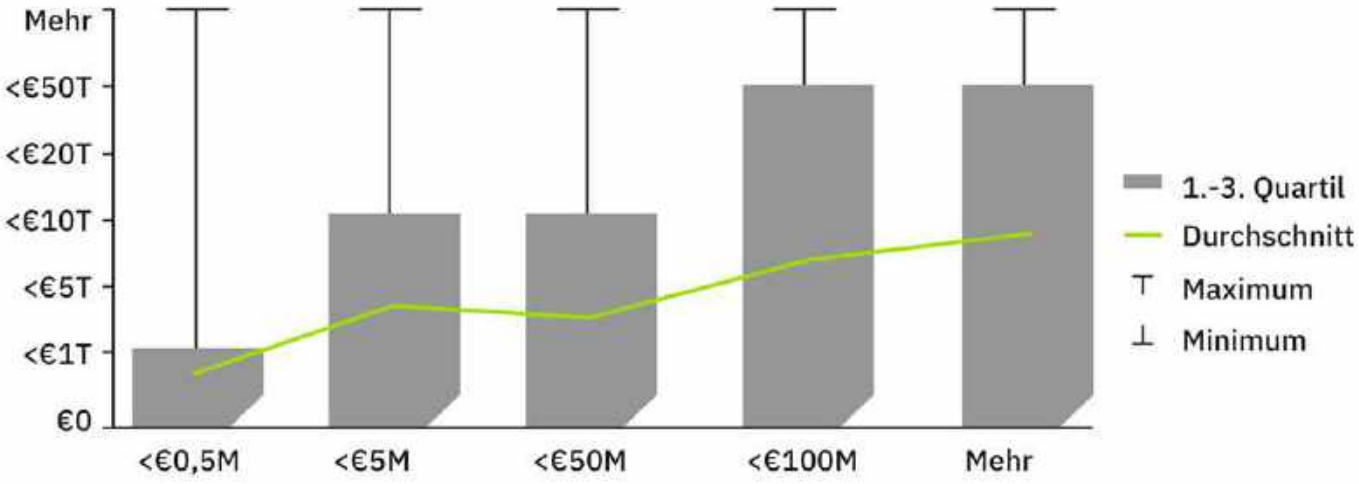
Plant Ihr Unternehmen, in den nächsten 12 Monaten eine (weitere) Nachhaltigkeitszertifizierung zu beantragen?

x-Achse=Jahresumsatz des Unternehmens

Größere Baufirmen zeigen eine höhere Bereitschaft, in Nachhaltigkeitszertifizierungen zu investieren

Die Befragung von Unternehmen zur Zahlungsbereitschaft für die unabhängige Verifizierung ihrer Nachhaltigkeitsbemühungen zeigt eine wesentlich höhere Zahlungsbereitschaft und -fähigkeit größerer Unternehmen.

Wie viel wäre Ihr Unternehmen bereit jährlich zu investieren um die firmeneigenen Nachhaltigkeitsbemühungen zu zertifizieren?



x-Achse=Jahresumsatz des Unternehmens

Reputationseffekte und wirtschafliche Anreize motivieren Unternehmen zur Kompensation von Emissionen

Kompensation von Emissionen

Mit steigenden Anforderungen durch nationale und internationale Regulierungsbehörden, beispielsweise hinsichtlich verpflichtender Handelssysteme für Emissionszertifikate in Branchen wie der Luftfahrt und dem Energiesektor, gewinnt auch die freiwillige Kompensation von Emissionen in bisher weniger regulierten Branchen an Bedeutung. Die Kompensation von Emissionen bezeichnet dabei die Durchführung von Maßnahmen um nicht vermeidbare Emissionen auszugleichen. Zumeist arbeiten Firmen dabei mit externen Anbietern zusammen, die Umweltschutzprojekte planen und durchführen. Die Verursacher von Emissionen leisten dabei häufig Zahlungen, die zur Finanzierung nachhaltiger Projekte genutzt werden.

Im folgenden Abschnitt werden die gegenwärtigen Bemühungen der Baubranche betrachtet, CO2-Emissionen zu kompensieren. Weiterhin wird die Motivation zur CO2-Kompensation und bestehende Hemmnisse beleuchtet. Schließlich werden auch Unterschiede zwischen den Bemühungen zur CO2-Kompensation diverser Unternehmenstypen und -größen untersucht.

- Etwa jedes vierte Unternehmen in der Bauindustrie hat bereits Anstrengungen unternommen, eigene CO2-Emissionen (zumindest teilweise) zu kompensieren

- Fast zwei Drittel der Unternehmen geben an, innerhalb der nächsten 5 Jahre ihre CO2-Emissionen zu kompensieren oder dies in Erwägung zu ziehen

- Bei der Einleitung von Kompensationsmaßnahmen sind Firmen hauptsächlich durch Reputation und kommerzielle Vorteile motiviert

- Ein substanzieller Teil der Unternehmen (42%) plant hingegen keine Maßnahmen zur Kompensation von Emissionen mangels wahrgenommener Relevanz für den eigenen spezifischen Kundenstamm

Bereits heute hat jedes vierte Unternehmen Anstrengungen unternommen, CO2-Emissionen zu kompensieren

25% der Befragten geben an, aktiv CO2-Emissionen zu kompensieren, um den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens zu reduzieren.

25% Ja

75% Nein

Fast 60% der Unternehmen planen aktiv die Kompensation von CO2-Emissionen in naher Zukunft oder ziehen diese zumindest in Erwägung

Plant Ihr Unternehmen in den nächsten 5 Jahren einen (weiteren) aktiven Ausgleich der CO2- Emissionen?

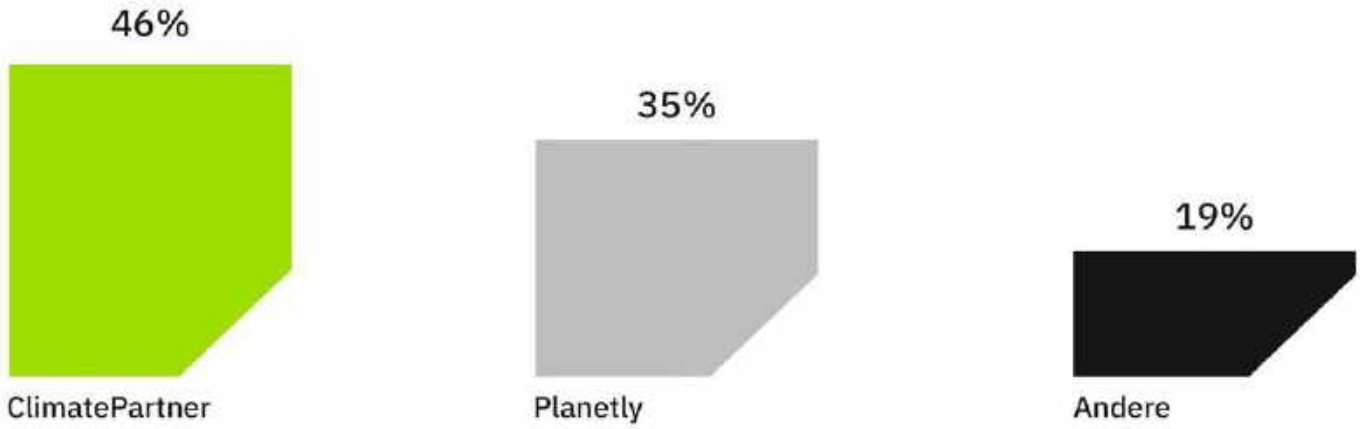
Jedes fünfte Unternehmen (18%) gibt an, in den nächsten 5 Jahren aktiv CO2- Emissionen ausgleichen zu wollen. Weitere 40% der Befragten ziehen dies ebenfalls in Erwägung, sind allerdings noch unentschlossen.

Gleichzeitig gibt ein substanzieller Teil der Befragten (42%) an, keinen Ausgleich für CO2-Emissionen vornehmen zu wollen.

ClimatePartner ist der meistgenutzte Anbieter von Kompensationsleistungen in der Branche

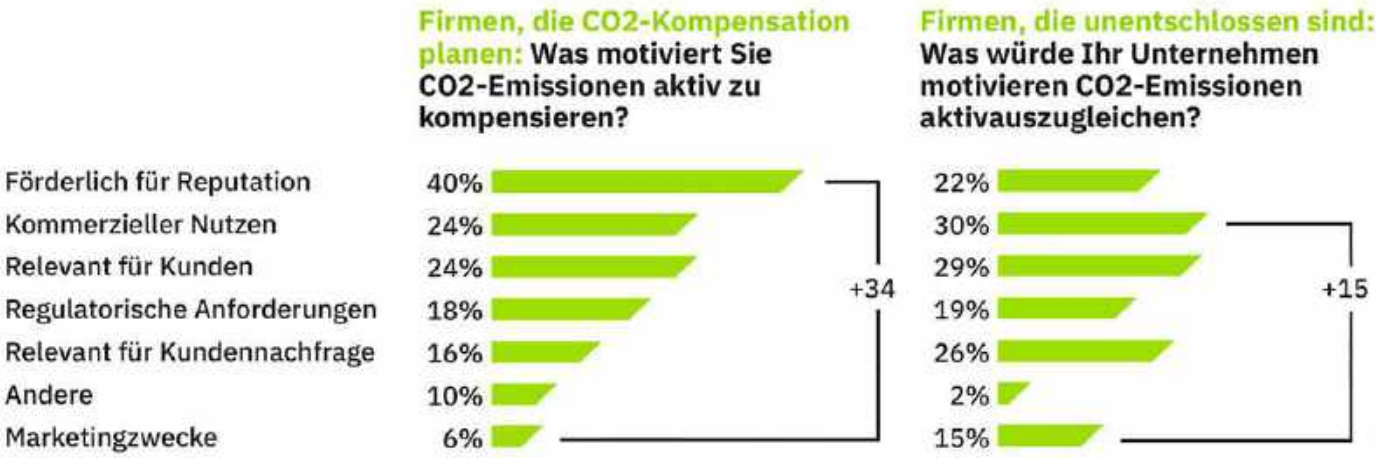
Von allen Unternehmen, die bereits aktiv CO2-Emissionen kompensieren, arbeitet fast jedes zweite mit ClimatePartner als Kompensationsanbieter zusammen. Darüber hinaus geben etwa 35% der Befragten Planetly als Partner zur Erreichung der Kompensationsziele an. Die verbleibenden 19% nennen weitere Anbieter (häufig lokal) sowie eigene Initiativen oder konnten keinen expliziten Anbieter nennen.

Mit welchem Kompensationsanbieter haben Sie zusammengearbeitet?



Andere umfasst nicht explizit genannte Kompensationsanbieter, eigene Kompensationsprojekte der Befragten und lokale Anbieter

Reputationseffekte und wirtschafliche Anreize motivieren Unternehmen zur Kompensation von Emissionen



Mehrfachauswahl erlaubt

In Übereinstimmung mit allgemeineren Ergebnissen zu Nachhaltigkeitspraktiken (Seite 15) unterscheidet sich die Motivation zur Kompensation von CO2-Emissionen zwischen Unternehmen, die bereits aktiv Maßnahmen planen, und solchen, die noch unentschlossen sind. Reputationsvorteile sind der Hauptmotivator (40%) für Firmen, die bereits aktiv kompensieren. Mit großem Abstand folgt darauf die Erwartung kommerzieller Vorteile und die Relevanz für die Kunden (jeweils 24%).

Unternehmen, die aktive Maßnahmen zum Ausgleich von CO2-Emissionen planen, weisen eine klare Perspektive hinsichtlich ihrer wesentlichen Entscheidungskriterien auf. Der Unterschied zwischen dem am wenigsten genannten (Marketingzwecke) und dem meistgenannten Motivationsfaktor (Reputationsvorteile) beträgt 34 Prozentpunkte. Im Gegensatz dazu messen unentschlossene Firmen den meisten Faktoren eine vergleichsweise ähnliche Bedeutung zu (mit einer Spanne von nur 15 Prozentpunkten zwischen dem am wenigsten und dem meistgenannten Faktor).

Mangels Nachfrage verzichten jedoch auch viele Unternehmen auf die Kompensation von Emissionen

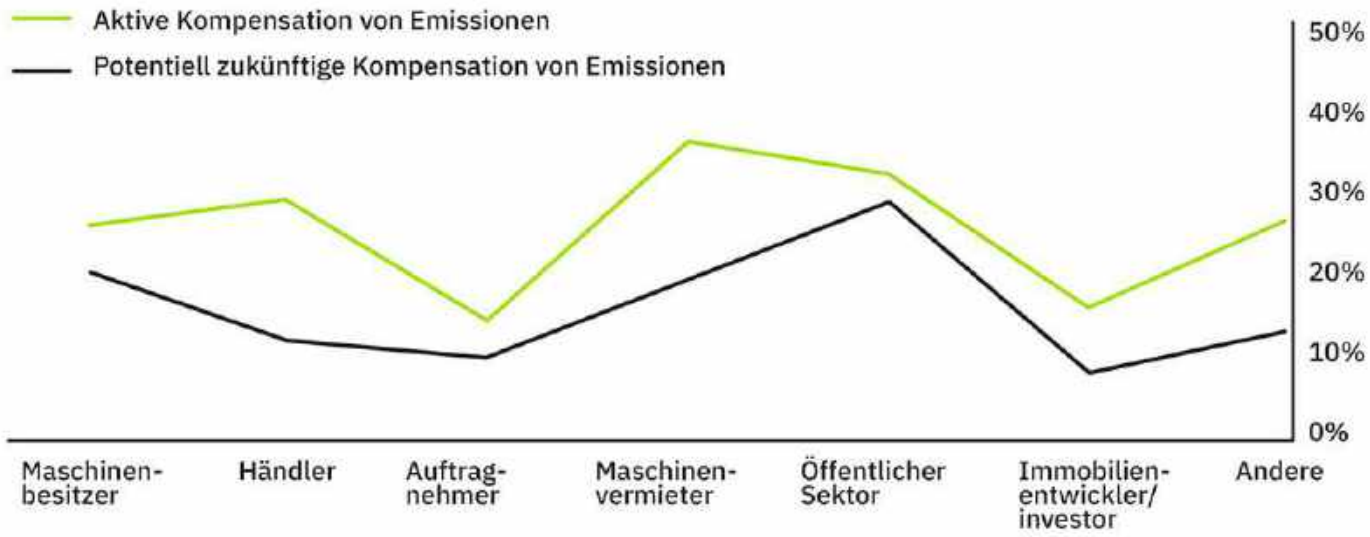
Ein wahrgenommener Mangel an Relevanz für die Kunden wird als Hauptgrund (26%) angegeben, von der Kompensation von Emissionen abzusehen. Weitere Faktoren, die Unternehmen von einer CO2-Kompensation abhalten, sind insbesondere begrenzte Marketingeffekte (15%) und geringe kommerzielle Vorteile (14%). Weitere 14% der Befragten haben eine CO2-Kompensation noch nicht in Betracht gezogen.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Kunden ein wesentlicher Treiber für eine Stärkung nachhaltiger Maßnahmen sind.

Firmen, die keine CO2-Kompensation planen:
Was hält Sie davon ab, den CO2-Ausstoß (weiter) aktiv zu kompensieren?

Mehrfachauswahl erlaubt

Vermieter von Baumaschinen und Firmen im öffentlichen Sektor tendieren am stärksten zur aktiven Kompensation von CO2-Emissionen



Bei der Betrachtung der Verbreitung von CO2-Kompensation nach Unternehmenstypen zeigt sich eine erhebliche Divergenz zwischen den Befragten. Kompensationsaktivitäten werden bereits vermehrt von Vermietungsunternehmen (36%), Firmen im öffentlichen Sektor (32%) und Baumaschinenhändlern (29%) umgesetzt. Im Gegensatz dazu haben weniger als 20% der Bauunternehmer sowie Immobilienentwickler und -investoren Kompensationsaktivitäten durchgeführt.

Die bestehende Bereitschaft zur Kompensation von Emissionen steht in engem Zusammenhang mit dem Anteil der Firmen, die auch zukünftig planen, CO2-Emissionen zu kompensieren. So beabsichtigen 29% der Unternehmen im öffentlichen Sektor und 19% der Vermieter, CO2-Emissionen in den nächsten 5 Jahren zu kompensieren. Demgegenüber stehen lediglich 11% der Bauunternehmen und 9% der Immobilienentwickler und -investoren.

Größere Firmen sind eher bereit, CO2-Emissionen freiwillig auszugleichen – viele Befragte sind noch unentschlossen

Über alle Unternehmensgrößen hinweg plant oder erwägt mehr als die Hälfte der Befragten, zukünftig Maßnahmen zur CO2-Kompensation zu ergreifen. Es wird deutlich, dass vor allem bei kleinen und mittleren Unternehmen (<€5M und <€50M) noch eine große Unsicherheit in diesem Zusammenhang besteht – knapp jedes zweite Unternehmen ist unentschlossen.
Größere Unternehmen tendieren eher dazu Kompensationsleistungen aktiv zu planen.

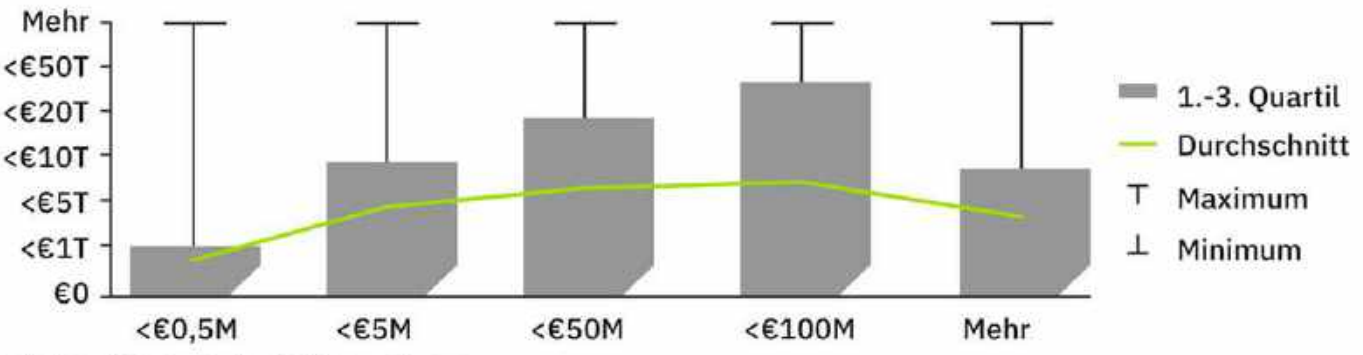
Plant Ihr Unternehmen in den nächsten 5 Jahren den aktiven Ausgleich von CO2-Emissionen?

x-Achse=Jahresumsatz des Unternehmens

Exkurs: Mittelständische Unternehmen investieren am ehesten in die Kompensation von Emissionen ihrer Baumaschinenflotte

Die spezifische Betrachtung von Baumaschinenflotten als Verursacher von Emissionen zeigt unterschiedliche Ansichten in Bezug auf die Zahlungsbereitschaft für Emissionsausgleich. Über alle Firmengrößen hinweg ist etwa die Hälfte aller Firmen nicht bereit, für die Kompensation von Flottenemissionen zu zahlen. Insbesondere bei den sehr kleinen sowie sehr großen Unternehmen (<€0,5M und >€100M Umsatz) sind mehr als 50% nicht bereit, Maßnahmen zu ergreifen. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass nur relativ wenige der kleinen Firmen eigene Baumaschinen besitzen. Gleichzeitig tendieren große Firmen eher dazu, umfangreiche Flotten zu betreiben, was wiederum hohe Kosten für die Kompensation der Emissionen implizieren würde. Besonders mittelständische Firmen mit einem Umsatz zwischen €50M und €100M jährlich sind am ehesten dazu bereit, Geld in die Kompensation von CO2-Emissionen zu investieren.

Was wäre Ihr Unternehmen bereit jährlich zu investieren, um eine 100% CO2-neutrale Flotte zu erreichen?



x-Achse=Jahresumsatz des Unternehmens

Fazit

Die Nachhaltigkeitsdiskussion hat inzwischen nahezu alle Bereiche von Wirtschaft und Gesellschaft erreicht. Dementsprechend beschäftigt Nachhaltigkeit auch zunehmend Entscheidungsträger in der Bauindustrie. Die Mehrheit der befragten Unternehmen setzt bereits aktiv nachhaltige Maßnahmen um und plant, diese Anstrengungen zu vertiefen.

Doch jeder Wandel geht auch mit Unsicherheit einher. Viele Firmen sind noch unentschlossen, ob und wie sie neue Maßnahmen ergreifen sollen. Andere sind unsicher, welche Angebote und Lösungen die Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie unterstützen können. In diesem Zusammenhang haben sich drei zentrale Erkenntnisse herauskristallisiert, die an verschiedenen Stellen der vorliegenden globalen Studie bestätigt werden.

1. Bauprofis auf allen Kontinenten betonen die Relevanz nachhaltigen Handelns und übernehmen Verantwortung. Mehr als zwei Drittel der Unternehmen haben bereits Nachhaltigkeitsinitiativen in ihrem Geschäft implementiert.

2. Unternehmen unterscheiden sich insbesondere hinsichtlich zweier wesentlicher und eng zusammenhängender Dimensionen – und zwar anhand des bereits erreichten Fortschritts bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitspraktiken und der Motivation ihrer Entscheidungen:

- Unternehmen, die bereits nachhaltige Maßnahmen und damit einhergehende Lösungen implementiert haben, zeigen eine klare Perspektive hinsichtlich der Motivation ihrer Entscheidung. Diese Firmen sind hauptsächlich durch die Aussicht auf eine Stärkung ihrer Reputation motiviert – kommerzielle Überlegungen spielen eine bedeutende, jedoch zweitrangige Rolle.

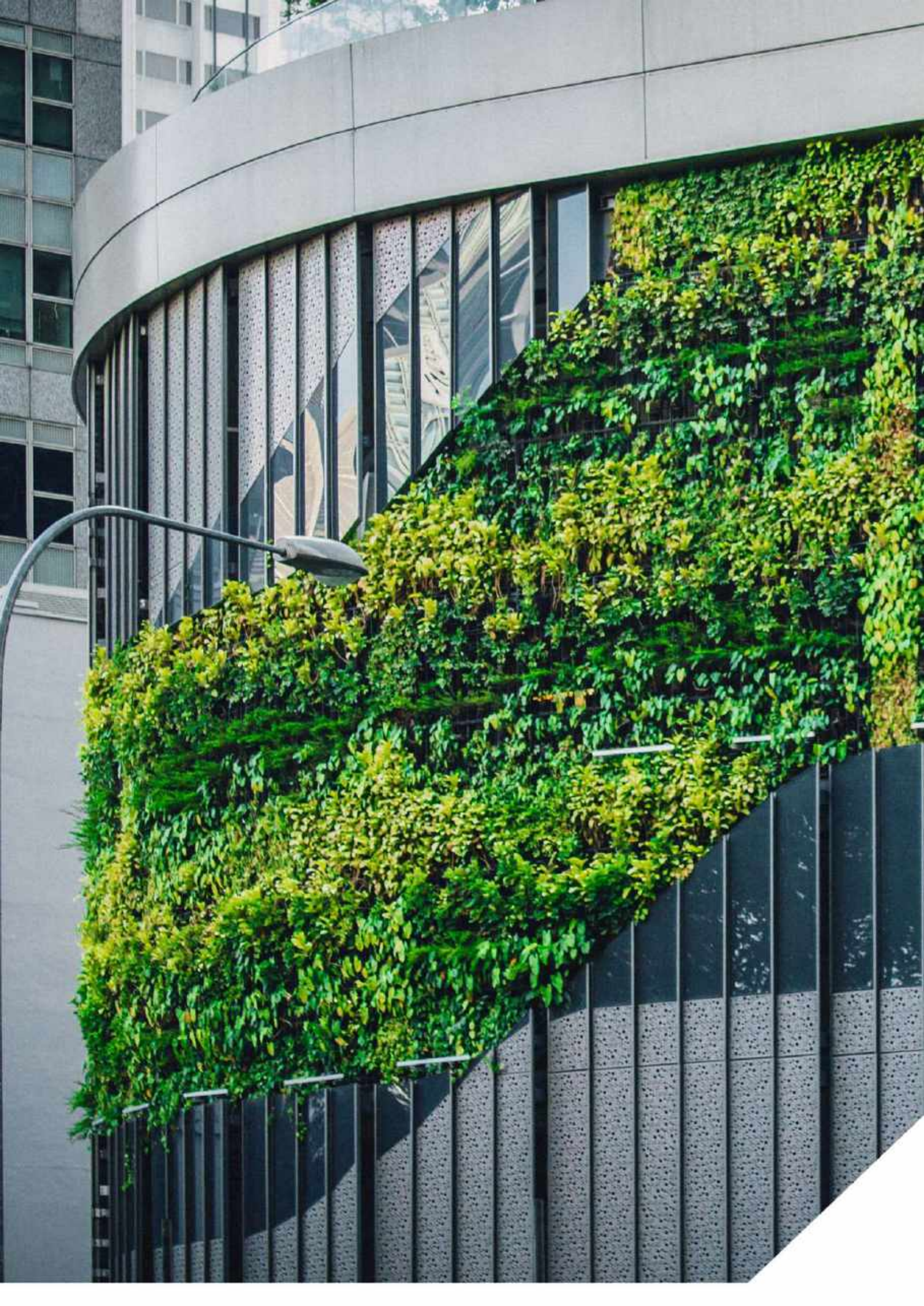
- Unternehmen, die noch unentschlossen sind im Hinblick auf die Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten, berücksichtigen hingegen bei ihrer Entscheidung vor allem wirtschaftliche Ziele und die Nachfrage von der Kundenseite.

- Unternehmen, die nicht bereit sind, aktiv Maßnahmen zu ergreifen, befürchten insbesondere die damit verbundene Komplexität und den Aufwand. Gleichzeitig nehmen sie innerhalb ihrer spezifischen Kundenbasis kaum Nachfrage nach nachhaltigen Maßnahmen wahr.

3. Über alle Teilsegmente der Bauindustrie hinweg orientieren sich Unternehmen besonders eng an ihren Kunden. Die Befragten zeigen eine gut abgestimmte Einschätzung hinsichtlich der wahrgenommenen und tatsächlichen Bedeutung von Nachhaltigkeit im geschäftlichen Kontext. Größere Firmen stehen nachhaltigen Maßnahmen dabei tendenziell offener gegenüber.

Zukünftig könnte insbesondere die zunehmende Verfügbarkeit von intuitiv bedienbaren Softwarelösungen die effektive Planung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen erleichtern.
Zudem wird aktiver Druck der Kunden auch in Zukunft ein kritischer Faktor für die Umsetzung weiterer Maßnahmen in der Bauindustrie sein.

Anbieter von Nachhaltigkeitslösungen, beispielsweise Software-Start-ups, Kompensationsdienstleister und Zertifizierungsstellen, können die Bauindustrie mit intuitiven und effektiven Lösungen auf dem Weg in eine grünere Zukunft unterstützen.



Copyright © 2021 Flexcavo. Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Publikation darf ohne vorherige schriftliche Zustimmung von Flexcavo in irgendeiner Form kopiert oder weiterverteilt werden.

FLEXCAVO

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Werden Sie zum Vorreiter für Nachhaltigkeit im Bausektor

Egal, ob kleine Werkzeuge oder große Bagger – gemeinsam mit Ihnen **optimieren** wir den **Einsatz von Baumaschinen** entlang des gesamten Lebenszyklus, von Beschaffung über Verwaltung bis hin zum Betrieb.

Mit unserer intelligenten Flottenmanagement-Software kann Ihr Unternehmen die Auslastung und den Kraftstoffverbrauch des Maschinenparks optimieren. Und falls Sie zusätzliche Maschinen benötigen, können Sie diese über unsere **Online-Mietplattform** ganz einfach und **100 % CO2-neutral** mieten.

Über uns

Flexcavo ist ein Berliner Technologie-Start-Up in der Bauindustrie und entwickelt digitale Infrastruktur für **intelligentes Bauen**. Wir arbeiten an einem Ökosystem, das **Software und Maschinen kombiniert** und als zentrales Betriebsystem für moderne Bauunternehmen dient.

Unsere Kunden profitieren von fortschrittlichen Lösungen für das Management von Baumaschinen mit einer **einfach zu bedienenden Softwareplattform** für die digitale und intelligente **Vernetzung von Baumaschinen** und –systemen.

Sparen Sie Kosten bei Ihren Baumaschinen

Unserer Software- und Telematiklösungen unterstützen Besitzer und Betreiber von Baumaschinen, die **Kosten ihrer Maschinen** über den **gesamten Lebenszyklus** hinweg zu optimieren. Wir helfen dabei Kraftstoffverbrauch, Wartungskosten, Diebstahl und Verwaltungsaufwand zu senken.

Mithilfe moderner Technologie unterstützen wir Ihr **Flottenmanagement**, z. B. durch die digitale Verschreibung von Maschinen, einen digitalen Zwilling Ihrer Maschinenflotte und viele weitere spannende Funktionen.

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

Bei Fragen oder Anregungen,
melden Sie sich gerne bei

Dr. Alexander Wallot
Leiter Geschäftsentwicklung, Flexcavo GmbH
sustainability@flexcavo.de

Jetzt scannen!

Sind Sie an einer individuellen Umfrage interessiert?

LECTURA
it's good to know

Wie kann eine Umfrage Ihrem Unternehmen helfen?

Wann immer Sie Ihr Unternehmen verbessern und ausbauen möchten kann die Durchführung einer Umfrage hilfreich sein. Es gibt zwar viele Forschungsmethoden oder -strategien um das Verhalten Ihrer Kunden zu verstehen, doch am einfachsten ist es direkt zu fragen. Wenn Sie die Perspektiven und Bedürfnisse Ihrer Kunden verstehen, erhalten Sie wichtige Informationen über zukünftige Entwicklungen und können so die Prioritäten Ihres Unternehmens festlegen. Darüber hinaus hilft die kontinuierliche Kommunikation mit Ihren Kunden und das Interesse an deren Bedürfnissen ihre Loyalität aufrechtzuerhalten.

Wie können wir Sie unterstützen?

Dank der hohen Reichweite von LECTURA kann Ihre Umfrage Hunderttausende von Branchenexperten erreichen – Ihre potenziellen Kunden. Mehr als 900.000 Branchenexperten nutzen jeden Monat unserem Einkaufsführer LECTURA Specs für die Recherche zu Maschinen und Zubehör. Dazu beteiligen sie sich aktiv an unseren Umfragen mit einem Engagement etwa 4%, was etwa 800 täglichen Antworten entspricht. Damit konnten wir unseren Kunden bereits aussagekräftige Umfragen mit Zehntausenden von Antworten zu den Themen Telematik, Equipment as a Service, Ersatzteil- oder Gerätebewertung bereitstellen.

Wie arbeiten wir zusammen?

Als Erstes besprechen wir die Ziele Ihrer Recherche – für wen, warum, welche Informationen möchten Sie mit Ihrer Umfrage erhalten, etc. Anschließend werden die Fragen erstellt und auf den Webseiten platziert. Nachdem genügend Daten gesammelt wurden, können diese ausgewertet werden. Ganz nach Ihren Bedürfnissen, können Sie die Analyse selbst durchführen (wir können Ihnen die Rohdaten im .xls-, .sav- oder csv-Format zur Verfügung stellen) oder die Analyse LECTURA Surveys überlassen und einen umfassenden Ergebnisbericht erhalten. Mehr zu LECTURA-Umfragen: https://www.lectura.de/surveys/.

Kontaktieren Sie uns gerne für weitere Details zu Ihrer Umfrage.

Bei Fragen oder Anregungen,
melden Sie sich gerne bei

Darja Kočárová
Analystin Marktforschung bei LECTURA
survey@lectura.de

Jetzt scannen!