

PRESSEINFORMATION

München, 18. September 2019

Handeln fällt schwer

Studie belegt sehr großes Nachhaltigkeitsbewusstsein in Unternehmen

Stell Dir vor, es ist Klimakrise, und niemand tut etwas. Erderwärmung, Eisschmelze, CO₂-Ausstoß: Kein Tag vergeht, in dem wir nicht über die klimatischen Veränderungen auf der Erde informiert werden. Das Thema ist längst in unseren Köpfen angekommen. Doch danach zu leben, fällt uns (noch) schwer. Das belegt eine aktuelle Studie der Münchener Markenberatung DIETRICH IDENTITY zum Thema „Relevanz von Nachhaltigkeit in Unternehmen“.

Keine Modeerscheinung

Nachhaltigkeit ist ein großes Thema in deutschen Unternehmen! Fast 100 Prozent der Befragten gaben an, dass ihnen der bewusste Umgang mit der Umwelt im beruflichen Umfeld sehr wichtig sei. Immerhin noch 72 Prozent der Teilnehmer stimmten zu, dass Nachhaltigkeit Kern der Unternehmensstrategie werden und in den Werten des Unternehmens bzw. im Leitbild verankert werden sollte (80 Prozent) und damit Sache der Geschäftsleitung sei. Über zwei Drittel der Teilnehmer sind sich ebenfalls einig, dass es keine Modeerscheinung ist.

Umsetzung fällt oft schwer

Doch tatsächlich gelebt und umgesetzt wird Nachhaltigkeit, laut Umfrageergebnis, nur in etwa der Hälfte der befragten Unternehmen. Die Befragten achten, laut ihrer Aussagen, vor allem darauf, Material zu sparen, weniger Strom zu verbrauchen und in ihrer Work-Life-Balance zu bleiben. Wer sich über das Umweltbewusstsein seines eigenen Unternehmens und oder künftiger Arbeitgeber informieren will, schaut im Internet nach oder holt sich die Infos in persönlichen Gesprächen.

TOP-Thema: Ressourcen-Schonung

Aber was bedeutet für die Studienteilnehmer überhaupt Nachhaltigkeit? Über 90 Prozent der Befragten gaben an, darunter die Schonung der Ressourcen zu verstehen. Auch Umweltschutz, Nutzung nachhaltiger Technologien, umweltfreundliche Produktionsprozesse, Vermeidung von Lebensmittelverschwendung, weniger Schadstoffe, Sparen von Strom, Wasser und Mehrweg- und Wiederverwendungssysteme tauchen auf.

Die komplette Studie senden wir Ihnen gerne zu. Schreiben Sie eine Mail an presse@dietrichid.com.

DIETRICH IDENTITY befragte 110 Berufstätige aller Altersgruppen und Branchen aus Fach- und Führungspositionen. Darunter sind Mitarbeiter von Konzernen genauso wie Angestellte von KMU und Sozialeinrichtungen.

Kontakt:

Dietrich Identity GmbH

Fridolin Dietrich

Hofmannstr. 25-27

81379 München

t | +49 89 5527188 - 0

f | +49 89 5527188 - 20

e | presse@dietrichid.com

w| www.dietrichid.com

Dietrich Identity ist die werte-orientierte Identitäts- und Markenberatung im deutschsprachigen Raum. Seit 16 Jahren gestalten sie mit Leidenschaft Differenzierung, Image, Bekanntheit, Stolz und Wir-Gefühl von Unternehmen. Auf Basis von echten Werten. Mit einer eigenen Methodik betreut Dietrich Identity MDax und TecDax Unternehmen, Deutschlands Hidden Champions, kommunale Unternehmen sowie Verbände und Stiftungen. 2005 wurde Fridolin Dietrich von der Europäischen Union als Experte für Markenführung und Corporate Identity berufen.