

IBM Studie: Nachhaltigkeit zählt zu den obersten Prioritäten von CEOs, aber fehlende Erkenntnisse aus Daten behindern den Fortschritt

- **48 % der befragten CEOs geben an, dass eine Verbesserung der Nachhaltigkeit zu den obersten Prioritäten zählt - 37 % mehr als 2021**
- **44 % nennen fehlende Erkenntnisse aus Daten und mehr als ein Drittel (35 %) technologische Hürden als zentrale Herausforderungen beim Erreichen ihrer Nachhaltigkeitsziele**
- **Nur 23 % der Befragten implementieren Nachhaltigkeitsstrategien im gesamten Unternehmen.**

ARMONK, N.Y., 10. Mai 2022 – Eine neue Studie des IBM (NYSE: [IBM](#)) Institute for Business Value (IBV)* zeigt, dass Nachhaltigkeit in Unternehmen immer wichtiger wird, und CEOs erkennen Nachhaltigkeit als geschäftliche Notwendigkeit und Wachstumstreiber an. Doch da CEOs immer mehr Druck von Vorständen und Investoren ausgesetzt sind, behindern fehlende zuverlässige Erkenntnisse aus Daten ihre Handlungsfähigkeit.

Aus der jährlichen CEO-Studie von IBM, [Own your impact: Practical pathways to transformational sustainability](#) (Übernehmen Sie Verantwortung: Praktische Wege zu transformativer Nachhaltigkeit), in deren Rahmen mehr als 3.000 CEOs weltweit befragt wurden, ging hervor, dass fast die Hälfte der Befragten Nachhaltigkeit als eine der obersten Prioritäten für ihr Unternehmen einstufen – ein Anstieg von 37 % gegenüber 2021. Mehr als die Hälfte (51 %) nennen Nachhaltigkeit auch als eine ihrer größten Herausforderungen in den nächsten zwei bis drei Jahren, aufgrund von fehlenden Erkenntnissen aus Daten, unklarem ROI und technologischen Hürden. Und während 95 % der CEOs berichten, dass sie sich zumindest in der Pilotphase der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie befinden, geben knapp unter einem Viertel (23 %) an, dass sie ihre Nachhaltigkeitsstrategie im gesamten Unternehmen umsetzen.

„CEOs übernehmen Führungsverantwortung in einer der komplexesten Umgebungen aller Zeiten, die von Krieg, Inflation, Talentknappheit und der COVID-19-Pandemie geprägt ist“, so John Granger, Senior Vice President, IBM Consulting. „Trotz dieser Herausforderungen nehmen sie nicht den Fuß vom Gas, wenn es um Nachhaltigkeit geht, und immer mehr zählen Nachhaltigkeit jetzt zu ihren obersten Prioritäten. Dennoch erkennen viele noch nicht die Ausmaße, inwieweit Daten und Technologie die Lücke zwischen Strategie und Auswirkung schließen können.“

Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Studie:

CEOs geben an, dass Nachhaltigkeit für sie wichtiger wird, und glauben, dass sie dazu beitragen kann, die Geschäftsleistung zu steigern

- Fast die Hälfte (48 %) der CEOs sagen, dass die Verbesserung der Nachhaltigkeit eine der obersten Prioritäten für ihr Unternehmen in den nächsten zwei bis drei Jahren ist – im Jahr [2021](#) waren es noch etwa ein Drittel.
- Fast 70 % der befragten CEOs geben an, dass sie direkt an der Definition der Nachhaltigkeitsstrategie ihres Unternehmens beteiligt sind.
- Über 80 % der CEOs glauben, dass die Investitionen ihres Unternehmens in Nachhaltigkeit in den nächsten fünf Jahren zu

besseren Geschäftsergebnissen führen werden. Fast die Hälfte der CEOs (45 %) glauben, dass Nachhaltigkeit das Unternehmenswachstum beschleunigen wird.

Der Druck von Stakeholdern nimmt stetig zu, aber fehlende Erkenntnisse aus Daten und technologische Hürden stehen im Weg

- Mehr als die Hälfte (51 %) der befragten CEOs nennen Nachhaltigkeit als eine ihrer größten Herausforderungen in den nächsten zwei bis drei Jahren, gegenüber 32 % im Jahr 2021, vor Regulierung (50 %), Cyberrisiko (45 %), Technologieinfrastruktur (41 %) und Unterbrechung der Lieferkette (38 %).
- CEOs geben an, den größten Druck von Vorstandsmitgliedern (72 %) zu erhalten, gefolgt von Investoren (57 %), Ökosystempartnern (49 %), Regierungsbehörden (49 %) und Regierung (46 %).
- Fast 60 % der Befragten geben unklaren ROI und unklare wirtschaftliche Vorteile als eine große Herausforderung für das Erreichen von Nachhaltigkeitszielen an, gefolgt von fehlenden Erkenntnissen aus Daten (44 %) und regulatorischen Hürden (43 %).
- 35 % der Befragten identifizieren auch technologische Hürden für die Umsetzung von Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen.

CEOs setzen Worte in die Tat um, integrieren jedoch Nachhaltigkeitsstrategien nicht im gesamten Unternehmen

- Die Befragten geben an, dass sich Investitionen des CEO in Nachhaltigkeit in Prozent des Ertrags in den letzten fünf Jahren mehr als verdoppelt haben.
- Fast zwei Drittel (64 %) sind zuversichtlich, dass sie ihre Nachhaltigkeitsziele erreichen werden. Nur 20 % der befragten CEOs glauben, dass die von der Regierung für ihre Branche angekündigten Nachhaltigkeitsziele nicht erreicht werden können.
- Während 95 % der CEOs berichten, dass sie sich zumindest in der Pilotphase der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie befinden, geben nur ein Viertel (23 %) an, dass sie ihre Nachhaltigkeitsstrategien im gesamten Unternehmen umsetzen.

Die vollständige Studie finden Sie unter <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/c-suite-study/ceo>

***Methodik**

Das IBM Institute for Business Value befragte 3.000 CEOs von 43 Standorten und aus 28 Branchen im Rahmen der 25. Ausgabe der IBM C-Suite Study. Diese Gespräche konzentrierten sich auf die Ansichten der Teilnehmer zu Führungsverantwortung, geschäftlichen Verantwortlichkeiten und Erwartungen sowie Nachhaltigkeit, einschließlich Trends, Herausforderungen, getroffener Maßnahmen, Chancen und Zukunftsvisionen. Die Studie wurde 2021 in Zusammenarbeit mit Oxford Economics durchgeführt und mit den jährlichen CEO-Umfragen von IBM aus mehr als 20 Jahren verglichen.

Informationen zum IBM Institute for Business Value

Seit zwei Jahrzehnten ist das IBM Institute for Business Value als Thought-Leadership Think Tank für IBM tätig. Was uns inspiriert, sind forschungsbasierte, technologiegestützte strategische Erkenntnisse, die Führungskräften helfen, intelligenter zu

Geschäftsentscheidungen zu treffen. Aus unserer einzigartigen Position an der Schnittstelle von Wirtschaft, Technologie und Gesellschaft befragen wir jedes Jahr Tausende von Führungskräften, Verbrauchern und Experten, sprechen und interagieren mit ihnen, um ihre Ansichten in glaubwürdige, inspirierende und umsetzbare Erkenntnisse umzusetzen. Melden Sie sich für den E-Mail-Newsletter von IBV unter ibm.com/ibv an, um in Verbindung und informiert zu bleiben. Folgen Sie uns auch unter @IBMIBV auf Twitter oder finden Sie uns in LinkedIn unter <https://ibm.co/ibv-linkedin>

Medienkontakt

Barbara Jax

IBM Unternehmenskommunikation

e-mail: barbara.jax@at.ibm.com

Additional assets available online:  [Photos](#) 

https://de.newsroom.ibm.com/2022-05-10-IBM-Studie-Nachhaltigkeit-zahlt-zu-den-obersten-Prioritaeten-von-CEOs,-aber-fehlende-Erkenntnisse-aus-Daten-behindern-den-Fortschritt?utm_medium=OSocial&utm_source=Twitter&utm_content=TKS3D&utm_id=COMMS&social_post=6962208479&linkId=164791270