

# ERGEBNISSE DES NACHHALTIGKEITSMONITORS A<sup>3</sup> HIGHLIGHTS 2024-2025



## ÜBER DAS PROJEKT UND DIE UMFRAGE

# WAS IST DER NACHHALTIGKEITSMONITOR?

Wie intensiv engagieren sich Unternehmen und Organisationen in der Region Augsburg in Aufgabenstellungen rund um Nachhaltigkeit? In einem bislang einzigartigen Vorhaben wird dieser Frage nachgegangen. Die Regio Augsburg Wirtschaft GmbH arbeitet daher seit Frühjahr 2023 gemeinsam mit der Technischen Hochschule Augsburg an einem regionalen Nachhaltigkeitsmonitoring. Gefördert wird das Projekt vom Bayerischen Staatsministerium der Finanzen und für Heimat.

Befragungsdaten sollen Auskunft darüber geben, wo die Region Augsburg bislang gut - und wo vielleicht auch weniger gut - aufgestellt ist. Aus den jährlichen Resultaten werden im nächsten Schritt der Analyse weiterführende Handlungsempfehlungen für die Region und ihre Akteure abgeleitet, bspw. auf der Basis von Stärken-Schwächen-Analysen.

# ZIELE DES PROJEKTS

- ↗ Erkenntnisse, **in welchen Nachhaltigkeits-Bereichen** die Organisationen der A<sup>3</sup>-Region **Maßnahmen** umsetzen und **warum ggf. (noch) nicht**
- ↗ Ableiten von **Handlungsempfehlungen** und möglichen Unterstützungsangeboten, um den regionalen Organisationen ihren Weg hin zu mehr Nachhaltigkeit zu erleichtern
- ↗ Stärkung des positiven **Images des Großraums Augsburg** als nachhaltiger und für Fachkräfte attraktiver Wirtschaftsstandort
- ↗ Untersuchung im **Zeitreihenvergleich**, mit welcher Dynamik die Nachhaltigkeitstransformation in der Region voranschreitet
- ↗ Sammlung von **Good-Practice Beispielen**



# DATEN & METHODIK

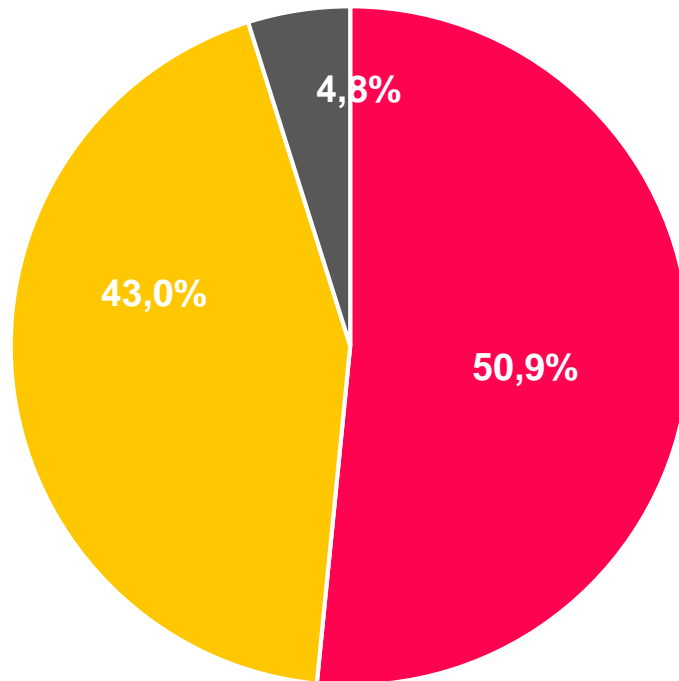
- ↗ Anonyme Online-Befragung von sämtlichen Organisationen aus der A<sup>3</sup>-Region
- ↗ Akquise von teilnehmenden Organisationen hauptsächlich durch Mailings der Regio Augsburg Wirtschaft GmbH
- ↗ Ausgewählte Stichprobe umfasst **165** verwertbare Datensätze
- ↗ Fragebogen basiert auf allgemein anerkannten Rahmenwerken zu unternehmerischer Nachhaltigkeit und wurde von mehreren Nachhaltigkeitsexperten validiert
- ↗ Hauptsächlich Abfrage, ob gewisse Maßnahmen zur Steigerung der eigenen Nachhaltigkeit umgesetzt werden und wenn nein, warum (noch) nicht
- ↗ Berechnung eines Nachhaltigkeits-Scores auf Basis der Antworten -> Möglichkeit der statistischen Analyse, welche Faktoren zu mehr Nachhaltigkeit führen



# SITZ DER ORGANISATION

„Stadt“: Stadt Augsburg

„Land“: Lkr. Augsburg und Aichach-Friedberg sowie angrenzende Lkr.

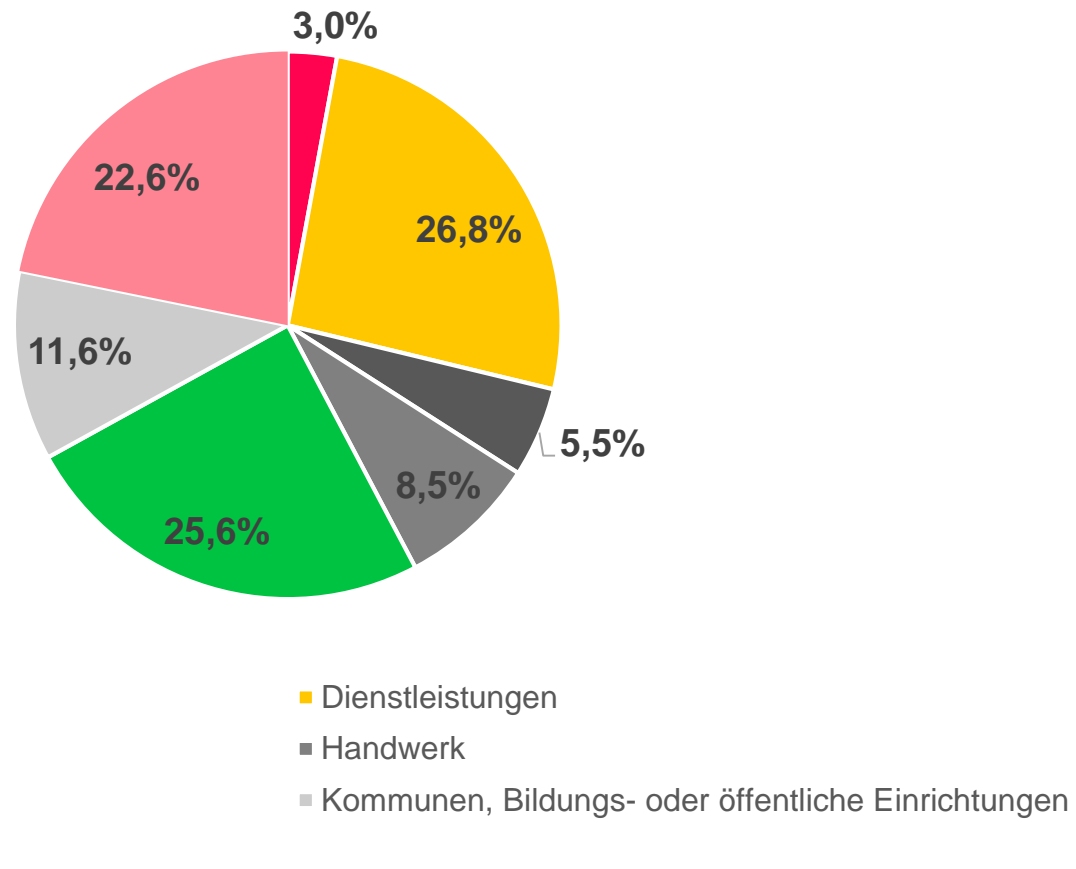


■ Stadt ■ Land ■ Sonstiges

## „Sonstiges“

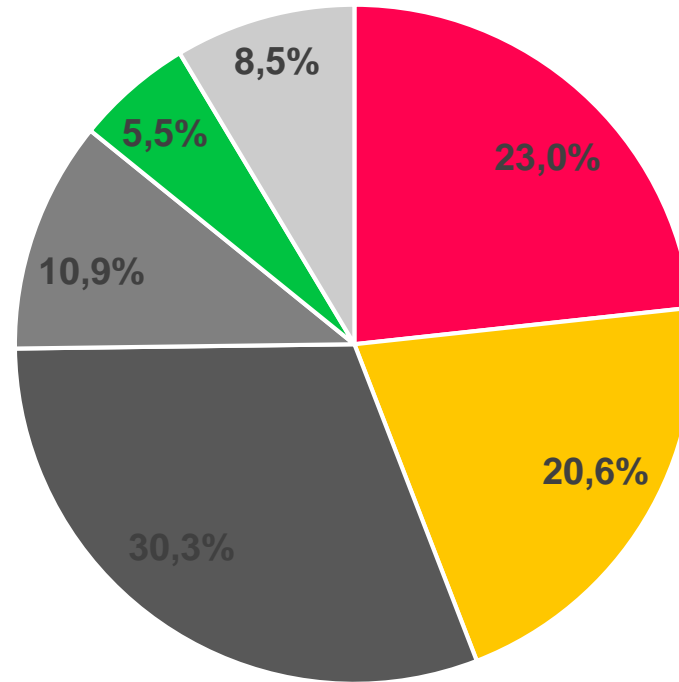
↗ Bei den Fällen „Sonstiges“ handelt es sich um Postleitzahlen, die nicht mehr in das Einzugsgebiet der A3-Region gehören, aber an diese angrenzen und aus diesem Grund mit in die Auswertung aufgenommen wurden.

# BRANCHE



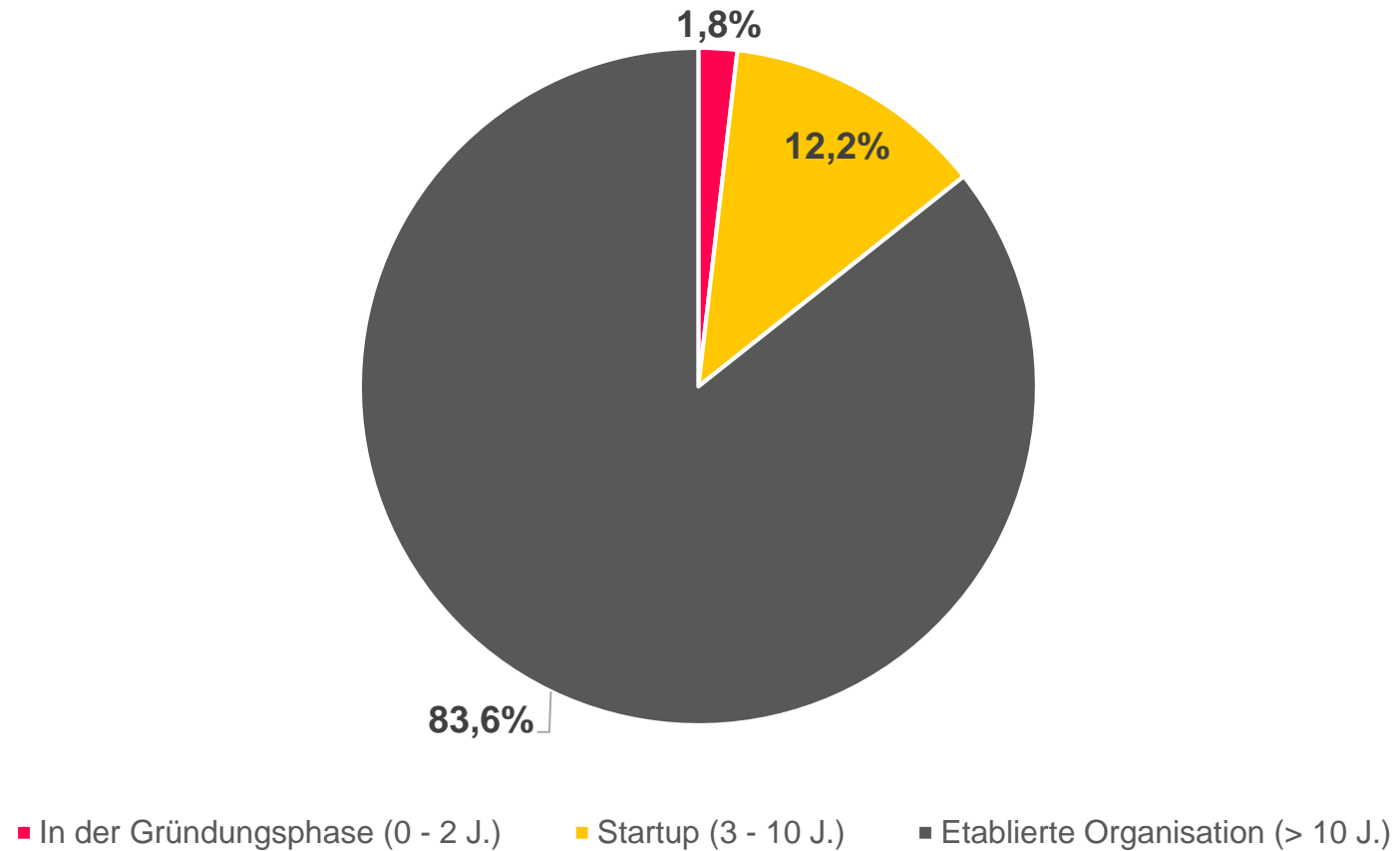


# ANZAHL AN MITARBEITENDEN



■ Höchstens 10 ■ 11 bis 50 ■ 51 bis 250 ■ 251 bis 500 ■ 501 bis 1000 ■ Über 1000

# ALTER DER ORGANISATION



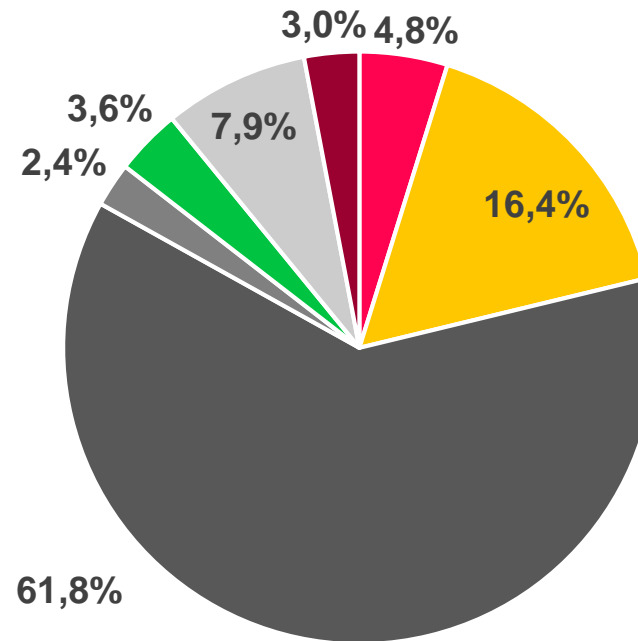
# HÖHE DES GESCHÄFTSVOLUMENS

„Geschäftsvolumen“ meint:

- ↗ ...im Normalfall (bei 84,9 % der Organisationen): **Umsatz**
- ↗ ...bei Banken/ Kreditinstituten (bei 2,6 % der Organisationen): **Bruttozins- und Provisionserträge**
- ↗ ...bei Behörden o.ä. (bei 12,5 % der Organisationen): **Haushaltsvolumen** (Verwaltungs- und Vermögenshaushalt)

**Das Geschäftsvolumen betrug im Median 12,25 Mio. €**

# ART DER ORGANISATION

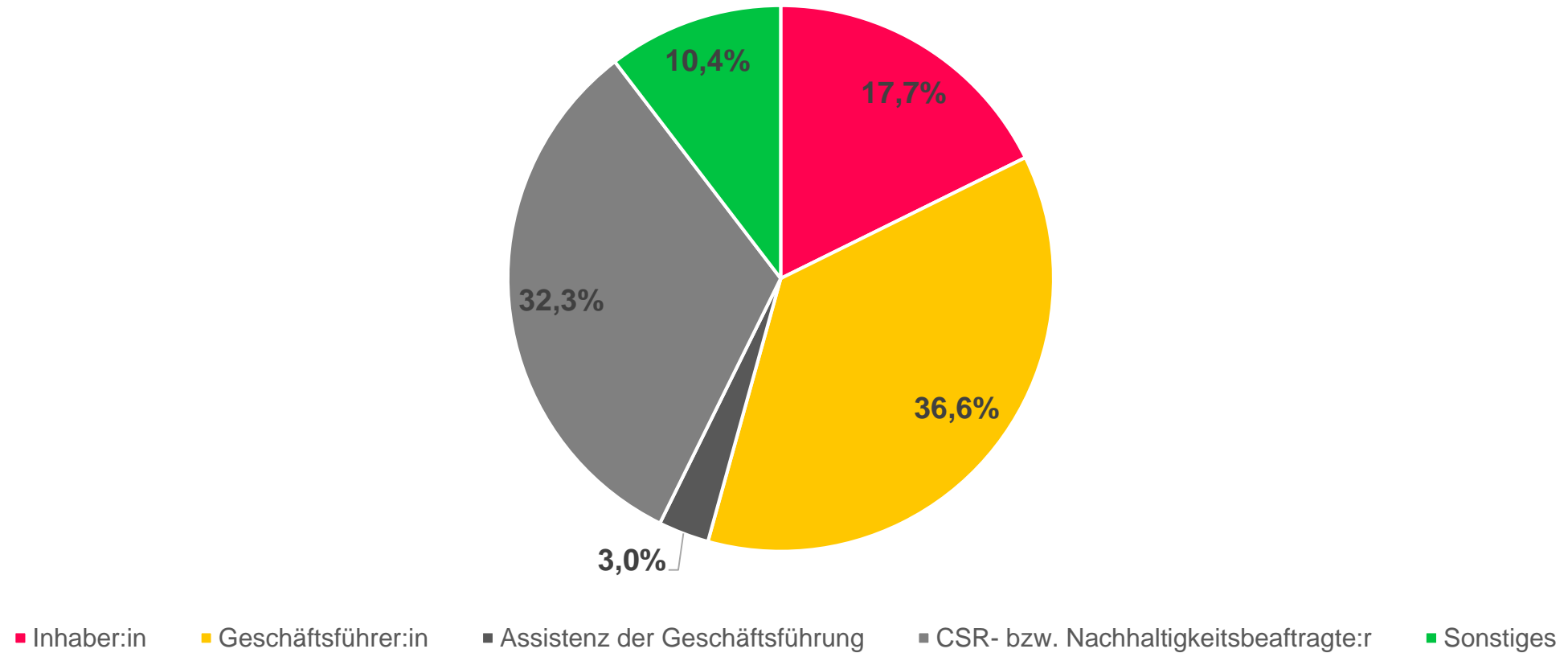


- Einzelunternehmung
- Genossenschaft
- Keine Angabe

- Personengesellschaft
- Verein

- Kapitalgesellschaft
- Körperschaft des öffentlichen Rechts

# POSITION DES TEILNEHMERS



# DURCHSCHNITTLICHER TEILNEHMER

## Ein durchschnittlicher Teilnehmer ist...

- ↗ ein Geschäftsführer
- ↗ eines 1991 als Kapitalgesellschaft gegründeten
- ↗ Dienstleistungsunternehmens
- ↗ aus der Stadt Augsburg
- ↗ mit 63 Mitarbeitenden
- ↗ und einem Jahresumsatz von 12,25 Mio. €.

**HIGHLIGHTS AUS DER DIMENSION UNTERNEHMENSFÜHRUNG  
ALLE ERGEBNISSE AB 80% BZW. UNTER 20%**

## ***ERLÄUTERUNG:***

### ***OBJEKTIV RELEVANT BEURTEILTE ASPEKTE***

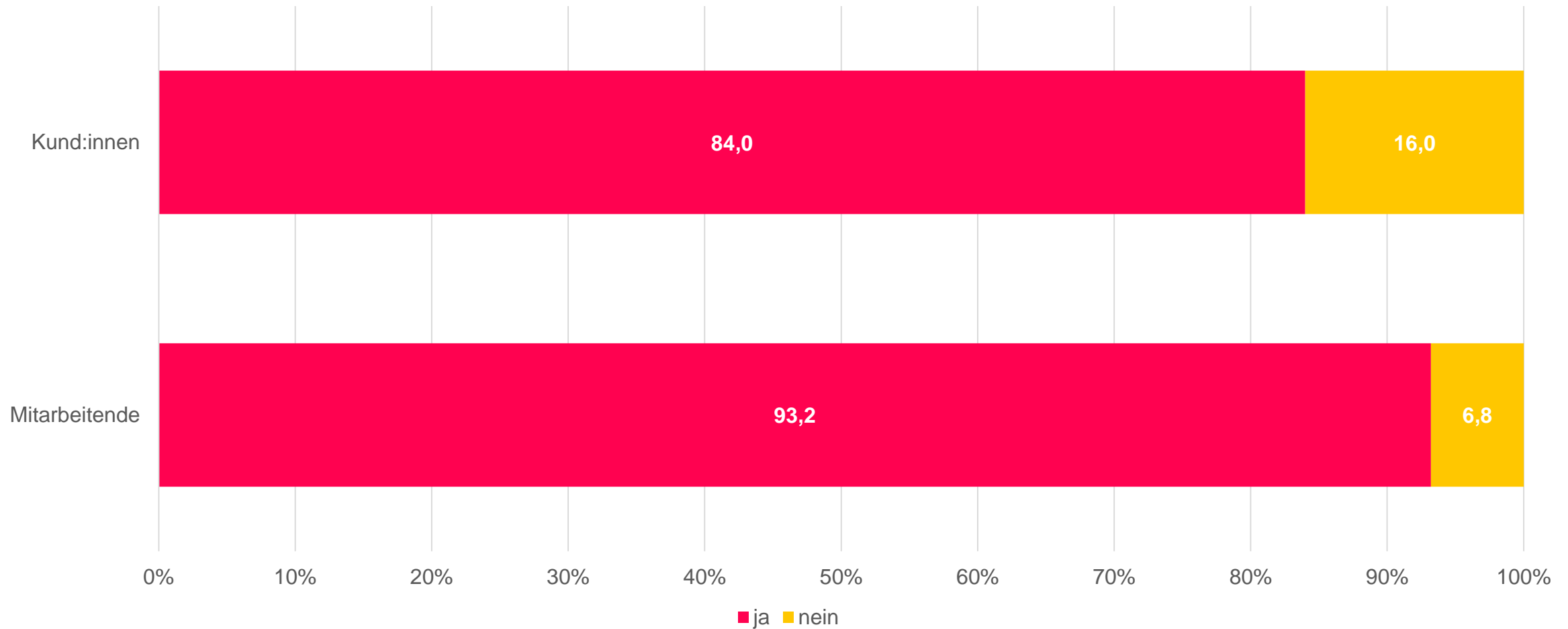
-> DIE MAßNAHMEN, DIE FÜR ALLE ORGANISATIONEN RELEVANT SEIN MÜSSEN WURDEN MITBERECHNET, DIE DIE NICHT RELEVANT SEIN MÜSSEN WURDEN NICHT MITBERECHNET

### ***SUBJEKTIV RELEVANT BEURTEILTE ASPEKTE***

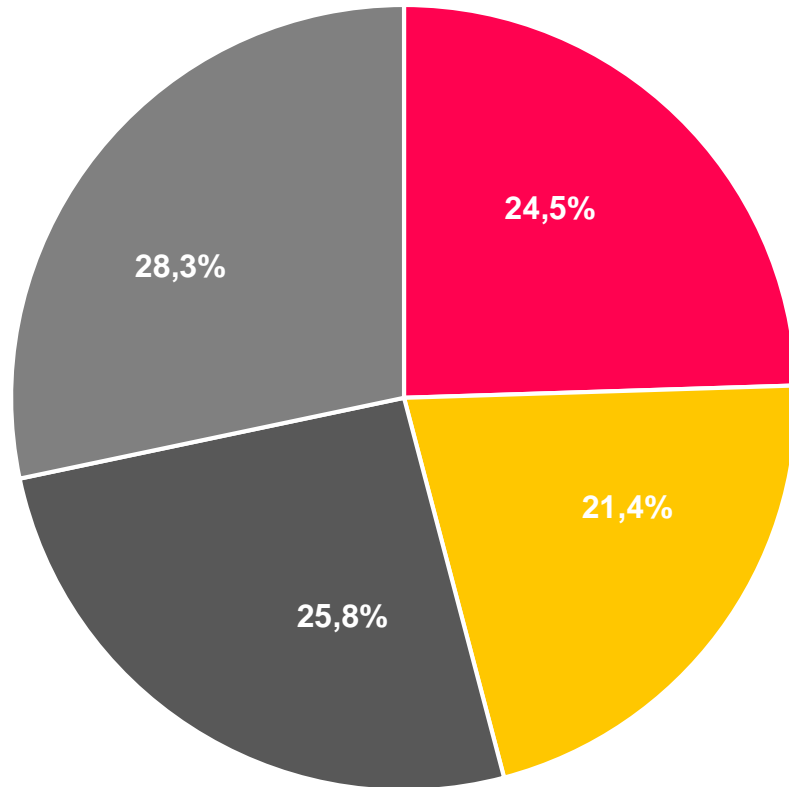
-> DIE VON DEN UNTERNEHMEN ALS „NICHT RELEVANT“ BEURTEILTEN MAßNAHMEN WURDEN NICHT MITGEZÄHLT



# MIT WELCHEN STAKEHOLDERN TAUSCHEN SIE SICH REGELMÄßIG ÜBER DEREN INTERESSEN UND BEDÜRFNISSE AUS?



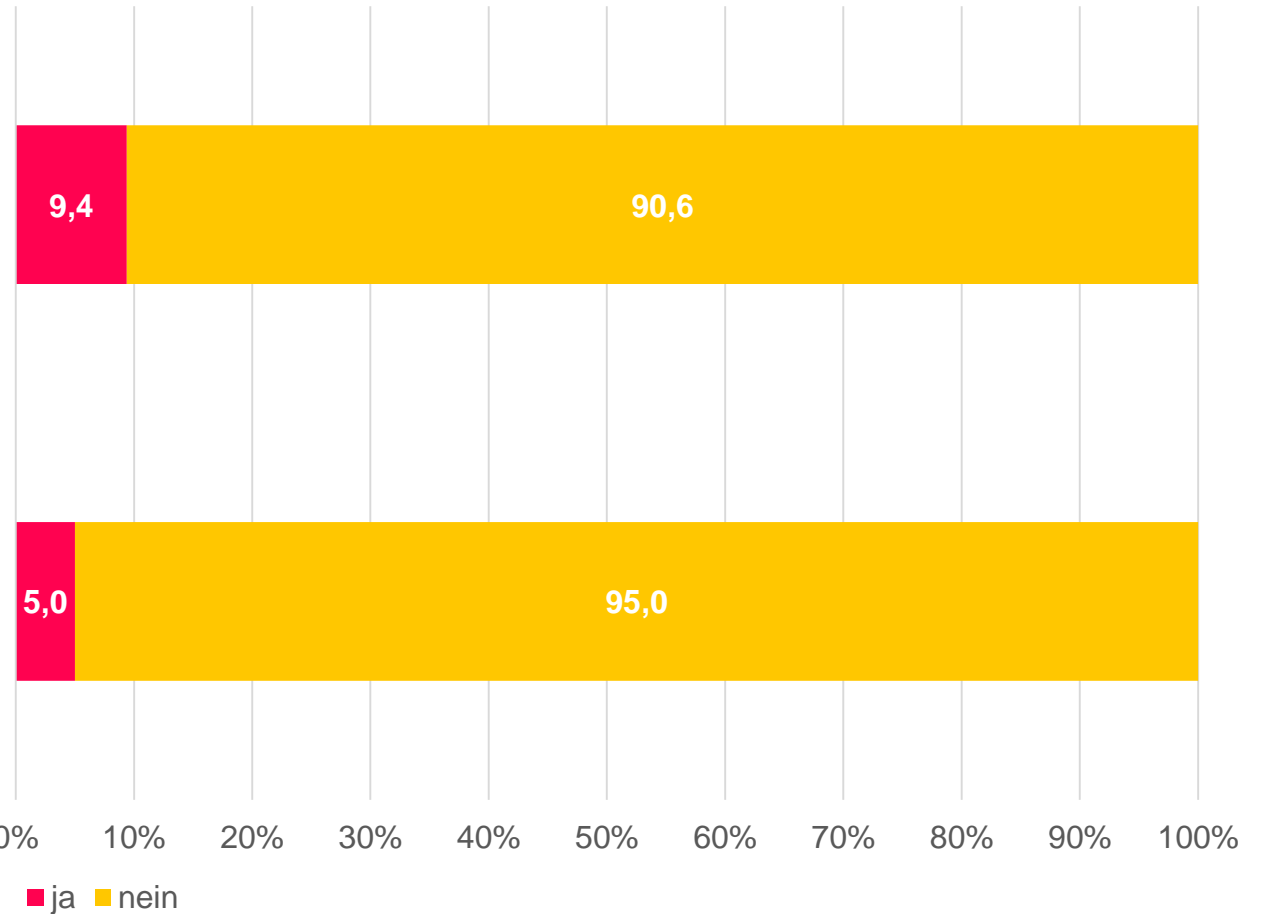
# „WIE SCHÄTZEN SIE DEN REIFEGRAD IHRER ORGANISATION IN BEZUG AUF DIE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE EIN?“



- **Defensiv:** Unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen haben primär die Absicht, die gesetzlichen Vorgaben einzuhalten, gehen aber nicht darüber hinaus.
- **Proaktiv:** Aufgrund finanzieller Anreize führen wir vereinzelte Projekte zur Steigerung der Nachhaltigkeit durch.
- **Organisiert:** Um die Anforderungen verschiedener Interessensgruppen zu erfüllen, existiert ein systematisches Nachhaltigkeitsmanagement.
- **Integral:** Wir verfolgen ein nachhaltiges Geschäftsmodell und schaffen neue Märkte, um uns einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen und um zu einer nachhaltigeren Wirtschaft und Gesellschaft beizutragen.

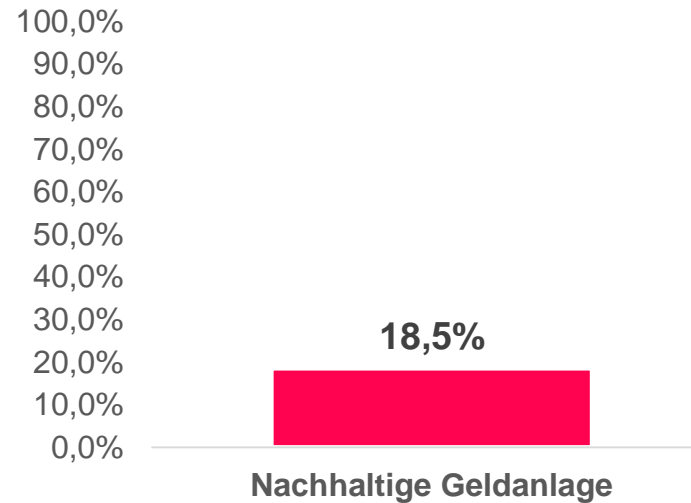
# INWIEFERN BERÜCKSICHTIGEN SIE NACHHALTIGKEITS-KRITERIEN BEI DER GELDDANLAGE?

Auswahl oder Ausschluss bestimmter Anlagemöglichkeiten aufgrund ihrer Nachhaltigkeits-Kriterien (z.B. mithilfe der EU-Taxonomie)



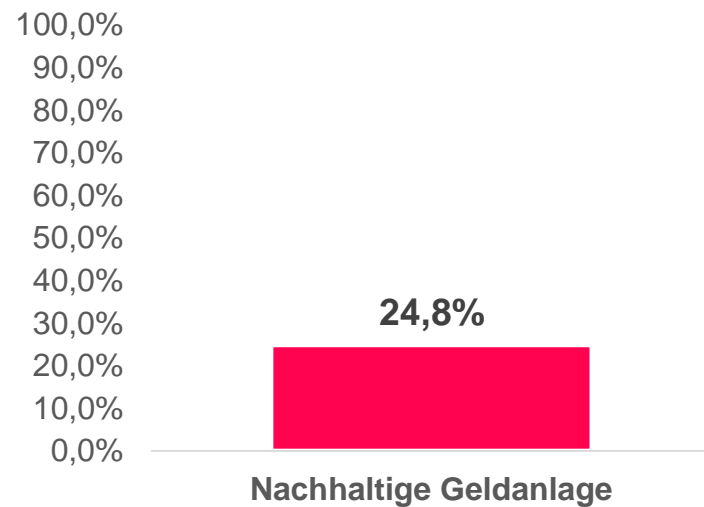
## 18,5 % DER MAßNAHMEN...

... im Bereich der nachhaltigen Geldanlage werden durchschnittlich umgesetzt.



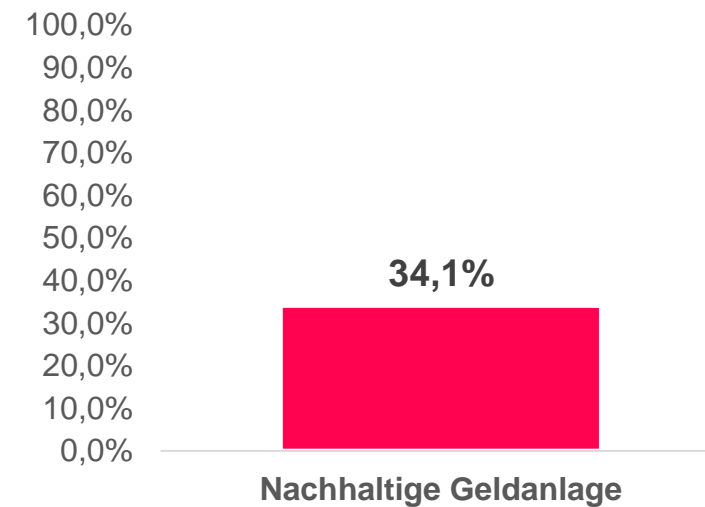
## 24,8 % DER OBJEKTIV RELEVANTEN MAßNAHMEN...

... im Bereich der nachhaltigen Geldanlage  
werden durchschnittlich umgesetzt.

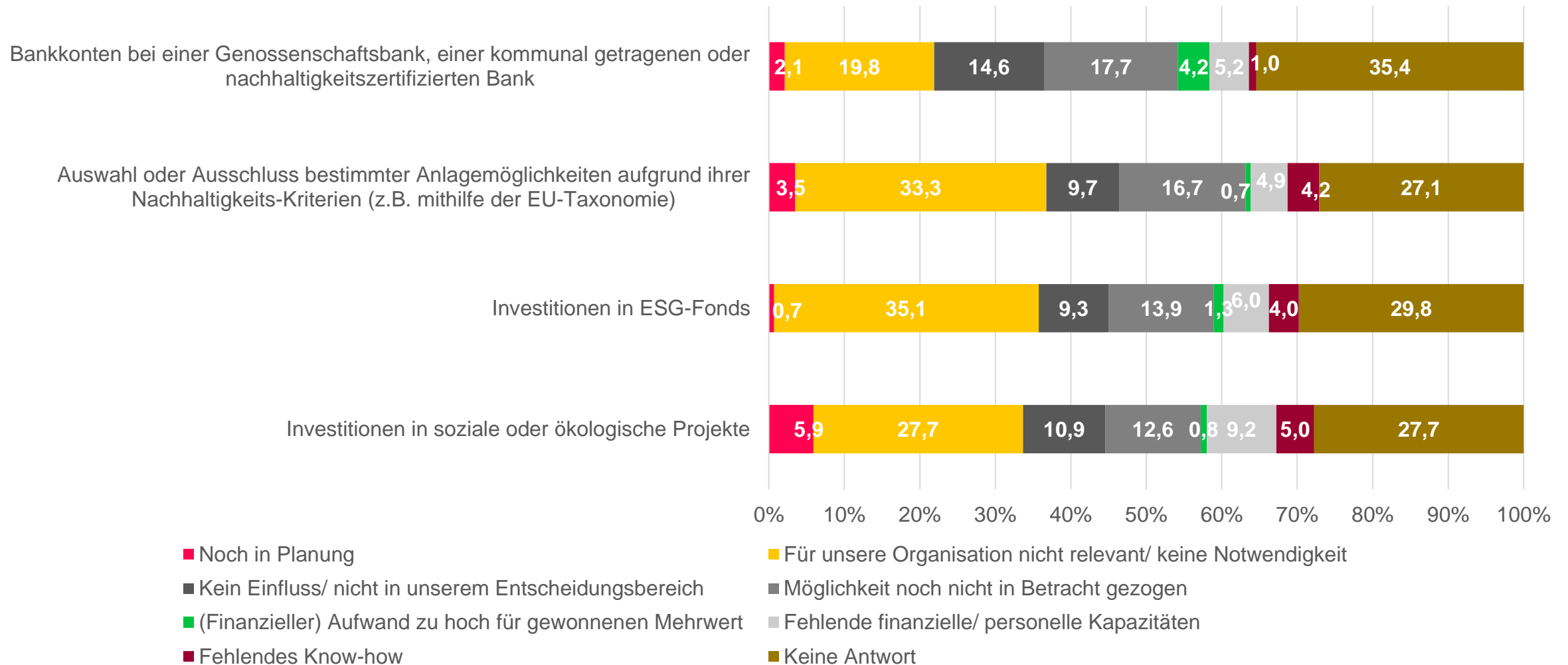


## 34,1 % DER SUBJEKTIV ALS RELEVANT BEURTEILTEN MAßNAHMEN...

... im Bereich der nachhaltigen Geldanlage  
werden durchschnittlich umgesetzt.

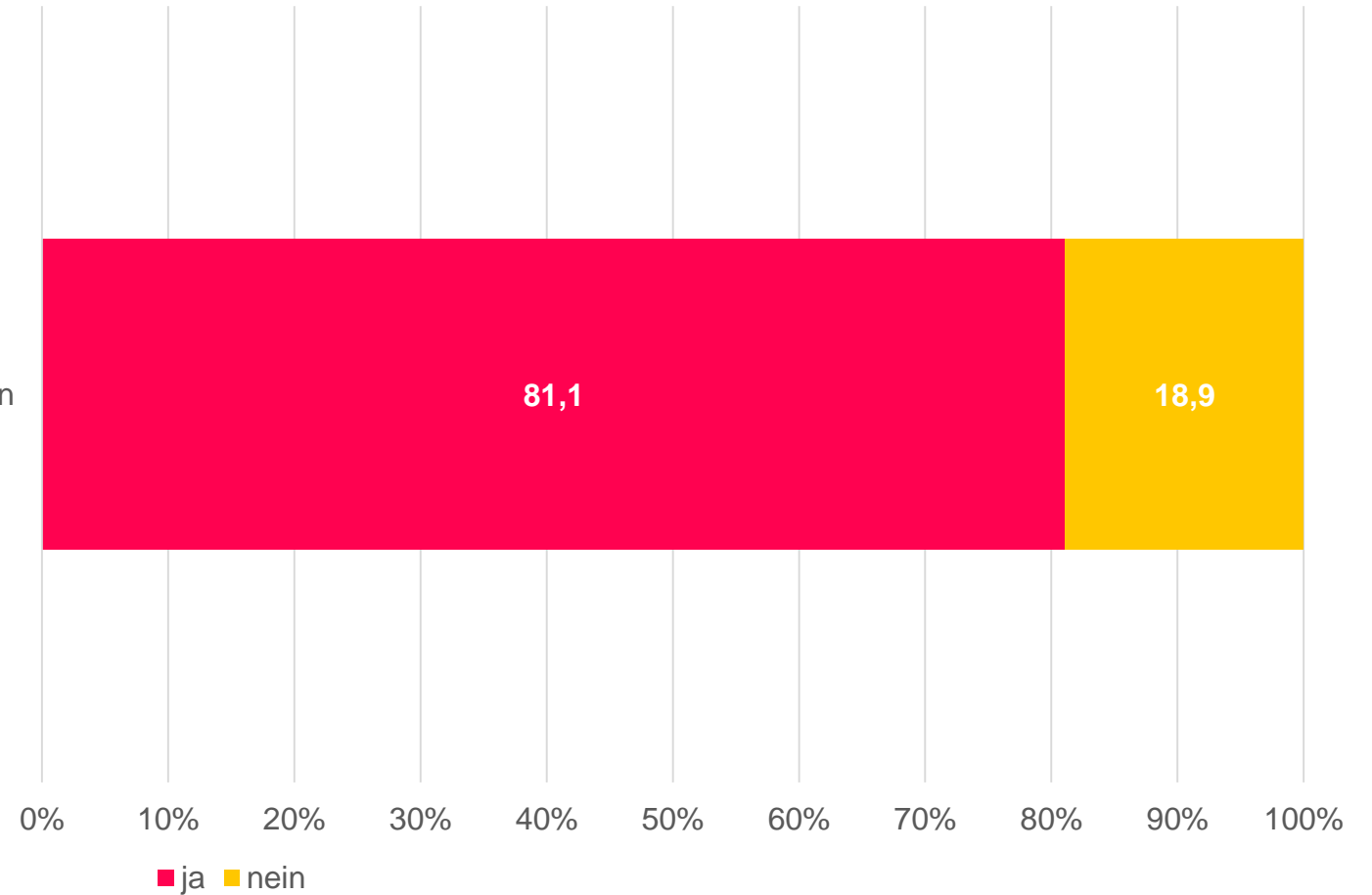


# WARUM BERÜCKSICHTIGEN SIE DIE FOLGENDEN NACHHALTIGKEITSKRITERIEN BEI DER GELDANLAGE NOCH NICHT?



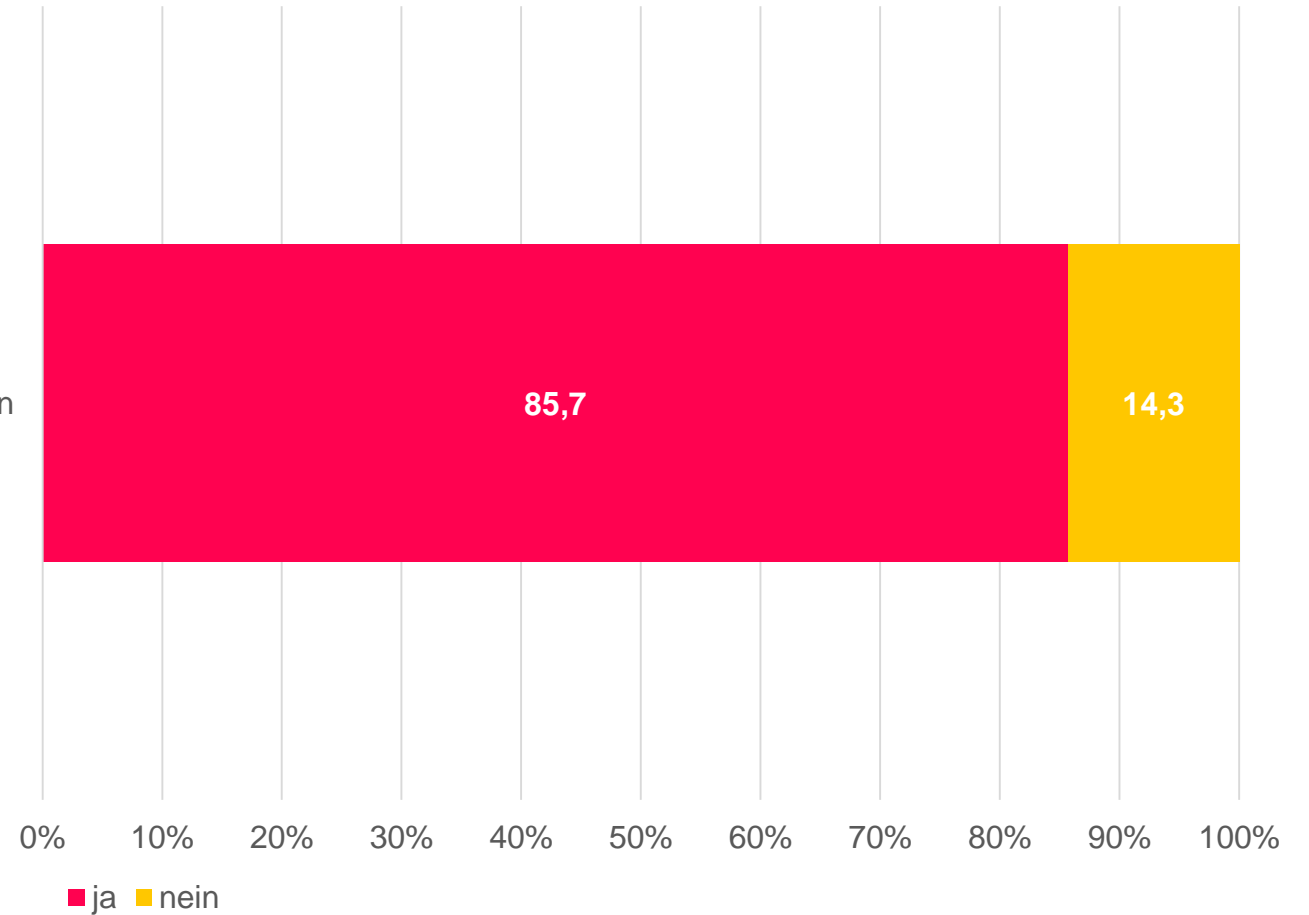
# WIE UND MIT WELCHEN ANDEREN ORGANISATIONEN ARBEITEN SIE ZUSAMMEN, UM NACHHALTIGER ZU WERDEN?

(Wissens-)Austausch und Networking mit anderen Organisationen



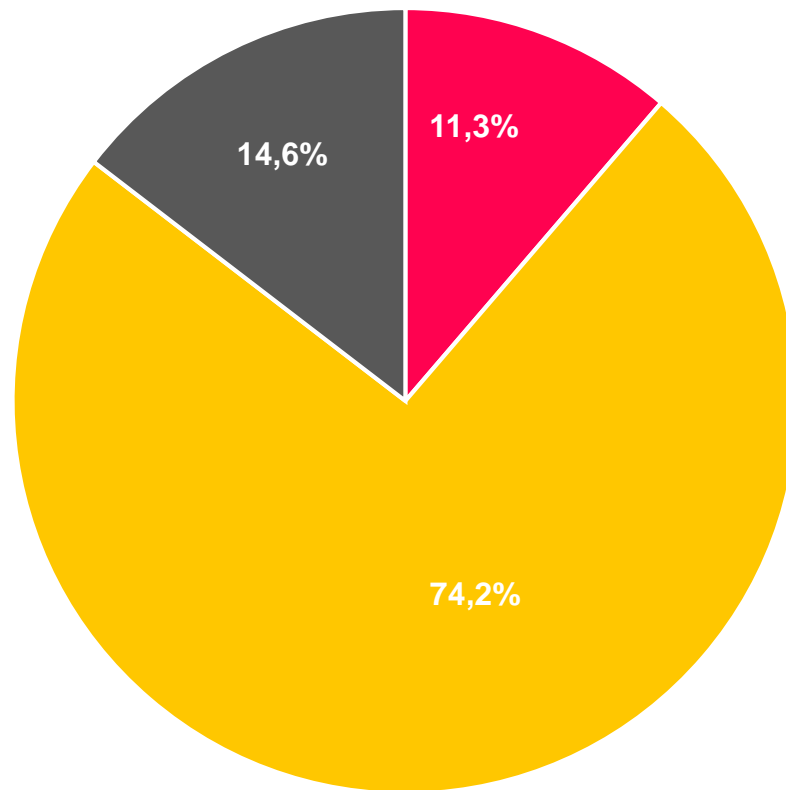
# SETZEN SIE DIE FOLGENDEN PUNKTE ZUM THEMA NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION UM?

Interne Kommunikation organisationsspezifischer Nachhaltigkeitsthemen



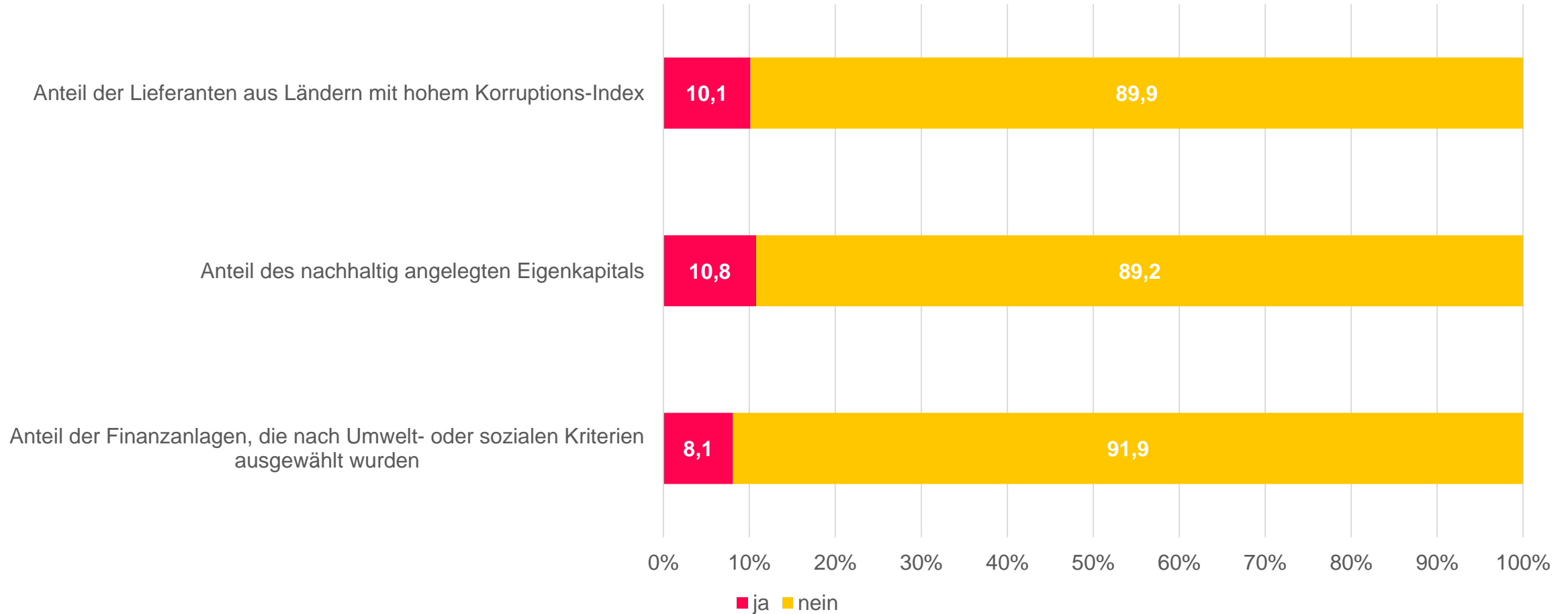


# ZU WELCHEM GRAD SPIELEN NACHHALTIGKEITSGESICHTSPUNKTE BEI UNTERNEHMERISCHEN ENTSCHEIDUNGEN (Z.B. BEI DER LIEFERANTENWAHL ODER BEI DER EINFÜHRUNG EINES NEUEN PRODUKTS) EINE ROLLE?



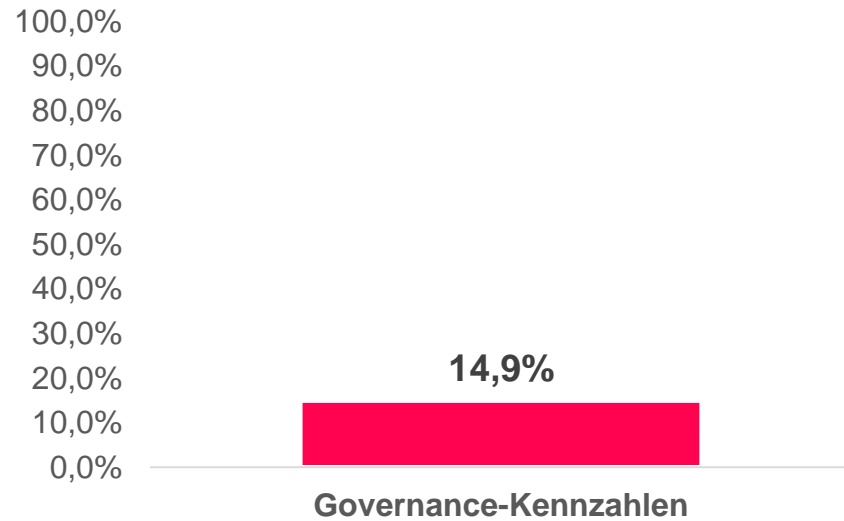
- Nachhaltigkeitskriterien beeinflussen unsere Entscheidungen in der Regel nicht
- Nachhaltigkeitskriterien werden berücksichtigt, sofern sie nicht mit anderen (z.B. finanziellen) Zielen kollidieren
- Nachhaltigkeitskriterien bestimmen stets unser Handeln

# WELCHE DER FOLGENDEN KENNZAHLEN ZUR ÖKONOMISCHEN NACHHALTIGKEIT ERHEBT IHRE ORGANISATIONEN REGELMÄßIG?



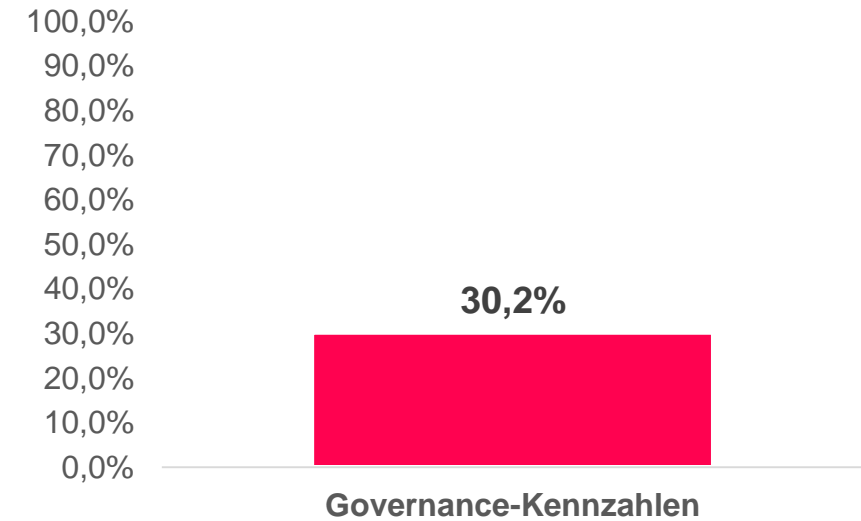
## 14,9 % DER ABGEFRAGTEN ...

... Governance-Kennzahlen werden durchschnittlich erfasst.

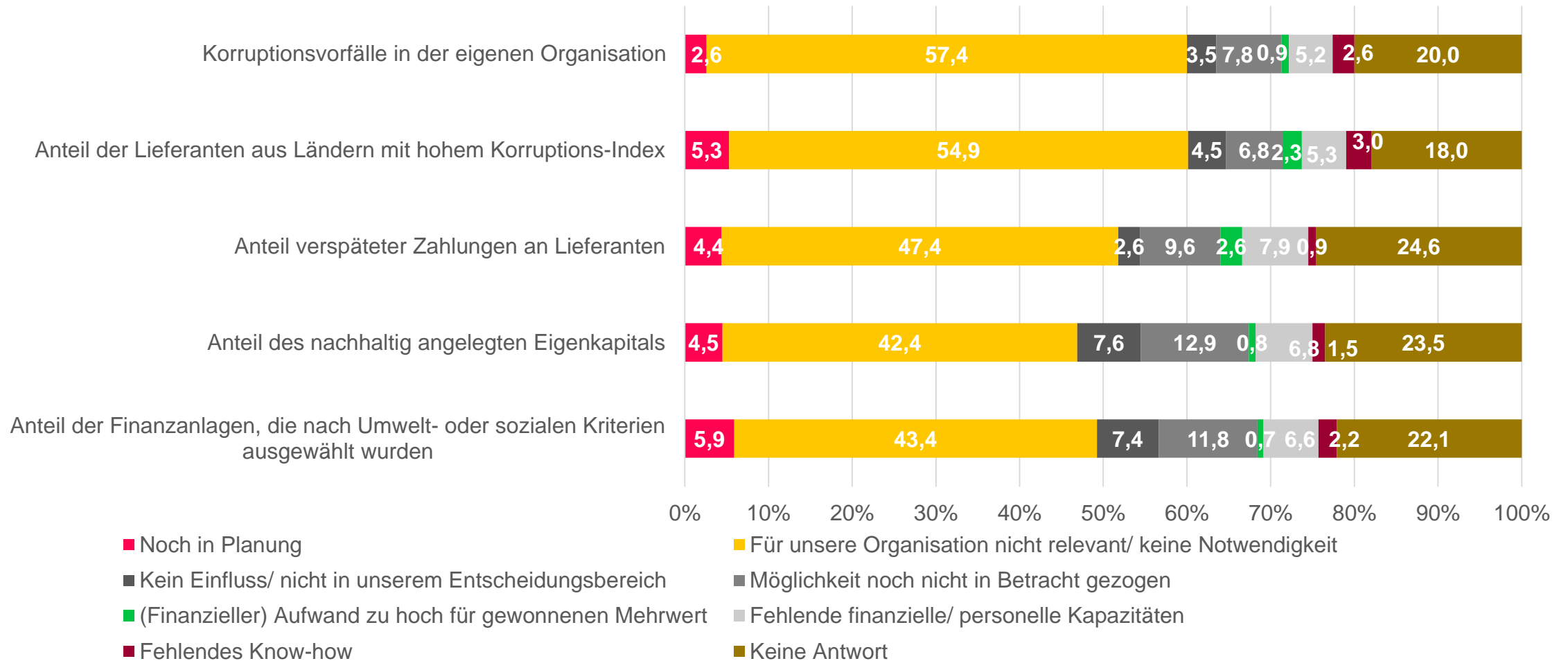


## 30,2 % DER SUBJEKTIV ALS RELEVANT BEURTEILTEN ...

... Governance-Kennzahlen werden durchschnittlich erfasst.

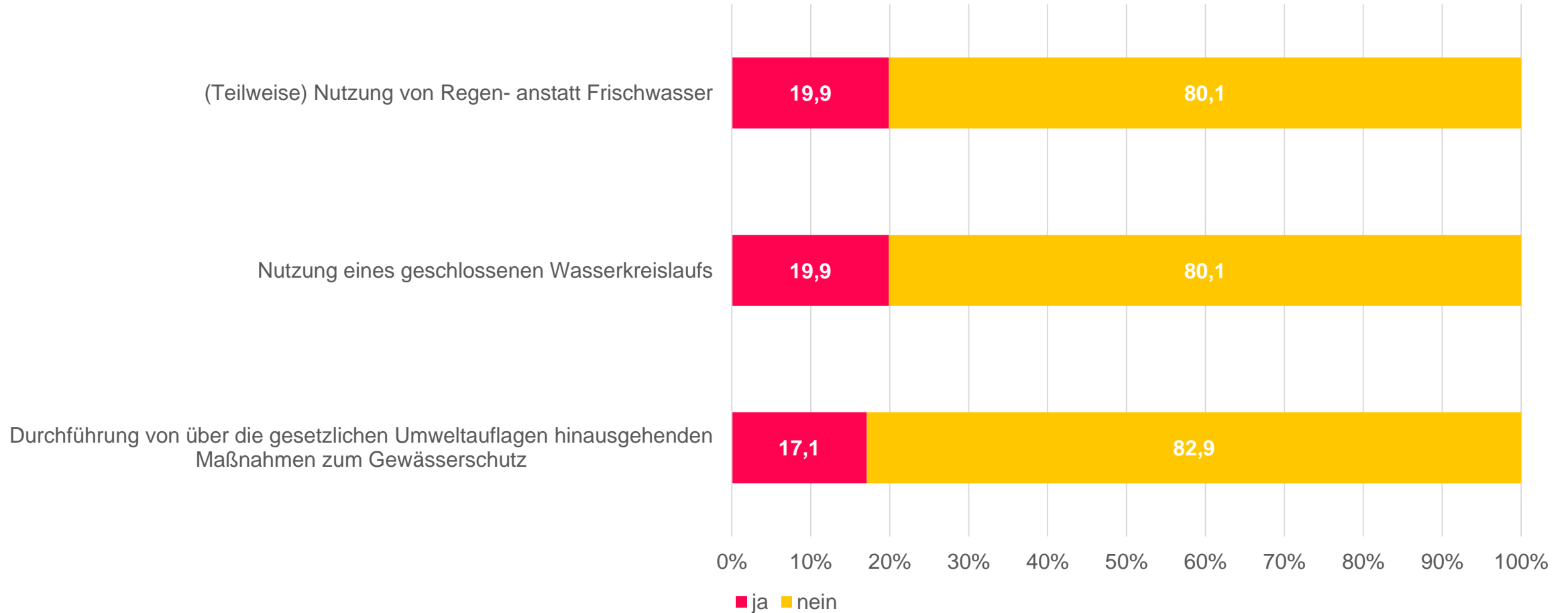


# WARUM ERHEBT IHRE ORGANISATION DIE FOLGENDEN KENNZAHLEN ZUR ÖKONOMISCHEN NACHHALTIGKEIT NOCH NICHT?

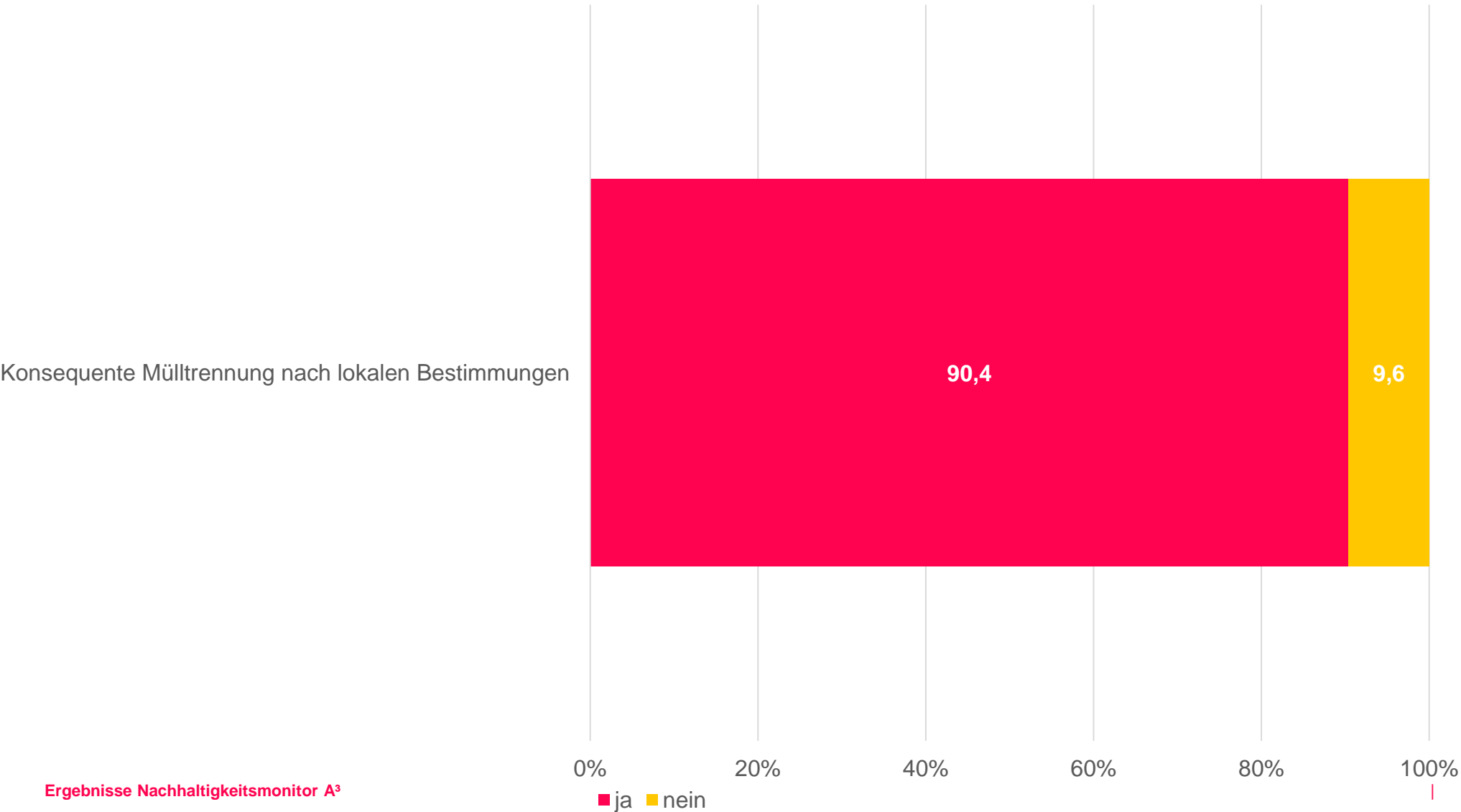


**HIGHLIGHTS AUS DER DIMENSION UMWELT  
ALLE ERGEBNISSE AB 80% BZW. UNTER 20%**

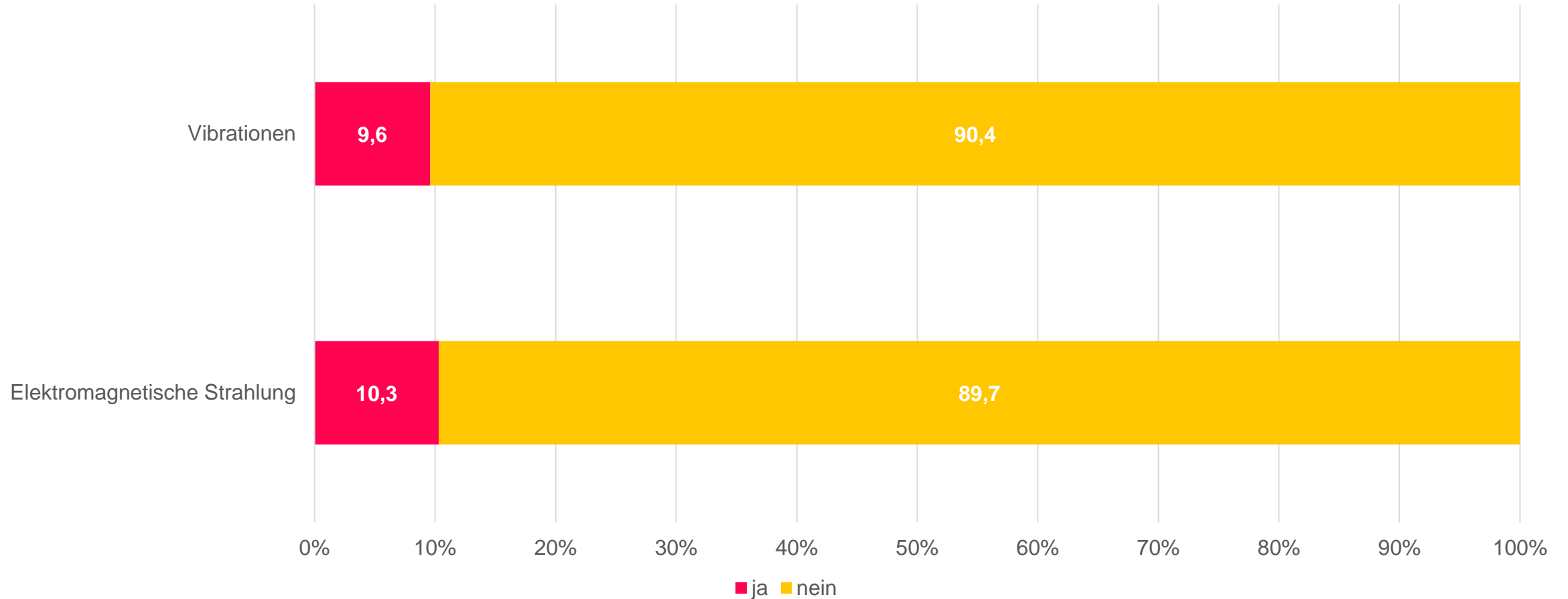
# WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN SETZEN SIE UM, UM IHREN WASSERVERBRAUCH UND GEWÄSSERSCHUTZ ZU OPTIMIEREN?



DURCH WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN TRAGEN SIE DAZU BEI, SICH DEM ZIEL DER KREISLAUFWIRTSCHAFT ANZUNÄHERN UND IHR ABFALLAUFKOMMEN ZU MINIMIEREN?

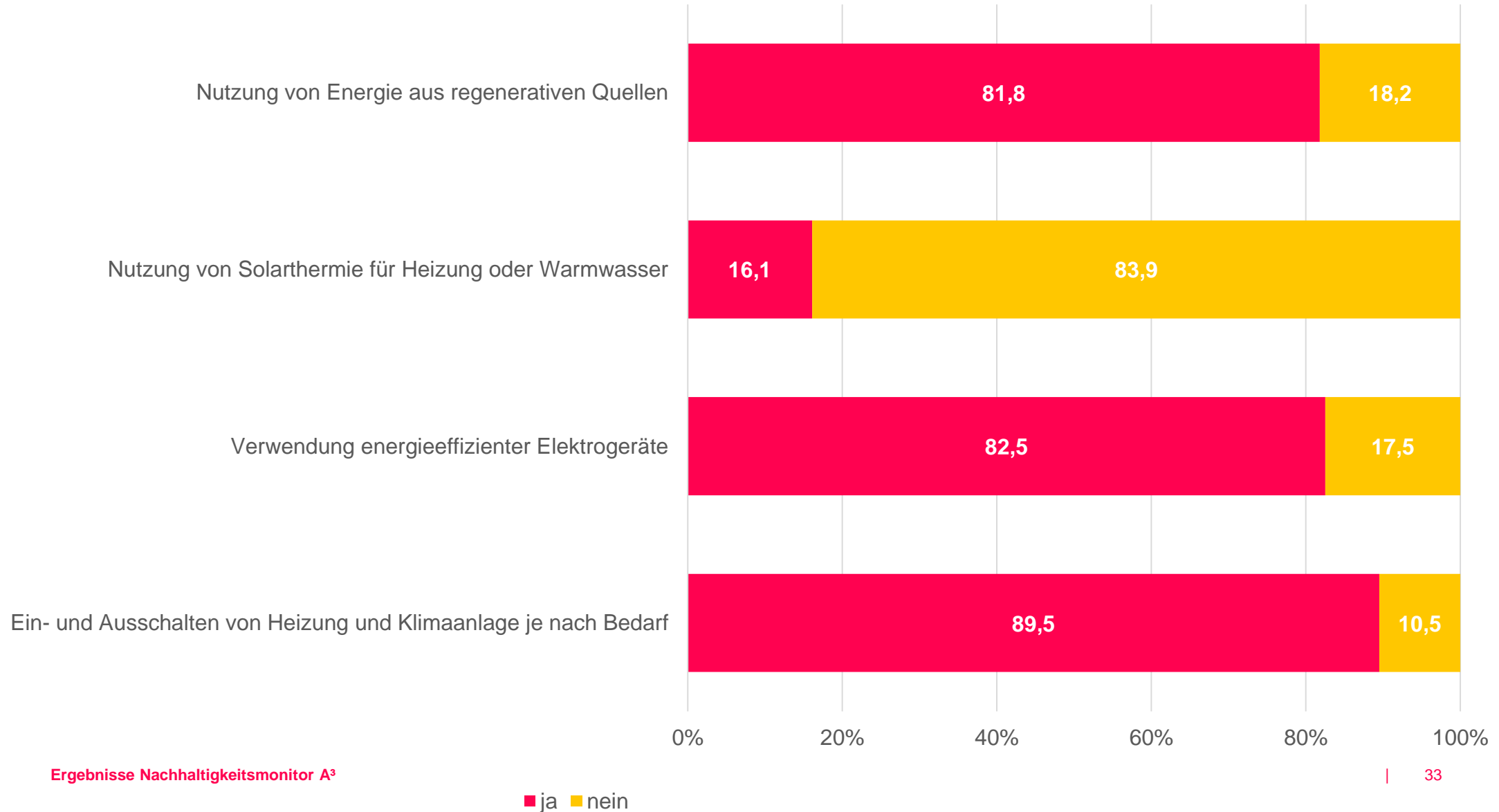


# WELCHE DER FOLGENDEN EMISSIONSARTEN REDUZIEREN SIE, ÜBER DIE GESETZLICHEN HÖCHSTWERTE HINAUS, DURCH GEEIGNETE MAßNAHMEN?

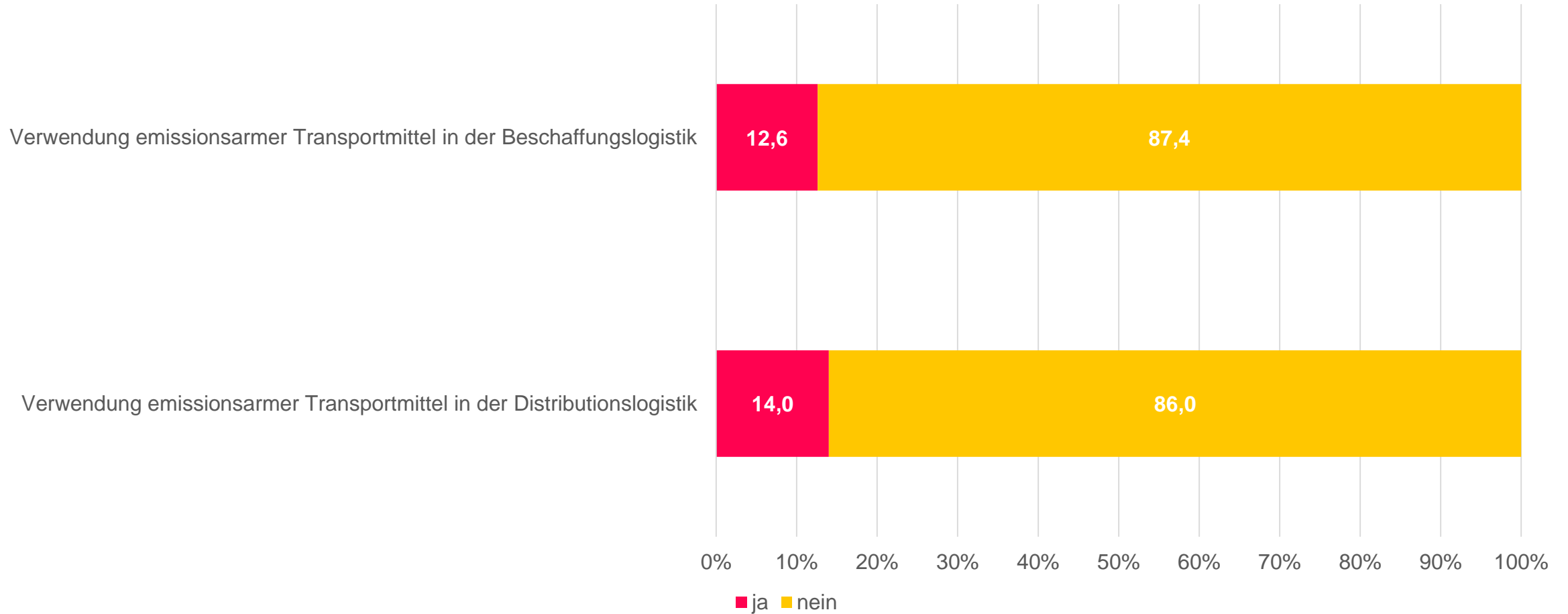




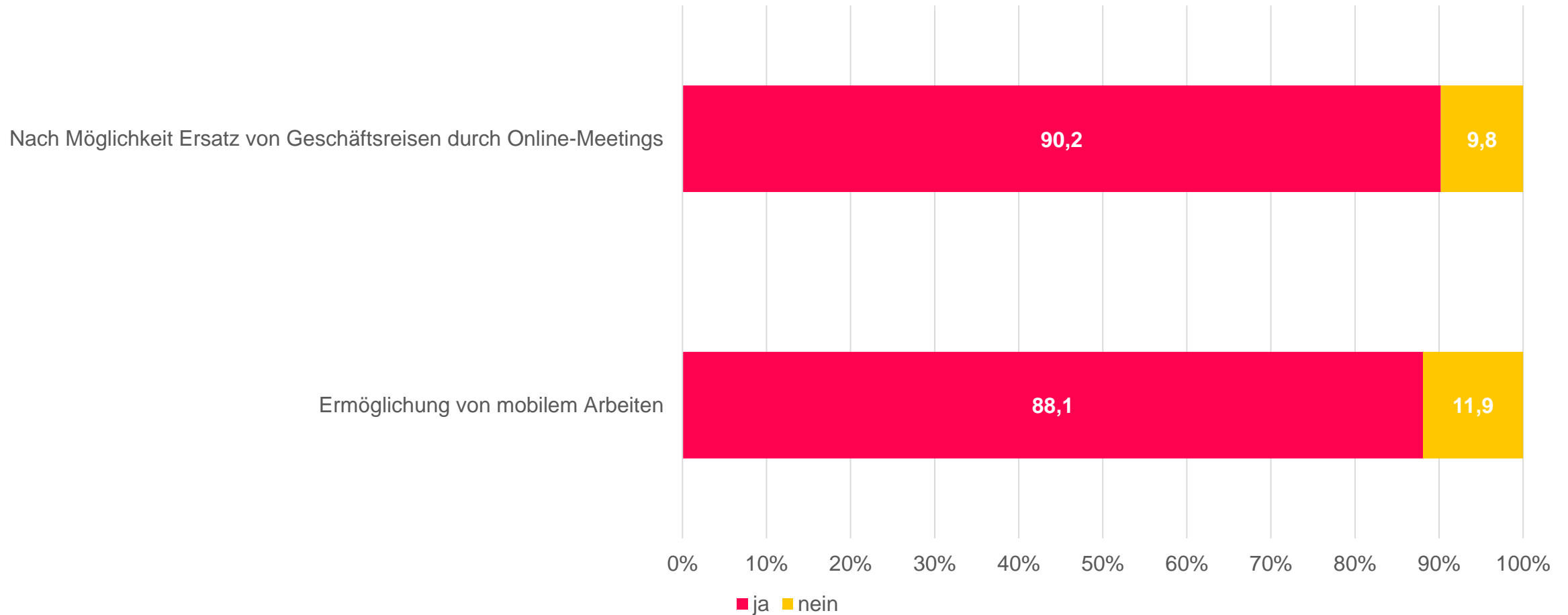
# WELCHE DER FOLGENDEN ENERGIEBEZOGENEN KLIMASCHUTZMAßNAHMEN SETZEN SIE UM?



# WELCHE DER FOLGENDEN LOGISTIKBEZOGENEN KLIMASCHUTZMAßNAHMEN SETZEN SIE UM?

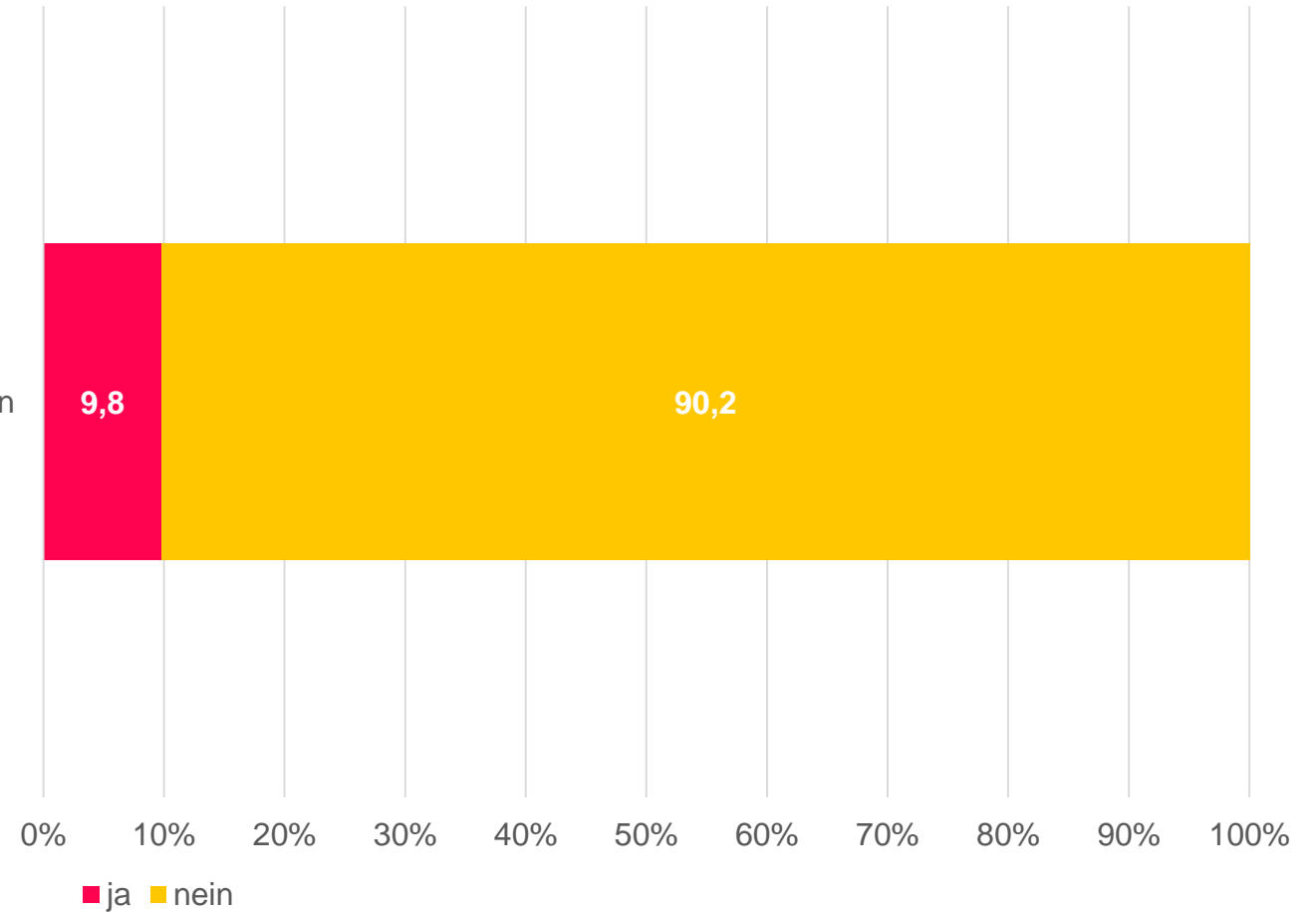


# WELCHE DER FOLGENDEN KLIMASCHUTZMAßNAHMEN MIT BEZUG AUF BETRIEBLICHE MOBILITÄT SETZEN SIE UM?

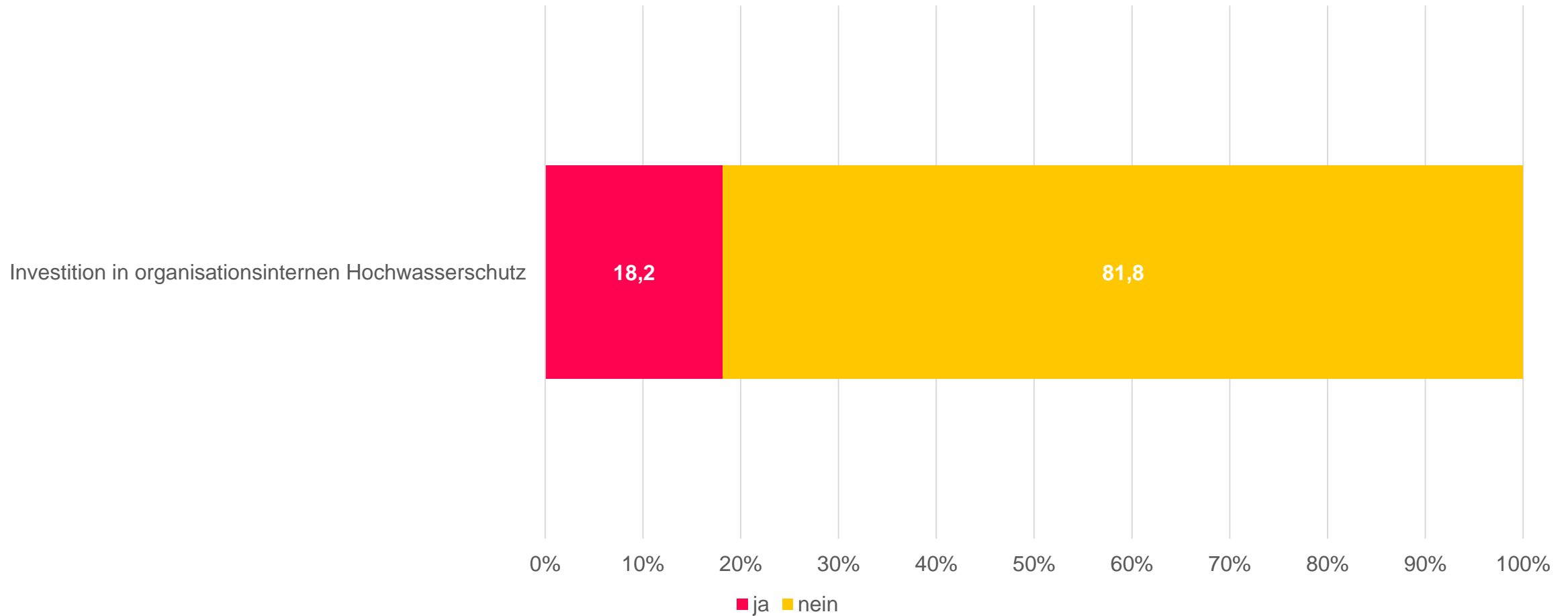


# WELCHE DER FOLGENDEN KLIMASCHUTZMAßNAHMEN SETZEN SIE DARÜBER HINAUS UM?

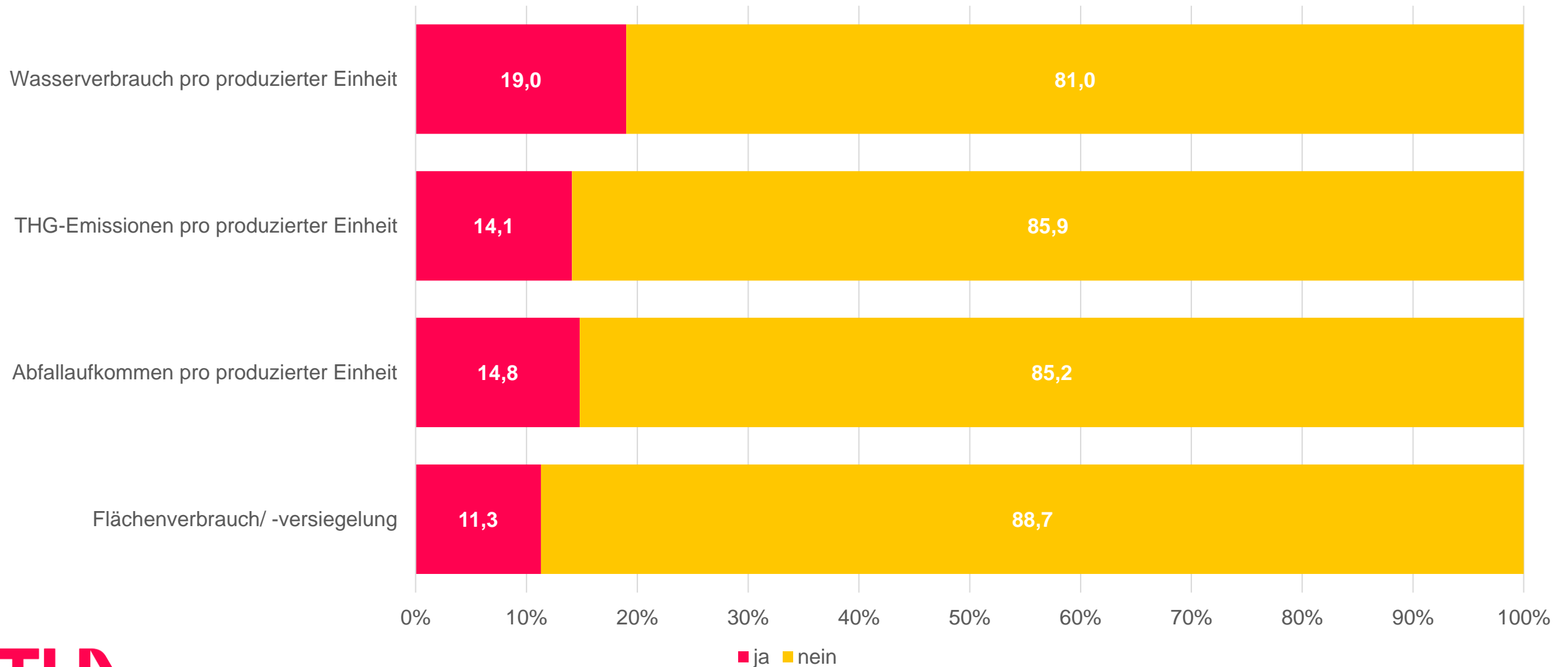
Verwendung von Filtertechnologien zum Abfangen von Treibhausgasen



# WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN SETZEN SIE UM, UM SICH DEM KLIMAWANDEL ANZUPASSEN?

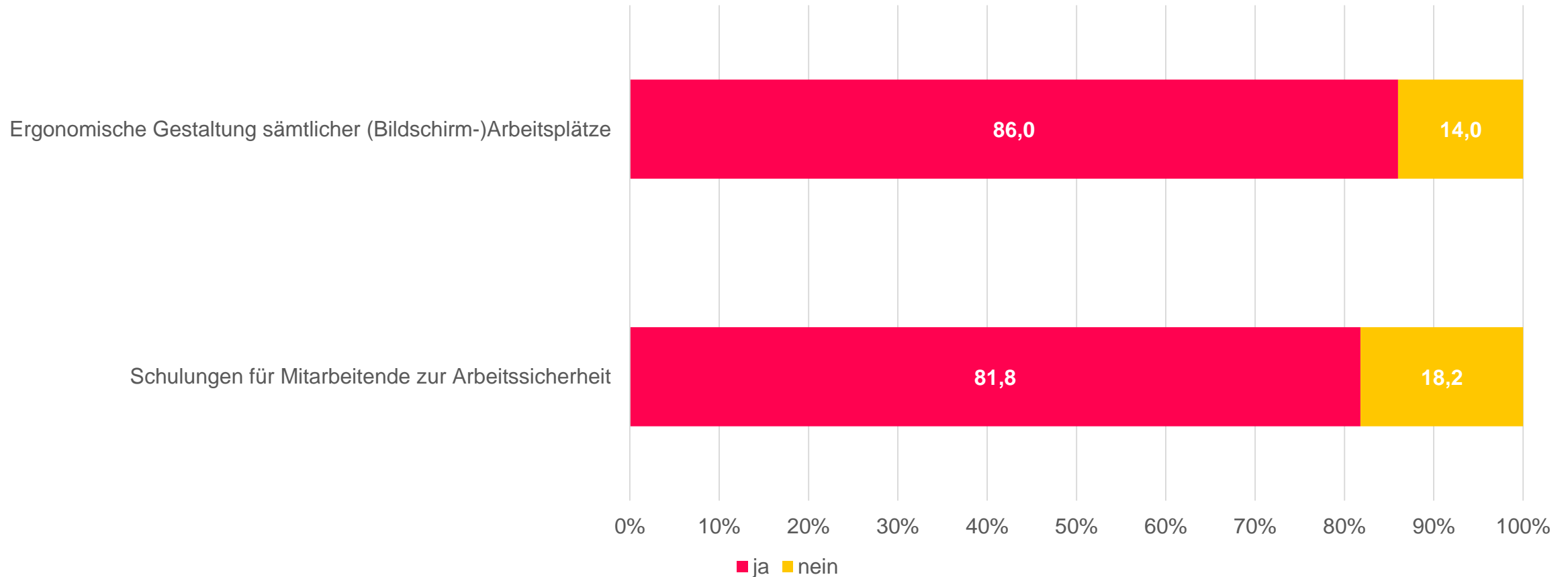


# WELCHE DER FOLGENDEN KENNZAHLEN ZUR ÖKOLOGISCHEN NACHHALTIGKEIT ERHEBT IHRE ORGANISATION REGELMÄßIG?



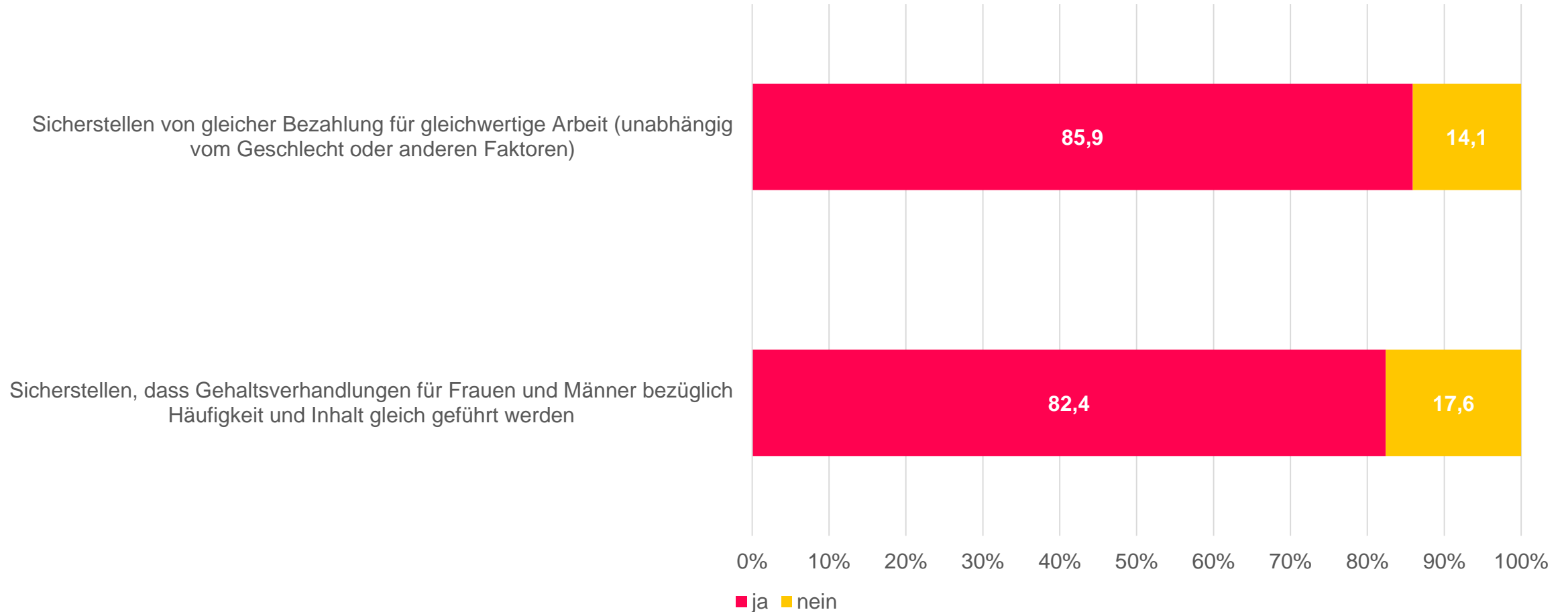
**HIGHLIGHTS AUS DER DIMENSION SOZIALES  
ALLE ERGEBNISSE AB 80% BZW. UNTER 20%**

# WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN SETZEN SIE ZUR GEWÄHRLEISTUNG DER ARBEITSSICHERHEIT UND ZUM VORBEUGENDEN SCHUTZ DER GESUNDHEIT IHRER MITARBEITENDEN UM?

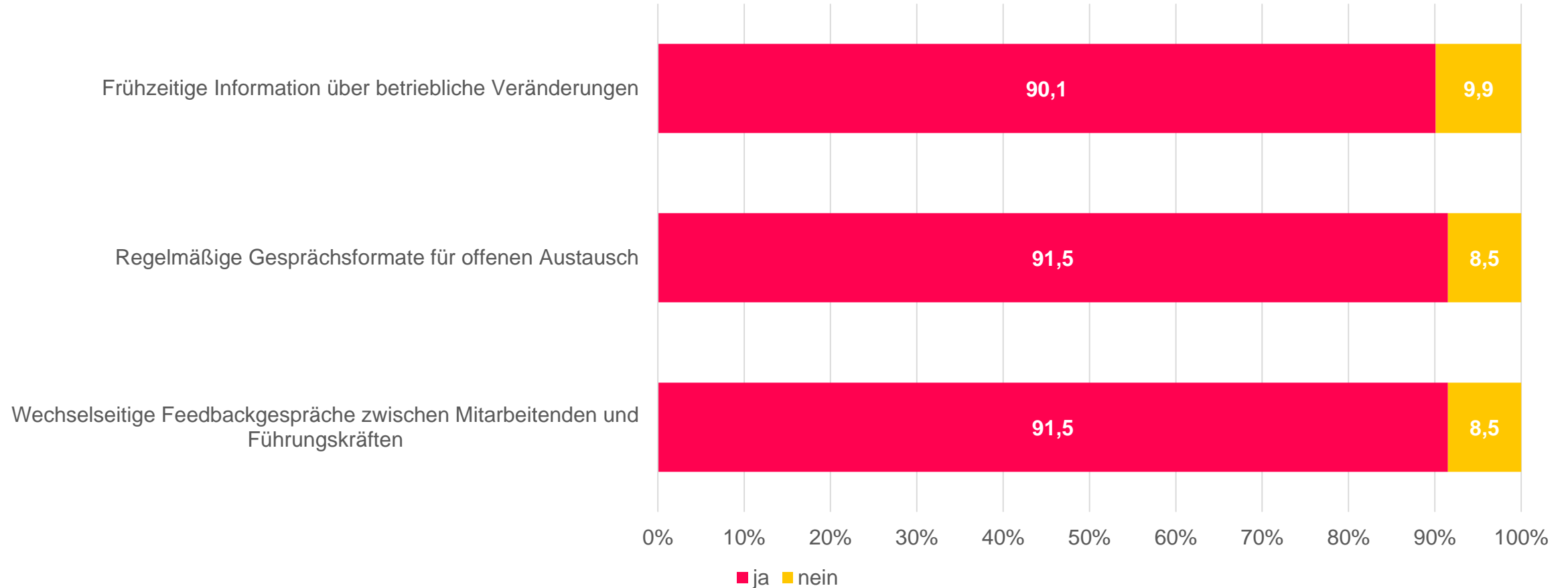




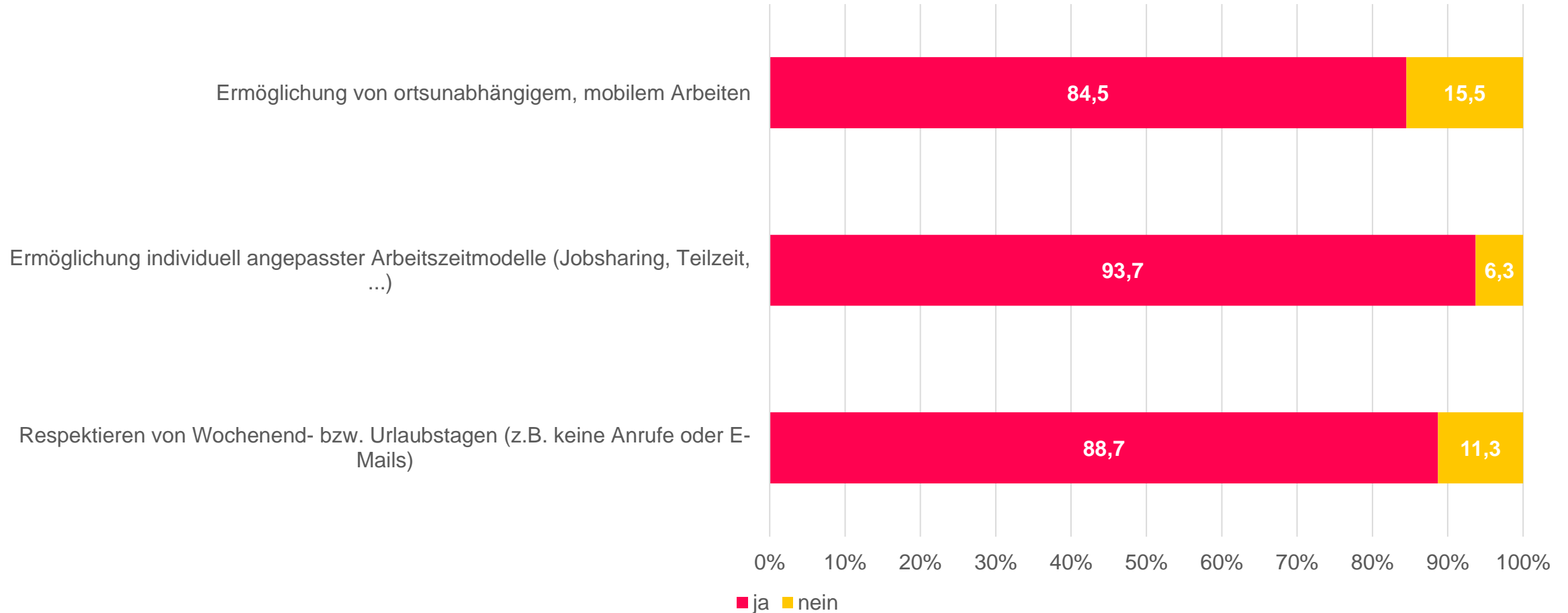
# WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN SETZEN SIE UM, UM CHANCENGLEICHHEIT SICHERZUSTELLEN UND DIVERSITÄT ZU FÖRDERN?



# WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN SETZEN SIE UM, UM MIT IHREN MITARBEITENDEN IN DIALOG ZU BLEIBEN UND SIE AN DER ENTWICKLUNG DER ORGANISATION ZU BETEILIGEN?

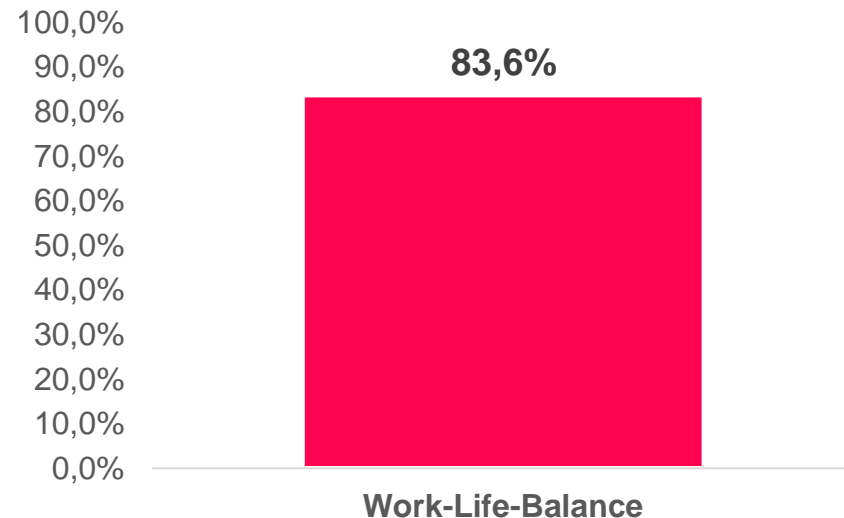


# WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN SETZEN SIE UM, UM DIE WORK-LIFE-BALANCE SOWIE DIE VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE IHRER BELEGESCHAFT ZU UNTERSTÜTZEN?



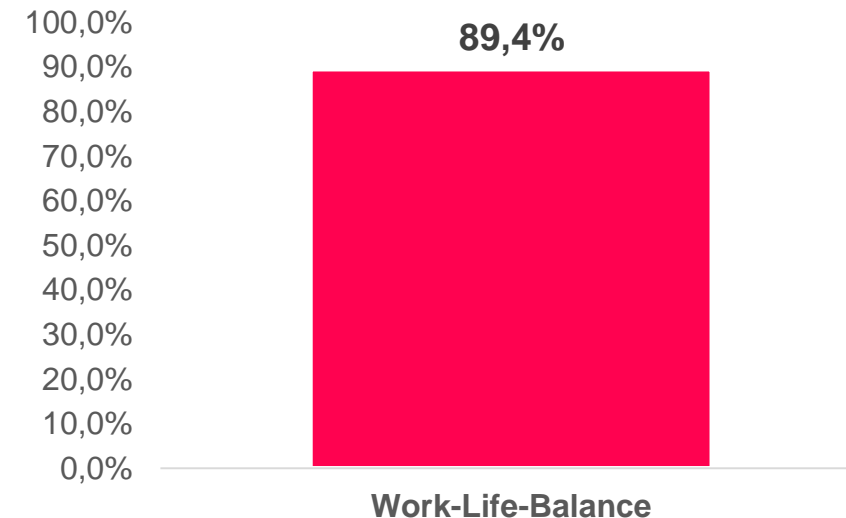
## 83,1 % DER ABGEFRAGTEN MAßNAHMEN...

... zu den Themen Work-Life-Balance sowie Vereinbarkeit von Beruf und Familie werden durchschnittlich umgesetzt.

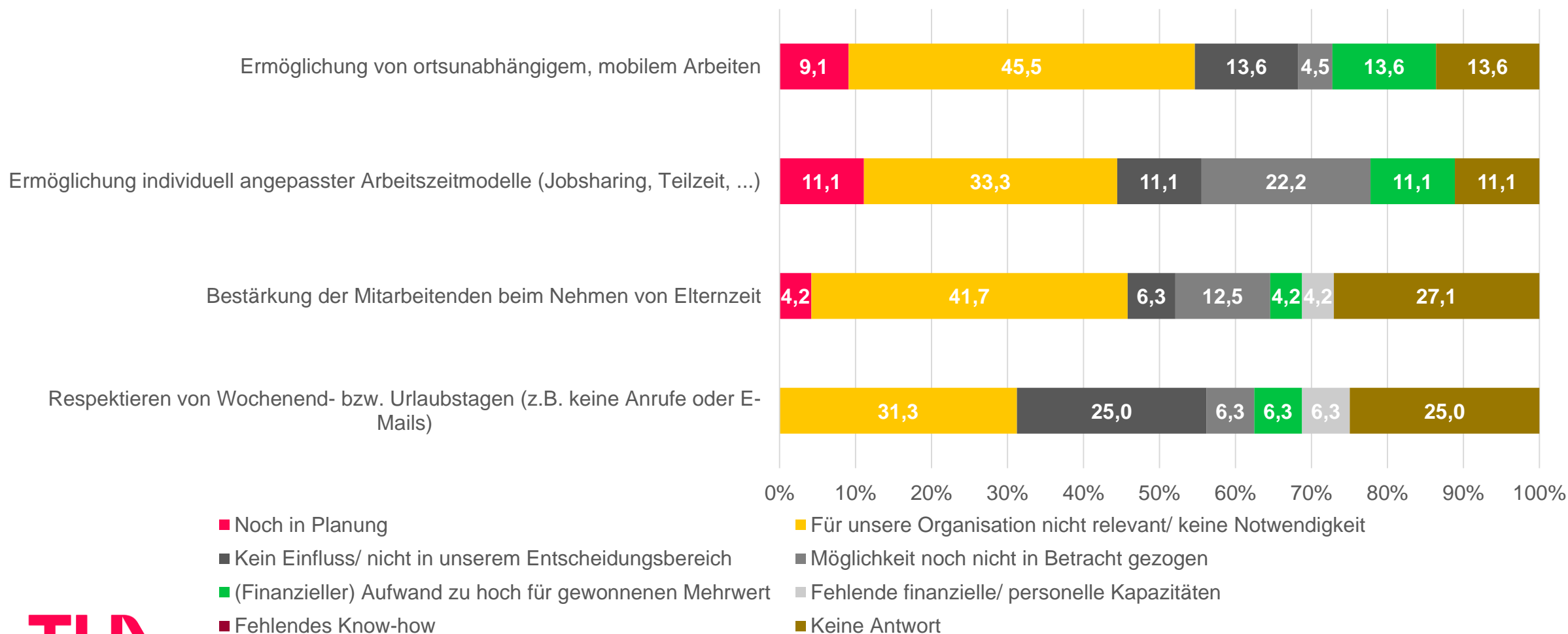


## 88,7 % DER *SUBJEKTIV ALS RELEVANT BEURTEILTEN* MAßNAHMEN...

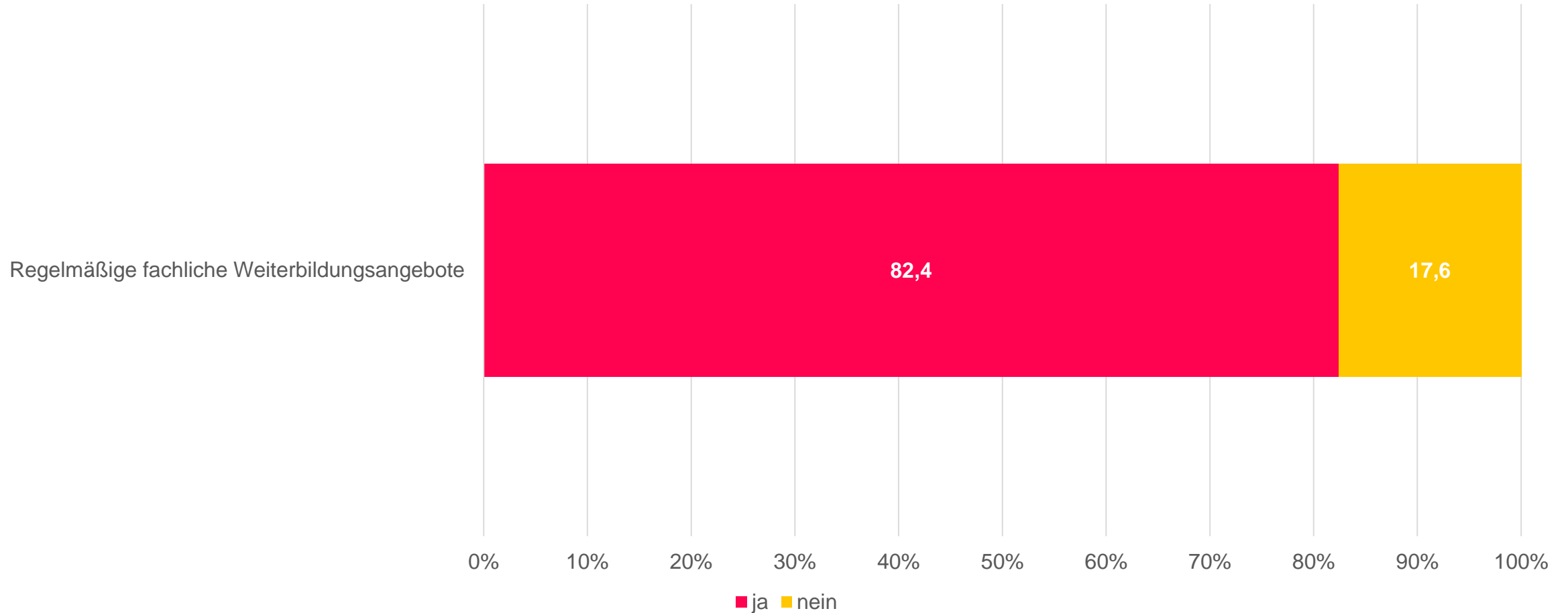
... zu den Themen Work-Life-Balance sowie Vereinbarkeit von Beruf und Familie werden durchschnittlich umgesetzt.



# WARUM SETZEN SIE DIE FOLGENDEN MAßNAHMEN NOCH NICHT UM, UM DIE WORK-LIFE-BALANCE SOWIE DIE VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE IHRER BELEGSCHAFT ZU UNTERSTÜTZEN?

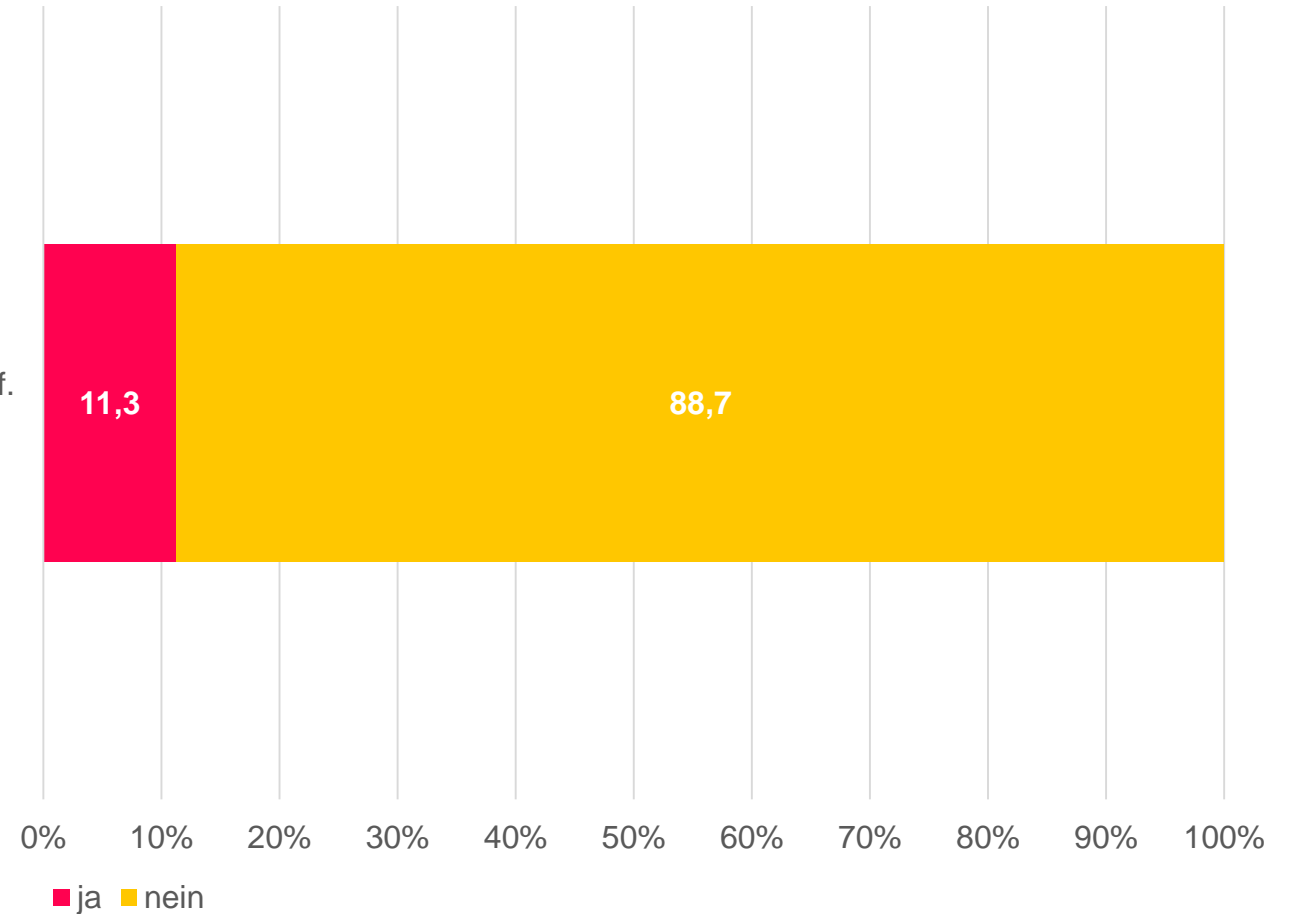


# WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN SETZEN SIE ZUR AUS- UND WEITERBILDUNG IHRER MITARBEITENDEN UM?

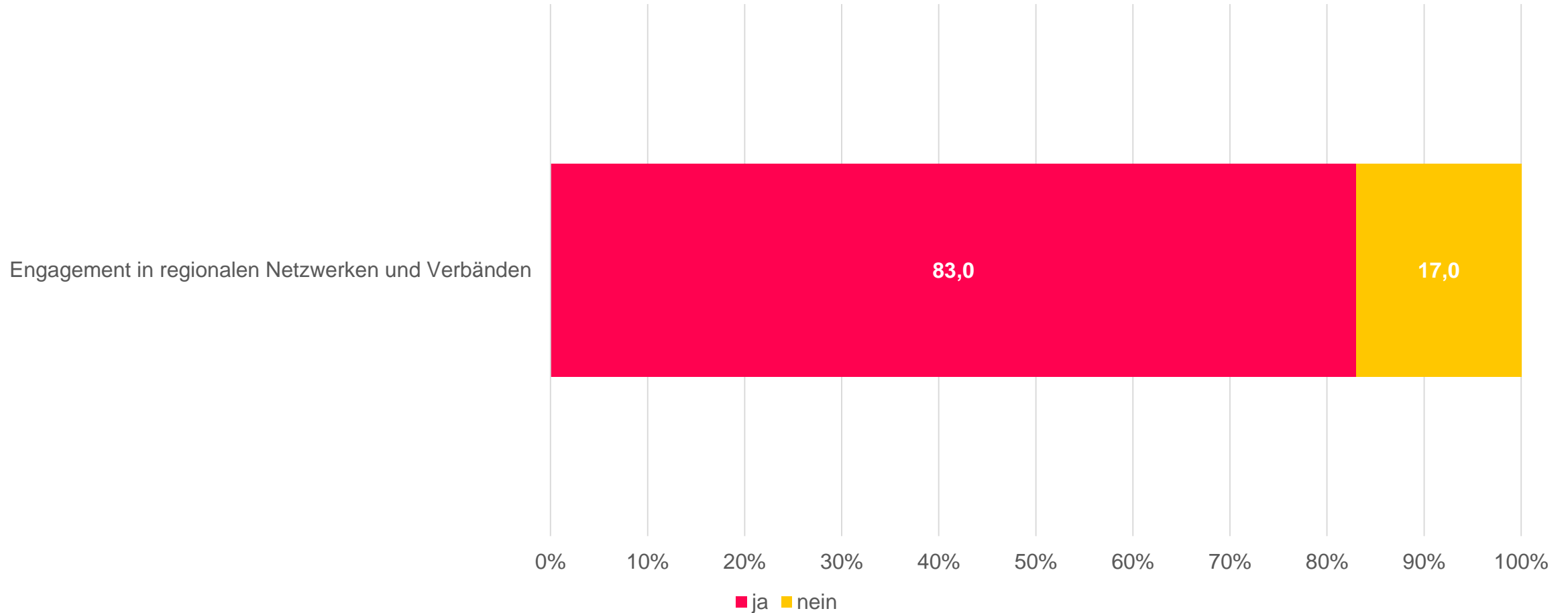


# DURCH WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN GEWÄHRLEISTEN SIE GUTE ARBEITSBEDINGUNGEN ENTLANG DER GESAMTEN LIEFERKETTE?

Regelmäßige und unangekündigte Audits bei "kritischen" Lieferanten, ggf. durch externen Partner

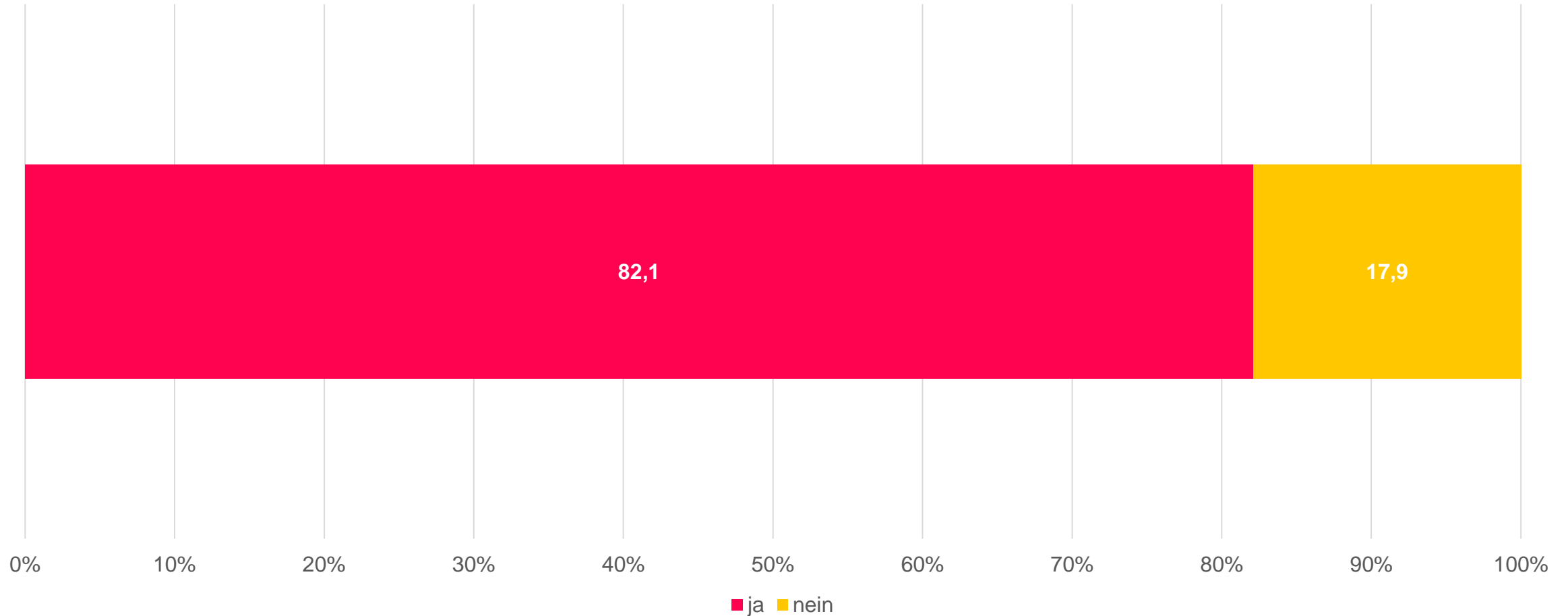


# WELCHE DER FOLGENDEN MAßNAHMEN SETZEN SIE UM, UM DIE GESELLSCHAFT IN DER REGION IHRER ORGANISATION POSITIV ZU BEEINFLUSSEN?



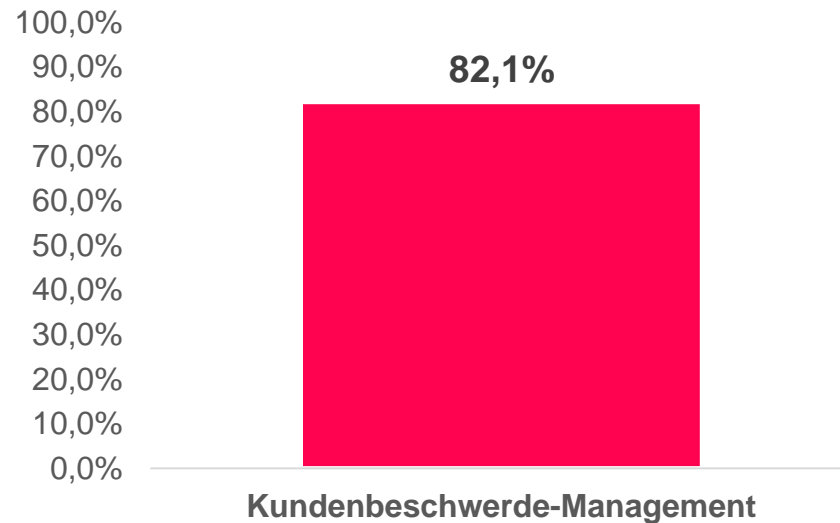


# EXISTIERT IN IHRER ORGANISATION EIN PROZESS, UM KUNDENBESCHWERDEN ZU MANAGEN?



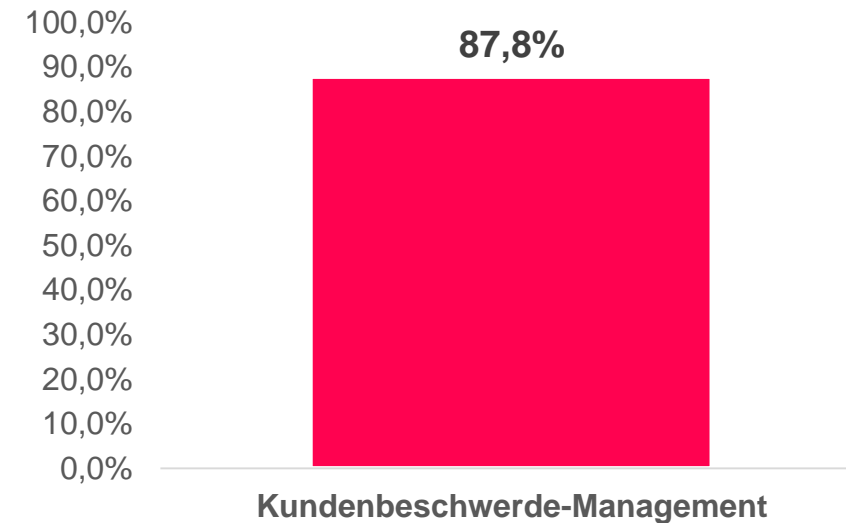
## BEI 82,1 % DER TEILNEHMENDEN...

... existiert ein Prozess, um  
Kundenbeschwerden zu managen.



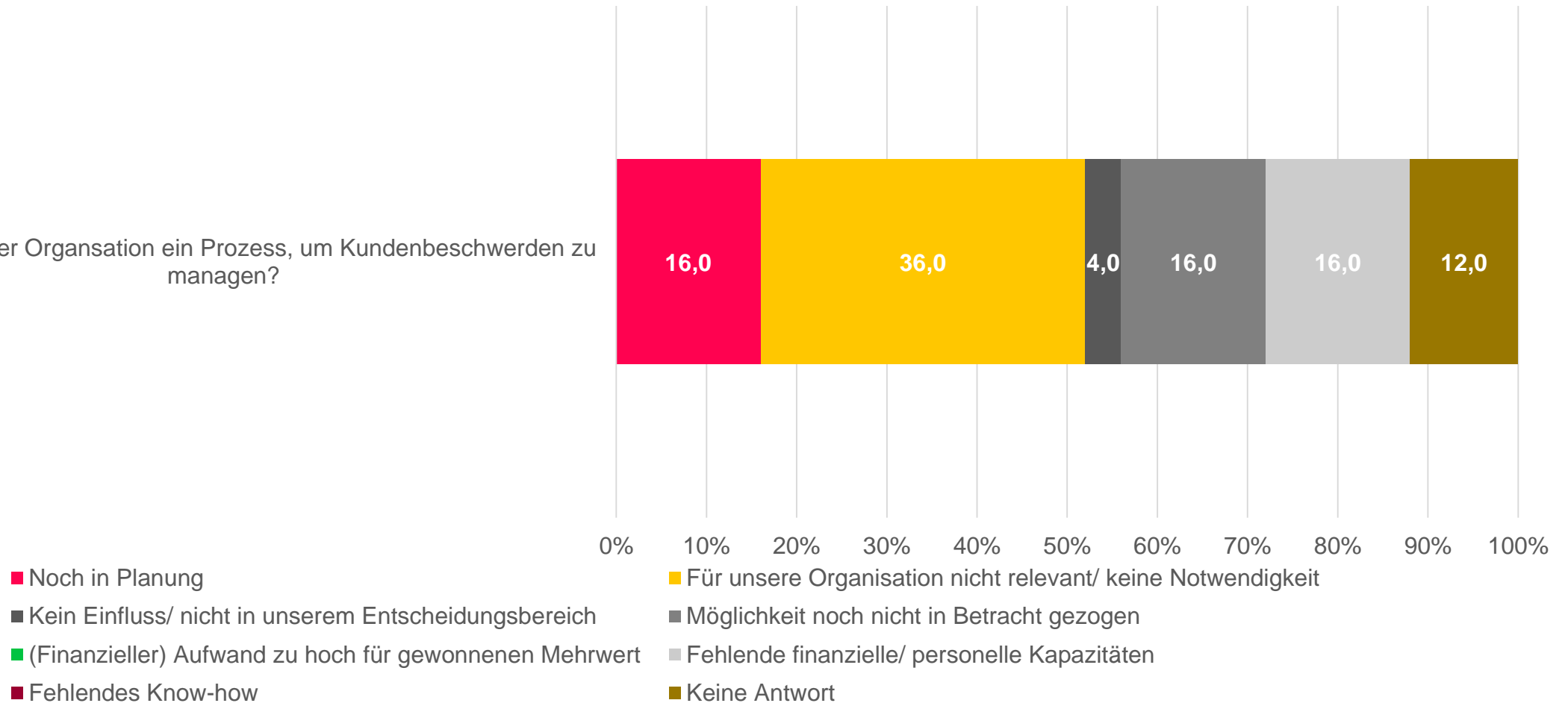
## BEI 87,8 % VON DENEN, DIE ES *SUBJEKTIV ALS RELEVANT BEURTEILEN*...

... existiert ein Prozess, um  
Kundenbeschwerden zu managen.

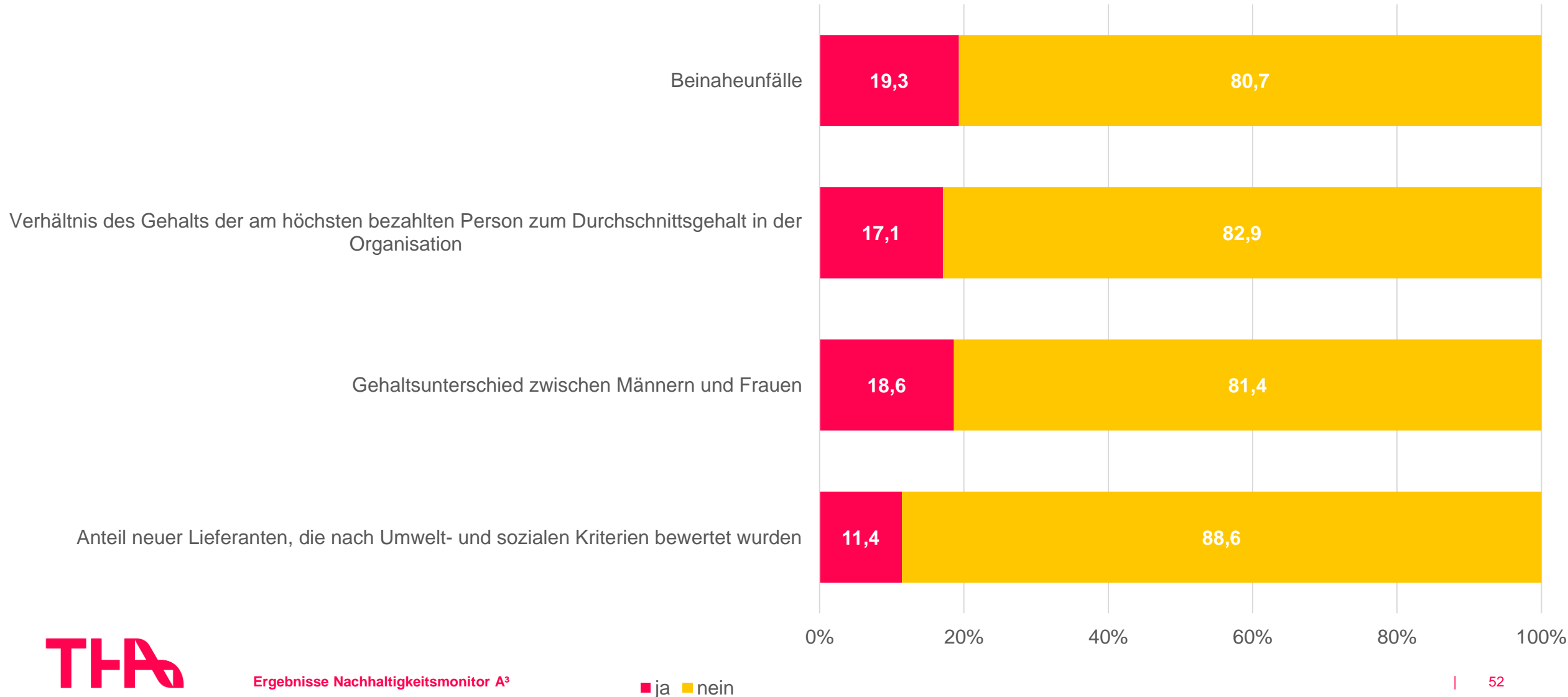


# WARUM EXISTIERT IN IHRER ORGANISATION EIN PROZESS, UM KUNDENBESCHWERDEN ZU MANAGEN, NOCH NICHT?

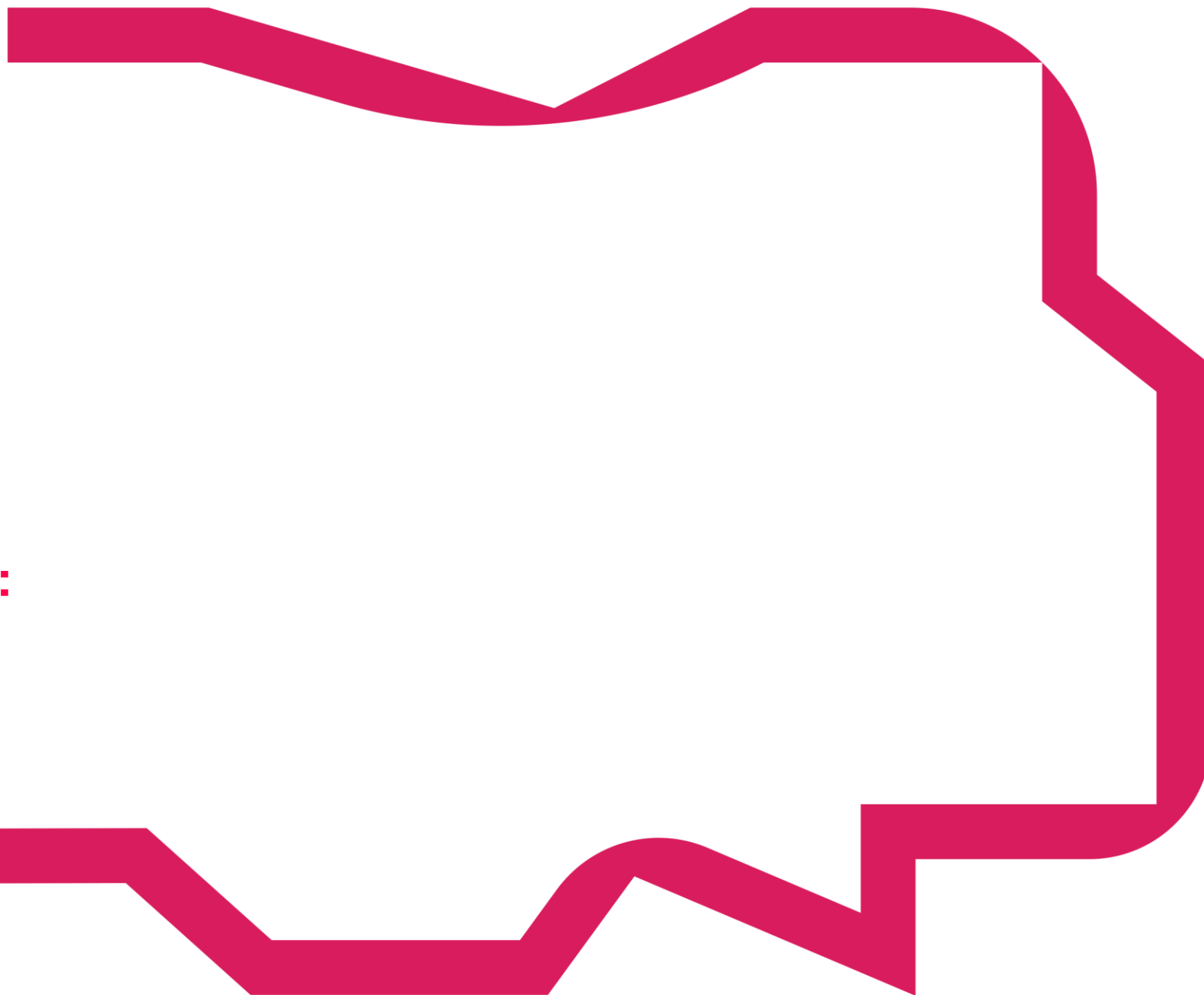
Existiert in Ihrer Organisation ein Prozess, um Kundenbeschwerden zu managen?



# WELCHE DER FOLGENDEN KENNZAHLEN ZUR SOZIALEN NACHHALTIGKEIT ERHEBT IHRE ORGANISATION REGELMÄßIG?

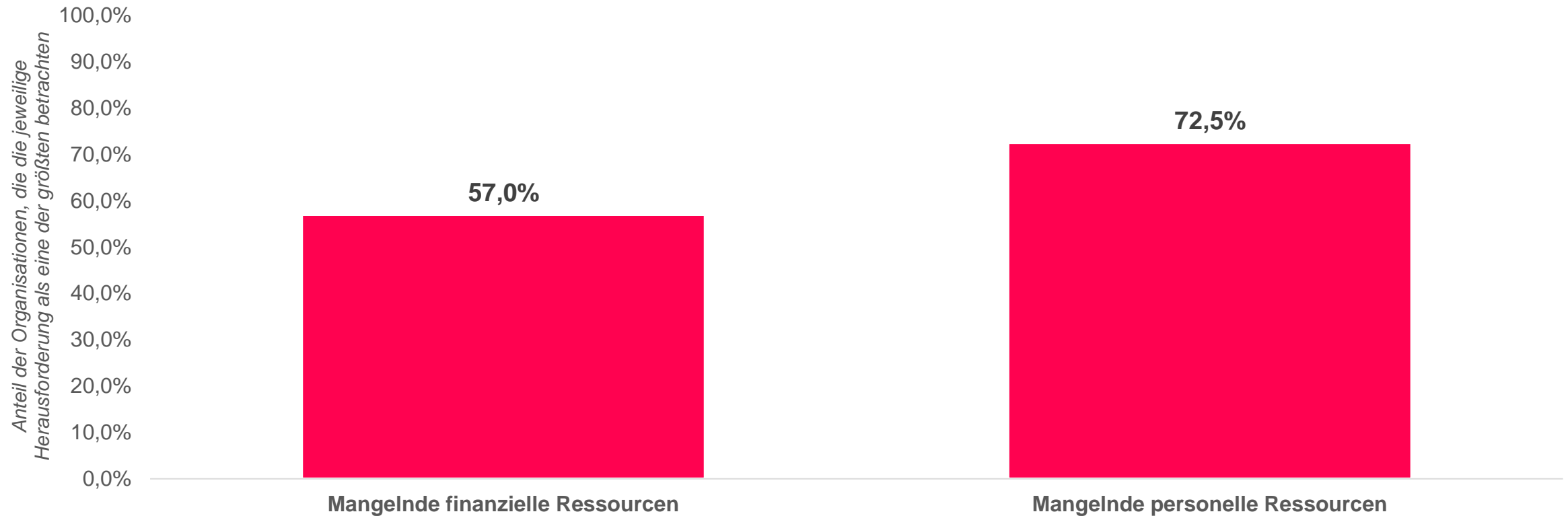


THA

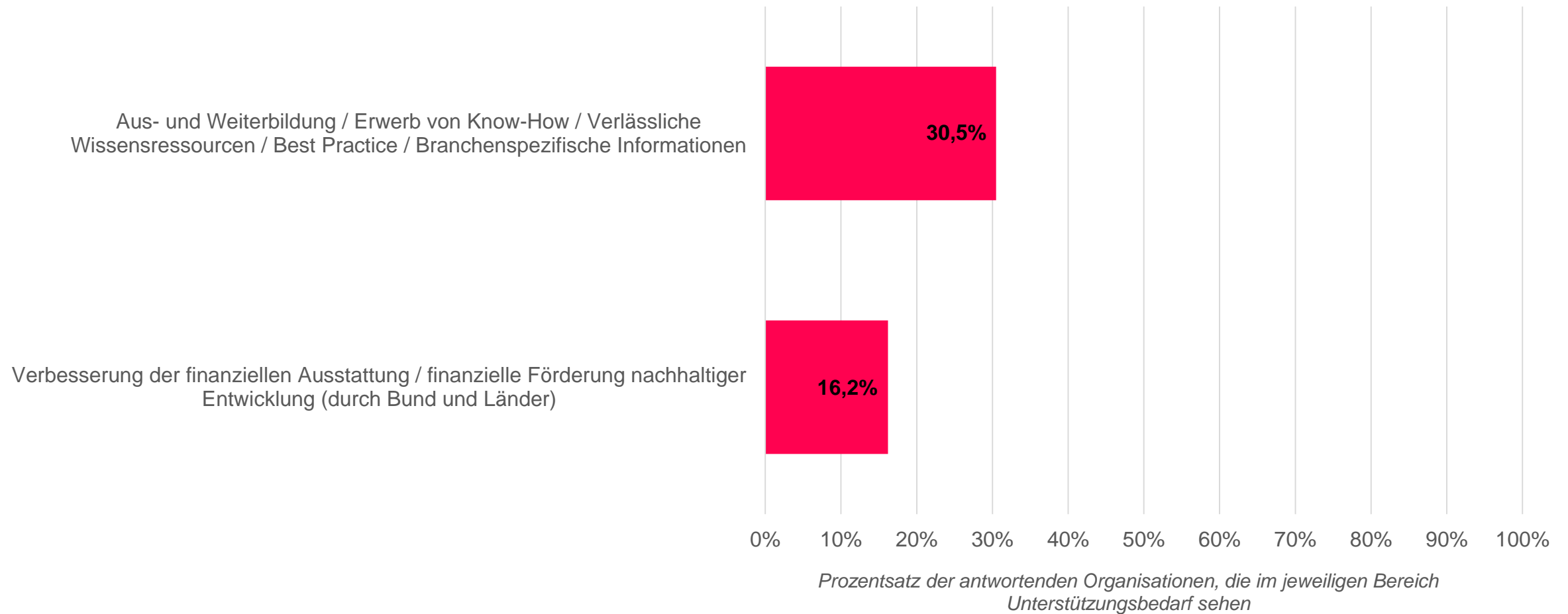


WEITERE ERGEBNISSE:

# DIE GRÖßTEN HERAUSFORDERUNGEN BEI DER UMSETZUNG VON NACHHALTIGKEIT



# DER GRÖSSTE UNTERSTÜTZUNGSBEDARF BESTEHT IM BEREICH KNOW-HOW



# STÄRKEN EINER ORGANISATION

Kategorie	Typische Inhalte / Beispiele	Anzahl Nennungen
<b>Führung und Unternehmenskultur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Motivation und Verantwortungsübernahme der Führung</li> <li>– Vision und Leitlinien</li> <li>– Nachhaltigkeit als Chefsache</li> <li>– Bewusstsein für Nachhaltigkeit</li> <li>– Offene Kommunikation</li> </ul>	<b>37</b>
<b>Soziale Nachhaltigkeit &amp; Mitarbeiter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Gesundheits- und Sportangebote</li> <li>– Weiterbildung &amp; Diversität</li> <li>– Soziales Engagement</li> <li>– Ergonomie &amp; Arbeitsschutz</li> <li>– Einbringung mit eigenen Ideen</li> </ul>	<b>16</b>
<b>Ökologische Maßnahmen &amp; Umwelt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Energieeffizienz, PV-Anlagen</li> <li>– Recycling, Kreislaufwirtschaft</li> <li>– Nachhaltiges Bauen</li> <li>– Biodiversität fördern</li> <li>– Ressourcen</li> </ul>	<b>33</b>
<b>Nachhaltige Produkte &amp; Dienstleistungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Umweltfreundliche, langlebige, regionale Produkte</li> <li>– Nachhaltige Finanz- und Bildungsangebote</li> <li>– Pädagogische Konzepte</li> </ul>	<b>23</b>



# SCHWÄCHE EINER ORGANISATION

Kategorie	Anzahl Nennungen
Mangelnde Ressourcen an Finanzen und Personal	29
Externe Faktoren (Lieferanten, Aktionäre, Mieter, Schüler, Kunden, Dienstleister etc.)/ Regularien, Bürokratie mit keinem oder geringem Einfluss	23
Mangelnde Prozesse zur Datenerhebung/ fehlende IT-Strukturen/ keine Datenverfügbarkeit (Kennzahlen)	12
Keine Strategie/ fehlendes fachliches Know-how/ Mangelndes Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung/ fehlende bzw. eingefahrene Strukturen	25

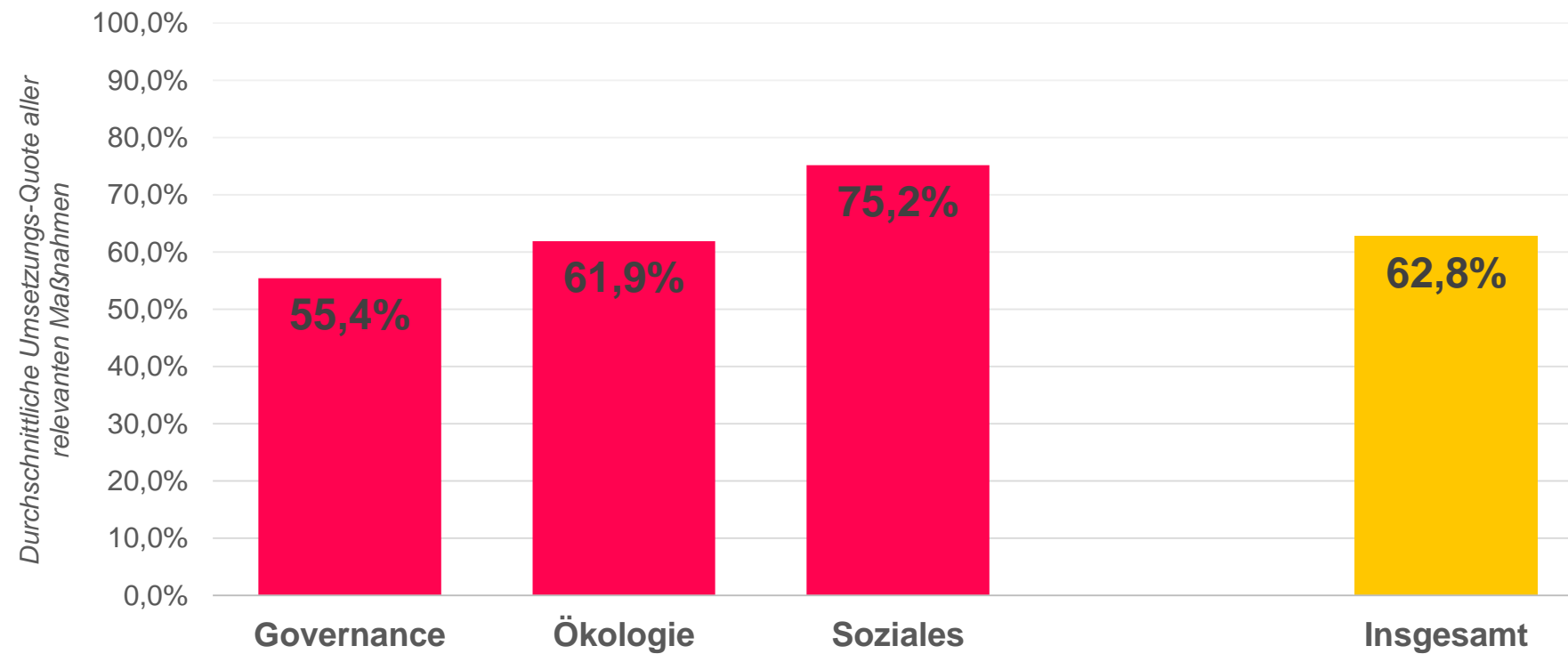
# STÄRKEN DER REGION

Kategorie	Typische Inhalte / Beispiele	Anzahl Nennungen
Netzwerk & Kooperation	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Netzwerkbildung, Kooperation, Wissenstransfer (z. B. A<sup>3</sup>, IHK, Hochschulen)</b></li> <li>– <b>Veranstaltungen, Austausch über Werksgrenzen hinweg</b></li> <li>– <b>Regionale Zusammenarbeit (Stadt, Landkreise, Politik, Wirtschaft)</b></li> <li>– <b>Kurze Kommunikationswege, pragmatische Ansätze</b></li> <li>– <b>Regionale Verbundenheit</b></li> </ul>	36
Umwelt & Naturressourcen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Gute Umweltqualität, Gewässer, Wälder, Waldreichtum</b></li> <li>– <b>Nutzung erneuerbarer Energien (Windkraft, Photovoltaik, Wasserkraft, Wasserstoff)</b></li> <li>– <b>Recycling, Kreislaufwirtschaft, Ressourceneffizienz</b></li> <li>– <b>Potenzial für grüne Energie (Flächen, Anlagen)</b></li> </ul>	23
Wirtschaftliche Stärke & Mittelstand	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Starker Wirtschaftsstandort mit Mittelstandsprägung</b></li> <li>– <b>Standortattraktivität (Nähe zu München, niedrigere Kosten)</b></li> <li>– <b>Fachkräfte, Planungskapazität, Innovationskraft</b></li> <li>– <b>Expertise</b></li> </ul>	18

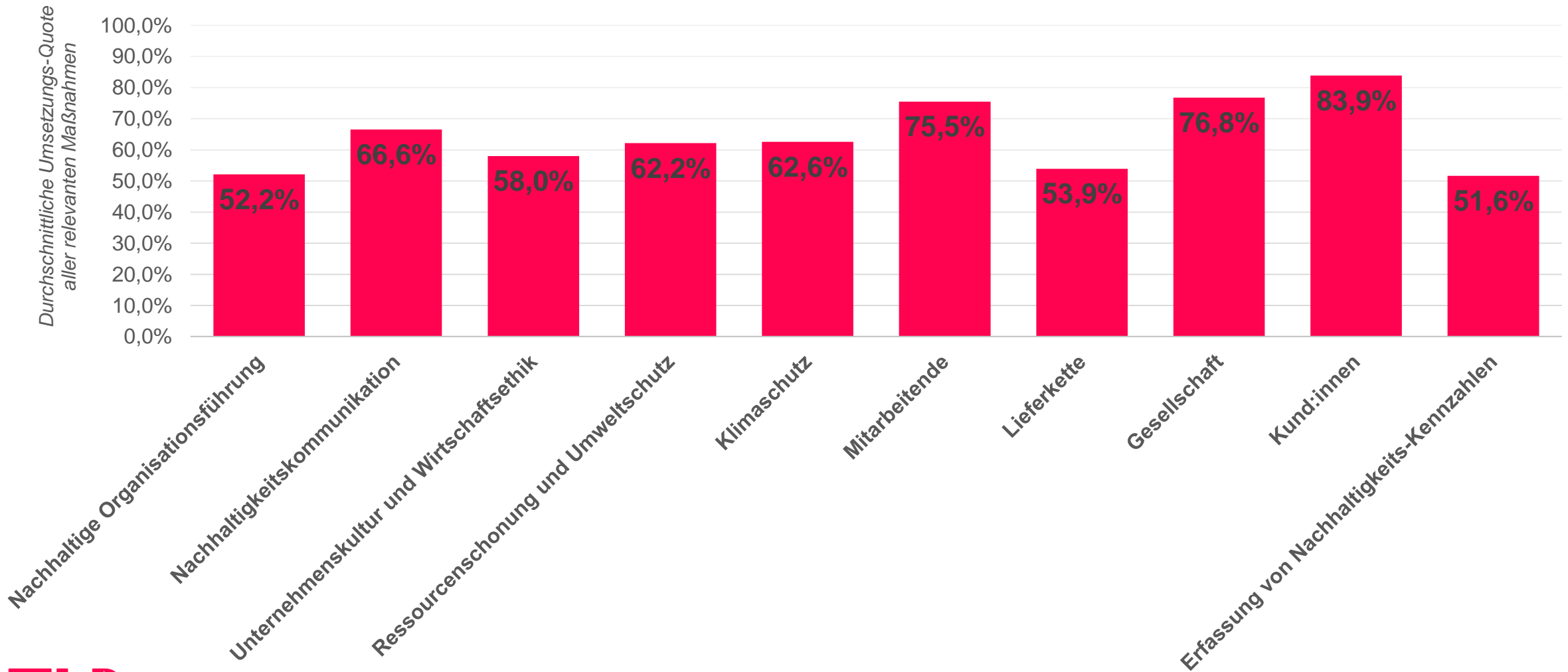
# SCHWÄCHE DER REGION

Kategorie	Anzahl Nennungen
Mangelndes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und den damit verbundenen Herausforderungen/ Vorrang wirtschaftlicher oder politischer Interessen/ wenig Innovation/ langwierige Prozesse/ fehlende Strategie	30
Keine Aussage/ zu geringe Kenntnis der Region/ keine Beurteilung	22
Mangelhafte nachhaltige Infrastruktur bei Schiene, Wasserverkehr, ÖPNV (bes. im ländlichen Bereich), Mobilität generell (Ladestationen, H2-Tankstellen etc.)	19

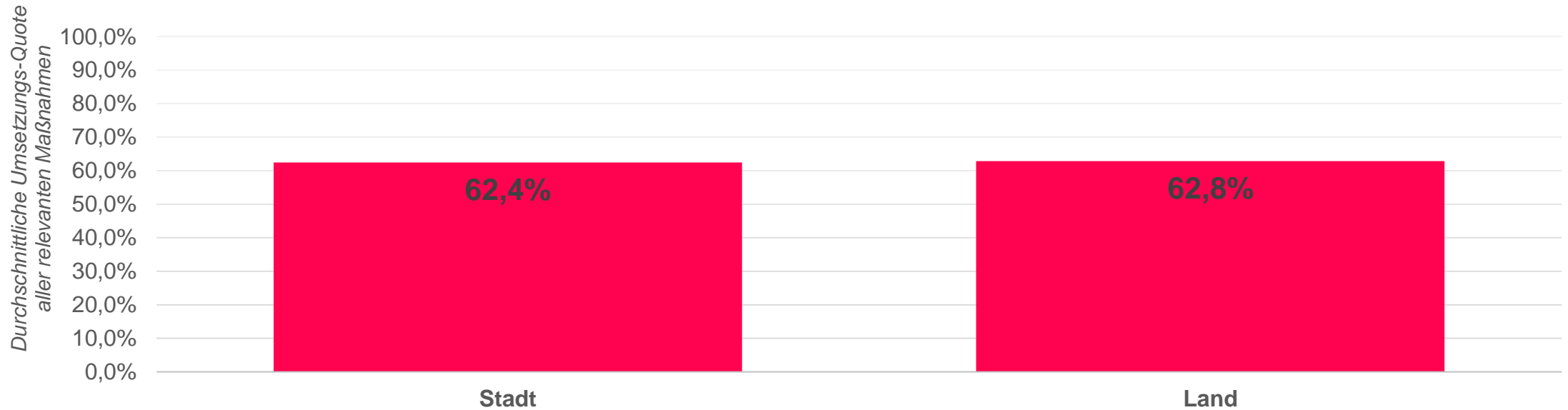
# NACHHALTIGKEITSSCORES DER DIMENSIONEN UND INSGESAMT



# NACHHALTIGKEITSSCORES THEMENFELDER



# NACHHALTIGKEITSSCORES STADT VS. LAND



# GRÜNDE FÜR NICHTUMSETZUNG

