Institut für Marketing Management

accelerate green

Innosuisse-Projekt: “Die Bedeutung von Science-Based Targets für Schweizer Unternehmen”

Worum geht es?

Die Schweiz hat ein klares Ziel: Netto-Null bis 2050, gesetzlich verankert im Klimaschutzgesetz (KIG). Doch wie erreichen Unternehmen dieses ambitionierte Ziel? **Science-Based Targets (SBTs)** bieten einen wissenschaftlich fundierten Weg. Bereits rund 200 Schweizer Unternehmen setzen auf SBTs, um eine messbare und glaubwürdige Reduktion von Emissionen zu erreichen.

Welche unternehmerischen Chancen eröffnen Science-Based Targets für Schweizer Firmen? – Erste Zwischenergebnisse

Für diese Untersuchung wurden in einem ersten Schritt qualitative Interviews mit Vertretern von Schweizer Unternehmen aus verschiedenen Branchen geführt, die Science-Based Targets (SBTs) implementiert haben. Die zentralen Erkenntnisse und identifizierten Herausforderungen dieser Befragung werden im Folgenden zusammengefasst. In einem zweiten Schritt erfolgt dann eine breitangelegte Online-Befragung von Schweizer Unternehmen mit Science-Based Targets.

Wer sind die Projektpartner?

Forschungspartner: Das **Sustainability Lab** ist eine spezialisierte Einheit innerhalb des Instituts für Marketing Management (IMM) der ZHAW School of Management and Law. Das Sustainability Lab analysiert Treiber und Barrieren im Markt, identifiziert relevante Handlungsfelder und unterstützt Unternehmen bei der Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle.

Praxispartner: **Accelerategreen AG** ist ein Schweizer Unternehmen, das sich auf die Reduktion von Treibhausgasemissionen in emissionsintensiven Sektoren spezialisiert hat. Es befähigt Unternehmen, ihre Netto-Null-Ziele zu verwirklichen, indem es massgeschneiderte Dekarbonisierungs-Strategien entwickelt, umfassende CO_2-Reduktionspläne erstellt und deren erfolgreiche Umsetzung begleitet.

zh aw Institut für Marketing Management

accelerate green

Relevanz von SBTs für Schweizer Unternehmen

Wettbewerbsvorteile und andere Vorteile durch SBTs

Science-Based Targets (SBTs) werden als klare Differenzierungsmerkmale betrachtet, die Unternehmen helfen, sich positiv gegenüber Wettbewerbern abzuheben. Dies zeigt sich insbesondere bei Ausschreibungen und Kundengesprächen, wo die Nachweisbarkeit von Klimazielen einen Vorteil verschafft respektive in vielen Fällen bereits gefordert wird.

Verbesserung der Beziehungen zu Stakeholdern

Die Verpflichtung zu SBTs stärkt das Vertrauen bei Kunden, Investoren, Mitarbeitenden und Lieferanten. Besonders erwähnt wurde der positive Einfluss auf die Bindung von Kunden mit eigenen Nachhaltigkeitszielen sowie die Unterstützung bei der Einbindung von Lieferanten in Dekarbonisierungsstrategien.

Auswirkungen auf Unternehmensstrategie und -kultur

Die Verpflichtung zu SBTs trägt dazu bei, die Zielsetzungen insbesondere für die Mitarbeitenden klar und greifbar zu machen. Die SBTs treiben die Innovationsbereitschaft voran und schärfen die strategische Ausrichtung. Gleichzeitig stärken sie die interne Unternehmenskultur, indem sie klare Ziele setzen und abteilungsübergreifende Zusammenarbeit fördern.

Erfüllung gesetzlicher Rahmenbedingungen

SBTs bieten eine belastbare Grundlage für die Einhaltung von Klimaschutz und Nachhaltigkeitsgesetzen (z.B. CSRD, EU-Lieferkettengesetz). Die frühzeitige Festlegung und Validierung der Ziele helfen Unternehmen, sich proaktiv an regulatorische Veränderungen anzupassen.

Umsetzung und Herausforderungen

Trotz zum Teil erheblicher Investitionen, technischer Hürden und der Komplexität der Datenerhebung bieten SBTs Unternehmen klare Vorteile. Dazu zählen die Glaubwürdigkeit bei Stakeholdern, die Möglichkeit zur Kostenreduktion (z. B. Energieeffizienz) und der Aufbau einer zukunftsfähigen Marktstrategie.

Empfehlungen, Ausblick und Rückblick

Die fünf anderen Punkte unterstreichen, wie Schweizer Unternehmen SBTs als strategisches Werkzeug nutzen, um sich im Markt nachhaltig zu positionieren. SBTs gelten als wirksames Instrument, um Nachhaltigkeitsziele glaubhaft umzusetzen und langfristige Markt- und Regulierungsanforderungen zu erfüllen.

Institut für Marketing Management

accelerate green

Strategische Vorteile

Science-Based Targets (SBTs) sind klare Differenzierungsmerkmale, die Unternehmen helfen, sich positiv gegenüber Wettbewerbern abzuheben.

Stärkung des Unternehmens-images

Science-Based Targets fördern das Vertrauen von Kunden und Stakeholdern und tragen zur Stärkung der Wettbewerbsposition bei.

Früher Einstieg und Pionierrolle

Eine frühzeitige Implementierung ermöglicht eine strategische Positionierung als Branchenvorreiter und stärkt das Vertrauen relevanter Stakeholder.

Zugang zu Kunden und Aus-schreibungen

Die datengestützte Aufbereitung von Nachhaltigkeitszielen verbessert die Wettbewerbsfähigkeit bei Ausschreibungen und trägt zur Kundengewinnung bei.

Innovations-schub und strategische Fokussierung

Durch die Einführung von SBTs werden interne Prozesse effizienter gestaltet und Nachhaltigkeitsstrategien gezielt vorangetrieben

Verbesserung der Lieferanten-integration

SBTs unterstützen eine systematische Auswahl und nachhaltige Einbindung von Lieferanten entlang der Lieferkette.

Bildung von Communities

Durch die Bildung branchenübergreifend-er Expertengruppen wird der Austausch und die Entwicklung gemeinsamer Lösungsansätze gefördert.

Verbesserung der Beziehungen zu Stakeholdern

Die Verpflichtung zu SBTs stärkt das Vertrauen bei Kunden, Investoren, Mitarbeitenden und Lieferanten. Hervorzuheben ist der positive Einfluss auf die Bindung von Kunden mit eigenen Nachhaltigkeitszielen sowie die Unterstützung bei der Einbindung von Lieferanten in Dekarbonisierungs-Strategien.

Allgemeine Stärkung der Stakeholder-Beziehungen

Rundum wird berichtet, dass SBTs positive Signale an Kunden, Investoren und Partner senden.

Verbesserte interne Kommunikation und Zusammenarbeit

Workshops, regelmässige Abstimmungen und abteilungsübergreifende Initiativen fördern den internen Zusammenhalt.

Erweiterte Lieferanten-kooperation und Scope-3-Engagement

Interviewteilnehmer heben hervor, dass eine engere Zusammenarbeit mit wichtigen Lieferanten insbesondere im Bereich der Scope-3-Emissionen realisiert wurde.

Positiver Einfluss auf Mitarbeiter-zufriedenheit und Recruiting

SBTs werden auch als Instrument für eine höhere Attraktivität als Arbeitgeber und zur Steigerung der Mitarbeitermotivation wahrgenommen.

Gezielte externe Kommunikations-massnahmen

Einige Unternehmen setzen Kommunikations-massnahmen um, um die positiven Effekte der SBTs auch nach aussen hin transparent zu machen.

Auswirkungen auf Unternehmensstrategie und -kultur

Die Verpflichtung zu SBTs trägt dazu bei, die Zielsetzungen insbesondere für die Mitarbeitenden klar und greifbar zu machen. Die SBTs treiben die Innovationsbereitschaft voran und schärfen die strategische Ausrichtung. Gleichzeitig stärken sie die interne Unternehmenskultur, indem sie klare Ziele setzen und abteilungsübergreifende Zusammenarbeit fördern.

Klarheit in der strategischen Ausrichtung und Risiko-minimierung

Das Bekenntnis zu SBTs sendet positive und glaubwürdige Signale an Kunden, Investoren und Partner.

Verstärkung der internen Nachhaltigkeits-kultur

SBTs wirken als Motor für Nachhaltigkeit in der Unternehmenskultur. Sie motivieren Mitarbeitende durch quantifizierte Ziele zur Emissionsreduktion.

Förderung von Innovation und neuen Kooperationen

Eine engere Zusammenarbeit mit wichtigen Lieferanten, insbesondere bei Scope-3-Emissionen, wurde realisiert.

Erhöhte Management-Attention und interne Reorganisation

SBTs werden auch als Instrument für eine höhere Attraktivität als Arbeitgeber und zur Steigerung der Mitarbeitermotivation wahrgenommen.

Erfüllung gesetzlicher Rahmenbedingungen

SBTs bieten eine belastbare Grundlage für die Einhaltung von Klimaschutz und Nachhaltigkeitsgesetzen (z.B. CSRD, EU-Lieferkettengesetz). Die frühzeitige Festlegung und Validierung der Ziele helfen Unternehmen, sich proaktiv an regulatorische Veränderungen anzupassen.

Solide Basis zur Erfüllung gesetzlicher Anforderungen

SBTs werden konsistent als Standard zur Festlegung von Dekarbonisierungszielen betrachtet.

Glaubwürdige Darstellung von Netto Null-Zielen

Frühzeitige, transparente Kommunikation von Klimazielen demonstriert Einhaltung regulatorischer Anforderungen

Erleichterung im Bereich Compliance und Reporting

Für global agierende Unternehmen sind SBTs ein glaubwürdiges Instrument und gelten als „License to Operate“.

Heraus-forderungen bei dynamischen Regulierungs-änderungen

Durch die laufend ändernden Vorschriften wie CSRD oder das EU-Lieferkettengesetz steigt der Mehraufwand.

Umsetzung und Herausforderungen

Trotz zum Teil erheblicher Investitionen, technischer Hürden und der Komplexität der Datenerhebung bieten SBTs Unternehmen klare Vorteile. Dazu zählen die Glaubwürdigkeit bei Stakeholdern, die Möglichkeit zur Kostenreduktion (z. B. Energieeffizienz) und der Aufbau einer zukunftsfähigen Marktstrategie.

Umfassende Massnahmen zur Emissions-reduktion

Oft genannt: Elektrifizierung der Flotte, Einsatz erneuerbarer Energien und Energieeffizienz durch interne Massnahmen

Hoher Aufwand bei Datenerhebung und Validierung

Besonders die Erfassung von Scope-3-Emissionen und die Sicherstellung einer hohen Datenqualität werden als ressourcenintensiv wahrgenommen.

Erhebliche finanzielle und technologische Investitionen

Oft genannt wurden hohe Anschaffungskosten (z. B. E-Fahrzeuge) und technische Hürden bei der Dekarbonisierung und Zielerreichung der SBTs.

Interne organisatorische Hürden

Die Umsetzung verlangt eine enge Abstimmung, Überwindung von Silodenken und kontinuierlichen Management Buy-In.

Unterschiedliche Kommunikations-strategien

Um glaubwürdig zu bleiben und Greenwashing zu vermeiden, wählen Unternehmen unterschiedliche Kommunikations-strategien. SBTs entfalten intern Strahlkraft.

Institut für Marketing Management

accelerate green

Empfehlungen für die Umsetzung von SBTs

SBTs gelten als strategisches Werkzeug, mit dem sich Schweizer Unternehmen nachhaltig im Markt positionieren. Sie unterstützen nicht nur die glaubwürdige Umsetzung von Klimazielen, sondern auch die proaktive Anpassung an wachsende Markt- und Regulierungsanforderungen.

Validierung der Emissionsbilanz als Basis

Eine belastbare Treibhausgasbilanz ist unerlässlich, um verlässliche Ziele setzen zu können.

Interdisziplinäre Zusammenarbeit und Überwindung von Silodenken

Abteilungsübergreifende Kommunikation und Zusammenarbeit für eine effektive SBTi-Implementierung fördern.

Positive Erfahrung mit SBTs

Der langfristige Nutzen überwiegt die erheblichen Herausforderungen: Alle befragten Unternehmen würden SBTs erneut entwickeln und validieren.

Schlüsselfaktoren für den Erfolg: Management-Commitment

Ein klares Commitment der Geschäftsleitung und gegebenenfalls externe Expertise sind entscheidende Erfolgsfaktoren.

Bereitstellung finanzieller Rücklagen

Aufgrund initial höherer Investitionskosten in nachhaltige Technologien sollten Unternehmen frühzeitig finanzielle Ressourcen einplanen.