

10. November 2020

Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e. V.

Bundesweite Umfrage ermöglicht Einblicke in das Naturschutz-Engagement von Unternehmen

Seite | 1

Das Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e. V. führte 2019 eine bundesweite Unternehmensbefragung durch. Das Ziel war herauszufinden, inwieweit sich Firmen gezielt für den Schutz der biologischen Vielfalt und der natürlichen Lebensräume einsetzen, bzw. welche Hinderungsgründe wahrgenommen werden. Die nun im Fachmagazin „Business Strategy and the Environment“ veröffentlichten Ergebnisse liefern interessante Einblicke, wie und warum Unternehmen zu dem Thema engagiert sind.

Unternehmen sind wichtige Akteure wenn es um den Schutz natürlicher Ressourcen und Ökosysteme geht. Bislang gibt es jedoch kaum Untersuchungen über ihr gezieltes Engagement für die biologische Vielfalt in Deutschland. Von bundesweit knapp 700 befragten Unternehmen gaben 266 (55%) an, sich in dem Bereich bereits zu engagieren. Vor allem Geldspenden und naturnah gestaltete Firmengelände sind die häufigsten Formen des Engagements. Auffällig ist, dass mit 35% der Unternehmen auch viele im Rahmen eigener Projektinitiativen aktiv sind.

Die Daten geben zudem Aufschluss über Faktoren, die das Naturschutzengagement in Unternehmen beeinflussen. „Es zeigt sich, dass vor allem Firmen aktiv sind, die sich von ihrem Einsatz auch einen eigenen Nutzen versprechen. Insbesondere Imagegewinn, Mitarbeitermotivation und -bindung, aber auch der Schutz geschäftsrelevanter Ressourcen spielen eine Rolle“, sagt Marlen Krause, Wissenschaftliche Mitarbeiterin am ZALF und Leiterin der Studie. „Interessant ist, dass diese erhofften Vorteile stark davon abhängen, wie die Unternehmensleitung gesellschaftliche Erwartungen an ihr Unternehmen einschätzt.“ Befragte aus engagierten Unternehmen verspüren einen stärkeren Druck von ihren Interessengruppen, sich für den Schutz der Natur einzusetzen.

„Unsere Ergebnisse zeigen, dass überwiegend die Erwartungen von Kunden, der Belegschaft und der breiten Öffentlichkeit ein unternehmerisches Engagement begünstigen. Hingegen animieren die Erwartungen von Politik, Geldgebern und Zulieferern Unternehmen bislang eher wenig, zum Schutz der biologischen Vielfalt beizutragen“, fasst Krause zusammen. Entscheidende Hinderungsgründe sind der Mangel finanzieller Mittel, die Herausforderung, freiwillige Naturschutzzahlungen intern zu rechtfertigen, sowie fehlendes Wissen darüber, wie sich Unternehmen überhaupt für den Schutz der biologischen Vielfalt einsetzen können.

Die aktuelle Auswertung nutzte bisher allerdings nur einen Teil der Umfragedaten. Mit dem zweiten Teil werden ZALF-Wissenschaftler/innen nun der Frage nachgehen, was die Befragten von „Naturschutzzertifikaten“ halten, die über einen Online-Marktplatz zum Verkauf angeboten werden. Ein solches Konzept wird im Rahmen des „AgoraNatura-Projekts“ erprobt mit dem Ziel, den Beitrag von Unternehmen und Privatpersonen für konkrete Naturschutzziele zu erleichtern. „Der Online-Marktplatz ist Ende September 2020 offiziell gestartet und wir sind gespannt, wie er angenommen wird“, ergänzt Marlen Krause.

Informationen zur Datenbasis

Knapp 700 Unternehmen nahmen an der Befragung teil und bilden somit die Datengrundlage der Umfrage, die in zwei Stufen ausgewertet wird. Die Studie richtete sich an Unternehmen aus allen Bundesländern und ist hinsichtlich ihrer regionalen Verteilung repräsentativ. Zur Umfrage eingeladen wurden vorwiegend mittelgroße und große Unternehmen aus verschiedenen Sekundär- und Tertiärsektoren.

Die Befragung wurde im Rahmen des Forschungs- und Umsetzungsprojekts „AgoraNatura“ durchgeführt. „AgoraNatura“ wird gemeinsam gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) sowie das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) und das Bundesamt für Naturschutz (BfN).

Erster Ergebnisbericht (in Deutsch):

Einen anschaulichen ersten Ergebnisbericht der Umfrage können Sie hier herunterladen: [zum Ergebnisbericht](#)

Wissenschaftliche Veröffentlichung (in Englisch):

Krause, M. S., Droste, N., Matzdorf, B. (2020). What makes businesses commit to nature conservation? In: Business Strategy and the Environment.

<https://doi.org/10.1002/BSE.2650>

Weitere Informationen:

Pressemitteilung des ZALF vom 30.09.2020: [AgoraNatura startet: Deutschlands erster unabhängiger Marktplatz für zertifizierte Naturschutzprojekte](#)



Die Ergebnisse bieten Einblicke, wie und warum sich Unternehmen freiwillig im Naturschutz engagieren. | Das Foto kann für redaktionelle Zwecke verwendet werden unter Angabe der Quelle: © Julia Lidauer | Bildquelle in Farbe und Druckqualität: <http://www.zalf.de/de/aktuelles>

Pressekontakt:

Hendrik Schneider
Leiter Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: + 49 (0) 33432 82-405
Mobil: + 49 (0) 151 405 455 00
E-Mail: public.relations@zalf.de

Fachkontakt:

Marlen Krause
Programmbereich 2 „Landnutzung
und Governance“
Telefon: + 49 (0) 33432 82-131
E-Mail: marlen.krause@zalf.de

Über das Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e. V. in Müncheberg, eine Einrichtung der Leibniz-Gemeinschaft:

Das ZALF forscht an der ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Landwirtschaft der Zukunft – gemeinsam mit Akteuren aus der Wissenschaft, Politik und Praxis.

Seite | 4

Als Beitrag zur Bewältigung globaler gesellschaftlicher Herausforderungen wie Klimawandel, Ernährungssicherung, Erhalt der Biodiversität und Ressourcenknappheit entwickeln und gestalten wir Anbausysteme im Landschaftskontext, die den Bedarf an pflanzlicher Produktion mit Nachhaltigkeit verbinden. Hierzu kombinieren wir komplexe Landschaftsdaten mit einem einzigartigen Set an experimentellen Methoden, neuen Technologien, computergestützten Modellen und sozioökonomischen Ansätzen.

ZALF-Forschung ist Systemforschung: von Prozessen in Böden, Pflanzen und Wasser, über Zusammenhänge auf der Feld- und Landschaftsebene bis hin zu globalen Auswirkungen und Berücksichtigung komplexer Wechselwirkungen zwischen Landschaft, Gesellschaft und Ökonomie. www.zalf.de