

Nachhaltigkeit als Zukunftsstrategie: Unternehmen investieren verstärkt in Umweltmaßnahmen – doch konkrete Klimaanpassung bleibt ausbaufähig

- 82 Prozent der Unternehmen planen, ihre Investitionen in ökologische Nachhaltigkeit in den nächsten 12 bis 18 Monaten zu erhöhen.
- Die Mehrheit der Unternehmen ist von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen, doch Führungskräfte tun sich schwer, sich aktiv auf die zunehmenden Klimarisiken vorzubereiten.
- Konkrete Maßnahmen bei Infrastruktur, Produktpassung und Verlagerung der Produktion bleiben vielfach aus.

Wien, 2. Oktober 2025 – Die vierte Ausgabe des Reports „[A world in balance 2025: Unlocking resilience and long-term value through environmental action](#)“ des [Capgemini Research Institute](#) zeigt: Unternehmen halten trotz globaler Unsicherheiten an ihren Nachhaltigkeitszielen fest. Drei Viertel der befragten Führungskräfte weltweit sehen ökologische Nachhaltigkeit als zentrale Zukunftsstrategie, um langfristige Wettbewerbsfähigkeit, Innovation und Resilienz zu sichern. Gleichzeitig offenbart die Studie eine Diskrepanz zwischen wahrgenommener Vorbereitung und tatsächlichen Aktivitäten.

Nachhaltigkeit bleibt strategisch – Investitionen steigen

Mehr als vier von fünf Unternehmen planen, ihre Investitionen in ökologische Nachhaltigkeit zu erhöhen – ein Anstieg um acht Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Haupttreiber sind regulatorische Anforderungen, gefolgt von geschäftlichem Mehrwert wie Profitabilität, Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerung. Ein weiteres starkes Signal für langfristiges Engagement: 92 Prozent der Unternehmen weltweit haben ihre Net-Zero-Zeitpläne beibehalten.

Zugleich stehen zwei Drittel der Führungskräfte unter wachsendem Druck, glaubwürdige und wissenschaftlich fundierte Fortschritte nachzuweisen. Nur 21 Prozent der befragten Unternehmen verfügen über detaillierte Transformationspläne mit Zwischenzielen und klaren Investitionsplänen. Intern bremsen Budgetgrenzen, unzureichende Daten- und Messsysteme sowie operative Silos den Fortschritt. Extern sehen knapp zwei Drittel der Führungskräfte geopolitische Entwicklungen als Hemmnis für Nachhaltigkeitsinvestitionen – ein stabiler Wert im Vergleich zum Vorjahr.

Anpassung an Klimarisiken bleibt begrenzt

In einer Welt, die zunehmend von Klimakatastrophen geprägt ist, spüren Unternehmen die Auswirkungen: Über 70 Prozent der Führungskräfte berichten von Störungen in Lieferketten, Produktionsausfällen und Rohstoffknappheit. Zwei Drittel erwarten zudem Herausforderungen bei Versicherungen und finanziellen Risiken. Zwar priorisieren viele Unternehmen die Klimaanpassung, doch mehr als die Hälfte hält sich für unzureichend vorbereitet. Konkrete Maßnahmen bleiben jedoch aus – nur 38 Prozent modernisieren ihre Infrastruktur, 31 Prozent verlagern die Produktion in weniger klimaanfällige Regionen und lediglich 26 Prozent entwickeln ihre Produkte neu.



„Auch wenn regulatorischer Druck nachlässt, erkennen Führungskräfte Nachhaltigkeit weiterhin als zentralen Treiber für Geschäftswert. Doch angesichts globaler Unsicherheiten und knapper Budgets stehen viele Unternehmen vor einem Realitätscheck“, sagt Martina Sennebogen, Vorstandsvorsitzende bei Capgemini Österreich. „Klimarisiken müssen ganz oben auf der Agenda stehen – jetzt braucht es eine pragmatische, operative Herangehensweise und die rasche Umsetzung konkreter, finanzierter Transformations- und Anpassungsmaßnahmen. Das stärkt nicht nur die Resilienz, sondern fördert auch Innovation und Wettbewerbsfähigkeit.“

KI im Fokus: Unternehmen wägen Chancen und Umweltkosten zunehmend ab

Künstliche Intelligenz spielt eine zunehmend wichtige Rolle bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen – fast zwei Drittel der Unternehmen setzen KI dafür bereits ein. Doch trotz ihrer Effizienzvorteile hat KI selbst einen ökologischen Fußabdruck. 57 Prozent der Führungskräfte berichten, dass die Umweltauswirkungen von generativer KI (Gen AI) in Vorstandsetagen diskutiert werden – aber weniger als ein Drittel hat konkrete Maßnahmen zur Reduktion ergriffen. Die Studie zeigt eine wachsende Vorsicht: Der Anteil der Führungskräfte, die den Nutzen von Gen AI höher bewerten als die ökologischen Kosten, sank von 67 Prozent im Jahr 2024 auf 57 Prozent im Jahr 2025.

Vertrauenslücke zwischen Marken und Verbrauchern wächst

Auch auf Konsumentenseite steigt die Skepsis: 62 Prozent glauben, dass Unternehmen „Greenwashing“ betreiben – ein deutlicher Anstieg gegenüber einem Drittel im Jahr 2023 und mehr als der Hälfte im vergangenen Jahr. Über drei Viertel fordern mehr Engagement von Unternehmen, um die Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Dies unterstreicht die Notwendigkeit transparenter und belegbarer Nachhaltigkeitskommunikation. Zudem halten nur ein Viertel nachhaltige Produkte für bezahlbar, und lediglich 16 Prozent fühlen sich ausreichend über Nachhaltigkeit informiert.

Zur vollständigen Studie: <https://www.capgemini.com/insights/research-library/sustainability-trends-2025>

Methodik

Das Capgemini Research Institute befragte im Juni und Juli 2025 weltweit 2.146 Führungskräfte aus 716 Unternehmen mit jeweils über 1 Milliarde US-Dollar Jahresumsatz – insgesamt rund 10,7 Billionen US-Dollar Umsatz – in 13 Ländern in Nordamerika, Europa und Asien-Pazifik sowie aus zwölf Branchen. Zusätzlich wurden 6.566 Konsument*innen ab 18 Jahren in denselben Ländern befragt und Interviews mit 15 Führungskräften führender Unternehmen weltweit geführt.

Über Capgemini

Capgemini ist ein globaler Business- und Technologie-Transformationspartner für Organisationen. Das Unternehmen unterstützt diese bei ihrer dualen Transformation für eine stärker digitale und nachhaltige Welt – stets auf greifbare Fortschritte für die Gesellschaft bedacht. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste, diverse Unternehmensgruppe mit einer über 55-jährigen Geschichte und 340.000 Mitarbeitenden in mehr als 50 Ländern. Kunden vertrauen auf Capgemini, um das Potenzial von Technologie für die ganze Breite ihrer Geschäftsanforderungen zu erschließen. Capgemini entwickelt mit seiner starken Strategie, Design- und Engineering-Expertise umfassende Services und End-to-End-Lösungen. Dabei nutzt das Unternehmen seine führende Kompetenz in den Bereichen KI, generative KI, Cloud und Daten sowie profunde Branchenexpertise und sein Partner-Ökosystem. Die Gruppe erzielte 2024 einen Umsatz von 22,1 Milliarden Euro.

Get the future you want | www.capgemini.com/at-de

Über das Capgemini Research Institute

Das Capgemini Research Institute ist Capgeminis hauseigener Think-Tank in digitalen Angelegenheiten. Das Institut veröffentlicht Forschungsarbeiten über den Einfluss digitaler Technologien auf große Unternehmen. Das Team greift dabei auf das weltweite Netzwerk von Capgemini-Experten zurück und arbeitet eng mit



akademischen und technologischen Partnern zusammen. Das Institut hat Forschungszentren in Indien, Singapur, Großbritannien, und den USA.
Besuchen Sie uns auf <https://www.capgemini.com/de-de/insights/capgemini-research-institute/>