

Medienmitteilung

Zürich/Genf, 25. März 2024

'Pulse of Switzerland': Schweizer Bevölkerung fordert mehr Nachhaltigkeit von Unternehmen, Staat und Konsumenten

Zwei Drittel der Menschen in der Schweiz sehen in erster Linie die Unternehmen in der Pflicht, um das Land nachhaltiger zu gestalten. Daneben sollen auch der Staat sowie Konsumentinnen und Konsumenten ihren Einfluss geltend machen. Gemäss der neuen ['Pulse of Switzerland'-Umfrage](#) von Deloitte befürwortet über die Hälfte staatliche Subventionen für nachhaltiges Handeln. Drei Viertel der Befragten wollen aber auch selbst etwas beitragen. Mit insgesamt 57 Prozent wird die Absicht, sich künftig nachhaltiger zu ernähren am häufigsten genannt. Die Umfrageergebnisse spiegeln eine klare Botschaft wider: Für eine nachhaltigere Schweiz müssen alle Marktteilnehmenden Hand in Hand arbeiten.

Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt die Menschen in der Schweiz und ist ein Dauerbrenner in der öffentlichen Diskussion. Die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung bedingt das Engagement verschiedener Akteure wie Konsumentinnen und Konsumenten, Unternehmen, Staat, Medien, gemeinnützige Organisationen und NGOs. Deloitte hat 1'900 in der Schweiz wohnhafte Personen gefragt, wer eine aktivere Rolle bei der Gestaltung einer nachhaltigeren Schweiz spielen soll und welche konkreten Massnahmen sie bevorzugen.

An erster Stelle stehen für zwei Drittel der Befragten (66%) die Unternehmen für eine nachhaltigere Schweiz in der Pflicht. 61 Prozent nennen den Staat und 53 Prozent sehen sich selbst als Konsumentinnen und Konsumenten zuständig (siehe Abbildung 1). In der Romandie liegen die Werte für Unternehmen und den Staat mit jeweils 72 Prozent über dem Durchschnitt, was eine höhere Erwartungshaltung der Westschweiz gegenüber den beiden Akteursgruppen ausdrückt. Die Gruppe der Konsumentinnen und Konsumenten werden von den Befragten beider Landesteile fast gleich häufig genannt. Unterschiede nach Alter oder Geschlecht sind keine auszumachen.

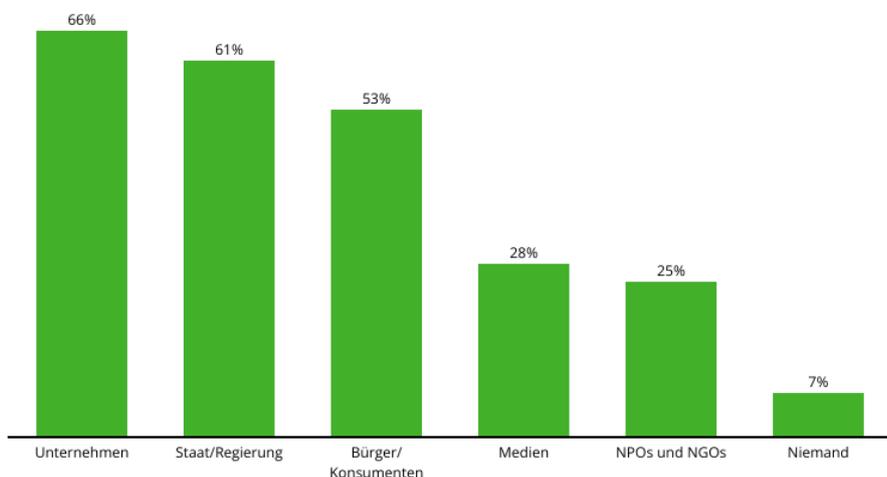


Abbildung 1: Wer sollte sich ihrer Meinung nach mehr dafür einsetzen, dass die Schweiz nachhaltiger wird?

«Unsere Befragung zeigt deutlich, dass sich die Menschen zusätzliches Engagement von den Unternehmen und vom Staat erhoffen. Gleichzeitig sehen sie aber auch sich selbst – also Konsumentinnen und Konsumenten – in der Pflicht, ihren Einfluss auf nachhaltigeres Wirtschaften geltend zu machen. Dies führt zu einer klassischen Zwickmühle, bei der die Konsumentinnen und Konsumenten darauf warten, dass Unternehmen

und Regierung handeln, während Unternehmen und Regierung darauf warten, dass die Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten den Wandel vorantreibt», sagt Liza Engel, Chief Sustainability Officer bei Deloitte Schweiz.

Unternehmen: Keine klare Präferenz

Was die Unternehmen genau tun sollen, scheint mit Blick auf die Umfrageergebnisse hingegen weniger klar. Es schwingt keine der abgefragten Massnahmen klar obenauf. Die meisten Befragten finden, dass Firmen umweltfreundlichere Materialien nutzen (57%), weniger CO₂ ausstossen (51%) und nachhaltigere Produkte oder Dienstleistungen anbieten sollten (51%). Sie möchten auch, dass Unternehmen vermehrt auf ihre Lieferketten achten (48%) und weniger Energie verbrauchen (47%).

«Einige Unternehmen sehen mögliche Investitionen in eine nachhaltigere Produktion immer noch aus einem reinen Kostenfokus und verweisen auf aktuelles Konsumverhalten und allenfalls nötige Regulierungen. Viele Firmen – gerade im Hochpreisland Schweiz – haben aber konsequente Investitionen in Nachhaltigkeit als Differenzierungs- und vor allem Innovationschance verstanden», meint Marcel Meyer, Leiter Nachhaltigkeitsdienstleistungen bei Deloitte Schweiz.

Staat: Positive Anreize bevorzugt

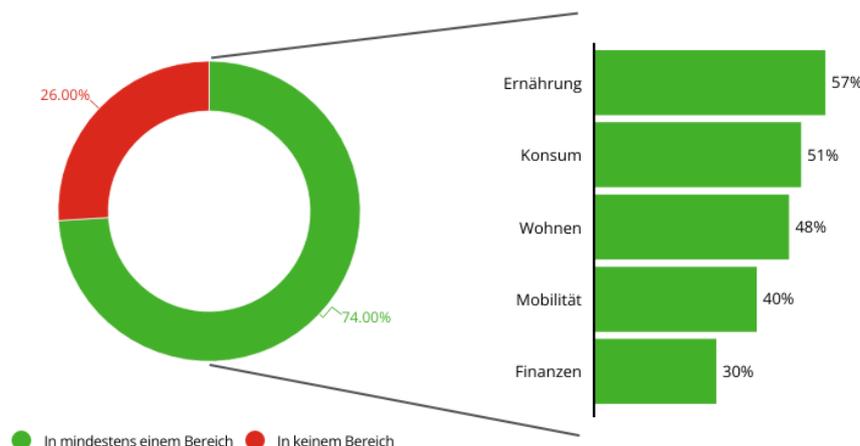
In Bezug auf staatliche Massnahmen zur Förderung von Nachhaltigkeit in der Schweiz herrschen klarere Vorstellungen. 53 Prozent der Befragten unterstützen Subventionen für umweltfreundliches und nachhaltiges Verhalten wie einen Steuerabzug für das Pendeln mit dem Velo oder die Subventionierung von veganem Essen. In der Romandie sind Subventionen besonders beliebt und finden 63 Prozent Zustimmung.

Ein signifikantes Interesse besteht auch an Investitionen in Forschung und Entwicklung (46%) sowie in Bildung und Sensibilisierung (42%) für nachhaltiges Verhalten mittels Kampagnen oder im Schulunterricht. Geringeren Zuspruch erhalten zusätzliche Regulierungen wie strengere Standards und Normen (29%) für Unternehmen und Konsumierende sowie die Besteuerung weniger nachhaltiger Produkte (27%).

Marcel Meyer unterstreicht: «Die Menschen in der Schweiz bevorzugen Anreize anstelle von Bevormundung. Sie wollen nachhaltiges Verhalten mit positiven Anreizen belohnen und damit klare Signale setzen. Der Staat hat die Möglichkeit – insbesondere durch Bildung – das Verständnis für die Wichtigkeit von nachhaltigem Handeln gezielt zu fördern.»

Konsumierende: Weit weg von nachhaltig

Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz sind sich ihrer entscheidenden Rolle bei der Förderung von Nachhaltigkeit durchaus bewusst. Viele werden aber selbst nur zögerlich aktiv, vor allem wenn keine klaren Initiativen von Unternehmen ausgehen oder keine staatlichen Anreize geboten werden. Rund drei Viertel (74%) planen, ihr Verhalten in den kommenden zwölf Monaten zu ändern – insbesondere Menschen unter 35 Jahren (89%) und Menschen aus der Stadt (83%) (siehe Abbildung 2). Im Bereich Ernährung möchten 57 Prozent nachhaltiger werden, etwa durch Reduzierung des Fleischkonsums oder den Einkauf von lokalen Produkten.



Gut die Hälfte der Befragten (51%) plant ein nachhaltigeres Verhalten beim Konsum durch einen geringeren Verbrauch von Waren und Dienstleistungen. Beim Wohnen, das noch knapp die Hälfte angegeben hat (48%), könnten energie- und wassersparende Massnahmen ergriffen werden.

«Jede und jeder Einzelne priorisiert heute die eigenen Bedürfnisse. Die Herausforderung besteht für uns darin, auch die Forderungen zukünftiger Generationen zu erkennen und

Abbildung 2: In welchen der folgenden Bereiche planen Sie in den nächsten zwölf Monaten, ihr Verhalten und Gewohnheiten nachhaltiger als aktuell zu gestalten?

zu berücksichtigen. Dies macht den Blick über den momentanen Horizont hinaus notwendig. Dabei müssen wir langfristiges Wachstum und die Regeneration unserer natürlichen Ressourcen als Schlüsselemente einer nachhaltigen Entwicklung verstehen», erklärt Liza Engel.

Über die [Befragung zur Nachhaltigkeit](#):

Die 'Pulse of Switzerland'-Umfrage von Deloitte wurde im November 2023 durchgeführt und umfasste 1'900 in der Schweiz lebende Personen. Der vorliegende Teil der Umfrage bietet Einblicke in die Einschätzungen der Menschen zur Nachhaltigkeit. Alle Informationen zu dieser Befragung sowie zu den bereits erschienenen Themen finden Sie auf unserer [Übersichtsseite zu 'Pulse of Switzerland'](#). Sämtliche Informationen sind direkt auf der Website zu finden. Es existiert kein zusätzliches PDF oder ein anderes zusätzliches Dokument.



Folgen Sie [@DeloitteCH](#) auf Twitter!

Kontakt: [Michael Wiget](#)
Leiter Externe Kommunikation
Tel.: +41 58 279 70 50
E-Mail: mwiget@deloitte.ch

Kontakt: [Kevin Capellini](#)
External Communications Specialist
Tel.: +41 58 279 59 74
E-Mail: kcapellini@deloitte.ch

[Deloitte Schweiz](#)

Deloitte bietet integrierte Dienstleistungen in den Bereichen Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory sowie Tax & Legal. Wir kombinieren Erkenntnisse und Innovationen aus verschiedenen Disziplinen mit unserer betriebswirtschaftlichen Expertise und unseren Branchenkenntnissen. So verhelfen wir unserer Kundschaft weltweit zum Erfolg. Mit rund 3'000 Mitarbeitenden an den sechs Standorten Basel, Bern, Genf, Lausanne, Lugano und Zürich (Hauptsitz) betreut Deloitte Unternehmen und Organisationen jeder Rechtsform und Grösse aus allen Wirtschaftszweigen.

Deloitte AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte North and South Europe (NSE), einem Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) mit über 460'000 Mitarbeitenden in mehr als 150 Ländern.

Lesen Sie [weitere Medienmitteilungen](#), kontaktieren Sie einzelne [Personen aus dem Kommunikationsteam](#) oder besuchen Sie die [Website von Deloitte Schweiz](#).

Anmerkung für die Redaktion

In dieser Medienmitteilung bezieht sich Deloitte auf die Schweizer Tochtergesellschaften von Deloitte NSE LLP, Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), einer «UK private company limited by guarantee» (einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht). DTTL und ihre Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen. DTTL und Deloitte NSE LLP erbringen selbst keine Dienstleistungen gegenüber Kunden. Eine Beschreibung der rechtlichen Struktur finden Sie unter www.deloitte.com/ch/about.

Deloitte AG ist eine von der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde (RAB) und der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA) zugelassene und beaufsichtigte Revisionsgesellschaft.

Die Informationen in dieser Medienmitteilung haben ihre Richtigkeit zum Zeitpunkt des Versands.



© 2024 Deloitte AG