

Medienmitteilung

Zürich, 4. Dezember 2025

Deloitte Umfrage bei Geschäftsleitungen: Schweizer Unternehmen setzen auf KI als Motor für Nachhaltigkeit

Technologie wird zum wichtigen Werkzeug für Nachhaltigkeit: 88 Prozent der Schweizer Unternehmen nutzen bereits künstliche Intelligenz, um ihre Umweltziele zu erreichen – mehr als der globale Durchschnitt. Der neue [Deloitte C-Suite Sustainability Report](#) zeigt: Während Technologie zur Toppriorität aufsteigt, bleibt Nachhaltigkeit zentral und ist zunehmend technologiegetrieben. Zudem besteht Handlungsbedarf: Jedes vierte Unternehmen tut sich noch schwer bei der Messung seiner tatsächlichen Umweltwirkung. Und während global die Umweltwirkung im Fokus steht, achten Schweizer Firmen doppelt so oft darauf, wie Nachhaltigkeitsmassnahmen auf ihre Marke wirken.

Technologie ist in der Schweiz zur obersten Unternehmenspriorität aufgestiegen (56%), dicht gefolgt von Nachhaltigkeit (47%). Dabei zeigt sich: Beide Themen sind untrennbar miteinander verbunden. 88 Prozent der befragten Schweizer Unternehmen nutzen bereits KI als Instrument für ihre Nachhaltigkeitsbestrebungen – mehr als der globale Durchschnitt von 81 Prozent. Sie haben erkannt: Ohne Technologie keine messbare Nachhaltigkeitstransformation. Technologie kommt primär beim Lieferkettenmanagement (53%), für operative Effizienzsteigerungen (53%), bei der Entwicklung nachhaltiger Produkte (50%) und beim Reporting der Nachhaltigkeitswirkung (47%) zum Einsatz.

Die stärkere Technologiefokussierung soll den Unternehmen helfen, ihre grösste aktuelle Herausforderung im Bereich Nachhaltigkeit zu bewältigen: Ein Viertel (25%) der Schweizer Befragten nennt die Messung der eigenen Umweltwirkung als grösste Schwierigkeit bei der Umsetzung von geplanten Massnahmen. Besonders in der Lieferkette ist die Datenerfassung komplex. Moderne Technologien ermöglichen es jedoch zunehmend, Nachhaltigkeitskennzahlen direkt in bestehende Geschäftssysteme zu integrieren, um sie systematisch zu erfassen und darüber zu berichten.

«Die hohe KI-Adoption zeigt: Schweizer Unternehmen sehen, dass Technologie der Schlüssel zu messbarer Nachhaltigkeit ist. Entscheidend ist die effiziente Anwendung – spezialisierte KI-Modelle statt energiehungrige Universalsysteme. Wer smart investiert, kann die eigene Umweltwirkung präzise messen und steuern. Das ist der Weg von *gut gemeint* zu *gut gemacht*», erklärt Reto Savoia, CEO von Deloitte Schweiz.

Mögliche Wahrnehmung als Greenwashing

Trotz technologischer Fortschritte bestehen kritische Lücken. So zeigen sich bei den Prioritäten zur Bewertung von Nachhaltigkeitsmassnahmen bemerkenswerte Unterschiede: 36 Prozent der Schweizer Geschäftsleitungsmitglieder nennen Markenschutz, geistiges Eigentum und Risikominderung als wichtigstes Entscheidungskriterium, während lediglich 18 Prozent die direkte Umweltwirkung ihrer Massnahmen priorisieren. Die globalen Ergebnisse zeigen ein genau umgekehrtes Bild. Diese Diskrepanz wirft Fragen auf zur Balance zwischen Risikomanagement und tatsächlicher Wirkung von Nachhaltigkeitsmassnahmen bei Schweizer Unternehmen.

«Die viel stärkere Gewichtung von immateriellen Vermögenswerten wie Marke und Reputation im Vergleich zur direkten Umweltwirkung verdient genauere Aufmerksamkeit», erläutert Liza Engel, Chief Sustainability Officer von Deloitte Schweiz. «Schweizer Unternehmen müssen sicherstellen, dass die messbare Umweltwirkung ihrer Massnahmen nicht in den Hintergrund gerät. Die besten Nachhaltigkeitsstrategien vereinen beides: ein robustes Risikomanagement und messbar positive Auswirkungen auf die Umwelt.»

Investitionen in Nachhaltigkeit steigen weiter

Die Investitionen in Nachhaltigkeit bleiben hoch: 87 Prozent der befragten Schweizer Unternehmen haben ihre Ausgaben im vergangenen Jahr erhöht, mehr als der globale Durchschnitt von 83 Prozent. Zudem haben 83 Prozent Nachhaltigkeit fest in sämtliche Geschäftsprozesse integriert – ein deutlicher Anstieg gegenüber früheren Jahren, als der Fokus noch stärker auf Compliance lag. Und auch die finanziellen Vorteile werden sichtbar: 58 Prozent berichten von positiven Auswirkungen ihrer Nachhaltigkeitsmassnahmen auf den Umsatz, 55 Prozent nennen Kostenreduktionen.

«Die wirtschaftlichen Argumente für Investitionen in Nachhaltigkeit sind überzeugend – Schweizer Firmen sehen klare Verbesserungen bei der Effizienz und den Margen», so Liza Engel. «Die entscheidende Frage bleibt, ob diese Investitionen auch messbare Umweltergebnisse liefern. Hier helfen durchgängige technologiegestützte Messsysteme entlang der gesamten Wertschöpfungskette.»

Klimawandel bleibt strategisch relevant trotz nachlassendem Druck

Obwohl Klimawandel und Nachhaltigkeit in der Prioritätenliste nach unten gerutscht sind, rechnen 70 Prozent der Befragten weiterhin mit signifikanten Auswirkungen auf ihre Geschäftsstrategie in den nächsten drei Jahren – im Vorjahr waren es noch 82 Prozent. Als konkret spürbare Auswirkungen auf ihr Unternehmen nennen je 36 Prozent der Befragten steigende Kosten und zunehmende Rohstoffknappheit sowie die Auswirkungen extremer Wetterereignisse auf ihre Geschäftstätigkeit.

Gleichzeitig nimmt in der Schweiz der externe Druck auf Unternehmen ab, den Themen Nachhaltigkeit und Klimawandel eine höhere Priorität einzuräumen: Der Anteil der Führungskräfte, die diesbezüglich einen moderaten bis grossen Druck seitens ihrer Anspruchsgruppen verspüren, sank von 81 Prozent im Vorjahr auf 74 Prozent. Besonders auffällig: Nur 34 Prozent der Schweizer Befragten verspüren einen substanzuellen Druck seitens ihres Aktionariats, sich noch stärker im Bereich Nachhaltigkeit zu engagieren – global sind es 58 Prozent.

«Der schwache Druck des Aktionariats ist kein Freipass, sondern eine Verpflichtung zur unternehmerischen Weitsicht. Schweizer Firmen können jetzt aus einer Position der Stärke heraus transformieren. Wer diese Chance nutzt und Technologie konsequent einsetzt, um eine messbare Umweltwirkung zu erzielen, sichert sich langfristige Wettbewerbsvorteile», ist Reto Savoia überzeugt.

Über die Studie

Der [Deloitte 2025 C-Suite Sustainability Report](#) basiert auf einer Befragung von über 2'100 Führungskräften auf Geschäftsleitungsstufe in 27 Ländern, darunter 77 in der Schweiz. Die Erhebung wurde zwischen Mai und Juni 2025 durchgeführt.

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

Kontakt: Kevin Capellini
Externe Kommunikation
Tel.: +41 58 279 59 74
E-Mail: kcapellini@deloitte.ch

Deloitte Schweiz

Deloitte bietet integrierte Dienstleistungen in den Bereichen Audit & Assurance, Tax & Legal, Strategy, Risk & Transactions Advisory und Technology & Transformation. 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 2'500 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.

Anmerkung für die Redaktion

In dieser Medieninformation 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 Medieninformation haben ihre Richtigkeit zum Zeitpunkt des Versands.



© 2025 Deloitte AG