

Publizierbarer Endbericht

Gilt für Studien aus der Programmlinie Forschung

A) Projektdaten

Allgemeines zum Projekt	
Kurztitel:	TranS4MEr
Langtitel:	Transformative SME Policy for Broad-based Decarbonisation
Zitiervorschlag:	Wieser, H., Bachinger, K., Enichlmair, C., Heckl, E., Kaufmann, P., Kofler, J., Werner, A. (2025). TranS4MEr - Projektendbericht. Wien, Klima- und Energiefonds, 14. Call Austrian Climate Research Programme.
Programm inkl. Jahr:	ACRP – 14. Call, 2021
Dauer:	01.11.2022 bis 30.04.2025
KoordinatorIn/ ProjekteinreicherIn:	KMU Forschung Austria
Kontaktperson Name:	Harald Wieser, PhD
Kontaktperson Adresse:	Gußhausstraße 8 A-1040 Wien
Kontaktperson Telefon:	+43 1 5059761 - 27
Kontaktperson E-Mail:	h.wieser@kmuforschung.ac.at
Projekt- und KooperationspartnerIn (inkl. Bundesland):	
Schlagwörter:	Unternehmen; Klimaneutralität; Transformation; Zielgruppen; Klimapolitik; Industriepolitik
Projektgesamtkosten:	250.579 €
Fördersumme:	246.991 €
Klimafonds-Nr:	KR21KB0K00001
Erstellt am:	01.08.2025

B) Projektübersicht

1 Kurzfassung

Das Projekt *TranS4MEr* zielte auf die Entwicklung einer zielgruppenspezifischen, transformativen Klimapolitik für Unternehmen in Österreich. Im Zentrum stand die Frage, wie klimapolitische Maßnahmen ausgestaltet sein müssen, um der Heterogenität des Unternehmenssektors gerecht zu werden und einen effektiven Beitrag zur Klimaneutralität zu leisten. Dazu wurde ein umfassender bottom-up-Ansatz verfolgt, der unternehmerische Ausgangslagen und Perspektiven systematisch aufnahm und in die Gestaltung von Politikinstrumenten überführte.

Ein zentraler Bestandteil war die Analyse des bestehenden politischen Maßnahmenportfolios des Bundes. Mittels Policy Mapping wurden 302 relevante Maßnahmen identifiziert und anhand eines neu entwickelten Interventionsframeworks bewertet. Ergänzt wurde dies durch Interviews mit 22 Expert*innen. Die Ergebnisse zeigen ein breites, aber selektiv wirksames Portfolio mit dominanter Fokussierung auf die Skalierung und Diffusion technischer Lösungen, während Maßnahmen zur Unterstützung von Geschäftsmodellanpassungen oder eines gerechten Übergangs bislang unterrepräsentiert sind.

Ergänzend wurde eine groß angelegte Online-Befragung unter österreichischen Unternehmen durchgeführt (N=2.263). Die Auswertung zeigt: Maßnahmen zur Reduktion des betrieblichen Energie- und Ressourcenverbrauchs werden am häufigsten umgesetzt, während angebotsseitige Maßnahmen – etwa die Entwicklung klimafreundlicher Produkte – sowie gesellschaftliches Engagement deutlich seltener sind. Die angestrebte Clusteranalyse zur Segmentierung der Unternehmenspopulation hinsichtlich der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen blieb aufgrund diffuser Übergänge zwischen Unternehmensgruppen ohne robuste Ergebnisse. Stattdessen wurde das Konzept der ‚Carbon Capabilities‘ herangezogen, um zu erfassen, welche unterschiedlichen Rollen und Handlungsprofile Unternehmen im Klimaschutz einnehmen können.

Die Analyse identifizierte fünf relativ unabhängige Handlungsfelder des betrieblichen Klimaschutzes: 1) Verbrauchsreduktion, 2) Dekarbonisierung (Umstieg auf Erneuerbare und emissionsarme Technologien), 3) klimafreundliches Angebot, 4) Bewusstseinsbildung bei Mitarbeiter*innen und Kund*innen sowie 5) zivilgesellschaftliches bzw. politisches Engagement. Mittels Regressionsanalysen wurden bereichsspezifische Barrieren und Treiber identifiziert. Dazu zählen mangelnde strategische Verankerung von Klimazielen, schwaches Umweltmanagement, begrenzte Ressourcen und Know-how, aber auch fehlender externer Druck von Kund*innen oder der Öffentlichkeit. Die Ergebnisse zeigen, dass Klimaschutz nicht als einheitliches Handlungsfeld verstanden werden kann, sondern dass verschiedene Bereiche unterschiedliche Kapazitäten, Motivationen und Unterstützung erfordern. Zudem deuten Wechselwirkungen zwischen den Bereichen auf mögliche Zielkonflikte und Synergien hin, etwa zwischen Dekarbonisierung und gesellschaftlichem Engagement.

Ein weiterer Fokus lag auf der Analyse der Akzeptanz politischer Maßnahmen. Vier Dimensionen wurden unterschieden: Glaubwürdigkeit, Vertrauen, wahrgenommene Legitimität und finanzieller Bedarf. Während die Mehrheit der Unternehmen staatliche Verantwortung für Klimaschutz befürwortet und auch ordnungsrechtliche Eingriffe grundsätzlich akzeptiert, bestehen bei Glaubwürdigkeit und Vertrauen erhebliche Vorbehalte. Kritisiert wurden unter anderem politische Widersprüche, mangelnde Verbindlichkeit, bürokratische Hürden und unzureichende Einbindung. Die qualitative Auswertung von 400 Kommentaren vertiefte diese Ergebnisse und zeigte Spannungsfelder zwischen Ambition, Machbarkeit und Kommunikation auf.

Die Erkenntnisse aus Maßnahmenanalyse, Unternehmensbefragung, Akzeptanz- und Capabilities-Analyse mündeten in die Entwicklung eines praxisorientierten Leitfadens für zielgruppenspezifische Klimapolitik. Dieser strukturiert den Gestaltungsprozess in vier Analyse- und Entwicklungsschritte, von der Zielgruppenbestimmung über die Beschreibung der Zielgruppen bis zur Bewertung des bestehenden Maßnahmenportfolios sowie der politischen Rahmenbedingungen. Der Leitfaden wurde bereits für eine Folgebeauftragung im Auftrag des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz, Regionen und Wasserwirtschaft (BMLUK) genutzt.

Zur Dissemination wurden ein interaktives Online-Dashboard, eine zehnteilige internationale Webinarreihe („SMEs and Climate Action“) sowie eine öffentliche Abschlussveranstaltung umgesetzt. Damit leistete *TranS4MEr* einen Beitrag zum Wissenstransfer zwischen Klima- und KMU-Politik sowie zur strategischen Weiterentwicklung der österreichischen Klimapolitik im Sinne einer verstärkten Zielgruppenorientierung.

2 Executive Summary

The *TranS4MEr* project aimed to develop a target group-specific, transformative climate policy for businesses in Austria. At its core, the project addressed the question of how climate policy measures need to be designed to reflect the heterogeneity of the business sector and to make an effective contribution to achieving climate neutrality. To this end, a comprehensive bottom-up approach was applied, systematically integrating the specific starting points and perspectives of enterprises into the development of policy instruments.

A key component was the analysis of the existing federal policy mix. Through a structured policy mapping, 302 relevant policies were identified and assessed using a newly developed intervention framework. This was complemented by qualitative interviews with 22 experts. The results reveal a broad but selectively effective portfolio, with a strong emphasis on the scaling and diffusion of technical solutions, whereas measures supporting business model transformation or a just transition remain underrepresented.

In addition, a large-scale online survey of Austrian enterprises was conducted (N = 2,263). The results show that measures targeting the reduction of energy and resource consumption are implemented most frequently, while supply-side actions – such as the development of climate-friendly products – and societal engagement are considerably less common. An attempted cluster analysis of the business population, based on implementation patterns of climate actions, did not yield robust groupings due to fluid boundaries between firms. Instead, the concept of ‘Carbon Capabilities’ was applied to capture the diverse roles and climate action profiles that businesses can assume.

The analysis identified five relatively distinct domains of corporate climate action: 1) consumption reduction, 2) decarbonisation (transition to renewables and low-emission technologies), 3) climate-friendly offerings, 4) awareness-raising among employees and customers, and 5) civic and political engagement. Using regression analyses, domain-specific barriers and drivers were identified, including insufficient strategic anchoring of climate goals, weak environmental management systems, limited resources and knowledge, and a lack of external pressure from customers or the public. The findings show that climate action at the firm level should not be treated as a monolithic field but as a diverse set of challenges requiring differentiated capacities, motivations, and support mechanisms. Moreover, interactions between domains indicate potential synergies and trade-offs (e.g. between decarbonisation efforts and civic engagement).

Another focus was the analysis of the acceptance of policy instruments. Four dimensions were distinguished: credibility, trust, legitimacy, and financial need. While a majority of firms support government responsibility for climate action and generally accept state interventions, there are significant concerns about credibility and trust. Criticism was directed at political contradictions, lack of

policy consistency, excessive bureaucracy, and insufficient stakeholder involvement. A qualitative analysis of 400 open comments deepened these insights, highlighting tensions between ambition, feasibility, and communication.

Findings from the policy mapping, enterprise survey, acceptance analysis, and capabilities framework fed into the development of a practitioner-oriented policy design guide for target group-specific climate policy. The guide structures the design process into four analytical and developmental steps: from the identification and characterisation of target groups, to the evaluation of the policy portfolio and the quality of policy frameworks. The guide has already been applied in a follow-up study by the Austrian Federal Ministry of Agriculture and Forestry, Climate and Environmental Protection, Regions and Water Management (BMLUK) to define target groups for transition finance policies.

Dissemination activities included the development of an interactive online dashboard, a ten-part international webinar series ("SMEs and Climate Action"), and a public final event. *TranS4MEr* thus contributed to knowledge transfer between climate and SME policy and supported the strategic development of Austrian climate policy toward greater target group orientation.

3 Hintergrund und Zielsetzung

Die Transformation zur Klimaneutralität stellt weitreichende Anforderungen an Unternehmen unterschiedlicher Größen, Branchen und Organisationsformen. Der Unternehmenssektor ist insgesamt ein zentraler Hebel für die Umsetzung der Klimaziele. Zugleich ist er durch eine hohe Heterogenität gekennzeichnet – etwa hinsichtlich verfügbarer Ressourcen, strategischer Ausrichtungen und institutioneller Einbettung. Diese Vielfalt stellt für die Klimapolitik eine erhebliche Herausforderung dar: Politische Maßnahmen können ihre intendierte Wirkung nur dann entfalten, wenn sie die spezifischen Kontexte und Voraussetzungen der adressierten Unternehmen ausreichend berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund zielte das Projekt *TranS4MEr* darauf ab, einen Beitrag zur Steigerung der Treffsicherheit und Akzeptanz klimapolitischer Maßnahmen und Rahmenbedingungen für Unternehmen zu leisten. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie politische Maßnahmen und Rahmenbedingungen so weiterentwickelt werden können, dass sie die unterschiedlichen Zielgruppen im Unternehmenssektor differenziert ansprechen und eine umfassende Transformation wirksam unterstützen.

Das Projekt verfolgte hierzu einen bottom-up-Ansatz, der systematisch die Perspektiven von Unternehmen als Zielgruppe aufnahm und daraus Implikationen für die Gestaltung von Politik ableitete. Ein zentrales Ziel bestand darin, erstmals einen umfassenden Überblick über das bestehende Maßnahmenportfolio und die Rahmenbedingungen für unternehmerischen Klimaschutz in Österreich zu erstellen. Darüber hinaus sollte eine empirisch fundierte Grundlage geschaffen werden, um besser zu verstehen, wo Unternehmen in der Transformation aktuell stehen, welche Herausforderungen sie bewältigen müssen und welche Unterstützung sie benötigen.

Darauf aufbauend wurden Handlungsanleitungen für die Weiterentwicklung zielgruppenspezifischer Policy Mixes – aufeinander abgestimmter Maßnahmenportfolios und Rahmenbedingungen – erarbeitet. Ein weiteres Ziel war es, den Wissensaustausch zwischen Klima- und Wirtschaftspolitik in Österreich sowie auf internationaler Ebene zu fördern und bestehende Schnittstellen zu stärken.

4 Projektinhalt und Ergebnisse

Das Projekt *TranS4MEr* verfolgte das Ziel, eine auf den Unternehmenssektor abgestimmte, evidenzbasierte Grundlage für eine zielgruppenspezifische und transformative Politikgestaltung im Kontext der Klimaneutralität zu schaffen. Im Zentrum standen die Analyse bestehender Politikinstrumente, die systematische Untersuchung der unternehmerischen Ausgangslagen und Herausforderungen sowie die Entwicklung von Gestaltungsansätzen für differenzierte Politikmaßnahmen. Die folgenden Abschnitte beschreiben die Projektaktivitäten entlang der zentralen Arbeitsschwerpunkte.

Analyse des bestehenden Maßnahmenmixes

Ein zentrales Ziel des Projekts war die umfassende Analyse des bestehenden politischen Maßnahmenportfolios auf Bundesebene im Hinblick auf seine Transformationswirkung und Zielgruppenspezifität im Unternehmenssektor.

Qualitative Interviews mit Expert*innen

Zur Analyse der bestehenden Politiklandschaft wurden Interviews mit insgesamt 22 Expert*innen durchgeführt. Die Gesprächspartner*innen stammten aus unterschiedlichen institutionellen Kontexten – darunter Bundesministerien, Förderagenturen, Interessenvertretungen, wissenschaftliche Einrichtungen – und Politikfeldern – insbesondere Klimapolitik, Wirtschaftspolitik und Innovationspolitik. Ziel war es, unterschiedliche Perspektiven auf bestehende Maßnahmen und Herausforderungen in der Ausgestaltung zielgruppenspezifischer und klimarelevanter Maßnahmen für Unternehmen zu erfassen.

Policy Mapping: Erhebung von Bundesmaßnahmen

Ergänzend wurde mittels umfassender Recherchen eine Liste mit insgesamt 302 bundesweiten Politikmaßnahmen erstellt, die auf Unternehmen mit Relevanz für Klimaschutz abzielen. Die Maßnahmen wurden auf Grundlage verfügbarer Datenbanken, Dokumente sowie von Webseiten der zuständigen Stellen erfasst und in einer Tabelle strukturiert. Für jede Maßnahme wurden Zielgruppe, Instrumententyp, thematische Ausrichtung und die verfolgten Interventionsansätze erhoben. Die Liste und deskriptive Auswertungen wurden in einem eigenen Dokument veröffentlicht.¹

¹ <https://www.kmuforschung.ac.at/wp-content/uploads/2025/04/Massnahmenliste.pdf>

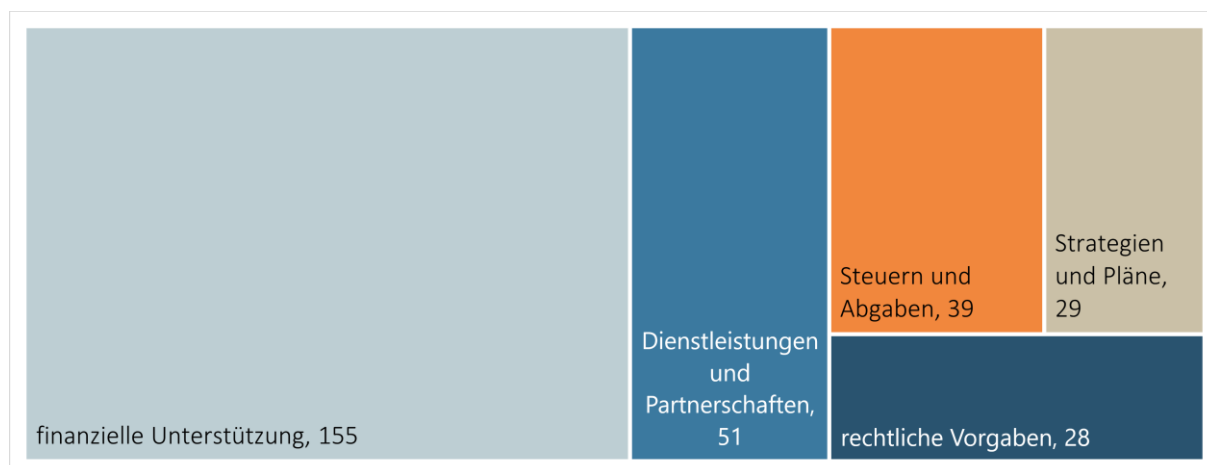


Abbildung 1: Verteilung der identifizierten, klimabezogenen Politikmaßnahmen für Unternehmen nach Instrumententyp

Anmerkung: Die Zahlen beziehen sich auf die Anzahl der zugeordneten Maßnahmen.

Quelle: KMU Forschung Austria (2025: Maßnahmenliste Unternehmen betreffende Maßnahmen des Bundes für die Transformation zur Klimaneutralität 2040)

Analyse mittels eines neu entwickelten Interventionsframeworks

Zur Bewertung und Einordnung des bestehenden Maßnahmenportfolios wurde ein eigenes Framework für transformative Industriepolitik entwickelt. Dieses basiert auf der systematischen Synthese von 17 bestehenden internationalen Policy-Frameworks mit Relevanz für die Transformation zur Klimaneutralität. Das daraus entwickelte analytische Raster (siehe nachstehende Tabelle) ermöglichte eine Kategorisierung der identifizierten Maßnahmen nach unterschiedlichen Interventionsansätzen.

Tabelle 1: Die 10 Interventionsansätze einer transformativen Industriepolitik für die Transformation zur Klimaneutralität

Bereiche der Transformation	Ansatzpunkte für die Politik
Sozioökonomische Transformation	Klimaschutz als gesamtwirtschaftliches Ziel verankern und priorisieren
	Einen sozial gerechten und inklusiven Übergang gewährleisten
Systeminnovation	Markt- und Systemregeln anpassen
	In klimafreundliche Infrastrukturen investieren
	Governance-Strukturen für die Transformation gestalten
	Räume für Lernen und Innovation schaffen

Skalierung und Diffusion	Wettbewerbsfähige Wirtschaftszweige für klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen aufbauen
	Die Anschaffung und Aneignung von klimafreundlichen Lösungen unterstützen
Unternehmenswandel	Öko-Entrepreneurship fördern
	Unternehmen unterstützen, ihren ökologischen Fußabdruck zu senken

Quelle: KMU Forschung Austria

Durch die Kombination aus qualitativen Interviews und strukturierter Analyse des Maßnahmenportfolios konnte ein umfassendes Bild generiert werden, wo und wie bisherige klimabezogene Maßnahmen für Unternehmen ansetzen.

Die Analyse zeigt, dass der österreichische Unternehmenssektor in Klimaschutzbelangen durch ein breites Portfolio an Maßnahmen adressiert wird. Etwa die Hälfte der Maßnahmen betrifft ausschließlich Unternehmen, bei den restlichen Maßnahmen sind Unternehmen Teil einer weitreichenderen Zielgruppe. Aus der Analyse gehen mehrere Tendenzen und Lücken hervor:

- Die meisten Maßnahmen entsprechen Förderungen (vgl. Abbildung oben) und sind auf Energiethemen zugeschnitten.
- Besonders viele Maßnahmen wurden zur Unterstützung der Skalierung und Diffusion von klimafreundlichen Lösungen eingeführt. Fast zwei Drittel der Maßnahmen (N=193) setzen hier an. Darüber hinaus wird die Transformation zur Klimaneutralität auch durch sektorale und strukturell wirkende Maßnahmen unterstützt, die zur Systeminnovation in Bereichen wie erneuerbarer Energie und der Wende zu CO₂-armen Fahrzeugen beitragen. Auf der Unternehmensebene gibt es hingegen noch kaum Maßnahmen, die Anpassungen der Geschäftsmodelle unterstützen. Im Fokus steht hier noch oft die Unterstützung von Maßnahmen im Bereich der Energieeffizienz. Von den bestehenden Maßnahmen auf gesamtwirtschaftlicher Ebene geht noch wenig Anreizwirkung für ambitionierten Klimaschutz aus. Auffällig ist auch, dass bislang verhältnismäßig wenige Maßnahmen (N=22) zur Unterstützung eines gerechten Übergangs eingeführt worden sind.

Situation und Herausforderungen der Unternehmen

Im zweiten Schwerpunkt standen die Perspektiven der Unternehmen selbst im Mittelpunkt. Ziel war es, ein differenziertes Bild über den Stand der Transformation, die wahrgenommenen Herausforderungen sowie Handlungs- und Unterstützungsbedarfe zu gewinnen.

Durchführung einer Unternehmensbefragung

Zu diesem Zweck wurde eine umfangreiche Online-Befragung österreichischer Unternehmen konzipiert und umgesetzt. Die Adressdaten wurden hierfür extern zugekauft. Der Fragebogen basierte auf einem zuvor erarbeiteten theoretischen Rahmen sowie etablierten Messskalen. Insgesamt wurden mehr als 90.000 Unternehmen zur Teilnahme eingeladen. In Summe konnten 2.263 vollständig ausgefüllte Fragebögen in die Analyse einbezogen werden. An der Befragung nahmen Unternehmen unterschiedlicher Größe – von Ein-Personen-Unternehmen bis Großunternehmen – aus diversen Branchen und Regionen teil.

Die Befragung deckte eine breite Vielfalt an Themen ab: die strategische Ausrichtung der Unternehmen, die bisherige Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen, die erwarteten Auswirkungen von sich verändernden Rahmenbedingungen im Kontext der Transformation zur Klimaneutralität, die betrieblichen Ressourcen und Kapazitäten in Klimaschutzbelangen, die Qualität des betrieblichen Umweltmanagements, die bisherige Nutzung von öffentlichen Unterstützungsleistungen und die Akzeptanz klimapolitischer Maßnahmen. Abschließend wurden in einer offenen Frage auch die Meinungen der Unternehmen zur Klimapolitik erhoben.

Die nachfolgende Abbildung zeigt beispielhaft anhand der Befragungsdaten, inwieweit unterschiedliche Klimaschutzaktivitäten in österreichischen Unternehmen bisher umgesetzt werden. An der Auswertung kann man eine Tendenz erkennen, die für die gesamte Stichprobe wie auch für einzelne Subgruppen festgestellt werden konnte: Maßnahmen im Bereich des innerbetrieblichen Energie- und Materialverbrauchs werden am umfassendsten umgesetzt. Angebotsseitige Maßnahmen – etwa die Entwicklung klimafreundlicher Produkte und Dienstleistungen – werden wesentlich weniger realisiert. Noch weniger Unternehmen nehmen darüber hinaus auch andere Rollen in der Bewusstseinsbildung von Kund*innen und Mitarbeiter*innen sowie im politischen und zivilgesellschaftlichen Bereich wahr.

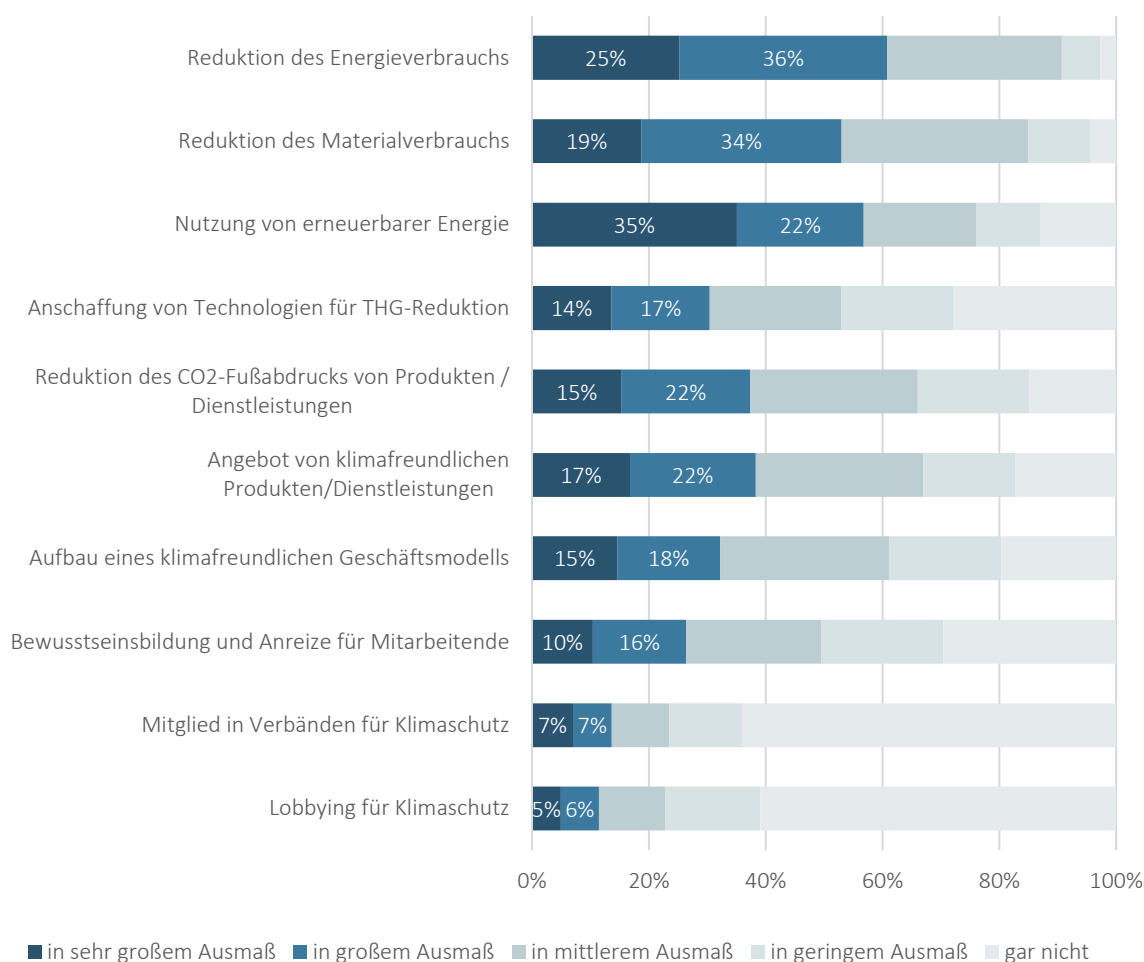


Abbildung 2: Ausmaß der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen in österreichischen Unternehmen

Quelle: KMU Forschung Austria, basierend auf Unternehmensbefragung (N=2.263)

Clusteranalysen zur Segmentierung der Unternehmenspopulation

Ziel war es zunächst, mithilfe explorativer Clusteranalysen differenzierte Zielgruppenprofile mit Blick auf die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen zu identifizieren. Trotz umfangreicher Modellierungsversuche ließ sich – zumindest in Bezug auf die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen – keine statistisch robuste Segmentierung der Unternehmenspopulation identifizieren. Die Umsetzung scheint einer kontinuierlichen Diffusionsdynamik zu unterliegen, die es erschwert, klare Unterschiede zwischen den führenden Unternehmen und den Nachzüglern zu erkennen. Weitere Analysen haben ergeben, dass das Konzept der ‚Carbon Capabilities‘ (Hampton & Whitmarsh, 2024) einen besseren Erklärungsansatz für die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen auf der Unternehmensebene bietet.

Analyse von Carbon Capabilities

Im weiteren Verlauf wurde das Konzept der Carbon Capabilities operationalisiert. Die grundlegende These dieses Konzepts ist, dass sich die Barrieren und Treiber von betrieblichen Klimaschutz nicht generalisieren lassen sondern je nach

Bereich unterschiedlich ausgeprägt sind. Das Konzept regt des Weiteren dazu an, betrieblichen Klimaschutz breit zu denken und die unterschiedlichen, möglichen Rollen von Unternehmen in der Transformation zu berücksichtigen. Dementsprechend wurde zunächst untersucht, in welchen Bereichen Unternehmen bereits aktiv sind und inwieweit die Klimaschutzaktivitäten miteinander zusammenhängen. Die Faktoranalyse basierend auf den 22 erhobenen Klimaschutzaktivitäten ergab, dass Unternehmen die Aktivitäten weder isoliert, noch alle zugleich umsetzen. Stattdessen lassen sich fünf mögliche Schwerpunkte bzw. Bereiche erkennen: Reduktion des Verbrauchs, Dekarbonisierung, angebotsseitige Maßnahmen, Bewusstseinsbildung, und zivilgesellschaftliches Engagement (siehe nachfolgende Abbildung).



Abbildung 3: Die fünf identifizierten Schwerpunkte betrieblichen Klimaschutzes

Quelle: KMU Forschung Austria, basierend auf Auswertung der Unternehmensbefragungsdaten (N=2.263)

Weiterführende Regressionsanalysen der zentralen Barrieren und Treiber pro Bereich des betrieblichen Klimaschutzes ergaben, dass sowohl positive als auch negative Zusammenhänge zwischen den fünf Bereichen bestehen. Mit einem verhältnismäßig umfassenden klimafreundlichen Angebot gehen etwa tendenziell verstärkte Tätigkeiten im Bereich der Bewusstseinsbildung (bei Mitarbeiter*innen und Kund*innen), aber weniger zivilgesellschaftliche Engagements einher. Bei letzteren besteht hingegen ein positiver Zusammenhang mit betrieblichen Dekarbonisierungsmaßnahmen (Umstieg auf Erneuerbare, Anschaffung von CO₂-armen Technologien). Diese Zusammenhänge können auf Synergien und Zielkonflikte in der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen aus unterschiedlichen Bereichen hinweisen.

Außerdem zeigt sich, dass die berücksichtigten organisationalen, strukturellen und externen Einflussfaktoren je nach Bereich unterschiedlich relevant sind. Die nachfolgende Tabelle fasst die einflussreichsten und statistisch signifikanten Barrieren für betrieblichen Klimaschutz pro Bereich zusammen. Manche Barrieren – etwa die Qualität des betrieblichen Umweltmanagements – sind für unterschiedliche Bereiche bedeutend. In Summe untermauern die Ergebnisse aber die Idee, dass für betrieblichen Klimaschutz unterschiedliche ‚Carbon Capabilities‘ entscheidend sind, um in verschiedenen Bereichen Fortschritte machen zu können.

Tabelle 2: Identifizierte Barrieren pro Handlungsfeld im betrieblichen Klimaschutz

Verbrauchs- reduktion (Energie- und Ressourcen- verbrauch)	Dekarbon- isierung (Umstieg auf Erneuerbare und THG- Reduktion)	Klima- freundliches Angebot (Entwicklung und Ausweitung)	Engagement (politisch und zivilgesell- schaftlich)	Bewusst- seinsbildung (bei Mitarbeiter* innen und Kund*innen)
• Unzureichende Verankerung von Klimaschutz in Unternehmensstrategie • Schwaches Umweltmanagement • Geringe strategische Bedeutung organisationalen Lernens	• Geringe Ressourcenausstattung • Wenig Druck von Mitarbeiter*innen und Kund*innen	• Geringe strategische Bedeutung neuer Technologien • Unternehmen messen Wachstum wenig Bedeutung zu • Unzureichende Verankerung von Klimaschutz in Unternehmensstrategie • Unternehmen wollen nicht die Ersten sein und Risiken eingehen • Schwaches Umweltmanagement	• Schwaches Umweltmanagement	• Unzureichendes Know-how • Unternehmen ist Klimaschutz nicht wichtig genug

Akzeptanzanalyse von Politikinstrumenten

Ein weiterer Fokus lag auf der Analyse der Akzeptanz politischer Maßnahmen bei österreichischen Unternehmen. Dabei wurden vier Dimensionen von Akzeptanz berücksichtigt: Glaubwürdigkeit, Vertrauen, finanzieller Bedarf und Legitimität. In Ergänzung zur quantitativen Auswertung wurden die schriftlichen

Rückmeldungen von 400 Befragungsteilnehmer*innen zur Klimapolitik ausgewertet, um die identifizierten Akzeptanzmuster besser nachvollziehen zu können. Die Ergebnisse wurden in Kooperation mit KONTEXT – Institut für Klimafragen in einer eigenen Publikationen zu diesem Thema aufbereitet.²

Aus der Analyse geht hervor, dass die Sichtweisen zur Legitimität von staatlichen – etwa regulativen oder steuerlichen – Eingriffen gehen bei den befragten Unternehmen weit auseinander, Eingriffe werden tendenziell aber eher befürwortet. 70 % der Unternehmen stimmen zumindest eher der Aussage zu, dass die „in der Verantwortung steht, alles zu tun, was notwendig ist, damit die Klimaschutzziele erreicht werden“. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen gab außerdem an, staatliche Eingriffe auch dann zu akzeptieren, wenn damit für sie Einschränkungen verbunden wären (siehe nachfolgende Abbildung).

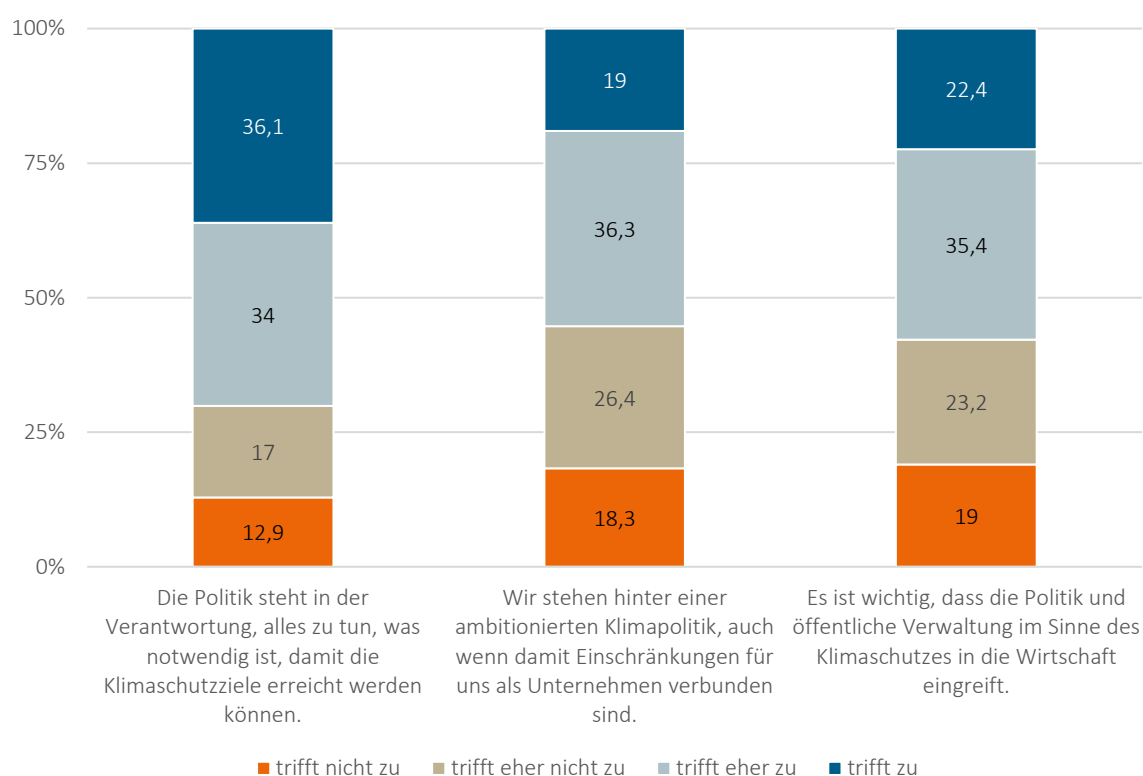


Abbildung 4: Akzeptanz staatlicher Eingriffe bei österreichischen Unternehmen (Angaben in %)

Quelle: KMU Forschung Austria, Unternehmensbefragung (N=2.263)

Die Glaubwürdigkeit der Klimapolitik sowie das Vertrauen in Politik und Verwaltung bei Klimaschutzbelangen fallen hingegen über alle Unternehmensgruppen hinweg gering aus. Die ermittelten Gründe sind vielfältig. In Bezug zur mangelnden Glaubwürdigkeit wurden die folgenden Themen genannt:

² https://kontext-institut.at/uploads/Dateien/202502_Akzeptanz-von-Klimapolitik-bei-Unternehmen_KMU_KONTEXT.pdf

- Partei- und interessenpolitische Blockaden: Die häufigste Rückmeldung betrifft parteipolitische Auseinandersetzungen und den mangelnden politischen Schulterschluss. Unternehmen empfinden den Klimaschutz nicht als überparteiliches Ziel, was Zweifel an der Ernsthaftigkeit der Zielverfolgung nährt (N=22).
- Unzureichende Umsetzung und zu wenig wirksame Maßnahmen: Einige Unternehmen sehen eine Diskrepanz zwischen ambitionierten Zielen und tatsächlich gesetzten Maßnahmen (N=15). Dieses wahrgenommene Missverhältnis untergräbt die Glaubwürdigkeit langfristiger Pläne und Strategien. Zudem würden aus Sicht mancher Unternehmen symbolische oder wenig relevante Maßnahmen gesetzt, während zentrale Hebel unangetastet blieben (N=11).
- Kurzfristige Politiklogik: Die starke Orientierung an Wahlzyklen statt an langfristigen Planungsnotwendigkeiten wird ebenfalls kritisiert (N=6).
- Widersprüchliche Signale: Unternehmen bemängeln, dass parallel zu klimapolitischen Zielsetzungen weiterhin klimaschädliche Maßnahmen umgesetzt würden (N=6).

Was das geringe Vertrauen anbelangt, konnten die folgenden Gründe identifiziert werden:

- Zu hoher bürokratischer Aufwand / schlechte Umsetzung (N=56): Förderzugänge und Berichtspflichten werden als kompliziert, intransparent und insbesondere für kleine Betriebe als belastend empfunden.
- Unzureichende Vereinbarkeit mit internationalem Wettbewerb (N=54): Einige Unternehmen sehen eine zu geringe Koordination mit internationalen Klimavorgaben. Dies führe zu Wettbewerbsnachteilen für österreichische Betriebe.
- Die Politik setze auf die falschen Lösungen (N=17): Die Auswahl politisch geförderter Technologien wird teils als ineffizient oder ungeeignet wahrgenommen.
- Nicht-Einbindung relevanter Akteure (N=15): Aus Sicht einiger Unternehmen würden Fachleute und betroffene Unternehmen oft unzureichend eingebunden.
- Mangelnde Transparenz und Ehrlichkeit (N=10): Es fehle an offener Kommunikation zu Wirkung, Zielkonflikten und Grenzen von Maßnahmen.
- Klimapolitik als Teil politischer Machtspiele oder „Verschwörung“ (N=13): Ein Teil der Unternehmen unterstellt eine bewusste Irreführung oder politische Agenda.
- Klimawandel wird geleugnet (N=18): Eine kleinere Gruppe lehnt Klimapolitik grundsätzlich ab.

Integrierte Analyse der Situation von KMU

Obwohl der Fokus des Projekts auf dem gesamten Unternehmenssektor lag, wurde eine gesonderte integrierte Auswertung für den Sektor kleiner und mittelgroßer Unternehmen (KMU) vorgenommen. Hierfür wurden die Befragungsdaten (darunter 2.192 KMU) gesondert ausgewertet. Des Weiteren flossen Ergebnisse aus den oben beschriebenen Gesprächen mit Expert*innen und die erstellte Maßnahmen Datenbank in die Analyse ein. Diese Analyse bildete die Grundlage für das Schwerpunktkapitel „KMU in der Transformation zur Klimaneutralität“ im Bericht „KMU im Fokus 2024“ des Bundesministeriums für Wirtschaft, Energie und Tourismus.³

Die Auswertungen zeigen zunächst, dass KMU ähnlich motiviert wie Großunternehmen sind, zum Klimaschutz beizutragen, hinsichtlich ihrer verfügbaren Ressourcen und Kapazitäten aber erwartungsgemäß etwas schlechter aufgestellt sind als Großunternehmen. Insbesondere konkrete Maßnahmen im Bereich des Umweltmanagements, wie beispielsweise Instrumente zur Erfassung von Treibhausgasemissionen und spezifische Reduktionsziele, sind in KMU weniger häufig anzutreffen.

Bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen legen KMU ihren Schwerpunkt überwiegend auf die Reduktion des eigenen Energie- und Ressourcenverbrauchs, die Nutzung erneuerbarer Energien und die Abfallvermeidung. Diese Maßnahmen werden von über 50 % der KMU in (sehr) großem Ausmaß umgesetzt. Im Gegensatz dazu ist die Umstellung auf klimafreundliche Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle bei KMU noch etwas weniger stark ausgeprägt. Großunternehmen nutzen erneuerbare Energien häufiger, reduzieren ihre Treibhausgasemissionen gezielter und schaffen öfter neue technologische Lösungen an; sie setzen auch häufiger auf die Kompensation von Emissionen und den Weiterverkauf von Restbeständen und Abfällen als KMU. Bezüglich des politischen und zivilgesellschaftlichen Engagements engagieren sich KMU am häufigsten bei der Beratung von Kund*innen sowie der Bewusstseinsbildung bei Mitarbeitenden. Sie treten jedoch deutlich seltener direkt in Kontakt mit Entscheidungsträger*innen aus Politik und Verwaltung, um sich für Klimaziele einzusetzen, als Großunternehmen, bei denen dieses Engagement ausgeprägter ist. Zudem dokumentieren und veröffentlichen weniger als 10 % der KMU ihre direkten und indirekten Treibhausgasemissionen.

Hinsichtlich der Nutzung öffentlicher Unterstützungsleistungen zeigt sich, dass etwa 66 % der befragten KMU in den vorangegangenen drei Jahren mindestens eine Unterstützungsleistung der öffentlichen Hand zur Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen in Anspruch genommen haben. Die Inanspruchnahme dieser Maßnahmen steigt generell mit der Unternehmensgröße. Am häufigsten wurden von KMU Förderungen für Investitionen genutzt (46 % der KMU gegenüber 75 % der Großunternehmen).

³ https://www.kmuimfokus.at/assets/kmu_im_fokus_2024.pdf

Entwicklung einer Handlungsanleitung für zielgruppen-spezifische Politikgestaltung

Im dritten Arbeitsschwerpunkt wurden zentrale Befunde aus der Maßnahmen- und Unternehmensanalyse zu einem praxisorientierten Leitfaden für zielgruppenspezifische Politikgestaltung zusammengeführt.

Vertiefende Analyse von Frontrunner-Unternehmen

Basierend auf den Befragungsdaten wurde eine vertiefende Analyse jener Unternehmen durchgeführt, die bereits besonders engagiert im Bereich Klimaschutz agieren. Hierfür wurden jene Unternehmen aus der Stichprobe identifiziert, die hinsichtlich der Umsetzung von Klimaschutzaktivitäten zu den besten 10 % gehören. Diese ‚Frontrunner-Unternehmen‘ wurden hinsichtlich ihrer Merkmale, Motivationen und Unterstützungsbedarfe untersucht. Ziel war es, exemplarisch aufzuzeigen, wie differenzierte Politikinstrumente entwickelt werden können.

Die Analyse zeigt, dass die Frontrunner-Unternehmen quer über alle Branchen verteilt sind (siehe Abbildung unten), bestehende öffentliche Unterstützungsmaßnahmen überproportional häufig nutzen und hinsichtlich ihres betrieblichen Umweltmanagements verhältnismäßig stark aufgestellt sind. Frontrunner-Unternehmen stechen darüber hinaus insbesondere durch ein umfassendes Angebot klimafreundlicher Produkte und Dienstleistungen hervor.

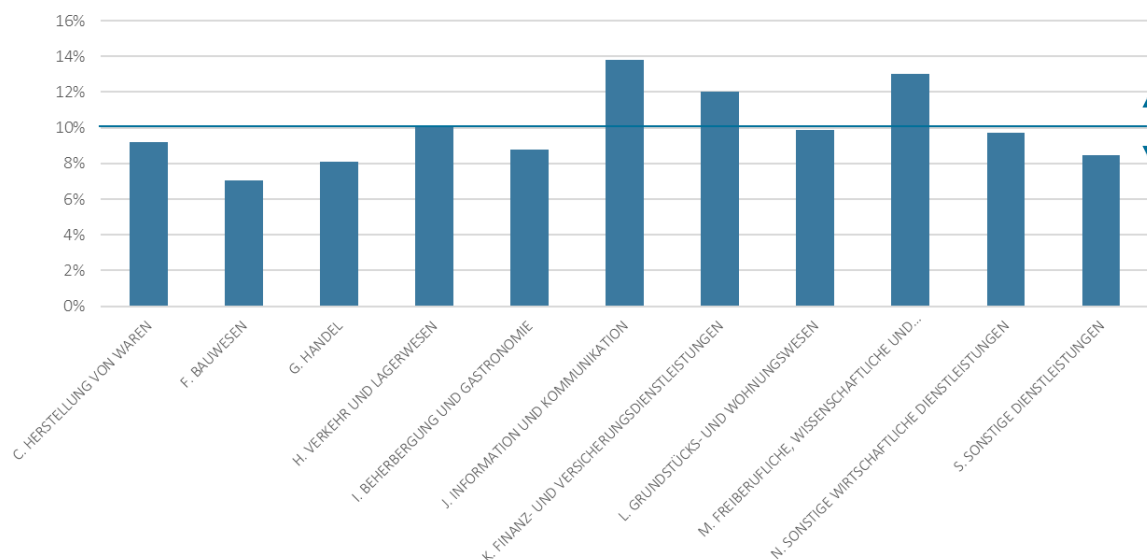


Abbildung 5 Anteile der Frontrunner-Unternehmen in unterschiedlichen Branchen

Anmerkung: Die Linie bei der Höhe von 10 % entspricht dem durchschnittlichen Anteil, da diese Schwelle zur Definition der Frontrunner-Unternehmen herangezogen wurde. Balken über bzw. unter dieser Linie stellen eine Über- bzw. Unterrepräsentanz der Frontrunner-Unternehmen in den Branchen dar.

Quelle: KMU Forschung Austria, basierend auf Unternehmensbefragung (N=227)

Workshops mit politischen Expert:innen

Zur Validierung und Weiterentwicklung der Analysen wurden zwei Online-Workshops mit Expert*innen aus Förderagenturen und Ministerien durchgeführt.

Diskutiert wurden die Ergebnisse der Unternehmensanalyse, Herausforderungen in der zielgruppengerechten Ausgestaltung von Programmen sowie Anforderungen an einen zukünftigen Policy-Mix. Des Weiteren wurden die Analysen der Frontrunner-Gruppe aufgegriffen und hinsichtlich ihrer Implikationen für die Politikgestaltung reflektiert. Im zweiten Workshop wurde hierfür auch eine kritische Einordnung der bestehenden Politikmaßnahmen aus Sicht der Frontrunner-Unternehmen vorgenommen. Die Rückmeldungen wurden systematisch in den Leitfaden eingearbeitet.

Synthese zu einem praxisnahen Leitfaden

Die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Arbeitspaketen wurden in einem praxisorientierten Leitfaden für zielgruppenspezifische Politikgestaltung zusammengeführt. Der Leitfaden zeigt anhand von vier Schritten (siehe nachfolgende Abbildung), was in der Politikgestaltung beachtet werden sollte und wie klimapolitische Maßnahmen und Rahmenbedingungen aus einer Zielgruppenperspektive weiterentwickelt werden können. Die Auswertungen zu den Frontrunner-Unternehmen wurden zur Illustration jedes Analyse- und Entwicklungsschritts in den Leitfaden eingearbeitet.

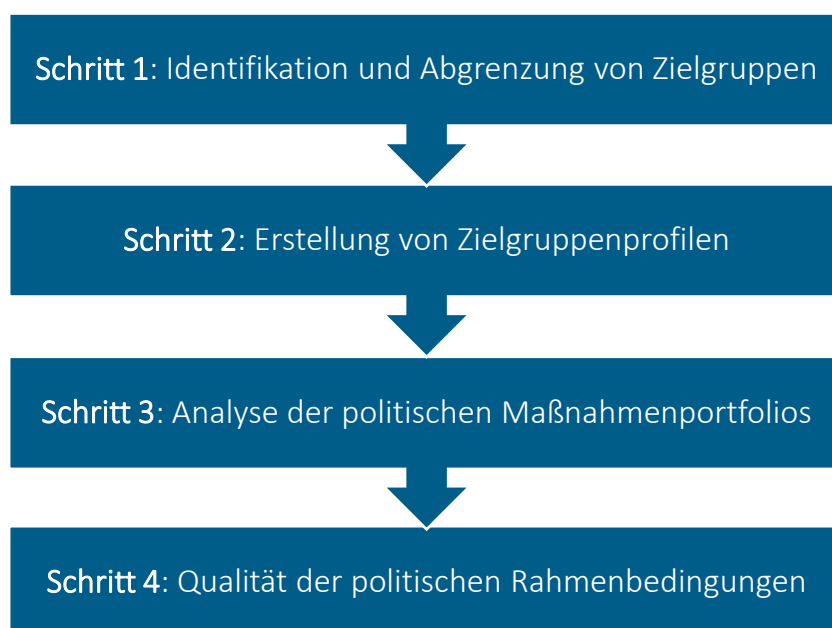


Abbildung 6: Die vier Analyse- und Entwicklungsschritte für die zielgruppenspezifische Weiterentwicklung klimapolitischer Maßnahmen und Rahmenbedingungen

Quelle: KMU Forschung Austria

Der im Leitfaden präsentierte Prozess anschließend in einer Folgebeauftragung durch das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz, Regionen und Wasserwirtschaft (BMLUK) zur näheren Bestimmung von Zielgruppen für die Politik der Übergangsfinanzierung zur Klimaneutralität angewandt.

Wissenstransfer und Dissemination

Neben der wissenschaftlichen Analyse war ein zentraler Bestandteil des Projekts die breite Vermittlung der Erkenntnisse an politische, administrative und wissenschaftliche Zielgruppen sowie die Unterstützung des Wissenstransfers zwischen Klima- und KMU-Politik. Hierfür wurden die folgenden Aktivitäten umgesetzt und Ergebnisse erzielt:

Webinarreihe „SMEs and Climate Action“

In Kooperation mit dem britischen Zero Emission Enterprise (ZEE) Network wurde eine 10-teilige Webinarreihe unter dem Titel „SMEs and Climate Action“ organisiert. Die Veranstaltungen richteten sich an ein Fachpublikum aus Wissenschaft und Verwaltung. Acht Webinare wurden durch externe Vortragende gestaltet, zwei durch das TranS4MEr-Team selbst. Die Webinarreihe bietet umfassende Einblicke auf verschiedene Herausforderungen in der Gestaltung klimapolitischer Maßnahmen für KMU – wie die Reichweite der Maßnahmen gesteigert werden kann, was speziell bei Maßnahmen zu Energieeffizienz beachtet werden sollte, Erfahrungsberichte zur Umsetzung von Kommunikationskampagnen sowie Einblicke in die Umsetzung und Gestaltung eines Aktionsplans für KMU, Klimaschutz und Transformation. Alle Webinare wurden aufgezeichnet und über die Projektwebseite zugänglich gemacht.⁴

Aufbereitung der Befragungsdaten in einem Dashboard

Um die Ergebnisse aus der umfangreichen Unternehmensbefragung interessierten Personen aus Politik, Verwaltung und Unternehmen zur Verfügung zu stellen, wurde ein interaktives Online-Dashboard erstellt.⁵ Es ermöglicht eine Auswertung der aggregierten Befragungsdaten nach thematischen Schwerpunkten, Betriebsgrößen und Branchenabschnitten. Außerdem werden die durchschnittlichen Angaben der Frontrunner-Unternehmen als Referenzwerte angezeigt. Der folgende Screenshot veranschaulicht das User-Interface und die Präsentation der aggregierten Daten für das Themenfeld der strategischen Ausrichtungen von Unternehmen.

⁴ <https://www.kmuforschung.ac.at/trans4mer-transformative-kmu-politik-fuer-eine-breit-angelegte-dekarbonisierung/>

⁵ <https://klimaschutzaktivitaeten.kmuforschung.ac.at>

Filtern nach:

Unternehmensgröße: Alle Größen

Branche: Alle Branchen (inkl. Frontrunner)

Themengebiet: Strategische Ausrichtung

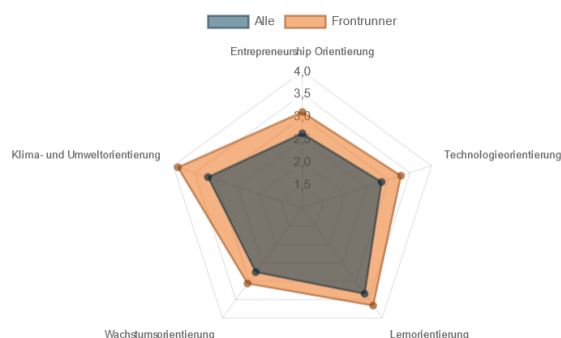


Abbildung 7: Screenshot des Dashboards

Quelle: KMU Forschung Austria

Öffentliche Abschlussveranstaltung

Im April 2025 fand eine Abschlussveranstaltung in den Räumlichkeiten des Klima- und Energiefonds statt, in dessen Rahmen die zentralen Projektergebnisse mehr als 50 Teilnehmer*innen präsentiert und gemeinsam mit Nadine Schratzberger (Unternehmerin und Kreislaufpionierin), Simon Ellmauer-Klambauer (Leiter Abteilung allgemeine Klimapolitik) und Birgit Schwabl-Drobir (Leiterin Abteilung KMU-Politik) diskutiert wurden. Die Veranstaltung trug maßgeblich zur Sichtbarkeit und politischen Anschlussfähigkeit der Projektergebnisse bei. Die Präsentation wurde veröffentlicht.⁶

⁶ https://www.kmuforschung.ac.at/wp-content/uploads/2025/04/Abschlussevent_Klimapolitik-fuer-und-mit-Unternehmen-Wie-kann-die-Transformation-gelingen.pdf

5 Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Die Gestaltung klimapolitischer Maßnahmen und Rahmenbedingungen orientierte sich bislang vorrangig an sektoralen Herausforderungen wie der Energiewende, der Mobilitätswende oder der Dekarbonisierung der Industrie. Dementsprechend erfolgte auch das Engagement mit den Zielgruppen vielfach sektorspezifisch. Demgegenüber setzt sich zunehmend die Erkenntnis durch, dass eine stärkere Zielgruppenorientierung erforderlich ist, um die Treffsicherheit und Akzeptanz klimapolitischer Maßnahmen zu steigern. Dies ist umso wichtiger, als die für die Transformation zur Klimaneutralität erforderlichen Ressourcen letztlich überwiegend von Unternehmen und Haushalten eingebracht werden müssen.

Die Erkenntnisse und Ergebnisse aus dem Projekt *TranS4MEr* können zu einer zielgruppenspezifischen Weiterentwicklung der Klimapolitik beitragen. Sie zeigen auf, wo die Politik ansetzen kann und in der Politikgestaltung beachtet werden sollte. Auf Basis der Forschungsarbeiten wurden insbesondere vier Bereiche identifiziert, die für eine zielgruppenspezifische Weiterentwicklung berücksichtigt werden sollten:

- (1) die Identifikation und Abgrenzung von Zielgruppen,
- (2) die ‚Carbon Capabilities‘ der Zielgruppen und ihre Beziehungen zur Klimapolitik,
- (3) die Eignung des politischen Maßnahmenportfolios, sowie
- (4) die Qualität der Rahmenbedingungen.

Die vier Bereiche können nacheinander bearbeitet werden, um ausgehend von den konkreten Ausgangslagen der Unternehmen Ansätze zur Weiterentwicklung und Anpassung bestehender Maßnahmen und Rahmenbedingungen zu identifizieren. Der Praxisleitfaden „Klimapolitik für Unternehmen aus einer Zielgruppenperspektive gestalten“ zeigt, wie dies schrittweise umgesetzt werden kann. Die nachfolgenden Abschnitte fassen die zentralen Schlussfolgerungen und Empfehlungen für jeden Bereich zusammen.

Identifikation und Abgrenzung von Zielgruppen im Unternehmenssektor

Die Identifikation und Abgrenzung von konkreten Unternehmensgruppen bildet die Grundlage einer zielgruppenorientierten Klimapolitik. Von Bedeutung sind hierfür nicht die individuellen Bedarfe, sondern differenzierte, strukturelle Problemlagen bei den Unternehmen, die es zu identifizieren gilt. Dabei muss beachtet werden, dass Unternehmen von der Klimapolitik – entgegen der häufig medial geäußerten Kritik der breiten Anwendung eines ‚Gießkannenprinzips‘ – bereits sehr unterschiedlich adressiert werden. Vielmehr lassen sich in den unterschiedlich ausgeprägten Anreizstrukturen für Unternehmen verschiedene institutionelle Verankerungen (z.B. Tourismus mit einer eigenen Förderagentur und Sektion) und politische Prioritäten (z.B. Unterstützung von Leitbetrieben aufgrund ihrer standortpolitischen Bedeutung) erkennen. Eine konsequente

Zielgruppenorientierung nimmt demgegenüber ausschließlich die Situationen und Herausforderungen bei den Unternehmen als Ausgangspunkte.

Über eine Segmentierung der Unternehmenspopulation können Zielgruppen identifiziert und voneinander abgegrenzt werden. Bestehende Klassifikationen und Typologien setzen hierfür vor allem bei den Klimaschutzbezogenen Einstellungen und der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen als Differenzierungsmerkmale an. Die Auswertungen aus der TranS4MEr-Studie bestätigen, dass Unternehmen sich diesbezüglich stark unterscheiden und dass es insbesondere sinnvoll sein kann, die Frontrunner-Unternehmen als eigene klimapolitische Zielgruppe zu adressieren. Für die restlichen Unternehmen – in den bestehenden Typologien häufig als ‚Followers‘ und ‚Laggards‘ erfasst – ist eine ausschließliche Differenzierung nach Motivation und Umsetzungsstand hingegen weniger zielführend. Die Projektergebnisse zeigen, dass sich Unternehmen erstens unterschiedliche Schwerpunkte setzen und Rollen im Klimaschutz einnehmen. Dies erschwert eine strikte Einteilung nach Umsetzungsstand. Zweitens unterscheiden sich Unternehmen auch stark hinsichtlich ihres Handlungsbedarfs, da sie auf verschiedene Weise und in unterschiedlichem Umfang zu Scope 1, 2 und 3 THG-Emissionen beitragen. In Segmentierung von Unternehmen empfiehlt es sich daher, neben dem Umsetzungsstand auch die betrieblichen THG-Emissionen, die Möglichkeiten zur THG-Reduktion (z.B. eingeschränkte technologische Optionen in ‚hard-to-abate‘ Sektoren) und die erwarteten Rollen der Unternehmen in der Transformation zur Klimaneutralität zu berücksichtigen.

In der Praxis ist eine integrative Betrachtung dieser unterschiedlichen Ausgangslagen aufgrund unzureichender Datenverfügbarkeit häufig nicht möglich. Wenngleich Befragungen hinsichtlich der Belastbarkeit und Genauigkeit der Daten mit Einschränkungen verbunden sind, bieten sie vor diesem Hintergrund eine Möglichkeit für detaillierte und umfassende Erhebungen der obengenannten Dimensionen auf der Unternehmensebene. In der *TranS4MEr*-Befragung wurde hierfür unter anderem eine neue Methodik der Ermittlung von Anpassungsbedarfen bei Unternehmen im Kontext der Transformation zur Klimaneutralität angewandt, wo Unternehmen mit verschiedenen Szenarien konfrontiert wurden. Anhand der gewonnenen Daten konnte in einer Folgestudie eine klimapolitisch relevante Segmentierung der Unternehmenspopulation vorgenommen werden, die die unterschiedlichen Anpassungsbedarfe bei den Unternehmen aus einem holistischen Blick berücksichtigt. Um ein fundiertes Verständnis der identifizierten Unterschiede zwischen den Unternehmensgruppen erlangen zu können, sind weiterführende Forschungsarbeiten zu den jeweiligen betriebswirtschaftlichen Situationen und Herausforderungen in der Transformation zur Klimaneutralität erforderlich.

Klimaschutz auf der betrieblichen Ebene – ‚Carbon Capabilities‘

Unternehmen können unterschiedliche Rollen in der Transformation zur Klimaneutralität einnehmen und bringen hierfür unterschiedliche Stärken und

Schwächen mit. Für eine zielgruppenspezifische Politikgestaltung ist es wesentlich zu definieren, welche Rollen von einer bestimmten Zielgruppe erwartet werden und wie diese gestärkt werden sollen. Die Studienergebnisse zu den Treibern und Barrieren von betrieblichen Klimaschutz unterstützen die Entwicklung von auf die Rollen und spezifischen Herausforderungen von Zielgruppen abgestimmten Politikmaßnahmen.

Die Ergebnisse sprechen grundsätzlich für einen klaren Fokus im Maßnahmendesign auf konkrete Schwerpunktbereiche des betrieblichen Klimaschutzes: Erstens entspricht dies den Schwerpunktsetzungen der Betriebe, die nicht unbedingt in allen Bereichen gleichzeitig tätig oder ihre Aktivitäten ausweiten wollen. Zweitens sind mit jedem Bereich unterschiedliche Herausforderungen verbunden, was differenzierte Maßnahmen erfordert. Die identifizierten Schwerpunkte (siehe Abschnitt 4) könnten herangezogen werden, um etwa Förder- und Beratungsportfolios für betrieblichen Klimaschutz zu organisieren.

Die Analyse weist zudem darauf hin, dass die Umsetzung von unterschiedlichen Klimaschutzaktivitäten nicht unbedingt Hand in Hand geht, sondern möglicherweise sogar in Konflikt zueinander stehen kann. Für die Politikgestaltung und Analyse ihrer Wirksamkeit sind weitere Forschungsarbeiten erforderlich, um mögliche Synergien und Zielkonflikte im betrieblichen Klimaschutz besser nachvollziehen zu können. Zielkonflikte könnten etwa auf beschränkte Ressourcen zurückzuführen sein. Synergien hingegen könnten durch Wissenstransfers realisiert werden.

Klimaschutz auf der betrieblichen Ebene – das Verhältnis der Zielgruppe zur Klimapolitik

Für eine effektive, auf spezifische Zielgruppen abgestimmte Politikgestaltung sollte auch das Verhältnis der Zielgruppe zur Klimapolitik berücksichtigt werden, insbesondere ihre Akzeptanz klimapolitischer Maßnahme sowie ihre bisherige (Nicht-)Nutzung von Unterstützungsangeboten.

Die Wirksamkeit klimapolitischer Maßnahmen bei Unternehmen hängt wesentlich von der Akzeptanz bei den Zielgruppen ab. Die Studie zeigt, dass die Akzeptanz klimapolitischer Maßnahmen bei Unternehmen je nach Dimension – Glaubwürdigkeit, Vertrauen, Legitimität und Bedarf – sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Eine mehrdimensionale Bewertung ist somit erforderlich, um zu verstehen, wie Unternehmen auf Maßnahmen reagieren.

Die vier Dimensionen entsprechen dabei den konkreten Voraussetzungen unterschiedlicher Politikinstrumente. Die Glaubwürdigkeit bildet eine wesentliche Voraussetzung für die Akzeptanz von Strategien und Plänen, denn Unternehmen richten sich nur dann nach den entsprechenden Zielen und vorgesehenen Maßnahmen aus, wenn sie ihre Umsetzung für realistisch einschätzen. Informationsbasierte Maßnahmen wie Beratungen und Partnerschaftsprogrammen setzen hingegen voraus, dass Unternehmen die

Angebote als vertrauenswürdig wahrnehmen. Finanzielle Unterstützungsleistungen erfordern wiederum ausreichenden Bedarf bei den Zielgruppen und ordnungs- sowie steuerrechtliche Maßnahmen stoßen aufgrund ihrer hohen Verbindlichkeit nur dann auf Akzeptanz, wenn staatliche Eingriffe in die Wirtschaft als legitim wahrgenommen werden. Die Rückmeldungen zur Akzeptanz entlang dieser vier Dimensionen haben somit unmittelbare Implikationen für die Wirksamkeit der jeweiligen Politikinstrumente.

Die im Verhältnis zu Glaubwürdigkeit und Vertrauen positiveren Bewertungen von Bedarf und politischer Legitimität sprechen zunächst für eine stärkere Nutzung von *verbindlicheren* Politikinstrumenten wie Gesetzen, Normen und Steuern sowie konkreten finanziellen Unterstützungsleistungen. Indirekt könnte damit auch die Glaubwürdigkeit wiederhergestellt werden, wenn damit gezeigt wird, dass die ambitionierten Klimaziele in verhältnismäßig ambitionierte Maßnahmen umgewandelt werden: „Die Glaubwürdigkeit von politischen Zielen ist eng mit der Balance aus Ambition und Verbindlichkeit verknüpft. Je ambitionierter und zeitgebundener die Ziele, desto wichtiger ist eine starke rechtliche Verankerung, um von Unternehmen ausreichend ernst genommen zu werden“.⁷

Politische Maßnahmenportfolios für die Transformation zur Klimaneutralität im Unternehmenssektor

In der Ausarbeitung einer zielgruppenorientierten Klimapolitik besteht ein wichtiger Schritt in der Prüfung des bestehenden Maßnahmenportfolios. Die Informationen zur Akzeptanz bei den Zielgruppen bieten hierfür erste Hinweise für die Bewertung der bisher gewählten Politikinstrumente (siehe vorangegangener Abschnitt). Ungeachtet der Instrumentenwahl muss aber auch geprüft werden, wo konkret Anpassungen vorgenommen oder angestoßen werden müssen, um die erwünschten Veränderungen bei den Zielgruppen erreichen zu können. Neben den Carbon Capabilities auf der Unternehmensebene kann hierfür auch an den Strukturen angesetzt werden, die unternehmerisches Handeln mitdefinieren.

Das im Projekt entwickelte Interventionsframework zeigt spezifisch für die Transformation zur Klimaneutralität im Unternehmenssektor, wo die Politik ansetzen sollte, um transformative Veränderungen unterstützen zu können. Es bietet damit einen Handlungsrahmen, der industrie- und klimapolitischen Strategien als Grundlage dienen kann. Das Interventionsframework unterstützt insbesondere die Entwicklung eines breiten Maßnahmenportfolios, das angebots- und nachfrageseitig wirkt als auch auf unterschiedlichen Ebenen – Unternehmen, Lösungen, Sektoren und Märkte, sowie Gesamtwirtschaft – ansetzt. Retrospektiv kann es eingesetzt werden, um relevante Lücken im Maßnahmenportfolio zu identifizieren.

⁷ https://kontext-institut.at/uploads/Dateien/202502_Akzeptanz-von-Klimapolitik-bei-Unternehmen_KMU_KONTEXT.pdf

Die Anwendung des Interventionsframeworks auf das bestehende Maßnahmenportfolio des Bundes zeigt, dass dieses insbesondere auf die rasche Dekarbonisierung im Unternehmenssektor abzielt. Dabei werden sowohl angebots- als auch nachfrageseitige Instrumente berücksichtigt. Tiefgreifendere Veränderungen werden hingegen am vorrangig durch die („transformative“) Innovationspolitik angestoßen. Für eine umfassende Transformation in Richtung Klimaneutralität werden aber weitere bzw. ambitioniertere Maßnahmen, insbesondere auf der gesamtwirtschaftlichen Ebene, erforderlich sein. Viele Maßnahmen sind hier noch wenig verbindlich (fast 30 Strategiedokumente) oder üben eine verhältnismäßig geringe Anreizwirkung aus (im internationalen Vergleich geringe umweltbezogene Steuern). Auch Maßnahmen zur Unterstützung eines gerechten Übergangs sind noch verhältnismäßig schwach ausgeprägt.

Das bestehende Maßnahmenportfolio spiegelt die in der österreichischen Politik bereits seit vielen Jahren etablierte Unterstützung von „grünen“ Leitbetrieben und -branchen (insbesondere der Umwelttechnik) wider, zeigt aber auch, dass mittlerweile auch nachfrageseitige Instrumente sehr stark vertreten sind. Dies zeigt die gestiegene Bedeutung, die seit dem Green New Deal der Erreichung von Klimazielen beigemessen wurde. Um aber eine Transformation anstoßen und einen gerechten Übergang gewährleisten zu können, ist eine breitere Strategie erforderlich, die gesamtwirtschaftliche Anreize für einen strukturellen Wandel setzt und die betroffenen Unternehmensbranchen mitnimmt.

Qualität der politischen Rahmenbedingungen

In den vergangenen Jahren hat die Einführung von klimapolitischen Maßnahmen für Unternehmen stark zugenommen, wodurch sich das Maßnahmenportfolio noch einmal deutlich verbreitert hat. Die Qualität der politischen Rahmenbedingungen – d.h. des Designs und der Umsetzung von Maßnahmen – wurde aus Sicht von Expert*innen demgegenüber nicht ausreichend berücksichtigt. Während es bezüglich des Ambitionsniveaus der Klimapolitik unterschiedliche Ansichten gibt, sind sich viele Expert*innen einig, dass der bürokratische Aufwand und die Komplexität der Maßnahmen stark angestiegen sind.

Auch bei vielen befragten Unternehmen standen das Design und die Umsetzung von Maßnahmen im Zentrum ihrer Kritik an der Klimapolitik. Für eine effektive Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Politik in der Transformation zur Klimaneutralität ist es wesentlich, dass Vertrauen und Glaubwürdigkeit wiederhergestellt bzw. aufgebaut werden. Dies erfordert klare politische Rahmenbedingungen, transparente Kommunikation, unkomplizierte Unterstützungsangebote, eine enge Abstimmung von Klimaschutz mit der Stärkung des Standorts, eine klare Positionierung von Seiten der politischen Parteien sowie Möglichkeiten für Unternehmen zur Mitwirkung an politischen Prozessen.

C) Projektdetails

6 Methodik

Zur Erreichung der forschungsbezogenen Projektziele wurden sowohl qualitative als auch quantitative Methoden der Wirtschafts- und Sozialforschung angewandt. Im Vordergrund der Analyse stand die Entwicklung eines breiten Verständnisses der bestehenden klimapolitischen Maßnahmen aus der Perspektive der Unternehmen. Den Ausgangspunkt hierfür bildete eine umfangreiche Literatur- und Dokumentenrecherche, womit ein umfassendes Bild der Politiklandschaft an den Schnittstellen der Klima-, Wirtschafts- und Innovationspolitik gewonnen werden konnte. Anschließend wurden die folgenden Erhebungen und Analysen umgesetzt:

- Die *Entwicklung des Interventionsframeworks*, das in nachfolgenden Analysen als Raster herangezogen wurde, erfolgte auf Basis von bestehenden Frameworks aus der Transformationsforschung. Um eine multiperspektivische Bewertung zu ermöglichen, müssen unterschiedliche Theorien der Politikintervention berücksichtigt werden. Es gibt keinen wissenschaftlichen Konsens, wo die Klimapolitik intervenieren sollte, um transformative Veränderungen anstoßen zu können. Stattdessen nehmen unterschiedliche Theorien und Perspektiven jeweils spezifische Aspekte und Ebenen der Transformation in den Blick. Damit weisen sie ein hohes Maß an Komplementarität auf. Dies machten wir uns zunutze, indem wir 17 bestehende Frameworks aus unterschiedlichen Theoriesträngen der Transformationsforschung synthetisierten. Hierfür wurden alle in den Frameworks genannten Interventionspunkte identifiziert und kategorisiert.
- Zur Analyse der österreichischen Politiklandschaft wurden 16 *qualitative Interviews mit 22 Expert*innen* aus Verwaltung, Agenturen, Interessensvertretungen und Wissenschaft geführt. Die ersten Interviews fokussieren auf den KMU-Sektor, später wurde dies ausgeweitet. Die Interviewleitfäden wurden an die jeweiligen institutionellen Kontexte sowie Expertisen der Personen angepasst und thematisierten die bestehenden, klimabezogenen Maßnahmen für Unternehmen, Treiber und Barrieren in der Einführung und Umsetzung von relevanten Politikmaßnahmen sowie etwaige Lücken im bestehenden Maßnahmenportfolio. Die Interviews wurden anschließend transkribiert und codiert. Die qualitative Inhaltsanalyse wertete die Aussagen entsprechend des Interventionsframeworks aus. Die Interviews erlauben eine Interpretation der beobachteten Tendenzen und Lücken im politischen Maßnahmenportfolio und eine kritische Einordnung der Qualität der politischen Rahmenbedingungen. Die Erkenntnisse aus den Interviews waren außerdem maßgeblich für die Eingrenzung des Untersuchungsgegenstands im Projekt und lieferten Hinweise für das nachfolgende Policy Mapping.

- Policy Mapping:* Um einen systematischen Überblick des Maßnahmenportfolios gewinnen zu können, wurde eine umfassende Liste von klimarelevanten Politikmaßnahmen des Bundes erstellt. Berücksichtigt wurden alle Maßnahmen, die zwischen April 2023 und März 2024 wirksam waren und Unternehmen adressierten. Als Ausgangspunkt für die Erstellung der Liste wurden bestehende Datenbanken der internationalen Energieagentur (IEA) und der europäischen Umweltagentur (EEA) herangezogen, die sich jedoch als sehr lückenhaft herausstellten. Ergänzend wurden daher die Websites aller nationalen Förderagenturen und Abwicklungsstellen sowie der Bundesministerien konsultiert. Des Weiteren wurden Strategien und Pläne des Bundes berücksichtigt, mit anschließender Überprüfung des Umsetzungsstands der genannten Maßnahmen. Anhand von externen Studien zu manchen Politikbereichen (z.B. Umweltsteuern, Maßnahmen für die Umwelttechnik-Wirtschaft) konnte ein Teil der Liste validiert werden. Die identifizierten Maßnahmen wurden anschließend nach Zielgruppe, Instrumententyp, Themenfeld und Interventionsansatz kodiert, um eine quantitative Analyse zur jeweiligen Verteilung vornehmen zu können.
- Unternehmensbefragung:* Im Zeitraum Mai-Juni 2024 wurde eine Online-Befragung bei österreichischen Unternehmen vorgenommen. Es bestanden noch erhebliche Datenlücken hinsichtlich des Status quo des Klimaschutzes in österreichischen Unternehmen, die mit der Befragung geschlossen werden konnten. Die Befragung bot zudem die Möglichkeit, auch subjektive Einschätzungen der Geschäftsführer*innen und Manager*innen zur Situation ihrer Unternehmen sowie zur Klimapolitik im Allgemeinen zu gewinnen. Das Fragebogendesign beruht auf einer umfassenden Recherche bisheriger empirischer Segmentierungsstudien und der Unternehmensforschung, um relevante Faktoren für die Segmentierung der Unternehmenspopulation im Klimaschutzkontext zu identifizieren. Dabei wurden sechs Themen identifiziert, die für die Segmentierung relevant sein könnten. Der Fragebogen deckt ein sehr breites Spektrum an Themen ab, die nicht alle im selben Detail abgedeckt werden konnten. Für einen Teil der Fragen (etwa zu strategischen Ausrichtungen) wurden etablierte Skalen und Messverfahren konsultiert, um die intendierten Konstrukte zuverlässig erfassen zu können. Für die Aussendung des Fragebogens wurden Adressdaten österreichischer Unternehmen von externen Anbietern (Dealfront & Moody's) angekauft. Die Versendung erfolgte an mehr als 90.000 Unternehmen, wovon 2.263 den Fragebogen vollständig befüllten (dies entspricht 2,5 % der ausgesandten Einladungen und 56 % der geöffneten Befragungslinks). In den Auswertungen wurden nur die vollständig befüllten Fragebogen berücksichtigt, ausgenommen der offenen Fragen, die keine Pflichtfelder waren.
- Deskriptive statistische Auswertungen der Befragungsdaten:* Alle quantitativen Daten wurden deskriptiv ausgewertet, um einen Überblick

für die gesamte Stichprobe zu erhalten. Für drei Gruppen wurden die Daten gesondert ausgewertet: für den KMU-Sektor im Vergleich zu Großunternehmen (als Grundlage für den Bericht „KMU im Fokus 2024“), für die Gruppe der Frontrunner-Unternehmen (top 10 % in der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen) und für die Gruppe der Nichtnutzer*innen von öffentlichen Unterstützungsleistungen. Letztere wurden in weiteren Analyseschritten für die Entwicklung des Praxisleitfadens herangezogen.

- *Clusteranalysen der Befragungsdaten:* Zur Segmentierung der Unternehmen wurden statistische Clusteranalysen vorgenommen, wofür unterschiedliche Analyseverfahren und Variablenkombinationen angewandt wurden. Da die Analysen keine klar differenzierbare Gruppen ergaben, wurde die Segmentierung aufgegeben und stattdessen auf andere Auswertungsmöglichkeiten übergegangen (siehe nächster Punkt). In einer Folgestudie wurde aus einer neuen Perspektive erneut eine Clusteranalyse durchgeführt, die zu robusten und klimapolitisch relevanten Unternehmensgruppen führte. Im Rahmen des TranS4MEr-Projekts war dies vermutlich nicht gelungen, weil insbesondere die Variablen zur Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen metrisch skaliert waren und einen starken Einfluss auf die Ergebnisse der Clusteranalysen ausübten. In der Folgestudie wurden diese Variablen nicht mehr als Grundlagen für die Clusteranalyse berücksichtigt.
- *Faktor- und Regressionsanalysen:* Um trotz der nicht erfolgreichen Segmentierung dennoch klimapolitisch relevante Ansatzpunkte für die Unterstützung des betrieblichen Klimaschutzes identifizieren zu können, wurden alternative Auswertungsmöglichkeiten erörtert. Hierfür wurden mittels einer erneuten Literaturanalyse mögliche Erklärungsmodelle identifiziert und hinsichtlich ihrer Operationalisierbarkeit überprüft. Dabei wurde das Konzept der ‚Carbon Capabilities‘ identifiziert und es wurde ein den Befragungsdaten angepasstes Erklärungsmodell ausgearbeitet. In einem ersten Schritt wurde anschließend eine Faktoranalyse durchgeführt, um anhand der 22 erfassten Klimaschutzaktivitäten mögliche Bereiche oder Bündel von Maßnahmen zu identifizieren. Dabei wurden fünf Faktoren identifiziert, die im zweiten Schritt als abhängige Variablen in Regressionsanalysen berücksichtigt wurden. Ziel des zweiten Schrittes war es, zu überprüfen, welche Einflussfaktoren jeweils statistisch signifikant sind und inwiefern Unterschiede zwischen den Einflussfaktoren je nach Bereich betrieblichen Klimaschutzes ausgemacht werden können. Dasselbe Regressionsmodell wurde hierfür auf alle fünf Bereiche angewandt.
- *Strukturgleichungsmodelle:* Als Alternative zu den obengenannten Analysen der Carbon Capabilities wurde auch eine vertiefende Analyse der Wirkungen von öffentlichen Unterstützungsangeboten (Förderungen, Beratungen, etc.) auf die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen ausgetestet. Hierfür wurden Strukturgleichungsmodelle entwickelt und

angewandt, um die Wirkungen von Unterstützungsangeboten unter Berücksichtigung diverser Mediatoren zu erfassen.

- *Qualitative und quantitative Inhaltsanalyse der Rückmeldungen zur Klimapolitik:* In der Befragung wurden die Teilnehmer*innen eingeladen, Rückmeldungen zur Befragung oder zur Klimapolitik zu hinterlassen. Aus den Rückmeldungen wurden alle (N=400) identifiziert, die sich auf die Klimapolitik bezogen. Mittels einer Inhaltsanalyse wurde untersucht, wieviele Aussagen mit den Themen der Glaubwürdigkeit und des Vertrauens verbunden werden können und welche Kritikpunkte am häufigsten genannt werden. Hierfür wurden zunächst detaillierte Kodierungen vorgenommen, die später zusammengefasst und dann auf die gesamte Stichprobe angewandt wurden.
- *Integrative Analysen:* Die oben genannten Erhebungen und Analysen wurden für mehrere Zwecke trianguliert. Für die Analyse der Politikakzeptanz wurden quantitative Auswertungen der Akzeptanzdimensionen mit der Inhaltsanalyse kombiniert. Die Analyse des Maßnahmenportfolios des Bundes integriert die Erkenntnisse aus den Expert*inneninterviews mit dem Policy Mapping. Eine weitere Synthese verschiedener Erkenntnisse erfolgte zur Entwicklung des Praxisleitfadens.
- *Online-Workshops:* Für die Entwicklung des Praxisleitfadens wurden Erkenntnisse aus allen vorangegangenen Arbeitsschritten zusammengefasst. Zwischenergebnisse wurden in zwei Online-Workshops mit Expert*innen aus Wirtschafts- und Umweltagenturen reflektiert. Im ersten Workshop wurden allgemeine Herausforderungen in der Umsetzung einer zielgruppenspezifischen Klimapolitik sowie die Relevanz bisheriger klimapolitischer Zielgruppen diskutiert. Im zweiten Workshop wurden die Ergebnisse aus der Auswertung der Befragungsdaten zu den Frontrunner-Unternehmen präsentiert und eine Bewertung des politischen Maßnahmenportfolios aus Sicht dieser Gruppe vorgenommen. Insbesondere wurde das grundlegende Konzept des Praxisleitfadens besprochen und Feedback zur Weiterentwicklung des Leitfadens eingeholt.

7 Arbeits- und Zeitplan

Das Projekt wurde über einen Zeitraum von 30 Monaten zwischen November 2022 und April 2025 durchgeführt. Die nachfolgende Abbildung bietet eine Übersicht des Arbeitsplans entlang der umgesetzten Arbeitspakete.

Arbeitspaket 1 fokussierte auf Literatur- und Dokumentenanalysen sowie die Durchführung von Expert*inneninterviews. Die Umsetzung erfolgte überwiegend im Jahr 2023, mit zusätzlichen Recherchen in der ersten Jahreshälfte 2024, um die Aktualität des Policy Mappings zu gewährleisten.

Arbeitspaket 2 erfolgte von überwiegend von Ende 2023 bis Anfang 2025. Die Befragung und die für weiterfolgende Arbeiten zentralen Analysen wurden im Zeitraum Mai bis November 2024 umgesetzt.

Arbeitspaket 3 wurde überwiegend zwischen Mai 2024 und März 2025, flankiert durch beide Online-Workshops umgesetzt.

Die Umsetzung von Arbeitspaket 4, das die Kommunikation und Dissemination an der Schnittstelle von Klima- und KMU-Politik umfasste, erfolgte begleitend zwischen Oktober 2023 und April 2024.

Arbeitspaket 5 umfasst integrative Analysen und die Aufarbeitung der Ergebnisse für die Wissenschaftskommunikation. Dies erfolgte parallel und wird auch über die Projektlaufzeit hinausgehend weiterverfolgt.

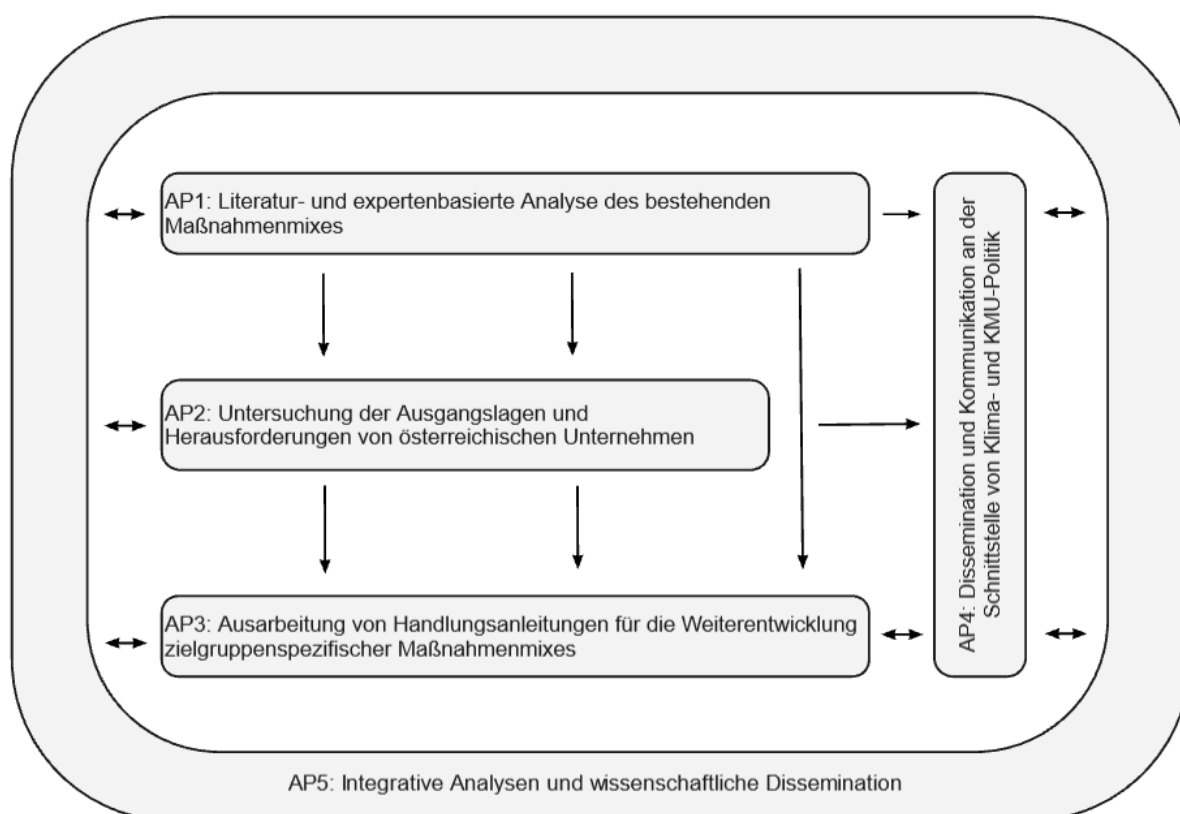


Abbildung 8: Struktur der Arbeitspakete

8 Publikationen und Disseminierungsaktivitäten

Bisherige Publikationen:

- KMU Forschung Austria (2025). Maßnahmenliste: Unternehmen betreffende Maßnahmen des Bundes für die Transformation zur Klimaneutralität 2040. Wien.
- KMU Forschung Austria & KONTEXT Institut für Klimafragen (2025). Die Akzeptanz klimapolitischer Maßnahmen bei österreichischen Unternehmen. Wien.
- Schwerpunktkapital „KMU in der Transformation zur Klimaneutralität“ im Bericht „KMU im Fokus 2024“, Karin Bachinger, Karin Gavac, Laurenz Heigl, Thomas Oberholzner, Svetlana Pischikova, Arash Robubi, Harald Wieser (2025). KMU im Fokus 2024: Bericht über die Situation und Entwicklung kleiner und mittlerer Unternehmen der österreichischen Wirtschaft. Wien: Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus.⁸
- Präsentation: „Klimapolitik für und mit Unternehmen: Wie kann die Transformation gelingen?“, https://www.kmuforschung.ac.at/wp-content/uploads/2025/04/Abschlussevent_Klimapolitik-fuer-und-mit-Unternehmen-Wie-kann-die-Transformation-gelingen.pdf
- Wieser, H. & Heckl, E. (2025). Klimapolitik für Unternehmen aus einer Zielgruppenperspektive gestalten: Praxisleitfaden und Analyse am Beispiel der Klimaschutz-Frontrunner. Wien: KMU Forschung Austria.

Präsentationen:

- „Transformative SME policy for broad-based decarbonisation: a new frame to legitimise SME policies“, präsentiert bei „International Roundtable on SMEs“ (online, 11. Oktober, 2022):
- "Designing and assessing policies for transformative change", präsentiert bei Environmental Change Institute Brownbag Seminar (Oxford University, 13. Juli 2023)
- „Transformation: my two cents“, präsentiert bei „Transformation and SMEs“ workshop (Oxford/online, 20. Juli 2023)
- "Policy mixes for transformative change: the SMEs challenge", präsentiert bei "14th International Sustainability Transitions Conference" (Utrecht, 30. August to 1. September 2023)

⁸ Der Bericht wurde im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft, Energie und Tourismus erstellt. Im Rahmen von TranS4MEr erfolgte hierfür die Datenaufbereitung.

- Präsentation und Poster beim Austrian Climate Day – 4. April 2024
- Präsentation von Zwischenergebnissen bei Online-Workshop Expert*innen von österreichischen Wirtschafts- und Umweltagenturen – 23. Juli 2024
- Präsentation ausgewählter Zwischenergebnisse bei einem Online-Workshop im Rahmen der Evaluierung der Initiative klimaaktiv – 29. Juli 2024
- „Realising the transformative potential of enterprise policy: an assessment of the Austrian policy mix“, präsentiert beim 4. Webinar „SMEs and Climate Action“ – 17. April 2024
- „Are resource constraints really the main obstacle? Uncovering the key drivers of climate action in businesses“, präsentiert beim 9. Webinar „SMEs and Climate Action“ – 6. März 2025
- „Towards a target group orientation in climate policy and governance A policy mix framework and an application to Austrian policies targeting the enterprise population“, präsentiert beim G-Forum 2024 „Entrepreneurship und Transformation – Zukunftsfähigkeit in Zeiten fundamentalen Wandels“, 25-27. September 2024
- „Framing and blind-spots in policy making for the transformation to climate-neutrality from an enterprise perspective: An analysis of the Austrian policy mix“, präsentiert beim G-Forum 2024 „Entrepreneurship und Transformation – Zukunftsfähigkeit in Zeiten fundamentalen Wandels“, 25-27. September 2024
- Keynote bei der Enterprise Research Centre „State of Small Business Britain Conference“, London – 3. Oktober 2024
- Präsentation von Zwischenergebnissen für Vertreter*innen des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie – 17. Oktober 2024
- Präsentation von Zwischenergebnissen für Vertreter*innen der OECD SME and Entrepreneurship Unit – 22. Oktober 2024
- Präsentation von Ergebnissen zu Klimaschutz-Frontruntern in Online-Workshop mit Expert*innen aus österreichischen Wirtschafts- und Umweltagenturen – 28. Februar 2025
- Präsentation der Studie zur Politikakzeptanz bei „PACE“-Event des KONTEXT – Institut für Klimafragen – 4. März 2025
- Präsentation der Studie zur Politikakzeptanz bei KONTEXT-Webinar – 11. März 2025
- Präsentation von ausgewählten Ergebnissen im Kurs „Zukunftsfähiges Wirtschaften – Vertiefung und Übung“, Wirtschaftsuniversität Wien

- Präsentation von ausgewählten Ergebnissen für Vertreter*innen der Wirtschaftsagentur Wien – 23. Juli 2025
- Präsentation der Endergebnisse bei Abschlussevent in den Räumlichkeiten des Klima- und Energiefonds, 9. April 2025

Weitere Disseminationstätigkeiten:

- Organisation eines Abschlussevents beim Klima- und Energiefonds mit ca. 55 Teilnehmer*innen; inkl. Diskussion der Ergebnisse in einem Panel bestehend aus dem Projektleiter, einer Unternehmerin sowie zwei Vertreter*innen der öffentlichen Verwaltung
- Durchführung von 10 Webinaren zum Thema "SMEs and Climate Action"; mit Präsentationen von externen Expert*innen aus den folgenden Organisationen: Enterprise Research Centre (UK), British Business Bank (UK), Österreichische Energieagentur (AT), University of Oxford und University of Bath (UK), Linköping University (SE), Deutsches Ministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (DE), Sheffield Hallam University (UK) and Constructor University (DE)
- Veröffentlichung eines Dashboards basierend auf aggregierten Befragungsdaten: <https://klimaschutzaktivitaeten.kmuforschung.ac.at/>
- Pressemitteilung mit KONTEXT – Institut für Klimafragen: <https://kontext-institut.at/presse/klimaschutz-unternehmen>

Diese Projektbeschreibung wurde von der Fördernehmerin/dem Fördernehmer erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte sowie die barrierefreie Gestaltung der Projektbeschreibung, übernimmt der Klima- und Energiefonds keine Haftung.

Die Fördernehmerin/der Fördernehmer erklärt mit Übermittlung der Projektbeschreibung ausdrücklich über die Rechte am bereitgestellten Bildmaterial frei zu verfügen und dem Klima- und Energiefonds das unentgeltliche, nicht exklusive, zeitlich und örtlich unbeschränkte sowie unwiderrufliche Recht einräumen zu können, das Bildmaterial auf jede bekannte und zukünftig bekanntwerdende Verwertungsart zu nutzen. Für den Fall einer Inanspruchnahme des Klima- und Energiefonds durch Dritte, die die Rechteinhaberschaft am Bildmaterial behaupten, verpflichtet sich die Fördernehmerin/der Fördernehmer den Klima- und Energiefonds vollumfänglich schad- und klaglos zu halten.