Studienbericht 2025

GREEN DEAL *KOMPASS* POMERANIA

KMU zwischen europäischer Vision und unternehmerischer Praxis

POLSMA
STRATEGISCHES PROJEKT
PROJEKT STRATEGICZNY

Interreg
Mecklenburg-Vorpommern / Brandenburg / Polska

Kofinanziert von der Europäischen Union
Dofinansowany przez Unię Europejską

Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

Das Projekt wird kofinanziert aus Mitteln des polnischen Ministeriums für Wissenschaft und Hochschulwesen im Rahmen des Programms International kofinanzierte Projekte

Impressum

Herausgeber:
Industrie- und Handelskammer Ostbrandenburg
Puschkinstraße 12 b | 15236 Frankfurt (Oder)
Tel.: 0335 5621 - 0 | E-Mail: info@ihk-ostbrandenburg.de

Redaktion:
Dr. Knuth Thiel
Daniel Felscher

Übersetzung:
Agnieszka Martini

Lektorat:
Monika Guderian

Layout und Satz:
Jana Gerlach

Titelbild:
generiert mit KI

Stand: Juli 2025

ISBN: 978-3-9813732-1-9

platform-greendeal.eu

Inhalt

Inhalt 3
Vorwort 5
Zusammenfassung der Studie 6
1. Einleitung und Zielstellung der Befragung 9
Befragungsdesign und Rücklauf 9
2. Einstellungen der KMU zum Europäischen Green Deal 14
3. Auswirkungen auf Unternehmen & Wettbewerbsfähigkeit 19
4. Umgesetzte und geplante Maßnahmen in den Unternehmen 25
4.1 Energiemanagement – Stromverbrauch senken 25
4.2 Wärme und Gebäudesanierung 28
4.3 Ressourcen- und Abfallmanagement 29
4.4 Mobilität und Transport 31
4.5 Interne Management-Maßnahmen (Audits, Berichte, Zertifizierung) 33
5. Unterstützungsbedarfe der Unternehmen 36
6. Vergleich der qualitativen Interviews nach Ankerzitaten und Themenbereichen in den drei Regionen 39
7. „Fördern, Entlasten, Vernetzen“. Kooperationspotenziale zwischen Regionen und Unternehmen 42
Schlussfolgerungen 44

Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

wir freuen uns, Ihnen den ersten *Green-Deal-Kompass Pomerania* vorlegen zu können.

Die Studie erscheint in einer Phase wachsender geopolitischer Spannungen, neuer Handelshemmnisse und massiver Kritik am Europäischen Green Deal. Gerade jetzt ist der deutsch-polnische Schulterschluss von strategischer Bedeutung: Grenzübergreifende Orientierung senkt Kosten, stärkt Lieferketten und schafft Wohlstand in der Region.

Die Erhebung ist Teil des Interreg-Projekts **POLSMA** – Pomerania lives sustainable management), getragen von

- Industrie- und Handelskammer Ostbrandenburg (Leadpartner),
- IHK-Projektgesellschaft Ostbrandenburg,
- IHK Neubrandenburg für das östliche Mecklenburg-Vorpommern,
- Westpommersche Technische Universität in Szczecin,
- Verband polnischer Elektrotechniker in Szczecin sowie
- die Nördliche Wirtschaftskammer in Szczecin,

einem Netzwerk, das Wirtschaft, Wissenschaft und Praxis beiderseits der Oder verbindet.

Ihnen liegt der umfassendste, grenzüberschreitende Blick auf den European Green Deal in der Euroregion Pomerania vor. Über 700 kleine und mittlere Unternehmen wurden befragt und 30 qualitative Interviews durchgeführt. Die Studie ist Wegweiser, um Fortschritte zu messen, Hemmnisse zu erkennen und passgenaue Unterstützung zu konzipieren.

Kern des Projekts sind die Klimalotsen: Sie übersetzen Forschung in Handlung, begleiten Betriebe bei der Umstellung auf erneuerbare Energien, Kreislaufwirtschaft oder CO_2-Bilanzierung. Nutzen Sie die Unterstützung der Klimalotsen – verwandeln Sie den Green Deal in messbaren unternehmerischen Erfolg.

Wir laden Politik, Verwaltung und Wirtschaft ein, die Erkenntnisse dieser Studie als Kompass auf dem Weg zu einer pragmatischen, wettbewerbsfähigen Transformation zu nutzen.

Mit europäischen Grüßen

Ihr Projektteam POLSMA

Zusammenfassung der Studie

Hintergrund: Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in der deutsch-polnischen Grenzregion Pomerania stehen vor großen Herausforderungen durch den Europäischen Green Deal und das Fit-for-55-Paket. Ende 2024 wurden im Rahmen des strategischen Interreg-Projekts POLSMA 710 Unternehmen in Ostbrandenburg, im östlichen Mecklenburg-Vorpommern und in Westpommern (Zachodniopomorskie, Polen) zu *Einstellung, Betroffenheit, Umsetzungsstand* und *Unterstützungsbedarf* bezüglich der Klimawende befragt. Die Rücklaufquote lag auf deutscher Seite nur bei ~5%, in Polen dagegen bei über 30%, was bereits auf unterschiedliche Sensibilisierung und die urban geprägte Stichprobe in Polen hindeutet. Folgend finden Sie die wichtigsten Erkenntnisse der Befragung zusammengefasst.

1. **Geteilte Einstellungen:** Über die Hälfte der befragten Unternehmen (55,6%) befürwortet grundsätzlich die Ziele des Green Deals – viele davon jedoch nur *teilweise*, was auf Vorbehalte hindeutet. Dabei zeigen sich starke regionale Unterschiede: polnische KMU stehen dem Green Deal deutlich positiver gegenüber als deutsche. Größere Unternehmen (>50 MA) sind tendenziell aufgeschlossener als Kleinstbetriebe.
2. **Auswirkungen und Herausforderungen:** Nur ein Drittel der Unternehmen glauben, dass ihre Regierung die Klimawende mit geeigneten Mitteln unterstützt – insbesondere deutsche Firmen sind unzufrieden. Viele kennen die neuen Vorschriften nicht: 66% der deutschen, aber nur 34% der polnischen Befragten gaben an, *nicht* mit den für sie relevanten Fit-for-55-Regeln vertraut zu sein. Rund 75% sehen *überbordende Bürokratie* als größtes Risiko der Energiewende. Daneben fürchten viele Wettbewerbsnachteile gegenüber Drittländern und Wohlstandsverluste, falls die Transformation falsch umgesetzt wird. Allerdings erkennen gut *ein Drittel* der Unternehmen auch Chancen – vor allem in Form von Innovation, neuen Geschäftsfeldern und erneuerbaren Energien. Besonders urbane polnische KMU sehen öfter positive Effekte auf ihre Wettbewerbsfähigkeit: der Optimismus, etwa für die Erschließung neuer Geschäftsfelder ist in Polen höher als in den beiden deutschen Regionen. Die drastisch gestiegenen Energiekosten der letzten zwei Jahre (bei ~70% um >10% gestiegen) belasten alle; in Westpommern berichteten 36% sogar von >30% Kostenanstieg.
3. **Umsetzung im Unternehmen:** Viele KMU haben bereits „*low-hanging fruits*“ umgesetzt: >80% nutzen (oder planen) z.B. LED-Beleuchtung. Über die Hälfte hat Interesse an größeren Investitionen wie Photovoltaik-Anlagen, Wärmepumpen oder Batteriespeichern (teils schon umgesetzt oder konkret geplant). Im Bereich Wärme haben ~30% ihre Gebäude gedämmt, weitere 34% planen oder interessieren sich dafür. Maßnahmen wie Abwärmenutzung oder Umstellung der Heizung auf CO_2-arme Technik stoßen auf hohe Resonanz (~25% Interesse), werden aber aus Kostengründen erst vereinzelt realisiert. Ressourcen- und Abfallmanagement: Die Mehrheit der Betriebe zeigt sich offen für digitale statt analoge Prozesse, Wiederverwendung/Reparatur, umweltfreundliche Materialien, Wasser sparen und nachhaltige Lieferantenauswahl. Viele haben hier bereits erste Schritte unternommen. Allerdings fühlen sich einige KMU von diesen Themen nicht angesprochen oder finden sie *zu bürokratisch* – in Freitextantworten gaben 7 von 9 Unternehmen an, keinen Bezug zum eigenen Betrieb zu sehen. Mobilität: Etwa die Hälfte der Unternehmen hat Homeoffice eingeführt oder in Planung. Außerdem setzen viele bereits E-Firmenwagen,

Ladesäulen oder Job-Rad-Leasing um bzw. bekunden Interesse daran. Insgesamt berichten ca. 50% von konkreten *grünen Mobilitätsmaßnahmen* (E-Ladestation, Hybrid/EV-Fuhrpark, ÖPNV-Ticket), während die anderen 50% keinen Bedarf sehen oder mangelnde Infrastruktur und hohe Kosten als Hürden nennen. Ambitionierte Vorreiter: Einige wenige Betriebe gehen über Standardmaßnahmen hinaus – sie investieren z.B. in eigene Solarparks, Windkraftanlagen, Geothermie oder Bio-Brennstoffe. Solche Vorreiter zeigen, was möglich ist, bleiben aber (noch) Ausnahmen, vor allem bei kleinen Firmen. Kaum ein KMU verfügt bislang über EMAS-Zertifizierung, regelmäßige Energieaudits oder Nachhaltigkeitsberichte – formale Nachhaltigkeits-Managementpraktiken sind im Gros der Unternehmen noch nicht etabliert.

4 **Regionale Unterschiede:** In fast allen Bereichen liegen Unternehmen in Zachodniopomorskie vorn: Sie sind informierter, optimistischer und haben teils mehr Maßnahmen ergriffen als ihre deutschen Pendants. Die polnischen Befragten sind häufiger international tätig (44% vs. ~20% in Ostbrandenburg), was auf höhere Exportorientierung hindeutet. Dies könnte erklären, warum sie EU-Klimavorgaben stärker als Chance begreifen. Ostbrandenburger und Mecklenburgische KMU sind im Schnitt kleiner und stärker regional orientiert; hier dominiert oft Skepsis und Abwartehaltung. Gleichzeitig leiden beide Seiten unter ähnlichen externen Problemen (Energiepreise, Bürokratie, Fachkräftemangel), doch die Wahrnehmung des Green Deals unterscheidet sich deutlich: Auf polnischer Seite eher *„Aufbruch mit Unterstützung der EU“*, auf deutscher eher *„Überforderung durch Auflagen“*. Diese Diskrepanz bietet Potenzial für gegenseitiges Lernen.

5 **Unterstützungsbedarf:** Nur 30% der Betriebe meinen, keine Hilfe zu brauchen – 70% sehen in irgendeinem Bereich Unterstützungsbedarf. Am häufigsten wünschen sich die KMU Informationen über Förderprogramme (43%), um die grünen Investitionen stemmen zu können. Daneben wurden jeweils von etwa 20–30% der Firmen weitere Unterstützungen angefragt, z.B. Beratung zur Umsetzung rechtlicher Vorgaben, Schulungen für Führungskräfte, Hilfe bei der CO_2-Bilanzierung und Nachhaltigkeitsberichterstattung. In freien Antworten fordern Unternehmen insbesondere weniger Bürokratie und klare Vorgaben (z.B. zur kommenden *Green Claims Directive*), da viele derzeit weder die personellen noch finanziellen Mittel sehen, all die neuen Anforderungen zu bewältigen. Einige lehnen das Thema Umwelt/Green Deal sogar grundsätzlich ab – hier gilt es, Vertrauen und Bewusstsein erst noch aufzubauen.

Insgesamt zeigt die POLSMA-Erhebung: **Viele KMU erkennen die Notwendigkeit der Klimatransformation, benötigen dafür aber pragmatische Rahmenbedingungen**. Politik auf EU-, Bundes- und Landesebene ist gefordert, den Green Deal so zu kommunizieren und umzusetzen, dass er *Wachstum, Innovation und Nachhaltigkeit fördert, statt Unternehmen durch neue Lasten zu hemmen*. Mit Bürokratieabbau, besserer Förderung und grenzüberschreitender Zusammenarbeit kann die Wirtschaft in Ostbrandenburg, Mecklenburg und Westpommern die Klimawende schaffen – und wettbewerbsfähig und resilient aus ihr hervorgehen.

1. Einleitung und Zielstellung der Befragung

Der **Europäische Green Deal** strebt an, Europa bis 2050 klimaneutral und gleichzeitig wirtschaftlich nachhaltig zu machen. Dieses umfassende Transformationsprogramm betrifft alle Bereiche – insbesondere jedoch **kleine und mittlere Unternehmen (KMU)** als Rückgrat der regionalen Wirtschaft. KMU sehen sich mit einer Flut an neuen Regeln und Vorgaben konfrontiert, die aus Brüssel und Berlin auf sie zukommen. Viele Unternehmerinnen und Unternehmer sind verunsichert, welche praktischen Auswirkungen der Green Deal auf ihren Betrieb haben wird, und bemühen sich, den bürokratischen Aufwand in Grenzen zu halten. Genau hier setzt das **strategische Interreg-Projekt POLSMA** („Pomerania lives sustainable management“) an: Es will die Unternehmen der Euroregion Pomerania (Ostbrandenburg, östliches Mecklenburg-Vorpommern und Westpommern in Polen) frühzeitig *sensibilisieren* und bei ersten Schritten zur Umsetzung unterstützen.

Zum Start des Projekts wurde Ende 2024 eine **quantitative Unternehmensbefragung** durchgeführt, um den *Status Quo* in punkto Green Deal und Klimawende in der Region zu ermitteln. Abgefragt wurden im Kern vier Themenblöcke:

- **Einstellungen** der Unternehmen zum Green Deal (Akzeptanz der strategischen Ausrichtung),
- **Wahrgenommene Auswirkungen** des Green Deals auf das eigene Unternehmen (Chancen/Risiken, Wettbewerbsfähigkeit),
- **Umsetzungsstand im Betrieb** (bereits ergriffene oder geplante Maßnahmen zur Energieeffizienz/Klimaschutz),
- **Unterstützungsbedarfe** aus Sicht der Unternehmen (wo braucht es Hilfe, Informationen, Förderung?).

Diese Baseline-Erhebung soll am Projektende (2026) wiederholt werden, um Fortschritte zu messen. Neben dem quantitativen Fragebogen fanden auch **qualitative Interviews** mit einigen Unternehmen statt, um Motive und Hinderungsgründe besser zu verstehen. Sie werden in Kapitel sechs ausgewertet.

Befragungsdesign und Rücklauf

Die Umfrage wurde als **standardisierte schriftliche Befragung** (Online/Print) in den Regionen der Euroregion Pomerania durchgeführt. Zielgruppe waren KMU aller Branchen. Wichtig: POLSMA ist ein **deutsch-polnisches Gemeinschaftsprojekt**, daher wurden Unternehmen beiderseits der Grenze einbezogen. Auf deutscher Seite betraf das die

Regionen Ostbrandenburg (Landkreise Uckermark, Barnim, Märkisch-Oderland, Oder-Spree sowie Stadt Frankfurt/Oder) und die Region östliches Mecklenburg-Vorpommern (Landkreise Mecklenburgische Seenplatte und Vorpommern-Greifswald). In Polen lag der Fokus auf der Woiwodschaft Zachodniopomorskie (Westpommern) rund um Szczecin/Koszalin.[1] Der polnische Rücklauf ist urban geprägt: Fast jede zweite Antwort stammt aus der Landeshauptstadt und ihrem angrenzenden Landkreis und überdeckt strukturell schwächer besetzte Kreise.

Insgesamt wurden knapp 9.200 Unternehmen angeschrieben. Die Resonanz fiel regional sehr unterschiedlich aus (siehe Tabelle 1):

Umfragedaten POLSMA Gesamt			
Bezirk/Region	angeschriebene Unternehmen	Antworten (absolut)	Rücklaufquote in %
Ostbrandenburg	4564	255	5,59
Östliches Mecklenburg-Vorpommern (Ost-MV)	3865	202	5,23
Zachodniopomorskie	800	253	31,63
POLSMA Gesamt	**9229**	**710**	**7,69**

Tabelle 1: Rücklauf der POLSMA-Befragung nach Region

Die **Rücklaufquote** war auf deutscher Seite mit rund 5–6% recht gering (üblich für freiwillige Unternehmensbefragungen), wohingegen in Polen mit über 30% eine außergewöhnlich hohe Beteiligung erzielt wurde. Dies kann verschiedene Gründe haben – möglicherweise wurden in Polen gezielter interessierte Firmen angesprochen, oder das Thema stieß dort schlicht auf größeres Interesse. Fakt ist: **Westpommersche Unternehmen waren sehr engagiert**, was bereits ein erstes Indiz für die später beschriebenen Unterschiede in *Awareness* und *Akzeptanz* sein könnte.

1 Die prozentuale Rücklauf liegt in *Miasto Szczecin* bei 43,1 Prozent und bei *gryfiński* bei 10,3 Prozent. Die Antworten spiegeln daher überdurchschnittlich die Lage städtischer Dienstleistungs- und High-Tech-Betriebe wider. Ländliche Tourismus- oder Agrarsektoren – etwa im *choszczeński* oder *drawski* – sind kaum vertreten.

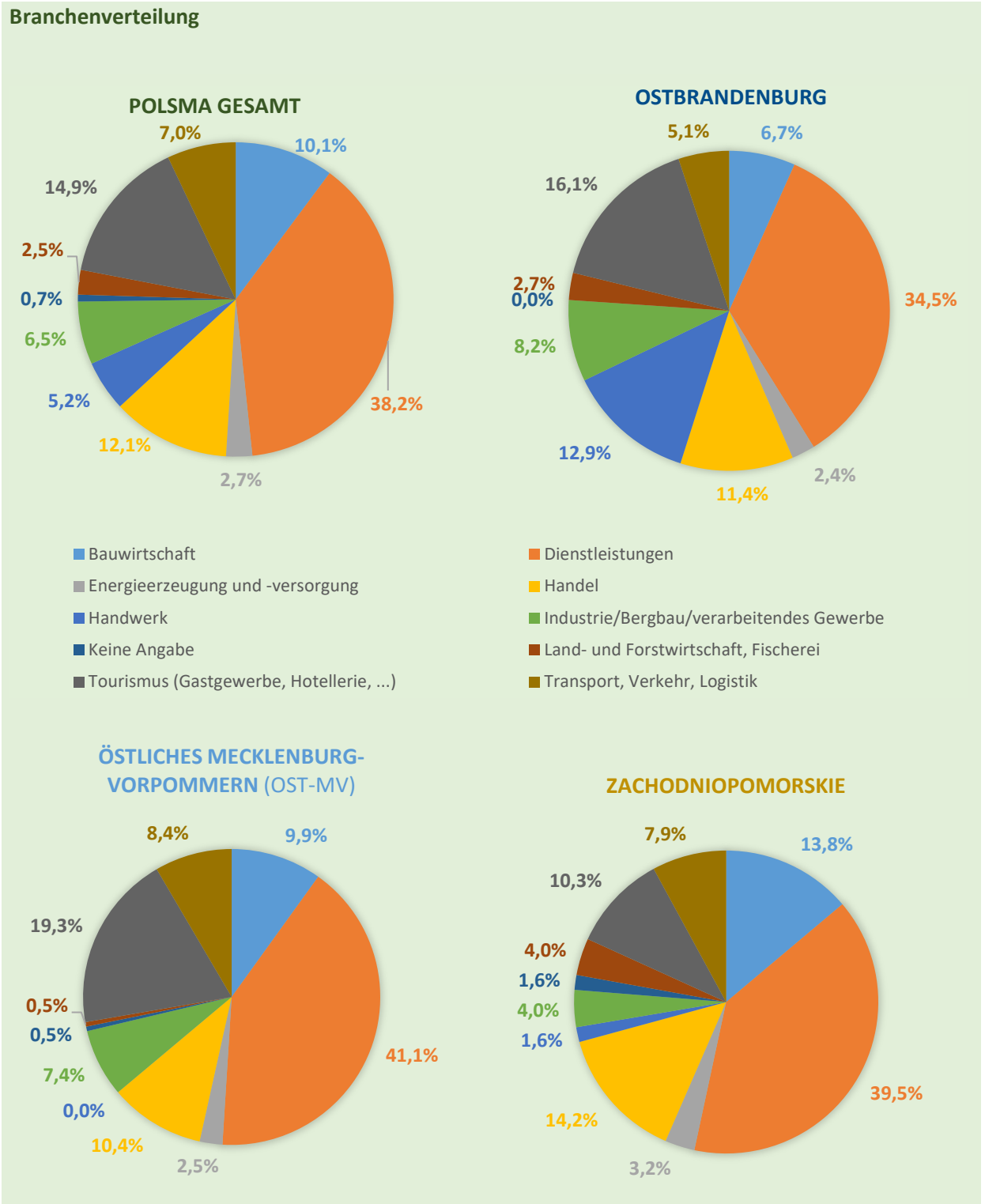

Diagramm 1: Branchenverteilung der POLSMA-Befragung nach Region

Insgesamt umfasst der Datensatz 710 vollständige Antworten (457 aus Deutschland, 253 aus Polen). Die meisten Teilnehmenden sind Geschäftsführer/in oder Inhaber/in kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU). Die **Stichprobe** verteilt sich relativ gleichmäßig auf verschiedene Größenklassen, mit leichtem Übergewicht von Kleinstbetrieben (0–9

Beschäftigte). So hatten rund 62% der respondierenden Unternehmen weniger als zehn Mitarbeiter,[2] etwa 22 Prozent zählten zehn bis 49 Mitarbeitende, ca. zwölf Prozent mittelgroße Betriebe (50–249 MA) und knapp vier Prozent waren größere Unternehmen >250 MA. Im Vergleich zur allgemeinen Unternehmensstruktur der Regionen sind Mikro-KMU etwas **überrepräsentiert**, was allerdings auch die Realität insbesondere in den ländlichen ostdeutschen Gebieten widerspiegelt. Auffällig: In der polnischen Teilstichprobe befanden sich auch einige größere Industriebetriebe (>250 MA: 7,5% in PL vs. nur ~3% in Ostbrandenburg). Entsprechend der Wirtschaftsstruktur im Untersuchungsgebiet war es zu erwarten, dass sich vorrangig Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich (38,2%) an der Befragung beteiligt haben. Daneben sind der Handel, Tourismusbereich und die Bauwirtschaft noch im zweistelligen Bereich in der Befragung vertreten. Der relativ große Anteil der Handwerksunternehmen in Ostbrandenburg ist auf eine Kooperationsvereinbarung mit der Handwerkskammer Frankfurt (Oder) – Region Ostbrandenburg – zurückzuführen, die eigenen Daten für die Untersuchung beisteuerte. Insgesamt kann von einer ausgewogenen Stichprobe aus dem Untersuchungsgebiet ausgegangen werden, da nur geringe Abweichungen in den einzelnen Regionen zu erkennen sind.

Betriebsgrößenklasse in Prozent

Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen	Ostbrandenburg	Östliches Mecklenburg-Vorpommern (Ost-MV)	Zachodniopomorskie	**POLSMA Gesamt**
Keine Angabe	0,0	0,5	0,8	**0,4**
keine Mitarbeitenden/ Einzelunternehmen	26,3	11,9	16,2	**18,6**
1-3	23,1	23,3	19,8	**22,0**
4-9	18,4	22,8	23,3	**21,4**
10-49	19,2	25,7	20,9	**21,7**
50-249	9,8	14,4	11,5	**11,7**
über 250	3,1	1,5	7,5	**4,2**

Tabelle 2: Betriebsgrößenklasse der POLSMA-Befragung nach Region

Ein weiteres Merkmal ist die **Internationalität**: 44,3% der polnischen Firmen gaben an, international aktiv zu sein (Export/Import), während es auf deutscher Seite nur ca. 20% waren. Westpommern mit der Hafenstadt Szczecin und vielen exportorientierten Produzenten ist also global stärker verflochten als die eher regional orientierten KMU in der Uckermark oder Seenplatte. Diese Unterschiede in Größe und Marktausrichtung sollten beim Vergleich der

2 Zur besseren Lesbarkeit verwendet die Studie entweder neutrale Personenbezeichnungen oder die männliche Form. Sämtliche Formulierungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Ergebnisse im Hinterkopf bleiben – sie könnten teilweise die Differenzen in Einstellung und Umsetzung erklären (z.B. haben exportierende Unternehmen einen größeren Druck, EU-Vorgaben einzuhalten, und oft mehr Ressourcen, um in Klimaschutz zu investieren).

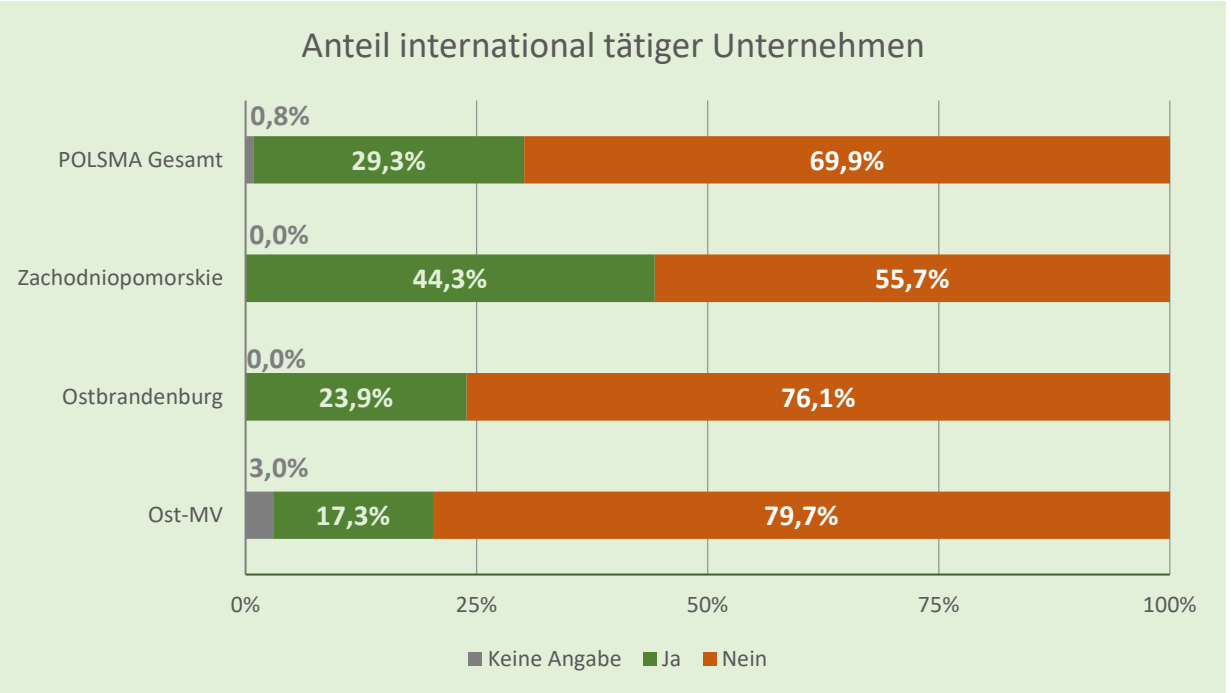

Diagramm 2: Anteil international tätiger Unternehmen der POLSMA-Befragung nach Region

Im Folgenden werden die **Ergebnisse der Befragung** detailliert ausgewertet (quantitativ und qualitativ) und mit aktuellen Einschätzungen aus Wirtschaft und Politik in Beziehung gesetzt. Daraus werden abschließend konkrete Handlungsempfehlungen formuliert, um den Green Deal im Sinne der KMU *pragmatisch* und *wettbewerbsfreundlich* zu gestalten.

2. Einstellungen der KMU zum Europäischen Green Deal

Zuerst wurde die **Grundeinstellung** der Unternehmen zum Europäischen Green Deal erfragt: *„Stimmen Sie der strategischen Ausrichtung des Green Deals zu?“* – also ob das übergeordnete Ziel der Klimaneutralität und die Stoßrichtung an sich unterstützt wird. Die Ergebnisse zeigen ein **gespaltenes Bild**:

Über alle Regionen betrachtet, stimmt zwar eine knappe **Mehrheit von 55,6%** der Unternehmen dem Green Deal ganz oder zumindest teilweise zu. Davon sagte jedoch ein großer Teil *„Ja, teilweise“*, was auf Vorbehalte oder Bedingungen hindeutet. Immerhin 42,1% lehnen die Strategie ganz ab oder stehen ihr unentschieden/skeptisch gegenüber. Diese Zahlen deuten auf **Polarisierung** hin: Die Idee einer grünen Transformation wird von der Hälfte der Wirtschaft mitgetragen – die andere Hälfte ist unentschieden oder dagegen.

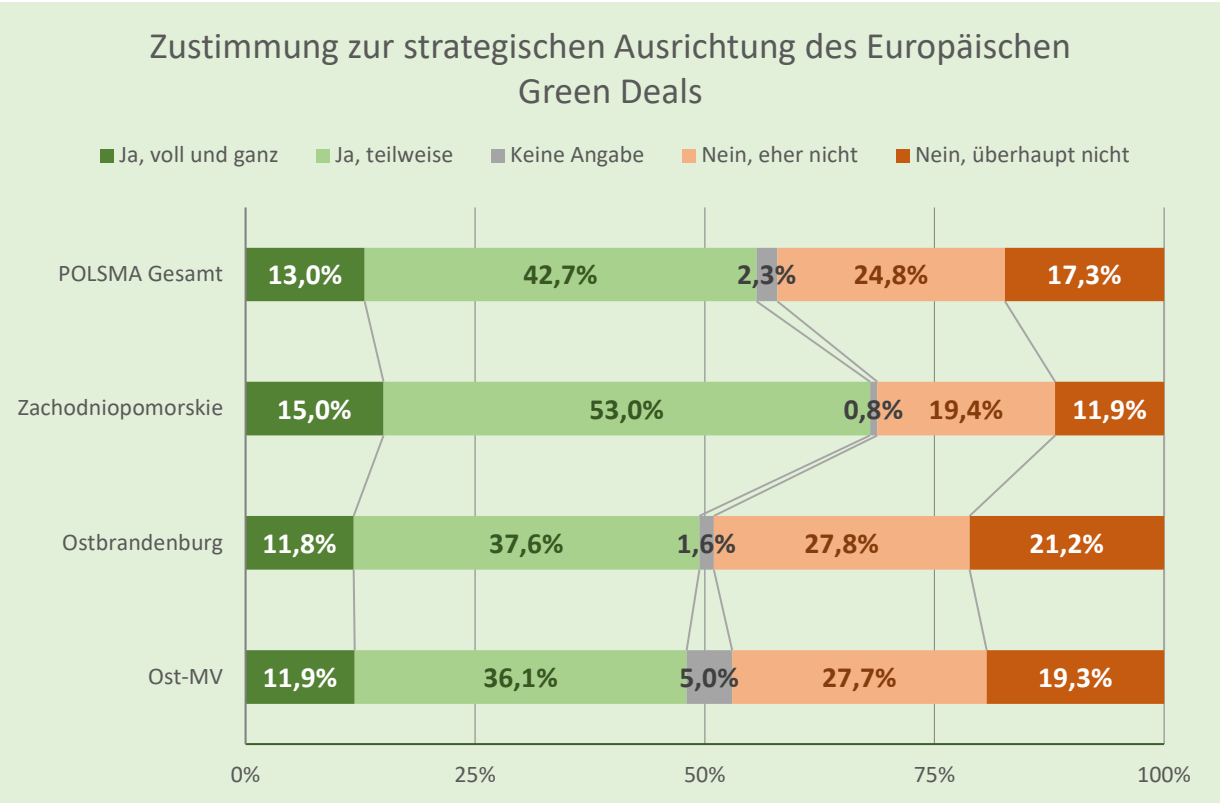

Diagramm 3: Zustimmung der Unternehmen zum Green Deal nach Region

Regionale Unterschiede: Hinter dem Gesamtwert verbergen sich deutliche Differenzen zwischen deutscher und polnischer Seite. **Polnische Unternehmen befürworten den Green Deal signifikant häufiger als deutsche.** Diagramm 3 zeigt eine wesentlich höhere Zustimmungsrate in Westpommern. Die kombinierten „Ja“-(voll/teilweise) Antworten in Polen lagen im Bereich von zwei Dritteln der Firmen, während sie in Ostbrandenburg/Mecklenburg

bei etwa der Hälfte oder knapp darunter lagen. *Die Zustimmungswerte der polnischen Unternehmen sind wesentlich höher als die der deutschen Befragten.*

Warum diese Diskrepanz? Mögliche Gründe könnten in der unterschiedlichen wirtschaftlichen Lage und Erwartungshaltung liegen. Polnische Firmen haben in den letzten Jahren stark vom EU-Binnenmarkt und Fördermitteln profitiert – der Green Deal wird hier vielleicht eher als Chance auf Modernisierung mit EU-Unterstützung gesehen. Deutsche KMU – insbesondere in Ostdeutschland – erleben dagegen schon jetzt viele Regulierungen und höhere Energiepreise, was zu Skepsis führt. Zudem könnten kulturelle Faktoren (Optimismus vs. Pessimismus) eine Rolle spielen. Polnische Unternehmen zeigten sowohl **eine höhere Akzeptanz** gegenüber dem Green Deal und waren ebenfalls **bei der Umsetzung ihren deutschen Partnern voraus**.

Größenabhängigkeit der Akzeptanz: Es wurde vermutet, dass größere Unternehmen den Green Deal eher befürworten als kleine – dies hat sich bestätigt. Besonders ab **50 Mitarbeitenden** steigt die Zustimmungsrate deutlich. Bei Kleinstbetrieben (unter 10 MA) und kleinen KMU (10–49 MA) gab es hingegen nur geringe Unterschiede – dort ist die Haltung durchmischt unabhängig von der Größe. Größere Mittelständler verfügen oft über mehr Ressourcen und Know-how, um die Anforderungen des Green Deals als *machbar* anzusehen, während Kleinstunternehmen eher Kapazitätsengpässe und Risiken im Blick haben. Die Tatsache, dass POLSMA sich vorrangig an KMU richtet, wird durch dieses Ergebnis bestärkt: Gerade bei den kleineren Unternehmen besteht offenbar mehr Überzeugungs- und Unterstützungsbedarf (siehe Diagramm 4).

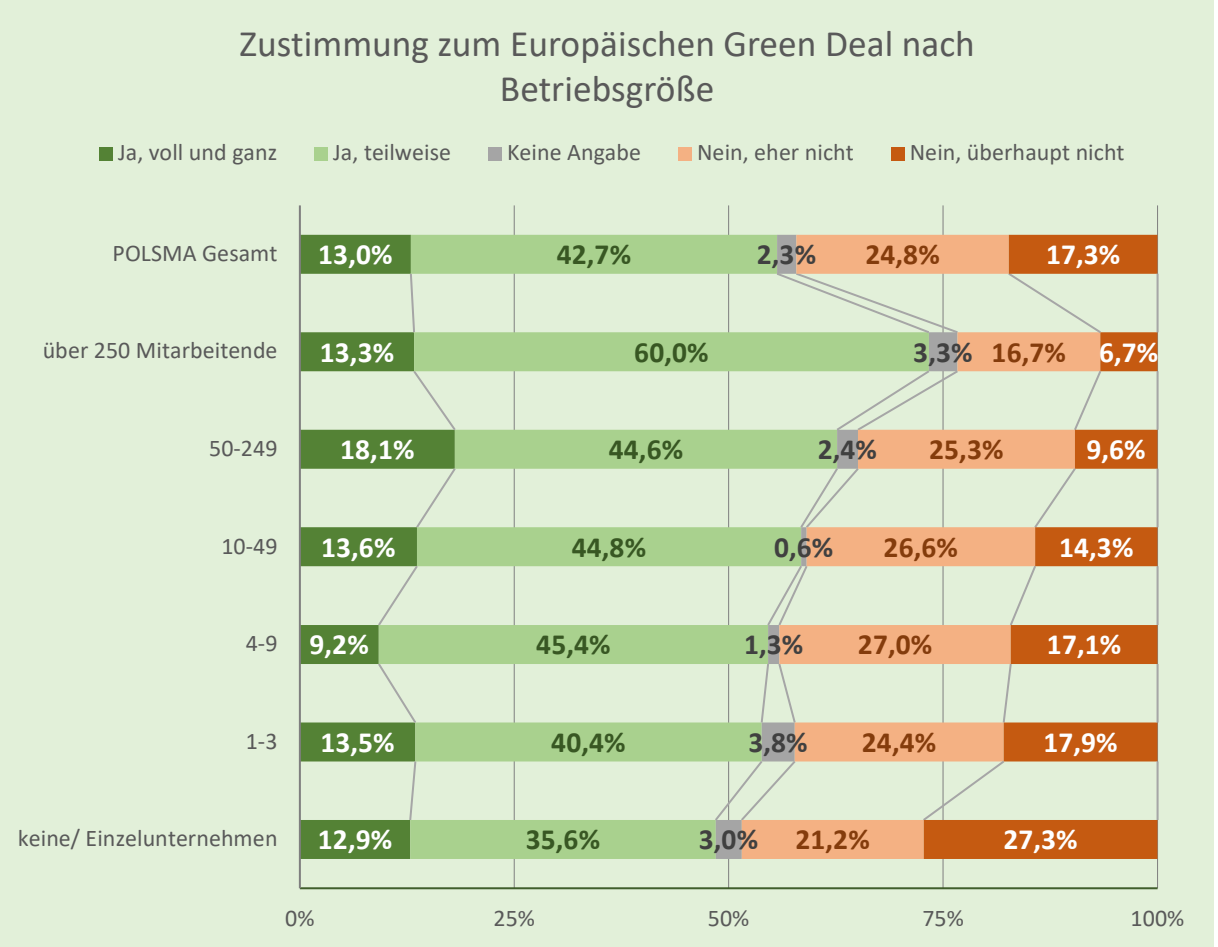

Diagramm 4: Zustimmung der Unternehmen zum Green Deal nach Betriebsgröße

Vertrauen in die Politik: Passend dazu fiel die Beurteilung aus, ob die jeweilige **Regierung den Green Deal mit den richtigen Mitteln begleitet**. Die Zustimmung bei dieser Frage sackte auf **rund 32%** ab – d.h. weniger als ein Drittel der Unternehmen glaubt, dass die nationale Politik die richtigen Maßnahmen ergreift, um die Klimawende zu unterstützen. Eine deutliche **Mehrheit (~64%)** hat hier wenig Vertrauen. Besonders kritisch sehen dies die **deutschen Betriebe** in Hinblick auf die 2024 noch agierende Bundesregierung, während die **polnischen Firmen** etwas milder urteilen. Diagramm 5 verdeutlicht diesen Unterschied: In Ostbrandenburg war die Unzufriedenheit mit der Regierungshandhabung größer als in Westpommern. Dieses Stimmungsbild stimmt mit der aktuellen politischen Diskussion überein – in Deutschland hagelt es Kritik aus der Wirtschaft an zu langsamen Planungsprozessen, Bürokratie und hohen Energiekosten, während die polnische Regierung teils aktiv Entlastungen (z.B. Strom-/Gaspreisdeckel) eingeführt hat. Dennoch ist auch in Polen nur eine Minderheit voll überzeugt, dass Warschau alles richtig macht. Ergo: Hier besteht auf beiden Seiten der Oder viel Luft nach oben, das Vertrauen der Wirtschaft in die Politik bei der Klimatransformation zu stärken.

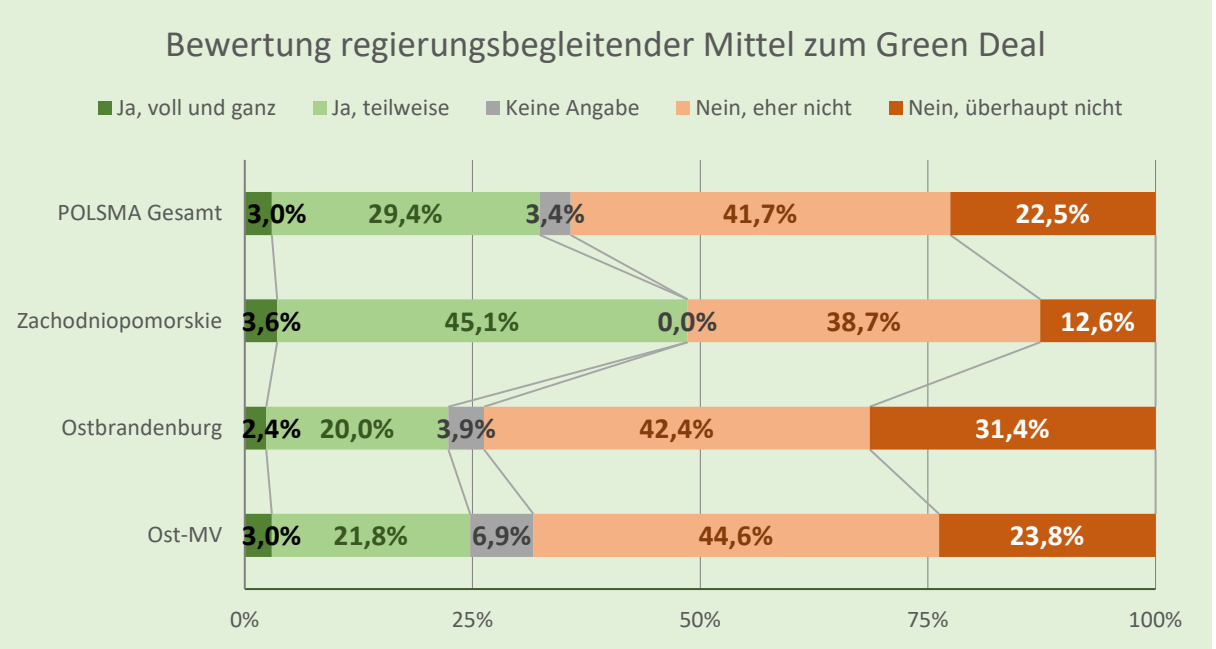

Diagramm 5: Bewertung der regierungsbegleitenden Mittel des Green Deals

Kenntnis der Regularien: Ein Aspekt der Einstellung ist auch, *wie gut Unternehmen überhaupt über den Green Deal und Fit-for-55 Bescheid wissen*. Gefragt wurde: *„Sind Sie mit den neuen Vorschriften aus dem Fit-for-55-Paket vertraut?“* Die Resultate sind ernüchternd: Insgesamt **kennen nur 45%** der Betriebe zumindest teilweise die für sie geltenden neuen Vorschriften – über die Hälfte also gar nicht. Wieder zeigen sich **klare Unterschiede**: Über **65% der deutschen Unternehmen** antworteten, dass sie *nicht vertraut* seien mit den neuen Regeln, während dies bei den **polnischen Unternehmen nur 34,4%** angaben. Anders gewendet: Zwei Drittel der polnischen Befragten haben sich bereits (teilweise) mit den neuen EU-Vorgaben auseinandergesetzt, aber nur ein Drittel der deutschen. Das deutet auf ein erhebliches **Informationsdefizit** vor allem auf deutscher Seite hin. Möglicherweise haben polnische Firmen aufgrund verschiedener EU-geförderter Informationskampagnen (oder eines anderen Frageverständnisses) häufiger „ja, kenne ich“ angegeben. Dennoch bleibt die Tendenz: **Deutsche KMU fühlen sich schlechter informiert**. Größe spielt auch hier eine Rolle: Von den größeren Unternehmen (>50 MA) gaben etwas über 20% an, die Vorschriften gut zu kennen – ein höherer Anteil als bei den Kleinen, aber immer noch niedrig. Diese Wissenslücke ist kritisch, denn wer nicht versteht, was auf ihn zukommt, kann weder proaktiv handeln noch zielgerichtet Förderung suchen.

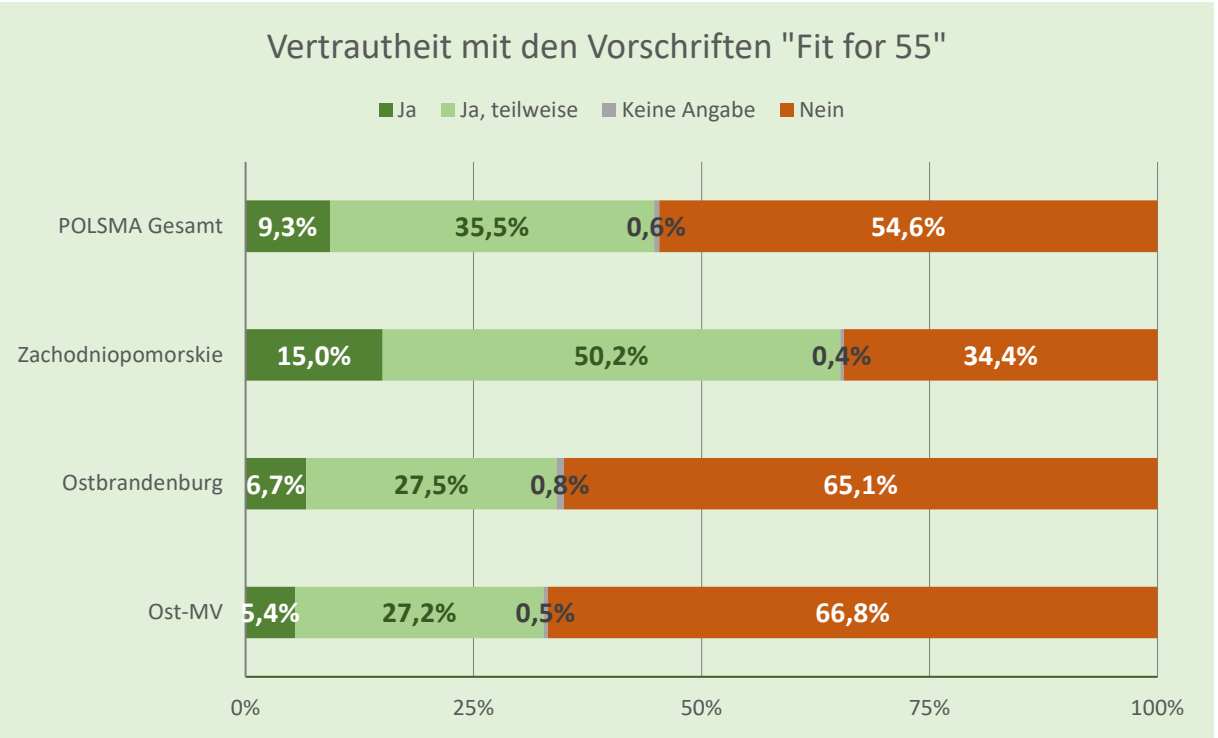

Diagramm 6: Vertrautheit mit Vorschriften des Green Deals

In Summe offenbart die Frage nach der Einstellung zum Green Deal ein **durchwachsenes Stimmungsbild**. Etwa die Hälfte der Unternehmen – gerade im polnischen Teil – unterstützt die *Ziele* der Klimawende zumindest teilweise. Die andere Hälfte steht (noch) nicht dahinter, was häufig mit Sorge um die eigenen Kosten und Kapazitäten begründet wird. **Akzeptanz** hängt eng mit **Verständnis und Machbarkeit** zusammen: Je kleiner und weniger informiert ein Betrieb, desto größer die Skepsis. Hier muss angesetzt werden, wenn die Klimatransformation gelingen soll.

3. Auswirkungen auf Unternehmen & Wettbewerbsfähigkeit

Ein zentrales Anliegen der Erhebung war herauszufinden, ob die Unternehmen sich der **konkreten Auswirkungen** des Green Deals auf ihr Geschäft bewusst sind und welche *Chancen oder Risiken* sie damit verbinden.

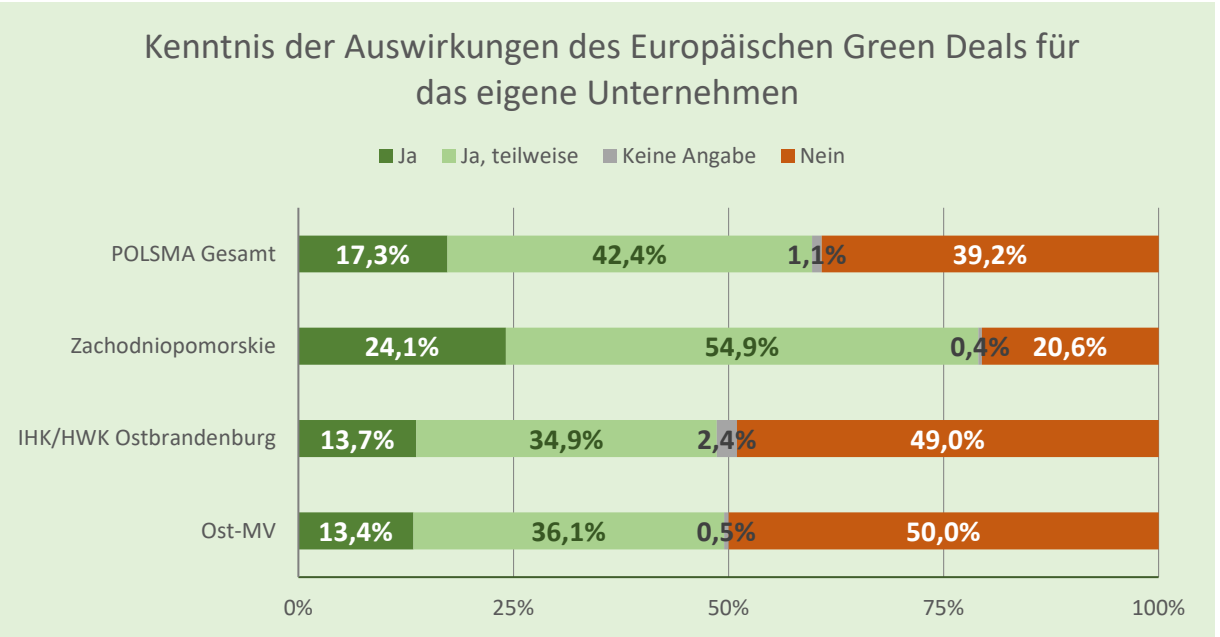

Diagramm 7: Kenntnis der Auswirkungen des Green Deals auf das eigene Unternehmen

Bewusstsein für eigene Betroffenheit: Gefragt wurde direkt: *„Kennen Sie die Auswirkungen des Green Deals für Ihr Unternehmen?“* – also ob man einschätzen kann, was die neuen Klimapolitiken für den eigenen Betrieb bedeuten (z.B. durch höhere Kosten, neue Marktanforderungen, Pflichten). Hier zeigte sich wieder ein deutlicher **Ost-West-Unterschied**: Rund **50%** der Firmen in Ostbrandenburg und im östlichen Mecklenburg-Vorpommern *verneinten* diese Frage – sie wissen (noch) **nicht**, was der Green Deal für sie bedeutet. In Polen hingegen sagten das nur etwa **20%**, während die große Mehrheit (~80%) dort angab, die Auswirkungen zumindest in Teilen zu kennen. Mit anderen Worten: **Vier von fünf polnischen KMU haben sich bereits damit auseinandergesetzt, wie die Klimawende sie beeinflusst, aber nur jedes zweite deutsche KMU**. Diese Diskrepanz korreliert mit den zuvor beschriebenen Unterschieden in Informationsstand und Einstellung. Westpommersche Unternehmen haben offenbar ein höheres Problembewusstsein bzw. Erwartungsmanagement – in Brandenburg/MVP besteht bei der Hälfte der Firmen noch *Aufholbedarf im Bewusstsein*. Aus Sicht des Projekts unterstreicht dies, wie wichtig die Sensibilisierung (z.B. durch IHK-Veranstaltungen, Klimasprechtage etc.) auf deutscher Seite ist, damit Firmen nicht unvorbereitet von kommenden Auflagen überrascht werden.

Wettbewerbsfähigkeit: Risiken vs. Chancen: Jedes Unternehmen fragt sich, ob es durch die klimabedingte Transformation am Markt verlieren oder gewinnen wird. Die meisten Firmen sehen den Green Deal ambivalent: Auf die direkte Frage meinten *immerhin 35%*, die Energiewende werde ihre **Wettbewerbsfähigkeit eher verbessern**. Das heißt, über ein Drittel ist optimistisch und erkennt geschäftliche Vorteile – sei es durch Kosteneinsparungen, Innovationsvorsprung oder steigende Nachfrage nach grünen Produkten. **Mehr polnische Unternehmen** zählen sich zu diesen Optimisten als deutsche, aber auch in Deutschland gibt es etliche, die Potenziale sehen (z.B. neue Aufträge in Umwelttechnik, Imagegewinn etc.). Die Mehrheit bleibt jedoch zurückhaltend: Implizit rechnen ~65% *nicht* mit einer Verbesserung ihrer Wettbewerbsposition durch die Klimawende – viele befürchten eher Verschlechterungen oder zumindest keine Vorteile. Leider wurde nicht explizit nach „eher negative Auswirkungen" gefragt, aber aus anderen Antworten lässt sich schließen, dass ein beträchtlicher Teil Risiken sieht. Hier spiegelt sich eine bekannte Sorge: Wenn Investitionen in Emissionsreduktion Geld und Ressourcen binden, könnte dies die internationale Wettbewerbsfähigkeit belasten, *sofern* nicht gleichzeitig Effizienzgewinne oder neue Umsätze winken.

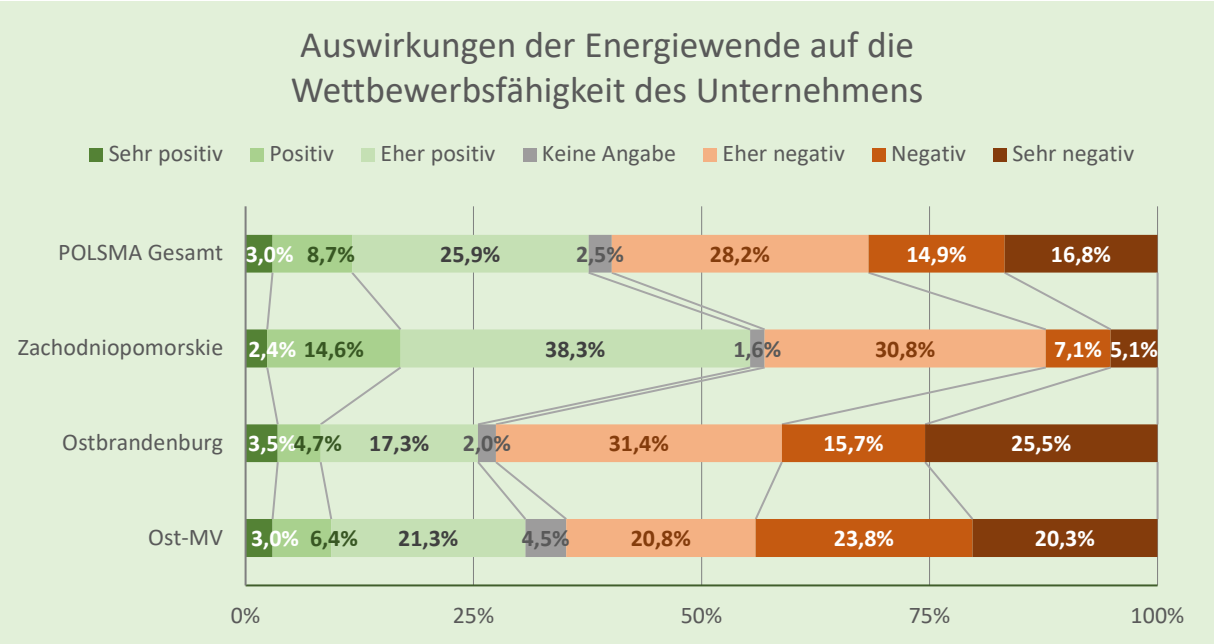

Diagramm 8: Auswirkungen der Energiewende auf die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmen

Energiekostenexplosion: Ein sehr greifbarer Aspekt der letzten zwei Jahre waren die stark steigenden **Energiepreise**. Fast alle Unternehmen waren davon betroffen, und es wirkt als Beschleuniger wie als Bremsklotz zugleich für die Transformation. Die Umfrage ergab: Bei knapp **70%** der Betriebe sind die **Energiekosten in den vergangenen 2 Jahren um über 10% gestiegen** – ein dramatischer Anstieg in kurzer Zeit. Rund 28% aller Befragten meldeten sogar >30% höhere Energiekosten, was auf die Energiekrise 2021/22 (Post-Corona-Boom,

Ukrainekrieg) zurückzuführen ist. Regional waren die Unterschiede hierbei geringer als bei Meinungsthemen – alle hatten zu kämpfen. **Auffällig** war jedoch der besonders hohe Anteil extremer Kostensteigerungen in Polen: **36%** der westpommerschen Firmen gaben an, über 30% mehr Energiekosten zahlen zu müssen. In den deutschen Regionen lag dieser Anteil niedriger (um 20–25%). Dies kann an unterschiedlichen staatlichen Abfederungen liegen – Deutschland führte 2022/23 Preisbremsen für Strom/Gas ein, während polnische Unternehmen teilweise Marktpreise zahlen mussten. So oder so sind hohe Energiekosten ein **Standortrisiko**, das sowohl Investitionen erschwert als auch Wettbewerbsnachteile gegenüber Ländern mit niedrigeren Energiepreisen schafft. Viele KMU haben daher kurzfristig Fokus darauf gelegt, ihren Verbrauch zu senken (wie wir bei den Maßnahmen sehen werden).

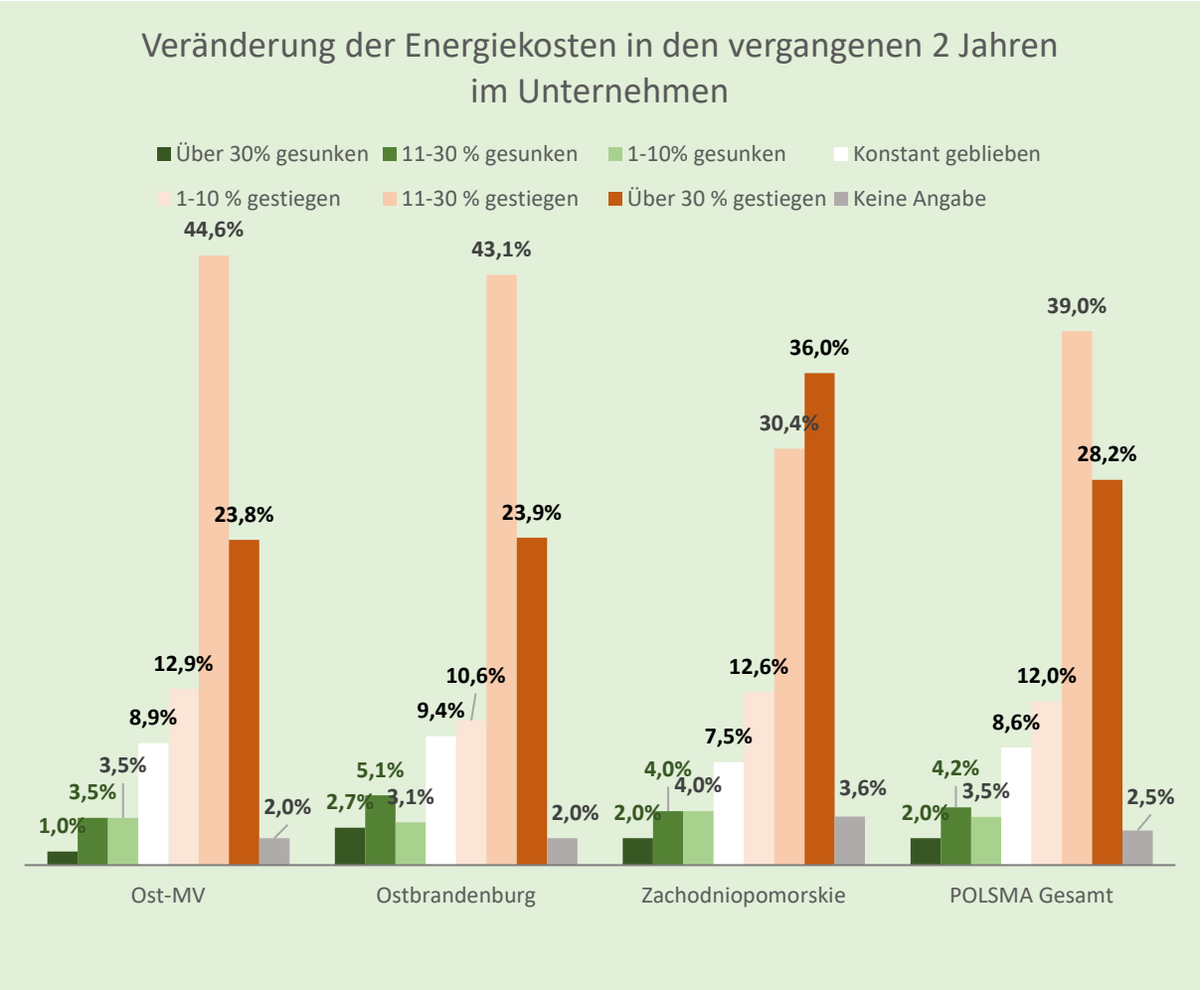

Diagramm 9: Veränderung der Energiekosten in den vergangenen 2 Jahren im Unternehmen

Chancen-Risiko-Profil der Energiewende: Die Befragung wollte genauer wissen, wie Unternehmen einzelne mögliche Folgen der Klimawende beurteilen – also *wo liegen aus Sicht der Betriebe die größten Risiken und wo die größten Chancen?* Hier zeichnete sich ein klares Bild ab:

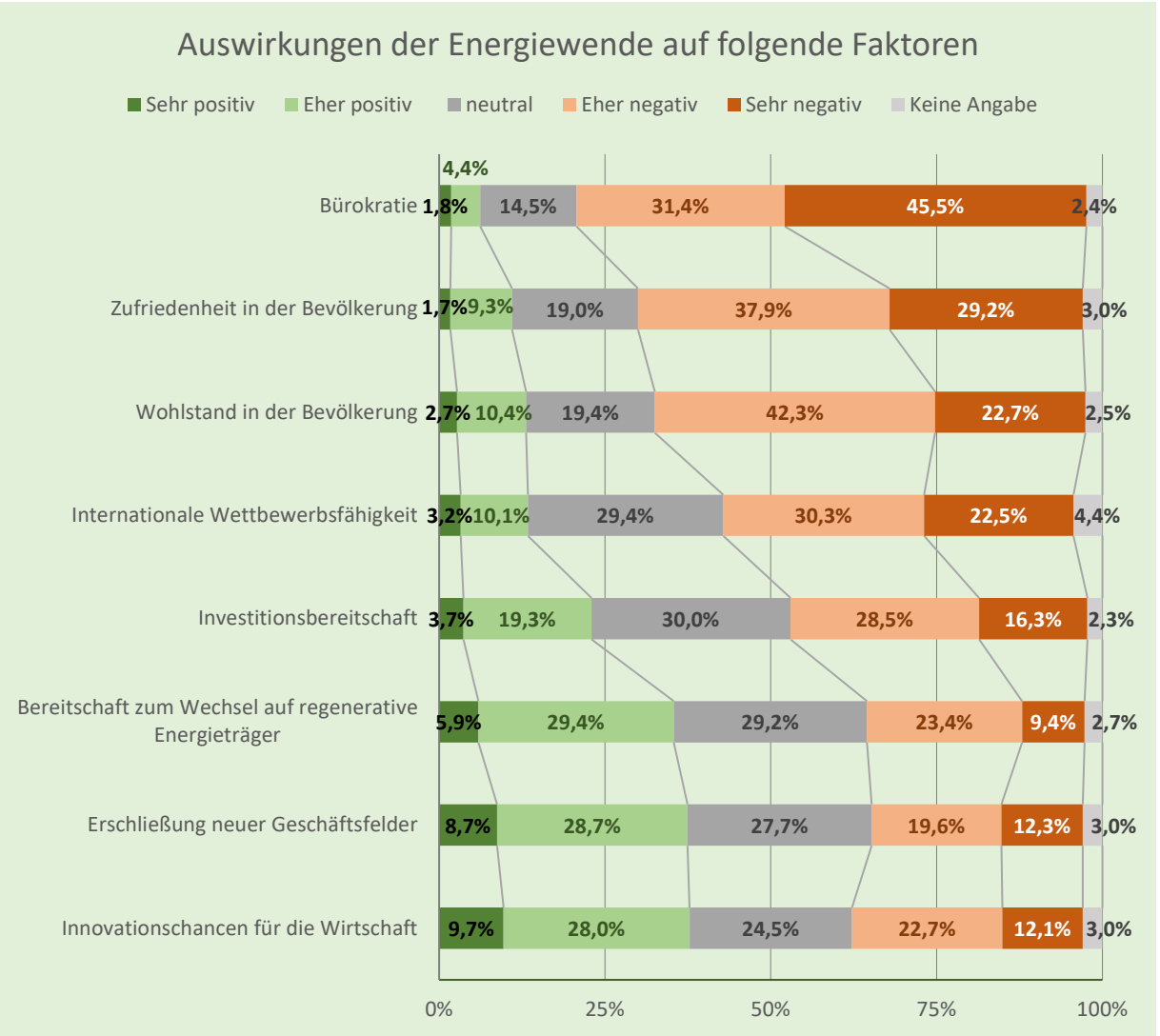

Diagramm 10: Auswirkungen der Energiewende auf unterschiedliche Wirtschaftsfaktoren

Als **größtes Risiko** der Energiewende wird von den Unternehmen die *ausufernde Bürokratie* gesehen. Über **75%** der Befragten bewerteten die Zunahme bürokratischer Vorgaben im Zuge des Green Deals als (sehr) negative Entwicklung für ihr Unternehmen. Damit rangiert Bürokratieaufwand noch vor klassischen Sorgen wie den Kosten. Dieser Wert ist alarmierend: Drei von vier KMU fühlen sich durch Regulierungen mehr bedroht als gestärkt. Das deckt sich mit zahlreichen Stellungnahmen von Wirtschaftsverbänden, die kritisieren, dass etwa Berichtspflichten, Nachweispflichten oder komplizierte Förderanträge den Blick vom Kerngeschäft nehmen. Die **DIHK** konstatiert beispielsweise, dass das schiere Ausmaß an neuen Regelungen den Mittelstand überfordert. Insbesondere kleine Unternehmen seien mit *„überbordender Bürokratie und komplexen Genehmigungsverfahren im Umweltbereich häufig überfordert“* – genau diese Wahrnehmung spiegelt sich hier quantitativ wider.

Ebenfalls **eher negativ** beurteilt wurden erwartbare **indirekte Folgen für Gesellschaft und Wirtschaft**: Zum Beispiel befürchten viele Unternehmen einen *Wohlstandsverlust in der breiten Bevölkerung* oder eine Verschlechterung der allgemeinen Zufriedenheit/Lebensqualität infolge der Klimapolitik. Dies mag überraschen, da es über den direkten Unternehmenshorizont hinausgeht. Offenbar sehen Unternehmen hier die Gefahr, dass die Kosten der Transformation (z.B. hohe Energiepreise, CO_2-Preise, Sanierungskosten für Gebäude) die Bevölkerung belasten könnten – was indirekt wiederum die Konsumlaune oder soziale Stabilität beeinflusst. Insbesondere in strukturschwachen Regionen Ostdeutschlands ist die Angst vor weiterer Abwanderung oder sozialer Spannung real.

Positive Aspekte: Trotz der dominanten Risiken sehen die Unternehmen auch **Chancen in der Energiewende**. Gut *ein Drittel* der Befragten bewertete bestimmte Faktoren (Innovation, neue Geschäftsfelder, erneuerbare Energien) als *eher oder sehr positiv*. Konkret wurden als Chancen genannt:

- **Steigerung von Innovationschancen**: Rund 36% sehen in der Transformation einen Innovationsschub für ihr Unternehmen. Neue Technologien und Prozesse könnten entwickelt oder übernommen werden, was langfristig die Wettbewerbsfähigkeit erhöht. Gerade Firmen, die früh investieren, können zu *Vorreitern* werden und sich Marktanteile sichern. Dieses Ergebnis stimmt mit Studien überein, wonach nachhaltige Unternehmen oft innovativer und krisenresilienter sind – und attraktivere Arbeitgeber für Fachkräfte obendrein.
- **Neue Geschäftsfelder:** Ähnlich viele (~34%) sehen durch die Energiewende die Entstehung neuer Marktchancen und Geschäftsfelder. Das kann bspw. die Nachfrage nach klimafreundlichen Produkten, Recycling, Beratungsleistungen oder erneuerbaren Energien sein. Einige Unternehmen diversifizieren bereits ihr Angebot in Richtung Umwelttechnik oder nachhaltiger Services.
- **Umstieg auf erneuerbare Energieträger:** Ebenfalls positiv bewertet wird der Wechsel zu regenerativen Energiequellen (Solar, Wind, Biomasse) – viele Betriebe sehen darin einen Vorteil, sei es in Form von langfristig stabileren Energiekosten, weniger Abhängigkeit oder Imagegewinn. Immerhin etwa ein Drittel begrüßt diese Möglichkeit.

Der **Überblick** zeigt: In der **Risikowahrnehmung** steht *Bürokratie* unangefochten ganz oben, gefolgt von Sorgen um Kosten, Konjunktur und gesellschaftliche Auswirkungen. **Chancen** sehen viele in *Innovation* und *neuen Märkten*, weniger im direkten Kostenvorteil (kurzfristig). Diese Ambivalenz erklärt auch die gemischte Einstellung (Kapitel 2): Die Unternehmen wägen ab, und je nachdem ob die Risiken überwiegen oder die Chancen greifbar werden, fällt ihr Urteil aus.

Handels- und Wettbewerbsaspekte: Speziell im Export spielt Wettbewerbsfähigkeit eine große Rolle. Einige Firmen äußerten im freien Feedback die Befürchtung, dass **europäische Alleingänge** zu Wettbewerbsnachteilen führen könnten, wenn internationale Konkurrenten nicht ähnliche Auflagen haben. Die EU versucht dem durch Instrumente wie den CO_2-Grenzausgleich (CBAM) entgegenzuwirken. Die Industrie- und Handelskammern begrüßen zwar solche Maßnahmen, warnen aber vor deren Komplexität: *Resilienzkriterien, europäische Mindestproduktionsziele und Leitmarktstrategien können [...] zu neuen Markteintrittshürden führen* – heißt es im deutsch-polnischen IHK-Appell. Man solle die Ausgestaltung dieser Instrumente sorgfältig auf KMU-Auswirkungen prüfen. **DIHK**-Präsident Peter Adrian weist auf den schwierigen Balanceakt hin, dass *Carbon Leakage*, die Auslagerung der CO_2-intensiven Produktion ins außereuropäische Ausland, unbedingt vermieden werden muss, gleichzeitig aber die *internationale Wettbewerbsfähigkeit* unserer Unternehmen nicht leiden darf. Das impliziert: Es braucht globale Kooperation (oder Kompensation) und keine Überregulierung, die am Ende dazu führt, dass Produktion ins Ausland abwandert. *„Europa darf seine Wirtschaft nicht aufs Spiel setzen!“* mahnen die Partnerkammern in Ostbrandenburg und Gorzów Wielkopolski mit Blick auf Wettbewerbsfähigkeit, Bürokratie und Energiepreise. Diese Stimmen untermauern die Umfragewerte: Die Unternehmen wollen Klimaschutz, aber nicht um den Preis, im Markt abgehängt zu werden.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass **viele KMU die Auswirkungen der Klimawende bereits deutlich spüren** – insbesondere über die Energiekosten. Die Stimmung ist zweigeteilt: **Einerseits Sorge** vor Bürokratie und Kosten, **andererseits Hoffnung** auf Innovation und neue Geschäfte. Je nach Region und Internationalisierungsgrad variiert die Sicht: Polnische Firmen scheinen etwas stärker die Chancen zu betonen (vielleicht weil sie auch stärker vom Export profitieren, wenn sie „grün“ sind), während deutsche Firmen stärker die Risiken benennen. Einig sind sich aber alle darin, dass es *entscheidend auf das „Wie“ der Umsetzung* ankommt: *„Was der Green Deal für die Wirtschaft bedeutet, hängt vor allem von der Umsetzung ab“* – stellte der DIHK schon 2020 fest. Genau diese konkrete Umsetzung nehmen wir als Nächstes unter die Lupe: Welche **Maßnahmen** setzen die Unternehmen bereits um, wo stehen sie in der Praxis?

4. Umgesetzte und geplante Maßnahmen in den Unternehmen

Ein Schwerpunkt der Befragung war die **praktische Ebene**: Was tun die KMU bereits, um Energie zu sparen und Emissionen zu reduzieren? Wo gibt es Pläne oder zumindest Interesse? Abgefragt wurden Maßnahmen in den Bereichen *Strom*, *Wärme*, *Ressourcen/Abfall* sowie *Mobilität*. Zusätzlich wurde nach weiteren internen Schritten (z.B. Management-Zertifikaten) gefragt. Die Ergebnisse zeigen ein heterogenes Bild: **Einige Maßnahmen sind schon weit verbreitet, andere noch selten.** Insgesamt lässt sich jedoch erkennen, **dass viele kleine Schritte bereits unternommen werden – größere Sprünge aber oft noch ausstehen.**

4.1 Energiemanagement – Stromverbrauch senken

Der Bereich **Strom** bietet oft die schnellsten und kosteneffizientesten Einsparpotenziale. Hier überraschte es nicht, dass **eine Maßnahme ganz oben steht:** die Umstellung auf **LED-Beleuchtung**. Über **80%** der befragten Unternehmen haben bereits auf LED-Lampen umgerüstet oder planen dies kurzfristig. Beleuchtung ist ein Bereich, der mit vergleichsweise geringem Aufwand deutliche Stromeinsparungen bringt – entsprechend hoch ist die Durchdringung. Viele Firmen nannten LED als erste umgesetzte Klimaschutzmaßnahme.

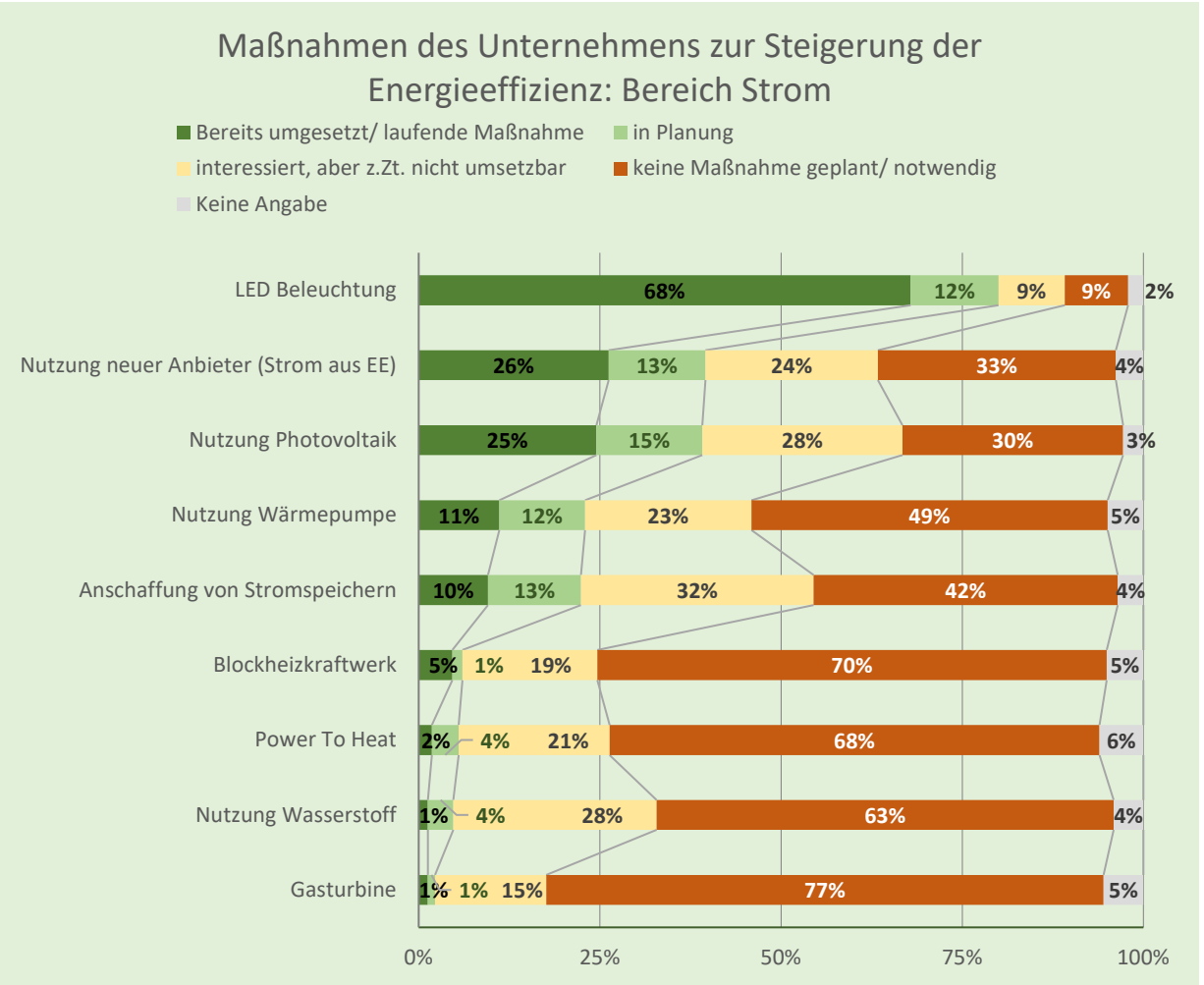

Diagramm 11: Maßnahmen im Energiemanagementbereich

Weitaus interessanter für das Projektteam waren jedoch die *investitionsintensiveren Maßnahmen* wie **Photovoltaik (PV)**, **Wärmepumpen** und **Stromspeicher**. Hier zeigen die Daten ein beachtliches Interesse: **Über 50%** der Unternehmen gaben an, in mindestens eine dieser Technologien **bereits investiert zu haben, die Umsetzung zu planen oder zumindest Interesse daran zu haben**. Das heißt, mehr als die Hälfte der KMU hat Photovoltaik, Batteriespeicher oder Wärmepumpen entweder schon installiert, steht kurz davor oder zieht es ernsthaft in Erwägung. Für Regionen, die nicht unbedingt als Solar-Hotspots gelten, ist das bemerkenswert. Es deckt sich aber mit Trends: Die drastisch gestiegenen Strompreise machen Eigenstromerzeugung via PV wirtschaftlich attraktiver denn je, und viele Firmen wollen sich unabhängiger vom Netz machen. Auch Wärmepumpen boomen als Ersatz für fossile Heizungen – zumindest dort, wo es technisch passt. Die Umfrage zeigt allerdings eine Spanne: Einige haben es schon getan, viele „nur“ Interesse. Das heißt, **das Potential ist da, aber die Umsetzung hängt oft noch von Rahmenbedingungen ab** (Investitionskapital, staatliche Förderung, techn. Machbarkeit).

Diagramm 11 in der Auswertung listet diverse Strom-Maßnahmen und bestätigt: **Beleuchtung, PV, Speicher und effiziente Geräte** gehören zu den Top-Maßnahmen. Weniger häufig genannt – aber doch vorhanden – waren z.B. der Bezug von **Ökostrom** von extern (das wurde nicht explizit gefragt, aber einige erwähnten es im „Sonstiges"-Feld).

Sonstige Maßnahmen im Energiebereich: Etwa 5% der Befragten nutzten die Möglichkeit, im Freitext weitere Maßnahmen anzugeben. Diese Antworten sind besonders aufschlussreich, da sie über Standardlösungen hinausgehen. Das Spektrum dieser *zusätzlichen technischen Ansätze* war erstaunlich breit:

- Verschiedene **Heizungslösungen**: z.B. *Infrarotheizungen*, klassische Grundöfen mit Wärmetauscher, Anschluss ans **Fernwärmenetz** (teils in Kombination mit Holzpellet-Kesseln). Hier zeigt sich: Einige Unternehmen suchen nach alternativen Wärmequellen, oft auch getrieben durch die Gaspreiskrise.
- **Geothermie** (Erdwärme) wurde erwähnt – eine Firma plant oder nutzt offenbar geothermische Energie.
- **Solarthermie**: Neben PV (Strom) gab es Nennungen zur Nutzung von Solarwärme. Ein Beispiel war ein geplanter **7 ha Solarpark**, was auf ein sehr großes Vorhaben hindeutet.
- **Windkraft**: Vereinzelt wurde auch der Aufbau von kleinen Windenergieanlagen genannt. In der Region Ostbrandenburg/MVP sind teils Unternehmen Besitzer von Windrädern auf ihrem Gelände – denkbar, dass hier solche Fälle gemeint sind.
- **Elektrifizierung von Maschinen**: Einige Antworten deuteten an, dass Betriebe ihre Produktionsanlagen umrüsten, um effizienter zu werden oder fossile Prozesse durch elektrische zu ersetzen.
- **Effiziente Lüftung**: Genannt wurde z.B. der Einsatz von *kontrollierter Be- und Entlüftung* zur Wärmerückgewinnung.
- **Alternative/Bio-Brennstoffe**: Zwei sehr konkrete Beispiele: *Flüssiggas auf Bio-Basis* und *grünes Heizöl für BHKWs*. Das zeigt, dass in manchen BHKW (Blockheizkraftwerken) oder anderen Anlagen schon auf CO_2-neutralere Brennstoffe umgestellt wird.

Diese Vielfalt an „Sonstiges"-Nennungen verdeutlicht: **Einige Unternehmen denken sehr innovativ und umfassend** über Energieeffizienz nach. Sie prüfen Eigenversorgung (Solar, Wind), setzen auf *Kreisläufe* (Abwärme) und sogar auf neue Energieträger. Oft sind dies sicher die Vorreiter mit starkem Nachhaltigkeitsfokus oder besondere Branchen (z.B. Lebensmittelproduktion mit Biogas). Für das Projekt POLSMA sind solche Beispiele wertvoll, um Best Practices abzuleiten. Gleichzeitig zeigt die geringe Menge (5% der Befragten) aber auch: Die breite Masse beschränkt sich noch auf die „Klassiker" (LED, PV, etc.).

4.2 Wärme und Gebäudesanierung

Im Bereich **Wärme** (Heizung, Gebäude) sind die Möglichkeiten je nach Betrieb sehr unterschiedlich – vom Bürogebäude bis zur Industriehalle. Allgemein gilt Wärmedämmung als einer der effektivsten Hebel zur Energieeinsparung. Die Befragung ergab hier ein **großes Interesse** an Wärmesparmaßnahmen, aber noch Zurückhaltung in der Umsetzung:

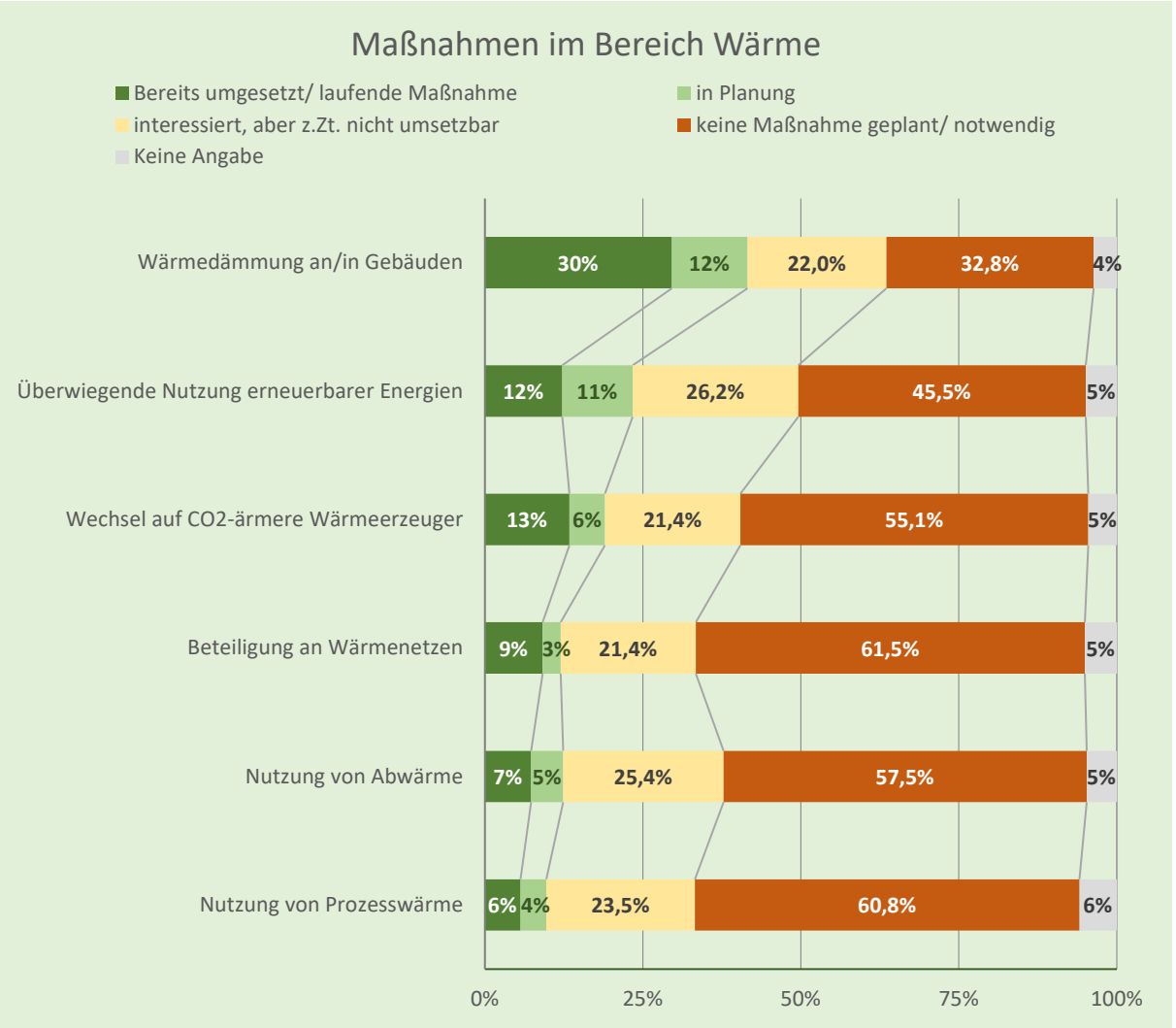

Diagramm 12: Maßnahmen im Bereich Wärmedämmung und Gebäudesanierung

Rund **30%** der Unternehmen haben bereits **Wärmedämmung** an oder in Gebäuden umgesetzt – sei es durch Fassadendämmung, Dachisolierung, neue Fenster oder ähnliche Maßnahmen. Weitere **12%** haben konkrete Dämm-Projekte *in Planung* und zusätzlich **22%** äußerten **Interesse** daran. Zusammengenommen befassen sich also ~64% der Betriebe mit Gebäudeisolierung (umgesetzt, geplant oder interessiert). Das ist angesichts der oft hohen Kosten ein beachtlicher Wert. Gerade Immobilienbesitzer unter den KMU dürften hier aktiv geworden sein, angetrieben durch Förderprogramme (BEG etc.) und natürlich die Heizkosten.

Allerdings muss man beachten: Viele kleinere Firmen *mieten* ihre Räume – diese haben weniger Einfluss auf die Bausubstanz. Die 30% „bereits umgesetzt“ stammen vermutlich vor allem von Betrieben, die Immobilien besitzen.

Neben Dämmung wurden auch andere **wärmebezogene Maßnahmen** abgefragt, z.B. *Wechsel zu CO_2-ärmeren Wärmeerzeugern (Heizungstausch)*, *Nutzung von Abwärme/Prozesswärme*, etc. Hier zeigten ca. **25%** der Unternehmen **hohes Interesse**, aber nur sehr wenige haben es schon realisiert. Insbesondere Abwärmenutzung ist eher ein Thema für produzierende Industrie; in Dienstleistungsbetrieben fällt kaum Prozesswärme an. Die geringe Umsetzungsquote liegt „wahrscheinlich auch an den Kosten“ bzw. technischen Hürden. Ein Heizungswechsel z.B. von alter Gastherme auf Biomasse oder Wärmepumpe kann teuer sein und ist nur im Rahmen der Investitionszyklen sinnvoll. Hier deutet sich ein Feld an, wo **Investitionsbereitschaft vorhanden**, aber (noch) **nicht abrufbar** ist – ein klassischer Fall, wo Förderung und Beratung ansetzen könnten, damit das Interesse nicht im Sande verläuft.

Zusammengefasst: **Gebäudewärme** steht bei vielen KMU auf der Agenda. Erste Schritte (Dämmung hier und da) sind gemacht, doch ein Großteil hat noch vor sich, die Wärmeversorgung grundlegend zu modernisieren. Für die Zielerreichung (Klimaneutralität) wird das essenziell sein, insbesondere bei alten Gebäuden. Die *Renovierungswelle*, die die EU anstrebt, kommt hier in kleinen Wellen an – das Handwerk hätte reichlich zu tun, wenn die 34% „Interessierten“ wirklich sanieren würden. Allerdings bremst auch der **Fachkräftemangel im Bau/Handwerk** viele Projekte, was vielleicht manche Unternehmen antizipieren: Selbst mit Willen und Geld ist es schwierig, kurzfristig Dämm-Firmen oder Installateure zu bekommen.

4.3 Ressourcen- und Abfallmanagement

Während das Thema Energie fast jeden betrifft, sind **Ressourceneffizienz, Kreislaufwirtschaft und Abfallvermeidung** je nach Branche sehr unterschiedlich relevant. In der Umfrage wurden einige vorgegebene Maßnahmen abgefragt, z.B.: *digitale statt physische Dokumente nutzen*, *Produkte länger verwenden/reparieren*, *umweltfreundliche Arbeitsmaterialien einsetzen*, *Wasser sparen/aufbereiten*, *Lieferanten nach Nachhaltigkeitskriterien auswählen*.

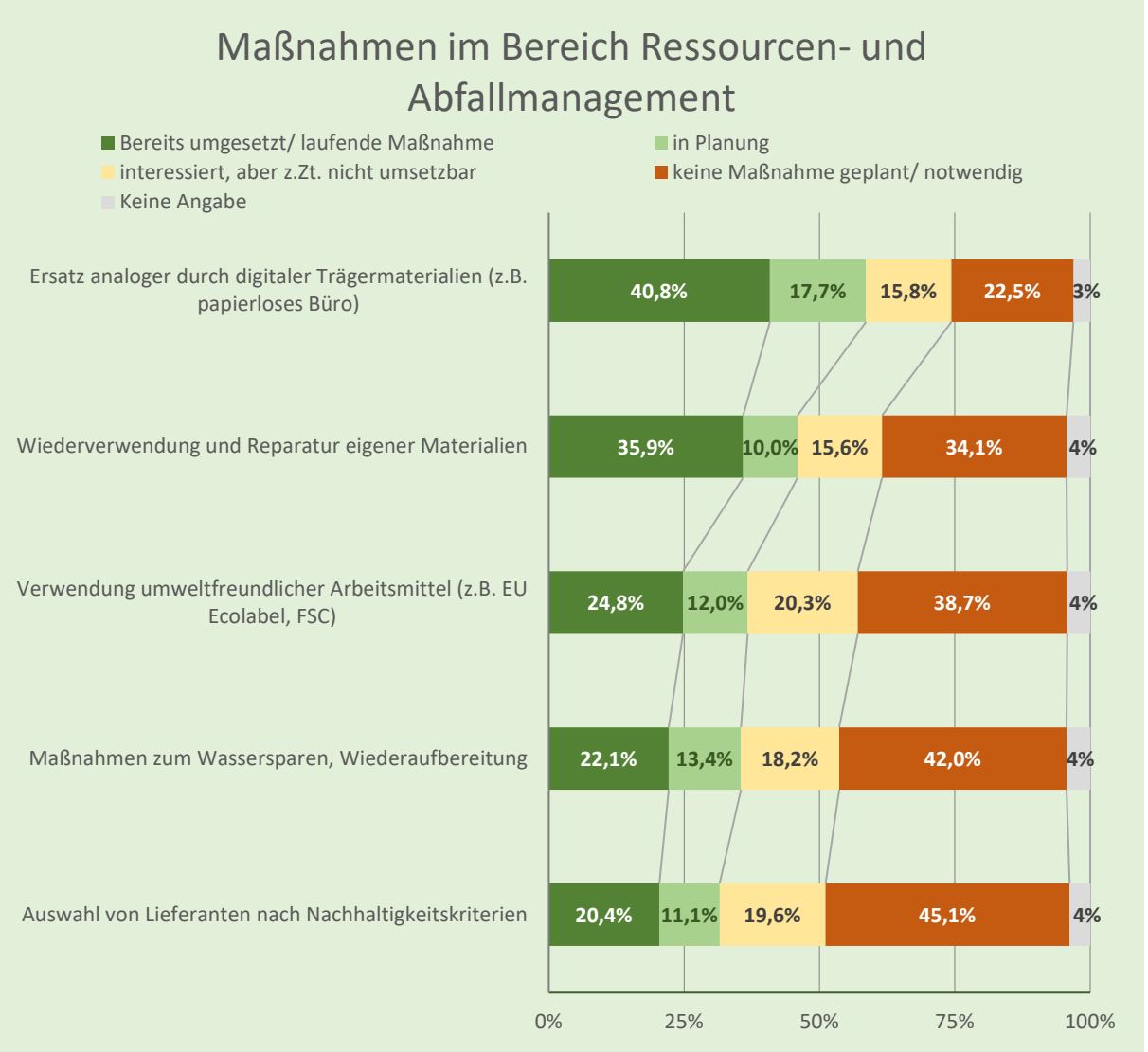

Diagramm 13: Maßnahmen im Bereich Ressourcen- und Abfallmanagement

Wie verankert der Gedanke von Ressourceneffizienz und -wiederverwertung bereits im unternehmerischen Alltag ist zeigt sich darin, dass **für keine dieser Maßnahmen mehr als 50% der Unternehmen „kein Interesse" signalisierten**. Anders gesagt: Die Mehrheit der Betriebe steht **allen** abgefragten Ressourcenmaßnahmen mindestens offen gegenüber – viele haben sogar schon Schritte unternommen oder planen sie. Dieses Ergebnis deutet auf eine grundsätzlich positive Einstellung zu Kreislaufwirtschaftsthemen hin, zumindest auf **einer strategischen Ebene**. Beispielsweise:

- Der Umstieg auf **digitale Dokumente** (statt Papier) ist in vielen Büros längst Praxis – das spart Papier und Tinte.
- **Wiederverwendung/Reparatur**: In Handwerksbetrieben oder produzierenden Unternehmen gibt es Ansätze, Materialien mehrfach zu nutzen, Geräte zu reparieren, statt zu ersetzen etc., was sowohl Kosten spart als auch Abfall reduziert.

- **Umweltfreundliche Arbeitsmittel**: z.B. Einsatz von Recycling-Papier, umweltverträglichen Reinigungsmitteln oder Büromaterialien – hier können Unternehmen relativ einfach umstellen.
- **Wasser sparen** betrifft v.a. Betriebe mit hohem Wasserverbrauch (Lebensmittel, Chemie, Landwirtschaft). Einige Firmen haben Kreislaufsysteme oder sparsame Verfahren implementiert.
- **Nachhaltige Lieferantenauswahl**: Immer mehr Unternehmen achten darauf, Lieferketten nachhaltiger zu gestalten, z.B. regionale Zulieferer zu bevorzugen oder Zertifikate (wie FSC, FairTrade etc.) zu berücksichtigen.

Die Umfrageergebnisse deuten darauf hin, dass **viele KMU in diesem Bereich schon aktiv geworden sind oder zumindest planen, es zu tun**. Das mag auch daran liegen, dass solche Maßnahmen oft mit **Kosteneinsparungen** einhergehen (Papier und Abfall kosten Geld). Zudem gibt es teils rechtliche Treiber, etwa Verpackungsgesetze oder Anforderungen von Geschäftskunden.

Bei der Thematik der *Kreislaufwirtschaft in KMU* sind die Positionen zweigeteilt: Ein Teil der Firmen – oft jene, die direkt Rohstoffe und Abfälle managen müssen – ist hier durchaus aktiv und erkennt Nutzen. Ein anderer Teil (v.a. kleinere Dienstleister) sieht keinen Anknüpfungspunkt und reagiert genervt auf das Thema. Hier wäre eine **stärkere Vermittlung von Best Practices** hilfreich, um abstrakte Begriffe greifbar zu machen. Beispielsweise könnte man KMU zeigen, wie digitale Rechnungen oder Mehrwegsysteme ihnen selbst Vorteile bringen, um das Thema aus der „Bürokratieecke“ zu holen.

4.4 Mobilität und Transport

Der Sektor **Mobilität** umfasst sowohl *berufliche Fahrten/Dienstreisen* als auch den *Arbeitsweg der Mitarbeiter* und betriebliche Logistik. Durch die Corona-Pandemie hat z.B. das **Homeoffice** einen großen Schub erfahren, was indirekt Emissionen reduziert (weniger Pendelverkehr). Laut Umfrage ist in **fast der Hälfte** der Unternehmen das **Arbeiten von zu Hause** bereits etabliert oder in Planung. Das ist eine bemerkenswerte Zahl, bedenkt man, dass nicht jeder Betrieb Homeoffice-fähig ist (Produktion, Gastro etc. brauchen Präsenz). Offenbar haben viele dort, wo es geht, flexible Lösungen gefunden. Remote Work wurde in der Frage explizit erwähnt, weil es tatsächlich ein *Beitrag zur CO_2-Reduktion* sein kann (weniger Verkehr, geringerer Büroenergiebedarf). Einige Unternehmen haben dies als *Klimaschutzmaßnahme* erkannt und beibehalten.

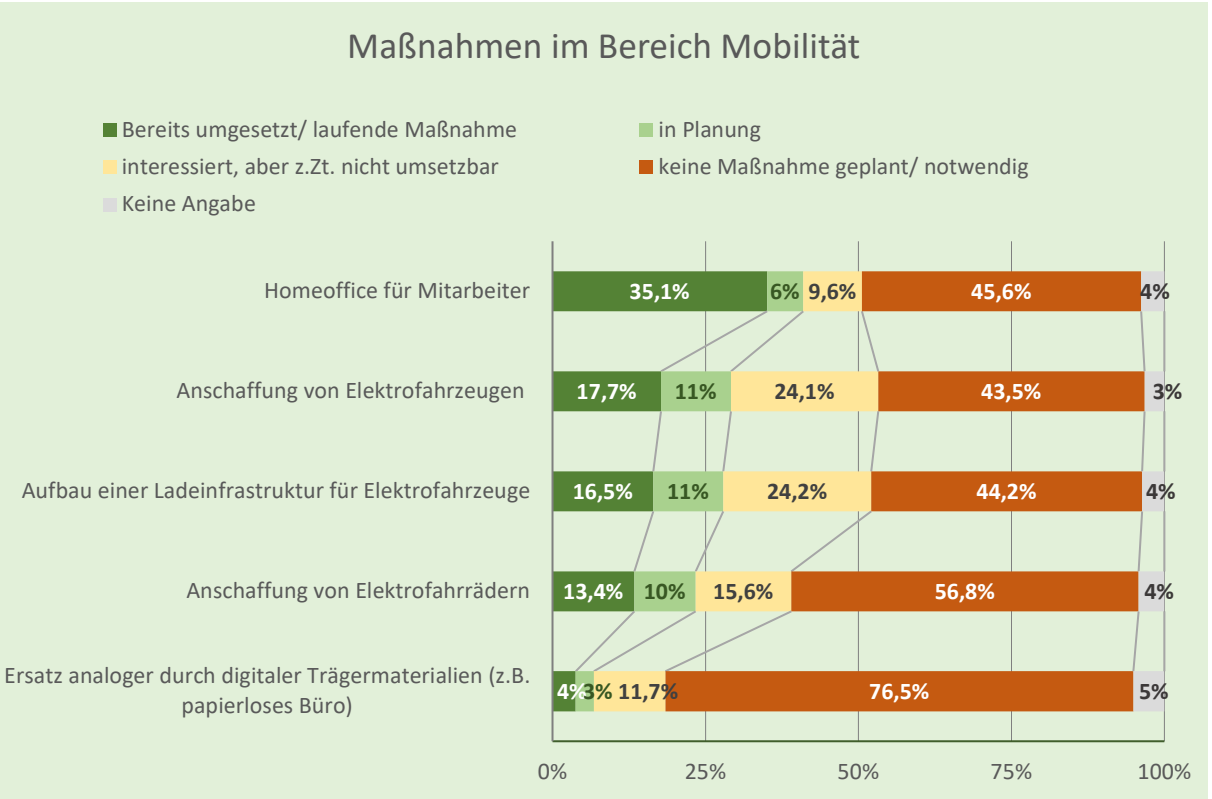

Diagramm 14: Maßnahmen im Bereich Mobilität und Transport

Darüber hinaus wurden Maßnahmen wie **Elektromobilität** abgefragt: z.B. *Anschaffung von Elektrofahrzeugen*, *Aufbau von Ladeinfrastruktur*, *E-Bike-Leasing für Mitarbeiter*. Hier zeigte sich, dass **viele Unternehmen bereits aktiv geworden sind oder zumindest Interesse signalisiert haben**. Die Ergebnisse (vgl. Diagramm 14) deuten an:

- **E-Firmenwagen / Hybridflotten:** Einige Unternehmen haben Teile ihrer Fahrzeugflotte elektrifiziert oder Hybridfahrzeuge angeschafft. Dies dürfte v.a. dort sein, wo Fahrprofile und Ladeinfrastruktur es zulassen (Stadtfahrten, kürzere Distanzen).
- **Ladestationen:** Mehrere Betriebe haben Ladestationen auf dem Firmengelände installiert – sei es für eigene E-Autos oder für Mitarbeiter/Kunden. Andere planen dies oder sind interessiert.
- **E-Bikes/Dienstfahrräder:** Das Leasing von Pedelecs oder Fahrrädern (z.B. via JobRad) findet ebenfalls Anklang, teils als Mitarbeitermotivation, teils um das Pendeln vom Auto aufs Rad zu verlagern.
- **ÖPNV-Nutzung fördern:** In Freitexten wurde auch das Angebot von ÖPNV-Tickets (Deutschlandticket o.ä.) für Mitarbeiter genannt.

In Summe sagten **rund 50%** der Unternehmen, dass sie bereits eine oder mehrere **Mobilitätsmaßnahmen** ergriffen haben (oder dies konkret vorhaben) – darunter eben

Ladestationen, alternative Antriebe, ÖPNV-Förderung etc. Die andere Hälfte sieht *derzeit keinen Bedarf* oder verweist auf **Hürden**. Genannt wurden vor allem:

- **Mangelnde Infrastruktur:** Insbesondere im ländlichen Raum sind öffentliche Ladesäulen rar und ÖPNV-Anbindungen schwach. Wer soll auf Bus/Bahn umsteigen, wenn kein Bus fährt? Da können einzelne Unternehmen wenig tun, hier ist Politik gefragt.
- **Hohe Kosten:** E-Fahrzeuge sind in Anschaffung teurer; nicht jeder Betrieb kann sich das leisten, zumal bei unsicheren Reichweiten für bestimmte Einsatzzwecke. Auch der Aufbau von Ladeinfrastruktur kostet.
- **Fehlende Alternativen:** Für bestimmte Anwendungen gibt es noch keine praxistauglichen „grünen" Alternativen – z.B. im Schwerlastverkehr oder bei speziellen Nutzfahrzeugen. Handwerker mit Diesel-Transportern etwa monieren, dass E-Transporter noch Kompromisse bei Ladevolumen/Reichweite erfordern.

Die **Mobilitätswende** in KMU ist also im Gange, aber ähnlich wie bei der Energie nicht ohne externe Rahmenbedingungen zu beschleunigen. Bemerkenswert ist, dass viele Unternehmen eigeninitiativ Schritte gehen (Homeoffice und Dienstfahrräder kosten den Staat nichts, hier haben Betriebe aus Eigeninteresse gehandelt – oft auch um Mitarbeiter zu halten oder Reisekosten zu sparen).

4.5 Interne Management-Maßnahmen (Audits, Berichte, Zertifizierung)

Neben technischen Maßnahmen fragte die Umfrage auch nach **flankierenden internen Maßnahmen** zur Umsetzung des Green Deals: etwa *Energieaudits*, *Umweltmanagement-Zertifizierungen (EMAS etc.)* oder *Nachhaltigkeitsberichte*. Die Ergebnisse zeigten, dass **nur eine kleine Minderheit** der KMU solche formalen Maßnahmen bereits ergreift:

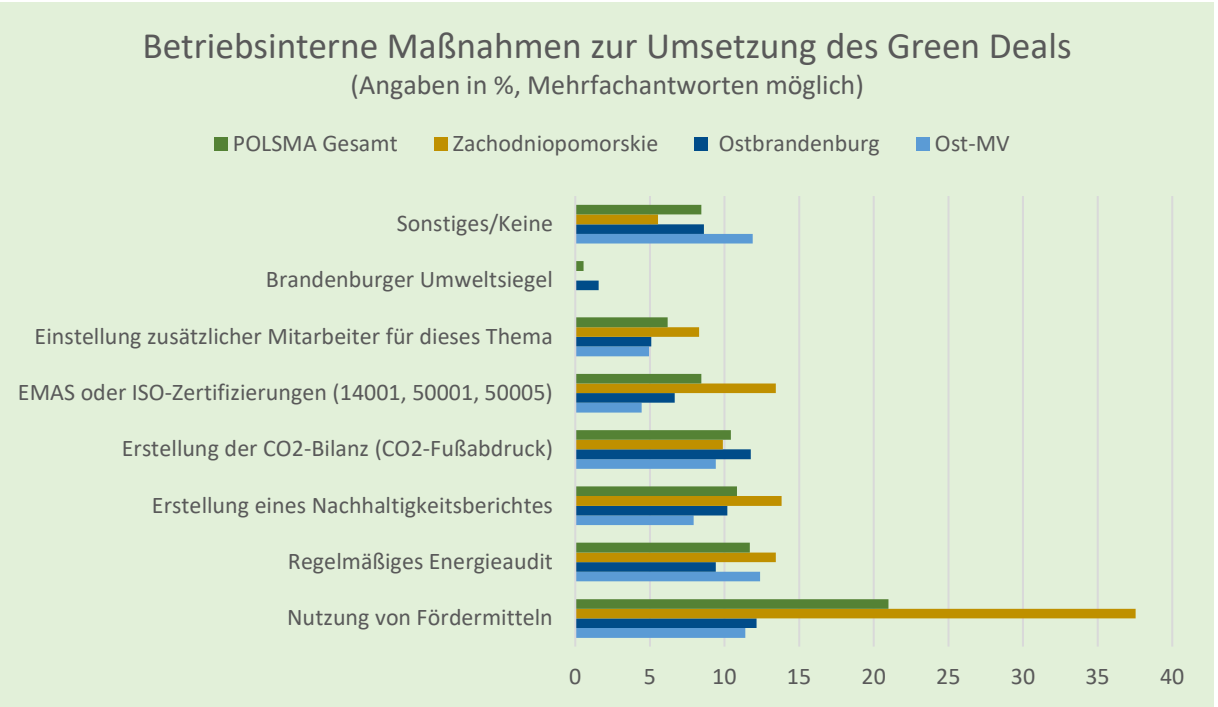

Diagramm 15: Weitere betriebsinterne Maßnahmen

- **Regelmäßige Energieaudits**: Nur wenige Unternehmen unterziehen sich freiwillig regelmäßigen Prüfungen ihres Energieverbrauchs (für große Unternehmen >250 MA sind Energieaudits zwar Pflicht, aber die meisten Befragten sind kleiner). Die geringe Nennung hier ist erwartbar, da Audits personelle und finanzielle Ressourcen binden.
- **EMAS- oder ISO 14001-Zertifizierung**: Kaum ein befragtes KMU kann ein Umweltmanagement-Zertifikat vorweisen. Solche Zertifizierungen sind vor allem bei exportorientierten Mittelständlern oder Firmen, die viel mit Großkunden arbeiten, relevant. Für kleinere lokale Dienstleister lohnt der Aufwand selten.
- **Nachhaltigkeitsbericht**: Nur einige Unternehmen erstellen einen solchen Bericht. Ab 2025 werden zwar durch die EU-CSRD auch manche Mittelständler berichtspflichtig (indirekt), aber die meisten KMU fallen (noch) nicht darunter. Viele haben schlicht nicht die Kapazität, jährlich umfassend über ESG-Themen zu berichten.

Diese Zahlen sind nicht überraschend – sie unterstreichen jedoch einen Punkt: **Die systematische Verankerung von Nachhaltigkeit im Management steckt bei KMU noch in den Kinderschuhen.** Während einzelne technische Projekte (LED, PV etc.) durchaus umgesetzt werden, fehlt es oft an einer *ganzheitlichen Strategie oder Transparenz*. Das könnte künftig zum Wettbewerbsfaktor werden, denn große Auftraggeber verlangen zunehmend Nachweise (Lieferkettengesetz, CSRD entlang der Kette). Hier tut Aufklärung Not, damit KMU nicht unvorbereitet Anforderungen ihrer Kunden gegenüberstehen.

Korrelation Maßnahmen vs. Einstellung/Größe: Es ist interessant zu betrachten, ob diejenigen Unternehmen, die dem Green Deal positiv gegenüberstehen, auch mehr

Maßnahmen umgesetzt haben – sprich: **geht Einstellung und Handeln Hand in Hand?** Die Umfragedaten legen nahe, dass dies teilweise der Fall ist. Beispielsweise wurden im **polnischen Sample** (hohe Zustimmung) überdurchschnittlich viele Maßnahmen (z.B. PV-Anlagen) berichtet, wohingegen im **ostdeutschen Sample** (mehr Skepsis) insgesamt weniger umgesetzt war. Polnische Firmen waren „bei der Umsetzung voraus". Das deutet darauf hin, dass eine **proaktive Haltung** tatsächlich oft mit konkretem Tun einhergeht. Umgekehrt bestätigen die skeptischen Zitate aus Brandenburg: Dort, wo man den Green Deal als Bürde sieht, *passiert weniger* – man wartet eher ab oder beschränkt sich auf das Allernötigste (z.B. nur LED und sonst nichts). Es ist somit wichtig, **Überzeugung zu schaffen**, denn innere Ablehnung führt zu Verzögerung in der Umsetzung.

Auch die **Unternehmensgröße** spielt bei der Umsetzung eine Rolle. Größere Mittelständler haben häufiger schon anspruchsvollere Maßnahmen ergriffen (z.B. eigene PV-Anlage, E-Fuhrpark) und investieren in Energiemanagement, während Kleinstbetriebe oft nur die einfachen Dinge umsetzen konnten. Der Bericht stellt dazu fest: Der etwas höhere Anteil größerer Unternehmen in der Stichprobe erklärt sich durch deren **größeres Interesse an Nachhaltigkeit und CO_2-Einsparung** – sprich: *Große machen eher mit, Kleine noch zögerlich*. Bei <50 MA gab es zwar keine riesigen Unterschiede in der Zustimmung, aber bei den Taten zeigt sich durchaus: Die finanziellen und personellen Ressourcen sind limitierend. Ein 3-Mann-Betrieb kann schlicht nicht so viel parallel stemmen wie ein Unternehmen mit 100 Mitarbeitern, das vielleicht sogar einen Energiemanager beschäftigt. Hier ist **Unterstützung besonders für die „Kleinen"** wichtig, damit die Kluft nicht zu groß wird.

Abschließend kann man zu den Unternehmens-Maßnahmen sagen: **Die *low-hanging fruits* der Energiewende werden von vielen KMU bereits geerntet (v.a. im Energiebereich)**. Darüber hinaus besteht **viel Interesse** an weitergehenden Schritten – die Unternehmen stehen quasi in den Startlöchern, stoßen aber oft an Grenzen (finanziell, Know-how, Fachkräfte). Es gibt eine **aktive Vorreiter-Gruppe**, die innovativ vorangeht und zeigen, was machbar ist – diese gilt es hervorzuheben und als Lernbeispiele zu nutzen. Der Großteil der KMU bewegt sich jedoch im Spannungsfeld von *Wollen* und *Können*: Man würde gern mehr tun, *wenn* die Bedingungen stimmen. Genau hier knüpft der letzte Ergebnis-Block an – die Frage: *Welche Unterstützung braucht es, damit KMU den Green Deal umsetzen können?*

5. Unterstützungsbedarfe der Unternehmen

Die POLSMA-Befragung hatte zum Abschluss explizit nach den gewünschten **Unterstützungsleistungen** gefragt: *„Welche unmittelbare Unterstützung durch unsere Projektmitarbeiter (Klimalotsen) wollen Sie in Anspruch nehmen?“* – mit anderen Worten, in welchen Bereichen benötigen die Firmen Hilfe, Beratung oder Förderung. Diese Frage ist für die Ausrichtung des Projekts zentral, aber sie liefert auch allgemein wertvolle Hinweise für Wirtschaftsförderer und Politik.

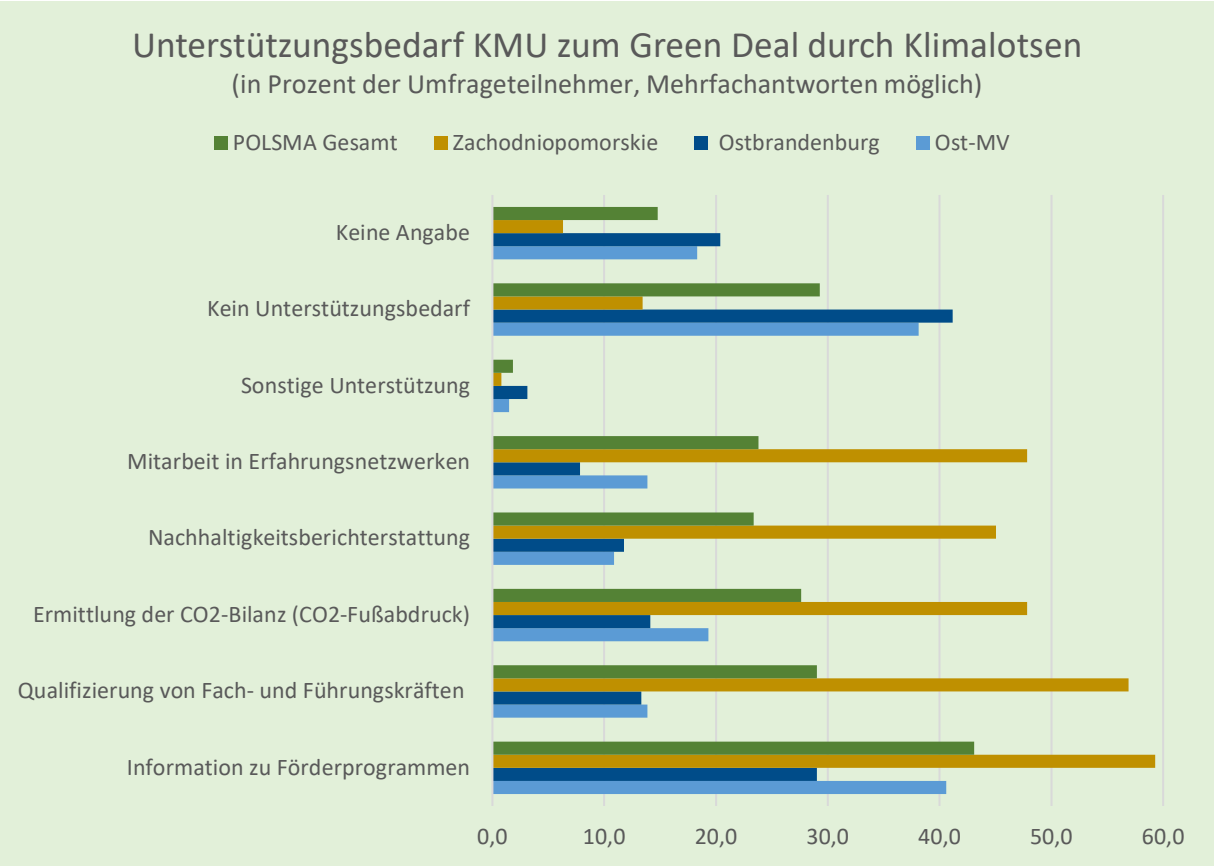

Diagramm 16: Unterstützungsbedarf für KMU zum Green Deal durch Klimalotsen

Erwartungsgemäß war das Interesse an finanzieller Unterstützung am größten. Konkret nannten **43%** der Betriebe den Bereich *„Informationen zu Förderprogrammen“* als gewünschten Support – mehr als jeder anderen Kategorie. Das zeigt klar: **Geld bzw. Finanzierung ist der entscheidende Engpass** für fast die Hälfte der KMU. Sie wollen wissen, *wo und wie sie Zuschüsse, Kredite oder andere Fördermittel bekommen können*, um grüne Investitionen zu stemmen. Viele klimafreundliche Maßnahmen rechnen sich erst über längere Zeit – ohne Förderung zögern Unternehmen, diese initialen Mehrkosten aufzubringen. Der Ruf nach Förderinfo impliziert auch: Der Förderdschungel ist für KMU schwer durchschaubar. Es

gibt EU-Programme, Bundes- und Landesprogramme – die richtige zu finden und zu beantragen, ist eine Herausforderung, wo Beratung willkommen ist.

Alle weiteren abgefragten Unterstützungsangebote wurden **jeweils von etwa 20–30%** der Unternehmen angekreuzt. Dazu gehörten beispielsweise:

- **Beratung bei der Umsetzung** (allgemein oder zu spezifischen Technologien),
- **Hilfe bei Rechtsfragen** (das Unternehmen betreffende, neue Vorgaben),
- **Qualifizierung von Mitarbeitern/Führungskräften** im Bereich Klimaschutz/Energie,
- **Unterstützung bei Nachhaltigkeitsberichterstattung** (für die, die es machen müssen oder wollen),
- **Ermittlung des CO_2-Fußabdrucks** des Unternehmens (Carbon Footprint).

Dass jeder dieser Punkte von rund einem Viertel der Firmen gewünscht wird, unterstreicht: **Der Bedarf ist breit gefächert.** Es gibt nicht die *eine* Lösung – verschiedene Unternehmen kämpfen an verschiedenen Fronten und brauchen passgenaue Hilfen. Die Tatsache, dass **70%** überhaupt irgendeinen Bedarf anmeldeten, ist bezeichnend: Die Mehrheit fühlt sich also *nicht völlig alleine in der Lage*, die Green-Deal-Anforderungen zu erfüllen.

Dem gegenüber steht eine Gruppe von **30%**, die *„keinen Bedarf“* angab. Das könnten zum einen jene Firmen sein, die das Thema ablehnen („interessiert mich nicht, brauche keine Hilfe“), aber auch Unternehmen, die schon sehr versiert sind (etwa große, die selbst Experten haben oder schon alles angeschoben haben). Möglicherweise fällt hierunter auch die Fraktion „abwarten – wir tun eh nix, also brauchen wir auch keine Beratung“.

Die freien Antworten zum Thema Unterstützung zeichnen ein buntes Bild. Sie reichen **von Ablehnung bis hin zu sehr spezifischen Wünschen**:

- Einige Betriebe schrieben sinngemäß, sie **lehnten das ganze Thema ab** oder hätten *weder Mittel noch Personal*, um sich damit zu befassen. Hier herrscht Resignation oder Ignoranz – diese Unternehmen sind schwer zu erreichen, sie bräuchten evtl. Erfolgsgeschichten oder sanften Druck von außen.
- Andere wurden deutlich in ihren Forderungen, insbesondere nach **weniger Bürokratie und klareren gesetzlichen Vorgaben**. Zitat: *„Klarheit über gesetzliche Vorgaben (z.B. Green Claims Directive)“* – man wünscht sich also *verlässliche Information*, was genau auf einen zukommt. Die Green Claims Verordnung (gegen Greenwashing) ist z.B. ein Thema, das viele noch gar nicht kannten; hier spürt man Verunsicherung.

- Ebenfalls genannt wurde der Wunsch nach **praktischen Informationen zu Nachhaltigkeitsinitiativen** (explizit wurden *OZE* und *Green Deal* genannt). *OZE* steht für *odnawialne źródła energii* – polnisch für „erneuerbare Energiequellen". Das heißt, polnische Firmen baten um mehr Info zu erneuerbaren Energien etc. Man will also Best Practices, technische Infos, vielleicht Besichtigungen – also *handfestes Wissen* und nicht nur Theorieleitfäden.
- Zudem betonten manche den **Bedarf an Fördermitteln**, da *„derzeit staatliche und bankseitige Unterstützung ausbleibe"*. Hier schwingt Kritik mit: Offensichtlich fühlen sich einige Unternehmen finanziell im Stich gelassen – sei es, weil Förderprogramme erschöpft oder zu kompliziert sind, oder weil Banken zögern, grüne Projekte zu finanzieren. Der ehemalige DIHK-Hauptgeschäftsführer Martin Wansleben schlug in dieselbe Kerbe, als er konstatierte: *„Sustainable Finance liefert keine zusätzlichen Finanzmittel [...] sondern vor allem investitionshemmende Bürokratie."* Viele KMU bekommen derzeit also weder leichter Kredit noch Zuschuss, sehen aber hohe Investitionserfordernisse – eine gefährliche Lücke.

Insgesamt verdeutlichen diese Rückmeldungen: **Die Unternehmen wollen das Thema Klimaschutz angehen, aber sie können es nicht alleine stemmen.** Sie benötigen *Information, Expertise, Geld und schlankere Regeln*. Genau diese Punkte müssen Wirtschaftsförderung und Politik anpacken. Projekte wie POLSMA mit **Klimalotsen** sind ein guter Anfang: Vor-Ort-Beratung, Begleitung bei ersten Maßnahmen, Vermittlung von Fördermöglichkeiten. Die Befragten scheinen solch ein Angebot grundsätzlich zu begrüßen.

6. Vergleich der qualitativen Interviews nach Ankerzitaten und Themenbereichen in den drei Regionen

Für jede der drei Untersuchungsregionen – Ostbrandenburg, das östliche Mecklenburg-Vorpommern und das polnische Zachodniopomorskie – wurden je zehn leitfadengestützte Experteninterviews mit KMU durch die Klimalotsen durchgeführt. Der Leitfaden sensibilisierte die Unternehmen und orientierte sich an den zentralen Konstrukten der vorangegangenen KMU-Umfrage (z. B. Kenntnisstand, Einstellung zum Europäischen Green Deal, Stand der Umsetzung im Betrieb und Unterstützungsbedarf) und ließ Raum für neue, regionsspezifische Themen.

Legende
○ = UM / Schwedt (Ostbrandenburg, DE)
△ = Ost-MV (Östliches Mecklenburg-Vorpommern, DE)
■ = Zachodniopomorskie (PL)

1 Green-Deal-Grundeinstellung

○ „Die Wirtschaft wurde geopfert, um den Green Deal durchzubringen."

△ „Green Deal ist Planwirtschaft."

■ „Der Green Deal beeinflusst unsere Tätigkeit erheblich, weil er neue Lernbedarfe schafft."

2 Steuern / Bürokratie

○ „Photovoltaik umsatzsteuerfrei, Solarthermie 19 % – gewaltige **Ungleichbehandlung**."

△ „Der Bio-Zertifizierungsprozess ist unmöglich und absolut **praxisfern**!"

■ „Wir befürchten **steigende Berichtspflichten** im Zusammenhang mit dem Green Deal."

3 Förderzugang & Finanzierung

○ „**Ohne Fördermittel** können wir PV und Wärmepumpen nicht umsetzen."

△ „**Förderungen werden durch Preissteigerungen aufgefressen.**"

■ „**Förderprogramme passen nicht zu den Marktbedürfnissen** – reine Planwirtschaft von oben."

4 Investitionskosten & Rentabilität

○ „**Amortisieren nach drei Jahren** kann man als Unternehmer nicht halten."

△ „**EMAS** ist geplant, aber **die hohen Kosten** müssen sich lohnen."

■ „**Ladestationen sind derzeit unrentabel – Investoren legen drauf.**"

5 Energie- & Ressourcenmanagement

○ „Nachhaltige Produktion haben wir durch Solarstrom erreicht."

△ „PV soll weiter ausgebaut werden – Gebäudeprüfung läuft."

■ „Investoren machen Projekte von der Verfügbarkeit kohlenstoffarmer Infrastruktur abhängig."

6 Technologiegrenzen / E-Mobilität

○ „Beim Ausbau von PV & E-Maschinen bremst uns der Energieversorger aus."

△ „Elektroautos wären für uns nicht umsetzbar, haben keinen praktischen Nutzen."

■ „Es fehlen rechtliche Rahmen, die den Energiehandel zwischen Ladestationen ermöglichen."

7 Kreislaufwirtschaft & Abfall

○ – *(keine explizite Aussage im Datenmaterial)*

△ „Die Kompostieranlage hängt seit drei Jahren an Genehmigungen."

■ „Die erweiterte Herstellerverantwortung in der Textilbranche macht mir Hoffnung."

8 Arbeitsmarkt & Demografie

○ „Arbeitskräftemangel, speziell in der Produktion."

△ „In 7–10 Jahren geht das Stammpersonal in Rente – kein Nachwuchs."

■ „Es fehlt an Fachleuten mit praktischer Nachhaltigkeitserfahrung."

9 Markt- & Kundennachfrage

○ „Nachhaltigkeit wird von Patienten und Mitarbeitern gefordert – Imagevorteil."

△ „Kunden verlangen nach Nachhaltigkeit; manche reisen nur in zertifizierte Hotels."

■ „Green Deal wirkt, weil Mieter ESG-Nachweise nachfragen."

10 Innovation & Digitalisierung

○ „Papierlos bin ich schon 2018 geworden … ab 2020 brauchte ich gar kein Papier mehr."

△ „Unser zweisprachiges digitales Warenwirtschaftssystem vermeidet Abfall."

■ „Die Digitalisierung der ESG-Prozesse bringt neue Cyberrisiken – wir koppeln beides."

11 Wachstum & Standortstrategie

○ „Wir planen ein Frauen-Fitnesszentrum in Stettin – Chancen in Polen sind größer."

△ „Es ist schwer, Leute für die Region zu begeistern – Standortattraktivität fehlt."

■ „Unternehmen machen Investitionen von grüner Infrastruktur abhängig."

12 Partizipation & Dialog

○ „Diktieren der Veränderungen bringt keine Akzeptanz."

△ „Die Last darf nicht auf die Unternehmen abgeschoben werden."

■ „Der Green Deal ist eine gemeinsame Verantwortung von Firmen und Verwaltung."

Die Gespräche mit KMU beiderseits der Oder zeigen ein klares Muster: Die Ziele des European Green Deal sind den meisten Betrieben geläufig und werden mehrheitlich befürwortet. Doch Detailwissen zu konkreten Pflichten, Förderlogiken oder Technologieoptionen ist lückenhaft; polnische Unternehmen fühlen sich tendenziell besser informiert als ihre deutschen Nachbarn. Betriebe erwarten spürbare Mehrkosten, einen erheblichen Zuwachs an Bürokratie und – je nach Branche – zusätzliche Zertifizierungs- bzw. Berichtspflichten. Gleichzeitig erkennen sie Marktchancen durch steigende Kunden- und Investorennachfrage nach „grünen" Produkten und Dienstleistungen. Erste, vergleichsweise leicht realisierbare Maßnahmen (v. a. Photovoltaik, LED-Umrüstungen, digitale Abläufe) sind vielerorts erfolgt oder in Planung. Kostenintensive oder infrastrukturabhängige Schritte (E-Mobilität, Kreislaufwirtschaft, formale Umweltmanagement-Systeme) bleiben dagegen verhalten, solange Förderzugang, Amortisationsaussichten und rechtliche Rahmenbedingungen als unsicher gelten. Über alle Regionen hinweg lautet die Kernbotschaft der Unternehmen: **Wir wollen, aber wir können (noch) nicht so, wie wir sollten.** Entscheidende Hebel für Politik und Förderpraxis sind daher:

- **Bürokratieabbau und Planungssicherheit** – klarere Regeln, schnellere Genehmigungen, konsistente Steuer- und Förderlogik.
- **Passgenaue Förderung** – Programme, die Kostensteigerungen wirksam kompensieren und auch Kleinstbetriebe erreichen.
- **Wissens- und Kompetenzaufbau** – leicht zugängliche Informationen, praxisnahe Schulungen und regionale Lotsenstrukturen.

Gelingt es, diese Hürden zu senken, sind die KMU bereit, die Transformation vom bloßen Bekenntnis zur flächendeckenden Umsetzung zu führen.

7. „Fördern, Entlasten, Vernetzen“. Kooperationspotenziale zwischen Regionen und Unternehmen

Ein explizites Ziel des POLSMA-Projekts – und eine Stärke der befragten Grenzregion – ist die **grenzüberschreitende Kooperation**. Zum Abschluss wollen wir die Chancen beleuchten, die sich aus Zusammenarbeit zwischen den Regionen und Unternehmen ergeben, um den Green Deal erfolgreich umzusetzen.

Wissensaustausch und Lernen vom Nachbarn: Wie gezeigt, sind polnische KMU in mancher Hinsicht voraus (Akzeptanz, Umsetzung bestimmter Maßnahmen). Deutsche Unternehmen können davon profitieren, indem sie sich *anschauen, wie die polnischen Kollegen vorgehen*. Beispielsweise: Eine polnische Firma hat erfolgreich auf PV gesetzt trotz begrenzter Förderung – was war deren Geschäftsmodell? Oder: Polnische Unternehmen kennen offenbar ihre Vorschriften besser; vielleicht gibt es in Polen effektivere Informationskampagnen oder Tools, die man übernehmen kann. Umgekehrt verfügen deutsche KMU oft über technologische Expertise und Qualitätsstandards, von denen polnische profitieren könnten. Gemeinsame Workshops, Betriebsbesichtigungen und bilaterale Erfahrungskreise könnten diesen Austausch fördern.

Gemeinsame Projekte und Cluster: Regionen Ostbrandenburg/Mecklenburg und Westpommern teilen viele wirtschaftliche Profile (Ernährungswirtschaft, Metall, Tourismus, Logistik). **Gemeinsame Innovationsprojekte** könnten Synergien heben. Beispiel: Ein deutsch-polnisches Firmenkonsortium könnte zusammen eine **Pilotanlage für grünen Wasserstoff** in der Region entwickeln (etwa Nutzung von Windstrom an der Ostsee zur H_2-Erzeugung und Belieferung von Industriebetrieben diesseits und jenseits der Grenze). Oder im Tourismussektor könnte man grenzüberschreitende **nachhaltige Tourismusangebote** schaffen (z.B. eine Radroute mit E-Bike-Infrastruktur, betrieben von Unternehmen beider Länder). Auch **Forschungseinrichtungen** beiderseits könnten KMU zusammenbringen, z.B. über EU-Programme (Horizon Europe fördert auch KMU-Kollaborationen europaweit).

Lieferketten und Märkte gemeinsam erschließen: Kooperation kann auch bedeuten, dass Firmen sich gegenseitig helfen, neue Märkte zu betreten. Ein polnisches KMU, das ein innovatives Umwelttechnik-Produkt hat, könnte über einen deutschen Vertriebspartner leichter in Westeuropa verkaufen – und umgekehrt. Hier könnten Industrie- und Handelskammern und andere Kammern **Matching-Plattformen** anbieten, um solche Partnerschaften anzubahnen. Denn wenn eine Lösung gut ist, warum nicht beidseitig skalieren? Gemeinsame Auftritte auf

Messen (z.B. eine „Pomerania Green Tech“ Gemeinschaft auf internationalen Messen) könnten das internationale Standing erhöhen.

Arbeitsteilige Umsetzung von Klimaschutz: In manchen Fällen kann grenzüberschreitende Kooperation auch *direkt Emissionen senken*: Etwa wenn Abfallstoffströme zusammengelegt werden für Recyclinganlagen, die sich allein nicht lohnen. Oder wenn ein polnischer Betrieb Abwärme hat, die ein deutscher Nachbarbetrieb über die Grenze nutzen könnte. Solche *symbiotischen Beziehungen* könnten identifiziert und gefördert werden – etwa durch die Einrichtung eines **Cross-Border-Energie- und Ressourcenparks**, wo Unternehmen verschiedener Branchen ihre Nebenprodukte tauschen (Kreislaufwirtschaft über die Grenze hinweg). Die EU-Programme Interreg oder LIFE könnten so etwas unterstützen.

Gemeinsame Interessenvertretung: Schließlich ergeben sich aus der Kooperation auch **politische Vorteile**: Wenn deutsche und polnische Unternehmen mit einer Stimme sprechen, hat das Gewicht in Brüssel. Der gemeinsame IHK-Appell vom März 2025 ist ein Beispiel. Man könnte dieses Zusammenwirken institutionalisiert fortsetzen, z.B. in Form eines *Deutsch-Polnischen KMU-Rats für Klimaschutz*, der der EU-Kommission regelmäßig Rückmeldung gibt, was in der Grenzregion funktioniert oder hakt. So könnte Pomerania als **Pilotregion** dienen und zugleich Einfluss nehmen, dass EU-Vorgaben praxisnah sind.

Die **Euroregion Pomerania** war immer ein Labor für Kooperation – warum nicht auch für den Green Deal? Die Ergebnisse zeigen: Beide Seiten haben Stärken, beide haben Schwächen; zusammen ist man schlauer und stärker. **Kooperation** bietet die Chance, die Transformation **effizienter** (weil Arbeitsteilung) und **akzeptierter** (weil man voneinander lernt) zu gestalten. Zudem können Kosten geteilt werden – etwa bei Ausbildung (gemeinsame Lehrwerkstätten für „Green Skills“) oder Infrastruktur (grenznah gemeinsam genutzte Ladeparks, Windparks aufteilen etc.).

Nicht zuletzt erhöht grenzüberschreitende Zusammenarbeit die **Resilienz**: Man ist weniger anfällig, wenn man mehr Vernetzung hat – sei es durch diversifizierte Lieferanten oder gegenseitige Hilfestellung in Krisen.

Fazit Kooperationspotenzial: Die Regionen Ostbrandenburg, östliches Mecklenburg-Vorpommern und Westpommern können durch Kooperation **eine Win-Win-Situation** erzielen. Politik sollte Hürden (z.B. Sprachbarrieren, finanzielle Hemmnisse) weiter abbauen und gezielt **Anreize für gemeinsame Projekte** setzen. Unternehmen sollten offen bleiben für Partnerschaften über die Grenze – der Green Deal ist eine europäische Aufgabe, und gerade hier an der Grenze kann *Europa konkret gelebt werden*, indem man gemeinsam Lösungen findet.

Schlussfolgerungen

Die POLSMA-Erhebung liefert einen detaillierten **Status quo** zum Green Deal in der Grenzregion: Sie zeigt **Engagement und Skepsis** der KMU gleichermaßen. Viele Unternehmen haben bereits erste Schritte unternommen und stehen prinzipiell hinter den Klimazielen – doch sie stoßen auf Grenzen finanzieller, personeller und regulatorischer Art. Besonders deutlich werden die **regionale Diskrepanz** (Polen voraus, Deutschland zögerlicher) und der allgegenwärtige Wunsch nach **Entlastung von Bürokratie**.

Die Erkenntnisse decken sich mit den Forderungen der Wirtschaft insgesamt: *Damit der Green Deal zum Erfolg wird, muss er mittelstandsfreundlich umgesetzt werden.* Das heißt, **Politik muss Rahmenbedingungen schaffen, in denen KMU gerne und aus eigenem Antrieb in Nachhaltigkeit investieren** – weil es sich rechnet, weil es einfach ist und weil sie unterstützt werden. Gelingt dies, sind die Unternehmen kein Bremser, sondern Motor der Transformation.

Für die IHK bedeutet das, sich weiterhin **auf allen Ebenen für die Interessen der Wirtschaft einzusetzen**: in Gesprächen mit der Regierung auf Abbau unnötiger Auflagen dringen, Informationsangebote ausbauen und den Finger in die Wunde legen, wo Wettbewerbsverzerrungen drohen. Gleichzeitig müssen wir **Erfolgsgeschichten sichtbar machen** – um anderen Betrieben Mut zu machen und Politik zu zeigen, was wirkt.

Die Herausforderung ist immens (das wurde in vielen Unternehmerzitaten klar). Aber es gibt auch viel **Potenzial und Bereitschaft**, gerade in unserer Region, die seit jeher Wandlung gewohnt ist. Wenn alle Akteure – Unternehmen, Kammern, Politik, Wissenschaft – an einem Strang ziehen, können wir es schaffen, dass in einigen Jahren **Klimaschutz und Wettbewerbsfähigkeit Hand in Hand gehen**. Die KMU der Regionen Ostbrandenburg, östliches Mecklenburg-Vorpommern und Zachodniopomorskie können dann vom Nachzügler zum **Vorbild** werden, wie man den Green Deal praktisch umsetzt.

Am Ende steht die Erkenntnis: **Der Green Deal im Mittelstand ist kein Selbstläufer, aber mit den richtigen Weichenstellungen wird er zur Erfolgsgeschichte – für die Unternehmen, die Region und das Klima.** In diesem Sinne sollten wir die historischen Chancen nutzen und gemeinsam dafür sorgen, dass aus Skepsis Akzeptanz und aus Akzeptanz konkretes Handeln wird, unterstützt durch kluge Politik. Die nächsten Schritte liegen klar vor uns – packen wir sie an!