

Klimaschutz sichert Zukunftsfähigkeit

Der Umweltschutz gewinnt als Wirtschaftsfaktor an Bedeutung. Die Ressourcen werden knapper und teurer, mehr denn je sind umweltfreundliche Produkte gefragt. Grundlagen zum Prinzip der Klimaneutralität sollen Licht ins Dunkel bringen.

TEXT: Karin Nelke-Mertens FOTOS: L. Priebis

Energiesparen, Mülltrennen und auf umweltfreundliche Verkehrsmittel umsteigen ist sicherlich sinnvoll. Um die Veränderung unseres Klimas aufzuhalten, reicht dies allein nicht mehr aus. Ein Unternehmen leistet Klimaschutz, wenn es sich dem Ist-Zustand stellt und den Soll-Zustand anstrebt. Dafür ist die Emissionsbilanz des Gesamtunternehmens und seiner Produkte eine adäquate Ausgangsposition für freiwillige, aber lohnende Maßnahmen im Klimaschutz.

Routenplaner für angewandten Klimaschutz: Der CO₂-Fußabdruck. Auf den freiwilligen Klimaschutz spezialisierte Beratungsunternehmen sind die erste Anlaufstelle, um eine umfassende Emissionsbilanz zu erhalten. Der Fußabdruck des Unternehmens wird anhand wissenschaftlicher Berechnungsmethoden ermittelt. Er spiegelt die Aufnahme des Ist-Zustands wieder. Das bedeutet: Alle geschäftsbetrieblichen Prozesse und Verbräuche werden auf ihre CO₂-Emissionen hin untersucht. Zum Beispiel: Heizenergie, Elektrizität, Mobilität, Verpackung und Verwaltung. Auch einzelne Produkte können aufgrund ihrer Eigenschaften einen CO₂-Fußabdruck erhalten. Dabei werden alle Produktbestandteile auf ihre CO₂-Emissionen untersucht. Für eine umweltfreundliche Ausrichtung eines Unternehmens oder eines Produkts sind die Erkenntnisse wegweisend.

Bei allen weiteren Schritten, die auf eine Emissionsbilanzierung folgen, ist es maßgeblich, emissionsreduzierende Maßnahmen einzuleiten, bevor man über einen Ausgleich der Emissionen nachdenkt. Ein Klimaschutzengagement mit dem Einsatz der Klimaneutralität ist erst dann umfassend und glaubwürdig, wenn im Vorfeld emissionsreduzierende Maßnahmen durchgeführt wurden. Es werden allerdings immer, so ausgeprägt die Reduktionsmaßnahmen auch sein werden, CO₂-Emissionen verbleiben, die sich nicht

weiter reduzieren lassen. Unvermeidbare Emissionen lassen sich dann zum Beispiel durch den Kauf von Klimaschutzzertifikaten neutralisieren. So leistet das Unternehmen seinen Beitrag zum Klimaschutz und differenziert sich vom Wettbewerb als zukunftsorientiertes und umweltbewusstes Unternehmen.

Das Zeitalter der Ökologie

Deutschland steht vor der dritten industriellen Revolution – der ökologischen Modernisierung der Wirtschaft – so das zentrale Ergebnis der Mittelstandsstudie „Klimaschutz – Herausforderungen und Chancen für den Mittelstand“. Hierbei handelt es sich um die größte Umfrage zum Thema Klimawandel in der deutschen Wirtschaft, die mit 4000 befragten Unternehmen im Mai 2008 durchgeführt wurde. Für 37 Prozent aller Mittelständler ist der Klimaschutz Realität, mit der sie sich auseinandersetzen müssen. 35 Prozent der befragten Unternehmen geben an, über einen zeitlichen Vorsprung im Hinblick auf klimaschonende Lösungen zu verfügen. Andererseits sind mehr als die Hälfte der Unternehmen verunsichert. Dafür gibt es mehrere Ursachen, wie die unwägbareren künftigen Klimaschutzauflagen, die mangelnde Preisakzeptanz der Kunden oder unübersichtliche staatliche Förderprogramme. Dazu meint Prof. Dr. Hans Joachim Schellnhuber, Direktor des Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung und enger Berater der Bundeskanzlerin: „Konsequentes Handeln duldet keinen Aufschub mehr. In den nächsten 10 bis 15 Jahren müssen wir die Wende schaffen, um überhaupt eine Chance zu besitzen, unkontrollierbare Klimaentwicklungen abzuwenden.“ Und darum geht es: Konsequenz und sofort handeln. Daher sind

Maßnahmen, die auf den ersten Blick kurzfristig erscheinen mögen, erste Schritte im Klimaschutz, die das Ganze ins Rollen bringen und durch eine kontinuierliche Fortsetzung und Erweiterung um zusätzliche Klimaschutzmaßnahmen nachhaltig wirken. Der Leitgedanke: Langfristigkeit und Beständigkeit erfüllt nicht nur ökologische, sondern auch ökonomische Ziele. Es gibt bereits einige Unternehmen, die den Klimawandel als Chance begreifen. Die Nutzung von Ökostrom oder der Einsatz von Firmenfahrzeugen mit möglichst niedrigen CO₂-Emissionen und Kraftstoffverbrauch – das sind mögliche erste Schritte.

Vor dem Hintergrund der enorm gestiegenen Energiepreise steht die Senkung des Energieverbrauchs an erster Stelle. Das neue Klimabewusstsein erfordert aber auch, in die Entwicklung CO₂-neutraler Produkte und Anlagen zu investieren. Ob Einkaufsverantwortliche in Großunternehmen oder Konsumenten – das Klimabewusstsein führt zunehmend zu Kauf- und Investitionsentscheidungen, die sich gleichzeitig für den Klimaschutz einsetzen und auch mit der Bereitschaft einhergehen, dafür einen höheren Preis zu zahlen.

Nur knapp 20 Prozent der deutschen Unternehmen setzen sich aktiv mit dem „grünen Einkauf“ auseinander. Und nicht einmal jedes zehnte Unternehmen berücksichtigt bei Auftragsvergabe die Umweltkosten als kritischen Faktor, so das Ergebnis einer Trendstudie. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung veranschlagt die Kosten für den Klimawandel allein in Deutschland mit 800 Milliarden Euro in den nächsten 50 Jahren. „Ein Verzicht auf Klimaschutz zieht die 20fachen Kosten gegenüber einer wirksamen Reduktion von Treibhausgasen nach sich“, sagt Nicholas Stern, ehemaliger Chef-Ökonom der Weltbank. Aus diesem Grund ist die Umsetzung und Investition in effektive und freiwillige Klimaschutzmaßnahmen so wichtig.

Klimaneutralität

Die globale Erwärmung wird nach dem gegenwärtigen wissenschaftlichen Verständnis „sehr wahrscheinlich“ in der Verstärkung des natürlichen Treibhauseffektes durch menschliches Einwirken verursacht. Treibhausgas- und CO₂-Emissionen sollten daher, wo immer möglich, bereits im Ansatz vermieden oder reduziert werden. Diese Emissionsreduktion ist jedoch nicht in allen Fällen realisierbar oder sinnvoll. Daher wurde der Emissionshandel im Kyoto-Protokoll verankert. Ein Instrument des Emissionshandels ist der Clean Development Mechanism (CDM), der besagt, dass die Emissionen eines Unternehmens nicht im eigenen Unternehmen, sondern in einer anderen Anlage in einem Entwicklungsland vorgenommen werden können.

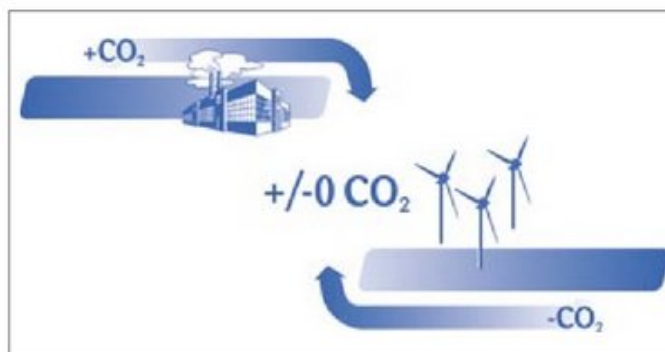
Von Klimaneutralität spricht man dann, wenn in Höhe des Emissionsvolumens an Stelle A, Emissionsminderungszertifikate aus besagter Anlage (Klimaschutzprojekt) an Stelle B, gekauft und anschließend gelöscht oder stillgelegt werden. Für das Klima ist es unerheblich, wo genau Treibhausgase entstehen, da sie sich global in der Atmosphäre verteilen. Aus Klimaschutzperspektive ist vielmehr entschei-



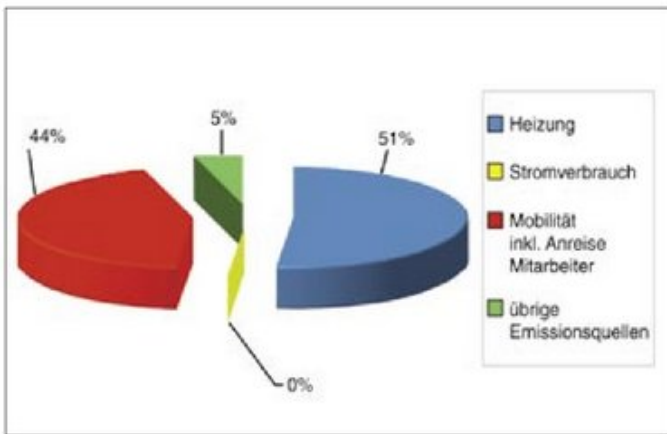
CO₂-Emissionen verstärken den Treibhauseffekt

dend, dass der globale Gesamtausstoß an Treibhausgasen begrenzt wird.

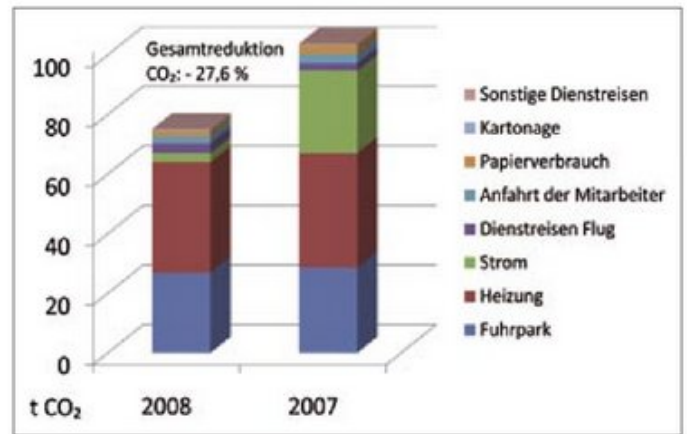
Was ist ein Klimaschutzprojekt? Die Verbrennung fossiler Brennstoffe trägt in besonderem Maße zum CO₂-Ausstoß bei. Die meisten Klimaschutzprojekte konzentrieren sich auf die alternative Energieerzeugung, das heißt auf die Nutzung von Solar-, Wind-, und Wasserkraft. So kann also ein Windpark in Indien und ein Wasserkraftwerk in Guatemala ein Klimaschutzprojekt sein. Emissionsminderungszertifikate im Bereich des freiwilligen Handels können im Rahmen der Kompensation (Emissionsausgleich) nur dann verwendet werden, wenn die Zusätzlichkeit einwandfrei nachgewiesen ist. Zusätzlichkeit bedeutet, dass zum Beispiel der Windpark nicht sowieso angelegt worden wäre. Die Kosten für den Emissionsausgleich fließen in die Finanzierung der Anlage ein. Mit der Investition in nach dem Kyoto-Protokoll anerkannte Klimaschutzprojekte kann die Nutzung erneuerbarer Energien und der Verzicht auf die Verbrennung fossiler Energien konkret gefördert werden. Dadurch wird CO₂ eingespart. Durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten in Entwicklungsländern werden Arbeitsplätze für die lokale Bevölkerung geschaffen und es wird zusätzlich ein Beitrag zum Technologie- und Wissenstransfer in weniger entwickelte Länder möglich gemacht. >



Das Prinzip der Klimaneutralität



Zusammensetzung der CO₂-Emissionen eines Unternehmens nach dem Wechsel auf Ökostrom



Der Erfolg der Maßnahmen: Eine positive Entwicklung der Emissionsbilanz

Der Mechanismus der Klimaneutralität ist weltweit anerkannt und wird nicht nur von staatlichen Institutionen (wie etwa EU-Ratspräsidentschaft von Großbritannien), sondern auch von globalen Organisationen (z.B. Fifa, IOC u.a.) als Möglichkeit genutzt, um sich im Klimaschutz zu engagieren. Theoretisch kann also jedes Produkt und jede Leistung klimaneutral sein, wenn die – zumeist durch die Herstellung, den Vertrieb oder sogar den Betrieb entstandenen CO₂-Emissionen ausgeglichen werden.

Freiwilliger Beitrag zum Klimaschutz

Wie können wir also ganz praktisch den Klimawandel bremsen? Oberstes Gebot ist hier, Energie effizient zu nutzen und Kohlendioxid einzusparen. Der CO₂-Ausstoß kann natürlich nicht völlig verhindert, aber gemindert werden.

Der Umweltschutzbeitrag durch Emissionskompensation, das Label „klimaneutral“, stellt einen Mehrwert für das eigene Produkt dar. Bevor man sich mit diesem Etikett schmücken darf, ist die Investition in Zeit und Geld notwendig. Es geht nicht um ein Nullachtfünfzehn-Zertifikat. Zunächst werden alle Unternehmensprozesse analysiert und festgestellt, wo Energie eingespart werden kann und wie Produktionsprozesse optimiert und umweltgerecht ausgerichtet werden können.

Unvermeidbare Emissionen werden ausgeglichen. Das Unternehmen wählt aus einem Portfolio des beauftragten Beratungsunternehmens eines der empfohlenen Klimaschutzprojekte aus. Nicht minder wichtig ist, dass das Klimaschutzprojekt zu dem Unternehmen passt. Eine Tonne CO₂ erfordert eine Investition von 10 bis 30 Euro je nach Klimaschutzprojekt. Der Preis richtet sich nach dem Standard des Zertifikats. So lassen sich zusätzliche Klimaschutzerfolge, vor allem in Entwicklungs- und Schwellenländern, erzielen. Dem Kunden werden keine freiwilligen Mehrzahlungen für die Kompensation auferlegt. Das Unternehmen tritt in Vorleistung und „schenkt“ dem Kunden die Kompensation als zusätzlichen Mehrwert.

Ein gutes Geschäft mit gutem Gewissen: Unternehmerisch denken und ein Produkt mit einer Besonderheit auf

den Markt bringen, aber parallel etwas für den Klimaschutz tun, dann entsteht eine Win-Win-Situation.

Ethik hält Einzug

Häufig werden Kompensationsmaßnahmen als Ablasshandel kritisiert. Unternehmen könnten ihr klimaschädliches Verhalten mit dem Verweis auf die Klimaneutralität beibehalten oder sogar noch verstärken, so die Meinung der Kritiker. Andererseits werden die Kompensationsmöglichkeiten als Einstieg betrachtet, die Klimaschädlichkeit bestimmter Aktivitäten erst ins Bewusstsein zu rufen. Die Übernahme von Verantwortung für das Klima werde also gefördert. Die Ressource Klima erhalte einen Marktpreis.

Kompensationsmaßnahmen müssen sich auf unvermeidbare Emissionen beschränken. Weltweit werden zurzeit über 1200 Kompensationsprojekte geplant oder bereits umgesetzt: vom Ausbau erneuerbarer Energien über die Anwendung von Energiespartetechnik und die Verringerung industrieller Treibhausgasemissionen bis hin zur Aufforstung und Waldregeneration zur CO₂-Bindung.

Fazit

Die Kompensation der CO₂-Emissionen und das Angebot klimaneutraler Produkte ist eine innovative klimapolitische Handlungsoption für Unternehmen. Auf betriebsinterne Klimaschutzmaßnahmen folgt die Kompensation als zusätzliche, freiwillige Maßnahme.

Die Vorzüge der CO₂-Ausgleichs: Er verbessert die eigene Klimabilanz und dient als Marketing- und Kommunikationsinstrument. Angesichts der anhaltenden intensiven Klimaschutzdiskussion ist damit zu rechnen, dass sich das Angebot klimaneutraler Produkte und Dienstleistungen in absehbarer Zeit erheblich ausweiten wird. Die Nachhaltigkeit ist bereits heute ein wichtiges Qualitätsmerkmal in vielen mittelständischen Unternehmen, deren Bedeutung in den kommenden Jahren weiter zunehmen wird. □

> MORE@CLICK_SIK10050