



HANDELSBLATT, Dienstag, 21. August 2007

## **Klimawandel: Chancen und Risiken für Unternehmen**

Von Prof. Dr. Edeltraud Günther, Martin Nowack und Gabriel Weber

Der richtige Umgang mit den Herausforderungen der globalen Erwärmung wird immer wichtiger. Um sich Wettbewerbsvorteile zu sichern und ihr Image in der Öffentlichkeit zu verbessern, müssen Firmen Klimarisiken und -chancen zielgenau identifizieren. Nutzen Sie die nachfolgende Typologisierung um die für Ihr Unternehmen relevanten Gefahren und Potenziale zu erfassen.

### **Regularische Risiken:**

Evaluieren Sie für Ihr Unternehmen die Risiken und Chancen der derzeitigen und künftigen staatlichen Regulierung. Als wahrscheinlich gilt etwa die Erweiterung des Emissionshandels auf weitere Branchen. Zunächst wird die Ausweitung anscheinend den Luftverkehr treffen. Die Teilnahme aller Industriebranchen am Emissionshandel ist mittelfristig eine politische Option. Dabei werden energieintensive Branchen wie Metall-, Baustoff-, Papier- oder Chemieindustrie stärker belastet als etwa Maschinenbau, Elektrotechnik oder Automobilindustrie. Auf der anderen Seite liegen für viele Unternehmen auch Chancen in der klimapolitischen Regulierung. Es ist davon auszugehen, dass weitere Gesetze zur Förderung der Energieeffizienz verabschiedet werden um die CO<sub>2</sub>-Emissionen in Deutschland zu vermindern. Da es bei Gebäuden am günstigsten ist Energie und damit CO<sub>2</sub>-Emissionen einzusparen, werden zunächst alle Branchen profitieren, die bei der ökologischen Gebäudesanierung einen Beitrag leisten. Somit profitieren vor allem Baunebengewerbe, Bauhandwerk, Architektur- und Ingenieurbüros von den Chancen des Klimawandels.

### **Physikalische Risiken:**

Physikalische Klimarisiken und -chancen stellen eine zentrale Herausforderung für Ihr CO<sub>2</sub>-Management dar. Zu diesen zählt sowohl der Anstieg des Meeresspiegels und der durchschnittlichen Temperatur als auch die gesteigerte Intensität und Häufigkeit von Extremwetterereignissen wie Hochwasser, Dürren und Stürmen. Konkret äußern sich physikalische Risiken etwa im Anstieg der Versicherungskosten für Unternehmensstandorte, die häufiger extremen Wetterereignissen ausgesetzt sind. Ein weiteres Beispiel sind das häufigere Auftreten von Sturmschäden an den Oberleitungen, die deutsche Stromkonzerne tragen müssen. Zu den physikalischen Klimarisiken zählen auch Veränderungen in den Konsumentengewohnheiten, die mit Extremwetterereignissen in Zusammenhang stehen. So neigen Konsumenten im Bekleidungseinzelhandel zur Zurückhaltung, wenn das Wetter verrückt spielt und die angebotene Ware nicht dem aktuellen oder erwarteten Wetter entspricht. Viele Branchen in Deutschland werden aber auch von den physikalischen Klimachancen profitieren. So wird ab 2030 Weinbau in weiten Teilen Brandenburgs und sogar bis nach Hamburg möglich sein. Neben einer Erweiterung der Anbauflächen sind in der Landwirtschaft bei einigen Pflanzen wie Mais oder Hirse durch die Erwärmung höhere Erträge zu erwarten. Von den steigenden Temperaturen dürften auch Teile des Ernährungsgewerbes profitieren insbesondere Getränke- und Speiseeishersteller.

### **Rechtliche Risiken:**

Betrachten Sie im Rahmen Ihres CO<sub>2</sub>-Managements aber auch rechtliche Klimarisiken. Darunter wird sowohl das Risiko von Prozessen als auch das Risiko von Strafen und rechtlicher Sanktionierung verstanden. Die Bedeutung solcher Risiken wird in Deutschland zunehmen. Bislang spielen rechtliche Klimarisiken speziell in den USA eine besondere Rolle. Im Rahmen eines Gerichtsprozesses wurde der Energieversorger Duke Energy aufgrund seiner CO<sub>2</sub>-Emissionen für mitverantwortlich für die verheerenden Hurrikans im Golf von Mexiko in den Jahren 2004 und 2005 erklärt.

**Reputationsrisiken:**

Auch der Umgang mit Reputationsrisiken sollte in Ihrem CO<sub>2</sub>-Management verankert werden. Darunter werden Risiken gefasst, die das öffentliche Ansehen des Unternehmens betreffen. Bei großen Emittenten und bei solchen Unternehmen, die in der Öffentlichkeit besonders lautstark für den Klimawandel verantwortlich gemacht werden sind Reputationsrisiken am höchsten. Andererseits können Unternehmen ihre Reputation auch verbessern zum Beispiel durch klimafreundliche Lösungen und Technologien. So hat sich Toyota durch sein Hybridauto das Image eines klimafreundlichen Technologieführers zugelegt.

**Wettbewerbs- und strategiebezogene Risiken:**

Nicht zuletzt sollten Sie auch Klimarisiken in Betracht ziehen, die Wettbewerb und Strategie betreffen. Dazu zählen Chancen und Risiken im Zusammenhang mit Produkten und Dienstleistungen, die sich durch eine besondere Klimafreundlichkeit auszeichnen beispielsweise durch die Nutzung umweltfreundlicher Transportwege wie Schiene oder Schiff. Insbesondere die Energieeffizienz von Erzeugnissen wird spürbar an Bedeutung gewinnen und zu einem echten Wettbewerbsfaktor werden. So werden niedrige Verbrauchswerte und CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu einem zentralen Kriterium beim Autokauf. Einige deutsche Hersteller, die weiterhin auf Sport Utility Vehicles (SUVs oder dt. Sportgebrauchsfahrzeuge) mit einem Verbrauch von 15l/100 km Benzin und einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß von 380g/km setzen, werden zumindest mittelfristig Wettbewerbsnachteile haben.