



HANDELSBLATT, Dienstag, 12. Juni 2007

Jedes Unternehmen ist betroffen

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

Eigentlich bräuchten sich viele Unternehmen auf den ersten Blick gar nicht mit dem Klimawandel auseinander zu setzen. Denn längst nicht alle sind direkt betroffen. Und doch schließen sich täglich weitere Firmen den Initiativen der Privatwirtschaft an, die sich auf die Fahne schreiben, ihre Klimaauswirkungen zu reduzieren. Die Frage ist nur: warum?

DRESDEN. Prinzipiell unterscheiden die Wirtschaftswissenschaften zwei Wege, auf denen der Klimaschutz Eingang in die Unternehmensstrategie finden kann:

1. Subjektive Betroffenheit

Unternehmen können aufgrund ihres Standorts oder ihrer Produktionsbedingungen direkt von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen sein (subjektive Betroffenheit). Durch die Zunahme von extremen Wetterereignissen und steigenden Temperaturen werden Anpassungen in verschiedenen Wirtschaftssektoren notwendig. Geringe Schneefälle wirken sich direkt auf den Umsatz in Wintersportarten aus. Besonders die Landwirtschaft wird langfristig mit veränderten Produktionsbedingungen rechnen müssen. Diese sogenannte subjektive Betroffenheit muss nicht immer negativ ausgeprägt sein. Durch die höheren Durchschnittstemperaturen verbessern sich beispielsweise die Bedingungen für den deutschen Weinbau.

Häufig werden Klimaveränderungen jedoch nicht direkt an den eigenen Unternehmensstandorten spürbar. Die Amerikaner sprechen in diesem Fall vom so genannten NIMBY-Effekt (not in my backyard) – was so viel bedeutet wie: Wenn das Problem nicht vor der eigenen Haustür sichtbar ist, wird es verdrängt. So stellt sich die Frage, inwieweit die nicht subjektiv betroffenen Unternehmen mit dem Klimawandel umgehen sollen.

2. Objektivierte Betroffenheit

Folgt man dem Denkmodell des homo oeconomicus, so handelt dieser auf Basis der vorliegenden Informationen als rational entscheidendes Wirtschaftssubjekt, um seinen individuellen Nutzen zu maximieren: Unternehmen würden demzufolge auf den ersten Blick den Klimawandel nur im Fall einer subjektiven Betroffenheit in ihre Unternehmensstrategie aufnehmen.

Und doch schließen sich täglich weitere Unternehmen wie die Allianz, die Münchener Rück oder Heidelberger Cement den Initiativen der Privatwirtschaft an, die sich auf die Fahne schreiben, ihre Klimaauswirkungen zu reduzieren. Warum?

Dies kann das Konzept der objektivierten Betroffenheit erklären. Unternehmen sind nicht nur ihren Eigentümern gegenüber verpflichtet, sondern müssen auch zahlreiche Ansprüche verschiedener anderer Gruppen (im Englischen: Stakeholder), mit denen sie zur Erfüllung ihrer Aufgaben im Austausch stehen, erfüllen. Zum Beispiel haben neben den Staat oder den

Gewerkschaften im zunehmenden Maße auch Nichtregierungsorganisationen wie Greenpeace zunehmenden Einfluss auf die Unternehmensführung. Diese Anspruchsgruppen verfügen über unterschiedliche Anreiz- und Sanktionsmöglichkeiten. Dies reicht von der einfachen Kritik in Form von Rügen, Protesten, Streiks, Verbraucher-Boycott (zum Beispiel Brent Spar) bis hin zu Strafen und Sanktionen.

In bemerkenswerter Weise sind es die großen Finanzinvestoren, die in letzter Zeit besonders nachhaltig von den Unternehmen die Berücksichtigung von Klimarisiken fordern. Das Unternehmen ist damit nicht direkt von Dürren oder steigenden Meeresspiegel betroffen, sondern indirekt durch die Forderungen seiner Anspruchsgruppen.

Nicht zuletzt gibt es Unternehmer, die sich aus persönlichem Verantwortungsbewusstsein des Themas annehmen.

