



HANDELSBLATT, Freitag, 21. September 2007

CO₂-Management als Erfolgsfaktor für Unternehmen

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

Eine wichtige Säule für den langfristigen Unternehmenserfolg ist ein effektives CO₂-Management. Das hat auch die britische Regierung erkannt und den Carbon Trust gegründet. Diese Organisation soll Unternehmen und öffentlichen Organisationen helfen, ihre CO₂-Emissionen zu reduzieren.

Europaweit bekannt ist Carbon Trust seit der Initiierung des Carbon Labels. Es enthält Informationen über die während des gesamten Lebenszyklus anfallenden Treibhausgasemissionen von Produkten wie Kartoffelchips oder Shampoos. Zudem hat Carbon Trust ein Tool für effektives und effizientes CO₂-Management entwickelt. Die einzelnen Schritte werden in modifizierter Form nachfolgend dargestellt. Sicher finden sich auch Anregungen für Ihr Unternehmen.

Schritt 1: Mobilisierung und Sensibilisierung des gesamten Unternehmens

In einem ersten Schritt sollten die internen Stakeholder (Anspruchsgruppen) identifiziert werden. Hierzu zählen insbesondere Mitarbeiter aus Abteilungen, die ein besonderes Interesse an der Reduktion von CO₂-Emissionen haben, wie Unternehmensleitung, Umwelta Abteilung oder Öffentlichkeitsabteilung. Häufig sind im Unternehmen verschiedenartige auch zum Teil konfliktäre Interessenlagen vorhanden, die ausgeglichen werden sollten.

Unter Einbezug der Mitarbeiter sollten Ziele, Ansätze, Verpflichtungen und Verantwortlichkeiten zur Emissionsreduktion geklärt werden. Hierzu können Standards wie das Greenhouse Gas Protocol genutzt werden. Das Greenhouse Gas Protocol ist ein international anerkanntes Bilanzierungstool für die Quantifizierung und das Management von CO₂-Emissionen. Zusätzlich sollte ein Inventar angelegt werden, das den Emissionen des Unternehmens in geeigneter Form Rechnung trägt. Hierbei ist es sinnvoll, zwischen direkten und indirekten Emissionen des Unternehmens zu unterscheiden. Direkte Emissionen sind Emissionen, die bei der Produktion durch den Einsatz von Rohstoffen anfallen. Indirekte Emissionen entstehen zum Beispiel durch Stromverbrauch oder durch Reisen der Mitarbeiter.

Schritt 2: Evaluierung des Business Case

Im zweiten Schritt wird ein allgemeines Verständnis über die Risiken und Chancen des Klimawandels für das Unternehmen erarbeitet. Auch endogene Potenziale können zu diesem Zweck genutzt werden. In vielen Unternehmen wird das Wissen der Mitarbeiter unterschätzt. Dabei kennen diese zumeist die Prozesse und Abläufe und damit auch Einsparpotenziale im Unternehmen am besten. Gemeinsam sollten die wichtigsten Treiber für die Reduktion von Treibhausgasen identifiziert werden. Darüber hinaus sollte evaluiert werden, welche Chancen sich durch den Klimawandel bieten zum Beispiel durch neue Unternehmenszweige, Produkte und Prozesse.

Schritt 3: Identifizierung von Anpassungsstrategien

Im dritten Schritt wird ein detailliertes Bild der unternehmensweiten Treibhausgasemissionen gezeichnet. Der Schwerpunkt liegt jedoch bei der Generierung und Evaluierung spezifischer Ideen zur kosteneffektiven Emissions-Reduktion. Besonders kosteneffektiv sind insbesondere Verbesserung der Isolation von Gebäuden oder der Austausch veralteter Produktionsmaschinen. Bei der Identifizierung konkreter Anpassungsstrategien sollten auch die Interessen externer Stakeholder (Anspruchsgruppen) wie etwa Investoren, Kunden oder Umweltschutzorganisationen berücksichtigt werden. Mehr und mehr Investoren meiden Unternehmen, die nicht angemessen gegen

klimaspezifische Risiken absichern. Auch den Wünschen der Kunden nach klimafreundlichen Produkten sollte Rechnung getragen werden. Das Carbon Label aus Großbritannien ist ein Beispiel dafür. Bislang haben über 150 Unternehmen aus verschiedenen Branchen signalisiert, ihre Produkte mit Informationen über Treibhausgasemissionen kennzeichnen zu wollen.

Schritt 4: Entwicklung konkreter Implementierungspläne

Die im dritten Schritt formulierten Ideen sollten anschließend konkretisiert werden. Es empfiehlt sich einen geeigneten Implementierungsplan zu entwickeln, auf dem die Emissionsreduktionsziele festgeschrieben werden. Dieser Implementierungsplan enthält Budgets und Ziele, aber auch die Verantwortlichen und deren Aufgaben zum Klimaschutz. Nicht zuletzt sollte ein System zur systematischen Erfassung, Beobachtung und Erfolgsmessung der Klimaschutzaktivitäten enthalten sein.

Schritt 5: Management der Implementierung

Beim Management der Implementierung sollte das Monitoring im Vordergrund stehen. Hierbei wird speziell die Effektivität des Implementierungsplans im Hinblick auf die gesetzten Sachziele überprüft. Besonders vielversprechend ist zudem eine adäquate Kommunikation der erreichten Ziele im Klimaschutz zum Beispiel im Rahmen der Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die Global Reporting Initiative (GRI) bietet hierfür mit dem GRI-Leitfaden eine geeignete Hilfestellung.

Lesen Sie mehr unter:

- » www.carbontrust.co.uk/
- » www.globalreporting.org/
- » www.ghgprotocol.org/