



Pressemitteilung

Unternehmen

Klimaschutz

Deutscher Leitfaden gibt Schritt für Schritt Hilfe beim Klimareporting

Berlin, 20. Februar 2014 – Nachhaltigkeitsreporting gewinnt auf Unternehmensseite zunehmend an Bedeutung – aber im Bereich Klimaschutz sind solche Analysen oft wenig aussagekräftig. Die Veröffentlichung ist freiwillig und gipfelt meist in einer Auflistung der aktuellen Emissionen. Viele Mittelständler scheuen die Mühen einer strategischen Langfristanalyse aufgrund des vermeintlichen Aufwands – zu ihrem eigenen Nachteil: Denn durch Emissionsminderung lassen sich nicht zuletzt Betriebskosten reduzieren. Das Unternehmen profitiert finanziell, stellt sich zukunftsicherer auf und schont die Umwelt. Der WWF und CDP haben darum eine Klimareporting Initiative gestartet, unterstützt von PwC, gefördert vom Bundesumweltministerium. Ergebnis ist ein einfach umzusetzender Leitfaden, den zehn Firmen aus verschiedenen Branchen nun einem Praxistest unterzogen haben.

Mit dem Einstieg ins Klimareporting bereiten sich Firmen auch auf regulatorische Eingriffe und veränderten Kundenerwartungen vor und sichern sich damit Wettbewerbsvorteile. Die Uhr tickt, denn in Deutschland haben sich bereits Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen Klimaschutzgesetze gegeben, die dazu verpflichten, bei allen Planungen, etwa beim Bau von Straßen oder bei der Ausweisung von Baugebieten, künftig die Auswirkungen auf das Klima zu berücksichtigen. An der Londoner Börse gelistete Unternehmen müssen seit Herbst ihre Verbräuche und Minderungsziele freilegen und französische Unternehmen müssen jährlich über ihre Klimaeffekte berichten. So entsteht ein transparenter Wettbewerb, der Unternehmen langfristig einbindet, um Treibhausgase zu mindern. Auch die EU Kommission hat angeregt, dass Firmen ab 250 Mitarbeitern verpflichtend über Umweltrisiken und den Umgang mit natürlichen Ressourcen berichten.

Um die Arbeit zu vereinfachen und einheitliche Grundlagen für ein Reporting zu erreichen, haben WWF und CDP einen branchenübergreifenden deutschsprachigen Leitfaden erarbeitet. Komplexe, englischsprachige Vorlagen hatten bisher das thematische Verständnis erschwert. Im Projektverlauf wurden zehn Unternehmen verschiedenster Größe, Herkunft, Branchenzugehörigkeit und Reporting-Erfahrung bei der Erstellung eines Klimaberichts anhand des Leitfadens begleitet; sowie weitere Unternehmen, Investoren, Dienstleister und andere NGOs konsultiert.

Der Leitfaden knüpft an bestehende Standards an, ist kompatibel mit Formaten wie dem CDP selbst, und zielt darauf ab, dass Unternehmen die Risiken des Klimawandels für ihr Geschäftsmodell identifizieren, Emissionsmessungen starten und Emissionsreduktion strategisch planen. „Wir wollen die existierenden Barrieren bei der Erstellung von



Klimastrategien auflösen und in der Breite Unternehmen für das Thema gewinnen“, sagt Matthias Kopp, Projektleiter beim WWF Deutschland.

Die Kommentare und Anmerkungen der Anwender flossen in der Folge in den jetzt vorgestellten Leitfaden ein. Klimaschutz soll in die strategischen Unternehmensziele aufgenommen und die spezifischen Chancen und Risiken des Klimawandels erarbeitet werden. Klar ist: Was nicht erfasst, verstanden und gemessen wird, kann auch nicht gesteuert werden. In der Praxis fließen Emissionszahlen damit beispielsweise in die Auswahlkriterien im Einkauf und bei der Lieferantenauswahl ein.

Das Fazit der Unternehmen nach der Textphase ist überaus positiv: „Über ein Emissions-Reporting entsteht Transparenz nach Innen und Außen. Die Auswirkungen eigener Geschäftsprozesse werden besser verstanden und Vermeidungsmaßnahmen lassen sich dadurch einfacher ableiten – ein deutschsprachiges Dokument ist hierbei sehr hilfreich, das ist das Feedback der Unternehmen aus dem Projekt“, sagt Steven Tebbe, Geschäftsführer CDP Europa.

WWF und CDP überführen das Projekt jetzt in eine Plattform, wo der Leitfaden weiterentwickelt und insbesondere der Austausch und die Koordination der zunehmenden Aktivitäten in diesem Feld ermöglicht wird. Erfahrungen von Unternehmen werden anderen zugänglich gemacht und diese Hilfe zur Selbsthilfe mit Partnern in die Breite der deutschen Unternehmen getragen.

Interessierte Firmen können sich den Leitfaden unter www.klimareporting.de downloaden.

Hintergrund:

Bis 2050 will die Bundesrepublik Deutschland ihren Ausstoß an klimaschädlichen CO₂ um bis zu 80-95 Prozent senken im Vergleich zum Basisjahr 1990. Doch dieses Ziel ist nur erreichbar, wenn auch Unternehmen ihren Teil dazu leisten und frühzeitig Minderungsstrategien und Emissions-Zwischenziele entwickeln.

Die Partnerunternehmen im Klimareporting-Projekt von WWF und CDP waren:

BSH Bosch Siemens Hausgeräte GmbH, Chemische Fabrik Budenheim KG, Fraport AG, HEAG Südwestdeutsche Energie, AG (HSE), J.W. Ostendorf GmbH & Co. KG, Lisa Dräxlmaier GmbH, Piepenbrock Dienstleistungen GmbH + Co. KG, Simon Hegele Gesellschaft für Logistik und Service GmbH, SolarWorld AG und VAUDE Sport GmbH & Co. KG

Über CDP

CDP ist eine internationale unabhängige Non-Profit-Organisation, die Unternehmen und Städten das einzige globale System für Umweltinformationen zu Verfügung stellt. Mit diesem System können Teilnehmer ihren Einfluss auf die Umwelt messen, offen legen, managen und veröffentlichen. Diese mittlerweile größte internationale Datenbank für Informationen und Primärdaten zu Klimawandel, Wasser und Risiken der Waldnutzung wird Führungskräften in Unternehmen, Investoren sowie politischen Entscheidungsträgern zur Verfügung gestellt.

Pressekontakt WWF Deutschland

Sylvia Ratzlaff, Pressestelle WWF Deutschland, Tel. 030-311 777 467

Pressekontakt CDP Deutschland

Laura Bergedieck, Projektleiterin, laura.bergedieck@cdp.net, Tel.: 0174 9998148