

Klimaneutrale Unternehmen – Ein Beitrag zu Deutschlands Klimazielen?

Jens Hesselbach und Wolfgang Saam

Klimaneutralität ist zu Recht ein neuer Leitbegriff für Unternehmen – doch nicht alles, was sich klimaneutral nennt, zahlt auf unsere Klimaschutzziele ein. Statt sich auf der Suche nach zusätzlichen CO₂-Einsparungen vorschnell mit Ökostrom und CO₂-Zertifikaten einzudecken, sollten Unternehmen vielmehr firmeninterne Investitionsfonds auflegen, um ambitionierte Projekte bei Energieeffizienz und erneuerbaren Energien zu ermöglichen.

Das Gebot beim Klimaschutz lautet „Handeln statt reden“. Folgerichtig erteilte UN-Generalsekretär António Guterres beim Climate Action Summit am 23.09.2019 nur solchen Regierungen das Wort, die mit konkreten Maßnahmen statt mit wohlfeilen und unverbindlichen Absichtserklärungen nach New York gekommen waren. Guterres sagt dazu: „Es ist kein Klimaverhandlungsgipfel. Mit der Natur verhandelt man nicht. Dies ist ein *Climate Action Summit*.“

Überträgt man diese Logik auf die Wirtschaft, hieße das: Nur solche Unternehmen, welche die Zeichen der Zeit erkannt haben und ambitionierte Klimaschutzmaßnahmen umsetzen, können glaubwürdig in der Klimaschutzdebatte auftreten. Das ist längst nicht überall der Fall, doch gleichzeitig stellen wir fest, dass „Klimaneutralität“ die Debattenräume der Think-Tanks verlassen hat und in der Mitte der Wirtschaft angekommen ist. Das könnte auf den ersten Blick zwar optimistisch stimmen, doch nicht alles, was sich klimaneutral nennt, leistet auch einen echten Beitrag zur Erreichung der Klimaschutzziele.

Wenn Konzerne wie Daimler und Bosch verkünden, ihre Produktionsstandorte in Deutschland innerhalb weniger Jahre klimaneutral zu stellen, suggeriert das, dass Klimaneutralität bezahlbar und zügig zu erreichen ist. Warum braucht die Politik also bis 2050, wenn es Unternehmen in zwei bis drei Jahren gelingt, klimaneutral zu werden? Daran ändert auch das womöglich kurzfristige Erreichen der Klimaziele für 2020 durch die Corona-Krise nichts, da die Wirtschaft nur zwangsläufig innehält, sich aber in der Grundstruktur nicht ändern wird.

Jeder Schritt ist wichtig

Politik und Wirtschaft verwenden zwar den gleichen Begriff, verstehen unter „klimaneutral“ jedoch etwas Unterschiedliches. Oder



Viele Betriebe wollen heute etwas für den Klimaschutz tun. Individuelle Unternehmenslogik und politische Rahmenbedingungen klaffen jedoch in vielen Fällen auseinander

Bild: Adobe Stock | jozsitoeroe

anders gesagt: Was aus einzelner Unternehmensperspektive plausibel sein kann, muss volkswirtschaftlich noch lange nicht für den Klimaschutz sinnvoll sein. Für den Begriff Klimaneutralität gibt es zwar bisher keine allgemeingültige Norm, unstrittig ist jedoch, dass diese über die Schritte 1. Minimieren, 2. Substituieren und 3. Kompensieren erreicht werden muss. Allerdings ist vielen Unternehmen nicht klar, dass diese drei Arbeitspakete chronologisch abgearbeitet werden müssen, wenn sie nicht nur das Unternehmensimage fördern, sondern auch auf Deutschlands Klimaschutzziele einzahlen sollen.

Finanzvorstände erschrecken regelmäßig, wenn ihnen die Kosten für Effizienzmaßnahmen und eigene erneuerbare Stromerzeugung zur Erreichung der Klimaneutralität ihres Unternehmens vorgelegt werden. Die Amortisationszeiten sind zu lang und signifikante CO₂-Einsparungen durch Effizienzmaßnahmen ein mühsames und langwieriges Geschäft. Durchaus nachvollziehbar also, dass viele Unternehmen den ersten Schritt „Minimieren“ überspringen und die Abkürzung über den Kauf von Ökostrom nehmen. Der Verbrauch von Brennstoffen wie Erdgas und Treibstoffen wird kurzum als unvermeidbar deklariert und damit ist der Weg frei für die Kompensation der restlichen CO₂-Emissionen über freiwillige Zertifikate. Vom Vorstand bis zur PR-Abteilung atmen alle auf und freuen sich über die vergleichbar günstig und schnell erworbene Klimaneutralität. Wo liegt also das Problem?

zuziehbar also, dass viele Unternehmen den ersten Schritt „Minimieren“ überspringen und die Abkürzung über den Kauf von Ökostrom nehmen. Der Verbrauch von Brennstoffen wie Erdgas und Treibstoffen wird kurzum als unvermeidbar deklariert und damit ist der Weg frei für die Kompensation der restlichen CO₂-Emissionen über freiwillige Zertifikate. Vom Vorstand bis zur PR-Abteilung atmen alle auf und freuen sich über die vergleichbar günstig und schnell erworbene Klimaneutralität. Wo liegt also das Problem?

Viele sind engagiert, aber...

Eine ganze Reihe von Unternehmen haben verstanden, was Sache ist und wollen etwas für den Klimaschutz tun. Die Motivation ist gut: Nicht auf die Energiewirtschaft warten, sondern als Industrie, Gewerbe und Handel

selbst etwas machen. Oftmals wird, wie beschrieben, direkt zum Ökostrom gegriffen, der zwar gut für das Marketing ist, aber der Energiewende nach einer jüngsten Studie des Umweltbundesamtes praktisch nicht hilft. Denn die Umstellung auf Ökostrom ist im Grundsatz ein reines Stromtauschgeschäft ohne CO₂-Einsparung, wenn es über Herkunftsnachweise abgewickelt wird. Der Handel mit den sog. Herkunftsnachweisen garantiert zwar, dass der Strom aus erneuerbaren Energien ohne staatliche Subventionen stammt.

Die Kehrseite der Medaille fehlt aber zu oft in der Betrachtung: Die Strommenge bleibt insgesamt konstant. Insofern bekommt der restliche Strom entsprechend mehr CO₂ in seinen ökologischen Rucksack. Ein Großteil des deutschen Ökostroms stammt aus norwegischer Wasserkraft. Ganz gleich, zu welcher Güte von Ökostrom man greift, wenn der Strommix in deutschen Anlagen nicht stärker in Richtung regenerative Energien ausgebaut wird, werden zwar einzelne Unternehmen vermeintlich „grün“. Doch vom Gesamtsystem her betrachtet führt dieser Stromtausch dazu, dass sich deutsche Unternehmen zu Lasten der CO₂-Bilanz der norwegischen Bürger freikaufen – oftmals ohne, dass es ihnen bewusst ist. Eine aktuelle Studie des Umweltbundesamtes bestätigt, dass die Veredlung des Ökostroms mit Zusatzkriterien keinen nennenswerten Zubau induziert.

Die Inkonsistenz zwischen individueller Unternehmenslogik und den politischen Rahmenbedingungen bei der Klimaneutralität lässt sich auch auf deutsche Photovoltaik- oder Windanlagen übertragen, die nach 20 Jahren aus der EEG-Förderung fallen. Der Strom dieser Anlagen ist auch nach Auslaufen der EEG-Förderung im deutschen Strommix bereits enthalten. Streng genommen müsste die Politik auf diese Anrechnung verzichten, damit sich Unternehmen den Kauf dieses Stroms als eigenen Beitrag zur Klimaneutralität anrechnen lassen könnten. Das erscheint unwahrscheinlich, da Deutschland ohnehin jede Tonne eingespartes CO₂ einsammeln muss, um wenigstens 2030 die selbst gesteckten Ziele zu erreichen. Andernfalls würde der grüne Strom dieser Anlagen doppelt gezählt und wir würden damit Augenwischerei betreiben.

Die einzige Möglichkeit bestünde somit darin, eigene Anlagen zu errichten, die Unternehmen ohne Netzanschluss energieautark versorgen. Es bedarf keines langen Nachdenkens, um zu erkennen, dass dies weder technisch noch wirtschaftlich eine sinnvolle Lösung wäre. Für ein kleines Handels- oder Dienstleistungsunternehmen mag das noch möglich sein. Für produzierende Unternehmen mit einem hohen Energiebedarf ist es unrealistisch. Auch die notwendigen Lastmanagement-Effekte für das gesamte Energiesystem ließen sich so nicht erzielen.

Bleibt also noch die Option der Kompensation: Freiwillige CO₂-Zertifikate können per Definition nur dann als Beitrag zum Klimaschutz anerkannt werden, wenn die entsprechenden Investitionen zusätzlich getätigt werden. Der Nachweis der Zusätzlichkeit erfolgt jedoch oft auf dünnem Eis: Aufforstungsprojekte unterliegen der Annahme, dass die gepflanzten Bäume mindestens 30 Jahre wachsen. Mögliche Schäden durch Trockenheit und Schädlinge oder Abholzung finden hierbei keine weitere Beachtung. Angesichts der medialen Aufmerksamkeit der brennenden Wälder im Amazonas stellt sich die Frage, was geschehen wäre, wenn deutsche Konzerne bei der Klimaneutralität tatsächlich auf Aufforstung in Brasilien gesetzt hätten.

Das Geschäft mit der Kompensation ist trotz Überwachung komplex und hinsichtlich einer nachhaltigen gesellschaftlichen und politischen Akzeptanz schwer überschaubar. Klimapolitisch gesehen leistet die Kompensation in Übersee nicht nur keinen Beitrag zur deutschen Klimabilanz, sondern führt auch jedes Jahr zu unnötigen Ausgaben in den Unternehmen, ohne Energieeffizienzsteigerung, ohne Zubau in erneuerbare Energien und vor allem ohne jeglichen Cashback. Was ist also die Konsequenz?

Es kann faktisch keine Klimaneutralität und damit auch keine klimaneutralen Unternehmen geben, solange unsere Energieversorgung nicht insgesamt auf erneuerbaren Energien basiert. Dies ist aus heutiger Sicht erst 2050 der Fall. Ein ehrlicheres Marketing wäre hier also angebracht.

Zur Erreichung der Klimaziele ist es demnach wichtig, dass die Politik ihre Klimastrategie klar definiert und diese transparent und eingehend mit den relevanten Wirtschaftsakteuren kommuniziert. Als erster Schritt wäre es wichtig klarzustellen, dass nur Maßnahmen, welche nachweislich auf die deutsche Klimabilanz einzahlen, der eigenen Klimaneutralität angerechnet werden.

Möglichkeiten für Unternehmen und Politik

Durch firmeninterne Investitionsfonds mit eigenen CO₂-Preisen könnten bedeutende Beiträge zur Reduktion von klimaschädlichen Emissionen geleistet werden. Dies wird bereits in der Wirtschaft diskutiert und sollte von der Politik aktiv gefördert werden. Damit würde Unternehmen die Möglichkeit gegeben, sich aktiv an der Erreichung der deutschen Klimaziele zu beteiligen. Durch die gezielte (finanzielle) Unterstützung solcher Vorhaben von Seiten der Politik können die Klimaschutzziele so schneller und effizienter erreicht werden.

Dieses Vorgehen würde vor allem den Unternehmen den Druck nehmen, auf ineffiziente Maßnahmen zurückzugreifen. Statt Stromsortierung und „Freikauf“ könnten so aktiv effiziente und nachhaltige Lösungsansätze zur Klimaneutralität entwickelt und umgesetzt werden, die sich an dem politischen Zeitstrahl orientieren und auf unsere Klimaziele einzahlen.

*Prof. Dr.-Ing. J. Hesselbach, Leiter des Fachgebiets für Umweltgerechte Produkte und Prozesse, Universität Kassel; W. Saam, Geschäftsführer des Wirtschaftsverbandes Klimaschutz-Unternehmen e.V., Potsdam
hesselbach@upp-kassel.de
saam@klimaschutz-unternehmen.de*

> PRINT
> ONLINE
> DIGITAL



Weitere Informationen unter:

www.et-magazin.de