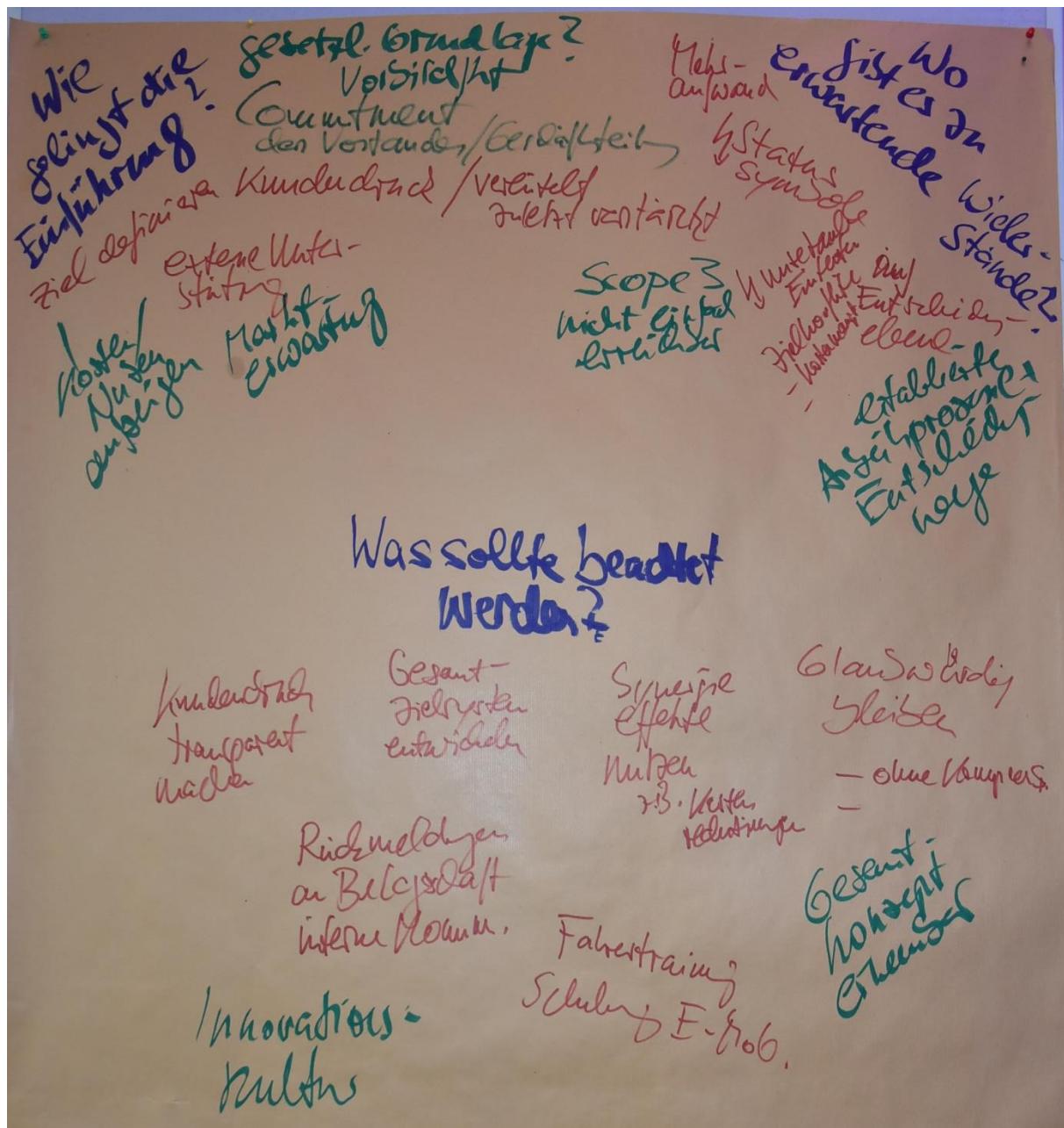


Lernetzwerktreffen: Zusammenfassung World Café

Datum: 04. November 2019

World Café „Praxiserfahrungen“:

Bettina Klump-Bickert, Deutsche Amphibolin-Werke von Robert Murjahn Stiftung & Co. KG,
Ober-Ramstadt



Die DAW ist seit 2017 in der Verwaltung und den Produktionsprozessen klimaneutral. Im Frühjahr 2019 wurde eine weitere umfangreiche Klimastrategie beschlossen, die den Gesamtenergieverbrauch um 15% sowie die eigenen Treibhausgasemissionen um 67% im Vergleich zu 2015 mindern möchte. Nicht vermeidbare Restemissionen werden über den Kauf von Emissionszertifikaten ausgeglichen.

Der Fokus dieser Station lag auf den Erfahrungen aus der Praxis und der Erörterung, wie die Einführung gelingen kann. Folgende Aspekte wurden erörtert:

Wie gelingt die Einführung?

- Entscheidungen und Commitment durch Vorstand/ Geschäftsführung sind zentrale Grundlage; Vorbildfunktion
- Ziele sind klar definiert
- Kosten- und Nutzen für Unternehmen ist transparent
- Die Belegschaft ist ausreichend informiert.
- Da keine gesetzlichen Vorgaben für eine Umfassende Klimaschutzstrategie inkl. Kompensation vorhanden sind, ist Selbstbindung des Unternehmens relevant. Auf vorhandenen Ansätzen wie Energiemanagement kann aufgebaut werden

Wo gibt es zu erwartende Widerstände?

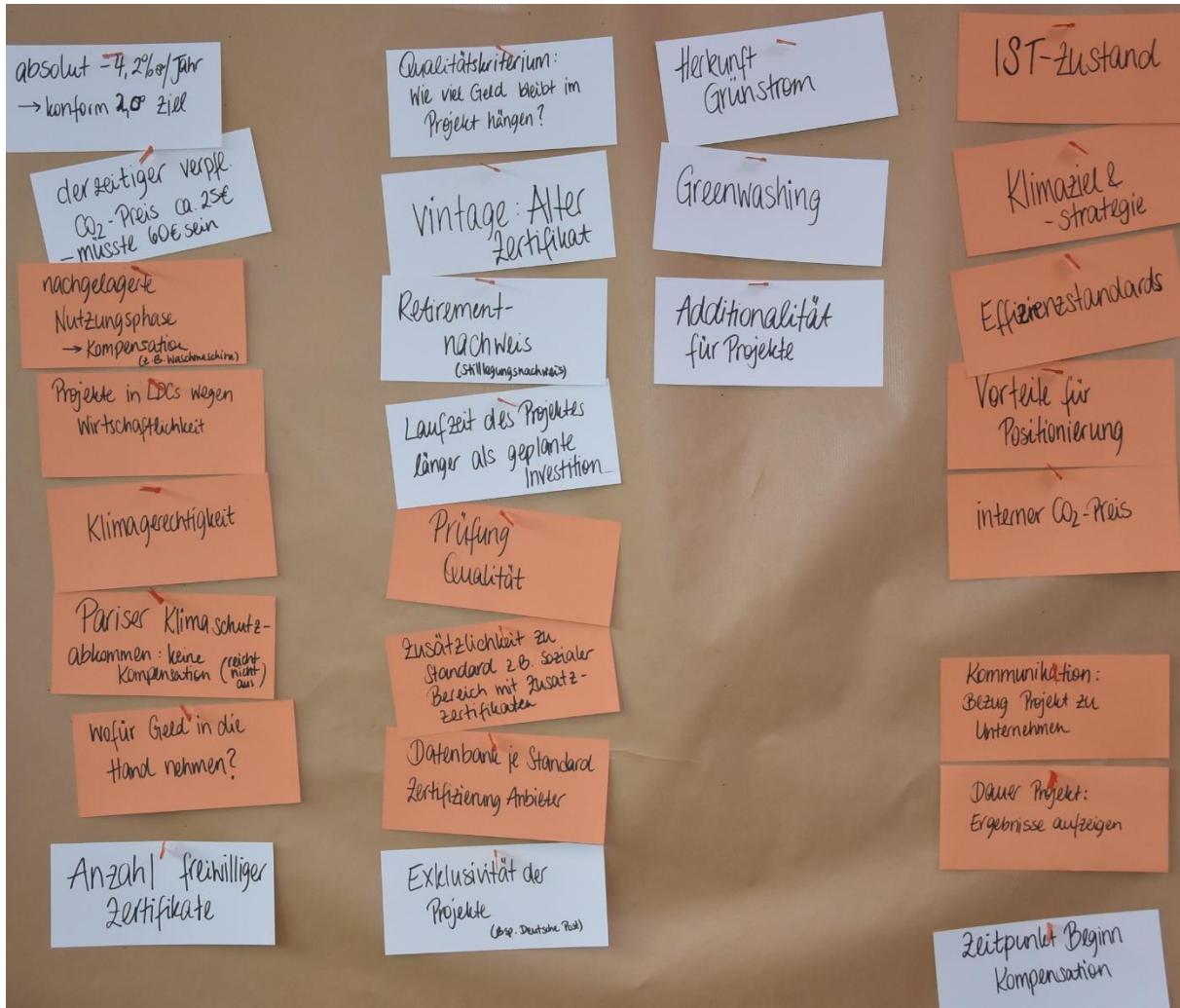
- Widerstände bei einem so großen Projekt, welches alle Teile des Unternehmens berührt sind zu erwarten. Es gibt viele etablierte Arbeitsprozesse und Entscheidungswege, die erstmal formal an die neuen Gegebenheiten angepasst, aber dann durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bzw. Kolleginnen und Kollegen umgesetzt werden müssen.
- Mehraufwand bei umfänglichen sonstigen Aufgaben und weiteren parallelen Projekten
- Statussymbole (z.B. Fahrzeuggrößen) bringen emotionale Widerstände
- Zielkonflikte tauchen mit etablierten Zielen auf unteren Entscheidungsebenen auf
- Alle relevanten Arbeits- und Entscheidungsebenen müssen einbezogen und mitgenommen werden.
- Einbeziehung des Scope 3 stellt sich in vielen Fällen als schwierig dar
- Manche Projekte sind einfacher umzusetzen als andere, werden entsprechend früher Erfolge feiern.

Was sollte beachtet werden?

- Klimaschutzstrategie + Kompensation sollte im unternehmerischen Gesamtziel Platz finden. Das Gesamtkonzept sollte erkennbar sein.
- Kommunikation mit Belegschaft am besten frühzeitig und mit Elementen der Beteiligung
- Synergien nutzen z.B. Aufzeigen, dass Kompensationsmaßnahmen Glaubwürdigkeit des Unternehmens stärkt und Kundenbindung fördert
- Förderung der Innovationskultur im Unternehmen: Kompensation als Teil der Innovationskraft
- Es sollte transparent agiert werden. Dadurch wird die Glaubwürdigkeit gestärkt. Über den Prozess hinweg sollte man glaubwürdig bleiben.
- Kundendruck sollte im Unternehmen kommuniziert werden.
- Klimaschutzmaßnahmen wie Fahrertraining, Schulung zur E-Mobilität

World Café „Methoden der Kompensation“:

Janosch Birkert, First Climate Markets AG, Bad Vilbel



Einteilung des Themas in der Gruppe in 4 verschiedene Bereiche: Grundsätzliches zu Klimazielen und Kompensation, Qualitätskriterien bei der Auswahl des Kompensationsprojektes, Herausforderungen bei der Auswahl, und die Einführung und Umsetzung einer Klimastrategie in einem Unternehmen.

Es heißt, CO₂-Emissionen sollten erst vermieden, dann reduziert und zuletzt kompensiert werden. Jedes Unternehmen muss sich seine Strategie selbst erarbeiten. Es gibt nicht „die eine“ Lösung, da jedes Unternehmen unterschiedlich ist. Die Kompensationsmethoden und -projekte wollen gut ausgewählt sein, damit sie das Unternehmen in seiner Arbeit ergänzen.

Grundsätzliche Anmerkungen des Referenten

- Um mit dem 1,5°-Ziel, das im Pariser Klimaschutzabkommen definiert wurde, konform zu sein, müsste jedes Unternehmen seine absoluten Emissionen um 4,2% pro Jahr reduzieren. Das Pariser Klimaschutzabkommen erkennt Kompensation als Methode der CO₂-Einsparung nicht an; Kompensation allein reicht nicht aus, um die Klimaziele zu erfüllen.

- Der derzeitig verpflichtende CO₂- Preis im Europäischen Emissionshandel (EU ETS) liegt bei ca. 25€ pro Tonne CO₂. Er müsste deutlich höher sein, um den Kosten des Ausstoßes und den Folgen gerecht zu werden. Hier wird zwischen Grenzvermeidungs- und Schadenskosten unterschieden (externalisierte Kosten).
- Kompensationsprojekte sind meistens in Least Developed Countries (LDCs) angesiedelt, weil die Projekte hier am wirtschaftlichsten umgesetzt werden können. Außerdem erlaubt es im Sinne der Entwicklungszusammenarbeit, Umwelttechnologien dem globalen Süden zugänglich zu machen. Ein historischer klimapolitischer Meilenstein ist der Clean Development Mechanismus (CDM).
- In Deutschland gibt es wenige Kompensationsprojekte (ein Beispiel ist MoorFutures). Häufig wurden die erzielten Einsparungen bereits für andere CO₂-Einsparmaßnahmen gezählt. Eine zweifache Zählung sollte vermieden werden.

Qualitätskriterien

- Das Kompensationsprojekt sollte einem bestimmten Standard (Gold Standard, VCS) zugeordnet sein. Jeder Standard steht für eine bestimmte Art von Projekt. Manche nehmen z. B. ebenfalls soziale Punkte auf (Zusätzlichkeiten kommuniziert via SDGs).
- Es gibt keine umfangreiche Datenbank für alle laufenden Kompensationsprojekte. Jeder Standard hat eine eigene Datenbank.
- Die Standards prüfen ihre Projekte ebenfalls auf unterschiedliche Weisen, genauso wie sie die Firmen prüfen, die die Produkte im Endeffekt anbieten.
- Das ausgesuchte Projekt, sollte von längerer Dauer sein als die geplante Investition. Bei längerer Laufzeit der Investition kann man entsprechend über den Fortschritt des Projektes berichten.
- Das Alter des Zertifikats spielt eine wichtige Rolle (Best Practice: VCS max. 5 Jahre, Gold Standard max. 7 Jahre). Es sind noch Zertifikate von Projekten im Umlauf, die vor 10 Jahren bereits erzeugt wurden. Diese sind aus Reputationsgründen kritisch zu betrachten.
- Nach dem Kauf von CO₂-Zertifikaten sollte man auf den Stilllegungsnachweis bestehen, der meist in Ergänzung zu einer Urkunde mitgeliefert wird.
- Ein Projekt kann auch exklusiv für das eigene Unternehmen entwickelt werden und somit eine engere Verbindung zum Produkt oder der Dienstleistung aufweisen.
- Top 5 Qualitätskriterien: Anerkannter Standard, junges Vintage, unvermeidbare Emissionen, lange Laufzeit, Stilllegungsnachweis.

Herausforderungen

- Die Projekte sollten gut ausgewählt sein, damit das Unternehmen damit positive Werbung machen kann.
- Entsprechend gilt es, gezielt einen Kommunikationspfad zu schaffen, der mit den bisherigen Geschäftsaktivitäten eines Unternehmens zusammenpasst.

Einführung und Umsetzung Klimastrategie

- Vor der Zielsetzung und Strategiebestimmung muss der IST-Zustand analysiert werden (CO₂-Fußabdruck).
- Außerdem sollte das Unternehmen Effizienzstandards und einen ambitionierten Klimaziel für sich definieren. Daraufhin können Möglichkeiten der CO₂-Vermeidung, -Reduktion und -Kompensation identifiziert und ausgewählt werden.

- Als Steuerungsinstrument für Klimaschutzaktivitäten können Unternehmen einen internen CO₂-Preis festlegen und damit agieren. Z. B. welche Kosten werden eingespart, wenn jeder Mitarbeiter Bahn fährt?
- Eine Einführung bringt Vorteile für die eigene Positionierung.
- Für die Kommunikationsstrategie hilft es, wenn das ausgewählte Kompensationsprojekt einen Bezug zum Unternehmen hat, z. B. Brunnenbau für Mineralwasserunternehmen. Über die Laufzeit des Projektes kann die Entwicklung entsprechend aufgezeigt werden.

Weitereführende Informationen finden Sie in dem Ratgeber des Umweltbundesamtes „Freiwillige CO₂-Kompensation durch Klimaschutzprojekte“ vom Juli 2018