



LEITFADEN ZUR KLIMANEUTRALITÄT



Liebe Leserin, lieber Leser,

Deutschland und Europa wollen bis 2050 klimaneutral sein. Laut WissenschaftlerInnen des Mercator Research Instituts reicht bei derzeitiger Entwicklung das CO₂-Budget nur noch bis 2028, um das 1,5 °C Ziel zu erreichen. Ohne die genauen Zahlen zu kennen, haben viele Menschen und Unternehmen ihre Gewohnheiten bereits umgestellt und Energieeffizienzmaßnahmen umgesetzt.

In Deutschland wird in vielen Bereichen versucht, den Netto-Ausstoß von Treibhausgasen zu verringern. Bis 2012 waren zunächst nur die energieintensiven Industrien sowie die Energiebranche Teil des Europäischen Emissionshandels. Danach wurde auch der inner-europäische Luftverkehr aufgenommen und seit 2021 hat Deutschland einen nationalen Emissionshandel in den Sektoren Wärme und Verkehr. Höchstwahrscheinlich werden zukünftig noch mehr Bereiche der Wirtschaft in ein CO₂-Bepreisungssystem fallen.

Egal, von welcher Seite man es betrachtet: Mittelfristig muss sich jedes Unternehmen mit seinem Treibhausgas-Abdruck auseinandersetzen. Hier lautet die Devise: Früh anfangen lohnt sich! Eine Umstellung auf Klimaneutralität geschieht nicht von heute auf morgen, doch jede Maßnahme ist ein Schritt in die richtige Richtung und schont auf kurz oder lang nicht nur das Klima, sondern auch Ihren Geldbeutel. In diesem Leitfaden erläutern wir Ihnen, was es mit dem Begriff „klimaneutral“ auf sich hat, wie Sie den CO₂-Abdruck Ihres Unternehmens ermitteln und nachhaltig verkleinern können.

WAS BEDEUTET „KLIMANEUTRAL“?

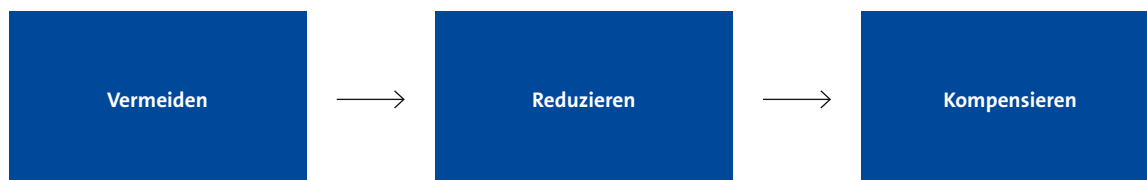
Vereinfacht bedeutet der Begriff klimaneutral, dass durch ein Produkt oder eine Dienstleistung die Menge an klimaschädlichen Gasen in der Atmosphäre nicht erhöht wird. Das unternehmerische Handeln sollte daher keinen negativen oder einen möglichst geringen Einfluss auf das Klima haben. Für Unternehmen gibt es verschiedene Möglichkeiten, um dieses Ziel zu erreichen.

- **Vermeiden + reduzieren:** Klingt einfach und ist es meist auch! In jedem Unternehmen entstehen Treibhausgas-Emissionen durch die Geschäftstätigkeit. Doch oft existieren Einsparpotenziale, die leicht aufzudecken sind. Mit einem individuellen Maßnahmenplan können Sie Ihren CO₂-Ausstoß kontinuierlich reduzieren oder sogar gänzlich vermeiden!
- **Kompensieren:** Die Idee hinter CO₂-Kompensation ist es, die Menge des ausgestoßenen Klimagases an anderer Stelle in gleicher Höhe einzusparen. Hier wird zunächst berechnet, wie viel CO₂-Ausstoß eine bestimmte Aktivität verursacht und wie teuer es wäre, diese auszugleichen. Der errechnete Betrag wird dann an einen spezialisierten Anbieter gesendet, der das Geld wiederrum in Klimaprojekte fließen lässt.



Achtung:

Kompensieren scheint auf den ersten Blick die einfachste und somit effizienteste Möglichkeit, um Ihrem Unternehmen den Stempel „klimaneutral“ zu geben. Doch um wirklich klimafreundlich zu wirtschaften, sollten Sie dieser Faustregel folgen: **CO₂-Emissionen zunächst vermeiden und reduzieren, verbleibende Emissionen kompensieren!**

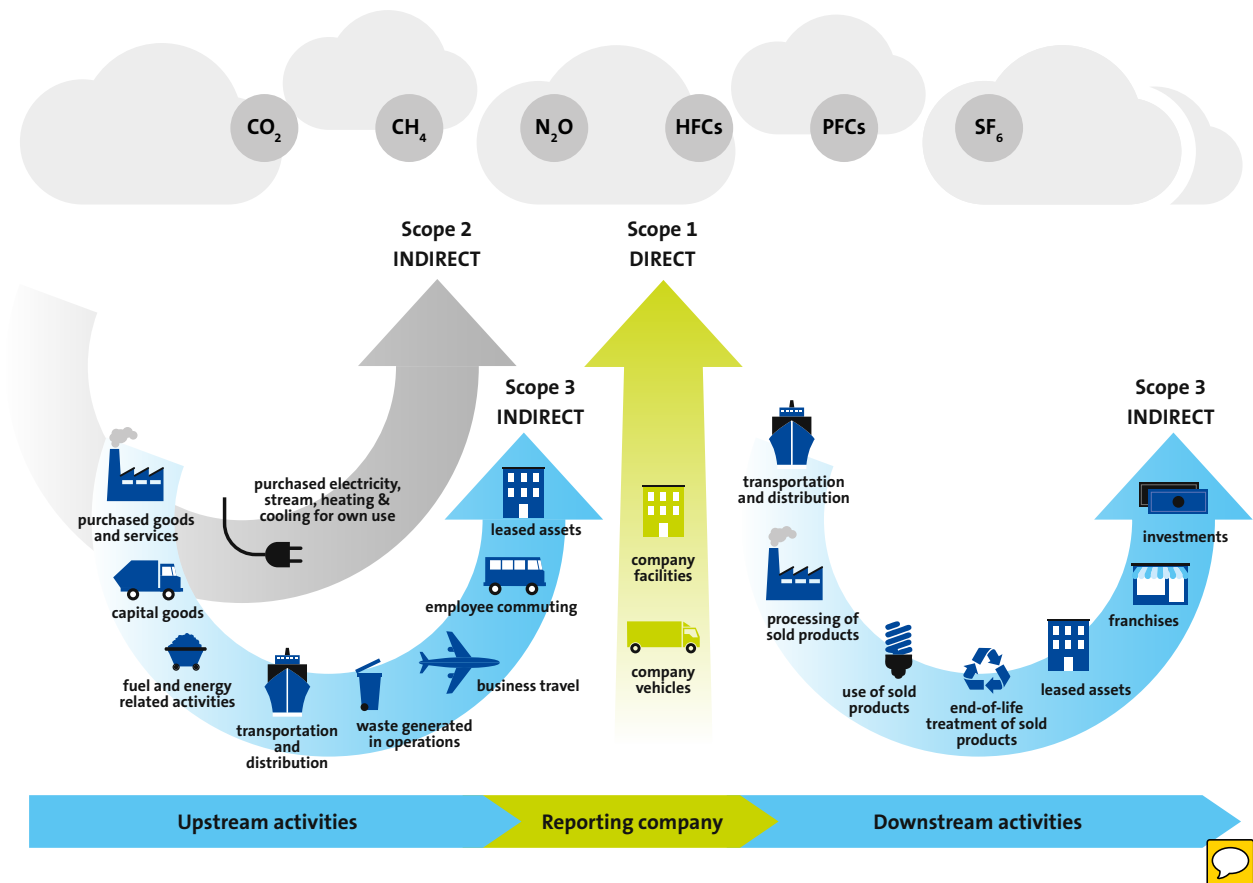


DIE CO₂-BILANZ

Alles beginnt mit der CO₂-Bilanz – auch Klimabilanz, Treibhausgasinventar oder Corporate Carbon Footprint (CCF) genannt. Sie liefert die Datengrundlage für alle weiteren Schritte. Bei der CO₂-Bilanz geht es darum, dass Sie sich ein möglichst genaues Bild der Ist-Situation in Ihrem Unternehmen machen und feststellen, wo Emissionen anfallen (und wie viele). Nur wenn Sie diese Datengrundlage vorliegen haben, können Sie Klimaschutzziele definieren, Einsparpotenziale ermitteln und einen konkreten Maßnahmenplan erstellen, der Sie zu Ihren Zielen führt.

Das Greenhouse-Gas Protokoll (GHG) ist ein weltweit gültiges Instrument zur Berichterstattung über Treibhausgasemissionen. Laut GHG-Protokoll werden die Emissionsquellen eines Unternehmens in drei Kategorien unterschieden:

- **Scope 1:** Direkte Emissionen aus eigenen und kontrollierbaren Verbrennungsprozessen, z.B. stationäre oder mobile Anlagen, chemische Prozesse, eigene Energieerzeugung, etc. Emissionsquellen sind beispielsweise Erdgasheizung, Kraftwerke auf dem Firmengelände, Verbrennungsanlagen, Firmenwagen, Gabelstapler, Kühlgeräte etc.
- **Scope 2:** Indirekte Emissionen aus dem Bezug von leitungsgebundener Energie, z.B. eingekaufter Strom, Dampf, Heizung, Kühlung.
- **Scope 3:** Indirekte Emissionen, die in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette entstehen. Dazu zählen u.a. eingekaufte Güter und Dienstleistungen, deren Transport und Verteilung, Pendeln der ArbeitnehmerInnen, Geschäftsreisen, Abfallentsorgung, etc.



Zur Bilanzierung der Treibhausgase existieren auf internationaler, aber auch nationaler Ebene, viele Dienstleister. Falls Sie noch keine eigenen NachhaltigkeitsexpertInnen im Unternehmen haben, lohnt sich meist die Zusammenarbeit mit einem zertifizierten Dienstleistungsunternehmen, die die CO₂-Bilanzierung für Sie übernehmen – das spart Zeit und damit Ressourcen. Bei vielen Unternehmen liegen ein Großteil der Treibhausgasemissionen und Einsparmöglichkeiten außerhalb Ihres eigenen Handlungsbereichs. Achten Sie bei der Auswahl Ihres Dienstleisters deshalb darauf, dass dieser auch Scope 3 mit einberechnet. Alles andere ist Greenwashing!

ERSTELLUNG EINES MASSNAHMENPLANS

In Ihrer CO₂-Bilanz finden Sie auf einen Blick die größten Quellen für klimaschädliche Emissionen. Doch wie geht es weiter? Falls Sie vorerst auf externe Unterstützung verzichten möchten, sollten Sie strategisch vorgehen. Beginnen Sie mit der Aktivität, die für den größten CO₂-Ausstoß verantwortlich ist und überlegen Sie sich eine oder mehrere Maßnahmen, die Potenzial zum Vermeiden oder Einsparen von Treibhausgasemissionen zeigt. Gehen Sie so die ganze Liste Ihrer CO₂-Bilanz durch. Viele Maßnahmen lassen sich sofort umsetzen. Benennen Sie klar die Zuständigkeit und bis wann die Maßnahme umgesetzt worden sein soll.



TIPP

LESETIPP: „ORGANISATORISCHE SOFORTMASSNAHMEN“

In diesem Leitfaden finden Sie einige Tipps, wie Sie Ihren Energieverbrauch feststellen und langfristig verbessern können. Gehen Sie die Themen Energieverbrauch und CO₂-Emissionen immer gemeinsam an!

Manche Bereiche liegen in der Verantwortung des Managements, doch in vielen Aspekten kennen sich Ihre Mitarbeitenden so gut aus, dass Sie wertvolle Inputs geben können. Besprechen und diskutieren Sie das Thema zusammen mit Ihren Angestellten und beziehen Sie die jeweiligen Abteilungen aktiv in die Ideensammlung für den Maßnahmenplan ein. So motivieren Sie Ihre Mitarbeitenden an der Erreichung der Ziele mitzuarbeiten.

Gerade bei den größeren Posten ist es mit einer Verhaltensänderung meistens nicht getan. Besprechen Sie mit EnergieberaterInnen, wie Sie bei Strom, Heizung und Kühlung Ihre Emissionen verhindern können. Solche Maßnahmen wollen gut geplant sein, doch am Ende sparen Sie nicht nur Emissionen, sondern auch bares Geld. Die Freisetzung von Treibhausgasen im Unternehmen lässt sich in der Praxis besonders durch energieeffizienzsteigernde Maßnahmen reduzieren.

Die Posten in Scope 3 Ihrer CO₂-Bilanz lassen sich teilweise nur schwer beeinflussen, doch auch hier existieren Mittel und Wege, CO₂ einzusparen. Wie können Sie Ihre Mitarbeitenden motivieren, mit den öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Rad zu kommen? Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Zulieferer aus? Wie sind Ihre Waren verpackt und auf welchem Weg werden sie verschickt? Änderungen im Scope 3-Bereich benötigen Zeit und eine Vielzahl an Gesprächen. Oft ist es leichter, erst den CO₂-Abdruck eines einzelnen Produkts „von der Wiege bis ins Grab“ zu neutralisieren. Mit der Erfahrung können dann weitere Projekte angestoßen werden.

TIPP

LESETIPP: „ENERGIEEFFIZIENTE KLIMATECHNIK – RICHTIG HEIZEN, KÜHLEN UND LÜFTEN“

In diesem Leitfaden finden Sie einige Informationen zu typischen Energiefressern und alternativen Methoden, ganz umweltfreundlich Ihren Betrieb am Laufen zu halten.



TIPP

FÖRDERTIPP: „ENERGIEBERATUNG IM MITTELSTAND“

Lassen Sie sich eine qualifizierte Energieberatung mit bis zu 80% bezuschussen.

TIPP

INSPIRATION: „CO₂, ENERGIE & RESSOURCEN“

Der deutsche Kaffeeverband hat seine Geschäftstätigkeiten CO₂-neutral gestellt. Vielleicht passen einige Maßnahmen auf der Checkliste auch zu Ihrem Unternehmen? Weitere Infos zum Best-Practice des Kaffeeverbands gibt's [hier!](#)

KOMPENSATION DER ÜBRIGEN EMISSIONEN

Sie haben auf Grundlage der CO₂-Bilanzierung einen auf Ihr Unternehmen abgestimmten Maßnahmenplan aufgestellt, Verantwortlichkeiten verteilt und bereits Maßnahmen umgesetzt? Höchstwahrscheinlich sind noch Emissionen übrig, die Sie nicht vermeiden oder nur zu einem gewissen Maß reduzieren konnten.

Um den letzten Schritt in Richtung Klimaneutralität zu gehen, können Sie nun Ihre verbleibenden CO₂-Emissionen kompensieren. Die Idee hinter der Kompensierung ist, Klimaschutz- und Erneuerbare-Energien-Projekte zu unterstützen, die durch ihre Arbeit an anderer Stelle CO₂ einsparen, aber ohne Ihre Hilfe nicht durchgeführt werden könnten.



Wie finde ich ein nachhaltiges Kompensationsprojekt?

Die Stiftung Warentest hat Klimazertifikate bewertet und empfiehlt den **Gold-Standard-CER**. Hierbei wird sichergestellt, dass sowohl die Klimakompensation wirklich stattfindet, als auch soziale und Umweltstandards vor Ort eingehalten werden.

Ein klassisches Beispiel ist die Aufforstung von Wäldern, wodurch der Atmosphäre CO₂ entzogen wird. Doch heutzutage werden Kompensationszertifikate aus Aufforstungs- oder Waldschutzprojekten kritisch betrachtet. Zum einen, weil niemand garantieren kann, wie lange der Wald bestehen bleibt, zum anderen, weil sich das geschützte Waldstück zwar häufig prächtig entwickelt, die Abholzung aber schlicht auf ungeschützte Bereiche verlagert wird.



Damit Sie die Projekte nicht selbst durchführen und die Einhaltung gewisser Standards überprüfen müssen, gibt es Dienstleister, die zwischen Kompensationsprojekten und Ihnen vermitteln. Diese stellen Ihnen ein Zertifikat für die kompensierte Menge an CO₂ aus. Je nach Kompensationsprojekt können Sie eine Tonne CO₂ für 5 bis 50 Euro ausgleichen. Aber Achtung: Auch bei den Dienstleistern auf dem Markt gibt es Qualitätsunterschiede. Daher sollten Sie sich überlegen, anstatt des günstigsten Angebots jenes auszuwählen, das gut zu Ihrem Unternehmen passt und hohe soziale Standards einhält.

Mit der Kompensierung sollte Ihr Engagement im Klimaschutz nicht als erledigt angesehen und angehakt werden. Wie beim betrieblichen Qualitätsmanagement heißt das Stichwort: „kontinuierliche Verbesserung“. Bleiben Sie am Thema dran und Sie werden sehen: Es finden sich immer Mittel und Wege, um Prozesse zu optimieren und noch mehr CO₂ einzusparen.

KOMMUNIKATION DER ERFOLGE

Mit der Entscheidung klimaneutral zu werden, tun Sie nicht nur dem eigenen Unternehmen, sondern auch der Umwelt etwas Gutes: Sprechen Sie darüber! Zum einen mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, zum anderen mit weiteren Stakeholdern und Interessengruppen. Für mehr Information dazu, können Sie gerne einen Blick in unsere [Leitfäden für Umweltkommunikation](#) und MitarbeiterInnenmotivation werfen.

Für Fragen und weitere Informationen nutzen Sie:
www.bga-energieeffizienzkampagne.de



BGA

Bundesverband
Großhandel, Außenhandel,
Dienstleistungen e.V.