

CO₂-Management als Nachhaltigkeitshebel

Von der Emissionserfassung zu einer ganzheitlichen Unternehmensstrategie



Emissionen von Treibhausgasen wie CO₂, CH₄, N₂O gelten als Hauptverursacher des anthropogen verursachten Klimawandels. Daneben steigen die öffentlichen und legislativen Anforderungen, das Umweltmanagement sowohl in die Betriebsabläufe als auch die übergeordnete Unternehmensstrategie stärker einzubeziehen. CHEManager befragte zu diesem Thema Prof. Dr. Markus Mau, Professor für Supply Chain Management an der Provdavis Hochschule in Frankfurt-Höchst.

CHEManager: Was verstehen Sie unter dem Begriff des „Nachhaltigkeitshebel“?

Prof. M. Mau: Die Messung von CO₂-Äquivalenten begleitet die gesamte Wertschöpfungskette. Diese beginnt bei der Urproduktion, dem Erzeuger bzw. Lieferanten, erstreckt sich über die verschiedenen Transformations-, Lagerungs- und Transportprozesse des Produkts weiter über den Gebrauch beim Konsumenten bis zum Recyclingprozess. Um die Gesamtemissionen eines Produkts, den CO₂-Fußabdruck, zu ermitteln, muss somit jede Stufe in der Wertschöpfungskette separat betrachtet werden. Im CO₂-Fußabdruck können die Hauptemissionsquellen direkt erkannt werden. Dadurch ist eine Feinjustierung der Nachhaltigkeitsstrategie möglich. Ein Unternehmen kann so mit einem geringen Investitionsvolumen eine maximale Hebelwirkung erzielen.

Nach den Ergebnissen der CHE-Monitor-Befragung vom September 2011 haben derzeit 44% der deutschen Chemieunternehmen ein Nachhaltigkeitsmanagement eingeführt; bei Unternehmen mit weniger als 500 Mio. € Umsatz liegt der Anteil bei nur 22%. Worauf führen Sie dies zurück?



Prof. Dr. Markus Mau, Provdavis Hochschule

Prof. M. Mau: Die Reduktion der CO₂-Emissionen läuft auf freiwilliger Basis. Kleinere Unternehmen scheuen sich noch, solche Projekte zu starten, obwohl auch sie bereits mit geringen Kosten gute Ergebnisse erzielen könnten. Mit geeigneter externer Unterstützung können die erforderlichen Daten zügig zusammengetragen werden, die verblei-

Da die Europäische Kommission die Verpflichtung eingegangen ist, die CO₂-Emissionen bis 2020 um mindestens 30% gegenüber dem Basisjahr 1990 zu reduzieren, ist jeder verpflichtet mitzumachen. Wenn dies auf freiwilliger Ebene nicht funktioniert, ist es nur eine Frage der Zeit, wann konkrete Vorgaben von der EU getroffen werden. Entsprechende Vorarbeiten laufen bereits.

Welche Vorteile bringt das CO₂-Management für ein Unternehmen?

Prof. M. Mau: Die Reduktion der CO₂-Emissionen sind in der Regel mit einer Energieersparnis verbunden und somit aus kaufmännischer Sicht profitabel. Neben der wirtschaftlichen und der politischen Dimension gibt es genug Eigenmotivation, sich als Unternehmen umweltgerecht zu verhalten. Zusätzlich baut sich Druck durch die Abnehmer auf. In Zukunft könnte der CO₂-Fußabdruck eines Produktes zunehmend die Kaufentscheidung des Verbrauchers beeinflussen. Die Verbesserung des CO₂-Manage-

und Korea. Mittelfristig wird es das Ziel sein, die Gesamtleistung des Unternehmens und die Maßnahmen zur Reduktion zu kommunizieren, und nicht absolute Zahlen für ein Einzelprodukt. An entsprechenden international geltenden Vorgaben arbeitet momentan der ISO-Ausschuss.

Ist der CO₂-Hebel der einzige Hebel für Nachhaltigkeit, an dem angesetzt werden sollte?

Prof. M. Mau: Es laufen Aktivitäten, das Wasser-Management zu kontrollieren und in einen Wasser-Fußabdruck zu überführen. CO₂-Äquivalente sind jedoch im Moment der wichtigste Hebel, da sie alle gasförmigen Emissionen abdecken. Außerdem ist uns allen der Zusammenhang zwischen CO₂-Emissionen und der Erderwärmung bewusst. Jeder sieht den entsprechenden Handlungsbedarf. Für die meisten Unternehmen wird der Schwerpunkt daher auf dem CO₂-Management liegen.

■ Kontakt:
Prof. Dr. Markus Mau
Provdavis Hochschule, Frankfurt am Main
Tel.: +49 170 7844108
markus.mau@rhein-main-cluster.de
www.provdavis-hochschule.de

„ Wenn die CO₂-Reduktion auf freiwilliger Ebene nicht funktioniert, ist es nur eine Frage der Zeit, wann die EU konkrete Vorgaben treffen wird. “

benden Aufgaben können intern bearbeitet werden. Größere Unternehmen greifen gern stärker auf externe Hilfe zurück und lassen sich durch den Emissionsreduktionspfad leiten.

ments kann daher für die Unternehmenskommunikation genutzt werden. Dies geschieht auch schon auf sehr unterschiedliche Weise: In Europa sind hier die Engländer und Franzosen Vorreiter, in Asien Japan

