

B.A.U.M. Insights



Unternehmen auf dem Weg zur Klimaneutralität

Editorial	2
Klimakompatible Betriebsabläufe	3
Ein „grünes Netz“ für ein klimaneutrales Deutschland	5
Der Schein kann trügen – Indikatoren für Klimaneutralität	7
B.A.U.M.-Definition zur Klimaneutralität von Unternehmen	9
Stimmen zum Klimaschutzgesetz	10
Einspruch: Anrechnung von Senken? Etikettenschwindel!	14

Aktuelles

News aus dem Netzwerk	14
News von B.A.U.M. e.V.	17
B.A.U.M.-Mitglieder stellen sich vor	22

Partner

Klima-engagierte Unternehmen mit überzeugender Performance	18
--	----

© 123rf.com, michaelalada

B.A.U.M. Insights – Themensponsoren



Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

alles schon klimaneutral oder was? Wer in die Wahlprogramme der Parteien schaut, mag verwundert sein, denn dort liest man weit weniger über die Rahmensetzung für klimakompatible Wirtschaften, als man für erforderlich halten mag. Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht, aber wann, wenn nicht in diesem Bundestagswahlkampf, hätte ich mit dem Wettbewerb der Konzepte um wirksamen Klimaschutz – mal mehr, mal weniger marktbasierend – gerechnet?

Also widmen wir diese Ausgabe von B.A.U.M. Insights wieder Ihnen, unseren Mitgliedern. Herzlichen Dank auf diesem Wege für die überraschend große und positive Resonanz auf die B.A.U.M.-Definition zur Klimaneutralität. Ihre Einschätzungen aus der betrieblichen Praxis helfen uns, das Verständnis zu schärfen, mit dem wir zur Begriffsklärung beitragen wollen. Rechtzeitig zum Klimagipfel in Glasgow werden wir – nach Beratung mit unseren Gremien – unser Konzept der zwei Stufen zur Klimaneutralität konsolidieren und in die politische Diskussion einspeisen. Unser Anliegen: Wir möchten Ihnen Orientierung geben und es auch nicht zu leicht machen. Corona hat gezeigt: Die CO₂-Minderungseffekte waren trotz Lockdowns und Herunterfahrens von Teilen der Wirtschaft nicht so groß, wie zunächst erhofft.

Wir haben einen Globus, einen Himmel. Was tun? Wie verändern wir die Marktmechanismen und Bilanzierungsmethoden so, dass wir auch die Kurve steigender Treibhausgasemissionen nachweislich abflachen, Puffer wieder aufbauen und zugleich Freiheitsgrade erhalten? Die Belastungsgrenzen des Systems Erde sind hinreichend bekannt – seit Jahrzehnten, die Zielstellung von Paris eindeutig. Klar ist: Auch ein 1,5-Grad-Szenario ist nicht nachhaltig – die Risiken werden allenfalls für beherrschbar gehalten. Momentan stehen wir bei 1,2 Grad. Eine Politik des „Weiter so“ birgt existenzielle Risiken, nicht nur für einzelne Marktsegmente. Wir müssen uns ehrlich machen und ehrlich rechnen. Sind die Daten belastbar und anreizrelevant, dann wird es interessant. Unternehmen haben die Möglichkeit, durch ihre Technologien, Dienstleistungen und Partnerschaften weltweit zu Klimaneutralität und mehr Nachhaltigkeit beizutragen. Einige Ansätze stellen wir in dieser Ausgabe vor. Werden Sie mit uns zu „Possibilisten“*! Wenn wir aus Einsicht in die Notwendigkeiten das uns jeweils Mögliche tun, klappt es auch mit der Klimaanpassung.



Ihre

Yvonne Zwick
Vorsitzende, B.A.U.M. e.V.

* Vgl. <https://www.horx.com/42-wie-man-als-possibilist-in-die-zukunft-schaut/>

Klimakompatible Betriebsabläufe

Der Weg zu einem zeitgemäßen Emissions-Management

Das Pariser Klimaschutzabkommen vom Dezember 2015 markiert einen Meilenstein der internationalen Klimaschutzbemühungen. Erstmals wird darin ein völkerrechtlich verbindliches Klimaziel definiert: Der Anstieg der globalen Temperaturen soll auf höchstens 2 °C begrenzt werden. Doch schon heute ist klar, dass staatliches Handeln allein das Klima nicht retten kann. Dem privaten Sektor und insbesondere den Betrieben kommt deshalb eine wichtige Bedeutung zu. Doch was können Unternehmen tun und wie lässt sich Klimaschutz in die Betriebsabläufe integrieren?

Von Mike Hatert

Bei der Planung des betrieblichen Klimamanagements stellt sich die Frage nach dem Begründungszusammenhang. Warum sollte das Einzelunternehmen aktiv werden? „Aus Verantwortung“, ist die naheliegende Antwort. Doch Klimaschutz ist längst kein rein ethisches Thema mehr, sondern untrennbar und ganz direkt mit dem Unternehmenserfolg verbunden. Die öffentliche Diskussion zeigt, dass freiwilliges Engagement von allen Anspruchsgruppen in immer stärkerem Maße erwartet wird. Kein Unternehmen und keine Branche kann es sich mittelfristig leisten, beim Klimaschutz im Abseits zu stehen.

Klimaschutz als Managementaufgabe

Klimaschutz ist heute eine Managementaufgabe von strategischer Bedeutung. Risiken, die sich aus dem Klimawandel für Produktion, Betriebsabläufe und Lieferketten ergeben, müssen ebenso erkannt und gemanagt werden, wie mögliche Chancen, die sich durch die Veränderung der Rahmenbedingungen bieten.

Wie sollten Unternehmen also auf die Herausforderungen des Klimawandels reagieren und welche Möglichkeiten gibt es, aktiv zu werden? Die Antwort liegt in dem bekannten Dreiklang aus Vermeiden, Reduzieren und Kompensieren. Diese Schritte bilden den Nukleus des unternehmerischen

Klimamanagements. Angesichts der Komplexität der Zusammenhänge sollte der Prozess vor- und nachgelagert jedoch um weitere Stufen erweitert werden, um ein optimales Ergebnis zu erzielen. Wir schlagen deshalb einen Dekarbonisierungs-Prozess vor, der insgesamt sechs Stufen umfasst: Analyse, Planung, Vermeidung/Reduktion, Kompensation/Neutralisation, Investition und Kommunikation.

Der Handlungsrahmen: Strategien und Instrumente des betrieblichen Klimaschutzes

1. Analyse

Grundvoraussetzung für ein zeitgemäßes Klimamanagement ist die Inventarisierung der eigenen Treibhausgas-Emissionen. Eine professionelle Berechnung des CO₂-Fußabdrucks liefert die notwendige Datengrundlage. Daran können sich sinnvollerweise weitere Auswertungen anschließen: Spezifische Hotspot-Analysen legen die zentralen Emissionsquellen in den Betriebsabläufen und der Lieferkette offen und ermöglichen Kosten-/Nutzen-Abwägungen. Klimastresstests können dabei helfen, das Risikoprofil des eigenen Unternehmens zu ermitteln, und Benchmarking-Untersuchungen geben Auskunft über die Positionierung im Vergleich zum Wettbewerb.

B.A.U.M. Insights – Themensponsoren



2. Planung

In der Planungsphase geht es darum, den eigenen Dekarbonisierungs-Zielpfad zu definieren, der für jedes Unternehmen individuell festgelegt werden sollte. Dabei gilt es, die eigenen Klimaschutzambitionen zu hinterfragen bzw. diese in Abhängigkeit von der Markt- und Wettbewerbssituation festzulegen. Die Herausforderung besteht darin, die Klimaziele 2 °C-kompatibel zu gestalten und dadurch sicherzustellen, dass der zur Erreichung der Ziele notwendige Klimaschutzbeitrag der individuellen Verantwortung angemessen ist. Die Einführung wissenschaftsbasierter Klimaziele – sogenannter Science Based Targets – ist dafür eine wichtige Voraussetzung. Auf dieser Grundlage lassen sich auch anspruchsvolle Net-Zero-Emissionsstrategien umsetzen.

3. Vermeidung/Reduktion

Die Vermeidung von Treibhausgasemissionen und das Ausschöpfen vorhandener Reduktionspotenziale sind die zentralen Bestandteile jeder glaubwürdigen Klimastrategie. Dabei sollten insbesondere auch Einspar- bzw. Vermeidungspotenziale in der Liefer- und Wertschöpfungskette berücksichtigt und die Partner entsprechend eingebunden werden. Neben der Umsetzung von Effizienzmaßnahmen ist die Beschaffung und Nutzung von Grünstrom eine wichtige Möglichkeit, um den unternehmerischen CO₂-Fußabdruck nachhaltig und effizient zu reduzieren. Dafür stehen verschiedene Instrumente wie der Kauf von Herkunftsnachweisen oder der Abschluss von bilateralen Lieferverträgen mit Betreibern von Erneuerbare-Energien-Anlagen – sogenannte Power Purchase Agreements – zur Verfügung.

4. Kompensation/Neutralisation

Als Ergänzung zur Reduktion vermeidbarer Treibhausgasemissionen spielt der Ausgleich unvermeidbarer Emissionen aus der Geschäftstätigkeit eine wichtige Rolle im unternehmerischen Klimaschutz. Er erfolgt durch den Erwerb von Emissionsminderungsnachweisen aus zertifizierten internationalen Klimaschutzprojekten. Für die CO₂-Kompensation werden dazu Projekte herangezogen, die vermeiden, dass neue CO₂-Emissionen entstehen. Alternativ können auch CO₂-Senkenprojekte genutzt werden, die der Atmosphäre aktiv CO₂ entziehen. Man spricht in diesem Fall von Neutralisation. Durch CO₂-Kompensation und -Neutralisation können Unternehmen einen schnell wirksamen und effizienten Beitrag zum Klimaschutz leisten.

5. Investition

Die Bereitstellung ausreichender Finanzmittel ist eine unabdingbare Voraussetzung für wirksamen Klimaschutz und auch dazu können Unternehmen einen entscheidenden Beitrag leisten. Neben der Investition in neue, effiziente Technologien und Prozesse sowie der Unterstützung von Projekten durch den Kauf von CO₂-Zertifikaten ist in diesem Zusammenhang auf Unternehmensseite auch an die Entwicklung eigener Klimaschutzprojekte zu denken, die dann zur exklusiven Nutzung zur Verfügung stehen.

6. Kommunikation

Zum betrieblichen Klimaschutz gehört schließlich auch die Kommunikation. Sie ist wichtig, um das eigene Unternehmen gegenüber Kunden, Investoren und anderen Stakeholdern zu positionieren. Überzeugende Kommunikation kann außerdem dabei helfen, andere zum Klima-Handeln zu bewegen. Wichtig ist in jedem Fall, auf größtmögliche Transparenz zu achten. Die Berichterstattung an bzw. die Zusammenarbeit mit Initiativen wie CDP und RE100 unterstützt die Außenwirkung – ebenso wie die Auditierung des eigenen Engagements durch unabhängige Prüfinstitute.

Fazit

Zeitgemäßes betriebliches Klimamanagement ist ein Marathon, kein Kurzstreckensprint. Unternehmen, die sich in entsprechender Weise engagieren möchten, sollten sich Zeit für eine an die individuelle Situation angepasste Planung nehmen und sich von einem erfahrenen Partner professionell unterstützen lassen. Die Effektivität der eingeleiteten Maßnahmen zur Reduktion des eigenen CO₂-Fußabdrucks und die Qualität der für den Ausgleich der Emissionen unterstützten Klimaschutzprojekte sind von außerordentlicher Bedeutung für den Erfolg der Maßnahmen. Sie sind maßgebend für die Glaubwürdigkeit des eigenen Klimaschutz-Engagements, die durch transparente und offene Nachhaltigkeits-Kommunikation wirksam unterstützt werden kann. ■

MIKE HATERT

ist Head of Renewables und Vertriebschef für den DACH-Raum bei dem international tätigen Klimaschutzdienstleister First Climate in Bad Vilbel bei Frankfurt a.M. In dieser Funktion berät und unterstützt er Unternehmenskunden bei der Erreichung ihrer Klimaziele. Der ausgewiesene Energiespezialist ist Diplom-Ingenieur, hochschulzertifizierter Energiewirtschaftsmanager sowie Energiemanager IHK und verfügt über mehr als 15 Jahre Berufserfahrung.



Ein „grünes Netz“ für ein klimaneutrales Deutschland

Die Telekommunikationsbranche spielt eine Schlüsselrolle bei der Bewältigung des Klimawandels. Denn sie stellt die digitale Infrastruktur zur Verfügung, die Deutschland braucht, um Klimaziele mit digitalen Technologien und nachhaltigen Lösungen zu erreichen. Unternehmen und Menschen nutzen diese digitale Infrastruktur nicht zuletzt dazu, um klimaschonende Geschäftsmodelle und Anwendungen zu verwirklichen und einen besseren Alltag zu schaffen. Wie wichtig das ist, zeigt eine Studie des Branchenverbands Bitkom. Demnach lassen sich allein durch digitale Technologien in Deutschland im Jahr 2030 bis zu 37 Prozent der Treibhausgas-Emissionen einsparen.

Von Valentina Daiber

Das Potenzial digitaler Technologien für den Klimaschutz ist groß. Die kürzlich von der Bundesregierung beschlossene Verschärfung des Klimaschutzgesetzes sollte daher ein weiterer Ansporn zur Digitalisierung sein. Denn diese wird einen wichtigen Beitrag dazu leisten können und müssen, dass Deutschland bis 2030 65 Prozent weniger Treibhausgasemissionen als 1990 aufweist und schließlich 2045 klimaneutral ist. Um das Potenzial zu heben, muss insbesondere in den emissionsintensiven Bereichen Energie, Verkehr und Industrieproduktion die Digitalisierung beschleunigt werden. Denn wie eine Bitkom-Studie aus diesem Jahr zeigt, lassen sich durch die beschleunigte Digitalisierung bis 2030 im Energiesektor bis zu 23 Megatonnen CO₂ einsparen, 28 Megatonnen im Verkehrsbereich und sogar 61 Megatonnen in der industriellen Fertigung. Zur Einordnung des Potenzials: In Deutschland wurden im Jahr 2020 insgesamt rund 739 Megatonnen Treibhausgase freigesetzt.

Mit Mobilfunk und Digitalisierung Klimaziele erreichen

Für den Energiesektor bedeutet dies nun insbesondere, dass die Energiewende gelingen muss. Insgesamt lag der Anteil der erneuerbaren Energien am Strommix in Deutschland 2020 bei über 50 Prozent (Quelle: Fraunhofer-Institut für Solare Energiesysteme). Damit die Digitalisierung in Deutschland auf grünen Füßen steht, benötigen wir mehr Strom aus erneuerbaren Energien. Und dazu wiederum müssen Energienetzbetreiber und -versorger die dezentrale Energieerzeugung bewältigen, immer mehr Quellen für erneuerbare Energie über Telekommunikationsnetzwerke überwachen und Stromflüsse steuern. Nur durch die Verbindung mit Telekommunikationsleistungen werden die entsprechenden Stromnetze zu Smart Grids. Sie ermöglichen es, dass der Strom an verschiedenen Orten gespeichert oder verbraucht wird und das Stromnetz dennoch stabil bleibt.

Menschen nutzen Telekommunikationslösungen und helfen so, das Verkehrsaufkommen zu reduzieren. Mit Videokonferenzen statt Präsenzmeetings und Virtual Reality statt Messebesuch werden Geschäftsreisen ersetzt. Eine 2020 veröffentlichte Studie der Berliner Denkfabrik IZT im Auftrag von Greenpeace zeigt, dass der CO₂-Ausstoß im Verkehr in Deutschland um 5,4 Millionen Tonnen pro Jahr sinken könnte, wenn 40 Prozent der Arbeitnehmer:innen dauerhaft zwei Tage die Woche im Homeoffice arbeiten. Das entspricht 18 Prozent aller Emissionen, die durch das Pendeln entstehen. Wer dennoch unterwegs ist, kann die eigene Mobilität über den Mobilfunk und die intelligente Verknüpfung der unterschiedlichen Verkehrsträger optimieren oder Sharing-Dienste nutzen. Reisende profitieren von anonymisierten Mobilfunkdaten zur Berechnung von Verkehrsströmen. Dadurch werden Staus verringert, CO₂-Emissionen gesenkt und Fahrpläne sowie Fuhrparkkapazitäten im öffentlichen Bereich optimiert. Auch in der intermodalen Logistik – See, Luft, Straße – und Warenwirtschaft werden Warenströme noch präziser gesteuert, um etwa Leerfahrten zu vermeiden.

In der Industrieproduktion werden Maschinen mit Maschinen über den Mobilfunk vernetzt. Internet-of-Things-Lösungen und Sensorik optimieren Produktionsabläufe. Dies bietet ein enormes Potenzial zur Senkung der CO₂-Emissionen. Denn vernetzte Maschinen arbeiten reibungslos miteinander und produzieren weniger Ausschuss. Eventuelle Störungen können frühzeitig durch vorausschauende Instandhaltung vermieden werden – all das wird unter dem Stichwort „Predictive Maintenance“ entwickelt. Zudem können Maschinen in Leerzeiten automatisiert abgeschaltet und ihre Lebensdauer verlängert werden.

Ein „grünes Netz“ braucht Stromeffizienz und erneuerbare Energien

Die immer schneller voranschreitende Digitalisierung ging im O₂ Netz in den vergangenen 5 Jahren mit jährlichen Steigerungen des Datenvolumens von bis zu 60 Prozent einher. Umso wichtiger ist es, schon heute eine digitale Netzinfrastruktur mit Netto-Null-Emissionen zur Verfügung zu stellen. Also eine Infrastruktur, die unter dem Strich keine unternehmenseigenen Treibhausgas-Emissionen verursacht. Entsprechende Maßnahmen sind im Responsible Business Plan 2025 von Telefónica hinterlegt. Dieser 5-Jahres-Plan ist das Steuerungsinstrument unseres Nachhaltigkeitsmanagements und beinhaltet 76 Nachhaltigkeitsmaßnahmen,

die teils mit bonusrelevanten quantitativen und teils mit qualitativen Zielen hinterlegt werden. 27 dieser Maßnahmen zahlen direkt auf den Schwerpunkt „Umwelt & Klima“ ein. Besonders wichtige Ziele für ein grünes Netz: Wir wollen den Stromverbrauch pro Byte bis 2025 im Vergleich zu 2015 um mindestens 82 Prozent senken und die Grünstromqualität steigern.

Zentral zur Erreichung der Energieeffizienzziele sind vor allem die 5G-Einführung, der 4G-Ausbau und die 3G-Abschaltung sowie stetige Modernisierungen im Netz. Denn 5G verbraucht bis zu 90 Prozent weniger Strom pro Byte als die Vorgängergenerationen. Auch an der Qualität des Grünstroms arbeiten wir. Für einen Telekommunikationsanbieter reicht es nicht, zu 100 Prozent Grünstrom einzukaufen, wie wir es bereits seit 2016 machen. Denn für angemietete Mobilfunkstandorte, etwa private Dachflächen, haben Unternehmen keine Einkaufshoheit. Im Falle des O₂ Netzes bedeutete dies, dass Ende 2020 noch zwei Prozent des Gesamtstromverbrauchs nicht unbedingt durch Grünstromeinkauf gedeckt waren. Diesen Anteil neutralisieren wir derzeit durch den Kauf von Herkunftsnachweisen. Auch diesen geringen Anteil werden wir noch weiter reduzieren.

Darüber hinaus wollen wir u.a. mit Power Purchase Agreements in Anlagen zur Herstellung erneuerbarer Energien investieren. Diese langfristigen Stromabnahmeverträge mit Energieerzeugern erlauben es diesen, beispielsweise Windräder oder andere alternative Energiequellen für das O₂ Netz zu betreiben.

Ein digitales, klimaneutrales Deutschland begrenzt die Erderwärmung

Ich bin überzeugt, dass Deutschland mit der beschleunigten Digitalisierung auf dem richtigen Weg zur Klimaneutralität ist und einen entscheidenden Beitrag zum Pariser Klimaabkommen und dem 1,5-Grad-Ziel leisten wird. Wir sind besser als wir glauben. ■

VALENTINA DAIBER

kam 1999 zu Telefónica Deutschland (damals Viag Interkom). Seit dem 1. August 2017 ist sie Vorständin Recht & Corporate Affairs. In dieser Funktion verantwortet sie die Bereiche Recht, Compliance, Corporate Security und Datenschutz, die Regulierungsarbeit, die Beziehungen zu Behörden und Regierungsstellen und den Bereich Corporate Responsibility.

Der Schein kann trügen – Indikatoren für Klimaneutralität

Will ein Unternehmen klimaneutral werden, stellt sich die Frage nach den Indikatoren, anhand derer eine seriöse Neutralität entwickelt wird. Mit Blick auf die gängige Praxis gibt es nicht den einen richtigen Weg zur Klimaneutralität. Viele Wege führen dorthin – auch solche, die zwar den Anschein der Klimaneutralität erwecken, aber das Ziel verfehlen.

Von Anja Grothe und Matthias Teller

Einzigster Indikator für die Klimaneutralität ist oft der CO₂-Fußabdruck. Für Unternehmen bzw. Institutionen hat sich als internationaler Standard zu dessen Ermittlung das Greenhouse Gas Protocol durchgesetzt. Davon abgeleitet ist die ISO 14064. Diese gängigen Standards lassen bei der Auswahl von Berechnungsmethoden und Datenquellen große Freiheiten. Für drei Bereiche (Scopes) werden die anfallenden Treibhausgase in CO₂e bilanziert (DENEFF, GUTcert, ÖKOTEC, 2020; s. Abb. 1).

Während direkte Emissionen (Scope 1) und indirekte Emissionen (Scope 2) recht genau ermittelt werden können, ist es sehr aufwändig, die indirekten THG-Emissionen zu erfassen, die aus vor- und/oder nachgelagerten Prozessen entstehen (Scope 3), z.B. aus der Anlieferung von Produkten oder ausgelagerten Prozessen. Die Wertschöpfungskette kann sehr lang sein. Dann sind pragmatische Entscheidungen zu treffen, bis wohin das Unternehmen sich in der Verantwortung sieht.

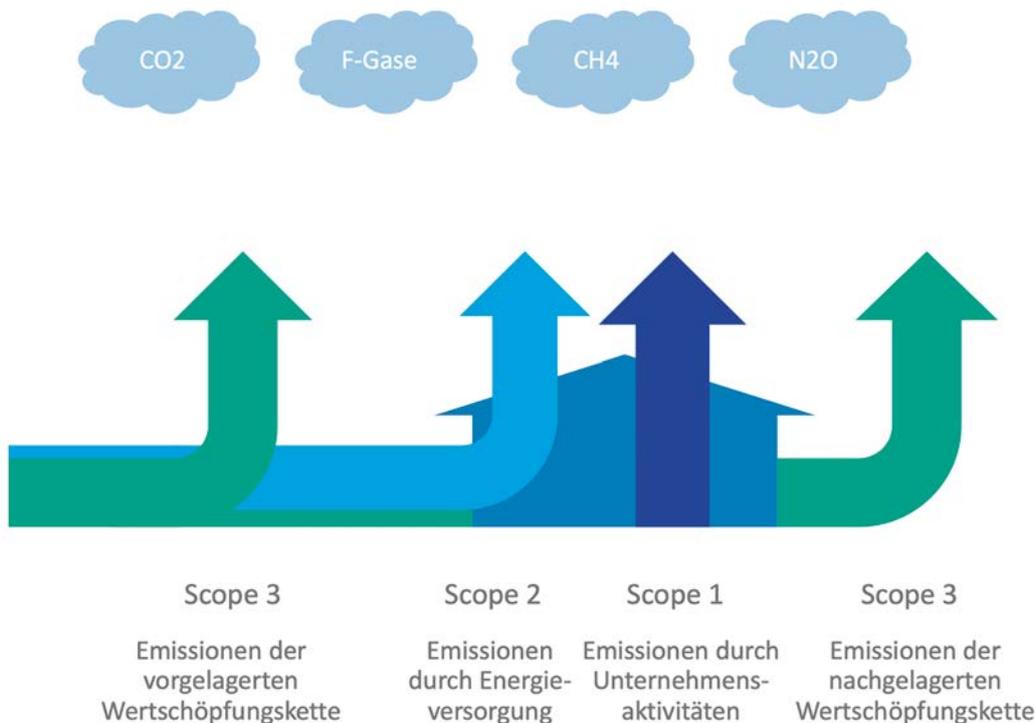


Abb.1: Emissionsquellen-systematik nach GHG-Protocol (eigene Darstellung)

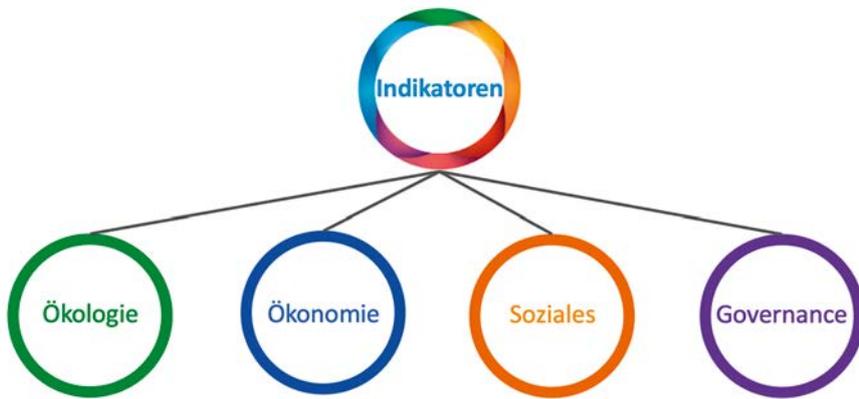


Abb.2: Dimensionen der Nachhaltigkeitsperformance (eigene Darstellung nach Grothe, A. & Teller, M., 2016)

Dass es hierbei mehrere Wege zur Klimaneutralität mit unterschiedlicher Seriösität gibt, hat folgende Gründe:

- Es gibt keine eindeutigen Vorgaben, welche Emissionen für die Neutralstellung erfasst werden müssen. Den Unternehmen bleibt überlassen, für sich festzulegen, wie weit die Verantwortlichkeit für die Emissionsquellen reicht, wo folglich die Bilanzgrenzen gezogen werden. So besteht praktisch keine Vergleichbarkeit in Bezug auf Klimaneutralität zwischen Unternehmen.
- Unternehmen können frei entscheiden, auf welchem Weg sie die Klimaneutralität ihrer Geschäftsprozesse erwirken wollen. Vermeidung, Einsparung und Kompensation werden gleichrangig behandelt. Es ist also durchaus möglich, Einsparmaßnahmen zu umgehen und stattdessen Kompensationsmöglichkeiten zu nutzen – nach dem Motto „sündige ruhig, es gibt ja den Ablasshandel“.
- Außerdem gibt es kein Zertifikat zur Klimaneutralität, das einer offiziellen Norm unterliegt. Ein Unternehmen kann zwischen verschiedenen Zertifikatgebern wählen. Hier findet folglich ein Wettbewerb statt, der großzügige Handhabung begünstigen kann.

Was also schützt ein Unternehmen davor, zu lax mit seiner Entwicklung in Richtung Klimaneutralität umzugehen? Was kann darin unterstützen, den Pragmatismus bezüglich der Bilanzierungsgrenzen nicht zu weit zu treiben? Wie lässt sich verhindern, dass – um es einmal in der Überspitzung deutlich zu machen – nicht die Entlohnung der Beschäftigten knapp gehalten wird, um genügend Finanzmittel für Kompensationszahlungen zu haben und so ohne sonderliche Bemühungen zu den „Klimaschutzhelden“ zu gehören?

Umfassendes Set an Nachhaltigkeitsindikatoren nutzen

Eine Möglichkeit liegt in der konsequenten Bewertung und Verbesserung der eigenen Nachhaltigkeitsperformance, zu der die Klimaneutralität gehört. Indem als Indikator für die Klimaneutralität nicht nur die Bilanz der THG-Emissionen, sondern ein umfassendes Set an Indikatoren für die Nach-

haltigkeitsperformance des Unternehmens genutzt wird, lässt sich der Weg zur Klimaneutralität realistisch, transparent und steuerbar beschreiten – mit vergleichsweise moderatem Aufwand und unter Nutzung verfügbarer Bewertungsverfahren (Grothe, A., 2016). Dadurch gelangt in den Blick, wo noch Emissionsreduzierungen bzw. -einsparungen in Scope 1 und 2 anstehen. Erfasst wird auch, ob Kompensationen nicht zu Lasten sozialer Verbesserungen erfolgen, ob Lieferantenmanagement in Scope 3 die Verantwortlichkeit für die Klimaneutralität kontinuierlich auf alle Wertschöpfungsketten ausdehnt und ob das Unternehmen darüber hinaus seine Verantwortung für eine Entwicklung der Gesellschaft in Richtung Klimaneutralität wahrnimmt.

Indikatoren für Klimaneutralität sollten deshalb vier Dimensionen erfassen und im Detail bewerten (s. Abb.2):

- In der ökologischen Dimension liegt der Fokus auf all jenen Prozessen und Aktivitäten des Unternehmens, die unmittelbar zu THG-Emissionen beitragen.
- Inwiefern die Aktivitäten des Unternehmens in Richtung Klimaneutralität auf einem soliden wirtschaftlichen Fundament stehen, erfasst die ökonomische Dimension.
- Ob hierbei den Beschäftigten zukunftsfähige Arbeitsbedingungen geboten werden, bewerten die Indikatoren der sozialen Dimension.
- Und in der Dimension Governance liegt der Fokus auf der gesellschaftlichen Verantwortlichkeit des Unternehmens.

Mögliche Bewertungsverfahren

Eine Methode für solch eine umfassende Bewertung der Nachhaltigkeitsperformance ist das Kriterien- und Indikatorenmodell für Nachhaltigkeit (KIM). Es ist ein Selbstbewertungsinstrument, das mit ca. 260 Indikatoren in qualitativen Fragen und unternehmensspezifischen Kennzahlen eine quantifizierte Darstellung der gelebten Nachhaltigkeit liefert. Dabei verfolgt KIM ein didaktisch-partizipatives Prinzip, indem die Analyse mittels Online-Fragebogen eine breite Beteiligung von Mitarbeitenden und Führungskräften ein-

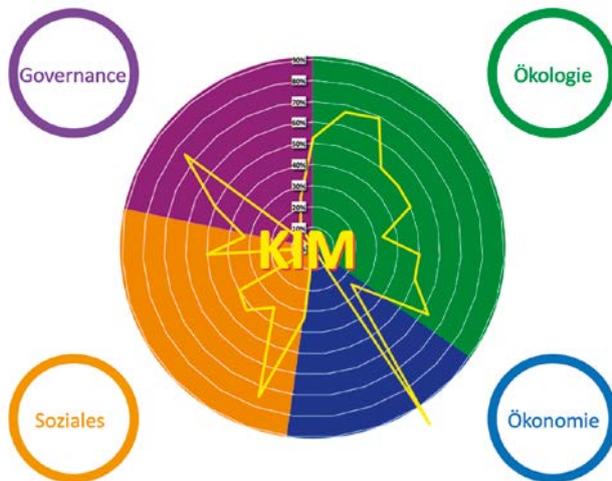


Abb.3: Beispiel einer Analysesystematik (eigene Darstellung)

schließt. KIM ermöglicht Unternehmen eine selbstständige Reflexion der eigenen Nachhaltigkeitsleistung in den oben genannten vier Dimensionen. Die Methode beruht auf den Grundannahmen, dass Nachhaltigkeit einen Prozess darstellt und gelebte Nachhaltigkeit und Klimaneutralität innerhalb eines Unternehmens nur dann existieren kann, wenn Mitarbeitende in diesen Prozess umfassend involviert werden. Das Analyseergebnis zeigt deutlich, wo Handlungsbedarf besteht in Bezug auf die Nachhaltigkeitsperformance sowie die Art und Weise, zu Klimaneutralität zu gelangen (s. Abb.3).

Eine weitere Methode ist die Entwicklung einer Sustainable Balanced Scorecard (SBSC) für die Strategie „Klimaneutralität“. Der Zweck der SBSC besteht zunächst darin, die Strategie in konkrete Ziele und Kennzahlen zu übersetzen und dabei ökologische und soziale Aspekte explizit in das Managementsystem zu integrieren. Typischerweise wird die (S)BSC top-down entwickelt. Durch ein schrittweises Vorgehen durch alle Perspektiven (Finanz-, Kunden-, Prozess- sowie Lern- und Entwicklungsperspektive) der Balanced Scorecard werden die strategierelevanten Nachhaltigkeitsaspekte mit den ökonomischen Aspekten für alle vier Perspektiven und die darin enthaltenen Kennzahlen kausal miteinander verknüpft. Das Ergebnis dieses Prozesses ist ein hierarchisches

Quellen

DENEFF, GUTcert, ÖKOTEC (2020) (Hg.): *Vom Energiemanagement zum Klimamanagement*, Berlin.
 Grothe, A. (2016) (Hg.): *Bewertung unternehmerischer Nachhaltigkeit. Modelle und Methoden zur Selbstbewertung*, Berlin.
 Grothe, A. & Teller, M. (2016): *Das Kriterien- und Indikatorenmodell (KIM) zur Bewertung von Nachhaltigkeit*, in: Grothe, A. (2016), S. 103-121.
 Schaltegger, S. (2016): *Nachhaltigkeit managen mit der Balanced Scorecard*, in: Grothe, A. (2016), S. 41-57.

Geflecht an Kausalbeziehungen (sog. Strategiekarte), das widerspiegelt, wie die Strategie „Klimaneutralität“ erfolgreich umgesetzt werden sollte. Ist die SBSC bezüglich der Perspektiven und der Strategiekarten erstellt, so offeriert sie als Managementsystem eine systematische Vorgehensweise für das strategische Nachhaltigkeitsmanagement, die in einem Kennzahlensystem mündet. Damit bietet sich die SBSC als Strukturierungsrahmen für ein operatives Nachhaltigkeitscontrolling auch in Bezug auf das Erreichen von Klimaneutralität an (vgl. Schaltegger, S., 2016).

PROF. DR. ANJA GROTHE

ist Professorin für Nachhaltigkeitsmanagement an der Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin. Sie gründete dort 1997 das Institut für Ressourcenschonung, Innovation und Sustainability (IRIS e.V.), später SUSTAINUM Institut für zukunftsfähiges Wirtschaften. Seit August 2013 ist sie Senior Consultant bei SUSTAINUM Consulting.

DR.-ING. MATTHIAS TELLER

war 2010-2013 Geschäftsführer des SUSTAINUM Instituts für zukunftsfähiges Wirtschaften und ist seitdem Mitinhaber der SUSTAINUM Consulting, wo er vor allem beratend und als Gestalter innovativer Workshopkonzepte tätig ist.

B.A.U.M.-Definition zur Klimaneutralität von Unternehmen

Viele Unternehmen werben damit, „klimaneutral“ werden zu wollen. Doch was bedeutet das? B.A.U.M. greift in dem Wissen, dass der Begriff „Klimaneutralität“ umstritten ist, diese Frage auf. Wir beschreiben mit der Initiative „Wirtschaft pro Klima“ eine transparente und glaubwürdige Vorgehensweise bei der Vermeidung, Reduzierung und Kompensation von CO₂eq bis hin zu einer nachvollziehbaren Klimaneutralität eines Unternehmens, die bestätigt und von B.A.U.M. attestiert wird.

„Klimabewusstes Unternehmen“ (Stufe 1):

- Teilnahme bei „Wirtschaft pro Klima“ und Zustimmung zum Bekenntnis der Initiative
- THG-Bilanz nach internationalen Standards für den Hauptstandort bzw. das Gesamtunternehmen für ein max. zwei Jahre zurückliegendes Bilanzjahr unter Einbeziehung der als wesentlich identifizierten Scope-3-Emissionen
- Zielsetzung und Maßnahmenbeschreibung zur Reduktion der THG-Emissionen
- Kompensation aller nicht vermeidbaren THG-Emissionen aus Scope 1 und 2
- Zeitplan für die qualifizierte unternehmensweite Klimaneutralität

„Im Wesentlichen klimaneutrales Unternehmen“ (Stufe 2): zusätzlich

- Vermeidung, Reduktion und im letzten Schritt Kompensation aller als wesentlich eingestuft THG-Emissionen aus Scope 3 für das Gesamtunternehmen
- qualifizierte unternehmensweite Klimastrategie
- Prüfung und Verifizierung der Klimaziele des Unternehmens mit dem „Science Based Target“-Ansatz

„Vollständig klimaneutrales Unternehmen“ (Stufe 3): zusätzlich

- Vermeidung, Reduktion und im letzten Schritt Kompensation aller nicht vermeidbaren Treibhausgasemissionen für das Gesamtunternehmen

Weitere Informationen: <https://www.wirtschaftproklima.de/klimaneutralitaet>

Stimmen zum Klimaschutzgesetz

In der Initiative „Wirtschaft pro Klima“ engagieren sich Unternehmen für Klimaschutz und Klimaneutralität. Einige haben wir um eine Einschätzung des neuen, im Juni vom Bundestag beschlossenen Klimaschutzgesetzes gebeten.

Prof. Dr. Klaus-Michael Ahrend *Vorstand, HEAG Holding AG*



Mit der Novellierung des Klimaschutzgesetzes unterstreicht die Bundesregierung die hohe Bedeutung der Transformation zu einer klimabewussten Wirtschaft. Die darin enthaltenen Ziele, die Klima-Emissionen bis 2030 um 65 (statt bisher 55) Prozent und bis 2040 um 88 Prozent gegenüber 1990 zu mindern, sind zu begrüßen. Auch soll Deutschland nun bereits 2045 klimaneutral werden und damit fünf Jahre

früher als ursprünglich geplant. Auch gibt die sektorenbezogene jährliche Treibhausgas-Budgetierung den Unternehmen einen klaren Planungshorizont. Gleichwohl verdeutlicht das Gesetz ein hohes Maß an weiterer Handlungsnotwendigkeit, auch aufgrund der zu mehr Konkretisierung mahnenden Urteils des Bundesverfassungsgerichts.

Viele Unternehmen haben sich bereits seit Jahren auf die Entwicklung eingestellt und ihre Geschäftsmodelle bewusst

weiterentwickelt, so auch die HEAG Gruppe aus Darmstadt. Sie erbringt Dienstleistungen der Daseinsvorsorge. Bei der Entega AG umfasst die Bereitstellung von Ökostrom und CO₂-neutralem Gas auch den Ausbau von regenerativ erzeugtem Strom und von grüner Wärme. Die HEAG Mobilo realisiert ÖPNV mit Straßenbahnen und zunehmend mit Elektrobussen; zusätzlich werden Car- und Bikesharing, On Demand Shuttles, Elektro-Ladesäulen sowie eine Fahrgemeinschafts-App angeboten. Die Nutzung des eigenen Fahrrads (und weitere Ansätze) werden über die Darmstadt-im-Herzen-App der HEAG mit Klimaherzen belohnt. Diese Klimaherzen werden gesammelt und Bäume in der Region gepflanzt.

Für die Erreichung der Ziele des Klimaschutzgesetzes bedarf es weiterer Maßnahmen. Dazu zählen vor allem: (1) Erleichterung des Ausbaus der regenerativen Erzeugung von Strom, Wärme und Wasserstoff, (2) Unterstützung des Auf- und Ausbaus nachhaltiger Geschäftsmodelle durch Politik, Kammern und Verbände (z.B. durch Vorstellung von positiven Beispielen) und (3) Ökologische Steuerreform für Unternehmen (z.B. Anreize für Klimaschutz-Innovationen und Investitionen) und für Bürger:innen (z.B. Pendlerpauschale zugunsten ÖPNV, Car- und Bikesharing).

Dr. Roland Geres *Managing Partner, FutureCamp*



Für eine Einordnung des Klimaschutzgesetzes ist ein Blick auf Europa geboten. Die im Klimaschutzgesetz nach dem Entscheid des Verfassungsgerichts schnell vorgenommenen Veränderungen nehmen vorweg, was in der neuen EU-Rechtslage absehbar ohnehin notwendig gewesen wäre. Da sind zum einen die deutlichen Verschärfungen im bestehenden Emissionshan-

del, die in der Energiewirtschaft und Industrie zu weiteren Emissionsreduktionen führen werden. Zum anderen folgen aus dem ambitionierteren Ziel der EU auch Veränderungen in der EU-Lastenteilung für die nicht vom bestehenden EU-Emissionshandel erfassten Sektoren, insbesondere Verkehr und Gebäude. Klar, dass Deutschland hier überproportionale Beiträge liefern muss – so wie im Klimaschutzgesetz auch vorgesehen. Hinzu kommt, dass auch die Forstwirtschaft und der Kohlenstoffbestand in den Böden endlich Teil der nationalen Klimapolitik wird. Auch hierfür gibt es seit 2021 einen verbindlichen EU-Rechtsrahmen.

Ist das Kritik an den Zielen des Klimaschutzgesetzes? Klares Nein! Es ist nicht sinnvoll, immer neue Ziele zu definieren – das jetzt bestehende für die EU und Deutschland ist aus



KLIMASCHUTZ DURCH GRÜNES BAUEN

HOCHTIEF steht für zukunftsfähige Infrastruktur. Als einer der führenden Anbieter grüner Gebäude haben wir weltweit mehr als 800 „Green Buildings“ realisiert – für zufriedene Kunden und Nutzer. Nachhaltigkeit ist ein strategischer Eckpfeiler in unserem Konzern. Unser Ziel: Wir wollen Klimaneutralität deutlich vor 2050 erreichen. Dabei verbinden wir den Einsatz innovativer Technologien mit unserer Erfahrung aus fast 150 Jahren Bautradition und arbeiten ganzheitlich, partnerschaftlich und verantwortungsvoll.

www.hochtief.de



Wir bauen die Welt von morgen.



meiner Sicht ambitioniert genug. Nicht, weil man sich nicht noch weitere Ziele vorstellen könnte, die vielleicht auch nötig werden. Sondern weil es jetzt um die Erreichung der Ziele gehen muss. Hierzu ist mehr als genug zu tun, auch die bestehenden, schon umfangreichen Programme werden nicht reichen.

Das zeigen unsere Projekte in der Praxis: Sowohl aus unseren öffentlich verfügbaren Arbeiten zu Reduktionsstrategien und -pfaden für Wirtschaftsverbände und mit Partnern wie Agora als insbesondere auch aus unternehmensinternen Analysen mit Maßnahmenplanungen basierend auf einer „Startbilanz“ wird das erkennbar. Wichtig ist, dass in vielen Unternehmen erhebliche Veränderungen in Richtung Klimaschutz auf dem Weg sind oder bereits begonnen haben. Schwerpunkte in

den Investitionen ändern sich, in der Produktentwicklung sowie in Forschung und Entwicklung wird mehr als bisher auf Klimaschutz und andere Nachhaltigkeitsdimensionen Wert gelegt. Und, natürlich: Ein stark gestiegener Preis für Emissionen sowohl auf europäischer als auch nationaler Ebene spricht die Sprache, die in der klassischen Betriebswirtschaft und bei Investoren verstanden wird – Nichtstun wird immer teurer. In der Praxis wird er aber nur im Verbund mit anderen Dingen wirken. Dazu gehören staatliche Aktivitäten z.B. um Kosten für grüne Energien zu reduzieren, mit Infrastrukturen die Verfügbarkeit zu sichern, über staatliche Nachfrage „grüne Produkte“ aus der Nische zu bekommen. Dazu gehört vor allem unternehmerischer Mut und (Um-)Gestaltungswille – wer wartet, bis alle Rahmenbedingungen perfekt sind, könnte zu spät dran sein.

Jürgen Hack Geschäftsführer, Sodasan Wasch- und Reinigungsmittel GmbH



Der Klimawandel ist im Bewusstsein der Bevölkerung angekommen. Spätestens seit den Umweltkatastrophen in Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Bayern im Juli dieses Jahres ist sich die Mehrheit in Politik und Bevölkerung sicher: Der Klimawandel ist Realität und wohl auch nicht mehr aufzuhalten.

Nicht zuletzt die erfolgreiche Verfassungsklage neun junger Menschen gegen das ursprüngliche Klimaschutzgesetz hat dem Großteil der Bevölkerung vor Augen geführt, dass die bisher geplanten Maßnahmen der Bundesregierung für den Klimaschutz nicht ausreichend waren, um künftigen Generationen Grundrechte

wie das Recht auf körperliche Unversehrtheit, das Recht auf freie Berufswahl, das Recht auf eine lebenswerte Zukunft zu gewährleisten.

Wer Klimaneutralität erreichen will, muss Klimapositivität anstreben. So reicht es nicht aus, Prozesse einfach nur effizienter zu gestalten: wir müssen Prozesse neu denken, also effektiver zu machen. Der richtige Ansatz heißt nicht „weniger schlimm“, sondern „mehr gut“. So steht im novellierten Klimaschutzgesetz niedergeschrieben, dass Deutschland nach dem Jahr 2050 negative Emissionen anstrebt. Deutschland soll dann mehr Treibhausgase in natürlichen Senken einbinden, als es ausstößt.

Für uns als Hersteller von Wasch- und Reinigungsmitteln bedeutet dies zum Beispiel nicht das Reduzieren von Rohstoffen mit fossilen Bestandteilen, sondern die konsequente Abkehr davon hin zu nachwachsen Rohstoffen – vorzugsweise solchen aus kontrolliert biologischem Anbau, der konsequent nachhaltigen Form der Landwirtschaft.

„Wirtschaft pro Klima“ ist eine Initiative von B.A.U.M., dem Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften.
www.wirtschaftproklima.de

B.A.U.M. Insights – Themensponsoren





© Andreas Lindlahr, Team Malizia

„Ich bin der festen Überzeugung, dass der Klimawandel derzeit das größte Problem der Menschheit ist. Doch Unternehmen und auch jede und jeder Einzelne können etwas verändern, wenn sie zusammenarbeiten, um eine nachhaltigere Zukunft zu gestalten.“

Boris Herrmann, Offshore-Segler und Träger des Internationalen B.A.U.M.-Sonderpreises 2021

Themensponsoren





© Carolin Windel | © privat

Prof. Dr. Claudia Kemfert,
Leiterin der Abteilung Energie,
Verkehr und Umwelt am DIW,
und **Dr. Wolfgang Knorr**, Senior
Researcher an der Universität Lund

Anrechnung von Senken? Etikettenschwindel!

Um die Menschheit vor der Klimakatastrophe zu schützen, heißt es immer wieder, muss die Welt ab Mitte dieses Jahrhunderts klimaneutral wirtschaften. Auch in Deutschland wurde kürzlich eine entsprechende Gesetzesnovelle beschlossen, die das nationale Datum auf 2045 festlegt.

Abgesehen davon, dass dies nicht genügt, um die Ziele des Pariser Abkommens zum Klimaschutz zu erreichen, scheint noch ein anderes weit verbreitetes Missverständnis den Klimaschutz zu gefährden. Klimaneutral – das bedeutet, den weiteren Anstieg des Treibhausgasen CO₂ zu stoppen. Doch Stoppen allein reicht nicht: CO₂ muss sinken, sobald wie möglich. Dafür brauchen wir unbedingt die natürlichen Senken.

So hat der Ozean etwa ein Viertel unserer CO₂-Emissionen aufgenommen, Wälder, Böden und Moore sogar etwa ein Drittel. Staaten und Unternehmen drängen nun darauf, sich dieselben natürlichen Senken zur Erreichung der Klimaneutralität noch einmal anrechnen zu lassen. Das ist Etikettenschwindel, da diese Senken bei der Treibhausgasemission durch das IPCC bereits einbezogen wurden.

Wirtschaftszweige wie Fluggesellschaften, Stahlherzeuger oder die Landwirtschaft haben bisher keine glaubhaften Konzepte, bestimmte Emissionen zu unterbinden. Daher ist die Versuchung groß, sich auf die Speicherung von CO₂ in Naturräumen zu stützen. Dies tut auch der deutsche Gesetzgeber im Klimaschutzgesetz. Aber künftige Treibhausgasemissionen durch eine Senkenbildung in Ökosystemen auszugleichen, ist zum größten Teil Illusion.

Ohne massive Emissionsminderung verfehlen wir die Pariser Klimaziele krachend. Statt Emissionen zu neutralisieren, sollten sie gar nicht erst entstehen. Es geht kein Weg daran vorbei: Wir müssen raus aus den fossilen Energien und rein in eine Vollversorgung mit erneuerbaren. Klimaschutz ist Naturschutz.

ECOSPEED Scout: Vom CO₂ zur umfassenden Umweltbewertung



Produktvergleich auf Basis des eco-scout-Standards

auf Boden, Luft, Wasser und Biodiversität haben. Die Bewertung erfolgt dabei nach nationalen Umweltzielen und -vorgaben. Die Software ECOSPEED Scout ist bisher die einzige Software, die nach dem eco-scout Standard lizenziert ist. <https://www.ecospeed.ch/scout>

Seit Jahren unterstützt ECOSPEED mit der Plattform ECOSPEED Business Kommunen und Unternehmen bei der Erstellung von Corporate Carbon Footprints. Mit dem im Mai 2021 neu lancierten eco-scout-Standard (www.eco-scout.org) ist es möglich, die reine Treibhausgasbilanz auf eine umfassende Umweltbewertung von Produkten, Standorten und Prozessen auszuweiten. Der neue Standard bewertet neben den Treibhausgasemissionen weitere Umweltindikatoren, die einen relevanten Einfluss

WALA: Klimaneutral. Aber ehrlich.



Die CO₂-Bilanz gleicht einem Eisberg. Der größte Teil ist verborgen!

liegt uns mehr, als einfache Antworten an der Oberfläche zu finden. www.wala.world

Viele Unternehmen bezeichnen sich bereits als „klimaneutral“, wenn in ihren Büros Ökostrom fließt und sie den CO₂-Ausstoß ihrer Fahrzeuge kompensieren. Doch damit zeigen sie meist nur die Spitze des Eisberges. Der viel größere Teil des Problems bleibt unberücksichtigt. Unsere Fragen reichen weiter. Wir arbeiten an der Klimaneutralität unserer gesamten unternehmerischen Aktivität. Wenn wir Klimaneutralität so umfassend definieren, sind wir noch lange nicht am Ziel. Sondern nur „sogenannt“ klimaneutral. Wir in der WALA bekennen ganz ehrlich, dass wir noch viele offene Fragen haben. An diesen in ihrer ganzen Tiefe und Breite zu arbeiten

Innovation durch Nachhaltigkeit – auf dem Weg zur großen Transformation



Unternehmen mit gesellschaftlicher Wirkung zur Hauptwirtschaftskraft zu machen – das ist eines der Visionsziele von Talents4Good. Denn wir finden, der Weg hin zu nachhaltigem Wirtschaften ist unverzichtbar für eine lebenswerte Zukunft. In einer Zeit, in der sich unsere (Arbeits-)Welt zusehends und immer schneller verändert, verfolgen wir täglich unser Ziel, indem wir nachhaltige Unternehmen dabei unterstützen, sich zukunftsfähig aufzustellen. Wir sehen bei vielen Unternehmen und Organisationen den Bedarf, sich auf die immer komplexer werdenden Anforderungen einzustellen. Unser breites Beratungsangebot zu Themen wie „Arbeits-, Team- und Organisationskultur“, „Zukunft“ oder „Führung“ soll nachhaltige Unternehmen dabei unterstützen, zukunftsfähige Strukturen aufzubauen.

<https://talents4good.org/>

Unternehmen mit gesellschaftlicher Wirkung zur Hauptwirtschaftskraft zu machen – das ist eines der Visionsziele von Talents4Good. Denn wir finden, der Weg hin zu nachhaltigem Wirtschaften ist unverzichtbar für eine lebenswerte Zukunft. In einer Zeit, in der sich unsere (Arbeits-)Welt zusehends und immer schneller verändert, verfolgen wir täglich unser Ziel, indem wir nachhaltige

Weltweit für Sicherheit und Vertrauen



Die TÜV NORD GROUP steht mit ihren mehr als 10.000 Mitarbeitenden als Prüf- und Wissens-Dienstleister weltweit für Sicherheit und Vertrauen. Wir kümmern uns um die Sicherheit von Mensch, Technik und Umwelt und befassen uns mit der Verantwortung wichtiger globaler Zukunftsfragen. Täglich und überall auf der Welt in mehr als 70 Ländern mit den Schwerpunkten in Testen, Inspizieren und Zertifizieren. Traditionelle TÜV-Aktivitäten bei Mobilität, Energie, Umwelt, Bildung und Gesundheit werden durch die Geschäftsfelder Rohstoffe, IT und Aerospace ergänzt. So gelingt es der TÜV NORD GROUP, ihre Kundinnen und Kunden ganzheitlich zu begleiten und ihren Erfolg zu sichern. Mit einem klaren Blick von außen und der Objektivität, die der Name TÜV NORD GROUP verspricht. www.tuev-nord.de

© TÜV NORD AG

1 Mio. Euro für die Soforthilfe



Die Unwetter-Katastrophe in Deutschland stellt viele Menschen vor existenzielle Nöte. Durch das Hochwasser sind Menschen ums Leben gekommen, Wohnungen und Häuser wurden zerstört und berufliche Existenzen sind gefährdet. Um die Rettungskräfte vor Ort und die Hilfsorganisationen zu unterstützen, spendet Procter & Gamble als Soforthilfe 1 Million Euro. Zum einen bietet das P&G Pampers Werk in Euskirchen notleidenden Menschen in der Region sichere Zufluchtsmöglichkeiten und Produktspenden. So können die Menschen vor Ort Hygieneprodukte wie Pampers, Always, Gillette, Pantene und Blend-a-med im Werk kostenlos abholen. Für Rettungskräfte wird rund um die Uhr gekocht und über 100 Betten bereitgestellt. Gleichzeitig haben die Beschäftigten in den anderen Standorten von P&G ein Spendenprogramm zur unbürokratischen Soforthilfe für die betroffenen Mitarbeiter, deren Familien und Nachbarn gestartet. P&G wird die eingesammelte Summe unternehmensseitig verdoppeln. www.for-me-online.de/gemeinsamstaerker

© P&G

CO₂-Emissionen natürlich kompensieren mit BaumInvest



Sie möchten ihr eigenes Klimaschutzprojekt realisieren? Dann pflanzen Sie Ihren eigenen CO₂-Wald und kompensieren mit ihm all Ihre unvermeidbaren CO₂-Emissionen – mit BaumInvest als starkem Partner. BaumInvest ist Pionier und Spezialist für Aufforstungen und CO₂-Kompensationen mit Wald in Costa Rica. Seit 14 Jahren forstet das Freiburger Unternehmen in dem investitionssicheren Land Tropenwälder auf. Ihren eigenen CO₂-Wald bekommen Sie aus einer Hand: BaumInvest setzt ein schlüsselfertiges und individuell auf Ihre Bedürfnisse angepasstes Wald-Projekt für Sie um, das ganz nebenbei nachweislich die Biodiversität erhöht. Zertifiziert werden Ihre CO₂-Emissionen nach bewährtem Gold Standard. www.bauminvest.de

© Bauminvest AG, Christoph Kramer

Wilopark: ein Traditionsstandort neu gedacht



Auf über 180.000 m² schafft der Technologiespezialist Wilo in Dortmund eine neue Arbeitswelt. Am Stammsitz, dem Wilopark, ist eine „State of the Art“-Arbeitsstätte für die rund 2.000 Mitarbeitenden entstanden. Im Fokus sind ergonomisches und flexibles Arbeiten, Effizienz und Nachhaltigkeit. Bereits heute wird auf dem größten Investitionsprojekt der Firmengeschichte klimaneutral produziert. Bei der gesamten Planung wurde zudem ein vollumfängliches Nachhaltigkeitskonzept berücksichtigt: ein großer Teil des Primärenergiebedarfs kann durch die 6.000 qm Solarpaneele gedeckt werden. Etwa 10% des gesamten Stromverbrauchs und 70% der Grundlast im Sommer werden durch die Photovoltaik-Anlage erzeugt. www.wilo.de

Die neue Factory auf dem Wilopark: effizient, nachhaltig und modern.

© Wilo SE

B.A.U.M.-PREISVERLEIHUNG 2021

23. SEPTEMBER
17:00 - 21:30 UHR

Internationales Maritimes Museum
Koreastraße 1, Kaispeicher B
20457 Hamburg

MELDEN SIE SICH GLEICH AN:
www.ewk2021.de

WIR FREUEN UNS AUF
IHRE TEILNAHME!

Die Preisverleihung findet im Rahmen
des ExtremWetterKongresses statt.

AUCH ONLINE
IM LIVESTREAM

„Wir müssen alles daran setzen, die Ziele der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung zu erreichen. Daher müssen wir die Weichen für die Dekade des Handelns nach dem Leitprinzip der Nachhaltigkeit noch konsequenter stellen. Das B.A.U.M.-Netzwerk ist hierfür ein engagierter Mitstreiter.“

*Dr. Angela Merkel, Bundeskanzlerin und Schirmherrin des
B.A.U.M. | Umwelt- und Nachhaltigkeitspreises 2021*



© Foto: Bundesregierung / Steffen Kugler



**UMWELT- UND
NACHHALTIGKEITSPREIS
INTERNATIONALER
B.A.U.M.-SONDERPREIS**

Auszeichnung herausragender
Persönlichkeiten für ihr
nachhaltiges Engagement

B.A.U.M. DANKT ALLEN PARTNERN DER PREISVERLEIHUNG 2021

Gold-Partner



Sachspensoren



Kooperationspartner



Die Veranstaltung ist klimaneutral durch



Nachrichten

Unternehmenstreff Nachhaltigkeit gut etabliert

Die Onlineversion unserer Eventreihe zum Informations- und Erfahrungsaustausch, die B.A.U.M. seit 2020 alle 14 Tage freitags anbietet (9.00 bis 10.00 Uhr plus Networking im Anschluss), ist zu einem beliebten Treffpunkt für B.A.U.M.-Mitglieder und Interessierte geworden. Die Themenpalette reicht von Kreislaufwirtschaft in der IT über Unternehmensengagement für Wald oder nachhaltiges Mobilitätsmanagement bis hin zu Sustainable Finance.

Termine unter www.baumev.de/Veranstaltungen_BAUM

B.A.U.M. | Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis 2021

Der diesjährige B.A.U.M. | Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis wird am 23. September verliehen.

Dies sind die Preisträgerinnen und Preisträger 2021:

- Boris Herrmann – Team Malizia (Internationaler Sonderpreis)
- Stefanie Schönherr – dm-drogerie markt GmbH + Co. KG (Großunternehmen)
- Ina Budde – circular.fashion UG (KMU)
- Ulrich Prediger – JobRad-Gruppe (KMU)
- Dr. Friederike Otto – ECI der Universität Oxford (Wissenschaft)
- Altan Günsoy – Global Climate GmbH (Digitalisierung)

Weitere Informationen finden Sie unter www.baumev.de/Preis und www.baumev.de/Preistraegerinnen_2021

Besuchen Sie uns auch im Internet! Unter www.baumev.de finden Sie aktuelle Nachrichten und Veranstaltungshinweise.

Partner im Netzwerk



Als neue Mitglieder des Förderkreises von B.A.U.M. e. V.* begrüßen wir:

Bergzeit GmbH, Otterfing | BerlinGreen.tech UG, Berlin | Caesar+Cleo GmbH, Düsseldorf | CO2-positiv!, Hamburg | Concordia Krankenversicherungs-AG, Hannover | Concordia Versicherungsgesellschaft a.G., Hannover | Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V., Köln | Eduard Stumpe Bauunternehmen GmbH, Lügde | Euro-Mediterran-Arabischer Länderverein (EMA) e.V., Berlin | Finanzplaner TV GmbH, Frechen-Königsdorf | Funkelfeuer GmbH, Hamburg | Green Growth Futura GmbH, Hamburg | GrundKraft GmbH, Moers | Heise Haus GmbH, Möhrendorf | HYTECON Entwicklung und Produktion GmbH, Herford | InfraCert GmbH, Berlin | PlanetPaket GmbH, München | reCup GmbH, München | Regionalwert AG, Eichstetten | Tele Columbus AG, Berlin | THE CLIMATE CHOICE UG (haftungsbeschränkt), Berlin

* Stand zum Redaktionsschluss am 26.7.2021

Veranstaltungsvorschau

Workshop-Reihe zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex

ab 30.9.2021, 9:00 - 13:00 Uhr, online

In vier aufeinander aufbauenden Workshops zeigt das B.A.U.M.-Team von September 2021 bis Juni 2022, wie eine transparente und authentische Nachhaltigkeitsberichterstattung gelingen kann. Teilnehmende Unternehmen erproben dabei das nötige Handwerkzeug, um die relevanten Inhalte zu entwickeln, erhalten Einblicke in gute Praxisbeispiele und erlangen ein fundiertes Methodenwissen zu den Anforderungen der 20 DNK-Kriterien. Zusätzlich besteht die Möglichkeit einer individuellen Beratung, die für KMU vom BAFA anteilig gefördert wird.

5. Sustainable Finance Gipfel Deutschland 2021

15.10.2021, 9:00 - 18:00 Uhr, Hybrid-Veranstaltung

Der Sustainable Finance Gipfel wird ausgerichtet vom Green and Sustainable Finance Cluster Germany (GSFCG) gemeinsam mit B.A.U.M. und dem internationalen, von den UN einberufenen Netzwerk Initiative Financial Centers for Sustainability (FC4S). Der Gipfel möchte einen Blick in die Zukunft werfen, die Potenziale der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Initiativen und Ideen beleuchten und zum Ende der Tagung klare Handlungsaufforderungen zur Weiterarbeit an der Sustainable Finance Agenda in Richtung Finanzwirtschaft, Realwirtschaft und Politik senden.

Zukunft Mittelstand – Daten oder Mindset

15.-16.11.2021, online

Eine gute Zukunft im Blick, stehen Unternehmen vor der Frage: wie nachhaltig digitalen Wandel initiieren und wo anfangen, wenn der Weg nicht planbar ist? Liegt der Schlüssel für die Zukunft des Mittelstands in der Nutzung digitaler Daten – oder sind Haltung und Mindset Startpunkt für diesen Veränderungsprozess? Auf der nachhaltig.digital Jahreskonferenz 2021 diskutieren wir dies gemeinsam mit Vordenker:innen und Umsetzer:innen.



Klima-engagierte Unternehmen mit überzeugender Performance

Der Begriff Klimaneutralität ist aktuell in aller Munde. Bis 2045 sollen gemäß den Angaben der deutschen Bundesregierung alle Treibhausgasemissionen in Deutschland auf Netto-Null reduziert werden, um den Klimawandel auszubremsen. Bei der Recherche nach nachhaltigen Unternehmen für das Anlageuniversum des B.A.U.M. Fair Future Fonds sucht die Green Growth Futura gezielt weltweit nach Unternehmen, die sich der notwendigen Herausforderung stellen und ehrgeizige, ambitionierte Konzepte entwickeln, um den Ausstoß von Treibhausgasemissionen zu senken und ihren Beitrag zur Erreichung der Pariser Klimaziele zu leisten.

Vom Team der Green Growth Futura GmbH

Der B.A.U.M. Fair Future Fonds ist ein gemeinsam mit der GLS Bank aufgelegter globaler Aktienfonds mit einem konsequent nachhaltigen Portfolio mit primär kleinen und mittelständischen Unternehmen, die über zukunftsfähige

Geschäftsmodelle verfügen. Im Folgenden werden elf dieser Unternehmen vorgestellt, die zukunftsrelevanten Branchen zugehörig sind und einen positiven Beitrag zur Klimaneutralität leisten.

Carl Zeiss	
Branche & Geschäftsmodell	ZEISS ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen der optischen und optoelektronischen Industrie mit Sitz in Deutschland. In diesem Rahmen entwickelt, produziert und vertreibt das Unternehmen hochinnovative Lösungen für die industrielle Messtechnik und Qualitätssicherung, Mikroskopielösungen für Lebenswissenschaften und Materialforschung sowie Medizintechniklösungen für Diagnostik und Therapie in der Augenheilkunde und der Mikrochirurgie.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Verringerung des Energieverbrauchs um 51 %* • Reduktion des Wasserverbrauchs um 48 %* • Verringerung der Gesamtabfallmenge um 31 %* • Halbierung der direkten CO₂-Emissionen • Ziel des klimaneutralen Energiebezugs bis 2022
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 88,4 % • 5 Jahre: 353,7 % • Max (2000): 552,4 %
<small>*Referenzzeitpunkt Geschäftsjahr 2009/2010</small>	
Jungheinrich	
Branche & Geschäftsmodell	B.A.U.M.-Mitglied Das deutsche Unternehmen Jungheinrich ist ein führender Anbieter im Bereich der Intra-logistik. Das Geschäftsfeld umfasst primär Flurförderzeug-, Lager- und Materialflusstechnik und bietet Lösungen für die Herausforderungen der Industrie 4.0 an.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Ziel der Klimaneutralität bis 2025 • Umstellung des Energiebezugs aus Erneuerbaren Energien an deutschen Standorten in 2021 • Einsparung von 80 % der CO₂-Emissionen durch Aufbereitung von gebrauchten Gabelstaplern statt Neuproduktion • Ausstattung mit elektrischem Antrieb bei 70 % der Fahrzeuge bis 2025
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 106,8 % • 5 Jahre: 60,4 % • Max (1990): 1133,9 %

Kingspan	
Branche & Geschäftsmodell	Das irische Unternehmen Kingspan ist ein Baustoffhersteller, der sich auf thermisch isolierende Gebäudeverkleidungen zur Steigerung der Energieeffizienz spezialisiert hat.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Energieeinsparung in Höhe von etwa 716 Millionen MWh bzw. 164 Millionen Tonnen CO₂ über die Lebensdauer eines Isolierungssystems • Optimierung der Zirkularität durch Verwendung von einer Milliarde PET-Flaschen in Herstellungsprozessen (bis 2025) • Ziel der Klimaneutralität bis 2025 im Bereich Geschäftsfahrten/-reisen sowie bis 2030 bei der Fertigung
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 34 % • Max (2018): 943,3 %
Sonova	
Branche & Geschäftsmodell	Sonova mit Sitz in der Schweiz zählt zu den führenden Anbietern rund um das Thema Hörlösungen. In diesem Rahmen bietet das Unternehmen die neuesten Produktinnovationen für interaktive Erlebnisse sowie Dienstleistungen für Hörprobleme wie Tinnitus.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Verdopplung der Verkaufszahlen von Hörgeräten in Ländern mit geringem oder mittlerem Einkommen bis zum Geschäftsjahr 23/24 • Gründung der „Hear the World Foundation“ mit Fokus auf Kindern mit Hörverlust • Senkung der Treibhausgasemissionen um 50 % bis 2022 gegenüber 2017 • Erreichung der Klimaneutralität in 2021
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 73 % • 5 Jahre: 174,9 % • Max (1994): 261,5 %
Cewe	
	<i>B.A.U.M.-Mitglied</i>
Branche & Geschäftsmodell	Das deutsche Unternehmen Cewe ist europaweit der größte Fotodienstleister mit Fokus auf verschiedenen Fotoprodukten. Abgerundet wird das Angebot durch Dienstleistungen im B2B-Bereich wie der Erstellung von Plakaten und Flyern.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Klimaneutraler Fuhrpark sowie klimaneutrale Produktion aller Cewe Markenprodukte • Reduktion der CO₂-Emissionen um 42 % seit dem Geschäftsjahr 2015 • 100 % Nutzung von FSC-zertifiziertem Digitaldruckpapier bis 2023 • Recycling von 96 % der Verpackungen aus Wellpappe zum Schutz der Biodiversität und natürlichen Rohstoffe
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 73 % • 5 Jahre: 174,9 % • Max (1993): 261,5 %
Sto	
Branche & Geschäftsmodell	Das deutsche Unternehmen Sto ist ein international aktiver und führender Hersteller von Produkten und Systemen für Gebäudebeschichtungen. Die Produktpalette umfasst Farben, Putze, Lacke und Beschichtungssysteme sowie Wärmedämmverbundsysteme.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Klimaneutrale Geschäftsaktivitäten an den deutschen und skandinavischen Standorten und Gesellschaften • Konzernweite Klimaneutralität bis 2025 • Einsparung von 28,7 Mio. Öltanks, 460 Öltanker und 4,1 Mio. Tanklaster durch Fassadendämmssysteme im Zeitraum 1965 bis 2020
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 98,6 % • 5 Jahre: 92,4 % • Max (1992): 400,7 %

SIG Combibloc	
Branche & Geschäftsmodell	Das Schweizer Unternehmen SIG Combibloc ist ein Hersteller aseptischer Verpackungen. Die Verpackungen finden vorrangig Anwendung in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Verwendung FSC-zertifizierten Papiers zum Schutz der Biodiversität • Deckung des Energiebedarfs für die Fertigung aus Erneuerbaren Energien • Verringerung der Gesamtemissionen um 58 % sowie Reduktion der Emissionsintensität um 17 % je Liter verpackter Lebensmittel seit 2016 • Erreichung einer netto-positiven Klimabilanz bis 2030
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 48,8 % • Max (2018): 153,6 %
Krones	
Branche & Geschäftsmodell	Die Krones AG mit Sitz in Deutschland ist Hersteller von Anlagen und Maschinen für die Herstellung, Abfüllung und Verpackung von Getränken und Liquid-Food-Produkten. Zu den Kunden zählen hauptsächlich Wein-, Sekt- und Spirituosen-Produzenten, Brauereien, Wasser-, Softdrink- und Saft-Hersteller sowie Molkereien und Unternehmen der Liquid-Food-Branche.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion der Treibhausgasemissionen um 18 %* • Ziel der Reduktion des Carbon Footprint im Bereich der direkten Emissionen um 80 % und der Produktemissionen um 25 % bis 2030* • Anpassung der Klimastrategie an Science Based Targets und Begrenzung der globalen Erderwärmung auf 1,5 Grad Celsius
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 44,1 % • 5 Jahre: -20,7 % • Max (1994): 756,7 %
	<small>*Referenzzeitpunkt Geschäftsjahr 2019</small>
FRoSTA	
Branche & Geschäftsmodell	Die FRoSTA AG ist ein deutsches Unternehmen in der Lebensmittelbranche und hat sich in diesem Bereich auf die Herstellung von Tiefkühlkostprodukten fokussiert.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Verwendung natürlicher Zutaten und Verzicht auf Zusatzstoffe nach dem FRoSTA Reinheitsgebot • Reduktion des Gesamtfleischgehalts aller Zutaten von FRoSTA-Produkten um 20 % bis 2022 (gegenüber 2018) • Austausch der Firmenwagen gegen eine Mobility Card bis 2025 • Nutzung von 100 % zertifizierten Grünstroms bis 2022 • Umsetzung des Pilotprojekts "emissionsfreie Fabrik" am Standort Lommatzsch • Verwendung FSC-zertifizierten Papiers für Verpackungen
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 35 % • 5 Jahre: 55,9 % • Max (2006): 305,4 %
First Solar	
Branche & Geschäftsmodell	First Solar ist ein weltweit führender US-amerikanischer Anbieter von Photovoltaik-Solarlösungen, die auf einer fortschrittlichen Modul- und Systemtechnologie basieren.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Kostenloses Recycling der weltweiten Anlagen • Rückgewinnung von 90 % der genutzten Materialien • Reduktion der Wassermenge in Höhe von 46 %* • Verringerung der Energieintensität um 36 %* • Anpassung der Zielsetzungen an 2-Grad-Szenario
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 50,7 % • 5 Jahre: 80,7 % • Max (2006): 285,3 %
	<small>*Referenzzeitpunkt Geschäftsjahr 2019</small>

Dürr	
Branche & Geschäftsmodell	Die Dürr AG ist einer der weltweit führenden Anlagen- und Maschinenbaukonzerne mit Sitz in Deutschland. Die Produkte, Systeme und Services von Dürr ermöglichen effiziente Fertigungsprozesse in unterschiedlichen Industrien wie der Automobilbranche, dem Maschinenbau und der Chemie- und Pharmabranche. Ein Kerngebiet ist die Begleitung des Übergangs zur Elektromobilität in der Automobilbranche.
Impact	<ul style="list-style-type: none"> • Reduktion des CO₂-Ausstoßs pro Euro Umsatzeinheit um 25 % seit 2010 • Verringerung der gesamten CO₂-Emissionen um 17,3 % im Vergleich zum vorherigen Geschäftsjahr 2019 • Energieeinsparungen in Höhe von 16 Mio. kWh (entspricht dem durchschnittlichen Jahresverbrauch von 3.000 Privathaushalten in Deutschland) durch Innovation beim Lackauftrag
Performance	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Jahr: 46,6 % • 5 Jahre: -5,4 % • Max (1990): 386,9 %

Dies sind nur einige Beispiele aus dem Anlageuniversum des B.A.U.M. Fair Future Fonds, das insgesamt bereits über hundert Unternehmen weltweit umfasst. Deutlich zu erkennen ist, dass die Unternehmen trotz Coronapandemie eine überzeugende Performance sowohl im letzten Jahr als auch langfristig erzielen konnten. Lediglich zwei der hier dargestellten Unternehmen haben in der 5-Jahres-Perspektive eine negative Performance verzeichnet, überzeugen jedoch durch die starke Entwicklung im letzten Jahr sowie die langfristige Performance seit Beginn des Börsengangs, die den Fokus der Anlagephilosophie des B.A.U.M. Fair Future Fonds bilden.

im 2-Jahres-Rhythmus einen strengen Prüfprozess in den Bereichen Environment, Social und Governance (ESG). Nur Unternehmen, die sowohl die Analyst:innen der Green Growth Futura als auch den aus unabhängigen Expert:innen bestehenden Nachhaltigkeitsbeirat überzeugen, werden in das Anlageuniversum aufgenommen. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass die einzelnen Unternehmen Konformität mit den Klimazielen aufweisen und Anleger:innen eine Möglichkeit geboten wird, ihr Geld sowohl ökologisch als auch ökonomisch sinnvoll für die Zukunft anzulegen. ■

Hinsichtlich der Nachhaltigkeitsperformance durchlaufen alle Unternehmen sowohl vor als auch nach der Aufnahme

[greengrowthfutura.de](https://www.greengrowthfutura.de)

B.A.U.M. Insights – Themensponsoren



elobau



elobau ist ein Stiftungsunternehmen mit weltweit rund 1.000 Beschäftigten. Das Unternehmen beliefert Industrieunternehmen unterschiedlichster Branchen mit Sensorik für den Maschinenbau und mit Fahrzeugsystemen für die Nutzfahrzeugbranche. Die Qualitätsprodukte zeichnen sich durch eine sehr hohe Fertigungstiefe aus und werden klimaneutral im württembergischen Allgäu entwickelt und gefertigt.

Als nachhaltig agierendes Unternehmen veröffentlicht elobau einen Gemeinwohl-Bericht nach den strengen Kriterien der Gemeinwohl-Ökonomie. Die Klimabilanzierung erfolgt nach Scope 3. Unvermeidbare CO₂-Emissionen, die

hauptsächlich durch Zukaufteile anfallen, werden mit Klimazertifikaten nach Gold-Standard kompensiert. Ansonsten setzt elobau auf 100 Prozent Grünstrom, Erdwärme, Bio-Kantine und Werksverkehr mit E-Fahrzeugen. Alle Neubauten seit 2012 sind als Energie-Plus-Gebäude konzipiert und erzeugen als solche im Jahresmittel mehr Energie als sie verbrauchen. Dafür hat das Unternehmen bereits zwei mal eine Auszeichnung des Bundes-Ministeriums für Ernährung und Landwirtschaft verliehen bekommen. Für die ökologischen Erfolge erhielt elobau 2020 den Umweltpreis des Landes Baden-Württemberg

Die Beschäftigten profitieren von einer Unternehmenskultur, die durch Partizipation, Transparenz und umfassendes Gesundheitsmanagement konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Im Haus gilt die Maxime „Mensch im Mittelpunkt“ und so pflegt elobau eine verlässliche Partnerschaft mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, von denen 85 Prozent sagen, dass elobau ein sehr guter Arbeitgeber sei. (Studie Great Place to Work® 2019).

www.elobau.com



© elobau GmbH Co. KG

Nachhaltig GUTE ARBEIT



Die Erfolgsgeschichte der ASSMANN Büromöbel GmbH & Co. KG beruht seit mehr als 80 Jahren auf dem ASSMANN-Prinzip „GUTE ARBEIT“, bei dem die Menschen sowie nachhaltiges Handeln und Wirtschaften im Mittelpunkt stehen.

Als Dorftischlerei im niedersächsischen Melle bei Osnabrück gestartet, zählt ASSMANN heute zu den Marktführern in der Büromöbelbranche. In einer der modernsten automatisierten Büromöbelproduktionen Europas fertigt ASSMANN innovative Möbelsysteme und Einrichtungslösungen für moderne und zukunftsorientierte Arbeitswelten.

Das breite Produktportfolio reicht von ergonomischen Schreibtischen, multifunktionalen Stauraumsystemen mit vielfältigen Gestaltungs- und Nutzungsoptionen sowie hochwertigen Büroküchen über stylische Lounge- und Sitzmöbel für Empfangs-, Kommunikations- und Aufenthaltsbereiche, innovative Smart Office-Lösungen bis hin zu Bürodrehstühlen mit hervorragenden Sitzeigenschaften für den Büroarbeitsplatz oder das Homeoffice.

Mit ASSMANN 4ROOMS werden Dienstleistungen und Services für die individuelle Beratung, konzeptionelle Raumplanung, Gestaltung und Realisierung moderner Arbeitswelten angeboten. Des Weiteren gehören Services wie die Auslieferung mit eigener LKW-Flotte, Montageservice sowie Finanzierungs- und Altmöbel-Entsorgungskonzepte zum umfangreichen Leistungsangebot.

Im Leitbild bekennt sich das Familienunternehmen zu seiner ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Nachhaltigkeit zählt neben Produktentwicklung, Qualität, Fertigungstechnik und Kosteneffizienz zu den wichtigsten Faktoren der Unternehmensentwicklung – mit nachweislichem Erfolg! 2019 und 2020 wurde ASSMANN im Rahmen der Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises als ein führendes Unternehmen in diesem Bereich ausgezeichnet.

www.assmann.de



© ASSMANN Büromöbel GmbH & Co. KG

Die GIZ ist weltweit klimaneutral – das reicht uns aber noch nicht aus



Der Campus Bonn wurde 2019 fertiggestellt und durch die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e. V. mit dem Gold-Standard zertifiziert.

schaftlich basiertes THG-Reduktionsziel zu setzen. Dieses soll einen angemessenen Beitrag zur Begrenzung der Erderwärmung auf unter 1,5°C leisten.

Zur Reduktion unserer Treibhausgase setzen wir bereits zahlreiche Maßnahmen um: In Deutschland zählen der Neubau von Bürogebäuden mit hohen Nachhaltigkeitsstandards und die Nutzung von Ökostrom und Biogas dazu. Erhebliche Einsparpotenziale liegen jedoch in unseren Büros in den Partnerländern, z. B. im Bereich Green Cooling oder durch den Einsatz von erneuerbaren Energien. Die größten Potenziale sehen wir vor allem bei Flugreisen, aber auch bei der Verkehrsnutzung vor Ort. Deshalb wollen wir unsere Emissionen aus der Mobilität bis 2025 um ein Viertel reduzieren.

<https://berichterstattung.giz.de/nachhaltigkeit>



© GIZ, Volker Lammert

Bremerhaven ist der Heimathafen für die Green Economy



Bremerhaven, die einzige Großstadt an der Nordseeküste, hat Kurs gesetzt auf die Green Economy. Es ist ein Thema wie geschaffen für die Seestadt – dank renommierter Forschungseinrichtungen, fortschrittlicher Firmen und einer zukunftsweisenden Innovationspolitik. Seit 2016 entwickelt und vernetzt das Projekt Green Economy der Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung (BIS) die vorhandenen Strukturen und Kompetenzen.

Mit dem nachhaltigen Gewerbegebiet LUNE DELTA – dem ersten seiner Größe in Deutschland – bereitet die BIS dabei buchstäblich den Boden für die Green Economy. Unternehmen aller Größen, die ökologisch wirtschaften wollen, werden dort auf 150 Hektar

optimale Standortbedingungen vorfinden. Gemeinschaftliche Einrichtungen – von der Kantine bis zur Kinderbetreuung – kommen Mitarbeiter:innen aller ansässigen Firmen zugute. Zudem wird ein modular aufgebautes Energiesystem entwickelt, das eine infrastrukturelle Basisversorgung durch erneuerbare Energien schafft.

Dabei kommt auch die Vorreiterrolle Bremerhavens als Innovationsstandort für grünen Wasserstoff zum Tragen. So ist ein Testfeld für Elektrolyseure und Brennstoffzellen im Bau, der Seehafen wird als Testregion für Wasserstofftechnologien etabliert, ein 3D-Teststand für wasserstoffbasierte Mobilitätsanwendungen wird entwickelt.

Bremerhaven verkörpert das Zusammenspiel von Ökologie und Ökonomie, von Innovation und Nachhaltigkeit. Bremerhaven ist der Heimathafen für die Green Economy.

www.bis-bremerhaven.de



© bis mbH

Gut verpackt seit 125 Jahren – Klimaneutral seit 2012 – Mit Erfolg in die Zukunft



Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH – Eine Erfolgsgeschichte mit Zukunft

Das Jahr 2021 ist für die Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH ein Grund zu feiern – 125 Jahre VP! 1896 von Hubert Kurz in München gegründet, ist die VP mittlerweile in der vierten Generation als Familienunternehmen erfolgreich. Die Traditionsfirma steht seit 125 Jahren für innovative und qualitativ hochwertige Produkte aus Folie und Papier. Aktuell beschäftigt die VP über 800 Mitarbeiter an 5 Produktionsstätten europaweit. Mit unseren Produkten beliefern wir mehr als 8.000 Kunden weltweit in über 70 Ländern.

Eine bewegte Geschichte

Zwei Weltkriege, der schwierige Wiederaufbau und zahlreiche tiefgreifende Veränderungen konnten das Traditionsunternehmen nicht vom Kurs abbringen. Immer nah am Markt und am Kunden hat sich die VP als einer der führenden Hersteller von Flexiblen Verpackungen, Service- und Sterilgutverpackungen etabliert.

100 % klimaneutrales Unternehmen

Ein Jubiläum ist nicht nur der Blick in die Vergangenheit, sondern auch in die Zukunft. Die Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH hat viel erreicht und noch viel vor. Die stetige Suche nach energieeffizienteren und umweltfreundlicheren Lösungsstrategien für alle Standorte ist gelebte Unternehmenskultur. Das Thema Umweltschutz ist nicht nur ein Schlagwort, sondern eine zukunftsorientierte Aufgabe und selbstverständliche Wirklichkeit der VP. Schon frühzeitig hat sich die VP für einen nachhaltigen Umgang mit der Umwelt und unseren Ressourcen eingesetzt. Alle Standorte arbeiten bereits seit 2012 zu 100 Prozent klimaneutral.

www.vp-group.de

Nachhaltigkeit: Ein Kern unserer Genossenschaft



Nachhaltigkeit ist für DATEV seit jeher ein wesentlicher Teil der Unternehmensphilosophie. Dabei stehen die ökonomische, ökologische und soziale Dimension gleichberechtigt nebeneinander. Zum Leitmotiv der 1966 gegründeten Genossenschaft gehört es, mit ihren Lösungen und Services die Digitalisierung von kaufmännischen Prozessen in der mittelständischen Wirtschaft zu unterstützen, insbesondere bei Steuerberatungs-, Wirtschaftsprüfungs- und Rechtsanwaltskanzleien sowie deren Unternehmenskunden – damit deren Geschäftsmodelle zukunftsfähig bleiben. Zu nachhaltigem Wirtschaften gehört aber auch der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen. DATEV hat sich das klare Ziel gesetzt, bis 2030 klimaneutral zu sein. Schon seit 2014 nutzt das Unternehmen ausschließlich Ökostrom und arbeitet unter anderem laufend daran, die Energieeffizienz zu

verbessern. Im Sinne der sozialen Nachhaltigkeit fördert DATEV etwa die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie Diversität in allen Bereichen des Unternehmens.

Heute gehört DATEV mit mehr als 440.000 Kunden, 8.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie einem Umsatz von 1,16 Milliarden Euro (Geschäftsjahr 2020) zu den großen IT-Dienstleistern und Softwarehäusern in Europa. Über diese Community unterstützt die Genossenschaft insgesamt 2,5 Millionen Unternehmen, Selbstständige, Kommunen, Vereine und Institutionen. Datenschutz, Datensicherheit und steuerliche Compliance haben dabei höchste Priorität.



Infos zu Nachhaltigkeit bei DATEV unter www.datev.de/nachhaltigkeit



Bis 2040 auf Unternehmensebene klimaneutral



Basilikumbau auf dem Dach des neuen REWE Green Buildings.

Bis zum Jahr 2040 will die REWE Group auf Unternehmensebene klimaneutral werden. Mit konsequenten Maßnahmen zur Reduzierung und Vermeidung sollen zudem die absoluten Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2030 um 30 Prozent gegenüber 2019 reduziert werden. Dies gilt für alle Länder, in denen der Handels- und Touristikkonzern in Europa aktiv ist.

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Sie ist sich ihrer besonderen Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt bewusst. Klimabewusstes Handeln und der Ausbau nachhaltiger Sortimente entlang der Lieferkette gehören zur Geschäftsstrategie.

Das Klimaschutz-Engagement der REWE Group aus den letzten Jahren zeigt bereits Erfolg: In Deutschland und Österreich wur-

den die Treibhausgasemissionen pro Quadratmeter Verkaufsfläche bis 2020 gegenüber 2006 bereits mehr als halbiert. Die flächendeckende Umstellung der Märkte, Läger und Reisebüros auf zertifizierten Grünstrom aus erneuerbaren Energien trug wesentlich zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen bei. Zur Verbesserung der Energieeffizienz werden Kühlregale beispielsweise durch die Nutzung von Glastüren optimiert und Märkte systematisch auf LED-Beleuchtung umgestellt.

Auch bei den Eigenmarkenprodukten von REWE und PENNY werden Treibhausgasemissionen reduziert. So verfolgt die REWE Group das Ziel, in den Lieferketten ihrer Eigenmarkenartikel eine absolute Reduktion der Treibhausgasemissionen von 15 Prozent bis Ende 2030 im Vergleich zu 2019 zu erreichen.

Weitere aktuelle Informationen unter www.rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de



© REWE, Jürgen Arft

Was uns antreibt – Nachhaltigkeit bei Werner & Mertz



Ein weiterer Meilenstein auf dem Nachhaltigkeitsweg von Werner & Mertz: der preisgekrönte Standardbodenbeutel mit abtrennbarer Banderole ist nach dem Cradle to Cradle-Prinzip gestaltet. Und daher sehr gut recyclingfähig. Eine echte Weltneuheit!

Als traditionsreiches Familienunternehmen in fünfter Generation hat Werner & Mertz es sich zum Ziel gesetzt, eine nachhaltige Lebensweise mehrheitsfähig zu machen. Dies erreichen wir durch hochleistungsfähige und vorbildlich ökologische Produkte und Konzepte der Reinigung und Pflege. Das umfasst alle wesentlichen Elemente: Rezeptur, Verpackung und Produktion.

Wir haben uns darüber hinaus in langfristigen Initiativen verpflichtet, die neue Maßstäbe der ökologischen Machbarkeit setzen. Insbesondere sind hier die Recyclat-Initiative und auch die Initiative Europäische Tenside hervorzuheben. 2021 haben wir es zum Beispiel zusammen mit unseren Partnern geschafft, in den Flaschen den Anteil an Altplastik aus dem Gelben Sack auf 50 Prozent zu erhöhen. Die Flaschen sind dabei natürlich weiterhin aus 100 Prozent Altplastik.

Unser Antrieb für unser Engagement: Wir wollen einen nennenswerten Beitrag für den Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen leisten. Daher leben wir eine herausragend energieschonende Kreislaufwirtschaft für den Klimaschutz und die Aufrechterhaltung der Biodiversität.

Jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter fördern und fordern wir nach den eigenen individuellen Bedürfnissen und Fähigkeiten, zu diesem Ziel beizutragen.



WERNER & MERTZ

<https://www.werner-mertz.de/> | <https://ganzheitlich-nachhaltig.de/> | <https://wir-fuer-recyclat.de/>

© Werner & Mertz

B.A.U.M. Insights ist ein Medienangebot von B.A.U.M. e.V. in Kooperation mit dem Magazin **forum Nachhaltig Wirtschaften**.

Das Akronym B.A.U.M. steht für Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management. 1984 als erste Umweltinitiative der Wirtschaft gegründet ist das Netzwerk heute mit fast 700 Mitgliedern eine starke Stimme zu den Themen CSR und nachhaltiges Wirtschaften.

Sie möchten mehr über B.A.U.M. erfahren?

Informieren Sie sich auf www.baumev.de oder folgen Sie uns auf Twitter @BAUMeV

Sie möchten Mitglied in unserem Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften werden?

Informationen und Beitrittserklärung finden Sie unter www.baumev.de/Firmenmitgliedschaft

Sie haben noch Fragen?

Wir freuen uns, wenn Sie Kontakt zu uns aufnehmen:
Tel. +49 (0)40 / 49 07 11 00, vorstand@baumev.de

Für die nächsten Ausgaben sind folgende Themen geplant:



© ZMorph

4/2021
Ziel: Kreislaufwirtschaft
ET 1. Dezember 2021

1/2022
Nachhaltige Beschaffung
ET 1. März 2022



2/2022
Sustainable Finance
ET 1. Juni 2022

3/2022
Digitalisierung für mehr Nachhaltigkeit
ET 1. September 2022

Das Jahres-Highlight

Im B.A.U.M.-Jahresmagazin wird Interessantes aus den vier Ausgaben von B.A.U.M. Insights zusammengefasst und durch weitere redaktionelle Beiträge und Informationen aus dem Netzwerk ergänzt.
ET Januar 2022



Impressum

Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V.
Osterstraße 58
20259 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 – 49 07 11 00
Telefax: +49 (0)40 – 49 07 11 99
E-Mail: info@baumev.de
www.baumev.de

Vertreten durch den Vorstand:

Yvonne Zwick (Vorsitzende), Dieter Brübach (stv. Vorsitzender),
Martin Oldeland (stv. Vorsitzender)

Vereinsregisternr.: VR 11468 Amtsgericht Hamburg
Ust.-IdNr.: DE 118713439

Herausgeber: ALTOP Verlag GmbH in Kooperation mit B.A.U.M. e.V.
Objektkoordination: Edda Langenmayr, e.langenmayr@forum-csr.net, Telefon +49 (0)89 / 7 25 88 23

Anzeigenbetreuung: forum Büro Nord, Dagmar Hermann,
Lasbeker Str. 9, 22967 Tremsbüttel, Telefon +49 (0)4532 / 2 14 02

Layout und Satz: dtp/layout; www.dtp-layout.de

Erscheinungsweise: vierteljährlich

Printed in Germany 2021

Für die redaktionellen Beiträge von Unternehmen sowie die Best-Practice-Beispiele sind die Unternehmen selbst verantwortlich.