



Wirtschaft macht
KLIMASCHUTZ

Unternehmensbeiträge zum Klimaschutz

Ergebnisse der Arbeitsgruppen des
Dialogforums „Wirtschaft macht Klimaschutz“

Im Auftrag des:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und nukleare Sicherheit



NATIONALE
KLIMASCHUTZ
INITIATIVE

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	2
Zum Dialogforum „Wirtschaft macht Klimaschutz“	3
Welche Arbeitsgruppen gab es und was waren die Ziele und Ergebnisse?	4
Mehrwert für Klima und Unternehmen	5
Kurzbeschreibung der Arbeitsgruppen und der AG-Ergebnisse	5
AG „Circular Economy“	6
AG „Finanzbranche und Klimaschutz“	8
AG „Innovationen für den Klimaschutz“	10
AG „Klimafreundliche Lieferketten“	12
AG „Unternehmensbezogene Klimaschutzziele“	16
Wir machen mit	20
Notizen	22
Glossar	24
Impressum	25

Abbildungen

Abb 1 Steering Committee des Dialogforums	3
Abb 2 Arbeitsgruppen des Dialogforums	4
Abb 3 Prozess des Dialogforums „Wirtschaft macht Klimaschutz“	4
Abb 4 Ergebnisse der Arbeitsgruppen und deren Klimaschutzpotenzial	5
Abb 5 Beispielhafte Darstellung der Circular Economy Toolbox Website	7
Abb 6 Der Praxisleitfaden als Schnittstelle zwischen Finanz- und Realwirtschaft	9
Abb 7 Phasen zur Integration von Klimaschutzinnovationen in Unternehmen	10
Abb 8 Konzeptionelle Darstellung des Lieferanten-Klimaschutz-Programms	13
Abb 9 Internationales Tool zur Berechnung und Offenlegung des Carbon Footprint	15
Abb 10 Überblick über die Inhalte des Handbuchs zur Kommunikation von komplexen Klimaschutzthemen	17
Abb 11 Vergleich unterschiedlicher, nicht überschneidungsfreier Arten vermiedener Emissionen	18
Abb 12 Praxisorientierte Kurzstudie zum Konzept der internen CO ₂ -Bepreisung	19

VORWORT

Liebe Leserin, lieber Leser,

endlich bekommt der Klimawandel die öffentliche Aufmerksamkeit, die er verdient. Dazu beigetragen haben nicht nur die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die seit Jahren eindringlich für mehr Klimaschutz werben, sondern auch die zahlreichen Jugendlichen, die weltweit jeden Freitag für mehr Klimaschutz auf die Straße gehen.

Die großen Klimakonferenzen wie zuletzt in Madrid sind enorm wichtig. Sie zeigen aber auch, dass die internationale Gemeinschaft immer noch nicht entschlossen genug gegen die Erderhitzung vorgeht. Umso wichtiger ist es, dass die Europäische Union und Deutschland mit gutem Beispiel vorangehen und aktiv mehr Klimaschutz praktizieren.

Deutschland soll bis zum Jahr 2050 klimaneutral werden. Das erfordert das Pariser Abkommen und das hat die Bundesregierung mit dem Klimaschutzprogramm 2030 beschlossen. Dieses Ziel hat sie außerdem mit zahlreichen Maßnahmen konkretisiert und mit dem Klimaschutzgesetz erstmals verbindlich gemacht.

Die Politik allein kann jedoch die weitreichenden Veränderungen hin zu einer klimaneutralen Wirtschafts- und Lebensweise nicht stemmen. Wirtschaft, Unternehmen, Verwaltungen und letztlich jede und jeder Einzelne müssen dazu beitragen.

Ein Umsteuern in der Wirtschaft spielt dabei eine Schlüsselrolle. Nur so wird es möglich sein, die Erderhitzung auf deutlich unter 2° Celsius zu begrenzen. Durch Unternehmen, die jetzt handeln und den Klimaschutz fest in ihren Geschäftsmodellen verankern. Unternehmen, die sicherstellen, dass ihre Produkte und Dienstleistungen zu einer Reduktion von Treibhausgasemissionen und Ressourcenverbrauch führen. Daraus entstehen neue Formen der Zusammenarbeit, denn wo einzelne Unternehmen an Grenzen stoßen, können sie gemeinsam Maßnahmen für eine klimaneutrale Wirtschaft ergreifen.



Aus diesem Grund hat das Bundesumweltministerium 2017 das Dialogforum ‚Wirtschaft macht Klimaschutz‘ initiiert. Unternehmen aus allen Wirtschaftsbereichen erhalten hier eine Plattform, auf der sie gemeinsam Strategien für klimagerechtes Wirtschaften erarbeiten.

Eine große Anzahl von Unternehmen und Verbänden hat sich engagiert beteiligt. Es wurden bei den teilnehmenden Unternehmen viele neue Maßnahmen angestoßen, bestehende Strategien zum Klimaschutz weiterentwickelt und neue kooperative Ansätze entwickelt.

Die Ergebnisse des Forums und der offene Austausch sind sehr ermutigend. Sie machen Hoffnung auf mehr. Hierfür danke ich den Beteiligten, allen voran den im Steering Committee vertretenen Unternehmen, die dies mit ihren Ressourcen und dem Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ermöglicht haben.

Diese Broschüre macht die Ergebnisse des Dialogforums für alle zugänglich. Sie vermittelt einen guten Einblick in die Arbeit des Dialogforums und soll zu eigenen Klimaschutzaktivitäten inspirieren. Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Svenja Schulze

Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit

ZUM DIALOGFORUM „WIRTSCHAFT MACHT KLIMASCHUTZ“

Effektiver und erfolgreicher Klimaschutz kann erst dann gelingen, wenn unterschiedliche Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche langfristig zusammenarbeiten. Aus diesem Grund startete das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) im Juni 2017 das Dialogforum „Wirtschaft macht Klimaschutz“. Der Dialogprozess resultiert aus dem Aktionsprogramm Klimaschutz 2020 der Bundesregierung. Ziel ist es, die deutsche Wirtschaft zum Zweck des Klimaschutzes breit zu vernetzen und die beschleunigte Umsetzung konkreter Maßnahmen zur Treibhausgasminderung in der Wirtschaft zu befördern. Es sollten konkrete Klimaschutzmaßnahmen in Unternehmen angestoßen werden, um so den Klimaschutz in der deutschen Wirtschaft voranzutreiben und wichtige Beiträge zu den Klimaschutzzielen zu leisten. Durch eine möglichst breite Beteiligung der Wirtschaft wurde hierbei eine Vielzahl von Unternehmensperspektiven berücksichtigt und einbezogen. Über die gesamte Laufzeit waren ca. 100 deutsche Unternehmen und etwa 250 angemeldete TeilnehmerInnen im Dialogforum aktiv. Ein weiteres Ziel war es, ein gemeinsames Verständnis davon zu erlangen,

wo es Zielkonflikte gibt und was nötig ist, um Klimaschutz konkret in Unternehmen umzusetzen. Zudem wurden effektive Ansätze, die bereits zuvor in Unternehmen entstanden sind, weiter- bzw. kollaborative Ansätze neu entwickelt.

Der wesentliche Unterschied zu anderen Formaten liegt vor allem darin, dass die Unternehmen den Dialogprozess nach ihren Bedürfnissen selbst gestalten und das BMU den Prozess als offenes Ohr der Politik begleitet.

Zur Konzeption, inhaltlichen Begleitung und Durchführung des Forums hat das BMU EY (vormals Ernst & Young), das Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie und das Ecologic Institut beauftragt. Begleitet wurde das Dialogforum von einem Steering Committee, das von VertreterInnen aus Unternehmen, Politik und Wissenschaft repräsentiert wurde. Dieses Gremium legte auch die Themen der fünf Arbeitsgruppen fest.

Abb 1 **Steering Committee des Dialogforums**



Welche Arbeitsgruppen gab es und was waren die Ziele und Ergebnisse?

Abb 2 **Arbeitsgruppen des Dialogforums**

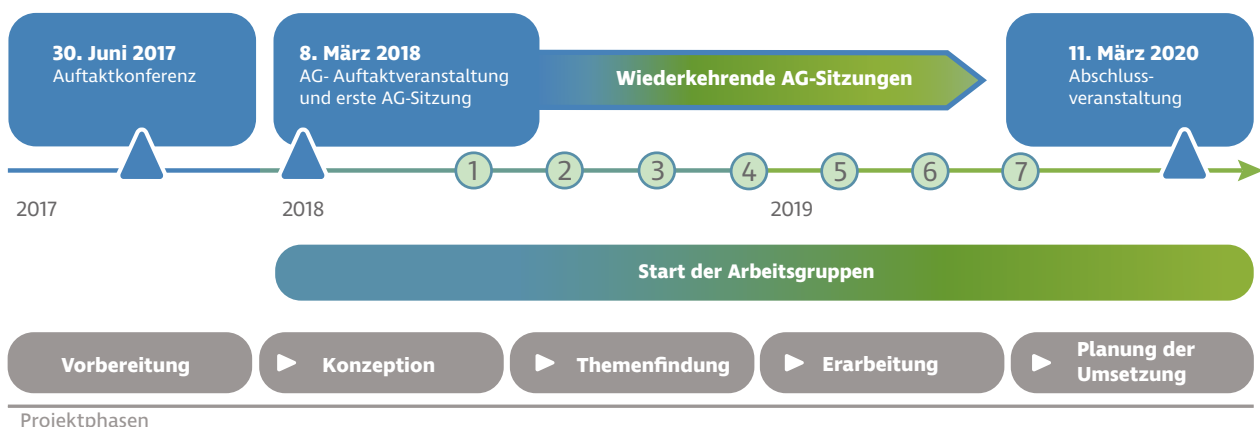


Die Erarbeitung gemeinsamer Strategien und praktischer Maßnahmen für den Klimaschutz in Unternehmen fand in fünf themenspezifischen Arbeitsgruppen (AGs) statt.

Nach der AG-Auftaktveranstaltung im März 2018 erfolgte die Sacharbeit in einer Reihe von Arbeitsgruppensitzungen in großen und kleinen Runden, innovativen Workshops und Telefonkonferenzen. Im Rahmen der halb- bis ganztägigen Sitzungen wurden neue Ideen, Initiativen und Maßnahmen Schritt für Schritt erarbeitet. Dies gelang durch einen intensiven, interdisziplinären Austausch der verschiedenen VertreterInnen, die unternehmensinterne Hemmnisse im Klimaschutz identifizierten, diskutierten und überwandten.

Die AG-Sitzungen fanden an wechselnden Standorten in ganz Deutschland statt. Die Steering-Committee-Unternehmen, das Projektteam, aber auch andere teilnehmende Unternehmen stellten dafür ihre Räumlichkeiten zur Verfügung. Neben den AG-individuellen Sitzungen fand im September 2019 eine AG-übergreifende Sitzung in Hamburg statt, um Einblicke in den Stand und die Ergebnisse der anderen Arbeitsgruppen zu erhalten und sich AG-übergreifend zu vernetzen. Die Arbeitsgruppen selbst wurden durch Mitglieder des Steering Committee moderiert.

Abb 3 **Prozess des Dialogforums „Wirtschaft macht Klimaschutz“**



Mehrwert für Klima und Unternehmen

Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen sollen einen Mehrwert für den Klimaschutz erzeugen. So kann die unternehmensinterne Umsetzung der AG-Ergebnisse helfen, Treibhausgasemissionen direkt zu reduzieren, und so unmittelbar zum Klimaschutz beitragen. Die AG-Ergebnisse können aber auch indirekt zum Klimaschutz beitragen, indem sie zu neuen klimafreundlichen Innovationen führen, den Ressourcenverbrauch reduzieren oder Klimaschutz fest in der Unternehmenskultur verankern.

Zudem schaffen die AG-Ergebnisse neben einem Mehrwert für den Klimaschutz auch einen Mehr-

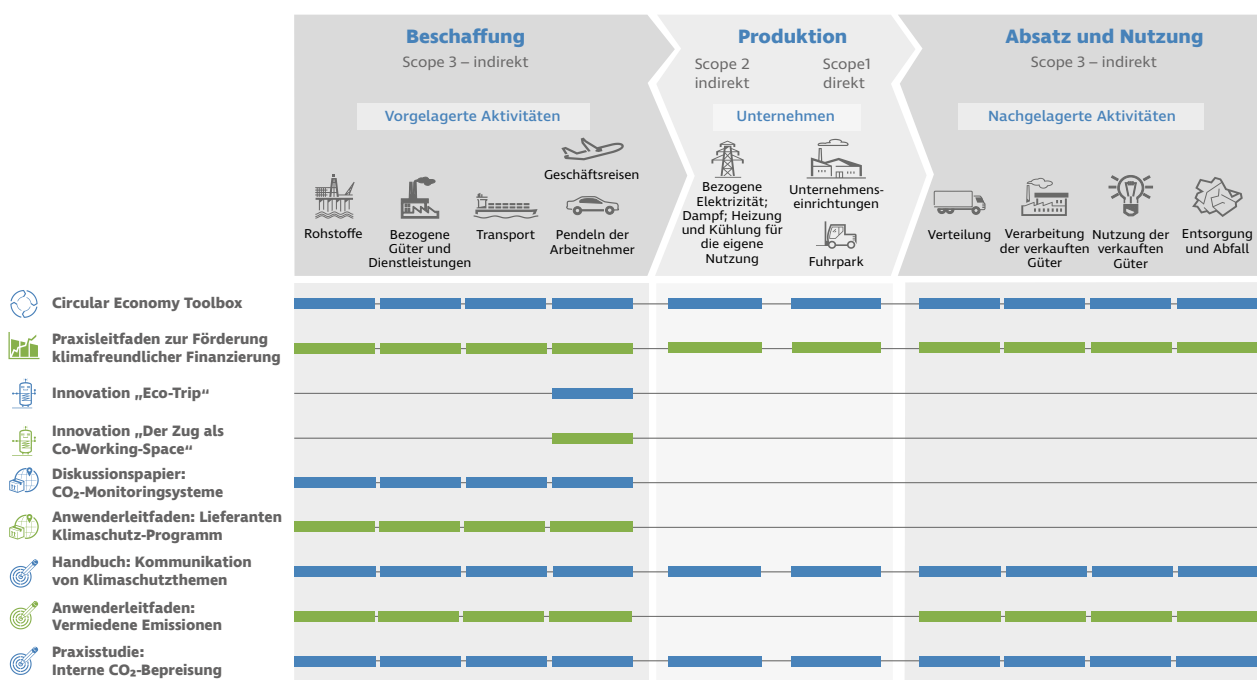
wert für die teilnehmenden Unternehmen. So hatten Unternehmen die Möglichkeit, an einem zukunftsweisenden und branchenübergreifenden Dialogformat mitzuwirken. Darüber hinaus wurden sie Teil eines umfassenden Netzwerks, wodurch sie die Kontakte zu Kunden und Zulieferern, die ebenfalls beim Dialogforum vertreten waren, intensivieren konnten. In diesem Rahmen wurde zudem die Möglichkeit geschaffen, hohes Klimaschutzengagement in Geschäftsmöglichkeiten zu verwandeln, beispielsweise durch entstehende gemeinsame, über das Dialogforum hinausgehende Projekte.

KURZBESCHREIBUNG DER ARBEITSGRUPPEN UND DER AG-ERGEBNISSE

Die langfristige Zusammenarbeit der Unternehmen fand in fünf themenspezifischen Arbeitsgruppen statt. Ziel war es, gemeinsam Hemmnisse im Klimaschutz zu identifizieren, passende Strategien zu entwickeln und einen Plan für die Umsetzung

von Klimaschutzmaßnahmen zu erarbeiten. Die fünf Arbeitsgruppen haben sich mit jeweils spezifischen Fragestellungen auseinandergesetzt und die im folgenden dargestellten Ergebnisse erarbeitet:

Abb 4 Ergebnisse der Arbeitsgruppen und deren Klimaschutzpotenzial





AG „Circular Economy“

Die Arbeitsgruppe „Circular Economy“ beschäftigte sich mit Geschäftsmodellen der Kreislaufwirtschaft und ihren Business Cases. Sie diskutierte Kreislaufwirtschaftsstrategien in und für unterschiedliche Branchen. Dazu wurden bestehende Best Practices und relevante Themenfelder vorgestellt und diskutiert. Behandelt wurden die Steigerung des Einsatzes von Sekundärstoffen sowie Materialeffizienz, Chancen durch Digitalisierung, intelligente Produktentwicklung, Logistik- und Verpackungsstrategien und die Schließung von Stoffströmen in integrierten Wertschöpfungsketten. Auch rechtliche Entwicklungen, welche die Kreislaufwirtschaft vorantreiben, wurden angesprochen. Die Arbeitsgruppe förderte dabei den Austausch und die Kooperation zwischen unterschiedlichsten Unternehmen, die in einer integrierten Wertschöpfungskette z. B. im Anlagenbau, in der Produktion, im Handel, in der Verarbeitung oder im Recycling tätig sind.

PROJEKTERGEBNIS Circular Economy Toolbox

KURZBESCHREIBUNG

In der Arbeitsgruppe wurde mit der Circular Economy Toolbox ein Instrument erarbeitet, das sich vorrangig an Unternehmen richtet, die in einer integrierten Wertschöpfungskette tätig sind. Ihr Ziel ist es, Unternehmen bei der Implementierung von Circular-Economy-Methoden zu unterstützen. Darüber hinaus kann sie als Werkzeug genutzt werden, Drittparteien wie beispielsweise Lieferanten von der Wichtigkeit kreislaufwirtschaftlichen Handelns zu überzeugen, und ihnen im Umsetzungsprozess begleitend zur Hand gegeben werden. Die Toolbox ist dabei als dynamische Web-Plattform zu verstehen. Sie wird nach Ende des Dialogforums verstetigt und von den AG-TeilnehmerInnen auch zukünftig weiter ausgebaut. Die teilnehmenden Unternehmen haben sich zudem darauf verständigt, die Zusammenarbeit in der Arbeitsgruppe auch über die Laufzeit des Projekts hinaus fortzuführen.

MEHRWERT FÜR UNTERNEHMEN

Die Toolbox erlaubt es Unternehmen mit unterschiedlichem Kenntnisstand zur Kreislaufwirtschaft, sich in der Circular Economy zu orientieren, geeignete Instrumente, Methoden und Best Practices zu identifizieren und umzusetzen. Hierzu gibt sie eine Übersicht über die Circular Economy. Darüber hinaus werden modular auf drei Fortschrittsstufen Werkzeuge zur Verfügung gestellt, welche die Phasen der Einarbeitung (Basic), der weiteren Orientierung (Advanced) und schließlich der konkreten Umsetzung (Expert) umfassen.

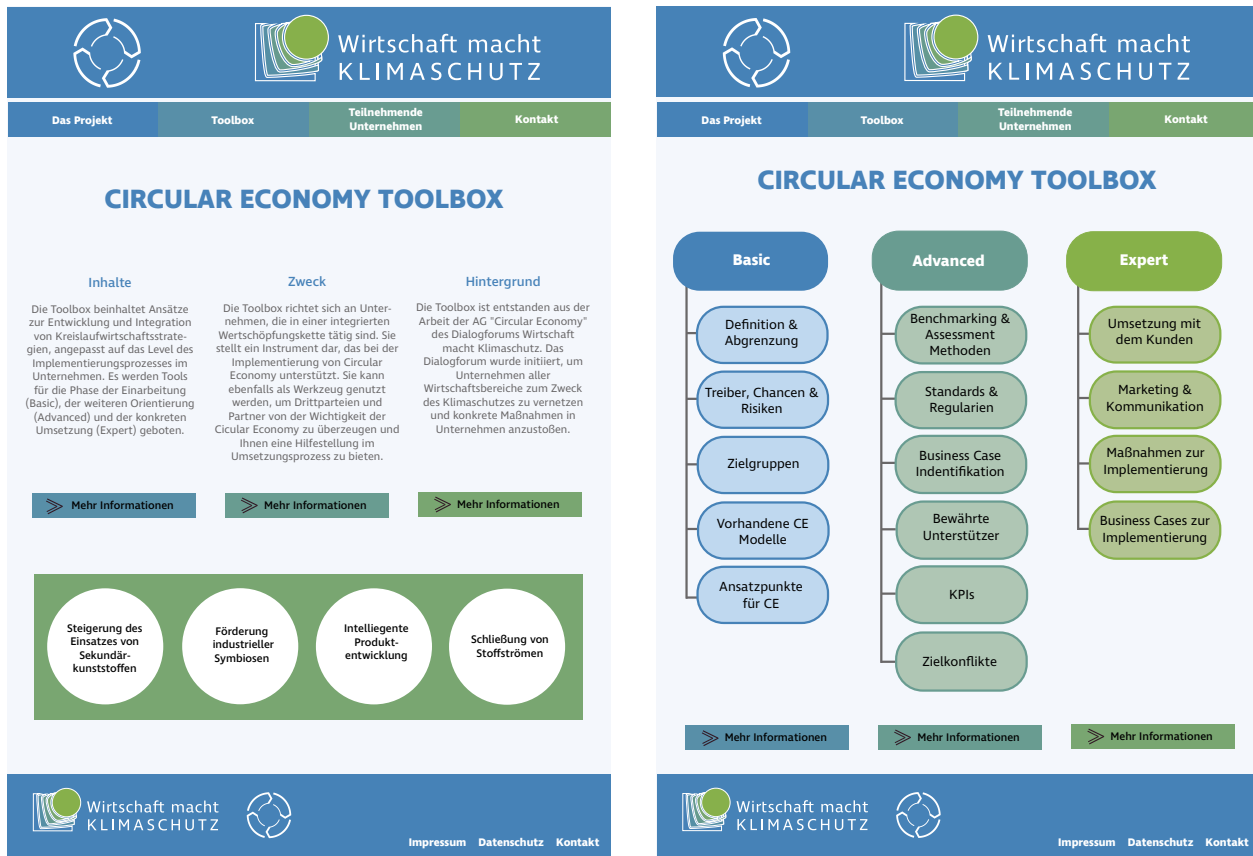
EFFEKTE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Ziel ist es, die Umsetzung von Circular Economy durch Unternehmen und Wertschöpfungsketten in Deutschland zu forcieren. Instrumente wie Ressourceneffizienz, Wiederaufbereitung und Recycling haben direkte Auswirkungen auf den Material- und Energieverbrauch und tragen so unmittelbar zum Klimaschutz bei. Beispielsweise weisen wiederverwertete Kunststoffe einen deutlich geringeren CO₂-Ausstoß auf als Primärmaterial.



Einen Link zur **Circular Economy Toolbox** finden Sie unter:
www.wirtschaft-macht-klimaschutz.de

Abb 5 Darstellungsentwurf der Circular Economy Toolbox Website





AG „Finanzbranche und Klimaschutz“

Die Arbeitsgruppe „Finanzbranche und Klimaschutz“ beschäftigte sich zum einen mit den derzeit genutzten Methoden zur Bewertung der Klimafreundlichkeit von Investitionen und Portfolios und griff dabei internationale Markt- und regulatorische Impulse wie z. B. den EU-Aktionsplan zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums und die Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) auf. Zum anderen ging es darum, Instrumente zu identifizieren, mit denen die Finanzbranche die Marktfähigkeit neuer Low-carbon-Technologien unterstützen und systematische Portfoliorisiken aufgrund der erforderlichen Anpassungsprozesse der Wirtschaft vermeiden kann.

TeilnehmerInnen der Arbeitsgruppe kamen sowohl aus dem Finanzsektor als auch aus der Realwirtschaft. Dadurch ergab sich die Möglichkeit, die Herausforderungen und Lösungsansätze vonseiten der KapitalgeberInnen und der Kapitalsuchenden zu betrachten.

Eine zentrale Rolle spielten dabei die Bewertung von Klimarisiken und die Barrieren bei der Entwicklung möglicher Geschäftschancen, sowohl im Bereich der Emissionsreduzierung („mitigation“) als auch in der Anpassung an negative Klimafolgen („adaptation“). Zu den Klimarisiken gehören physische Risiken durch extreme Wetterereignisse, Haftungsrisiken aus Emissionen und Managementfehlverhalten, drohende Abwertungen von Anlagen in fossile Energien („stranded assets“) und Reputationsrisiken. Zu den für die Finanzierung relevanten Risiken aufseiten der TechnologieentwicklerInnen zählen insbesondere politische und technologische Risiken neuer Anwendungen. Damit richten sich die Arbeitsgruppe und ihr Arbeitsergebnis nicht nur an Banken, Versicherungen und Investoren, sondern auch an Unternehmen, die Technologien entwickeln und hierfür auf Finanzierung angewiesen sind.

PROJEKTERGEBNIS

Praxisleitfaden zur Förderung klimafreundlicher Finanzierung. Der Weg zu einem zukunftsfähigen Finanzsektor in Deutschland

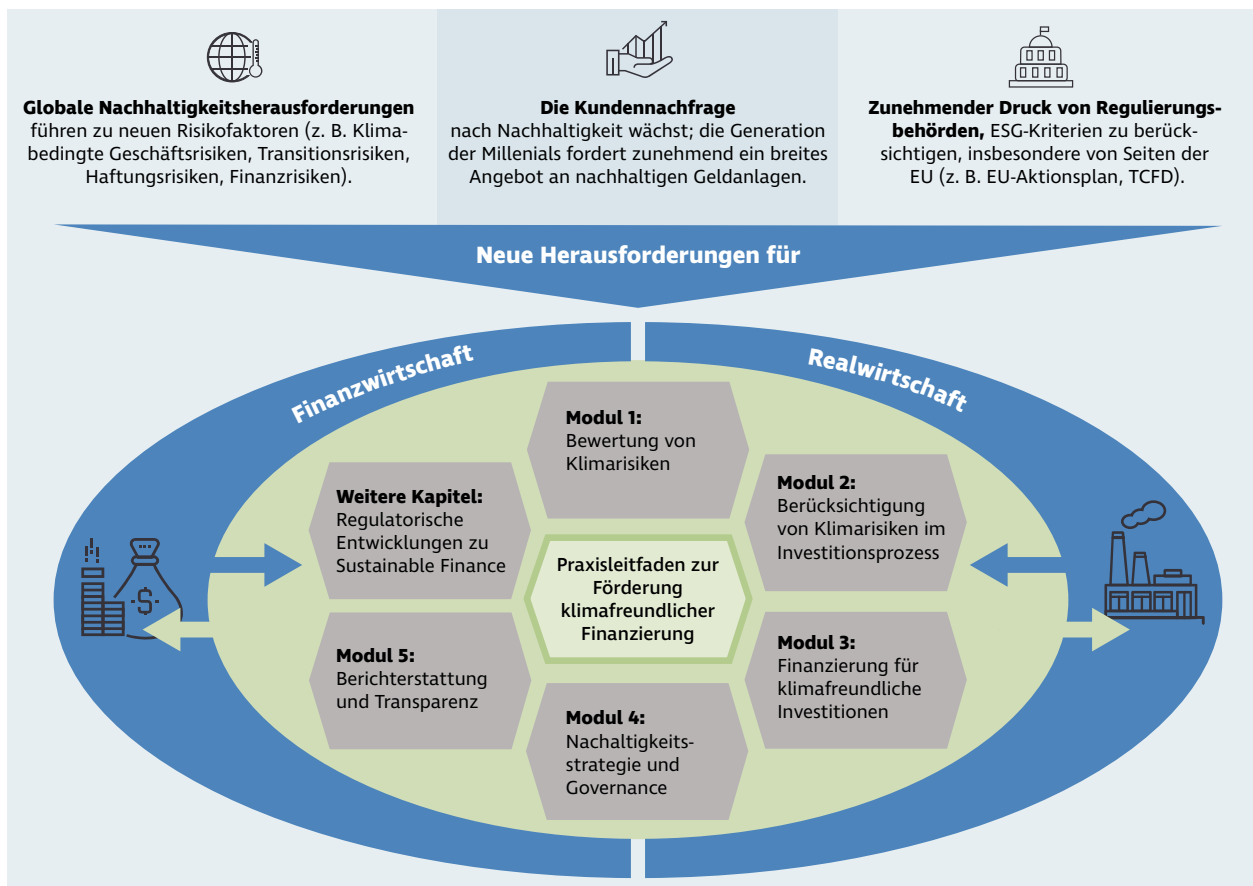
KURZBESCHREIBUNG

Der Leitfaden bietet Inspiration für transformativen Wandel und Best-Practice-Beispiele aus der Finanz- und Realwirtschaft. Die Module in diesem Leitfaden liefern Unternehmen die Möglichkeit, Maßnahmen für mehr klimafreundliche Finanzflüsse im Unternehmen umzusetzen. Die durch die AG-TeilnehmerInnen gegebene Schnittstelle zwischen Finanz- und Realwirtschaft bringt neue Perspektiven in den Dialog zu Nachhaltigkeit am Finanzmarkt.

Die Transformation zu einer resilienten und klimaneutralen Wirtschaft wird erhebliche Investitionen erfordern und eröffnet Unternehmen vielfältige Chancen, um mit neuen Technologien und neuen Geschäftsmodellen am wachsenden Zukunftsmarkt für klimafreundlichere Lösungen teilzuhaben. Gerade Klimarisiken werden zunehmend mit finanziellen Risiken assoziiert und somit zu einem wichtigen Kriterium im unternehmerischen Handeln und für Investitionsentscheidungen. Dieser



Abb 6 **Der Praxisleitfaden als Schnittstelle zwischen Finanz- und Realwirtschaft**



Leitfaden zeigt hierfür notwendige Handlungsoptionen auf, Klimarisiken zu bewerten, sie in Investitionsentscheidungen zu berücksichtigen und Instrumente für die Finanzierung klimafreundlicher Investitionen zu finden.

MEHRWERT FÜR UNTERNEHMEN

Gerade an der „Schnittstelle“ zwischen der Real- und der Finanzwirtschaft wird somit eine echte Handlungshilfe geleistet, wie das komplexe Thema der Klimarisiken analytisch und auch kommunikativ bewältigt werden kann. Unternehmen erhalten damit das notwendige Rüstzeug, um Klimarisiken systematisch zu bewerten und in die strategi-

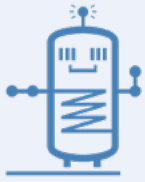
schen und operativen Entscheidungsprozesse zu integrieren und damit auch den regulatorischen (Offenlegungs-)Pflichten nachzukommen.

EFFEKTE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Die Förderung klimafreundlicher Finanzierungen liefert eine der Grundlagen, um die Wirtschaft – einschließlich der bestehenden Infrastruktur – im Lauf der nächsten drei Jahrzehnte auf treibhausgasneutralen Betrieb umzustellen. Der Finanzsektor wird so zum Treiber der Dekarbonisierung, der die Innovationen für klimafreundliche Technologien und Geschäftsmodelle in der Realwirtschaft ermöglicht und unterstützt.



Den gesamten **Praxisleitfaden zur Förderung klimafreundlicher Finanzierung** finden Sie unter:
www.wirtschaft-macht-klimaschutz.de



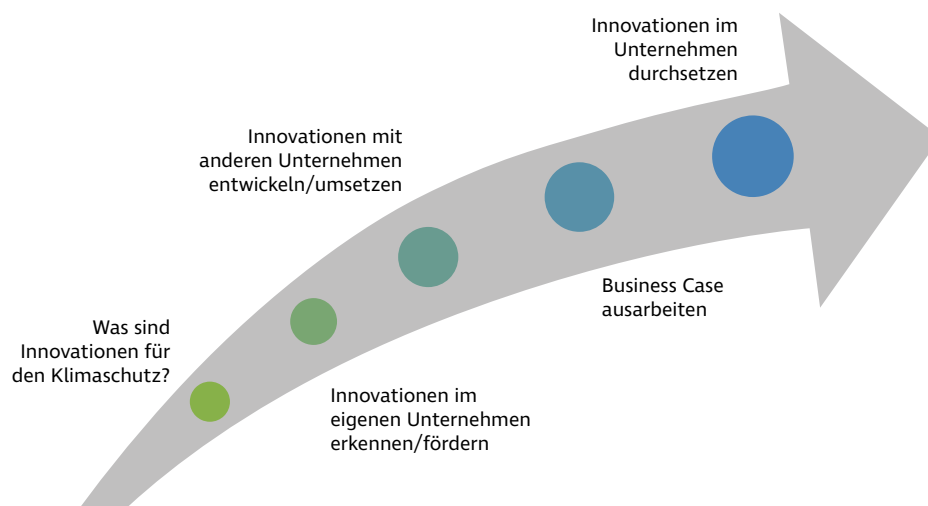
AG „Innovationen für den Klimaschutz“

Die Arbeitsgruppe „Innovationen für den Klimaschutz“ beschäftigte sich mit den verschiedenen Phasen der Innovationsentwicklung in Unternehmen. Zu den einzelnen Phasen wurden jeweils Beispielprojekte und -methoden vorgestellt und die Erfahrungen der Unternehmen gesammelt und diskutiert. Dabei ging es um einen breiten Begriff von Innovation, der auch Prozess- und soziale Innovationen umfasste. Zur Identifikation von Klimaschutzinnovationen im eigenen Unternehmen braucht es aus Sicht der TeilnehmerInnen nicht nur engagierte MitarbeiterInnen aus der Belegschaft, sondern auch ein klares Commitment der Unternehmensleitung. Zusätzlich sei auch eine methodische Verankerung eines Innovationsprozesses im Unternehmen eine wichtige Grundvoraussetzung. Insgesamt ist eine gelebte Innovationskultur im eigenen Unternehmen vonnöten.

Klimaschutzinnovationen benötigen oftmals die Zusammenarbeit über Unternehmensgrenzen hinweg. Das gilt für Prozesse, die über die eigene Wertschöpfungskette hinausgehen, aber auch für gemeinsame Initiativen, die abseits des eigentlichen Kerngeschäfts (z. B. beim Fuhrpark) möglich sind. Den Vorteilen wie zum Beispiel geteilten Kosten bei Klimaschutzprojekten stehen aber auch Hindernisse wie Compliance oder kartellrechtliche Hürden gegenüber.

Jede Klimaschutzinnovation steht und fällt jedoch mit der Definition eines geeigneten Business Case. Bevor sich eine solche Innovation am Markt bewähren kann, muss das eigene Unternehmen davon überzeugt werden und die Innovation der internen Konkurrenz alternativer Projekte überlegen sein. Ein gut strukturiertes Verfahren zur Definition eines Business Case ist daher ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Durchsetzung von Klimaschutzinnovationen in Unternehmen.

Abb 7 Phasen zur Integration von Klimaschutzinnovationen in Unternehmen



Alle diese Aspekte wurden in Form eines Diskussionspapiers aufgegriffen und zusammengefasst. Das Thema „Innovationen für den Klimaschutz“ bot bei der Vielzahl und Unterschiedlichkeit der AG-TeilnehmerInnen darüber hinaus auch eine praktisch unbegrenzte Themenauswahl für konkrete Projektideen. Die Arbeitsgruppe nutzte im Rahmen einer Veranstaltung die Methode Design Thinking, um aus der Vielzahl der Möglichkeiten konkrete Projekte abzuleiten. Aus der Arbeitsgruppe wurde die Fragestellung „Wie gestalte ich die klimaneutrale Geschäftsreise der Zukunft – von Tür zu Tür?“ eingebracht und als geeignet für einen solchen Workshop ausgewählt. Daraus entwickelten sich zwei unterschiedliche Produkte, die im Rahmen des Diskussionspapiers näher beleuchtet und über das Ende der Arbeitsgruppe hinaus weiterverfolgt werden.



PROJEKTERGEBNIS 1

ECO-Trip: IT-Anwendung zur klimaeffizienten Gestaltung von Geschäftsreisen

KURZBESCHREIBUNG

Die Anwendung hilft Geschäftsreisenden bei der Reiseplanung, indem sie bereits bei der Buchung klimarelevante Kriterien sichtbar macht. Dazu gehören der CO₂-Fußabdruck und eventuelle Zusatzkosten (z. B. durch Kompensationszahlungen) der unterschiedlichen Reiseoptionen. Dadurch unterstützt sie die MitarbeiterInnen bei der Entscheidung für klimafreundliche Geschäftsreisen (u. a. durch die Wahl der Reiseroute und des Verkehrsmittels) und leistet einen Beitrag zu den CO₂-Reduktionszielen des Unternehmens. Idealerweise wird die Anwendung in die unternehmensinternen Buchungstools integriert.

MEHRWERT FÜR UNTERNEHMEN

Die Anwendung versteht sich als zentrales Instrument für Unternehmen, die eigenen Treibhausgasemissionen bei Dienstreisen transparent zu machen und signifikant zu verringern. Im ersten Schritt werden die Emissionen der einzelnen Reisearten zentral sichtbar und vergleichbar. Damit geben sie den MitarbeiterInnen eine schnelle Hilfestellung bei der Auswahl der jeweils für sie besten Reisevariante. Gleichzeitig unterstützt diese Anwendung Unternehmen dabei, die individuellen Emissionen durch Dienstreisen über

längere Zeiträume (z. B. ein Jahr) zu sammeln und sichtbar zu machen. Langfristig eröffnet diese Darstellung den Unternehmen die Möglichkeit der Steuerung eines CO₂-Budgets für Einzelpersonen oder Organisationseinheiten, z. B. über die Vergabe von Incentives bei der Erreichung bestimmter Minderungsziele.

PROJEKTERGEBNIS 2

Reisezeit = Arbeitszeit: der Zug als Co-Working-Space

KURZBESCHREIBUNG

Geschäftsreisende müssen sich vielfach zwischen Bahn- und Flugreisen entscheiden. Wesentliche Entscheidungskriterien sind Dauer und Qualität der Reise. Längere Zugreisen gewinnen für Geschäftsreisende an Qualität, wenn eine attraktive Arbeitsumgebung vorhanden ist. Daher setzt dieser Vorschlag auf modifizierte Bahnabteile, die hochwertige Einzelarbeitsplätze enthalten. Dadurch soll eine Treibhausgasminderung durch mehr Geschäftsreisen mit der Bahn erreicht werden.

MEHRWERT FÜR UNTERNEHMEN

Die Verlagerung von Dienstreisen vom Flugzeug auf die Bahn kann Unternehmen helfen, eigene Treibhausgasminderungsziele zu erreichen. Darüber hinaus kann durch unterbrechungsfreies Reisen die aktive Arbeitszeit allein oder in Konferenzen während der Reise erhöht werden.

EFFEKTE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Gerade in der Industrie sind die aktuell gesteckten Klimaschutzziele nur mit technologischen Innovationen erreichbar. Durch die Integration von Klimaschutz in den unternehmerischen Innovationsprozess, können die Veränderungen im Unternehmen an einem klimafreundlichen Zukunftsbild ausgerichtet werden. Die treibhausgaswirksamen Emissionen von Verkehrsmitteln sind sehr unterschiedlich. Die Auswahl und Verlagerung der Verkehrsmittel für Dienstreisen nach CO₂-Bilanz kann zu deutlichen Emissionsminderungen führen, insbesondere bei Unternehmen.



Das **Diskussionspapier Innovationen für den Klimaschutz** finden Sie unter:
www.wirtschaft-macht-klimaschutz.de



AG „Klimafreundliche Lieferketten“

Ein Großteil der Treibhausgasemissionen deutscher Unternehmen wird in der vorgelagerten Lieferkette produziert. Daraus ergibt sich ein großes Potenzial für den Klimaschutz. Allerdings sind Lieferketten heutzutage global, hochkomplex und umfassen eine erhebliche Anzahl spezialisierter Akteure, was den Klimaschutz in der Lieferkette für Unternehmen zu einer Herausforderung werden lässt. Möglichkeiten für den Klimaschutz in der Lieferkette gibt es viele: vom lieferkettenübergreifenden Dialog und Wissenstransfer über gemeinsame Energieeffizienzprojekte im Zulieferbetrieb bis hin zu festen Standards und Kriterien bei der Auswahl der Lieferanten.

Die Arbeitsgruppe „Klimafreundliche Lieferketten“ beschäftigte sich genau mit diesen Themen und diskutierte mögliche Lösungen für unterschiedlichste Branchen. Dabei gab es einen Austausch zu den verschiedenen Ansätzen in Unternehmen und deren methodischen Weiterentwicklungen.

PROJEKTERGEBNIS 1

Lieferanten-Klimaschutz-Programm – Anwenderleitfaden zur Einbindung der EinkäuferInnen bei der Reduktion der Emissionen in der Lieferkette

KURZBESCHREIBUNG

Mithilfe des erstellten Anwenderleitfadens werden Unternehmen unterschiedlicher Größen dazu befähigt, eine klimaschutzorientierte Lieferkette durch die entsprechende Ausrichtung der Beschaffung zu gestalten. Im Rahmen der Arbeitsgruppe wurde zu diesem Zweck ein Lieferanten-Klimaschutz-Programm als idealtypischer Prozess beschrieben, der die unterschiedlichen internen Adressaten berücksichtigt. Zum einen werden hier die Aufgaben der Abteilungen, die mit den Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz betraut sind, und zum anderen Aufgaben der Fachabteilungen mit dem Beschaffungsbedarf definiert.

Das Programm startet mit einem vorbereitenden unternehmensinternen Prozess, der die relevanten Akteure zusammenbringt. Dazu gehören das Management, EinkäuferInnen und Einkaufsleitung sowie Fachabteilungen (z. B. Kommunikation) bzw. Bedarfsträger.

Anschließend werden ausgewählte Lieferanten kontaktiert und zum Ausfüllen eines Online-Fragebogens eingeladen, wobei unter anderem Primärdaten zum Klimaschutz (beispielsweise Product Carbon Footprints) sowie weitere relevante Informationen zu Klimaschutzaktivitäten bzw. -wissen abgefragt werden. Mittels dieser Informationen gehen geschulte EinkäuferInnen, ggf. unterstützt durch MitarbeiterInnen der Abteilungen für Nachhaltigkeit, in Einkauf-Lieferanten-Gespräch, in denen das Thema Klimaschutz und überprüfbare

Vereinbarungen zur Emissionsminderung besprochen werden. Dieser lieferantenbezogene Prozess (dargestellt in Grün) sollte periodisch wiederholt und über ein Monitoring (z. B. Lieferantenaudits) geprüft werden.

Dabei kann der Leitfaden sowohl als Ergänzung für bereits bestehende Prozesse als auch zur Anpassung an bestimmte Unternehmens- und Branchenbesonderheiten genutzt werden.

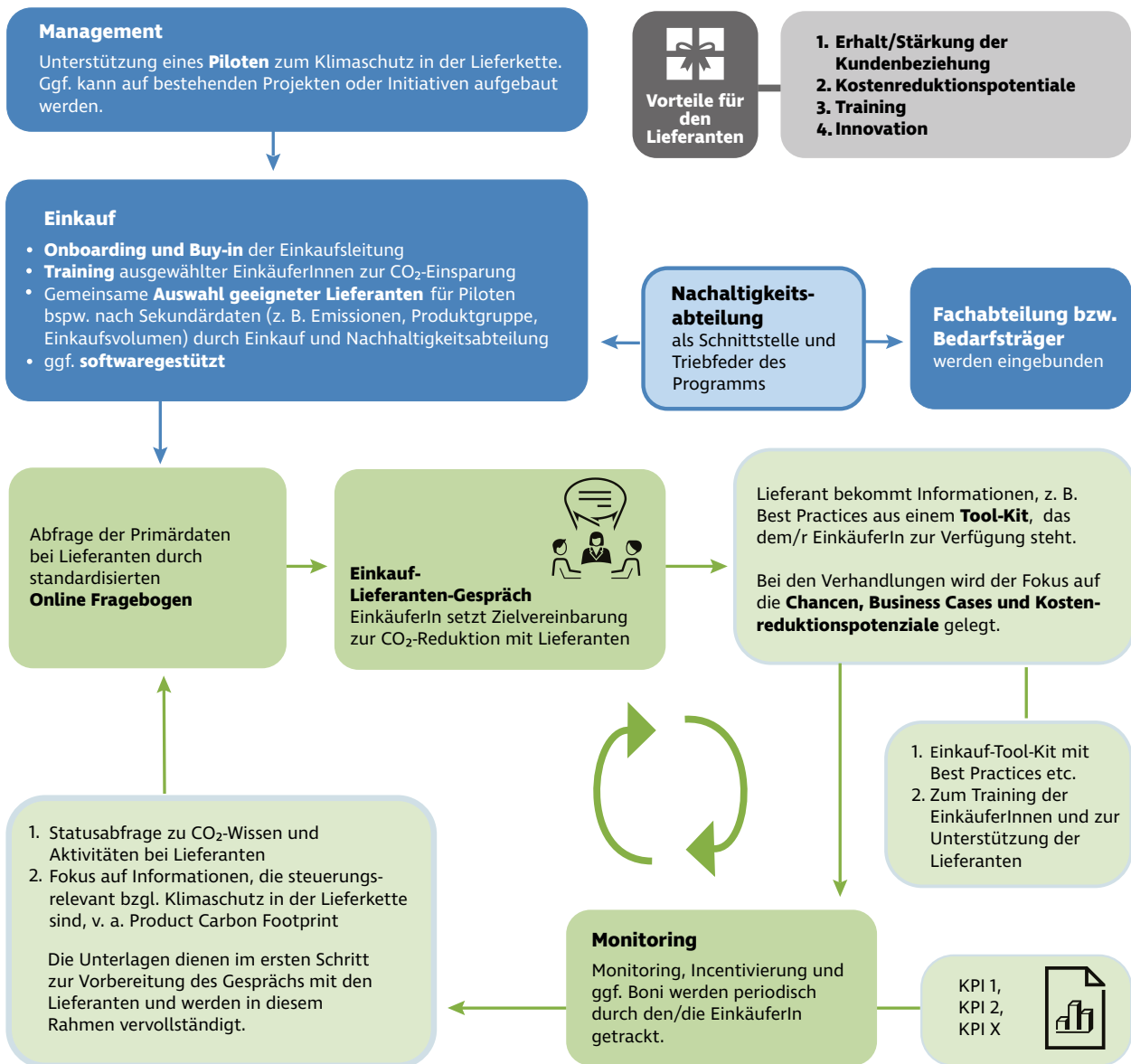
MEHRWERT FÜR UNTERNEHMEN

Die Umsetzung des Programms, das im Anwenderleitfaden beschrieben ist, kann sowohl entscheidend zu einer Erhöhung der Transparenz in der Lieferkette als auch zum Aufbau robuster Lieferantenbeziehungen beitragen. Hierbei ist die Einbindung und Schulung der EinkäuferInnen ein zentraler Baustein bei der Gestaltung einer klimaschutzorientierten Lieferkette. Nur durch sie kann sichergestellt werden, dass Kostenrisiken, die sich aus einer mittelfristigen CO₂-Bepreisung ergeben könnten, rechtzeitig berücksichtigt werden. Darüber hinaus werden mit dem Programm Akteure, die bisher keine Berührungspunkte mit dem Thema Klimaschutz hatten, sensibilisiert.

EFFEKTE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Durch die Umsetzung eines effektiven Lieferanten-Klimaschutz-Programms werden Potenziale zur Minderung von Emissionen in der Lieferkette gehoben und Anstrengungen zum Klimaschutz in der Lieferkette verstärkt.

Abb 8 Konzeptionelle Darstellung des Lieferanten-Klimaschutz-Programms



Den gesamten **Anwenderleitfaden Lieferanten-Klimaschutz-Programm** finden Sie unter:
www.wirtschaft-macht-klimaschutz.de

KURZBESCHREIBUNG

Eine zentrale Herausforderung für die Umsetzung klimafreundlicher Lieferketten ist es, einen effizienten Weg zu finden, wie möglichst viele Wirtschaftsakteure zur Offenlegung der relevanten Informationen für die Abschätzung des Carbon Footprint bewegt werden können. Die Arbeitsgruppe „Klimafreundliche Lieferketten“ diskutierte dieses Thema mit dem Ziel, eine möglichst branchenübergreifende Lösung zu entwickeln, vor allem durch einen Austausch über die unterschiedlichen Ansätze in Unternehmen und die Weiterentwicklung vorhandener Methoden.

Die teilnehmenden Unternehmen stellten fest, dass immer noch zu wenig digitale Lösungen zur Steigerung der Transparenz in der Lieferkette auf dem Markt existieren. Dies wurde auch durch eine entsprechende Recherche bestätigt. Auf der Basis dieser Bedarfe und mit dem Einsatz der Design-Thinking-Methode wurde ein System konzipiert, das in einer zentralen Plattform CO₂-Emissionen von Unternehmen (beispielsweise CO₂-Bilanzen und Product Carbon Footprints) sammelt, automatisiert prüft und Unternehmen und anderen Stakeholdern einheitliche und vergleichbare Informationen wieder zur Verfügung stellt (im Folgenden als „CO₂-Monitoringsystem“ bezeichnet). In dem veröffentlichten Diskussionspapier wird zum einen die Diskussion der Arbeitsgruppe zusammengefasst und zum anderen dient es als Anregung für die Politik sowie für Unternehmen und Organisationen, die sich mit Transparenz in der Lieferkette beschäftigen.

Das Diskussionspapier empfiehlt, ein CO₂-Monitoringsystem als zentrale Plattform in der Form einer öffentlich-privaten Kooperation (PPP) aufzubauen. Die Beschreibung von Standards, die einerseits nur niedrige Einstiegshürden darstellen, aber auch unterschiedliche „ambition levels“ zulassen und fördern, ist ein wichtiges Element.

MEHRWERT FÜR UNTERNEHMEN

Durch die Einbeziehung unterschiedlicher Akteure und die Nutzung einheitlicher Standards bietet ein solches Monitoringsystem Unternehmen einerseits die Chance, die Transparenz hinsichtlich des Carbon Footprint in der Lieferkette zu erhöhen; andererseits wird eine einheitliche Informationsgrundlage für die Auswahl klimafreundlicher Lieferanten geschaffen, die durch eine automatisierte Datenerfassung eine verbesserte Datenqualität aufweist. Die durch das Monitoringsystem ermöglichte Steigerung der Transparenz bezüglich des Carbon Footprint kann darüber hinaus eine Verbesserung der Lieferantenbeziehungen zur Folge haben. Schließlich können die gewonnenen Informationen auch zu einer Sensibilisierung unternehmensinterner Akteure und zu einer proaktiven Steuerung der „carbon risks“ genutzt werden.

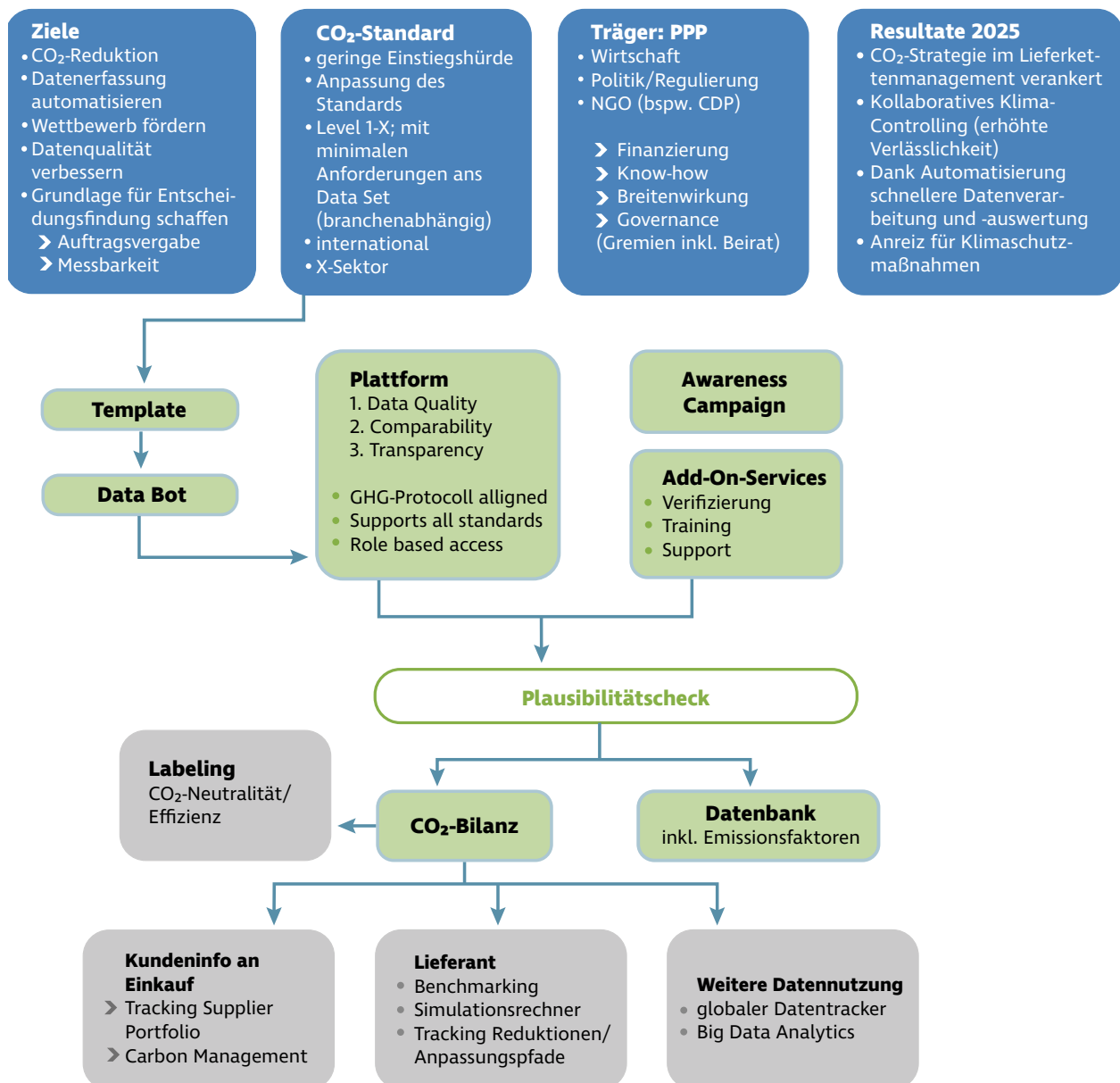
EFFEKTE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Das Diskussionspapier hat zum Ziel, Lücken bei bestehenden Systemen und Datenquellen der Lieferkettenübergreifenden CO₂-Daten aufzuzeigen. Darüber hinaus wurde unter Zusammenarbeit einer breiten und sektorenübergreifenden Gruppe unternehmerischer ExpertInnen ein idealtypisches CO₂-Monitoringsystem konzipiert. Dies soll als Grundlage für die weitere unternehmerische wie auch politische Diskussion über Instrumente des Lieferkettenübergreifenden Klimaschutzes genutzt werden.



Das **Diskussionspapier CO₂-Monitoringsysteme in der Lieferkette** finden Sie unter:
www.wirtschaft-macht-klimaschutz.de

Abb 9 Internationales Tool zur Berechnung und Offenlegung des Carbon Footprint





AG „Unternehmensbezogene Klimaschutzziele“

In der Arbeitsgruppe „Unternehmensbezogene Klimaschutzziele“ wurde über konkrete Beiträge der Unternehmen zur Umsetzung des Pariser Klimaabkommens und deren Ansätze diskutiert. Klimaschutzziele haben in der Unternehmensstrategie eine herausragende Bedeutung. Nach außen signalisieren sie Kunden, Shareholdern und Politik, dass sich das Unternehmen strategisch mit den zukünftigen Rahmenbedingungen, die sich aus dem Pariser Abkommen und der daraus folgenden Klimaschutzgesetzgebung ergeben werden, auseinandersetzt. Darüber hinaus zeigen sie, dass sich Unternehmen sowohl zu den politischen Zielen bekennen als auch zu eigenen, konkreten Beiträgen verpflichten und damit nachhaltig wirtschaften. Nach innen helfen Klimaschutzziele, die Thematik sowohl auf Führungsebene, beispielsweise bei Investitionsentscheidungen, als auch bei den MitarbeiterInnen zu verankern, auch im Sinne eines konkreten Beitrags jedes und jeder Einzelnen.

In der Arbeitsgruppe wurden zentral Ansätze und Methoden zur Klimazielsetzung für die betriebliche Praxis entwickelt, um die Umsetzung der hohen Anforderungen, die sich aus Ansätzen wie Science Based Targets oder der TCFD ergeben, zu unterstützen. Darüber hinaus wurden Anforderungen an die interne Kommunikation von Klimaschutzzielen, deren Ermittlung, Festlegung und Verbindlichkeit abgeleitet wie auch die Verknüpfung derselben mit Vergütungssystemen. Die Arbeitsgruppe richtete sich somit an MitarbeiterInnen, die für die strategische Ausrichtung und/oder das Controlling hinsichtlich Klimaschutz direkt oder indirekt zuständig sind.



KURZBESCHREIBUNG

Unternehmen beziehungsweise MitarbeiterInnen in den Stabsabteilungen haben häufig Schwierigkeiten, das komplexe und aufs Gesamtunternehmen bezogene Thema des Klimaschutzes herunterzubrechen und an interne Stakeholder, insbesondere an die operativen Abteilungen, zu kommunizieren. Daher wurde mit dem Handbuch eine Handlungsempfehlung im Baukastenformat für die interne Kommunikation klimabezogener Themen an unterschiedliche Stakeholder erstellt.

MEHRWERT FÜR UNTERNEHMEN

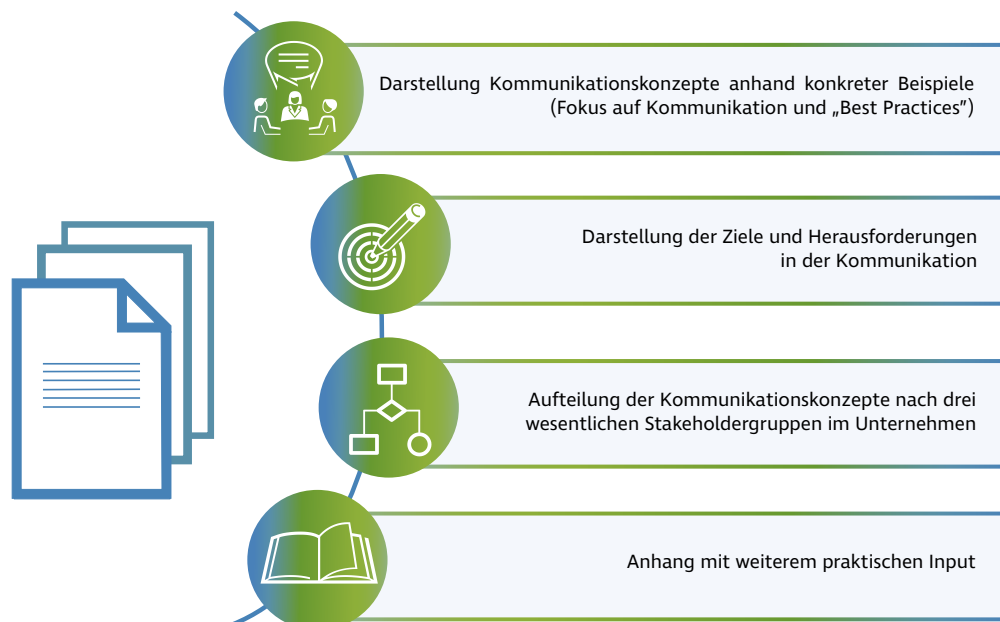
Die interne Kommunikation zu Klimaschutzthemen ist ein wichtiger Aspekt zur Erreichung von Klimazielen. Das Handbuch enthält konkrete Beispiele und Best Practices, die Unternehmen als Anregung dienen sollen. Für die drei Stakeholdergruppen oberes Management, mittleres Management und breite Mitarbeiterschaft werden die individuellen Ziele und Herausforderungen bei der Kommunikation dargestellt. In Form von

Kommunikationskonzepten wird beschrieben, wie Unternehmen den Schwierigkeiten bei der internen Klimakommunikation entgegenzutreten können. Dadurch kann einerseits die strategische Verankerung von Klimathemen, andererseits aber auch die operative Handlungsbefugnis für den Klimaschutz gestärkt werden.

EFFEKTE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

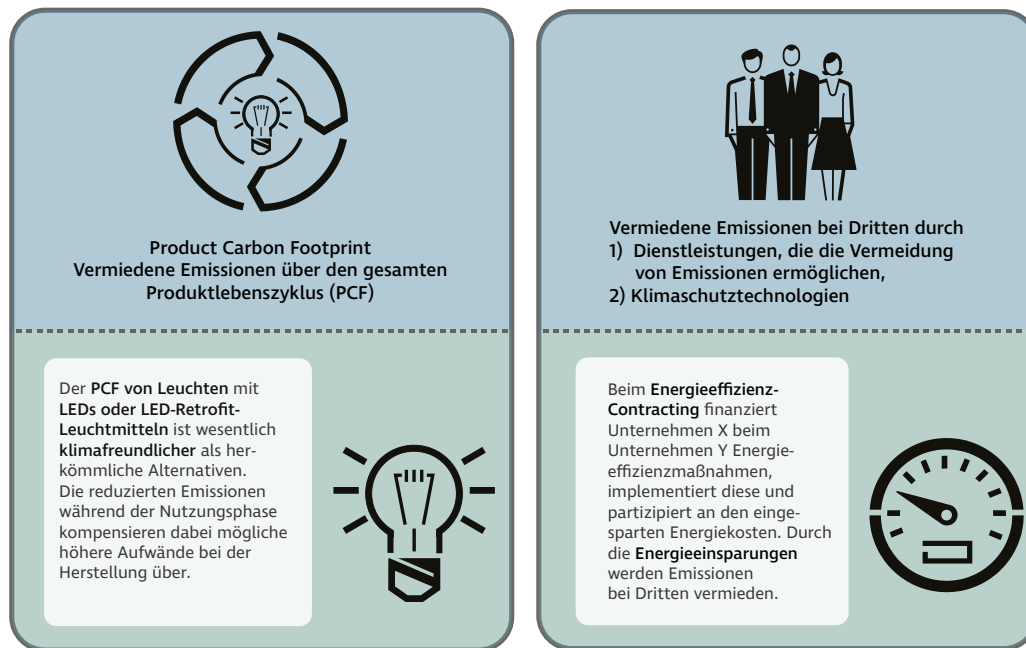
Ziel ist es, das Thema Klimaschutz so zu vermitteln, dass ein Verständnis dieser komplexen Problematik auf verschiedenen Ebenen eines Unternehmens geschaffen werden kann. Auf der Grundlage dieses unternehmensweiten Verständnisses für Klimathemen kann es gelingen, diese in die oberste, strategische Ebene zu integrieren und zusätzlich die Brücke zum operativen Unternehmenshandeln zu ermöglichen. Somit kann auch dort eine Eigendynamik entfaltet werden, indem unterschiedliche Abteilungen motiviert und befähigt werden, Klimaaspekte in ihrem Tätigkeitsbereich umzusetzen.

Abb 10 **Überblick über die Inhalte des Handbuchs zur Kommunikation von komplexen Klimaschutzthemen**



Das **Handbuch zur Kommunikation von komplexen Klimaschutzthemen** finden Sie unter:
www.wirtschaft-macht-klimaschutz.de

Abb 11 Vergleich unterschiedlicher, nicht überschneidungsfreier Arten vermiedener Emissionen



PROJEKTERGEBNIS 2

Anwenderleitfaden zum Konzept der vermiedenen Emissionen

KURZBESCHREIBUNG

Der Anwenderleitfaden soll Unternehmen beim Aufbau einer Methodik zur Berechnung vermiedener Emissionen unterstützen. Gemeint sind solche Emissionen, die durch Produkte oder Dienstleistungen eines Unternehmens außerhalb der eigenen Treibhausgasbilanzierung bei Dritten vermieden werden. Eine konsistente Analyse der vermiedenen Emissionen durch Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens kann die Entwicklung und Vermarktung eines klimafreundlichen Produkts bzw. Dienstleistungsportfolios unterstützen. Auch können dadurch interne Fördermechanismen wie z. B. ein interner CO₂-Preis aufgebaut werden.

Das Konzept der vermiedenen Emissionen lässt sich in zwei Kategorien einteilen:

- Vermiedene Emissionen im Lebenszyklus von Produkten („product carbon footprint“ [PCF]): Durch den PCF-Ansatz wird die direkte Verringerung der CO₂-Emissionen über den gesamten Lebenszyklus eines Produkts im Vergleich zu einer marktüblichen Alternative dargestellt.

- Vermiedene Emissionen bei Dritten: Damit ist die indirekte Verringerung oder Vermeidung der CO₂-Emissionen bei Dritten durch den Einsatz klimafreundlicher Dienstleistungen oder von Klimaschutztechnologien gemeint.

Eine detaillierte Beschreibung der Ansätze befindet sich im Anwenderleitfaden.

MEHRWERT FÜR UNTERNEHMEN

Durch das Konzept der vermiedenen Emissionen können Unternehmen ihre Klimaschutzeffekte außerhalb der eigenen Wertschöpfung transparent darstellen. Eine konsistente Analyse der vermiedenen Emissionen der Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens kann die Entwicklung eines klimafreundlichen Produkt- beziehungsweise Dienstleistungsportfolios unterstützen. Durch immer strenger werdende Gesetze zur Begrenzung von Emissionen und die zu erwartende steigende CO₂-Bepreisung über den Energiesektor hinaus werden die Kundenanforderungen an die Klimawirkung von Produkten und generell die allgemeine Nachfrage nach klimafreundlichen Produkten



Den gesamten **Anwenderleitfaden zum Konzept der vermiedenen Emissionen** finden Sie unter:
www.wirtschaft-macht-klimaschutz.de

und Dienstleistungen steigen. Unternehmen, die diese anbieten und den Umweltvorteil ihrer Produkte dezidiert zeigen können, haben einen klaren First-Mover-Vorteil. Immer häufiger wird der Klimaschutz auch als Geschäftsoportunität gesehen, die Wettbewerbsvorteile bietet und neue Märkte öffnet.

EFFEKTE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Ziel ist eine möglichst breite Umsetzung des Konzepts der vermiedenen Emissionen und damit eine verstärkte Fokussierung der Unternehmen auf klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen. Das Konzept der vermiedenen Emissionen unterstützt die Entwicklung solcher klimafreundlichen Produkte bzw. Dienstleistungen.

PROJEKTERGEBNIS 3

Praxisorientierte Kurzstudie zum Konzept der internen CO₂-Bepreisung

KURZBESCHREIBUNG

Die unternehmensinterne Bepreisung von CO₂ ist ein Instrument des innerbetrieblichen Klimaschutzes. Auf diese Weise soll ein unternehmensweites Anreizsystem zur Einsparung von CO₂ und zur Entwicklung emissionsarmer Lösungen geschaffen werden. In der anwendungsorientierten Kurzstudie zum Konzept der internen CO₂-Bepreisung werden verschiedene praxistaugliche methodische Ansätze zur Implementierung des Instruments in Unternehmen beleuchtet. Außerdem werden Beispiele aus verschiedenen Unternehmen vorgestellt, die das Instrument bereits nutzen. Die Kurzstudie bietet Informationen und Orientierung für Unternehmen, die die Einführung einer internen CO₂-Bepreisung in Erwägung ziehen.

MEHRWERT FÜR UNTERNEHMEN

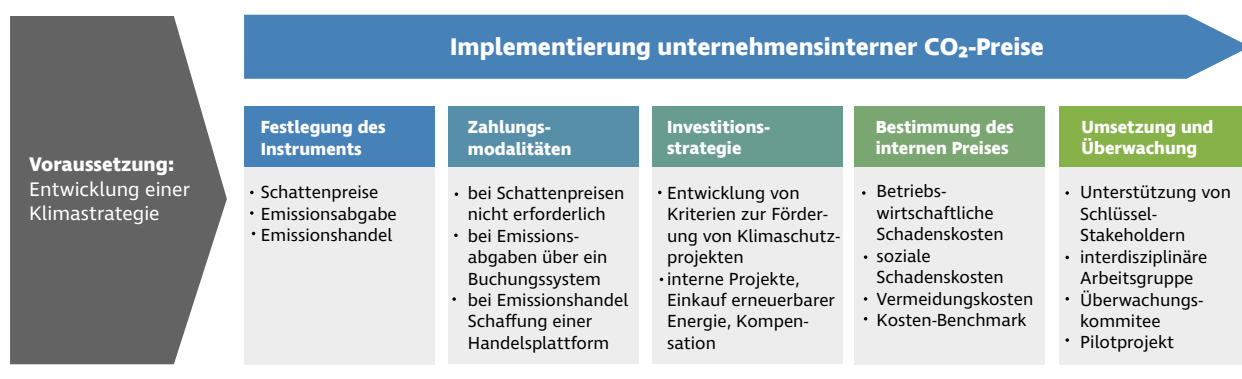
Es ist davon auszugehen, dass international die gesetzlichen Anforderungen der Klimapolitik zukünftig weiter steigen werden und sich insbesondere die Bepreisung von CO₂-Emissionen

weiter durchsetzen wird. Gleichzeitig sehen sich Unternehmen vermehrt mit strategischen und operativen Klimarisiken konfrontiert. Ein interner CO₂-Preis ist ein effizientes Instrument, um die regulatorischen Rahmenbedingungen und andere Klimarisiken in die Entscheidungsprozesse des Unternehmens zu integrieren. Daneben unterstützt die CO₂-Bepreisung die Forcierung und Entwicklung innovativer, klimafreundlicher Lösungen.

EFFEKTE FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Die CO₂-Bepreisung ist ein probates Mittel, um den Wandel zu einer emissionsärmeren Wirtschaft effizient zu gestalten. Aufgrund der Bepreisung werden CO₂-Emissionen zu einem Kostenfaktor im Unternehmen, was Entscheidungen zugunsten klimafreundlicher Lösungen beeinflusst. Außerdem steht ein höheres Budget für Investitionen in Emissionsminderungsmaßnahmen zur Verfügung. Dies führt dazu, dass mittel- bis langfristig die spezifischen Emissionen der beteiligten Unternehmen sinken.

Abb 12 Praxisorientierte Kurzstudie zum Konzept der internen CO₂-Bepreisung



Die gesamte **Kurzstudie zum Konzept der internen CO₂-Bepreisung** finden Sie unter:
www.wirtschaft-macht-klimaschutz.de

WIR MACHEN MIT

Unter anderem die folgenden Unternehmen und Organisationen haben am Dialogforum „Wirtschaft macht Klimaschutz“ aktiv teilgenommen:

- acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften
- Advantag AG
- AfB – social & green IT gGmbH
- AIRBUS
- ARISU GmbH – smart water solutions
- AUDI AG
- Aurubis
- BASF
- Bayer AG
- Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH
- Bertelsmann SE & CO. KGaA
- bettervest GmbH
- BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
- Bundesverband Glasindustrie e.V.
- Bundesvereinigung Nachhaltigkeit e.V.
- Covestro AG
- Der Mittelstandsverbund-ZGV e.V.
- Deutsche Bahn AG
- Deutsche Börse AG
- Deutsche Energie-Agentur (dena)
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
- Deutsche Post DHL Group
- Deutsche Säge-und Holzindustrie Bundesverband e.V.
- Deutsche Telekom AG
- DHWR – Deutscher Holzwirtschaftsrat e.V.
- Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG
- E.ON SE
- econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft
- EEF Holding GmbH
- Ericsson GmbH
- FERI Trust GmbH
- Florida-Eis Manufaktur GmbH
- Flughafen München GmbH
- Flughafen Stuttgart GmbH
- Forschungsträger Jülich, Projektträger Jülich
- Freudenberg
- Gewobag Wohnungsbau-Aktiengesellschaft
- GLS Bank
- GreenAdapt Gesellschaft für Klimaanpassung mbH
- Greensurance® Für Mensch und Umwelt
- Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V.
- HOCHTIEF Aktiengesellschaft
- HSBC Deutschland
- ING Bank
- innogy SE
- Interseroh
- InvenSor GmbH
- IPP ESN Power Engineering GmbH
- Jake & Wolf GmbH
- K+S Aktiengesellschaft
- KAISER+KRAFT GmbH
- KlimaInvest Greeb Concepts GmbH
- Klimaschutz Unternehmen (KU)
- KNAUER Wissenschaftliche Geräte GmbH
- KYOCERA Document Solutions Deutschland GmbH
- Landesbank Baden-Württemberg

- Linde AG
- Linde Material Handling GmbH
- Lufthansa Group
- Merck KGaA
- Metro Deutschland GmbH
- Miele & Cie. KG
- Munich RE
- Naturstrom AG
- NORMA Group SE
- OSRAM Licht AG
- OTTO FUCHS Gruppe
- performance international GmbH/E.COOLINE
- REWE Group
- RWE AG
- SAP SE
- Schwarz Gruppe
- Siemens AG
- Signify GmbH
- Stadtwerke Düsseldorf
- Stadtwerke München GmbH
- Tchibo
- Telefonica Deutschland Holding AG
- Thermigas SAS Chauffage Industriel/
Sylvie Delege International Sales Agents
UG (haftungsbeschränkt)
- thyssenkrupp AG
- Tyczka energy GmbH
- Umwelttechnik BW GmbH
- Unternehmensgruppe ALDI SÜD
- Unternehmensgruppe Gegenbauer
- Vaillant Group
- VDMA
- Verlagsgruppe Random House GmbH
- VfU / Sustainable Professionals Network
- Voith GmbH & Co. KGaA
- Vonovia SE
- Wilo SE
- WirtschaftsVerenigung Metalle
- Zalando SE



Weitere am Dialogforum beteiligte Unternehmen finden Sie auf unserer Website:
www.wirtschaft-macht-klimaschutz.de

NOTIZEN

I GLOSSAR

AG	Arbeitsgruppe
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
CDP	Carbon Disclosure Project: Non-Profit-Organisation mit dem Ziel, dass Unternehmen und Kommunen ihre Umweltdaten offenlegen (THG-Emissionen, Wasserverbrauch etc.)
CSR	Corporate Social Responsibility (deutsch = Unternehmerische Gesellschaftsverantwortung)
CE	Circular Economy (deutsch = Kreislaufwirtschaft)
CO₂	Kohlenstoffdioxid
EU	Europäische Union
GHG	Greenhouse Gas (deutsch = Treibhausgas)
KPI	Key Performance Indikator (deutsch = Leistungskennzahl)
LED	Light-emitting diode (deutsch = Leuchtdiode)
NGO	Nichtregierungsorganisation
PCF	Product Carbon Footprint (deutsch = produktbezogener CO ₂ -Fußabdruck)
PPP	Public-Private-Partnership (deutsch = öffentlich-private Kooperation)
TCFD	Task Force on Climate-related Financial Disclosures
Scope 1, 2, 3	Emissionsklassifizierungen nach GHG-Protokoll (direkte, Emissionen, indirekte Emissionen durch Energieeinkauf, andere indirekte Emissionen)

I IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Dialogforum "Wirtschaft macht Klimaschutz"

Kontakt: info@wirtschaft-macht-klimaschutz.de

ANSPRECHPARTNERINNEN

Dipl. Ing. Nadine Braun (Projektleitung
Projektteam)

Julia Lehrhaft (Projektleitung BMU)

ORGANISATION DES DIALOGFORUMS

**Ernst & Young Wirtschaftsprüfungs-
gesellschaft GmbH**

Friedrichstraße 140

10117 Berlin

Deutschland

**Wuppertal Institut für Klima, Umwelt,
Energie gGmbH**

Döppersberg 19

42103 Wuppertal

Deutschland

Ecologic Institut

Pfalzburger Straße 43/44

10717 Berlin

Deutschland

INHALTLICHE ERARBEITUNG

Die vorliegende Publikation wurde von den ModeratorInnen der Arbeitsgruppen auf Basis der jeweiligen Arbeitsgruppenergebnisse des Dialogforums „Wirtschaft macht Klimaschutz“ erstellt.

LEKTORAT

Jutta Cram

GESTALTUNG

Beáta Welk Vargová, Elisa Bergemann
(Ecologic Institut)

DRUCK

Die Umweltdruckerei

BILDNACHWEISE

Titelseite: © Stephan Röhl; S.2: © BMU/photo-
thek/Thomas Trutschel; S.3–S.21: © Stephan Röhl

Im Auftrag des **Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)** und der **Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI)**.

HAFTUNGS AUSSCHLUSS

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität; insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der Herausgeber, an der Organisation/Redaktion beteiligten Unternehmen und/oder der teilnehmenden Unternehmen am Dialogforum „Wirtschaft macht Klimaschutz“ wird ausgeschlossen. Die TeilnehmerInnen der Arbeitsgruppen sind durch ihre Beiträge an den Abschlussdokumenten nicht als VertreterInnen ihrer Unternehmen tätig geworden. Bei jedem spezifischen Anliegen sollte ein geeigneter Berater zurate gezogen werden.

STAND

Februar 2020

HINWEIS

Diese Veröffentlichung wird kostenlos abgegeben und ist nicht für den Verkauf bestimmt.

Im Auftrag des:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und nukleare Sicherheit



NATIONALE
KLIMASCHUTZ
INITIATIVE

Durchgeführt von:



EY

Building a better
working world



**Wuppertal
Institut**

