



## **Workshop 4: Sind freiwillige Massnahmen ausreichend ? – die Rolle von grossen Unternehmen**

Im Rahmen der Diskussion, ob freiwillige Massnahmen ausreichen, tauchte die Frage auf, welche Wettbewerbsvorteile aus solchen Massnahmen gewonnen werden können. Die Teilnehmer eröffneten den Workshop mit einer Vorstellung von Beispielen erfolgreicher freiwilliger Massnahmen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen. Zu den genannten Beispielen gehörte die Entwicklung des Prius Hybrid-Antriebs durch Toyota, die Kooperation zwischen der Schweizerischen Reiseagentur RBM und Myclimate, das Produktleasing-Geschäftsmodell der Interface Carpet Company und die Entwicklung von Geräten von Matsushita Electric, die Kohlendioxid verbrauchen.

Die Koordinatoren des Workshops kamen dann auf relevante Punkte zurück, die zuvor in Sitzungen der Konferenz bereits angesprochen worden waren, indem sie Vortragende aus Wissenschaft, Wirtschaft und Non-Profit-Organisationen zitierten. Diese hatten vorgeschlagen, dass die Wirtschaft in der Entschärfung der Klimaveränderung zumindest als Vorbild erforderlich ist, wenn dies auch nicht ausreicht. Auch wurde auf dadurch erwachsende Chancen hingewiesen, z.B. durch ein Risikomanagement und die frühzeitige Einstellung auf bzw. Mitgestaltung von gesetzlichen Regelungen.

Es wurde die Frage gestellt, wie "ausreichende" freiwillige Massnahmen zu definieren sind, insbesondere angesichts der Tatsache, dass einige Experten behaupteten, freiwillige Massnahmen hätten sich bereits als nicht ausreichend erwiesen. Es wurde der Vorschlag gemacht, dass "ausreichend" gleichbedeutend mit "den Standards des Kyoto-Protokolls entsprechend" sein könnte.

Die Teilnehmer kamen dann auf ihre eigenen Erfahrungen mit freiwilligen Massnahmen zu sprechen, vorwiegend auf solche, die nichts mit der Klimaveränderung zu tun hatten, um gemeinsame Faktoren zu ermitteln, die vielleicht Aufschluss über die Erfolgswahrscheinlichkeit von freiwilligen Massnahmen zur Entschärfung der Klimaveränderung geben könnten. Ein paar Beispiele sind unten in Diagramm A aufgeführt.



Diagramm A: Freiwillige Massnahmen zum Vorteil der Gesellschaft

Programm	Sektor	Vorteile für die Wirtschaft	Erfahrung (wie erfolgreich waren diese?)
Myclimate-Ticket	Alle Sektoren, besonders Tourismus		Läuft noch
Massnahmen zur Reduzierung anfallender Wäsche	Hotelindustrie	Hält Wäschereikosten niedrig	☺
Erstattung der Kosten für die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel für Angestellte / Subventionierung des öffentlichen Transportwesens	Alle	Fördert Wohlbefinden der Angestellten und erleichtert das Pendeln	☺
Verbesserung der Wasserqualität von Flüssen (Bsp. Rheinplattform)	Chemische Industrie und sonstige produzierende Industrie		☺ (erfolgreich wo verpflichtende Programme nicht griffen)
Energieeinsparung (Isolierung/ keine Klimaanlage/ Computerabschaltung)	Bürogebäude	Spart Geld	☺
Mikrodarlehen	Finanzgewerbe		☺ (Zukunft ungewiss)
Bezahlte Wohltätigkeit/freiwillige Arbeitszeit	Alle	Imageförderung	☺
Zertifizierung nach dem Forest Stewardship Council (FSC)	Alle	Zeigt Umweltengagement des Unternehmens bei Abdruck im Jahresbericht	☺
Bioproduktion	Landwirtschaft – Kleinbetriebe, Rohmaterial für grössere Betriebe		☺
Förderung von Karrierechancen für Frauen und familienfreundliche Politik	Alle	Füllung des Talentpools und vermehrte Bindung von Angestellten an das Unternehmen	☺
Car-Sharing	Alle		
Zertifizierung für Tropenholz			Neutral
Produktrücknahme	Herstellendes Gewerbe	Wiederverwendbarkeit von Materialien	☺ in bestimmten Bereichen (Glasflaschen) ☹ in anderen: erfordert deutsches Recyclinggesetz
Anleihen zur Effizienzverbesserung in der Wasser- und Stromversorgung (Austin, Texas)	Versorgungsunternehmen	Es müssen keine neuen Kraftwerke oder Aufbereitungsanlagen gebaut werden	☺
Nachhaltigkeits-Fonds	Finanzsektor	Bereitstellung eines neuen Produktes	☺



Aus diesem Reflexionsprozess erwachsende Gedanken waren:

- Eine Veränderung der Geschäftstätigkeiten verändert die Gesellschaft nicht so sehr wie eine Veränderung des angebotenen oder produzierten Produkts.
- Das 'Zuckerbrot', mit denen Unternehmen zu freiwilligem Handeln motiviert werden, ist häufig die Angst vor dem Verlust von Marktanteilen im Fall eines Nichthandelns. (Obgleich viele Teilnehmer davon überzeugt waren, dass viele Konsumenten für gesündere Lebensmittel oder Hygieneprodukte bereit sind, mehr Geld auszugeben, fragten sie sich, in welchem Masse Menschen Banken oder sonstige Dienstleistungsbetriebe nach Umweltaspekten auswählen.)
- Unternehmen bestehen aus Individuen, die sich engagierter und loyaler verhalten, wenn sie wissen, dass sie für ein Unternehmen arbeiten, das soziale Verantwortung übernimmt.
- Es zeichnet sich möglicherweise ein Trend ab, dass Einzelpersonen internationale Umweltvereinbarungen über den Rechtsweg durchsetzen können.
- Die Teilnehmer hielten fest, dass wenn Kapitalbeteiligungsgesellschaften die Ansicht vertreten, dass es sich bei der Nachhaltigkeit ganz einfach um intelligentes Wirtschaften handelt, dies publik gemacht werden sollte.

Das nächste Projekt der Gruppe war die Diskussion darüber, welche Sektoren potentielle Gewinner und Verlierer sein würden, wenn die Klimaveränderung erfolgreich angegangen würde (Tabelle C). Bei der Kategorisierung der Sektoren musste die Gruppe feststellen, dass häufig nicht problemlos bestimmt werden kann, ob die Klimaveränderung positive oder negative Einflüsse auf bestimmte Industrien haben wird. Die Landwirtschaft ist ein solcher Sektor. Wenn die Klimaveränderung nicht entschärft wird, kann dies in vielen Regionen die Landwirtschaft negativ beeinflussen. Gleichzeitig würde eine globale Erwärmung neue Landstriche für die landwirtschaftliche Nutzung erschliessen (in kälteren Breiten, die derzeit aufgrund widriger Witterungsverhältnisse nicht bewirtschaftet werden können).

Die Teilnehmer machten sich auch Gedanken darüber, ob grosse Unternehmen mehr als kleine Unternehmen an der raschen und unvorhersagbaren Veränderung aufgrund von mangelnder Flexibilität leiden würden bzw. ob sie aufgrund ihrer Vermögenswerte und geographischen Ausbreitung zum Überleben besser gerüstet wären. (Ähnlich grosse Unternehmen sind positioniert, um den höchsten vorgeschriebenen Standard für ihre Produkte zu erfüllen, um die Produktion zu vereinfachen, gleichzeitig sind sie aber möglicherweise in anderer Hinsicht gegenüber der lokalen Community weniger verantwortlich.)



Die Teilnehmer teilten sich dann in zwei Gruppen. Die erste Gruppe analysierte die Situation, der die potentiellen Verlierer gegenüberstehen (Tabelle D). Die zweite Gruppe entwickelte eine Reihe von Empfehlungen (wie diejenigen in Tabelle E) für Sektoren, deren Beteiligung an der Entschärfung der Klimaveränderung bisweilen ignoriert wird (Tabelle F).

Tabelle C: Kategorisierung der Industrien

<b>Industrien, die durch die Klimaveränderung beeinflusst werden und daher eine Vorreiterrolle einnehmen sollten: Potentielle Gewinner</b>	<b>Industrien, die durch Gegenmassnahmen zur Entschärfung der Klimaveränderung beeinträchtigt werden: Potentielle Verlierer</b>	<b>Sektoren, die potentiell sowohl positive als auch negative Auswirkungen erfahren können</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versicherungssektor</li> <li>• Erneuerbare Energien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwerindustrie</li> <li>• Bergbau</li> <li>• Petrochemie</li> <li>• Transport und Verkehr (Luftfahrt, Logistik, etc.)</li> <li>• Versorger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dienstleistungssektor</li> <li>• Landwirtschaft</li> <li>• Tourismusindustrie</li> <li>• Gesundheitswesen</li> <li>• Medien</li> <li>• Bauwirtschaft &amp; Wohnungsbau</li> <li>• Finanzwesen</li> </ul>

Tabelle D: Analyse potentieller Verlierer

<b>Industrie</b>	<b>Öffentliches Auge</b>	<b>Organisationsgrad</b>	<b>Gewinnmarge</b>	<b>Bemerkungen</b>
Luftfahrt	+	+	-	Zuckerbrot: Ausweisung Peitsche: Steuer
Spedition (LKW-Transport)	-	-	-	Zuckerbrot: - Peitsche: Steuer (Treibstoff)
Verschiffung	-	+	+	Zuckerbrot: Staatl. Hafenkontrolle Peitsche: Anker
Petrochemie	+	+	+	Zuckerbrot: Ausweisung Peitsche: Steuer (Autos)
Schwerindustrie	-	+	+	Zuckerbrot: Steuer (Emissionen)
Kraftwerke (z.B. Atomkraftwerke)	+	+	+	Zuckerbrot: Ausweisung
Bergbau	-	+	-	Peitsche: Steuer und sonstiges



Tabelle E: Ausgewählte Kategorien von freiwilligen Massnahmen

Verbesserung der Energieeffizienz
Optimierung des Transports
Treibstoffumstieg
Einkauf von erneuerbaren Energien
Betriebsemissionen
Ausgleich von Kohlendioxidemissionen
Materialerhaltung: Produktdesign
“Indirekte” Möglichkeiten zur Reduktion des Einsatzes von energieintensiven Materialien

Adaptiert nach “Business for Social Responsibility” (bsr.org)



Tabelle F: Empfehlungen für Sektoren, die sowohl positive als auch negative Outcomes erfahren, wenn die Klimaveränderung entschärft wird

Sektor	Erwartungen	Zuckerbrot	Peitsche	Hürden
Bauwirtschaft & Wohnungsbau	<ul style="list-style-type: none"><li>-Verwendung von grünen Materialien (z.B., zertifiziertes Holz, weniger Beton)</li><li>-Streben nach hohen Standards für grünes Design, besonders energieeffiziente Häuser</li><li>-Verwendung von möglichst wenig Energie beim Bauen (z.B. durch Recycling von Abfällen)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Kunden fordern grüne Gebäude, um eine gute PR zu bekommen und Energie zu sparen</li><li>-Industriestandard, modern und vorausblickend zu sein</li><li>-Gebrauchte Materialien können weniger kostspielig sein</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Kunden werden ineffiziente Gebäude ablehnen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Grüne Materialien/besseres Design sind häufig kostspieliger. Mangelndes Wissen/Ausbildung. Keine ausreichende Nachfrage. Grosse, teure Häuser und Zweitwohnungen sind mit geringerer Wahrscheinlichkeit umweltverträglich als weniger Quadratmeter pro Person.</li></ul>
Medien	<ul style="list-style-type: none"><li>-Sollten informieren und die Menschen für die Klimaveränderung sensibilisieren</li><li>-Vermittlung der Chancen und Vorteile des Handelns – was kann der Einzelne und eine Gruppe zur Klimaentschärfung beitragen?</li><li>-Bekanntmachung von kostenfreien staatlichen Leistungen</li><li>-Aufzeigen von umweltbewusstem Verhalten in Unterhaltungsprogrammen als normaler Bestandteil der Lebensführung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Die Klimaveränderung ist ein interessantes Thema, über das es sich zu berichten lohnt</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Wenn die Neuigkeiten zu unerhört sind, schreiben die Menschen und bringen Journalisten in Verlegenheit.</li><li>-In Zukunft wird es vielleicht mehr engagierte Newswatch-Gruppen zur Klimaveränderung geben</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Wissenschaftler sollten sich mit Journalisten austauschen</li><li>-grosse Unternehmen kontrollieren möglicherweise durch Werbung</li></ul>



Sektor	Erwartungen	Zuckerbrot	Peitsche	Hürden
Banken	<ul style="list-style-type: none"><li>-Sollten Risiken von grossen langfristigen Investitionen aufzeigen (wenn nicht gehandelt wird)</li><li>-Man sollte nicht planen, dass Rückversicherer über eine bestimmte Grenze hinaus Deckung gewähren können</li><li>- Angebot von Nachhaltigkeits-Fonds anbieten und Einrichtung von Indices.</li><li>-Angebot von sozialverantwortlicheren Optionen für die Angestelltenrenten</li><li>-Kreditbereitstellung mit niedrigeren Zinsen für Unternehmen, die zur Entschärfung der Klimaveränderung beitragen und nachhaltig wirtschaften</li><li>-Kreditkartenfirmen sollten Karteninhaber proaktiv über unterstützte Projekte informieren</li></ul>	<p>Verbraucher-nachfrage, PR</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rückversicherung kann ihr Risiko nicht decken</li><li>-Investitionen sind bis zur Rückzahlung (Jahrzehnte lang) nicht gedeckt</li></ul>	
Tourismus (Reisebüro / Hotels, Urlaubsorte)	<ul style="list-style-type: none"><li>-Verpflichtung auf Programme wie Myclimate</li><li>-Werbung mit "Umweltschonung" und Aufklärung der Kunden über die Klimaveränderung</li><li>-Bildung von Bündnissen und kreativen Touristengruppen, um die Touristen bei Laune zu halten, wenn die Klimaveränderung die gewohnten Aktivitäten unmöglich macht</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Unter der Klimaveränderung würde der Tourismus immens leiden (insbesondere Länder, die stark vom Tourismus abhängig sind)</li><li>-Staatliche Unterstützung, wo die Wirtschaft vom Tourismusindustrie-Sektor abhängt</li><li>-Die Urlaubsorte werden von Klimaveränderungen empfindlich getroffen, so dass ein Kundenverlust droht</li><li>- für einige Praktiken würden keine zusätzlichen Investitionen benötigt und es wären Einsparungen möglich</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>-Der Schaden ist schon da, noch bevor irgendwelche Massnahmen ergriffen werden können</li><li>-Kein Geld für Veränderungen</li><li>-Würde Bündnisarbeit erfordern</li><li>-Würde möglicherweise eine Preiserhöhung in einem hochkompetitiven Markt erfordern</li></ul>



Abschliessend kann festgehalten werden, dass es von der Eigenpositionierung der Unternehmen abhängt, ob diese von der Entschärfung der Klimaveränderung profitieren oder darunter leiden werden. Angesichts dieser Tatsache ist es besonders irreführend wenn Unternehmenssprecher behaupten, dass "die Wirtschaft" eine einstimmige Haltung zur Entschärfung der Klimaveränderung einnimmt.

Das Augenmerk unserer Bemühungen zur Einflussnahme sollte nicht auf den führenden Unternehmen in einem bestimmten Sektor liegen (abgesehen davon, dass wir von ihnen lernen können) und auch nicht auf den Sektoren, die eindeutig von der Entschärfung profitieren (wie z.B. Versicherungen oder erneuerbare Energien). Auch sollten wir uns in unseren Bemühungen nicht auf die ewig Gestrigen in den jeweiligen Sektoren konzentrieren, die jedes Schlupfloch nützen, um bestehende Umweltauflagen zu umgehen. Stattdessen sollten wir uns vermehrt der gemässigten Mitte in jedem Sektor zuwenden, die Bereitschaft zur Veränderung zeigt, aber dazu angeleitet und auch unter Druck gesetzt werden muss, um aktiv zu werden.

Vorsitzende:

Jens Soth

Chaitra Chandrasekhar

Emily Sadigh

Janel Sterbentz

Michael Toribio

(Teilnehmer der Engelberger Vorabkonferenz)