



Medium forum Nachhaltig Wirtschaften

Thema Klimaneutralität in Familienunternehmen -
Gastbeitrag Dr. Johannes Müller

Ausgabe 02/2024

» FAMILIENUNTERNEHMEN

Sind sie auf dem richtigen Weg zur Klimaneutralität?

Wie können Unternehmen klimaneutral werden? Wie lassen sich unternehmerische Werte in ein hohes Engagement beim Klimaschutz übersetzen? Und wo stehen in diesem Kontext die Familienunternehmen? Die Stiftung Familienunternehmen suchte in einer gemeinsamen Studie mit dem Fraunhofer IAO nach Antworten und Handlungsempfehlungen.

Von Anna-Lena Klingler und Johannes Müller

Das Ergebnis der Studie gibt Hoffnung: Bereits die Hälfte der Unternehmen in Deutschland hat sich ein Klimaziel gesetzt oder arbeitet daran. Aber: Nur 43 Prozent der Unternehmen streben das Ziel der Klimaneutralität an. Zudem kennt lediglich ein Drittel den genauen CO₂-Fußabdruck des eigenen Unternehmens. Und: Die Bilanzierung der THG-Emissionen wird noch nicht in der Breite durchgeführt. Der Weg zur Klimaneutralität besteht jedoch genau darin, über solche Fakten Bescheid zu wissen. Nach aktuellem Stand der Forschung sind für den Weg zur Klimaneutralität vier Schritte nötig: Bilanzieren, Reduzieren, Substituieren und, wenn notwendig, Kompensieren.

Die Politik gibt den Takt vor

Die Vorgaben für die Gestaltung nationaler und internationaler Klimapolitik stammen unter anderem von der Europäischen Union und dem Pariser Klimaabkommen. Der European Green Deal etwa ist ein ganzheitlicher Strategieplan, der Klima- und Umweltschutz mit sozialen Aspekten und Wirtschaftswachstum verknüpfen soll. Das „Fit for 55“-Maßnahmenpaket ist der Werkzeugkasten zum Erreichen der Ziele aus dem Green Deal. Die Ausarbeitung der Gesetzesvorschläge in geltendes Recht erfolgt bereits schrittweise, für Unternehmen bedeutet das: Die Uhr läuft! Die noch verbleibende Zeit, sollte genutzt werden, um schon jetzt Veränderungen einzuleiten. Denn durch die klimapolitischen Ziele auf EU-Ebene findet auch in Deutschland eine kontinuierliche Verschärfung der Treibhausgasreduzierungsziele statt.

Familienunternehmen im Zentrum der Klimapolitik

Familienunternehmen spielen für die Klimapolitik eine zentrale Rolle: Mehr als 90 Prozent aller Unternehmen in Deutschland sind Familienunternehmen. Die 500 größten Familienunternehmen beschäftigten im Jahr 2020 weltweit sechs Millionen Menschen. Das verdeutlicht das Potenzial und die Relevanz dieser Unternehmen – für die Volkswirtschaft und für den Klimaschutz. Sie handeln eher langfristig

Was ist Klimaneutralität?

Klimaneutralität ist ein häufig verwendeter Begriff, der eine strenge Zielstellung beschreibt. Um Klimaneutralität in Unternehmen zu erreichen, werden sämtliche Aktivitäten betrachtet, die das Klima beeinflussen. Sie müssen unterlassen oder ausgeglichen werden. Oftmals wird der Begriff aber fälschlicherweise gleichbedeutend zur Treibhausgas-Neutralität oder der CO₂-Neutralität verwendet. Klarheit und Transparenz schaffen internationale Normen. Beispiele sind die ab 2024 zur Verfügung stehende Norm ISO 14068 oder der häufig genutzte internationale Standard zur Bilanzierung unternehmensbezogener Treibhausgasemissionen, das Greenhouse Gas Protocol.

orientiert und müssen nicht kurzfristig in Quartalen denken. Sie wollen das eigene Unternehmen gesund an die nächste Generation übergeben und setzen deswegen Prioritäten mit Weitblick. Außerdem: Mehr als 47.000 von ihnen sind in wichtigen Umwelttechnologien aktiv.

Große Unternehmen tun sich leichter mit der Klimaneutralität

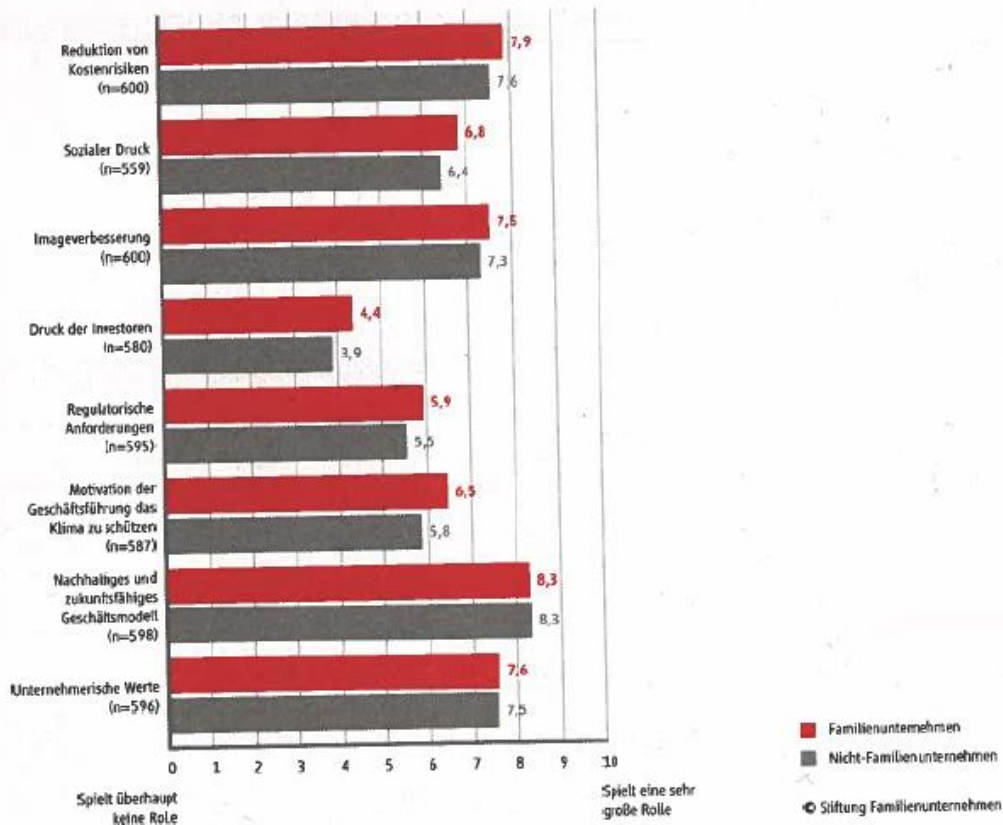
Unsere Forschung hat gezeigt, dass sich Unternehmen mit der Klimaneutralität leichter tun je größer sie sind. Außerdem spielt auch die Branchenzugehörigkeit eine wichtige Rolle. Führend sind große Unternehmen und Unternehmen aus dem verarbeitenden Gewerbe beziehungsweise Unternehmen mit hohem Energiebedarf. Laut unserer Umfrage unter 600 Familien- und Nicht-Familienunternehmen (in gleichen Anteilen) sind für große Familienunternehmen mit über 250 Mitarbeitern Klimaziele wichtig. 66 Prozent von ihnen setzen sich ein Klimaziel. Nur etwa 16 Prozent haben sich bislang noch gar nicht damit beschäftigt.

Familienunternehmen sind engagierter

63 Prozent der befragten Familienunternehmen mit Klimaziel geben an, ihre Emissionen systematisch zu erfassen;

Beweggründe zur Verringerung von Treibhausgasemissionen, Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen (komplett)

Mittelwerte
/ mit Gewichtung



das sind 14 Prozentpunkte mehr als bei den Nicht-Familienunternehmen. Doch die kleineren Familienunternehmen tun sich damit schwer: Sie haben bislang deutlich seltener Emissionen erfasst oder sich Klimaziele gesetzt. Ein Grund hierfür ist, dass sie schlichtweg weniger Ressourcen und Kapazitäten haben. Letztlich gilt aber für alle Unternehmen, dass der planerische, personelle und zeitliche Aufwand auf dem Weg zur Klimaneutralität beträchtlich ist. Und der Zeitdruck wächst, denn die Klimaziele sollen in der Regel bis 2030 erreicht sein.

Erneuerbare Energien stehen im Fokus

Auf dem Maßnahmenkatalog steht bei vielen Unternehmen die Nutzung eigenerzeugter, erneuerbarer Energien ganz

oben – oft aus Eigenmitteln finanziert. Die Beweggründe, Treibhausgasemissionen zu verringern, sind sehr vielfältig. Beispiele hierfür können sozialer Druck, regulatorische Anforderungen oder ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell sein – siehe Abbildung 1. Eine ungewisse Wirtschaftlichkeit und Planungsunsicherheit werden als hemmende Faktoren betrachtet. Wie die Unternehmen ausgewählte Herausforderungen bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen einschätzen, zeigt Abbildung 2.

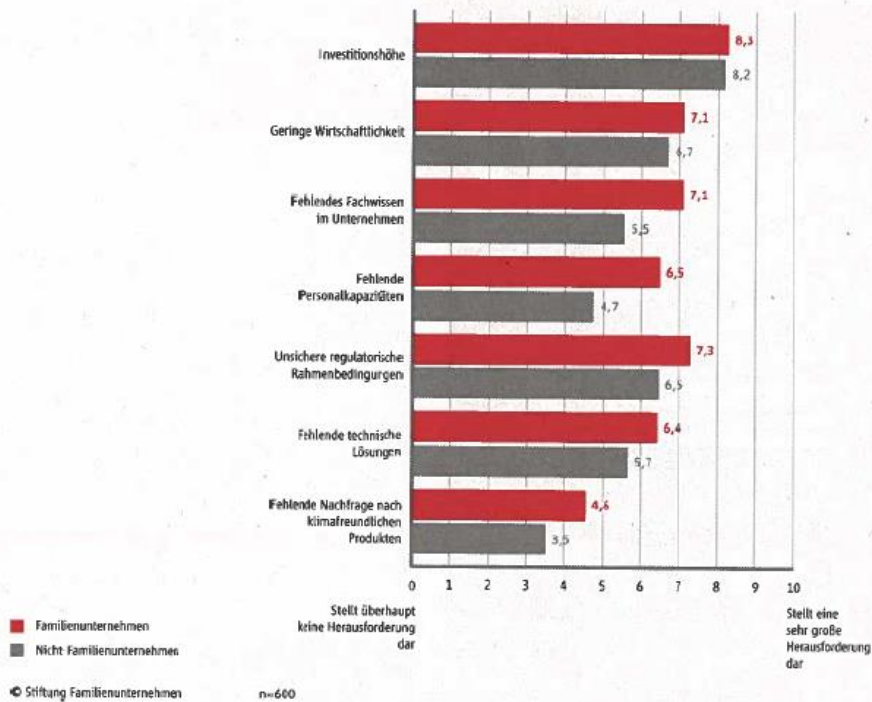
Fazit der Studie

Familienunternehmen haben besondere Ressourcen, die andere Unternehmenstypen nicht haben. Sie profitieren zum Beispiel stärker von Initiativen der Beschäftigten und von der



Herausforderungen bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen, Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen (komplett)

Mittelwerte
Mit Gewichtung



hohen Motivation der Geschäftsführung. Dennoch schätzen sie die Risiken auf dem Weg zur Klimaneutralität leicht höher ein als Nicht-Familienunternehmen. Dies kann auf eine bewusstere Auseinandersetzung mit dem Thema hindeuten. Ein Anstieg der CO₂-Preise, erhöhte Berichtspflichten und verschärfte Produktanforderungen sowie erhöhte Anforderungen der Datenverfügbarkeit stellen Unternehmen künftig vor Herausforderungen und teilweise immense Anstrengungen. Gerade kleinere Unternehmen sollten deshalb auf externe Unterstützung zurückgreifen, wenn die eigenen personellen Ressourcen nicht ausreichen. Der Wunsch an die Politik: Da gerade sehr kleinteilige Vorgaben die Unternehmen verunsichern und belasten, sollte der politische Rahmen planbar, verlässlich und möglichst weit gefasst sein. ☞

Den Link zur Studie finden Sie unter nebenstehendem QR Code:



DR. ANNA-LENA KLINGLER leitet das Team „Energy Innovation“ am Fraunhofer IAO und ist stellvertretende Leiterin des Forschungsbereichs „Smart Energy and Mobility Solutions“.

DR. JOHANNES MÜLLER leitet den Nachhaltigkeitsbeirat der Stiftung Familienunternehmen. Dem Gremium gehören die Nachhaltigkeitsverantwortlichen großer deutscher Familienunternehmen an.