

Ulmer Initiativkreis nachhaltige
Wirtschaftsentwicklung e.V.

Nachhaltigkeit im Unternehmen

Ein Leitfaden aus der Praxis
für die Praxis

Inhalt

Management Summary	7
1 Aktuelle Entwicklungen unternehmerischer Nachhaltigkeit	9
2 Der Ulmer Initiativkreis nachhaltige Wirtschaftsentwicklung e. V. (unw)	13
3 Gebrauchsanweisung für das Buch	15
4 Eine Klimabilanz erstellen	17
5 Die Klimastrategie entwickeln	27
6 Klimaschutz auf wissenschaftlicher Basis: Science Based Targets	32
7 Energie sparen: Energiemanagement	39
8 Eigenenergieerzeugung mit Photovoltaik	46
9 Über Nachhaltigkeit berichten	52
10 Der Kontakt mit den Stakeholdern	59
11 Die Lieferkette unter der Lupe	67
12 Circular Economy – das große Thema	74
13 Biodiversität am Unternehmensstandort	80
14 Was sagen die Banken? Sustainable Finance	87
15 Mitarbeitende für Nachhaltigkeit motivieren	94
16 Azubis werden zu Klimabotschaftern	101
17 Mitarbeitermobilität und Geschäftsreisen	107
18 Gutes Tun und darüber sprechen: Nachhaltigkeitsmarketing	114
19 Die Meisterarbeit: eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln	121
20 Ausblick: Zwischen Greenwashing und echter Transformation	126

Glossar wichtiger Begriffe	140
Autor:innen und Interviews für die Praxisbeispiele	146
Danksagung und beteiligte Unternehmen	149
Literatur	151
Quellennachweise und Erläuterungen	151

Management Summary

Kaum ein Monat vergeht, in dem nicht neue Initiativen der Bundesregierung oder der EU zu Nachhaltigkeitsthemen bekannt werden. Und immer mehr große Unternehmen fordern von ihren Lieferanten Nachweise zur Nachhaltigkeit in der Lieferkette oder zum Klimaschutz. Unternehmen sind deshalb immer stärker gefordert, sich intensiv mit den vielfältigen Themen der Nachhaltigkeit zu beschäftigen. Gleichzeitig setzen sich viele Unternehmer:innen aus eigener Motivation dafür ein, der nachfolgenden Generation ein in jeder Hinsicht gut geführtes Unternehmen übergeben zu können.

Nachhaltigkeit hat viele Aspekte. Die Fachbegriffe sind oft ungewohnt, die Herausforderungen hoch und bei einigen Themen ist noch gar nicht klar, wie das in der Praxis funktionieren wird. Gerade kleine und mittlere Unternehmen haben es schwer, den immer umfangreicheren Anforderungen gerecht zu werden.

Hier setzt dieses Buch an. Es ist aus der Praxis für die Praxis entstanden. Die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen werden in aller Kürze beschrieben, Schritt-für-Schritt-Anleitungen geben eine schnelle Orientierung für die Umsetzung. Eine Aufwandsschätzung und die Klärung der Frage: »Was kann ich aus eigener Kraft stemmen, wo brauche ich fachliche Unterstützung?« schließen die Kapitel ab. Praxisbeispiele engagierter Unternehmen ergänzen den fachlichen Input und zeigen gleichzeitig, dass Individualität der Zielerreichung nicht im Wege steht.

Nach einem Überblick über aktuelle Entwicklungen unternehmerischer Nachhaltigkeit ist Klimaschutz der erste Schwerpunkt des Buchs. Hier gibt es bereits viel Erfahrung und es sind Standards bei der Erstellung von Klimabilanzen und Klimaschutzplänen sowie bei Energieeinsparung und Eigenenergieerzeugung entstanden. Auch zur Nachhaltigkeitsberichterstattung und zum Dialog mit den Stakeholdern gibt es viel Know-how und eingeübte Prozesse.

Zur Sorgfaltspflicht entlang der Lieferkette und zur nachhaltigen Finanzierung gibt es gesetzliche Vorgaben, jedoch vergleichsweise wenig Erfahrung. Auch die praktische Umsetzung der Kreislaufwirtschaft (Circular Economy) steckt noch in den Anfängen. Hier machen wir orientierende Vorschläge.

Nach einem Einblick in das Potenzial von Unternehmen, an ihrem Standort die Biodiversität zu fördern, folgen Themen, bei denen die Mitarbeitenden und Kund:innen im Mittelpunkt stehen: Motivation, Azubis als Klimabotschafter, Mobilität und Marketing. Und letztendlich sind alle vorgenannten Themen mögliche Bausteine einer Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen.

Abschließend widmen wir uns dem Thema Greenwashing. Wo verläuft die Grenze zum ehrlichen Engagement? Bilden Sie sich Ihr eigenes Urteil!

1 Aktuelle Entwicklungen unternehmerischer Nachhaltigkeit

In der Vergangenheit war Nachhaltigkeitsmanagement ein Nischenthema, das man gerne an eine Abteilung delegierte, um das Thema im Kerngeschäft los zu sein. Oft war damit nur eine Orientierung an den gesetzlichen Vorgaben erwünscht. Ein darüber hinausgehendes Engagement musste sich »rechnen« und das war meist nur in Nischen möglich, weil die Kosten der Naturinanspruchnahme nicht im Preis internalisiert waren. Dies ist auch heute noch weitgehend so, allerdings hat sich in den letzten Jahren ein grundlegender Wandel vollzogen. Das Thema ist auf der Unternehmensagenda in die erste Reihe gerückt.

1.1 Nachhaltigkeit ist Chefsache

Wie so oft gibt es hierfür keine monokausale Erklärung und die Ursachen sind vielfältig. Das Bewusstsein für das Thema hat breitere Gesellschaftsschichten erreicht. Greta Thunberg mit der Bewegung »Fridays for Future« sei hier stellvertretend genannt. Der Fachkräftemangel hat zu einer Zeitenwende auf dem Arbeitsmarkt geführt. Mitarbeitende können sich ihre Stelle nun aussuchen und bevorzugen oft Unternehmen, welche sich für Nachhaltigkeit engagieren.

Die Politik nimmt das Thema breit auf und entwickelt zahlreiche Regulierungen, insbesondere die EU setzt sich anspruchsvolle Ziele in ihrem Programm Fit für 55 und verabschiedet zahlreiche Verordnungen und Regulierungen. Diese reichen von der Öko-Design-Richtlinie über Publikationspflichten, Taxonomie-Verordnung, Lieferkettengesetz bis zum EU-Waldschutzgesetz und zur Erweiterung der CO₂-Bepreisung. Auch auf nationaler Ebene gibt es mit dem Lieferkettensorgfaltspflichten-gesetz und dem Klimaschutzgesetz weitere Regulierungen.

Externe Stakeholder fordern das Thema immer stärker ein. Banken, Versicherungen und Kund:innen achten zunehmend auf Nachhaltigkeitskriterien. In der Automobilindustrie müssen beispielsweise Nachhaltigkeitsberichte oder ISO-14001-Zertifizierungen zum Umweltmanagement vorliegen, um überhaupt ein Angebot abgeben zu können.

Allerdings wäre dies wohl noch alles nicht ausreichend gewesen, wenn nicht der Krieg Russlands gegen die Ukraine und der damit in Zusammenhang stehende extreme Anstieg der Energiekosten stattgefunden hätte. Nun sind Alternativen gefragt und da sind die Erneuerbaren Energien nicht nur sehr günstig, sie lassen sich auch zu einem großen Teil im Inland herstellen, was Abhängigkeiten reduziert. Das Thema Resilienz von Lieferketten ist seit der Pandemie ein weiteres Megathema der Unternehmen und auf das Engste mit dem Thema Nachhaltigkeit verknüpft. Die Transparenz von Wertschöpfungsketten dient nicht nur dem Schutz vor Abhängigkeiten und Engpässen, es können so auch die Treibhausgasemissionen in der Lieferkette viel besser reduziert werden. Denn dort liegen die Herausforderungen für die Unternehmen, nicht in einer Neutralisierung der eigenen Emissionen. Oft entsprechen die Lieferkettenemissionen 90 % der Gesamtemissionen und sind damit der größte Hebel.

1.2 Kreislaufwirtschaft ist nicht nur Recycling

So stark das Thema Nachhaltigkeit nun auch in den Vordergrund gerückt ist, so bleibt doch die Frage, was bedeutet dies genau für eine nachhaltige Unternehmenspolitik? Man hat den Eindruck, dass oft das Narrativ eines »grünen Wachstums« vorherrscht. Damit ist gemeint, dass zwar erneuerbare Energien eingesetzt werden, aber sonst alles beim Alten bleibt.

Nachhaltigkeit ist aber nicht nur Klimawandel, es geht auch um die Ressourcenfrage. Die Welt hat aktuell einen ökologischen Fußabdruck von 1,8 Planeten, Deutschland von drei Planeten. Dabei wird die Weltbevölkerung bis 2080 noch um zwei Milliarden Menschen wachsen. Wenn das Lebensmodell der Industrieländer als Vorbild dient, drohen extreme Ressourcenengpässe. Die Ressourceneffizienz wird nämlich oft durch den sog. Reboundeffekt aufgefressen. Dies bedeutet, dass die Einsparungseffekte an gleicher oder anderer Stelle für zusätzlichen Konsum ausgegeben werden. Beispielsweise hat der Verbrennungsmotor im Automobilbereich in den letzten zehn Jahren deutlich an Effizienz gewonnen. Durch die zunehmende Größe der Autos und eine stärkere Leistung wurde dieser Effizienzgewinn jedoch aufgezehrt, sodass der Verkehrssektor keine CO₂-Einsparungen zu verzeichnen hat. Hinzu kommt die immer noch wachsende Zahl der Autos.

Eine Kreislaufwirtschaft kann maximal auf einem Stoffdurchsatz von einem Planeten aufbauen. Dies gilt es zu erreichen und dies setzt veränderte Geschäftsmodelle voraus.

delle voraus. Nicht Wachstum, sondern lange Lebensdauer, Reparatur und geteilte Nutzung sind dann zentrale Bausteine der Geschäftsmodelle der Zukunft. Auch der Verlust von Biodiversität ist bei einem weiteren ungehinderten Wachstum nicht zu stoppen und somit ebenfalls ein starkes Argument für neue Geschäftsmodelle. Wir benötigen die Systemdienstleistungen der Natur, sonst sägen wir den Ast ab, auf dem wir sitzen.

1.3 Staat muss Planungssicherheit schaffen

Ist das nur ein unrealistisches Wunschdenken, solange die Spielregeln des Markts einem kurzfristigen Handeln den Vorzug geben? - Das Setzen auf Freiwilligkeit und Verantwortung ist gescheitert, dies ist sicher eine Lehre aus den letzten 20 Jahren!

Und dies lenkt noch einmal mehr die Aufmerksamkeit auf den Staat, der gerade als »Heilsbringer« gesehen wird und nun Nachhaltigkeit durchsetzen soll. Aber ist das nicht genauso ein Wunschdenken? - Neben der politischen Legitimität, die für einen Transformationsprozess vorhanden sein muss (und noch immer nicht da ist), sind auch die Maßnahmen des Staats immer noch sehr kurzfristig orientiert. Man versucht es über Berichtspflichten und über den Finanzmarkt und macht sich selbst unglaubwürdig, indem man Gas als nachhaltig einstuft. Wer investiert in Elektrolyseanlagen in Afrika Milliarden, um grünen Wasserstoff zu produzieren, wenn nicht klar ist, ob nach einer Bauphase von ca. acht Jahren dieser auch verkauft werden kann? Es fehlen auch hier klare Vorgaben und Rahmenbedingungen, welche einen langfristigen Transformationsprozess ermöglichen. Entweder muss der Staat Preisgarantien für den Wasserstoff geben oder den CO₂-Preis so ansteigen lassen, dass Wasserstoff dann die günstigere Alternative ist. Solche Entscheidungen stehen aber bislang aus.

1.4 Für die große Transformation müssen sich alle bewegen

Die große Transformation unserer Gesellschaft kann nur gelingen, wenn alle Akteure sich beteiligen. Der Staat muss für langfristige Rahmenbedingungen sorgen, sodass eine Planbarkeit für die Unternehmen sichergestellt ist, der Konsument sollte nicht nur auf den Preis sehen, sondern auch langlebige, reparaturfreundliche Produkte wertschätzen. Die Unternehmen schließlich sollten eine nachhaltige Unternehmensführung implementieren, was bedeutet, dass das Thema Nachhaltigkeit integraler

Bestandteil der Unternehmensstrategie wird und in allen Prozessen vom Einkauf über die Produktion bis zum Marketing und Vertrieb umgesetzt wird. Die Mitarbeitenden müssen sensibilisiert und geschult werden, um so Ressourceneffizienz und Kreislaufwirtschaft im gesamten Unternehmen und darüber hinaus zu erreichen.

12 Circular Economy – das große Thema

12.1 Worum geht es?

Unsere bisherige lineare Wirtschaft mit den Stufen: Rohstoffe gewinnen – Produkte herstellen – nach Gebrauch wegwerfen, kann angesichts schrumpfender Rohstoffvorkommen und wachsender Müllberge nicht länger aufrechterhalten werden. Kreislaufwirtschaft ist ein gesamtwirtschaftliches Modell, in dem alle Stoffe im Kreis geführt werden. Primäre Ziele sind, den Wert eines Produkts so lange wie möglich zu erhalten und Abfälle als Rohstoff zu sehen, der wiederverwendet wird. Im Idealfall gibt es keinen Abfall.

12.2 Warum ist das so wichtig?

Durch die nicht geschlossenen Stoffkreisläufe entstehen Probleme entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Die Gewinnung knapper Rohstoffe wird immer aufwendiger, Produktionsabfälle müssen entsorgt werden und am Ende der Nutzungszeit entsteht weiterer Abfall, aus dem wertvolle Rohstoffe bisher kaum wiedergewonnen werden können. Die Produktionslogik unserer Wegwerfgesellschaft stößt zunehmend an die planetaren Belastungsgrenzen – weltweit auftretende Plastikabfallteppiche in den Ozeanen sind nur ein sichtbares Zeichen dafür.

Hinzu kommt die Abhängigkeit der Rohstoffversorgung von autokratisch regierten Ländern, die ihre Machtposition ausnutzen könnten oder in denen die Arbeitsbedingungen nicht den Menschenrechten entsprechen. Besondere Abhängigkeit besteht bei den sogenannten Seltenen Erden, die für den Bau von Elektroautos und Windturbinen gebraucht werden. Sie kommen in der EU zu mehr als 90 % aus China. Ähnlich kritische Herkunftsländer gibt es bei Magnesium, Lithium, Bauxit oder Kobalt. Die EU-Kommission kommt in einem Bericht vom November 2022 zu dem Ergebnis: Von 83 der wichtigsten importierten Rohstoffe der Europäischen Union sind 30 als kritisch anzusehen, weil sie für die Wirtschaft unerlässlich sind und gleichzeitig ihre Herkunft kritisch ist.

12.3 Wie geht das?

Das Schaffen von geschlossenen Kreisläufen seitens eines einzelnen Unternehmens ist bisher erst in wenigen Fällen gelungen. Ein Beispiel ist das Unternehmen Interface Inc., ein globaler Hersteller von Bodenbelägen mit 4.000 Mitarbeitenden und Sitz in Atlanta, USA. Interface stellt alle Beläge aus biobasierten oder recycelten Stoffen her und hat als wichtigsten Geschäftszweig anstelle des Verkaufs die Vermietung der Beläge einschließlich Reinigung und Reparatur etabliert. Damit sind Langlebigkeit, Reparaturfreundlichkeit, Wiederauffindbarkeit und Wiederverwendbarkeit der Produkte zum Eigeninteresse des Unternehmens geworden und tragen zum wirtschaftlichen Erfolg bei.

Hersteller von Produkten, die nicht wie ein Bodenbelag ortsfest sind, haben es deutlich schwerer, die Rückführung der verkauften Waren zu organisieren. Es braucht viele Partner wie Abfallentsorger und Wiederaufbereitungsunternehmen, um Kreisläufe zu schließen. Circular Economy muss deshalb auf gesamtgesellschaftlicher Ebene, bei vielen Produkten sogar auf globaler Ebene betrachtet werden.

Die EU macht mit ihrem Green Deal und seinem Circular-Economy-Programm einen großen Schritt in diese Richtung. Für sieben Fokusbereiche werden konkrete Maßnahmen entwickelt:

- ◆ Elektrotechnik und Informations- und Kommunikationstechnik
- ◆ Batterien
- ◆ Verpackungen
- ◆ Kunststoffe
- ◆ Textilien
- ◆ Bauwerke und Kommunen
- ◆ Digitalisierung/Geschäftsmodelle/Management

Für diese Bereiche wird derzeit durch DIN, VDI und weitere Organisationen eine Normungsroadmap vorbereitet, die Vorschläge für die Weiterentwicklung der Standardisierung machen soll.

Außerdem wurden bzw. werden auf EU- und Länderebene die Ökodesign-Richtlinien überarbeitet, die Rücknahme von Elektrokleingeräten geregelt, ein digitaler Produktpass soll eingeführt werden und einiges mehr. Auf die Unternehmen kommen mit diesen Maßnahmen auch neue Anforderungen zu.

12.4 Ansatzpunkte

Circular Economy setzt auf vier Ebenen an:

- ◆ **Produktebene:** zum Beispiel Einsatz von Materialien mit geringem Fußabdruck, am besten aus biobasierten Stoffen oder aus Recyclingmaterial, Design für Langlebigkeit, Reparierbarkeit sowie Trennbarkeit am Lebenszyklusende, Kennzeichnung der Materialien, um Identifikation zu erleichtern
- ◆ **Geschäftsmodellebene:** zum Beispiel Vermietung statt Verkauf, Reparaturservice, Zusammenarbeit mit Unternehmen zur Sammlung und Wiederverwertung
- ◆ **Regulatorische Ebene:** gesetzliche Rahmenbedingungen setzen, zum Beispiel zur Standardisierung, zum Ökodesign, Förderung von Wertschöpfungsnetzwerken
- ◆ **Ebene der Werte und des Wirtschaftsmodells:** vermutlich die schwierigste Ebene. Das Hauptziel unseres Wirtschaftssystems ist Wachstum. Gleichzeitig animiert es die Konsumenten dazu, im Kaufen von Gegenständen Befriedigung zu finden. In diesem Werteumfeld ist es schwer, betriebswirtschaftlich tragfähige Geschäftsmodelle der Circular Economy zu implementieren. Schon das Wort »Konsument«, zu Deutsch: Verbraucher, ist in diesem Zusammenhang bezeichnend. In einer Circular-Economy-Gesellschaft würde der Begriff »Nutzer:in« besser passen.

Wir wollen hier Anregungen für die direkt von Unternehmen beeinflussbaren Ebenen der Produkte und der Geschäftsmodelle geben. Welchen Beitrag können Unternehmen bereits jetzt zum Aufbau einer Kreislaufwirtschaft leisten?

Auf Produktebene

- ◆ Zunächst: einen detaillierten Überblick über die eingesetzten Produkt- und Verpackungsmaterialien gewinnen
- ◆ Ansatzpunkte für Design for Circular Economy identifizieren, wie zum Beispiel Reduktion der Materialmenge, Einsatz von Rezyklaten, Lebensdauer der Produkte verlängern, Reparierbarkeit verbessern, Zerlegbarkeit am Lebenszyklusende ermöglichen
- ◆ Start mit ersten Prototypen, um Erfahrungen zu gewinnen

Auf Geschäftsmodellebene

- ◆ Zunächst: einen detaillierten Überblick über den Verbleib der Produkte gewinnen, Analyse der Vertriebsstrukturen und Absatzmärkte

- ◆ Kundenbindung stärken durch Mietmodelle, Service/Reparatur anbieten, Rücknahmesysteme, Einführung von Cash-Backsystemen (Geld zurück bei Nichtgefallen), Alt gegen Neu
- ◆ Rücknahme- und Recycling-Systeme gemeinsam mit Partnern aufbauen, für hochwertige Produkte vielleicht auch eigenständig. Vorteil: Rückgewinnung wertvoller Rohstoffe und Einsparen von Gebühren für andere Entsorgungssysteme
- ◆ Märkte für generalüberholte Produkte identifizieren

Klar ist: Bei hochwertigen Produkten ist es einfacher, Kreislaufmodelle einzuführen, als bei niederpreisigen Produkten, bei denen schon Sammlung und Rückführung Kosten verursachen können, die höher sind als der Materialwert.

Bei Verpackungen gibt es bereits viele Ansätze zur Kreislaufführung. Ein Beispiel: Die memo AG (ein Versandhändler u. a. für nachhaltige Büromaterialien) bietet rückführbare Versandkisten an. Weitere Beispiele für bereits implementierte Circular-Economy-Ansätze finden sich über bei den weiterführenden Hinweisen weiter unten.

12.5 Anforderungen und Aufwand

Circular-Economy-Lösungen unterscheiden sich deutlich, je nach Branche und Unternehmen. Deshalb sind auch die Möglichkeiten und Anforderungen verschieden. Gemeinsam für alle Ansätze ist: Produkt- und Geschäftsmodellebene gehören eng zusammen. So macht es beispielsweise innerhalb unseres Wirtschaftsmodells betriebswirtschaftlich bisher wenig Sinn, die Lebensdauer eines Produkts zu erhöhen, ohne dass sich der Hersteller als Premium-Marke etablieren kann oder ein Mietmodell inklusive Service anbietet.

Sinnvoll ist es, mit einzelnen Prototypen zu beginnen, um Erfahrungen zu sammeln.

Weiterführende Hinweise:

- ◆ Die Ellen MacArthur Foundation bietet die vermutlich umfangreichste Sammlung an Grundlagen, Beispielen und Tools zur Circular Economy.¹¹
- ◆ Die Circular Economy Initiative Deutschland, gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung¹²
- ◆ Auf der Plattform von BusinessEurope, einem europäischen Arbeitgeber- und Lobbyverband mit Sitz in Brüssel, finden sich Beispielprojekte und weitere Beiträge zur Circular Economy.¹³

- ◆ Auf circulareconomy.europa.eu finden sich einschlägige Praktiken, innovative Prozesse und Beispiele für »Lernen aus Erfahrung« aus der EU.¹⁴
- ◆ Der WWF hat gemeinsam mit dem Unternehmen Taival aus Finnland einen Check zum aktuellen Stand der Circular Economy in Unternehmen entwickelt.¹⁵

12.6 Praxisbeispiel Scheplast GmbH, Schwendi

- ◆ Spritzgießerei, Produktion technischer Teile und intelligenter Mehrwegverpackungen aus bis zu 100 % biobasiertem und recyceltem Kunststoff, 50 Mitarbeitende
- ◆ Daniel Schenk, Eigentümer und Geschäftsführer

Die Firma Scheplast wurde im Jahr 1977 von meinem Vater Herbert Schenk gegründet. Seitdem lehrte er mich aus seiner schwäbischen Mentalität heraus, zu sparen und sinnvoll zu agieren.

Ökonomie und Ökologie im Einklang. Das bedeutet für uns, dass wir versuchen, so wenig wie möglich Müll zu produzieren und den Gedanken des Recyclings bereits von Beginn des Prozesses an zu leben.

Wir stellen hochqualitative Produkte aus Kunststoffen her. Angüsse und Kunststoffabfälle führen wir direkt in den Kreislauf zurück, sofern es uns der/die Kund:in erlaubt und die Qualität nicht darunter leidet.

Über die Jahre hinweg haben wir diesen Gedanken stetig weiterentwickelt und daraus entstand unsere Vision der Kreislaufwirtschaft in der Kunststoffindustrie. Unser Motto lautet seitdem: »Liebe deinen Planeten und schütze die nächste Generation.«

Seit zehn Jahren widmen wir uns immer stärker den biobasierten Kunststoffen. Bisher mussten wir bei unseren Kund:innen noch sehr viel Überzeugungsarbeit leisten. Das beginnt sich zu ändern, seit die globale Umweltkrise immer deutlicher und die Importabhängigkeit unserer Wirtschaft immer bewusster werden.

Einfacher ist es, die Kund:innen vom Einsatz von Recyclingmaterial zu überzeugen, vor allem dann, wenn wir die Kunststoffe aus unserem eigenen Produktionskreislauf gewinnen können, wie z. B. aus Angussteilen, die sonst extern entsorgt werden. Diese Angussteile mahlen wir wieder ein und bringen sie in den Kreislauf zurück. Damit können wir die Abfallmenge extrem stark reduzieren.

Unser Hauptfokus liegt mittlerweile im Mehrwegverpackungsbereich. Aufgrund einer Gesetzesänderung kommen immer mehr Start-ups mit tollen und innovativen Ideen um die Ecke. Wir unterstützen hier sehr gerne mit unserem Know-how der

Kunststofftechnik. Sowohl konstruktiv als auch bei der Materialauswahl sind Start-ups sehr offen für alternative (biopolymere) oder recycelte Materialien und lassen sich gerne von uns dazu beraten.

Vor Kurzem ist bei uns ein sehr interessantes Produkt angelaufen, welches den Einwegmüll mit Sicherheit revolutionieren wird. Gemeinsam mit unserem Kunden sind wir stolz, solche Produkte herzustellen und auf den Markt zu bringen.

Wir verstehen unter Kreislaufwirtschaft in der Kunststoffbranche nicht das Produzieren von Parkbänken oder Kunststoffschwellen, auch bekannt als »Downcycling«. Sondern wir sprechen von einer Rückführung von sortenreinen Materialien, aus denen wir Mehrwegverpackungen herstellen. In diesem Fall handelt es sich um Transportbehälter. Dadurch entsteht ein klarer Mehrwert für alle, wir sprechen hierbei von »Upcycling«. Diese Transportbehälter bestehen aus Recycling-HDPE und werden voraussichtlich eine Lebensdauer von weiteren 25 Jahren haben. Da wir selbstverständlich auch diese Behälter wieder zurücknehmen, kann auch dieses Material wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden.

Somit erreichen wir das Ziel der Kreislaufwirtschaft. Material, welches verarbeitet wird, bleibt im Kreislauf und schont unsere Umwelt. Dadurch sparen wir nicht nur fossile Rohstoffe, sondern wir binden damit über Generationen hinweg CO₂ aus der Atmosphäre. Mit anderen Worten: Kunststoff als der CO₂-Speicher der Zukunft!

Was ich anderen Unternehmen mitgeben möchte, ist: Lass nichts unversucht, deine Kund:innen immer wieder davon zu überzeugen, dass es umweltfreundlichere Lösungen gibt. Lass dich auf die Diskussionen mit deinen Kund:innen ein! Und schau, dass deine Firma so wenig wie möglich Abfall oder ungenutztes Material verlässt.

13 Biodiversität am Unternehmensstandort

13.1 Worum geht es?

Inzwischen bemerken wir bei jeder sommerlichen Autofahrt, dass die Windschutzscheibe sauberer bleibt als früher: Es gibt weniger Insekten. Der Rückgang der Vielfalt der Arten ist nicht so leicht zu erkennen. Fachleute sprechen jedoch vom sechsten großen Massenaussterben der Erdgeschichte. Das letzte fand nach einem Meteoreinschlag vor 65 Millionen Jahren statt und löschte die Dinosaurier und viele anderen Arten aus.

Der Begriff Biodiversität umfasst drei Bereiche:

- ◆ die Vielfalt von Ökosystemen,
- ◆ die Vielfalt der Arten
- ◆ sowie die genetische Vielfalt innerhalb einer Art.

Weltweit geht die Biodiversität infolge unserer Zivilisationsauswirkungen zurück. Gleichzeitig kann jedes Unternehmen einen Beitrag zur Stärkung der Biodiversität leisten.

13.2 Warum ist das so wichtig?

Natürliche Ökosysteme sind die Basis für sauberes Wasser und saubere Luft, die Produktion von Nahrungsmitteln, die Anpassungsfähigkeit an veränderte Umweltbedingungen und die menschliche Erholung in der Natur. Biodiversität stellt deshalb eine der wichtigsten Grundlagen unseres Lebens dar. Sie hat in der Agenda 2030 mit ihren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, siehe Glossar) Eingang gefunden: »Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen.«

Maßnahmen zur Stärkung der biologischen Vielfalt unterstützen auch die Stadtentwicklung bei Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel, zum Beispiel bei

der Bewältigung von Starkregen oder der Verbesserung des Lokalklimas. Die »Neue Leipzig-Charta«, das Leitdokument für gemeinwohlorientierte Stadtentwicklung in Europa vom November 2020, beschreibt die »Grüne Stadt«: »... gut gestaltete und unterhaltene sowie vernetzte grüne und blaue Infrastrukturen bilden die Grundlage für ein gesundes Lebensumfeld. Sie erhöhen die Anpassungsfähigkeit von Städten an den Klimawandel und tragen zur Entwicklung der Biodiversität bei.«

So weit die Theorie. Vielleicht fragt sich jetzt die Unternehmerin oder der Unternehmer, was das mit dem eigenen Unternehmensstandort zu tun hat. Vor dem Hintergrund, dass Industrie- und Gewerbeflächen fast 20 % der Siedlungsfläche ausmachen: eine ganze Menge.

Ein wichtiger Grund für den Verlust von Biodiversität ist der Flächenverbrauch für Siedlungen und Verkehr, Bodenversiegelung und Landschaftszerschneidung sowie Veränderungen natürlicher Lebensräume. Neben dem Verlust an biologischer Vielfalt bilden sich Wärmeinseln, die eine Hitzebelastung im Gebiet und dem umliegenden Stadtquartier verursachen. Außerdem führt ein hoher Versiegelungsgrad bei Starkregen zur Überlastung des Kanalnetzes. Kommunale Ziele wie hohe Lebensqualität, resiliente Städte oder nachhaltige Infrastruktur haben selten Gewerbegebiete im Fokus. Trotzdem gibt es ambitionierte Projekte, die sich vorgenommen haben, das zu ändern. Zwei davon stellen wir kurz vor, Verweise auf die Webseiten finden sich weiter unten bei »Anforderungen und Aufwand«.

Das Modellprojekt »Grün statt Grau – Gewerbegebiete im Wandel« entwickelt seit 2016 Maßnahmen und Konzepte, um Gewerbegebiete im Sinne der Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln und aufzuwerten. Dabei stehen drei Ziele im Vordergrund:

- ◆ Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel
- ◆ Stärkung der urbanen Biodiversität
- ◆ Aufenthaltsqualität für die Beschäftigten

Abgeleitet wurden Tipps und Leitfäden für Kommunen, ergänzt durch exemplarische Maßnahmen aus den Projektgebieten.

Das Projekt »UnternehmensNatur Baden-Württemberg – Firmengelände blühen auf« ist ein vom Umweltministerium Baden-Württemberg gefördertes Projekt des NABU in Kooperation mit der Flächenagentur Baden-Württemberg. Ziel des Projekts ist es, Unternehmen individuell zu beraten, wie sie ihre Außenflächen zu biologisch wertvollen naturnahen Lebensräumen umgestalten können. Neben positiven Auswirkungen für das Mikroklima auf dem Gelände entstehen einladende gesund-

heitsfördernde Aufenthaltsbereiche für Mitarbeitende und Kundschaft. Diese erkennt durch diese »Grüne Visitenkarte« das verantwortungsvolle Handeln und zukunftsorientierte Engagement des Unternehmens.

Naturnahe Flächen fördern die Artenvielfalt und haben zahlreiche weitere Vorteile wie ihre Wirkung als natürliche Klimaanlage durch Verdunstungskühlung und Schattenwurf, die CO₂-Speicherung im Bewuchs und die Regenwasserrückhaltung. Außerdem handelt es sich um geeignete Maßnahmen für Zertifizierungen wie EMAS¹⁶ oder im Hinblick auf die künftige EU-Taxonomie (siehe Glossar) und CSDD-Richtlinien¹⁷.

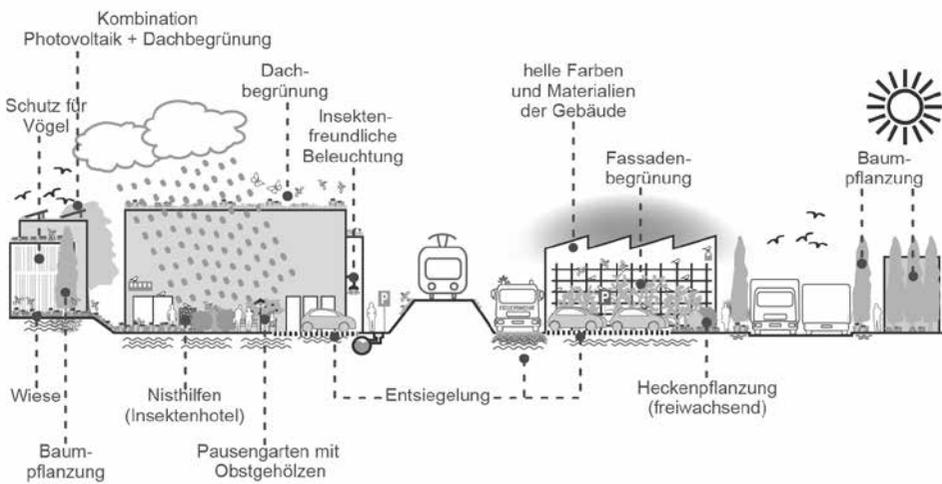


Abb. 7: Ansatzpunkte für Biodiversität am Unternehmensstandort, Quelle: Dr. -Ing. Sandra Sieber

13.3 Wie geht das?

Schritt für Schritt

1. Ein sinnvoller erster Schritt ist es, einen ortsnahen Naturschutzverband wie den NABU oder den BUND oder eine:n Planer:in einzubeziehen, mit belegbaren Erfahrungen in naturnaher Gestaltung. Einzelmaßnahmen können nach Planung eines Naturgartenprofis zwar von jedem Gartenlandschaftsbauer umgesetzt werden, der geschulte Blick von Fachexpert:innen erkennt aber auch bisher nicht wahrgenommene Möglichkeiten für die Förderung der Biodiversität am Unter-

- nehmensstandort und hilft bei der Erstellung eines Gesamtkonzepts und der Detailplanung von komplexeren Maßnahmen.
2. Dann gilt es, Flächen und Ansatzpunkte für Maßnahmen zu identifizieren. Das können alle Außenflächen oder Teile davon sein, einschließlich der Fassaden und Dächer.
 3. Es gibt viele Möglichkeiten für die naturnahe Gestaltung. Hier einige Beispiele:
 - heimische Wildpflanzen (Bäume, Sträucher, Stauden oder Wiesen) verwenden, denn das ist ein Kernaspekt der Biodiversität
 - Versiegelung minimieren
 - nährstoffarme Standorte schaffen (nicht düngen oder mulchen)
 - auf Pestizide verzichten
 - teilflächige »Verwilderung« zulassen, beispielsweise Brennnesseln in bestimmten Bereichen stehen lassen – viele Schmetterlingsraupen entwickeln sich daran, Totholzhaufen anlegen
 - Trockensteinmauern setzen
 - Nistmöglichkeiten und Lebensräume schaffen, zum Beispiel Wildstrauchhecken und Wildblumenwiesen anlegen, Nistmöglichkeiten für Wildbienen schaffen (offene Bodenstellen, Sandarien¹⁸, »Insektenhotels«)
 - naturnahe Pausenbereiche für Mitarbeitende zum Beispiel durch die Anlage eines Naschgartens mit Kräutern und Gemüse
 - auf weniger insektenschädliche Beleuchtung achten
 - Dächer und Fassaden begrünen
 - Vogelschlag – zum Beispiel an verglasten Flächen – verhindern
 - Retentionsflächen schaffen, um Regenwasser versickern zu lassen, Teiche anlegen als Tränke für Tiere
 4. Das unternehmerische Engagement für die Natur ist häufig ein wichtiger Identifikationsfaktor für die Mitarbeitenden. Sie können Ideen einbringen sowie die Pflanzung und Umsetzung – und somit ihr Arbeitsumfeld – mitgestalten.
 5. Die naturnahe Pflege organisieren, am besten mit einem darin fachkundigen, in naturnaher Gestaltung erfahrenen Gartenbaubetrieb

13.4 Anforderungen und Aufwand

Die naturnahe Gestaltung eines Unternehmensstandorts ist ein sehr individuelles Vorhaben. Realisierungen können zusammen mit ohnehin geplanten Baumaß-

nahmen erfolgen oder durch die Aufstellung von Jahresplänen zur schrittweisen Umsetzung von Maßnahmen in prioritären Bereichen. Die Begrünung eines Dachs erfordert eine statische Überprüfung, kann aber bei ausreichender Belastbarkeit auch in Kombination mit Photovoltaik erfolgen.

Die ersten drei Jahre Entwicklungspflege einer naturnahen Grünfläche sind recht aufwendig, aber für den Erfolg unerlässlich, und die Kosten für die Pflege durch einen Naturgärtner oder eine Naturgärtnerin sind aufgrund ihrer Fachkenntnisse höher. Dieses Budget sollte einkalkuliert werden. Ansonsten gilt: sich informieren und loslegen!

Weiterführende Hinweise:

- ◆ www.gewerbegebiete-im-Wandel.de
- ◆ www.UnternehmensNatur-BW.de (Projekt mit kostenfreier Beratung zur naturnahen Gestaltung von Firmengeländen in BW bis 2025)
- ◆ www.biodiversity-premises.eu (EU-Projekt zur Förderung der naturnahen Gestaltung von Firmengeländen)
- ◆ »Öffentliche und gewerbliche Grünflächen naturnah – Praxishandbuch für die Anlage und Pflege«, pala Verlag 2022

13.5 Praxisbeispiel Uzin Utz SE, Ulm

- ◆ Komplettanbieter für Bodensysteme, Produkte und Maschinen rund um Estrich, Boden, Fliesen und Parkett, ca. 1.400 Mitarbeitende
- ◆ Marcella Lucas, Teamleiterin Nachhaltigkeit

Das Thema Nachhaltigkeit ist fest in unserer Unternehmensstrategie verankert und spielt bei uns bereits von Beginn an eine zentrale Rolle. Als Vorreiter der Branche setzten wir bereits 1980 auf den Ausstieg von Lösemitteln bei Klebstoffen und führten die erste Generation umweltfreundlicher Klebstoffe ein und jetzt haben wir uns vorgenommen, unsere unternehmerischen Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2025 um 25 % zu reduzieren.

Es ist jedoch unerlässlich, unmittelbar einen aktiven Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz zu leisten, weshalb wir den ersten Schritt in Richtung naturnahes Betriebsgelände gemacht haben. Wir konnten dabei zahlreiche ungenutzte Möglichkeiten und Potenziale zur Förderung der regionalen Biodiversität identifizieren und konkrete Maßnahmen wie das Anlegen einer 700 m² großen Wildblumenwiese

und eine Fassadenbegrünung bereits umsetzen. Weitere Maßnahmen sind für die nächsten Jahre geplant. Die Förderung der Biodiversität am Unternehmensstandort ermöglicht es, in kurzer Zeit einen nachhaltigen und sichtbaren Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz zu leisten und der Natur etwas zurückzugeben. Darüber hinaus kann damit auch das Wohlbefinden der Mitarbeitenden gesteigert werden.

Wir haben dazu am Projekt »UnternehmensNatur« teilgenommen. Hierbei werden Unternehmen vom NABU zusammen mit der Flächenagentur Baden-Württemberg vor Ort professionell zur naturnahen Gestaltung von Gewerbeflächen beraten. Mögliche Maßnahmen haben wir dann in einem internen Kreis auf Umsetzung geprüft. Es ist entscheidend, relevante Stakeholder in die Prozesse und Entscheidungen aktiv einzubinden, um Transparenz sowie das notwendige Commitment zu schaffen. Die Anlage der Wildblumenwiese und die Fassadenbegrünung haben viel Zustimmung seitens der Mitarbeitenden erhalten.

Die personelle und finanzielle Komponente ist definitiv nicht zu unterschätzen. Zeit für Abstimmungstermine, Planung und Prüfung der örtlichen Gegebenheiten sowie für die finale Umsetzung muss ausreichend eingeplant werden. Die Etablierung von Biodiversität sollte jedoch weniger als Aufwand, sondern als nachhaltige Investition in den eigenen Unternehmensstandort angesehen werden. Gleichzeitig ist die naturnahe Gestaltung mit heimischen Pflanzen robuster und pflegeleichter, wodurch sich langfristig Zeit- und Kosteneinsparungen ergeben. Beispielsweise benötigen Wildblumenwiesen im Vergleich zu Rasenflächen eine seltenere Mahd und geringere oder keine Bewässerung. Fassadenbegrünungen schützen und isolieren die Gebäudehülle sowohl im Winter als auch im Sommer und reduzieren den Heiz- oder Kühlaufwand. Neben Flora und Fauna profitieren auch die Mitarbeitenden von einer naturnahen Werksgestaltung, welche die Haltung des Unternehmens in Bezug auf Klima- und Umweltschutz visuell verdeutlicht und damit zur besseren Identifikation mit dem Unternehmensstandort beiträgt. Auch vermeintlich kleine Maßnahmen können eine große Wirkung erzielen und verdeutlichen der Öffentlichkeit sowie Kund:innen und Geschäftspartner:innen das unternehmerische Engagement im Umwelt- und Klimaschutz.

Anderen Unternehmen möchte ich mitgeben: Es lohnt sich! Der erste Schritt in Richtung Biodiversitätsmaßnahmen am eigenen Standort bedeutet, einen sofortigen und wirksamen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz zu leisten und sich an der sichtbaren Artenvielfalt zu erfreuen. Meist existieren zahlreiche ungenutzte Potenziale und mit einfachen und kleinen Maßnahmen können bereits große Effekte erzielt

werden. Um auf der sicheren Seite zu sein und Hilfestellung bei der richtigen Pflanzenwahl oder der geeigneten Maßnahme zu erhalten, empfiehlt es sich in jedem Fall, entsprechende Fachberatung oder Informationsmaterial ins Haus zu holen.

Unsere Erfahrung zeigt, dass sich in kurzer Zeit viel bewegen lässt und der sichtbare Beitrag als Inspiration und Motivation für andere dient, selbst aktiv zu werden und sich zu engagieren.

14 Was sagen die Banken? Sustainable Finance

14.1 Worum geht es?

Die Europäische Kommission hat mit dem »Europäischen Grünen Deal« das Thema Nachhaltigkeit ins Zentrum ihrer Arbeit gerückt. Auch die Finanzwirtschaft wird dafür in die Pflicht genommen. Unter dem Sammelbegriff »Sustainable Finance« werden derzeit Regelwerke geschaffen, um die Finanzmittel Richtung Investitionen in nachhaltige Projekte zu lenken.

Dazu muss zunächst einmal definiert werden, welche Aktivität als nachhaltig einzustufen ist. Das wird in der Taxonomie-Verordnung geregelt. Der Begriff ist bekannt aus der Biologie und beschreibt dort die systematische Zuordnung von Lebewesen zu einer Kategorie. In der Taxonomie-Verordnung werden unternehmerische Aktivitäten bewertet und Kriterien definiert, ob eine Investition als ökologisch nachhaltig einzustufen ist.

In der Finanzwelt wird häufig das Kürzel »ESG« verwendet. Es steht für Environmental, Social, and Corporate Governance, also für Ökologie, Soziales und Unternehmensführung, und weicht damit etwas von dem sonst häufig verwendeten Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit aus Ökologie, Ökonomie und Sozialem ab. Die Säule der Wirtschaft konzentriert sich beim ESG-Konzept auf die verantwortliche Unternehmensführung. Dazu gehören das Risikomanagement, der Umgang mit Gesetzen und freiwilligen Verpflichtungen (»Compliance«), die internen Aufsichtsstrukturen und die Verhinderung von Korruption. Die Taxonomie-Verordnung kann man als die gesetzgeberische Konkretisierung des ESG-Gedankens im Bereich Ökologie verstehen.

14.2 Warum ist das so wichtig?

Alle Unternehmen, die einen Finanzierungsbedarf haben, müssen sich zunehmend darauf einstellen, dass ihre Nachhaltigkeitsperformance durch das Kreditinstitut bewertet wird. Eine gute Performance kann zu Zinsabschlägen führen, eine negative zu Zinsaufschlägen. Die Unternehmen müssen dazu den Banken Daten

zur eigenen Nachhaltigkeit vorlegen. Das kann mit einem erheblichen Aufwand verbunden sein und die Unternehmen sollten sich möglichst frühzeitig damit beschäftigen.

Unabhängig von den Anforderungen der Banken regelt die Taxonomie-Verordnung auch neue Berichtspflichten zur Nachhaltigkeit, die zukünftig alle Unternehmen ab 250 Mitarbeitenden direkt betreffen. Kleinere Unternehmen als Zulieferer der großen können indirekt betroffen sein. Siehe dazu das Kapitel »Nachhaltigkeitsberichterstattung«.

14.3 Was bedeutet das für die Unternehmen?

Im Gegensatz zu vielen anderen Kapiteln in diesem Praxisbuch stellen wir keine Schritt-für-Schritt-Anleitung vor. Das hat mehrere Gründe:

- ◆ Das Sustainable-Finance-Themenspektrum ist in intensiver regulatorischer Bewegung. Zum Beispiel sind die Kriterien für die Einstufung von Investitionen nach der Taxonomie-Verordnung erst zu einem geringen Teil vereinbart worden.
- ◆ Die Europäische Zentralbank EZB hat in einem »Klimastresstest« über 100 europäische Banken auf Risiken durch Kreditausfälle aufgrund von Hitze, Dürre, Überschwemmungen oder Preissteigerungen bei CO₂-Zertifikaten untersucht. Es zeigte sich, dass fast keine Bank gut genug auf Klimarisiken vorbereitet ist. Die EZB hat den Banken deshalb klare Ziele vorgegeben: Bis März 2023 müssen Klima- und Umweltrisiken identifiziert und ihre Auswirkung auf die Geschäftstätigkeit der Bank bewertet werden, bis Ende 2023 müssen Klima- und Umweltrisiken systematisch in Führungskultur, Strategie und Risikomanagement integriert werden und bis Ende 2024 müssen alle übrigen Anforderungen für Klima- und Umweltrisiken erfüllt werden. Welche konkreten Auswirkungen das auf die Kund:innen in ihren Gesprächen mit ihrer Hausbank hat, ist noch unklar.
- ◆ Die unmittelbar betroffenen Hauptakteure im Sustainable-Finance-Bereich sind die Banken, denn ihre Aufgabe ist es, zum Beispiel bei der Kreditvergabe Unternehmen hinsichtlich deren Nachhaltigkeitsperformance zu prüfen. Eine konkrete Anleitung würde deshalb vor allem die Zielgruppe Finanzinstitute betreffen, nicht Unternehmen aller Branchen. Hinzu kommen spezielle Regelungen für Finanzinstitute, denn auch für die Gestaltung von Finanzprodukten gilt die Taxonomie-Verordnung, und Banken sind ab dem Jahr 2024 verpflichtet anzugeben,

welcher Anteil der eigenen Finanzierungen taxonomiekonform ist. Auf diese bankspezifischen Themen gehen wir nicht weiter ein. Wir konzentrieren uns auf die bisher bekannten Aspekte, die für alle Branchen relevant sind.

Die Taxonomie-Verordnung trat im Jahr 2020 in Kraft. Sie gilt in der ganzen EU, eine Übertragung in nationales Recht ist nicht erforderlich. Sie betrifft vor allen die ökologischen Aspekte der Nachhaltigkeit und stellt Regeln für folgende sechs Bereiche auf:

- ◆ Klimaschutz
- ◆ Anpassung an den Klimawandel
- ◆ nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen
- ◆ Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft
- ◆ Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung
- ◆ Schutz und Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme

Die Kriterien für die ersten beiden Bereiche sind schon definiert (»Klima-Taxonomie«) und gelten ab dem 1. Januar 2022. In dem mehrere Hundert Seiten umfassenden Dokument werden beispielsweise genannt:

- ◆ die Erzeugung, Speicherung und Nutzung erneuerbarer oder klimaneutraler Energien
- ◆ Steigerung der Energieeffizienz
- ◆ Ausbau sauberer oder klimaneutraler Mobilität
- ◆ Umstellung auf erneuerbare Materialien
- ◆ Erzeugung sauberer und effizienter Kraftstoffe

Insbesondere die Einstufung von Atomenergie und Gas als nachhaltig wurde kontrovers diskutiert.

Die Kriterien für die anderen vier Bereiche sind in Bearbeitung und sollen ab 2024 in Kraft treten.

Folgende drei Kriterien müssen erfüllt sein, damit eine Wirtschaftstätigkeit als taxonomiekonform eingestuft werden kann:

- ◆ Es muss ein wesentlicher Beitrag zu mindestens einem der oben genannten sechs Umweltziele geleistet werden.
- ◆ Es darf keines der anderen Ziele wesentlich beeinträchtigt werden.
- ◆ Mindestanforderungen bei den Menschenrechten müssen erfüllt sein.

14.4 Anforderungen und Aufwand

Sustainable Finance ist ein komplexer Themenbereich, der erhebliche Auswirkungen auf die Kreditverhandlungen zwischen einem Unternehmen und seiner Bank haben kann. Gleichzeitig besteht derzeit noch eine große Unsicherheit, wie die derzeit EU-weit entstehenden Regeln in die Praxis umgesetzt werden sollen. Hier sind zunächst die Banken gefragt, die sich erst einmal selbst sowohl die erforderliche inhaltliche Kompetenz aneignen als auch die Prozesse bei der Kreditvergabe neu organisieren müssen. Es ist zu erwarten, dass es in den nächsten Jahren noch viel Bewegung bei diesem Thema gibt.

Unsere beiden Praxisbeispiele von Finanzinstituten geben wichtige Hinweise über den aktuellen Stand und enthalten konkrete Empfehlungen für Unternehmen.

14.5 Praxisbeispiel Volksbank Ulm-Biberach eG

- ◆ ca. 630 Mitarbeitende
- ◆ Jürgen Thanner, Bereichsleiter Nachhaltigkeit, Innovation und Stiftungen

Unsere Unternehmenskunden sind mit der Nachhaltigkeitsthematik in sehr unterschiedlicher Weise befasst. Einige sind in der Umsetzung einzelner Themen oder sogar in der Gesamtheit bereits sehr weit vorne. Unter Gesamtheit verstehen wir die systematische Befassung mit den ESG-Themen (Environmental, Social, and Corporate Governance), also ökologisch, sozial und Unternehmensführung, sowie die Befassung mit den SDGs der Vereinten Nationen, den 17 Sustainable Development Goals. Teilweise liegt die Aufgeschlossenheit für diese Themen offensichtlich schon in der DNA des Unternehmens. Auf der anderen Seite nehmen wir auch Unternehmen wahr, die zwar die politischen Diskussionen und Trends sehen, aber sich inhaltlich noch nicht damit auseinandersetzen oder nur in einem Umfang, der den gesetzlichen Notwendigkeiten entspricht. Wir sehen hier also ein sehr heterogenes Spektrum.

Einzelne Unternehmen gehen bereits konkret auf uns zu und fragen, wie wir sie im ESG-Kontext einschätzen, welche Chancen oder Risiken für sie bestehen oder was für gesetzliche Regulierungen in ihrer Branche eine Rolle spielen. Ein Thema ist zum Beispiel das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, das zum 1. Januar 2023 für größere Unternehmen in Kraft tritt und ab 1. Januar 2024 für alle Unternehmen mit

mehr als 1.000 Mitarbeitenden gilt. Das betrifft mittelbar dann auch kleinere Unternehmen in der Lieferkette der größeren. Unsere interne Aufgabe ist es, hier auch zunehmend auskunftsfähig zu werden, um unsere Unternehmenskunden gut begleiten zu können.

Auch die Taxonomie-Verordnung betrifft zunächst eher die größeren Unternehmen. Aber auch hier werden wir unsere Kunden begleiten, um Anregungen zu geben, in welche Richtung sich ein Unternehmen weiterentwickeln könnte, um sich im Wettbewerb zu positionieren.

Unser Ziel ist es, die Sensibilität für die ESG-Thematik dort zu wecken, wo es noch erforderlich ist, und dort konkrete Ansätze geben zu können, wo die Sensibilität schon da ist. Zwei ganz wichtige Themen sind der Klimawandel und der Klimaschutz im Geschäftsbetrieb, beides Kernthemen der Taxonomie-Verordnung. Hier geht es auch um den konkreten Finanzierungskontext für Investitionen und es ist wichtig für jedes Unternehmen, hier frühzeitig zu beginnen, um einen möglichst großen Impact zu erzielen. Diese Aspekte werden vermutlich immer stärker zu einem Green-Supporting-Factor oder zum Brown-Penalising-Factor bei Finanzierungen. Darauf gehe ich gleich noch näher ein.

Auch die Science Based Targets Initiative führt dazu, dass große Unternehmen einen wesentlichen Teil ihrer Klimaschutzanforderungen an ihre Lieferanten weiterreichen. Die dadurch erforderlichen zusätzlichen Investitionen stellen hohe Anforderungen an die Zulieferer und könnten zu einem Strukturwandel führen. Die großen Unternehmen werden aufgrund ihrer Marktmacht diese Forderungen in ihrer Lieferkette durchsetzen, sodass auch unsere Kund:innen betroffen sein werden. Im Sinne des 1,5-Grad-Ziels ist diese Initiative positiv zu werten.

Wir konzentrieren uns bei unseren unternehmerischen Kunden zunächst auf die Themen Klimawandel und Klimaschutz analog der politischen Vorgehensweise bei der Taxonomie-Verordnung. Die Unternehmen sollten hier zunächst mittels der Klimabilanz Transparenz schaffen und dann Entwicklungspfade zur Reduktion aufzeigen. Zum einen natürlich für den Klimaschutz, aber zum anderen auch, um die Möglichkeit vergünstigter Kredite zu nutzen. Die L-Bank Baden-Württemberg hat zum 1. Juli 2022 ihr Programm »Nachhaltigkeitsbonus« gestartet. Unternehmen mit einer Klimabilanz erhalten bei den nachfragestärksten Förderprogrammen eine Zinsverbilligung von aktuell 5 Basispunkten, wenn sie eine Klimabilanz erstellt haben, und zusätzlich weitere 10 Basispunkte Zinsverbilligung, wenn sie eine Umsetzungsroadmap vorlegen.

Diese Förderprogramme sind ein erster Schritt in diese Richtung und wir sind sicher, dass da noch mehr kommen wird. Und wir vermuten, dass es bei nichttaxonomiekonformen Unternehmen zu Konditionsaufschlägen kommen wird oder dass wir als Bank mehr Eigenkapital vorhalten müssten, was ebenfalls zu Konditionsaufschlägen führen würde. Diese Themen sind also nicht nur klimapolitisch relevant, sondern auch betriebswirtschaftlich.

Ich möchte abschließend auf ein Schreiben vom Januar 2022 von Larry Fink, CEO von Blackrock, hinweisen: »Der Wandel zu einer klimaneutralen Welt wird jedes Unternehmen und jede Branche fundamental verändern. Die Frage ist, werden Sie diesen Wandel anführen oder sich führen lassen?« Diese Einschätzung ist auch meine Überzeugung. Deshalb muss sich jedes Unternehmen damit auseinandersetzen, und auch wenn wir hier vor allem über Klimathemen gesprochen haben, so sind die Sozialthemen und die gute Unternehmensführung nicht weniger relevant! Wir sollten uns zunächst jedoch auf die Themen CO₂ und Klimaschutz fokussieren, weil hier der politische Druck aktuell am größten ist.

14.6 Praxisbeispiel Sparkasse Ulm

- ◆ ca. 1.000 Mitarbeitende
- ◆ Dr. Stefan Bill, Vorsitzender des Vorstands

Wir sehen uns als regionales Kreditinstitut für die Menschen und Unternehmen in der Region und möchten diese langfristig begleiten.

Unser Nachhaltigkeitsengagement umspannt drei Dimensionen:

- ◆ Primär ist die Sparkasse Ulm selbst ein Unternehmen, das sich nachhaltig für die Zukunft aufstellt. Wir veröffentlichen seit Jahren einen Nachhaltigkeitsbericht nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Unseren CO₂-Footprint haben wir seit 2018 um ca. 1/3 gesenkt. Die unvermeidbaren Emissionen kompensieren wir beispielsweise mit regionalen Projekten zum Humusaufbau.
- ◆ Die zweite Dimension ist die Ermöglichung der Geldanlage in nachhaltige Investments.
- ◆ Darüber hinaus begleiten und finanzieren wir die Transformation hin zur Dekarbonisierung. 35 % des CO₂-Ausstoßes entstehen durch Gebäude, 70 % des Immobilienbestands sind älter als 30 Jahre. Hier liegt der Fokus auf Sanierung und Modernisierung. Bei Unternehmen sehen wir unsere Hauptaufgabe in der Unter-

stützung bei der Transformation hin zu CO₂-armen und -freien Prozessen und Produktionsmethoden.

Die Berichtspflichten gelten derzeit vor allem für die großen Unternehmen, die mehr als 500 Mitarbeitende, 40 Mio. Euro Umsatz und 20 Mio. Euro Bilanzsumme aufweisen. Die Grenzen dafür werden aber immer mehr sinken. Es ist sehr wichtig, sich jetzt schon mit dem Thema auseinanderzusetzen, auch wenn noch keine Berichtspflicht vorliegt: Was bedeutet das für mein Unternehmen und wie gehe ich vor? Nach unserer Erfahrung haben gerade die mittelständischen Unternehmen hier noch Nachholbedarf. Unser Appell lautet: »Beschäftigen Sie sich frühzeitig mit dem Thema. Wir haben gesellschaftlich ein großes Ziel, wir wollen die Erderwärmung und die Schäden aus dem Klimawandel begrenzen.«

Von der regulatorischen Seite sind wir als Sparkasse angehalten, in der Kreditvergabe zukünftig stärker auf nachhaltige Aspekte zu achten, Stichwort »Sustainable Finance«. Wir müssen zukünftig die Unternehmen nach den ESG-Kriterien raten/scoren. Hierfür ist es wichtig, dass alle erforderlichen Daten und Informationen vorliegen. Es macht Sinn, sich jetzt schon mit den Fragestellungen auseinanderzusetzen, um nicht später in Zeitnot zu geraten.

Erster Schritt ist eine saubere Bestandsaufnahme, um einen Status quo zu erhalten. Danach sollten Ziele definiert und Maßnahmen zur Umsetzung festgelegt werden. Die Thematik ist 2022 durch die Energiepreisentwicklung deutlich stärker in den Fokus gerückt und ein weiterer Anlass, um sich stärker mit dem Thema zu beschäftigen.

Auf diesem Weg unterstützen wir unsere Kund:innen mit vielfältigen Angeboten. Mit Informationsveranstaltungen sensibilisieren wir die Unternehmen für nachhaltige Investitionen. Hierzu bauen wir durch Schulungen und Fortbildungen im Haus eigene Kompetenzen bei unseren Mitarbeitenden auf.

Wir bieten vielfältige Fördermöglichkeiten an und haben gleich zwei Expert:innen, die sich speziell mit dem Thema beschäftigen. Bei den ESG-Ratings führen wir einen intensiven Dialog mit unseren Unternehmenskunden, um Potenziale für bessere EU-Taxonomiekonformität zu identifizieren. Dies führt letztendlich zu einem Erhalt der Leistungsfähigkeit der Wirtschaft. Wir haben einen gesamtgesellschaftlichen Auftrag, den wir sehr ernst nehmen und der uns am Herzen liegt.

Nachhaltig zu wirtschaften ist aktuell eine der größten unternehmerischen Herausforderungen – so nehmen nicht nur die Anforderungen der Regierungen und der EU stetig zu, auch die großen Einzelhandelsketten fordern von ihren Lieferanten Nachweise zur Sorgfalt in der Lieferkette und zum Klimaschutz. Wer nachhaltig agieren will, trifft dabei auf vielfältige Hürden, von ungewohnten Fachbegriffen bis zu einem extrem differenzierten und umfangreichen Aufgabenspektrum. Fehlt in Unternehmen die entsprechende Expertise, ist die Gefahr groß, den Überblick zu verlieren.

Dieses Buch schafft Abhilfe: Es beschreibt in Kürze die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen vom Klimaschutz über Nachhaltigkeit in der Lieferkette bis zum Nachhaltigkeitsmarketing. Schritt-für-Schritt-Anleitungen geben eine schnelle Orientierung für die Umsetzung. Die Abschätzung des Aufwands und die Klärung, ob fachliche Unterstützung benötigt wird, runden die Kapitel ab, wertvolle Praxisbeispiele engagierter Unternehmen ergänzen die Theorie.

Der Ulmer Initiativkreis nachhaltige Wirtschaftsentwicklung e. V. (unw) setzt sich gemeinsam mit seinen Mitgliedsunternehmen bereits seit 1993 für eine nachhaltige Entwicklung der Wirtschaft ein und hat dabei viel in der Region bewegt. Den gewonnenen Erfahrungsschatz möchten wir mit diesem Buch weitergeben.

