

# WSM Nachrichten



STAHLMARKT  
**Überraschende  
Knappheit setzt  
Stahlverarbeiter  
unter Druck**

## Nachhaltigkeit

# Klimaneutralität: Pflicht oder Kür?



Stahlherstellung erfordert viel Energie. Die damit verbundenen Emissionen fließen in der Regel in Scope 1 ein.

Betriebe werden zunehmend aufgefordert, eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln und ihre Produkte „klimaneutral“ anzubieten.

Diese Auflage wird durch die gesamte Lieferkette durchgereicht und wird in Kürze auch alle anderen Industriezweige erreichen.

**W**er klimaneutral werden will, muss klimaschädliche Emissionen (zum Beispiel CO<sub>2</sub>, Methan, FCKW) im Produktionsprozess weitestgehend verhindern. Wo das nicht möglich ist, können diese kompensiert werden, indem man andernorts in Projekte investiert, die den Ausstoß schädlicher Klimagase verringern. Da Klimagase in der Industrie insbesondere im Zusammenhang mit Energieverbrauch oder -erzeugung entstehen, ist Klimaneutralität auch ein Energiethema.

Der europäische Emissionshandel und das seit diesem Jahr neu geltende Brennstoffemissionshandelsgesetz haben das gleiche Ziel: Die Unternehmen sollen weniger Treibhausgase ausstoßen, damit die zunehmende Erderwärmung gestoppt werden kann. Das kostet die Unternehmen Geld, macht aber weder sie noch ihre Produkte klimaneutral. Was ist nun also zu tun?

### Schritt 1: Worum geht es?

Bevor man loslegt, sollte man sich klarmachen, was das individuelle Ziel ist: Will man Imagepflege betreiben, muss man konkreten Kundenanforderungen nachkommen oder will man ganz

Auch die Entsorgung von Produktionsabfällen verursacht Emissionen, die in Scope 3 erfasst werden.

vorne mitspielen? Wir raten unseren Kunden dazu, ihr Nachhaltigkeitsengagement so auszu-tarieren, dass es dem Unternehmen hilft, die eigene Marktposition zu verbessern. Denn der Weg zur Klimaneutralität kostet Geld, das an anderer Stelle womöglich fehlt. Dafür ist es unabdingbar, den eigenen aktuellen Status und die Anforderungen an das Unternehmen und die Wettbewerber in den nächsten drei Jahren zu kennen.

### Schritt 2: „Carbon Footprint“ – Status quo erheben

Am CO<sub>2</sub>-Fußabdruck (= Klimabilanz) führt kein Weg vorbei: Er beschreibt in einer einzigen Zahl die Klimawirkung eines Unternehmens oder Produktes und ermöglicht damit Vergleiche mit Mitbewerbern sowie die Dokumentation der eigenen Fortschritte im Zeitverlauf. Man kann ihn für das gesamte Unternehmen erstellen (Corporate Carbon Footprint) oder aber für die Wertschöpfungskette eines einzelnen Produktes (Product Carbon Footprint), was aufgrund der

### Warum ist der nachhaltige Umgang mit Energie wichtig?

- Klimaneutralität als Wettbewerbsvorteil
- Der Gesetzgeber forciert eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen
- Nachhaltiger Umgang mit Energie ermöglicht Kostenersparnisse
- Kunden fordern ein ökologisches Verantwortungsbewusstsein
- Bewusstsein für einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen steigt



Foto: Jürg Roth, Pixabay

genauerer Datenerhebung zwar aufwändiger ist, was aber in der Regel gefordert wird. Für beides werden Daten zusammengetragen, aus denen sich klimaschädliche Emissionen ableiten lassen. Wer bereits ein Energiemanagementsystem oder ein Audit betreibt, hat es an dieser Stelle leichter, da die Daten für Scope 1 und Scope 2 bereits verfügbar sind (vgl. Kasten 1).

### Schritt 3: Vermeidung und Reduzierung

Der Fußabdruck zeigt, in welchen Bereichen die meisten Treibhausgase freigesetzt werden, und wo das größte Potenzial für Einsparungs- und Effizienzmaßnahmen liegt. In der energieintensiven Industrie sind Effizienzprojekte häufig schon umgesetzt. Auch die verstärkte Nutzung von Elektromobilität, eine entsprechend optimierte Auswahl der eigenen Zulieferer und der Bezug von Grünstrom helfen, die zu verantwortenden Emissionen zu reduzieren. Mit dem Fußabdruck können Unternehmen nun anhand von Kundenvorgaben, eigenen Präferenzen und gegebenenfalls fachlicher externer Expertise ermitteln, mit welchen Maßnahmen sie ihre Ziele am wirtschaftlichsten erreichen.

### Schritt 4: Kompensation

Emissionen, die (noch) nicht vermieden werden können, lassen sich über den Erwerb von Zertifikaten für Kompensationsprojekte ausgleichen (zum Beispiel Aufforstung, Ausbau erneuerbarer Energien). So kann man gegebenenfalls auch sehr schnell Klimaneutralität herstellen – allerdings ohne den Vorteil einer mit Reduktions-

maßnahmen verbundenen dauerhaften Energie- und Kosteneinsparung. Es kann sein, dass Kunden Vorgaben zum Zertifikatsstandard machen, der natürlich preisrelevant ist.

### Schritt 5: Verifizierung

Falls erforderlich, kann man sich abschließend als „klimaneutrales Unternehmen“ (oder nach sonstigen marktüblichen Labels) zertifizieren lassen. In der Lebensmittelindustrie ist dies schon sehr verbreitet.



### Grafik

### Unser Rat

Klimaorientiertes Management hat ein breites Spektrum an Ausgestaltungsmöglichkeiten. Fakt ist: An diesem Thema kommt über kurz oder lang kein Unternehmen mehr vorbei. Jedes Unternehmen sollte sich daher sehr zeitnah damit auseinandersetzen und zumindest seinen Status Quo erheben.

Einen Footprint zu erstellen, kostet nicht viel Geld, ist aber der unabdingbare erste Schritt, auf dem sich – auch mit Augenmaß – aufbauen lässt. Eine echte Klimastrategie zu entwickeln, wie es von einigen Herstellern gefordert wird, ist hingegen aufwändiger, denn sie soll mit konkreten Zielsetzungen kontinuierlich Verbesserungen erzielen: Um etwa binnen sechs Jahren ein Bauteil 20 bis 30 Prozent klimafreundlicher an-

## Emissions-Kategorien

**Scope 1:** Emissionen, die direkt durch das bilanzierende Unternehmen gesteuert werden können (direkte CO<sub>2</sub>-Emissionen), etwa aus der Verbrennung fossiler Brennstoffe, aus chemischen und physikalischen Prozessen sowie aus Kältemittelleckagen von Klimaanlage.

**Scope 2:** indirekte Emissionen, die bei externen Energieversorgern durch die Verbrennung fossiler Brennstoffe während der Produktion von Strom, Wärme, Kälte und Dampf entstehen.

**Scope 3:** anderweitige indirekte Emissionen, die vorgelagert (zum Beispiel eingekaufte Produkte oder Dienstleistungen) oder nachgelagert (zum Beispiel bei der Nutzung verkaufter Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens) entstehen.

bieten zu können, müssen immer wieder Veränderungen umgesetzt werden, die oftmals Geld kosten. Insbesondere hier gilt es, wirtschaftliches, technisches und strategisches Wissen optimal zusammenzuführen. ■



## Weitere Informationen



### Dr. Jürgen Joseph

Geschäftsführer  
Tel. 07854/ 9875-299  
J.Joseph@ecg-kehl.de

### ECG Energie Consulting GmbH

Wilhelm-Leonhard-Straße 10  
77694 Kehl-Goldscheuer  
www.energie-consulting.com

### Philipp Sander

Energieberater  
Tel. 07854/ 9875-288  
philipp.sander@ecg-kehl.de

### ECG Energie Consulting GmbH

Wilhelm-Leonhard-Straße 10  
77694 Kehl-Goldscheuer  
www.energie-consulting.com

