

Studieninformation

Unternehmensführung Klimaschutz

2018

Erhebung, Fragestellung, Auswertung

Eine Untersuchung in Kooperation mit dem Informationssender



ServiceValue GmbH

Köln, November 2018

Inhalt

Einleitung	3
Methodischer Hintergrund	3
Erhebung.....	4
Auswahl der Unternehmen.....	4
Fragestellung.....	5
Auswertung und Auszeichnung.....	5

Einleitung

Die Klimaschutzpolitik ist in aller Munde. Ebenso die international vereinbarten Ziele. Der Anstieg der Erdtemperatur soll auf deutlich unter 2°C gegenüber der vorindustriellen Zeit begrenzt werden. Auch wird angestrebt, die Erderwärmung möglichst auf 1,5°C zu deckeln. Das hierzu geschlossene Übereinkommen von Paris trat 2016 in Kraft und wurde damit internationales Recht.

Klimaschutz ist der Sammelbegriff für Maßnahmen, die der globalen Erwärmung entgegenwirken und mögliche negative Folgen der globalen Erwärmung verhindern sollen. Hauptansatz des Klimaschutzes ist die Verringerung des Ausstoßes von Treibhausgasen, die bei der Energieerzeugung sowie beim Verbrauch der Energie in der industriellen und landwirtschaftlichen Produktion, im Verkehr und in Privathaushalten freigesetzt werden. Aber auch die Erhaltung und die Förderung von Naturbestandteilen, die Kohlenstoffdioxid aufnehmen und binden können (z.B. Wälder) spielt eine wesentliche Rolle.

Die Pariser UN-Klimakonferenz im Jahr 2015 hat viele Unternehmen bestärkt, ihre Klimaschutzaktivitäten zu intensivieren. Laut Umfragen der Londoner Klima- und Umweltschutz Lobby CDP (Carbon Disclosure Project) setzen sich bereits etwa 90 Prozent der größten Unternehmen Klimaszutzziele. Und auch die Zahl der Unternehmen, die sich Umwelt- und Klimaszutzziele selbst verordnet oder Klimaschutz in ihre mittel- und langfristige Planung aufgenommen haben, ist weiter gestiegen.

Methodischer Hintergrund

Fällt es auch nicht leicht, konkret zu bestimmen, was genau der Beitrag eines Unternehmens zum Klimaschutz ist, so kann doch vorausgesetzt werden, dass in der Praxis Individuen der Gesellschaft für sich und das ökologische System zumindest eine Ahnung davon haben, ob bestimmte Unternehmens-Aktivitäten für den Klimaschutz sinn- oder nutzenstiftendes Potenzial aufweisen. Dafür ist es nicht notwendig und letztlich auch nicht möglich, differenzierte Aspekte, wie beispielsweise die relative Treibhausgas-Minderung im Gegensatz zum absoluten Ausstoß, einer Bewertung zuzuführen, vielmehr ist der Begriff „Klimaschutz“ etwas allgemeiner zu halten. So können dann auch Bürgerinnen und Bürger diesbezüglich ihre Meinung zu Unternehmen äußern.

Nun sehen aber nicht nur Staaten, sondern auch privatwirtschaftliche Organisationen in manchen Klimaschutzplänen eher eine Herausforderung für die Selbstdarstellung als für das eigene Denken und Handeln. Aus Sicht der Initiatoren der vorliegenden Studie kommt es deshalb über die unmittelbare oder mittelbare Wirkung von Unternehmensaktivitäten zum Klimaschutz hinaus umso mehr darauf an, ob diverse Strategien und Maßnahmen der Unternehmensführung auch als glaubwürdig und wirksam eingeschätzt werden. Eine solche Einschätzung wiederum fällt – vom wirtschaftlichen System aus

betrachtet – außenstehenden Personen deutlich schwerer als den eigenen Mitgliedern. Deshalb setzt sich die Zielgruppe der Befragung in der vorliegenden Untersuchung aus Führungskräften bzw. Managern zusammen, sie verfügen über Informationen und Erfahrungen, um beide Fragestellungen hinreichend beantworten zu können.

Erhebung

Durchführungs-Methode der Wahl ist eine Online-Erhebung mit der Zielgruppe Führungskraft (Manager). Dabei werden sog. Panelisten zur Bewertung der Untersuchungsobjekte, hier: Unternehmen in Deutschland, eingeladen. Die Befragten sind nach eigener Aussage mit Führungsverantwortung in ihrem Beruf betraut. Führungskräfte formulieren Ziele, erkennen Probleme, planen, entscheiden, setzen Entscheidungen durch prüfen die Auswirkungen. Die Auswahl beruht auf Führung als Teilbereich des Managements, um so der Zielsetzung und ihren Implikationen (s.o.) für die Fragestellung der Untersuchung gerecht werden zu können. Die Befragung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung der untersuchten Unternehmen. Jeder Panelist (Führungskraft) erhält eine für ihn überschaubare Auswahl von Unternehmen zur Bewertung. Pro Unternehmen werden mindestens 150 Stimmen eingeholt. Insgesamt wurden 7.028 Führungskräfte befragt.

Auswahl der Unternehmen

Für die Untersuchung werden nur Unternehmen ausgewählt, die sich zu Klimaschutzziele öffentlich bekennen oder als fortschrittlich im Klimaschutz angesehen werden. Zum Beispiel verfügt die CDP (Carbon Disclosure Project) über eine große unternehmensbezogene Umweltdatenbank. Dazu zählt auch eine CDP A Liste mit über 160 Unternehmen mit besonders fortschrittlicher Klimaschutz- oder Umweltschutzstrategie. Fast 500 Unternehmen haben sich des Weiteren Science Based Targets angeschlossen. Die Initiative wurde gemeinsam von CDP, UN Global Compact, dem World Resources Institute (WIR) und dem WWF ins Leben gerufen und hat das Ziel, Unternehmen bei der Formulierung von Emissionsminderungszielen zu helfen. Eine breite Allianz von großen und mittelständischen Unternehmen hat darüber hinaus Unternehmenserklärungen für ambitionierten Klimaschutz abgegeben. Koordinatoren der Erklärung sind die Unternehmensverbände 2° und B.A.U.M. sowie die Entwicklungs- und Umweltorganisation Germanwatch. Auch aus dem Verein „Klimaschutz-Unternehmen e.V.“ finden sich größere Unternehmen in der Auswahlliste wieder.

Fragestellung

Um einen gewissen Freiheitsgrad zu gewährleisten und den Begriff „Klimaschutz“ bewusst etwas weiter fassen zu können, wurden in der vorliegenden Untersuchung mögliche Teilaspekte und Ausrichtungen bereits in der Erhebungsphase zu einer einzigen Dimension zusammengefasst, in der konkreten Fragestellung also der „größte gemeinsame Nenner“ gesucht. Damit bleibt dem Befragten stets die Option, durch seine Interpretation auch seine individuellen Präferenzen (Gewichtung) beizubehalten, ohne diese im Nachgang auf Grund statistischer Zusammenführungen zu verzerren. Entscheidend für die Bewertung ist letztlich aber die Zustimmung der befragten Führungskraft hinsichtlich folgender Aussage:

„Inwieweit können Sie aus eigenen Informationen und Erfahrungen heraus zustimmen, dass die Bemühungen der jeweiligen Unternehmensführung zum Klimaschutz aufrichtig und wirkungsvoll sind.“

Als auszeichnungsrelevant gilt also zum einen, dass sich das jeweilige Unternehmen Klimaschutzziele verpflichtet fühlt bzw. Klimaschutzabkommen unterzeichnet hat, zum anderen, dass Führungskräfte aus der deutschen Wirtschaft eine solche Umweltorientierung für den Klimaschutz in ihrer Glaubwürdigkeit und Effektivität auch bestätigen.

Die Zustimmungsskala für die Befragten sieht folgende Antwortmöglichkeiten vor: „trifft voll und ganz zu“ (1), „trifft zu“ (2), „trifft eher zu“ (3), „trifft eher nicht zu“ (4), „trifft nicht zu“ (5), „kann ich nicht beurteilen“ (-).

Auswertung und Auszeichnung

Anhand der Mittelwerte je Unternehmen wird ein Ranking über die bewertungsrelevanten Unternehmen erstellt, die besten 100 Unternehmen werden ausgezeichnet. Der empirische Mittelwert über alle untersuchten Unternehmen liegt bei 3,13, d.h. auch auf der Antwortskala statistisch noch im Zustimmungsbereich. Alle ausgezeichneten Unternehmen in den Top 100 weisen einen unterdurchschnittlichen, in diesem Fall besseren Wert, weil höhere Zustimmung, auf und werden als WELT-Preisträger für den Klimaschutz ausgewiesen. Um Fehlinterpretationen zu vermeiden, werden nicht ausgezeichnete Unternehmen auch nicht veröffentlicht. Es ist nicht Zielsetzung dieser Studie nachzuweisen, ob Aktivitäten einer Unternehmensführung für den Klimaschutz wirkungslos oder nicht vorhanden sind und auch nicht, ob Marketing-Effekte im Vordergrund stehen oder standen. Vielmehr steht die Transparenz aufrichtiger und wirkungsvoller Umweltorientierung für den Klimaschutz im Fokus.