

Wirtschaftsbarometer Klimaschutz 2010

Wo stehen Österreichs Unternehmen
in Sachen Klimaschutz?





Inhalt

Zusammenfassung	6
Die Auswertung im Detail.....	8
Fazit	16
Über die Studie.....	18
Anhang	19
Kontakt	20

Impressum

Projektidee

Markus Niedermair für WWF CLIMATE GROUP und KPMG

Konzept und Studiendesign

Katrin Mathias, KPMG Climate Change & Sustainability Services

Markus Niedermair, WWF CLIMATE GROUP

Bernhard Klingler, KPMG Advisory

Autoren

Armand Colard, WWF CLIMATE GROUP

Katrin Mathias, KPMG Climate Change & Sustainability Services

Johannes Naimer, WWF CLIMATE GROUP

Markus Niedermair, WWF CLIMATE GROUP

Lisa Simon, WWF Communications

Roland Strauss, KPMG Climate Change & Sustainability Services

Umsetzung

Julia Preissl, KPMG Markets, Communication & Marketing

Iris Zeppezauer, KPMG Markets, Communication & Marketing

Grafische Gestaltung

Christina Strobl, KPMG Markets, Communication & Marketing

Fotomaterial

iStockphoto, Archiv KPMG und © Michel Gunther/WWF-Canon

Vorwort WWF CLIMATE GROUP

Der Klimawandel bedroht weltweit nicht nur rund ein Drittel aller Tier- und Pflanzenarten. Zunehmende Naturkatastrophen wie Überschwemmungen, Dürren und Wasserknappheit bekommen auch wir Menschen empfindlich zu spüren - physisch wie finanziell. Um die schlimmsten Folgen des Klimawandels zu verhindern, bedarf es einer umgehenden Kurskorrektur hin zu einer klimafreundlichen Weltwirtschaft. Nur wenn die Industrienationen ihre Treibhausgasemissionen bis 2050 um mindestens 80 Prozent reduzieren, wird es gelingen, die globale Erwärmung unter der entscheidenden Zwei-Grad-Celsius-Grenze zu halten. Gefordert sind dabei Politik, Unternehmen wie auch Konsumenten. Denn die Kosten eines ungebremsten Klimawandels sind ungleich höher als rechtzeitige Gegenmaßnahmen.

Vom 29. November bis 10. Dezember 2010 findet in Cancún die 16. Weltklimakonferenz statt. Meinungsführer gehen davon aus, dass auch diesmal der große Durchbruch (noch) nicht gelingen wird, obwohl wir uns nur mehr zwei Jahre

vor Ende der Kyoto-Zielvorgaben befinden. Es ist allerhöchste Zeit für eine klimapolitische Kehrtwende und weltweite Konsolidierung.

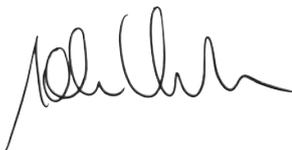
Um in Österreich ein Zeichen für aktiven Klimaschutz zu setzen, haben wir uns zu einer gemeinsamen Plattform entschlossen, die sich freiwillig zu umfassenden CO₂-Reduktionen, der Förderung klimafreundlicher Angebote sowie der Bewusstseinsbildung bei Mitarbeitern und Kunden bekennt. Die WWF CLIMATE GROUP sieht das „Wirtschaftsbarometer Klimaschutz 2010“ als einen wichtigen Beitrag zur Evaluierung des Klimaschutz Status Quo in der österreichischen Unternehmenslandschaft. Es zeigt sich, dass dieses Thema immer größere Bedeutung innerhalb der Unternehmen gewinnt, es aber weiterhin an klaren und zielführenden Vorgaben seitens der Politik fehlt. Wir wünschen uns von der Politik Rahmenbedingungen und Chancen für heimische Unternehmen, die ein innovatives Wirtschaften im Sinne einer „low carbon economy“ ermöglichen und Österreich zu einer Vorreiterrolle in der internationalen Klimapolitik verhelfen.



WWF Österreich:
DI Dr. Hildegard Aichberger (Geschäftsführerin)



Hermann Pfanner Getränke GmbH:
Mag. Peter Pfanner (Geschäftsführender Gesellschafter)



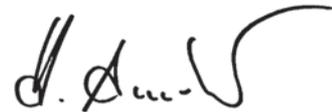
Allianz Elementar Versicherungs-Aktiengesellschaft:
Dr. Wolfram Littich (Vorstandsvorsitzender)



IKEA Austria GmbH:
Giny Boer (Country Managerin Österreich)



dm drogerie markt GmbH:
Thomas Köck (Mitglied der Geschäftsleitung)



A1 Telekom Austria AG:
Dr. Hannes Ametsreiter (Generaldirektor)



Fronius International GmbH:
Ing. Klaus Fronius (Geschäftsführung)



Fronius International GmbH:
Brigitte Strauß (Geschäftsführung)

Vorwort KPMG

Die Entwicklungen im wirtschaftlichen und sozialen Umfeld von Unternehmen, wie etwa die fortschreitende Globalisierung sowie die noch spürbaren Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise, verstärken den Ruf nach verantwortungsvoller und nachhaltiger Unternehmensführung. KPMG ist sich dieser Verantwortung bewusst und deckt gleichzeitig auch umfassende Aspekte zu Nachhaltigkeitsthemen im Beratungsportfolio ab. Dies wird durch ein globales Netz an Experten zu unterschiedlichsten Nachhaltigkeitsthemen, etwa Emissionszertifikate, CO₂-Footprint oder auch zur Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten in der Praxis umgesetzt. KPMG in Österreich widmet sich seit zwei Jahren umfassend dem Thema Nachhaltigkeit und hat sich zu Beginn dieses Jahres auch zu einer Kooperation mit dem WWF Österreich entschlossen.

Als erste gemeinsame Initiative wurde die vorliegende Studie „Wirtschaftsbarometer Klimaschutz 2010“ durchgeführt. Dadurch wird die aktuelle Meinungslage zum Thema Klimaschutz und zu erwartende regulatorische Rahmenbedingungen in einem breiten Unternehmenskreis erhoben und dargestellt. Diese Studie unterstreicht somit die mediale und gesellschaftliche Aktualität des Themas.



Mag. Peter Ertl, Geschäftsführer, KPMG,
Climate Change & Sustainability Services



Mag. Bernhard Klingler,
Geschäftsführer, KPMG, Advisory

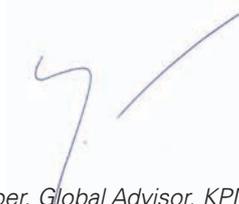
Today, governments, companies and individuals are facing rapidly changing surroundings in regards to economic, social and environmental issues. The Kyoto Protocol was the result of a broad and common understanding and commitment by United Nations countries to reduce global warming. This protocol expires in 2012 and no subsequent agreement has been achieved so far. The most recent attempt was made at the conference in Copenhagen at the end of 2009, but no final treaty was agreed. In early December 2010, the next round of climate change negotiations will take place in Cancún, Mexico. The aim will be to establish significant steps towards a new global agreement, with business and financial interests high on the agenda.

The political goal of the Cancún conference will be to develop respective frameworks on adaptation, mitigation, technology, finance, capacity building, and forests, in order to provide an international architecture in which the global economy can act. Future collaboration between the public and private sectors will be essential to producing effective outcomes: Governments

need to provide the mandates and frameworks in which business initiatives can thrive, governments need the know-how that only business can bring. The development of a market-based approach will be critical to finding solutions that address not just climate change, but global economic recovery, poverty eradication, and energy availability – all of which will be exacerbated if climate change is not brought under control.

Climate change and sustainability are slowly climbing to the top of the corporate agenda. Companies are starting to monitor and report on their carbon consumption and view the changes climate change will bring not just as risks, but as opportunities for cost optimization, innovation and growth. The companies that study, understand, anticipate and influence change will stay ahead of the curve and be tomorrow's business leaders, and this study provides the perfect introduction.

The following study provides an insight into the current view of Austrian companies on the expected changes linked to global warming and associated regulative developments.



Yvo de Boer, Global Advisor, KPMG International,
Climate Change & Sustainability Services

Zusammenfassung

Wirtschaftsbarometer Klimaschutz 2010

Im Vorfeld der wichtigen Weltklimakonferenz in Cancún und nach dem für viele Seiten enttäuschenden Ergebnis von Kopenhagen, haben das Beratungsunternehmen KPMG und die WWF CLIMATE GROUP Österreichs Unternehmen nach ihrer Meinung zur internationalen Klimapolitik und zu deren Umsetzung auf EU- und auf nationaler Ebene befragt. Das Ergebnis der Befragung ist im Sinne des Klimaschutzes positiv.

94 Prozent der Unternehmen glauben, dass es möglich ist, den Klimawandel unter der entscheidenden Zwei-Grad-Celsius-Grenze zu stabilisieren.

46 Prozent der Unternehmen stufen dies aber als eine schwer erreichbare Zielvorgabe ein. Richtig überzeugt von der Machbarkeit und Umsetzbarkeit der Ziele ist bis dato erst ein Viertel. Die allgemein zu identifizierende Skepsis könnte in der mangelnden Klarheit begründet sein, was die internationale Klimapolitik für die Praxis zu bedeuten hat.

95 Prozent der Unternehmen geben in der vorliegenden Studie an, dass die klimapolitischen Vorgaben entweder mangelhaft formuliert oder gänzlich unbekannt sind.

Eine direkte Betroffenheit ihrer Unternehmen wird bei der Mehrheit der Befragten noch nicht erkannt. Zwei von drei Befragten meinen, dass der Klimawandel und seine Folgen keine Auswirkungen für ihr Unternehmen hätten. Einen Einfluss derzeitiger Klimaschutzvorgaben auf die Entwicklung ihrer jeweiligen Branchen spüren bereits zwei Drittel der Unternehmen. Ein Drittel der Studienteilnehmer erwartet sich positive, ein anderes Drittel negative Konsequenzen. Befürchtet werden vor allem Kostensteigerungen (25 Prozent) und eine Zunahme von Regulierungen (19 Prozent). Ersteres wird im Rahmen der durchgeführten Studie insbesondere von der Konsumgüterindustrie und dem Energiesektor als Risiko angesehen. Der Dienstleistungsbereich antizipiert hingegen diesbezüglich keine negativen Folgen. Dem gegenüber sehen 29 Prozent der Unternehmen den Klimaschutz als Muss und echte Chance. Mehr Effizienz, mehr Innovation und das Erschließen neuer Geschäftsfelder werden zu den positiven Nebeneffekten eines verstärkten Klimaschutzes gezählt. Besonders bedeutend (89 Prozent) bewertet etwa der Handels- und Logistiksektor die Sicherung von Reputation und Image.

Für den Weg in eine klimafreundliche Zukunft zeigen die Unternehmen eine klare Perspektive auf. 81 Prozent sind der Meinung, dass beim Klimaschutz vor allem die Politik und die Unternehmen eine Führungsrolle einnehmen müssen.

85 Prozent der Befragten befürworten grundsätzlich eine Anhebung des EU-Klimaschutzzieles von 20 auf 30 Prozent. Unterstützt wird dieser Schritt allerdings nur, sofern es gelingt die internationalen Wettbewerbsregeln so zu gestalten, dass aus Klimaschutzbemühungen keine Wettbewerbsnachteile entstehen.

Eine geschlossene Unterstützung erfährt eine unabhängige EU-Erhöhung im Rahmen der Studie beispielsweise im Dienstleistungssektor. Demgegenüber wird ein Alleingang der EU von jedem zweiten Energieversorger als nicht sinnvoll erachtet.

In der konkreten Umsetzung von klimarelevanten Maßnahmen ergibt sich kein eindeutiges Bild. Mehr als die Hälfte der Unternehmen investiert weniger als ein Prozent ihres Umsatzes in den Klimaschutz, dafür verwenden 13 Prozent der Befragten mehr als sechs Prozent zur Forcierung von internen Klimaschutzmaßnahmen. Etwa jedes fünfte Unternehmen verfügt über eine(n) Klimaschutzbeauftragte(n), 29 Prozent über ein Energiemanagement. 23 Prozent vermarkten aktiv klimafreundliche Produkte – am stärksten im Konsumgüterbereich. Wenn man die bereits geplanten oder in Umsetzung befindlichen Schritte hinzurechnet, zeigt sich, dass sich mehr als die Hälfte der Unternehmen mit dem Thema Klimaschutz auseinandersetzt. Gleichzeitig plant weniger als ein Drittel der Handels- und Dienstleistungsunternehmen ihren CO₂-Fußabdruck zu senken oder eine(n) Klimaschutzbeauftragte(n) zu installieren. Nur einer von drei Befragten in der Automobil(zuliefer)industrie plant eine Klimastrategie zu entwickeln.



Handlungsauftrag für Politik und Wirtschaft: Nachhaltige Lösungen ermöglichen

Eines der zentralen Ergebnisse dieser Umfrage ist die fast durchgängige Befürwortung ambitionierterer Klimaziele durch die befragten Unternehmen. Nur sechs Prozent halten das postulierte Zwei-Grad-Ziel für unerreichbar. Der Rest ist von der Machbarkeit überzeugt, sich aber auch der Schwierigkeit dieser Aufgabe bewusst.

Ein intensiveres Klimaschutzengagement und proaktive Maßnahmen der Unternehmen scheitern zu einem großen Teil an fehlenden, klar formulierten wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen.

Es lässt sich daraus ein deutlicher Handlungsauftrag für die Politik ableiten. Sie sollte ihre Verantwortung und ihre Verpflichtung im Klimaschutz vor allem auf internationaler Ebene stärker wahrnehmen als bisher.

Dies betrifft sowohl den Bereich Regulierung und Wettbewerb als auch die Kommunikation der gemeinsamen Herausforderungen.

Aber auch die geringe Wahrnehmung direkter Betroffenheit der Wirtschaftsakteure könnte umfassenderen und tiefer greifenden Lösungsansätzen im Wege stehen. Knapp zwei Drittel der befragten Unternehmen meinen, dass der Klimawandel und seine negativen Auswirkungen keine oder kaum Auswirkungen auf ihr Unternehmen haben. Entsprechend sieht nur jeder Dritte die Wirtschaft gefordert, die Führungsrolle im Klimaschutz zu übernehmen.



Die Auswertung im Detail

Methodik

An der Studie Wirtschaftsbarometer Klimaschutz 2010 nahmen Geschäftsführende und Führungskräfte von 129 Unternehmen aller Branchen und Unternehmensgrößen aus ganz Österreich teil. 17 Prozent der Unternehmen sind an der Börse notiert, 16 Prozent nehmen am EU-Emissionshandel teil. Der Pool erstreckt sich quer über alle Branchen, Schwerpunkte bilden Industrieprodukte, Anlagen- und Maschinenbau (19 Prozent), Dienstleistungen (12 Prozent) sowie Handel und Logistik (10 Prozent).

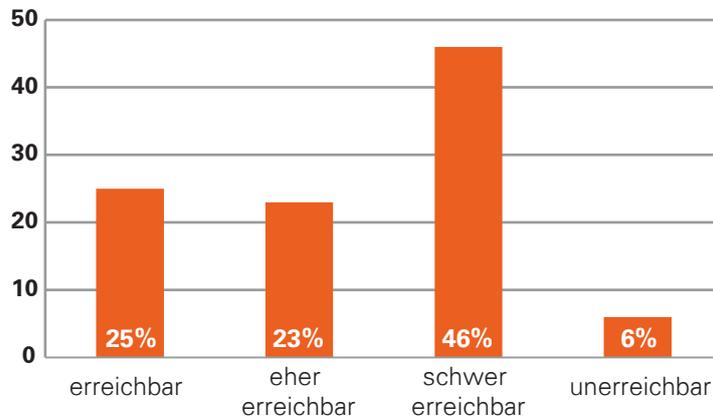
Die Befragung erfolgte mittels elektronischem Fragebogen im Oktober 2010.

Um die Auswertung repräsentativ zu halten, wurden ausschließlich die beantworteten Fragen als Grundgesamtheit herangezogen. Übersprungene Fragen wurden nicht berücksichtigt.

Ergebnisse

1

Das sogenannte Zwei-Grad-Ziel, also die Begrenzung des durchschnittlichen, globalen Temperaturanstiegs um maximal 2 Grad Celsius durch eine Halbierung des globalen CO₂-Ausstoßes bis zum Jahr 2050 gilt derzeit als der kleinste gemeinsame Nenner in der globalen UN-Klimapolitik. Wie beurteilen Sie diese Zielvorgabe hinsichtlich ihrer Erreichbarkeit?



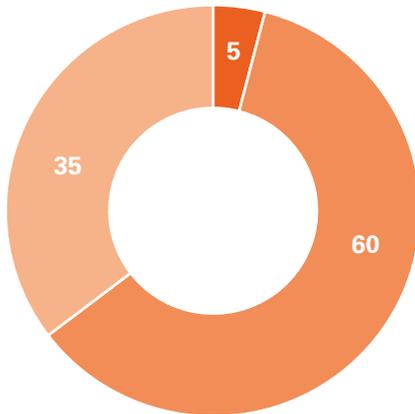
Abgegebene Antworten: 115

Definition:

Um die schlimmsten Folgen des von der Menschheit in Gang gesetzten Klimawandels zu verhindern, empfehlen Experten der Vereinten Nationen im Rahmen der „United Nations Framework Convention on Climate Change“ (UNFCCC) dringend, den durchschnittlichen globalen Temperaturanstieg unter 2 Grad Celsius (gegenüber dem vorindustriellen Wert) zu halten. Das bedeutet, dass dazu der Ausstoß der Treibhausgasemissionen auf etwa 400 ppm (parts per million) Kohlendioxid in der Atmosphäre stabilisiert werden muss und nicht weiter ansteigen darf. Zahllose unabhängige Analysen ergeben, dass nur so die gefährlichsten Auswirkungen der Erderwärmung auf Natur, Menschen und die weltweite Wirtschaft noch verhindert werden können. Es bleibt festzuhalten, dass schon eine durchschnittliche globale Erwärmung um 2 Grad Celsius zu drastischen und unumkehrbaren Veränderungen auf unserem Planeten führt.

2

Sind Ihres Erachtens klare politische Vorgaben und Maßnahmen für Unternehmen definiert, wie dieses Ziel erreicht werden soll?

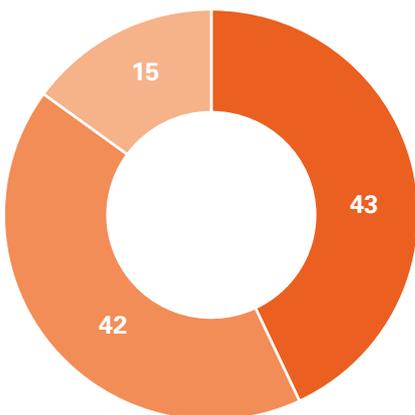


Ja, Vorgaben sind klar definiert	5%
Vorgaben sind zwar formuliert, aber es mangelt an Klarheit	60%
Mir sind keine Vorgaben bekannt	35%

Abgegebene Antworten: 113

3

Halten Sie die in der EU zurzeit diskutierte Anhebung des Klimaschutzzieles (CO₂-Reduktion von 20 auf 30 Prozent) für sinnvoll?



Halte ich jedenfalls für sinnvoll.	43%
Halte ich für sinnvoll, falls es gelingt Wettbewerbsverzerrungen gegenüber den USA oder aufstrebenden Wirtschaftsnationen wie Indien und China auszuschließen.	42%
Halte ich für nicht sinnvoll.	15%

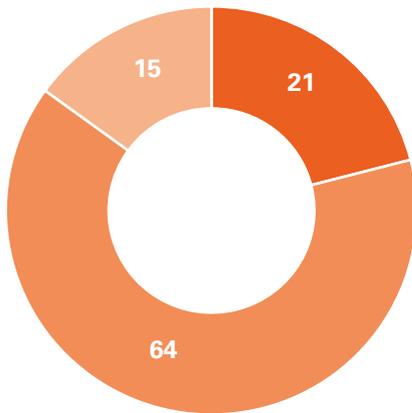
Abgegebene Antworten: 114

Definition:

Im Dezember 2008 verabschiedeten die EU-Mitgliedstaaten eine Reihe von Zielen zur Bekämpfung des Klimawandels. Dazu gehört die Verpflichtung, die gesamten Treibhausgasemissionen der EU bis 2020 im Vergleich zu den Werten von 1990 um 20 % zu senken. Die EU hat sich vorgenommen, das Emissionsreduktionsziel auf 30 % anzuheben, wenn sich weitere Industrieländer im Rahmen einer globalen Vereinbarung darauf verständigen.

4

Wie beurteilen Sie die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf den Klimaschutz: Wurden die globalen Bemühungen gebremst?

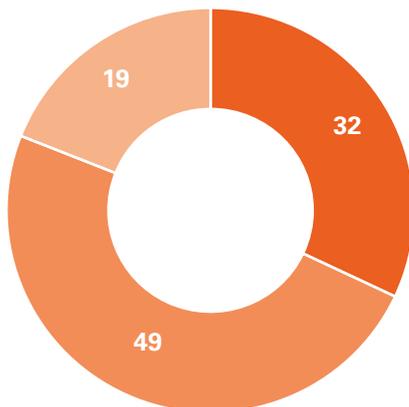


Nein	21%
Ja, temporär	64%
Ja, langfristig	15%

Abgegebene Antworten: 115

5

Wer ist Ihres Erachtens (in Österreich) vornehmlich gefordert, eine Führungsrolle für Klimaschutz-Programme zu übernehmen?

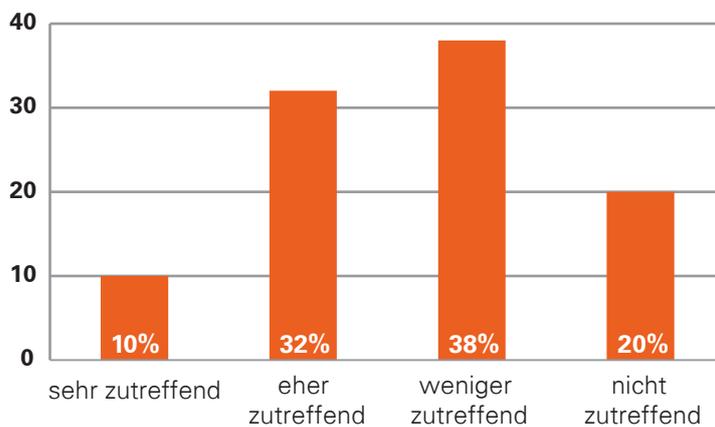


Wirtschaft und Unternehmen	32%
Politik	49%
Verbraucher/Konsumenten	19%

Abgegebene Antworten: 111

6

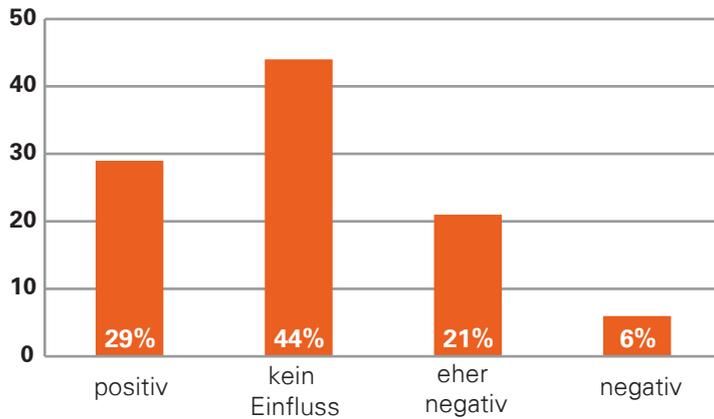
Glauben Sie, dass der Klimawandel und seine Folgen negative Auswirkungen auf Ihr Unternehmen haben werden?



Abgegebene Antworten: 110

7

Wie beurteilen Sie den Einfluss der derzeitigen Klimaschutzvorgaben/-regulierung auf die (internationale) Entwicklung Ihrer Branche?

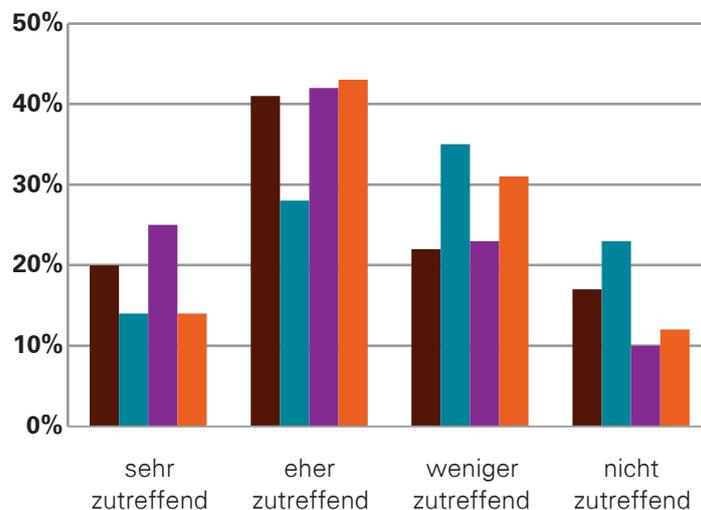


Abgegebene Antworten: 107

8

Welche Risiken sehen Sie für Ihre Branche?

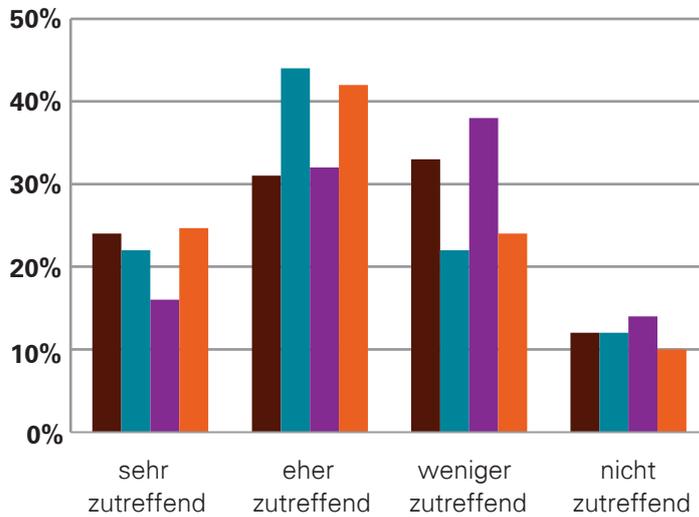
Risikokategorie	sehr zutreffend	eher zutreffend	weniger zutreffend	nicht zutreffend	Abgeg. Antworten
Zunahme der Regulierung	20%	41%	22%	17%	103
Verringerung der Wettbewerbsfähigkeit österr. Unternehmen im internat. Vergleich	14%	28%	35%	23%	105
Kostensteigerungen	25%	42%	23%	10%	104
Verringerung der Profitabilität	14%	43%	31%	12%	104



9

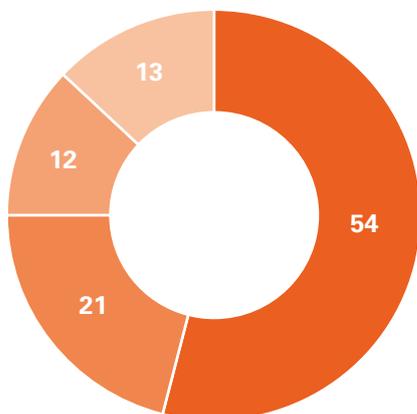
Welche Chancen sehen Sie für Ihre Branche?

	sehr zutreffend	eher zutreffend	weniger zutreffend	nicht zutreffend	Abgeg. Antworten
Entwicklung neuer Geschäftsfelder	24%	31%	33%	12%	106
Steigerung der Innovationsfähigkeit	22%	44%	22%	12%	105
Kostensenkungen durch mehr Effizienz	16%	32%	38%	14%	106
Sicherung von Reputation/Image	24%	42%	24%	10%	105



10

Wie viel Prozent des Umsatzes werden in Ihrem Unternehmen (schätzungsweise) in Klimaschutzmaßnahmen investiert?



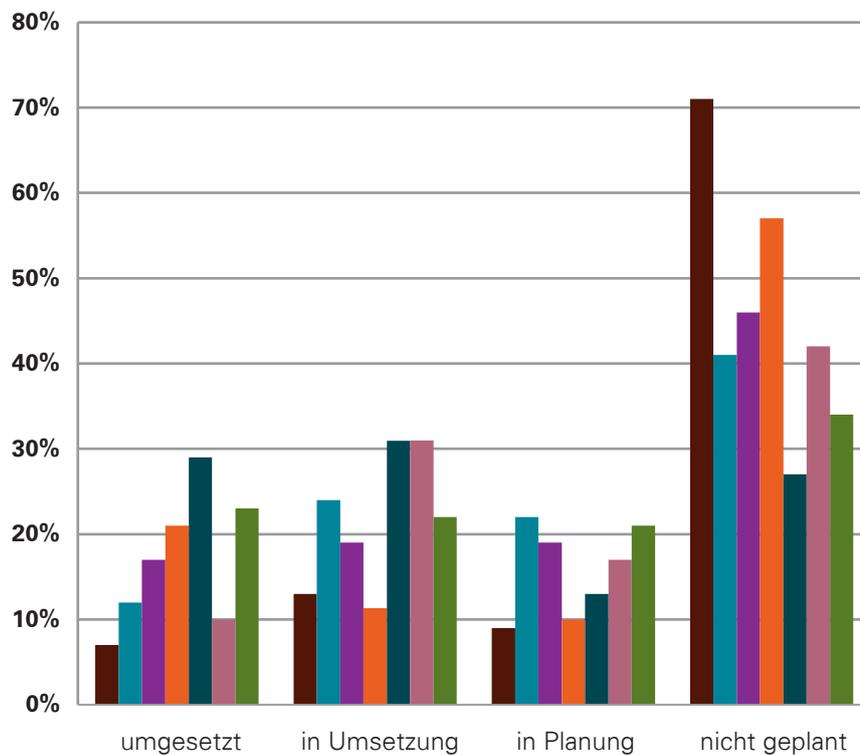
< 1 %	54%
< 3 %	21%
< 6 %	12%
> 6 %	13%

Abgegebene Antworten: 94

11

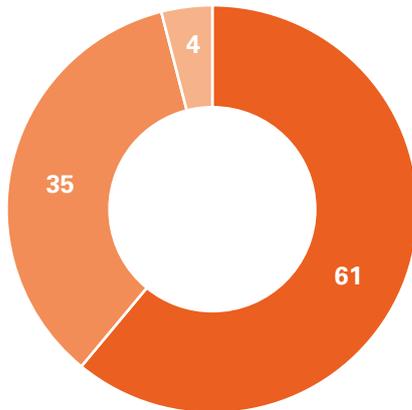
Welche Programme zum Klimaschutz sind in Ihrem Unternehmen in Umsetzung?

	umgesetzt	in Umsetzung	in Planung	nicht geplant	Abgeg. Antworten
Finanzielles Engagement in CDM- (Clean Development Mechanism) oder JI (Joint Implementation)-Projekten	7%	13%	9%	71%	86
Formulierung einer Klimastrategie inklusive Zielen und Maßnahmen zur Senkung des CO ₂ -Ausstoßes	12%	25%	22%	41%	90
Messung des CO ₂ -Footprints	17%	19%	19%	45%	90
Ernennung eines CO ₂ -/Klimabeauftragten	21%	12%	10%	57%	87
Implementierung eines Energiemanagements	29%	31%	13%	27%	92
Berücksichtigung von Energieeffizienz und/oder CO ₂ -Ausstoß in der Produktentwicklung (Lebenszyklus-Analyse)	10%	31%	17%	42%	88
Aktive Vermarktung von klimafreundlichen Produkten	23%	22%	21%	34%	87



12

Welche der folgenden politischen/wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wären für Sie notwendig, um mehr in den Klimaschutz zu investieren?



Weltweit gleiche Wettbewerbsregeln	61%
EU-weit gleiche Wettbewerbsregeln	35%
National gleiche Wettbewerbsregeln	4%

Abgegebene Antworten: 94

Struktur der befragten Unternehmen

13

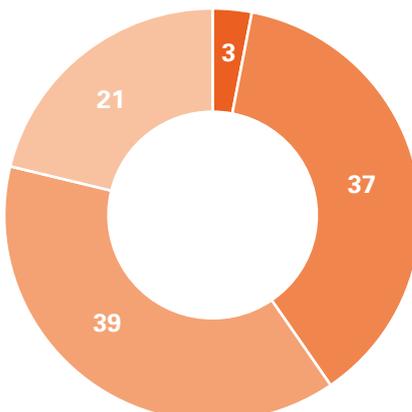
Branche

Industrieprodukte/Anlagen- und Maschinenbau	19%
Dienstleistungssektor	12%
Handel und Logistik	10%
Konsumgüterindustrie	9%
Energieversorgung	9%
Finanz- und Versicherungssektor	8%
Automobil(zuliefer)industrie	7%
Baugewerbe	5%
IT/Medien/Kommunikation	4%
Öffentlicher Sektor	3%
Andere	14%

Abgegebene Antworten: 91

14

Unternehmensgröße (Umsatz)

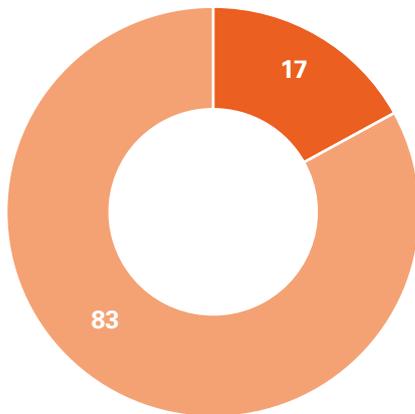


< 1 Mio EUR	3%
< 50 Mio EUR	37%
< 500 Mio Euro	39%
> 500 Mio Euro	21%

Abgegebene Antworten: 91

15

Unternehmen ist an der Börse notiert

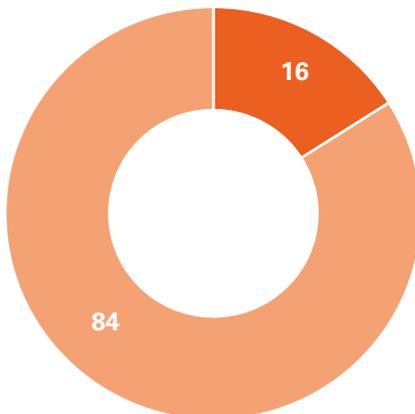


ja	17%
nein	83%

Abgegebene Antworten: 93

16

Unternehmen nimmt am EU-Emissionshandelssystem teil



ja	16%
nein	84%

Abgegebene Antworten: 90

17

Position des Ausfüllers

Geschäftsführung/CEO	59%
Abteilungs-/Teamleitung	36%
Mitarbeiterin/Mitarbeiter	5%

Abgegebene Antworten: 92

Fazit

Die Studie zeigt, dass Klimaschutz in Österreich nicht als Randthema angesehen wird. Allerdings besteht für alle Akteure noch dringender Handlungsbedarf in der Formulierung klarer Ziele und Vorgaben.

Die Unternehmen stehen im Spannungsfeld zwischen Verantwortungsübernahme, proaktivem Handeln und möglichen Wettbewerbsnachteilen – was in den Ergebnissen der Studie auch deutlich zum Ausdruck gebracht wird.

Zwischen der grundsätzlichen und theoretischen Befürwortung von Klimaschutzmaßnahmen und der täglichen Unternehmenspraxis gibt es noch deutliche Unterschiede.

Aufgrund der national und international zu erwartenden Entwicklungen werden sich Unternehmen zunehmend mit Regulierungen im Hinblick auf Umweltschutz- und Klimaschutzmaßnahmen auseinandersetzen müssen. Gerade darin können für zahlreiche Unternehmen auch Chancen und Wettbewerbsvorteile begründet sein.

Durch gezielte Forschung und Entwicklung sowie Weiterentwicklung von Technologien durch innovative österreichische Unternehmen, wie etwa Technologien zur nachhaltigen und effizienten Ressourcennutzung, nachhaltige Energiegewinnung etc., kann ein wesentlicher Beitrag zum globalen Klimaschutz und gleichzeitig zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts Österreich beigetragen werden.

Innovativer Klimaschutz durch effizienteren bzw. effektiveren Einsatz von Rohmaterialien oder auch mittels optimierter Logistik kann viele wirtschaftliche Vorteile bringen. Verstärkte Bewusstseinsbildung und Aufklärung sind die zentralen Mittel, um die zum Teil noch schlummernden Potenziale der österreichischen Unternehmen zu heben.

Die enorme Komplexität und der Umfang der erforderlichen Maßnahmen zur Umsetzung der Klimaschutzanforderungen bedeuten sowohl für die Politik, als auch für Unternehmen und Konsumenten eine enorme Herausforderung. Die vorliegende Studie und das bereits vorhandene, vielfach freiwillige Engagement zahlreicher Unternehmen und Organisationen sollen positive Auswirkungen auf die öffentliche Meinungsbildung bewirken und gleichzeitig für weitere Unternehmen und Verbraucher eine Vorbildwirkung in Richtung klimafreundliche Produktion und nachhaltigen Konsum haben.





Über die Studie

KPMG und WWF engagieren sich jeweils eigenständig für nachhaltige wirtschaftliche, ökologische und soziale Entwicklung von Unternehmen und der Gesamtwirtschaft. Diese Studie ist ein Kooperationsprojekt von KPMG in Österreich und WWF CLIMATE GROUP, der Unternehmensplattform für aktiven Klimaschutz in Österreich.

Informationen zu den Kooperationspartnern

KPMG

Die Initialen von KPMG stehen für die Gründerväter der Gesellschaft: Klynveld, Peat, Marwick und Goerdeler. Als Verbund rechtlich selbstständiger, nationaler Mitgliedsfirmen ist KPMG International Cooperative („KPMG International“) mit ca. 140.000 Mitarbeitern in 146 Ländern eines der größten Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen weltweit. In Österreich ist KPMG eine der führenden Gruppen in diesem Geschäftsfeld und mit rund 1.000 Mitarbeitern an acht Standorten präsent. Unsere Leistungen sind in die Geschäftsbereiche Prüfung (Audit) und Beratung (Advisory & Tax) getrennt. Im Mittelpunkt von Audit steht die Prüfung von Konzern- und Jahresabschlüssen. Tax steht für die steuerberatende Tätigkeit von KPMG. Der Bereich Advisory bündelt unser hohes fachliches Know-how zu betriebswirtschaftlichen, regulatorischen und transaktionsorientierten Themen. Weitere Informationen unter www.kpmg.at.

KPMG Climate Change & Sustainability Services

Im Bereich der Advisory Services von KPMG stellen die „Climate Change & Sustainability Services“ (KPMG CCSS) einen eigenständigen Geschäftsbereich dar. Dieser ist seit ca. zwei Jahren auch innerhalb von KPMG Österreich etabliert und verankert. International besteht ein KPMG-interne Netzwerk mit über 300 Experten in über 40 Ländern. Zu den Dienstleistungen, die von KPMG CCSS erbracht werden, gehören neben Beratungs- und Zertifizierungsleistungen im Bereich Klimawandel unter anderem auch die Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten, Beratung zur Entwicklung und Implementierung von CSR-Strategien sowie die damit verbundenen Risiko- und Chancenanalysen. Weitere Informationen unter www.kpmg.at.

WWF

Der Verein World Wide Fund For Nature (WWF) ist eine der größten und profiliertesten Naturschutzorganisationen der Welt und in mehr als 100 Ländern aktiv. Weltweit unterstützen ihn über fünf Millionen Förderer. Der WWF will der weltweiten Naturzerstörung Einhalt gebieten und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Harmonie leben. Das Ziel des WWF ist es daher, die biologische Vielfalt der Erde zu bewahren, die naturverträgliche Nutzung erneuerbarer Ressourcen voranzutreiben und Umweltverschmutzung und die Verschwendung von Naturgütern zu verhindern. Weitere Informationen unter www.wwf.at.

WWF CLIMATE GROUP – klimafreundliche Lösungen aus der Wirtschaft

Die WWF CLIMATE GROUP ist eine der bedeutendsten privaten Klimaschutzinitiativen Österreichs. Die Plattform klimafreundlicher Unternehmen wurde 2007 gegründet. Zu den aktuell sechs Mitgliedern in Österreich zählen das Einrichtungsunternehmen IKEA, der Finanzdienstleistungskonzern Allianz, das Telekommunikationsunternehmen A1 Telekom Austria, der Getränkehersteller Pfanner, der internationale Technologiekonzern Fronius und der Drogeriefachhändler dm drogerie markt. Die Unternehmen verbindet das Ziel, ihre CO₂-Emissionen innerhalb von drei Jahren um 15 Prozent zu reduzieren, Bewusstseinsbildung bei Kunden und Mitarbeitern sowie klimafreundliche Angebote und Aktivitäten zu fördern. Gemeinsam erreichen die Mitglieder der WWF CLIMATE GROUP derzeit rund 23.000 Mitarbeiter und 11 Millionen Stammkunden in Österreich. Weitere Informationen unter www.climategroup.at.

Anhang

Übersicht über die aktuelle Rechtslage

In der folgenden Tabelle werden bedeutende internationale und nationale Regelungen in Form einer kurzen Linksammlung angeführt und erläutert.

Geltungsbereich	Inhalt	Weitere Informationen
International	<p>Kyoto-Protokoll: internationales Rahmenwerk, welches erstmals ein verbindliches Treibhausgas-Reduktionsziel für Industriestaaten vorsieht. In der Verpflichtungsperiode 2008 - 2012 müssen die Treibhausgas-Emissionen um durchschnittlich ca. 5 % gegenüber 1990 gesenkt werden. Das Kyoto-Protokoll sieht zur Umsetzung marktwirtschaftliche Instrumente wie den Emissionshandel vor.</p> <p>Da das Kyoto-Protokoll keine Klimaschutzziele für die Zeit nach 2012 enthält, wird derzeit über eine Nachfolgeregelung verhandelt.</p>	http://unfccc.int
EU	<p>Europa 2020/Klima- und Energiepaket: Die EU hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2020 den Anteil an erneuerbaren Energien um 20 % zu erhöhen, die Energieeffizienz um 20 % zu verbessern und die Treibhausgasemissionen um 20 %¹ zu senken. Wesentliche Richtlinien hierzu sind u.a.:</p> <p>European Emissions Trading Scheme: regelt den europäischen Handel (cap and trade) mit Emissionszertifikaten zur Senkung der Treibhausgas-Emissionen</p> <p>EU-KWK-Richtlinie: Förderung von Kraftwärmekopplungs-Anlagen in der (Primär-)Energieerzeugung</p> <p>EU-Gebäude-Richtlinie: Vorschriften zur Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden und energieeffizienter Modernisierung von Bestandsgebäuden</p> <p>EU-Energie-Effizienz-Richtlinie: Vorschriften zur Senkung des Endenergieverbrauchs (z.B. Elektromotoren)</p> <p>EU-Richtlinie über Erneuerbare Energie: Vorschriften zur Steigerung des Anteils grüner Energie in den Mitgliedstaaten</p> <p>Öko-Design für energiebetriebene Geräte: Vorschriften für energieeffiziente Geräte</p>	http://europa.eu/legislation_summaries/environment/tackling_climate_change/index_de.htm www.iea.org
Österreich	<p>Österreichische Klimastrategie (2007): Maßnahmen-Mix zur Erreichung des Kyoto-Ziels durch Forcierung erneuerbarer Energien, Energieeffizienz und Förderung von Umwelttechnologien</p> <p>Österreichische Energiestrategie 2020: Maßnahmen zur Erhöhung des Anteils grüner Energie in Österreich</p>	http://umwelt.lebensministerium.at www.klimaaktiv.at www.energyagency.at www.e-control.at www.energiestrategie.at
Freiwillige Maßnahmen auf Unternehmensebene	<p>CO₂-Kompensation: Private Anbieter kompensieren CO₂-Emissionen durch Investitionen in Klimaschutzprojekte (z.B. bei Flugreisen, Paketsendungen)</p> <p>CO₂-Fußabdruck: Berechnung und Etikettierung des „CO₂-Gehalts“ von Produkten und Dienstleistungen, um den Verkauf klimafreundlicher Produkte zu fördern. Der CO₂-Fußabdruck gibt die Emissionsmenge über den gesamten Lebenszyklus eines Produktes an.</p>	

¹ Geplante Erhöhung auf 30 %, sofern eine internationale Einigung erzielt wird

Kontakt

Hildegard Aichberger

Geschäftsführerin WWF Österreich

T: +43 (1) 48817-263

E: gabriela.mossannan@wwf.at

Peter Ertl

Geschäftsführer KPMG

T: +43 (1) 31 332-224

E: pertl@kpmg.at

Bernhard Klingler

Geschäftsführer KPMG

T: +43 (732) 6938-2158

E: bklingler@kpmg.at

www.kpmg.at

www.wwf.at

www.climategroup.at

© 2010 KPMG Advisory GmbH, österreichisches Mitglied des KPMG-Netzwerks unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Cooperative („KPMG International“), einer juristischen Person schweizerischen Rechts, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Printed in Austria. KPMG und das KPMG-Logo sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International.

© 2010 Umweltverband WWF Österreich, Ottakringer Str. 114-116, 1160 Wien, ZVR: 751753867, DVR 02823908. Der Verein World Wide Fund For Nature (WWF), gegründet 1961, ist in rund 100 Ländern aktiv und eine der größten und profiliertesten Naturschutzorganisationen der Welt. Der WWF Österreich trägt das Spendengütesiegel. Alle Rechte vorbehalten. Printed in Austria. Das WWF-Panda-Logo ist ein eingetragenes Markenzeichen des WWF International.

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte auf Grund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.