

01.05.2022

Nichts geht mehr ohne Nachhaltigkeit

Unternehmen stellen sich auf für Anforderungen durch Klimaschutzziele

Der "Green-DEal" der EU gibt es der Wirtschaft vor: Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind die Gebote der Stunde. Zei große Unternehmen und ein Ein-Mann-Betrieb gewähren einen Einblick, wie sie den Herausforderungen begegnen.

Nachhaltigkeit – kaum ein Begriff ist in den zurückliegenden Jahren derart in unseren Sprachgebrauch vorgedrungen wie dieser. Eine allgemeingültige Definition gibt es nicht. Die Wurzeln indes reichen weit zurück und stammen aus dem Bereich der Waldwirtschaft. So wird häufig der Freiburger Oberberghauptmann Hans Carl von Carlowitz (1645-1714) als „Vater“ des Nachhaltigkeitsgedankens gehandelt. Er vertrat die Ansicht, dass in einem Wald nur so viel abgeholzt werden sollte, wie der Wald in absehbarer Zeit auf natürliche Weise regenerieren kann und somit das „System Wald“ langfristig erhalten bleibt.

Gemäß der Definition der Vereinten Nationen von 1987 meint Nachhaltigkeit frei übersetzt „eine Entwicklung, die gewährt, dass künftige Generationen nicht schlechter gestellt sind, ihre Bedürfnisse zu befriedigen als gegenwärtig lebende“.

Der Gedanke der Nachhaltigkeit oder sustainability wird nunmehr seit vielen Jahren als Leitbild für politisches, wirtschaftliches, soziales und ökologisches Handeln herangezogen. Umso mehr als der fortschreitende Klimawandel mit seinen schon bislang weltweit verheerenden Auswirkungen dringend ein Einlenken, einen Richtungswechsel erfordert.

Maßgeblich für die deutsche Klimapolitik sind die EU-Klimaziele. Bis zum Jahr 2030 müssen 55 Prozent weniger Treibhausgase ausgestoßen werden als 1990. De facto sind es sogar noch mehr. Da die EU-Klimaziele entsprechend der Leistungsfähigkeit auf die einzelnen Staaten umgelegt werden, müssen die Emissionen hierzulande bis 2030 um mindestens 65 Prozent gesenkt werden. So ist es auch im deutschen Klimaschutzgesetz festgeschrieben. Bis 2050 soll Europa gemäß dem „Green Deal“ als erster Staatenverbund der Welt klimaneutral sein.

Dass dieser „Green Deal“ für die Wirtschaft, vor allem für Industrie und produzierendes Gewerbe, eine immense Herausforderung bedeutet und den Unternehmen zusätzlich große Kraftanstrengungen, Umstellungen, Anpassungen, Manpower und Investitionen abverlangt, steht außer Frage. Und das, wo die meisten Unternehmer ohnehin bereits seit einiger Zeit – unabhängig von „Green Deal“ – dabei sind, ihre Unternehmen nachhaltig aufzustellen.

„Grundsätzlich ist die hiesige Wirtschaft davon überzeugt, dass sie dem Klimawandel erfolgreich begegnen kann. Die Unternehmen stehen hinter den Zielen, wie sie der ‚Green Deal‘ oder auch das Pariser Klimaschutzabkommen vorsieht. Wichtig dabei ist aber, dass die energie- und wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen national und international in sich stimmig sind, damit Klimaschutz und

Wettbewerbsfähigkeit Hand in Hand gehen können“, beschreibt IHK-Referent Kevin Gläser die Stimmung bei den Betrieben.

Zur Einordnung: Das weltweite Emissionsgeschehen verteilt sich aktuell zu circa 30 Prozent auf China, zu 13 Prozent auf die USA, zu neun Prozent auf die EU und zu zwei Prozent auf Deutschland. Daraus folge nicht, meint Gläser, dass es sinnlos sei, Emissionen auf nationaler Ebene zu reduzieren. „Sehr wohl folgt aber daraus die Notwendigkeit, nationale Anstrengungen in internationale einzubetten.“

Vor diesem Hintergrund hat die IHK Trier unter dem Motto „Klimawandel stoppen – Wettbewerbsfähigkeit sichern“ im November 2021 ein Zehn-Punkte-Papier verabschiedet und an Entscheidungsträger in der Landes- und Bundespolitik weitergeleitet (siehe Kasten).

Unter gleichem Motto stand auch das diesjährige Wirtschaftsforum, zu dem die IHK Trier in Kooperation mit der IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz am 26. April in Trier eingeladen hatte. Dabei diskutierte ein hochrangig besetztes Podium unter Leitung des DIHK-Präsidenten Peter Adrian Fragen wie „Welche Auswirkungen hat die Klimapolitik auf den Mittelstand?“, „Wie lassen sich politische Klimaschutzziele mit wirtschaftlichen Erfordernissen in Einklang bringen?“ oder „Wie sieht eine ökonomisch effiziente Klimaschutzstrategie im Unternehmen aus?“ (Bericht folgt in der Juli/August-Ausgabe).

Seit 2020 ist Gerolsteiner klimaneutral gestellt

Die Herausforderung einer ökonomisch effizienten Klimaschutzstrategie beschäftigt auch den Mineralwasser-Marktführer Gerolsteiner. „Seit jeher ist Nachhaltigkeit Teil unserer DNA und meint stets den Gleichklang aus Ökologie, Ökonomie, Soziales. „Unser Wasser- und Quellenmanagement, das heißt der Schutz der Quellen und der umliegenden Natur, ist die Basis dessen, dass wir seit mehr als 130 Jahren nachhaltig sind. Wir dürfen uns auf die Fahne schreiben, dass wir im Bereich Nachhaltigkeit innerhalb der Getränkebranche ganz weit vorne liegen“, sagt Nachhaltigkeitsbeauftragter Dr. Thomas Hens. So entnehme Gerolsteiner beispielsweise weniger als zehn Prozent des sich jährlich neu bildenden Tiefenwassers, obwohl gemäß Wasserrecht sogar maximal 20 Prozent möglich wären. Man entnehme kein Wasser aus Trinkwassergebieten und engagiere sich in Kooperation mit den Landwirten im Quellengebiet für eine gewässerschonende Bewirtschaftung.

Ambitionierte Klimaschutzziele hat Gerolsteiner sich gesteckt, den ersten Meilenstein 2020 erreicht. Hens: „Wir waren die Ersten in der Branche, die entlang der gesamten Wertschöpfungskette durch Kompensation klimaneutral gestellt sind und sich bei der Reduktion der unternehmenseigenen CO₂-Emissionen auf das ambitionierte 1,5-Grad-Ziel der internationalen Klimaschutzpolitik verpflichten.“

Zertifizierte internationale Waldschutzprogramme

Klimaneutral meint indes nicht, dass Gerolsteiner innerhalb der Wertschöpfungskette keine Emissionen produziert. Etwa zehn Prozent entstehen am Standort durch Brennstoffe und Strom. Sie fallen damit nach dem Greenhouse Gas Protocol, einem der am meisten genutzten internationalen Standards zur Berechnung unternehmensbezogener Treibhausgasemissionen, in die Kategorisierungen Scope 1 und 2.

90 Prozent entstehen in vor- bzw. nachgelagerten Prozessen und betreffen die Kategorisierung Scope 3. Hens: „Diese Emissionen fallen in erster Linie bei Verpackung und Transport an. Auch wenn wir in diesen Bereichen niemals komplett emissionsfrei sein werden können, fokussieren wir unsere Anstrengungen im Austausch mit allen beteiligten Lieferanten und Partnern darauf, Emissionen so weit möglich zu reduzieren beziehungsweise zu vermeiden.“

Um den Anteil der unvermeidbaren CO₂-Emissionen auszugleichen, setzt Gerolsteiner auf zertifizierte internationale Waldschutzprojekte – und darf sich dadurch als klimaneutral gestellt bezeichnen.

Unabhängig davon engagiert sich das Unternehmen seit 2013 beim Aufbau klimastabiler Wälder in der Eifel.

Ein wichtiges Instrument beim Bemühen um eine bessere Bilanz im Bereich Scope 3 – Ziel 3 des Unternehmens – sei der 2020 initiierte Lieferantendialog. Dabei geht es um den Austausch mit Lieferanten und Partnern über Ideen und Konzepte, die eine CO₂-Reduktion an unterschiedlichen Stellen der gesamten Lieferkette vorantreiben.

Im Sinne möglichst kurzer Transportwege werde darauf geachtet, dass die Lieferanten überwiegend aus der Region kommen. Auch der Verpackungsbereich müsse differenziert betrachtet werden. Wichtig sei hier eine schonende Verarbeitung und der klimaschonende Einsatz von Ressourcen. „Die meisten Verbraucher glauben, die Glasflasche sei die umweltfreundlichste Form. Dabei benötigt das Schmelzen des Glases in den Glashütten viel Energie, die bislang über Strom oder Gas gewonnen wird.“

Tatsächlich sei die PET-Mehrwegflasche „die mit Abstand ökologischste Flasche“. Auch PET-Einweggebinde würden in Deutschland in einem weltweit vorbildlichen Rücknahmesystem gesammelt und nahezu vollständig recycelt. „Wenn die abgegebenen leeren Flaschen alle wieder für das Herstellen neuer Getränkeflaschen eingesetzt werden würden, wäre genug Recycling-PET da. Hierzulande ist das aber rein marktwirtschaftlich geregelt. Wer am meisten zahlt, bekommt das Material. Im Sinne einer Kreislaufwirtschaft würde ich mir deshalb von der Politik wünschen, dass sie Reglements etabliert, die sicherstellen, dass die hohe Recycling-Qualität aus dem Lebensmittelbereich dortbleibt.“

Über zahlreiche große und kleinere Schritte sei es Gerolsteiner gelungen, die CO₂-Emissionen am Standort bereits heute um 49 Prozent gegenüber 2016 reduziert zu haben. Dazu gehören unter anderem: die energetische Sanierung des Technikgebäudes, die 100-prozentige Umstellung auf Ökostrom 2017, die sukzessive Umstellung auf Elektrostapler, der Austausch durch LED-Lampen, das Umstellen der eigenen Lkw auf Gas, die Reduktion des Druckluftnetzes von 32 auf 16 bar.

Auf dem Weg zu Klimaschutzziel 2 des Unternehmens, bis 2030 die CO₂-Emissionen am Standort um 59 Prozent zu senken und damit das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens zu erfüllen, befindet sich laut Hens ein weiterer Meilenstein derzeit in Planung: „Wir prüfen, unser mit Gas betriebenes Heizwerk, um ein emissionsarmes Hackschnitzelheizwerk zu ergänzen, um eine weitere CO₂-Einsparnis zu erreichen.“

Die erste „Klima-Milchfarm“ Deutschlands

Beim Thalfanger Lebensmittelhersteller Hochwald Foods rangiert Nachhaltigkeit ebenfalls ganz oben auf der Prioritätenliste. Wie bei Gerolsteiner begleitet das Thema das Unternehmen seit seiner Gründung vor 90 Jahren. „Nachhaltig Werte zu sichern und auszubauen, ist Teil unserer DNA“, sagt Nachhaltigkeitsmanagerin Noura Rhemouga. „Dabei verfolgen wir immer einen ganzheitlichen Ansatz aus Ökonomie, Ökologie, Soziales und Landwirtschaft.“

2017 wurde die strategische Ausrichtung durch die Gründung einer eigenen Abteilung abgerundet. „Es gibt aber viele Kollegen außerhalb unseres Teams, die sich mit dem Thema befassen, da im Grunde alle Bereiche tangiert sind. Mit unserer Abteilung sind wir gewissermaßen die Dienstleister fürs Haus. Mittelfristige Zielsetzung ist, dass es die Abteilung nicht mehr braucht, die Themen in die Hauptgeschäftsprozesse einfließen.“

Ökologische Nachhaltigkeit werde bei dem genossenschaftlich strukturierten Unternehmen, das Milch an zehn Produktionsstandorten für eine breite Angebotspalette verarbeitet und mehr als 100 Länder beliefert, stets entlang der gesamten Wertschöpfungskette betrachtet. Jährlich ermittelt Hochwald seinen CO₂-

Fußabdruck gemäß Greenhouse Gas Protocol und bewertet die Emissionen, die in den Kategorien Scope 1, 2 und 3 anfallen.

Hochwald hat sich ambitionierte Ziele gesteckt: bis 2030 die Scope 1- und 2-Emissionen im Vergleich zu 2020 um 21 Prozent gesenkt zu haben und bis 2045 auf Unternehmensebene klimaneutral zu sein.

Die Emissionen der Kühe

Dabei ist ausgerechnet der Rohstoff Milch für 80 Prozent der Hochwald-Treibhausgasemissionen verantwortlich. Denn Kühe setzen beim Verdauen Methan frei und geben es an die Umwelt ab. Da sich Methan im Vergleich zu Kohlendioxid zehn- bis 25-mal so stark auf den Treibhauseffekt auswirkt, suchen Forscher seit Jahren nach Möglichkeiten, die Methanbildung bei Wiederkäuern einzudämmen.

Auch Hochwald arbeitet intensiv daran, diese Emissionen in den Griff zu bekommen. So haben die Thalfanger gemeinsam mit Nestlé Ende 2021 das Pilotprojekt „NetZero“, die erste „Klima-Milchfarm“ in Deutschland, gestartet. Ziel ist, den Fußabdruck des exemplarisch ausgewählten hessischen Milchviehbetriebs mit 135 Kühen auf ein Minimum zu bringen. Über einen Zeitraum von drei Jahren und wissenschaftlich begleitet, wird Nestlé Deutschland den Milchviehbetrieb ihres langjährigen Lieferanten Hochwald „unter die Lupe nehmen“.

Zunächst werden Experten der Hochschule alle Emissionen des Betriebs kalkulieren. Anschließend folgen sukzessive rund 30 Schritte, die eine Reduktion der Emissionen versprechen. Diese reichen von der optimalen Fütterung der Kühe über gasdichte Güllelagerung, den Bau einer Biogasanlage, Energiegewinnung durch Photovoltaikanlagen bis hin zu optimiertem Herdenmanagement. Parallel dazu werden Vorhaben umgesetzt, um mehr Treibhausgase zu speichern – etwa durch Humusaufbau im Boden.

„Wenn wir über CO₂-Speicherung sprechen, ist das deutsche Klima-Ziel nur mit der Landwirtschaft erreichbar“, sagt Noura Rhemouga.

Forderungen an die Politik - weniger Bürokratie

Mit der steht Hochwald auch unabhängig von diesem Leuchtturmprojekt in engem Austausch. Seit 2017 ist der Lebensmittelproduzent Mitglied der internationalen Organisation „Cool Farm Alliance“. Die Hochwald-Milcherzeuger nutzen das „Cool Farm Tool“ zur Bewertung des CO₂-Fußabdrucks für ihre Rohmilch und erarbeiten gemeinsam mit Hochwald Lösungen für eine optimierte Bilanz.

Die strebt der Betrieb auch in einem anderen Bereich an, wie die Nachhaltigkeitsmanagerin erläutert: „Wir investieren vor allem in Themen, die die technische Optimierung vorantreiben, besonders im Energiebereich.“ So betreibt Hochwald in Thalfang bereits seit 2010 ein Nahwärmenetz mit der Prozesswärme, die bei der Milchverarbeitung anfällt. Öffentliche, gewerbliche und private Gebäude beziehen hierüber ihre Energie. Am Standort Kaiserslautern hat das Unternehmen mit dem Erneuern der Druckluftkompressoren eine sensible Stellschraube justiert. Druckluft ist bei der Lebensmittelherstellung unverzichtbar und zählt zu den teuersten Energieträgern. Bei der konventionellen Druckluftherzeugung gingen bis zu 60 Prozent der eingesetzten Energie durch Abwärme verloren. Die neuen Schraubenkompressoren seien mit einer integrierten Wärmerückgewinnung ausgestattet. Rund 300.000 Kilowattstunden Gas jährlich könnten eingespart werden.

Etwa 60 Einzelprojekte würden aktuell auf der Agenda der Arbeitsgruppe Klimastrategie und -ziele genauer beleuchtet. „Wichtig ist, jedes einzelne Projekt zu Ende zu denken und die Wirtschaftlichkeit nicht außen vor zu lassen.“ Von Seiten der Politik wünscht sich Rhemouga, dass der bürokratische

Aufwand zurückgefahren wird. „Die Dokumentationspflicht wird viele Unternehmen überfordern. Das bindet Manpower, die besser in die Umsetzung konkreter Projekte fließen würde.“

„Es gibt nichts Nachhaltigeres als Hanf“

Ein konkretes, ihn faszinierendes Projekt im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit hat Klaus Josef Haag, Diplom-Betriebswirt aus Kell am See, 2011 entdeckt und damit 2019 den Schritt in die Selbständigkeit gemacht. Der 58-Jährige vertreibt als Ein-Mann-Unternehmung einen speziellen Dämmstoff auf Hanf-Kalk-Basis, den er sich unter dem Produktnamen ISOL-KANNA hat schützen lassen. Eingesetzt wird er deutschlandweit auf ausgewählten Baustellen – bei Neubauten ebenso wie bei aufwändigen Altbau-Renovierungen.

Bezüglich des Begriffes Nachhaltigkeit hat Haag eine klare Vorstellung: „Nachhaltigkeit heißt für mich, dass sich ein Produkt nur langfristig lohnt, wenn es sich selbst trägt und nicht subventioniert wird.“ Von der Zusammensetzung „seines“ Produktes, zertifizierter und maschinengängiger Hanf aus Frankreich einerseits sowie eine erlesene Kalkmischung andererseits, ist Haag vollends überzeugt: „Es gibt nichts Nachhaltigeres als Hanf. Für Landwirte ist es die Alternative zum Maisanbau.“ Unter anderem lauge Nutzhanf die Böden nicht aus, wirke im Gegenteil bodenverbessernd, brauche kein Wasser und keine Fungizide. Und als Bindemittel sei Kalk im Vergleich mit anderen Optionen „die beste Lösung“.

Auch die Produkteigenschaften sind für ihn konkurrenzlos. So Sorge der Dämmstoff unter anderem für einen Temperatur-Ausgleich im Sommer und Winter, Sorge für warme Wände und beste Innenluftqualität, sei recycle- und kompostierbar, gewähre eine Dauerhaftigkeit der Bauten für mindestens 100 Jahre.

Im Haus der Eltern ausprobiert

Gewissermaßen „im Selbstversuch“ hat er 2016 als erstes eigenes Projekt das Elternhaus seiner Frau in Berlin mit dem Dämmstoff restaurieren lassen – und war begeistert. „Bis heute haben wir etwa 30 Bauten mit ISOL-KANNA gemacht. Fast alles waren Privathäuser von Bau-Ingenieuren“, erzählt Haag begeistert. Verarbeitet werde der Dämmstoff in Dächern, Wänden und Böden. Und dies ausschließlich von ausgewählten Profis mit einer Universal-Maurer-Maschine im Spritzverfahren.

Dass er auf das Produkt aufmerksam wurde, hängt mit dem Beruf zusammen, den er viele Jahre in angestellter Funktion in der Holz-Industrie und für große Holzhändler, zwischendurch und seit drei Jahren erneut selbständig ausgeübt hat und nach wie vor ausübt. Haag ist Agent für Platten- und Schnittholz im internationalen Holzhandel. Auch das kommt nicht von ungefähr: Sein Großvater Josef Haag gründete 1934 in Trier das Türen- und Sägewerk Haag, das 1950 nach Kell am See umsiedelte und bis zu seiner Schließung 2008 in Familienhand war.

„Mein ganzes Leben hat mit Nachhaltigkeit zu tun“, erzählt er. „Ich bin aufgewachsen mit Holz, habe mit zwölf Jahren mit meinem Vater im Wald die Bäume ausgesucht.“ Auch wenn er heute Holz für seine Kunden aussucht, habe der Nachhaltigkeitsgedanke oberste Priorität: „Ich kaufe und verkaufe keine nicht-zertifizierten Produkte und beispielsweise auch kein Holz aus Brasilien, wo der Regenwald schonungslos abgeholzt wird.“ Für Siemens Berlin, die Holzgebäude als Verpackung für Kabel benötigen, habe er 1,5 Jahre nach einer Alternative zur brasilianischen Kiefer gesucht und sei schließlich in Spanien mit Pappelholz fündig geworden.

Zu dem speziellen Dämmstoff habe er 2011 während des Besuchs bei einem Holzhändler in Frankreich gefunden. „Der ist mit mir zur größten Hanfaufbereitungsanlage Europas gefahren, das war tief beeindruckend. Hinterher hat er mich gefragt, ob ich daran interessiert sei, den Dämmstoff in Deutschland zu vertreiben. Von da an war ich angefixt.“

Unter anderem Namen gebe es den Hanf-Kalk-Dämmstoff in Frankreich bereits seit 30 Jahren. Auf die Frage, warum das Produkt in all der Zeit nicht auch hierzulande den Markt erobert hat, antwortet Haag: „Wahrscheinlich, weil sich bis dato niemand die Mühe gemacht hatte, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Zumal man die französische Sprache beherrschen sollte.“

Haag hat sich die Mühe gemacht und sich intensiv in die Thematik eingearbeitet, wie er berichtet. Sei deswegen unter anderem bei der Landwirtschaftskammer in Paris gewesen und habe unzählige Lieferanten und Baustellen in ganz Frankreich besucht, um sich ein Bild von Produkt, Anwendung und Ergebnis machen zu können. Damals wie heute steht für ihn fest: „Die Summe der positiven Eigenschaften dieses Dämmstoffs ist unerreicht.“ Ihm sei wichtig, sein Know-how weiterzugeben, so dass die jeweilige Baustelle gut wird. „Ich bin einfach glücklich, etwas gefunden zu haben, was so viele positive Eigenschaften hat und den Anspruch an Nachhaltigkeit rundherum erfüllt. Dazu gehören für mich auch langfristige Geschäftsbeziehungen. Ich lebe meinen Traum damit.“