

Klimaschutz | 10.07.2014 | Lesezeit 2 Min.

Vieles spricht dafür

Dürren, Stürme, Überflutungen und steigende Meeresspiegel – das sind die Folgen des Klimawandels, vor denen der Weltklimarat in seinem aktuellen Bericht warnt. Die Veränderungen treffen vor allem die ärmsten Länder Afrikas und die Küstenregionen. Aber auch die deutsche Wirtschaft spürt die Auswirkungen der globalen Erwärmung – allerdings nicht nur negative.

Noch herrschen in Deutschland gute klimatische Bedingungen, sodass die Unternehmen kaum direkt von extremen Wetterereignissen wie Wirbelstürmen, Überschwemmungen oder Dürren betroffen sind. Indirekt bekommen die Firmen den Klimawandel aber durchaus zu spüren – nämlich auf vielen ihrer Märkte – und müssen sich auf Veränderungen einstellen.

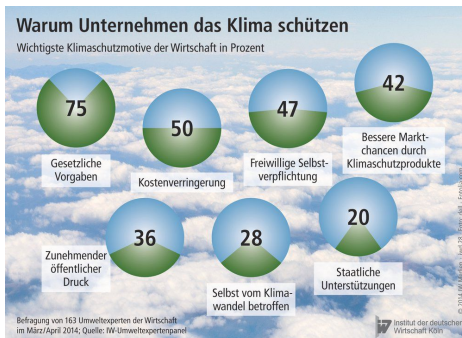
Bisher gelingt dies der deutschen Wirtschaft gut, denn sie beschäftigt sich intensiv mit dem Phänomen und kann deshalb klimaschonende und effiziente Technologien, Produkte und Dienstleistungen anbieten. Gerade auf den internationalen Märkten hat sich die deutsche Wirtschaft in Sachen Klimaschutz- und Energieeffizienztechnologien in den vergangenen Jahren gut positioniert. Zusammen mit dem Inlandsabsatz floriert das Geschäft mit dem Klimawandel bestens:

Das Produzierende Gewerbe und entsprechende Dienstleister steigerten ihren Umsatz mit Klimaschutzgütern und -diensten laut Statistischem Bundesamt binnen Jahresfrist um annähernd 10 Prozent auf rund 46 Milliarden Euro im Jahr 2011.

Auch für die kommenden Jahre erwarten die Umweltexperten weiter steigende Ausgaben für den Klimaschutz und damit neue Aufträge. Wie stark die Ausgaben zunehmen werden, hängt nicht zuletzt von der weiteren Entwicklung des Erneuerbare-

Energien-Gesetzes ab.

Doch es gibt auch ganz andere Gründe dafür, dass sich deutsche Unternehmen mit dem Klimaschutz beschäftigen. Das Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) hat 163 Umweltexperten der Wirtschaft gefragt – und das meistgenannte Motiv der Betriebe, in den Schutz des Klimas zu investieren, ist ziemlich profan (Grafik):



Rund drei Viertel der Unternehmen sind im Klimaschutz aktiv, weil deutsche und/oder europäische Gesetze sie dazu verpflichten.

Gut die Hälfte der Firmen kann durch Klimaschutzmaßnahmen aber auch Kosten verringern, beispielsweise weil sie Energie und Materialien effizienter nutzen.

An dritter Stelle rangiert mit 47 Prozent Nennungen die freiwillige Selbstverpflichtung: Fast jedes zweite Unternehmen will aus ethischen und moralischen Gründen einen eigenen Beitrag zur Rettung des Klimas leisten.

Auf der anderen Seite handelt mehr als jedes dritte Unternehmen auch deshalb, weil Politik und Bevölkerung das erwarten.

Dass sich mit Klimaschutzprodukten und -diensten Geld verdienen lässt, räumen auch die vom IW Köln befragten Umweltexperten ein. Immerhin vier von zehn Befragten sagen, ihre Firma habe durch entsprechende Angebote „bessere Marktchancen“.

Und wenn der Staat bestimmte ökologische Güter oder handwerkliche Leistungen – wie zum Beispiel die energetische Gebäudesanierung – finanziell fördert, dann sieht jedes fünfte Unternehmen darin ein wichtiges Motiv für das eigene Klima-Engagement.

Kernaussagen in Kürze:

- Deutsche Firmen bekommen den Klimawandel indirekt zu spüren – nämlich auf vielen ihrer Märkte – und müssen sich auf Veränderungen einstellen.
- Auch für die kommenden Jahre erwarten die Umweltexperten weiter steigende Ausgaben für den Klimaschutz und damit neue Aufträge.
- Rund drei Viertel der Unternehmen sind im Klimaschutz aktiv, weil deutsche und/oder europäische Gesetze sie dazu verpflichten.