

THEMENSERVICE

München,
30. Oktober 2023

“Green Gap” – Die große Kluft zwischen Klimabewusstsein und Handeln

Kontakt:

Eva Rössler
ClimatePartner GmbH

St.-Martin-Str. 59
81669 München
Office +49 89 231218791
eva.roessler@climatepartner.com

www.ClimatePartner.com

Klimaschutz ist mittlerweile ein fester Bestandteil des öffentlichen Diskurses. Viele sind motiviert, nachhaltiger zu handeln und wollen etwas bewegen – tatsächlich ändern jedoch nur wenige Personen aktiv etwas am eigenen Verhalten. Doch woran liegt das? Das hier beschriebene und bereits wissenschaftlich erschlossene Phänomen wird als “Green Gap” bezeichnet. Gemeint ist die offensichtliche Diskrepanz zwischen guter Absicht und dem tatsächlichen nachhaltigen Handeln. Zumeist tritt dies in Industriestaaten auf, in denen Klimathematiken nicht nur viel diskutiert werden, sondern auf denen auch der Druck lastet, einen Hauptanteil am Klimawandel zu tragen. Viele Studien belegen den “Green Gap” und zeigen, dass die Sorge der Menschen um ihren persönlichen CO₂-Fußabdruck nicht deckungsgleich mit einer tatsächlich stattfindenden Verhaltensänderung ist. Dies kann mitunter auf die [Verhaltenspsychologie](#) zurückgeführt werden. Aus Routinen und Gewohnheiten auszubrechen, stellt immer wieder eine Herausforderung dar.

Hier können Unternehmen die Endverbraucher:innen darin unterstützen, den “Green Gap” zu schließen. Denn vielen Verbraucher:innen fehlt eine echte Orientierungshilfe. Gerade im Bereich der Konsumgüter können aussagekräftige und nachvollziehbare Gütesiegel und Zertifikate den Konsument:innen die nötigen Informationen liefern, um für mehr Sicherheit zu sorgen. Eine umfassende Aufklärung seitens Politik und Unternehmen kann die Verbraucher:innen darin unterstützen, die eigenen Vorsätze auch wirklich in konkrete Handlungen umzuwandeln.

Green Gap existiert auch bei Unternehmen

Genau wie die Endkonsument:innen haben auch viele Unternehmen gute Absichten und Ziele, wenn es um unser Klima geht. Doch auch hier gilt: Die Lücke zwischen Erkenntnis und Tun klafft weit auseinander. Wie weit, zeigt eine [aktuelle BCG-Studie](#). 80 % der 700 befragten Unternehmen in Deutschland, Frankreich, Italien, Benelux halten den Klimaschutz für sehr wichtig. Doch nur 11 % investieren gezielt in den Klimaschutz und haben einen langfristigen Umsetzungsplan für die Reduktion von Treibhausgasen. Wer den Gap erst überwunden hat, scheint sich leichter ganzheitlich fürs Klima zu engagieren. Aktuelle Zahlen einer [Studie von Ecosystem Marketplace](#) zeigen, dass 59 % der Unternehmen, die freiwillig in Klimaschutzprojekte investieren, parallel dazu auch ihre eigenen Emissionen im Vergleich zum Vorjahr reduziert und Klimaschutz fest in der eigenen Unternehmensstrategie verankert haben. Bei den

übrigen Unternehmen waren es lediglich 33 %. Durchschnittlich gaben Unternehmen, die auch in Klimaschutzprojekte investieren, drei Mal so viel Geld für die Reduktion der eigenen Emissionen aus. Genau dieses Erkenntnis könnte ein Hebel sein, um noch mehr Unternehmen zu ganzheitlichen, freiwilligen Klimaschutzstrategien zu motivieren. Denn laut der Studie von BCG werden viele Unternehmen, die nachhaltiger handeln wollen, von möglicherweise hohen Investitionen abgeschreckt. Werden sinnvolle Reduktionsstrategien integriert, können diese aber auf lange Sicht auch wieder sinken. Klar ist: Ganz ohne Invest und Engagement geht es nicht. "Wir müssen uns zum einen bewusst machen, dass es beim Klimaschutz auf jeden Beitrag ankommt und dass es eine wichtige Aufgabe ist, Klimabewusstsein und aktives Handeln in Einklang zu bringen. Zum anderen müssen Unternehmen den Wettbewerbsvorteil der so genannten grünen Transformation erkennen, um den Gap zu schließen", sagt Moritz Lehmkuhl, CEO von ClimatePartner.

Können regulatorische Änderungen den Green Gap bei Unternehmen schließen?

Wenn der freiwillige Schritt zum Klimaengagement oft so schwerfällt, stellt sich die Frage, was regulatorische Änderungen bewirken können, um den Green Gap zu schließen. Die neue EU-Richtlinie zur Unternehmens-Nachhaltigkeitsberichtspflicht ist beispielsweise ein erster Schritt in eine verpflichtende Richtung und soll Unternehmen zudem einen positiven Anreiz bieten, Verantwortung zu übernehmen. Mit der CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) werden Klimaschutzmaßnahmen und ihre transparente Berichterstattung für Unternehmen verpflichtend. Damit wird die Nachhaltigkeitsstrategie eines Unternehmens genauso wichtig wie die Finanzberichterstattung. Diese Bewegung in die richtige Richtung kann Unternehmen dazu motivieren, sich gezielt und strategisch mit dem Thema Klimaschutz zu beschäftigen. Im besten Fall führt dies am Ende dazu, den "Green Gap" ein Stück weiter zu schließen.

Über ClimatePartner

ClimatePartner begleitet Unternehmen im Klimaschutz: Mit unserem Lösungsansatz aus Software und Beratung unterstützen wir unsere Kunden dabei, einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und diesen fest in ihrer Strategie zu verankern. So lassen Unternehmen Carbon Footprints für sich oder ihre Produkte berechnen, definieren Ziele für Emissionsreduktionen, setzen Reduktionen um, finanzieren Klimaschutzprojekte und werden dabei bis zur Kommunikation ihres Klimaschutzengagements durch ClimatePartner unterstützt. Diese fünf Schritte lassen sich transparent mit dem Label "ClimatePartner-zertifiziert" und der dazugehörigen Climate-ID-Webseite nachvollziehen. Dort, wo diese Anforderungen noch nicht erfüllt werden können, geben wir die Möglichkeit, sich an der Finanzierung von zertifizierten Klimaschutzprojekten zu beteiligen und dies über das Label „Finanzieller Klimabeitrag“ sowie das etablierte ID-Tracking von ClimatePartner zu zeigen.

Da wir Klimaschutz auf ein neues Level heben möchten, entwickeln wir mit unserem Geschäftsbereich ClimatePartner Impact hochqualitative, zertifizierte Klimaschutzprojekte. Diese und die weiteren Klimaschutzprojekte aus unserem Portfolio haben neben den positiven Auswirkungen auf das Klima immer auch einen Mehrwert für die Menschen vor Ort, denn wir orientieren uns an den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen.

ClimatePartner wurde im Jahr 2006 in München gegründet. Unsere mehr als 500 Mitarbeitenden unterstützen aus Barcelona, Berlin, Boston, Essen, Frankfurt, London, Mailand, München (HQ), Paris, Stockholm, Den Haag, Wien und Zürich mehr als 6.000 Unternehmen aus 60+ Ländern.

www.climatepartner.com