

Klimaanpassung in nordhessischen Unternehmen

Schritte des Klimalernens

Ob Anpassungen an den Klimawandel in Unternehmen vorgenommen werden, hängt nicht zuletzt von der Einschätzung der damit verbundenen Chancen und Risiken ab. Diese unterscheiden sich je nach Branche erheblich, wie neue Ergebnisse einer Umfrage zeigen.
 Von Tillmann Blume und Karl-Heinz Simon

ten auf den vier Leiterstufen schafft die Voraussetzungen für Adaptationserfolge. Diese Stufen sind erstens Problemwahrnehmung und Problembewusstsein, zweitens Anreize und Sanktionen, drittens individuelle Handlungsoptionen und Ressourcen, sowie viertens institutionelle Neuerungen.

Im Folgenden werden, bezogen auf ein Teilprojekt zum Bereich der Unternehmen in der Region, erste Ergebnisse der empirischen Analysen bezogen auf die Leiterstufen vorgestellt.

Methodik der Unternehmensbefragung

Im Projekt Klimaanpassungsnetzwerk für die Modellregion Nordhessen, kurz KLIMZUG-Nordhessen, erfolgt ein intensiver Austausch zwischen Forschern und regionalen Umsetzungspartnern. Kernstück des Netzwerks stellt eine Innovationsstrategie dar, welche die Umsetzung von Anpassungsvorschlägen in die Praxis sowie den intensiven Austausch zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft gewährleisten soll (1).

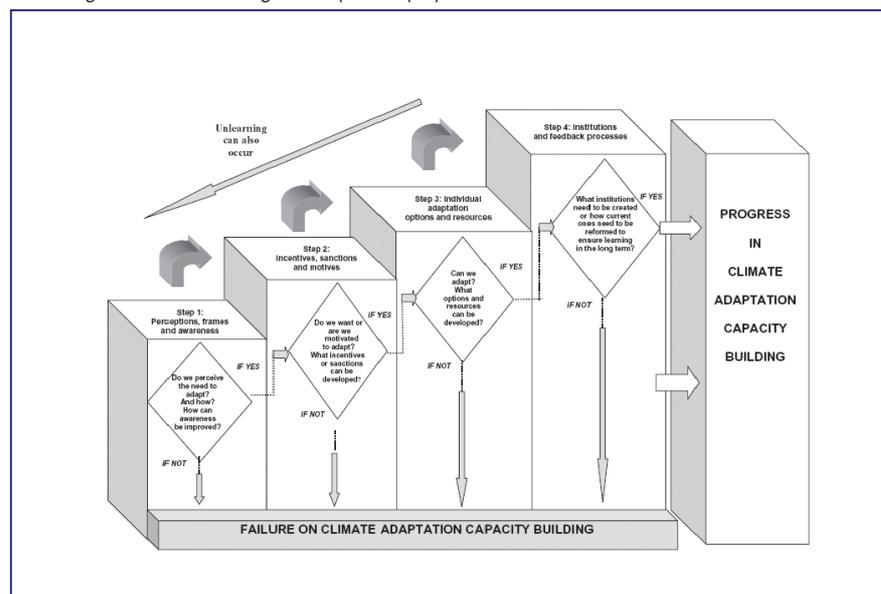
Die im Juli 2009 im Rahmen des Teilprojekts Klimawandel unternehmerisch gestalten, kurz KLUG, begonnene empirische Untersuchung des Umgangs der regionalen Wirtschaft mit dem Klimawandel geht zweistufig vor. In der bereits abgeschlossenen ersten Phase wurden 2.300 Unternehmen in einer regionsweiten und branchenübergreifenden quantitativen Erhebung zu ihrer Wahrnehmung von Klimawandel und Klimaanpassung befragt. Die Rücklaufquote betrug 14,2 Prozent und erlaubt somit repräsentative Aussagen für die regionale Wirtschaft (3).

Erfolgsbedingungen für die Anpassung

Die Region zeichnet sich durch moderate Klimabedingungen aus, sodass der Fokus nicht auf besonders extreme Klimafolgen, wie etwa beim Küstenschutz, ausgerichtet ist. Stattdessen wird eine Vielzahl unterschiedlicher Anpassungsleistungen insbesondere unter dem Gesichtspunkt der Handlungsmöglichkeiten privater und politischer Akteure in den Blick genommen. Bei der Konzipierung von Anpassungsmaßnahmen und der Beurteilung des Anpassungserfolgs wurden die Überlegungen von Tabara et al. als besonders hilfreich erachtet. Im Rahmen des Forschungsvorhabens Adaptation and Mitigation Strategies, kurz ADAM, wurde eine climate learning ladder, kurz CLL, vorgeschlagen (2). Diese soll dazu dienen, Problemanalyse und Kommunikation mit den Beteiligten und Entscheidungsprozesse zu strukturieren, um einen gemeinsamen reflexiven Lernprozess auszulösen (3). Erst das Zusammenspiel der Aktivitä-

Nach Abschluss der quantitativen Erhebung wurde die derzeit noch andauernde zweite Untersuchungsphase begonnen. In Workshops und qualitativen Interviews sollen vertiefende Erkenntnisse über die bestehende strategische Ausrichtung →

Abbildung 1: Stufen zum Erfolg bei Adaptationsprojekten



Quelle: Tabara et al. 2010

ausgewählter nordhessischer Unternehmen gewonnen werden und die unternehmensseitig wahrgenommene Betroffenheit durch den Klimawandel sowie geplante oder bereits umgesetzte Maßnahmen zur Klimaanpassung erhoben werden. Im weiteren Projektverlauf sollen Ansatzpunkte für eine Einbindung des Themas Klimawandel und Klimaanpassung in die strategische Planung der Unternehmen ermittelt und konkrete Umsetzungsmaßnahmen gemeinsam mit den Unternehmen entwickelt und begleitet werden.

Die Leiter des Klimalernens

Bezieht man die bisherigen empirischen Befunde auf die oben dargestellte Climate Learning Ladder, so zeigt sich, dass die Wirtschaft den ersten Schritt der Leiter erklommen hat. Der überwiegende Teil der befragten Unternehmen sieht den Klimawandel eindeutig als heute bereits spürbares und auch bei großen Anstrengungen nicht mehr vollständig abwendbares Phänomen. Die Notwendigkeit von Klimaanpassung wird somit grundsätzlich erkannt.

Auch der zweite Schritt der Leiter, das Bestehen von Anreizen oder Sanktionen, scheint für die Wirtschaft umgesetzt zu sein, wenn auch in heterogener Form. Eine aktuelle Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft zeigt, dass eine unternehmerische Betroffenheit durch den Klimawandel von den befragten Umweltexperten aus Unternehmen und Wirtschaftsverbänden vor allem mit Blick auf entsprechende staatliche Regelungen gesehen wird (Mahammadzadeh 2010). In unseren Interviews dominiert hier klar das Erneuerbare-Energien-Gesetz die unternehmerische Debatte, dem eine erhebliche Wirkungsmacht zugeschrieben wird. Staatliche Subventionen spielen dagegen laut der Studie von Mahammadzadeh nur eine untergeordnete Rolle. Anreizwirkungen werden eher in verbesserten Marktchancen durch klimafreundliche Produkte gesehen. Eine direkte Betroffenheit des eigenen Unternehmens durch die physischen Folgen des Klimawandels wird nur selten gesehen.

Wie unsere Studie zeigt, ist die Wahrnehmung der Chancen und Risiken im Zuge des Klimawandels dabei stark branchenabhängig. Während der Gesundheitssektor und die Transport- und Verkehrsbranche überwiegend Risiken sehen, erwarten die Bereiche Bau und Handwerk, Dienstleistungen sowie das produzierende Gewerbe vor allem Chancen. Auch bei den Energieversorgern überwiegt klar die Chancenorientierung, dies dürfte aber zumindest in Teilen dem nordhessischen Fokus dieser Branche auf dezentrale und erneuerbare Energien geschuldet sein.

Die letzten beiden Schritte der Climate Learning Ladder, die Entwicklung und Institutionalisierung von Klimaanpassungsmaßnahmen, sind für den Großteil der Unternehmen noch ausstehend. Die großen Unsicherheiten im Umgang mit einem so komplexen Thema und fehlende Informationen, sowohl hinsichtlich der kleinräumigen Auswirkungen des Klimawandels als auch bezüglich wirksamer Anpassungsmaßnahmen, verhindern derzeit noch weitgehend einen proaktiven Umgang der

Wirtschaft mit dem Thema. Während Klimaschutz als Thema in den Unternehmen erfreulich weitreichend etabliert ist und im Rahmen technischer, effizienzorientierter Maßnahmen Berücksichtigung findet, ist das vergleichsweise neue Thema Klimaanpassung kaum im Fokus (siehe hierzu auch den Beitrag von Veronika Sepp in diesem Heft). Hierbei ist auch das Auseinanderklaffen der Zeithorizonte zwischen den langfristigen Auswirkungen des Klimawandels und kurzen unternehmerischen Planungszeiträumen ein erhebliches Hindernis (Mahammadzadeh/Biebeler 2009). Interessanterweise sehen laut unserer Studie gerade die Großunternehmen, von denen man aufgrund ausgefeilterer Strategieinstrumente erwarten könnte, dass sie ein Thema wie Klimaanpassung in ihre Planung einbinden können, ihren eigenen kurzen Planungshorizont als besonders problematisch. Trotz gewisser strategischer Defizite scheinen dagegen mittelständische Unternehmen am besten in der Lage zu sein, Klimawandel und -anpassung in ihre Unternehmenspolitik zu integrieren. Dies mag daran liegen, dass soziale Verantwortung und ein generationenübergreifender Unternehmensfortbestand typisch für die zumeist inhabergeführten Unternehmen dieser Größe sind.

Anmerkungen

- (1) Weitere Informationen zum Projekt Klimzug Nordhessen im Internet unter <http://www.klimzug-nordhessen.de>
- (2) Weitere Informationen zum Projekt Adaptation and Mitigation Strategies – Supporting EU Climate Policies im Internet unter: <http://www.adamproject.eu>
- (3) Die vollständigen Ergebnisse der Unternehmensbefragung sind in der Werkstattreihe Nachhaltige Unternehmensführung unter dem Titel „Klimawandel und Klimaanpassung in der Wahrnehmung unternehmerischer Akteure“ erschienen. Bestellungen unter +49 561 8043739 oder per E-Mail bei kuhn@wirtschaft.uni-kassel.de.

Literatur

- Mahammadzadeh, M.: Klimawandel – ein Thema mit strategischer Bedeutung für die Unternehmen. In: *uwf* 18/2010, S. 45-51.
- Mahammadzadeh, M. / Biebeler, H.: Anpassung an den Klimawandel. Analysen Nr. 57, Forschungsberichte aus dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln. Köln 2009.
- Tàbara, J. D. et al.: The Climate Learning Ladder. A Pragmatic Procedure to Support Climate Adaptation. In: *Environmental Policy and Governance* 20/2010, S. 1-11

AUTOREN + KONTAKT

Dr. Tillmann Blume ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsprojekt „Klimawandel unternehmerisch gestalten“ (KLUG). Das Projekt ist Teil des Forschungsverbundes KLIMZUG-Nordhessen.

Universität Kassel, Kurt-Schumacher-Str. 2, 34117 Kassel.
Tel.: +49 561 804-2429, Fax: 0561/804-7739,
E-Mail: tblume@wirtschaft.uni-kassel.de

Dr. Karl-Heinz Simon ist Geschäftsführer des Center for Environmental Systems Research der Universität Kassel und ist am KLIMZUG-Nordhessen-Projekt über das Teilprojekt „Kommunikation Klimaprojektionen, integrative Systemanalyse und Szenarien, Bilanzierung“ beteiligt.
E-Mail: simon@usf.uni-kassel.de



Lizenzhinweis

Die Beiträge in *Ökologisches*Wirtschaften werden unter der Creative-Commons-Lizenz "CC 4.0 Attribution Non-Commercial No Derivatives" veröffentlicht. Im Rahmen dieser Lizenz muss der Autor/Urheber stets genannt werden, das Werk darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert und außerdem nicht kommerziell genutzt werden.

Die digitale Version des Artikels bleibt für zwei Jahre Abonnent/innen vorbehalten und ist danach im Open Access verfügbar.