

Positionierung Ihres Unternehmens zum Thema Umwelt- und Klimaschutz

Klimamehrwertstrategie

August 2008

Der Themenkomplex Energie, CO₂ und Klimaschutz bestimmt die öffentliche Diskussion und wird zunehmend auch von Unternehmen aufgegriffen

Relevanz des Themas für Unternehmen

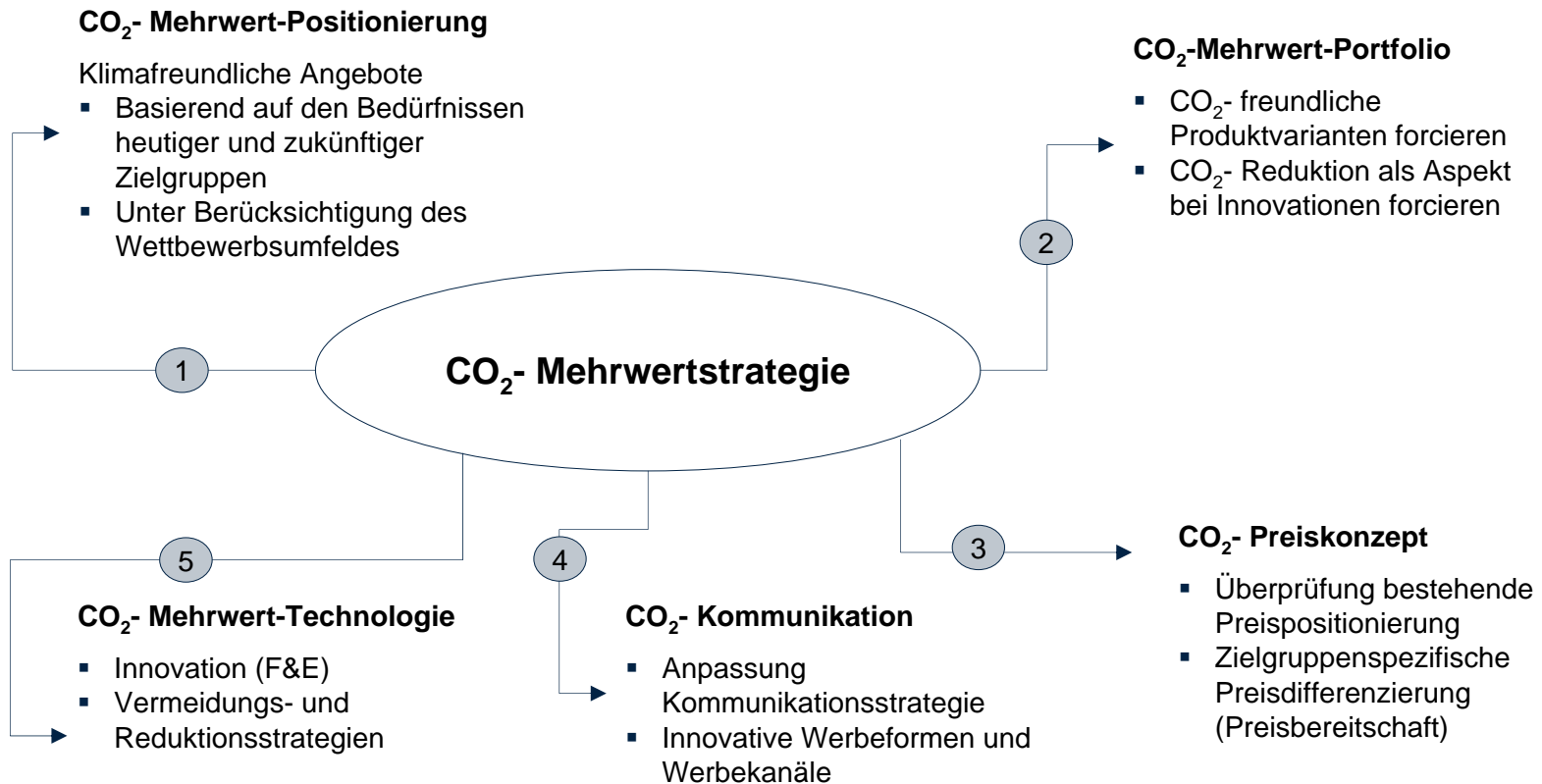
Aber:

- **Nicht-konzeptionelle Herangehensweise** an das Thema CO₂ überwiegt
- **Ratlosigkeit und Unsicherheit** scheinen zu dominieren
- Die **Wichtigkeit** des Themas ist schwer einzuschätzen (Image vs. Ertragschance)
- **Interne Verantwortlichkeiten** für CO₂ sind nicht geklärt
- Beschränkung auf Produktion statt Wertschöpfungskette und **Kundennutzung**
- **Vermarktung** des Themas CO₂ findet **kaum** außerhalb der typischen Branchensektoren **statt**

Fragen an das Top-Management:

- Wie muss dieses Thema in der **Unternehmensstrategie** berücksichtigt werden?
- Welche **Bedeutung** werden Energiekosten und CO₂ in der Zukunft haben?
- Welche **marktstrategischen Implikationen** ergeben sich aus dem Thema?
- Welche **Chancen und Risiken** ergeben sich durch die Vermarktung des Themas?
- Wie ist der **Wettbewerb** zu CO₂ aufgestellt?
- Wie lassen sich durch Vermarktung des Themas CO₂ **neue Zielgruppen** erreichen?
- Welche Auswirkungen hat die Kommunikation auf die **bestehenden Zielgruppen**?
- Lässt sich durch Aufgreifen des Themas CO₂ eine **höhere Preisbereitschaft** abschöpfen?
- Kann das **Unternehmensimage** durch ein CO₂- Marketing verbessert werden?

Ziel: Entwicklung eines schlüssigen CO₂- Klimakonzeptes



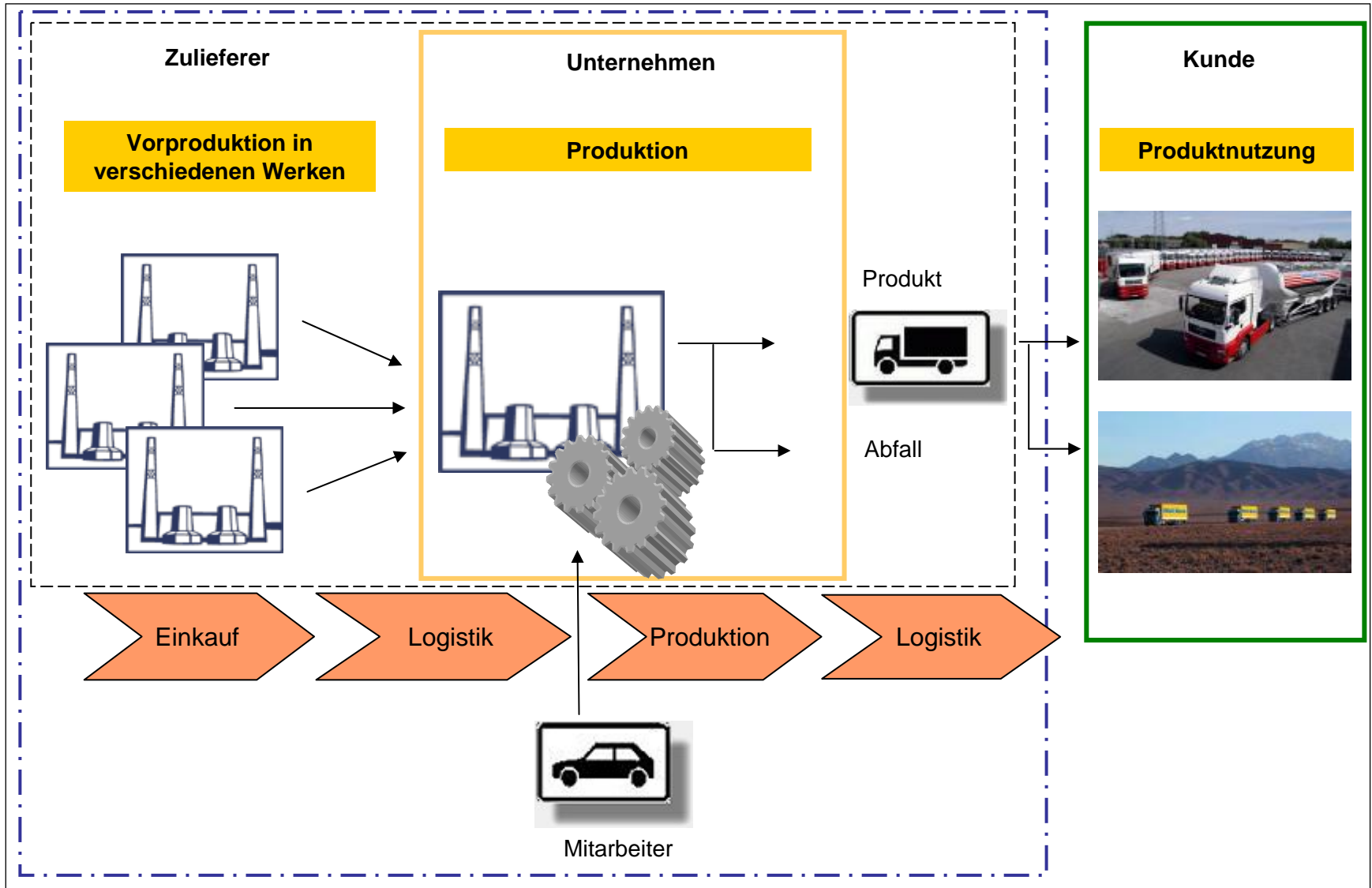
Inhalte einer Klima-Mehrwertstrategie – Unsere Leistungen

1. Ausgangslage und Einführung

- Warum Klimamehrwertstrategie?
- Erläuterung Mehrwert
- Unternehmensbezug

2. Definition von

- Systemgrenzen (Rohstoffe, Abfall, Zulieferer, Prozesse etc.)
- Zeithorizont (kurzfristig, mittelfristig, langfristig)
- Unternehmensinternen Klimaschutzzielen
- Budget



Inhalte einer Klima-Mehrwertstrategie – Unsere Leistungen

3. Analyse und Bewertung von externen Rahmenbedingungen

- Klima-, Verkehrs- und Energiepolitik (BRD, EU)
- Öffentliche Meinung
- Entwicklung der Energie- und Treibstoffpreise
- Klimastrategien von Wettbewerbern im Verkehrssektor

4. Entwicklung einer Methodik zur CO₂-Bilanzierung

- CO₂-Minderung bei Zuliefern
- CO₂- Minderung im Unternehmen,
u.a. Abfallminderung, Optimierung Logistik
- Reduktion des CO₂-Inhaltes der Produkte,
u.a. Gewichtsreduktion, Optimierung Prozesse, Forschung & Entwicklung von CO₂-freundlichen Produktvarianten
- CO₂-Emissionen bei Nutzung Kunde, eigene Mitarbeiter

5. Entwicklung eines Umsetzungsplans

- Einbezug wichtiger Unternehmensfunktionen und Mitarbeiter, Definition von Verantwortlichkeiten
- Einpassung in Unternehmens- und Umweltstrategie, Unternehmensleitlinien
- Definition von Maßnahmen und Einsparzielen
- Kosten-Nutzen-Analyse
- Berichterstattung
- Außenauftritt / Image: Gütesiegel, Logo, PR, etc.