

Netto-Null und darüber hinaus

Was führende Unternehmen antreibt und wie sie Ihre Klimaziele umsetzen



01 Zusammenfassung

South Poles Net Zero Report basiert auf Umfragen mit über 1.200 Befragten aus aller Welt, die in den Nachhaltigkeitsteams führender Unternehmen beschäftigt sind. Die Umfrage wollte von den Nachhaltigkeitsmanager*innen wissen, was die Beweggründe für ihre ambitionierte Klimastrategie sind, welche Risiken sie sehen, auf welche Lösungen sie zurückgreifen und wie sie ihre Unternehmen auf dem Weg zu ihrem Netto-Null-Ziel voranbringen.

In der diesjährigen Umfrage zeichnen sich drei wichtige Trends ab:

- 1 Führende Unternehmen geben das Tempo vor - ein Beispiel, dem andere folgen sollten:** Mehr Unternehmen setzen sich Netto-Null-Ziele, diese sind öfter von wissenschaftsbasierten Emissionsreduktionszielen (SBTs) untermauert, und werden von ehrgeizigen Zeitplänen geleitet. Selbst die 67 % der Unternehmen, die sich als Großemittenten sehen, setzen sich ambitionierte Ziele, und 13 % aller befragten Organisationen haben sogar Pläne zur Erreichung von Netto-Null bis zum Jahr 2024 oder früher.

Diese ehrgeizigen Zielvorgaben erscheinen zwar ermutigend, werfen aber auch Fragen auf: Sind sich Unternehmen der Tragweite der Reduzierung aller Emissionen über ihre gesamte Wertschöpfungskette hinweg bewusst? Wissen Sie, was Netto-Null bedeutet? Ungeachtet der schwierigen Wirtschaftslage und -aussichten investieren fast drei Viertel der befragten Unternehmen (74 %) mehr und nicht weniger in ihre Nachhaltigkeitsziele, auch wenn viele (29 %) die Umsetzung ihrer Netto-Null-Strategie schwieriger als ursprünglich erwartet empfinden. Gleichzeitig gilt natürlich: 2022 ist das günstigste Jahr, um mit der Netto-Null-Strategie zu beginnen. Die Kosten der Untätigkeit steigen von Tag zu Tag.
- 2 Obwohl sich mehr Unternehmen Netto-Null annähern, entscheidet sich fast ein Viertel (23 %) dafür, ihr Engagement im Bereich Klimaschutz nicht öffentlich zu machen.** Während über das "Greenwashing" von Unternehmen schon häufig berichtet wurde, zeigt die diesjährige Studie eine Gegenbewegung: "**Green-Hushing**". Dies ist ein besorgniserregender Trend, da eine weniger öffentlichkeitswirksame Kommunikation die Überprüfung der Ziele erschwert und den Wissensaustausch einschränkt - was wiederum dazu führen könnte, dass Gelegenheiten zur Zusammenarbeit bei der Dekarbonisierung verpasst werden.
- 3 Wichtigste Treiber für Netto-Null sind die Erschließung neuer Geschäftsfelder und das Ziel, das Geschäftsmodell widerstandsfähiger zu machen.** Die Kundennachfrage steht nach wie vor an erster Stelle der Gründe für Unternehmen, ehrgeizige Klimaziele zu verfolgen, dicht gefolgt von der Möglichkeit, die eigene Marke zu stärken, was für 43 % der Unternehmen ein Hauptgrund ist.



Zum ersten Mal seit 2020 wurde die Notwendigkeit, externe Schocks zu bewältigen, von 37 % der Unternehmen als einer der drei wichtigsten Gründe für Netto-Null-Ziele genannt. Dies ist neu, aber nicht überraschend: COVID und extreme Wetterereignisse haben den Zusammenhang zwischen Versorgungssicherheit und Geschäftskontinuität offensichtlich gemacht, und angesichts der Inflation gehen die Unternehmen dazu über, nicht mehr nur die unmittelbaren Herausforderungen zu bewältigen, sondern auch die langfristigen Gefahren früher anzuerkennen. Ebenfalls deutlich wurde in diesem Jahr, dass der Druck von Investoren auf die befragten Unternehmen noch kein nennenswerter Treiber für Nachhaltigkeitsstrategien darstellt.

Parallel zur Netto-Null-Umfrage analysierte unser Marktforschungsteam South Poles interne Datenbank mit 68.000 Unternehmen - darunter die Global Fortune 500, die wichtigsten Aktienindizes sowie alle CDP- und GRI-berichterstattenden Unternehmen. Wir haben die Datenbankanalyse mit den Umfrageergebnissen verglichen und sind zu folgenden Erkenntnissen gekommen:

1. Die Datenbank zeigt ein eher entmutigendes Bild davon, wie ernst es den Unternehmen mit den Netto-Null-Emissionen ist. Von den 68.000 Unternehmen haben nur 7 % ein Netto-Null-Ziel gesetzt. Es ist jedoch vielversprechend, dass die Mehrheit dieser Ziele (60 %) auch durch wissenschaftsbasierte Reduktionsziele untermauert wurden.
2. Von den Unternehmen mit Netto-Null-Zielen haben sich 16 % dazu verpflichtet, Netto-Null bis zum Jahr 2030 oder früher zu erreichen. Rund 25 % haben ein Datum zwischen 2031 und 2040 anvisiert, und 59 % peilen 2041-2050 an. Diese Erkenntnis steht in einem auffälligen Gegensatz zu den Umfrageergebnissen: Von den befragten Unternehmen wollen fast zwei Drittel den Netto-Null-Zustand bis 2030 erreichen.

3. Die Datenbank zeigt, dass die meisten Netto-Null-Ziele von Unternehmen aus dem Vereinigten Königreich, den USA und der DACH-Region stammen. Dies unterscheidet sich von den Ergebnissen der Umfrage, bei der das Vereinigte Königreich zu den Regionen mit den wenigsten Netto-Null-Zielen gehörte.

Angesichts der Tatsache, dass unsere Umfrage 2022 auf große Unternehmen mit engagierten Nachhaltigkeitsverantwortlichen abzielte, überrascht es nicht, dass die Datenbankergebnisse ein weniger rosiges Bild der Netto-Null-Landschaft zeigen. Man kann davon ausgehen, dass die befragten Unternehmen - alleine schon, weil sie über eigene Nachhaltigkeitsteams verfügen - das Thema Klimaschutz im Verhältnis zu allen Unternehmen in der Datenbank weit oben auf ihrer Agenda stehen haben.

Wie geht es weiter? Damit die Netto-Null-Ziele auch die gewünschte Wirkung auf die globale Erwärmung haben, müssen sie durch glaubwürdige, wissenschaftsbasierte Meilensteine untermauert werden, die Emissionen in allen direkten und indirekten Geschäftsbereichen senken, Widerstandsfähigkeit aufbauen und notwendige Anreize für Investitionen in zukünftige Klimatechnologien schaffen.

Bereits heute müssten noch viel mehr Maßnahmen zum Klimaschutz ergriffen werden. Obwohl 67 % der befragten Organisationen angaben, dass sie auf dem besten Weg sind, ihre Netto-Null-Ziele zu erreichen, könnte emissionsfreies Wirtschaften für die meisten noch Jahre - sogar Jahrzehnte - entfernt sein. Dies gilt insbesondere für Unternehmen, deren Ziele über 2030 hinausgehen. Nur sehr wenige Unternehmen investieren in Klimaschutzmaßnahmen jenseits ihrer unmittelbaren Wertschöpfungskette. Daher stellt sich die Frage, wie die Unternehmen dazu beitragen, Emissionen bereits heute zu senken, um unumkehrbare Klimaveränderungen zu vermeiden. Unternehmen jeder Größe brauchen jetzt klare Strategien, um Emissionen kurzfristig zu reduzieren und zu kompensieren, während sie langfristig kosteneffiziente Carbon-Removal-Möglichkeiten nutzen werden.

Den Takt angeben: Nette-Null-Ziele unter den befragten Unternehmen

87 %

haben sich ein Netto-Null-Ziel gesetzt (im Vergleich zu nur **7 %** aller großen Unternehmen in der Datenbank von South Pole)

40 %

der Unternehmen, die noch kein Netto-Null-Ziel haben, planen ein solches bis Ende 2023

72 %

aller Befragten haben ein wissenschaftsbasiertes Ziel (SBT) zur Emissionsreduzierung festgelegt oder sich dazu verpflichtet

77 %

der Unternehmen haben **sowohl** ein Netto-Null-Ziel **als auch** ein SBT

23 %

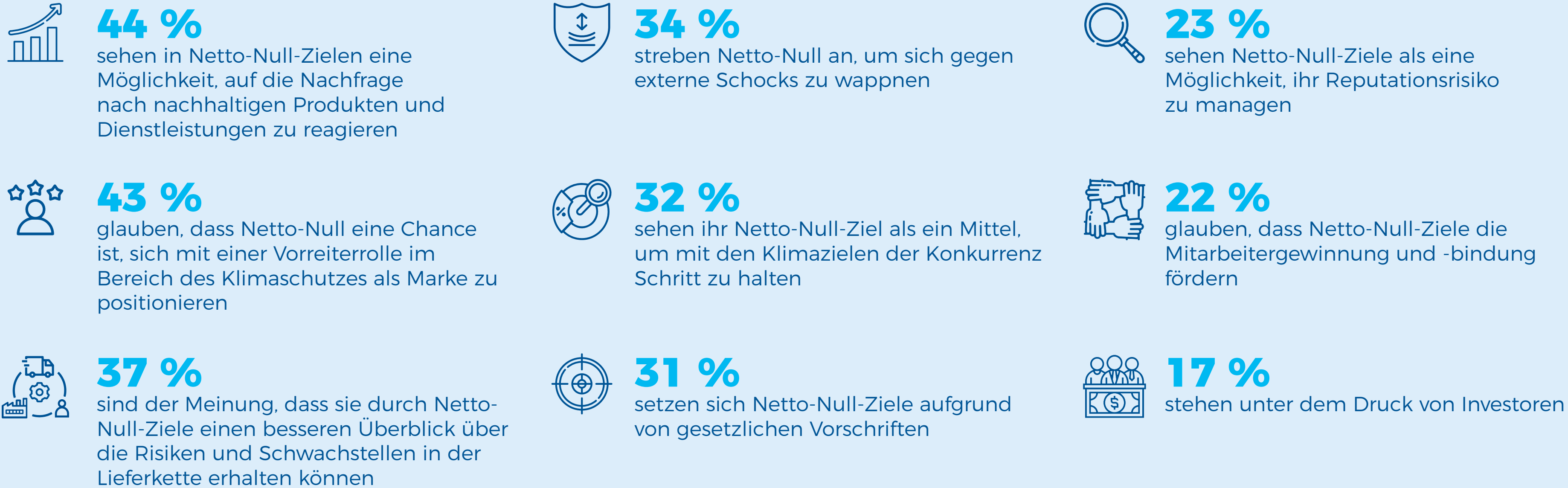
der Unternehmen planen nicht, ihre SBTs zu veröffentlichen

2025-2030

ist die meistgenannte Zeitspanne für die Erfüllung ihrer Netto-Null-Ziele, gefolgt von

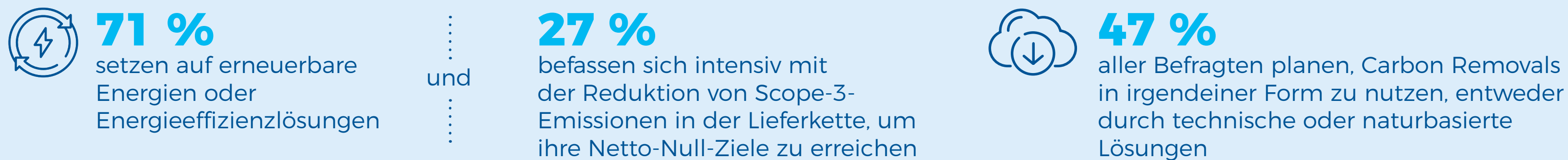
2031-2040

Warum setzen sich Unternehmen Netto-Null-Ziele?



29 %
der Unternehmen geben an, dass die Umsetzung der Netto-Null-Ziele **schwieriger** war als erwartet.

Wie setzen Unternehmen Netto-Null-Ziele um?



74 %
der Unternehmen haben ihr **Budget** für die Umsetzung ihres Netto-Null-Ziels erhöht

Wer im Unternehmen ist für Netto-Null verantwortlich?



78 %

sehen die oberste Führungsebene, einschließlich des Chief Sustainability Officers oder CEO, als Hauptverantwortliche für die Erreichung der Netto-Null-Ziele



46 %

geben an, dass gleich mehrere Abteilungen an der Umstellung des Unternehmens auf Netto-Null beteiligt sind

Welche Ambitionen haben Unternehmen, die über Netto-Null hinausgehen?



44 %

der Befragten gaben an, neben den Netto-Null-Zielen auch ihren Einfluss auf die Artenvielfalt zu berücksichtigen.



Nur 36 %

verfügen über eine klare Strategie für die Förderung von Biodiversität





Den gesamten Net Zero Report finden Sie [hier](#).