

Mark Junge

Durchstarten bei der Transformation

Wegweiser für die Dekarbonisierung
von Unternehmen



▶ LOG_X

Mark Junge

Durchstarten bei der Transformation
Wegweiser für die Dekarbonisierung von
Unternehmen

LOGiBits

Der Inhalt

Vorwort

1. Von der Tugend zur Pflicht

Blitzlichter	7
Der Markt	9
Der Wettbewerb	10
Chancen erkennen und nutzen	11
Wer hat im Unternehmen den Hut auf?	11

2. Worüber reden wir?

Verwirrende Vielfalt	12
Die Scopes	15
Der Dreiklang	18
Reduzieren	18
Substituieren	18
Kompensieren	19
Hemmnisse und Standard-Einwände	20
Kann ein Unternehmen klimaneutral sein?	21

3. Das Transformationskonzept

Die Inhalte	22
Verlässliche Daten sind die Basis	23
Das Konzept erstellen	24
Die Treibhausgas-Bilanz	24
Maßnahmen entwickeln	25
Flankierende Prozesse	25
Tue Gutes und rede angemessen darüber	28
Externe Kommunikation	28

4. Das Ziel ist das Ziel	
Transparenz erzeugen	30
Alles andere als trivial	30
„Alle aufgleisen“: Change Management	31
Gemeinsames Begriffsverständnis erzeugen	31
Ziele klären – ein ganz großes Thema	32
Transformationspfade entwickeln.....	32
... und Maßnahmen bewerten und durchführen	33
Herausforderungen	34
Die Spielregeln verändern sich	34
Datenverfügbarkeit und -qualität	34
Der Faktor Unschärfe	37
Den richtigen CO ₂ -Emissionsfaktor wählen	38
Dokumentation: Mehr als eine Formalität	39
Am Ball bleiben	41
5. Ein Beispiel im Detail	
Die Ausgangssituation klären: Wo stehen wir?	42
Die Roadmap: Wie erreichen wir die Ziele?	44
Einen Zeitplan aufstellen	46
Prozesse umstellen	47
Anschlussleistung aufsummieren – alte Welt!	49
Ein kurzes Fazit	53
Portrait des Autors	54
Die Limón GmbH	55
Literaturhinweise	56
Bibliografische Angaben und Impressum	58

Vorwort

Das Ziel ist klar: Bis 2045 soll Deutschland klimaneutral sein. Und so sorgt neben der Digitalisierung die Dekarbonisierung für die nächste große Transformation. Der Kerngedanke: den Einsatz von kohlenstoffbasierten, aber auch anderen fossilen Brennstoffen zu reduzieren. Es geht dabei darum, auf klimafreundlichere Alternativen umzusteigen, Treibhausgasemissionen zu reduzieren und so den Klimawandel einzudämmen. Märkte und Unternehmen werden sich dadurch verändern. Und zwar grundlegend.

Bei der Betrachtung des bisherigen Wegs zur Klimaneutralität schlagen zwei Seelen in meiner Brust. Auf der einen Seite ist es wichtig und gut, wenn Menschen und Unternehmen aktiv werden. Auf der anderen Seite wurde und wird nach wie vor aktuell auch viel „Greenwashing“ betrieben. Niemand weiß so recht, was der Begriff „Klimaneutralität“ eigentlich meint. Aus diesem Grund appelliere ich dringend, mehr Transparenz zu erzeugen, damit wirkliche Maßnahmen und Initiativen bei der ganzen Diskussion nicht „übersehen“ werden.

Dass dieses Buch in der vorliegenden Form zustande kam, ist auch der Verdienst meines engagierten Buchprojekt-Kernteams. Und so möchte ich an dieser Stelle ein herzliches Dankeschön aussprechen an Fabienne Bachmann, Tina Dippel, Sebastian Krug, Jochem Maliga, Thorsten Nennmann, Alexander Pötter und Corinna Steiner. Sie haben mit ihrer Expertise und Erfahrung aus zahlreichen Umsetzungsprojekten viele wertvolle Ideen beigeleitet, Impulse geliefert, einzelne Aspekte vertieft und für einen regen Gedankenaustausch gesorgt.

Bedanken möchte ich mich auch bei unseren Kunden. Bei all denjenigen Unternehmen, die sich auf den Weg gemacht und das Thema mit großer Energie vorangetrieben haben und weiter vorantreiben. Ohne diese Zusammenarbeit in ganz konkreten Projekten wäre auf den folgenden Seiten Vieles nur blanke Theorie. So jedoch können