

Klimawandelvermeidung und Anpassung im Transport- und Logistiksektor Deutschland, Österreich und Schweiz

CDP & CSC Klimawandel Branchenfokus 2014

20. März 2014



Highlights aus den Kapiteln

1

Klimawandel im größeren Kontext

17 der 18 Unternehmen haben das Thema Klimawandel bereits in ihre Geschäftsstrategie integriert. 13 haben dazu auch Anreizsysteme installiert, 12 berichten politische Lobbyarbeit.

2

Risiken und Chancen

Risiken durch Regulation dominieren mit 50% der Nennungen – und höheren Eintrittswahrscheinlichkeiten als die physischen Risiken. Verhaltensänderungen des Konsumenten ist die häufigst berichtete Chance.

3

Vermeidung und Anpassung

Nur ein Unternehmen berichtet nach außen über Anpassung. Eine Ableitung aus den beschriebenen Risiken zeigt Befürchtungen vor allem von Veränderungen des Niederschlags und der Wetterextreme auf.

4

Ziele und Maßnahmen

13 von 17 Unternehmen haben Ziele. Im Schnitt liegen diese 11% hinter Plan. 77% der Maßnahmen zur Emissionsreduktion rentieren sich in weniger als 3 Jahren auch finanziell.

5

Gesamtbewertung und Scoring

Nach Transparenz und Effektivität des Klimaschutzes schneiden Transport- und Logistiker im Mittel wie die DACH Region ab. Auffällig ist lediglich die 6%-Pkt. schlechtere Chancenwahrnehmung.

6

Empfehlungen für CEOs und Investoren

Klimaschutz ist Renditefaktor: bis zu 5.4% pro Jahr im Aktienkurs. Risiken werden mit angegebenem Ausmaß „niedrig“ bis „mittel“ potentiell unterschätzt.

4	Vorwort Paul Simpson, CEO, CDP
5	Das CDP
6	Vorwort Guy Brasseur, Direktor, CSC
7	Das Climate Service Center (CSC)
8	Executive Summary
12	Einleitung
16	Klimawandel im größeren Kontext
24	Risiken und Chancen
44	Klimawandelvermeidung und Anpassung
50	Ziele und Maßnahmen
64	Gesamtbewertung und Scoring
70	Empfehlungen für CEOs und Investoren
73	Kurzprofile Transport- und Logistikunternehmen
84	Beantworter der CDP Klimawandelanfrage 2013 in der DACH Region (Deutschland, Österreich und Schweiz), nur börsennotierte Teilnehmer
90	Akteure der Studie
93	Haftungsausschluss
94	Kontaktdaten Akteure

Vorwort Paul Simpson, CEO, CDP



Erstmals wurde 2013 die Grenze von 400ppm Kohlenstoffdioxid in der Atmosphäre überschritten und wir nähern uns mit 450ppm jenem Wert, der als Obergrenze gilt, um den bedrohlichen Klimawandel aufzuhalten. Zudem bestärkt das 5. Gutachten des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) die Notwendigkeit zum Handeln.

Die Sorge vor verheerenden Folgen des Klimawandels wächst mit sich aneinanderreihenden katastrophalen Wetterextremen - allein Hurrikan Sandy richtete einen Schaden von 42 Milliarden US-Dollar¹ an. Die arktischen Polkappen sind auf ein noch nie da gewesenes Minimum geschmolzen, und laut World Meteorological Organization waren die ersten zehn Jahre dieses Jahrhunderts die heißesten seit Aufzeichnungsbeginn.

Das Risiko sogenannter „stranded assets“ für Investoren verdeutlicht die Arbeit der Carbon Tracker Initiative. 80% der Kohle-, Öl- und Gasreserven dürften nicht verbrannt werden, wenn die Regierungen das globale Limit von höchstens 2°C Temperaturanstieg einhalten wollen. Dies wiederum hat weitreichende Auswirkungen auf die Portfolien von Investoren, besonders in Bezug auf die Bewertung von Unternehmen mit fossilen Brennstoffreserven.

Aus wirtschaftlicher Sicht gibt es ebenfalls starke Argumente für den Klimaschutz. Unser gemeinsam mit dem WWF veröffentlichter Bericht „The 3%-Solution“² zeigt, dass amerikanische Unternehmen ihre Emissionen um rund 3% pro Jahr im Zeitraum 2010 bis 2020 reduzieren und dadurch 780 Milliarden US-Dollar einsparen könnten.

Und auch Regierungen greifen zu neuen Maßnahmen: Die USA legen mit ihrem „Climate Action Plan“ einen neuen Fokus auf die Reduktion der Emissionen von Transport- und Logistikunternehmen; China entwickelt die Pilotierung eines „Cap-and-Trade“-Systems; in UK sind börsennotierte Unternehmen nun verpflichtet, ihre Treibhausgasemissionen offen zu legen, und die EU sucht nach Möglichkeiten, nicht-finanzielle Berichterstattungen zu verbessern.

Mit dem Hinzufügen des Themas Wälder zu Klima und Wasser decken unsere Programme nun 79% des gesamten Naturkapitals ab.³ In diesem Zuge fand auch unsere Umbenennung von „Carbon Disclosure Project“ in CDP statt, sowie die Fokussierung auf Projekte, die unternehmerisches Handeln anregen. Die hier vorliegende Studie zu den Risiken, Chancen, Strategien und Maßnahmen des Transport- und Logistiksektors in der wirtschaftlich stärksten Region Europas - Deutschland, Österreich und die Schweiz - ist ein zentraler Baustein auf diesem Weg. Wir wollen in eine der klimawandelrelevantesten Branchen tiefer hineinleuchten und gemeinsam mit dem Climate Service Center (CSC) nachhaltige Wirkung für noch effektivere Klimawandelvermeidung und Anpassung dieser Unternehmen erreichen. Eine andere Studie beschäftigte sich damit, wie Konzerne und Investoren auch die Gesetzgebung zum Klimawandel direkt beeinflussen, sowohl positiv als auch negativ. Hier will CDP mehr Transparenz schaffen.

Da die Nationen dieser Welt stets nach wirtschaftlichem Wachstum, geringer Arbeitslosigkeit und Sicherheit streben, haben Unternehmen die einzigartige Verantwortung, dieses Wachstum mit einem verantwortungsvollen Einsatz von natürlichen Ressourcen zu erzielen. Die Chancen sind enorm und es ist die einzige Art von Wachstum, die sich langfristig wirklich lohnt.

¹ New York State Hurricane Sandy Damage Assessment; Governor Andrew Cuomo; November 12, 2012
<http://www.governor.ny.gov/press/11262012-damageassessment>

² <https://www.cdproject.net/CDPResults/3-percent-solution-report.pdf>

³ Based on findings from the report Natural Capital at Risk: The Top 10 Externalities of Business, published by TEEB for Business Coalition in April 2013



Das Carbon Disclosure Project ist lebensnotwendig – und deswegen sollte jeder daran teilnehmen!

Bill Clinton,
42. Präsident
der USA



Das CDP

767 Investoren mit 92.000 Milliarden USD Anlagevermögen

CDP ist heute die weltweit größte Verbindung von Unternehmen und Investoren im Kampf gegen Klimawandel. Als unabhängige, gemeinnützige Organisation betreiben wir die einzige globale Berichtsplattform, durch die tausende von Unternehmen und Städte ihre Strategien zur Verringerung der Treibhausgasemissionen, Vermeidung von Wasserknappheit und Entwaldung messen und veröffentlichen. Im Namen von 767 institutionellen Investoren mit 92.000 Milliarden USD Anlagevermögen verfolgen wir die Mission, das globale Wirtschaftssystem zu transformieren, um Klimawandel zu verhindern und unsere natürlichen Ressourcen zu schonen. Dazu rücken wir vitale Klima- und Umweltparameter ins Zentrum von Entscheidungen - bei Investoren, Unternehmen, und politischen Entscheidungsträgern.

>4.500 Unternehmen berichten

Transparenz führt zum Handeln: die >4.500 Unternehmen, die 2013 dem CDP berichteten, repräsentieren 60% des derzeitigen Aktien-Börsenwertes der größten Börsen der Welt und trugen im Vorjahr zu einer Reduzierung der globalen Treibhausgasemissionen um mehr als 498 Mio. Tonnen CO₂e bei. Unsere mittlerweile weltweit größte Datenbank für Unternehmensstrategien zum Klimawandel umfasst über 10.000 berichtete Maßnahmen zur Emissionsminderung, von denen sich zwei Drittel bereits nach weniger als drei Jahren finanziell auszahlen.

Climate Disclosure und Performance Leaders finden weltweite Anerkennung

Unsere Transparenz- und Leistungsbewertungen bieten Entscheidungsträgern klare Leitlinien, sich mit einer der größten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts auseinanderzusetzen. Die Aktienkursrendite der Unternehmen mit den besten Ergebnissen, bekannt als Climate Disclosure- und Climate Performance Leaders, übertraf den globalen Standardindex FTSE Global 500 um 33%-Punkte seit 2006. Die CDP Datenbank ist bei Investoren stark nachgefragt: über Bloomberg werden sie jährlich 8,8 Mio. Mal eingesehen. CDP's Analysen und Berichte werden an >5.000 CEOs and Investoren weltweit verschickt, >30.000 Mal pro Jahr online abgerufen sowie weltweit tausendfach in der internationalen Presse zitiert, darunter in der New York Times, Wall Street Journal, Financial Times, FTD, Der Spiegel, Børsenzeitung und FAZ.



Die Arbeit des CDP ist entscheidend für den globalen Erfolg grünen Wirtschaftens im 21. Jahrhundert. Als anerkannter Standard für detaillierte Unternehmensberichterstattung über Klima- und Emissionsdaten macht das CDP die Macht der Information und des Investorengagements nutzbar, um Unternehmen zu effektiverem Handeln gegen Klimawandel zu bewegen.

Ban Ki-Moon,
UN-Generalsekretär



Es ist ein enorm wichtiger Schritt, wenn Investoren den Klimawandel aktiv in ihre Entscheidungen einbeziehen. Ich wünsche dem Carbon Disclosure Project bei der weiteren Etablierung in Deutschland und weltweit viel Erfolg.

Dr. Angela Merkel,
deutsche
Bundeskanzlerin



www.cdp.net
www.klimaranking.de

Vorwort von Prof. Dr. Guy Brasseur – Direktor des Climate Service Center (CSC) am Helmholtz-Zentrum Geesthacht



Es wird zunehmend deutlich, dass der Klimawandel auch in Deutschland Unternehmen vor neue Herausforderungen stellt, die zu bewältigen sind. Gleichzeitig birgt er aber auch Chancen, die ergriffen werden können. Daraus entsteht neben dem Klimaschutz zunehmend auch ein Handlungsbedarf zur Anpassung an die heute bereits unvermeidlichen und zukünftig zu erwartenden Folgen des Klimawandels – sowohl dahingehend, Risiken möglichst abzumildern, aber auch, um Chancen rechtzeitig ergreifen zu können.

Anpassungsmaßnahmen unterscheiden sich von Vermeidungsmaßnahmen in erster Linie dadurch, dass sie sich jeweils an den spezifischen Gegebenheiten vor Ort orientieren müssen. Sie sind also in der Regel von Fall zu Fall neu auszugestalten. Das führt dazu, dass sie deutlich komplexer sind als Aktivitäten zur Vermeidung von Treibhausgasemissionen, was ihre passgenaue Ausgestaltung und Umsetzung ebenfalls erschwert. Von den möglichen Auswirkungen des Klimawandels wird eine Vielzahl gesellschaftlicher Bereiche betroffen sein und es stellt sich die Frage, wie sie bestmöglich auf die anstehenden Veränderungen vorbereitet werden können.

Das Ausmaß, wie sehr einzelne Unternehmen durch den Klimawandel beeinflusst werden, ist sehr unter-

schiedlich und macht unternehmensspezifische Anpassungskonzepte erforderlich. Durch frühzeitiges Handeln können die Kosten dafür in vielen Fällen erheblich verringert werden. Auch wird es im Zuge dessen zunehmend wichtiger, Synergien zwischen Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel zu identifizieren. Vielen Unternehmen fehlen derzeit jedoch beispielsweise noch Erfahrungen oder ein Referenzrahmen zum Vergleichen, Lernen und Verbessern. Hier besteht eine zentrale Aufgabe des Climate Service Center (CSC) darin, den aktuellen Stand des Wissens aus der Forschung neutral, verständlich und individuell für Kunden aufzubereiten und beispielsweise im Dialog mit Unternehmen entsprechende Orientierungshilfen zur Bewältigung des Klimawandels zu erarbeiten und bereitzustellen.

Ein Beispiel für eine aktuelle Aktivität mit einem unmittelbaren Unternehmensbezug ist ein Projekt zur Erarbeitung einer Synthese von Klimawissen und Branchenwissen, um so konkrete Fragestellungen zu möglichen Anpassungsstrategien an den Klimawandel für die Unternehmen zu beantworten. Die zentralen Ergebnisse werden so aufbereitet, dass die Entscheidungsträger in Unternehmen sie dann als Wissensgrundlage für die Ausgestaltung ihrer strategischen Unternehmensausrichtung im Hinblick auf die zukünftigen Anforderungen des Klimawandels verwenden können.

Darin eingebunden ist als zentraler Bestandteil auch die hier vorliegende Studie, die hervorragende Erkenntnisse zum Klimawandelanpassungs- und Vermeidungsverhalten des Transport- und Logistiksektors in Deutschland, Österreich und der Schweiz liefert. Damit können umfassende und detaillierte Einblicke in das Management von klimawandelbezogenen Risiken, Chancen, Strategien, Geschäftspraktiken, Zielen und Maßnahmen gewonnen werden.

Daher bin ich mir sicher, dass die Wirkung dieser Analyse des CDP weit über die Studie hinausgeht und die notwendige nachhaltige Wirkung der Ergebnisse bei relevanten Stakeholdern wie insbesondere Unternehmen, Investoren und Entscheidungsträger aus der Politik erzielt wird.

Climate Service Center (CSC)

Das im Auftrag der Bundesregierung 2009 gegründete Climate Service Center (CSC) bildet eine Schnittstelle zwischen der Forschung zum Klimawandel und den Nutzern von Klimawissen. Es ist eine nationale forschungsnahe Einrichtung des Helmholtz-Zentrums Geesthacht mit Sitz in Hamburg. Das CSC stellt wissenschaftlich fundierte, bedarfsgerechte Informationen, Produkte und Dienstleistungen bereit, um die Gesellschaft bei der Anpassung an den Klimawandel zu unterstützen. Es wendet sich dabei vor allem an Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Verwaltung und Politik. Zudem soll das CSC der Wissenschaft neue Impulse geben und ermitteln, wo zusätzlicher Forschungsbedarf besteht. Daran arbeitet ein interdisziplinäres Team, welches sich beispielsweise aus Klimawissenschaftlern, Ökonomen, Politikwissenschaftlern und Kommunikationsspezialisten zusammensetzt.

Das CSC ist eine Initiative im Rahmen der „Hightech-Strategie zum Klimaschutz“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) und wird von diesem gefördert. Außerdem ist das Climate Service Center integraler Bestandteil der Deutschen Anpassungsstrategie an den Klimawandel, die zum Aufgabenbereich des Bundesumweltministeriums (BMUB) gehört.

Im Hinblick auf die Entwicklung bedarfsorientierter Produkte und Dienstleistungen verfolgt das CSC insbesondere die Ziele, das Verständnis des Klimawandels zu erhöhen, beim Erkennen von Risiken und Chancen zu helfen und Entscheidungen zur Anpassung an den Klimawandel zu unterstützen. Das CSC ist eine gemeinnützige Einrichtung des Helmholtz-Zentrums Geesthacht. Es stellt frei zugängliche Informationen bereit, die für alle Nutzer kostenlos sind. Darüber hinaus werden exklusive, maßgeschneiderte Dienstleistungen und Informationen angeboten, die kostenpflichtig sind. Ein besonderer Schwerpunkt von Dienstleistungen für Unternehmen ist eine individuelle Beratung beispielsweise im Rahmen des CSC-Anfragenservice. Dieses Beratungsangebot wurde implementiert, um klimawandelbezogene Fragen aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung kundenspezifisch zu beantworten.

Umfassende Informationen zum CSC und seinem Produktportfolio sowie zu laufenden und abgeschlossenen Projekten, Veranstaltungen und Publikationen finden sich auf der Homepage www.climate-service-center.de.



Eine Einrichtung des Helmholtz-Zentrums Geesthacht

Executive Summary

In dieser Studie werden achtzehn große Transport und Logistikunternehmen der DACH Region (Deutschland, Österreich und Schweiz) hinsichtlich ihrer wahrgenommenen Risiken und Chancen des Klimawandels betrachtet sowie ihre Strategien, Ziele und Maßnahmen im Umgang mit Vermeidung und Anpassung auf den Klimawandel analysiert.

Die ausgewählten Transport- und Logistikunternehmen sind DB Schenker¹, Deutsche Lufthansa AG, Deutsche Post AG, Flughafen München GmbH, Flughafen Wien AG, Flughafen Zürich AG, Fraport AG, Hamburger Hafen und Logistik AG, Hermes Europe GmbH, Kuehne + Nagel International AG, Kuoni Travel Holding Ltd., Österreichische Post AG, Panalpina AG, TUI AG und Wheels Logistics GmbH & Co. KG. Die Antworten von drei teilnehmenden Unternehmen sind vertraulich und werden daher nicht namentlich genannt².

¹ Dies ist der offizielle Name des Unternehmens ohne Rechtsform.

² Teilnehmer des CDP Supply Chain Programms, die als Zulieferer von Großkonzernen angefragt werden, dürfen ihre Antworten als vertraulich kennzeichnen, was beinhaltet, dass CDP auch über den Namen des Unternehmens Stillschweigen bewahrt.

Veränderung von Regulierungen und gesellschaftlicher Werte und physische Folgen der klimatischen Veränderungen stellen jetzt schon und vermehrt in den kommenden Jahren eine zentrale Herausforderung auch für die Transport- und Logistikunternehmen dar.

Grundlage der Analyse waren die CDP Klima-Berichterstattungen des Jahres 2013 (Ausnahme: Hermes Europe GmbH, hier CDP 2012) sowie öffentlich verfügbare Nachhaltigkeitsberichte und Unternehmens-Webseiten. Dabei flossen in aggregierte Analysen jeweils alle Unternehmen ein, in Zitaten und Einzelnennungen aus den CDP Berichten nur die als öffentlich abgegebenen Antworten (alle bis auf Deutsche Lufthansa AG, Flughafen Wien AG, Flughafen Zürich AG, Kuoni Travel Holding Ltd.) sowie die drei vertraulichen Teilnehmer.

Klimawandel im größeren Kontext

17 von 18 der untersuchten Transport- und Logistikunternehmen haben das Thema Klimawandel in ihre Geschäftsstrategie integriert, was darauf schließen lässt, dass sie einen gewissen Handlungsdruck spüren. Dennoch ist ein deutlicher Unterschied im Stellenwert des Themas bei den Unternehmen zu erkennen. So sprechen 6 der 18 Unternehmen zwar ausführlich über Umweltschutzmaßnahmen, das Thema Klimawandel und -schutz wird aber kaum angesprochen. Auch gehen die Unternehmen unterschiedlich konsequent mit dem Thema um, wie wir an den unterschiedlichen Strukturen sehen können: 78% der Unternehmen haben die Verantwortung für Klimawandel direkt auf die Vorstandsebene oder an den Vorstand berichtende Komitees gelegt. 72% der Unternehmen haben Anreizsysteme – monetär oder nicht-monetär – installiert, die sich größtenteils nicht nur auf die Mana-

ger/Managementebene erstrecken, sondern alle Mitarbeiter einbeziehen. 67% der Unternehmen versuchen nach Möglichkeit, Einfluss auf mit dem Klimawandel verbundene Unsicherheiten zu nehmen: 12 von 14 Unternehmen, die angaben, signifikante regulatorische Risiken für ihr Unternehmen zu sehen, sind politisch engagiert. Nur ein Unternehmen gab an durch Forschungsaufträge unsichere Auswirkungen frühzeitig erkennen zu wollen und systematisch zu behandeln. Für das Handlungsfeld Klimawandel gibt es in den Unternehmen keine separaten Risikomanagementprozesse. Stattdessen managen 78% der Unternehmen Klimawandelrisiken innerhalb des bestehenden Risiko-Prozesses.

Risiken und Chancen

Alle bis auf ein Unternehmen befassen sich mit den konkreten Risiken und Chancen des Klimawandels:

CDP-Antworten zeigen, dass die betrachteten Transport- und Logistikunternehmen Änderungen des regulatorischen Umfelds mit 50% der Risiken Nennungen gegenüber physischen und anderen Risiken akzentuieren. Die drei meistgenannten regulatorischen Risiken sind Emissionshandelssysteme, Benzin/Energie-Steuer und Emissionsberichterstattungspflichten. Den Unternehmen sind jedoch ebenfalls physische Risiken des Klimawandels bewusst: die drei am häufigsten genannten beziehen sich auf Veränderungen der Extreme (Niederschlagsextreme und Dürren, Temperaturextreme) und verursachte Veränderung der natürlichen Ressourcen. Als wichtigste Chance begreifen die Unternehmen überwiegend die Veränderung des Konsumentenverhaltens. Das weist darauf hin, dass die Transport- und Logistikunternehmen das Potenzial erkennen, mittels klimafreundlicher Produkte Marktanteile zu gewinnen.

Kapitalmarktbezogenheit

Die Kapitalmarktwirkung spielt derzeit noch eine sehr geringe Rolle bei Risikoanalysen. Nur 22% der Unternehmen sprachen überhaupt kapitalmarktbezogene Risiken an. Von 93 Risikoauswirkungen betreffen nur 6,5 % explizit den Kapitalmarkt. Rund 11% der Transport- und Logistikunternehmen berichtet Chancen mit Bezug auf den Kapitalmarkt.

Zeitraumen, Eintrittswahrscheinlichkeit und Ausmaß bei Eintritt

Von den insgesamt 96 berichteten Risiko-Nennungen, denen ein Zeithorizont zugewiesen wurde, wird bei über vier Fünftel (82%) der Eintritt bereits heute oder im Verlauf der nächsten fünf Jahre erwartet. Ähnlich ist es bei den Chancen: auch hier werden die meisten im kurzfristigen Zeithorizont (Heute bis fünf Jahre) gesehen (73%). Dabei werden 66% der Risiken und 83% der Chancen eine hohe Eintrittswahrscheinlichkeit bemessen und in der Spanne zwischen „Sehr wahrscheinlich“ bis „Mehr wahrscheinlich wie unwahrscheinlich“ gesehen. In dieser Spanne dominieren insbesondere die regulatorischen Risiken. Die physischen Risiken dagegen fallen mit sehr hohem Anteil (66%) in den mittleren Bereich zwischen „Wahrscheinlich“ und „Gleich wahrscheinlich wie unwahrscheinlich“. Dieses Ergebnis ist insofern nicht verwunderlich, als Maßnahmen der Gesetzgebung, wie zum Beispiel Emissionshandelssysteme, bereits etabliert sind und Einfluss auf die Transport- und Logistikunternehmen

ausüben. Dagegen sind Klimamodelle und meteorologische Prognosen zum Teil mit höheren Unsicherheiten behaftet. Das potenzielle Ausmaß bei Eintritt der Risiken wird mit überwiegend mit „Mittel“ (31%) und „Niedrig-mittel“ (28%) bewertet. Nur 25% werden in der Spanne „Mittel-hoch“ bis „Hoch“ eingestuft. Die Unternehmen schätzen die potenziellen Risiken, die durch die physischen Veränderungen einhergehen als eher niedriger ein als höher, tun sie aber nicht komplett ab.



Die Bedeutung des Klimaschutzes nimmt stetig zu: Unter anderem durch das weltweit erhöhte Verkehrsaufkommen und die damit verbundenen Auswirkungen steigender CO₂-Emissionen. Insbesondere für Logistikunternehmen ist das eine große Herausforderung.

DB Schenker



Quelle:

http://www.dbschenker.com/file/2503482/data/td_ecoplus.pdf



Executive Summary

Klimawandelvermeidung und Anpassung

Vermeidungsstrategien und -maßnahmen stehen für die betrachteten Transport- und Logistikunternehmen im Vordergrund ihrer Aktivitäten zur Begegnung des Klimawandels. So ist zu konstatieren, dass lediglich ein Unternehmen von konkreten Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel in seinem Nachhaltigkeitsbericht spricht. So ist es ausschließlich die Österreichische Post AG, die von konkreten Maßnahmen berichtet, um auf physische Gefahren des Klimawandels vorbereitet zu sein. Bei den genannten Anpassungsmaßnahmen geht es im spezifischen um Gebäudeschutz hinsichtlich Wetterfestigkeit und Mitarbeitersicherheit vor Witterungsverhältnissen.

Quellen für Klimainformationen und Klimaparameter

Die Unternehmen greifen insbesondere auf das Greenhouse Gas Protocol und die ISO 14064-1 Norm zurück, um ihre Emissionsquellen zu erfassen und die Daten entsprechend darzustellen. Aus den genannten Risiken lässt sich ableiten, dass vor allem Veränderungen des Niederschlags als auch Wetterextreme – sowohl der Temperaturen als auch der Niederschlagsmuster – bei den deutschsprachigen Transport- und Logistikunternehmen beobachtet werden.

Ziele

Obwohl alle bis auf eines der in dieser Studie betrachteten Transport- und Logistikunternehmen das Thema Klimawandel in ihrer Unternehmensstrategie integriert haben, setzten sich fünf Unternehmen keine Emissionsreduktionsziele zur Klimawandelvermeidung. Von den 13 Unternehmen mit Vermeidungszielen haben 31% ausschließlich absolute Ziele, 46% ausschließlich Intensitätsziele und 23% einen Mix aus beiden Zielarten definiert. Insgesamt wurden von allen Unternehmen 34 Zielmarken gesetzt, darunter 50% absolute Ziele und 50% Intensitätsziele. Das mehr Unternehmen ausschließlich Intensitätsziele bevorzugen, könnte an externen Faktoren wie Wirtschaftswachstum und Gesamtnachfrage liegen, die sich zu einem großen Teil der Einflussnahme der Unternehmen entziehen. So sind Treibhausgasemissionen pro Euro Jahresumsatz leichter zu steuern als der absolute Gesamtausstoß. Im Durchschnitt liegen die gesetzten Ziele 11%-Pkt. hinter dem selbstgesetzten Zeitplan. 55% der gesetzten Reduktionsziele enden bereits im Jahr 2015 oder früher, weitere 42% enden bis 2020. 47% der Ziele haben eine jährliche Emissionsreduktion von 2,5% oder mehr. Zu beachten ist hierbei, dass die geplanten Emissions-

reduktionen je nach Maßnahmen nicht linear über den Zeithorizont verlaufen müssen.

Maßnahmen

Alle Unternehmen haben Maßnahmen zur Reduktion von CO₂-Emissionen ergriffen. Das größte Einsparpotenzial wird von den Unternehmen durch Emissionsreduktionsmaßnahmen im Transportbereich erwartet. Aber auch CO₂-arme Energiequellen versprechen ein großes Potenzial an Emissionsreduktion. Erfreulich ist in diesem Zusammenhang, dass sich 97% der Investitionen auch schon innerhalb der nächsten zehn Jahre amortisieren, 77% sogar schon innerhalb drei Jahren. Maßnahmen, die dem globalen Klimaschutz dienen, können sich demnach auch positiv auf den Unternehmensgewinn auswirken und das oft schon sogar nach vergleichsweise kurzer Zeit.

Zentrale Treiber

Die zentralen Treiber, um auf klimawandelbedingte Anforderungen zu reagieren, lassen sich aus den für die Maßnahmen erforderlichen Investitionsmitteln ableiten. Primär wird aus Gründen der Energieeffizienz, finanzieller Optimierung und Mitarbeiterengagement agiert – dies sind die Hauptgründe, die die Unternehmen zum Handeln bewegen.

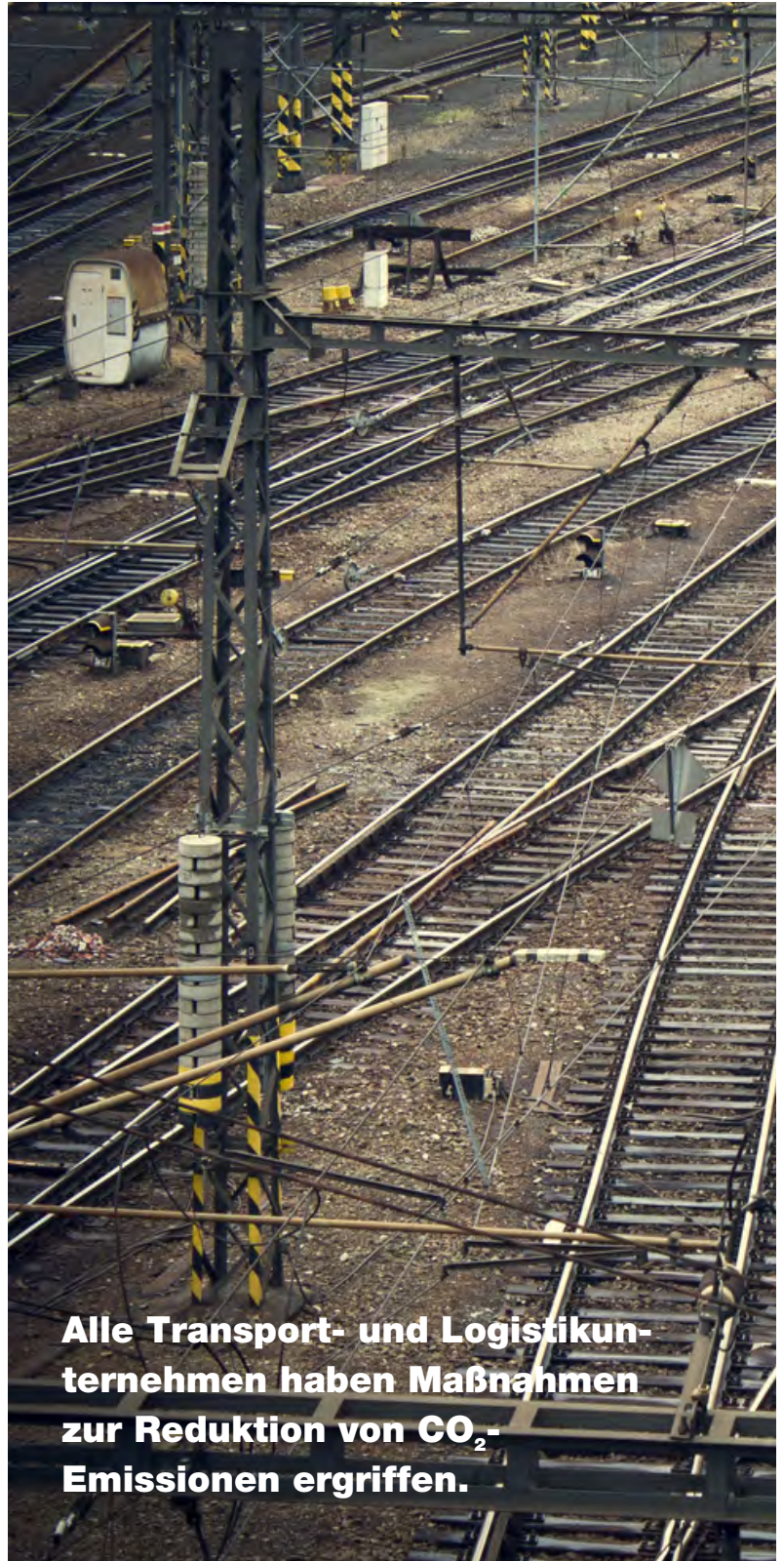
Gesamtbetrachtung und Scoring

Die betrachteten Transport- und Logistikunternehmen schneiden bezogen auf Klimastrategie-Transparenz („Disclosure“) und Effektivität des Klimaschutzes („Performance“) im Mittel besser ab als der Durchschnitt der DACH Region: Der CDP Climate Disclosure Score der Transport- und Logistikunternehmen liegt 1%-Punkt und der CDP Climate Performance Score 4%-Punkte höher.

Allerdings gibt es Aufholbedarf in folgenden Teilbereichen: Bei den Risiken und Chancen des Disclosure Scores sind die betrachteten Unternehmen 4%-Punkte hinter dem Durchschnitt der Unternehmen in der DACH Region. Im Performance Score liegen die Unternehmen im Bereich Risiken 1%-Punkt, bei den Chancen sogar 6%-Punkte hinter dem DACH Durchschnitt zurück. Hier sollten Investoren und CEOs aufhorchen! Die Begegnung sowohl von Risiken als auch die Wahrnehmung von Chancen ist wesentlich, um Strategien in Bezug auf Klimawandel und damit auch zur Sicherung des eigenen Geschäftserfolges voranzutreiben.

Empfehlungen für CEOs und Investoren

Klimawandelvermeidung und -anpassung erfordern sowohl ein Vorstands-Bekenntnis als auch die Verantwortung des Themenfeldes auf oberster Ebene. Dies ist bei 14 von 18 betrachteten Unternehmen bereits realisiert, nur 1 der 18 Transport- und Logistikunternehmen berichten jedoch auch explizite Anpassungsstrategien. Dabei führt die Nicht-Beschäftigung mit Klimawandel schon heute zu Renditeverlust am Aktienmarkt – wie am Beispiel schweizer CDP-Nicht-Teilnehmer ersichtlich, die 5,4% pro Jahr hinter dem Leitindex SMI hinterherhinken. Zur Auseinandersetzung mit Klimawandel gehören auch klare Zielsetzungen – diese führen nach CDP Daten nicht nur zu einer um fast 2% effektiveren Auswahl von Senkungsmaßnahmen pro Jahr, sondern auch zu einer fast 1% höheren finanziellen Rendite auf die nötige Investition pro Maßnahme und Jahr. Besonders, da 82% aller berichteten Risiken der Transport- und Logistikunternehmen mit Angabe des Zeithorizonts bereits kurzfristig, d.h. heute und in den nächsten 5 Jahren erwartet werden. Unterschätzen Sie dabei aufkommende Risiken und Chancen nicht: Die durchschnittliche Einschätzung des erwarteten Ausmaßes als eher „niedrig“ bis „mittel“ bei einer Branche, die durch Klimawandel stark durcheinander gewirbelt werden kann, irritiert. Setzen Sie sich mit Vermeidung und Anpassung auseinander, implementieren Sie Ziele und Maßnahmen und unterlegen Sie Auswirkungen mit Finanzzahlen – denn das ist letztendlich die Sprache von CEOs, CFOs und Investoren.



Alle Transport- und Logistikunternehmen haben Maßnahmen zur Reduktion von CO₂-Emissionen ergriffen.

Einleitung

- ▶ **Wie bedeutsam sind die in dieser Studie betrachteten Transport- und Logistikunternehmen im Gesamtkontext der Treibhausgasemissionen der Länder Deutschland, Österreich und Schweiz?**
- ▶ **Wie unterscheiden sich die Geschäftsmodelle und die Klimaschutzstrategien?**
- ▶ **Was ist das Ziel dieser Studie und warum wurden gerade diese Unternehmen als Betrachtungsbasis ausgewählt?**

Im Licht der globalen Erwärmung befinden sich die Transport- und Logistikunternehmen im Fokus des öffentlichen Interesses. Der Transport- und Logistiksektor verursacht rund 15% der weltweiten CO₂-Emissionen. Bis 2020 werden auf den stetig wachsenden Verkehr sogar bis zu 22% des CO₂-Aufkommens entfallen (Quelle: World Resource Institut). CDP und CSC wollen wissen: machen 18 große Transport- und Logistikunternehmen der DACH-Region (Deutschland, Österreich und die Schweiz) ernst – mit Klimawandel-Vermeidung und Anpassung? Die für diese Studie ausgewählten Unternehmen sind Beantworter der CDP Klimawandelanfrage und repräsentieren insgesamt 40 Millionen Tonnen direkte Emissionen (Scope 1).

Branchenselektion

CDP arbeitet in der Branchen-Kategorisierung von Unternehmen mit dem vor allem im Börsenbereich global weit verbreiteten GICS Standard, der 4 Gliederungsebenen hat, die mit 10 Sektoren auf der obersten Ebene beginnen und mit 154 Sub-Branchen auf der untersten Ebene enden. Das übliche Verständnis von Transport & Logistik reicht dabei von Güter-, aber auch Personenbeförderung („Transport“) hin zu Organisation von Transportprozessen und Lieferketten („Logistik“). Nach dem GICS Standard finden sich hierunter ausschließlich Unternehmen des Sektors "Industrials".

Abweichend zu dieser üblichen Begrenzung haben wir uns für dieses Studienvorhaben entschieden, auch touristisch orientierte Betreiber von Fluglinien und Schiffen, wie die TUI AG in die Analyse einzubeziehen. Es ist heutzutage bei vielen Unternehmen schwer abzugrenzen, ob der Transport einem Geschäfts- oder

privaten Zweck, wie Tourismus dient; auch klassische Transport- und Logistikunternehmen, wie Lufthansa oder der Hamburger Hafen befördern wirtschaftliche wie private Güter genauso wie Personen, die beruflich oder als Tourist unterwegs sind. Allesamt sind aber dem Klimawandel unterworfen – als Auslöser sowie als der, der sich Veränderungen anpassen muss.

Gesamtkontext

Verstärkte staatliche Regulierungen hinsichtlich CO₂-Emissionen nötigen die Unternehmen zur Anpassung von Geschäftsmodellen und Strategien. Z.B. müssen europäische Luftfahrzeugbetreiber seit Januar 2012 als Folge des EU-Parlamentsbeschlusses aus dem Jahr 2008, für jede ausgestoßene Tonne Kohlendioxid eine Emissionsberechtigung abgeben. Desweiteren gibt es Euro-Normen der Europäischen Union für Lkws und es wurden Umweltzonen eingerichtet. Auch findet ein wachsender Wettbewerb aufgrund einer höheren Sensibilisierung der Kunden für den Klimaschutz und für „Grüne Produkte“ statt, die einen zusätzlichen Druck auf die Unternehmen ausüben, sich verstärkt für Klimaschutzthemen einzusetzen und es in ihre Unternehmensstrategie zu integrieren. Es ist für jedes Unternehmen daher unabdingbar, sich auf die durch den Klimawandel entstehenden Risiken und Chancen vorzubereiten. Große gesamtgesellschaftliche Bedeutung in diesem Kontext entsteht für die Unternehmen zusätzlich, da die Transport- und Logistikbranche wichtige Infrastruktur repräsentiert, deren Beeinträchtigung zu nachhaltig wirkenden Versorgungsengpässen führen kann.

Studienziel

Ziel dieser Studie ist daher, die seitens der Transport- und Logistikunternehmen Deutschlands, Österreichs und der Schweiz schon wahrgenommenen Risiken und Chancen zu verstehen, aber auch detaillierte Einblicke in Strategien, Ziele und Maßnahmen im Umgang mit Klimawandel zu gewinnen und daraus Empfehlungen für Vermeidung und Anpassung abzuleiten. Daher soll diese Studie auch zu einem besseren Verständnis von grundsätzlichen Möglichkeiten der Kombination einer Reduzierung von Treibhausgasemissionen mit der Anpassung an die heute bereits unvermeidlichen und zukünftig zu erwartenden Folgen des Klimawandels im Rahmen konkreter Maßnahmen beitragen.

Selbstverständlich sind einige Unternehmen in diesem Prozess bereits weiter fortgeschritten als andere. Unternehmen, die sich bereits seit mehreren Jahren mit der Problematik des Klimawandels beschäftigen, sind im Management der sich daraus ergebenden Risiken und Chancen sowie möglicher Anpassungsstrategien weiter als die, die sich erst seit kurzem mit dieser Problematik beschäftigen. Das gilt für große wie kleine Unternehmen gleichermaßen: natürlich können große Unternehmen mehr Ressourcen zum Management der Auswirkungen des Klimawandels zur Verfügung stellen als kleine Unternehmen, dafür profitieren Mittelständler dank geringerer Komplexität und Breite der Geschäftsmodelle von größerer Überschaubarkeit und weniger Quellen der Datenerhebung.

Datenbasis für Studie

Viele Transport- und Logistikunternehmen nehmen bereits seit mehreren Jahren kontinuierlich an der CDP Berichterstattung teil. Das Bemühen der Unternehmen um Transparenz wird hier in deutlich, genauso wie die immer mehr steigende Datenverlässlichkeit für die nutzenden Stakeholder. Grundlage der Analyse waren die CDP Klima-Berichterstattungen des Jahres 2013 sowie öffentlich verfügbare Nachhaltigkeitsberichte und Unternehmens-Webseiten. Dabei flossen in aggregierte Analysen jeweils alle Unternehmen ein, bei Zitierten und Einzelnennungen aus den CDP Berichten nur die als öffentlich abgegebenen Antworten (Nicht öffentlich: Deutsche Lufthansa AG, Flughafen Wien AG, Flughafen Zürich AG, Kuoni Travel Holding Ltd) sowie die 3 vertraulichen Teilnehmer.

Bedeutung der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen für die Emissionen der DACH Region

DB Schenker

Umsatz: 20.300 Mio. Euro

Mitarbeiter: 96.000

DB Schenker ist mit mehr als 2000 Standorten weltweit der führende Anbieter für integrierte Logistik im deutschen Markt. Die Geschäftsbereiche DB Schenker Rail und DB Schenker Logistics bündeln die Transport- und Logistikaktivitäten der Deutschen Bahn AG im Landverkehr, bei der Luft- und Seefracht, im Schienenverkehr sowie in der Kontraktlogistik und dem Supply Chain Management. CO₂-Reduzierungen erreicht DB Schenker beispielsweise durch Energieeffizienz und Ausbau erneuerbarer Energien. Das Unternehmen setzt sich zudem für den Klimaschutz ein, durch Unterstützung von Forschungsprojekten und Mitgliedschaft in Klimaschutzverbänden.

Deutsche Lufthansa AG

Umsatz: 30.100 Mio. Euro

Mitarbeiter: 117.000

Die Geschäftsbereiche der Deutschen Lufthansa AG gliedern sich auf in Passagierbeförderung, Luftfracht und Dienstleistungen für Fluggesellschaften. Die Basis ist der Passagierverkehr als internationale Airline, die mehr als 100 Millionen Fluggäste pro Jahr befördert. Lufthansa Cargo ist im internationalen Luftfrachtverkehr einer der Marktführer. Die Deutsche Lufthansa AG forciert durch die Modernisierung ihrer Flotten die Reduzierung des Treibstoffverbrauchs und der CO₂-Emissionen. Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen in der Klimaforschung und hat beispielsweise das erste IAGOS (In-service Aircraft for a Global Observing System) Klimaforschungsflugzeug in Dienst gestellt. Neben der routinemäßigen Erfassung von atmosphärischen Spurenstoffen sollen Aerosole und Wolkenteilchen gemessen werden. Ziel ist der Aufbau einer weltweiten Messinfrastruktur zur Beobachtung der Erdatmosphäre mit Hilfe der zivilen Luftfahrt.

Deutsche Post AG

Umsatz: 55.500 Mio. Euro

Mitarbeiter: 428.287

Die Deutsche Post AG ist ein weltweit führendes Logistikunternehmen. Im Rahmen seines Umweltschutzprogramms GoGreen setzt das Unternehmen Umwelt-

Einleitung

ziele, die sich auf die Verringerung der größten Auswirkung ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt konzentriert, die CO₂-Emissionen. Um diese zu verringern, setzt die Deutsche Post AG u.a. auf ihre über 8.500 Fahrzeuge mit umweltfreundlichen Antrieben.

Flughafen München GmbH

Umsatz: 1.900 Mio. Euro

Mitarbeiter: 30.000

Der Flughafen München belegt im europäischen Vergleich mit 38,4 Millionen Passagieren pro Jahr den 7. Platz. Das Unternehmen will bis zum Jahr 2020 CO₂-neutral wachsen und bis 2014 44.000 Tonnen CO₂ einsparen. Das Unternehmen will bis zum Jahr 2020 CO₂-neutral wachsen und bis 2014 44.000 Tonnen CO₂ einsparen. Hierzu wurde 2009 ein konzernweites CO₂-Reduzierungsprojekt mit vier zentralen Handlungsfeldern definiert: eine nachhaltige Energiebereitstellung, die effiziente Nutzung der benötigten Energie, die Förderung des Verantwortungsbewusstseins der Mitarbeiter sowie nachhaltiges Bauen. Mit der Nutzung von Fernwärme aus Biomasse und der bestehenden Kraft-Wärme-Kälte-Kopplung will der Flughafen eine möglichst effiziente und klimaschonende Energieversorgung sicherstellen.

Flughafen Wien Aktiengesellschaft

Umsatz: 607 Mio. Euro

Mitarbeiter: rund 20.000

Die Flughafen Wien AG ist einer der wenigen börsennotierten Flughäfen in Europa. Für rund 22,2 Millionen Passagiere war der Flughafen Wien im Jahr 2012 Ausgangs- oder Endpunkt ihrer Reise. Die Flughafen Wien AG ist Mitglied im Netzwerk AERONET, das sich für Fortschritte in der Flugzeug- und Triebwerkstechnologie im Hinblick auf Reduktionspotenziale der CO₂- und Schadstoffemissionen im gesamten Luftverkehrssystem engagieren.

Flughafen Zürich AG

Umsatz: 777 Mio. Euro

Mitarbeiter: 1.600

Der Schutz des Klimas gehört zu den Fokusthemen der Flughafen Zürich AG. Das Unternehmen hat sich konkrete Ziele gesteckt, um den eigenen CO₂-Ausstoß erheblich zu reduzieren. Bis zum Jahr 2020 soll der CO₂-Ausstoß auf 30.000 Tonnen und bis zum Jahr 2030 auf 20.000 Tonnen pro Jahr beschränkt werden und dies trotz einer voraussichtlich weiteren deutlichen Zunahme der Verkehrsleistung und Infrastruktur des Flughafens.

Fraport AG

Umsatz: 2.440 Mio. Euro

Mitarbeiter: 21.000

Die Fraport AG gehört international zu den führenden Unternehmen im Airport-Business und betreibt mit dem Flughafen Frankfurt eines der bedeutendsten Luftverkehrsdrehkreuze der Welt. Der Klimaschutz zählt zu den wichtigsten Umweltthemen der Fraport AG. Das Unternehmen arbeitet daran die Emissionen klimarelevanter Gase zu reduzieren und hat im Jahr 2008 Aktivitäten zum Klimaschutz in einem Projekt zusammengefasst. Es umfasst Energiesparmaßnahmen im Bestand von Gebäuden und Infrastruktur, die effiziente Energienutzung bei Neubauten sowie die Reduktion des Energieverbrauchs beim unternehmenseigenen Fuhrpark konzentriert. Ein umfassendes CO₂-Controlling dient zur Überprüfung aller Klimaschutzmaßnahmen.

Hamburger Hafen und Logistik AG

Umsatz: 847 Mio. Euro

Mitarbeiter: 4.915

Die Hamburger Hafen und Logistik AG ist ein Netzwerk aus Containerterminals, Transportsystemen, Logistikdienstleistungen und Logistikimmobilien. Die sich daraus ergebene logistische Kette soll helfen das Klima zu schonen. Die HHLA setzte sich das Ziel, den Ausstoß von CO₂ pro umgeschlagenen Container bis zum Jahr 2020 um mindestens 30 Prozent zu mindern (Basisjahr 2008). Im Jahr 2012 wurden insgesamt sieben neue verbrauchs- und schadstoffreduzierte VanCarrier in Betrieb genommen. Diese Fahrzeuge verbrauchen pro Betriebsstunde bis zu 25 % weniger Diesel als die Vorgängermodelle, die sie nach und nach ablösen.

Hermes Europe GmbH

Umsatz: 1.928 Mio.

Mitarbeiter: 11.000

Die Hermes Europe GmbH mit Sitz in Hamburg gehört zu den erfolgreichsten Logistikunternehmen Europas. Das Unternehmen liefert die Waren zu Land, zu Wasser oder durch die Luft. Die Hermes Logistik Gruppe sieht vor, den CO₂-Verbrauch bis 2020 an den Standorten um mindestens 50% und in der Distributionslogistik um 30% zu senken. Hierzu hat die Hermes Europe GmbH seit 2012 insgesamt 120 Mio. Euro in den Bau von insgesamt 18 Niederlassungen investiert. An zehn Logistikstandorten setzt man zur Beheizung Biomasse und zur Stromversorgung Sonnenenergie ein.

Kuehne + Nagel International AG

Umsatz: 304 Mio. Euro

Mitarbeiter: 63.000

Die Kuehne + Nagel International AG, gegründet in Bremen, ist eines der weltweit führenden Logistikunternehmen. 2010 wurde die Kuehne + Nagel International AG mit dem „Carbon Trust Standard“ ausgezeichnet, der für die erfolgreiche Messung und das Management bei der Reduktion von Kohlendioxidemissionen verliehen wird. Das Unternehmen will innerhalb der nächsten drei Jahre die Emissionen um 4,1 Prozent senken. Dies soll u.a. durch die Einführung ressourcenschonender Maßnahmen und das effektive Emissionsmanagement inklusive jährlicher Reduktionsziele erreicht werden.

Kuoni Travel Holding Ltd.

Umsatz: 5.850 Mio. Euro

Mitarbeiter: 13.000

Die Kuoni Travel Holding Ltd. ist ein globaler Reisedienstleister mit Hauptsitz in Zürich, der weltweit in 100 Ländern aktiv ist. Das Unternehmen hat vor, ihre eigenen Emissionen und die in der Wertschöpfungskette zu reduzieren, inklusiver die ihrer Kunden und ihrer Destinationen. Hierzu betreibt das Unternehmen Klimakompensation. Der Fluggast bezahlt für den berechneten Treibhausgas-Ausstoß während ihrer Reise einen bestimmten Geldbetrag, der in Klimaschutzprojekte investiert wird.

Österreichische Post AG

Umsatz: 2.400 Mio. Euro

Mitarbeiter: 23.181

Die Österreichische Post AG ist der landesweit führende Logistik- und Postdienstleister. Zu den Hauptgeschäftsbereichen zählen die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien und Paketen. Das Filialnetz der Österreichischen Post AG zählt zu den größten Privatkundennetzen des Landes. Die von der Österreichischen Post AG angebotenen Services erfolgen seit 2011 CO₂-neutral. Um ihren ökologischen Fußabdruck weiter zu minimieren hat sich die AG das Ziel gesetzt, ihre CO₂-Emissionen um weitere 20% von 2010 bis 2015 zu reduzieren und jährliche Kompensation der verbleibenden Emissionen durchzuführen. Hierzu wurden im Jahr 2012 viele Maßnahmen in den Bereichen Fuhrpark und Gebäude durchgeführt. Der Strombezug wurde auf ausschließlich erneuerbare Energien umgestellt und die Elektromobilität im Fuhrpark ausgebaut. Darüberhinaus finden der Aufbau und

die Verbesserung des zentralen Umweltmanagementsystems statt und Stakeholder und Mitarbeiter werden für das Thema Umwelt- und Klimaschutz sensibilisiert.

Panalpina AG

Umsatz: 5.500 Mio. Euro

Mitarbeiter: 16.000

Die Panalpina Group ist eines der weltweit führenden Transport- und Logistikdienstleister mit Sitz in der Schweiz. Das Unternehmen kombiniert Luft- und Wasserfracht, hat 500 Büros in mehr als 70 Ländern und arbeitet mit Partnern in 90 Ländern. PanGreen ist eine globale Initiative von Panalpina AG um Panalpina's Umweltfähigkeiten zu erweitern und um zur globalen Senkung der CO₂ Emissionen beizutragen. Das Programm besteht aus zwei Schlüsselpunkten: Eco-Transport und Eco-Verbrauch.

TUI AG

Umsatz: 18.500 Mio. Euro

Mitarbeiter: 74.000

Die TUI AG ist mit den drei Geschäftsbereichen TUI Travel (Veranstalter-, Vertriebs-, Flug- und Zielgebietsaktivitäten), TUI Hotels & Resorts und TUI Kreuzfahrten, Europas führender Touristikonzern. Die Reduktion des Treibhausgases CO₂, ebenso wie Klimafolgenabschätzung sind Schwerpunktbereiche des Umweltengagements des Unternehmens. Man strebt nach der Identifikation von Reduktionspotenzialen entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette um Emissionsreduktionsmaßnahmen abzuleiten. Beispielsweise sollen mit der Versorgung durch e-power die CO₂-Emissionen bei der Stromerzeugung im Hafen um bis zu 25 Prozent gesenkt werden. Die TUI AG steht zum Thema Klimaschutz und nachhaltige Mobilität in Dialog mit Politik, Wissenschaft, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und anderen gesellschaftlichen Gruppen.

Wheels Logistics GmbH & Co. KG

Umsatz: 46 Mio. Euro

Mitarbeiter: 300

Wheels Logistics GmbH & Co. KG bietet Transport-, Produktions- und Lagerlogistik in ganz Europa. Das Unternehmen hat ein ganzheitliches Green Supply Chain Management sowie gesamtheitliche Logistikkonzepte.

Klimawandel im größeren Kontext

- ▶ **17 der 18 untersuchten Transport- und Logistikunternehmen haben das Thema Klimawandel in ihre Geschäftsstrategie integriert.**
- ▶ **14 von 18 Unternehmen haben die Verantwortung für Klimawandel direkt auf die Vorstandsebene oder an den Vorstand berichtende Komitees gegeben.**
- ▶ **13 von 18 Unternehmen haben Anreizsysteme – monetär oder nicht-monetär – installiert. Diese beziehen nicht nur Manager, sondern auch andere Mitarbeiter mit ein.**
- ▶ **12 von 14 Unternehmen, die den Klimawandel direkt in ihr Risikomanagement integriert haben, betreiben politische Lobbyarbeit.**
- ▶ **Klimawandel wird bei 14 von 18 Unternehmen innerhalb der bestehenden Risikomanagementprozesse behandelt. Es gibt keine separaten Risikomanagementprozesse für Klimawandel.**

In diesem ersten Kapitel soll eingeschätzt werden, welchen Stellenwert das Thema Klimawandel für die 18 Transport- und Logistikunternehmen im Fokus der Studie hat. Konkret wurde untersucht, ob der Klimawandel für die Unternehmen ein Risiko wie jedes andere darstellt, oder ob ihm eine besondere Bedeutung zukommt und wie mit dem Thema im Geschäft umgegangen wird. Einbezogen wurden hierzu nicht nur die Antworten der Unternehmen aus der CDP Berichtserstattung zur Bewertung, sondern auch die Nachhaltigkeitsberichte der Unternehmen sowie die Informationen die diese auf ihren Homepages bereitstellen. Wer sind die für das Thema Klimawandel verantwortlichen Personen und Komitees im Unternehmen? Ist das Thema Klimawandel ein integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie und des Risikomanagements? Engagieren sich die Unternehmen für Aufklärung und Vermeidung des Klimawandels auf politischer Ebene oder unterstützen sie in anderer Hinsicht die Klimawandelvermeidung?

17 der 18 untersuchten Transport- und Logistikunternehmen haben das Thema Klimawandel in ihre Geschäftsstrategie integriert. Somit steht fest: die Unternehmen verspüren einen zunehmenden Handlungsdruck sich mit dem Thema Klimawandel zu beschäfti-

gen. Dieser mag intrinsisch ausgelöst sein, um einen Beitrag zum gemeinsamen Umweltschutz zu leisten oder extrinsisch, um den Anforderungen, die auf die Unternehmen aufgrund von politischen und marktwirtschaftlichen Veränderungen zukommen, standzuhalten. DB Schenker z.B. hat den Anspruch führender grüner Logistikdienstleister zu werden und Transportwachstum nicht mit Wachstum von CO₂-Ausstoß gleichzustellen. Dennoch ist ein deutlicher Unterschied im Stellenwert des Klimathemas bei den Unternehmen zu erkennen. So sprechen 6 der 18 Unternehmen zwar ausführlich über Umweltschutzmaßnahmen, das Thema Klimawandel und -schutz wird aber kaum angesprochen. Wie konsequent die Unternehmen mit dem Thema umgegangen sind, ist sehr unterschiedlich ausgeprägt. Die Österreichische Post AG ist dabei als positives Beispiel hervorzuheben. So spricht das Unternehmen nicht nur über die Verantwortung, die es zur Vermeidung des Klimawandels übernimmt, sondern auch über die Risiken, die die Klimaveränderungen für sie bergen und wie sie diesen Gefahren mit konkreten Zielen und Maßnahmen entgegen wirken können.

2-1 Positivbeispiel 1- Stellenwert des Klimawandels Flughafen München AG Wesentlichkeitsmatrix

„Die abgebildete Matrix zeichnet sich dadurch aus, dass sie Themen – sowohl für die Anspruchsgruppen des Unternehmens als auch für die FMG selbst – priorisiert und in einer Darstellung zusammenführt. Die Wertigkeit dieser Themen wird durch eine jährlich stattfindende Onlinebefragung der Anspruchsgruppen erfasst. Eine größere Bedeutung wurde den Themen „Mitarbeiterzufriedenheit“, „Ressourcenschonung und Effizienzsteigerung“ sowie „Wissenstransfer und Innovation“ zugesprochen, während der Punkt „Compliance“ an Bedeutung verlor. Um die Relevanz der Themen für die Flughafen München GmbH zu ermitteln, wurden die Führungskräfte des Konzerns und der Tochterunternehmen befragt.“ Quelle: CR Bericht 2012, S. 36.



2-2 Positivbeispiel 2 - Stellenwert des Klimawandels Fraport AG Wesentlichkeitsmatrix

Wesentlichkeitsmatrix



„Auf Basis der Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) und im Dialog mit relevanten Anspruchsgruppen wurden zunächst relevante Themen definiert und diese anschließend von internen und externen Experten gewichtet. Das Ergebnis war eine Wesentlichkeitsmatrix mit 17 Handlungsfeldern, die die Bedeutung verschiedener Themen für externe Stakeholder und für Fraport miteinander in Relation setzt. Jedes der Themen wird durch seine Position innerhalb der Kriterien „Relevanz für Fraport“ und „Relevanz für Stakeholder“ gewichtet. Da sich die Relevanz

der einzelnen Themen im Zeitverlauf ändern kann, wurde zu jedem Thema eine zusätzliche Einschätzung des Bedeutungstrends vorgenommen.“

Quelle: <http://nachhaltigkeitsbericht.fraport.de/nachhaltigkeitsmanagement/nachhaltigkeitsstrategie/#wesen>

Klimawandel im größeren Kontext

Strategie & Verantwortlichkeiten

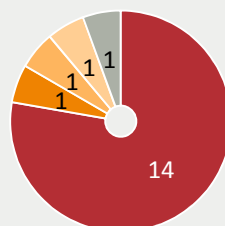
Unternehmen, die Klimarisiken glaubhaft und effektiv managen wollen, müssen entsprechende Strukturen in ihrer Unternehmensorganisation schaffen. „Wahrer“ Klimaschutz ist Teil der Unternehmensstrategie, nicht nur der Kommunikations- und Umweltabteilungen. Die Hauptverantwortung für klimarelevante Themen sollte daher beim Vorstand liegen. Im Idealfall verantwortet der Vorstand oder ein an ihn berichtendes Gremium aus den Geschäftseinheiten die Klimastrategie und trifft grundlegende Entscheidungen, die dann in allen Bereichen und auf allen Ebenen des Unternehmens implementiert und umgesetzt werden.

Von den 17 Unternehmen, die den Klimawandel in ihre Unternehmensstrategie integriert haben, haben 14 die Verantwortlichkeit auf der obersten Hierarchiestufe angesiedelt, d.h. die Verantwortung liegt direkt bei einem oder mehreren Vorstandsmitgliedern oder bei einem direkt vom Vorstand eingesetzten Komitee (Grafik 2-3).

2-3 Verantwortung für Klimawandelthemen im Unternehmen

Angaben in Anzahl Unternehmen

- Person(en) des Vorstands oder vom Vorstand beauftragtes Komitee
- Kein(e) Person(en) oder Komitee mit Verantwortung für Klimawandelthemen
- Senior Manager
- Andere Manager
- Keine Angaben



18 Unternehmen

Climate change and sustainability have increasingly been taken as key activities in Kuehne + Nagel, today the subject is of essential discussion in each Management Board meeting. The people within the Organization responsible for climate change and sustainability are:

1. Global Head of Corporate Development - Reporting to the Company CEO
2. Global Head of Environment - Reporting to the Global Head of Corporate Development

Additionally Kuehne + Nagel has established a corporate team dedicated to climate change and environmental projects, the responsibility to develop our environmental, energy and waste policies falls now in the hands of the Kuehne + Nagel Quality Expert Team Environment (QETE)

**Kuehne + Nagel
International AG**

Anreizsysteme

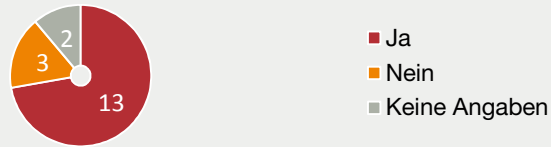
Konsequent strategisch agieren kann nur, wer seine Ziele konsistent auch in Strukturen und Prozesse übersetzt und seine Mitarbeiter möglichst wenigen Interessenkonflikten zwischen Zielen aussetzt. Deswegen gehört die Integration von verschiedenen Klimaschutzzielen in die Bonus- und Anerkennungsschemata für Manager und andere Mitarbeiter (kurz: Anreizsysteme) zu den wichtigsten Stellschrauben, nach denen gerade Investoren immer wieder fragen. Dabei geht es nicht nur um Verhaltenssteuerung und Motivation der Mitarbeiter, sondern auch um Glaub-

würdigkeit und Verbesserung der Wahrscheinlichkeit, Klimaziele auch zu erreichen. Management und Mitarbeiter sollen für klimawandelbezogene Themen sowie für das Management und die Erreichung von Klimaschutzziele nicht nur sensibilisiert, sondern wirklich auch belohnt werden. Klimaschutzbezogene Anreizsysteme sind im Nachhaltigkeitskontext aber nicht unumstritten, denn der Klimaschutz im Unternehmen sollte idealerweise freiwilligen Charakter besitzen und aus der intrinsischen Motivation des Managements aber auch der Mitarbeiter heraus entstehen.

13 von 18 Unternehmen gaben an, Anreize für das Management von klimawandelbezogenen Themen sowie die Erreichung von Klimaschutzziele zu setzen (Grafik 2-4). Dabei überwiegen stark die monetären Anreize im Vergleich zu nicht-monetären Anreizen (Grafik 2-6).

2-4 Anreizssysteme

Angaben in Anzahl Unternehmen



18 Unternehmen

2-5 Anreizmethoden

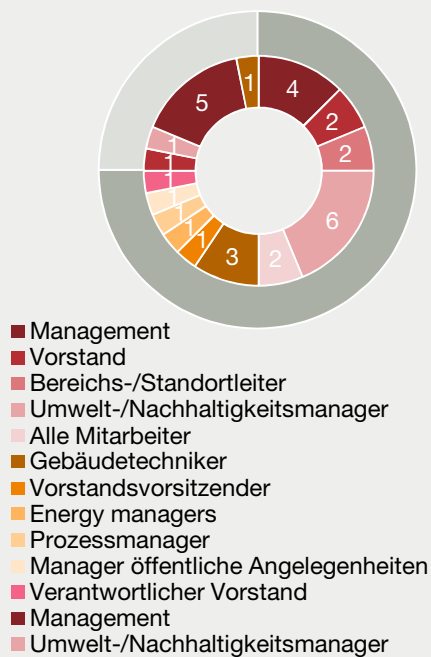
Angaben in Anzahl Unternehmen



13 Unternehmen
 3 Unternehmen haben kein Anreizsystem
 2 Unternehmen machten keine konkreten Angaben

2-6 Anreizmethode und Begünstigte

Angaben in Anzahl Nennungen



13 Unternehmen
 3 Unternehmen haben kein Anreizsystem
 2 Unternehmen machten keine konkreten Angaben



Beispiel nicht-monetärer Anreize: Alle Mitarbeiter

We set up the "Living Responsibility Fund" which supports our employees' volunteer work in local community projects with a focus on either climate change, education or disaster preparedness. A jury decides which projects are granted financial support. The individual funding amount, which is donated directly to the non-profit organizations responsible for the initiative, is based on the number of total hours that the employees invest in the volunteer project. In 2012, funding was granted to 104 projects in 48 countries, involving 9,000 employees and 61,000 hours of volunteer work.

Deutsche Post AG



Klimawandel im größeren Kontext

Kontakt und Dialog mit der Politik

Der nachhaltigkeitsorientierte Dialog zwischen Unternehmen und der Politik hat sich in den vergangenen Jahren intensiviert. Es herrscht weitestgehend Konsens darüber, dass globale Herausforderungen wie der Klimawandel nur in Verantwortungspartnerschaften von Wirtschaft und Politik angegangen werden können. Klimaschutz kann so auch ein Impulsgeber für wirtschaftliches Wachstum sein. Wenn Unternehmen die Politik auffordern, regulatorische Rahmenbedingungen zu schaffen, die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft fördern und vor allem die für Investitionsentscheidungen benötigte Planungssicherheit gewährleisten, geschieht das natürlich nicht immer nur mit dem Blick auf die globale Verhinderung von Klimawandel. Oftmals versuchen die Unternehmen auch, die eigenen Geschäftsinteressen zu beschützen. Nicht selten tun sich dabei Spannungsfelder zwischen den Interessen von Aktionären, Mitarbeitern, der Gesellschaft – repräsentiert durch Umweltverbände – und anderer Stakeholder auf.

Vor dem Hintergrund, dass die analysierten Unternehmen regulatorische Risiken am öftesten berichten (Kapitel 03 Grafik 3-1), ist daher politisches Engagement fast gleichbedeutend mit dem managen von Risiken. 12 von 14 Unternehmen, die angaben signifikante regulatorische Risiken für ihr Unternehmen zu sehen, sind politisch engagiert. Dabei steht die verbindliche Emissionsberichterstattung an erster Stelle der Themenfelder für Einflussnahme, die von allen 4 Unternehmen, die sich hier engagieren, voll oder nur mit geringfügigen Adaptionsvorschlägen unterstützt wird ("support" or "support with minor exceptions") - eine Ermutigung für die Politik, hier endlich durch verpflichtende Berichterstattung eine einheitliche Basis für Emissionssenkungen und Vergleiche zu schaffen.

Über das direkte politische Engagement hinaus ist auch die Mitgliedschaft in Verbänden, die eine Position zur Klimawandel-Gesetzgebung vertreten sowie die Förderung von Forschungsorganisationen, die einen Beitrag zum Klimaschutz leisten, eine mögliche Chance für Unternehmen, sich dem Thema anzunehmen und es aktiv zu lenken. Hier weicht die Berichterstattung in den CDP Berichten von den Angaben in den eigenen Nachhaltigkeitsberichten deutlich ab. Die CDP Berichterstattung ergab, dass 4 der betrachteten Unternehmen Verbänden mit Positionen zum Klimawandel beigetreten sind (Grafik 2-9). Bezieht man jedoch

die Nachhaltigkeitsberichte der Unternehmen mit ein, so sind es doch deutlich mehr, die sich in dieser Hinsicht engagieren. Bei 14 Unternehmen konnten hier Angaben über Mitgliedschaften in Verbänden mit Position zum Klimawandel gefunden werden.

Und obwohl nur ein Unternehmen in der CDP Berichterstattung angab externe Forschungsorganisationen zu fördern um Vermeidungsstrategien und Anpassungsmaßnahmen für den Klimawandel zu entwickeln (Grafik 2-8), ergab die Recherche der Nachhaltigkeitsberichte, dass weitere neun (also insgesamt 10) dies tun.



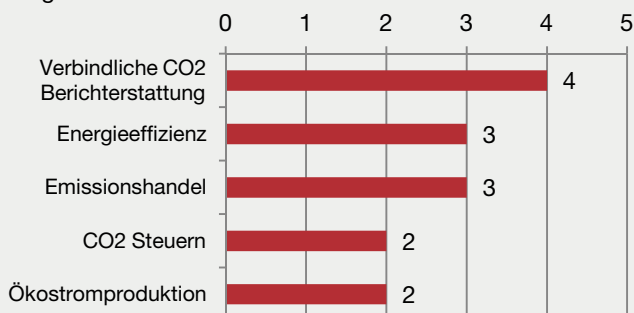
TUI AG has been publicly supportive of mandatory carbon reporting for businesses to aid their transparency and comparability of reported data. For example, TUI welcomes the opportunity to compare its key GHG metrics with its peers. Nevertheless, German companies can currently apply to the German Sustainability Co-dex on a voluntary basis.

TUI AG



2-7 Themenfelder für politische Einflussnahme

Angaben in Anzahl Unternehmen



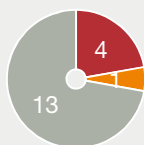
7 von 12 Unternehmen: 5 Unternehmen machten keine Detailangaben zu ihrer Lobbyarbeit

2-8 Mitgliedschaft in Verbänden mit Position zur Klimawandelgesetzgebung

Angaben in Anzahl Unternehmen

a) Quelle: CDP Berichterstattung

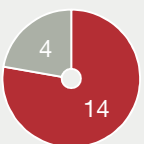
- Ja
- Nein
- Keine Angabe



18 Unternehmen

b) Quelle: Nachhaltigkeits- und Geschäftsberichte

- Ja
- Keine Angaben



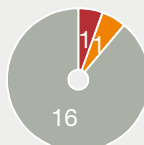
18 Unternehmen

2-9 Förderung von Forschungsorganisationen um Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Klimawandel voranzutreiben

Angaben in Anzahl Unternehmen

a) Quelle: CDP Berichterstattung

- Ja
- Nein
- Keine Angabe



18 Unternehmen

b) Quelle: Nachhaltigkeits- und Geschäftsberichte

- Ja
- Keine Angabe



18 Unternehmen



Beispiele Lobbyarbeit:
Verbindliche CO₂-Berichterstattung

Kuehne + Nagel today is the only Logistics company reporting to the Carbon Trust Standard. The Carbon Trust Standard is a mark of excellence awarded to organisations in recognition of their measurement, management and reduction of carbon emissions.

Kuehne + Nagel International AG



Beispiel Lobbyarbeit: Energieeffizienz

The German Federal Government has asked the BDI (Federation of German Industry) to provide support and feedback regarding the energy transformation and the increase of energy efficiency in Germany. TUI AG participated – among other representatives of various companies - in this peer review.

TUI AG



Beispiel Lobbyarbeit: Emissionshandel

We support a fast implementation of a global framework for a market-based approach at tangible cost. That is why we generally support the introduction of the inclusion of aviation activities into the European Emissions Trading System (EU-ETS) as a first step towards an earmarked pricing of greenhouse gas emissions. We supported this through consultations and by fulfilling all requirements on time.

Deutsche Post AG



Klimawandel im größeren Kontext

Integration der Risiken und Chancen in das Risikomanagement

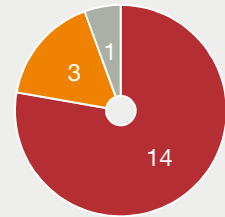
Für ein zuverlässiges Risikomanagement ist die rechtzeitige und systematische Identifikation der eigenen Betroffenheit sowie der zu erwartenden Chancen und Risiken durch den Klimawandel notwendig. Die Integration von Klimarisiken in alle unternehmerischen Entscheidungsprozesse ist für Unternehmen dabei die Kür. An der Gestaltung dieses Prozesses lässt sich der Stellenwert des Themas Klimawandel innerhalb des Unternehmens ablesen. Ziel einer strategischen Unternehmensplanung ist es, potenzielle Risiken lange vor wesentlichen Geschäftsentscheidungen abzuschätzen. Das Risikomanagement sollte daher integraler Bestandteil bei der Planung und Umsetzung der Geschäftsstrategie sein und Risiken, die mit dem Klimawandel assoziiert werden, beinhalten. Im Idealfall gibt es einen speziell auf den Klimawandel zugeschnittenen Risikomanagementprozess oder eine vollständige Integration von Klimawandelrisiken in die bestehenden Risikomanagementprozesse.

14 von 18 Unternehmen haben das Thema Klimawandel in ihr Risikomanagement integriert. Kein Unternehmen hat einen eigenständigen, speziell auf den Klimawandel zugeschnittenen Risikomanagementprozess etabliert. Eine mögliche Begründung hierfür könnte die gestiegene Expertise im Unternehmen bezüglich klimarelevanter Themen sein, die einen eigenständigen Prozess überflüssig macht, ohne dabei den individuellen Steuerungsmechanismus zu gefährden.

2-10 Integration ins Risikomanagement

Angaben in Anzahl Nennungen

- Ja
- Nein
- Keine Angabe



18 Unternehmen



2-11 Beispiele Risikomanagement der betrachteten Unternehmen

(Nicht mit aufgelistet: 7 Unternehmen nicht öffentlich, 1 Unternehmen hat Klimawandel nicht im Risikomanagement integriert, 2 Unternehmen machten keine Angaben)

Unternehmen	Risikomanagementstrategie
Deutsche Post AG	"Our global business is included in the scope of the process of our Group-wide opportunity and risk control system described in our Annual Report. This includes all possible climate change related risks and opportunities at company and asset level are covered by this process (e.g. no type of risk or opportunity is excluded)."
Flughafen München GmbH	"Our risk management covers all aspects of sustainability – environmental, economic and social – on which financial impacts are estimated. All Risks are individually assessed without being clustered into different categories. External risks such as terroristic events, natural catastrophes and the possible outbreak of diseases have a low to very low probability of occurrence, but would result in significant economic impacts."

Fraport AG	<p><i>"The type of risks and opportunities considered by the process regulatory, reputational and weather-related. Frankfurt Airport has an Environmental Management System verified by EMAS (European Regulation (EC) Nr. 761/2001 of the European Parliament and of the Council dated March 19, 2001, allowing voluntary participation by organizations in the Community Eco Management and Audit-Scheme). This EMS (Environmental Management System) in accordance to EMAS was implemented in 1999 and in addition, the EMS is certified according to ISO 14001 since 2002. Fraport AG takes part in the Airport Carbon Accreditation (ACA) of the ACI Europe (Airport Council International) since 2009. Airport Carbon Accreditation is a concept to present and to manage climate gas emissions of some European airports. With this EMS we can guarantee a best-possible, up-to-date performance measurement system, which makes it possible for us to identify our opportunities and risks concerning the climate change. The intended audience of the Output of the EMS (Environmental Statement and Sustainability Report) include interested public, business partners, customers, residents around the airport and politicians. The reports are published annually."</i></p>
Hamburger Hafen und Logistik AG	<p><i>"Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA) has its own risk assessment department which regularly (on a quarterly basis) analyses possible risks to the company. This includes climate change risks. The corporate sustainability department regularly monitors possible upcoming rules and regulations in conjunction with climate change. Our sales organisation regularly analyses possible customer behavior changes. Possible risks and opportunities are categorized according to their possible impact in Euro and their likeliness. Our executive management team regularly (quarterly) receives reports from the risk assessment department. Financial implications are being modelled into our five year planning process. This includes possible changes in rules and regulations. It also considers investment into flood protection."</i></p>
Kuehne + Nagel International AG	<p><i>"In 2011 the Kuehne + Nagel's risk management process included a section for determining risks and opportunities regarding climate change. The concept behind this process is to identify and prioritize within all Kuehne + Nagel Business Units, regions and countries, the most critical (for our logistics operations) environmental risks and opportunities that need to be audited, monitored and controlled. Once the audit unit has completed the assessment, recommendations are made to the Global Head of Environment and when necessary escalated to the Kuehne + Nagel Management Board. Environment metrics are measured against the Corporate Controlling system ACON (Company financial system). Corporate controlling provides the business office number (BON) list twice a year for updating the overall number of branches and the monthly reporting. the final number is locked for a period of six months."</i></p>
Österreichische Post AG	<p><i>"In principle, all major events and developments (legal, regulatory, technical, financial and climatic) within and outside of the company, which could have a positive or negative impact on the company's ability to achieve its business targets, are recorded and evaluated within the context of the risk management system."</i></p>
Panalpina AG	<p><i>"As of 2009, Panalpina has achieved global certification according to the ISO 14001 framework, reflecting their commitment to the highest level of environmental responsibility. This certification was achieved through the PanGreen program, launched internally at the end of 2008. PanGreen is a corporate-wide initiative to, among other things, measure and monitor the environmental impacts of the company's global operations. Part of the ISO 14001 management process is the systematic identification of risks and opportunities. Globally, there are 40 health, safety and environment representatives in place at Panalpina. These representatives review on an annual basis the compliance of Panalpina's operations with local legislation and laws. Internal audits are performed by more than 100 trained auditors, and 1,665 on-site inspections were carried out in 2012. These representatives are also responsible for providing guidance and advice regarding environmental issues. Identified risks at an asset level are reported to the local senior management. Risks at the global company level are assessed as part of regular reviews by the corporate head of Health, Safety, and Environment and the COO."</i></p>
TUI AG	<p><i>"Scope of the process: The risk management covers the following types of risks: Business risks, risks from financial investments in Container Shipping, financial risks, environmental risks, personnel risks, other risks as well as risks related to future developments. In order to align the approach of CDP and TUI AG's risk management, the five categories of likelihood and impact used within a major sub-group of TUI Group have been transferred to the eight categories of likelihood and the five categories of "magnitude of impact" (excluding "unknown") of CDP."</i></p>

Risiken und Chancen

- **Es werden doppelt so viele Risiken wie Chancen genannt.**
- **Risiken durch Änderungen des regulatorischen Umfelds dominieren mit 50% der Nennungen. Die Top 3 der regulatorischen Nennungen sind Emissionshandelssysteme, Benzin/Energie-Steuern und Emissionsberichterstattungspflichten.**
- **Top 3 der physischen Risiken: 1) Veränderung der Niederschlagsextreme und Dürren, 2) Veränderung der Temperaturextreme und 3) verursachte Veränderung der natürlichen Ressourcen.**
- **Veränderung des Konsumentenverhaltens wird am häufigsten als Chance genannt.**
- **Kapitalmarktwirkung spielt derzeit noch eine sehr geringe Rolle.**
- **Bei vier Fünftel (82%) der berichteten Risiken wird der Eintritt heute oder im Verlauf der nächsten fünf Jahre erwartet.**
- **66% der Risiken und 83% der Chancen werden als „Sehr wahrscheinlich“ bis „Mehr wahrscheinlich wie unwahrscheinlich“ betrachtet. Das potenzielle Ausmaß bei Eintritt der Risiken wird mit überwiegend „Mittel“ (31%) und „Niedrig-mittel“ (28%) bewertet.**
- **Den regulatorischen Risiken werden höhere Eintrittswahrscheinlichkeiten zugeordnet als den physischen Risiken.**
- **Die Einführung von Emissionsberichterstattungspflichten wird im Mittel als sehr wahrscheinlich bewertet und sowohl als Risiko als auch, erfreulicherweise, als Chance gesehen. Eine Ermutigung für die Gesetzgeber.**



Risiken durch Natur- bzw. Unwetterkatastrophen

Durch den fortschreitenden Klimawandel könnte es zu einer Zunahme von Naturkatastrophen kommen. Wetterbedingte Phänomene wie starker Regen, Hagel, Erdbeben, Hochwasser etc. könnten häufiger auftreten. Konsequenzen und Folgererscheinungen sind v.a. Sach- und Personenschäden. Es entsteht zusätzlicher Instandsetzungs- und Instandhaltungsbedarf. Zudem ist die Österreichische Post gesetzlich verpflichtet, die flächendeckende Versorgung mit Post-Dienstleistungen sicherzustellen. Falls diese durch Naturkatastrophen über einen Zeitraum nicht gewährleistet werden kann, könnten zusätzliche finanzielle Verpflichtungen entstehen.

Österreichische Post AG

Quelle: Nachhaltigkeitsbericht 2012, S. 13.

Sollen Managementstrategien im Umgang mit dem Klimawandel analysiert werden, so stellt sich die Frage nach der grundsätzlichen Wahrnehmung der Unternehmen bezüglich potenzieller Risiken und Chancen, die sich aus klimawandelbedingten Veränderungen ergeben. CDP unterscheidet zwischen regulatorischen, physischen sowie anderen Risiken beziehungsweise Chancen.

Regulatorische Risiken & Chancen

Europäische und nationale Gesetzgeber versuchen, Klimawandel zu bekämpfen, indem durch Gesetze und Vorschriften Anreize gesetzt werden heute schon klimafreundlich zu agieren. Dies hat direkte Auswirkungen auf Unternehmen. So sollen z. B. die im Kyoto-Protokoll festgeschriebenen Emissionsreduktionsziele

durch die Implementierung eines Marktes für Emissionszertifikate erreicht werden. Durch die Internalisierung externer Kosten werden Preis-, Kosten- und Investitionsentscheidungen beeinflusst. Hieraus lassen sich Risiken, aber auch Chancen für betroffene Unternehmen ableiten.

Physische Risiken & Chancen

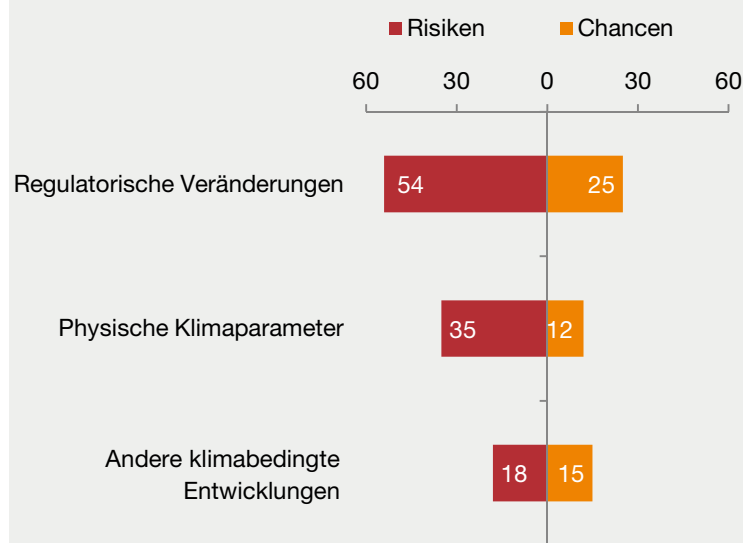
Unter physischen Risiken und Chancen werden jene Auswirkungen des Klimawandels verstanden, die z. B. auf Grund von Temperatur- und Niederschlagsänderungen sowie vermehrter extremer Wettervorkommnisse direkte Auswirkungen auf Unternehmen haben.

Sonstige Risiken & Chancen

Risiken und Chancen, die teilweise direkt, teilweise indirekt, durch die Existenz von Klimawandel entstehen jedoch weder als physisch noch als regulatorisch einzuordnen sind, finden sich in der Kategorie „Sonstige“. Das können Reputations- und Wettbewerbsrisiken oder -chancen sein, aber auch kapitalmarktbezogene Folgen. Reagieren Unternehmen nicht oder nicht ausreichend mittels verschiedener Maßnahmen, um Klimarisiken zu reduzieren, können sie einen Wettbewerbsnachteil erleiden bzw. einen Wettbewerbsvorteil bei vorzeitiger Reaktion erlangen.

3-1 Risiken und Chancen im Vergleich

Angaben in Anzahl Nennungen

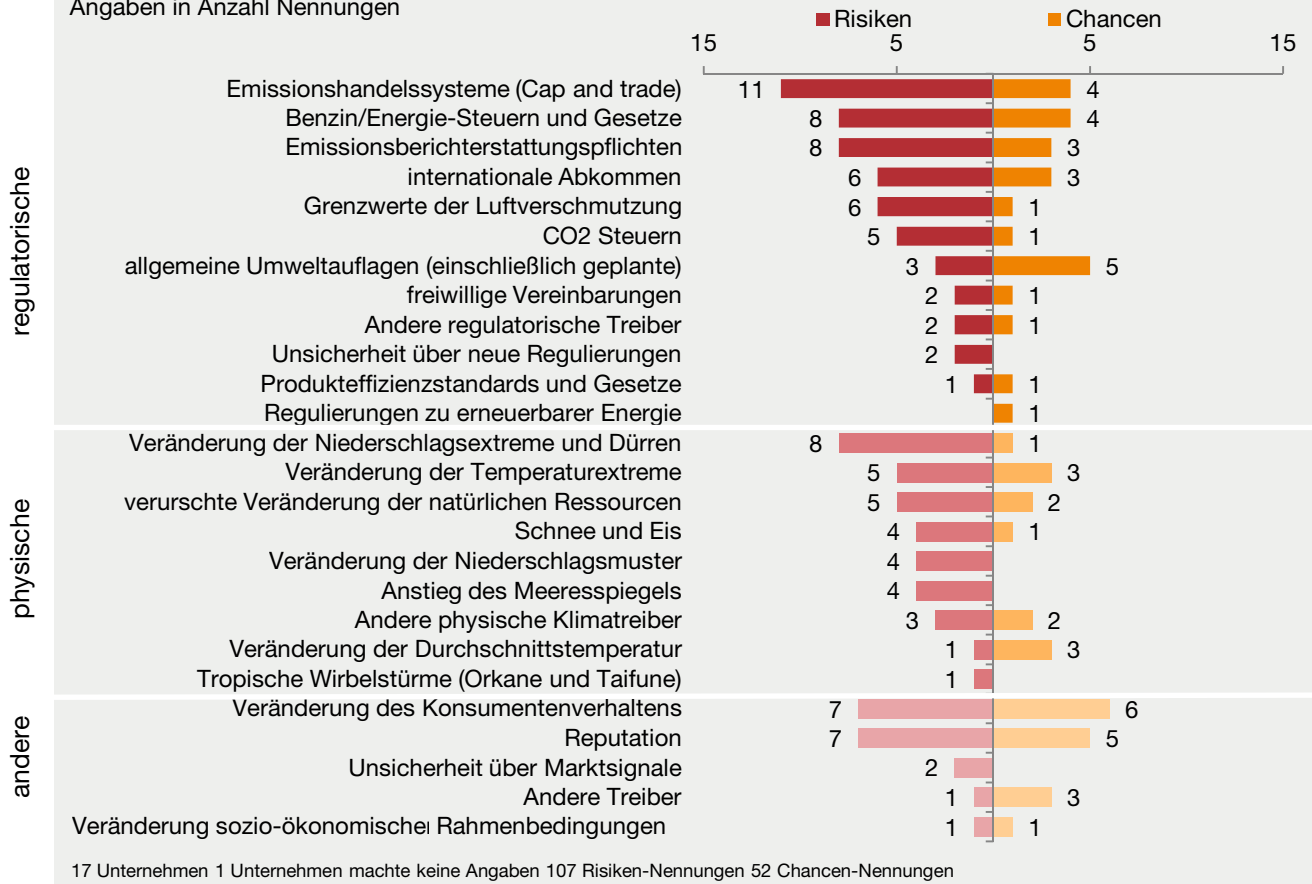


17 Unternehmen 1 Unternehmen machte keine Angaben
 107 Risiken-Nennungen
 52 Chancen-Nennungen

Risiken und Chancen

3-2 Risiken und Chancen im Vergleich

Angaben in Anzahl Nennungen



17 Unternehmen 1 Unternehmen machte keine Angaben 107 Risiken-Nennungen 52 Chancen-Nennungen

Risiken-Beispiel: Emissionshandelssysteme

Regulation can be expected to impact our sector, as well as our clients. Companies falling behind the curve in greenhouse gas monitoring and management will likely face disadvantages from such regulation. For instance, as of 2012, aviation has been included in the European Union Emissions Trading Scheme (EU ETS) which has significant financial impacts on the industry.

Panalpina AG

Risiken-Beispiel: Veränderung der Niederschlagsextreme und Dürren

Extreme weather conditions could also negatively affect other traffic participants and therefore the stability of the whole transport chain. Examples: Breakdown of rail infrastructure due to severe rain - Collapse of highways due to extreme weather conditions.

Hamburger Hafen und Logistik AG

Chancen-Beispiel: Veränderung des Konsumentenverhaltens

Environment today can be identified as a trend, this trend already influence purchasing behaviour, in fact a handful of customers already established environmental performance as a fundamental part of their carrier selection criteria.

Kuehne + Nagel International AG

Risiken und Chancen

Von den 18 Transport- und Logistikunternehmen haben 17 Angaben über klimabedingte Risiken und Chancen für ihr Unternehmen gemacht. Die nachfolgende Betrachtung bezieht sich daher nur auf 17 der 18 im Fokus dieser Studie stehenden Unternehmen. Insgesamt wurden doppelt so viele Risiken (107 Nennungen) wie Chancen (52 Nennungen) angegeben.

Risikonennungen

Bei den Risiken überwiegen regulatorische Treiber mit 50% der Nennungen. Es folgen physische Treiber mit 33% und andere klimabedingte Veränderungen mit 17% (Grafik 3-1). Die Top 3 Risiken nach Nennung in der Kategorie Regulatorische Veränderungen sind:

- ▼ Emissionshandelssysteme
- ▼ Benzin/Energie-Steuern und Gesetze
- ▼ Emissionsberichtserstattungspflichten

Diese Reihenfolge spiegelt fast exakt den Status der regulatorischen Realität und Diskussion über klimabezogene Maßnahmen wieder und überrascht daher kaum.

Bei physischen Veränderungen werden vor allem Veränderungen von Extremwerten als Risiko eingeschätzt. Die Top 3 der physischen Risiken sind:

- ▼ Veränderungen der Niederschlagsextreme und Dürren
- ▼ Veränderung der Temperaturextreme
- ▼ verursachte Veränderung der natürlichen Ressourcen

Die Top 3 der anderen klimabezogenen Entwicklungen sind:

- ▼ Veränderung des Konsumentenverhaltens
- ▼ Reputation
- ▼ andere Treiber

Hier sind sich fast alle teilnehmenden Branchen im CDP einig: das Verhalten des Kunden und die Unternehmensreputation werden sich durch Klimawandel verändern und müssen demzufolge als Risiko, aber auch als Chance in die Unternehmensausrichtung einfließen.

Chancennennung

Klimawandel als Chance zu sehen ist nicht widerspruchlos – man will schließlich nicht als Profiteur einer für den Planeten insgesamt gefährlichen Entwick-

lung gelten. Vor diesem Hintergrund ist erfreulich zu sehen, dass die von den Unternehmen berichteten Chancen sich auch auf Treiber wie das Konsumentenverhalten beziehen, das wiederum auch zur Klimawandelvermeidung beitragen kann. Der meist gewählte Treiber bei den mit dem Klimawandel verbundenen Chancen ist eine Veränderung des Konsumverhaltens. Den Unternehmen ist also durchaus bewusst, dass eine Veränderung des gesellschaftlichen Konsenses, hin zu gemeinsamem Klimaschutz, auch eine große Chance sein kann. Transport- und Logistikunternehmen die klimafreundlich oder gar klimaneutral produzieren, können dann Marktanteile gewinnen.

Die Top 3 anderer klimabedingter Chancen sind:

- ▼ Veränderung des Konsumverhaltens
- ▼ Reputation
- ▼ andere Treiber

Die Top 3 Nennungen der regulatorischen Chancen sind:

- ▼ allgemeine Umweltauflagen
- ▼ Emissionshandelssysteme
- ▼ Benzin/Energie-Steuern und Gesetze



Chancen-Beispiel: allgemeine Umweltauflagen

Regulatory requirements for companies in the Logistics & Transport industry, and for clients seeking transport solutions, will mean that companies that are leaders in greenhouse gas monitoring and management have a competitive advantage over their peers. As the demands of increasing globalization increase transport requirements and thus proportionally also CO2 emissions, and in a policy environment where climate change is increasingly addressed, companies leading in this field have more and more competitive advantage by avoiding high costs of regulatory compliance and by being more attractive to customers that respond to regulatory changes as well.

Panalpina AG

Risiken und Chancen

Die Top 3 physischen Chancen mit 3, 3 und 2 Nennungen liegen deutlich hinter den regulatorischen und anderen Treibern:

- ▼ Veränderung der Temperaturextreme
- ▼ Veränderung der Durchschnittstemperatur
- ▼ verursachte Veränderung der natürlichen Ressourcen

Durch schnelle Reaktionen auf die Chancen und zielgerichtete Produktweiterentwicklungen können Vorteile realisiert werden. Gleiches gilt für Investitionen, um möglichen Vorgaben aus Gesetzen und internationalen Abkommen zu mehr Energieeffizienz oder CO₂ Reduzierung nachzukommen. Die Wahrnehmung und Realisierung sich bietender Chancen im Zusammenhang mit dem Klimawandel kann sich in Wettbewerbsvorteilen niederschlagen. Wenn die Unternehmen mit ihren Aktivitäten den gesellschaftlichen Erwartungen hinsichtlich der Bekämpfung des Klimawandels nur unzureichend nachkommen, kann dies zu einem Reputationsverlust führen. Reputation steht oft in einem messbaren Zusammenhang zwischen Kundenbindung und Kundengewinnung und somit der „license to operate“. Damit wird die Reputation für die Unternehmen zu einem treibenden Faktor.

No significant climate change-related risks have been identified. In the overall assessment of risk position no identifiable risks are threatening the Group.

Explanation: On the whole, based on the Group's early warning system and in the estimation of the Board of Management of the Group, in the past financial year there were no identifiable risks for the Group which, individually or collectively, cast doubt upon the Group's ability to continue business, nor are any such risks apparent in the foreseeable future.

Deutsche Post AG

Hürden der Berichterstattung

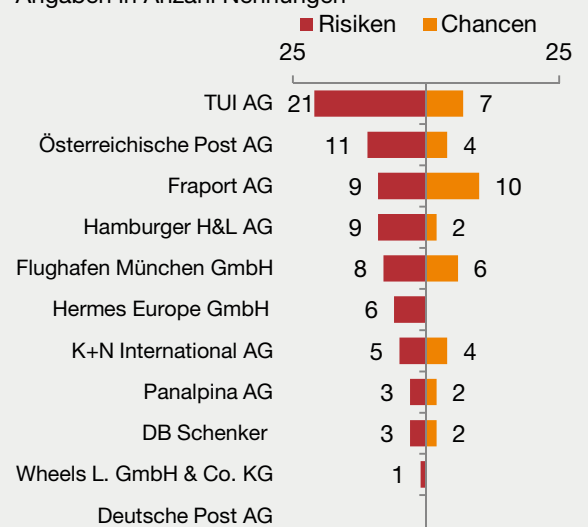
Dem Leser von CDP- und Nachhaltigkeitsberichten sollte bewusst sein, dass in die öffentliche Berichterstattung über Risiken und Chancen auch rechtliche und praktische Aspekte einfließen. Börsennotierte Unternehmen sind verpflichtet, ihre Aktionäre über alle ökonomisch relevanten Risiken in Kenntnis zu setzen, so dass die Informationslage hierzu in den Finanzberichten nicht von der anderer Quellen abweichen darf. Deswegen weist u.a. die Deutsche Post darauf hin, dass keine Risiken identifiziert wurden, die den Geschäftsbetrieb nachhaltig gefährden (siehe Zitat).

Bei der Öffentlichmachung von Chancen sind die meisten Unternehmen naturgemäß etwas zurückhaltender, da diese durchaus klare Wettbewerbsvorteile enthalten können, die preiszugeben einen Verlust des "Vorsprungs" bedeuten könnte. Letztendlich müssen Unternehmen hier eine Abwägung zwischen den berechtigten Interessen der Stakeholder (Investoren, Einkäufer z.B.) und dem Wahren relevanter Geschäftsgeheimnisse vornehmen.

Nur 5 Unternehmen geben mindestens 1 Risiko bzw. 1 Chance in allen drei Teilbereichen an. Grundsätzlich berichten die Unternehmen mehr Risiken als Chancen. Ausnahme ist die Fraport AG, die mehr Chancen als Risiken sieht (Grafik 3-3).

3-3 Chancen und Risiken im Vergleich

Angaben in Anzahl Nennungen



10 Unternehmen: Deutsche Post AG machte keine Angaben,
7 Unternehmen nicht öffentlich
76 Risiken-Nennungen der 11 Unternehmen
37 Chancen-Nennungen der 11 Unternehmen

Kapitalmarktbezogenheit der Risiken und Chancen

Die Art und Weise, wie Unternehmen den Klimawandel und die damit verbundenen Herausforderungen meistern, hat auch Einfluss auf ihre Wahrnehmung und Renditeaussichten am Kapitalmarkt. Von den 17 Transport- und Logistikunternehmen, die angaben, Risiken in Zusammenhang mit dem Klimawandel identifiziert zu haben, sprachen nur 4 von Risiken, die Auswirkungen fürs Unternehmen am Kapitalmarkt haben können (6,5% Risiken-Nennungen). Genannte Kapitalmarktbezogene Risiken sind (Grafik 3-4):

- ▼ steigende Kapitalkosten
- ▼ fallende Aktienkurse

Viel öfter jedoch befürchteten die Unternehmen negative Auswirkungen auf die Kosten (53,8%) und den Umsatz (39,8%):

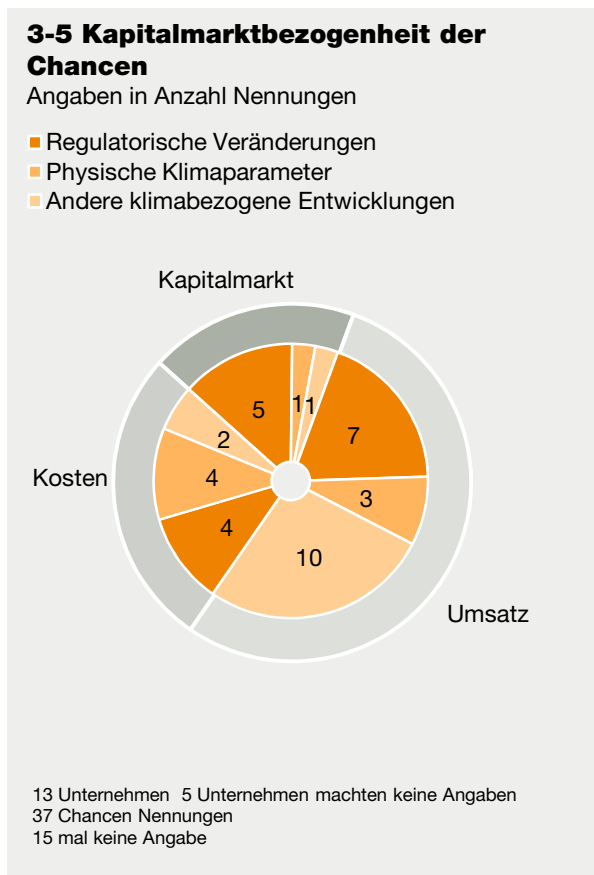
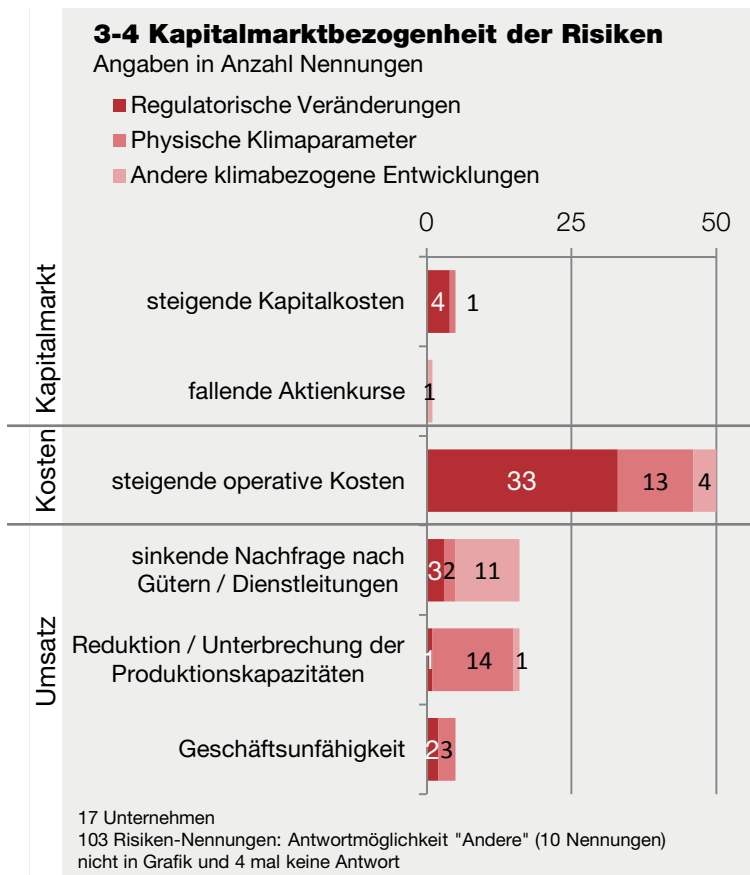
- ▼ steigende operative Kosten
- ▼ sinkende Nachfrage nach Gütern / Dienstleistungen
- ▼ Reduktion / Unterbrechung der Produktionskapazitäten
- ▼ Geschäftsunfähigkeit

Die Chancen mit Auswirkungen auf den Kapitalmarkt wurden von 2 Unternehmen angesprochen und machen nur 19% der 37 genannten Chancen aus (Grafik 3-5):

- ▼ sinkende Kapitalkosten
- ▼ verbesserte Kapitalverfügbarkeit
- ▼ steigende Aktienkurse (Grafik)

54% der Chancen werden auf den Gesamtumsatz bezogen. Somit ist es die meist erhoffte Auswirkung der Chancen-Treiber für die Transport- und Logistik Unternehmen:

- ▼ steigende Nachfrage nach existierenden Produkten/ Dienstleistungen
- ▼ neue Produkte und Dienstleistungen
- ▼ Chance auf Premiumpreise



Risiken und Chancen

Insgesamt zeichnet sich ein deutliches und auch überraschendes Bild: Auswirkungen auf den Kapitalmarkt werden noch vergleichsweise selten erwartet oder gefürchtet. Das ist verwunderlich, wenn gleichzeitig den Unternehmen recht klar zu sein scheint, wie häufig Risiken steigende Kosten oder sinkende Nachfrage zur Folge haben können – finanzielle Implikationen also,

die sich natürlich auf die Attraktivität des Unternehmens am Kapitalmarkt auswirken. Vielleicht will man auch hier aber nur nicht mit zu offensiver Berichterstattung „schlafende Hunde wecken“ und Investoren verunsichern.

3-6 Kapitalmarktbezogene Auswirkungen

(Risiken: Flughafen München GmbH, Österreichische Post AG und 2 nicht öffentliche Unternehmen Chancen: Fraport AG)

Unternehmen	Risiken-Treiber	Beschreibung	Auswirkung
Flughafen München GmbH	General environmental regulations, including planning	<i>“There is a continuous tightening of the German energy saving program (Energieeinsparverordnung / EnEV). As an airport operator we plan, build, operate and maintain buildings for airport operations. New buildings are subject to these new regulations, which will affect construction costs.”</i>	Increased capital cost
Österreichische Post AG	Air pollution limits	<i>“Changes in norms for greenhouse gas emissions in Austria could lead to a ban on using part of the fleet of delivery vehicles, thus forcing the company to replace them earlier than scheduled. Vehicles used by AUSTRIAN POST are generally replaced after a period of eight years. In this case, additional investments would have to be paid in addition to the normal replacement of vehicles. Due to legal regulations these vehicles would be considered to be unsaleable. In this scenario some 400 additional vehicles would have to be replaced in 2014, costing the company an additional EUR 1 million.”</i>	Increased capital cost
Österreichische Post AG	Uncertainty surrounding new regulation	<i>“There is also the improbable risk that the Austrian government will decide that the vehicle fleet of larger companies will have to be converted to electric-powered vehicles. Assumption: 10% of the two-track motor vehicles must be electric-powered vehicles. Thus on the basis of a fleet of 7,000 vehicles, a total of 700 will have to be replaced. Taking into account the additional costs of EUR 5,000 per electric-powered vehicle, this would result in investments of EUR 3.5 million. AUSTRIAN POST will already be operating a fleet of about 300 electric vehicles in the next three years. Thus the potential effects if this scenario should become reality would be reduced to EUR 2 million assuming the validity of the previously-mentioned assumptions.”</i>	Increased capital cost
Flughafen München GmbH	Change in precipitation pattern	<i>“Modification of technical infrastructure (e.g. sewer and drainage systems). Extreme weather conditions could rise the groundwater level due to heavy rainfalls. Risks include damages to technical service rooms and other parts of the technical infrastructure.”</i>	Increased capital cost
	Chancen-Treiber		
Fraport AG	General environmental regulations, including planning	<i>“The so-called “energy efficiency regulation” determines the standards for newly constructed buildings and remodelling of existing buildings. This led to a certification of the most recent planning for a Fraport building through the German Sustainable Building Council as Fraport aimed for more than the obligatory minimum standard. The new fire station IV is built as a passive energy house. Fraport plans to build more new buildings fulfilling these criteria. There are several advantages for Fraport AG regarding the concept of sustainable building as it is a holistic attempt: The life cycle costs are being reduced by energy-savings and choice of easily recyclable material.”</i>	Reduced capital costs

	Chancen-Treiber		
Fraport AG	Air pollution limits	<i>"Requirements concerning energy efficiency are expected to rise. Fraport anticipates necessary investments in more efficient engines in vehicles and mobile work machinery. The Exhaust/Emission Standards of the EU are fulfilled beyond requirements."</i>	Reduced capital costs
Fraport AG	Other physical climate opportunities	<i>"In order to mitigate climate change, Fraport is willing to look for and develop methods and ways how to reduce greenhouse gas emissions. These efforts have been fruitful with a lot of measures such as activities regarding the transportation fleet, improved energy efficiency with the remodelling of building services and buildings in portfolio and energy-efficient construction of new buildings. Fraport estimated annual CO₂e savings of approximately 25,000 tons."</i>	Reduced capital costs
Fraport AG	Reputation	<i>"Through its sustainability management and program as well as through its efforts to reduce fuel and energy consumption, Fraport has gained a reputation of being eco-friendly as much as possible. In addition, Fraport supports the environmental fund with EUR 2 million per year for numerous projects in the region and for climate protection projects, e.g. research projects."</i>	Increase in capital availability

3-7 Umsatz- und kostenbezogene Risiken und Chancen

Unternehmen	Risiken - Treiber	Beschreibung	Auswirkung
Fraport AG	Uncertainty surrounding new regulation	<i>"Germany enacted the energy supply change since 2011. The risk of a blackout increased since then and electricity costs will rise. An installed emergency power supply system keeps air traffic at Frankfurt Airport running."</i>	Increased operational cost
Flughafen München GmbH	Change in precipitation extremes and droughts	<i>"Munich Airport is neighboring the Isar river. In course of growing precipitation extremes (e.g. flooding), there might be the risk of severely rising water levels. In the very unlikely case of a dike burst, parts of Munich Airport could be affected, resulting in damages to the infrastructure and a potential thread of operational interruptions."</i>	Reduction/disruption in production capacity
TUI AG	Changing consumer behaviour	<i>"Context: Holidays by their nature have a carbon impact – whether from flying to the destination, transportation at the destination or the accommodation itself. Increasing awareness by customers of carbon footprints means they are becoming more carbon literate. Nature of Risk: There is a potential future risk to TUI Group if there are changes in consumer demand for our products for the reasons stated above in the context paragraph. Management: TUI AG is engaged to reduce the impact of our business on the climate. The quality and impact of these climate protection measures will positively influence the profitability of TUI AG and consequently the loyalty of our customers. One of the SD Strategic Priorities of TUI AG's subsidiary TUI Travel is "Customers" (in addition to Carbon Management)."</i>	Reduced demand for goods/services
DB Schenker	Change in precipitation extremes and droughts	<i>"Esp. rail tracks have to be secured against weather extremes. Maximum tolerance for precipitation and air pressure (storms) are tested for trains."</i>	Inability to do business
	Chancen-Treiber		
Fraport AG	Changing consumer behaviour	<i>"Frankfurt Airport is not only a major hub in air traffic but also offers excellent opportunities to change to other means of transportation as there is a regional and a long distance train station on the airport grounds. This is a major economic advantage for Fraport which reduces CO₂-emissions. 35.5 % of the passengers used this opportunity in 2012 (arriving or leaving the airport via public transportation)."</i>	New products/business services

Risiken und Chancen

	Chancen-Treiber		
Hamburger Hafen und Logistik AG	Fuel/energy taxes and regulations	<i>"If Fuel taxes would be increased for truck transports, railway transport would gain a cost advantage and HHLA owned intermodal companies could increase their transported volume."</i>	Increased demand for existing products/services
Kuehne + Nagel International AG	Renewable energy regulation	<i>"Previously mentioned in this report, Kuehne + Nagel has introduced an enhanced environmental strategy, the 2020 Kuehne + Nagel environmental strategy has set targets that aim at protecting the environment, additionally there is one specific target that Kuehne + Nagel introduced and relates to renewable energy, the targets states as follows: Increase the use of electricity from low-carbon sources (Low-carbon defined as electricity from renewable sources) by 5% in 2015 and 10% by 2020. By having set this target Kuehne + Nagel is committing itself to use alternative sources of energy at least during the next 10 years onwards, but most important is to make clear that Kuehne + Nagel is also seeking to move to alternative sources of energy to reduce the dependency on fossil fuels."</i>	Investment opportunities
Flughafen München GmbH	Changing consumer behaviour	<i>"Munich Airport has a strong commitment to sustainability and is using this strategic positioning in order to gain competitive advantages. Travellers worldwide as well as airlines are increasingly sensitive for the importance of sustainable business practises. Therefore environmentally minded transfer passengers might prefer to travel via Munich Airport (as a sustainable hub airport) rather than other hub airports with a poor sustainability performance. Premium price opportunities have the potential to result in higher revenues for Munich Airport."</i>	Premium price opportunities

Risiken und Chancen im Hinblick auf ihre zeitliche Relevanz

CDP fragt – im Namen institutioneller Investoren und großer Einkäufer - in seinen jährlichen Klimawandel- Informationsanfragen auch explizit nach dem Zeitrahmen, in dem die Unternehmen den Eintritt von möglichen Risiken und Chancen aus dem Klimawandel erwarten. Dadurch soll ermittelt werden, ob der Klimawandel bereits heute bei den Unternehmen und Investoren als akutes Problem angesehen wird und die Geschäftsentscheidungen mit beeinflusst, oder ob es für die Unternehmen eher ein Problem auf lange Sicht darstellt. Aufgrund der Risiken und Chancenberichterstattung der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen im Fokus dieser Studie, ist festzustellen, dass die Beschäftigung mit dem Klimawandel auch aufgrund weltweit steigender Durchschnittstemperaturen und vermehrt auftretenden Wetterextremen bei den analysierten Unternehmen nicht auf die lange Bank geschoben werden darf.

Nicht allen Risiken und Chancen wurde in der Berichterstattung Zeithorizonte zugeteilt. Von 107 genannten Risiken sind es 96 mit eingeschätztem Zeithorizont und 7 mit „unbekanntem“ Zeithorizont. Zu weiteren 4 Risiken wurden keine Angaben gemacht. Bei den insgesamt 96 beantworteten Risiken wird der Eintritt bei über vier Fünftel (82%) schon heute oder im Verlauf der

nächsten fünf Jahre erwartet. Ähnlich ist es bei den Chancen: auch hier werden die meisten im kurzfristigen Zeithorizont (Heute bis 5 Jahre) gesehen (81%) und nur wenige in mittel- bis langfristiger Hinsicht (6 bis 10 Jahre, >10 Jahre).

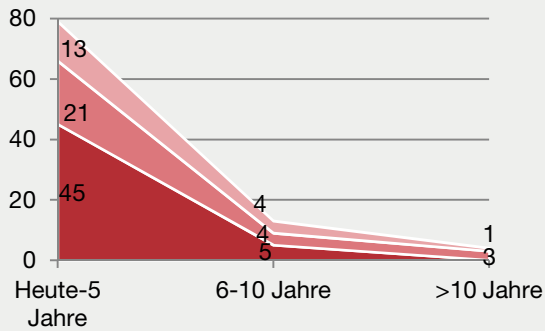
Dies ist sicher auch ein Abbild der zunehmenden Dynamik in der Wirtschaftswelt. Durch die Medien werden die Konsumenten vermehrt für das Thema Klimawandel sensibilisiert und die Aktivitäten der Unternehmen transparent. Da die Konsumenten aus diesem Grund aufgeklärter sind, sind sie eher und schneller in der Lage ihr Konsumverhalten zu ändern, als dies hier der Fall war. CDP beobachtet zudem häufig beim Thema Chancen weniger tiefe Berichterstattung als in anderen Themenkomplexen. Die Unternehmen begründen dies auch mit Konkurrenzaspekten, weil sie nicht möchten, dass der Wettbewerber erfährt, wie sie sich genau auf die Zukunft ausrichten.

Bei den Chancen ist die zeitliche Einordnung ähnlich wie bei den Risiken (Grafik 3-9 und 3-10).

3-8 Unterscheidung der Risiken in Hinblick ihrer zeitlichen Relevanz

Angaben in Anzahl Nennungen

- Andere klimabezogene Entwicklungen
- Physische Klimaparameter
- Regulatorische Veränderungen

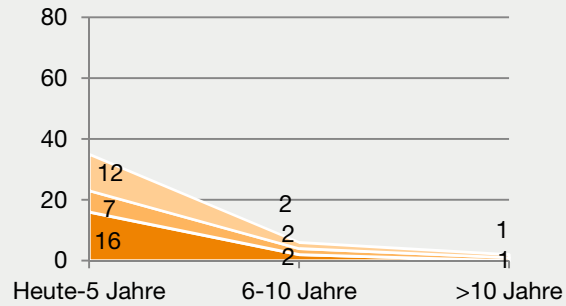


17 Unternehmen
103 Risiken-Nennungen: Antwortmöglichkeit "Unbekannt"
7 Nennungen nicht in Grafik 4 mal keine Antwort

3-9 Unterscheidung der Chancen in Hinblick ihrer zeitlichen Relevanz

Angaben in Anzahl Nennungen

- Andere klimabezogene Entwicklungen
- Physische Klimaparameter
- Regulatorische Veränderungen

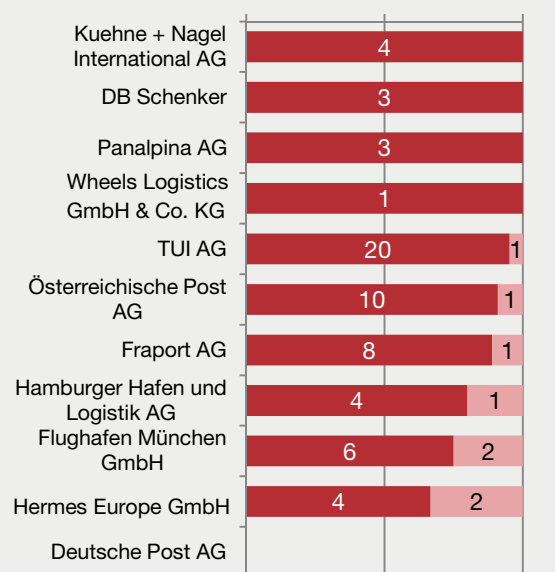


13 Unternehmen: 4 Unternehmen machten keine Angaben
48 Chancen-Nennungen: Antwortmöglichkeit "Unbekannt"
5 Nennungen nicht in Grafik 4 mal keine Antwort

3-10 Unterscheidung der Risiken in Hinblick ihrer zeitlichen Relevanz

Angaben in Anzahl Nennungen

- Heute-5 Jahre
- 6-10 Jahre
- >10 Jahre

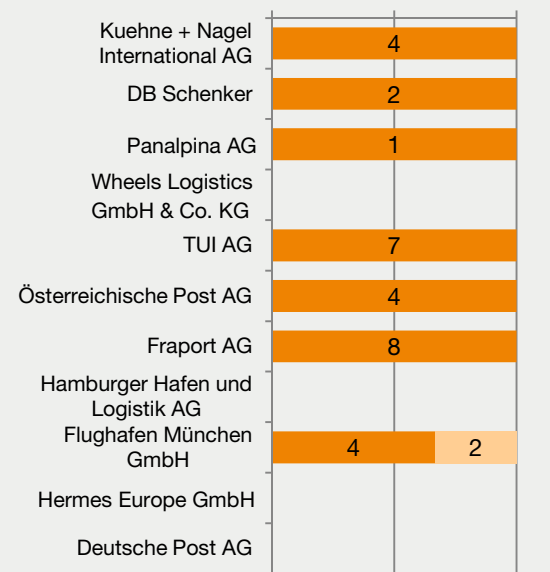


10 Unternehmen: Deutsche Post AG machte keine Angaben,
6 Unternehmen nicht öffentlich
76 Risiken-Nennungen: Antwortmöglichkeit "Unbekannt"
(5 Nennungen) nicht in Grafik

3-11 Unterscheidung der Chancen in Hinblick ihrer zeitlichen Relevanz

Angaben in Anzahl Nennungen

- Heute-5 Jahre
- 6-10 Jahre
- >10 Jahre

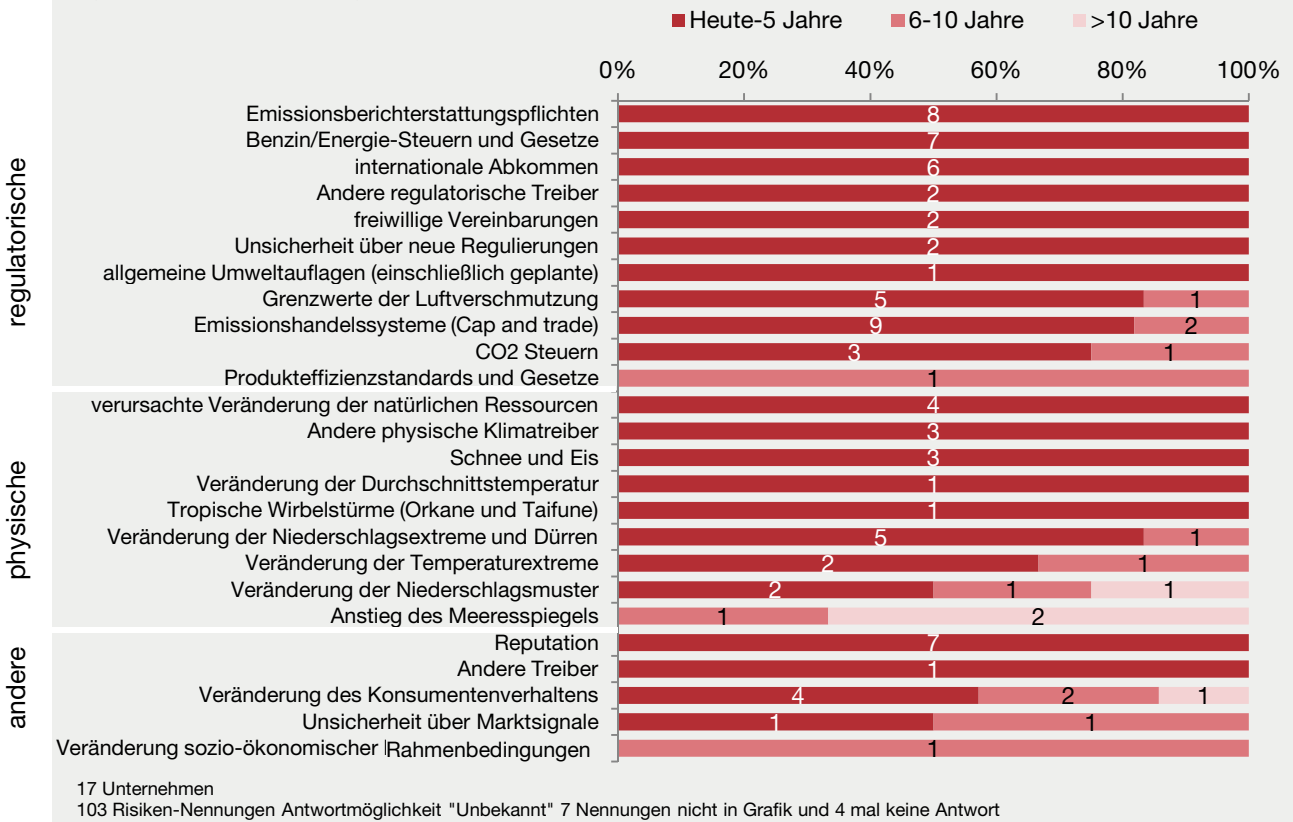


7 Unternehmen: 6 Unternehmen nicht öffentlich, 4 machten keine Angaben
37 Chancen-Nennungen: Antwortmöglichkeit "Unbekannt"
(5 Nennungen) nicht in Grafik

Risiken und Chancen

3-12 Risiken in Hinblick ihrer zeitlichen Relevanz - Detailansicht

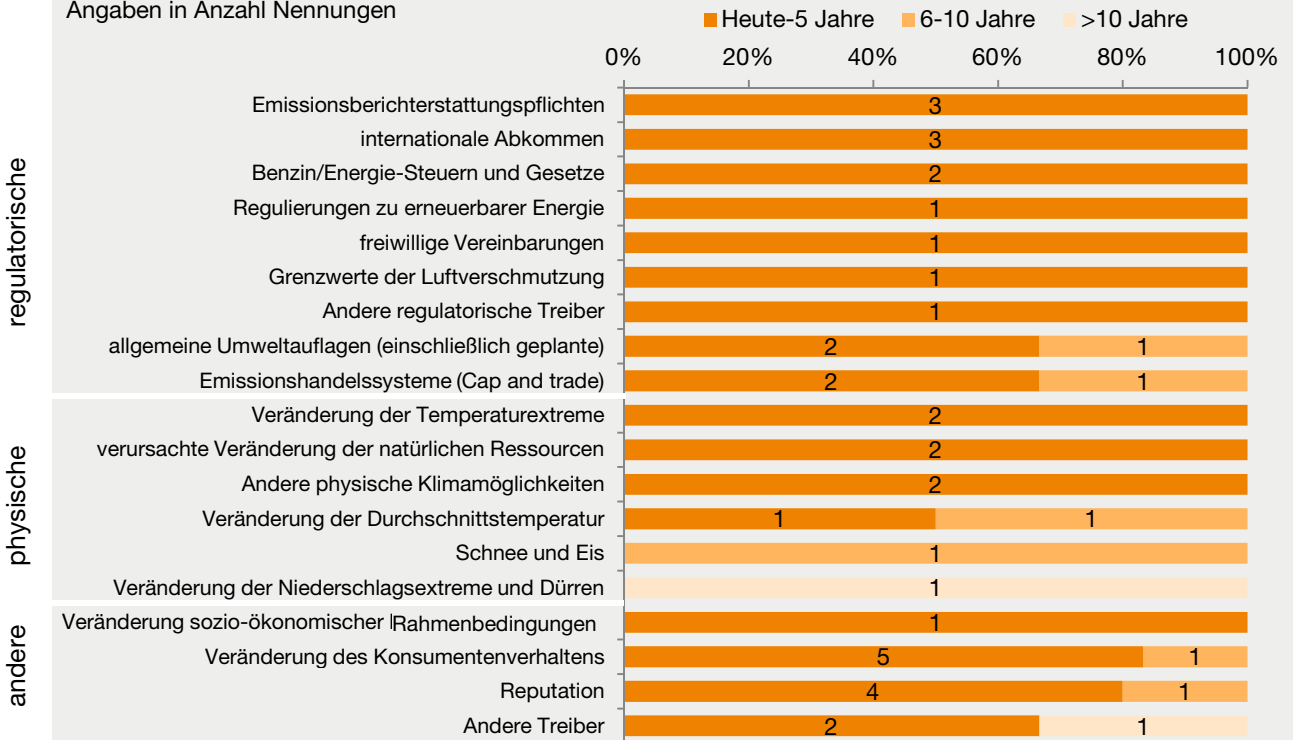
Angaben in Anzahl Nennungen



17 Unternehmen
103 Risiken-Nennungen Antwortmöglichkeit "Unbekannt" 7 Nennungen nicht in Grafik und 4 mal keine Antwort

3-13 Chancen in Hinblick ihrer zeitlichen Relevanz - Detailansicht

Angaben in Anzahl Nennungen



13 Unternehmen 4 Unternehmen machten keine Angaben
48 Chancen-Nennungen Antwortmöglichkeit "Unbekannt" 5 Nennungen nicht in Grafik und 4 mal keine Antwort

Eintrittswahrscheinlichkeit - Definition

Die im Rahmen der CDP-Klimawandel-Berichterstattung abgefragte Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken und Chancen erhebt das mögliche Gefahren- und Erfolgspotential für die Unternehmen. Die vom CDP befragten Unternehmen müssen die Eintrittswahrscheinlichkeit für die Risiken und Chancen nicht notwendigerweise berechnet haben. Es ist ihnen allerdings freigestellt eine Indikation mit Hilfe der Begriffe zur Beschreibung der Eintrittswahrscheinlichkeit, definiert durch den „Intergovernmental Panel on Climate Change's (IPCC) 2007 Bericht“, anzugeben (Tabelle 3-14). (Quelle: CDP 2013 Anleitung Berichterstattung)

Eintrittswahrscheinlichkeit - Risiken und Chancen im Vergleich

66% und damit knapp zwei Drittel der 100 genannten Risiken mit Eintrittswahrscheinlichkeiten werden in der Spanne zwischen „Nahezu gewiss“ und „Mehr wahrscheinlich als unwahrscheinlich“ eingeordnet. „Gleich wahrscheinlich wie unwahrscheinlich“ (17%) und „Unwahrscheinlich“ bis „Sehr unwahrscheinlich“ (17%) bilden den Rest. Interessant ist, dass es hier zwischen den einzelnen Kategorien Unterschiede gibt, wohingegen dies bei zeitlicher Relevanz kaum der Fall war.

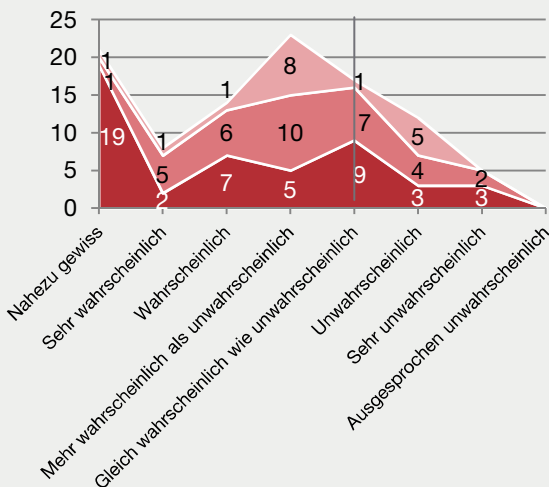
3-14 Begriffe zur Beschreibung der Eintrittswahrscheinlichkeit	
Begriff	Wahrscheinlichkeit
Nahezu gewiss	größer als 99%
Sehr wahrscheinlich	größer als 90%
Wahrscheinlich	größer als 66%
Mehr wahrscheinlich als unwahrscheinlich	größer als 50%
Gleich wahrscheinlich wie unwahrscheinlich	zwischen 33% und 66%
Unwahrscheinlich	weniger als 33%
Sehr unwahrscheinlich	weniger als 10%
Ausgesprochen unwahrscheinlich	weniger als 1%
Unbekannt	

Auf der Chancenseite ist das Bild sogar noch deutlicher gezeichnet. 83% der Chancen liegen in der Spanne zwischen „Nahezu gewiss“ und „Mehr wahrscheinlich als unwahrscheinlich“.

3-15 Eintrittswahrscheinlichkeit der Risiken

Angaben in Anzahl Nennungen

- Andere klimabezogene Entwicklungen
- Physische Klimaparameter
- Regulatorische Veränderungen

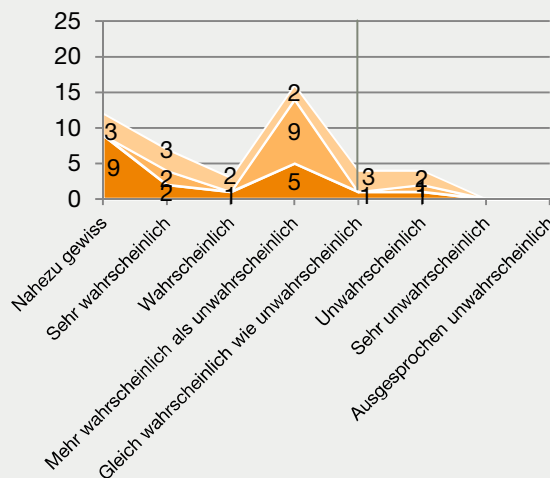


17 Unternehmen 102 Risiken-Nennungen
 Antwortmöglichkeit "Unbekannt" 2 Nennungen nicht in Grafik und 5 mal keine Antwort

3-16 Eintrittswahrscheinlichkeit der Chancen

Angaben in Anzahl Nennungen

- Andere klimabezogene Entwicklungen
- Physische Klimaparameter
- Regulatorische Veränderungen

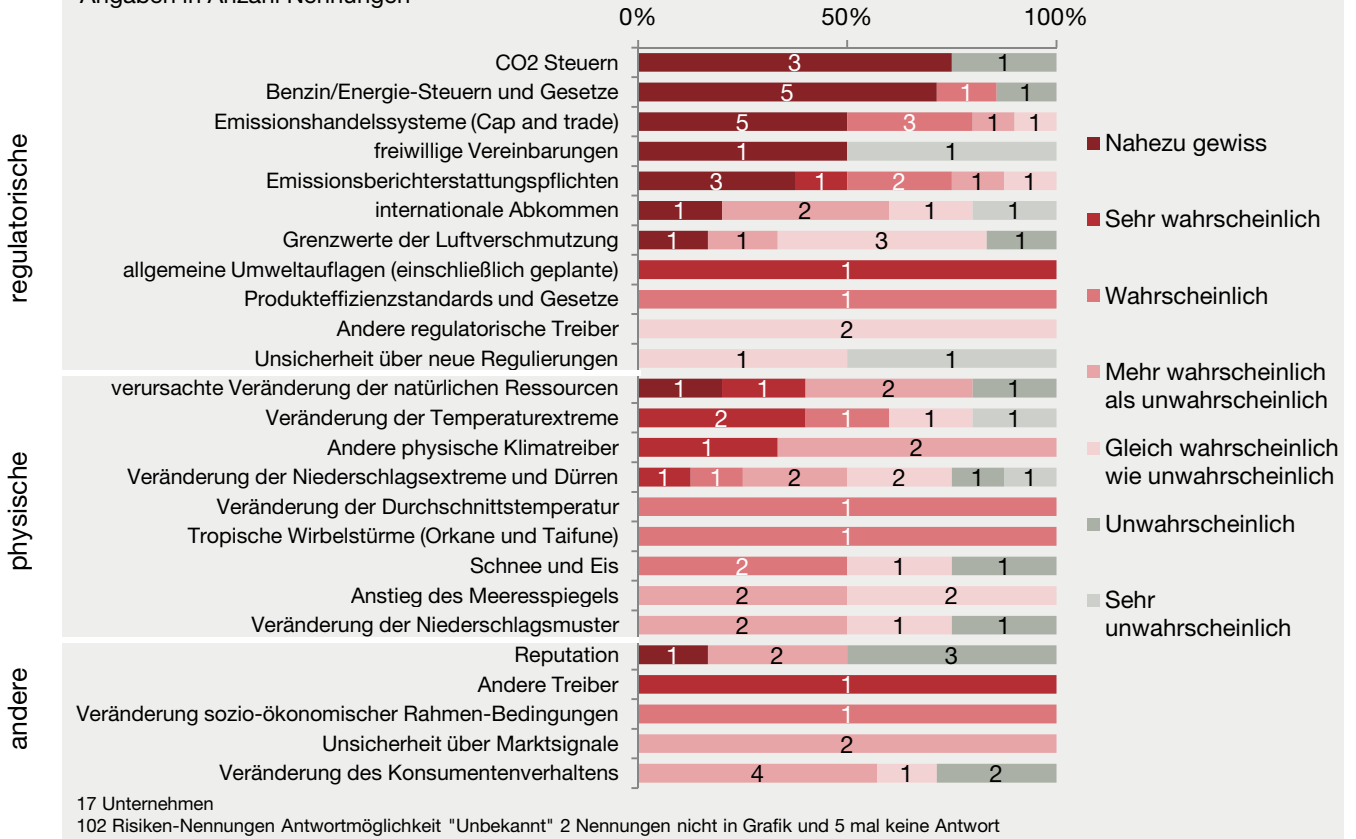


13 Unternehmen 5 Unternehmen machten keine Angaben
 48 Chancen-Nennungen Antwortmöglichkeit "Unbekannt" 2 Nennungen nicht in Grafik und 4 mal keine Antwort

Risiken und Chancen

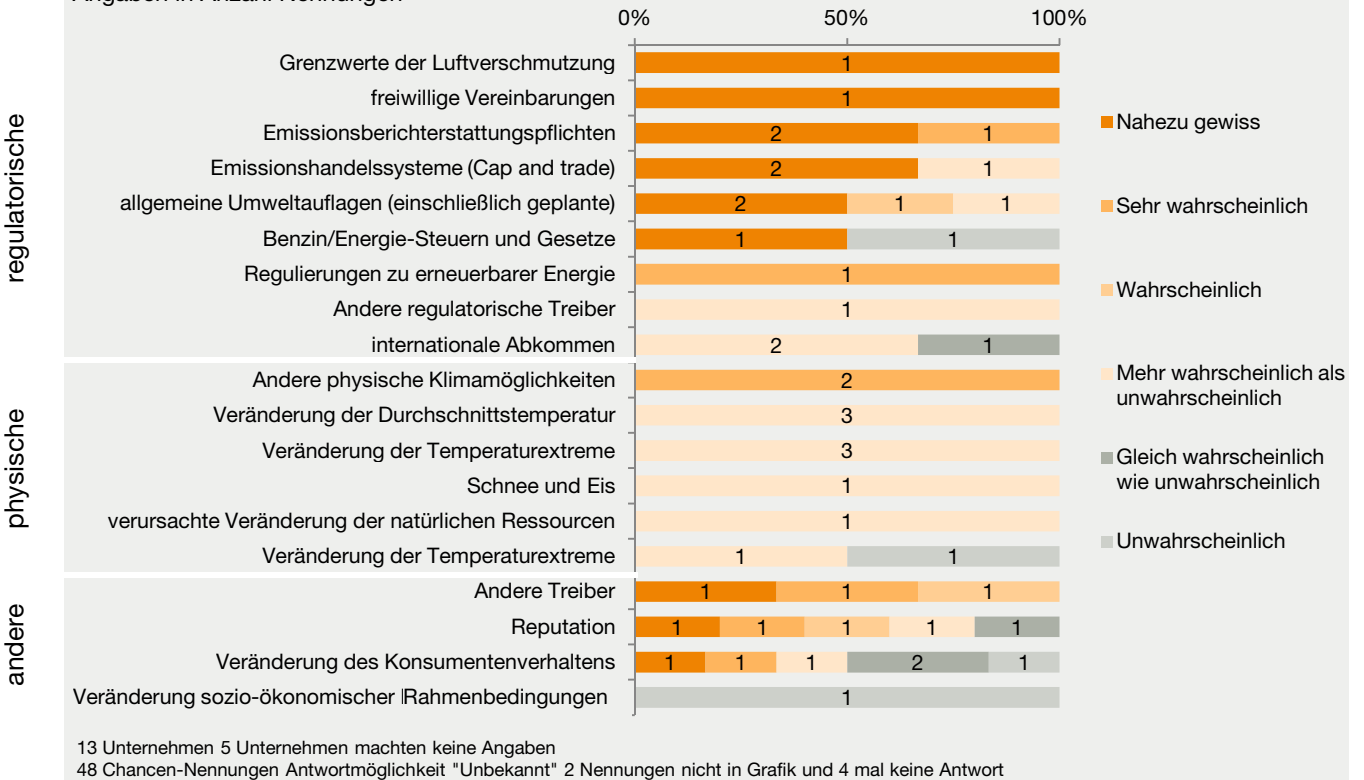
3-17 Eintrittswahrscheinlichkeit der Risiken - Detailansicht

Angaben in Anzahl Nennungen



3-18 Eintrittswahrscheinlichkeit der Chancen - Detailansicht

Angaben in Anzahl Nennungen



Betrachtet man bei der Eintrittswahrscheinlichkeit die einzelnen Risiken-Teilbereiche, so sind 40% der regulatorischen Risiken als „Nahezu gewiss“ eingeschätzt und 44% liegen in der Spanne „Wahrscheinlich“ und „Gleich wahrscheinlich wie unwahrscheinlich“. Die physischen Risiken dagegen fallen mit sehr hohem Anteil (66%) in den mittleren Bereich zwischen „Wahrscheinlich“ und „Gleich wahrscheinlich wie unwahrscheinlich“.



Risiken-Beispiel: Eintrittswahrscheinlichkeit "mehr wahrscheinlich als unwahrscheinlich":

Context: Due to less rainfall, significant water scarcity is to be expected at certain destinations, especially in the Caribbean and African region. Nature of Risk: The change in precipitation pattern might have an effect on the infrastructure of destinations, e.g. importation of water by boat. Scarcity as well as changing snowfall and rainfall is already having an impact – i.e. in Cyprus and Spain As a consequence, some destinations might increase in desirability while others deteriorate. Management: In order to maintain the attractiveness of certain important destinations, TUI Group is engaged in supporting projects worldwide improving the local conditions – in line with our SD Commitment on Destinations. TUI AG continuously monitors which destinations might be of interest for TUI's business, e.g. the Emerging Markets Sector of TUI Travel as customer preferences change.

TUI AG



Gefahren- und Chancenausmaß

Das Gefahren- bzw. Chancenausmaß beschreibt das Ausmaß, in dem das Eintreten der Risiken das Unternehmen beeinflussen würde. Dies betrifft das Unternehmen im Ganzen. Daher kann das Gefahrenpotenzial sowohl der Schaden der verursacht werden kann,

als auch die Ausgesetztheit des Unternehmens zum potenziellen Schaden sein. Die Unternehmen werden aufgefordert das potenzielle Ausmaß der Risiken bzw. Chancen auf einer qualitativen Skala von hoch, mittel-hoch, mittel, niedrig-mittel, niedrig und unbekannt zu bestimmen. Faktoren, die zu beachten sind: (a) Der Umfang, in dem das Unternehmens betroffen ist; (b) das Ausmaß auf die betroffenen Unternehmensbereiche; und c) die Sorge Shareholder oder Kunden in Besorgnis zu versetzen. Eine Auswirkung auf das Unternehmen von relativ hohem Ausmaß kann aufgrund des Eintretens eines hohen Risikos in einem dieser Aspekte eintreten oder auch durch die Kombination mehrerer niedriger Risiken. (Quelle: CDP 2013 Reporting Guidance).

Das potenzielle Ausmaß bei Eintritt der Risiken wird mit überwiegend „Mittel“ (31%) und „Niedrig-mittel“ (28%) bewertet (Grafik 3-19). Nur 25% werden in der Spanne „Mittel-hoch“ bis „Hoch“ eingestuft. Das ist interessant, da der Eintrittszeitraum zum größten Teil in den nächsten 5 Jahren liegt, das Ausmaß aber scheinbar nicht allzu hoch eingeschätzt wird. Die Unternehmen schätzen insbesondere die potenziellen Risiken, die durch physische klimabedingte Veränderungen einhergehen als eher niedriger als höher ein, tun sie aber nicht komplett ab.



Risiken-Beispiel: Physische Risiken - Ausmaß "niedrig-mittel"

Extreme weather conditions such as floods, storm tides, tornados etc. may have a negative impact on the Company's business and its customers through disruption to the transport chain, business disruption, damaged offices or warehouses etc. Panalpina has already seen the impact on its operations of flooding and storms in China and the USA over the last years.

Panalpina AG

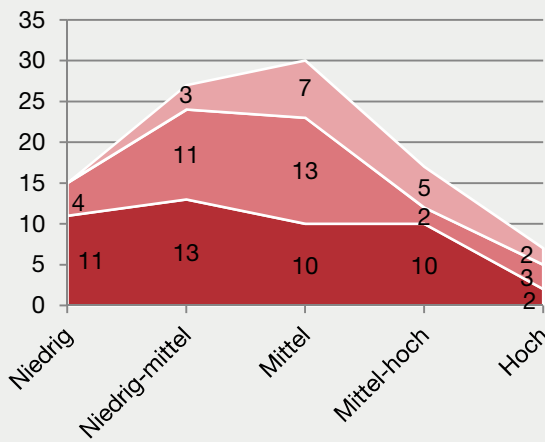


Risiken und Chancen

3-19 Ausmaß der Risiken

Angaben in Anzahl Nennungen

- Andere klimabezogene Entwicklungen
- Physische Klimaparameter
- Regulatorische Veränderungen

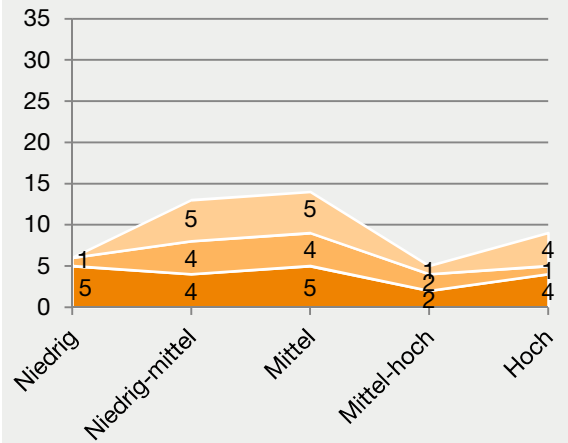


17 Unternehmen
101 Risiken-Nennungen: Antwortmöglichkeit "Unbekannt"
5 Nennungen nicht in Grafik und 6 mal keine Antwort

3-20 Ausmaß der Chancen

Angaben in Anzahl Nennungen

- Andere klimabezogene Entwicklungen
- Physische Klimaparameter
- Regulatorische Veränderungen



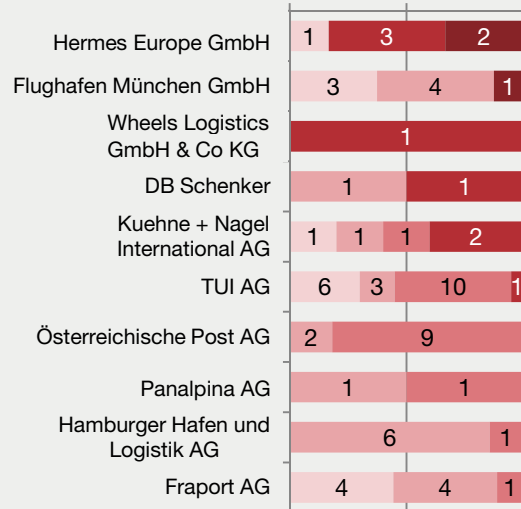
17 Unternehmen
48 Chancen-Nennungen: Antwortmöglichkeit "Unbekannt"
1 Nennung nicht in Grafik und 4 mal keine Antwort

3-21 Ausmaß der Risiken

Angaben in Anzahl Nennungen

- Niedrig
- Niedrig-mittel
- Mittel
- Mittel-hoch
- Hoch

0% 50% 100%



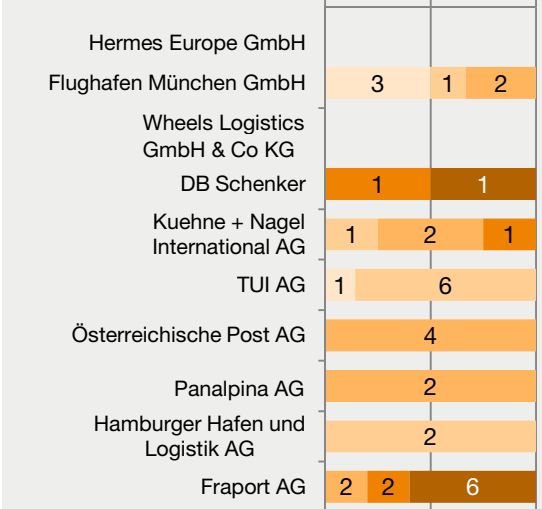
10 Unternehmen: Deutsche Post AG machte keine Angaben
6 Unternehmen nicht öffentlich
74 Risiken-Nennungen: Antwortmöglichkeit "Unbekannt"
4 Nennungen nicht in Grafik

3-22 Ausmaß der Chancen

Angaben in Anzahl Nennungen

- Niedrig
- Niedrig-mittel
- Mittel
- Mittel-hoch
- Hoch

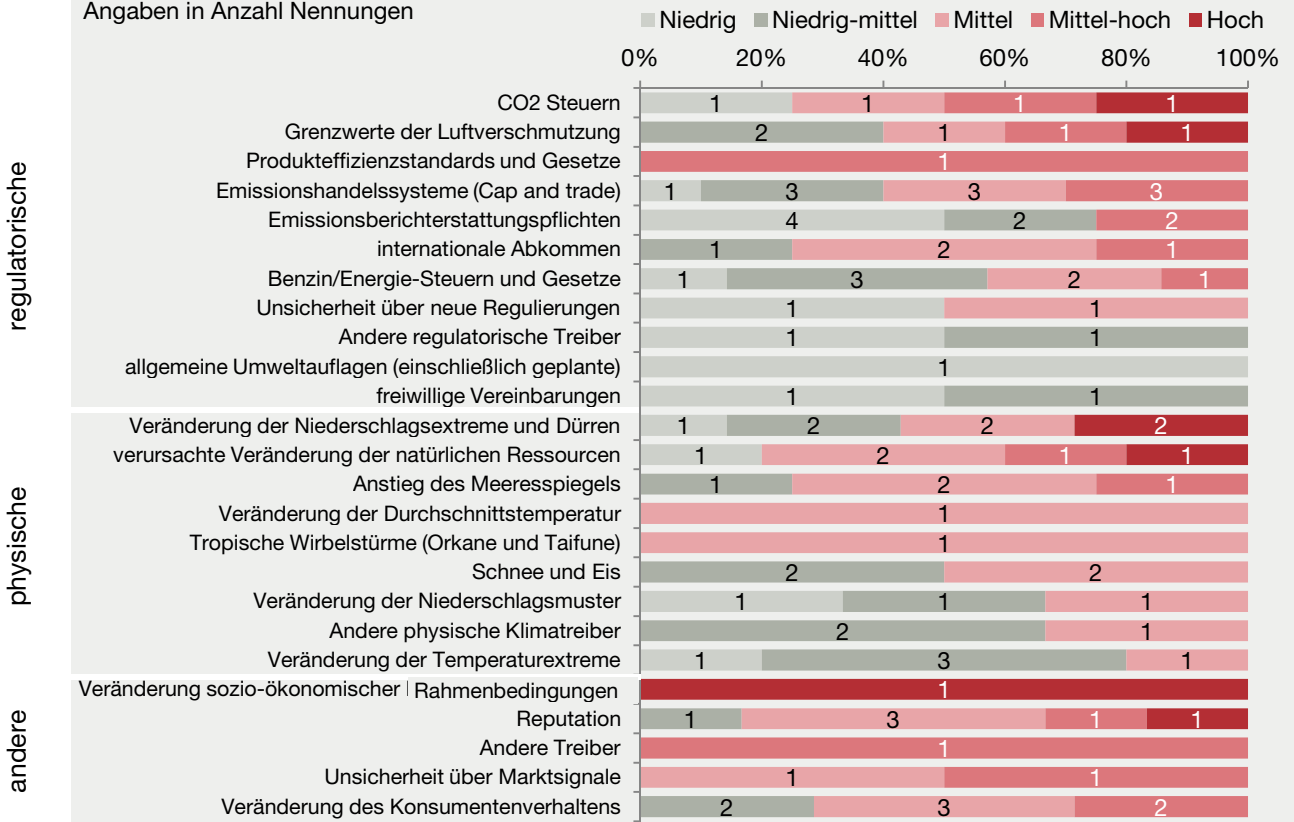
0% 50% 100%



8 Unternehmen: 6 Unternehmen nicht öffentlich 3 Unternehmen machten keine Angaben
41 Chancen-Nennungen: Antwortmöglichkeit "Unbekannt"
4 Nennungen nicht in Grafik

3-23 Ausmaß der Risiken - Detailansicht

Angaben in Anzahl Nennungen

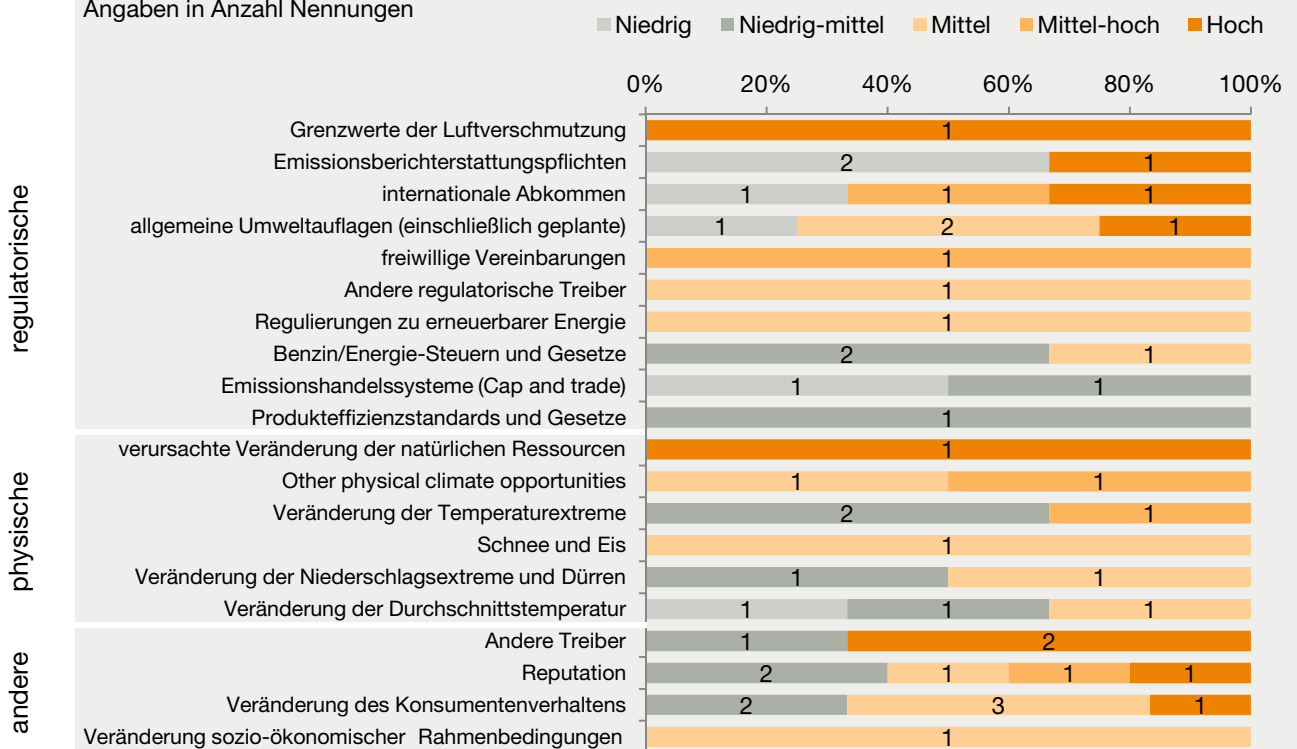


17 Unternehmen

101 Risiken-Nennungen Antwortmöglichkeit "Unbekannt" 5 Nennungen nicht in Grafik und 6 mal keine Antwort

3-24 Ausmaß der Chancen

Angaben in Anzahl Nennungen



17 Unternehmen

48 Chancen-Nennungen Antwortmöglichkeit "Unbekannt" 1 Nennungen nicht in Grafik und 4 mal keine Antwort

Risiken und Chancen

Ausmaßdimension der Teilbereiche

Betrachtet man die Teilbereiche (Grafik 3-23), so dominieren die anzahlmäßig häufigsten Risikokennungen auch in der Einschätzung des potenziellen Risikograds bei Eintritt was die Höhe betrifft. Bei den regulatorischen Risiken sind es die Benzin/Energie-Steuer und bei den physischen Risiken sind es Veränderung der Niederschlagsextreme und Dürren sowie verursachte Veränderung der natürlichen Ressourcen. Ihnen wird - sowie den Risiken „Reputation“ und „Ver-

änderung sozio-ökonomischer Rahmenbedingungen“ – Risikostufe „Hoch“ zugewiesen.

Potenzielle finanzielle Auswirkungen

8 von 17 Unternehmen berichteten konkrete Finanzzahlen der Auswirkungen von Gefahren- bzw. Chancen. Die Tabellen 3-25 und 3-26 zeigen konkrete Beispiele genannter potenzieller finanzieller Auswirkungen:

3-25 Beispiele: Potenzielle finanzielle Auswirkungen - Risiken

Unternehmen	Risiken-Treiber	Potenzielle finanz. Auswirkungen	Risikomanagementmethode	Kosten
DB Schenker	Regulatorische Veränderungen	-	<i>SOPs in place to handle/review impacts - Annual gap analysis</i>	<i>Data models to evaluate CO₂ pricing and energy pricing - ca. 100.000 p.a.</i>
Flughafen München GmbH	Physische Klimaparameter <i>Heavy precipitations over a longer period might result in a rise of the groundwater level and thus threaten underground technical service rooms and other technical infrastructure.</i>	<i>Financial implications of this risk are estimated between 6 Mio. and 30 Mio. (FMG risk report / Q2 2013)</i>	<i>Monitoring of precipitation, regular comparison of monitoring data with stormwater- and sewer-system capacity, modification of stormwater- and sewer-systems. Our method to manage this risk is based on three key elements: (1) An external advisory in order to evaluate the potential risks by floodings and develop possible countermeasures (2) Development of an emergency plan for the very unlikely occurrence of this risk (3) Conclusion of an all risks insurance that covers damages from earthquakes, storm, hail and floodings and resulting operational interruptions</i>	<i>The insurance premium (within the all risks insurance) to cover damages and operational interruptions from floodings amounts to 150T - 180T per year.</i>
Österreichische Post AG	Andere klimarelevante Entwicklungen <i>Reputation</i>	<i>A decline in letter mail volume which is 2% more than assumed in business planning estimates will result in earnings down by about EUR 11m. (1% revenue = EUR 7m). About 80% of the revenue losses have a direct effect on the earnings situation, due to the fact that the cost structure of AUSTRIAN POST is strongly characterized by fixed costs.</i>	<i>Within the framework of the initiative "CO₂ NEUTRAL DELIVERY", all mail items (all letters, direct mail items, magazines and parcels) are delivered in a CO₂ neutral manner in Austria. This initiative is being implemented in a three-phase programme. The top priority is always to avoid emissions in the company's core processes, especially when it comes to buildings and the vehicle fleet. In the second phase, AUSTRIAN POST will rely on alternative forms of energy. All emissions which cannot be avoided at the present time will be compensated as part of the third phase by support provided to recognized and certified climate protection projects.</i>	<i>Costs for the purchase of certificates to compensate for CO₂ emissions of about EUR 400,000 per year.</i>

3-26 Beispiele: Potenzielle finanzielle Auswirkungen - Chancen

Unternehmen	Chancentreiber	Potenzielle finanz. Auswirkungen	Managementmethode	Kosten
Flughafen München GmbH	Regulatorische Veränderungen Positive impact on reputation and thus increased corporate value(Internal application of these standards and external reporting)	<i>Annual participation fees for ACA: 14.000 EURO plus fees for third party verification: 8.800 EURO every two years. Higher energy efficiency of buildings lowers operational costs and avoids potential extra costs for the retrofitting of existing buildings. A new energy standard / EnEV 2014 is currently discussed. It is expected that the maximum of primary energy demand will be lowered by 12,5% when the regulation comes into effect (probably in 2014). A further tightening of the regulation is planned for 2016 (another 12,5% decrease). By consequently anticipating future energy saving standards in the planning processes, energy costs could be lowered by ca. 15% (target year: 2025)</i>	<i>Munich Airport has created an internal study (Energiekonzept 2030) in order to evaluate the challenges of energy supply in the future. In addition to that, Munich Airport set up an internal building guideline for sustainable building based on the framework of the DGNB</i>	1) Annual membership costs for the DGNB: EURO 5.000. 2) One-off training costs for two FTEs: EURO 10.720 ID03 3) fewer reporting obligations application of the Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) fee for three years (EMAS cycle): EURO 17.000
Kuehne + Nagel International AG	Physische Klimaparameter	<i>While this opportunity should not be seen as a positive sign for business improvement, Kuehne + Nagel will certainly benefit from change in temperature extremes as the activation of the Emergency & Relief logistics will be seen as an opportunity to increase value. It is expected that Emergency and Relief logistics grows 30% in the next 10 years.</i>	<i>In critical situations, K+N Emergency & Relief rapid reaction set-up provides a wide range of added value services including, fact finding missions, integration of tailor-made solutions for packaging, warehouse operations, consolidation, chartering, inland logistics, field support services and reverse logistics. Both interim goals and long-term strategies interact and need to be balanced to improve humanitarian relief systems in general and supply chain management in particular. Additionally Kuehne + Nagel Emergency & Relief logistics is involved in the following operations:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Immunization programmes - Repatriation projects - Elections - Natural disasters 	a) Transparent reporting is c.a. CHF 120,000 annually b) Logistics solutions is c.a. CHF 350,000 annually, and c) Extended research with academic institutions c.a. CHF 350,000 annually
Fraport AG	Andere klimarelevante Entwicklungen The potential financial implications of more energy-efficient equipment and vehicles are high.	<i>The exact potential savings are estimated of approx. more than EUR 500.000.</i>	<i>Fraport anticipates concerning alternative drive technology (electric vehicles): At the end of 2012, Fraport AG launched a project sponsored by the Federal Ministry of Transport, Building and Urban Development (BMVBS) focusing on "Electromobility in Model Regions". 23 electrically powered cars will be installed in car pools and in service functions such as airport security. A further 14 pallet loader, four electric minibuses and a solar-powered passenger stairway will also be deployed. Additionally 10 percent of baggage tractors (serial hybrid) will be deployed until 2015.</i>	<i>The costs are covered within this program and thus cause no extra costs.</i>

Risiken und Chancen

Risiko- und Chancenmatrix

Risikomatrix: Zusammenfassend betrachtet wird das Eintreten der Risiken im Mittel über alle Nennungen als überaus wahrscheinlich bewertet. Sichtbar ist eine Häufung von Risiken in Feld 1 der Matrix, die wahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich aber gleichzeitig von mittlerem bis niedrigem Ausmaß sind – das sind insbesondere regulatorische und physische Risiken. Dass die Transport- und Logistikunternehmen hier offensichtlich bezüglich der Auswirkungen recht entspannt sind, sollte eher beunruhigen. Gerade der Transportsektor wird bei zunehmender Ernsthaftigkeit von Klimawandel dramatischen Verschiebungen ausgesetzt sein: von Luftverkehr zu Schienentransport genauso wie von grundsätzlichem Wegfall der Nachfrage nach klimaschädlichen Entfernungen. Wer versteht, wie viel CO₂-Emissionen ein Flug nach Hawaii verursacht, entscheidet sich vielleicht schon morgen, den Urlaub nach Spanien oder Bayern zu verlegen. Wenn sich hier, wie die Unternehmen ja ebenfalls schon berichten, das Verhalten des Konsumenten konsequenter ändert, kann das ganze Geschäftsmodelle von Transportdienstleistern im Ganzen - und nicht nur "niedrig bis mittel" - durcheinander wirbeln. Risiken durch Veränderungen anderer klimabezogener Ent-

wicklungen wird durch ein durchschnittlich höheres Ausmaß bei Eintritt ein noch höheres Gefahrenpotential zugerechnet als allen anderen Risiken. Auffälligste Nennung beim Ausmaß ist die „Veränderung sozio-ökonomischer Marktbedingungen“ ganz rechts in Feld 2, der das höchste Gefahrenpotential zugeordnet wird.

Chancenmatrix: Auf der Chancenseite dagegen wird es als eher unwahrscheinlich mit einem mittleren Ausmaß bei Eintritt bewertet. Aus NGO Perspektive durchaus erfreulich ist die recht klare Positionierung der Unternehmen zur verpflichtenden Emissionsberichterstattung. Die Nennungen sind sich einig, dass hier sehr wahrscheinlich verbindliche Gesetzgebungen zu erwarten sind, diese jedoch kein Risiko großen Ausmaßes darstellen, und gleichzeitig sogar als Chance gewertet werden können. Ein weiteres Indiz für den Gesetzgeber, die momentane Zögerlichkeit vor allem in Deutschland aufzugeben.



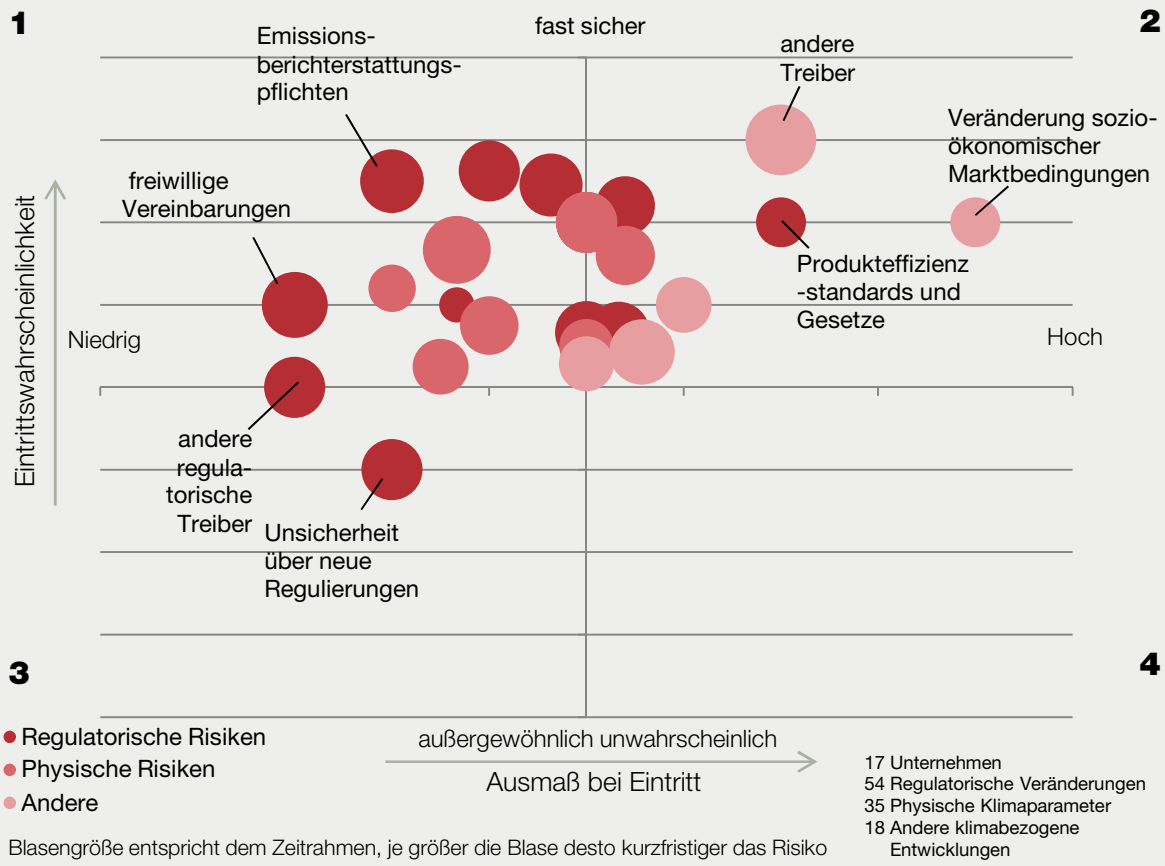
Chancen-Beispiel:
Emissionsberichterstattungspflichten

DBS has developed a publicly available emission calculation tool (www.ecotransit.org) which is expressly acknowledged as a standard - Increased demand for existing products/services.

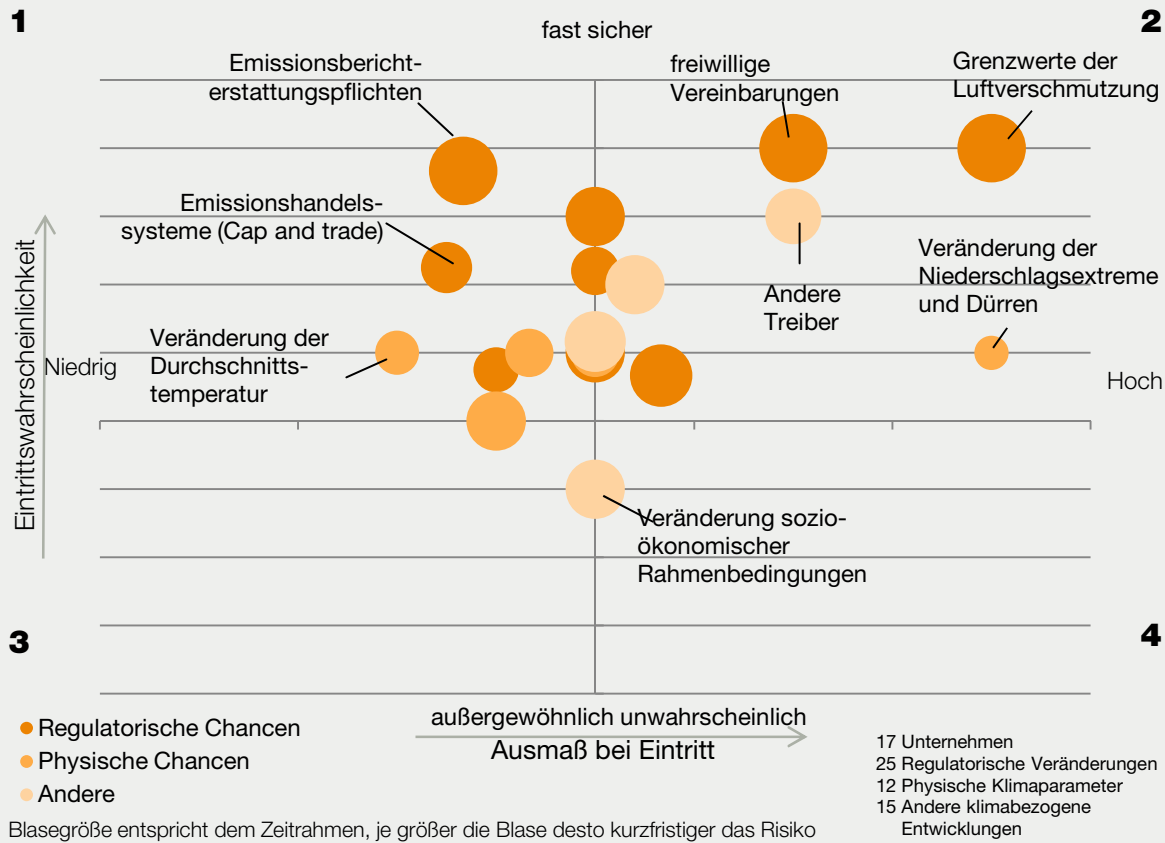
DB Schenker



3-27 Risikomatrix - Eintrittswahrscheinlichkeit und Ausmaß



3-28 Chancenmatrix - Eintrittswahrscheinlichkeit und Ausmaß



Klimawandelvermeidung und Anpassung

- ▼ **Vermeidungsstrategien und –maßnahmen stehen klar im Vordergrund.**
- ▼ **Nur bei einem von 18 Unternehmen konnten explizite Angaben zu Anpassungsstrategien und -maßnahmen in den Nachhaltigkeits- und Geschäftsberichten gefunden werden. Unternehmen stehen offensichtlich bezüglich der Implementierung von Anpassungsmaßnahmen noch ganz am Anfang.**
- ▼ **Das Greenhouse Gas Protocol und die ISO 14064-1 Norm sind die am häufigsten verwendeten Standards zur Emissionsdatenerfassung für Unternehmen.**
- ▼ **Die Unternehmen kommunizieren kaum für sie relevante Klimaparameter, nach denen sie Risiken und Chancen des Klimawandels bemessen. Aus den genannten Risiken lässt sich jedoch ableiten, dass es vor allem Veränderungen des Niederschlags und Wetterextreme sind, die für die deutschsprachigen Transport und Logistikunternehmen von vorrangiger Bedeutung sind.**

Auseinandersetzung mit Klimawandel

Grundsätzlich sind sich alle analysierten Unternehmen der Bedeutung des Klimawandels für das eigene Geschäft bewusst. So berichten die meisten Unternehmen regelmäßig, das heißt oft seit mehreren Jahren, ihre Klimadaten über das CDP an ihre Investoren und/oder Kunden (Einkäufer). Infolgedessen beschäftigen sie sich auf diesem Wege schon mit möglichen Risiken durch den Klimawandel. Als Grundlage der Analyse sollen hier aber auch die Ausführungen der Unternehmen in ihren Nachhaltigkeits- und Geschäftsberichten und auf ihren Webseiten betrachtet werden.

Verankerung und Themenfelder

Die Verankerung des Klimawandelthemas als strategischer Bestandteil der Unternehmensstrategie ist in den Nachhaltigkeits- und Geschäftsberichten unterschiedlich ausgeprägt. Während nur ein Unternehmen sowohl Vermeidungs- als auch Anpassungsmaßnahmen nennt und somit eine rundum Strategie verfolgt, sprechen elf Unternehmen ausschließlich von Vermeidungsstrategien. Ein weiteres Unternehmen subsummiert Vermeidungsmaßnahmen unter seiner Umweltstrategie bzw. dem Umweltschutz des Unternehmens. Und bei 6 Unternehmen lassen sich kaum Verankerungen von kon-

kreten Maßnahmen in der Unternehmensstrategie identifizieren.

Es gibt aber eine Reihe von Maßnahmen, die die Unternehmen nennen, um dem Klimawandel entgegenzutreten:

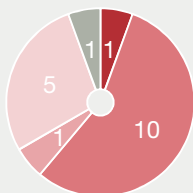
- ▼ CO₂-Senkung beim Warenumsatz
- ▼ Ökologisch orientierte Anreizsysteme
- ▼ Elektromobilität
- ▼ CO₂-Kalkulator
- ▼ Energieeffizienz
- ▼ Energie-Award für Energiesparprojekte
- ▼ Rundum Klimaschutzstrategie
- ▼ Recycling und Biodiversität
- ▼ Sensibilisierung der Stakeholder für das Thema Klimaschutz
- ▼ Kompensation

Einige besonders erwähnenswerte Maßnahmen lassen sich in der Übersicht der „Best Practice“ Tabelle 4-2 nachlesen. Sie beschreiben Maßnahmen, die Unternehmen in Ihren Nachhaltigkeitsberichten und auf ihren Webseiten im Zusammenhang mit dem Klimawandel auführen.

4-1 Strategische Verankerung von Klimaschutzmaßnahmen in einer Klimastrategie

Angaben in Anzahl Nennungen

- Vermeidungs- und anpassungsstrategie mit konkreten Maßnahmen
- Konkrete Klimaschutzmaßnahmen im Rahmen einer eigenen Klimaschutzstrategie
- Klimaschutzmaßnahmen im Rahmen der Umweltstrategie
- Umweltmaßnahmen mit (wenig) Bezug zum Klimaschutz
- Keine expliziten Informationen zu Klimathemen.



18 Unternehmen Quelle: Nachhaltigkeitsberichte
Die Grafik spiegelt die Einschätzungen des Autors wider

Neben dem Ziel einen Beitrag zur Vermeidung des Klimawandels zu leisten, spielen sicher auch andere Interessen als der Klimaschutz eine Rolle. Bei Investitionen erhoffen sich die Unternehmen ökonomische Vorteile. Aus Sicht der Luftverkehrsbranche und Unternehmen wie der Deutschen Lufthansa AG ist der Anreiz zum Kerosin-Sparen allein schon durch den hohen Treibstoffpreis gegeben. Darüber hinaus berichten die Transport- und Logistikunternehmen vermehrt von Kunden, die nach umweltschonenden Dienstleistungen fragen. Klimaschutz kann daher auch ein Vorteil in Bezug auf Kundenbindung und Reputationsgewinn sein. Solche Verbindungen von ökonomischen Interessen und Klimaschutzaktivitäten sind bei den Aktiengesellschaften besonders häufig zu beobachten, da sie ihren Aktionären gegenüber rechenschaftspflichtig sind. Gerade profitable Klimaschutzprojekte sind auch für Nachzügler-Unternehmen viel leichter nachzuahmen als andere.

Effektive und effiziente Maßnahmen zur Vermeidung des Klimawandels zu beschreiben ist vor dem Hintergrund des fortschreitenden Klimawandels absolut notwendig. Gleichzeitig sind seitens der Unternehmen aber auch Anpassungsmaßnahmen erforderlich, da

der Klimawandel bereits zu fortgeschritten ist, um ihn ganz als Veränderung auszuschließen. Wichtige Klimaindikatoren wie die globale Durchschnittstemperatur, der Meeresspiegelanstieg und Extremwetter-Ereignisse sind überdurchschnittlich angestiegen. Dass die Unternehmen diese Entwicklung bestätigen, zeigt sich auch in der Analyse der genannten Risiken in Kapitel 03. Wenn es zu keiner Reduzierung der Emissionen kommt, treten viele der genannten Klimatrends wahrscheinlich noch verstärkt auf. Dies würde das Risiko abrupten und unumkehrbarer klimatischer Veränderungen erhöhen.

In den Nachhaltigkeits- bzw. Geschäftsbericht der Unternehmen ist dennoch bis auf bei einem Unternehmen keine Anpassungsstrategie an den Klimawandel erkennbar. Dies muss nicht unbedingt bedeutet, dass keine Anpassungsmaßnahmen vorhanden sind. Es ist dennoch nur die Österreichische Post AG, die von konkreten Anpassungsmaßnahmen berichtet, um auf Unsicherheiten und Gefahren, die sich aus dem Klimawandel ergeben, vorbereitet zu sein. Die Deutsche Post AG berichtet sogar an das CDP, dass es keine signifikanten klimabedingten Risiken für das Unternehmen identifiziert hat. Die Unternehmen stehen also eher noch ganz am Anfang bei der Implementierung von Anpassungsmaßnahmen, sicher auch deswegen, weil Kontinentaleuropa derzeit keine der weltweiten Regionen ist, die Klimawandelfolgen bereits überdeutlich spüren müssen.



Beispiel: Anpassungsmaßnahmen

Die Post sorgt durch die laufende Überprüfung der Gebäude hinsichtlich Wetterfestigkeit und durch laufende Instandhaltungsinvestitionen für sichere Arbeitsplätze dem Risiko durch Natur- bzw. Umweltkatastrophen vor. Zudem erhöhen eine moderne Fahrzeugflotte und Fahrtrainings die Sicherheit der Mitarbeiter im Zustellbereich. Auch die Bereitstellung von Dienst-/Schutzbekleidung sowie bundesweite Grippe-schutzimpfaktionen tragen zur Risikominimierung bei ungünstigen Witterungsverhältnissen durch den Klimawandel bei.

Österreichische Post AG

Quelle: Nachhaltigkeitsbericht
2012, S13.



Klimawandelvermeidung und Anpassung

4-2 Auswahl der von Unternehmen beschriebenen Maßnahmen (Quelle: Nachhaltigkeits- und Geschäftsberichte)

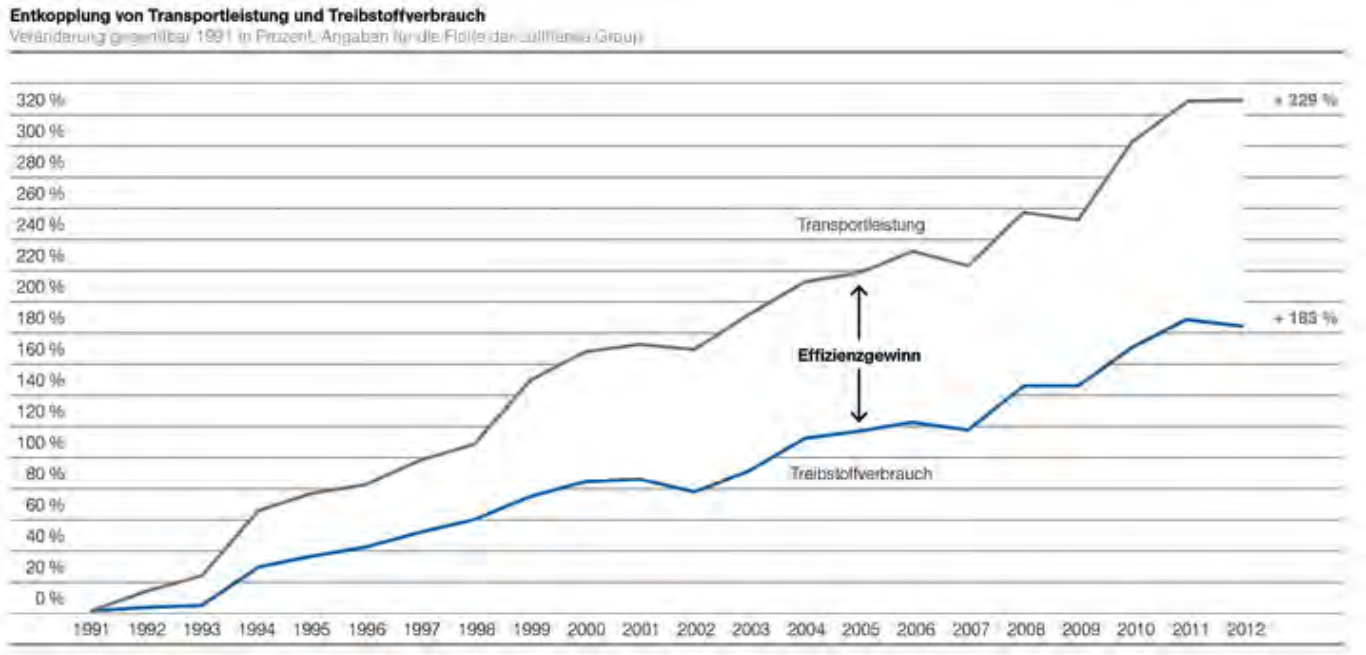
Maßnahme	Unternehmen	Best Practice
CO₂-Senkung beim Warenumschlag	DB Schenker	„Die Landesgesellschaft in Argentinien optimiert den CO ₂ -Ausstoß seiner Gabelstapler. Dafür hat Schenker Argentina S.A. eigens einen Dienstleister verpflichtet. Durch die Instandhaltungsarbeiten soll die CO ₂ -Emission der Stapler gesenkt und gleichzeitig ihre Leistungsfähigkeit erhöht werden.“ Quelle: http://www.dbschenker.com/holdings/nachhaltigkeit/oekologie/best_practice/amerika.html
	Hamburger Hafen und Logistik AG	„Im Jahr 2012 wurden insgesamt sieben neue verbrauchs- und schadstoffreduzierte VanCarrier in Betrieb genommen. Diese Fahrzeuge verbrauchen pro Betriebsstunde bis zu 25 % weniger Diesel als die Vorgängermodelle, die sie teilweise abgelöst haben.“ Quelle: Nachhaltigkeitsbericht 2012, S.4.
Ökologisch orientierte Anreizsysteme	Deutsche Lufthansa AG	„Emissionsabhängige Flughafenentgelte: Innovative Airlines mit emissionsarmen Flugzeugen werden finanziell entlastet, während verbrauchsintensives Fluggerät belastet wird. Lufthansa hat in den vergangenen drei Jahren maßgeblich an der Einführung dieses Instruments in Deutschland mitgewirkt.“ Quelle: http://www.lufthansagroup.com/de/verantwortung/klima-und-umweltverantwortung/umweltstrategie-und-massnahmen.html
Elektromobilität	Deutsche Lufthansa AG	„Elektromobilität wird in Aufgrund der enormen ökologischen und ökonomischen Einsparpotentiale untersucht Lufthansa Technik seit 2008 auch alternative Antriebskonzepte für Flugzeugbewegungen am Boden. Ziel dieser unter Airport eMove und eLift gebündelten Projekte ist die Realisierung elektromobiler Konzepte, die nicht nur den bodengebundenen Verkehr, sondern vor allem das Rollen und Schleppen von Flugzeugen so umwelt- und ressourcenschonend wie möglich gestalten. Das Elektromobilitätsvorhaben "E-Port an" am Frankfurter Flughafen wurde von der Bundesregierung mit dem Prädikat "Leuchtturm" ausgezeichnet. Zukünftig werden alle Aktivitäten, die zu mehr Elektromobilität am Flughafen führen, unter dem Dach von "E-Port an" zusammengefasst.“ Quelle: http://www.lufthansatechnik.com/de/emobility und http://www.lufthansagroup.com/de/themen/e-port.html
CO₂-Kalkulator	Deutsche Post AG	„CO ₂ -Kalkulator: Kunden können Ihren eigenen CO ₂ -Fußabdruck berechnen und ihnen werden Tips zur CO ₂ -Einsparung gegeben“ http://www.dpdhl.com/dam/dpdhl/verantwortung/service/gogreen_kalkulator/index_de.html
	Kuehne + Nagel International AG	„Im vergangenen Jahr war eine zunehmende Zahl von Kunden an detaillierten Berichten über die von ihren Transporten verursachten CO ₂ -Emissionen interessiert und forderte Berichte vom erst 2009 eingeführten Global Transport Carbon Calculator (GTCC) an. Das System basiert auf standardisierten Daten direkt aus den operativen IT-Systemen und zeigt neben den Kohlendioxidemissionen auch mögliche Lösungsvorschläge zur Reduktion auf.“ Quelle: http://www.kn-portal.com/fileadmin/user_upload/annual_reports/2010/2010_complete/de/40-qualitaet-umwelt-gesundheit-und-sicherheit.html
Energieeffizienz	Flughafen München GmbH	„Die FMG tauscht derzeit die herkömmliche Vorfeld- und Außenbeleuchtung gegen moderne LED-Technik aus. Diese verbrauchen 50% weniger Energie und haben mit 17 Jahren eine eineinhalbmal so lange Lebensdauer. Wenn alle 3.000 Lampen der Vorfeldbeleuchtung und 10.200 Lampen der Außenbeleuchtung umgerüstet sind, können jährlich 5.000 t CO ₂ eingespart werden.“Quelle:

Maßnahme	Unternehmen	Best Practice
Energie-Award für Energie-sparprojekte	Fraport AG	„Fraport möchte darauf hinwirken, dass andere Unternehmen am Flughafen sich ebenfalls um Energieeffizienz bemühen. Deshalb hat Fraport gemeinsam mit der Fraport-Tochter Energy Air GmbH 2012 erstmalig den „Fraport Energy Award“ verliehen. Rund 400 am Standort Frankfurt ansässige und nicht zu Fraport zählende Kunden von Energy Air wurden im Rahmen eines Wettbewerbs dazu aufgerufen, ihre Energieeffizienzprojekte einzureichen.“ Quelle: http://nachhaltigkeitsbericht.fraport.de/umwelt/klimaschutz/#gebäude
Rundum Klimaschutzstrategie	Hermes Europe GmbH	„Die WE DO! Kampagne zeichnet sich insbesondere durch ihren ganzheitlichen Ansatz aus: Kontinuierliche Optimierung beim Transport sowie an den Standorten werden durch Projekte mit sozialen und ökologischen Schwerpunkten wirkungsvoll ergänzt. Hermes integriert auch Kunden und Auftraggeber in den Umweltschutz und unterstützt sie als „Enabler“ – d.h. Initiator und Förderer bei der Umsetzung eigener Aktivitäten.“Quelle: https://www.hermesworld.com/de/ueber_uns/umwelt/umwelt.html
Recycling und Biodiversität	Kuoni Travel Holding Ltd.	„1) Beim Klimaschutzprojekt auf Bali handelt es sich um eine Recyclinganlage, die aus organischen Abfällen Kompost herstellt und diesen dann wiederverkauft. Die Abfälle werden nicht deponiert oder verbrannt sondern kompostiert. Damit wird die Entstehung des gefährlichen Treibhausgases Methan vermieden. Dies leistet einen Beitrag zur Minderung des Abfallproblems auf Bali, produziert biologischen Dünger für die Landwirtschaft und schafft 120 Arbeitsstellen für lokale Angestellte, die den Kompost herstellen. 2) Beim Klimaschutzprojekt in Kenia geht es um lokal produzierte, effiziente „Upesi Öfen“, die den Holzverbrauch reduzieren und dazu beitragen, die einzigartige Vegetation und Biodiversität des Kakamega Regenwaldes zu bewahren. Die Öfen haben einen saubereren Verbrennungsprozess und stoßen daher weniger Russ aus, was zu weniger Infektionen der Atemwege bei Frauen und Kindern führt.“Quelle: http://www.kuoni.ch/ueber-kuoni/preview-corporate-responsibility/co2-kompensation/
Sensibilisierung der Stakeholder für das Thema Klimaschutz	Österreichische Post AG	„Die Österreichische Post will auch ihre Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz zu sensibilisieren. In diesem Sinn hat sie im Jahr 2012 für ihre Mitarbeiter die Kampagne „SCHRITT FÜR SCHRITT für unser Klima – wir machen mit!“ ins Leben gerufen. Ein ansprechend gestalteter Folder inklusive CO ₂ -Rechner soll dabei helfen, den persönlichen ökologischen Fußabdruck in den Bereichen Wohnen, Ernährung, Mobilität, sonstiger Konsum und Reisen einfach zu berechnen und Einsparungspotenziale zu identifizieren. Zusätzlich finden sich Klimaschutztipps für den Alltag.“Quelle: Nachhaltigkeitsbericht 2012, S. 50f.
Kompensation	TUI AG	„TUI Cars möchte daher klimafreundliches Auto fahren ermöglichen und übernimmt Verantwortung. Seit Sommer 2013 fahren alle durch TUI Cars vermittelten PKWs klimaneutral. Das bedeutet, dass der CO ₂ Ausstoß der TUI Cars Fahrzeuge exakt ermittelt und durch eine Ausgleichszahlung kompensiert wird. Die Kosten dafür trägt TUI Cars. Mit den Geldern aus der Kompensation werden Klimaschutzprojekte gefördert und unterstützt wie zum Beispiel ein Windparkprojekt in der Nähe der türkischen Stadt Izmir. Am 08. März 2013 erhielt TUI Cars im Rahmen der ITB 2013 den myclimate award 2013 für "Vorreiter Intergration der CO ₂ -Kompensation in das Geschäftsmodell". Quelle: http://www.tui-group.com/de/nachhaltigkeit/umweltmanagement/klima/tuicars & http://www.tui-deutschland.de/td/de/umwelt/Klima/TUI+Cars.html .

Klimawandelvermeidung und Anpassung

4-3 Beispiel Deutsche Lufthansa AG: Entkopplung von Transportleistung und Treibstoffverbrauch

Graf zeigt die Veränderungen der Transportleistungen und des Treibstoffverbrauchs gegenüber 1991 in Prozent. Quelle: <http://www.lufthansagroup.com/de/verantwortung/klima-und-umweltverantwortung/kerosin-und-emissionen.html>



4-4 Beispiel Deutsche Lufthansa AG: Vier Säulen für den Klimaschutz

„Die Lufthansa Group arbeitet kontinuierlich daran, operative Maßnahmen am Boden und in der Luft zu optimieren und Abläufe noch effizienter zu gestalten, um den Treibstoffverbrauch und damit die CO₂-Emissionen nachhaltig zu verringern. In Zusammenarbeit mit anderen Fluggesellschaften wurde ein Vier-Säulen-Modell für den Klimaschutz entwickelt. Diese Agenda deckt die ganze Bandbreite machbarer Maßnahmen ab.“ Quelle: <http://www.lufthansagroup.com/de/verantwortung/klima-und-umweltverantwortung/kerosin-und-emissionen.html>

Technischer Fortschritt	Verbesserte Infrastruktur	Operative Maßnahmen	Ökonomische Instrumente
<ul style="list-style-type: none"> Neuerung bei Flugzeug- und Triebwerkstechnologien Alternative Treibstoffe 	<ul style="list-style-type: none"> Bessere Nutzung der Lufträume Dem Bedarf angepasste Flughafeninfrastrukturen 	<ul style="list-style-type: none"> Effiziente Flugzeuggrößen Optimale Flugrouten und -geschwindigkeiten Optimierte Prozesse am Boden 	<ul style="list-style-type: none"> Ein globales, sinnvoll ausgestaltetes, marktbasierendes System zur Emissionsminderung als Ergänzung zu den drei anderen Säulen.
<ul style="list-style-type: none"> Flottenmodernisierung Einsatz modernster Triebwerke, Optimierung an bestehenden Triebwerken Steigerung der Treibstoffeffizienz Forschung im Bereich alternativer Kraftstoffe im Rahmen des Projektes <u>Aviation Biofuel</u> 	<ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Treibstoffeffizienz Engagement im Projekt <u>SESAR</u> Flugroutenoptimierung Politische Strukturprojekte Investition in bedarfsgerechte Infrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> Steigerung der Treibstoffeffizienz Fliegen mit variablen Geschwindigkeiten Wartung: Effiziente Triebwerkswäsche 	<ul style="list-style-type: none"> Freiwillige CO₂-Kompensation (Option für Kunden)

Unsere Maßnahmen (Beispielhafte Auswahl)

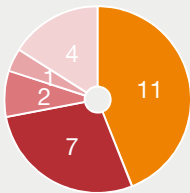
Informationsquellen

Es gibt eine Reihe von Standards und Normen, auf die Unternehmen zurückgreifen können, um ihre Emissionsquellen zu erfassen und die Daten entsprechend darzustellen. Am häufigsten genannt wurden die ISO 14064-1 Norm und das Greenhouse Gas Protocol, entwickelt vom World Resources Institut in Zusammenarbeit mit dem World Business Council for Sustainable Development.

4-5 Standards zur Emissionsberichterstattung und Informationsquellen

Angaben in Anzahl Nennungen

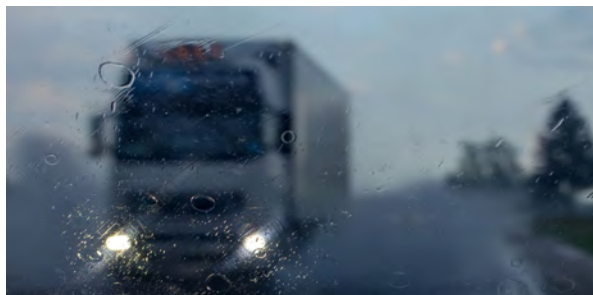
- The Greenhouse Gas Protocol
- ISO 14064-1
- Defra Voluntary Reporting Guidelines
- US EPA Mandatory Greenhouse Gas Reporting Rule
- Andere



18 Unternehmen

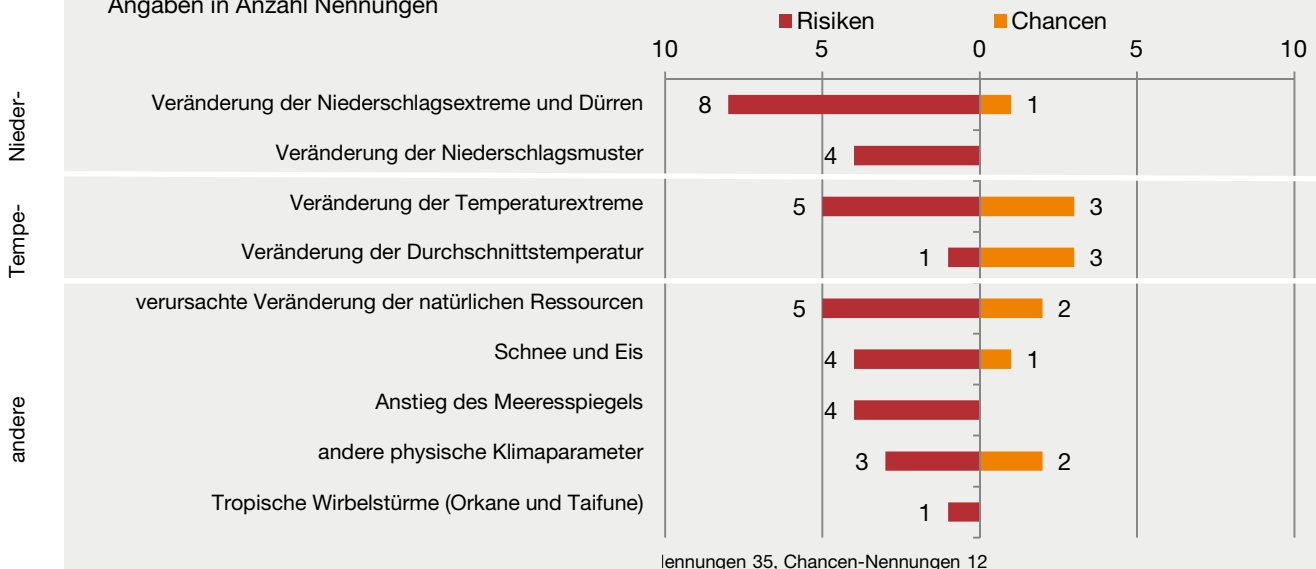
Relevante Klimaparameter

Die Unternehmen sollten sich in ihren Klimastrategien an Klimaparametern orientieren, um mit Anpassungsmaßnahmen auf Klimaveränderungen angemessen reagieren zu können. In den CDP Klimaberichten werden diese allerdings nicht spezifisch abgefragt, sie können aber von den physischen Risiken und Chancen abgeleitet werden, die in Kapitel 3 der Studie analysiert wurden. Es lässt sich erkennen, dass es vor allem der Niederschlag ist, dessen Veränderung einen wichtigen Klimaparameter für die Unternehmen darstellt (Grafik 4-6). Die Durchsicht der Nachhaltigkeitsberichte ergab kaum Aufschluss. Nur wenige der betrachteten Unternehmen sprachen konkret von Bedrohungen durch Klimaveränderungen. Die TUI AG z.B. sieht sich Klimaveränderungen wie dem Anstieg des Meeresspiegels, das Abschmelzen der Gletscher, Änderungen saisonaler Trocken- und Regenperioden ausgesetzt.



4-6 Genannte physische Risiken und Chancen

Angaben in Anzahl Nennungen



Emissionsreduktions-Ziele und Maßnahmen

- ▼ **4 von 17 Unternehmen haben keine Vermeidungsziele.**
- ▼ **Die Auswahl des Zieltyps ist mit 50% Intensitäts- und 50% absoluten von insgesamt 34 Zielen recht ausgeglichen.**
- ▼ **Im Durchschnitt liegen die gesetzten Ziele 11%-Pkt. hinter dem Zeitplan.**
- ▼ **55% der gesetzten Reduktionsziele sind äußerst kurzfristig und enden bereits im Jahr 2015 oder früher, weitere 42% enden bis 2020.**
- ▼ **Immerhin fast die Hälfte aller Ziele ist mit einer durchschnittlichen jährlichen Emissionsreduktion von mindestens 2,5% als durchaus ambitioniert zu bezeichnen.**
- ▼ **Alle Transport- und Logistikunternehmen haben Maßnahmen zur Reduktion von CO₂-Emissionen ergriffen aber nur 15 führten diese auch im Berichtsjahr durch.**
- ▼ **17 von 18 Unternehmen haben Emissionsreduktionmaßnahmen in ihre Geschäftsstrategie integriert.**
- ▼ **Das größte CO₂-Einsparpotenzial wird im Bereich Transportmaßnahmen erwartet. Aber auch CO₂-arme Energiequellen versprechen ein großes Potenzial.**
- ▼ **97% der Investitionen amortisieren sich innerhalb der nächsten 10 Jahre, hiervon die Hälfte sogar schon innerhalb des nächsten Jahres.**
- ▼ **Primär sind die Energieeffizienz, eine finanzielle Optimierung und das Mitarbeiterengagement Grund für die Unternehmen klimathematisch zu agieren.**



Ziele sind essentielle Steuerungsgrößen unternehmerischen Handelns. Sie helfen nicht nur Entscheidungen in komplexen Situationen zu treffen, Unternehmen strategisch auszurichten und Erfolge messbar zu machen, vielmehr zeigen sie auch die Bereitschaft der Unternehmen an, sich intern und extern auf die Erfüllung ihrer selbstgesetzten Ziele zu verpflichten. Aus diesem Grund ist die Berichterstattung über Emissionsreduktionsziele Kernbestandteil der jährlichen CDP Klimawandel-Informationsabfrage.

Dabei zeigen die Analysen des CDP, dass das Setzen sowie Verfolgen von Emissionsreduktionszielen nicht nur der Reputation des Unternehmen zu Gute kommt, sondern auch aus ökonomischen und Effizienzgründen lohnenswert sein kann. So konnten Unternehmen aus dem CDP Carbon Action Program¹, durch das Setzen, Kommunizieren und Verfolgen von Emissionsreduktionszielen nicht nur mehr Emissionen einsparen als Unternehmen ohne Ziele (1.9% pro Jahr), sondern erzielten auch einen höheren durchschnittlichen Return on Investment bei den ausgewählten Maßnahmen (1.1% pro Jahr). Offensichtlich wählen Unternehmen mit Zielen die Maßnahmen, die zur Zielerreichung erforderlich sind, systematischer und besser aus oder haben insgesamt ein größeres Bewusstsein für Emissionsreduktionen als Unternehmen ohne Ziele. Die Formulierung von Reduktionszielen und damit der Einsatz gegen den Klimawandel führt also zu einem Doppelerfolg: Zur Emissionsreduzierung und zur Generierung ökonomischer Vorteile.

Emissionsreduktionsziele – Ziele zur Klimawandel-Vermeidung

Dieses Kapitel betrachtet alle aktuell aktiven Emissionsreduktionsziele der in dieser Studie betrachteten deutschsprachigen Transport- und Logistikunternehmen. Als „aktive Emissionsreduktionsziele“ sind dabei die Ziele definiert, die das Jahr der Berichterstattung (2012) umfassen, also entweder im Berichterstattungsjahr beginnen oder enden, bzw. vor dem Berichtsjahr begannen und nach ihm enden.

Insgesamt gaben 13 von 18 Unternehmen an, sich aktive Emissionsreduktionsziele gesetzt zu haben. 4 Unternehmen dagegen haben keine Ziele und 1 Unternehmen machten keine Angaben. Gründe, warum die Unternehmen sich keine Ziele gesetzt haben, wurden nicht genannt oder sind vertraulich zu behandeln. Die Detail-Betrachtung der Emissionsreduktionsziele be-

zieht sich ab jetzt auf die 13 Unternehmen mit aktiven Zielen.

Aktive Emissionsreduktionsziele lassen sich unterteilen in absolute Ziele und Intensitätsziele. Ein absolutes Ziel beschreibt die absolute Reduzierung der Emissionen im Vergleich zu einem definierten Basisjahr und kann somit klar qualifiziert werden, z.B. in Tonnen CO₂-Äquivalenten. Beim Intensitätsziel bemisst sich die Reduktion der Treibhausgas-Emissionen in Relation zu einer für das Unternehmen relevanten Bezugsgröße. Übliche Einheiten können sein:

- ▶ EUR Jahresumsatz
- ▶ produzierte MWh (Energieversorger)
- ▶ Mitarbeiteranzahl
- ▶ Tonne Produkt (produzierende Unternehmen)
- ▶ Flächen m² (bei Immobilien, Handel)

Der entscheidende Unterschied zu absoluten Zielen ist, dass dieser Zieltyp nicht zwingend mit einer Senkung der CO₂-Gesamtemissionen eines Unternehmen einhergeht: Steigt die Produktion des Unternehmens, zum Beispiel bedingt durch eine steigende Gesamtnachfrage, kann auch das Emissionsvolumen wachsen, obwohl die Emissionsintensität abnimmt.

Aus diesem Grund arbeiten CDP und andere Umweltorganisationen mit Hochdruck daran, Zielvorgaben zumindest auf Branchenebene aus dem übergeordneten 2°-Ziel abzuleiten, um sicherzustellen, dass aus relativen Senkungen auch wirklich absolute werden.

Von diesen 13 Unternehmen haben 31% ausschließlich absolute Ziele, 46% ausschließlich Intensitätsziele definiert. Einen Mix aus beiden Zielarten wenden 23% der Unternehmen an. Insgesamt wurden von allen Unternehmen 34 Zielmarken gesetzt, darunter 50% absolute Ziele und 50% Intensitätsziele. Im Durchschnitt haben sich die Unternehmen drei Ziele gesetzt.

Unternehmen bevorzugen i.d.R. Intensitätsziele gegenüber absoluten Zielen aufgrund der einfacheren unternehmerischen Steuerbarkeit. Gerade die Transport- und Logistikbranche ist sehr dynamisch und hängt in ihren Umsätzen sehr vom wirtschaftlichen Umfeld ab. Da die Kostenstrukturen auf der anderen Seite recht starr sind (hoher Kapitalkosteneinsatz, wie Besitz von Flugzeugen, Hafenanlagen, Terminalgebäuden, Hotels etc.), unterliegt vor allem der Jahresgewinn der meisten Unternehmen hier großen Schwankungen.

¹Carbon Action spricht als Investoreninitiative gezielt Unternehmen mit Handlungsbedarf an, z.B. Konsumgüterproduzenten ohne Emissionsmanagement ihrer Vorprodukte oder emissionsintensive Unternehmen ohne Reduktionsziele. Ergebnis: 1/3 der aufgeforderten Unternehmen setzte sich im Jahr darauf erstmals ein Reduktionsziel.

Emissionsreduktions-Ziele und Maßnahmen

Das vor diesem Hintergrund dennoch 50% der Emissionsreduktionsziele absolute Ziele sind, ist fast bewundernswert.

Bei den Reduktionszielen wird zwischen Scope 1, Scope 2 und Scope 3 Emissionen differenziert, wobei die Erfassung der letztgenannten unternehmensseitig die größte Herausforderung darstellt. Während Scope 1 alle direkt selbst erzeugten Emissionen (beispielsweise durch die Verbrennung von fossilen Energieträgern) umfasst, subsumiert Scope 2 alle Emissionen, die mit eingekaufter Energie wie beispielsweise Elektrizität oder Fernwärme verbunden sind. Scope 3 Emissionen umfassen die indirekten Treibhausgasemissionen, die entlang der Wertschöpfungskette eines Produktes von der Gewinnung der Rohstoffe bis zur Produktion sowie über die Nutzungsphase des Produktes bis hin zur Entsorgung anfallen. Die Scope 3 Berichterstattung steht noch sehr am Anfang, da es schwierig ist, verlässliche Daten über ganze Wertschöpfungsketten hin zu bekommen.

Fünf der gesetzten Zielmarken bezieht sich auf Scope 1 Emissionen (15%), drei auf Scope 2 (9%) und drei auf Scope 3 Emissionen (9%). Die Mehrheit von den Unternehmen angegebenen Zielmarken beziehen sich auf „gemischte“ Bemessungsgrundlagen: In 18 Fällen (53%) werden Scope 1 & 2 Emissionen zusammengefasst, in 5 Fällen (15%) Scope 1, 2 und 3-Emissionen (Grafik 5-4).

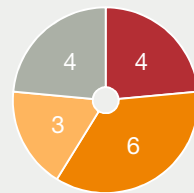
Zieldimensionen

Reduktionsziele können neben der Kategorisierung nach Scope-Bereich unter weiteren Gesichtspunkten miteinander verglichen werden. Ein Reduktionsziel wird für einen bestimmten prozentualen Anteil eines Scope-Bereichs definiert. Entscheidend für die Bewertung eines Ziels ist neben der Höhe des abgedeckten Scope-Bereichs die angestrebte Reduktion pro Jahr. Bei der Betrachtung der abgedeckten Scope-Anteile der öffentlichen Unternehmen, fällt auf, dass 48% der Ziele mit einer Reduktion von mehr als 2,5% pro Laufzeitjahr (Grafik 5-5) rechnen und daher als ambitioniert einzustufen sind.

5-1 Aktive Emissionsreduktionsziele

Angaben in Anzahl Unternehmen

- Absolute Ziele
- Intensitätsziele
- Absolute Ziele und Intensitätsziele
- Keine Ziele



17 Unternehmen
1 Unternehmen machte keine Angaben

Beispiel: Absolutes Ziel - Stabilitätsziel

Frankfurt Airport has an expansion program. The airport will grow until 2020. Fraport will have an increase of 65 percent of traffic units in comparison to 2005. The company aims to stabilize their emissions in 2020 at the level of 2005.

Fraport AG



5-2 Aktive Emissionsreduktionsziele - Unternehmensvergleich

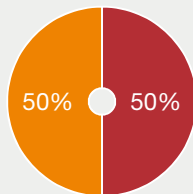
Unternehmen	Absolute Ziele	Intensitätsziele
DB Schenker		
Deutsche Post AG		
Flughafen München GmbH		
Fraport AG		
Hamburg Hafen und Logistik AG		
Hermes Europe GmbH		
Kuehne + Nagel International AG		
Österreichische Post AG		
Panalpina AG		
TUI AG		
Wheels Logistics GmbH & Co. KG		

Nicht in Grafik, da Daten nicht öffentlich: Deutsche Lufthansa AG, Flughafen Wien AG, Flughafen Zürich AG und Kuoni Travel Holding Ltd.

5-3 Ziel-Typ der aktiven Emissionsreduktionsziele

Prozentualer Anteil nach Angaben Nennungen

- Absolute Ziele
- Intensitätsziele

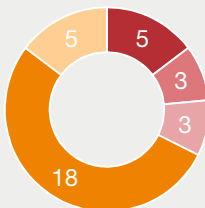


13 Unternehmen
17 aktive Intensitätsziele
17 aktive absolute Ziele

5-4 Scope-Art der aktiven Emissionsreduktionsziele

Angaben in Anzahl Nennungen

- Scope 1
- Scope 2
- Scope 3
- Scope 1+2
- Scope 1+2+3



13 Unternehmen
34 aktive Emissionsreduktionsziele

5-5 Dimension der aktiven Emissionsreduktionsziele

- Abgedeckter Scope-Anteil (Skala 0% bis 100%)
- Erwartete durchschnittliche Reduktion je Ziel-Laufjahr (Skala 0% bis -10%)

Laufzeit (Jahre) Unternehmen, Ziel-ID, Scope, Ziel-Typ

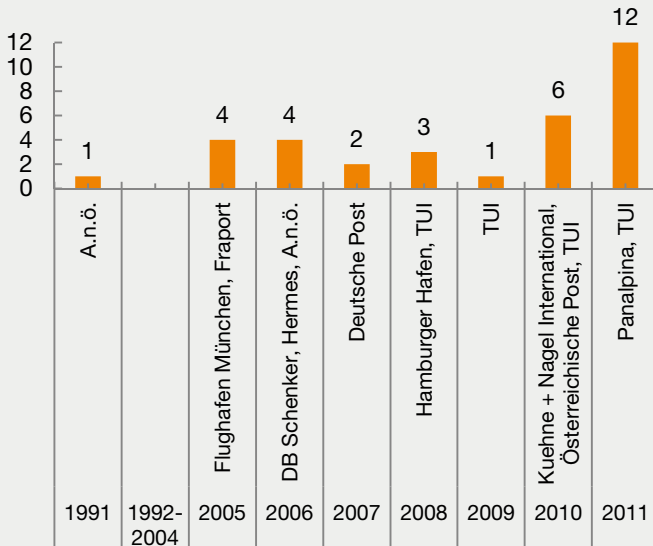
Laufzeit (Jahre)	Unternehmen, Ziel-ID, Scope, Ziel-Typ	Erwartete durchschnittliche Reduktion je Ziel-Laufjahr	Abgedeckter Scope-Anteil
1	Panalpina, Fligh, Scope 3 IZ	-5,0%	100%
	Panalpina, Elec, Scope 2 IZ	-3,0%	97%
	Panalpina, Veh, Scope 1 IZ	-2,0%	72%
	Panalpina, Heat, Scope 1+2 IZ	-2,0%	13%
3	TUI, AT8, Scope 3 AZ	-10,0%	k.A.
	TUI, AT6, Scope 1+2 AZ	-5,0%	k.A.
	TUI, AT2, Scope 2 AZ	-3,3%	1%
	TUI, AT9, Scope 3 AZ	-3,3%	39%
	TUI, AT3, Scope 1+2 AZ	-3,3%	2%
	TUI, AT4, Scope 1+2 AZ	-3,3%	k.A.
	TUI, AT5, Scope 1+2 AZ	-3,3%	k.A.
4	TUI, IT3, Scope 1+2 IZ	-1,0%	5%
4	TUI, AT11, Scope 1+2 AZ	-7,5%	k.A.
5	Österreichische Post, Scope 1+2+3 AZ	-4,0%	100%
	Deutsche Post, T2012, Scope 1+2 IZ	-2,0%	100%
6	TUI, AT7, Scope 1+2 AZ	-4,2%	k.A.
	TUI, IT1, Scope 2 IZ	-1,0%	36%
	TUI, AT1, Scope 1 AZ	-1,0%	36%
9	TUI, IT2, Scope 1+2 IZ	-1,7%	5%
10	K + N International, KAN1, Scope 1+2 AZ	-1,5%	100%
	K + N International, KNI1, Scope 1+2 IZ	-0,3%	100%
	K + N International, KNI2, Scope 1+2 IZ	-0,3%	100%
12	Hamburger Hafen und Logistik, 1, Scope 1+2 IZ	-2,5%	83%
13	Deutsche Post, T2020, Scope 1+2+3, IZ	-2,3%	100%
14	Hermes Logistik, 1, Scope 1+2 IZ	-3,6%	10%
	Hermes Logistik, 2, Scope 3, IZ	-3,6%	90%
	DB Schenker, 1, Scope 1+2+3 IZ	-1,4%	100%
15	Fraport, 03, Scope 1+2 IZ	-2,0%	100%
	Fraport, 02, Scope 2 AZ	0,0%	100%
	Fraport, 01, Scope 1+2 AZ	0,0%	100%
	Flughafen München, 01, Scope 1+2+3 AZ	0,0%	24%

11 Unternehmen 2 Unternehmen nicht öffentlich
31 Ziele IZ = Intensitätsziel, AZ = absolutes Ziel

Emissionsreduktions-Ziele und Maßnahmen

5-6 Startjahr aktiver Emissionsreduktionsziele

Angaben in Anzahl Nennungen



13 Unternehmen A.n.ö. = Unternehmen, deren Angaben nicht öffentlich sind
33 aktive Emissionsreduktionsziele
1 Ziel hat keine konkreten Angaben und ist nicht in Grafik

Gültigkeitszeiträume der gesetzten Ziele

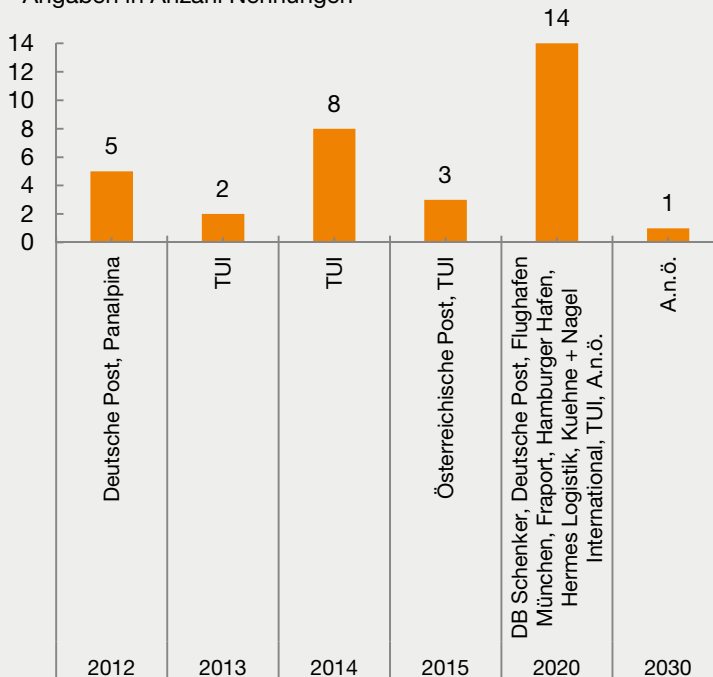
Grafik 5-6 macht deutlich, dass die Unternehmen in den letzten Jahren verstärkt angefangen haben, konkrete Reduktionsziele mit entsprechenden Startterminen zu benennen.

Ein Blick auf die Zieljahre (Grafik 5-7) offenbart, dass die meisten Reduktionsziele bis 2020 erreicht werden sollen (97%). Darüber hinaus gab es sowohl 2012 als auch 2014 jeweils eine signifikante Anhäufung des Zieljahres. Dies liegt wahrscheinlich begründet in politischen Zielsetzungen, die den Unternehmen Vorgaben machen bzw. Planungssicherheit bieten; wie z.B. den bis 2012 geltenden Vereinbarungen im Kyoto-Protokoll, den Phasen des Europäischen Emissionshandels oder auch den Reduktionszielen der EU bis 2020.

Die Zeiträume, auf die sich die von den Unternehmen genannten Ziele beziehen, sind sehr heterogen. Sie reichen von ein bis 39 Jahren. Die am meisten gesetzte Ziellaufzeit beträgt drei Jahre. Solche kurzfristigen Ziele sind zwar unternehmerisch verständlich, gerade in sehr zyklischen Branchen wie Transport & Logistik, praktisch aber fragwürdig. Die Anschaffung eines Flugzeuges, das mit Bio-Kerosin fliegt, oder die Umrüstung eines Terminalgebäudes auf neusten Gebäudeeffizienzstandard sind langfristige Investitionen, die nur mit größeren Zeithorizonten attraktiv sind. Ziele, die sich auf Scope 1+2+3 beziehen, haben im Durchschnitt die längste Laufzeit (Grafik 5-8).

5-7 Zieljahre aktiver Emissionsreduktionsziele

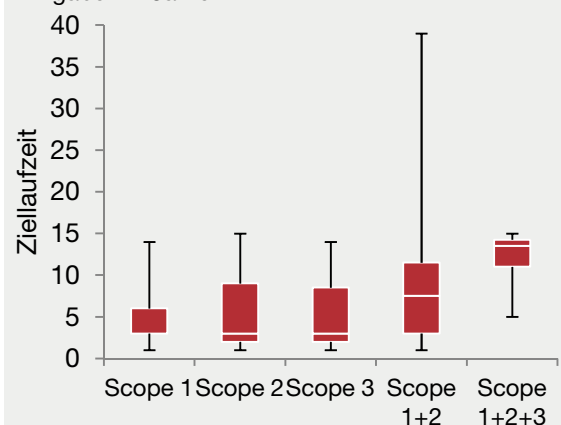
Angaben in Anzahl Nennungen



13 Unternehmen 33 aktive Emissionsreduktionsziele, 1 Ziel hat keine konkreten Angaben und ist nicht in Grafik A.n.ö. = Unternehmen deren Angaben nicht öffentlich sind

5-8 Durchschnittliche Laufzeit aktiver Emissionsreduktionsziele

Angaben in Jahren



13 Unternehmen
33 aktive Emissionsreduktionsziele,
1 Ziel hat keine konkreten Angaben und ist nicht in Grafik

Angepeilte Einsparungen und Zielerreichungsgrade

Intensitätsziele formulieren die Zielreduktion in normierten Emissionen - also pro produzierte Einheit. Die Zielerreichung hat daher absolut betrachtet nicht immer eine absolute Emissionsreduktion zur Folge. Deswegen erfragt CDP bei der Angabe von Intensitätszielen auch die vom Unternehmen erwartete Auswirkung auf die absoluten Emissionen.

Grafik 5-9 zeigt die Anzahl der Ziele, die den drei Veränderungs-Kategorien zugeordnet wurden. Bei der Betrachtung der absoluten Veränderung der Emissionen bei Zielerreichung der Intensitätsziele fallen bei der Unterscheidung in Scope 1+2 Emissionen und Scope 3 Emissionen unterschiedliche Erwartungshal-

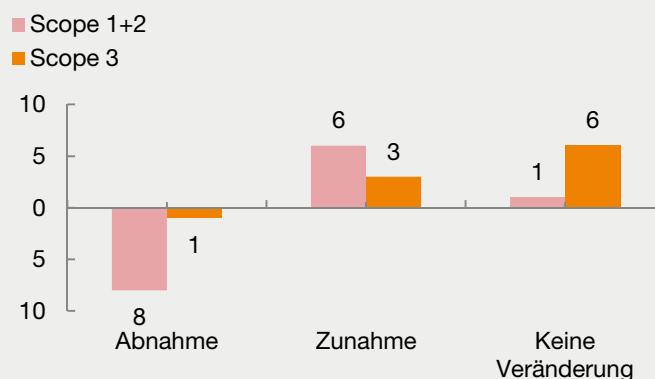
tungen der Unternehmen auf: Bei insgesamt 15 Intensitätszielen im Scope 1+2 Bereich werden bei 53% der Ziele eine Abnahme, bei 40% eine Zunahme und bei 7% keine Veränderung der absoluten Emissionen im Scope 1+2 erwartet. Im Scope 3 Bereich dagegen (10 Ziele decken diesen Bereich ab) sind es nur 10% bei denen eine Abnahme, 30% bei denen eine Zunahme und 60% bei denen keine Veränderung erwartet wird (Grafik 5-9).

Grafik 5-10 zeigt die durchschnittlich erwartete Veränderung der absoluten Emissionen bei Zielerreichung. Auch wenn die geplanten Zunahmen auf den ersten Blick bedenklich aussehen, muss dies im Kontext der dahinterliegenden Ziele gesehen werden, wie die folgende Erklärung der DB Schenker beispielsweise zeigt: „No increase of own equipment's emissions, only emission increase of subcontracted services because of demand increase“

Um den Zielfortschritt der aktiven Zielmarken im Berichtsjahr 2012 zu ermitteln, stellt die Grafik 5-11 den bereits verstrichenen Anteil der Laufzeit eines Zieles dem Anteil der Zielerfüllung zu diesem Zeitpunkt gegenüber. Sortiert sind die Ziele nach ihrem Anteil der Zielerfüllung. In der durchschnittlich zu 63,6% bereits verstrichenen Ziel-Laufzeit wurden durchschnittlich 52,3% des Emissionsreduktionsziels erreicht. Demzufolge liegen die Ziele im Mittel mit ihrer Erfüllung 11,3%-Punkte hinter dem Zeitplan. Das ist unerfreulich, zumal hierzu seitens der Unternehmen kaum oder keine befriedigenden Begründungen in den CDP Antworten gegeben werden.

5-9 Erwartete Veränderung der absoluten Emissionen bei Erreichung der Intensitätsziele

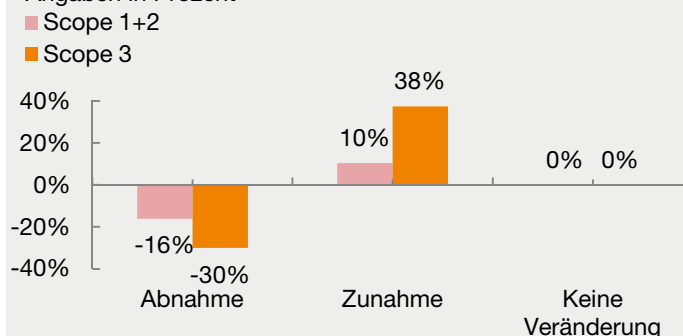
Angaben in Anzahl Nennungen



9 Unternehmen 16 Intensitätsziele (nicht jedes Ziel deckt beide Scope Bereiche ab) zu einem aktiven Intensitätsziel wurden keine konkreten Angaben gemacht und es ist daher nicht in der Grafik

5-10 Durchschnittlich erwartete Veränderung der absoluten Emissionen bei Erreichung der Intensitätsziele

Angaben in Prozent



9 Unternehmen 16 Intensitätsziele (nicht jedes Ziel deckt beide Scope Bereiche ab) zu einem aktiven Intensitätsziel wurden keine konkreten Angaben gemacht

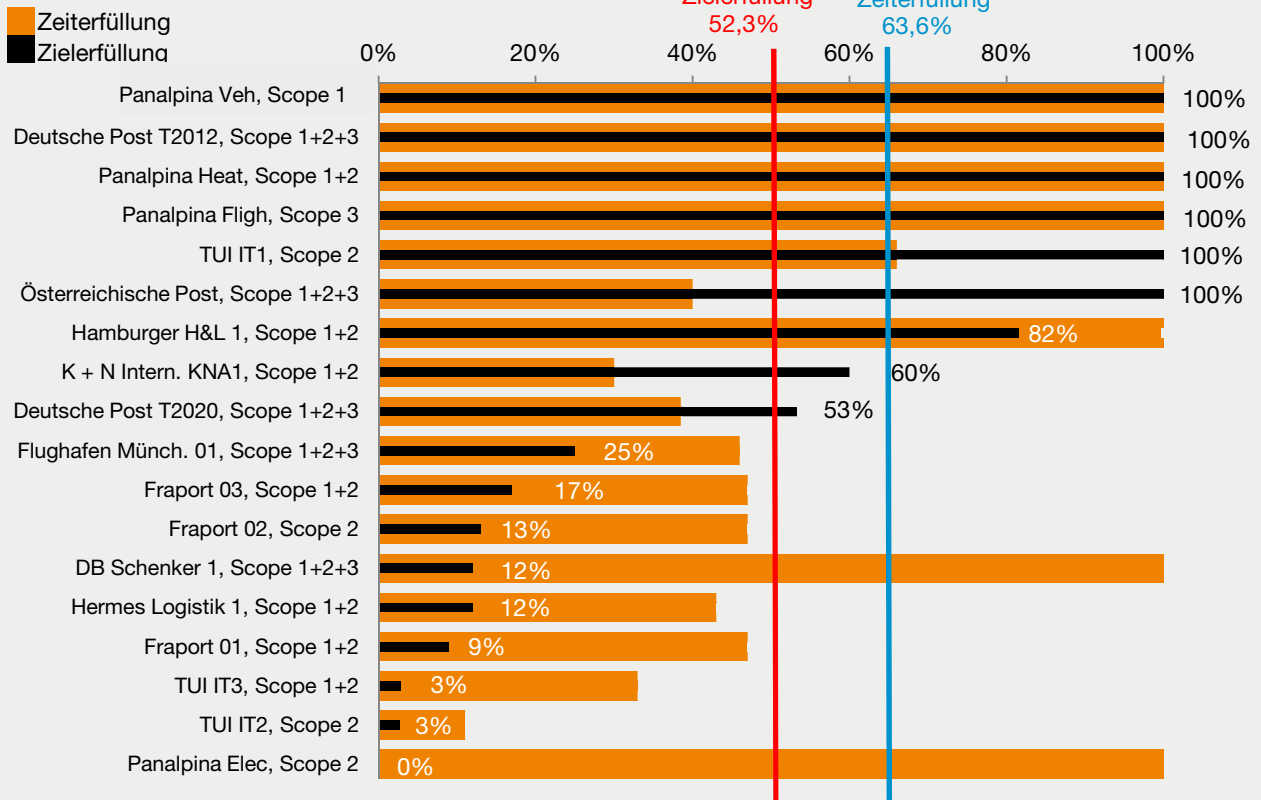
Die Detailangaben zum durchschnittlichen Fortschritt der Zielerfüllung nach Unternehmen sortiert ermöglichen den Vergleich der dreizehn Unternehmen, die im Berichtsjahr 2012 aktive Emissionsreduktionsziele genannt haben. Während fünf Unternehmen hinter der geplant zu erreichenden Zielerfüllung liegen, sind 5 im Zeitrahmen oder sogar stark voraus dem Zeitplan. Die durchschnittliche Lücke zwischen Zielerfüllung (54,5%) und Zielerfüllung (48,2%) liegt bei 6,3%-Punkte (Grafik 5-12).

Die Tabelle auf Seite 55 der Studie listet Beispiel von aktiven Emissionsreduktionszielen auf, die an CDP berichtet wurden.

Emissionsreduktions-Ziele und Maßnahmen

5-11 Zielfortschritt der im Berichtsjahr aktiven Emissionsreduktionsziele je gesetztem Ziel

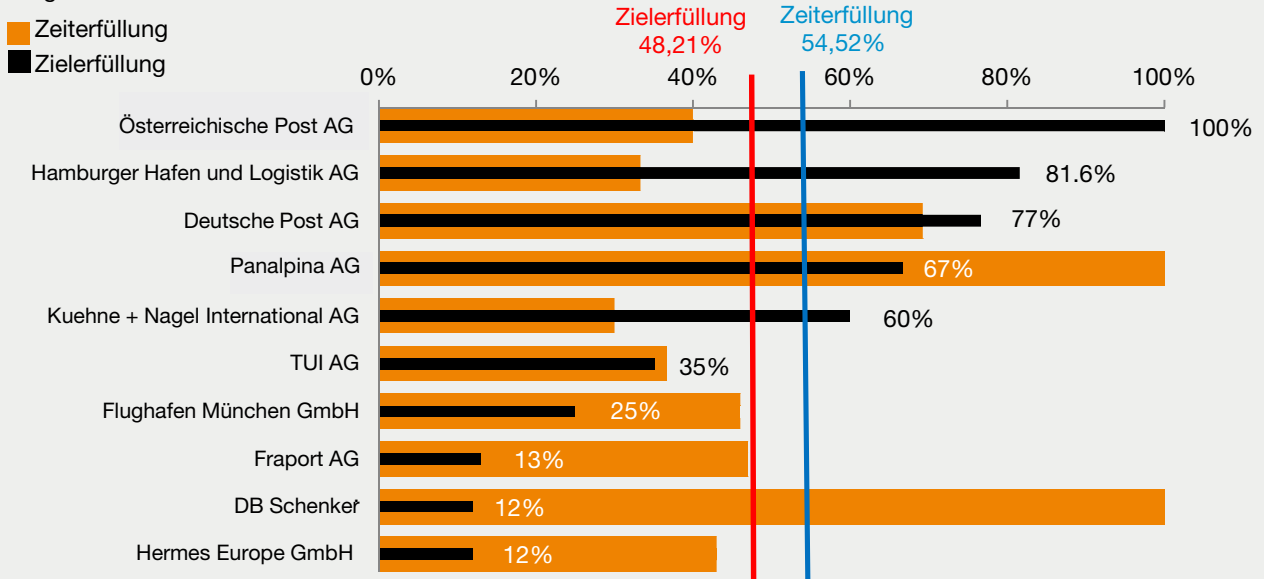
Angaben in Prozent



10 Unternehmen 1 Unternehmen machte keine Angaben 2 Unternehmen nicht öffentlich
 18 aktive Emissionsreduktionsziele, zu 14 Zielen wurden keine Angaben gemacht, 2 Ziele nicht öffentlich

5-12 Durchschnittlicher Zielfortschritt je Unternehmen

Angaben in Prozent



10 Unternehmen 1 Unternehmen machte keine Angaben 2 Unternehmen nicht öffentlich
 18 aktive Emissionsreduktionsziele, zu 14 Zielen wurden keine Angaben gemacht, 2 Ziele nicht öffentlich

5-13 Auswahl der Absoluten Ziele und Intensitätsziele

Unternehmen	Ziel-ID	Beschreibung
Absolute Ziele		
Flughafen München GmbH	01	"Munich Airport strives for achieving carbon-neutral growth until 2020 despite new facilities and a dynamic growth of operations. The considered carbon footprint covers all scope 1 and 2 emissions, as well as those scope 3 emissions, which can directly be influenced by Munich Airport's operations. Not included are those scope 3 emissions, that are out of Munich Airport's direct control: air traffic (LTO-cycle: takeoff, climbout, idle, approach), fuel for auxiliary power units (APU), fuel for jet engine test runs and emissions by public transport (staff, passengers)."
Fraport AG	01	"In 2005, the target for CO ₂ -reduction involved only Fraport AG. Fraport expects significant growth of air traffic starting from October 2011 due to the airport expansion activities, e.g. the new runway for aircraft landings only. In conformity with the zoning approval procedure at Frankfurt Airport. There is an increase of 65 percent of traffic units planned in comparison to 2005. Therefore, the company formulated a stabilization target. Fraport aims to stabilize the emissions until 2020 at the level of 2005."
Kuehne + Nagel International AG	KNA1	"Target setting accounts for CO ₂ e emissions from fuel usage and purchased electricity which aims to stabilize our absolute emissions at 2010 levels by 2020. LONG TERM TARGET."
TUI AG	AT1	"In 2009, TUI Airlines set a target to reduce carbon emissions by 6% by 2013/14, against a baseline of 2007/08, both on a total and on a relative basis. In 2011/12 TUI Airlines' total carbon emissions were 5,248,262 tonnes, i.e. 12% less than in 2007/08. Therefore, the TUI Airlines have met their 6 year target at the end of year 3 and is currently in the process of setting a further absolute reduction target. (Note: Due to the fact that Hapag-Lloyd Container shipping was part of TUI AG's continuing operations, the emissions of that business was included into the corporate footprint. Consequently, "% of emissions in scope" for aviation emissions are relatively low in that year compared to following years where Hapag-Lloyd emissions were not included any more due to disinvestments.)"
Intensitätsziele		
Deutsche Post AG	T2020	"We measure our carbon efficiency by calculating a "carbon efficiency index" from the different emission intensities and efficiencies in our different divisions, such as CO ₂ per letter/parcel in the Mail division, CO ₂ per tonne-km or TEU-km in the Global Forwarding/Freight division, CO ₂ per tonne-km or tonnes of handled shipments in the Express division and CO ₂ per revenue (after adjusting for inflation effects) for the Supply Chain division. This is similar to calculating a stock index. The index value is set to 100 for the base year 2007. The target value for 2012 is 90. We already passed this target level for scopes 1 and 2 efficiency and are now working towards our 2020 target across all scopes. In scope 3 we account for subcontracted transportation (category 4) and business travel via air and rail (category 6)."
Hamburger Hafen und Logistik AG	1	"Our target is to reduce the specific CO ₂ emissions of Containers handled by at least 30% until 2020, baseyear 2008."
Kuehne + Nagel International AG	KNI1	"Target setting accounts for CO ₂ e emissions from fuel usage and purchased electricity which aims to stabilize our intensity emissions at 2010 levels by 2020."
TUI AG	IT2	"TUI Hotels & Resorts have set the target to reduce the relative carbon emissions of 9.62 kg CO ₂ per guest night by 15% by 2020. Objectives of individual hotels and brands are aligned with this overall objective."

Emissionsreduktions-Ziele und Maßnahmen

Maßnahmen zur Vermeidung des Klimawandels

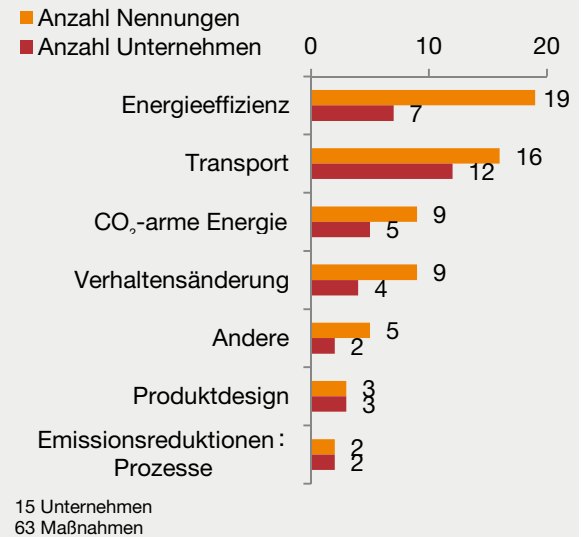
Reduktionsziele zu definieren ist wichtig, um Fortschritte planen und nachhalten zu können. Zur Erreichung müssen entsprechend klare Maßnahmen implementiert werden. Das CDP unterscheidet bei den Maßnahmen zwischen Maßnahmen, deren Umsetzung derzeit geprüft wird, Maßnahmen, deren Umsetzung beschlossen wurde, Maßnahmen, deren Durchführung begonnen hat bzw. die im Berichtsjahr abgeschlossen wurden, und Maßnahmen, gegen deren Umsetzung entschieden wurde aufgrund der Ergebnisanalyse. Zusätzlich wird zwischen Maßnahmen der vorherigen Jahre und Maßnahmen durchgeführt im Berichtsjahr differenziert. Obwohl alle Unternehmen die Frage nach im Berichtsjahr 2013 vorhandenen Emissionsreduktionsmaßnahmen bejahen, sind es nur 15 Unternehmen, die konkrete Angaben machen. Die folgenden Grafiken beziehen sich auf die 15 Unternehmen und deren im Berichtsjahr durchgeführte Maßnahmen.

Zunächst wird bei der Analyse die reine Häufigkeit der Nennungen als auch die Wirksamkeit der spezifischen Maßnahmen auf die Emissionen der Unternehmen betrachtet. Manche Unternehmen fassen verschiedene Maßnahmen in Paketen oder Programmen zusammen, während andere Maßnahmen separat berichten – daher sollte weniger auf die Zahl der Nennungen als auf deren Wirkung in Bezug auf Reduktion von Treibhausgasausstoß geachtet werden.

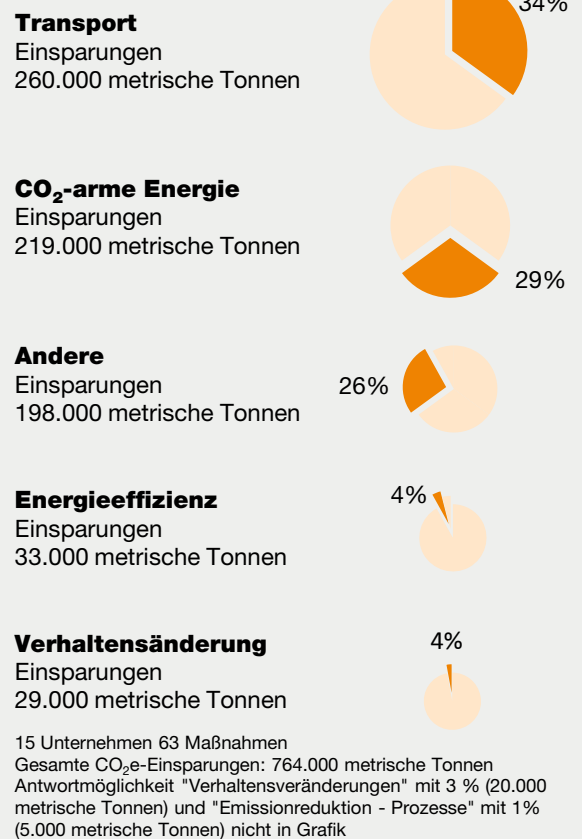
Wenig überraschend versprechen die Transportmaßnahmen zur Emissionsreduktion die größten Einsparpotenziale. 80% der Unternehmen führen diese durch und erwarten insgesamt eine jährliche Reduktion, die 34% der gesamt erwarteten Emissionseinsparungen durch die im Berichtsjahr durchgeführten CO₂e-Einsparmaßnahmen ausmacht (Grafik 5-14, 5-15). Unter anderem werden innovative, ökologische, ökonomische und CO₂-sparende Transportfahrzeuge genannt, wie z.B. Elektromobile; aerodynamische Teardrop Trailer und mit Diesel und Biogas angetriebene Autos.

CO₂-arme Energiemaßnahmen, wie Ökostromproduktion oder –einkauf, versprechen 29% der gesamt erwarteten jährlichen Einsparungen der Transport- und Logistikunternehmen, obwohl nur 33% der Unternehmen diese anwenden.

3-7 Im Berichtsjahr durchgeführte CO₂e-Einsparmaßnahmen



5-15 Erwartete jährliche CO₂e-Einsparungen durch im Berichtsjahr durchgeführte Maßnahmen



Die mit 19 Nennungen anzahlmäßig meist genannte Maßnahme beschäftigt sich mit Energieeffizienz, insbesondere Installation oder Neubau von energieeffizienteren Gebäuden. Sie macht jedoch nur 4% der gesamt erwarteten Emissionsreduktion aus.

Die Maßnahmen, die unter „Andere“ zusammengefasst wurden, und die mit 26% aller erwarteten Emissionsreduktionen den drittgrößten Erfolg versprechen, stammen ausschließlich von 2 Unternehmen, deren Angaben jedoch nicht öffentlich sind. Die Maßnahmen eines dieser Unternehmen macht alleine 57% der gesamt erwarteten Reduktion der Emissionsausstöße aus (Grafik 5-18). Hierbei handelt es sich hauptsächlich um Innovationen zum Sparen von Treibstoff.

Investitionssumme und -amortisation

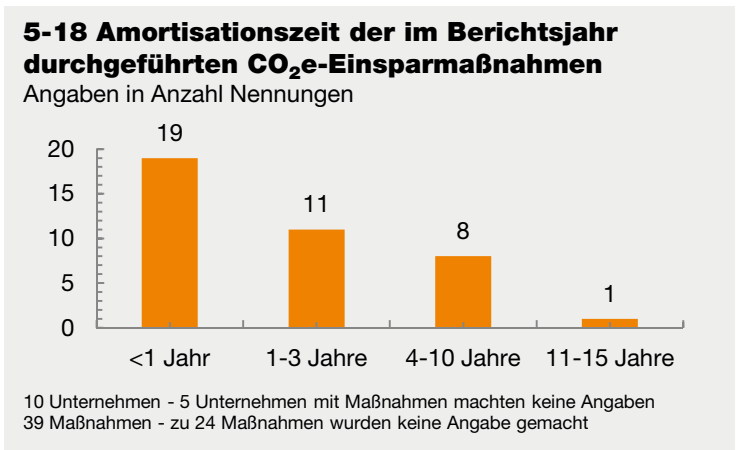
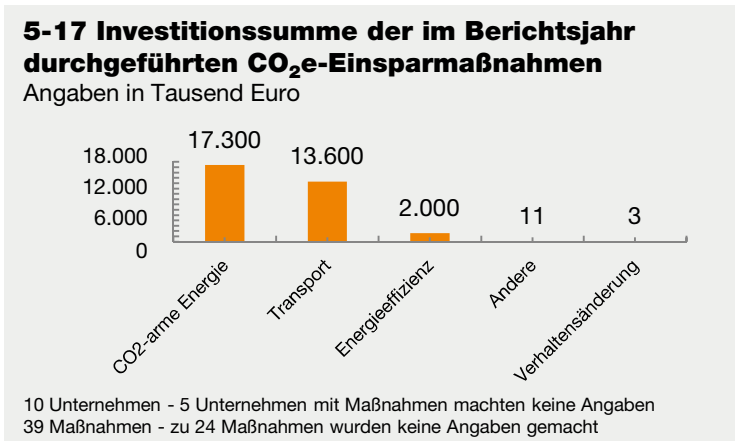
Emissionsreduktionsmaßnahmen sind in der Regel mit Investitionen verbunden, welche sich erst nach geraumer Zeit amortisieren und kurzfristig das Ergebnis eines Unternehmens belasten können. Für eine mögliche Anlageentscheidung des Investors sind daher Angaben über die Höhe der Investitionen und deren Amortisationsdauer von Relevanz. Während Maßnahmen wie CO₂-arme Energieinstallationen große Investitionssummen benötigen, kann die Verhaltensänderung innerhalb des Unternehmens eine effektive, weil investitionsarme Form der Emissionseinsparung sein. Nur zu 39 von 63 Maßnahmen wurden Angaben bezüglich der Amortisationszeit der Investitionen gemacht. Erfreulich ist, dass sich 97% der Investitionen bereits innerhalb von zehn Jahren amortisieren sollen, 76% innerhalb von drei Jahren und 49% sogar in weniger als einem Jahr (Grafik 5-18). Maßnahmen, die dem globalen Klimaschutz dienen, wirken sich demnach auch positiv auf den Unternehmensgewinn aus, und das oft schon vergleichsweise kurzfristig.

Letztlich zielen nachhaltigkeitsorientierte Investoren darauf ab, Unternehmen zu identifizieren, deren Produkte und Dienstleistungen einen positiven Beitrag zur Klimabilanz leisten. Handelt es sich dabei beispielsweise um innovative, technologisch überlegene Lösungen, kann sich dadurch im Wettbewerb schnell ein Vorteil gegenüber der Konkurrenz entwickeln, der sich mittel- bis langfristig wiederum positiv auf den Ergebnisbeitrag eines Unternehmens auswirkt.

5-16 Im Berichtsjahr durchgeführte CO₂e-Einsparmaßnahmen - Unternehmensbetrachtung

	Energieeffizienz	Transport	CO ₂ -arme Energie	Emissionsreduktionsprozesse	Produktdesign
Kuehne + Nagel International AG					
Hermes Europe GmbH					
Deutsche Post AG					
Österreichische Post AG					
Flughafen München GmbH					
Fraport AG					
Panalpina AG					
TUI AG					
DB Schenker					
Hamburger Hafen und Logistik AG					
Wheels Logistics GmbH & Co. KG					

Die farbigen Felder zeigen die von den Unternehmen durchgeführten Maßnahmen. Deutsche Lufthansa AG, Flughafen Wien AG, Flughafen Zürich AG, und Kuoni Travel Holding Ltd. Daten nicht öffentlich.

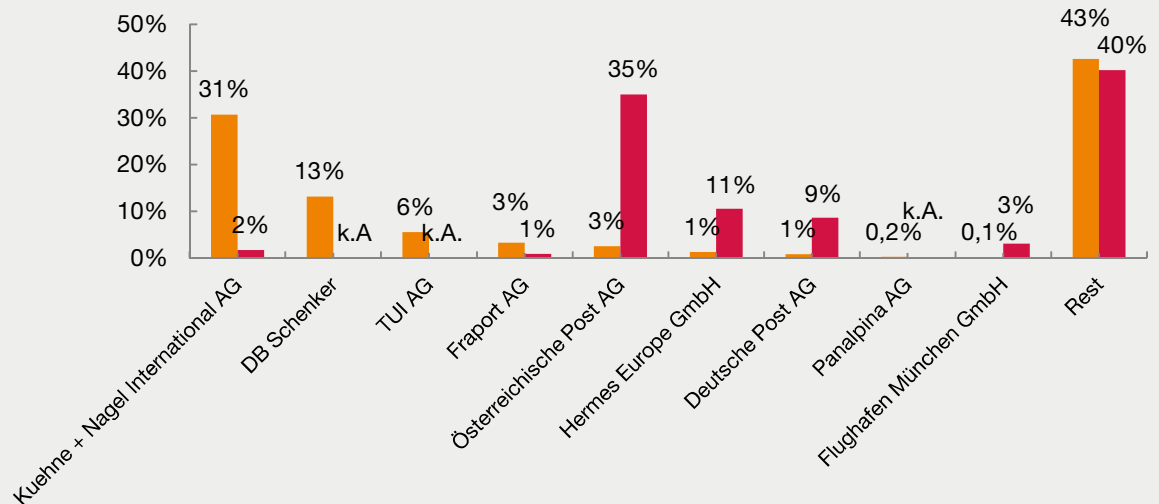


Emissionsreduktions-Ziele und Maßnahmen

5-19 Unternehmensanteile an den gesamten jährlichen Emissionseinsparungen und den gesamten Investitionen

Gesamtsumme der erwarteten Emissionseinsparungen: 764.000 metrische Tonnen
Gesamtsumme der Investitionen: 33 Mio.

■ Emissionseinsparungen
■ Investitionen



15 Unternehmen

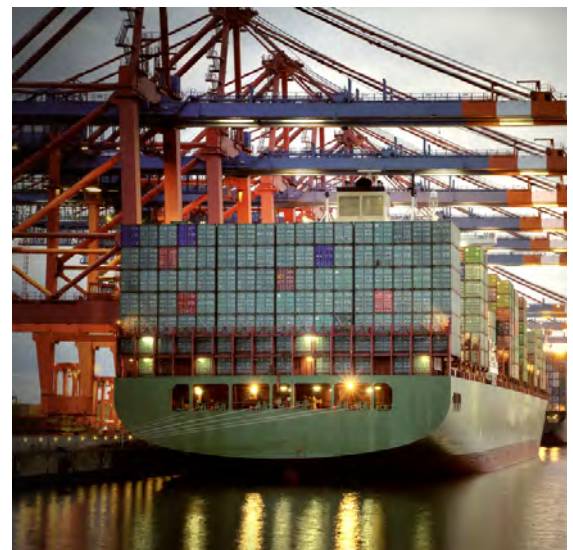
Rest: Deutsche Lufthansa AG, Flughafen Wien AG, Flughafen Zürich AG, Kuoni Travel Holding Ltd. Daten nicht öffentlich
2 Unternehmen können namentlich nicht genannt werden

Unter den Unternehmen, deren Daten der Öffentlichkeit vorliegen, ist es die Kuehne + Nagel International AG mit den größten Erwartungen bezüglich ihrer Emissionseinsparungen (Grafik 5-21). Allein 44% der erwarteten jährlichen Emissionseinsparungen durch Transporteinsparmaßnahmen, die 35% der gesamten Einsparungen ausmachen (Grafik 5-15) stammen von der Kuehne + Nagel International AG. Die Österreichische Post AG dagegen legt die größte Investitionssumme vor. 11,5 Mio. Euro werden von dem Unternehmen für Elektro-Mobilität und Photovoltaik-Anlagen zur Energieversorgung ihrer Elektro-Autos eingesetzt.

Zentrale Treiber

Treiber für Emissionsreduktionsmaßnahmen sind einerseits die von Unternehmen wahrgenommenen klimabezogenen Risiken und Chancen, die als Gefahr und Gewinnpotenziale gesehen werden und daher für unternehmerische Strategien relevant sind. Andererseits lassen sich auch Schlüsse daraus ziehen, wie Unternehmen ihre Investitionen lenken, die für die Umsetzung solcher Maßnahmen erforderlich sind. 15 von 18 Unternehmen haben die Fragen nach den zentralen Treibern für Investitionsentscheidungen beantwortet.

Die Analyse zeigt, dass primär Energieeffizienzüberlegungen die Unternehmen zum Handeln bewegen (Grafik 5-20). Dies überrascht vor dem Hintergrund der beschriebenen Dominanz anderer Maßnahmen weiter vorne im Kapitel, wie der CO₂-armen Energiebeschaffung, die nur 3 der Unternehmen für ihre Budgetlenkung angeben.



5-20 Zentrale Treiber (Lenkung der Investition)

Angaben in Anzahl Unternehmen

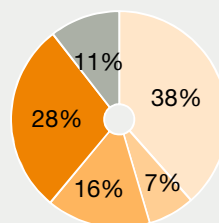


15 Unternehmen
3 Unternehmen machten keine Angaben

5-21 Entwicklungstand aller Emissionsreduktionsprojekte

Angaben im Prozent

- Wird analysiert
- Durchzuführen
- Durchführung begonnen
- Durchgeführt
- Nicht durchzuführen



15 Unternehmen
3 Unternehmen machten keine Angaben
931 Projekte
Gesamt erwartete Emissionseinsparungen
3 Mio. metrische Tonnen

Die gesamte erwartete Emissionseinsparung pro Jahr der 18 Unternehmen beträgt 3 Millionen metrische Tonnen - das klingt mit Blick auf die 42 Millionen THG, die diese Unternehmen derzeit insgesamt an Scope 1+2 Emissionen ausstoßen, sehr erfreulich, bedeutet es doch 7% Senkung pro Jahr. Dass diese Zahl weder mit den Zielen übereinstimmt, die sich die Unternehmen gesetzt haben, noch mit Emissionssenkungserfolgen der Vergangenheit, macht jedoch stutzig.

Projekt-Status

Die Angaben über den Status aller von den Unternehmen angedachten Maßnahmen – sowohl im Berichtsjahr als auch aus vorigen Jahren – beantworten 15 von 18 Unternehmen. Ferner zeigt es, dass sie die von ihnen gesetzten Ziele weiter vorne im Kapitel und dessen Erreichung auch ernst nehmen. 28% aller genannten Maßnahmen wurde bereits umgesetzt. Bei weiteren 23% hat die Implementierungsphase bereits begonnen oder soll in Kürze beginnen. Und weitere 38% befinden sich in einer Überprüfungsphase. Lediglich von 11% aller angedachten Maßnahmen wurde nach ausgiebiger Überprüfung abgerückt (Grafik 5-21).

Integration des Klimawandels in der Unternehmensstrategie

Obwohl nach Analyse der CDP Klimaberichte 17 der betrachteten Unternehmen das Thema Klimawandel auf der Agenda haben und in ihre Geschäftsstrategie und Prozesse integrieren, sind es nur 12, die dies auch in ihren Nachhaltigkeitsberichten belegen und konkrete Pläne für Maßnahmen formulieren.

Tatsächliche Integration in die grundsätzliche Strategiefindung ist letztendlich das Beste, was Unternehmen und dem Weltklima passieren kann.

Emissionsreduktions-Ziele und Maßnahmen

5-22 Die drei häufigsten Einsparmaßnahmen mit den jeweils zwei größten Emissionseinsparungen

Unternehmen	Maßnahme Beschreibung	CO ₂ e Einsparungen (Metrische Tonnen)
Energieeffizienz		
Fraport AG	<i>“Frankfurt Airport: Scope 2, voluntary, expected service life more than 30 years, energy-efficient planning and realization of new buildings: Pier A-Plus at Terminal 1. The aim is to attain electricity savings for lighting and air-conditioning units, as well as energy savings for cooling and heating units.”</i>	10.000
Kuehne + Nagel Internation AG	<p><i>“Activity description: Switch off space heating</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Environment Champion (EC) investigated the need for heat within the warehouse, identifying if; Are there areas where staff members are sedentary? Are staff members generally moving during the shifts?</i> • <i>EC notified staff that there is an energy saving trial taking place and that they will be without heating and that they will need to dress accordingly.</i> • <i>Trial switching off the space heating.</i> • <i>Listen to staff complaints and monitor gas consumption and temperature in comparison to the previous year.</i> • <i>Consider the gas cost and carbon dioxide savings. Compare to the costs of PPE for staff. Review if space heating is needed.</i> • <i>Switch off space heating whenever possible.”-</i> 	9.000
Transport		
Kuehne + Nagel Internation AG	<p><i>„Activity description: Extending the use of telematic for our own fleet of trucks in new operations. Highlights to mention are:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Savings regarding fuel consumption</i> - <i>Optimizing vehicle usage and driving style (Reducing vehicle abrasion)</i> - <i>Reduction of maintenance contract costs</i> - <i>Cost and time savings for data downloads (driver card, mass storage device)</i> - <i>Advanced planning possibilities of deadlines (workshop, maintenance, technical control board [TÜV])</i> <p><i>Telematics and FleetBoard time management informs in real time about the driver’s driving and rest times.”</i></p>	115.000
TUI AG	<i>“Scope 1 - Voluntary Fuel Reduction Programme across the TUI Airlines related to on-going efficiency planning. Absolute reductions achieved through no specific investment. Our airlines continually seek to improve and adjust onboard operations, routings and associated maintenance activities.”</i>	25.000
CO₂-arme Energie		
DB Schenker	<i>!“ncrease share of renewable electricity (trains)”</i>	100.000
Kuehne + Nagel Internation AG	<p><i>“Activity description: Kuehne + Nagel UK and Kuehne + Nagel Germany have agreed with local energy suppliers to purchase electricity from low carbon sources as shown below:</i></p> <p><i>Biomass - 24.79%</i></p> <p><i>Hydro 10 MW DNC or Less - 6%</i></p> <p><i>Landfill Gas - 0.22%</i></p> <p><i>Off-shore Wind - 25.84%</i></p> <p><i>On-Shore Wind - 43.15%”</i></p>	65.600



The environmental / sustainability managers across TUI Group continuously work towards driving carbon out of the business in a shift to a low-carbon operation – this makes environmental as much as financial sense. To this end, the existence of these two drivers is evidence that there is a dedicated budget for emission reduction activities. With five major sources of carbon emissions to tackle (aviation, cruise, hotels, major premises & ground transportation) targets and initiatives across the board are necessary.

TUI AG



Gesamtbewertung und Scoring

- ▶ **Die betrachteten Unternehmen schneiden im Mittel geringfügig besser ab als der Durchschnitt der DACH Region: Der CDP Climate Disclosure Score der Transport- und Logistikunternehmen liegt 1%-Punkt und der CDP Climate Performance Score 4%-Punkte höher.**
- ▶ **Im Disclosure Score für die Risiken und Chancen sind die betrachteten Unternehmen jedoch 4%-Punkte schlechter als der Durchschnittswert der Unternehmen in der DACH Region.**
- ▶ **Im Performance Score der Risiken sind die Unternehmen 1%-Punkt unter dem Durchschnitt der DACH Region, bei den Chancen liegen sie sogar 6%-Punkte zurück.**

Transparenz & Wirksamkeit des Klimaschutzes¹

Unternehmerische Berichterstattung über Klimastrategien ist nur ein Schritt auf der Reise. Damit die wichtigsten Stakeholder auch ihre Entscheidungen - Investments, Lieferantenauswahl, Auftragsvergabe - mit Bezug zum Klimawandelverhalten des Unternehmens fällen können, muss dieses in Entscheidungsparameter veredelt werden. Das leistet CDP mit dem von "Rate the Raters"² wiederholt als verlässlichstes Nachhaltigkeits-Ranking ausgezeichnete Climate Scoring in zwei Aspekten: Transparenz ("Disclosure") und Klimaschutzwirkung ("Performance").

CDP Climate Disclosure Scoring

Das Climate Disclosure Scoring bildet die Vollständigkeit der Berichterstattung ab und gilt somit als Indikator für die Nutzbarkeit der Daten. Es ist gleichzeitig Spiegelbild für die Transparenz eines Unternehmens in Klimawandelfragen, macht aber keine Aussage über die Wirksamkeit der berichteten Strategien und Maßnahmen. Maximal können 100 Punkte erreicht werden.

CDP Climate Performance Scoring

Das Climate Performance Scoring spiegelt die Qualität der Berichterstattung in Verbindung mit der tatsächlich erbrachten Managementleistung wider. Es ist damit Ausdruck für die Glaubwürdigkeit und vor allem Effektivität der von den Unternehmen initiierten Maßnahmen zur Anpassung und vor allem Bekämpfung des Klimawandels und reflektiert auch Handlungen zur Erhöhung der Datenvalidität. Ein Climate Performance Band wird ab einem Climate Disclosure Score von 50 Punkten

vergeben und in Buchstaben von A bis E dargestellt. A reflektiert hier die höchste Bewertung, bei der gewisse Ausschlusskriterien nochmals von A- unterscheiden.

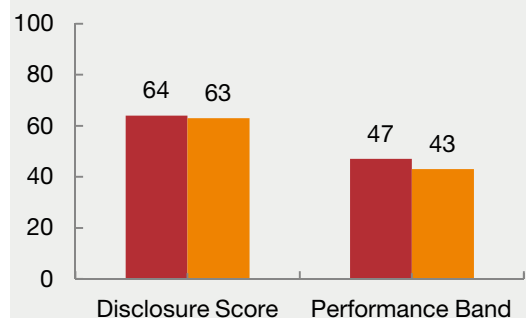
Vergleich Transport- und Logistikunternehmen mit DACH Region

Positiv festzustellen ist: die betrachteten Transport- und Logistikunternehmen liegen im Durchschnitt sowohl im Disclosure als auch im Performance Score über dem Durchschnitt der Unternehmen in der DACH Region. Allerdings ist der Abstand marginal. Der CDP Climate Disclosure Score der Unternehmen liegt 1%-Punkt und der CDP Climate Performance Score 4%-Punkte höher (Grafik 6-1).

6-1 CDP Climate Disclosure Score und Performance Band

Transport- und Logistikunternehmen im Vergleich DACH Region

■ Transport- und Logistikunternehmen
■ DACH Region

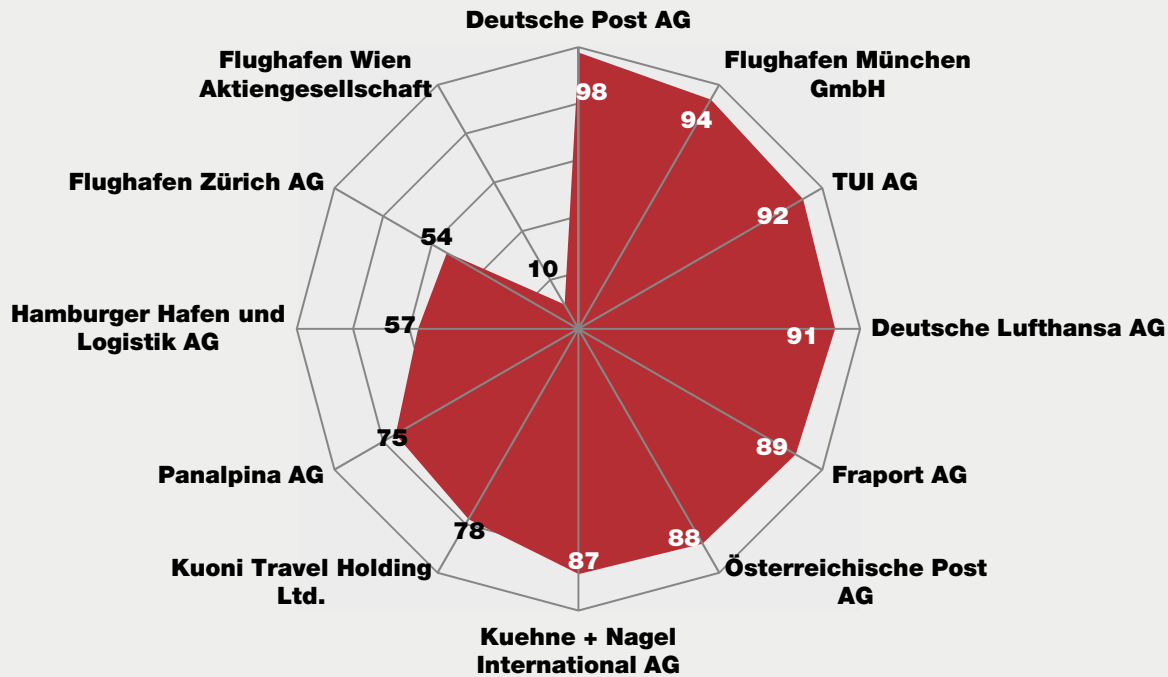


¹Hermes Europe GmbH ist nicht Bestandteil der Scoring-Analyse, da sie im Jahr 2013 nicht an der Berichterstattung teilnahmen

²"Rate the Raters" Ranking von Nachhaltigkeitsratings, 2013, Quelle: <http://www.globescan.com/component/edocman/?view=document&id=98&Itemid=591>

6-2 CDP Climate Disclosure Score

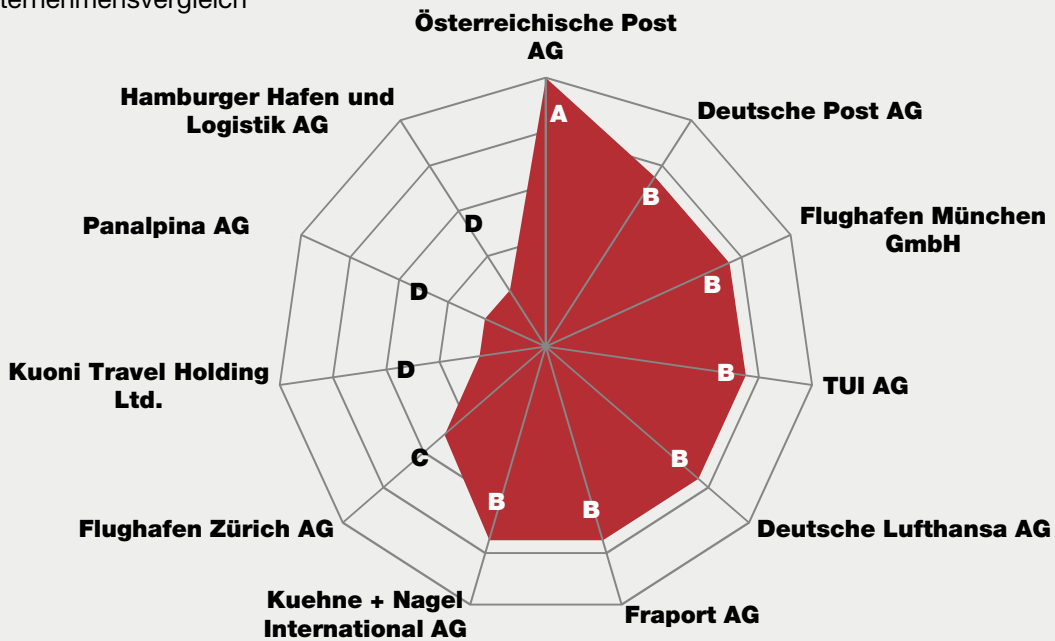
Unternehmensvergleich



5 der 17 am Scoring teilnehmenden Unternehmen sind vertraulich und werden daher nicht namentlich genannt

6-3 CDP Climate Performance Band

Unternehmensvergleich



5 der 17 am Scoring teilnehmenden Unternehmen sind vertraulich und werden daher nicht namentlich genannt.
 Unternehmen ab einem Disclosure Score von 50 Punkten erhalten vom CDP einen Performance Band

Gesamtbewertung und Scoring

Bei genauerer Betrachtung ist erkennbar, dass 9 von 17 Unternehmen über dem Disclosure Score Durchschnitt der DACH Region von 63 liegen. Ein Transport- und Logistikunternehmen, die Österreichische Post AG, schafft es sogar in den „CDP Climate Performance Leadership Index“ und damit in die höchste Bewertungsklasse „A“ (Grafik 6-2 und 6-3).

Scoring Ergebnisse im Detail

Der Disclosure Score und das Performance Band ergeben sich aus der Bewertung ausgewählter Indikatoren. Die dahinter liegende Methodologie wurde über die letzten zehn Jahre kontinuierlich weiterentwickelt und ist vollständig transparent auf der CDP Website nachlesbar: www.cdp.net

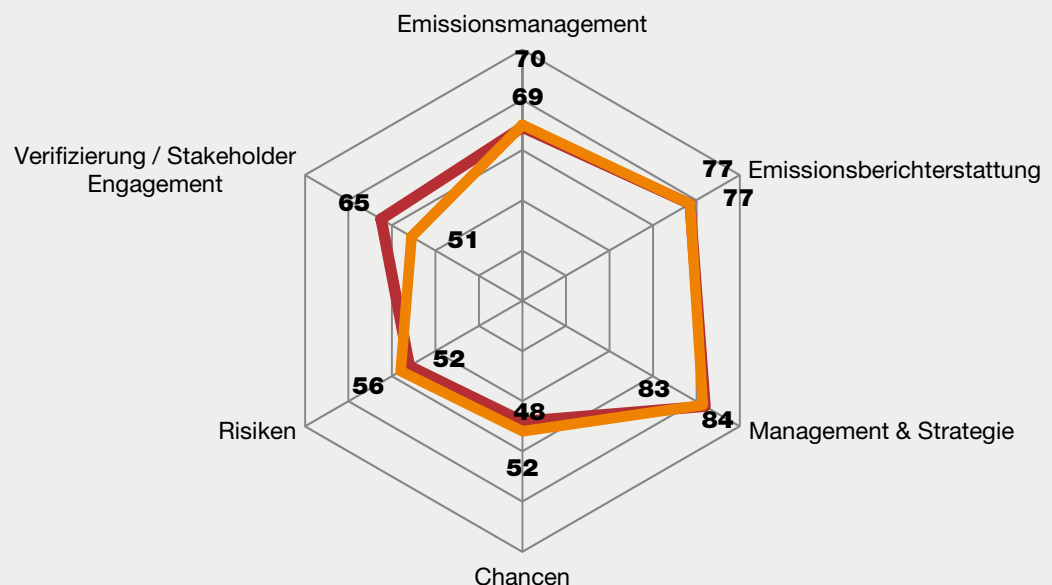
Nicht alle Disclosure Score-Teilbereiche der betrachteten Unternehmen befinden sich über dem Durchschnitt der DACH Region. Tatsächlich sind es nur zwei der Scoring-Kategorien: Dabei ist es neben der Kategorie Management & Strategie mit 1%-Punkt insbesondere der Bereich Verifizierung/Stakeholder Engagement, der mit 17%-Punkten weit über dem Durchschnitt der DACH Region liegt. Hier machen sich natürlich die

schon länger existierenden Emissionserhebungs- und Verifizierungspflichten des Sektors bemerkbar. Dies zeigt auch, dass Ziele und Maßnahmen leicht überdurchschnittlich vorhanden und ausgeprägt sind, und Emissionsdaten in außergewöhnlich hoher Qualität vorliegen. Etwas Aufholbedarf gibt es beim Umgang mit Klimarisiken- und Chancen: In diesem Bereich liegen die Unternehmen hinter dem Durchschnitt der DACH Region, um je 4%-Punkte (Grafik 6-4). Das ist insofern interessant, als dass die Transport- und Logistikbranche im besonderen Maß von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen ist. Dementsprechend ergeben sich auch vielfältige Ansprüche zum Management der sich daraus ergebenden Klimarisiken und -chancen. Transport- und Logistikunternehmen sollten aufgrund ihrer Rolle im Klimawandel noch viel mehr als andere Branchen ein Bewusstsein und Verständnis für relevante Risiken und Chancen erarbeitet haben und diese entsprechend berichten können.

6-4 CDP Climate Disclosure Score

Transport- und Logistikunternehmen im Vergleich DACH Region - Detailansicht

- Transport- und Logistikunternehmen
- DACH Region



Ein ähnliches Bild wie im Disclosure Score zeichnet sich auch bei dem Performance Band ab. Hier liegen die betrachteten Unternehmen in den Bereichen "Verifizierung & Stakeholder Engagement" sowie "Management" über dem Durchschnitt der DACH Region.

Bei dem Punkt „Veränderung der Emissionen“, der bewertet, was gegenüber dem Vorjahr tatsächlich an Senkungen von Emissionen erreicht wurde, liegen die Transport- und Logistikunternehmen allerdings nur punktgleich mit dem DACH Durchschnitt (Grafik 6-5). Um das Top Band A zu erreichen und somit im Climate Performance Leadership Index (CPLI) aufgenommen zu werden, war 2013 eine Senkung der Unternehmensemissionen von mindestens 4% aus Emissionsreduktionsmaßnahmen (das heißt unter Isolierung von Sondereffekten wie Zu- und Verkäufen, Methodikveränderungen oder Umsatzenschwankungen) gefordert. Das Ergebnis zeigt, dass die gesetzten CO₂ Reduktionsziele und die zu ihrer Erreichung implementierten Maßnahmen sich noch nicht in allzu hohen Emissionssenkungen niederschlagen. Grafik 6-6 veranschaulicht den Performance Score Teilbereich „Ziele und Maßnahmen“ der mit 57 Punkte 6%-Punkte über dem Durchschnitt der DACH Region liegt.

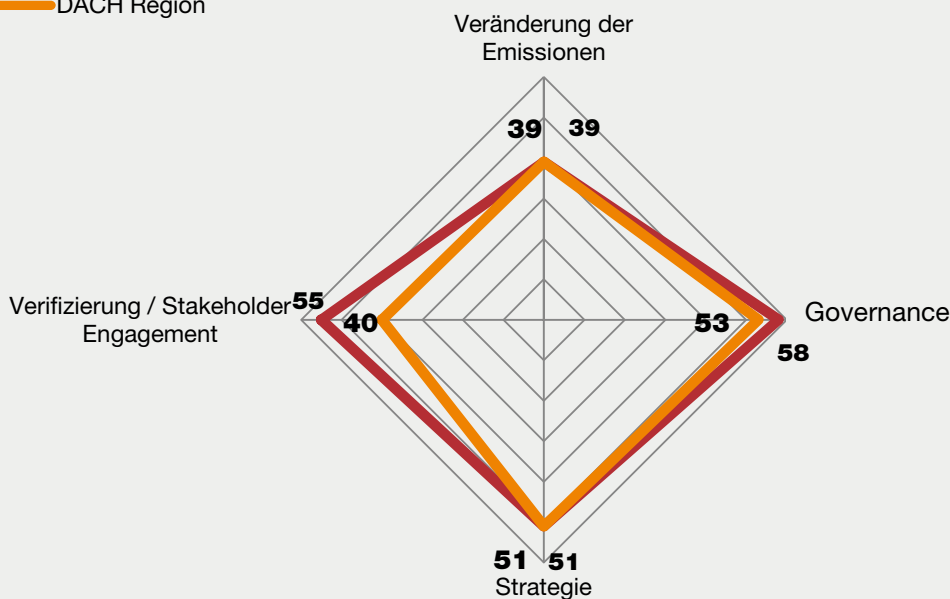
Ebenfalls punktgleich ist der Performance Bereich „Strategie“ der u.a. das Managen von Klimawandel-Risiken und –Chancen bewertet. Dennoch erreichen bei den Risiko-Fragen sieben und bei den Chancen-Fragen sechs Transport- und Logistikunternehmen die jeweils maximale Punktzahl. Im Durchschnitt sind die Scoring Ergebnisse für die Risiko- bzw. Chancen-Fragen, ähnlich zum Disclosure Score, auch im Performance Scoring unter dem Durchschnitt der DACH Region (um 3% bzw. 6%-Punkte) (Grafik 6-7). Sowohl die Darstellung von Risiken und Chancen als auch der Umgang mit selbigen kann also noch verbessert werden.



6-5 CDP Climate Performance Band

Transport- und Logistikunternehmen im Vergleich DACH Region - Detailansicht

- Transport- und Logistikunternehmen
- DACH Region

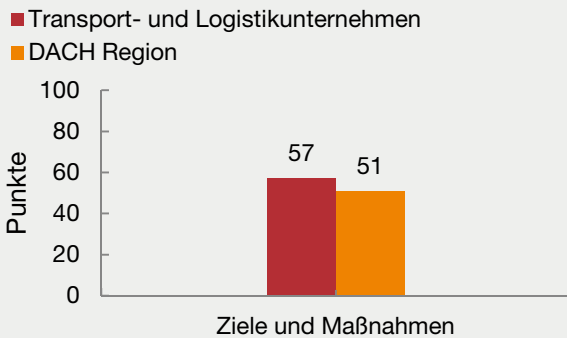


Gesamtbewertung und Scoring

6-6 CDP Climate Performance Band

Kategorie: Veränderung der Emissionen Teilbereich: Ziele und Maßnahmen

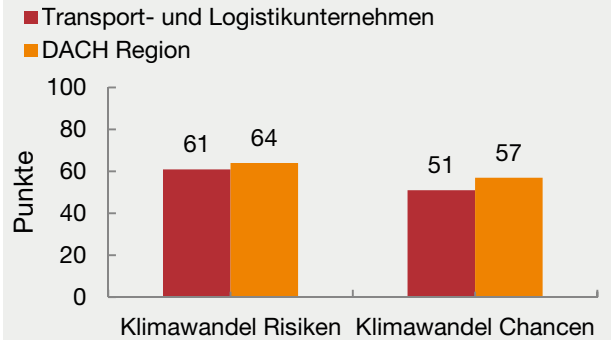
Transport- und Logistikunternehmen im Vergleich DACH Region



6-7 CDP Climate Performance Band

Kategorie: Strategie Teilbereich: Risiken und Chancen

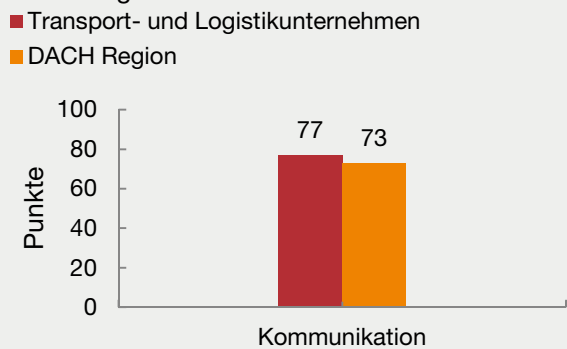
Transport- und Logistikunternehmen im Vergleich DACH Region



6-8 CDP Climate Performance Band

Kategorie: Verifizierung / Stakeholder Engagement Teilbereich: Kommunikation

Transport- und Logistikunternehmen im Vergleich DACH Region



Subsektorbetrachtung

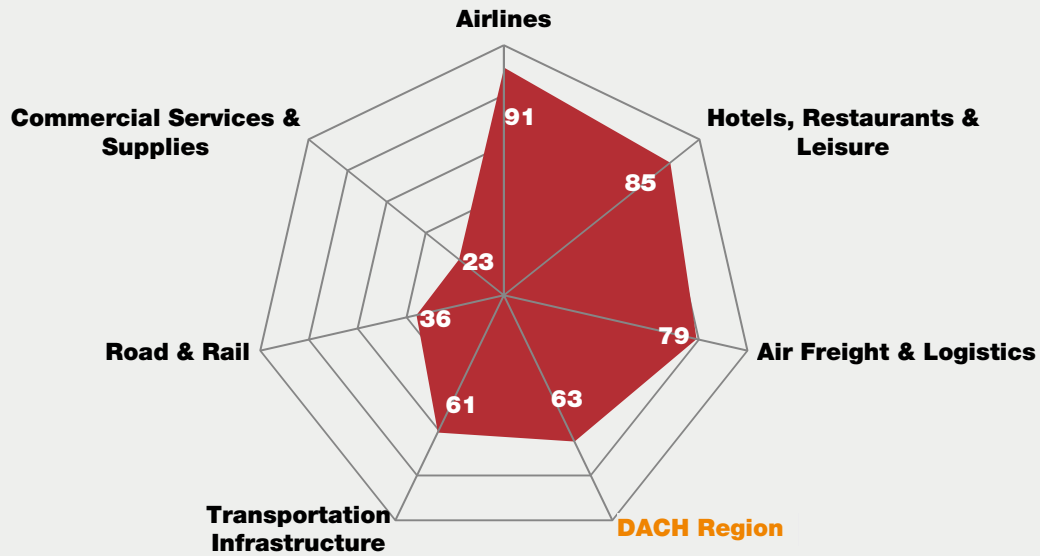
Unter Berücksichtigung, dass die betrachteten Transport- und Logistikunternehmen unterschiedlichen Subsektoren angehören, wird in Grafik 6-10 und 6-11 eine Unterteilung der Disclosure Score-Werte nach Subsektor vorgenommen. Diese hat aufgrund kleiner Unternehmenszahlen pro Subsektor natürlich geringere Aussagekraft. Es zeigt sich dennoch, dass die Unternehmen in den Subsektoren Airlines, Hotels, Restaurants & Leisure und Air Freight & Logistics deutlich besser abschneiden, als die Unternehmen in den Subsektoren Transportation Infrastructure, Road & Rail und Commercial Services & Supply. Sie liegen zwischen 16% und 28%-Punkte über dem Durchschnitt der DACH Region. Grundsätzlich erreichen also "reine" Transportunternehmen, wie Fluglinien oder Frachtunternehmen bessere Bewertungen beim CDP als Infrastrukturbetreiber wie die Flughäfen. Was steckt dahinter? Infrastrukturbetreiber können, wenn Klimawandel eintritt, nicht ausweichen, sie sind an ihren Standort gebunden. Demzufolge müssten sie eigentlich viel vorausschauender und damit besser auf den Klimawandel vorbereitet sein als die flexiblen Transportdienstleister. Dass sich das nicht im CDP Scoring reflektiert, kann aufgrund der Auswahl in der DACH Region Zufall, aber auch Anlass zur Sorge sein.

6-9 Transport- und Logistikunternehmen

Subsektor	Unternehmen
Airlines	Deutsche Lufthansa AG
Hotels, Restaurants & Leisure	Kuoni Travel Holding Ltd., TUI AG
Air Freight & Logistics	Deutsche Post AG, Kuehne + Nagel International AG, Österreichische Post AG, Panalpina AG, DB Schenker
Transportation Infrastructure	Flughafen Wien Aktiengesellschaft, Flughafen Zürich AG, Fraport AG, Flughafen München GmbH, Hamburger Hafen und Logistik AG
Road & Rail	Wheels Logistics GmbH & Co. KG, zwei Unternehmen, die vertraulich behandelt werden
Commercial Services & Supplies	Ein Unternehmen, das vertraulich behandelt wird

6-10 CDP Climate Disclosure Score

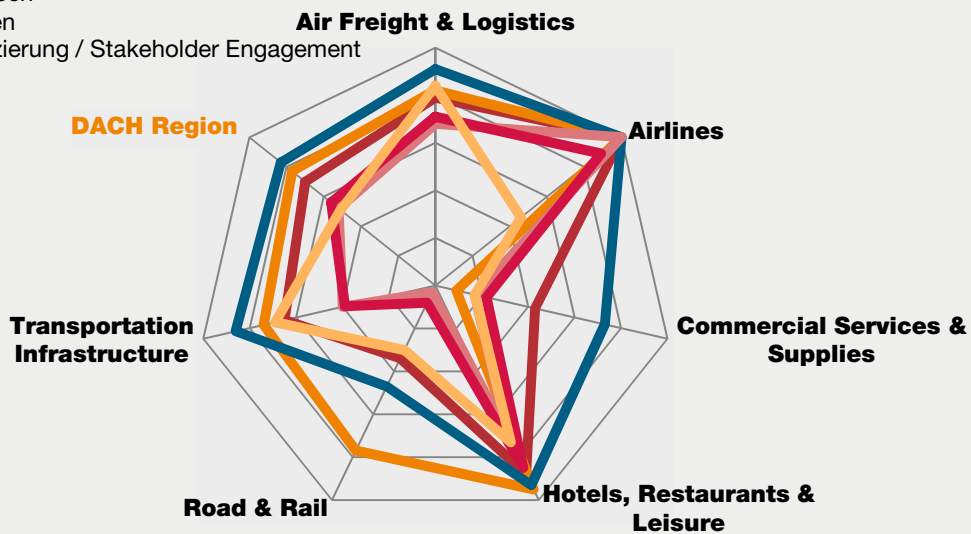
Vergleich der Subsektoren mit der DACH Region



6-11 CDP Climate Disclosure Score

Vergleich der Subsektoren mit der DACH Region - Detailansicht

- Emissionsmanagement
- Emissionsberichterstattung
- Management & Strategie
- Chancen
- Risiken
- Verifizierung / Stakeholder Engagement



Empfehlungen für CEOs und Investoren

- ▶ **Klimawandel braucht Vorstands-Bekenntnis und Verantwortung auf oberster Ebene – bei Vermeidung sowohl wie bei Anpassung, die zusammen betrachtet werden sollten.**
- ▶ **Klimawandel rückt näher: 82% aller berichteten Risiken der Transport- und Logistikunternehmen mit Angabe des Zeithorizonts sollen bereits kurzfristig, d.h. heute bis in den nächsten 5 Jahren, eintreffen.**
- ▶ **Nicht-Beschäftigung mit Klimawandel führt schon heute zu Renditeverlust am Aktienmarkt: 5,4% pro Jahr im Beispiel schweizer CDP-Nicht-Teilnehmer.**
- ▶ **Unterschätzen Sie aufkommende Risiken und Chancen nicht: Die durchschnittliche Einschätzung des erwarteten Ausmaßes als eher „niedrig“ bis „mittel“ bei einer Branche, die durch Klimawandel stark durcheinander gewirbelt werden kann, irritiert.**
- ▶ **Das Setzen von Zielen zur Emissionsreduktion führt zu fast 2 %-Punkten pro Jahr effektiveren Maßnahmen genauso wie zu fast 1% höherem RoI pro Jahr.**

Klimaschutz braucht Vorstands-Bekenntnis

Die überwiegende Mehrheit - 14 der 18 Unternehmen - haben die oberste Verantwortung für Klimawandel direkt auf die Vorstandsebene oder ein an den Vorstand berichtendes Komitee gelegt. Das Bewusstsein an der richtigen Stelle und ein hochrangiger Ansprechpartner existieren also oft bereits. Nur 1 Unternehmen berichtet jedoch explizite Anpassungsstrategien. Hier sollten CEOs und Investoren bei dem/ den Klimaverantwortlichen auch darauf drängen.

Klimawandel rückt näher

82% von 103 genannten Risiken, die mit erwartetem Eintrittszeitraum berichtet wurden, werden schon kurzfristig, d.h. im Zeitraum heute bis 5 Jahre, erwartet. Das gleiche gilt – und das ist sehr erfreulich – auch für die Eintrittswahrscheinlichkeiten der berichteten Chancen: 83% sind „mehr wahrscheinlich als unwahrscheinlich“ bis „nahezu gewiss“. Damit gehört die Auseinandersetzung mit den Folgen des Klimawandels für

Transport- und Logistik-Unternehmen nicht mehr zur Kür, sondern zur unmittelbaren Pflicht – für beide Seiten: Vorstand und Investor. Besonders bei Unternehmen – wie einigen der hier betrachteten -, die beim CDP Climate Disclosure and Performance Scoring noch unterdurchschnittlich abschneiden.

Unterschätzen Sie aufkommende Risiken und Chancen nicht

Die Risikenmatrix (Grafik 3-27) zeigt eine Häufung von Risiken, die im Ausmaß nur als niedrig bis mittel bewertet werden. Dass die Transport- und Logistikunternehmen hier offensichtlich bezüglich der Auswirkungen recht entspannt sind, sollte eher beunruhigen. Gerade der Transportsektor wird bei zunehmender Ernsthaftigkeit von Klimawandel dramatischen Verschiebungen ausgesetzt sein: von Luftverkehr zu Schienentransport genauso wie von grundsätzlichem Wegfall der Nachfrage nach bestimmten Transportdienstleistungen. Wer versteht, wie viel CO₂ Emissionen ein Flug nach Hawaii verursacht, entscheidet sich vielleicht schon morgen,

den Urlaub nach Spanien oder Bayern zu verlegen. Wenn sich hier, wie die Unternehmen ebenfalls schon berichten, das Verhalten des Konsumenten noch konsequenter ändert, kann das Geschäftsmodelle von Transportdienstleistern im Ganzen - und nicht nur "niedrig bis mittel" - durcheinander wirbeln. Diese unserer Meinung nach durchaus fahrlässige Entspannung deckt sich mit dem schlechteren Abschneiden bei der Chanceneinschätzung: die mit einem 2013er CDP Score bewerteten 17 Transport- und Logistikunternehmen schneiden im Schnitt gegenüber den 175 börsennotierten CDP-Teilnehmern in der DACH Region um 6%-Punkte schlechter im CDP Climate Performance Scoring der Teilkategorie „Chancen“ ab. Hier sollten Vorstände und Investoren aufhorchen!

Nicht-Beschäftigung mit Klimawandel kostet Rendite

5,4% pro Jahr betrug beispielsweise die Renditedifferenz zwischen den schweizer Unternehmen, die in den letzten 3 Jahren nicht über das CDP Transparenz in Bezug auf ihre Klimastrategie geschaffen haben, und dem Leitindex SMI. Umso besorgniserregender ist, dass nur zwei der betrachteten Transport- und Logistikmöglichkeiten erkennen, durch gute Klimaschutzleistung günstigeren Zugang zu Kapital zu erhalten oder den Aktienkurs zu steigern.



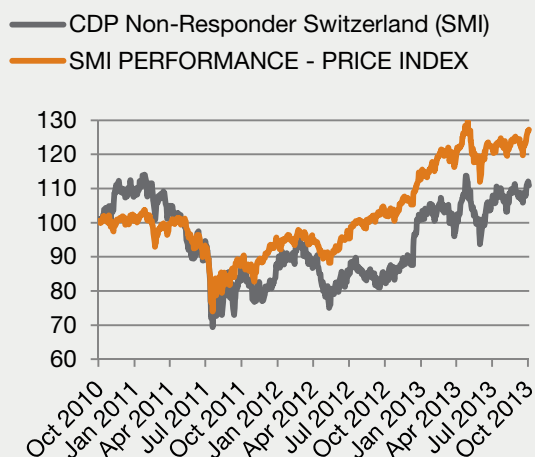
Increase in capital availability:

Through its sustainability management and program as well as through its efforts to reduce fuel and energy consumption, Fraport has gained a reputation of being eco-friendly as much as possible. In addition, Fraport supports the environmental fund with 2 million per year for numerous projects in the region and for climate protection projects, e.g. research projects.

Fraport AG



7-1 Renditeverlust durch mangelnde Auseinandersetzung mit Klimawandel: Beispiel CDP Nicht-Teilnehmer Schweiz: 5,4% Differenz pro Jahr



Setzen und verfolgen Sie Ziele

Von den 256 Unternehmen weltweit, die 2012 vom CDP Carbon Action Programm explizit im Namen ausgewählter Investoren aufgefordert wurden, sich aufgrund ihrer besonderen Klimawandelrelevanz Emissionsreduktionsziele zu setzen, konnten 57% im Folgejahr Ziele vorweisen. Unternehmen mit Zielsetzungen zeigen zwei klare Vorteile: Nicht nur erreichen sie eine um im Schnitt 1,9%-Punkte höhere Senkung von Emissionen, sie wählen offensichtlich auch entsprechende Emissionsreduktionsmaßnahmen effektiver aus und erzielen so fast 1% mehr Rendite auf die notwendige Investitionshöhe pro Jahr. Das Setzen klarer Vermeidungs- und auch Anpassungsziele ist die logische Konsequenz.

Anpassung und Vermeidung zusammen betrachten

Klimawandelvermeidung und Anpassung gehen oft Hand in Hand. Energieeffizienzprojekte wie verbrauchsärmere Lastkraftwagen oder Terminalgebäude führen zu Emissionsreduktionen und sind somit auf den ersten Blick Vermeidungsmaßnahmen. Sie senken jedoch gleichzeitig die Energiekosten und passen somit das Unternehmen auf potentiell steigende Energiepreise an, die wiederum zum Teil durch Klimawandel bedingt sind. Neuentwicklungen im Produktportfolio wie klimafreundlichere Reiseangebote oder, im Trans-

Empfehlungen für CEOs und Investoren

port- und Logistik-Segment, Umstieg auf Biodiesel oder Angebot von Ökostromtarifen (siehe BahnCard) senken Emissionen, reagieren aber gleichzeitig auf sich veränderndes Konsumentenverhalten, hinter dem ein gesellschaftlicher Wertewandel mit Bezug auf Klimawandel steckt. Für Transport- und Logistiker besonders spannend im eher negativen Sinne werden die physischen Veränderungen wie höhere Durchschnittstemperaturen oder Starkregen mit Überschwemmungsfolgen sein, denen wohl nur mit Anpassungsstrategien begegnet werden kann.



Infrastrukturbetreiber können, wenn Klimawandel eintritt, nicht ausweichen, sie sind an ihren Standort gebunden. Demzufolge müssten sie eigentlich besser auf den Klimawandel vorbereitet sein als die flexiblen Transportdienstleister. Dass sich das nicht im GDP Scoring reflektiert, kann aufgrund der Auswahl in der DACH Region Zufall, aber auch Anlaß zur Sorge sein.



Risiken-Beispiel: Veränderung der Niederschlagsextreme- und Dürren

Esp. rail tracks have to be secured against weather extremes. Maximum tolerance for precipitation and air pressure (storms) are tested for trains.

DB Schenker



Keine Angabe metrische Tonnen

Scope 1 und 2 Emissionen

30.100.000 metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

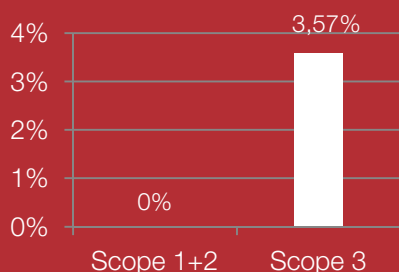
Keine
Angabe
Emissions-
reduktions-
maßnahmen

**Reduktion Scope 1
und 2 Emissionen
gegenüber Vorjahr**

-4%
Umsatz-
veränderung

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



1 Ziel
Laufzeit 14 Jahre

Risiken und Chancen des Klimawandels



Emissionsreduktionsmaßnahmen

CO₂-arme Energie

Keine Angabe metrische Tonnen

erwartete jährliche CO₂eq Einsparungen durch durchgeführte Maßnahmen

DB Schenker
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

Score nicht öffentlich



Erklärung – keine identifizierten Risiken:

No significant climate change-related risks have been identified. In the overall assessment of risk position no identifiable risks are threatening the Group.



Deutsche Post AG

5.370.000 metrische Tonnen

Scope 1 und 2 Emissionen

32.350.000 metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

-3,4%

Emissionsreduktionsmaßnahmen



Reduktion Scope 1 und 2 Emissionen gegenüber Vorjahr

+3,4%

Devestments, Umsatzveränderung, Andere

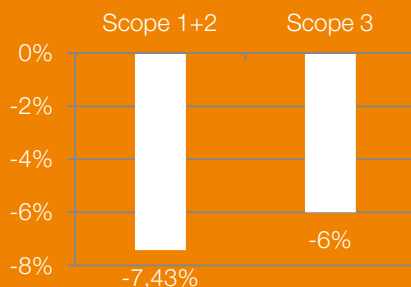


12,7%

der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



2 Ziele
Laufzeit 5 und 13 Jahre

Emissionsreduktionsmaßnahmen

Energieeffizienz
Transport

33.508 metrische Tonnen

erwartete jährliche CO₂eq Einsparungen durch durchgeführte Maßnahmen

Risiken und Chancen des Klimawandels

"Without altering the statement above, we can comment on further, currently INSIGNIFICANT risk considerations: Our company might be exposed to physical risks currently evaluated to be INSIGNIFICANT, such as extreme weather events. These might result in short term interruptions of transport routes and infrastructures. Since we operate global logistics networks we expect to be able to compensate for such interruptions quickly within our networks without major damage to our business. Similar evaluation would hold for other physical risks. In general more and more severe weather events might in the long term (10 years and longer) require changes in our overall network structures. As a service provider to trade and industry an increasing number of extreme weather events or impact of other consequences of climate change (for example rising sea water levels) might cause our customers to relocate production facilities. We would have to follow our customers, again possibly by having to adjust our network. These changes are not expected to occur suddenly but rather slowly in the mid and long term and could therefore be accommodated through our regular revisions of our network structures. Extreme weather events are more likely to happen in the near equatorial regions of the world and their occurrence is depending also on the seasons (for example Caribbean and Central America). We also prepare strategically for the shortage of fossil fuels expected in the very long term (>> 10 years)!"

Deutsche Post AG
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

98 B

Flughafen München GmbH



Risiken-Beispiel: Veränderung der Niederschlagsmuster

Munich Airport is neighboring the Isar river. In course of growing precipitation extremes (e.g. flooding), there might be the risk of severely rising water levels. In the very unlikely case of a dike burst, parts of Munich Airport could be affected, resulting in damages to the infrastructure and a potential thread of operational interruptions.



101.968 metrische Tonnen
Scope 1 und 2 Emissionen

528.318 metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

-0,9%

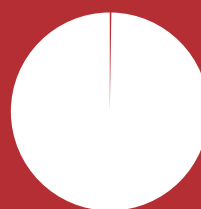


Reduktion Scope 1 und 2 Emissionen gegenüber Vorjahr

Emissionsreduktionsmaßnahmen

+4,6%

Umsatzveränderung, Veränderung der physischen Randbedingungen, Andere

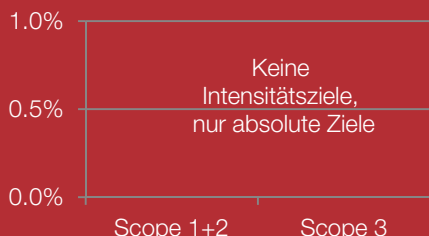


0,2 %

der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



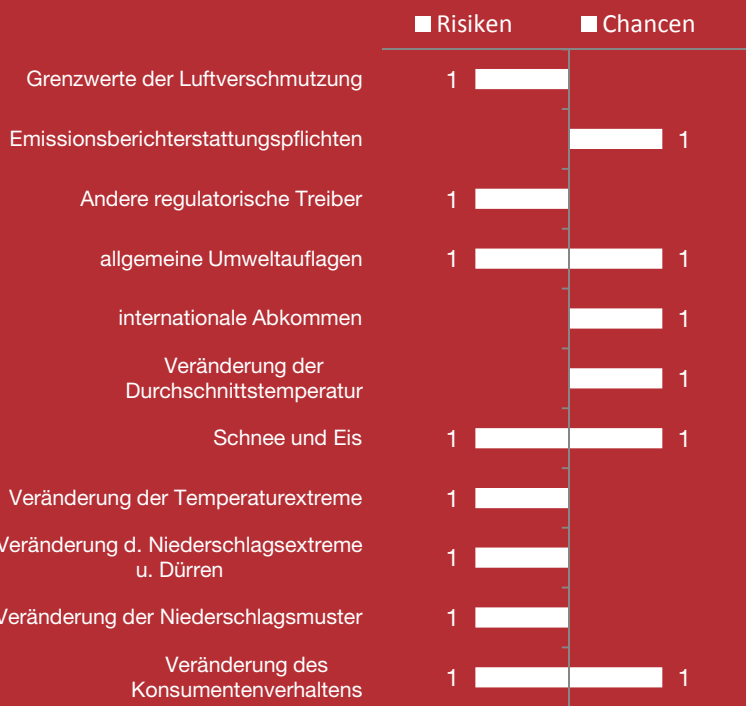
Emissionsreduktionsmaßnahmen

Transport
CO₂-arme Energie

747 metrische Tonnen

erwartete jährliche CO₂eq Einsparungen durch durchgeführte Maßnahmen

Risiken und Chancen des Klimawandels



8 Risiken
6 Chancen

Flughafen München GmbH
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

94 B



Chancen Beispiel: Veränderung der Temperaturextreme

From the predicted trend of global warming resulting in warmer weather conditions, Fraport could benefit during the winter months. Warmer weather conditions would in general lead to less wintry weather conditions and allow smooth operations at the airports during these months, as the need for de-icing procedures and the necessity of snow clearing on the runway would be decreased.



Fraport AG

282.851 metrische Tonnen
Scope 1 und 2 Emissionen

1.515.548 metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

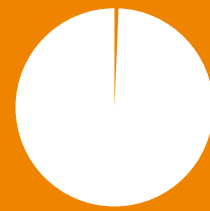
+5%
Emissions-
reduktions-
maßnahmen



Reduktion Scope 1 und 2 Emissionen gegenüber Vorjahr

-3%

Änderung der Berichtsgrenzen, Veränderung der physischen Rahmenbedingungen, nicht bekannt



0,7%

der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



1 Ziel
Laufzeit 15 Jahre

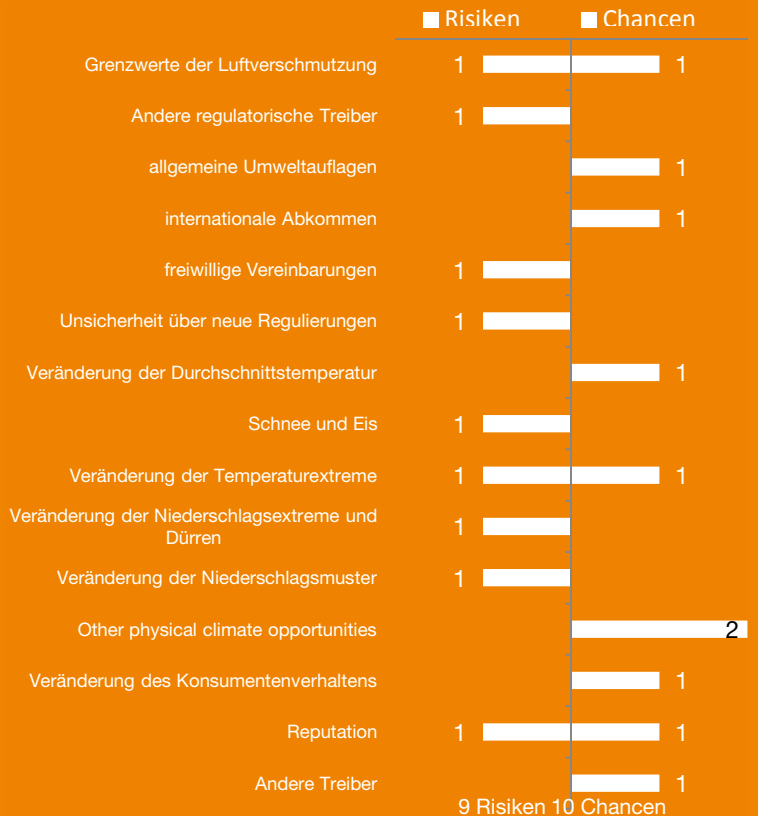
Emissionsreduktionsmaßnahmen

Energieeffizienz
Transport

10.800 metrische Tonnen

erwartete jährliche CO₂,eq Einsparungen durch eingeleitete Maßnahmen

Risiken und Chancen des Klimawandels



Fraport AG
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

89 B



Risiken Beispiel: internationale Abkommen

International agreements on the use of low sulphur gas oil for the shipping industry could lead to a change in supply chains and impact our volumes.

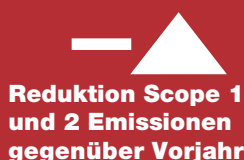


Hamburger Hafen und Logistik AG

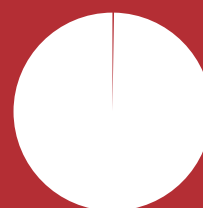
111.478 metrische Tonnen
Scope 1 und 2 Emissionen

982 metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

Keine Angabe
Emissionsreduktionsmaßnahmen



+11%
Akquisition, Änderung der Berichtsgrenzen



0,3 %

der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



Emissionsreduktionsmaßnahmen

Keine Angaben

Keine Angabe metrische Tonnen
erwartete jährliche CO₂eq Einsparungen durch eingeleitete Maßnahmen#

Risiken und Chancen des Klimawandels



Hamburger Hafen und Logistik AG
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

57 D



Risiken Beispiel: Unsicherheit über Marktsignale

Business customers change their purchasing strategy in terms of climate protection regulations.



Hermes Europe GmbH

18.500 metrische Tonnen
Scope 1 und 2 Emissionen

Keine Angabe metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

keine Angabe
Emissionsreduktionsmaßnahmen



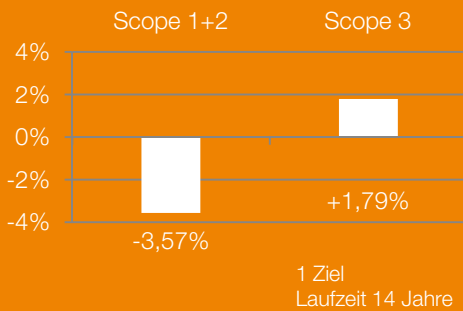
+3%
Umsatzveränderung



der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



Risiken und Chancen des Klimawandels



Emissionsreduktionsmaßnahmen

Energieeffizienz
CO₂-arme Energie
Transport

10.000 metrische Tonnen

erwartete jährliche CO₂eq Einsparungen durch eingeleitete Maßnahmen

Hermes Europe GmbH
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

**keine Teilnahme an der CDP
Berichterstattung 2013**



Chancen Beispiel: Veränderung des Konsumentenverhaltens

Environment today can be identified as a trend, this trend already influence purchasing behaviour, in fact a handful of customers already established environmental performance as a fundamental part of their carrier selection criteria.



Kuehne + Nagel International AG

247.025 metrische Tonnen

Scope 1 und 2 Emissionen

1.580.000 metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

-4%

Emissionsreduktionsmaßnahmen



Reduktion Scope 1 und 2 Emissionen gegenüber Vorjahr

Keine Angabe

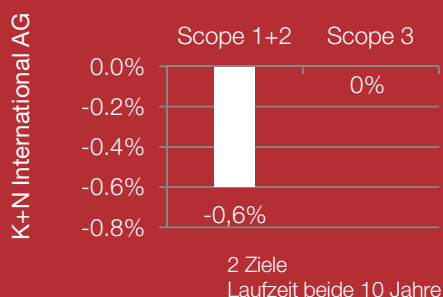


0,6 %

der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



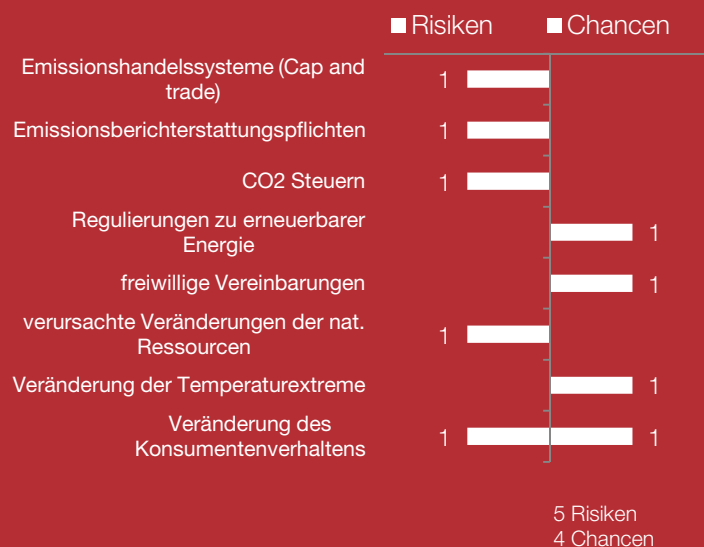
Emissionsreduktionsmaßnahmen

Energieeffizienz
CO₂-arme Energieinstallationen
Emissionsreduktion: Prozesse
Transport

233.761 metrische Tonnen

erwartete jährliche CO₂,eq Einsparungen durch eingeleitete Maßnahmen

Risiken und Chancen des Klimawandels



Kuehne + Nagel International AG
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

87 B



Chancen Beispiel: Benzin/Energie-Steuern und Gesetze

The cost structure features a very low share of energy and/or resource-related costs per mail item/unit. Thus any potential changes in legal regulations which lead to a rise in energy costs would result in lower cost increases per mail item than for the company's competitors.

Österreichische Post AG



45.957 metrische Tonnen
Scope 1 und 2 Emissionen

20.394 metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

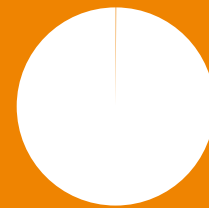
-23,2%

Emissions-
reduktions-
maßnahmen



**Reduktion Scope 1
und 2 Emissionen
gegenüber Vorjahr**

Keine
Angabe

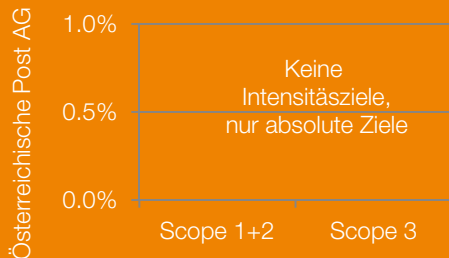


0,1 %

der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten
Transport- und Logistikunternehmen

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



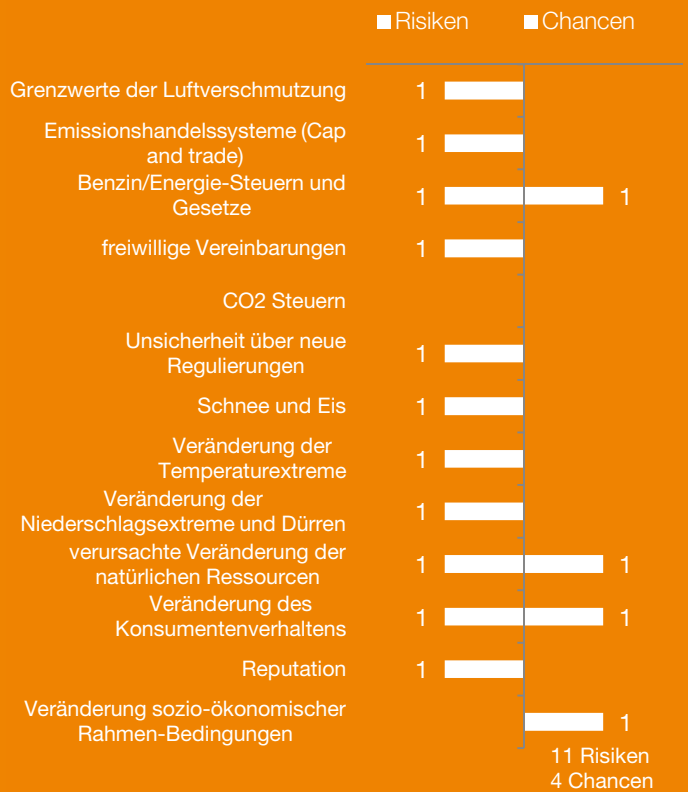
Emissionsreduktionsmaßnahmen

- Energieeffizienz
- CO₂-arme Energieinstallationen
- Transport

20.000 metrische Tonnen

erwartete jährliche CO₂eq Einsparungen durch eingeleitete Maßnahmen

Risiken und Chancen des Klimawandels



Österreichische Post AG
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

88 A



Risiken Beispiel: Reputation

Feeling reputation risks and pressure from their own customers in relation to climate change, customers are increasingly interested in ordering environmentally friendly transport solutions. The Company's commitment to complying with environmental programs and initiatives will become an increasingly important sales argument.



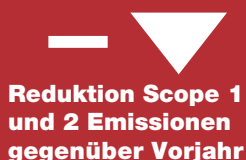
Panalpina AG

49.682 metrische Tonnen
Scope 1 und 2 Emissionen

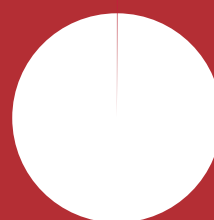
9.074 metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

Keine
Angabe

Emissions-
reduktions-
maßnahmen



-7%
Nicht
bekannt

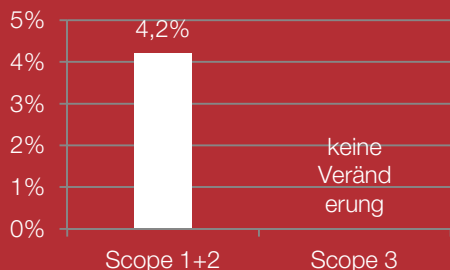


0,1 %

der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen

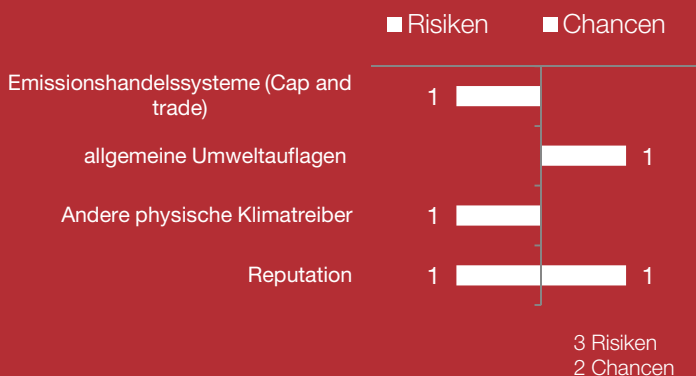
Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



4 Ziele
Laufzeit alle 1 Jahr

Risiken und Chancen des Klimawandels



Emissionsreduktionsmaßnahmen

Transport
Verhaltensänderung

Keine Angabe metrische Tonnen
erwartete jährliche CO₂e Einsparungen durch eingeleitete Maßnahmen

Panalpina AG
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

75 D

Risiken Beispiel: Emissionsberichterstattungspflichten

A European Commission proposal requiring ships sailing in EU waters to monitor, report and verify their CO₂ emissions is close to being finalized. It would require ships over 5,000 gross tones to begin reporting from 2017, according to the draft proposal. Ships would have to report all emissions emitted since their last port of call before entering EU waters, or their first port of call after exiting the EU.

TUI AG

7.031.958 metrische Tonnen

Scope 1 und 2 Emissionen

36.151 metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

-0,7%

Emissionsreduktionsmaßnahmen



Reduktion Scope 1 und 2 Emissionen gegenüber Vorjahr

+15,8%

Umsatzveränderung, Änderung der Methodik

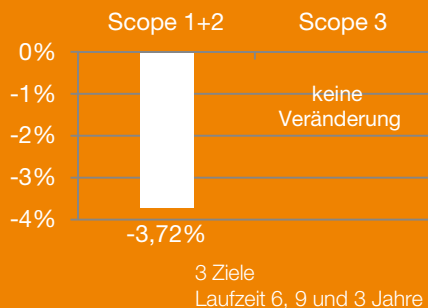


16,7 %

der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten Transport- und Logistikunternehmen

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten Emissionen durch Intensitätsziele



Emissionsreduktionsmaßnahmen

Transport
Emissionsreduktion: Prozesse

47.756 metrische Tonnen

erwartete jährliche CO₂eq Einsparungen durch eingeleitete Maßnahmen

Risiken und Chancen des Klimawandels



TUI AG
CDP Climate Disclosure Score /
CDP Climate Performance Band

92 B



Risiken Beispiel: Grenzwerte der Luftverschmutzung

From 2014 on it is forbidden to register any trucks new which have a lower euro norm (higher emission) - Reduction/disruption in production capacity.



Wheels Logis- tics GmbH & Co. KG

2 metrische Tonnen
Scope 1 und 2 Emissionen

Keine Angabe metrische Tonnen Scope 3 Emissionen

Keine
Angabe

Emissions-
reduktions-
maßnahmen

**Reduktion Scope 1
und 2 Emissionen
gegenüber Vorjahr**

Keine
Angabe

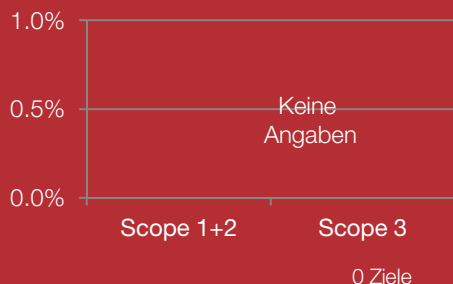


0 %

der Scope 1 und 2 Emissionen der betrachteten Trans-
port- und Logistikunternehmen

Ziele und Maßnahmen

Erwartete jährliche Veränderung der absoluten
Emissionen durch Intensitätsziele



Risiken und Chancen des Klimawandels

■ Risiken ■ Chancen

Grenzwerte der Luftverschmutzung



Emissionsreduktionsmaßnahmen

Keine Angaben

Keine Angabe metrische Tonnen
erwartete jährliche CO₂e_q Einsparungen durch
eingeleitete Maßnahmen

Beantworter der CDP Klimawandelanfrage 2013 in der DACH Region (Deutschland, Österreich und Schweiz), nur börsennotierte Teilnehmer

Consumer Discretionary					
Unternehmen	Land (Hauptsitz)	Score	Scope 1	Scope 2	Scope 3 Quellen*
adidas AG	Deutschland	86 B	12.169	57.551	1
Audi AG	Deutschland	AQ(SA)			
Autoneum AG	Schweiz	63 D	np	np	np
Axel Springer AG	Deutschland	34	994	41.689	1
BMW AG	Deutschland	100 A	484.612	862.214	7
CeWe Color AG & Co. OHG	Deutschland	80 B	3.618	10.743	9
Compagnie Financière Richemont SA	Schweiz	79 B	18.600	45.200	1
Continental AG	Deutschland	82 C	591.681	1.860.558	1
Daimler AG	Deutschland	100 A	960.464	2.330.559	1
Dr. Ing. h. c. F. Porsche AG	Deutschland	AQ(SA)			
ElringKlinger AG	Deutschland	78 C	np	np	np
Fielmann AG	Deutschland	5	np	np	np
HORNBACH HOLDING AG	Deutschland	47	np	np	np
HORNBACH-Baumarkt-AG	Deutschland	AQ(SA)			
Kuoni Travel Holding Ltd.	Schweiz	78 D	np	np	np
LEONI AG	Deutschland	55 D	12.572	162.638	
MEDION AG	Deutschland	15	np	np	np
METRO AG	Deutschland	97 A-	1.011.822	2.379.528	8
PUMA SE	Deutschland	83 B	7.068	29.479	3
Ströer Media AG	Deutschland	6	np	np	np
TAKKT AG	Deutschland	81 B	3.474	8.072	
TOM TAILOR Holding AG	Deutschland	16	np	np	np
TUI AG	Deutschland	92 B	6.545.229	486.729	5
Volkswagen AG	Deutschland	99 A	4.133.581	4.572.344	5
Consumer Staples					
Barry Callebaut AG	Belgien	54 C	62.410	155.916	
Beiersdorf AG	Deutschland	51 C	22.071	51.571	
Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG	Schweiz	52 E	np	np	np
Emmi AG	Schweiz	40	35.752		
Galenica SA	Schweiz	73 D	6.360	6.951	1
Henkel AG & Co. KGaA	Deutschland	85 B	317.400	353.100	1
Nestlé	Schweiz	100 A	3.706.080	3.391.319	11
SCA Hygiene Products SE	Deutschland	AQ(SA)			
Valora Holding AG	Schweiz	6	np	np	np

Energy					
Unternehmen	Land (Hauptsitz)	Score	Scope 1	Scope 2	Scope 3 Quellen*
OMV Aktiengesellschaft	Österreich	81 B	10.991.000	583.000	2
Weatherford International Ltd.	Schweiz	79 C	1.170.025	340.750	1
Financials					
Aareal Bank AG	Deutschland	81 B	np	np	np
Allianz SE	Deutschland	97 B	84.161	166.019	3
alstria office REIT-AG	Deutschland	61 D	27	2.320	3
Bank Coop AG	Schweiz	77 B	135	153	5
Bank Sarasin & Cie AG	Schweiz	58 D	np	np	np
Banque Cantonale Vaudoise	Schweiz	81 D	2.624	6.780	6
Basellandschaftliche Kantonalbank	Schweiz	75 B	212	261	4
Basler Kantonalbank	Schweiz	82 C	26	416	5
BEKB / BCBE	Schweiz	86 B	444	127	4
comdirect bank AG	Deutschland	AQ(SA) - siehe Commerzbank AG			
Commerzbank AG	Deutschland	90 A-	47.961	24.658	4
conwert Immobilien Invest SE	Österreich	44		102.571	
Credit Suisse	Schweiz	88 B	23.511	151.561	4
DAB bank AG	Deutschland	18			
Deutsche Bank AG	Deutschland	91 A	94.031	443.165	4
Deutsche Beteiligungs AG	Deutschland	51 E	np	np	np
Deutsche Börse AG	Deutschland	91 B	4.434	18.715	1
Deutsche EuroShop AG	Deutschland	14	np	np	np
Deutsche Postbank AG	Deutschland	67 C	11.268	42.056	
DIC Asset AG	Deutschland	55 D	np	np	np
Erste Group Bank AG	Österreich	58 D	38.798	86.945	2
Generali Deutschland Holding AG	Deutschland	83 A	6.234	26.428	4
GESCO AG	Deutschland	14	np	np	np
Hannover Rückversicherung AG	Deutschland	69 C	0	227	1
Helvetia Group	Schweiz	82 D	3.698	4.690	3
IVG Immobilien AG	Deutschland	59 D	np	np	np
Liechtensteinische Landesbank AG	Liechtenstein	24	np	np	np
Mobimo	Schweiz	67 C	10.885	2.818	
Munich Re	Deutschland	91 A	64.755	87.106	2
OVH Holding AG	Deutschland	9	np	np	np
Partners Group	Schweiz	50 E	121	34	1
PSP Swiss Property AG	Schweiz	87 B	13.859	4.353	
Raiffeisen Bank International AG	Österreich	87 A	288	328	4
St. Galler Kantonalbank	Schweiz	60 D	np	np	np

Beantworter der CDP Klimawandelanfrage 2013 in der DACH Region (Deutschland, Österreich und Schweiz), nur börsennotierte Teilnehmer

Unternehmen	Land (Hauptsitz)	Score	Scope 1	Scope 2	Scope 3 Quellen*
Swiss Life Holding	Schweiz	86 C	6.926	10.879	4
Swiss Re	Schweiz	92 A	4.850	8.800	1
UBS	Schweiz	92 A-	21.838	172.421	3
Valiant Holding AG	Schweiz	80 E	150	278	
Vontobel Holding AG	Schweiz	89 B	999	325	4
VP Bank Gruppe	Liechtenstein	43	260	400	
Wüstenrot & Württembergische AG	Deutschland	16	np	np	np
Zurich Insurance Group	Schweiz	65 C	np	np	np
Health Care					
Actelion Ltd	Schweiz	89 D	2.027	3.174	1
Bayer AG	Deutschland	99 A-	4.240.000	4.120.000	10
Celesio AG	Deutschland	5	np	np	np
Drägerwerk AG	Deutschland	52 D	np	np	np
Evotec AG	Deutschland	13	np	np	np
Fresenius Medical Care AG & Co. KGaA	Deutschland	72 D	np	np	np
Fresenius SE & Co. KGaA	Deutschland	21	np	np	np
Gerresheimer AG	Deutschland	81 C	352.559	472.675	
Lonza Group AG	Schweiz	74 D	436.785	288.726	
Merck KGaA	Deutschland	92 B	319.255	196.665	4
MorphoSys AG	Deutschland	7			
Novartis	Schweiz	96 B	637.838	1.013.238	7
Roche Holding AG	Schweiz	96 B	394.063	432.103	1
Sonova Holding AG	Schweiz	74 E	2.254	18.158	1
Straumann Holding AG	Schweiz	64 E	891	2.233	1
Tecan Group Ltd	Schweiz	14			
Industrials					
ABB	Schweiz	82 B	819.000	857.000	1
Adecco SA	Schweiz	76 D	51.562	64.524	3
AT&S Austria Technologie & System- technik AG	Österreich	54 D	18.941	235.712	1
BAUER AG	Deutschland	72 C	8.891	4.909	
Belimo Holding AG	Schweiz	63 E	np	np	np
Bobst Group	Schweiz	63 D	np	np	np
Burckhardt Compression AG	Schweiz	6	np	np	np
CENTROTEC Sustainable AG	Deutschland	59 D	5.957	9.707	
Daetwyler Holding AG	Schweiz	62 E	9.230	41.072	
Deutsche Lufthansa AG	Deutschland	91 B	np	np	np
Deutsche Post AG	Deutschland	98 B	4.800.000	570.000	3
Dürr Aktiengesellschaft	Deutschland	48	0	32.597	1
Flughafen Wien Aktiengesellschaft	Österreich	10	np	np	np

Unternehmen	Land (Hauptsitz)	Score	Scope 1	Scope 2	Scope 3 Quellen*
Flughafen Zürich AG	Schweiz	54 C	np	np	np
Fraport AG	Deutschland	89 B	42.607	240.244	4
GEA Group AG	Deutschland	66 D	np	np	np
Geberit International AG	Schweiz	69 C	16.711	55.142	5
Georg Fischer	Schweiz	88 B	255.000	445.000	1
GfK SE	Deutschland	19			
Hamburger Hafen und Logistik AG	Deutschland	57 D	76.516	34.962	1
HOCHTIEF AG	Deutschland	91 A	796.057	169.604	4
Huber + Suhner AG	Schweiz	80 C	2.608	3.455	6
INDUS Holding AG	Deutschland	70 D	20.268	41.311	1
JENOPTIK AG	Deutschland	35	19.976	19.976	
Kaba Holding AG	Schweiz	AQ(L)			
Koenig & Bauer AG	Deutschland	23	np	np	np
Komax AG	Schweiz	12	np	np	np
Krones AG	Deutschland	61 C	8.106	28.096	2
KSB AG	Deutschland	57 E	3.906	30.322	
Kuehne + Nagel International AG	Schweiz	87 B	135.864	111.161	1
KUKA AG	Deutschland	19	np	np	np
MAN SE	Deutschland	89 B	165.624	305.588	4
MTU Aero Engines Holding AG	Deutschland	14			
Österreichische Post AG	Österreich	88 A	41.746	4.211	1
Panalpina	Schweiz	75 D	16.510	33.172	1
Pfeiffer Vacuum Technology AG	Deutschland	41	11.953	1.176	
Rieter Holding AG	Schweiz	61 D	np	np	np
Saint-Gobain	Frankreich	91 B	12.801.000	4.550.000	5
SGS SA	Schweiz	94 A	78.822	126.848	2
Siemens Aktiengesellschaft	Deutschland	96 A-	1.042.000	1.385.000	5
Sika Services AG	Schweiz	82 D	47.000	98.000	1
Sulzer AG	Schweiz	79 C	19.120	108.190	1
ThyssenKrupp AG	Deutschland	94 C	16.848.000	2.116.000	1
Vossloh AG	Deutschland	23			
Information Technologies					
ADVA AG Optical Networking	Deutschland	47	221	5.033	
AIXTRON SE	Deutschland	22			
ams AG	Österreich	49	12.047	2.798	3
Ascom Holding AG	Schweiz	10	np	np	np
Bechtle AG	Deutschland	28			
Kapsch TrafficCom AG	Österreich	48	np	np	np

Beantworter der CDP Klimawandelanfrage 2013 in der DACH Region (Deutschland, Österreich und Schweiz), nur börsennotierte Teilnehmer

Unternehmen	Land (Hauptsitz)	Score	Scope 1	Scope 2	Scope 3 Quellen*
Kontron AG	Deutschland	71 D	1.655	10.640	2
Logitech International SA	Schweiz	50 D	159	9.494	
PSI Aktiengesellschaft für Produkte und Systeme der Informationstechnologie	Deutschland	40	np	np	np
SAP AG	Deutschland	98 A	144.298	43.004	8
Software AG	Deutschland	4	np	np	np
United Internet AG	Deutschland	10	np	np	np
Wincor Nixdorf AG	Deutschland	62 D	np	np	np
Materials					
Alba SE	Deutschland	8			
AMAG AUSTRIA METALL AG	Österreich	53 E	np	np	np
Asian Bamboo AG	Deutschland	62 E	22.747	877	2
BASF SE	Deutschland	100 A-	20.208.000	4.479.000	7
Clariant International Ltd	Schweiz	77 B	534.028	499.712	
Dyckerhoff AG	Deutschland	AQ(SA)			
Eisen- und Hüttenwerke AG	Deutschland	AQ(SA)			
Ems-Chemie Holding AG	Schweiz	80 C	np	np	np
Givaudan SA	Schweiz	79 A	102.189	110.461	4
H&R AG	Deutschland	58 D	121.685	341.978	
HeidelbergCement AG	Deutschland	70 C	46.826.134	6.368.505	3
Holcim Ltd	Schweiz	82 C	102.102.123	6.600.687	6
K + S AG	Deutschland	83 D	1.669,163	316.122	
Klöckner & Co SE	Deutschland	73 E	np	np	np
LANXESS AG	Deutschland	91 B	1.913.000	3.068.000	3
Linde AG	Deutschland	93 A-	6.100.000	9.800.000	7
Mayr-Melnhof Karton Aktiengesellschaft	Österreich	26	np	np	np
Schmolz+Bickenbach AG	Schweiz	40	np	np	np
Symrise AG	Deutschland	81 B	81.078	73.119	5
Syngenta International AG	Schweiz	91 B	733.000	391.000	2
Wacker Chemie AG	Deutschland	86 B	1.313.313	1.150.071	3
Telecommunication Services					
Deutsche Telekom AG	Deutschland	90 B	356.128	3.291.232	1
Drillisch AG	Deutschland	8			
Swisscom	Schweiz	97 A	25.459	46.766	7
Telekom Austria AG	Österreich	74 C	28.649	189.647	2

Utilities					
Unternehmen	Land (Hauptsitz)	Score	Scope 1	Scope 2	Scope 3*
E.ON SE	Deutschland	83 B	126.871.536	4.363.825	5
EnBW Energie Baden-Württemberg AG	Deutschland	67 C	20.601.000	1.171.000	5
EVN AG	Österreich	62 D	1.623.624	130.196	2
MVV Energie AG	Deutschland	52 D	np	np	np
Nordex SE	Deutschland	25			
RWE AG	Deutschland	93 B	181.690.000	1.940.000	2
SolarWorld AG	Deutschland	77 B	10.729	128.643	3
VERBUND AG	Österreich	94 B	3.086.910	1.053.330	1

AQ Answered Questionnaire – Fragebogen beantwortet

AQ(L) Answered Questionnaire Late – Antwort spät eingereicht (nach Abgabefrist am 1.7.2013)

AQ(SA) See Another - Verweis auf Antwort der Muttergesellschaft

np Non Public – teilgenommen, Informationen jedoch nicht öffentlich

*Scope 3 Quellen:

Der Wert stellt die Anzahl an berichteten, als relevant identifizierten und berechneten Scope 3-Kategorien eines Unternehmens dar.

Akteure der Studie

Climate Service Center (CSC) am Helmholtz-Zentrum Geesthacht

Dr. Markus Groth

Senior Economist



Dr. Markus Groth ist seit September 2010 als Senior Economist am Climate Service Center (CSC) des Helmholtz-Zentrums Geesthacht tätig. Er befasst sich dabei vor allem mit den Schwerpunktthemen erneuerbare Energien, Emissionshandel, Energiewende, Ökonomische

Aspekte der Anpassung an den Klimawandel sowie der unternehmerischen Bewältigung des Klimawandels. Zudem ist Dr. Markus Groth Mitbegründer des Fördervereins Nachhaltigkeitsökonomie e.V. und dort seit 2008 ehrenamtlich als Zweiter Vorsitzender tätig. Der Verein hat es sich zur Aufgabe gemacht, Wissenschaft und Forschung bei der Suche nach Wegen zu effizientem, gerechtem und umweltverträglichem Wirtschaften zu unterstützen. Zuvor hat er eine Berufsausbildung zum Industriekaufmann absolviert, Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hannover studiert und am Arbeitsbereich Umwelt- und Ressourcenökonomie der Universität Göttingen promoviert. Danach war er als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Nachhaltigkeitsökonomie der Universität Lüneburg sowie als Lehrbeauftragter und Vertretungsprofessor für Volkswirtschaftslehre an der Universität Hamburg mit Veranstaltungen zu Nachhaltigkeitsökonomie, Umwelt- und Ressourcenökonomie sowie Energie- und Klimapolitik tätig.

Prof. Dr. Guy Brasseur

Direktor des Climate Service Centers



Seit 1.7.2009 ist Guy Brasseur der Direktor des Climate Service Centers. Er arbeitete zuvor als Forschungsdirektor und Leiter des Labors für das Erd- und Sonnensystem am National Center for Atmospheric Research (NCAR) in Boulder, Colorado, mit dem er

noch als „Senior Scientist“ verbunden ist. Von 1999 bis 2005 leitete er in Hamburg als Direktor das Max-Planck-Institut für Meteorologie sowie das Deutsche Klimarechenzentrum. Guy Brasseur hat als einer der Hauptautoren den vierten Sachstandsbericht des Weltklimarats (IPCC) koordiniert, für dessen Wirken im Jahr 2007 der Friedensnobelpreis vergeben wurde.

Der aus Belgien stammende Forscher war Vorsitzender des wissenschaftlichen Beirats des International Geosphere Biosphere Programme (IGBP), hält Ehren doktorwürden der Universitäten Paris VII, Oslo sowie Athen und wurde mehrfach für seine Forschungsarbeiten ausgezeichnet. Sein Wissen gibt er aktuell als Professor der Universität Hamburg sowie der Freien Universität Brüssel an junge Wissenschaftler weiter. Zuvor war er unter anderem als Gastprofessor in Kyoto, São Paulo, Peking, Wuppertal und Paris tätig.

CDP

Susan Dreyer

Director DACH Region, CDP



Susan Dreyer verantwortete nach Bankausbildung und Studium der Volkswirtschaftslehre in Miami und Heidelberg acht Jahre lang deutsche und europäische Aktienfonds mit einem Anlagevolumen von 2 Milliarden EUR im Publikumsfondsmanagement der Deutsche Bank-Tochter DWS Investments. Als Co-Head der DVFA Arbeitsgruppe „Effektive Finanzkommunikation“, Mitglied der Jury des Capital Investor Relations Award sowie der EFFAS Pilotgruppe „KPIs for Non-Financials“ leistete sie wesentliche Beiträge zur nachhaltigen Ausrichtung des deutschen Finanzmarkts. Dreyer wurde u.a. mit dem Lipper-Preis für den besten deutschen Aktienfonds und dem „Deutschen Finanzbuchpreis“ ausgezeichnet. Sie leitet heute die Aktivitäten des CDP in den Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz und trägt insbesondere Verantwortung für die strategische Ausrichtung des CDP in der DACH-Region, den inhaltlichen Austausch mit den Klimaverantwortlichen der CDP-teilnehmenden Unternehmen, die Kommunikation mit Kapitalmärkten und Presse sowie die Programme Climate Change, Mittelstand, Supply Chain, Water, Forest und Cities.

Laura Bergedieck

Director Policy & Reporting Europe, CDP



Laura Bergedieck arbeitet seit 2009 im Berliner Büro des CDP, zuerst als Head of Operations, zuständig für alle strategischen Kernprozesse in der DACH-Region. Dazu gehörte die fachliche Unternehmensbetreuung

u.a. in Bezug auf Anforderungen der CDP Klimaberichterstattung wie Treibhausgas-Bilanzierung, das Management des Scoring Prozesses inklusive Klimastrategie-Feedbackgespräche, Erstellung des jährlichen CDP DACH 350 Klimawandelberichtes sowie Gestaltung der 6 großen Unternehmensveranstaltungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Seit Sommer 2013 verantwortet die studierte Volkswirtin mit Stationen in Mannheim, Madrid und bei einer Umweltberatung in Chile im CDP Europe Team die Arbeit mit Regierungen und Weiterentwicklung von Berichterstattungsstandards, u.a. im Rahmen des aktuell laufenden BMU-WWF-CDP Projektes zur Schaffung von Grundlagen einheitlicher Klimastrategieberichterstattung in Deutschland (Link: www.klimareporting.de).

Jacqueline Albers

Project Officer DACH Region



Jacqueline Albers arbeitet seit 2013 als Project Officer DACH Region beim CDP. Sie organisiert die strategischen Kernprozesse wie den Disclosure und Scoring Prozess, unterstützt Unternehmen bei der Klimaberichterstattung und begleitet die Organisation zentraler CDP Veranstaltungen. Jacqueline Albers hat in Deutschland, Schweden und Ecuador Politik- und Nachhaltigkeitswissenschaften studiert, sich mit dem Emissionsrecht handeln in der Europäischen Union auseinandergesetzt und Berufserfahrung im Klimaschutz und CO₂-Bilanzierung bei der ARKTIK GmbH gesammelt. Im Rahmen ihrer Masterarbeit beschäftigte sie sich mit Aspekten des nachhaltigen Tourismus.

Steven Tebbe

Managing Director, CDP Europe



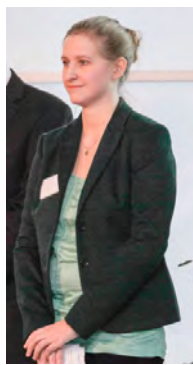
Steven Tebbe leitet die Aktivitäten von CDP in Europa. Zuvor hatte er bei Daimler und EADS-Airbus Führungspositionen inne und fungierte zuletzt als Vice

President für Environmental Affairs bei der Berkshire Hathaway Tochtergesellschaft NetJets sowie als Partner bei Antural Partners, einem Nachhaltigkeits-Beratungsunternehmen. Steven Tebbe hat einen Master-Abschluss in Public Administration der Harvard University in Cambridge, Massachusetts, sowie der Solvay Brussels School of Economics and Management in Belgien. Er ist Fellow der Royal Geographical Society (FRGS) und Mitglied des International Institute for Strategic Studies (IISS).

Berichtsauforen

Kirsten Hahn

Diplom-Kauffrau & Master of Arts in Sustainable Tourism Management



Während ihres Diplomstudiums der Betriebswirtschaftslehre arbeitete Kirsten Hahn für die Sterling SIHI GmbH im Controlling und der Finanzbuchhaltung, wo sie u.a. in einem Projekt zur Vorbereitung und Durchführung von Energieeinsparmaßnahmen mitwirkte. Kirsten Hahn beschäftigte sich eingehend mit Umfeld- und Unternehmensstrukturen und unternehmerischer Gesellschaftsverantwortung und absolvierte ihren Master in nachhaltigem Tourismusmanagement an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde. Für die Tourismus und Stadtmarketing Husum GmbH erarbeitete sie eine Konkurrenzanalyse für das städtische Hallenbad und war in Public Relations und im Eventmanagement tätig. Kirsten Hahn engagiert sich ehrenamtlich und arbeitete für die Umweltbildung des Nationalpark-Zentrums Cuxhaven als Wattführerin im UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer.

Akteure der Studie

Alexander Paeck

Master of Arts in Business Ethics und CSR-Management



Nach seiner Bankausbildung absolvierte Alexander Paeck ein Bachelor-Studium der Empirischen Wirtschafts- und Sozialwissenschaften an der Leuphana Universität Lüneburg und der Wirtschaftsuniversität Breslau. In seinem Masterstudium „Business Ethics and CSR-Management“ an der Technischen Universität Dresden beschäftigte er sich mit Fragen zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen und eignete sich eine umfangreiche Expertise bei der Entwicklung von CSR-Standards und Ethik-Maßnahmen für Unternehmen an. Während seiner Zeit in der CR-Abteilung von Munich Re, wo er auch seine Masterarbeit über das Spannungsverhältnis von Wirtschaft und Menschenrechten anfertigte, vertiefte er diese Kenntnisse und wirkte an der Implementierung von ESG-Faktoren ins Kerngeschäft mit. Bei der Otto Group und der CSR-Beratung Scholz & Friends Reputation arbeitete er in der Folge an zahlreichen CSR-Projekten mit und war u.a. Mitglied des Organisationsteams des CSR-Preises der Bundesregierung 2013.



Der Inhalt dieser Studie darf von jedermann verwendet werden – sofern auf die Quelle hingewiesen und CDP und das Climate Service Center (CSC) des Helmholtz-Zentrums Geesthacht davon in Kenntnis gesetzt wird. Dies beinhaltet jedoch keine Erlaubnis, die in dieser Studie dargestellten Daten in anderer Form aufzubereiten und weiterzuverkaufen. Zu diesem Zweck muss zuvor eine ausdrückliche Erlaubnis des CSC und des Carbon Disclosure Projects (CDP) eingeholt werden.

CDP und CSC haben die Daten und Analysen dieses Berichts u.a. auf der Grundlage der Unternehmensantworten auf die CDP Klimawandel Informationsanfrage 2013 erstellt. CDP und CSC übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit dieser Informationen. CDP und CSC übernehmen weder ausdrücklich noch stillschweigend eine Zusicherung, eine Einstandspflicht oder eine Garantie in Bezug auf den Bericht sowie für die Zuverlässigkeit, Richtigkeit oder Vollständigkeit der hier enthaltenen Informationen oder Auffassungen. CDP und CSC übernehmen keine Gewähr für Konsequenzen, die aufgrund der Nutzung, etwa als Entscheidungsgrundlage, der in diesem Bericht beinhalteten Informationen entstehen. Informationen aus dieser Publikation sollten nur unter Zuhilfenahme von professionellem Rat verwendet werden. Alle hier enthaltenen Ansichten beruhen auf der Beurteilung von CDP bzw. CSC zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Berichtes und können sich ohne Ankündigung aufgrund von wirtschaftlichen, politischen, branchen- und firmenspezifischen Faktoren verändern. Eingefügte Kommentare spiegeln ausschließlich die Ansichten der jeweiligen Autoren wider und sind nicht als Zustimmung zu deren Ansichten zu verstehen.

CDP und CSC sowie ihre angeschlossenen Unternehmen oder ihre Aktionäre, Mitglieder, Partner, Direktoren, Geschäftsführer, leitende Angestellte und/oder Arbeitnehmer können im Besitz von Wertpapieren sein, die in diesem Bericht genannt sind. Es besteht die Möglichkeit, dass die in diesem Bericht genannten Wertpapiere weder in allen Staaten und Ländern erworben werden können noch für alle Arten von Investoren geeignet sind. Ihr Wert oder der Gewinn, den sie erzielen, kann variieren und/oder kann nachteilig von Wechselkursen beeinflusst werden.

„Carbon Disclosure Project“ und „CDP“ beziehen sich auf das CDP (formerly Carbon Disclosure Project), eine britische Gesellschaft mit beschränkter Haftung und ein eingetragener gemeinnütziger Verein (Registered Charity Number 1122330), sowie eine deutsche gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung (Amtsgericht Charlottenburg: HRB 119156 B).

„Climate Service Center“ und „CSC“ beziehen sich auf das Climate Service Center des Helmholtz-Zentrums Geesthacht Zentrum für Material- und Küstenforschung GmbH (Amtsgericht Lübeck: HRB 285 GE).

© 2014 CDP (formerly Carbon Disclosure Project)/Climate Service Center des Helmholtz-Zentrums Geesthacht. Alle Rechte vorbehalten.

Climate Service Center (CSC)

Eine Einrichtung des
Helmholtz-Zentrums Geesthacht

Dr. Markus Groth

Senior Economist
markus.groth@hzg.de

Prof. Dr. Guy Brasseur

Direktor des
Climate Service Centers
guy.brasseur@hzg.de

**Helmholtz-Zentrum Geesthacht
Climate Service Center (CSC)**

Fischertwiete 1, Chilehaus
D- 20095 Hamburg
Tel: +49-(0)40-226338-409
www.climate-service-center.de

**CDP
(Carbon Disclosure Project)**

Susan Dreyer

Director DACH Region
susan.dreyer@cdp.net

Laura Bergedieck

Director Policy & Reporting Europe
laura.bergedieck@cdp.net

Jacqueline Albers

Project Officer DACH Region
jacqueline.albers@cdp.net

Steven Tebbe

Managing Director Europe

**CDP Europe
Carbon Disclosure Project
gGmbH**

Reinhardtstraße 14
D-10117 Berlin
Tel: +49 (0)30 311 777 168
www.cdp.net
www.klimaranking.de

Carbon Disclosure Project gGmbH
Geschäftsführung:
Steven Tebbe, Sue Howells, Roy Wilson
Amtsgericht Charlottenburg:
HRB 119156 B

Berichtsautoren

Kirsten Hahn

Diplom-Kauffrau, Master of Arts in
Sustainable Tourism Management
Tel: +49 (0)160 95 383 282
kirsten-hahn@gmx.de

Alexander Paeck

Master of Arts in Business Ethics
und CSR-Management
Tel: +49 (0)174 820 7753
alexander.paeck@email.de

pdf-Version dieser Studie
erhältlich unter:

**[https://www.cdp.net/
en-US/Results/Pages/
All-Investor-Reports.aspx](https://www.cdp.net/en-US/Results/Pages/All-Investor-Reports.aspx)**

Highlights und Klimaschutzaktivitäten
aller CDP-Teilnehmer DACH Region:
www.klimaranking.de