



In Kooperation:



PRESSEINFORMATION

# Klimaschutz in Rot-Weiß-Rot

Chancen, Risiken, Zukunftsperspektiven  
für Österreichs Wirtschaft

**Montag, 11. April 2011**





## Presseausendung

# Expertendiskussion: Glawischnig fordert mehr Tempo in Österreichs Klimapolitik

## WWF CLIMATE GROUP und KPMG Podiumsdiskussion mit Top Vertretern aus Politik und Wirtschaft

Wien, 12. April 2011 – Klimaschutzchancen, -risiken und Zukunftsperspektiven für Österreichs Unternehmen waren das Thema der gestrigen Podiumsdiskussion der Unternehmensplattform WWF CLIMATE GROUP und der KPMG in Wien. Grünen Bundessprecherin und Klubobfrau Eva Glawischnig, KPMG Berater und ehemaliger Leiter des UN-Klimasekretariats Yvo de Boer, Telekom Austria Group Generaldirektor Hannes Ametsreiter, Wienerberger Vorstandsvorsitzender Heimo Scheuch und Fronius International Geschäftsführer Klaus Fronius diskutierten gemeinsam mit Entscheidungsträgern heimischer Unternehmen die Qualität politischer Rahmenbedingungen, die Klimafitness der österreichischen Wirtschaft und Wettbewerbspotentiale für den Wirtschaftsstandort Österreich.

Österreichs Unternehmen müssen die zwangsläufig zunehmenden internationalen und nationalen Klimaschutzregulierungen stärker als Chance sehen und nutzen. Darüber waren sich die Impulsreferenten der gestrigen Podiumsdiskussion einig. Für **Thomas Kaissl**, Leiter der Abteilung Unternehmenskooperationen des WWF Österreich, ist eine klimafreundliche Zukunft durch Maßnahmen im Bereich erneuerbarer Energiequellen und Energieeffizienz sowie der Veränderung des Konsumverhaltens bereits vor 2050 möglich und finanzierbar. Dem WWF-Experten fehlt es allerdings an raschen und konkreten Handlungen seitens Politik und Wirtschaft. „Bis dato gab es zwar zahlreiche Lippenbekenntnisse. Konkrete Klimaschutzmaßnahmen sind allerdings immer noch Mangelware“, so Kaissl.

Für den Wirtschaftsstandort Österreich sieht der internationale Klimaexperte Yvo de Boer ein enormes Potential. „In der internationalen Klimadiskussion nimmt Österreich eine intelligente und ruhige Mittelposition ein. Österreichs Politik und Wirtschaft kann mit innovativen, grünen Wachstumsideen eine aktive Rolle spielen.“

Für KPMG Geschäftsführer **Gert Weidinger** sind ein Langfristdenken und die Auseinandersetzung mit der gesamten Wertschöpfungskette die Schlüsselfaktoren für die heimische Wirtschaft. „Unternehmen die sich diesen Themen eher früher als später stellen, werden neben den positiven Auswirkungen für den Klimaschutz auch klare Kostenvorteile und somit Wettbewerbsvorteile generieren können.“

In der anschließend von KPMG Geschäftsführer **Peter Ertl** moderierten Diskussion, war vor allem die behäbige internationale und nationale Klimapolitik ein Thema. „In der internationalen Politik gibt es zwar Bewegung, aber es geht viel zu langsam voran. Unternehmen sind bei weitem schneller unterwegs“ meint **Yvo de Boer**. „Denn für sie bedeuten Nachhaltigkeitsmaßnahmen Kostenvorteile, Markenstärkung und Wettbewerbsvorteile durch neue Produkte und Dienstleistungen.“

Auch für **Eva Glawischnig** macht die österreichische Klimapolitik nicht schnell genug Fortschritte. „Wir bewegen uns im Schneckentempo. Seit über 20 Jahren diskutieren wir das Thema Klimaschutz aber die Umsetzung dauert viel zu lange.“ Auf Unternehmensseite sieht Glawischnig ein zentrales Problem im massiven Konflikt zwischen „old and new economy“.



**Heimo Scheuch** sieht die Verantwortung nicht allein bei Politik und Wirtschaft. „Wir können noch so viele Energiesparhäuser bauen und andere grüne Produkte anbieten, letztendlich liegt es an jedem Einzelnen seine Lebensweise zu ändern und die Angebote auch anzunehmen.“

Diese Ansicht teilt auch **Klaus Fronius**. Für ihn sind beim Thema Klimaschutz Politik, Wirtschaft als auch Konsumenten angehalten mehr Mut zu zeigen. „Grüne Technologien bieten eine große Chance. Die von Fronius in einem Jahr erzeugten Wechselrichter liefern beispielsweise so viel Energie wie zwei Atomkraftwerke. Es braucht allerdings auch eine Politik die dieses Potential erkennt und fördert.“

Für **Hannes Ametsreiter** braucht es primär politische Steuerungsmaßnahmen um Österreich grüner zu machen. „In Zukunft werden Unternehmen, die nicht nachhaltig agieren, nicht mehr existieren können. Aber es braucht eine gesunde Mischung aus politischen Anreizen und Reglements um die gesetzten Klimaschutzziele rascher zu erreichen.“

Unter den rund 80 Gästen befanden sich unter anderem Patrick Prügger (B & C Industrieholding), Dirk Jäger (Bundesimmobiliengesellschaft), Markus Liebl (BRAU UNION), Sonja Bydlinski (Bundesministerium f. Justiz), Franz Koppensteiner (OeNB), Ernst Petri (OMV AG), Anna Niederhofer (Österreichische Post), sowie Bernhard Kohl (voestalpine), Bernd Wehling (Wesler Profile) und Stephan Seyfried (Zielpunkt).

**Fotos und Hintergrundinformationen zur Podiumsdiskussion unter [www.wwf.at/podiumsdiskussion-klimaschutz](http://www.wwf.at/podiumsdiskussion-klimaschutz) und [www.kpmg.at](http://www.kpmg.at)**

#### **WWF CLIMATE GROUP: Grüne Lösungen aus der Wirtschaft**

Die WWF CLIMATE GROUP ist eine der bedeutendsten privaten Klimaschutzinitiativen Österreichs. Die Plattform klimafreundlicher Unternehmen wurde 2007 vom WWF gegründet. Zu den aktuell sechs Mitgliedern in Österreich zählen das Einrichtungsunternehmen IKEA, der Finanzdienstleistungskonzern Allianz, das Telekommunikationsunternehmen A1 Telekom Austria, der Getränkehersteller Pfanner, der internationale Technologiekonzern Fronius und der Drogeriefachhändler dm drogerie markt. Die Unternehmen verbindet das Ziel, ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen innerhalb von drei Jahren um 15 Prozent zu reduzieren, Bewusstseinsbildung bei Kunden und Mitarbeitern sowie klimafreundliche Angebote und Aktivitäten zu fördern. Gemeinsam erreichen die Mitglieder der WWF CLIMATE GROUP derzeit rund 23.000 Mitarbeiter und 11 Millionen Stammkunden in Österreich. Weitere Informationen unter [www.climategroup.at](http://www.climategroup.at).

#### **KPMG**

Als Verbund rechtlich selbstständiger, nationaler Mitgliedsfirmen ist KPMG International Cooperative („KPMG International“) mit ca. 140.000 Mitarbeitern in 146 Ländern eines der größten Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen weltweit. In Österreich ist KPMG eine der führenden Gruppen in diesem Geschäftsfeld und mit rund 1.100 Mitarbeitern an acht Standorten präsent. Die Unternehmensleistungen sind in die Geschäftsbereiche Prüfung (Audit) und Beratung (Advisory & Tax) getrennt. Im Mittelpunkt von Audit steht die Prüfung von Konzern- und Jahresabschlüssen. Tax steht für die steuerberatende Tätigkeit von KPMG. Der Bereich Advisory bündelt hohes fachliches Know-how zu betriebswirtschaftlichen, regulatorischen und transaktionsorientierten Themen. Weitere Informationen unter [www.kpmg.at](http://www.kpmg.at)

#### **Rückfragehinweis:**

Mag.(FH) Lisa Simon, Pressesprecherin WWF Österreich, Tel. 01-48817-215,  
Mobil: 0676-83488215, E-Mail: [lisa.simon@wwf.at](mailto:lisa.simon@wwf.at).

Mag. Mariana Herrloss, Unternehmenskommunikation KPMG, Tel. 01-31332-730,  
E-Mail: [mherrloss@kpmg.at](mailto:mherrloss@kpmg.at)





WWF CLIMATE GROUP

WWF

for a living planet®

**KPMG**

Impulsreferat

# Klimaschutz und Wirtschaft

Wie passt das zusammen?

Podiumsdiskussion

WWF CLIMATE GROUP & KPMG

11. April 2011

**Mag. Thomas Kaissl**

Leiter Abteilung Unternehmenskooperationen

WWF Österreich



## Bedrohung Erderwärmung

Für Eisbären ist die globale Erderwärmung die Hauptbedrohung. Sie verlieren ihren Lebensraum. Die **Eisdicke in der Arktis** ist aufgrund des Anstiegs der Lufttemperatur seit 1980 **um 40 Prozent geschrumpft**.



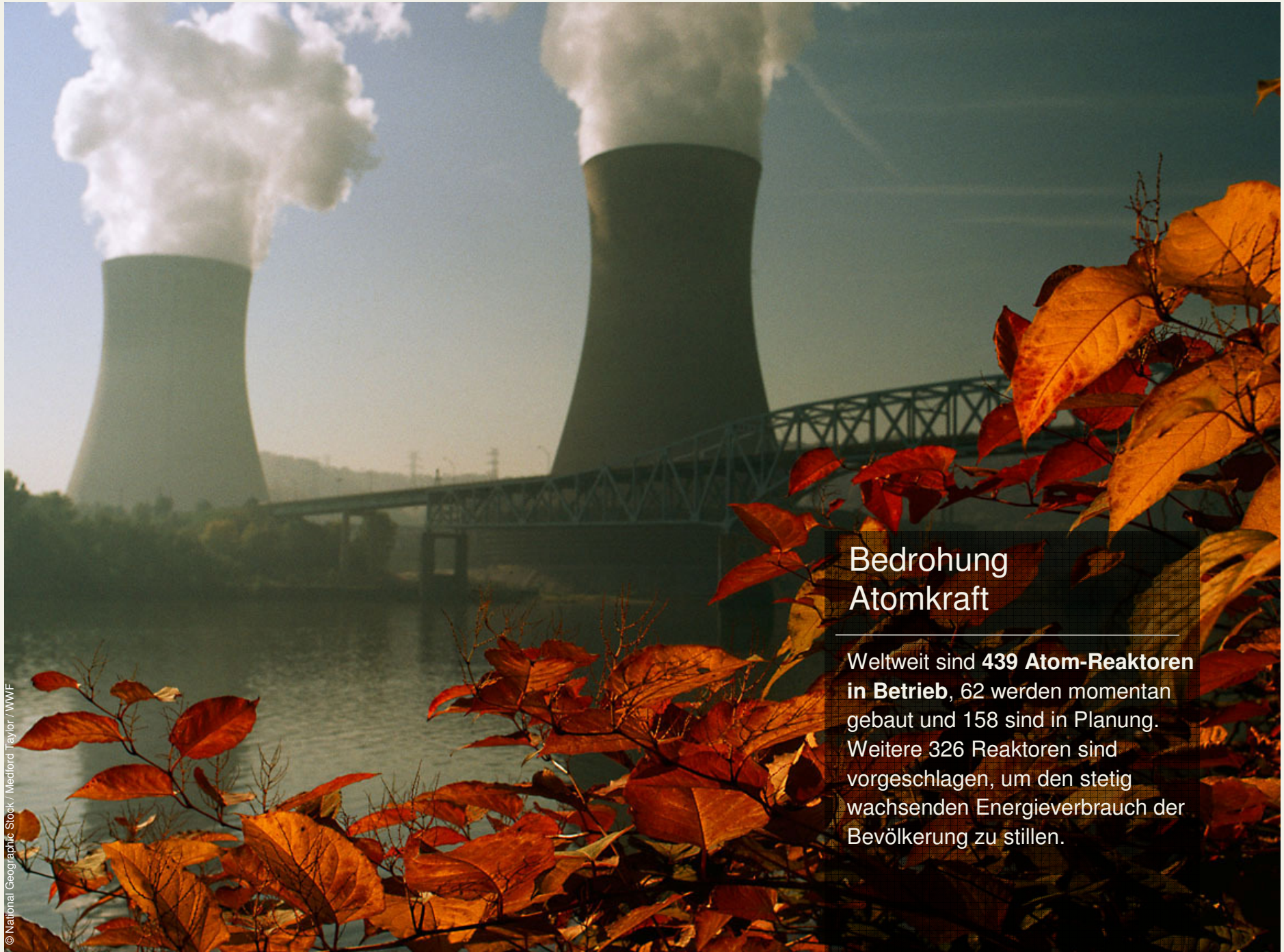




## Bedrohung Regenwaldrodung

Pro Minute geht eine Waldfläche von **36 Fußballfeldern** verloren – für Holzprodukte, Anbau- und Weideflächen. Die Zerstörung der Regenwälder ist für **ein Viertel der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen** verantwortlich.





© National Geographic Stock / Medford Taylor / WWF

## Bedrohung Atomkraft

Weltweit sind **439 Atom-Reaktoren in Betrieb**, 62 werden momentan gebaut und 158 sind in Planung. Weitere 326 Reaktoren sind vorgeschlagen, um den stetig wachsenden Energieverbrauch der Bevölkerung zu stillen.



## Bedrohung Naturkatastrophen

Allein im Jahr 2008 wurden **20 Millionen Menschen** durch Naturkatastrophen wie Dürren, Überflutungen oder Stürme obdachlos.





## Schlüsselfaktor ökologischer Fußabdruck

**5 Hektar** – das ist die Fläche der Erde die wir Österreicher durchschnittlich durch unseren Lebensstil verbrauchen. Würden weltweit alle so leben wie wir, bräuchten wir **drei Planeten**. Da die Erde nicht wachsen kann, müssen wir unsere Konsum- und Wirtschaftsweise verändern.







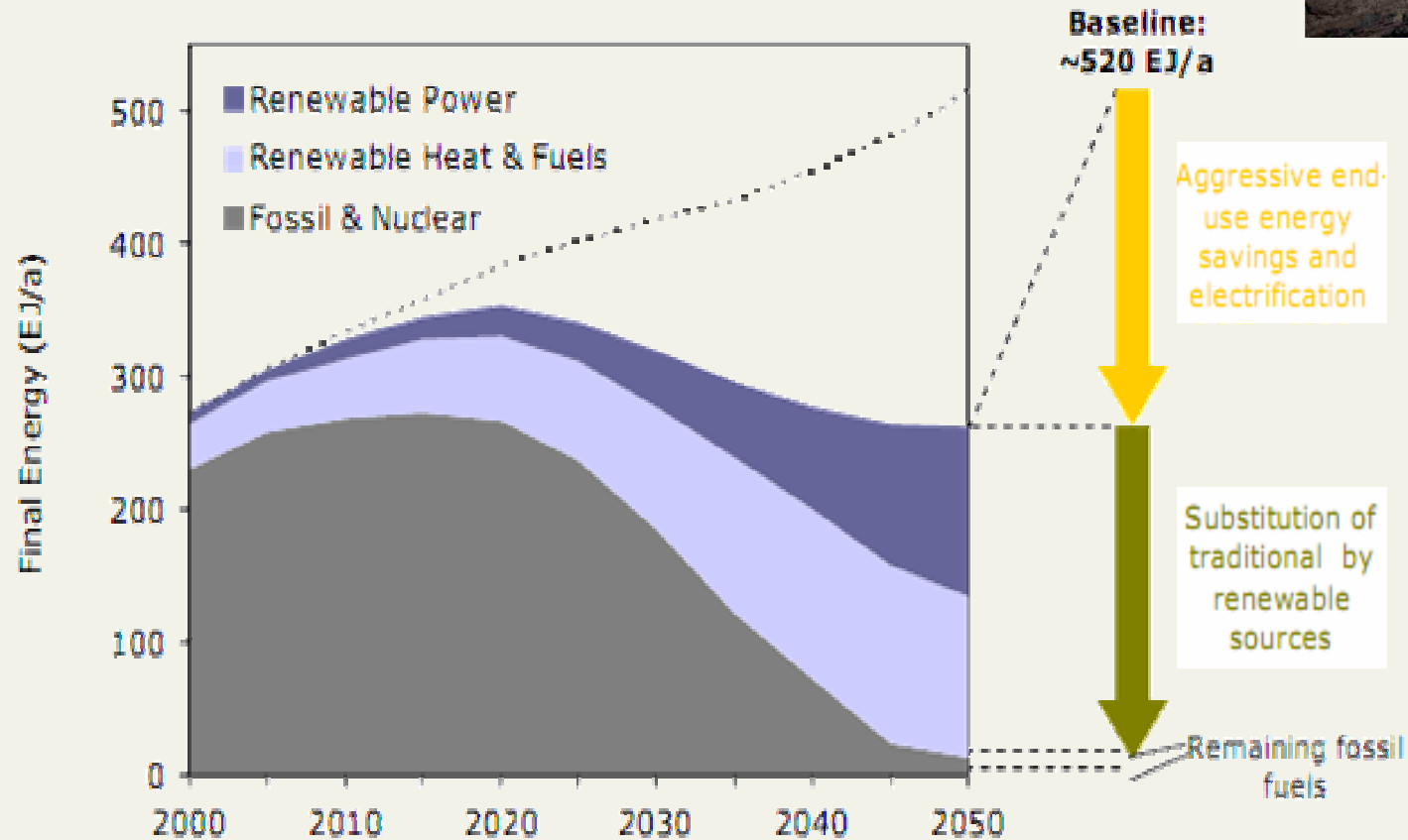
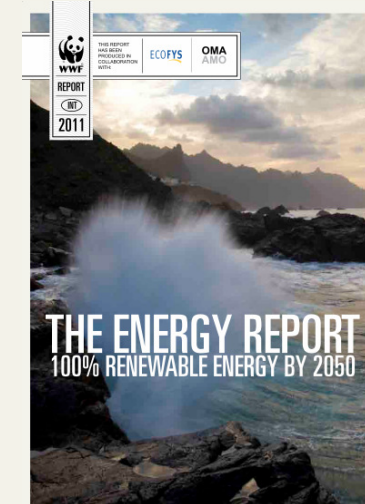
## Mehr Taten, weniger Worte!

Um die Folgen des Klimawandels abzufedern, müssen wir umgehend handeln. Politische Rahmenbedingungen und Unternehmensbekenntnisse müssen rasch von der Theorie in die Praxis umgesetzt werden.



## Lösungsansatz erneuerbare Energie

Wir können unseren gesamten Energiebedarf bis 2050 aus sauberen, sicheren und erneuerbaren Energiequellen decken – trotz Wirtschaftswachstum und steigender Bevölkerungszahl!





# WWF CLIMATE GROUP

Die österreichische Plattform für umweltbewusste Unternehmen als Vorreiter im Klimaschutz. Gemeinsame Ziele sind 15 Prozent CO<sub>2</sub>-Reduktion pro Unternehmen innerhalb von drei Jahren sowie die Förderung von Bewusstseinsbildung und grünen Angeboten.



**WWF CLIMATE GROUP**

*for a living planet*<sup>®</sup>



A1 Telekom Austria





## Klimaparasiten oder Klimaführer?

Eine intakte Natur - als unser aller Lebens- und Wirtschaftsgrundlage - muss in unserem Wirtschaftssystem einen Wert bekommen!





**WWF CLIMATE GROUP**

*for a living planet®*

[www.climategroup.at](http://www.climategroup.at)



## Wie gehen österreichische Unternehmen mit der Herausforderung Klimaschutz um?

Mag. Gert Weidinger (KPMG)

Die spürbaren Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise, die damit einhergehenden Entwicklungen im wirtschaftlichen und sozialen Umfeld sowie die ökologischen Folgen des Klimawandels verstärken den Ruf nach verantwortungsvoller und nachhaltiger Unternehmensführung. Dabei stecken die Unternehmen im Dilemma, dass sie in der allgemeinen Wahrnehmung zu guten Teilen für diese Probleme verantwortlich gemacht werden und ihre Erfolge auf Kosten der Gemeinschaft erwirtschaftet haben. Zur Korrektur dieser Wahrnehmung helfen auch die herkömmlichen Corporate Responsibility Programme wenig. Im Gegenteil, sie sind Verstärker dieser Entwicklung, da dadurch die Unternehmen noch stärker zur Verantwortung gezogen werden können.

Um diesen Teufelskreis, der meist durch restriktive Gegenmaßnahmen der Politik geschlossen wird, zu durchbrechen, sind grundlegende Neuüberlegungen von den Unternehmen anzustellen. Das noch immer vorherrschende Kurzfristendenken muss durchbrochen werden. Das Messen des Unternehmenserfolges an der kurzfristigen Finanzperformance hat schon zu vielen Blasen geführt, die jäh und schmerzhaft geplatzt sind. Der damit verbundene bisherige Begriff des „Shareholder Value“ (Gewinnmaximierung, Kostenreduzierung, Umsiedelung an billige Produktionsstandorte, etc.) muss hinterfragt werden. Corporate Social Responsibility darf nicht als Kostenblock und PR-Aktion als Folge von äußerem Druck gesehen werden. Gleichzeitig gilt aber auch, dass Unternehmen als solche und nicht als Wohltäter handeln müssen.

Das heißt, die Wertschöpfungskette der Unternehmen muss zentral in den Mittelpunkt der Überlegungen gerückt werden. Eine kritische Überprüfung von Prozessen, Transport- und Lieferketten sowie der Gebäude ist durchzuführen. Dazu kommt, dass gesellschaftliche Kosten wie Infrastruktur, Umweltverschmutzung und Kosten der gesundheitlichen Versorgung immer mehr von den Unternehmen getragen werden müssen (Steuern, Vorschriften, Strafen, etc.). Diese Neubetrachtung der Wertschöpfungskette hat eine intensive Beschäftigung mit Themen wie Geschäftsprozessgestaltung, Budgetierung, Risikomanagement, und externer Berichterstattung zur Folge. Wie der Wirtschaftsbarometer zum Klimaschutz 2010 gezeigt hat, gibt es noch deutliche Unterschiede zwischen der grundsätzlichen Befürwortung von Klimaschutzmaßnahmen und der täglichen Unternehmenspraxis. Doch gerade Unternehmen, die sich diesen Themen eher früher als später stellen, werden neben den positiven Auswirkungen für den Klimaschutz auch klare Kostenvorteile und somit Wettbewerbsvorteile generieren können.