Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

18.10. 2022

"Green Hushing" statt Greenwashing liegt laut Studie im Trend

Von Contcept Commu…



Bild Rechte
South Pole

Mehr und mehr Unternehmen im DACH-Raum, die sich zu Netto-Null-Emissionen (engl. = “Net Zero”) bekannt haben, untermauern dieses Ziel mit einem wissenschaftsbasierten Reduktionsplan. Öffentlich kommunizieren dies jedoch immer weniger Firmen. Laut dem aktuellen Net-Zero-Report der Schweizer Firma South Pole, von dem 14 Schweizer Grossunternehmen Teil waren, hat sich ein Drittel der Konzerne mit Netto-Null-Ziel und wissenschaftsbasiertem Reduktionsplan gegen eine öffentliche Kommunikation entschieden.

Diese Zurückhaltung soll vor Vorwürfen des Greenwashings schützen. Leider führt sie auch dazu, dass sich die gefassten Klimaschutzmassnahmen nicht öffentlich nachverfolgen lassen. Auch ein transparenter Branchenvergleich bleibt aus. Ausserdem beschränkt so genanntes "Green Hushing" (d. h. das Verschweigen von Nachhaltigkeitsinitiativen) den Wissenstransfer zwischen Unternehmen und somit eine Mobilisierung für mehr Klimaschutz.

South Poles 2022 Net Zero Report zeigt:

1. “Green Hushing” als Gegentrend zum Greenwashing: Mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen im DACH-Raum haben sich wissenschaftsbasierte Emissionsreduktionsziele gesetzt, planen jedoch nicht, diese zu veröffentlichen.
2. Verbraucherdruck und Markenpositionierung sind weiterhin wichtige Treiber für Klimaschutz. Allerdings werden Klimaziele wie Netto-Null und wissenschaftsbasierte Reduktionsziele mittlerweile nicht mehr als Alleinstellungsmerkmal, sondern als Grundbaustein einer Klimaschutzstrategie angesehen.
3. Investitionen in Klimaschutz nehmen trotz Krise zu: Zwei Drittel der befragten Konzerne haben ihre Budgets für Klimaschutzmassnahmen im vergangenen Jahr erhöht. Die Mehrheit der Unternehmen mit Netto-Null-Zielen baut ausserdem ihre Nachhaltigkeitsteams aus - besonders dann, wenn sie momentan bei der Umsetzung der Massnahmen im Rückstand sind.

(Zürich)(PPS) **Eine neue Studie von South Pole, einer weltweit führenden Entwicklerin von Klimschutzprojekten und -lösungen, zeigt, dass mehr als ein Drittel der DACH-Unternehmen, die sich wissenschaftsbasierte Reduktionsziele gesetzt haben, diese nicht öffentlich kommunizieren. Teil der Untersuchung waren auch 14 Schweizer Grossunternehmen**.

Der heute veröffentlichte, jährlich erscheinende Bericht von South Pole “Net Zero and Beyond: A Deep-dive on Climate Leaders and What's Driving Them”, befragte die Nachhaltigkeitsmanager*innen von über 1.200 Grosskonzernen mit Netto-Null-Zielen in 12 verschiedenen Ländern und mehreren Branchen. Neben den Netto-Null-Zielen haben fast alle Unternehmen entweder wissenschaftsbasierte Emissionsreduktionsziele festgelegt oder planen dies für das nächste Jahr. Die Unternehmensbefragung gibt Aufschluss darüber, welche Fortschritte klimabewusste Firmen auf ihrem Weg zu Netto-Null bereits gemacht haben - oder auch nicht.

ls Hauptgründe für ihr Engagement im Klimaschutz wurden von den meisten Unternehmen die erhöhte Kunden-Nachfrage nach nachhaltigen Produkten und ihre Markenstrategie genannt. Der diesjährige Bericht zeigt jedoch, dass einige Unternehmen zwar aus diesen Gründen wissenschaftsbasierte Netto-Null-Ziele setzen, ein erheblicher Teil von ihnen diese jedoch nicht öffentlich kommuniziert.

Im Vorfeld der COP 26 setzten sich letztes Jahr Hunderte von Unternehmen weltweit Netto-Null-Ziele und kommunizierten diese mit öffentlichkeitswirksamen Kampagnen.

Der Ehrgeiz der Unternehmen hat seither nicht nachgelassen: South Poles Studie zeigt, dass Unternehmen weiterhin Netto-Null-Ziele definieren und die Budgets für Klimaschutzmassnahmen erhöhen. Doch nur ein Jahr später wirft die wachsende Zurückhaltung bei der Veröffentlichung von wissenschaftlich begründeten Klimazielen die Frage auf, warum einige Unternehmen ihre Ziele nicht öffentlich kommunizieren möchten.

"*Wir sehen, dass nachhaltigkeitsbewusste Unternehmen ihre langfristigen Ziele zunehmend mit mittelfristigen, wissenschaftsbasierten Meilensteinen für die Emissionsreduzierung untermauern. Das ist der richtige Ansatz, doch die abnehmende Bereitschaft, ihr Engagement zu kommunizieren, beunruhigt uns. Die Geschwindigkeit, mit der wir unsere planetarischen Grenzen überschreiten, ist atemberaubend. Mehr denn je brauchen wir Unternehmen, die Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit machen und ihre Branche inspirieren, selbst aktiv zu werden. Das ist unmöglich, wenn der Fortschritt im Stillen stattfindet*", sagt **Renat Heuberger, CEO von South Pole.**

Ehrliche Gespräche über die Herausforderungen auf dem Weg zu Netto-Null sind unerlässlich, da Greenwashing immer wieder vorkommt und die Zahl der Rechtsstreitigkeiten zunimmt. Investigativer Journalismus, der falsche Behauptungen aufdeckt, trägt dazu bei, dass die Ambitionen der Unternehmen in Bezug auf das Klima hoch und aufrichtig bleiben. Gleichzeitig kann die Medienkritik Unternehmen, die sich freiwillig Ziele setzen, davon abhalten, offener zu sein - wie der 2022 Net Zero Report von South Pole herausfand.

"*In unserem diesjährigen Net-Zero-Report zeichnet sich ein Widerspruch zwischen den ehrgeizigen Zielen der Unternehmen und ihrer Bereitschaft, diese öffentlich zu kommunizieren, ab. Das ist besorgniserregend, denn die Wirtschaft braucht Unternehmen, die mutig voranschreiten und offen darüber sprechen, was hinter ihren Netto-Null-Zielen steckt. Nur so können wir Momentum kreieren und untätige Unternehmen zum Mitgestalten motivieren*", sagt **Jochen Gassner, Head of Commercial bei South Pole.**

Dennoch zeigt der Bericht von South Pole auch positive Tendenzen. Obwohl einige Unternehmen auf die öffentliche Kommunikation ihrer Ziele verzichten, treiben sie die Umsetzung im Hintergrund voran. Zwar gab ein Drittel der befragten Unternehmen im DACH-Raum an, dass sich das Erreichen ihrer Ziele als "schwieriger" als erwartet

erweist, dennoch haben zwei Drittel der Unternehmen ihre Netto-Null-Budgets seit Dezember 2021 aufgestockt.

Ein Drittel der DACH-Unternehmen, die angaben, dass sie in der Umsetzung im Rückstand sind, planen, ihre Bemühungen im nächsten Jahr "erheblich" zu verstärken. Die Unternehmen setzen dabei verstärkt auf externes Fachwissen und Ressourcen - ein deutlicher Unterschied zu den weltweit befragten Unternehmen, die angaben, dass sie sich zunächst intern weiterbilden.

Hinweis an die Redaktion

Eine notwendige Bedingung für eine wissenschaftsbasierte Zielsetzung ist laut der Science Based Targets Initiative, einem Bündnis aus CDP, dem United Nations Global Compact, dem World Resources Institute (WRI) und dem WWF, die öffentliche Auflistung wissenschaftsbasierter Ziele auf sciencebasedtargets.org, zusammen mit der jährlichen Offenlegung der Treibhausgasemissionen und Fortschritten bei der Reduktion. Dies ist nicht mit einer öffentlichkeitswirksamen Kommunikation der Ziele gleichzusetzen.

Über die Organisation:

Über South Pole
South Pole, vom Weltwirtschaftsforum als “Social Enterprise" ausgezeichnet, ist eine führende Anbieterin von Klimaschutzlösungen. Seit 2006 unterstützt South Pole öffentliche und private Akteure dabei, Emissionen zu reduzieren und sich wirksam für Klimaschutz zu engagieren. Als grösste Projektentwicklerin hat South Pole nahezu 1'000 Klimaschutzprojekte in über 50 Ländern finanziert, und so neben weiteren Co-Benefits entlang der Nachhaltigkeitsziele der UN mehr als eine Gigatonne CO2-Emissionen reduziert. Die Projekte reichen von nachhaltiger Landwirtschaft, Waldschutz und Abfallmanagement bis hin zu Energieeffizienz und erneuerbaren Energien.
https://www.southpole.com/de

Pressekontakt:

Contcept Communication
Hardturmstrasse 76
8005 Zürich

Barbara Ryter, Telefon 043 501 33 00, E-Mail barbara.ryter @ contcept.ch

Kategorie
Umwelt & Energie

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/green-hushing-statt-greenwashing-liegt-laut-studie-im-trend*