

27.06. 2023

South Pole ruft Unternehmen zu neuem, zukunftssicheren Klima-Claim auf: "Funding Climate Action"

Von Contcept Commu...



Bild Rechte

South Pole

- South Pole lanciert einen neuen Klima-Claim, **Funding Climate Action** (FCA), und führt ein damit verbundenes Label ein, **um Unternehmen einen transparenten Weg zur Skalierung von Klimainvestitionen zu bieten.**
- Unternehmen stehen unter noch nie dagewesenen Druck, ihre Klimaziele und -bemühungen authentisch zu kommunizieren und Verpflichtungen nachzukommen - sie müssen jedoch auch **in der Lage sein, ihre Nachhaltigkeitsbemühungen transparent, glaubwürdig und selbstbewusst zu kommunizieren.**
- Der Klima-Claim FCA wurde mit Unternehmen, führenden NGOs und Experten für Klimapolitik getestet und stimmt mit dem anstehenden Claim Code der Voluntary Carbon Markets Integrity Initiative (VCMI) überein. FCA ermöglicht es Unternehmen, **in verifizierte Klimabeiträge zu investieren - um verbleibende CO2-Emissionen zu decken - und gleichzeitig auf echtes Nachhaltigkeits-Engagement zu verweisen.**
- In einer kürzlich durchgeführten Umfrage unter 1 500 Verbraucher*innen in Europa und den USA **gaben 84 % der Teilnehmenden an, dass sie ein**

Produkt mit dem South Pole-Label 'Funding Climate Action' mit höherer Wahrscheinlichkeit kaufen würden. 78 % erklärten, dass sie darauf vertrauen, dass das Label für glaubwürdige Klimaschutzmassnahmen steht.

- Als Pionier der Förderung von Klimaschutzmassnahmen von Unternehmen weiss South Pole, dass Unternehmen eher dazu bereit sind, **über ihre Wertschöpfungskette hinaus in den Klimaschutz zu investieren, wenn sie für ihre Nachhaltigkeitsbemühungen Anerkennung erhalten.** Der neue Claim wurde **bei der Lancierung der SBTi-Konsultation zum Thema "Beyond Value Chain Mitigation"** öffentlich gelobt.

(Zürich)(PPS) **South Pole hat heute "Funding Climate Action" (FCA) lanciert, einen neuen Klima-Claim und ein dazugehöriges Klima-Label, das Unternehmen dabei helfen soll, Klimaschutz entlang und über ihre Wertschöpfungskette hinaus glaubwürdig zu kommunizieren. Das Label ist ein Qualitätsmerkmal, das zeigt, dass ein Unternehmen Verantwortung für seine Emissionen übernimmt und einen umfassenden Prozess durchlaufen hat, der sicherstellt, dass glaubwürdige Klimaschutzmassnahmen ergriffen wurden. Um das Label zu erhalten, müssen Unternehmen ihr Nachhaltigkeitskonzept und ihre Leistungen transparent offenlegen, was jährlich überprüft wird.**

Die heutige Lancierung markiert ein neues und dringend benötigtes Kapitel in der Landschaft der Unternehmensbotschaften, da Verwirrung hinsichtlich Klima-Claims weit verbreitet ist und "Greenhushing" bei Unternehmen zunimmt. Als Pionier der Förderung von Klimaschutzmassnahmen von Unternehmen hat South Pole eine Zunahme irreführender und missbräuchlicher Nutzung einiger Nachhaltigkeits-Claims festgestellt. Dies unterstreicht die Notwendigkeit eines tragfähigeren alternativen Verfahrens und Labels wie FCA für Klima-Claims.

South Pole begrüsst die Bemühungen von Regulierungsbehörden und Normungsgremien respektive Standardsetzern, Klarheit und Transparenz zu schaffen, wie z. B. die neue Empfehlung ISO14068. South Pole begrüsst auch das Engagement anderer Akteure zu diesem Thema, etwa VCMI, SBTi und The Gold Standard, die Leitlinien zur Gewährleistung glaubwürdiger Claims entwickeln.

FCA ist ein neuer und intelligenter Weg für Unternehmen, Klimainvestitionen

auszuweisen, die über ihre eigene Wertschöpfungskette hinausgehen. Nebst bestehenden Bemühungen zur Dekarbonisierung ist dies eine Notwendigkeit, die auch im Artikel 6.4 des Pariser Abkommens und von der Science Based Targets Initiative (SBTi) anerkannt wird. SBTi lobte die Bemühungen von South Pole und den neuen Klima-Claim bei der Lancierung der SBTi-Konsultation zum Thema "Beyond Value Chain Mitigation". Der freiwillige Kohlenstoffmarkt bietet Unternehmen eine glaubwürdige, bewährte Möglichkeit, ihre Klimaschutzmassnahmen jetzt drastisch zu erhöhen - und FCA ermöglicht es Unternehmen, zuversichtlich und selbstbewusst auf ihr Engagement zu verweisen.

Renat Heuberger, CEO von South Pole, sagte: "Die Privatwirtschaft muss Verantwortung für ihre Emissionen übernehmen und weiter in den Klimaschutz investieren - das ist nicht verhandelbar. Damit dies von Unternehmens-Stakeholdern gut aufgenommen wird, brauchen Unternehmen einen Claim, der transparent aufzeigt, was genau ihr Beitrag ist. Der FCA-Claim tut genau das, gestützt durch ein Label mit einem verifizierbaren Prozess. Er fördert radikale Transparenz und Verantwortung in einer Zeit, in der alle Augen darauf gerichtet sind, ob Unternehmen Greenwashing oder Greenhushing betreiben."

Die Investitionen des Privatsektors in Klima und Natur müssen bis zum Ende dieses Jahrzehnts um mehr als das Zehnfache steigen, wenn das Pariser Abkommen eingehalten werden soll. Die Investitionen in naturbasierte Lösungen - die durch Mechanismen wie den freiwilligen Kohlenstoffmarkt ermöglicht werden - müssen sich **auf mindestens 200 Milliarden Dollar pro Jahr verdreifachen.** Die jüngste Geschichte zeigt allerdings, dass Unternehmen nicht oder kaum bereit sind, in Klimaschutz jenseits ihrer Wertschöpfungsketten zu investieren, es sei denn, sie können Anerkennung dafür beanspruchen.

Bei FCA basiert die Höhe der Beiträge auf den verbleibenden CO₂-Emissionen - 'eine Tonne für eine Tonne'. Dies ist ein Anreiz für Unternehmen, so wenig anhaltende Emissionen wie möglich zu verursachen. Für verbleibende Emissionen übernehmen sie die Verantwortung, indem sie die entsprechende Finanzierung von verifizierten und höchst integren Klimabeiträgen über die eigene Wertschöpfungskette hinaus übernehmen.

Die von South Pole durchgeführte Verbraucherstudie mit über 1500 Teilnehmenden in

Europa und den USA ergab, dass FCA die ersten Tests hinsichtlich Transparenz und Attraktivität mit Bravour bestanden hat. **84 % der Teilnehmenden gaben an, dass sie eher bereit sind, ein Produkt mit dem South Pole-Label "Funding Climate Action" zu kaufen. 83 % fühlen sich durch die dem Label zugehörige massgeschneiderte Klimaschutz-Landingpage gut informiert. 78 % vertrauen darauf, dass das Label bedeutet, dass glaubwürdige Klimaschutzmassnahmen ergriffen wurden.**

South Pole hat FCA vor dieser Lancierung nicht nur mit Verbraucher*innen getestet, sondern auch eine Konsultation mit mehr als 130 Stakeholdern durchgeführt. Dies um festzustellen, wie FCA von Unternehmen und anderen wichtigen Interessengruppen wie Experten für Klimapolitik und führenden NGOs aufgenommen würde. Die Ergebnisse waren überwältigend positiv: **94 % der Teilnehmenden gaben an, dass sie die Notwendigkeit unterstützen, dass Unternehmensbotschaften mit dem Pariser Abkommen kompatibel sein müssen, 69 % befürworten den neuen Claim.**

Über die Organisation:

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 über 800 Klimaschutzprojekte in rund 50 Ländern finanziert. Die Projekte reichen von nachhaltiger Landwirtschaft, Waldschutz und Abfallmanagement bis hin zu Energieeffizienz und erneuerbaren Energien.

Pressekontakt:

Contcept Communication GmbH | Barbara Ryter

Hardturmstrasse 76 | CH-8005 Zürich | +41(0)79 233 58 07 | ryter @ concept.ch
www.concept.ch

South Pole | Willy-Andreas Heckmann

Head of Communications DACH | wa.heckmann @ southpole.com

Kategorie

Umwelt & Energie

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/south-pole-ruft->

unternehmen-zu-neuem-zukunftssicheren-klima-claim-funding-climate