

OSTWESTFÄLISCHE Wirtschaft

ZEITSCHRIFT DER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER OSTWESTFALEN ZU BIELEFELD

Auf Klimawandel mit Energiewandel reagieren

OWi *Spezial*

Herausforderung auch für den Mittelstand

Nicht nur die aktuelle Klimadiskussion ist beunruhigend. Die Internationale Energieagentur meldete vor kurzem, dass schon in fünf Jahren die weltweite Ölnachfrage die weltweite Öl-Produktion übersteigen wird. Im Unterschied zu früheren „Öl-Krisen“ wird es sich dabei nicht um eine politisch motivierte „künstliche“ Knappheit handeln, sondern um eine erschreckend reale. Der Tank ist leer.

Man muss nicht weit gucken um abzuschätzen, was das – nicht nur – für die Energiepreise bedeuten wird. Auch wenn noch viel Spekulation im Spiel ist, die aktuellen Preise für Rohöl nehmen die Situation nur vorweg. Aber „Energie und Klima“ bieten auch ungewöhnliche Chancen.

Eine Situation, mit der sich jedes Unternehmen detailliert auseinandersetzen sollte. Leider hat die Inflation der Umwelthorror-Meldungen in den vergangenen Jahren zu einer Desensibilisierung geführt. Die Folge ist eine Art mentaler Resistenz gegenüber negativen Entwicklungsprognosen. Eine fundierte Auseinandersetzung mit dem Thema findet kaum statt. Zumal das Thema „Klima“ für einzelne Unternehmen zu groß erscheint. Dem Mittelständler mit 100 Mitarbeitern ist die Relation zwischen seinem Tun und dem Abschmelzen des Grönlandeises nur schwer zu vermitteln. Noch weniger wird sie ihn so bedrücken, dass daraus konkretes unternehmerisches Handeln wird. Doch das Thema „Klima“ ist zuallererst ein Thema „Energie“.

„Augen zu und durch“, wird diesmal nicht funktionieren. Es drohen keine abstrakten Umweltschäden – die ohnehin nur spezialisierten Umweltexperten auffallen oder erst weit genug weg wirksam werden. Es drohen massivste Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Der fast romantisch anmutende Gedanke aus den 80er Jahren, dass es eine gesunde Wirtschaft nur in einer gesunden Umwelt gibt, wird eine sehr harte und nüchterne Realität werden. „Umwelt“ ist tatsächlich auch die Umwelt der Wirtschaft. Andererseits haben wir in Deutschland in den vergangenen Jahren in eingebildeten und realen Krisen gelernt, dass das Wort „Krise“ in chinesischer Schrift aus den Zeichen für „Gefahr“ und „Chance“ gebildet wird.

Die Politik reagiert ungewöhnlich schnell: Bereits im August verabschiedete das Kabinett ein Energie- und Klimaschutzprogramm mit 30 sehr konkreten Maßnahmen wie die Berechnung der Kfz-Steuer bei Neuwagen auf Grundlage des Schadstoffausstoßes oder die Einbeziehung des Flugverkehrs in den Emissionshandel. Noch im Oktober hat die Bundesregierung auf eine EU-Initiative reagiert und einen Gesetzentwurf über die „umweltgerechte Gestaltung energiebetriebener Produkte“ vorgelegt. Für den Klimaschutz stehen 2008 2,8 Mrd. Euro im Bundeshaushalt. Der Bundesumweltminister spricht davon, dass Effizienztechnologie zur deutschen Leitindustrie werden wird. Effizienzsteigerungen um das Vierfache in Bezug auf die eingesetzten Energien und Rohstoffe seien erforderlich, so Gabriel in einem Thesenpapier, um die deutsche Wettbewerbsfähigkeit im globalen Umfeld zu erhalten. Rückenwind erhält der Umweltminister dabei von ungewöhnlicher Seite: „Wir sprechen bereits mit den zuständigen Ministerien und dem Umweltbundesamt darüber,

wie auf Basis beider Klimastudien das Klimaprogramm der Bundesregierung so effizient wie möglich umgesetzt werden kann. Jeder Euro sollte so eingesetzt werden, dass er möglichst viel zum Klimaschutz beiträgt“, so BDI-Präsident Thumann Ende Oktober. Bereits im September hatte der BDI in einer Studie den hohen Nutzen der Klimaschutzmaßnahmen für die deutsche Wirtschaft herausgestellt. „Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, dass die deutsche Wirtschaft mit ihrem technologischen Potenzial der Problemlöser ist. Letztlich können nur die Unternehmen die Produkte, Verfahren und Technologien für einen effizienten Klimaschutz entwickeln und bereitstellen“, betonte Thumann.

Die Industrie reagiert. Aber auch für den Mittelstand liegt hier eine spannende Herausforderung. Eine fundierte Analyse nach klassischem Muster: Risiken erkennen, einschätzen und nutzen, kann helfen, zumindest nicht überrascht zu werden. Wer so beginnt, den Faktor Energie für sein Unternehmen zu betrachten, der wird schnell feststellen, dass Fragestellungen und Aufgaben eine differenzierte, langfristige und strategische Auseinandersetzung verlangen. Die schnelle Entscheidung für ein paar Solarzellen auf dem Dach, einen effizienteren Heizungskessel oder schicke Hybrid Autos im Vertrieb reicht bestenfalls für das Gefühl „Wir tun was“. Wer ökonomisch begründet agieren will, der wird um eine umfassende Analyse zum Beispiel durch ein Energie-Audit nicht herumkommen. Darauf aufbauend muss der Energieaspekt in bestehende Managementsysteme eingebunden werden. Dabei ist die Geschäftsführung gut beraten, Energieprogramme zur Chefsache zu machen. Schon damit der hochmotivierte Elektroingenieur nicht ständig am Controlling scheitert.

Matthias Haemisch,
khg consult, Bielefeld