

Die wirtschaftliche Bedeutung des Klimawandels nimmt zu

Die von der Universität Oldenburg im Rahmen des Vorhabens ‚nordwest2050‘ durchgeführte Befragung von 4.000 Unternehmen der Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten aus den Jahren 2010 und 2012 zeigt, dass die wirtschaftliche Bedeutung des Klimawandels wächst. Bei der Befragung 2012 gaben 38% der befragten Unternehmen an, dass sie dem Klimawandel eine „hohe“ bis „sehr hohe Bedeutung“ für den Unternehmenserfolg beimessen. 2010 waren es bereits 31% der Unternehmen, die im Klimawandel einen bedeutenden Erfolgsfaktor sahen.

In dem vorliegenden kurz + bündig werden zentrale Ergebnisse der Unternehmensbefragung aus den Jahren 2010 und 2012 vorgestellt und verglichen. Ergänzend werden zentrale Befunde aus sechs Fallstudien zu Klimaanpassungsstrategien von Unternehmen präsentiert. In den Jahren 2010 und 2012 wurden jeweils 4.000 Unternehmen der Metropolregion Bremen Oldenburg im Nordwesten mit Hilfe eines vierseitigen Fragebogens befragt. In beiden Jahren wurden dieselben Unternehmen angeschrieben, so dass die Antworten aus 2010 mit den Antworten aus 2012 verglichen werden können. Die Rückläufe 2010 und 2012 umfassen insgesamt

267 bzw. 300 auswertbare Fragebögen. Somit konnte der Rücklauf von 6,8% auf 7,6% erhöht werden. Insgesamt haben 125 Unternehmen sowohl 2010 als auch 2012 an der Befragung teilgenommen. Aufgrund des gewählten Zufallsstichprobenverfahrens und der Anzahl auswertbarer Antwortbögen erlauben die Ergebnisse der Befragung verallgemeinerungsfähige Aussagen und dürfen als „repräsentativ“ für die Grundgesamtheit aller Unternehmen der Region eingestuft werden. Weitergehende Informationen zur Methodik finden sich im ‚nordwest2050‘-Werkstattbericht Nr. 24 (vgl. Fichter und Schneider [2013])



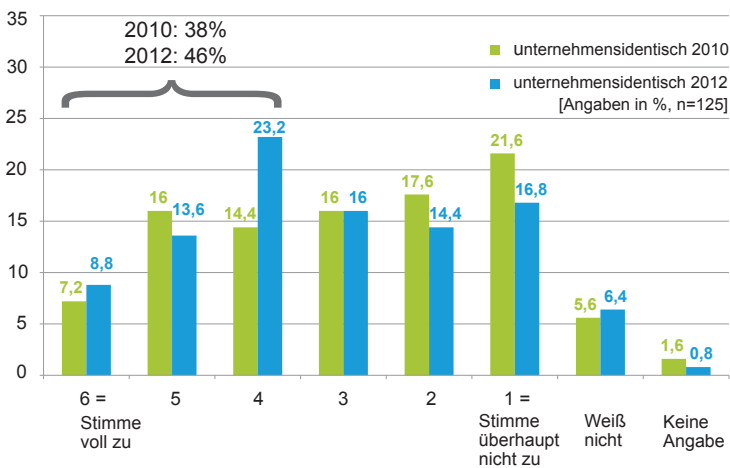


Ergebnisse der Unternehmensbefragungen 2010 und 2012

Die Spürbarkeit des Klimawandels nimmt zu:

Die Folgen des Klimawandels sind bereits heute für über ein Drittel der befragten Unternehmen deutlich spürbar. Von den Unternehmen, die sowohl an der Befragung 2010 als auch 2012 teilgenommen haben („Unternehmensidentische“) stimmen 2010 knapp 38% der Aussage „Der Klimawandel ist bereits heute für mein Unternehmen spürbar“ voll (6) bis eher zu (4). Die Branchen Landwirtschaft, Bau-, Grundstücks- und Wohnungswesen sowie das Gastgewerbe scheinen für die aktuellen Veränderungen infolge des Klimawandels besonders sensitiv. Die Ergebnisse aus 2012 zeigen, dass die Spürbarkeit noch weiter angestiegen ist. 46% der unternehmensidentischen Antworten stimmen der Aussage in 2012 voll zu (6) bis eher zu (4).

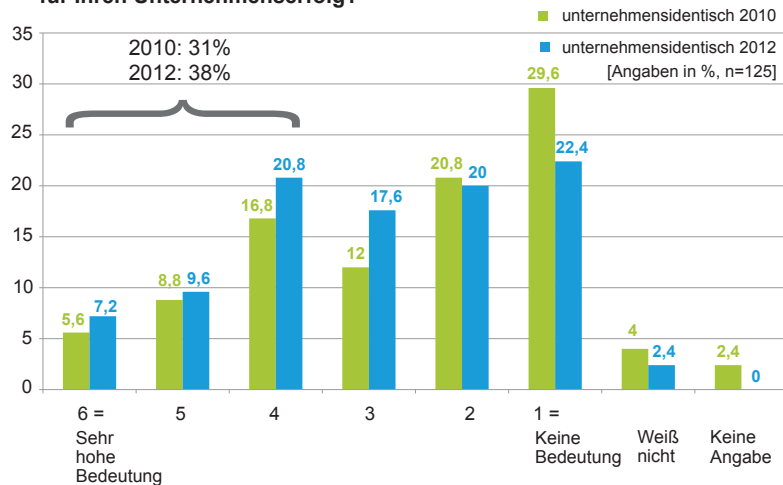
Der Klimawandel ist bereits heute für mein Unternehmen spürbar



Die wirtschaftliche Bedeutung des Klimawandels wächst:

Im Jahr 2010 geben 31% der befragten Unternehmen an, dass sie dem Klimawandel eine „hohe“ bis „sehr hohe Bedeutung“ für den Unternehmenserfolg beimessen. Bei der Befragung 2012 sind es bereits 38% der Unternehmen, die im Klimawandel einen bedeutenden Erfolgsfaktor für ihr Unternehmen sehen.

Welche Bedeutung hat das Thema Klimawandel derzeit für Ihren Unternehmenserfolg?



Die strategische Relevanz des Klimawandels nimmt zu:

Aus Sicht der Unternehmen, die sowohl 2010 als auch 2012 an der Befragung teilgenommen haben, werden die Folgen des Klimawandels zukünftig deutlich an strategischer Relevanz gewinnen. Über die Hälfte der befragten Unternehmen geben an, dass die Folgen des Klimawandels bis 2050 für ihren Unternehmenserfolg von strategischer Bedeutung sein werden. Insgesamt besteht jedoch noch hohe Unsicherheit darüber, welche Auswirkungen die Folgen des Klimawandels auf das eigene Unternehmen haben werden und wie sich die befragten Unternehmen darauf effektiv vorbereiten können.

Steigendes Problembewusstsein in Unternehmen und Wirkung von ‚nordwest2050‘:

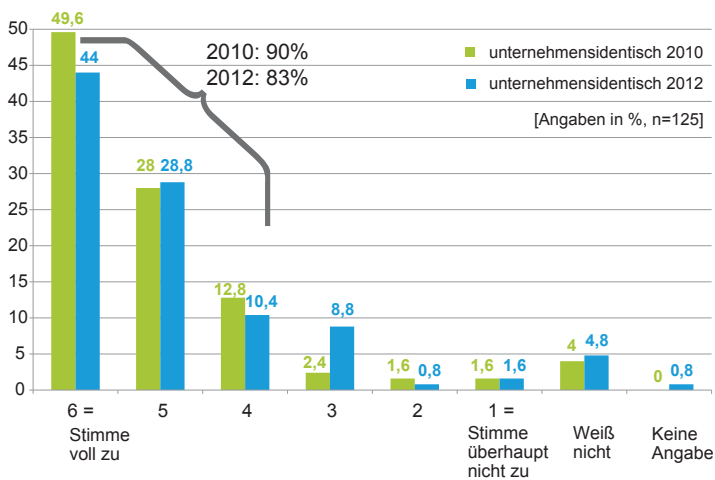
Während das Problembewusstsein der Befragten zwischen 2010 und 2012 gestiegen ist, haben sich die Unsicherheiten bezüglich der Folgen des Klimawandels geringfügig verringert. Dabei ist die stärkste Abnahme bei den Praxispartnern des Verbundprojektes ‚nordwest2050‘ zu verzeichnen. Die Aktivitäten des Projektes ‚nordwest2050‘ scheinen hier Wirkung zu zeigen. Mit Blick auf die übrigen Befragten wird deutlich, dass die Unternehmen sich zwar über die Folgen des Klimawandels informiert fühlen, jedoch nur wenige der befragten Unternehmen für sie vertrauenswürdige Informationsquellen in Sachen Klimawandel benannten.



Lieferausfälle und Liquiditätsprobleme sollten in den Blick genommen werden:

Mit Ausfällen bei der Auslieferung von Waren aufgrund von Witterungsverhältnissen, Ausfall der EDV oder mangelnder Zulieferung in den kommenden zehn Jahren rechnen 2012 rund ein Drittel der sowohl 2010 als auch 2012 befragten Unternehmen („Unternehmensidentische“). Zudem ist die Anzahl der Unternehmen von 14,4% (2010) auf 8,8% (2012) zurückgegangen, die „völlig ausschließen“ können, dass ihr Unternehmen in den nächsten zehn Jahren von Lieferausfällen betroffen sein wird. Die Bewertung der Gefahr von Liquiditätsproblemen aufgrund von Lieferengpässen oder Lieferausfällen steigt von 2010 bis 2012 leicht an. In 2012 bewerteten 21% der unternehmensidentischen Befragten dieses Risiko als eher wahrscheinlich (4), wahrscheinlich (5) oder sehr wahrscheinlich (6).

Wir brauchen Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel



Maßnahmen zur Klimaanpassung werden als erforderlich betrachtet:

Der Einschätzung, dass Maßnahmen zur Anpassung an die Folgen des Klimawandels notwendig sind, stimmten 2010 rund 90% und 2012 rund 83% der befragten Unternehmen voll (6) bis eher zu (4).

Ein Großteil der befragten Unternehmen plant oder setzt Maßnahmen um, die für die Anpassung an die Folgen des Klimawandels hilfreich sein können, wie beispielsweise Versicherungen, dezentrale Energieversorgung oder bauliche Maßnahmen. Ob es sich bei diesen Aktivitäten allerdings um gezielte Klimaanpassungsmaßnahmen handelt bzw. ob diese Maßnahmen in erster Linie anderen Zielsetzungen dienen, konnte im Rahmen der Befragung nicht ermittelt werden. Im Rahmen der ergänzenden Fallstudien von Fichter, Hintemann und Schneider (2013) wird deutlich, dass Klimaanpassungsmaßnahmen in Unternehmen mit höherer Wahrscheinlichkeit umgesetzt werden, wenn sie sich mit weiteren Unternehmenszielen verbinden lassen.



Die befragten Unternehmen sehen sich zunehmend in der Verantwortung, Klimaanpassung eigenständig umzusetzen. Die Verantwortungszuschreibung der Politik hingegen ist insgesamt auf einem niedrigeren Niveau als die Einschätzung der Eigenverantwortlichkeit, jedoch seit 2010 etwas angestiegen. Zu diesen Einschätzungen kommen die befragten Unternehmen, die in der Vergangenheit bereits Schäden infolge von extremen Wetterereignissen (z.B. Hagel, Sturm, Hitzeperiode etc.) erlitten haben.



Verbesserung der Informationsangebote:

Mit Blick auf Informationsangebote zum Thema Klimawandel und Klimaanpassung zeigt sich, dass sich aus Sicht der befragten Unternehmen sowohl die Verfügbarkeit von Informationen innerhalb von zwei Jahren verbessert hat, als auch deren Qualität. Dennoch besteht weiterhin Handlungsbedarf bei Kammern und Verbänden sowie der Wissenschaft, da nach wie vor erhebliche Informationslücken gesehen werden. Trotz der sich verbessernden Qualität der Informationen geben auch in 2012 wieder rund 70% Befragten an, in Sachen Klimawandel keiner Informationsquelle zu vertrauen.

Chancenperspektive weiterhin stärker als Risikoperspektive:

Die Einschätzung der befragten Unternehmen hinsichtlich der Chancen und Risiken des Klimawandels ist weitgehend stabil geblieben. Auch 2012 gehen die Befragten davon aus, dass sich infolge des Klimawandels langfristig eher Chancen als Risiken ergeben werden.

Wichtige Erkenntnisse aus den Fallstudien zu Klimaanpassungsstrategien von Unternehmen

(vgl. Fichter, Hintemann und Schneider 2013):

Die untersuchten Unternehmen bewerten den Klimawandel ausnahmslos als eine ernst zu nehmende Umweltveränderung, die sich schon heute auf einzelne Branchen (insbesondere auf die Landwirtschaft) spürbar auswirkt und zukünftig deutlich mehr Branchen betreffen wird.

In der unternehmerischen Praxis werden Klimaschutz und Klimaanpassung häufig als eine integrierte Herausforderung betrachtet und nicht trennscharf voneinander unterschieden. Dies mag in manchen Fällen zielführend sein, aber in anderen Fällen die Relevanz der Umsetzung von Klimaanpassungsmaßnahmen reduzieren, wenn Klimarisiken nicht separat in den Blick genommen und mit Emissionsreduzierung vermischt werden.

Hinsichtlich der Bedeutung externer Akteure in Sachen unternehmerischer Klimaanpassung ist die besondere Rolle der Wissenschaft hervorzuheben. Sowohl Unternehmens- als auch Branchenverbandsvertreterinnen und -vertreter bewerten die Wissenschaft in Sachen Klimawandel (Risiken und Chancen) als sehr glaubwürdig. Zudem wird die Wissenschaft von den Befragten als wichtiger Impulsgeber für Lösungen zum Umgang mit den Folgen des Klimawandels bezeichnet.





Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen

Die befragten Unternehmen fühlen sich zunehmend über die Folgen des Klimawandels informiert. Die Fallstudien zeigen außerdem, dass gleichzeitig ein geringes Vertrauen in Informationsquellen außerhalb ihres eigenen Wahrnehmungs- und Erfahrungsbereichs (z.B. eigene Schadensereignisse, Beratung durch unternehmenseigene Beiräte etc.) besteht. 2012 geben immerhin 70% aller Befragten an, dass sie keine Informationsquelle kennen, der sie in Sachen Klimawandel vertrauen. Dieses Ergebnis ist mit Kammern, Branchenverbänden und anderen Einrichtungen zur Unterstützung von Unternehmen ebenso zu diskutieren, wie mit den für Klimaanpassungsstrategien zuständigen politischen Verantwortlichen und Behörden. Bezieht man die Bedeutung der Schadensmeldung mit ein, so könnten Dienstleister, die Schadensmeldungen entgegennehmen, wie beispielsweise Versicherungen, Distributoren für Klimaanpassungsinformationen werden.

Trotz der noch bestehenden Defizite bei den Informationsquellen, hat sich die Informationsversorgung von Unternehmen in Sachen Klimawandel in der Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten spürbar verbessert. Diese Veränderung könnte zum einen auf die zunehmende Aufklärung in den allgemeinen Medien zurückzuführen sein, dürfte zum anderen aber auf die Erarbeitung von zielgruppenorientierten Informationsmaterialien und Veranstaltungen in der Untersuchungsregion durch das Projekt ‚nordwest2050‘ zurückzuführen sein. Um eine hinreichende Informationsversorgung für Unternehmen zu gewährleisten, kommt es darauf an, über das Ende des Vorhabens ‚nordwest2050‘ hinaus sicherzustellen, dass eine zielgruppengerechte Informationsversorgung von Wirtschaftsakteuren dauerhaft erfolgt. Das vom Bundesumweltministerium, dem Verein Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten e.V. und der Stadt Oldenburg im Zeitraum Juli 2013 bis Dezember 2015 geförderte „Netzwerk Innovation und Gründung im Klimawandel“ (NIK) kann dazu wesentlich beitragen und soll für eine dauerhafte Etablierung von Informations- und Beratungsangeboten für Unternehmen, Kammern, Branchenverbände und andere Wirtschaftsakteure sorgen.

Nach wie vor sehen Unternehmen in den Folgen des Klimawandels mehr Chancen als Risiken. Worin diese Chancen bestehen, bleibt jedoch unklar. Inwieweit sich durch den Klimawandel eine Veränderung der Marktnachfrage ergibt und durch welche innovativen Produkte oder Dienstleistungen diese möglicherweise gedeckt werden kann, ist für die meisten Unternehmen bisher nicht beantwortet. Hier gilt es die Markt-, Geschäfts- und Innovationschancen besser herauszuarbeiten. Dies gehört zu den Aufgaben des neuen „Netzwerks Innovation und Gründung im Klimawandel“, aber auch zu denen der Kammern, der kommunalen und regionalen Wirtschaftsförderinstitutionen und der Branchenverbände.

Das „Netzwerk Innovation und Gründung im Klimawandel“ (NIK):

Ein neues Serviceangebot für Unternehmen und Wirtschaftsfördereinrichtungen zur Entwicklung innovativer Klimaanpassungslösungen

Das aus ‚nordwest2050‘ hervorgehende NIK wird die Wirtschaft der Metropolregion Bremen-Oldenburg in Sachen Klimaanpassung und klimabezogene Innovationschancen zukünftig u.a. wie folgt unterstützen:

- Durch Beratungen, Workshops usw. unterstützt das NIK Unternehmen und Unternehmensgründer darin, innovative Lösungen zur Anpassung an die Folgen zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen.
- Das NIK engagiert sich in den regionalen Strukturen der Metropolregion und verfolgt den Aufbau leistungsfähiger Kooperationen mit regionalen Akteuren der Innovations-, Gründungs- und Wirtschaftsförderung sowie Akteuren der Landes- und Regionalpolitik.
- Das NIK ergänzt bestehende Angebote der Gründungsberatung und Innovationsförderung mittels eines Klimaanpassungswettbewerbs und jährlicher Innovationsreports für Klimaanpassung und unterstützt damit die bestehenden Einrichtungen der Innovations- und Gründungsberatung in der Metropolregion Bremen-Oldenburg.

Weitere Informationen unter www.uni-oldenburg.de/wire/innovation/forschung/nik/ und demnächst unter www.n-i-k.net

Kontakt:

Carl von Ossietzky Universität Oldenburg | Ammerländer Herrstraße 114-118 | 26129 Oldenburg
Prof. Dr. Klaus Fichter | Tel.: 0441/798-4762 | E-Mail: klaus.fichter@uni-oldenburg.de
Tina Schneider | Tel.: 0441/798-4969 | E-Mail: tina.schneider@uni-oldenburg.de

Seite 6/6

Vereinten Nationen entstehende „Climate Technology Centre and Network (CTCN)“ soll den Transfer von Technologien und Dienstleistungen für Emissionsminderung und Klimaanpassung von Industrieländern in Schwellen- und Entwicklungsländer fördern. Die beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie angesiedelte Nationale Kontaktstelle und deren Transferunterstützung sollte von den Unternehmen der Metropolregion Bremen-Oldenburg intensiv genutzt werden.

Weiterführende Literatur

Fichter, K., Hintemann, R., Schneider, T. (2013). Unternehmensstrategien im Klimawandel: Fallstudien zum strategischen Umgang von Unternehmen mit den Herausforderungen der Anpassung an den Klimawandel. „nordwest2050“-Werkstattbericht Nr. 20

Fichter, K., Schneider, T. (2013). Wie Unternehmen den Folgen des Klimawandels begegnen. Ergebnisse der Panelbefragung 2010 und 2012. „nordwest2050“-Werkstattbericht Nr. 24

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

