



Die Wirtschaft und der Klimawandel – Reaktionen der Unternehmen



Vorwort	3
Einleitung: Klimafolgen und Anpassungsstrategien	4
Vorgehensweise	5
Fühlen sich die Unternehmen vom Klimawandel betroffen?	6
Welche Branchen sehen eher Risiken, welche eher Chancen?	8
Wie reagieren die Unternehmen auf den Klimawandel?	10
Was erwarten die Unternehmen von einer politischen Strategie?	12
Folgerungen	14
Impressum	15



Wichtige Branchen der oberbayerischen Wirtschaft sind vom Klimawandel betroffen. Unternehmen, die sich bereits mit der Thematik beschäftigten, sehen darin aber auch Chancen.

Dies ist die Quintessenz einer Umfrage, deren Ergebnisse mit dieser Broschüre vorgelegt werden. Die Aussage kommt zwar nicht völlig überraschend, in den Details zeigt sich aber eine ganze Reihe spannender Einschätzungen.

Theoretisch-wissenschaftliche Erkenntnisse über den Klimawandel wurden bereits durch zahlreiche Studien erlangt. So wird auch für Bayern eine zunehmende Erwärmung mit einer steigenden Anzahl an Unwettern vorausgesagt. Zudem gibt es verschiedene Untersuchungen über die Auswirkungen der klimatischen Veränderungen auf einzelne Wirtschaftsbereiche. Für den Einzelhandel werden beispielsweise zunehmende Preisschwankungen und ein steigendes Bewusstsein der Kunden für regionale und ökologische Produkte vorhergesagt.

Wie die Unternehmen vom Klimawandel betroffen sind und ob sie sich bereits mit dieser Thematik befasst haben, hat die Umfrage „Anpassung an den Klimawandel“ unter mehr

als 1000 oberbayerischen Unternehmen untersucht. Die IHK für München und Oberbayern und das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit führten die Studie gemeinsam durch. Projektträgerin war die bifa Umweltinstitut GmbH.

Erstmals wurde mit dieser groß angelegten Studie empirisch untersucht, in welchem Umfang sich oberbayerische Unternehmen vom Klimawandel betroffen fühlen, welche Aspekte dabei eine Rolle spielen und ob Klimaanpassung überhaupt ein Thema ist. Denn ein weiteres zielorientiertes Vorgehen ist nur mit einer soliden Faktenlage möglich. Diese Faktenlage haben wir mit der Studie jetzt an der Hand. Für die künftige Arbeit der Staatsregierung und der IHK werden die hier vorliegenden Ergebnisse eine wichtige Rolle spielen.

Dr. Markus Söder MdL
Staatsminister
Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Gesundheit

Peter Driessen
Hauptgeschäftsführer
IHK für München und Oberbayern



Dr. Markus Söder MdL



Peter Driessen

Klimafolgen und Anpassungsstrategien

Der Klimawandel hat heute schon Auswirkungen mit erheblicher Bedeutung für die langfristigen Geschäftsstrategien und unternehmerischen Entscheidungen. Die Wirtschaft ist in zweierlei Hinsicht betroffen:

Zum Einen durch die klimatischen Veränderungen an sich. Für Bayern werden vielfältige Auswirkungen erwartet. So könnte es der im Auftrag des Bayerischen Landesamtes für Umwelt von der Universität Bayreuth erstellten Studie „Klimaanpassung Bayern 2020“ zufolge zu Änderungen der jahreszeitlichen Verteilung von Niederschlägen, zur Verschiebung der Vegetationszonen im Gebirge, zu einer wachsenden Gefahr von Starkregen und Hochwasser, zunehmenden Engpässen bei der Versorgung mit Kühlwasser und anderen Effekten kommen. Extreme Wetterereignisse können zu Stromausfällen oder Schäden an der Infrastruktur und an Gebäuden führen, so dass es zu Produktionsstörungen oder sogar -ausfällen kommt.

„...in jeder Anpassung liegt nicht nur eine Gefahr, sondern auch eine Chance. Das sollte man vielleicht ein bisschen hervorstellen, dass alle Dinge, die ich jetzt ändere, immer mit einer Chance verbunden sind.“

*

Zum Anderen veranlasst der Klimawandel auch politische Maßnahmen im In- und Ausland. Schon heute sind zahlreiche Regelungen in Kraft, wie etwa die Förderung erneuerbarer Energien oder der Emissionshandel, die das operative Geschäft der Unternehmen beeinflussen. Klimabedingte Angebots-, Nachfrage- und daraus resultierende Preisänderungen auf den Rohstoffmärkten sowie die Reaktionen von Kunden und Wettbewerbern auf den Klimawandel und auf politische Vorgaben werden zudem die Betriebe treffen – je nach Branche in unterschiedlichem Ausmaß.

Die Folgen des Klimawandels können durch die Reduzierung von Treibhausgasemissionen abgemildert werden. Völlig vermeiden können wir sie nicht mehr, weil die bereits freigesetzten klimawirksamen Gase in der Atmosphäre eine lange Lebensdauer haben.

Von Politik und Wirtschaft werden daher nicht nur Emissionsminderungsmaßnahmen gefordert, sondern vielfach auch Strategien zur Anpassung an die unvermeidlichen Folgen des Klimawandels. So sieht das 2007 verabschiedete „Klimaprogramm Bayern 2020“ der bayerischen Staatsregierung Maßnahmen zur Anpassung vor und auch das Bundeskabinett hat im Dezember 2008 eine „Deutsche Anpassungsstrategie an den Klimawandel“ beschlossen.

Bisher ist allerdings nur wenig darüber bekannt, wie sehr sich Unternehmen vom Klimawandel betroffen fühlen, wie sie darauf reagieren und was sie von der Politik erwarten. Aus diesem Grund haben das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Gesund-

heit und die IHK für München und Oberbayern unter der Projekträgerschaft der bifa Umweltinstitut GmbH die hier beschriebene Befragung oberbayerischer Unternehmen durchgeführt. Ziel war es herauszufinden,

- wie sehr sich oberbayerische Unternehmen vom Klimawandel betroffen sehen,
- wie die Unternehmen auf die Folgen des Klimawandels reagieren,
- was sie von politischen Strategien zur Anpassung an den Klimawandel erwarten und
- welche branchenspezifischen Unterschiede es dabei gibt.

* Aussage von Unternehmen in Interviews

Mit den Ergebnissen dieser Studie liegen nun erstmals differenzierte und belastbare Informationen über Einschätzungen und Erwartungen der Wirtschaft zu diesen wichtigen Fragestellungen vor.



Im Januar und Februar 2009 wurden zunächst 15 ausführliche Interviews mit Vertretern der Zielgruppen geführt. Dabei wurde die Bedeutung des Klimawandels für die Unternehmen eruiert: Welche Aspekte spielen hier eine Rolle? Ist die Anpassung an Folgen des Klimawandels ein Thema für die Unternehmen? Welche Informationsbedürfnisse bestehen diesbezüglich? Und schließlich: Was erwarten die Unternehmen

von einer politischen Strategie zur Anpassung an die Folgen des Klimawandels? Bei den Befragten handelte es sich um Vertreter von großen und kleinen Unternehmen unterschiedlicher Branchen aus den Bereichen Geschäftsführung/Vorstand, Produktion, Entwicklung sowie Qualitäts- und Umweltmanagement.

Auf Grundlage dieser Interviews wurde dann ein Fragebogen für die Repräsentativbefragung entwickelt und mit 25 Personen getestet. Zur Durchführung der quantitativen Erhebung hat die IHK für München und Oberbayern aus ihrem Mitgliederbestand 15.000 Unternehmen zufällig ausgewählt. Diese Unternehmen erhielten auf dem Postweg den Fragebogen mit einem Anschreiben vom Bayerischen Staatsminister für Umwelt und Gesundheit und vom Präsidenten der IHK für München und Oberbayern. Im Zeitraum vom 14. April bis 8. Mai 2009 konnten so 1.167 ausgefüllte Fragebögen gewonnen werden.

Die Daten wurden nach Wirtschaftszweigen und Branchengröße gewichtet. Die Ergebnisse der Studie sind repräsentativ für die Grundgesamtheit der im Kammergebiet der IHK für München und Oberbayern tätigen Unternehmen. Die statistische Fehlertoleranz der Ergebnisse liegt bei maximal plus/minus drei Prozentpunkten bei den Gesamtergebnissen. Durch fehlende Werte wird die Fallzahl teilweise etwas verringert und die Fehlertoleranz steigt entsprechend an. Die Angaben zur statistischen Fehlertoleranz beziehen sich auf ein Signifikanzniveau von 95 Prozent.

Eine ausführliche Darstellung der Vorgehensweise und der Ergebnisse erscheint im Oktober 2009 in der Schriftenreihe bifa-Texte (www.bifa.de).



Fühlen sich die Unternehmen vom Klimawandel betroffen?

Stark betroffen von den Folgen des Klimawandels sieht jeder fünfte Befragte die eigene Branche in Deutschland. Über die Hälfte sah die eigene Branche nur wenig und ein Viertel gar nicht betroffen. Vor allem das Gastgewerbe und Verkehrsunternehmen spüren starke Auswirkungen des Klimawandels, aber auch die Finanz- und

Versicherungswirtschaft sowie das produzierende Gewerbe fühlen sich überproportional stark betroffen. Demgegenüber scheinen die Auswirkungen auf den Groß- und Einzelhandel sowie auf die Gruppe der sonstigen Dienstleister in der Wahrnehmung der Befragten deutlich geringer zu sein.

„ Da steckt viel Potenzial drin, das wird auch auf der Nachfrageseite inzwischen wahrgenommen. Im Energiesektor sehen wir das in Form neuer Verhaltensweisen auf der Endkundenseite... Konsum-Veränderungen sind mit Sicherheit auch ein Thema. “
*

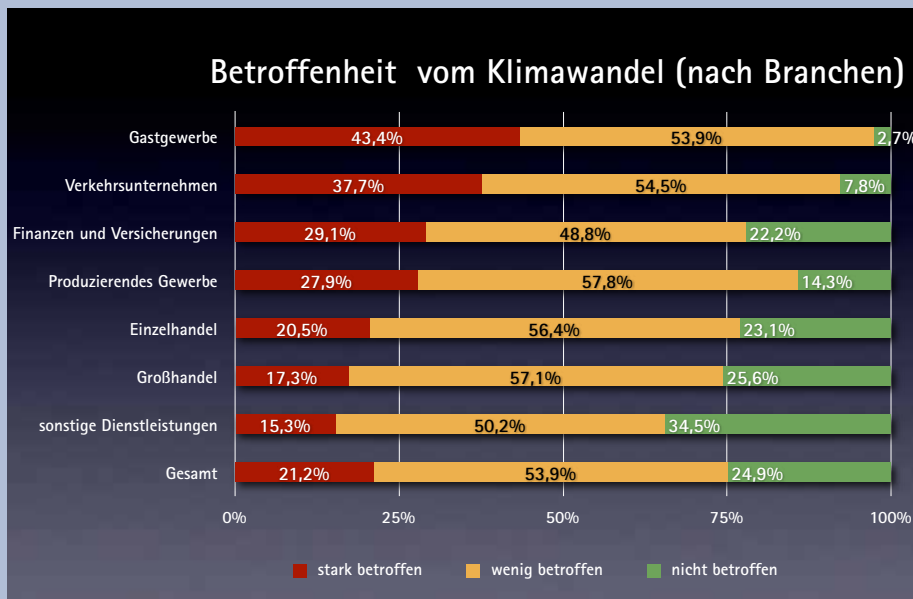


Abb. 1: Betroffenheit von den Auswirkungen des Klimawandels (nach Branchen)

Mit Blick auf das eigene Unternehmen wurde dabei von jeweils über 60 Prozent der Befragten so unterschiedlichen Aspekten wie Schäden an der Infrastruktur, Versorgungsengpässe bei Energie und Material, Energieeffizienz, neue politische Vorgaben sowie Verkehr und Transport eine hohe Bedeutung zugesprochen. Aspekte wie umweltbewusste Kunden, Ressourcenschonung oder erneuerbare Energien folgten auf dieser Rangliste an zweiter Stelle: Jeweils über 50 Prozent

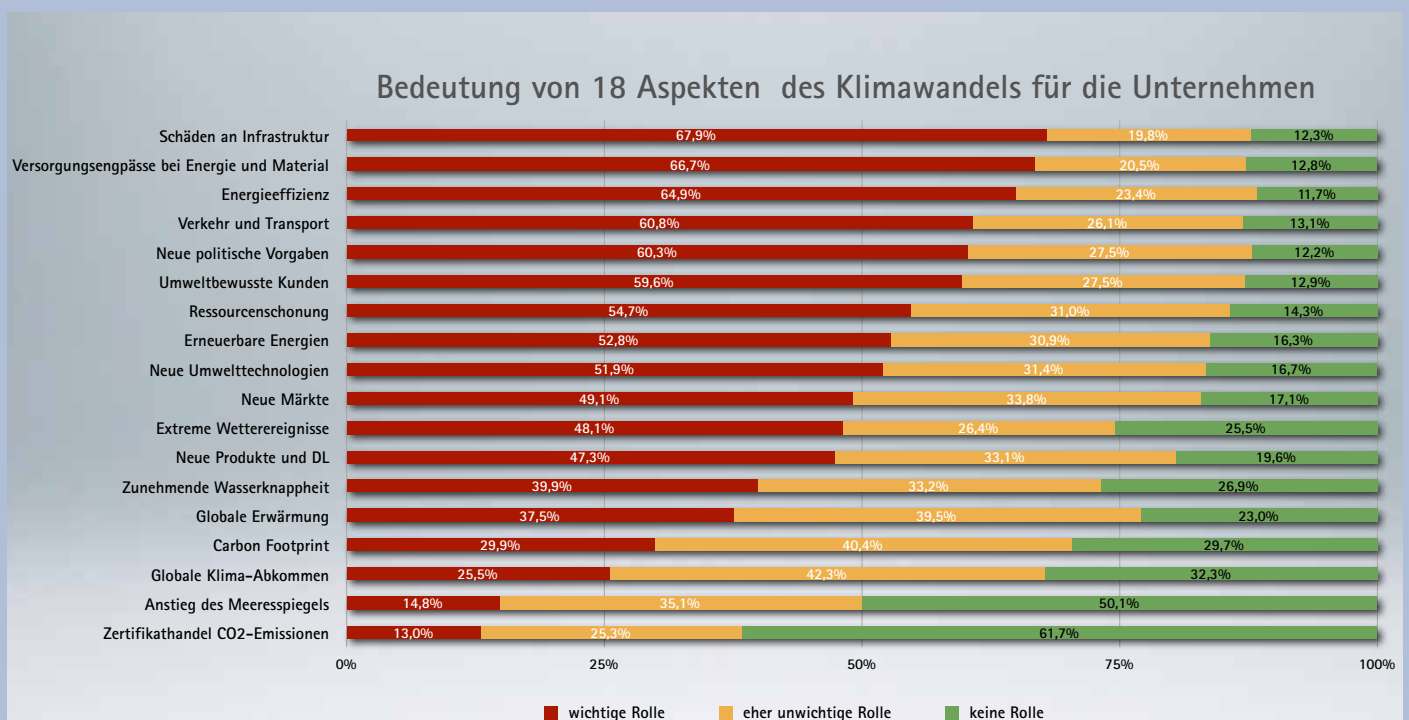


Abb. 2: Relevanz verschiedener Aspekte des Klimawandels für die Unternehmen

der Befragten sahen in diesen Facetten des Klimawandels eine große Bedeutung für ihr Unternehmen.

Den eher „klassischen“ Folgen des Klimawandels wie extreme Wetterereignisse, globale Erderwärmung oder zunehmende Wasserknappheit wurde von mindestens jedem dritten Befragten eine wichtige Rolle zuerkannt.

Demgegenüber haben politische Aspekte des Klimawandels wie globale Klimaabkommen und Aktionspläne oder Zertifikatehandel für CO₂-Emissionen, aber auch der Anstieg des Meeresspiegels für die Befragten nur eine untergeordnete Bedeutung.

Um herauszufinden, welche Facetten des Klimawandels für die befragten Branchen besondere Bedeutung besitzen, wurden drei Bereiche identifiziert: Der Bereich „ökonomische Chancen“ beinhaltet Aspekte wie neue Märkte, neue Produkte und Dienstleistungen, neue Technologien oder erneuerbare Energien – und steht demnach für positive Folgen des Klimawandels im Sinne

eines Perspektivenwechsels in Richtung nachhaltige Entwicklung.

Demgegenüber repräsentiert der Bereich „ökologische Risiken“ negative Folgewirkungen: globale Erwärmung, Anstieg der Meeresspiegel, extreme Wetterereignisse (Hitzewellen, Hochwasser, ...) usw.

“ Also ich habe Fragenkataloge von Kunden aus Großbritannien (...), die uns sagen, wie viel CO₂ wird bei der Herstellung von einem Kilo dieser speziellen Druckfarbe denn verwendet. Die wollen Aufnahmen haben von unseren Rohstoffen, wie die hergestellt werden, die ganze Vorkette, sie wollen unsere Strategie haben und auch wissen: Wie oft ist der Außendienstmitarbeiter oder der Techniker mit welchem Auto welche Strecke zum Kunden gefahren. ”*

Schließlich beschreibt der Bereich infrastrukturelle Schäden im Wesentlichen gravierende Beeinträchtigungen von Versorgung, Verkehr und Infrastruktur.

Der Bereich „infrastrukturelle Schäden“ hat als potenzielle Folge des Klimawandels für die Befragten insgesamt die größte Bedeutung. Hier sind vor allem Verkehrsunternehmen und das produzierende Gewerbe betroffen. Eine deutlich geringere Rolle spielen solche Aspekte bei den sonstigen Dienstleistungen sowie bei den Finanz- und Versicherungsdienstleistungen und dem Gastgewerbe.

„Ökonomische Chancen“ werden gleichfalls häufig mit den Folgen des Klimawandels assoziiert, auch wenn deren Bedeutung insgesamt etwas geringer ausgeprägt ist als die infrastrukturellen Schäden. Überproportional häufig sehen wiederum die produzierenden Unternehmen Chancen. Finanz- und Versicherungsdienstleister sind diesbezüglich zwar weniger optimistisch, sie fühlen sich aber auch von infrastrukturellen Schäden und von ökologischen Folgen nur wenig betroffen.

Ökologische Folgen spielen für die Befragten insgesamt eine eher geringe Rolle. Gleichwohl sind es wiederum die produzierenden Unternehmen, die Verkehrsunternehmen und das Gastgewerbe, die in diesen Facetten des Klimawandels eine nicht zu unterschätzende Bedeutung für ihre Unternehmen erkannten.

* Aussage von Unternehmen in Interviews



Welche Branchen sehen eher Risiken, welche eher Chancen?

Bringt der Klimawandel für die Unternehmen nun insgesamt eher Risiken, eher Chancen oder wird er überhaupt keine Folgen haben? Mehr als ein Drittel der Befragten rechnet nicht mit Folgen des Klimawandels für das eigene Unternehmen und jeweils ca. 30 Prozent sehen eher Chancen

Produktion: Über die Hälfte geht davon aus, dass der Klimawandel eher Risiken für das Unternehmen bringen werde.

Insgesamt ergibt sich damit folgendes Bild:

- Befragte des Wirtschaftszweigs „Verkehrsunternehmen“, also Personen-, Gü-

Chancen gesehen. Entsprechend uneindeutig ist die Einschätzung der Chancen und Risiken.

- Auch Befragte des oberbayerischen Gastgewerbes fühlen sich überproportional häufig von den Folgen des Klimawandels betroffen; dabei spielen allerdings neben ökonomischen Chancen auch ökologische Aspekte wie Extremwetterereignisse und globale Erwärmung eine wichtige Rolle, so dass insgesamt eine negative Einschätzung der Folgen für das eigene Unternehmen dominiert.

„Natürlich gibt es große Risiken: Das sind natürlich Industrien, die starke Energieverbraucher sind. Aber das sind ja eigentlich auch gerade die Industrien, die wir mit unseren Produkten unterstützen können; es gibt also Gewinner und Verlierer.“ *

bzw. eher Risiken. Bei Verkehrsunternehmen und beim Gastgewerbe überwiegen die Risiken. Die sonstigen Dienstleistungen sowie die Finanz- und Versicherungsdienstleistungen rechnen tendenziell stärker mit Chancen bzw. mit keinerlei Folgen und bei dem produzierenden Gewerbe und dem Groß- wie dem Einzelhandel liegen Chancen und Risiken etwa gleichauf.

terbeförderung und Lagerei, sehen die eigene Branche und das eigene Unternehmen von den Folgen des Klimawandels nicht nur insgesamt stärker betroffen, sondern vor allem auch mit Risiken und infrastrukturellen Schäden verknüpft.

- Produzierende Unternehmen sind gleichfalls stärker betroffen, allerdings werden neben infrastrukturellen Schäden und ökologischen Folgen auch ökonomische

„Ich sehe jetzt mal den Tourismus, alles, was im Tourismus auf Schnee oder Eis sich fixiert hat, die werden ganz enorme Nachteile bekommen, also der gesamte süddeutsche Raum oder der oberbayerische Raum, die werden große Probleme bekommen.“ *

Befragte aus größeren Unternehmen rechnen häufiger mit den Risiken des Klimawandels, freilich nicht, ohne auch Chancen zu sehen; keine Folgen erwarten jedenfalls nur die wenigsten Befragten aus Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten. Dem gegenüber stehen überproportional viele Befragte aus kleinen Betrieben mit null bis neun Mitarbeitern, die mit keinen Folgen für ihr Unternehmen rechnen.

Mit Blick auf die Funktionsbereiche, in denen die Befragten arbeiten, lässt sich feststellen, dass vor allem Befragte aus dem Qualitäts- und Umweltmanagement, aus dem Marketing und den F&E-Abteilungen im Klimawandel eher Chancen sehen. Demgegenüber rechnen Befragte aus der kaufmännischen Verwaltung kaum mit Chancen, sondern eher mit keinen Folgen. Am pessimistischsten scheinen Befragte aus der

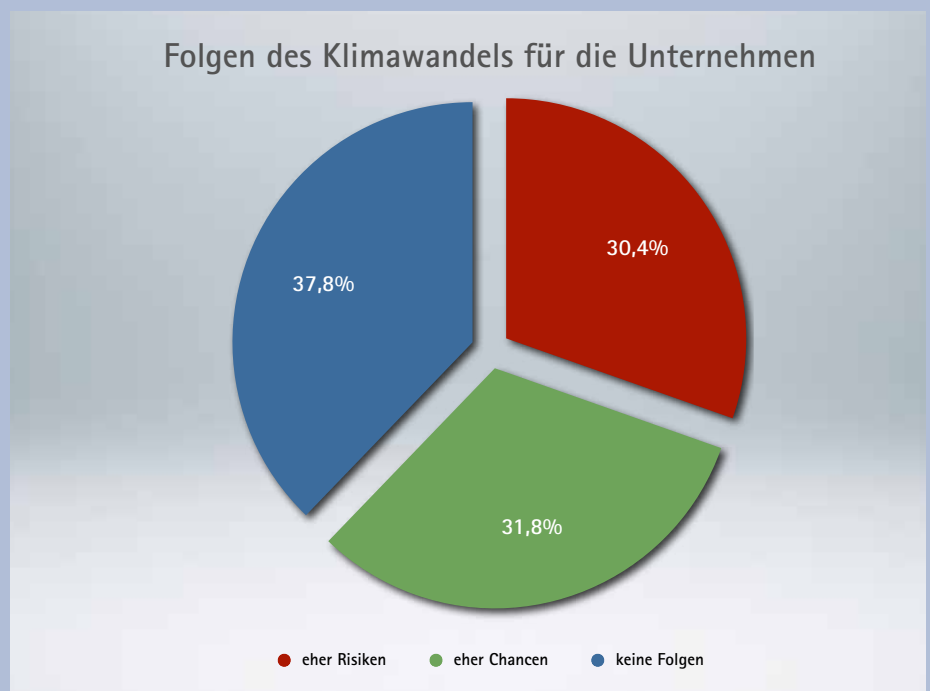


Abb. 3: Einschätzung der Folgen des Klimawandels durch die Befragten

Folgen des Klimawandels (nach Branchen)

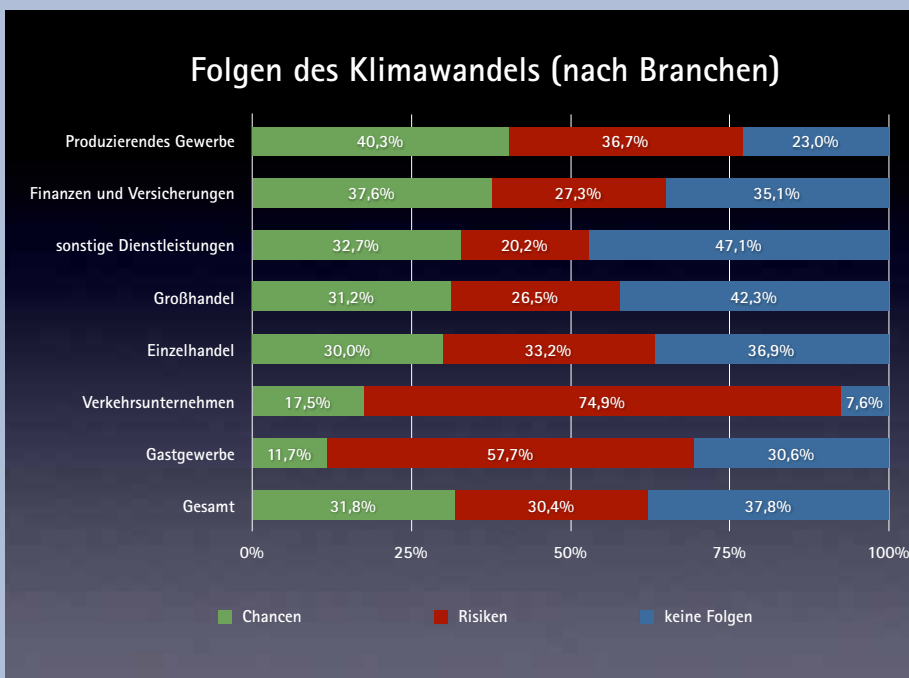
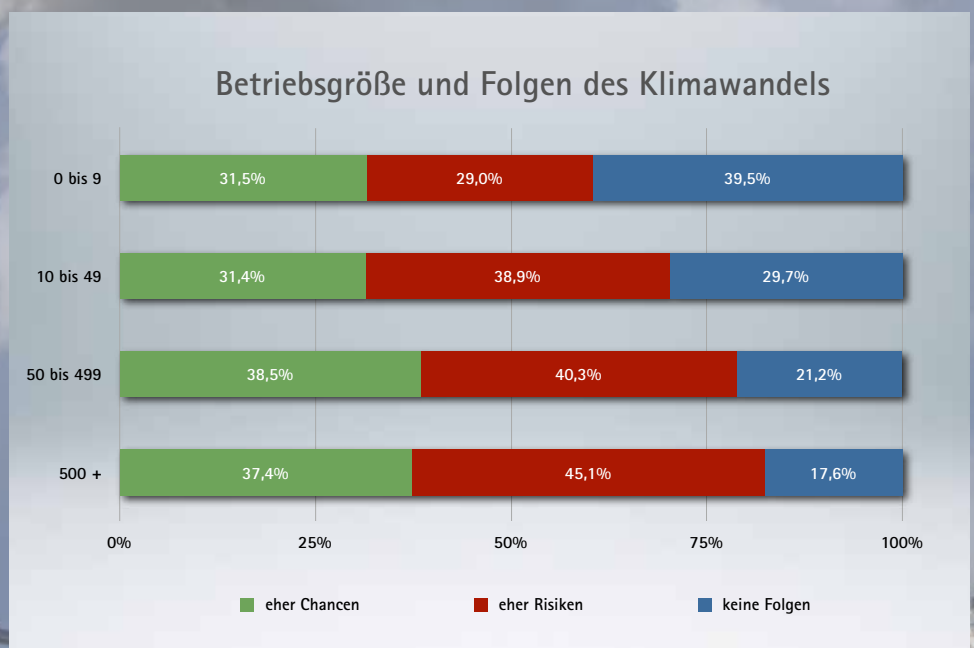


Abb. 4: Einschätzung der Folgen des Klimawandels durch die Befragten (nach Branchen)

- Die Finanz- und Versicherungsdienstleistungen scheinen als Branche insgesamt überdurchschnittlich betroffen. Tendenziell werden jedoch eher Chancen als Risiken wahrgenommen.
- Beim Handel sind die Unternehmen des Einzelhandels im Vergleich zu denen des Großhandels zwar etwas stärker von den Folgen des Klimawandels betroffen und bei den Erwartungen tendieren diese Befragten zu pessimistischeren Einschätzungen, insgesamt ist der Handel als Wirtschaftszweig jedoch weniger betroffen als die anderen Branchen. Lediglich bei der sehr heterogenen Gruppe der sonstigen Dienstleistungen spielen die Folgen des Klimawandels eine noch unbedeutendere Rolle.

„ Der Klimawandel hat sicherlich für die Bundesrepublik auch positive Auswirkungen, weil unser Anlagenbau, der führend ist in den Bereichen, weiter gefördert wird dadurch, dass Interesse auch in anderen Ländern entsteht. Das ist sicherlich ein Plus. “ *

Betriebsgröße und Folgen des Klimawandels



* Aussage von Unternehmen in Interviews

Abb. 5: Betriebsgröße und Einschätzung der Folgen des Klimawandels durch die Befragten

Wie reagieren die Unternehmen auf den Klimawandel?

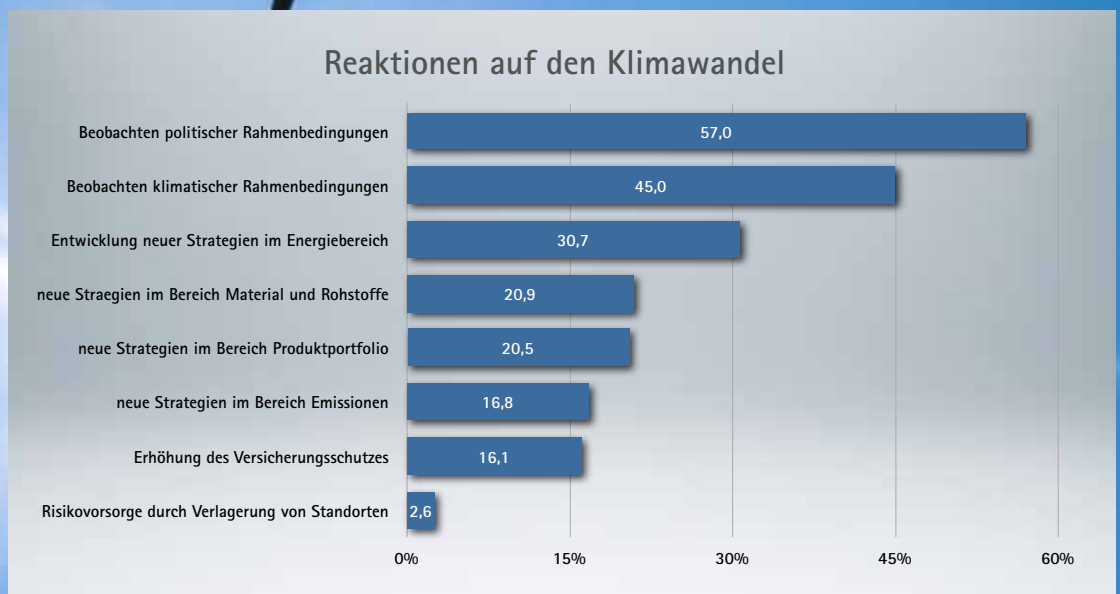
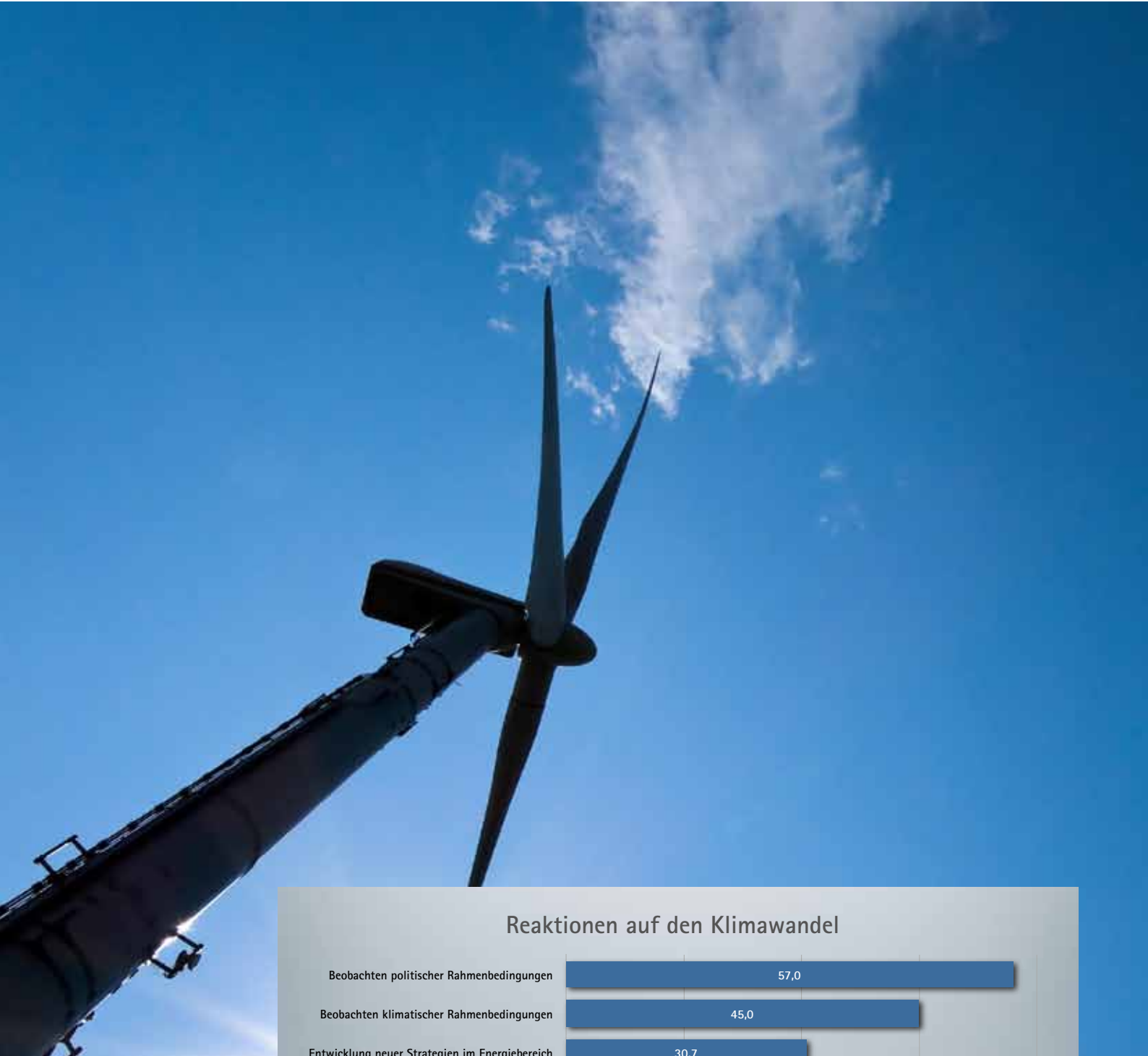


Abb. 6: Strategien im Umgang mit den Folgen des Klimawandels

Bei der Frage, auf welche Weise die Unternehmen auf den Klimawandel reagieren, dominierten eher abwartende Taktiken. Viele Befragte wollen offenbar erst einmal beobachten, wie sich die politischen

für ihre Unternehmen sehen, reagieren stärker als andere Unternehmen mit der Entwicklung neuer (Vermeidungs-) Strategien in den Bereichen „Energie“ sowie „Material und Rohstoffe“, aber auch die Anpassungs-

Das Thema „Anpassung“ ist insgesamt noch sehr wenig bekannt. Selbst jene Befragten, die den Begriff zu kennen scheinen und neue Strategien entwickelt haben, orientieren sich offenbar stärker an klassischen Themen des Klimaschutzes, die – wie im Fall der Energie oder der Material- und Rohstoffeffizienz – auch mit handfesten ökonomischen Vorteilen verbunden sind. Insofern ist das Thema „Anpassung an den Klimawandel“ für die meisten Befragten nicht greifbar, auch wenn viele Aspekte des Klimawandels für die Unternehmen immer virulenter zu werden scheinen. Und gerade deshalb sind Strategien notwendig, die Risiken erkennen lassen und auf die unvermeidbaren Folgen vorbereiten

„Energiesparen, Energieeffizienz, neue Produkte, das ist eigentlich das, was auch unser Unternehmen beeinflussen kann.“ *

bzw. klimatischen Rahmenbedingungen für ihr unternehmerisches Handeln entwickeln werden. Gleichwohl betreibt ein knappes Drittel der Befragten aktiven Klimaschutz, indem sie neue Strategien im Energiebereich entwickeln bzw. bereits entwickelt haben; etwa jeder Fünfte verfolgt neue Strategien im Bereich Material und Rohstoffe und 16,8 Prozent der Befragten betreiben Klimaschutz durch Verringerung der Emissionen. Anpassungsstrategien im Bereich des Produktportfolios und der Risikovorsorge durch Erhöhung des Versicherungsschutzes bzw. durch Verlagerung von Standorten wurden in sehr unterschiedlichem Ausmaß angegeben (von 2,6 Prozent bei der Standortverlagerung über 16,1 Prozent beim Versicherungsschutz bis zu 20,5 Prozent beim Produktportfolio).

strategie „Produktportfolio“ wird von ihnen häufiger verfolgt. Demgegenüber ist die Erhöhung des Versicherungsschutzes stärker mit der Wahrnehmung von Risiken verbunden, zu der selbst diejenigen Befragten neigen, die im Klimawandel keine Folgen für ihre Unternehmen sehen.

„Wer weiß, welche klimastrategischen Vorgaben nach der nächsten Wahl wieder kommen! Also: Abwarten und dann das Beste daraus machen.“ *

„Wir tun derzeit überhaupt noch nichts, ich mache mir auch noch gar keine Sorgen über etwas, was ich noch nicht weiß.“ *

Befragte, die keinerlei Folgen des Klimawandels für ihre Unternehmen erwarten, beobachten allenfalls die politischen und klimatischen Rahmenbedingungen – doch auch dies tun sie in nur geringem Ausmaß. Befragte, die im Klimawandel eher Chancen

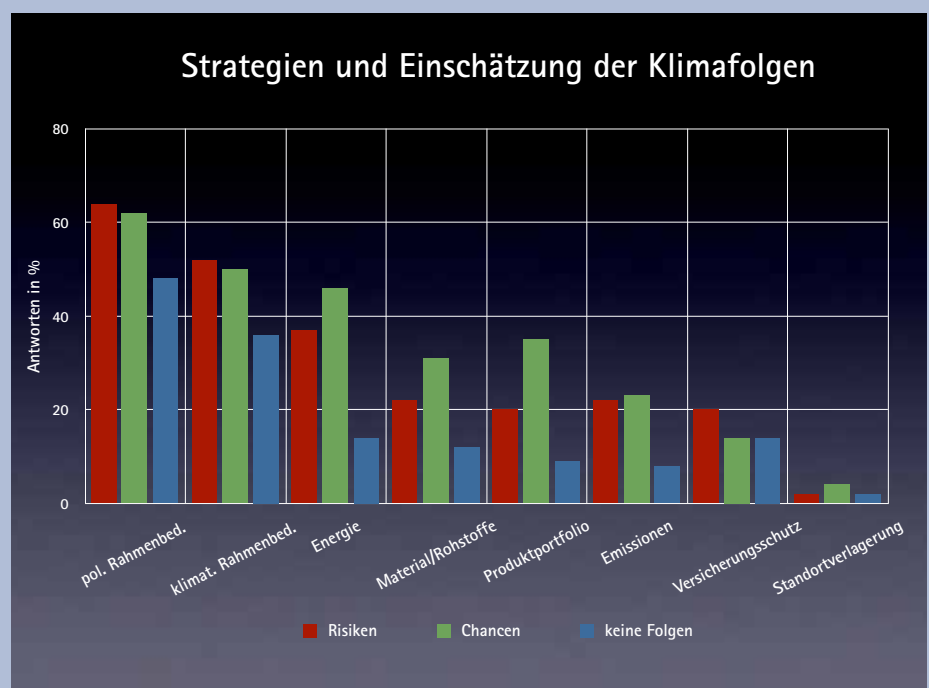


Abb. 7: Strategiebereiche in Abhängigkeit davon, wie Unternehmen Klimafolgen einschätzen (ob Chance oder Risiko)

* Aussage von Unternehmen in Interviews

Was erwarten die Unternehmen von einer politischen Strategie?

Fast jeder zweite Befragte wünscht sich von einer politischen Strategie zur Anpassung an die Folgen des Klimawandels marktwirtschaftliche Anreize und Mechanismen – somit also eher keine politischen Interventionen. „Erwünschte“ politische Strategien beziehen sich vor allem

„Ja, ein Aspekt, der ist mir wichtig: Wenn die was machen, dann sollten es marktwirtschaftliche Mechanismen sein. Und wenn die nicht möglich sind, dann sollte man auch wirklich ordnungspolitisch vernünftig arbeiten. Dann müssen Gesetze her und Richtlinien und Grenzwerte, wenn es überhaupt nicht anders geht.“ *

auf verbindliche Werte und Zielvorgaben, und zwar vor allem bei den Emissionen und bei der Energieeffizienz. Mehr internationale Abkommen und gemeinsame Aktionspläne mit der Wirtschaft sind das Anliegen von fast 40 Prozent der Befragten. Subventionszahlungen und Fördergelder wünscht sich hingegen nur etwa jeder Vierte. Bei den informationspolitischen Instrumenten liegen Leitfäden und die geförderten Bera-

tungen mit jeweils ca. 30 Prozent deutlich vor Fachveranstaltungen. Schlusslicht dieser „Wunschliste“ ist das Gegenteil marktwirtschaftlicher Anreize, nämlich ordnungs-

„Daran fehlt es, dass ich eine Stelle irgendwo in einem Ministerium habe. Und dort soll das gebündelt werden, um diese gebündelte fundierte Information weiterzugeben. Das muss eine Koordinierungsstelle sein, von der Forschung bis hin zur Prognose.“ *

rechtliche Regelungen: Nicht einmal jeder Fünfte hat diese Option angekreuzt.

Die von den Folgen des Klimawandels besonders betroffenen Wirtschaftszweige erwarten dabei durchaus Unterschiedliches: So sind Verkehrsunternehmen mehr als alle anderen Branchen an gemeinsamen Aktionsplänen mit der Wirtschaft interessiert. Auch verbindliche Werte und Zielvorgaben bei den Emissionen sind ihnen besonders wichtig. Produzierende Unternehmen legen mehr als andere Branchen großen Wert auf Informationen durch geförderte Beratungen. Das Gastgewerbe wünscht sich mehr als alle anderen Wirtschaftszweige Subventionen und Fördergelder, aber auch Zielvorgaben bei der Energieeffizienz und gemeinsame Aktionspläne finden sich auf dieser Liste.

Insgesamt wünschen sich die Befragten von einer politischen Anpassungsstrategie vor allem eines: Sie soll zwar verbindliche Rahmenbedingungen schaffen, aber dieses (Politik-) Feld ansonsten idealerweise marktwirtschaftlichen Anreizen und Mechanismen überlassen.

Doch: Was erwarten die Befragten aufgrund ihrer Erfahrungen jenseits dieses Ideals? Wer wird durch politische Strategien zum Umgang mit den Folgen des Klimawandels

am Ende Vorteile haben, wer Nachteile, und bei wem werden keine Auswirkungen zu bemerken sein? Zu den Gewinnern gehören nach Meinung der Befragten vor allem innovative Unternehmen und solche mit erneuerbaren Energien als Geschäftsmodell. Aber auch „konventionelle“ Energieerzeuger und generell Großunternehmen werden zu der Zahl derer gerechnet, die von der Anpassungsstrategie profitieren. Eindeutig werden auch Natur und Umwelt gewinnen – in Deutschland sogar noch mehr als in anderen Ländern.

Durchaus ambivalent werden die Auswirkungen bei der Industrie insgesamt gesehen: Die deutsche Industrie wird in der Wahrnehmung der Befragten gleichermaßen Vor- wie Nachteile haben. Und sie wird etwas weniger gewinnen als die Industrie in anderen Ländern. Auch bei den Bürgerinnen und Bürgern erwarten die Befragten Vor- und Nachteile in etwa gleichem Ausmaß, allerdings werden auch hier diejenigen in anderen Ländern tendenziell stärker gewinnen.

Ebenfalls ambivalent werden die Aussagen für das Dienstleistungsgewerbe gesehen. Ein Drittel der Befragten erwartet Vorteile, jeweils ein weiteres Drittel Nachteile bzw. keine Auswirkungen. Demgegenüber haben kleine und mittelständische Unternehmen, das produzierende Gewerbe sowie Industriezweige mit hohem Energiebedarf nach Auffassung der Befragten ganz überwiegend mit Nachteilen zu rechnen.

* Aussage von Unternehmen in Interviews

„Wie bekomme ich kompakte Informationen, auch speziell für mein Unternehmen, von denen ich sagen kann, das werden die wahrscheinlichen Auswirkungen sein; bei welchen Annahmen entwickeln sich welche Alternativszenarien. Da haben sich bisher weder Verbände noch Regierung maßgeblich damit beschäftigt.“ *



Abb. 8: Wünsche an eine politische Strategie

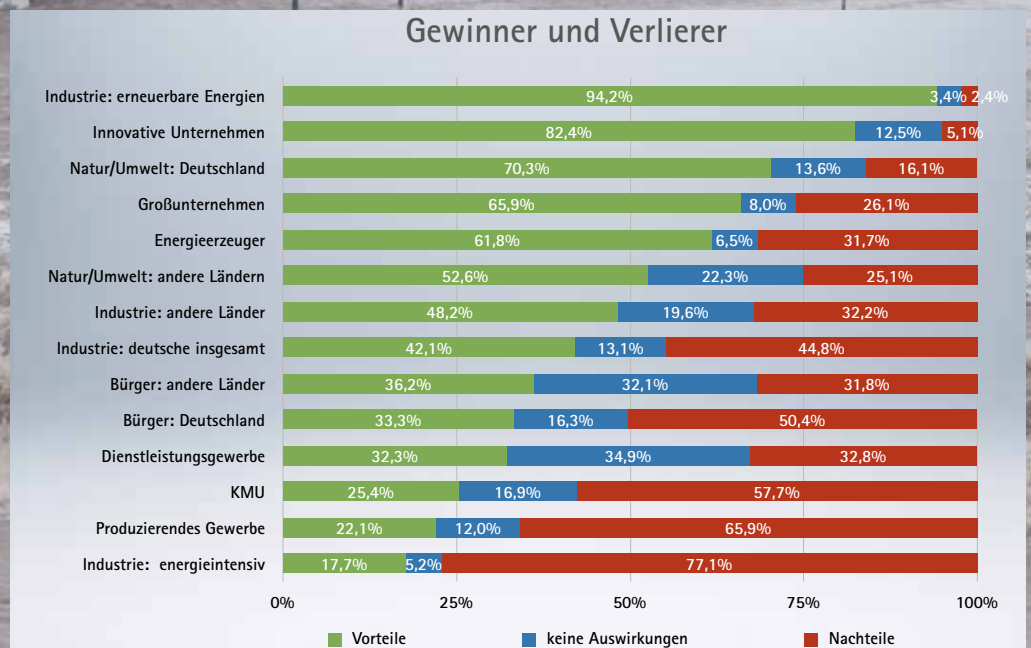
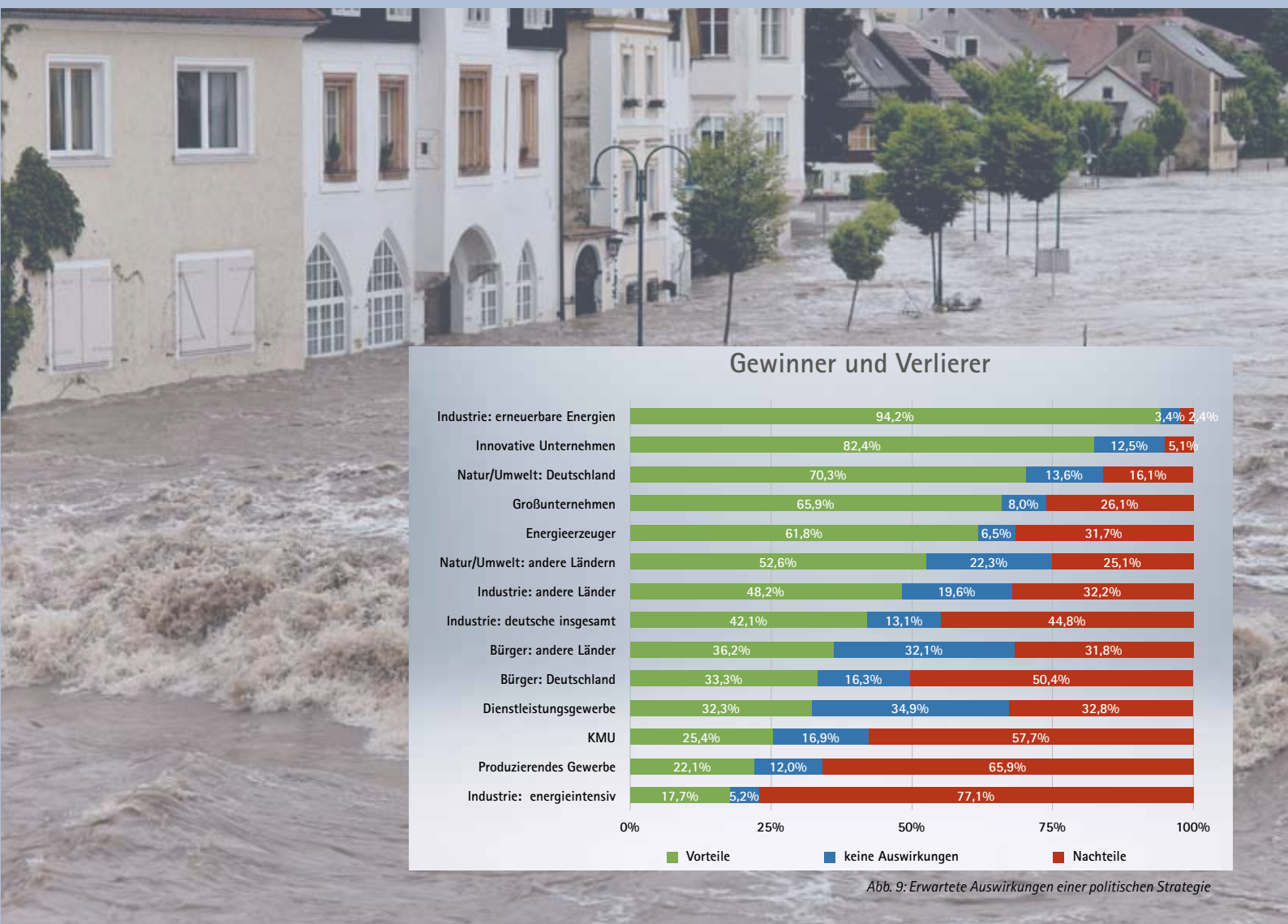


Abb. 9: Erwartete Auswirkungen einer politischen Strategie

Folgerungen

Die Folgen des Klimawandels sind in Bayern bereits heute spürbar. Der Trend, dass wetter- und klimabedingte Naturkatastrophen wie Hochwasser und Stürme deutlich zunehmen, wird sich nach Ansicht der Wissenschaft mit ansteigender Erderwärmung weiter fortsetzen. Davon sind auch die Unternehmen der oberbayerischen Wirtschaft betroffen. Bisher war kaum bekannt, mit welchen Auswirkungen die Wirtschaft rechnet und wie sich die Unternehmen an die Folgen des Klimawandels anpassen wollen.

Ein Fünftel der Befragten sehen ihre Branche von den klimatischen Veränderungen stark betroffen. Hierunter das Gastgewerbe und die Verkehrsunternehmen, die die Folgen des Klimawandels und die Reaktion der Menschen darauf vielleicht am unmittelbarsten spüren. Trotz dieser Einschätzung gibt es insgesamt kaum spezifische unternehmerische Maßnahmen oder Strategien zur Anpassung. Es dominiert die Beobachtung politischer und klimatischer Rahmenbedingungen.

Hier müssen Wirtschaft und Politik nun verstärkt ansetzen. Nur durch rechtzeitiges Handeln können die Folgen für die Unternehmen begrenzt und andererseits der Klimawandel auch als Chance genutzt werden.

Zunächst ist viel Aufklärungsarbeit zu leisten. Die Studie zeigt, dass der in Politik und Wissenschaft viel benutzte Begriff „Anpassung an den Klimawandel“, weitgehend unbekannt ist oder sogar anders ausgelegt wird. Es stellt sich hier die Frage, wie das Thema vermittelt werden kann, wenn die Begriffe weder eindeutig noch bekannt sind. Selbst jene Befragten, die angeben, den Begriff „Anpassung“ zu kennen, orientieren sich weiterhin stark an den klassischen Themen des Klimaschutzes wie Energie- und Rohstoffeinsparung.

Folgerungen für die Staatsregierung

Die Bayerische Staatsregierung hat sich als erste Landesregierung in Deutschland mit dem Klimaprogramm Bayern 2020 das Ziel gesetzt, die klimasensitiven und verwundbaren Bereiche bis zum Jahr 2020 bestmöglich an die unvermeidbaren Folgen des Klimawandels anzupassen. Zur konkreten Ausgestaltung dieses Ziels hat das Kabinett am 26. Mai 2009 die Bayerische Klima-Anpassungsstrategie beschlossen, die gemeinsam mit dem Bayerischen Klimarat entwickelt wurde. Die Anpassung an die unvermeidbaren Folgen des Klimawandels ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die sich nicht nur auf den staatlichen Bereich beschränkt, sondern auch die Betroffenheit und Verwundbarkeit der nichtstaatlichen Bereiche umfasst. Wesentliche Handlungsoption der Bayerischen Anpassungsstrategie ist die Einbeziehung öffentlicher Akteure wie Industrie- und Handelskammern, Regierungsbezirke, Handwerkskammern und Industrieverbände. Weitere Handlungsfelder betreffen die verstärkte Vernetzung der Beteiligten, Information und Motivation, Dialog und Erfahrungsaustausch, zielgerichtete Forschung und Monitoring, kompetente praxisgerechte Beratung, Aus- und Fortbildung sowie finanzielle Förderung.

Für außerstaatliches Handeln gelten die Prinzipien der Freiwilligkeit und Kooperation zwischen Bayerischer Staatsregierung und den Akteuren der betroffenen Handlungsfelder. Die Akteure sind aufgerufen, selbstständig die Bewältigung der Herausforderungen des Klimawandels in die Hand zu nehmen. Die Bayerische Staatsregierung wird sie dabei im Rahmen ihrer Möglichkeiten unterstützen.

Folgerungen für die IHK

Trotz unterschiedlicher Betroffenheit hat die Untersuchung gezeigt, welche Unterstützung sich die Unternehmen erhoffen. Dazu gehören vor allem folgende Kernpunkte:

- Die Unternehmen erwarten sich sachliche Informationen auf neutraler Basis, um erfolgreiche Klimawandel-Strategien entwickeln zu können.
- Die Unternehmen fordern verlässliche Rahmenbedingungen für die unternehmerische Planung. Vor allem hoffen sie auf verbindliche Werte und Zielvorgaben, insbesondere bei Energieeffizienz und Emissionen.
- Die Unternehmen verlangen über das Emissionshandelssystem hinaus marktwirtschaftliche Instrumente und wünschen sich bei politischen Entscheidungen miteinbezogen zu werden.

Die IHK für München und Oberbayern wird sich neben dem Ausbau des Informationsangebotes in Zusammenarbeit mit der Politik dafür einsetzen, dass die genannten Forderungen erfüllt werden.



Industrie- und Handelskammer
für München und Oberbayern
Max-Joseph-Straße 2
80333 München
Tel.: 089 5116-0
Fax: 089 5116-306
E-Mail: sepp@muenchen.ihk.de
www.muenchen.ihk.de

gefördert durch:
Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Gesundheit
Rosenkavalierplatz 2
81925 München
Tel.: 089 9214-00
Fax: 089 9214 -2266
poststelle@stmug.bayern.de

Verantwortlich: Veronika Sepp
Durchführung: bifa Umweltinstitut
GmbH, Augsburg
Gestaltung: Word Wide KG
Fotos: Titel: Collage Word Wide,
fotolia®endostock, ©Franz Pfluegl,
©Erwin Wodicka; S.2 fotolia®stef; S.4
pixelquelle®Dr. Klaus-Uwe Gerhardt;

S.7 fotolia®negrobike;
S.9 fotolia®Ralf Hasemann;
S.10, 13 fotolia®Erwin Wodicka; S.14
fotolia®Norman Chan;
Druck: Weber Offset GmbH
August 2009

