19.04.2021 – 09:35 Uhr

Green Economy: Wie nachhaltiges Wirtschaften zum Wettbewerbsvorteil wird

München (ots) -

- **CO2-Preis müsste im Jahr 2040 auf bis zu 150 Euro pro Tonne steigen, um Pariser Klimaziele zu erreichen**
- **Unternehmen, die nicht die sich nicht aktiv nachhaltig aufstellen, drohen Gewinneinbußen von 5 bis zu knapp 50 Prozent**
- **Eingesparte Emissionen werden zum Wettbewerbsfaktor**

Unternehmen müssen nachhaltiger und ökologischer werden. Anderenfalls drohen massive Gewinneinbrüche, in energieintensiven Branchen könnten sich die Erträge sogar fast halbieren. Das Erfordernis zu ökologischem Wirtschaften birgt aber auch Chancen: "Unternehmen, die jetzt handeln, können sich im neu verstandenen Wettbewerb einen klaren Vorsprung sichern", sagt Stefan Schaible, Global Managing Partner bei Roland Berger. Der Schlüssel dazu liegt in der Bepreisung von Kohlendioxid.

Die Experten von Roland Berger plädieren in der Studie "Die neue Wettbewerbsfähigkeit. Dekarbonisierung als Chance für Unternehmen" für einen Perspektivwechsel und ermuntern Unternehmen, den unvermeidbaren Wandel als neue Facette im Wettbewerb zu interpretieren, die großes Potenzial verspricht. "Dass umfangreiche Veränderungen zwingend notwendig sind, steht außer Zweifel - der heute schon spürbare Handlungsdruck wird weiter zunehmen", sagt Yvonne Ruf, Partnerin bei Roland Berger.

ESG im Aufwind, nachhaltige Investments wachsen um 13,5 Prozent

Auch Investoren setzen bei ihren Investitionsentscheidungen zunehmend auf nachhaltige Unternehmen, die ESG-Kriterien berücksichtigen, und ziehen sich aus Branchen mit einer weniger positiven Umweltbilanz zurück. 28 Billionen Euro wurden im Jahr 2018 in nachhaltige Anlagen investiert - vier Jahre zuvor flossen noch elf Billionen Euro weniger in grüne Investments. Das entspricht einem Wachstum von 13,5 Prozent. Und die Politik wird die multinational getroffenen Emissionsvereinbarungen mit immer klareren Rahmensetzungen einfordern.

Der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg liegt in der Interpretation des CO2-Preisesals marktlichem Instrument. Statt CO2-Emissionen allein als Kostentreiber zu betrachten, sollten Managerinnen und Manager CO2-Preise auch als eine neue zusätzliche Währungskomponente behandeln, die derzeit noch massiv unterbewertet ist. "Um die Pariser Klimaziele zu erreichen, müsste der CO2-Preis bis 2030 zwischen 80 und 120 Euro pro Tonne betragen, bis 2040 zwischen 90 und 150 Euro pro Tonne. Derzeit realisieren das bereits die Vorreiter Schweden (123 Euro pro Tonne) und Schweiz (96 Euro pro Tonne)", sagt Ruf.

Neue Chancen, neue Spielregeln, neue Geschäftsmodelle

"Die Wettbewerbsfähigkeit spiegelt sich künftig in den innovationssteigernden Klimaschutzaktivitätenvon Unternehmen", sagt Schaible. "Eingesparte Emissionen werden zum Wettbewerbsfaktor und bilden eine neue Ertragsquelle. Mit dem Kohlenstoffpreis steigt auch der Wert der neuen 'Währung', wenn daraus tatsächlich Wettbewerbsvorteile generiert werden."

Im Zuge dessen ändern sich auch die Spielregeln des Wettbewerbs. Neue Möglichkeiten und Geschäftsmodelle tun sich auf. Dazu gehört auch eine neue Form der Transparenz. Wer als Erstes klimaneutral wird oder die CO2-Emissionen seines Betriebs am schnellsten senkt, kann Wert fürs Geschäft generieren. Eine wachsende Zahl von Unternehmen hat die Chance ergriffen und die eigene CO2-Bilanz offengelegt.

Mehr als 1.500 Unternehmen streben "Net Zero" an

Der Börsenwert der Unternehmen, die ihre Emissionen im Rahmen des Carbon Disclosure Projects transparent kommunizieren, liegt inzwischen bei 50 Prozent der globalen Marktkapitalisierung. Mehr als 1.500 Unternehmen mit einem Umsatz von 10 Billionen Euro streben sogar die komplette CO2-Neutralität an.

Vier strategische Empfehlungen gibt Roland Berger den Unternehmen an die Hand, um sich jetzt einen

Wettbewerbsvorteil zu sichern:

1. Das eigene Risiko bewerten

2. Die Auswirkungen auf das eigene Geschäftsmodell abschätzen

3. Das eigene Anspruchsniveau festlegen

4. Die eigene Klimaschutzstrategie (neu) definieren

Die vollständige Studie können Sie hier herunterladen:

https://ots.de/5E0KxQ

Roland Berger ist die einzige Strategieberatung europäischer Herkunft mit einer starken internationalen Präsenz. Als unabhängige Firma, im alleinigen Besitz unserer Partnerinnen und Partner, sind wir mit 50 Büros in allen wichtigen Märkten präsent. Unsere 2400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeichnet eine einzigartige Kombination aus analytischem Denken und empathischer Einstellung aus. Angetrieben von unseren Werten Unternehmergeist, Exzellenz und Empathie sind wir überzeugt davon, dass Wirtschaft und Gesellschaft ein neues, nachhaltiges Paradigma benötigen, das den gesamten Wertschöpfungskreislauf im Blick hat. Durch die Arbeit in kompetenzübergreifenden Teams über alle relevanten Branchen und Geschäftsfunktionen hinweg bietet Roland Berger weltweit die beste Expertise, um die tiefgreifenden Herausforderungen unserer Zeit heute und morgen erfolgreich zu meistern.

Pressekontakt:

Maximilian Mittereder
Head of Corporate Communications & PR
Tel.: +49 160 744 8180
E-Mail: Maximilian.Mittereder@rolandberger.com
www.rolandberger.com

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100062473/100868997 abgerufen werden.