

Wie nachhaltiges Wirtschaften zum Wettbewerbsvorteil wird



Quelle: Roland Berger

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. Wo diese Chancen liegen und wie Unternehmen sie nutzen können, dazu hat Roland Berger jetzt die aktuelle Studie „Die neue Wettbewerbsfähigkeit. Dekarbonisierung als Chance für Unternehmen“ herausgegeben.

„Unternehmen, die jetzt handeln, können sich im neu verstandenen Wettbewerb einen klaren Vorsprung sichern“, sagt Stefan Schaible, Global Managing Partner bei Roland Berger. In der Studie plädieren die Experten 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.

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, rechnen die Autoren vor. Und die Politik werde die multinational getroffenen Emissionsvereinbarungen mit immer klareren Rahmensetzungen einfordern.

Der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg liegt der Studie zufolge in der Interpretation des CO₂-Preises; 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 sei. „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.

„Die Wettbewerbsfähigkeit spiegelt sich künftig in den innovationssteigernden Klimaschutzaktivitäten von 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.“

Vier strategische Empfehlungen hat die Studie herausgearbeitet, damit Unternehmen sich jetzt einen Wettbewerbsvorteil sichern können:

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.