

Corporate Carbon Footprint



Corporate Carbon Footprint

MANAGEMENT SUMMARY

Im Rahmen der Vorbereitung der verpflichtenden Berichterstattung nach CSRD im Jahr 2025 führte Ingdilligenz ein Corporate Carbon Footprint Screening (CCF-Screening) bei einem der weltweit führenden Anbieter von innovativen technischen Lösungen in den Bereichen Temperiergeräte und Wärmetechnik durch. Da das inhabergeführte Familienunternehmen langfristig denkt und die Herausforderung der Klimaneutralität bis 2050 sehr ernst nimmt, wurde sinnvollerweise schon jetzt mit den ersten Schritten hin zu guten und realistischen Klimazielen begonnen. Bereits heute kompensiert man einen Teil der direkten Emissionen und setzt konsequent auf Ökostrom. Durch das Ermitteln von Aktivitätsdaten aus dem Unternehmen und das Umwandeln dieser in CO₂-Äquivalente konnte, ohne Beeinträchtigung des Geschäftsbetriebs, die Grundlage für die finale Footprint Berechnung gelegt werden. Dank der guten Zusammenarbeit mit unserem Kunden, konnten wir das Screening in unter 20 PT durchführen und damit eine exzellente Basis für das Aufstellen von Klimazielen schaffen.

CCF-Screening

Das sogenannte CCF-Screening wird im GHG-Protokoll als Startpunkt der Carbon Footprint Berechnung empfohlen. Ziel dieses ersten Schrittes ist es, einen Überblick über die wichtigsten Emissionsquellen und Aktivitäten des Unternehmens zu erhalten.

Daher werden zunächst die relevanten Treibhausgasemissionen identifiziert und erfasst. Hierbei darf in dieser Phase auch die etwas ungenauere ausgabenbasierte (spend-based) Methode zur Berechnung verwendet werden. Bei dieser Methode werden die Emissionen anhand des ausgegebenen Geldwertes je Kategorie errechnet.



Unser Ansatz

Für unseren Kunden berechneten wir die Scope-1 Emissionen (Verbrennungsemissionen des verwendeten Kraftstoffes und Gases), die Scope-2 Emissionen (market-based und location-based Berechnung der Elektrizitätsemissionen) und den Großteil der Scope-3 Emissionen. Von den 15 Scope-3 Kategorien wurden dabei 12 als wesentlich identifiziert und ermittelt.

Da in Sachen Nachhaltigkeitsreporting im Prinzip auf einer grünen Wiese begonnen wurde, mussten die benötigten Aktivitätsdaten innerhalb des Unternehmens manuell ausfindig gemacht werden. Wie für ein Screening üblich, wurden viele Berechnungen anhand der spend-based Methode durchgeführt. Daher konnte ein Großteil der verwendeten Daten direkt aus der Finanzabteilung bezogen werden. Daneben versorgten uns auch die Bereiche Qualitäts- und Umweltmanagement (z.B. Daten aus zertifiziertem UM System nach ISO 14001), Forschung und Entwicklung (z.B. Strom- und Kältemittelverbrauch während der Nutzungsdauer), Logistik (z.B. Menge, Art und Entfernung aller Transporte) und viele Weitere mit wertvollen Daten. Im Anschluss an die Sammlung der Aktivitätsdaten ordneten wir diese den passenden Kategorien zu, selektierten die entsprechenden Emissionsfaktoren und wendeten die passende Berechnungsmethode an.

Die sehr spezifischen Aktivitätsdaten des Kunden erforderten hierbei eine besondere Analyse und detailliertere Betrachtung, da die Selektion von Emissionsfaktoren für diese Aktivitäten ein entsprechend tiefgehendes Verständnis erforderte. Auch die Extraktion und Strukturierung dieser Daten war an mancher Stelle herausfordernd. Doch durch das Interesse und die Begeisterung der Mitarbeiter des Kunden an unserem Projekt, konnten Synergien gehoben und dadurch auch eine schnelle und effiziente Durchführung des CCF-Screenings ermöglicht werden.



Ergebnisse

Durch die Ermittlung des vorläufigen Corporate Carbon Footprint wurden bereits die ersten Handlungsfelder identifiziert. So fielen aufgrund der, nach aktuellem Stand von Technik und Geschäftsmodell, unvermeidlichen Energieverbräuche der verkauften Produkte fast 80% aller Emissionen auf die Scope-3 Kategorie 11 „Verwendung verkaufter Produkte“. Hier bestehen in Zukunft große Potentiale zur Steigerung der Energieeffizienz und Senkung der Energieverbräuche neuer Geräte. Um Anreize für neue Produktinnovationen zu schaffen, freuen wir uns deshalb sehr im Laufe des Jahres einen Design-Thinking Workshop bei diesem Kunden durchführen zu dürfen. Zusätzlich werden bereits heute Innovationsprozesse in Gang gesetzt, die zu emissionsärmeren Geschäftsmodellen und Prozessen führen sollen.

Neben den Erkenntnissen im Bereich der Nachhaltigkeit wurden durch unsere Betrachtung weitere Optimierungspotentiale im normalen Geschäftsalltag aufgedeckt. So wurde beispielsweise festgestellt, dass die bisherige Gruppierung der eingekauften Waren verbessert werden kann. Diese Neugruppierung im ERP-System wurde bereits im Laufe des Screening-Prozesses umgesetzt. Dies zeigt, dass ein Screening durchaus auch unabhängig von seinem eigentlichen Zweck (dem Erfassen von Nachhaltigkeitsdaten) weitere Vorteile mit sich bringen kann. Durch die ganzheitliche Betrachtung fast aller unternehmerischen Prozesse können beispielsweise Datenqualitätslücken und Optimierungsmöglichkeiten für weitere Analysen aufgezeigt werden.



Nächste Schritte

Natürlich ist unsere Arbeit hiermit noch nicht abgeschlossen. Neben dem oben genannten Design-Thinking Workshop werden in diesem Jahr Product Carbon Footprints (PCFs) ermittelt, der Corporate Carbon Footprint (CCF) mit vollständigeren Daten und spezifischeren Berechnungsmethoden finalisiert und darauf aufbauend Klimaziele (gemäß der Science-based-targets Methodik) definiert. Bis Ende 2024 geht es anschließend daran, einen Klimaplan zu erstellen und Schritt für Schritt die Nachhaltigkeitsthemen in die Managementprozesse zu implementieren. Für die anstehende Berichtspflicht im Jahr 2025 ist der Kunde damit bestens vorzubereiten.



Über Ingdilligenz – wir machen faire Gewinner!

Die Zukunft gehört Unternehmen, die Erfolg mit gutem Gewissen und im Bewusstsein ihrer Verantwortung erzielen. Firmen von morgen sind nachhaltig, datengetrieben und transparent. Sie lernen kontinuierlich dazu und werden jeden Tag erfolgreicher und besser: fairer im Umgang mit Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten; sauberer in Produktion und Lieferketten; und schonender im Einsatz von Ressourcen. Wir unterstützen Sie beim Wandel von Organisation und Mindset und bei der nachhaltigen Weiterentwicklung Ihrer Prozesse und Produkte. Hierfür greifen wir auf ein breites Methodenset und - mal bewährte, mal innovative - digitale Lösungen zurück. Das alles basierend auf jahrzehntelanger Erfahrung.

Kontakt:

Ingdilligenz GmbH

www.ingdilligenz.com

sustainability@ingdilligenz.com

