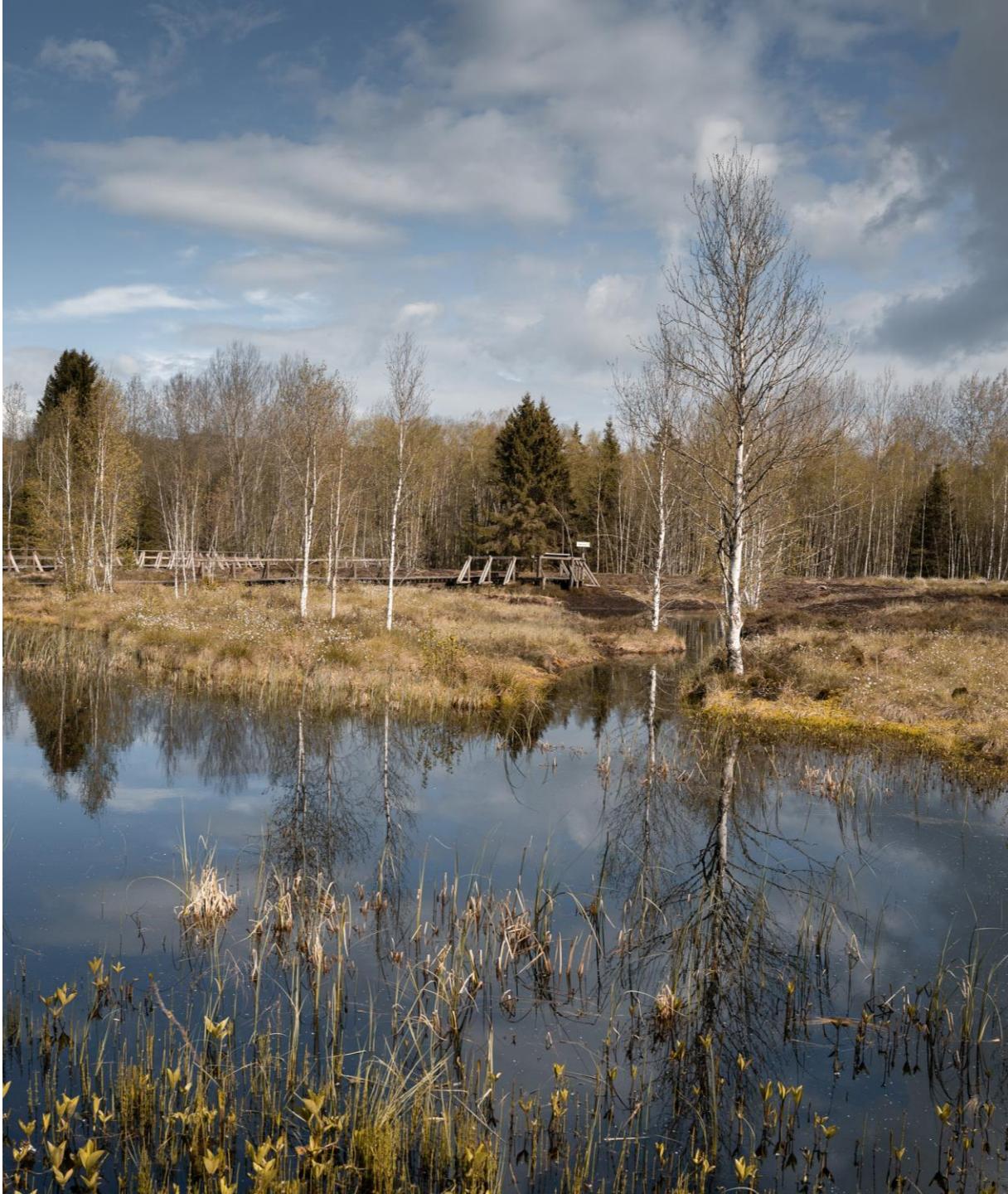




# Warum Klimaprojekte immer noch sinnvoll sind! (und wir „Beyond-Value- Chain Mitigation“ JETZT benötigen)

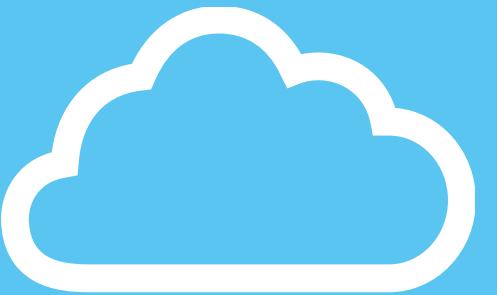
# Agenda

1. Intro
2. «Beyond Value Chain Mitigation»?
3. Warum Klimaschutzprojekte heute essenziell sind!
4. Unternehmerischer Klimaschutz
5. Plädoyer
6. Fragen & Antworten





# Intro



**SRF** News Sport Meteo Kultur Dok Wissen

**ZEIT ONLINE**

Abo testen

CO<sub>2</sub>-Kompensation von Unternehmen

**Die Idee der CO<sub>2</sub>-Kompensation ist tot**

**Handelsblatt**

Deutschland – Neues Klima-Label für Autos verschleiert echte Kosten

CO<sub>2</sub>-Preis

**Völlig unterschätzte Kosten? Kritik an neuem Klima-Label für Autos**

Die Presse

Nachrichten

Der ökonomische Blick

**ZEIT ONLINE**

Klimalabel

**Ein Strauß leerer Versprechen**

**Zu wenig Geld: Bauern kritisieren Schweizer Klimaprojekt**

**WirtschaftsWoche**

FINANZEN ERFOLG COACH POLITIK TECHNOLOGIE WiWo

WiWo > Unternehmen > Dienstleister > CO<sub>2</sub>-Ausstoß: Ist die ganze Klimakompens

WiWo+ DARÜBER SOLLTET IHR MAL SCHREIBEN | #2

**Ist die ganze Klimakompensation mit Zertifikaten nur Schwindel?**

HORIZONT

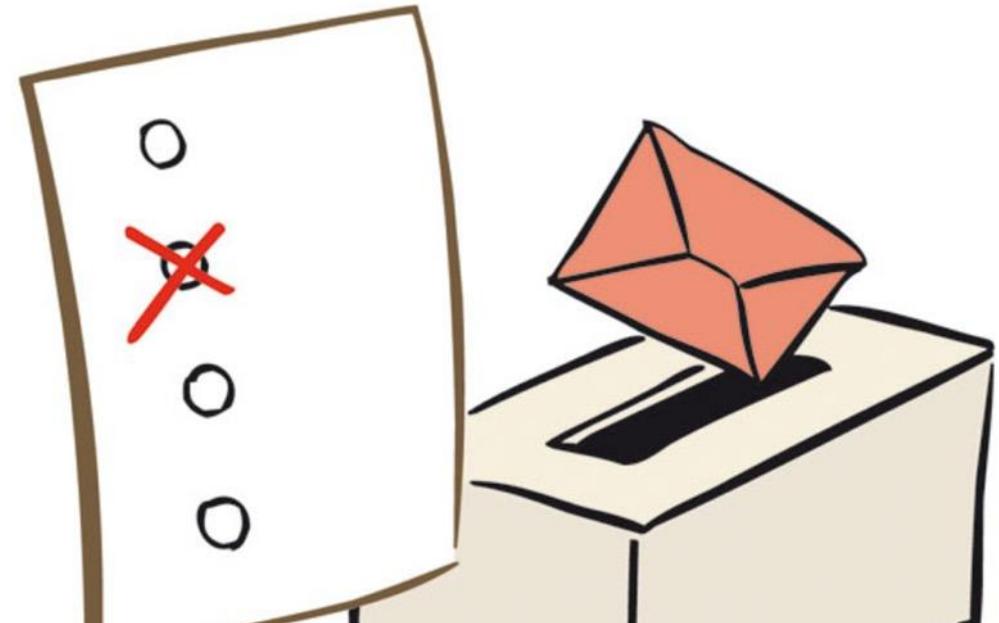
12:36 PM · Oct 16, 2023 · 642.3K Views

Warum Rossmann den Glauben an CO<sub>2</sub>-Zertifikate verloren hat

Heidi Blake  
@HeidiBlake

My latest for @NewYorker. The world's largest carbon offsetting firm sold environmentally worthless credits, while the developer of its biggest project secretly moved of tens of millions of \$ paid by Gucci, Porsche, Nestlé & others into offshore accounts.







# myclimate verabschiedet sich von der Kompensation

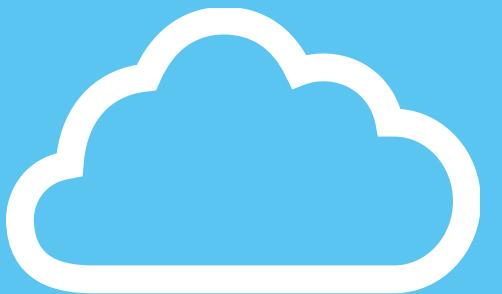
## Klimaschutzlabel der Zukunft

myclimate beendete das Jahr 2022 mit einem Paukenschlag: Als erste Klimaschutzorganisation bietet myclimate ein Label an, das den Fokus auf die Wirkung legt. Warum dieser Impact nun noch mehr im Zentrum steht, wie es zu einem neuen myclimate Impact-Label und zur Abwendung von den Begriffen «Klimaneutralität» und «Kompensation» kam und was sich für Unternehmen ändert: Diese Fragen beantworteten die myclimate-Expert\*innen in zwei gut besuchten Webinaren. Lesen Sie hier eine Zusammenfassung der Veranstaltungen.

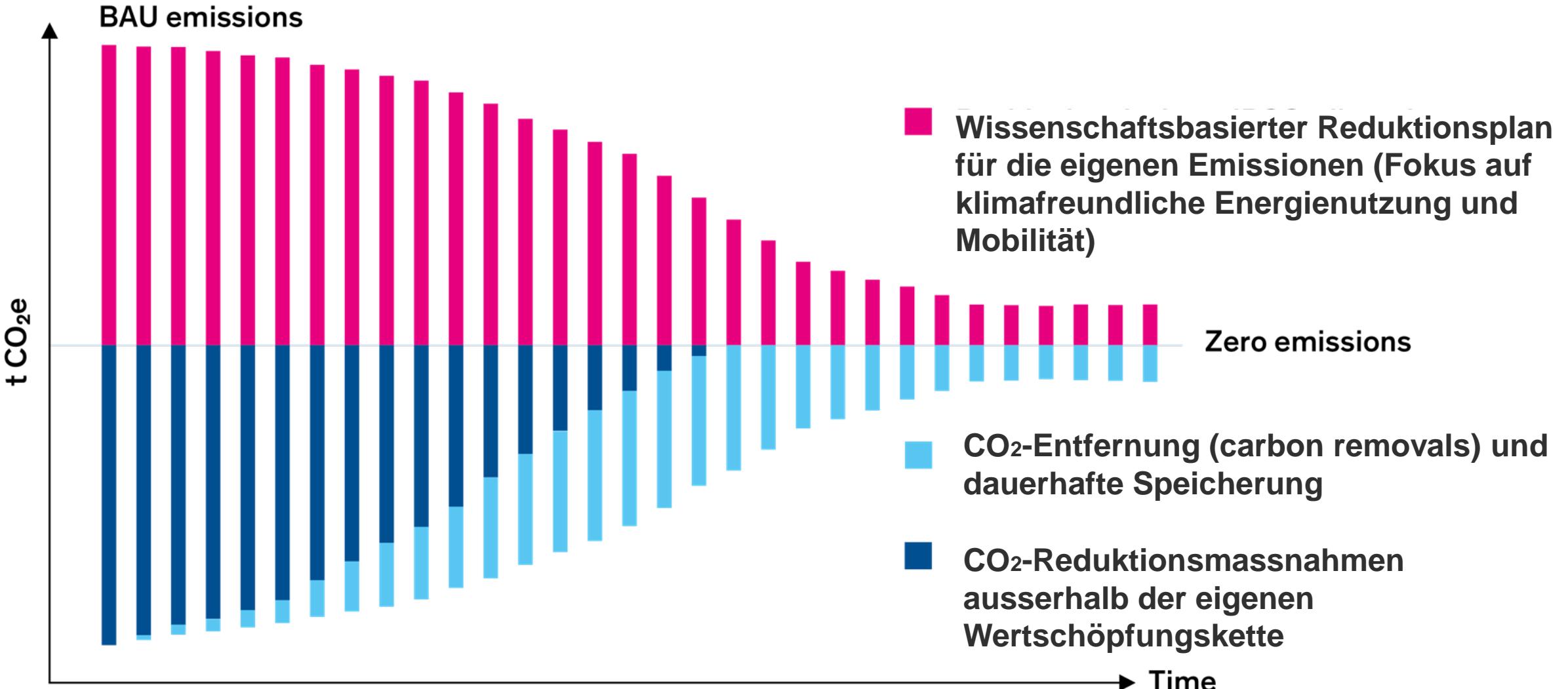
«Guter Klimaschutz braucht kein Corresponding Adjustment.»  
Florian Goppel



# «Beyond Value Chain Mitigation»?

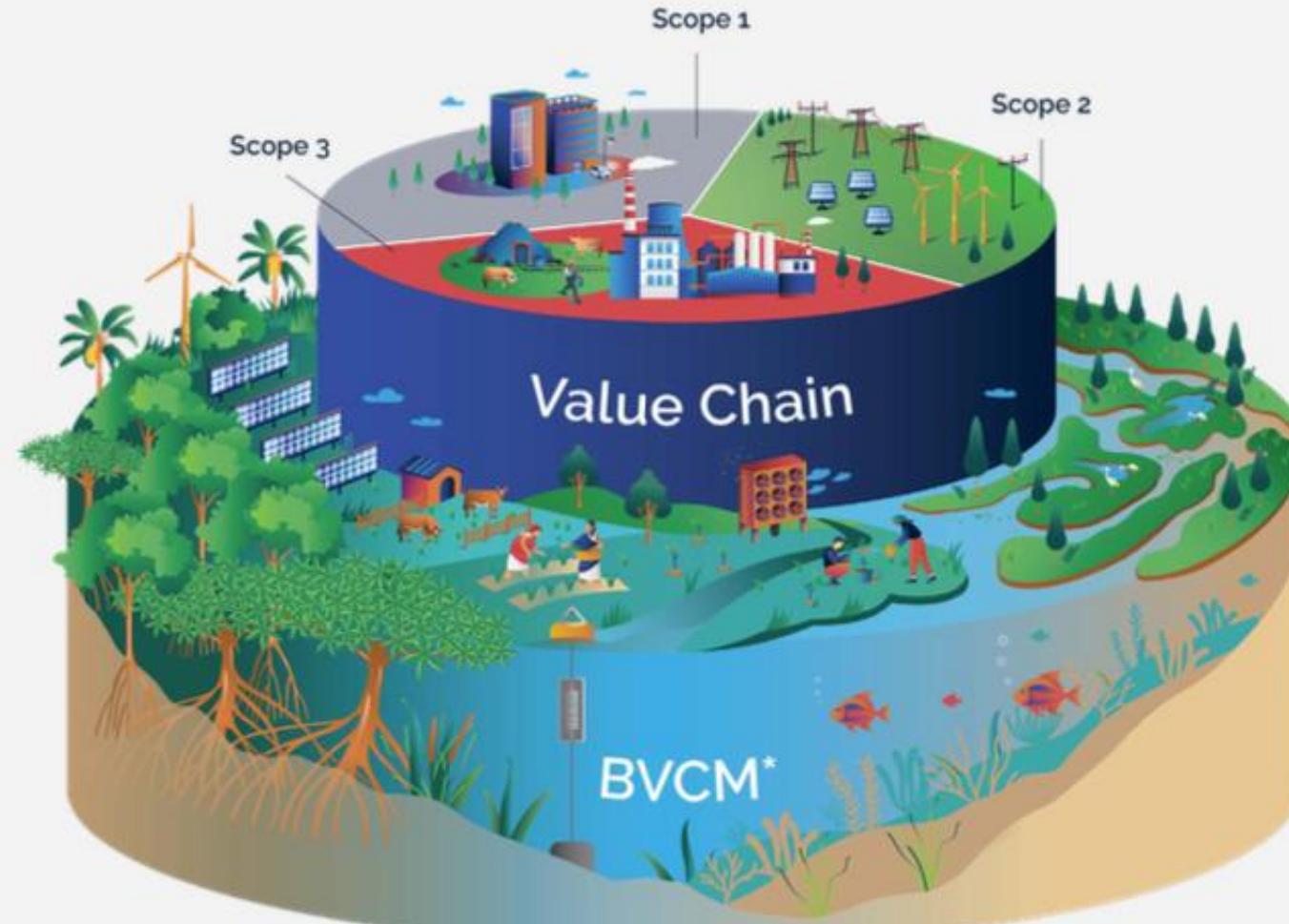


## «Unter der Kurve aufräumen»



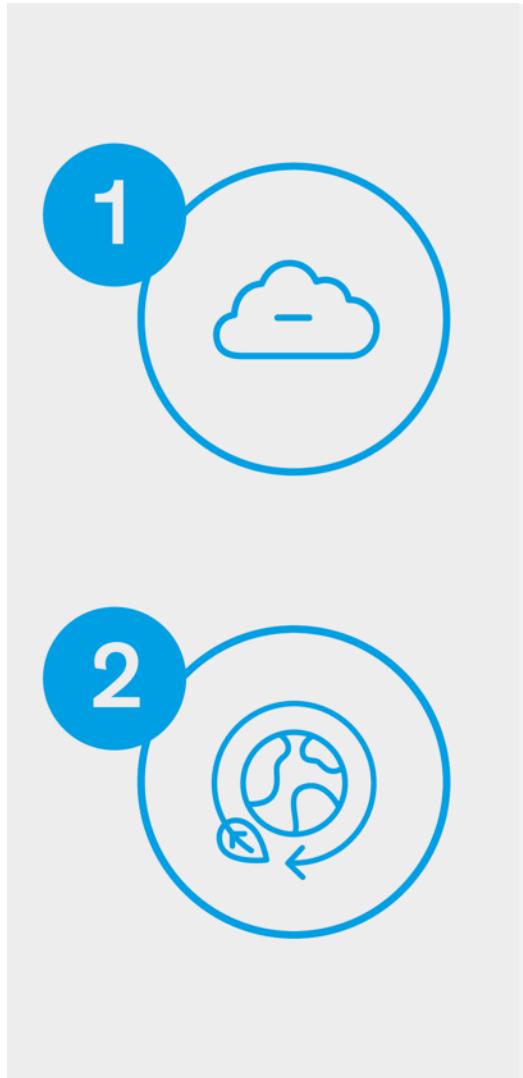
# BVCM gemäss SBTi

Figure 2: Illustration of beyond value chain mitigation

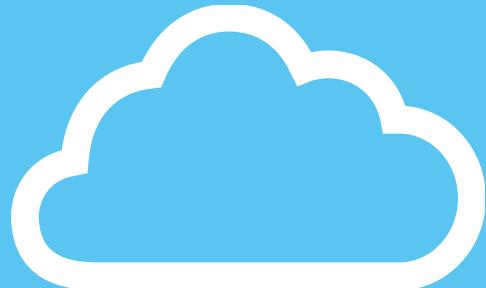


\*Beyond Value Chain Mitigation

# Die Ziele von BVCM



# 10 gute Gründe für Klimaschutzprojekte



## 1. Globale Finanzierungslücke im Klimaschutz

Es sind zu wenig finanzielle Mittel vorhanden, vor allem im Globalen Süden. Deshalb ist die zusätzliche Unterstützung aus dem Privatsektor dringend notwendig. Das trägt auch im Sinne des Verursacherprinzips zur Klimagerechtigkeit bei.



## 2. Klimaschutzprojekte ergänzen sinnvoll unternehmensinterne Massnahmen

Während des zeitaufwändigen Übergangs hin zu Netto-Null bis 2050 können Unternehmen direkt wirksam werden, in dem sie Klimaschutz außerhalb ihrer Wertschöpfungskette unterstützen.



## 3. Halbierung der globalen Emissionen bis 2030 ab JETZT

Angesichts der Dringlichkeit der Klimakrise sollten Klimaschutzprojekte ab sofort unterstützt werden, nicht erst, wenn ein Unternehmen den aufwändigen Prozess einer Klimastrategie abgeschlossen hat.



## 5. Integrierter Klimaschutz ist gut kommunizierbar

Spricht ein Unternehmen transparent von «Klimafinanzierung» oder «-beiträgen» anstatt von «klimaneutral» oder «Kompensation», ist die Investition in hochqualitative Klimaschutzprojekte kein Reputationsrisiko.



## 7. Risikominderung durch sorgfältige Projektauswahl

Gute Klimaschutzprojekte gibt es genügend. Mit den richtigen Vorkehrungen lassen sich Reputationsrisiken sehr stark minimieren. Projekte mit «Gemeinschaftscharakter» tragen neben der CO<sub>2</sub>-Reduktion immer auch zu den SDGs bei.



## 9. Ohne Waldprojekte kein 1,5-Grad-Ziel

Ohne (gute) Waldprojekte – Schutz und Aufforstung – sind die globalen Klimaziele nicht zu erreichen, ebenso wenig wie andere Herausforderungen wie der Verlust der Biodiversität oder der Schutz vor Extremwetterereignissen.



## 4. Erwartungen entsprechen mit Klimaschutzzengagement

Anspruchsgruppen wie (zukünftige) Mitarbeitende, Kund\*innen, Investor\*innen und auch die Politik schauen immer genauer hin, ob ein ganzheitliches Klimaschutzzengagement besteht. Dazu gehören auch Klimaschutzprojekte.



## 6. In Klimaschutzprojekte zu investieren ist kein Greenwashing

Unternehmen, die freiwillig Klimaschutzprojekte unterstützen, dekarbonisieren laut Studien annähernd doppelt so schnell wie Unternehmen, die dies nicht tun.



## 8. CO<sub>2</sub>-Vermeidungs-Projekte sind wichtig

Die aktuell grösste Notwendigkeit ist die Finanzierung von Projekten zur Vermeidung von Emissionen (Avoidance). Die Entwicklung und Wirkung von Senkenprojekten (Removals) dauert noch viele Jahre und sie sind teurer.



## 10. Eigene Lieferkette stärken

Die Unterstützung von Klimaschutzprojekten in der Region verbessert die Resilienz der eigenen Lieferkette und hat positive Auswirkungen auf die regionale Wirtschaft sowie die lokalen Ökosysteme.



# Silver bullet?



Das Boot fährt ab...



# Langstreckenlauf



# Externe Stakeholder



# Kommunizierbar



Greenwasher? Von wegen...



# Avoidance > Removals



# Sorgfältig ausgewählte Projekte wirken vielfach



Wald?



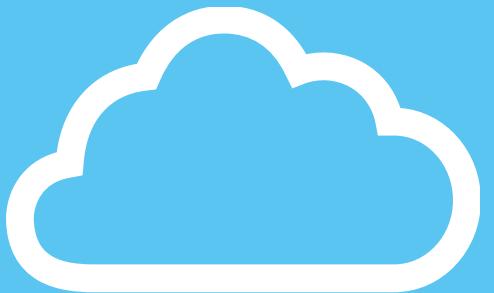
# Für die Lieferkette



# Regulation kommt



# Klimaschutz im Unternehmen?



# Klimastrategie mit BVCM



Berechnen



Reduzieren



Aktivieren



Finanzieren



Kommunizieren

# Finanzieren: Wie setzen Unternehmen eine BVC-M-Strategie um?

In vier Schritten

## SCHRITT 1

Unvermiedene Emissio-  
nen berechnen und  
darüber berichten

## SCHRITT 2

Festlegung eines  
Finanzierungsansatzes

## SCHRITT 3

Qualitativ hoch-  
wertigen Klimaschutz  
finanzieren

## SCHRITT 4

Glaubwürdig und  
transparent  
kommunizieren

Quelle: Gold  
Standard; Grafik  
von myclimate  
adaptiert

# Orthodoxie?





**Kai Landwehr**  
Co-Geschäftsleiter  
Direktor Global Marketing

Tel. +41 44 500 37 61  
[kai.landwehr@myclimate.org](mailto:kai.landwehr@myclimate.org)

**Stiftung myclimate**  
Pfingstweidstrasse 10  
8005 Zürich, Schweiz

[www.myclimate.org](http://www.myclimate.org)  
[info@myclimate.org](mailto:info@myclimate.org)  
+41 44 500 43 50

Get in touch!

