

## Relevanz von Klimaschutz in Unternehmen

Unternehmen spielen eine zentrale Rolle bei der Bewältigung der Klimakrise, bei dem Erreichen des 1,5°C-Ziels und der Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele der Agenda-2030. Entscheidend ist eine ganzheitliche Klimaschutzstrategie, die echte Beiträge zur Emissionsminderung sowie zur gesellschaftlichen Transformation leistet und diese transparent kommuniziert.

### Wieso Nachhaltigkeitsleistungen kommunizieren?

- ♥ Neue Zielgruppen erschließen
- ♥ Vertrauensaufbau und positive Reputation
- ♥ Erfüllung gesetzlicher Anforderungen (z.B. CSRD)
- ♥ Wettbewerbsvorteile in Lieferketten und Finanzierung
- ♥ Stärkung von Kunden- und Mitarbeitendenbindung



Statt: „Unser Unternehmen ist klimafreundlich“

Besser: „Der Standort XY hat seine Emissionen seit 2020 durch den Einsatz von Ökostrom und PV um 30 % reduziert.“



Statt: „Produkt XY ist klimaneutral.“

Besser: „Die Restemissionen des Produkts XY in Höhe von 100 tCO<sub>2</sub> im Jahr 2024 wurden über zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert.“

## Kompensation transparent kommunizieren

Produkte/Dienstleistungen dürfen nicht als „klimaneutral/-freundlich/-fair“ dargestellt werden, wenn die Leistung allein auf CO<sub>2</sub>-Kompensation beruht.

## Ganzheitliche Klimaschutzstrategie

-  **THG erfassen**  
Ausgangslage kennen, um gezielt zu handeln
-  **Vermeiden & reduzieren**  
Maßnahmen planen/umsetzen, um THG zu senken
-  **Engagieren außerhalb der Wertschöpfungskette**  
Nachhaltigkeitsmaßnahmen unterstützen, die eine gesellschaftliche Transformation fördern
-  **Klimaschutz kommunizieren**  
Zeigen, was erreicht wurde – und was noch kommt

## X Kein Greenwashing, kein Greenhushing

Unternehmen sollten Klimaschutz **transparent** darstellen – ohne Greenwashing (irreführende Nachhaltigkeitsdarstellung) und ohne Greenhushing (Verschweigen echter Leistungen aus Angst vor Kritik). Eine faktenbasierte Kommunikation stärkt die eigene Position und motiviert andere Akteure, ebenfalls Verantwortung zu übernehmen.

## Grundsätze glaubwürdiger Klimakommunikation

**Beitagsorientiert:** Reduktion und Maßnahmen zuerst, Kompensation ergänzend und klar abgegrenzt.

**Konkret & faktenbasiert:** Zahlen, Daten, Beispiele.

**Relevant:** Direkter Bezug zu Klimaauswirkungen von Produkt oder Unternehmen.

**Spezifisch & überprüfbar:** Klar eingegrenzt, öffentlich nachvollziehbar.

**Konsistent:** Stimmig mit anderen Aussagen und Maßnahmen.

**Nur geprüfte Siegel:** Nutzung zertifizierter bzw. staatlicher Siegel.

Kompensation einordnen mit:

- Methode zur Berechnung der Restemissionen
- Auflistung der erhaltenen Emissionsposten
- Informationen zu unterstützten Projekten (Ort, Wirkung, Organisation)
- Angabe von Zertifizierung/Qualitätsstandard des Projekts

## Mehr Informationen

[www.karlsruher-klimafonds.de/](http://www.karlsruher-klimafonds.de/)  
[www.kek-karlsruhe.de/](http://www.kek-karlsruhe.de/)

Letzte Bearbeitung: 11/2025

[Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb](#)

[EU-Richtlinie 2024/825](#)

[Leitfaden: Unternehmerisches Engagement – Klimaschützen, Entwicklung fördern](#)

