

CO₂-Zertifikate



CO₂-Zertifikate können zu Greenwashing führen. Eine geprüfte Assurance verhindert dies.

CO₂-Zertifikate erinnern an Alasshandel. Unternehmen können sich klimaneutral nennen, wenn sie ihre CO₂-Emissionen mit dem Kauf von CO₂-Zertifikaten kompensieren. Anstatt in teure Anlagen oder Nachrüstungen zu investieren, können Unternehmen mit den gekauften CO₂-Zertifikaten z.B. Waldschutzprojekte finanzieren, die das emittierte CO₂ ausgleichen sollen. Das Problem: Nach Recherchen der „ZEIT“ und des „Guardian“ ist das insbesondere beim weltweit größten Zertifizierer nicht der Fall. Die Journalisten haben herausgefunden, dass „über 90 Prozent aller Zertifikate wertlos sind.“ Die Zertifikate führen nur bei einem Bruchteil zu einer echten Einsparung. Wie kann das sein?

Unsichere Zertifizierung

Der Zertifizierer lässt seine Waldschutzprojekte von Prüfenden bewerten (lt. Selbstaussage). Diese Prüfenden müssen beim Zertifizierer registriert und zugelassen sein. Die Berechnungen der Prüfenden, wie viel CO₂ ein Wald tatsächlich bindet, sind jedoch riskant, da

sie schwierig zu überprüfen sind – erst recht im Verlauf mehrerer Jahre. Die sogenannten geprüften Zertifikate sind folglich nicht mit endgültiger Sicherheit zutreffend. Diese Schwierigkeit haben die Vereinten Nationen (UN) bereits vor 25 Jahren festgestellt, wie die ZEIT berichtet:

„Wegen solcher und weiterer ungeklärter Fragen entschieden die UN schon im Kyoto-Protokoll 1997, den Schutz von Wäldern nicht in ihr staatliches Kompensationsprogramm aufzunehmen, das es den Industrienationen erlauben würde, ihren Ausstoß über Projekte in Drittländern zu kompensieren.“ Die eine Seite ist daher die Kompensierung, die die Unternehmen vorsichtig wählen sollten. Die andere Seite ist eine grundsätzliche...

Unabhängige Instanz für Glaubwürdigkeit

Bei CO₂-Emissionen ist es bedeutend leichter, Greenwashing zu begehen als in anderen Nachhaltigkeitsbereichen. Denn: Es gibt Initiativen, Standards und Ratingagenturen, deren Anspruch durchaus ist, seriös zu sein. Allerdings sind die Verfahren,

die sie anbieten, anfällig für Greenwashing. Schlicht weil ihre Plattformen oder Ratings auf Selbsterklärungen der berichtenden Unternehmen beruhen. Das heißt, viele dieser Anbieter überprüfen die Informationen – oder Behauptungen – der Berichtenden nicht. Eine Selbsterklärung ohne jedoch auf Plausibilität geprüft worden zu sein, ist weder sachgemäß noch sachdienlich im Sinne der Nachhaltigkeit.

Die Europäische Union hat mit ihrer jüngst verabschiedeten CSRD-Richtlinie die Grundlage für mehr Transparenz geschaffen. Denn laut CSRD müssen Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsberichte zukünftig von unabhängigen Dritten überprüfen lassen. Das ist gut so, weil es zu weniger Missbrauch und zu mehr Glaubwürdigkeit führt. Jedenfalls bei den betroffenen Unternehmen, die ihre Kennzahlen offenlegen müssen. Auch für KMUs, die die Möglichkeit einer freiwilligen nichtfinanziellen Berichterstattung und -prüfung nutzen.

Kein Greenwashing durch Assurance

Jegliche Form von Nachhaltigkeitsengagement kann von unabhängigen Dritten überprüft werden. Es gibt sogar einen Qualitätsstandard dafür: Er heißt AA1000 und wurde 1999 – geprägt von der Kyoto-Konferenz – als Rahmenwerk von der britischen Organisation AccountAbility ins Leben gerufen und 2003 aktualisiert.

AA1000 ist ein Standard für das Prüfverfahren und damit für Prüfende, die Nachhaltigkeitsberichte und -informationen überprüfen. Verifizieren nennt man es in der Fachsprache.

Wird ein Nachhaltigkeitsbericht gemäß AA1000 verifiziert – z.B. durch die SQS Deutschland GmbH –, besteht absolute Gewissheit über die Wahrheit, Transparenz und Glaubwürdigkeit des Berichts bzw. des nachhaltigen Engagements. Die Korrektheit einer solchen *Assurance* wird nicht zuletzt dadurch gewährleistet, dass der unterzeichnende Nachhaltigkeitsprüfer – ähnlich dem Wirtschaftsprüfer beim Jahresabschluss – persönlich haftet.

Verantwortung

Zwischen Glaubwürdigkeit und Greenwashing geht es im Kern um Folgendes: Verantwortung für wirtschaftliches Handeln, das Folgen für Umwelt und Soziales hat. Dabei kann man unterscheiden zwischen Verantwortung haben und Verantwortung übernehmen. Ersteres scheint angenehmer als Letzteres. Dabei bedeutet es auch, Fehler zu korrigieren, Lösungen zu suchen und die Dinge richtig zu machen. Als Unternehmende, als Mitarbeitende und auch als Konsumierende.