



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2021

DO CLIMATE GMBH

inkl. Zusatzkapitel Klimaschutz



Inhaltsverzeichnis

1. Über uns.....	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement.....	4
4. Unsere Schwerpunktthemen	5
Leitsatz 5 – Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."	5
Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."	6
Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."	7
5. Weitere Aktivitäten.....	10
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	10
Umweltbelange.....	11
Ökonomischer Mehrwert.....	12
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	13
6. Unser WIN!-Projekt	14
7. Klimaschutz.....	16
8. Kontaktinformationen	24
Ansprechpartnerin	24
Impressum	24

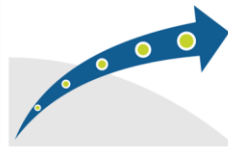
1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG – WAS WIR BIETEN

DO Climate begleitet (Inhaber:innengeführte) mittelständische Unternehmen bei der Weiterentwicklung ihrer Klima- und Nachhaltigkeitsstrategie. Wir vermitteln Wissen und schaffen Bewusstsein für die wesentlichen Anforderungen, Handlungsfelder und Bausteine einer zukunftsfähigen Unternehmensführung in einer klimaneutralen Welt. Mit CO₂-Bilanzen schaffen wir eine zahlenbasierte, transparente Grundlage für die individuelle Klimastrategie des Unternehmens unter Einbeziehung der gesamten Wertschöpfungskette. Mit Unternehmergeist, auf Augenhöhe mit unseren Kund:innen entwickeln wir konkrete Roadmaps für die Klimaneutralität, sogenannte THG-Transformationskonzepte. Wir bieten Prozessbegleitung und unterstützen Wandel- und Handlungskultur im Unternehmen. Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt, mit Herz, Sinn und Verstand setzen wir gemeinsam mit unseren Kund:innen sinnhafte Lösungen um.



CO₂-Bilanz erstellen



Klimastrategie entwickeln



Nachhaltig wirtschaften

DO Climate ist seit Februar 2020 am Markt, arbeitet für eine zukunftsfähige Wirtschaft in Netzwerken mit anderen Dienstleister:innen. Derzeit sind 5 Mitarbeitende für das Unternehmen tätig.

UNTERNEHMEN – WAS UNS BEWEGT

Wir sind verzweifelt und ohnmächtig angesichts der globalen ökologischen und sozialen Krise. Wir spüren, dass es so nicht weiter gehen kann. Wir sind Teil des Problems, aber auch Teil des Wandels. Wir sind zuversichtlich, dass wir Wissen und Handeln immer mehr in Einklang bringen, damit es etwas zu gewinnen gibt: in Bezug auf Gesundheit, Wohlbefinden, Gemeinschaft und Miteinander. Wir bündeln unsere Energie und Fachwissen, um durch gemeinsames Handeln mit unseren Kund:innen den sozial-ökologischen Wandel zu gestalten. Wir fördern Entwicklungskultur, stellen Fragen und begleiten Kund:innen bei der Suche nach klimafreundlichen, zukunftsfähigen Lösungen. Wir sind uns bewusst, dass es immer Zielkonflikte gibt. Die Welt ist bunt, wir brauchen nicht eine, sondern einen Blumenstrauß an individuellen Lösungen. Wir sind überzeugt: Die Lösungen sind da, es liegt an uns, sie zu aufzudecken und deren Umsetzung zu ermöglichen.

ÜBER UNS

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Wohlbefinden der Mitarbeitenden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitende als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf <http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig>.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 2020

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ES WURDEN FOLGENDE ZUSATZKAPITEL BEARBEITET:

Zusatzkapitel: Nichtfinanzielle Erklärung	<input type="checkbox"/>
Zusatzkapitel: Klimaschutz	<input checked="" type="checkbox"/>

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Klimakomplizen: Gründung, Aufbau, Engagement

Schwerpunktbereich:

- | | | |
|---|--------------------------------------|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Energie und Klima | <input type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

- Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: ca. 100h / Jahr

4. Unsere Schwerpunktt Themen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

Wir haben in der Vergangenheit und werden uns im kommenden Jahr wieder schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta konzentrieren:

- **Leitsatz 5: Energie und Emissionen:** "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral." Unser Engagement zum Leitsatz 5 haben wir im Zusatzkapitel „Klimaschutz“ beschrieben.
- **Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert:** "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."
- **Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken:** "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Den Leitsatz 5 bzw. das Klimaschutzkapitel haben wir gewählt, da DO Climate mittelständische Unternehmen auf dem Weg in die Klimaneutralität begleitet. Wir schaffen Bewusstsein für Klimaschutz, erstellen CO₂- Bilanzen und führen umfassende THG-Transformationskonzepte bei unseren Kund:innen durch, d.h. die Bearbeitung methodischer und strategischer Aspekte des Klimaschutzes gehören zu unserem Kerngeschäft.

Der Leitsatz 11 spricht uns an, da wir insbesondere Unternehmen in der Region in Fragen des Klimaschutzes begleiten. Darüber hinaus fördern wir mit unserem WIN-Charta Projekt, dem Engagement bei den Klimakomplizen, die lokale Vernetzung von Unternehmer:innen in Tübingen und Umgebung.

Der Leitsatz 12 geht Hand in Hand unserer Unternehmenskultur bei DO Climate einher.

Leitsatz 5 – Energie und Emissionen: "Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."

Unser Engagement zum Leitsatz 5 haben wir im Zusatzkapitel „Klimaschutz“ beschrieben.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: "Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."

ZIELSETZUNG

Die DO Climate GmbH bietet ihre Dienstleistungen deutschlandweit an, der Fokus liegt jedoch auf der Begleitung von mittelständischen Unternehmen in der Region. Wir gehen in Resonanz mit der Unternehmenskultur vieler dieser Unternehmen in der Region Neckar-Alb, Schwarzwald und Raum Stuttgart. In unserer Region agieren sehr erfolgreiche Mittelstandsunternehmen, die hochwertige Produkte herstellen, über fokussierte Expertise verfügen und deren Wirtschaftsweise schon über Generationen aus ihrem Unternehmergeist heraus von sozialer, ökologischer und gesellschaftlicher Verantwortungsübernahme geprägt sind.

Des Weiteren nimmt in unserem Arbeitsalltag der persönliche Austausch insbesondere für strategische Veränderungsprozesse einen wichtigen Stellenwert ein. Wir arbeiten gerne vernetzt mit anderen Akteur:innen zusammen. Um darüber hinaus mobilitätsbedingte Ressourcen zu schonen und eine gute Work-Life Balance zu erreichen, bevorzugen wir die Arbeit in der Region.

Als Tübinger Unternehmen ist es uns ein Anliegen, die Stadt auf dem Weg zur Klimaneutralität bis 2030 zu unterstützen. Die Geschäftsführerin von DO Climate, Odette Deuber, ist ein Gründungsmitglied von Entrepreneur for Future bzw. den Klimakomplizen in Tübingen. Die dort zusammengeschlossenen Unternehmer:innen verfolgen das Ziel, unternehmerische Klimastrategien in der lokalen Unternehmerwelt zu verankern, mit der Vision, dass auch spätestens bis 2030 alle Unternehmen in der Region klimaneutral wirtschaften.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Engagement bei Klimakomplizen (Siehe Details WIN-Charta Projekt) mit Durchführung von Klimasalons, u.a. Durchführung eines Barcamps mit 60 Unternehmer:innen,
- Vorträge bei der lokalen Industrie- und Handelskammer, in Unternehmer:innen Netzwerken,
- Mitglied bei der Gemeinwohlökonomie e.V. inkl. regionaler Netzwerktreffen,

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Unsere Ausrichtung auf Unternehmen in der Region hat Früchte getragen. Das Ziel 50% regionale Kunden aus Baden-Württemberg konnten wir erfüllen. Unser Ziel, Unternehmenskunden aus dem Stadtgebiet Tübingen zu gewinnen, konnten wir erreichen, jedoch nicht in dem Umfang wie ursprünglich anvisiert. Die Erfahrung zeigt, dass unsere Kundenunternehmen, größere B2B Produktionsunternehmen, oftmals ihren Standort im ländlichen Raum haben und weniger im Stadtgebiet. Daher haben wir entschieden den Zielindikator der Tübinger Unternehmen als Unternehmenskunden in den Zielindikator bzgl. Unternehmen aus der Region zu integrieren.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Unser Anliegen Veranstaltungen zur Vernetzung von Unternehmen in der Region im Bereich Klimaschutz mitzugestalten, haben wir erfolgreich umgesetzt. Wir haben es nicht nur mitgestaltet, sondern auch initiiert und federführend durchgeführt.

Offen ist noch die Unterzeichnung des Klimabündnisses Baden-Württemberg. Wir gehen davon aus, dass wir die Anforderungen erfüllen würden. Jedoch haben wir einen Widerstand uns dort mit anderen großen Produktionsunternehmen aus Baden-Württemberg zu positionieren, für die die Klimaneutralität eine sehr viel größere Herausforderung bedeutet als für uns als Verwaltungs- und Dienstleistungsunternehmen aus dem Bereich Klimaschutzdienstleistungen.

INDIKATOREN

Indikator 1: (Mit)gestaltung von Veranstaltungen zur Vernetzung von Unternehmen in der Region im Bereich Klimaschutz

- (Mit)gestaltung von Veranstaltung 2021/22: 17 Veranstaltungen
- Jährliche (Mit)gestaltung von Veranstaltungen: mindestens 24 Veranstaltungen bis 2025 (acht Veranstaltungen jährlich)

Indikator 2: Kund:innen aus der Region (<100 km)

- 2020 50% Unternehmenskund:in aus der Region
- 2021/22 52% Unternehmenskund:innen aus der Region
- 2023/24 65% Unternehmenskund:innen aus der Region und 12 THG-Transformationskonzepte bei Kund:innen aus der Region

AUSBLICK

Wir halten an unseren Indikatoren aus unserem Schwerpunktthema fest, im Sinne von global denken, lokal handeln. Auf diese Weise vermeiden wir auch zusätzliche mobilitätsbedingte THG-Emissionen und können frühzeitig klimaneutral wirtschaften.

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: "Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."

ZIELSETZUNG

In einer sich immer schneller wandelnden Welt mit gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umbrüchen wird für die Unternehmensführung die Fähigkeit immer wichtiger adaptiv auf Krisen reagieren zu können. Um unser Unternehmen zukunftsfähig und -sicher aufzustellen, setzen wir auf eine gemeinsame Identität, die Zusammenhalt erzeugt. Ein gemeinsamen Richtungssinns, der klar macht, wohin die Entwicklung geht, gibt uns innere Stärke. Wir von DO Climate verstehen uns als lernende

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Wesen, sind neugierig, wagen Neues und gestalten unser Lebensumfeld aktiv nach unseren Vorstellungen. Wir denken in kooperativen Lösungen, um die zunehmende Komplexität der Anforderungen an Unternehmen gerecht zu werden. Wir wollen verschiedene Perspektiven verbinden, um die Welt neu zu gestalten, im Sinne von sozialer Innovation. Wir wollen Kopf und Bauch, Hirn und Hand zusammenzubringen, das heißt Wissen und Handeln in Einklang bringen. Durch Würdigung des Bestehenden, Geschichten des Gelingens und Räume für Zielbilder stärken wir die Umsetzungskultur in Unternehmen. Zukunftsfähige Unternehmensführung mit Sinn steht bei DO Climate ganz oben auf der Agenda. Wir streben eine Unternehmenskultur an, die sich durch ein hohes Maß an Mitbestimmung und Solidarität auszeichnet, eine Kultur der Wertschätzung, des Feedbacks und der Eigenverantwortung. Uns ist es ein Anliegen die Talente, Neigungen und persönliche Leidenschaft der Teammitglieder zu fördern. Wir arbeiten eng mit Menschen in anderen Beratungs- und Kundenunternehmen zusammen und sind in Verbänden politisch aktiv. Wir wollen die sozial-ökologische Transformation Realität werden lassen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

Persönliche Förderung der Mitarbeitenden

- Raum für Teamentwicklungsprozesse (Jour Fixe, Teamtag, gemeinsames Mittagessen, persönliche Treffen zur Stärkung der Verbundenheit...)
- Fachliche & persönliche Weiterbildung im Bereich Nachhaltigkeit für Einzelpersonen & Team
 - Kommunikationstraining Gewaltfreie Kommunikation
 - Wissensvermittlung & Bewusstseinsbildung für Gemeinwohlökonomie/ Nachhaltigkeit
 - Angebote für Coaching von Mitarbeitenden
 - Teilnahme an (Fach-)Konferenzen
 - Beschaffung von Literatur zur persönlichen und unternehmerischen Weiterentwicklung

Gemeinwohlbilanzierung

- Ausbildung der Geschäftsführerin zur Gemeinwohl-Beraterin
- Gemeinwohlbilanz: erste Praxisprojekte im Rahmen der Ausbildung zur Gemeinwohl-Beraterin (Begleitung Berichterstellung, Audit, Konferenzen)
- Mitgründung einer Unternehmensberatung für Wirtschaften mit Sinn (Humanistic Transformation)



Aktive Partnerschaften mit Stakeholdern aus anderen Nachhaltigkeitsbereichen

- Aufbau eines Partnernetzwerks mit Dienstleistungsunternehmen aus den Bereichen: Energieberatung, Nachhaltigkeitsberatung, Ökobilanzierung, Change-Management, Gemeinwohlökonomie, Klimakompensation, Softwareentwicklung (<https://www.do-climate.de/partner.html>)

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Kundenprojekte mit Partner:innen aus dem Bereich: Energie, Gemeinwohlökonomie, Nachhaltigkeitsberatung, Unternehmensberatung
- Odette Deuber unterstützt aktiv den Aufbau des Beratungsunternehmens Humanistic Transformation (www.hut.eco)
- Vorstandsarbeit im Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft e.V.: Interessensvertretung nachhaltiger Unternehmen auf politischer Ebene (<https://www.bnw-bundesverband.de>)



ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Bericht von 2020 haben wir für 2021 eine Gemeinwohlbilanzierung angestrebt. Mit vertieften Kenntnissen über die Inhalte der Gemeinwohlökonomie sowie dem Aufwand der Berichterstellung haben wir uns in dieser Phase der Unternehmensentwicklung gegen das formale Erstellen einer Gemeinwohlbilanz entschieden. Derzeit nutzen wir vielmehr unsere (Wo)manpower um – im Sinne der Gemeinwohlökonomie – Lösungen für die THG-Transformation mit unseren Kund:innen zu entwickeln und den finanziell nachhaltigen Aufbau des Unternehmens zu sichern. Sobald unser Unternehmen von der Gründungs- und ersten Aufbau- in die Wachstumsphase übergeht, planen wir die Bewertung unserer Unternehmensaufbauphase mit Hilfe einer Gemeinwohlbilanz.

INDIKATOREN

Indikator 1: Kundenprojekte mit anderen Akteuren aus der Nachhaltigkeitsbranche

- 2020: 0 Projekt mit Kooperationspartner:innen
- 2022: 12 Kund:innen werden in Projekten mit Kooperationspartner:innen bedient
- 2025: 30 Kund:innen werden in Projekten mit Kooperationspartner:innen bedient

AUSBLICK

Wir halten an diesem Schwerpunktthema fest, da es Hand in Hand mit dem Zweck unserer Unternehmung verbunden ist. Wir streben weiterhin die enge Verzahnung unserer Dienstleistungen im Klimaschutz (DO Climate) mit den Dienstleistungen unserer Kooperationspartner:innen an, so dass mittelständische Unternehmenskunden aus einer Hand eine umfassende Begleitung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie erhalten.

Wir halten weiterhin an dem Ziel fest eine Gemeinwohlbilanz zu erstellen.

Ziel: Erstellung einer Gemeinwohlbilanz bis 2025

5. Weitere Aktivitäten

Mit den folgenden Aspekten der Nachhaltigkeitsstrategie haben wir uns in Bezug auf die Gemeinwohlbilanz auseinandergesetzt. Eine strukturierte, ins Detail gehende Berichterstattung über die Aspekte Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Mitbestimmung in Bezug auf unsere Berührungsgruppen wollen wir in unserem ersten Gemeinwohlbericht dokumentieren.

Ziel und geplante Aktivitäten:

- Erstellung einer Gemeinwohlbilanz bis 2025

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Wir beziehen Produkte und Dienstleistungen mit möglichst hohen sozialen und ökologischen Kriterien, welche unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt werden. Wir achten auf Risiken in der Zulieferkette, bei welchen die Verletzung der Menschenwürde häufig vorkommt, und vermeiden diese.

Dies bezieht sich auf unsere Büromaterialien (Bezug von Memo, lokaler Einzelhandel, etc), die Wahl von Restaurants für gemeinsames Essen (bio und/ oder vegan, vegetarisch), unsere Verpflegung (vegan/ vegetarisch / bio), IT-Infrastruktur (Second-hand, hoher Anspruch an Energiestandard, Label Blauer Engel o.ä.)

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Konsequente Entscheidungen in Bezug auf nachhaltige Beschaffung, beispielsweise im Bereich der Elektrogeräte

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Unser Leitbild zur Unternehmenskultur und zum Unternehmensverständnis dient als Grundlage unserer Zusammenarbeit und wird regelmäßig reflektiert und ggf. angepasst. Wir schaffen Räume für Selbstorganisation. Die Teammitglieder haben ein hohes Maß an Eigenverantwortung und Entscheidungsfreiheit. Wir sorgen für einen Einsatz der Mitarbeitenden nach ihren persönlichen Stärken. DO Climate ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich mit ihren Interessen, Beiträgen oder Impulsen einzubringen und mitzuentcheiden. Die persönliche und berufliche Entwicklung aller Mitarbeitenden wird mit einem entsprechendem Fortbildungsbudget gefördert.

Es werden an halbjährlichen Teamtage und am Jour Fixe Vereinbarungen über die interne Zusammenarbeit getroffen, regelmäßige, individuelle Gespräche mit allen Mitarbeitenden geführt, flexible Teilzeitmodelle und Arbeitszeitgestaltung ermöglicht.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Wir verstehen uns als Dienstleistungsunternehmen und als Teil eines Netzwerks. Als Anspruchs- bzw. Berührungsgruppen sehen wir insbesondere unsere Kund:innen und Mitunternehmen, unsere Mitarbeitende, unsere Lieferant:innen sowie das gesellschaftliche Umfeld, das die Auswirkungen unseres unternehmerischen Handelns spürt.

Wir begleiten unsere Kundenunternehmen über Jahre hinweg. Dabei achten wir auf eine Kundenbeziehung auf Augenhöhe sowie Transparenz und Ehrlichkeit, um Wohlergehen und Bedürfniserfüllung partnerschaftlich zu ermöglichen. Dies ist für uns eine grundlegende Voraussetzung für gelingende Geschäftsbeziehungen und Weiterempfehlung.

Wir arbeiten gemeinsam mit Netzwerkpartner:innen an Lösungen und Angeboten, die die Bedürfnisse der Kund:innen erkennen und bedienen. Wir sehen direkte Mitunternehmen als Partner:innen bzw. als Ergänzung bei der Gestaltung der unfassbar großen Herausforderung der sozial-ökologischen Transformation.

Durch unser Engagement in Initiativen fördern wir Austausch über unternehmerisches Handeln in Zeiten der sozial-ökologischen Transformation der Gesellschaft. Wir leisten durch unsere Angebote einen Beitrag für das gute Leben aller. Wir fördern mit unseren Dienstleistungen die Gesundheit bzw. die persönliche Entwicklung der Menschen und der Gemeinschaft.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ressourcenschonung und Ressourceneffizienz sind Themen, die wir nicht nur im eigenen Unternehmen regelmäßig kritisch auseinandersetzen. Gerade produzierenden Unternehmen können wir mit unserem Beratungsangebot bei der Steigerung der Rohstoff- und Energieeffizienz unterstützen.

Unser Ziel und geplante Aktivität im Bereich Ressourcen ist wie folgt:

- Steigerung der Rohstoffeffizienz bei Kund:innen durch Beratung zum closed-loop Recycling: Wir werden unsere Kund:innen bei der Implementierung von closed-loop Recycling-Konzepten unterstützen. Dies umfasst u.a. die Beratung zu effizienten Abfall- und Ressourcenmanagementsystemen, die es ermöglichen, Abfälle als wertvolle Ressourcen zu betrachten und in den Produktionsprozess zurückzuführen. Dadurch können wir gemeinsam die Rohstoffeffizienz steigern und die Abhängigkeit von endlichen Ressourcen verringern.

Durch diese Ziele und geplanten Aktivitäten möchten wir sicherstellen, dass wir unsere Kund:innen dabei unterstützen, eine nachhaltige und ressourcenschonende Produktionsweise zu erreichen. Indem wir auf die gesamte Wertschöpfungskette und den Lebenszyklus von Produkten achten, können wir gemeinsam einen positiven Beitrag zur Ressourcenschonung und zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks leisten.

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Unser Fokus auf Klimaschutz im Rahmen unserer Unternehmensführung, aber auch bei unseren Kund:innen führt dazu, dass wir auch die Ressourcenschonung und Produktverantwortung einbeziehen. Während unser ökologischer Fußabdruck als Verwaltungs- und Dienstleistungsunternehmen gering ist, können wir durch unsere Beratung in Bezug auf Ressourcenschonung und Produktverantwortung bei unseren Kund:innen einen sehr viel größeren Impact erzielen.

Bei unseren Kund:innen kommunizieren wir Chancen und Risiken einer nachhaltigen Produktionsweise, schaffen Transparenz über die Wertschöpfungskette für Produkte, fördern eine Produktion, deren ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung geringer ist als bestehende Alternativen und regen zu einer maßvollen Nutzung (Suffizienz und Effizienz) an.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Ggf. Erweiterung unseres Produktportfolios für unsere Kund:innen auf Ökobilanzen
- Auseinandersetzung mit dem Konzept „cradle-to-cradle“

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Wir verbessern die vertraglich geregelten Arbeitsbedingungen fortwährend und ermöglichen eine hohe Individualität in der vertraglichen Ausgestaltung. Wir diskutieren die Grundlagen der Arbeitsbedingungen offen mit allen Mitarbeitenden und ermächtigen Mitarbeitende weitreichende Entscheidungen selbst zu treffen.

Wir verfügen über transparente Gehaltsstrukturen, reflektieren regelmäßig darüber. Equal pay ist für uns selbstverständlich. In unserem Gehaltsmodell unterscheiden wir zwischen einem solidarischen Gehaltsanteil zur Deckung der Grundbedürfnisse und einem individuellem Gehaltsanteil.

Wir bieten flexible Arbeitszeit- und platzmodelle. Wir erfassen unsere Arbeitszeit und Überstunden werden ausgeglichen oder ausbezahlt.

Ziel:

- Team (8-10 Mitarbeitende) mit geringer Fluktuation

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Durch Persönlichkeitsentwicklung, Setzen von klar definierten Entscheidungsplanken (Roadmap in Klimaneutralität), Netzwerkarbeit, Kooperationen mit Partner:innen und Pilotprojekte fördern wir Innovationen bei unseren Produkten und Kunden. Eine konsequente Ausrichtung der Unternehmensstrategie auf Klimaneutralität eröffnet neue Perspektiven und Chancen für Innovation. Wir entwickeln kontinuierlich neue Produkte in Form individueller Strategien für die Klimaneutralität und Nachhaltigkeit.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

DO Climate ermöglicht die Teilnahme an Entscheidungen durch bestmögliche Transparenz über die unternehmerische Tätigkeit und geplanten Ziele. Wir führen unser Finanzmanagement nach kritischen ethischen Grundsätzen. DO Climate hat sein Konto bei einer nachhaltig ausgerichteten Bank (GLS-Gemeinschaftsbank eG) und verzichtet auf externen Finanzpartner; die Eigenkapitalquote liegt bei 100%, so dass Unabhängigkeit und Selbstbestimmung des Unternehmens gewährleistet wird. DO Climate hat Eigentümer:innen, die der Weiterentwicklung des Unternehmens Vorrang vor der Realisierung eigener Kapitalerträge geben und maßvolle Ansprüche an Kapitalerträge, die in jedem Fall eine Ausschüttung auf Kosten einer Neuverschuldung vermeiden. Darüber hinaus regen unsere Dienstleistungen direkte Investitionen in Klimaschutz, Nachhaltigkeit und erneuerbare Energien an.

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Stetige Weiterentwicklung der Entscheidungsprozesse im Bereich der Finanzen in Richtung Mitbestimmung.
- Kritische Auseinandersetzung mit der bestehenden Organisationsform, Vorbereitung von Mitarbeitenden auf die Übernahme von Miteigentum, Evaluierung von Möglichkeiten das Unternehmen in Verantwortungseigentum zu überführen

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

DO Climate setzt auf Transparenz.

6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Odetta Deuber von DO Climate war im Herbst 2019 Teil des Gründungsteam der Lokalgruppe Entrepreneur For Future in Tübingen, einen Zusammenschluss von Tübinger Unternehmer:innen und Selbständige, die sog. Klimakomplizen (www.klimakomplizen.org), die sich ehrenamtlich für den Klimaschutz engagieren. Die Klimakomplizen schaffen durch Klimasalons Bewusstsein, stellen Best Practice Unternehmen vor Ort vor und laden ein den Klimaschutz zur Chef:sache zu machen. Es geht um Vernetzung und Impulse von Wertewandel bis Gemeinwohlökonomie. Seit Gründung engagiert sich das Team von DO Climate regelmäßig in der Durchführung von Klimasalons, Netzwerkmanagement und Erstellung von CO2-Bilanzen.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

- Engagement der Geschäftsführerin/ Mitarbeiter:innen: ca. 100h / Jahr
- Leitung und Organisation von Klimasalons, Impulsvorträge, Netzwerkmanagement: Nutzung der Kommunikations- und Vertriebsinfrastruktur

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

In den Klimasalons sind alle Interessierte besonders aber andere Selbstständige und Unternehmer:innen eingeladen. Dort stellen die Klimakomplizen Themen im Rahmen von Impulsvorträgen vor und tauschen uns im Anschluss darüber aus. DO Climate hat 5 der 10 Klimasalons federführend organisiert.

- Barcamp: #KLIMANEUTRALWIRTSCHAFTEN mit Open Innovation Campus Innovationszentrum Westspitze GmbH
- Ökozid – Staaten auf der Anklagebank mit Regisseur Andreas Veiel und Prof. für Staatsrecht, Völkerrecht, Verfassungslehre und Menschenrechte Jochen von Bernstorff
Mindset Shift – Werte wandeln
- Nachhaltig Kommunizieren mit Tabea Leukhardt von heute für morgen – Agentur für Zukunftsgestaltung.
- Klimaneutrales Wirtschaften: Was kann ich heute tun, um morgen klimaneutral zu wirtschaften? Mit Bergfreunde GmbH
- Nachhaltige Finanzen mit Walter Kern vom Fair Finance Institut
- Nachhaltigkeit im Unternehmen: Mitarbeiter:innen erfolgreich mitnehmen
- #KNOW_HOW UNTERNEHMERISCHER KLIMASCHUTZ Klimaneutral wirtschaften – was bedeutet das konkret mit Alpirsbacher Klosterbräu Glauner GmbH und Co. KG und BEWEGTE BILDER Medien GmbH

UNSER WIN!-PROJEKT

- Glaubwürdige Unternehmenskommunikation: die TRESS Brüder (Tress Lebensmittel GmbH & Co. KG.) in Kooperation mit der ResCom Academy GmbH und dem Weltethos Institut – An-Institut der Universität Tübingen
- Kreislaufwirtschaft Vor-Ort in Tübingen erleben mit dem Recyclingunternehmen AV Möck GmbH

Das Netzwerk besteht mittlerweile aus ca. 150 Interessierte, zu den jeweiligen Veranstaltungen kommen dann je nach Themenschwerpunkt und Art der Veranstaltung (Online / Vor-Ort) jeweils 20- 60 Teilnehmende. Das Projekt trägt zur Erreichung verschiedener Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württembergs, allen voran der Klimaneutralität sowie der Bildung für nachhaltige Entwicklung, bei.

AUSBLICK

Wir bei DO Climate unterstützen weiterhin die Klimakomplizen aktiv im Rahmen unseres WIN Charta Projektes.

7. Klimaschutz

Wir zitieren gerne die fünf Kerninformationen zum Klimawandel in 20 Worten (Anthony Leiserowitz, 2017, www.youtube.com/watch?v=TbtVXWNRN9o):

1. Er ist real.
2. Wir sind die Ursache
3. Er ist gefährlich.
4. Die Fachleute sind sich einig.
5. Wir können noch etwas tun.

Der Einfluss des Menschen hat das Klima nahe der Erdoberfläche in einem Maße erwärmt, wie es seit mindestens 2000 Jahren nicht mehr der Fall war. Die THG-Konzentration in der Erdatmosphäre ist höher als in den letzten 65.000 Jahren, Tendenz stark steigend. Die Luft an der Erdoberfläche hat sich gegenüber der vorindustriellen Zeit im globalen Mittel bereits um über 1,1 °C erwärmt. Seit den 1980er Jahren war jede Dekade wärmer als die vorherige und wärmer als alle vorangegangenen Jahrzehnte seit 1850. Das Meereis rund um den Nordpol schrumpft, Festland Eis und Schneedecken schrumpfen, Der Meeresspiegel steigt – und zwar immer schneller und noch über Jahrhunderte, Ozeane versauern, Korallen sterben. In Deutschland haben wir durchschnittliche bereits 2 °C Erwärmung – deutlich mehr als der weltweite Durchschnitt. Wir haben eine beispiellose Häufung von Wärme-Rekordjahren, wir erfahren immer mehr Starkregen – und zugleich längere Trockenzeiten. Pflanzen und Tiere reagieren sensibel auf die Erwärmung. Die Waldbrandgefahr nimmt zu. Wir können sogenannte Kippunkte, unumkehrbare Veränderungen des Ökosystems mit unkontrollierbaren Folgen verhindern, wenn wir die Erderwärmung deutlich unter 2 °C, idealerweise nicht mehr als 1,5 °C, im Vergleich zum vorindustriellen Wert stabilisieren (Pariser Abkommen). Wir sind die erste Generation, die den Klimawandel spürt und die letzte, die etwas gegen den Klimawandel tun kann. Jedes Zehntelgrad zählt. Wir können noch etwas tun. Quelle: DKK et al. (2022): *WAS WIR HEUTE ÜBERS KLIMA WISSEN – Basisfakten zum Klimawandel, die in der Wissenschaft unumstritten sind*). Das ist unser Antrieb zum Handeln!

DATEN IM ÜBERBLICK

Seit Gründung des Unternehmens erfassen und analysieren wir die eigenen THG-Emissionen nach dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Dabei werden für Scope 1 und Scope 2 Emissionen die verbrauchten Wärme- und Strommengen erfasst. Unter Scope 3 erfassen wir die eingekauften Waren und Dienstleistungen (3.1), die Vorkette der Brennstoffe (3.3), Geschäftsreisen (3.6) sowie die die Anfahrt der Mitarbeiter:innen (3.7). Wir erfassen THG-Emissionen, die in der finanziellen und operativen Kontrolle des Unternehmens liegen.

KLIMASCHUTZ

Tabelle 1: Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche	Ausgangsbilanz 2020	Aktuelles Geschäftsjahr 2021	Veränderung gegenüber Referenzjahr	Zielsetzung und -erreichung		
	THG-Emissionen in t CO ₂ e	THG-Emissionen in t CO ₂ e	+/- in t CO ₂ e	Zieljahr	Reduktionsziel in t CO ₂ e oder %	Zielerreichung in %
Direkte THG-Emissionen Scope 1	1,19	1,99	+0,80	2030	%	0%
Indirekte THG-Emissionen Scope 2	0,14	0,01	-0,13	2027	%	93%
Indirekte THG-Emissionen Scope 3	1,27	1,25	-0,02	2027	%	1,5%
Gesamte THG-Emissionen Scope 1 - 3	2,61	3,25	+0,64	2030	%	0%
Davon kompensierte/ausgeglichene THG-Emissionen (Projekt)	2,6 (PrimaKlima*) Kompensation	4,00 (Positerra**) CO ₂ -Ausgleich				

*Waldprojekte nach VCS/CCB Standard **Humusaufbau

UNSERE AUSGANGSSITUATION

Die Ausgangsbilanz bezieht sich auf die THG-Emissionen im Gründungsjahr (Gründung Februar 2020), in dem ein Bürowechsel stattgefunden hat und lediglich Team von zeitweise 2 Personen tätig war. Die THG-Bilanz von 2021, dem ersten vollständigen Geschäftsjahr von DO Climate, stellen wir im Folgenden ausführlich vor.

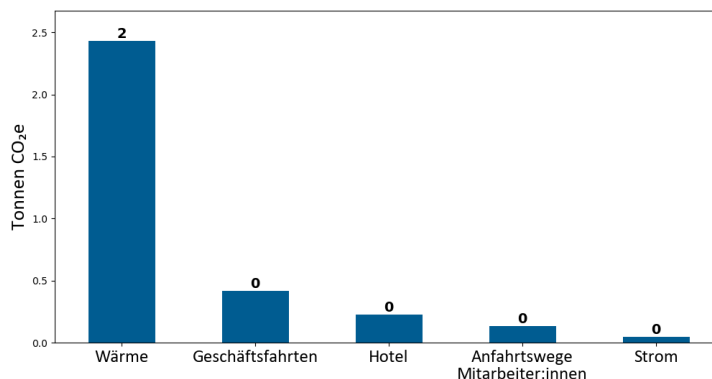


Abbildung 1: Top 5 THG-Emissionsquellen am Standort inklusive Vorketten (2021)

KLIMASCHUTZ

Unsere größte THG-Emissionsquelle ist unser Wärmeverbrauch (Erdgas), gefolgt von Geschäftsreisen (Scope 3.6) und eingekauften Waren (Scope 3.1). Obwohl die Geschäftsreisen mit größeren Distanzen mit der Deutschen Bahn zurückgelegt wurden, machen Geschäftsfahrten noch 13 % der THG-Bilanz aus. Unsere Kund:innen stammen vornehmlich aus der Region. Da die Schwäbisch Alb in Bezug auf das ÖPNV-Netz noch große Entwicklungspotenziale aufweist, fielen mobilitätsbedingt diese THG-Emissionen an. Da die Mitarbeitenden fast ausschließlich mit klimafreundlichen Verkehrsträgern ins Büro kommen, nimmt das Pendeln einen geringen Stellenwert ein (Scope 3.7), vergleiche (Abbildung 1). Die Verteilung der THG-Emissionen auf die einzelnen Themen im Unternehmen und Scopes (Abbildung 2) zeigt, dass durch den Bezug von Grünstrom (statt Graustrom) 2021 0,37 t CO₂e eingespart wurden.

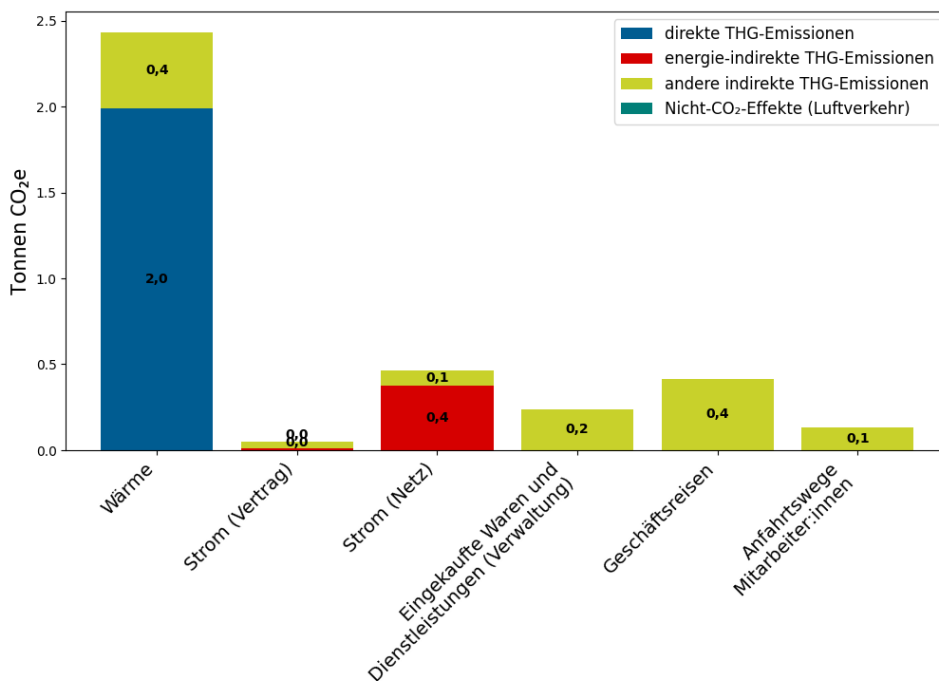


Abbildung 2: Verteilung der THG-Emissionen auf die einzelnen Themen im Unternehmen (inklusive Vorketten) nach Scopes (2021)

Vergleich gegenüber dem Basisjahr

Die THG-Bilanz von 2021 fiel 0,64 t CO₂e bzw. 24% höher als 2020 aus (Abbildung 3). Dies kann auf die Anmietung von Büroräumen (Vergrößerung Bürofläche, Erdgas statt Fernwärme als Energieträger für Wärme) sowie Erweiterung des Teams zurückgeführt werden.

KLIMASCHUTZ

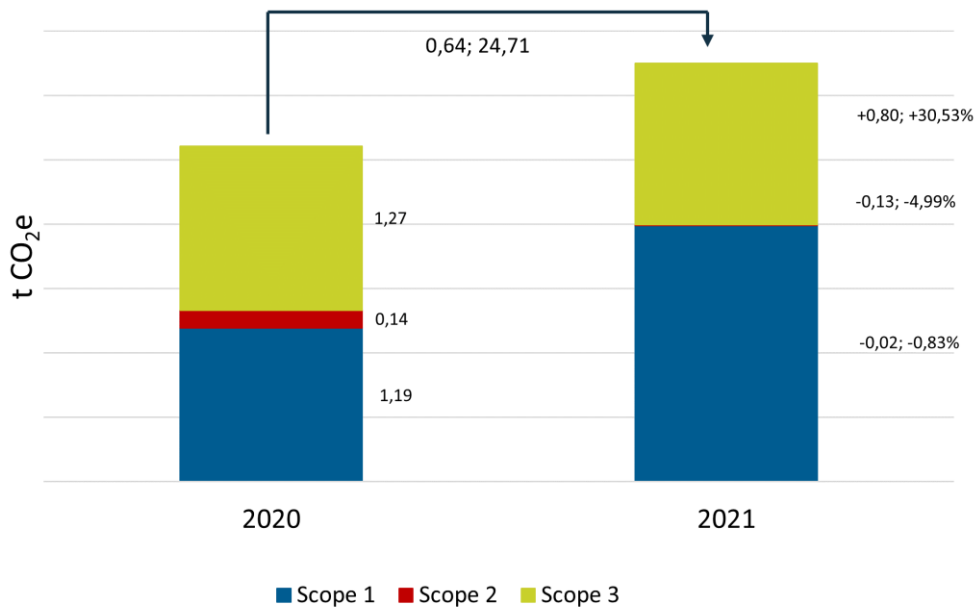


Abbildung 3: Vergleich CCF Basisjahr 2020 und Bilanzjahr 2021 [in Tonnen CO₂e]

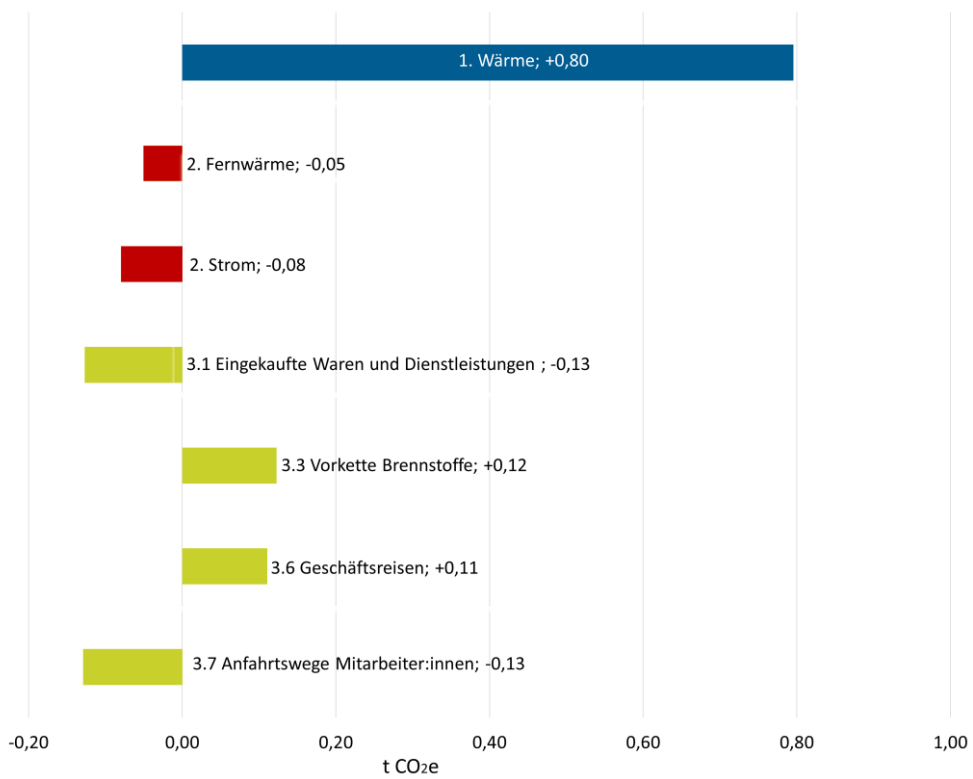


Abbildung 4: Absolute Veränderung der THG-Emissionen je Thema: Bilanzjahr 2021 im Verhältnis zu Basisjahr 2020 [in Tonnen CO₂e]

UNSERE ZIELERREICHUNG

Die wissenschaftsbasierte Literatur, die politische Zieldiskussion, sowie die Vorgaben der Science Based Target Initiative sind widersprüchlich und ergeben kein konsistentes Bild, welches Klimaziel optimalerweise anvisiert werden sollte, welche Bedeutung das jeweilige Klimaziel in Bezug auf das CO₂e-Budget und Temperaturanstieg hat und welche THG-Reduktionspfade tatsächlich von Unternehmen und anderen gesellschaftlichen Akteuren eingefordert werden sollte. Der Sachverständigenrat für Umweltfragen hat beispielsweise Prognosen zum CO₂-Budget auf der Grundlage des 6. Sachstandsberichts des IPCC analysiert: Um eine Erderwärmung auf unter 1,5 Grad Celsius mit einer 67% Wahrscheinlichkeit zu beschränken, unter der Annahme einer linearen Emissionsreduktion ist das CO₂-Budget in Deutschland im Jahre 2027 aufgebraucht. Wenn das Ziel mit einer 50% Wahrscheinlichkeit erreicht werden soll, dann wird prognostiziert, dass das CO₂-Budget im Jahr 3031 aufgebraucht (siehe für Hintergrundinformationen SRU (2022): *Wie viel CO₂ darf Deutschland maximal noch ausstoßen?*). Die Bundesregierung hält an dem Klimaziel Treibhausgasneutralität 2045 fest (Bundesklimaschutzgesetz (KSG), 2021), in Baden-Württemberg liegt das Zieljahr bereits 5 Jahre zuvor (Klimaschutzgesetz Baden-Württemberg (KSG BW) 2013/2020), während die Stadt Tübingen dieses Ziel schon 2030 erreichen will (Klimaschutzoffensive Vorlage 214/2019, Vorlage 11/2020). Die Vorgaben der Science-Based-Target Initiative geben vor, dass im Sinne von wissenschaftsbasierten Klimazielen die THG-Bilanz von Unternehmen jährlich um mindestens 4,2 Prozent linear reduziert werden sollte (Science-Based Target Setting Manual, 2020, S. 19).

Seit unserem Umzug Ende 2022 beziehen wir Wärme- und Strommengen aus regenerativen Quellen. Wir zielen darauf ab aus eigener Kraft 2027 in Bezug auf die direkten sowie indirekten energiebezogenen Emissionen THG-neutral zu wirtschaften (Scope 1+2) in Bezug auf die anderen indirekten Emissionen (Scope 3) spätestens im Jahr 2030 ebenfalls. Unabhängig von den aktuellen Zieldiskussionen stellen wir fest, dass wir auch mit erneuerbaren Energien noch THG-Emissionen verursachen, daher informieren wir uns derzeit Vor-Ort über THG-Senkenprojekte. Letztlich entscheidet das Energie- und Mobilitätsangebot und -infrastruktur vor Ort darüber, wann und wie wir unser Ziel erreichen. Daher setzen wir uns auch in unserem WIN-Charta Projekt dafür ein, dass die Stadt Tübingen die Rahmenbedingungen schafft, THG-neutral zu wirtschaften.

Ausblick

Für das Jahr 2022 prognostizieren wir eine THG-Bilanzsumme für unsere Geschäftstätigkeiten auf ca. 4 t CO₂e, eine Steigerung der THG-Emissionen ggü. 2021 um 23%. Dies kommt durch wachstumsbedingte Anschaffung von IT-Geräten (Scope 3.1) und einem erhöhten Aufkommen von Geschäftsfahrten (Scope 3.6) zustande.

Für die angestrebte THG-Neutralität bemühen wir uns die THG-Emissionen für Geschäftsreisen weiter zu minimieren (Scope 3.6), Zielkonflikte in der nachhaltigen Beschaffung von Elektronikgeräten zu lösen (Scope 3.1) und die Mitarbeitenden bei der Anfahrt ins Büro mit klimafreundlichen Verkehrsmitteln (Scope 3.7) zu unterstützen.

ERGRIFFENE MAßNAHMEN, ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Mit dem Ziel der eigenen THG-Neutralität 2027, spätestens 2030 achten wir seit der Gründung darauf möglichst klimafreundlich zu wirtschaften und sofern möglich Maßnahmen zu ergreifen, um die eigene THG-Bilanz so gering wie möglich zu halten. Größte Herausforderung ist das Wachstum des Unternehmens bei gleichzeitiger THG-Reduktion. Konkrete, bereits umgesetzte Maßnahmen sind:

- In 2020 war DO Climate Teil einer Bürogemeinschaft ohne Möglichkeit Einfluss auf die Wahl des Stromanbieters zu nehmen. Seit 2021 hatten wir die Chance **Grünstrom** zu beziehen, was unsere THG-Emissionen, um 0,13 Tonnen CO₂e gesenkt hat. Allerdings ist unser Stromverbrauch durch eine höhere Zahl an Mitarbeitenden gestiegen. Dem erhöhten Stromverbrauch wirken wir mit Effizienzmaßnahmen entgegen, indem wir mit beim Kauf der IT-Infrastruktur sehr auf Effizienz achten sowie der Vorgabe elektrische Geräte, wie z.B. dem Drucker konsequent nur für die Nutzung einzuschalten, um Stand-by Stromverluste zu vermeiden (Scope 2).
- Bürowechsel Ende 2022: Bürowechsel in ein Effizienzhaus nach Energiestandard „KfW-Effizienzhaus 55“ mit einem Wärmebedarf von 5 kWh/ m²a mit einem klimafreundlichen Wärmeträger (Klärgas). Wir rechnen mit einer Reduktion von ca. 2 t CO₂e bzw. 50 % der THG-Emissionen in 2023 gegenüber 2022 (Scope 1/3.3).
- Wenn sinnvoll und möglich, greifen wir auf Gebrauchsgüter zurück z.B. bei Laptops oder Möbeln. Sowohl in 2021 und 2022 haben wir z.B. einen Laptop mit einem hohen Anteil recyceltem Material sowie einen Laptop refurbished gekauft. Wir bemühen uns unsere Bürogeräte so lange wie möglich zu nutzen.

Bei Neuanschaffungen achten wir auf nachhaltige Beschaffung: Energieeffizienz, Ressourcenschonung, Klimafreundlichkeit und faire Produktionsbedingungen z.B. Bezug von Büromaterialien bei Memo oder Einkauf von Bio-Lebensmitteln für den Büroalltag. Bei unseren eingekauften Dienstleistungen achten wir auf faire Bezahlung und klimafreundliche Anfahrt, z.B. Bestellung bei Memo. In 2021 erhielt beispielsweise alle Mitarbeitende monatlich einen Genußgutschein für den Supermarkt Alnatura über 40€ als steuerfreien Sachbezug (Scope 3.1).

- Intern haben wir entschieden auf Inlandsflüge zu verzichten und wenn möglich und sinnvoll öffentlichen Verkehr zu nutzen. BahnCards werden vom Unternehmen übernommen. Da unsere Kunden eher im ländlichen Raum beheimatet sind, müssen wir viele Kundentermine Vor-Ort mit dem PKW wahrnehmen. Zukünftig planen wir entweder die Teilnahme bei TeilautoSystem zur Nutzung eines E-Pkws oder die Anschaffung eines firmeneigenen E-Autos, um auch die Geschäftsfahrten, die nicht zu Fuß, mit dem Fahrrad, mit dem ÖPNV oder der Bahn zurückgelegt werden können, THG-reduziert durchführen zu können (Scope 3.6).
- Die Mitarbeitenden sind frei in der Entscheidung, wie sie ihre Anfahrt ins Büro gestalten, jedoch stehen bei uns klimafreundliche Verkehrsträger hoch im Kurs. 2021 gab es noch zurückgelegte PKW-Kilometer zur Anfahrt ins Büro. Im Jahr 2022 nutzen wir jedoch zur Anfahrt ins Büro mit sehr wenigen Ausnahmen klimafreundliche Verkehrsträger (zu Fuß, Fahrrad, ÖPNV, E-Auto) (Scope 3.7).
- Kompensation: Wie erwerben Emissionsminderungs-Zertifikate für unsere nicht-vermeidbaren THG-Emissionen mit hochwertigen, anerkannten Standards.

KLIMASCHUTZ

Die internen Maßnahmen sind uns wichtig, um Bewusstsein zu schaffen und die eigenen Reduktions- und Vermeidungspotenziale zu adressieren. Während jedoch unser CO₂-Fußabdruck überschaubar ist (2020: 1,53 CO₂e/MA (VZE), 2021: 1,76 CO₂e/MA (VZE), 2022: 1,03 CO₂e/MA (VZE)), ist es in erster Linie unser Anliegen unseren Handprint zu vergrößern: Der deutlich größere Hebel für den Klimaschutz erzielen wir durch unsere Beratungsleistungen: durch Bewusstseinsbildung für Klimaschutz, Erstellung von CO₂-Roadmaps in die Klimaneutralität und durch Verankerung von Klimazielen und -strategien bei unseren mittelständischen produzierenden Unternehmenskunden, in der Planung und Umsetzung von THG-Transformationskonzepten.

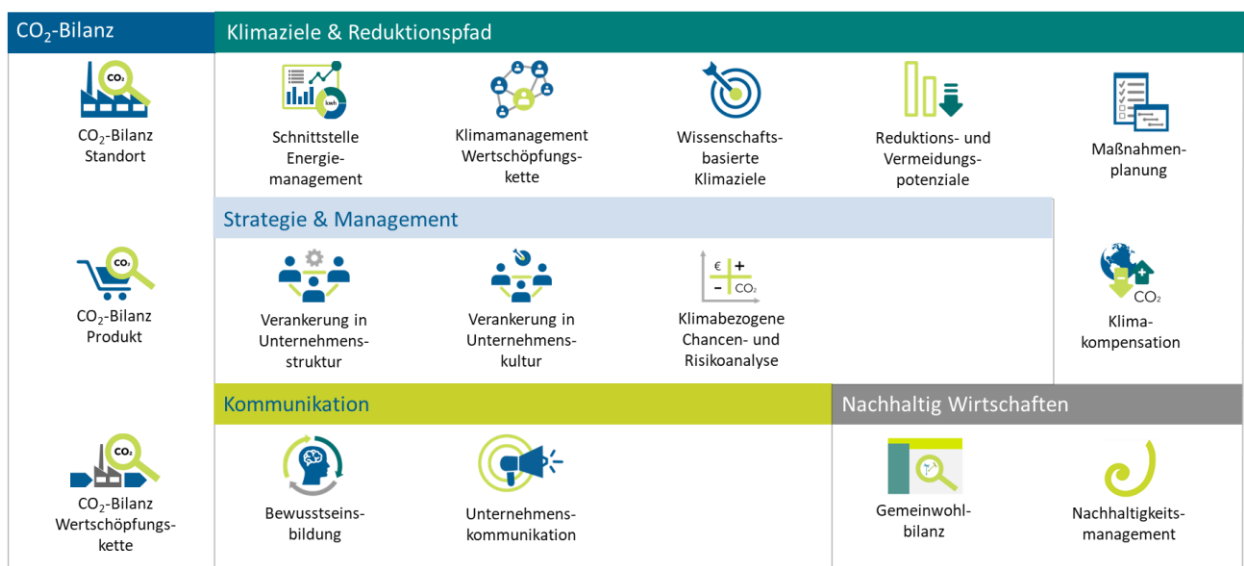


Abbildung 5: Produktportfolio Klimaschutzdienstleistungen



Abbildung 6: THG-Transformationskonzepte (Schematisch)

KLIMASCHUTZ

Das im WIN-Charta Bericht von 2020 gesetzte Ziel 15 Kund:innen zu akquirieren haben wir bei weitem übertroffen, auch haben wir über 30 THG-Bilanzen erstellt. Unser Produktportfolio hat sich bedeutend weiterentwickelt (Abbildung 5) und wir setzen mittlerweile umfassende THG-Transformationskonzepte bei unseren Kund:innen um (Abbildung 6).

Zukünftig wollen wir unseren Impact durch folgende Indikatoren bewerten:

- Anzahl THG-Transformationskonzepte
- Umfang THG-Emissionen unserer Kund:innen, die durch Klimastrategie adressiert werden

AUSBLICK

Da Klimaschutz und die Entwicklung einer Klimastrategie unser Kerngeschäft sind, werden wir weiterhin an dieser Schwerpunktsetzung festhalten. Es ist der Bereich, an dem wir uns messen lassen wollen. Eigene, verwaltungsbedingte THG-Emissionen (Scope 1 und 2) können oft durch den Einsatz von erneuerbaren Energieträgern und Effizienzmaßnahmen zeitnah und deutlich reduziert werden. Vermeidung von THG-Emissionen in der Produktion und entlang der Wertschöpfungskette bei eingekauften Waren, Transporten, etc. bleibt nach wie vor eine sehr große Herausforderung.

Für eine konsistente unternehmerische Klimastrategie ist es unerlässlich Klimaschutz und Nachhaltigkeit fest in die Unternehmensstrategie zu integrieren, d.h. Ausrichtung der Vision, Strategie, Nutzenversprechen, Produkte und Dienstleistungen darauf auszurichten, dass sie zur Klimaneutralität der Kunden & Gesellschaft beitragen, einen ressourceneffizienten Lifestyle ermöglichen und Maßnahmen unterbinden, die sich negativ aufs Klima auswirken. Außerdem spielt der soziale Faktor eine entscheidende Rolle. Gelingt uns Menschen ein Bewusstseinswandel, um die Wirtschaft sozial und ökologisch zu transformieren? Wie bereits auch oben in Bezug auf unser eigenes Unternehmen beschrieben, liegt es am Ende des Tages nicht in der Hand des Unternehmens bzw. der Akteure entlang der Wertschöpfungskette, sondern an uns Menschen und den politischen, infrastrukturellen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, ob es uns gelingt als Gesellschaft klimaneutral zu wirtschaften. DO Climate wird zukünftig seine Beratungsdienstleistungen in Richtung Nachhaltigkeit und Transformation zu ethischen Geschäftsmodellen erweitern.

8. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin

Dr. Odette Deuber

Geschäftsführende Gesellschafterin

Impressum

Herausgegeben am 21.12.2022 von

DO Climate GmbH

Nürtinger Str. 30, 72074 Tübingen

Telefon: 07071 639 6700

E-Mail: info@do-climate.de

Internet: www.do-climate.de

