

Richtige Datenstrategie bringt Unternehmen ihren Klimaschutzzielen näher

Unternehmen, die bei Entscheidungsprozessen Emissionsdaten berücksichtigen, konnten ihren CO₂-Ausstoß um zusätzliche 4,6 Prozent pro Jahr senken

Wien, 15. September 2022 – Damit Unternehmen ihre Dekarbonisierungsziele erreichen können, müssen sie das Potential ihrer Emissionsdaten vollständig ausschöpfen. Die neue Studie des Capgemini Research Institute, „[Data for Net Zero: Why data-powered intelligence is key to bridging the gap between net zero ambition and action](#)“, zeigt: Die große Mehrheit (85 Prozent) der Unternehmen erkennt zwar den Wert von Emissionsdaten, aber fast die Hälfte (48 Prozent) ist nicht gut genug aufgestellt, um diese Daten zur Entscheidungsfindung zu nutzen. Derzeit verwenden Unternehmen Emissionsdaten hauptsächlich dafür, ihre Umweltbilanz auszuweisen und nur selten, um bestehende Prozesse zu verbessern oder Möglichkeiten zur Emissionsreduktion zu eruieren.

„Welche Schritte Unternehmen und Regierungen heute einleiten, entscheidet über den Erfolg, mit dem sie die gesetzten Net-Zero-Ziele in Zukunft erreichen können. Emissionsdaten sowie Analysen auf Basis der Daten ermöglichen es ihnen, Fortschritte zu erfassen, mit Blick auf neue Regularien und Gesetze voranzugehen oder Kundenerwartungen seriös entgegenzukommen,“ sagt Werner Kirsch, Sustainability Lead bei Capgemini in Österreich. *„Ein datenbasierter Ansatz kann den entscheidenden Unterschied machen, um Klimaschutzziele zu erfüllen. Auch die Kooperation entlang der Wertschöpfungskette und globale Allianzen können zu effektivem Emissionsmanagement beitragen. In erster Linie aber müssen Unternehmen klare Emissionsziele definieren und in ihre Kompetenzen zur CO₂-Bilanzierung investieren, damit sie von Ambitionen in erfolgreiches Handeln kommen.“*

Im Rahmen der Studie wurden mehr als 900 Unternehmen befragt, die sich in den letzten zwei Jahren das Ziel von Netto-Null-Emissionen gesetzt haben. Mehr als die Hälfte (53 Prozent) der Unternehmen, die Emissionsdaten in ihre Entscheidungsprozesse einbezogen haben, konnten bereits Nutzen daraus ziehen: Dazu zählt eine zusätzliche Emissionsreduktion um durchschnittlich 4,6 Prozent – über die Effekte bereits bestehender Nachhaltigkeitsmaßnahmen hinaus – sowie mehr Transparenz.

Indirekte Emissionen sind die größte Herausforderung für Unternehmen

Besonders anspruchsvoll ist es für die meisten Unternehmen, Daten über die entlang der Wertschöpfungskette indirekt verursachen Scope-3-Emissionen¹ zu erfassen und zu managen. Schätzungen zufolge betragen die Scope-3-Emissionen im Schnitt bis zu 95 Prozent des CO₂-Fußabdrucks eines Unternehmens. Allerdings sehen sich nur 24 Prozent der Unternehmen in der Lage, genau oder zumindest annähernd zu überblicken, welche Lieferanten für den Großteil dieser Emissionen verantwortlich sind. Darüber hinaus misst weniger als ein Drittel (30 Prozent) der Unternehmen die Emissionen aus bezogenen Waren und Services. Lediglich 27 Prozent ermitteln den CO₂-Ausstoß bei der Nutzung der von ihnen verkauften Produkte.

¹ Scope-3-Emissionen bestehen aus vor- und nachgelagerten Emissionen. Vorgelagerte Emissionen stammen aus indirekten Quellen in der Lieferkette eines Unternehmens, z. B. aus dem Einkauf von Waren und Services, dem Vertrieb oder Transport. Nachgelagerte Emissionen entstehen durch die Nutzung der verkauften Produkte und den Umgang mit ihnen am Ende ihres Lebenszyklus.



Die Gründe dafür liegen teils in mangelndem Vertrauen in die von den Unternehmen erhobenen Daten, denn diese beruhen häufig auf Branchenschätzungen oder wurden von Dritten erhoben. Ein weiterer Grund ist ein Mangel an Sachkenntnis auf dem Gebiet der CO₂-Bilanzierung. Viele Organisationen verfügen nicht über die Expertise und Erfahrung darin, wie man Emissionen misst und diese Daten zur Entscheidungsfindung nutzt.

Qualifizierung und Kooperation sind maßgeblich für Fortschritte

Intensive Zusammenarbeit im erweiterten Ökosystem ermöglicht Organisationen den Zugang zu verlässlichen Emissionsdaten. Nach eigenen Angaben beteiligen sich derzeit weniger als ein Drittel (32 Prozent) der Unternehmen an Initiativen für ein Datenökosystem, um Emissionsdaten mit externen Akteuren wie Nichtregierungsorganisationen, Wettbewerbern, Lieferanten und Kunden zu teilen. Nach Einschätzung der Studienautoren können Unternehmen Net Zero allerdings nur erreichen, wenn sie eng mit ihren Zulieferern zusammenarbeiten, um Emissionen besser zu erfassen und zu managen.

Die Studie von Capgemini unterstreicht auch die Notwendigkeit eines soliden Datenmanagements für Fortschritte bei der Dekarbonisierung. Es muss Unternehmen gestatten, Daten aus verschiedenen Quellen zu bündeln, zu konsolidieren und zu optimieren. Dazu ist es erforderlich, Verantwortlichkeiten für die Dekarbonisierung im gesamten Unternehmen festzulegen, klare CO₂-KPIs für die Business-Teams zu definieren und stärker in Fähigkeiten zur Bilanzierung der CO₂-Emissionen zu investieren.

Denn 67 Prozent der Unternehmen nannten den Mangel an Kenntnissen im Bereich der CO₂-Bilanzierung als eine der größten Herausforderungen bei der Emissionserfassung und -berichterstattung. Bisher investieren nur sehr wenige Unternehmen (7 Prozent) in die Sensibilisierung und Qualifizierung ihrer Mitarbeiter zum Thema Kohlendioxidemissionen. Dies zu ändern, könnte dazu beitragen, den Fachkräftemangel zu beheben.

Weitere Informationen sowie die Studie zum Download stehen [unter diesem Link](#) für Sie zur Verfügung.

Über Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Partner für Unternehmen bei der Steuerung und Transformation ihres Geschäfts durch den Einsatz von Technologie. Die Gruppe ist jeden Tag durch ihren Purpose angetrieben, die Entfaltung des menschlichen Potenzials durch Technologie zu fördern – für eine integrative und nachhaltige Zukunft. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste und diverse Organisation mit einem Team von über 350.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in mehr als 50 Ländern. Eine 55-jährige Unternehmensgeschichte und tiefgehendes Branchen-Know-how sind ausschlaggebend dafür, dass Kunden Capgemini das gesamte Spektrum ihrer Geschäftsanforderungen anvertrauen – von Strategie und Design bis hin zum Geschäftsbetrieb. Dabei setzt das Unternehmen auf die sich schnell weiterentwickelnden Innovationen in den Bereichen Cloud, Data, KI, Konnektivität, Software, Digital Engineering und Plattformen. Der Umsatz der Gruppe lag im Jahr 2021 bei 18 Milliarden Euro.

Get The Future You Want | www.capgemini.com/at-de

Über das Capgemini Research Institute

Das Capgemini Research Institute ist Capgeminis hauseigener Think-Tank in digitalen Angelegenheiten. Das Institut veröffentlicht Forschungsarbeiten über den Einfluss digitaler Technologien auf große Unternehmen. Das Team greift dabei auf das weltweite Netzwerk von Capgemini-Experten zurück und arbeitet eng mit akademischen und technologischen Partnern zusammen. Das Institut hat Forschungszentren in Indien, Singapur, Großbritannien, und den USA.

Besuchen Sie uns auf www.capgemini.com/researchinstitute

Capgemini ist Unterstützer der Climate Week NYC

Zur [Climate Week NYC](#) kommen Akteure aus der ganzen Welt zusammen, um herausragende Klimaschutzaktivitäten zu zeigen und darüber zu diskutieren, wie noch mehr erreicht werden kann. Organisiert wird die Climate Week NYC von der internationalen Non-Profit-Organisation [Climate Group](#) in Zusammenarbeit mit den Vereinten Nationen und der Stadt New York. Sie lädt in jedem Jahr Stimmen aus den verschiedensten Bereichen ein, über Klimaschutzmaßnahmen zu diskutieren und diese umzusetzen. Die Climate Week NYC ist mit über 500 Veranstaltungen, die im Rahmen des offiziellen Veranstaltungsprogramms mit den bedeutendsten Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik stattfinden, eines der größten jährlichen Klimagipfeltreffen ihrer Art.