

#365SUSTAINABILITY - WOCHE 36

KLIMANEUTRALITÄT IM BAUWESEN



Bilanzierungsgrenzen & CO₂-Fußabdruck

- Bilanzierungsgrenzen (Scope 1–3 nach GHG Protocol) definieren, was gezählt wird.
- Nur mit Transparenz über direkte & indirekte Emissionen lassen sich realistische Klimastrategien entwickeln.
- Gebäude müssen nicht nur Betrieb, sondern auch Bau- und Lieferkettenemissionen berücksichtigen.

In Bauprojekten machen „graue Emissionen“ aus Herstellung & Transport bis zu 50 % des Gesamtfußabdrucks aus – oft unterschätzt.



Vermeidung, Reduktion, Kompensation

- Vermeiden: emissionsarme Materialien, effiziente Planung.
- Reduzieren: optimierte Betriebsführung, erneuerbare Energien.
- Kompensieren: nur für unvermeidbare Restemissionen (z. B. zertifizierte Projekte).

Unternehmen, die Reduktion priorisieren und nur <10 % kompensieren, gelten in ESG-Ratings als besonders glaubwürdig.



Klimaziele: Unternehmen vs. Projektebene

- Unternehmensziele (Net-Zero bis 2040/2050) müssen mit Projektzielen harmonisieren.
- Einzelprojekte dienen als Pilot & Innovationslabor für größere Roadmaps.
- Transparenz über Zwischenziele ist entscheidend.

Insight: Laut UN Race to Zero legen erfolgreiche Unternehmen 5-Jahres-Zwischenziele statt nur Enddaten – das schafft Verbindlichkeit.



Klimaneutralität in Planung & Betrieb

- In der Planung: BIM-gestützte CO₂-Berechnungen, Materialpässe, Kreislaufdesign.
- Im Betrieb: Energiemanagementsysteme, Smart Metering, Optimierung von Nutzerverhalten.
- Monitoring & Reporting sichern kontinuierliche Verbesserung.

Gebäude mit aktiver Betriebsoptimierung sparen im Schnitt 15–25 % Energie, ohne zusätzliche Investitionen.



Langfristige Strategien & Roadmaps

- Roadmaps müssen konkrete Maßnahmen, Zeitpunkte & Verantwortlichkeiten enthalten.
- Kombination aus Quick Wins (z. B. Umstellung Strombezug) und langfristigen Hebeln (z. B. Sanierung, Kreislaufwirtschaft).
- Szenarienarbeit zeigt, wie unterschiedliche Entwicklungen (Politik, Technik, Marktpreise) wirken.

Unternehmen mit klarer Klimaroadmap werden laut EY-Studie 30 % häufiger von Investoren bevorzugt.



Kommunikation & Transparenz

- Stakeholder erwarten glaubwürdige, faktenbasierte Kommunikation.
- Greenwashing zerstört Vertrauen – belegbare Kennzahlen und externe Prüfungen schaffen Glaubwürdigkeit.
- Storytelling macht Erfolge sichtbar.

Firmen mit regelmäßigen, transparenten ESG-Reports erzielen bis zu 20 % höhere Markenresonanz.