



Christian und Yvonne Schwehm aus Oberursel haben sich nicht nur privat (Eltern von drei Kindern) schon viel mit ihrem eigenen CO₂-Fußabdruck beschäftigt, sondern machen das jetzt auch beruflich, mit dem Start-up Calcolution. FOTO: privat

Auf der Reise zu mehr Nachhaltigkeit - Start-ups

Christian Schwehm aus Oberursel hat eine Formel erfunden, die vieles verändern könnte. Das Besondere seiner Formel sei, dass diese die CO₂-Emissionen gewichtet. Schwehm hat die Hoffnung, etwas zu verändern, mit der Gründung des Start-ups „Calcolution“ im Jahr 2022 gemeinsam mit seiner Frau Yvonne verbunden. Mit dem „Stakeholder Carbon Footprint“ (SCF) haben sie eine Methodik entworfen, die etwas mit dem CO₂-Fußabdruck jedes Menschen zu tun hat. Ihr SCF soll es ermöglichen, auch die „externen Effekte“, nämlich den Geld- und den Handabdruck, den jeder erzeugt, zu berücksichtigen. Ziel ist es, die Emissionen aller klimarelevanten Aktivitäten verursachergerecht aufzuteilen. „Dies ermöglicht Unternehmen, Organisationen, Investoren und Endverbrauchern die ganzheitliche Betrachtung des eigenen finanziellen und gesellschaftlichen Einflusses auf das Klima. Dadurch soll eine Priorisierung der Maßnahmen in den wichtigsten Handlungsfeldern erleichtert werden, um schneller vom Reden ins Handeln zu kommen“, sagt Christian Schwehm.

Zu Beginn stand die erfolgreiche Umsetzung des Pilotprojektes für die „abat AG“ (SAP-Dienstleister und Softwareentwickler aus Bremen) und „ESG Portfolio Management“ (Vermögensverwalter mit Sitz in Frankfurt). Der Stakeholder Carbon Footprint der beiden Unternehmen wurde in Kooperation mit dem VfU (Netzwerk von Sustainable Finance Professionals), dem Lehrstuhl Finanzwirtschaft der Universität Göttingen und dem B.A.U.M. e.V., dem größten und ältesten Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften ermittelt. Das Pilotprojekt diente zugleich als „Proof of Concept“ (Machbarkeitsnachweis). Ziel ist nun, die Konzepte in verschiedenen „Best Practice Clubs“ auf Branchenebene in die Tat umzusetzen. Dort sollen Verbände und Unternehmen gemeinsam mit Mitgliedern oder Partnern den „Stakeholder Carbon Footprint“ erarbeiten, vergleichen und dabei die Kooperation stärken.

Alle Emissionen werden berücksichtigt

Hierfür baut Calcolution auf die bestehenden Partnerschaften. „Mit einem Klimaklub Hamburg möchten wir den Ansatz am Gründungsort von B.A.U.M. pilotieren“, erklärt die Vorsitzende Yvonne Zwick die Partnerschaft. „Der Ansatz von Calcolution überzeugt, weil sämtliche heute in der Atmosphäre wirksamen Emissionen einbezogen werden - auch die vergangenen und die der öffentlichen Infrastruktur. Zugleich stärkt er die Handlungskompetenz und macht wirksame Initiativen sichtbar.“ Calcolution führt derzeit Gespräche mit möglichen Pilotkunden - einzelnen Kommunen, Mobilitätsunternehmen wie dem RMV, Hessen Mobil, der ESA oder der Autobahn AG, aber auch verschiedenen Finanzdienstleistern, für die gerade die Messung der finanzierten Emissionen immer wichtiger wird. Aber warum sollten Unternehmen mitmachen? Weil die EU-Gesetzgebung besagt, dass Unternehmen ihre CO₂-Emissionen ab dem kommenden Jahr viel transparenter machen müssen, Stichwort „Corporate Social Responsibility“ (CSR). Darunter ist die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens zu verstehen.

Eine neue EU-Richtlinie zur Unternehmens-Nachhaltigkeitsberichterstattung (sie heißt „Corporate Sustainability Reporting Directive, kurz CSRD“) ist am 5. Januar 2023 in Kraft getreten. Die neuen Vorschriften müssen- je nach Unternehmensgröße- ab dem 1. Januar dieses Jahres von den Unternehmen umgesetzt werden, erläutert Schwehm.

Unternehmen müssen Farbe bekennen

„Das betrifft insgesamt 50 000 Unternehmen in Europa, die sukzessive eine eigene Nachhaltigkeitsberichterstattung vorlegen müssen“, ergänzt er. Größere Unternehmen früher, nämlich bereits Anfang 2025 für das Berichtsjahr 2024, kleinere haben Zeit bis 2029. Und genau dieses Reporting ist der Grundstein für die Umsetzung einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitstransformation. Worum geht es? „Die Unternehmen müssen anfangen, ehrlich zu sein und richtige Zahlen angeben“, sagt Yvonne Schwehm. Das sei zugleich der Grund, warum viele Unternehmungen Hemmungen haben, sie anzusprechen; keiner will aus der Deckung kommen beim Thema CO₂-Emissionen. Dabei seien diese zum Beispiel in der Dienstleistungsbranche gut vergleichbar, ein Austausch untereinander wäre also ein Gewinn für einzelne Unternehmen.

„Aber was ist überhaupt eine richtige Zahl? Jetzt sind die Berichte der Unternehmen darüber kaum vergleichbar“, sagt Christian Schwehm. Genau das solle aber mit der CSRD anders, also die Zahlen vergleichbar werden. Viele Unternehmen haben bereits angefangen Daten zu sammeln, jetzt geht es um eine transparente Diskussion und die gemeinsame Umsetzung von Maßnahmen, denn das Reporting alleine helfe dem Klima nicht. Ein Konzept des Stakeholder Carbon Footprint unterscheidet sich wesentlich von einem „klassischen“ Fußabdruck nach dem „Greenhouse Gas Protocol“, so Schwehm. Calculation betrachte wie erwähnt neben dem Fuß- auch den Geld- und Handabdruck. Seiner Meinung nach ist Letzterer der wichtigste.

„Der Geldabdruck misst den klimawirksamen Einfluss der Kapitalanlagen und Spenden eines Stakeholders. Der Handabdruck bewertet Verbesserungen anderer durch Innovationen oder Verhaltensänderungen in Folge von Überzeugungsarbeit der handelnden Akteure“, erläutert der Unternehmer. „Eine getrennte, transparente Darstellung über aussagekräftige Kennzahlen ist eine exzellente Diskussionsgrundlage auf der Reise zu mehr Nachhaltigkeit.“

Wie geht das Start-up denn vor? Zunächst steht eine qualitative Bewertung der Aktivitäten eines Unternehmens im Vordergrund. Hierbei werden die Emissionshöhe und der eigene Einfluss mit Hilfe von Fragebögen ermittelt. So wird ein gemeinsames Verständnis festgelegt, dass dann auch mit Kunden, Partnern oder Investoren verfeinert werden kann. Nur für die relevanten Bereiche werden anschließend genaue Daten erhoben, dies spart Zeit und lenkt den Fokus auf das Wesentliche.

„Im ersten Schritt müssen wir die Ziele des Unternehmens definieren, wie viel Zeit und Geld es für die Umsetzung zur Verfügung stellt, wobei die Zeit am wichtigsten ist“, sagt Schwehm.

„Einer im Unternehmen muss den Hut aufhaben, mit ihm entwickeln wir die Strategie gemeinsam.“

Die Reise wird nicht nach einem Jahr beendet sein, aber dann hat man bereits ein erstes Feedback der Mitarbeiter und das Unternehmen kann sich stetig weiter verbessern.“

