

Marktforschungsstudie zum freiwilligen Kohlenstoffmarkt

Abschätzung zur Kaufbereitschaft für
Waldprojekte in Deutschland

November 2023

gutes säen



rentenbank

Inhaltsverzeichnis

Kurzzusammenfassung	03		
Quellenverzeichnis	24		
		1. Hintergrund zur Durchführung der Studie	05
		1.1 Einführung	05
		1.2 Der freiwillige Kohlenstoffmarkt (VCM)	06
		1.3 Ziele der Marktforschungsstudie	07
		2. Methodik der Studie	08
		2.1 Stichprobeninformationen	08
		3. Status quo - Der VCM in Deutschland	09
		3.1 Erfahrung der Unternehmen	09
		3.2 Einschätzung der aktuellen Lage des VCM	10
		3.3 Bisherige und prognostizierte Engagements	11
		4. Projektstandort als Einflussfaktor auf die Kaufbereitschaft	13
		4.1 Präferierte Projektstandorte	13
		4.2 Zahlungsbereitschaft für Waldprojekte in Deutschland	15
		5. Herausforderungen und Chancen im VCM	16
		5.1 Problematik der doppelten Inanspruchnahme	16
		5.2 Attraktivität alternativer Claims & Projektpartnerschaften	16
		5.3 Kaufbereitschaft für Projektpartnerschaften und Treffen von Kaufentscheidungen	17
		5.4 Digitale Plattform	18
		6. Ausblick	21

Kurzzusammenfassung

39%

der befragten Unternehmen schätzen den Projektstandort Deutschland für Waldprojekte als besonders attraktiv ein

20–29€

beträgt die Zahlungsbereitschaft pro Tonne CO₂-Äquivalent im Mittel, wobei ein breites Spektrum der Angaben beobachtet wird

Der Klimawandel, bedingt durch den hohen Ausstoß von Treibhausgasemissionen, stellt die Weltgemeinschaft zunehmend vor große Herausforderungen. Im Mittelpunkt der Agenda der Europäischen Union steht das Ziel, bis 2050 Klimaneutralität zu erreichen. Deutschland hat sich hierzu bereits bis zum Jahr 2045 verpflichtet. Neben den Bemühungen zur Dekarbonisierung stellt das Engagement von Unternehmen auf dem freiwilligen Kohlenstoffmarkt (Voluntary Carbon Market, kurz VCM) ein relevantes Instrument zur Zielerreichung dar. Durch den VCM wird es allen Unternehmen ermöglicht, Beiträge zur Erreichung der globalen und nationalen Klimaziele außerhalb der Wertschöpfungsketten zu leisten. Bisher lagen jedoch keine repräsentativen Daten vor, die Hinweise zur aktuellen und zukünftig zu erwartenden Kaufbereitschaft von Unternehmen in Deutschland auf dem VCM liefern. Bedingt durch den staatlichen Auftrag der Landwirtschaftlichen Rentenbank zur Förderung des agrarbezogenen Umweltschutzes und Unterstützung des ländlichen Raums wurde daher eine Marktforschungsstudie durchgeführt.

Das Ziel der Studie ist die Schaffung einer Marktübersicht sowie die Analyse von Herausforderungen und Chancen, die sich auf dem freiwilligen Kohlenstoffmarkt (VCM) für Unternehmen ergeben. Darüber hinaus werden Lösungsmöglichkeiten aus Sicht der befragten Unternehmen erörtert.



Dazu wurden 134 Unternehmen in Deutschland bezüglich ihres Engagements auf dem VCM befragt. Rund 15%, vornehmlich Konzerne und größere Unternehmen, gaben an, bereits am VCM aktiv zu sein. Weitere 23% der befragten Unternehmen planen eine Teilnahme im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsambitionen innerhalb der nächsten drei Jahre. Die Befragung zeigte, dass Unternehmen eine Reihe von kritischen Aspekten und Risiken im VCM bekannt ist und diese als relevant eingestuft werden. Dazu zählt die Unübersichtlichkeit des Angebots, der Wunsch einer Nutzung von Kohlenstoffzertifikaten zur Kompensation, die Gefahren der doppelten Inanspruchnahme der Klimaleistung sowie etwaige Reputationsrisiken aufgrund mangelnder Projektqualität.



Über den VCM werden vor allem Waldprojekte (z.B. Aufforstungen) oder Projekte für Erneuerbare Energien unterstützt.

Kurzzusammenfassung

Die befragten Unternehmen erwarten, dass sie sich zukünftig über alle Projekttypen hinweg verstärkt engagieren werden. Gleichmaßen zeichnet sich ab, dass in Deutschland umgesetzte Projekte von den Befragten bevorzugt werden. Die Zahlungsbereitschaft pro Tonne CO₂-Äquivalent (CO₂e) variiert diesbezüglich stark. Dabei liegt sie im Mittel bei 20 bis 29 Euro, teilweise auch bei mehr als 40 Euro. Unternehmen mit Erfahrung im VCM zeigen tendenziell eine höhere Zahlungsbereitschaft als Marktneulinge. Verlässliche Qualitätsstandards und hinreichende Transparenz stellen aus Sicht der befragten Unternehmen wichtige Kriterien für die Teilnahme am VCM dar.

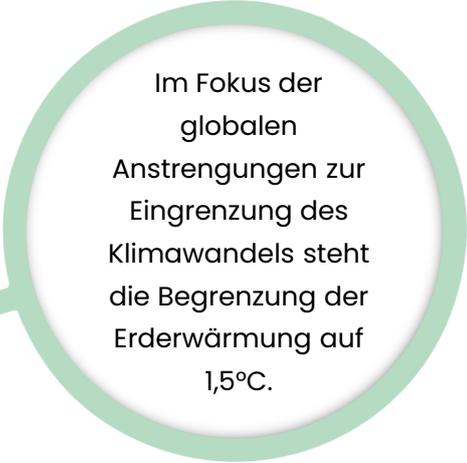
Aktuell erfolgt der Kontakt von Unternehmen zu Klimaschutzprojekten primär über persönliche Netzwerke. Eine digitale Plattform wird bisher nicht genutzt. Jedoch geben mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen an, sich auf digitalen Plattformen für das Treffen einer Kaufentscheidung informieren zu wollen. Besonders häufig wird dieser Wunsch in der Gruppe der Marktneulinge geäußert. Aufgrund dessen, sowie der erwähnten unzureichenden Transparenz des VCMs, zeichnet sich ein hoher Bedarf nach einer digitalen Plattform ab.



1. Hintergrund zur Durchführung der Studie

1.1 Einführung

Der Klimawandel und dessen Folgen stellt die Weltgemeinschaft vor eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Extremwetterereignisse, wie Überschwemmungen oder anhaltende Dürren, sind nur ein kleiner Ausschnitt der allgegenwärtig zu beobachtenden negativen Folgen. Auch der Verlust der Artenvielfalt ist damit untrennbar verbunden und zugleich Treiber weiterer negativer Auswirkungen für Mensch, Natur und Wirtschaft.



Im Fokus der globalen Anstrengungen zur Eingrenzung des Klimawandels steht die Begrenzung der Erderwärmung auf 1,5°C.

Dabei stellt der EU Green Deal^[1], als Maßnahmenpaket zur Erreichung der Klimaziele der EU bis 2050, den Grundstein für die politische Agenda der EU-Mitgliedstaaten dar. Die darin beschlossenen Maßnahmen sollen die Europäische Union zum ersten klimaneutralen Kontinent führen.

Die Minderung des Ausstoßes von Treibhausgasen stellt darin einen der Kernpunkte dar. Im Klimaschutz besitzt die Vermeidung und Begrenzung von Treibhausgasemissionen oberste Priorität. Es gilt, zunächst am Entstehungsort der Emissionen anzusetzen, und eine Dekarbonisierung insbesondere auch von Unternehmensaktivitäten voranzutreiben. Die Brisanz der Klimakrise hat auch aufgrund weiterwachsender öffentlicher Aufmerksamkeit sowie der Erwartungshaltung von Investoren und Kunden Einzug in die Führungsebenen und strategischen Ziele von Unternehmen erhalten. Dabei treiben freiwillige Rahmenwerke, wie das der Science Based Target Initiative^[2] (SBTi), die Fokussierung auf die Dekarbonisierung der Wertschöpfungsketten voran.



Der EU Green Deal ist der strategische Rahmen der Europäischen Kommission mit dem Ziel, die Klimaneutralität der Europäischen Union bis zum Jahr 2050 zu erreichen^[1]. Hierfür werden u.a. ordnungspolitische Maßnahmen formuliert und operativ umgesetzt. Dazu zählt beispielsweise die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), die eine Vielzahl von Unternehmen zur Berichterstattung der eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen verpflichtet^[3].

1. Hintergrund zur Durchführung der Studie

1.2 Der freiwillige Kohlenstoffmarkt (VCM)

Auch über die Grenzen der eigenen Geschäftstätigkeiten hinaus wollen Unternehmen verstärkt Verantwortung für ihren Einfluss auf Natur und Umwelt übernehmen. Die finanzielle Unterstützung von Klimaprojekten über den VCM bietet Unternehmen die Möglichkeit, sich an der Eingrenzung des Klimawandels zu beteiligen. Der VCM ist hierbei abzugrenzen vom verpflichtenden Kohlenstoffmarkt.

Der verpflichtende Markt (Compliance-Markt), wie beispielsweise der EU-ETS^[4], ist ein durch politische Rahmenwerke geschaffenes Instrument zur Regulierung des Emissionsausstoßes.

Der VCM bietet dagegen allen Unternehmen, Institutionen und Einzelpersonen die Möglichkeit, Kohlenstoffzertifikate auf freiwilliger Basis zu erwerben. Aktuell ist der VCM weitgehend unreguliert. Dennoch haben sich auf globaler Ebene allgemeine Qualitätsanforderungen für Kohlenstoffzertifikate entwickelt. Dazu zählen beispielsweise Additionalität, der Ausschluss von Verlagerungseffekten und die Permanenz der CO₂-Speicherung^[5]. Auch haben sich in der Vergangenheit allgemein anerkannte Qualitätsstandards für Kohlenstoffzertifikate etabliert, zum Beispiel der Verified Carbon Standard^[6] oder der Gold Standard^[7].

Bei der Auswahl von Projekttypen stehen Unternehmen vielfältige Optionen auf dem VCM zur Verfügung. Projekte zur Etablierung von erneuerbaren Energien (bspw. Solar- und Wasserkraft) sind seit jeher der meistverbreitete Projekttyp, jedoch gewinnen Projekte aus dem Bereich naturbasierter Lösungen zunehmend an Relevanz^[8]. Naturbasierte Projekte streben die Sequestrierung von CO₂ aus der Atmosphäre sowie die Vermeidung von Treibhausgasemissionen an. Gleichzeitig wird dabei der Erhalt von biologischer Vielfalt oder die Anpassung von Landschaften an die prognostizierten Klimaveränderungen anvisiert^[9]. Beispielhaft fallen darunter REDD+ Projekte^[10], welche den Schutz von Wäldern als Kohlenstoffsенке zum Ziel haben. Naturbasierte Waldprojekte in Deutschland sind bislang vor allem Erst- oder Wiederaufforstungen von Wäldern.

Gegenwärtig stehen **Waldprojekten in Deutschland**, die über den VCM finanziert werden, regulatorische Herausforderungen gegenüber. Unter der Klimarahmenkonvention sind alle Länder, so auch Deutschland, verpflichtet regelmäßig eine Klimabilanz zu erstellen. So wird beispielsweise eine Erhöhung der Speicherkapazität durch eine Neupflanzung von Wäldern den Klimazielen der Bundesregierung zugeschrieben. Eine Beanspruchung der CO₂-Senkenleistung durch ein Unternehmen führt zu einer doppelten Inanspruchnahme.

1. Hintergrund zur Durchführung der Studie

1.3 Ziele der Marktforschungsstudie

Projekte mit Standort Deutschland sind auf dem VCM bis heute kaum vertreten, obwohl laut einer Studie des Umweltbundesamtes Interesse an Kohlenstoffzertifikaten aus Deutschland zu existieren scheint^[11]. Bislang ist jedoch die Bereitschaft von Unternehmen zu freiwilligen Klimaengagements und die Zahlungsbereitschaft für einzelne Projekte (meist ausgedrückt in Tonnen CO₂-Äquivalente) auf Basis vorheriger Studien nicht repräsentativ einschätzbar gewesen.

Mit der **WALD Initiative**^[12] möchte sich die Landwirtschaftliche Rentenbank in Kooperation mit der KfW für eine stärkere Mobilisierung privater Mittel zum Erhalt und der Erweiterung natürlicher CO₂-Senken einsetzen. Durch die geplante Honorierung von Ökosystemleistungen^[13] steht die Initiative in Einklang mit internationalen Zielen und Übereinkünften wie dem Pariser Klimaabkommen, dem EU Green Deal und der Montrealer Rahmenübereinkunft für Biodiversität. Die Überlegung der Initiative ist die Hypothese, dass eine Mobilisierung von privaten Investitionen zur Aufrechterhaltung und Wiederherstellung von Ökosystemen wichtig ist. Hierbei stehen die Ökosystemleistungen des Waldes im Vordergrund. Neben der Bereitschaft der Projektentwickelnden (z.B. Waldbesitzende) ist vor allem auch eine Kaufbereitschaft der Unternehmen gefragt.

Um mehr über die Beweggründe und Präferenzen von Unternehmen in Deutsch-

land im Hinblick auf die Kaufbereitschaft im VCM zu erfahren, wurde eine Marktforschungsstudie durchgeführt. In der Untersuchung wird analysiert, welche Herausforderungen im VCM für in Deutschland tätige Unternehmen bestehen. Zusätzlich werden Lösungsansätze eingeordnet, wie beispielsweise die Verwendung von alternativen Kommunikationsmöglichkeiten der unternehmerischen Klimaengagements. Dabei wird die Einschätzung der Unternehmen zum Contribution Claim^[11,19] als Alternative zu klassischer Kompensation untersucht. Ebenfalls wird die Kaufbereitschaft für Projekte mit dem Fokus auf Ökosystemleistungen analysiert. Die Ergebnisse und daraus gewonnene Erkenntnisse sind auf den folgenden Seiten dargestellt.



2. Methodik der Studie

2.1 Stichprobeninformationen

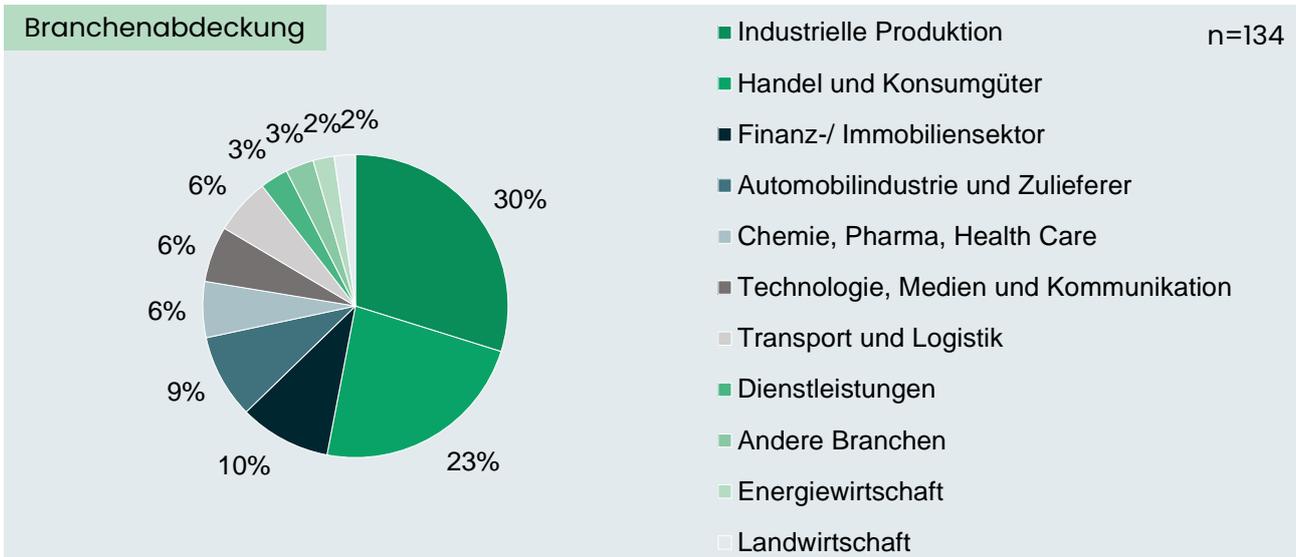


Abb. 1: Branchenzugehörigkeit der befragten Unternehmen

Im Frühjahr 2023 sind 134 Unternehmen in Deutschland über eine computergestützte telefonische Umfrage (CATI) zu ihren Aktivitäten und zum Meinungsbild im Zusammenhang mit dem VCM befragt worden. Mithilfe einer geschichteten Zufallsauswahl wurden Unternehmen der bundesweiten Privatwirtschaft befragt, wobei Behörden und kommunale Unternehmen nicht inkludiert wurden. Durchgeführt wurde die Untersuchung über alle deutschen Branchen hinweg (Abb. 1). Mithilfe einer Quotierung der Stichprobe (Abb. 2) sollte erreicht werden, dass umsatz- und mitarbeiterstarke Unternehmen bewusst stärker repräsentiert werden. Grund hierfür ist die Annahme, dass freiwilliges Engagement für den Klimaschutz insbesondere bei größeren Unternehmen Interesse findet.

Der Anteil der befragten Unternehmen mit einer Größe von 50 bis 500 Mitarbeitenden beträgt 28%. Unternehmen mit einer Größe von 500 bis 2000 Mitarbeitenden machen 48% und Unternehmen mit mehr als 2000 Mitarbeitenden 24% der Stichprobe aus. Der mehrheitliche Anteil der Befragten (63%) war für den Unternehmensbereich Nachhaltigkeit zuständig. Ebenfalls sind Mitarbeitende aus der Unternehmensleitung oder Strategie (19%) sowie aus anderen Bereichen (18%) des Unternehmens angesprochen worden.

Zielgruppe im Unternehmen
Nachhaltigkeitsverantwortliche

134 Interviews
122 telefonisch gestützt und 12 online

Quotierte Stichprobe

Mindestgröße der befragten Unternehmen: ≥ 50 Mitarbeitende

Ziel: mind. 35% Unternehmen mit ≥ 500 Mitarbeitenden

Abb. 2: Zielgruppe der Marktforschungsstudie

3. Status quo – Der VCM in Deutschland

3.1 Erfahrung der Unternehmen

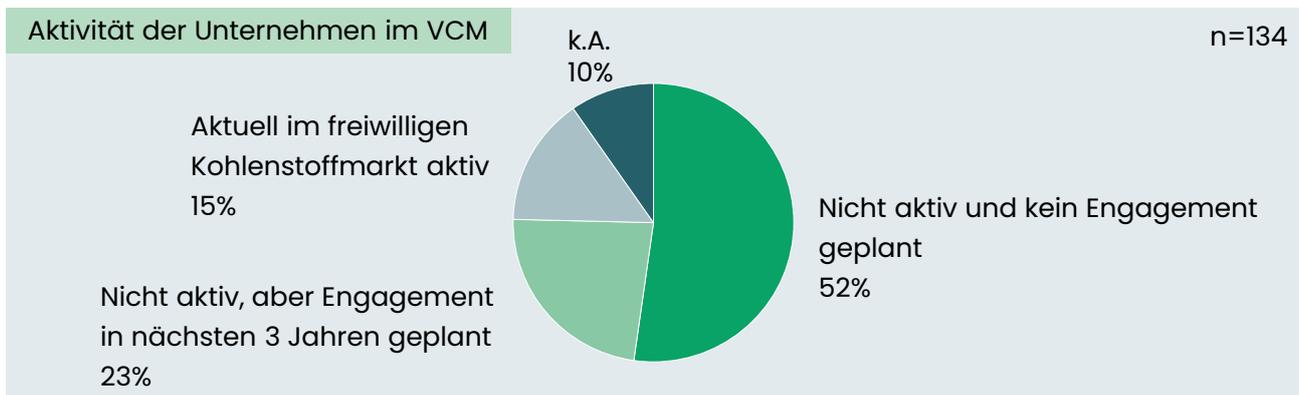


Abb. 3: Berührungspunkte der befragten Unternehmen mit dem VCM

Zunächst wurden die 134 Teilnehmenden zu ihren Präferenzen bei der Kaufentscheidung von Kohlenstoffzertifikaten auf dem VCM befragt. Dabei gaben 15% der befragten Unternehmen an, sich zum Zeitpunkt der Befragung bereits aktiv auf dem VCM zu engagieren. Während 23% der befragten Unternehmen ein Engagement innerhalb der nächsten drei Jahre plant, ist dies bei über der Hälfte der Befragten aktuell nicht vorgesehen (Abb. 3). Die erworbene Anzahl von Zertifikaten der heute bereits im Markt aktiven Unternehmen (15%) stellt im Durchschnitt einen Anteil von 45% ihrer ausgestoßenen Emissionen dar.

Generell bevorzugen 41% der Befragten den Kauf von Ex-Post Zertifikaten, welche erst nach einer bereits stattgefundenen und verifizierten Emissionsreduktion ausgegeben werden. Dem gegenüber stehen Ex-Ante Zertifikate, die im Vorfeld einer tatsächlichen Emissionsminderung ausgestellt werden. Ex-Ante Zertifikate stellen lediglich eine Prognose der zu erwartenden Klimawirkungen dar. Die Studie zeigt, dass 19% der befragten Unternehmen Ex-Ante Zertifikate favorisieren. Die verbleibenden Interviewten gaben keine Präferenz an (Abb. 4).

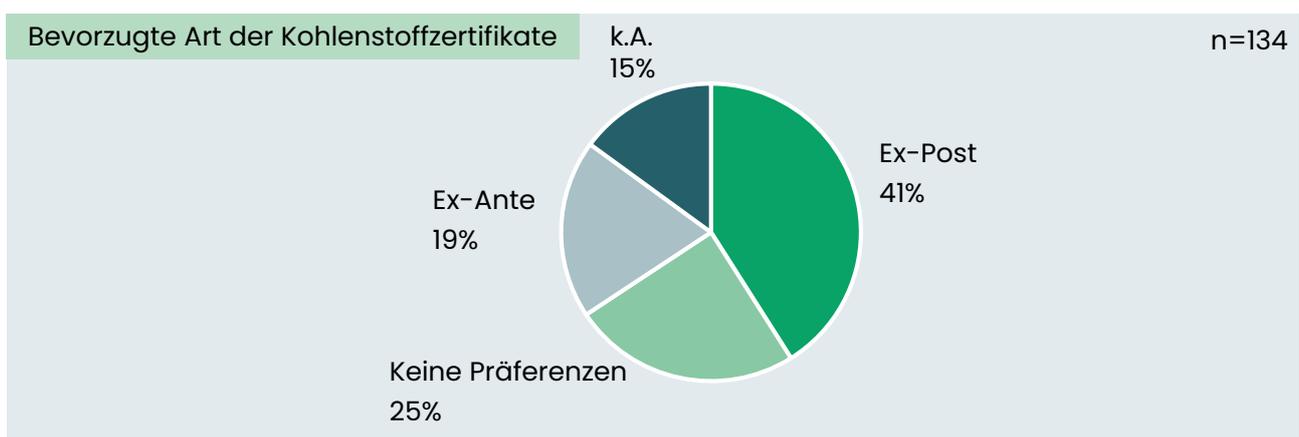


Abb. 4: Präferenz für Zertifikatstypen bei der Auswahl von Projekten im VCM

3. Status quo – Der VCM in Deutschland

3.2 Einschätzung der aktuellen Lage des VCM

Die Unternehmen wurden zudem bezüglich ihrer generellen Einschätzung zum VCM befragt. Dazu wurden den Teilnehmern Aussagen aus den Vorgesprächen genannt, die

auf einer Skala von eins („trifft gar nicht zu“) bis zehn („trifft zu“) eingeordnet werden sollten.

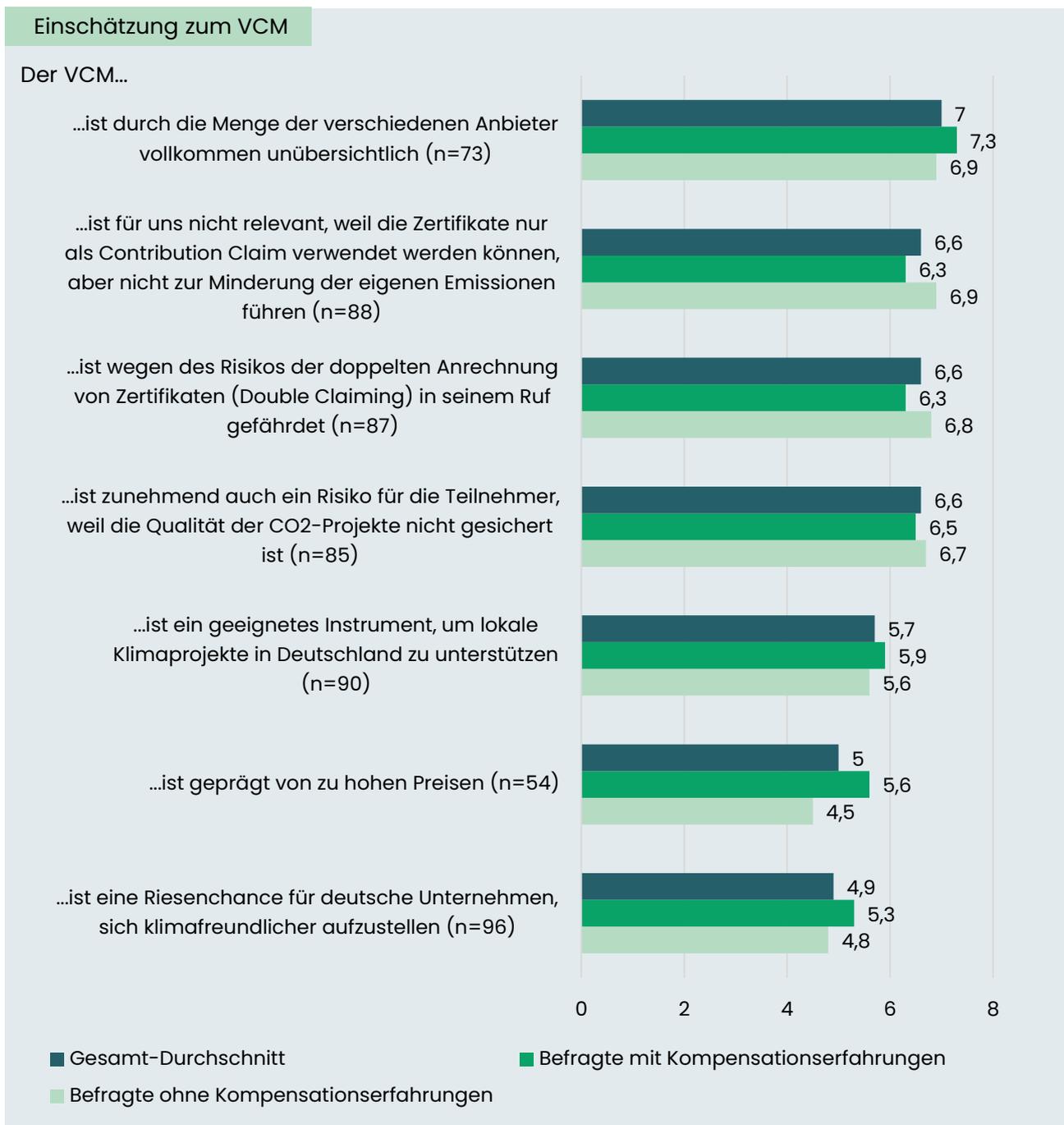


Abb. 5: Einordnung der befragten Unternehmen zur aktuellen Situation des VCM (10=trifft zu, 0=trifft gar nicht zu)

3. Status quo – Der VCM in Deutschland

3.2 Einschätzung der aktuellen Lage des VCM

Auf Grundlage der Studienergebnisse lässt sich ableiten, dass eine Reihe von kritischen Aspekten und Risiken von Unternehmen erkannt und als relevant bewertet werden. Dies lässt sich daran erkennen, dass Aussagen wie die Unübersichtlichkeit der Anbieter, die fehlende Anrechenbarkeit auf die eigenen Emissionen sowie Risiken bezüglich der Projektqualität und einer doppelten Inanspruchnahme der Klimaleistung, hier insbesondere auf Seiten der Neulinge, als eher zutreffend bewertet werden (Abb. 5).

Der Aussage, den VCM als Chance zu sehen, sich klimafreundlicher zu positio-

nieren stehen die befragten Unternehmen uneins gegenüber. Gleichmaßen wird auf die Frage hin, ob der VCM ein geeignetes Instrument zur Unterstützung des lokalen Klimaschutz in Deutschland sei, keine eindeutige Antwort gegeben. Zu betonen ist, dass der Projektqualität von den Befragten grundsätzlich ein hoher Stellenwert beigegeben wird. Daraus lässt sich eine große Chance ableiten, um mit der Sicherstellung hoher Qualitätsstandards sowie dem Vermeiden von Mehrfachnutzungen die Kaufbereitschaft von Unternehmen erhöhen zu können.

3.3 Bisherige und prognostizierte Engagements

Weiterhin wurden die auf dem VCM aktiven Unternehmen zu ihren Präferenzen bei der Wahl eines Projekttyps befragt (Abb. 6). Es wurde nach Engagements der nachfolgenden drei Projekttypen unterschieden:



Waldprojekte, zum Schutz oder zur Wiederbewaldung von Waldflächen



Erneuerbare Energien wie Solar, Biogas, Wind- und Wasserkraft



Sonstige Projekte, z.B. innovative Klimaschutztechnologien wie CCS^[14]

Bedacht werden muss, dass es sich dabei um eine sehr kleine Stichprobe (n=20) handelt. Dennoch zeigt sich, dass Zertifikate aus Projekten für erneuerbare Energien und Wald die Mehrheit des Gesamtangebots darstellen, obwohl eine Vielzahl weiterer Projekttypen im VCM verfügbar ist^[9]. Analog zur Angebotssituation im VCM sind unter den Marktteilnehmern sowohl Projekte rund um das Thema Wald als auch bezüglich erneuerbaren Energien besonders gefragt. Drei von vier Marktteilnehmenden kaufen Zertifikate dieser Projekttypen. Zertifikate aus sonstigen Projekten werden lediglich von 20% der Befragten gewählt.

3. Status quo – Der VCM in Deutschland

3.3 Bisherige und prognostizierte Engagements

Die Mehrheit der Befragten prognostiziert innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre eine Zunahme ihres Engagements über alle Projekttypen hinweg. Eine besonders deut-

liche Ausweitung des eigenen Engagements wird insgesamt bezüglich Projekten für erneuerbare Energien erwartet (Abb. 6).

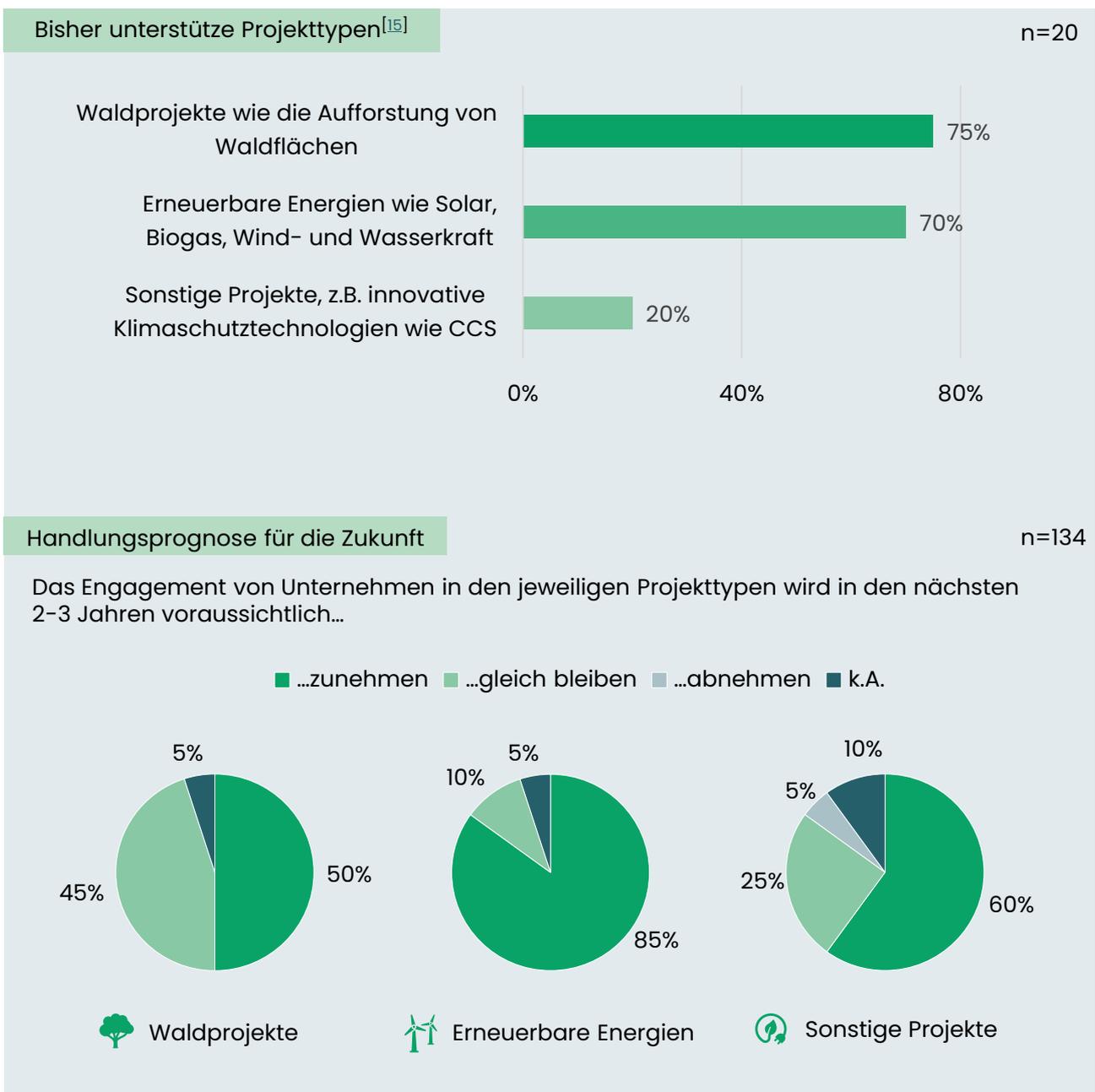


Abb. 6: Aktuell von den befragten Unternehmen unterstützte Projekttypen und Einschätzung des zukünftigen Engagements

4. Projektstandort als Einflussfaktor auf die Kaufbereitschaft

4.1 Präferierte Projektstandorte

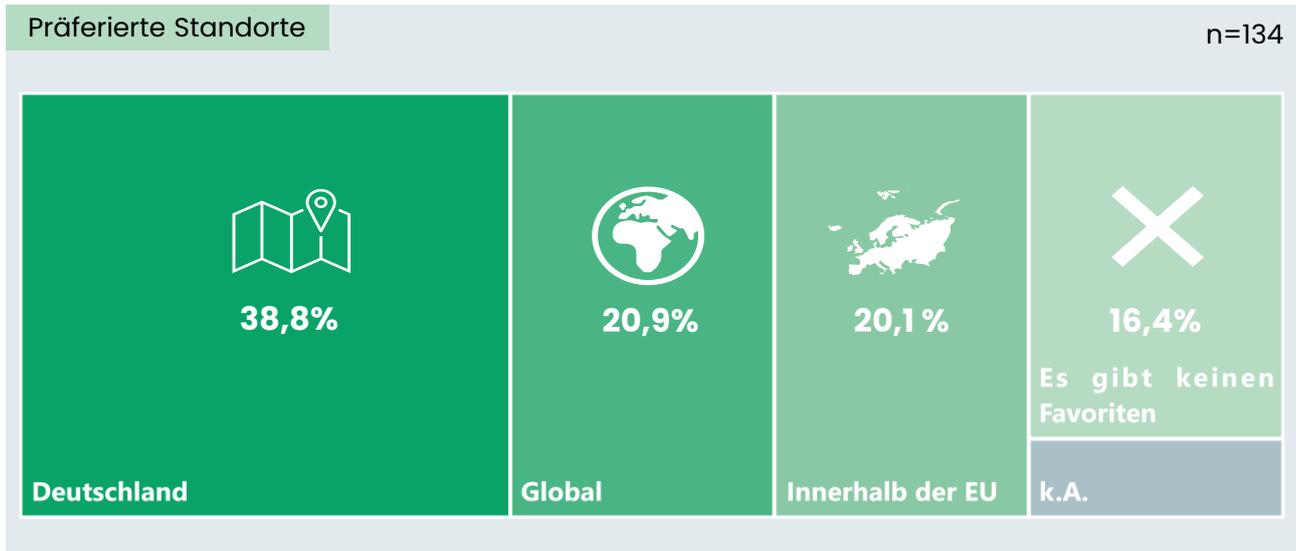


Abb. 7: Favorisierte Standorte für Waldprojekte im VCM

Im Rahmen der durchgeführten Studie wurden Unternehmen in Deutschland hinsichtlich der Attraktivität unterschiedlicher Projektstandorte für zukünftige Unterstützungen von Waldprojekten befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass ca. 39% der Befragten den Projektstandort Deutschland als besonders attraktiv einschätzen (Abb. 7). Standorte innerhalb der EU und im globalen Raum werden vergleichsweise weniger stark favorisiert^[16]. Mit 16% hat ein nicht unerheblicher Teil der Befragten keine Präferenz für einen bestimmten Standort.

Im Folgenden werden die individuellen Aussagen einzelner Teilnehmer aus den offen gestellten Frage zur Begründung ihrer Standortpräferenz zusammengefasst. Nach Angabe der Befragten stehe der Standort Deutschland in Zusammenhang mit einer besseren Überprüfbarkeit der Waldprojekte, Transparenz und Zuverlässigkeit.

Die bessere Überprüfbarkeit wird hierbei u.a. aufgrund eigens durchführbarer Kontrollen der Projekte beschrieben. Ähnliche Vorteile sehen die Befragten zudem bei Projekten, die innerhalb der EU realisiert werden. Ein weiterer Aspekt stellt das mit dem Projektstandort assoziierte Reputationsrisiko dar. Hintergrund dessen ist, dass derzeit öffentlich Kritik an Waldschutzprojekten (REDD+) im VCM geübt wird, welche global angesiedelt sind^[17].

„Wir wollen die Unternehmen der Lieferkette mit einbeziehen und wir möchten die Projekte selbst kontrollieren, das geht in Deutschland besser.“

4. Projektstandort als Einflussfaktor auf die Kaufbereitschaft

4.1 Präferierte Projektstandorte

Projekte in Deutschland haben aus Sicht eines Teils der Befragten den Vorteil, dass sie in der Nähe des Firmensitzes angesiedelt sind. Hierbei stellt u.a. die persönliche Identifikation mit der Region ein Attraktivitätsmerkmal dar.

Ein weiterer positiver Faktor für die Wahl des Projektstandorts Deutschland liegt nach Aussage einzelner Interviewter in der Förderung und Unterstützung der Unternehmensregion. Den Stellungnahmen zufolge ist einzelnen Unternehmen das hohe Ausmaß gegenwärtiger Waldschädigungen durch Trockenheit und Hitzewellen in Deutschland bekannt. Ein Potential wird darin gesehen, durch die finanzielle Mithilfe etwa bei Wiederaufforstungen den Zustand des Waldes in Deutschland aktiv zu verbessern. Von einigen Befragten wird ein Vorteil in der Steigerung des Unternehmensimages aufgeführt.



“Waldschäden in Deutschland zu beheben ist uns ein Anliegen, da in unserer Region massive Schäden vorliegen.”



Den genannten Merkmalen für Projekte in Deutschland stehen nach Aussagen der Befragten andere Aspekte entgegen.

Verwiesen wird zum Beispiel auf zu hohe Kosten der Kohlenstoffzertifikate aus deutschen Waldprojekten. Darüber hinaus sieht es ein Teil der Befragten als Problem an, dass sich Zertifikate aus dem deutschen Wald aufgrund der Problematik der mehrfachen Nutzung der Klimaleistung nicht im Rahmen von Aussagen zur Klimaneutralität verwenden lassen.

Auf Nachfrage zu internationalen Waldprojekten außerhalb der EU werden die geringeren Kosten als Attraktivitätsmerkmal wahrgenommen. Von international agierenden Unternehmen wird auch eine regionale Verknüpfung mit dem Herkunftsort der bezogenen Rohstoffe hergestellt. Über die Unterstützung von Projektaktivitäten am Entstehungsort der Emissionen lässt sich Verantwortung direkter übernehmen.



“Unsere Rohwaren stammen aus Brasilien, daher findet der Impact dort statt und unser Engagement konzentriert sich dort.”



Zudem wurde unter anderem angegeben, dass bei globalen Projekten auch soziale Aspekte eine Rolle spielen, um neben der Klimaleistung weitere positive Effekte zu fördern.

4. Projektstandort als Einflussfaktor auf die Kaufbereitschaft

4.2 Zahlungsbereitschaft für Waldprojekte in Deutschland

Neben den Attraktivitätsmerkmalen für die Projektstandorte wurden alle Teilnehmer bezüglich ihrer Zahlungsbereitschaft für Kohlenstoffzertifikate aus Waldprojekten in Deutschland befragt. Bei der Differenzierung der Befragten in "Neulinge" und "Kompensierende"^[18] zeigt sich, dass die Zahlungsbereitschaft bei den Kompensierenden tendenziell höher ist als bei Neulingen. Mehrheitliche Zustimmungen erhalten die

Preisspannen zwischen 20 € bis 29 € pro Tonne CO₂e sowie größer als 40 € pro Tonne CO₂e (Abb. 8). Dabei zeigen die Ergebnisse keinen Zusammenhang zwischen der Höhe der Zahlungsbereitschaft und der Unternehmensgröße. Gleichermäßen lässt sich auch keine Verbindung zwischen der Zahlungsbereitschaft und des selbst eingeschätzten Ambitionsniveaus erkennen.

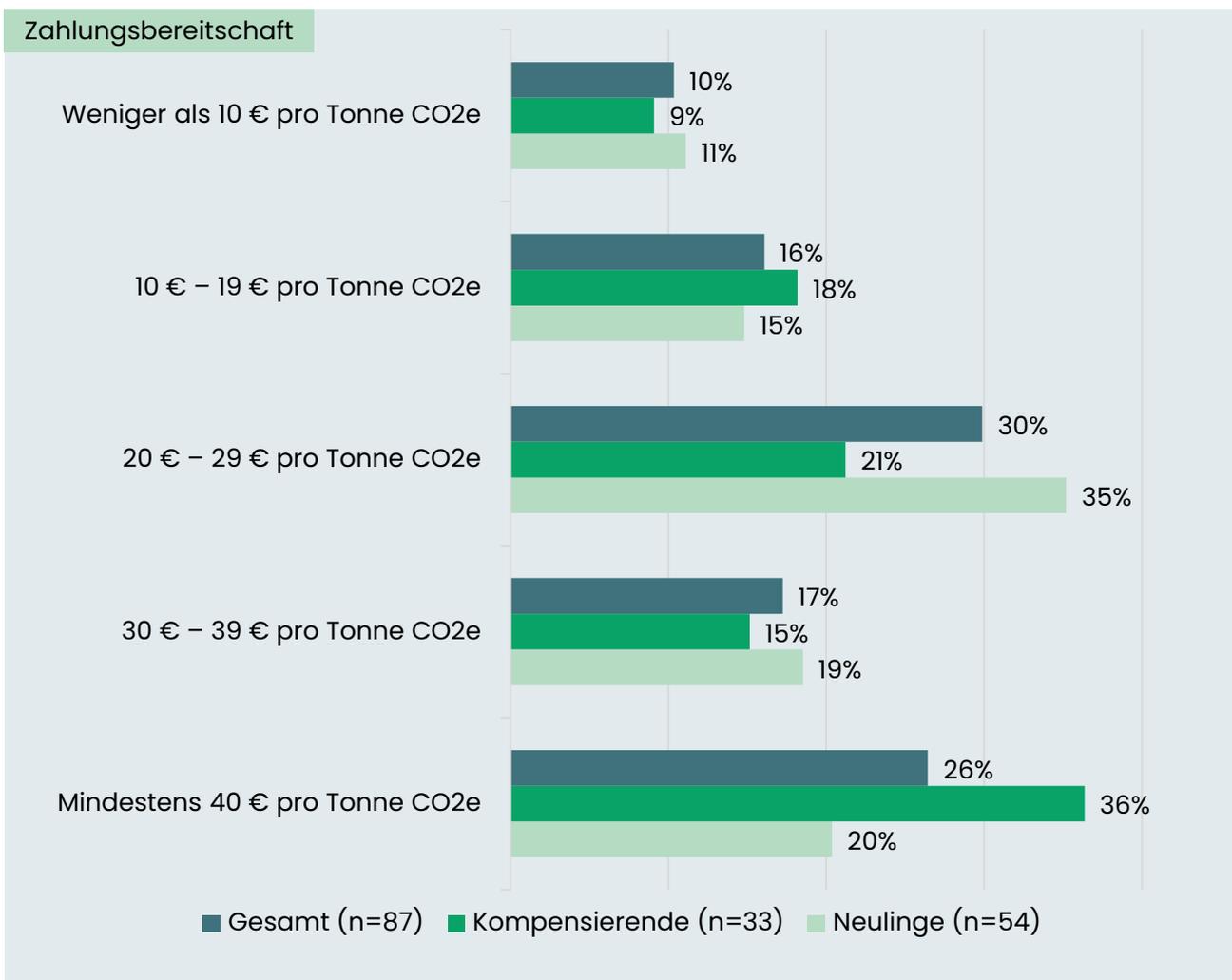


Abb. 8: Einschätzung der Unternehmen zu einem angemessenen Preis für Kohlenstoffzertifikate aus Waldprojekten in Deutschland

5. Herausforderungen und Chancen im VCM

5.1 Problematik der doppelten Inanspruchnahme

Um die Mobilisierung von privatem Kapital zur Aufrechterhaltung und der Wiederherstellung von Ökosystemen wie dem Wald zu stärken, bedarf es, wie bereits erörtert, nicht nur einer Bereitschaft der Projektentwickelnden (Waldbesitzenden), sondern ebenfalls einer Kaufbereitschaft von Unternehmen. Einer der wichtigsten Treiber bei der Entscheidung zu freiwilligem Klimaengagement stellt die anschließende Verwendungsmöglichkeit in der Berichterstattung des Unternehmens dar. Die Senkenleistung des deutschen Waldes, inklusive derer aus möglichen Projekten im VCM, wird jedoch in der staatlichen Klimabilanz erfasst. Zertifikate aus Waldprojekten in

Deutschland können demnach nicht zur Kompensation der unternehmenseigenen Emissionen genutzt werden, da es sonst zu einer Mehrfachnutzung der Klimaleistung kommt. Es wird vermutet, dass die eingeschränkten Möglichkeiten hinsichtlich einer öffentlichen Kommunikation der finanziellen Unterstützung von Projekten in Deutschland zu einem Attraktivitätsverlust führt. Daten zur Akzeptanz von Unternehmen bezüglich alternativer Verwendungsmöglichkeiten können dementsprechend wichtige Informationen für die Entwicklung weiterer Klimaschutzaktivitäten innerhalb und außerhalb Deutschlands liefern.

Alternative Verwendungsmöglichkeiten von VCM-Zertifikaten aus Deutschland

Bei Projekten in Deutschland können Kohlenstoffzertifikate nicht zur Kompensation der durch das Unternehmen ausgestoßenen Emissionen eingesetzt werden. Auf Grundlage dieser Zertifikate können daher typischerweise keine Aussagen zur Klimaneutralität der eigenen Geschäftstätigkeiten oder einzelner Produkte getroffen werden. Vielmehr leistet das Unternehmen eine (finanzielle) Unterstützung zum Erreichen der nationalen Klimaziele.

5.2 Attraktivität alternativer Claims & Projektpartnerschaften

Aus diesem Grund wurden die Unternehmen der Umfrage dazu befragt, welche Bedingungen aus ihrer Perspektive wichtig sind, um Waldprojekte in Deutschland auch vor dem Gesichtspunkt alternativer Claims

zu unterstützen. Als die stärksten kaufentscheidenden Kriterien für Zertifikate aus Waldprojekten in Deutschland stellten sich dabei hohe Qualitätsstandards und die Prozesstransparenz heraus.

5. Herausforderungen und Chancen im VCM

5.2 Attraktivität alternativer Claims & Projektpartnerschaften

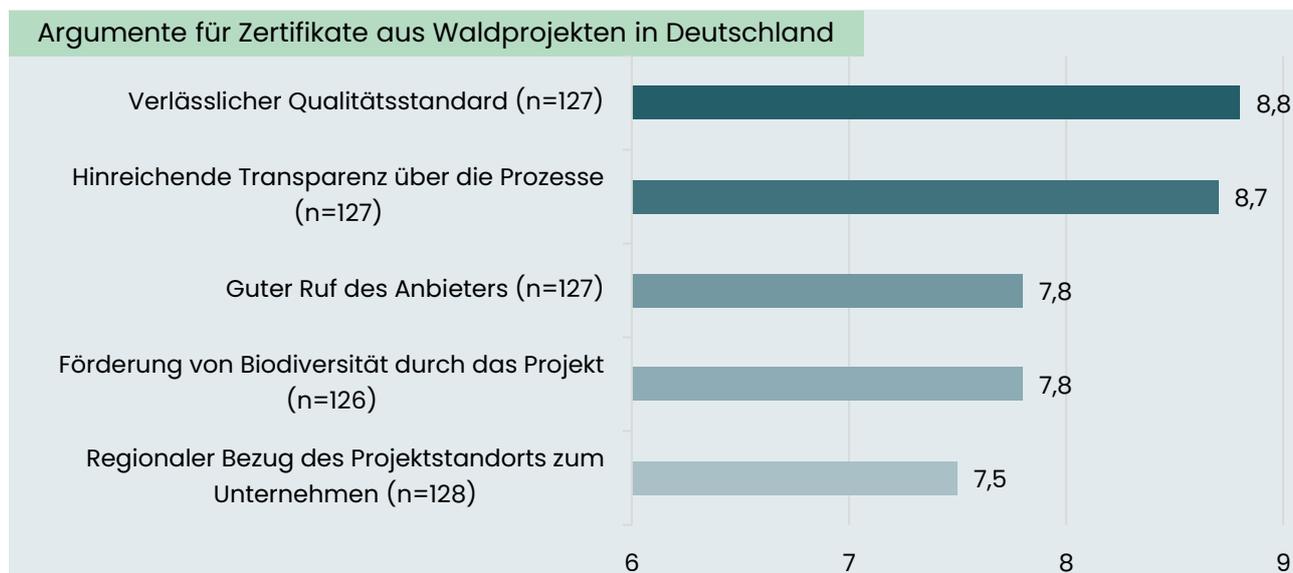


Abb. 9: Wesentliche Argumente für den Kauf von Zertifikaten aus Waldprojekten in Deutschland (10 = sehr wichtig und 1 = unwichtig)

Generell werden von den Befragten alle zur Auswahl stehenden Argumente für deut-

sche Waldprojekte mindestens als wichtig bis sehr wichtig bewertet (Abb. 9).

5.3 Kaufbereitschaft für Projektpartnerschaften und Treffen von Kaufentscheidungen

Alternative Claims bieten eine sehr gute Möglichkeit die Ökosystemleistungen des Waldes als ganzes zu betrachten und sich nicht ausschließlich auf die CO₂-Speicherleistung zu beschränken.

Wie die Umfrageergebnisse zeigen, sind auch Investitionen in Projekte mit Ökosystemleistungen bei den befragten Unternehmen ein relevantes Thema. Im Gegensatz zu Zertifikatskäufen würden Unternehmen hier gegebenenfalls komplette Projekte in Partnerschaften finanzieren. Folglich steht

dann nicht die eingesparte oder gespeicherte Menge CO₂ im Vordergrund. Vielmehr stellt es ein direktes Investment in die Natur dar, beispielsweise in den Wiederaufbau eines Ökosystems. Rund 50% der Befragten schätzen ein Engagement für solche Projektpartnerschaften in den nächsten drei Jahren als eher wahrscheinlich ein, 10% als sehr wahrscheinlich (Abb. 10).

Als Argumente für eine zukünftige Unterstützung wurden Imagegründe, Marktdruck,

5. Herausforderungen und Chancen im VCM

5.3 Kaufbereitschaft für Projektpartnerschaften und Treffen von Kaufentscheidungen

die positive Besetzung des Themas und die Möglichkeit der Regionalität des Engagements genannt. Laut der Befragten sprechen gegen Partnerschaften hauptsächlich

fehlender regulatorischer Druck, knappe unternehmerische Ressourcen und die Ausrichtung auf Emissionsreduktionen.

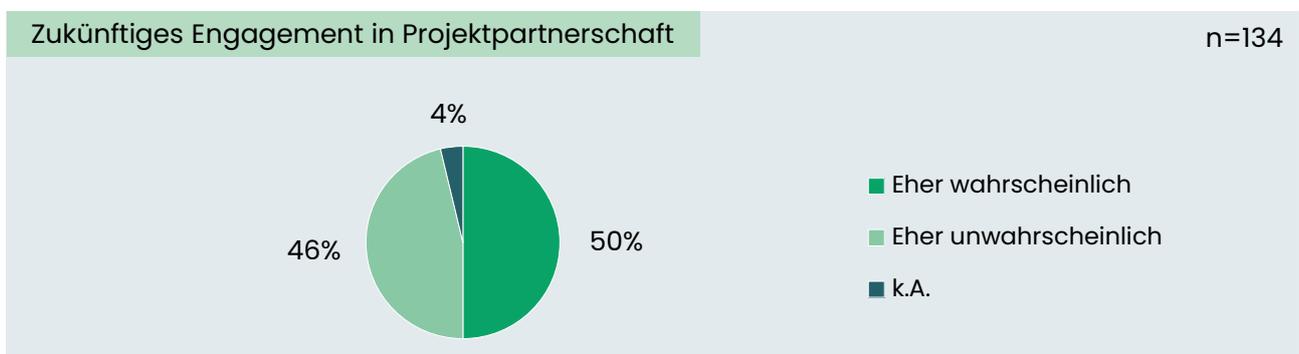


Abb. 10: Einschätzung der Wahrscheinlichkeit aus Sicht der befragten Unternehmen in den nächsten 3 Jahren in Klimaschutzprojekte mit direkten Projektpartnerschaften zu investieren

5.4 Digitale Plattform

Interessant ist, dass Zertifikate derzeit vornehmlich über Projektentwickler, persön-

liche Netzwerke und direkt über den Standardgeber gekauft werden (Abb. 11).

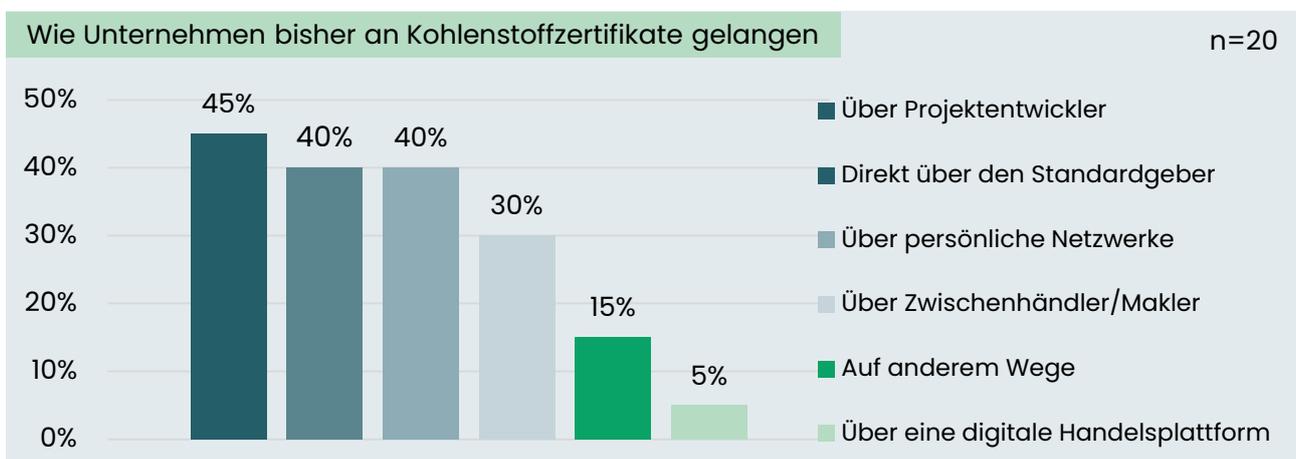


Abb. 11: Übersicht über unterschiedliche Wege, wie Unternehmen in Deutschland aktuell an Kohlenstoffzertifikate oder Projekte im VCM gelangen

5. Herausforderungen und Chancen im VCM

5.4 Digitale Plattform

An dieser Stelle ist erneut auf die geringe Größe der Stichprobe (n=20) hinzuweisen, welche bereits auf dem VCM aktive Unternehmen selektiert.

Es zeigt sich, dass digitale Plattformen beim Kauf von Zertifikaten bisher kaum genutzt werden. Jedoch ist allgemein das Interesse an digitalen Plattformen als Informationsquelle zur Vorbereitung von Kaufentscheidungen vorhanden, wie 58% der befragten Neulinge angeben. Es ist abzusehen, dass zukünftig neben den Optionen des direkten Kontaktes auch digitale Plattformen eine wesentliche Rolle beim Kauf von Zertifikaten einnehmen können.

Im Hinblick auf die Attraktivität einer digitalen Plattform kann die Studie verschiedene Kerneigenschaften charakterisieren (Abb. 12). Das Vorhandensein eines Nachweises einer unabhängigen Prüforganisation wird als besonders wichtig angesehen. Ebenfalls von großer Bedeutung ist die Möglichkeit, eine Zusammenfassung von Projektinformationen herunterladen zu können. Auch Angaben zur Methodik, nach der die Berechnung der CO₂-Speicherleistung erfolgt ist, werden als wichtiger Bestandteil einer Plattform herausgestellt. Weniger wichtig, aber dennoch von Bedeutung, sind solche Eigenschaften, die eine einfache Bedienbarkeit und Übersichtlichkeit der Plattform adressieren.



5. Herausforderungen und Chancen im VCM

5.4 Digitale Plattform



Abb. 12: Gegenüberstellung von Qualitätskriterien einer digitalen Plattform für Kohlenstoffzertifikate und direkte Projektpartnerschaften in absteigender Wichtigkeit nach Sichtweise der befragten Unternehmen (10 = sehr wichtig, 1 = unwichtig)

6. Ausblick

Die Ergebnisse der Studie zeigen, welche Aspekte und Stellschrauben perspektivisch adressiert werden können, um freiwilliges Engagement von Unternehmen in naturbasierte Klimaschutzprojekte auszubauen.

Zunächst wäre zu beachten, dass hinsichtlich der Kenntnisse über den VCM sowie der Bereitschaft zu Klimaschutzengagement zwischen den befragten Unternehmen große Unterschiede bestehen. Im Vordergrund steht allen voran der Wunsch von Unternehmen nach Projekttransparenz sowie Glaubwürdigkeit der bereitgestellten Informationen. Die mediale Aufmerksamkeit aus jüngerer Zeit in Bezug auf internationale Projekte und festgestellte Qualitäts- und Integritätsdefizite (insbesondere bei Waldschutzprojekten) erhöht zudem die Bedeutung einer hohen Projektqualität sowie der Sicherstellung der Klimaleistung für die befragten Unternehmen.

Der VCM wird von den Studienteilnehmenden generell als unübersichtlich wahrgenommen. In Bezug auf den Projektstandort Deutschland liefern die Studienergebnisse keine eindeutige Antwort darauf, ob der VCM ein geeignetes und relevantes Instrument zur Unterstützung des lokalen und naturbasierten Klimaschutzes in Deutschland sein kann.

Die doppelte Inanspruchnahme im Sinne eines „Double Claiming“ von CO₂-Speicherleistungen durch die Anrechnung der angestoßenen CO₂-Wirkungen in der nationalen Klimabilanz Deutschlands einerseits, und die Nutzung der Wirkungen z.B. in der Außendarstellung der Unternehmen andererseits, hat bisher vermutlich bremsend auf ein verstärktes Engagement der Unter-

nehmen in Deutschland gewirkt. Eine Änderung zur Klimabilanzierung freiwilliger Projekte bzw. Veränderungen durch neue Rahmenvorgaben der EU zur Stärkung der Senkenfunktion, könnten im Umkehrschluss das Investitionsinteresse von Unternehmen für ein Engagement in Deutschland steigern. Die Studienergebnisse deuten darauf hin, dass Marktakteure mit Details zur unternehmerischen Verwendung von Klimaengagements, inklusive der anzuwendenden Claims, wenig vertraut sind. Jedoch ist eine adäquate öffentliche Kommunikation der finanziellen Unterstützung von Klimaprojekten zur Vermeidung von Reputationsrisiken von großer Bedeutung für die Unternehmen. Es ist davon auszugehen, dass Unternehmen die Unterscheidung zwischen der Nutzung von Zertifikaten zur Kompensation sowie der Verwendung eines Contribution Claims augenblicklich noch schwerfällt. Bei der klassischen Kompensation werden die durch Klimaprojekte vermiedenen Emissionen oder zusätzlich gespeicherten CO₂-Mengen als Kohlenstoffzertifikate eingekauft und den Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb von Unternehmen oder Produkten gegenübergestellt. Dabei wird Konsumierenden der Begriff der Klimaneutralität meist allerdings nicht ausreichend erläutert. Aus diesem Grund hat die Europäische Kommission im März 2023 einen Vorschlag für eine Richtlinie zur Nutzung und Verifizierung von umweltbezogenen Aussagen zu Produkten eingereicht („EU Green Claims Directive“). Mithilfe der Verordnung soll somit eine Verbrauchertäuschung vermieden werden und Unternehmen zu Transparenz verpflichtet. Dies könnte auf Seiten der Unternehmen zu

6. Ausblick

einer veränderten und ggf. stärkeren Auseinandersetzung mit dem VCM und Klimaschutzprojekten selbst führen.

Neben der angemessenen Kommunikation ist von Unternehmen auch der Zeitpunkt der Einbringung von Kompensationszertifikaten entscheidend. Es zeichnet sich der Trend ab, Kohlenstoffzertifikate insbesondere zur Erreichung des wissenschaftlich basierten Net-Zero-Ziels zum Ausgleich nicht weiter vermeidbarer Emissionen zu nutzen. Dies ist im Konzept der Science Based Targets initiative bei der Validierung von Net Zero Zielen^[2] verankert.

Doch auch ohne die Verwendung der zugrundeliegenden CO₂-Speicherleistung bieten alternative Claims schon heute die Möglichkeit, die finanzielle Unterstützung zu kommunizieren. Hierbei wird der Beitrag zum Erreichen globaler Klimaziele durch lokale Projekte hervorgehoben. Als alternativer Claim wird u.a. vom WWF Deutschland ein sogenannter Contribution Claim vorgeschlagen^[11,19]. Eine Kommunikation des finanziellen Engagements mit Verzicht auf Kompensation wirkt sich dabei positiv auf bestehende regulatorische Herausforderungen wie die der Mehrfachnutzung der Klimaleistung aus. Der Begriff der Klimaneutralität wird gleichermaßen vermieden. Auch werden Reputationsrisiken reduziert und Unternehmen bietet sich die Chance, ökologische und soziale Zusatznutzen eines Klimaschutzprojekts berichten zu können.

Ebenfalls besteht mit dem Contribution Claim keine Entscheidungsnot mehr zwischen Ex-Ante und Ex-Post Zertifikaten. Eine Unterscheidung zwischen Ex-Ante und Ex-Post scheint den befragten Unternehmen

ohnehin schwer zu fallen. In der Studie nannten 40% der Teilnehmenden keine Präferenz zur Art der Kohlenstoffzertifikate. Dies könnte auf eine Unkenntnis der Differenzierung beider Zertifikatstypen hinweisen.

Beim Thema alternativer Claims legt die Umfrage die Vermutung nahe, dass hierzu vor allem Aufklärung notwendig ist, die sowohl durch Politik als auch durch zivilgesellschaftliche Organisationen wie Stiftungen und Verbände vermittelt werden könnte.

Mit dem Ziel, finanzielle Mittel für den Erhalt und Wiederaufbau von Ökosystemen zu mobilisieren, sollte aus diesem Grund auch ein Augenmerk auf der Schaffung eines Angebots liegen, das die Bedürfnisse der Unternehmen berücksichtigt. Unternehmen bekunden ihr Interesse für die Unterstützung von Projekten im Rahmen von umfassenden und langfristigen Investitionen (als Gegenmodell zu CO₂-Käufen). Jedoch können keine konkreten Investitionsabsichten abgeleitet werden. Dies liegt vermutlich in beschränkten bzw. unklaren Verwendungsmöglichkeiten entsprechender Projekte bzw. ihrer Zertifikate begründet.

Um die Attraktivität von lokalen Klimaschutzprojekten zu fördern, könnten nachfolgende Untersuchungen detaillierter der Frage nachgehen, welchen Mehrwert Unternehmen in naturbasierten Projekten in Deutschland und einer Teilnahme im VCM sehen. Außerdem könnte abgefragt werden, welche Eigenschaften vorliegen sollten, damit Klimaschutzengagements für Unternehmen in Betracht kommen. Beide Aspekte können dazu dienen, das Projekt-

6. Ausblick

angebot im VCM an den Bedürfnissen von Unternehmen auszurichten.

Wichtig ist auch zu betonen, dass sich aus der Unsicherheit der Unternehmen Chancen ableiten lassen. Aufgrund des fehlenden Wissens von Unternehmen ergibt sich die Möglichkeit, durch Aufklärungsarbeit über die Notwendigkeit von Klimaschutzprojekten den VCM aktiv mitgestalten zu können. Vor allem Marktneulinge können über Risiken informiert und zur korrekten Kommunikation von Klimaengagements beraten werden. Derzeit ist in diesem Themenfeld beispielsweise die Stiftung Allianz Entwicklung und Klima mit Fokus auf internationale Projekte aktiv.

Nicht zuletzt belegen die Ergebnisse auch, dass durch eine digitale Plattform einem Großteil der aufgeworfenen Herausforderungen begegnet werden kann. Digitale Plattformen werden zwar aktuell kaum zum Erwerb von Kohlenstoffzertifikaten genutzt, könnten aber Unsicherheiten der Unternehmen im VCM entgegenwirken. Im Vordergrund steht hierbei der Beitrag zu einer hohen Transparenz. Gleichzeitig kann die Informationsbeschaffung im Rahmen der Kaufentscheidung zu Projekten bzw. Zertifikaten gezielt gefördert werden. Die öffentliche Bereitstellung ausführlicher Projektberichte und Informationen ermöglicht zusätzlich die Vergleichbarkeit der diversen Angebote. Mittels der Konzentration von allgemeinen und projektspezifischen Informationen, Transparenznachweisen und Angebotsbündelung könnten vor allem Marktneulinge in ihrer Kaufentscheidung unterstützt werden.



Quellenverzeichnis

1. Weitere Informationen zum EU Green Deal finden Sie auf der [Website](#) der Europäischen Kommission.
 2. Weitere Information finden Sie auf der [Website](#) der Science Based Targets initiative.
 3. Europäische Union (2022): Richtlinie (EU) 2022/2464, [Link](#).
 4. Weitere Informationen zum EU-ETS finden Sie auf der [Website](#) der Europäischen Kommission.
 5. The Integrity Council (2022): The Core Carbon Principles, [Link](#).
 6. Weitere Informationen zum Verified Carbon Standard finden Sie auf der [Website](#) von Verra.
 7. Weitere Informationen zum Gold Standard finden Sie auf der [Website](#) des Gold Standards.
 8. World Bank (2023): State and Trends of Carbon Pricing, [Link](#).
 9. BMZ (2021): Naturbasierte Lösungen, [Link](#).
 10. BMZ (2015): REDD+: Wälder und Klima schützen für nachhaltige Entwicklung, [Link](#).
 11. Umweltbundesamt (2021): Infopapier zur Marktanalyse Freiwillige Kompensation 2021, [Link](#).
 12. WALD Initiative steht für **Weltweite Allianz zur landschaftsbasierten Dekarbonisierung**.
 13. Als Ökosystemleistungen werden die diversen Vorteile bezeichnet, die Ökosysteme zum Wohlergehen der Menschheit beitragen. Dies können beispielsweise die Reinhaltung von Wasser- und Luft, der Schutz vor Lawinen durch intakte Wälder oder auch Erholungsfunktionen sein (siehe auch World Health Organization (2012): Our Planet, Our Health, Our Future. Human health and the Rio Conventions, [Link](#)).
 14. Weitere Informationen zum CCS = Carbon Capture and Storage finden Sie auf der [Website](#) des Umweltbundesamtes (UBA).
 15. Da Mehrfachnennungen bei der Frage nach den unterstützten Projekttypen möglich waren, übersteigt die Summe über alle Projekttypen hinweg 100%.
 16. Die Antwortmöglichkeit "Innerhalb der EU" schließt einen Projektstandort in Deutschland nicht explizit aus.
 17. Siehe zum Beispiel Zeit Online (2023): Grün getarnt, [Link](#).
 18. Kompensierende sind hierbei Unternehmen, die verpflichtet oder freiwillig bereits kompensieren. Neulinge sind Unternehmen ohne bisherige Berührungspunkte mit dem VCM.
 19. WWF Deutschland (2022): Fit für Paris – Ein Nachfolgemodell für die CO₂-Kompensation: Wie Unternehmen zusätzlichen Klimaschutz finanzieren sollten, [Link](#).
-