

## **Unterlassungsklagen gegen Klimaneutralität:**

### **Die Welt braucht viel mehr Unternehmen wie ALDI Süd**

Prof. Dr. Estelle Herlyn

22.07.2021

Die Wettbewerbszentrale beanstandete jüngst eine irreführende und intransparente Nutzung des Begriffs ‚Klimaneutralität‘ in der Werbung von vier Unternehmen, darunter ALDI Süd, und verklagte diese auf Unterlassung.

Dabei ist der Begriff ‚Klimaneutralität‘ seit vielen Jahren etabliert. Er stammt aus der Welt der Klimapolitik und wurde erstmals 1997 im Kyoto-Protokoll verwendet. Dort wurde vereinbart, dass CO<sub>2</sub>-Emissionen, die in einem Industrieland verursacht werden, andernorts ausgeglichen bzw. kompensiert werden können.

Derartige Ansätze sind sinnvoll und notwendig, da es für den CO<sub>2</sub>-Gehalt der Atmosphäre, der über das Ausmaß des Klimawandels entscheidet, unerheblich ist, wo auf der Welt CO<sub>2</sub> emittiert und eingespart wird. Diese Tatsache macht den Klimawandel zu einem Phänomen, das nur global gelöst werden kann.

Spricht man von Klimaneutralität, geht es um eine bilanzielle Betrachtung: Verursachte CO<sub>2</sub>-Emissionen können ausgeglichen oder kompensiert werden, indem man Aktivitäten selber ergreift oder ermöglicht, bei denen z.B. durch Aufforstung CO<sub>2</sub> wieder aus der Atmosphäre herausgeholt wird oder durch die Förderung erneuerbarer Energie CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden werden.

Auch aus der heutigen politischen Debatte ist der Begriff der Klimaneutralität nicht mehr wegzudenken. Nach dem jüngsten Urteil des Bundesverfassungsgerichts hat sich die Bundesregierung im neuen Klimaschutzgesetz dazu verpflichtet, in 2045 klimaneutral zu sein. Die Europäische Union strebt dies für 2050 an und die Weltgemeinschaft hat sich im Rahmen des Pariser Klimaschutzabkommens dazu verpflichtet, Klimaneutralität in der zweiten Hälfte dieses Jahrhunderts zu erreichen. In allen diesen Fällen geht es um das Erreichen von bilanzieller Klimaneutralität, wissend dass es praktisch unmöglich ist, eine lebenswerte Zivilisation für Milliarden Menschen emissionsfrei zu verwirklichen.

Dass es die Wettbewerbszentrale als Irreführung ansieht, wenn der Begriff der Klimaneutralität benutzt wird, wenn dieser Zustand durch Nutzung des Instruments der CO<sub>2</sub>-Kompensation erreicht wird, ist also nicht nachvollziehbar. Tatsächlich irreführend ist hingegen die regulatorische Anerkennung von E-Autos als klimaneutral, die bisher von keiner Stelle offiziell beanstandet wurde.

Der Wettbewerbszentrale geht es jedoch nicht nur um die beschriebene Verwendung des Begriffs Klimaneutralität, sondern auch um die grundsätzliche Nutzung des Instruments der internationalen CO<sub>2</sub>-Kompensation.

Dies lässt ein fehlendes Verständnis der globalen Herausforderung Klimawandel erkennen. Auch wird deutlich, dass der große Mehrwert freiwilliger zusätzlicher unternehmerischer Maßnahmen für internationalen Klimaschutz nicht erkannt wird, die in einer Zeit ergriffen werden, in der heimische Vermeidungs- und Reduktionsmaßnahmen mehr und mehr zum gesetzlichen ‚Muss‘ werden.

Die vielfältigen positiven Wirkungen der von der Wettbewerbszentrale kritisierten Aktivitäten lassen sich exemplarisch am Beispiel ALDI Süd erläutern:

ALDI Süd fördert zertifizierte Projekte in Brasilien, Ghana, Indien und auf den Philippinen. Es geht darin um Waldschutz (Brasilien) und um die Förderung von erneuerbarer Energie und Energieeffizienz (Ghana, Indien, Philippinen). Alle Projekte haben eine positive Klimawirkung und befördern außerdem weitere UN-Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030, darunter das so drängende Thema Biodiversitätserhalt, aber auch Ernährungssicherheit und die Schaffung von Arbeitsplätzen.

Weiterhin kritisiert die Wettbewerbszentrale, dass CO<sub>2</sub>-Zertifikate aus Projekten in Entwicklungs- und Schwellenländern günstig sind. Geld ist immer knapp, durch die Corona-Pandemie noch mehr. Man sollte sich in dieser Lage also besser darüber freuen, dass es möglich ist, anderswo eine so viel höhere positive CO<sub>2</sub>-Wirkung pro Euro zu erzielen als es heute in Deutschland möglich ist, weil die ‚Low Hanging Fruits‘ zu Hause schon lange geerntet sind.

Das Gelingen einer weltweiten nachhaltigen Entwicklung ist alles andere als gesichert. Zu groß sind die ungelösten Fragen im Bereich der Agenda 2030 und speziell im Bereich des Klimaschutzes. Zuletzt sprachen sich 126 Nobelpreisträger dafür aus, dass die Zeit bis 2030 unbedingt genutzt werden muss, um das Ruder noch herumzureißen und die Welt vor den dramatischen Folgen nicht gelingenden Umwelt- und Klimaschutz zu bewahren. In Zeiten, in denen höchste Eile geboten ist, kann es also nur richtig sein, alle Hebel gleichzeitig in Bewegung zu setzen und lokale und internationale Maßnahmen klug zu kombinieren, um auf diese Weise möglichst rasch klimaneutral zu werden.

Eine weitere traurige Tatsache liegt darin, dass das angestrebte 2°C-Ziel mit den bisherigen politischen Zusagen nicht zu erreichen ist, vom 1,5°C-Ziel erst gar nicht zu reden. Zusätzliches freiwilliges nicht-staatliches Engagement von Unternehmen wie ALDI Süd ist also unbedingt notwendig.

Unternehmen, die sich im Bereich internationaler Klimaschutzprojekte engagieren, die zugleich Entwicklung im Sinne der Agenda 2030 fördern, leisten weitere positive Beiträge: Sie tragen zu Entwicklungsfortschritten bei, was in einer Zeit, in der in Folge der Corona-Pandemie große Rückschritte in diesem Bereich erfolgten, dringend notwendig ist. Durch die Bereitstellung dringend benötigter finanzieller Mittel tragen sie außerdem dazu bei, dass die riesigen Finanzierungslücken geschlossen werden, die im Bereich internationaler Klimafinanzierung und im Kontext der Agenda 2030 bestehen. Mit Projekten im Bereich erneuerbarer Energien wird zudem gezielt der Technologietransfer gefördert.

Dass die geförderten Klimaschutzprojekte hohen Qualitätsstandards genügen müssen, ist selbstverständlich. In diesem Kontext spielt die Stiftung Allianz für Entwicklung und Klima eine wichtige Rolle, die das Ziel verfolgt, nicht-staatliches Engagement für internationalen Klimaschutz und Entwicklung im Sinne der Agenda 2030 zu befördern. Sie hat einen Kriterien- und Standardkatalog entwickelt, dem die internationalen Projekte genügen müssen. Die Einhaltung der dort genannten Standards ist für Projektentwickler und Unternehmen die ‚Eintrittskarte‘, um Unterstützer der Allianz zu werden.

ALDI Süd ist Unterstützer der Allianz für Entwicklung und Klima, wie inzwischen über 1.000 weitere Unternehmen, Sportvereine, Kommunen und Privatpersonen. Die von den Unterstützern der Allianz für Entwicklung und Klima geförderten Projekte leisten also nachweislich und unter Einhaltung der geforderten Standards Beiträge zum internationalen Klimaschutz und zur Entwicklungsförderung. Viel effizienter können Mittel kaum eingesetzt werden.

Da wir ohne freiwillige Beiträge nicht-staatlicher Akteure keine Chance haben, ein 2°C- oder gar 1,5°C-Ziel zu erreichen, braucht es zukünftig noch viel mehr Unternehmen, die begreifen, dass das Weltklima nicht alleine durch CO<sub>2</sub>-Reduktion und -vermeidung in Deutschland zu retten ist. Ein kluger Weg besteht darin, möglichst rasch klimaneutral zu werden – unter Nutzung des Instruments der internationalen CO<sub>2</sub>-Kompensation. Der in unserem Land leider weit verbreitete Klima-Nationalismus

ist kontraproduktiv. Die Wettbewerbszentrale trägt zur Verfestigung dieser nationalistischen Perspektive bei. Während sie sich um die Vermeidung von Irreführung bemüht, trägt sie selbst zur Irreführung bei.