



Protokoll des 3. Treffens der respACT- und Global Compact- Arbeitsgruppe zur Impactmessung 2014

Die Berechnung des ökologischen Impacts

28. August 2014, 15:30 – 18:00 Uhr
Ernst & Young, Wagramer Str. 19, 1220 Wien

1, Agenda

15:30	Begrüßung, inhaltliche Schwerpunkte	Theresia Tschol- Alsantali (respACT)
15:40	Begrüßung des Gastgebers und Kurzinput zur <i>Umwelt- und Materialstromkostenrechnung</i>	Christine Jasch (EY)
15:55	Praxisinput: <i>Messung ökologischer Auswirkungen bei Heineken</i>	Michael Dickstein (Heineken)
16:25	Q & A zu den Inputs	ALLE
16:35	Diskussion in Kleingruppen zur Messung des ökologischen Impacts	ALLE
17:30	Präsentation der Diskussionsergebnisse	ALLE
17:50	Closing, Organisatorisches	Theresia Tschol- Alsantali (respACT)
18:00	Ende	

2, Protokoll

TeilnehmerInnen:

Vorname	Nachname	Unternehmen/Organisation
Cecile	Boisseau	Canon
Michael	Dickstein	Heineken
Andreas	Hahn	Bank Austria
Christine	Jasch	EY
Karin	Kichler	Verbund
Antonella	Krenn	EY
Renate	Lackner-Gass	EVN
Andre	Martinuzzi	WU Wien
Roman	Mesicek	FH Krems
Monika	Palczynska	respACT
Georg	Rogl	EY

www.respact.at

respACT - austrian business council for sustainable development
Wiedner Hauptstraße 24/11 1040 Wien ZVR-Zahl: 983500593
T: +43 1 7101077-0 F: -19 E: office@respact.at

Kto.: 52085788601 (IBAN: AT701200052085788601)
Bank Austria (BLZ: 12000 BIC: BKAUATWW)

Partner von



World Business Council for
Sustainable Development



Netzwerkknoten des



Global Compact Network
Austria

Constantin	Saleta	OMV
Bettina	Steinbrugger	respACT
Bettina	Sterner	Admiral
Gabriela Maria	Straka	BRAU UNION ÖSTERREICH AG
Theresia	Tschol-Alsantali	respACT
Manfred J.	Wondrak	factor-D Diversity Consulting GmbH
Amira	Zauchner	WU Wien

Am 28. August 2014 fand das 3. Treffen der Arbeitsgruppe „Impactmessung“ im Jahr 2014 statt, die von respACT in Kooperation mit dem österreichischen Global Compact-Netzwerk organisiert wurde. Schwerpunktthema des Treffens war die Messung des ökologischen Impacts.

Alle Präsentationen stehen den Mitgliedern von respACT im Intranet unter www.respect.at/intranet zum Download zur Verfügung (**Benutzername:** respact, **Passwort:** respact-2014) und den Global Compact-Teilnehmern in der Member Zone von www.unglobalcompact.at.

1. Bring Back und Vorstellung von Tools (Theresia Tschol-Alsantali, respACT)

Zu Beginn gab Theresia Tschol-Alsantali einen kurzen Überblick über die ersten beiden Treffen. Diese legten den Fokus auf die soziale Dimension der Impactmessung. Als Einstieg wurde die Social Return on Investment-Methode als mögliches Instrument zur Messung des gesellschaftlichen Impacts eines Unternehmens vorgestellt. Die Firma Merck präsentierte ihren Ansatz, Projekte in Entwicklungsländern mittels iooi-Methode zu bewerten. Ein weiterer Erfahrungsbericht kam von der Otto Group, wobei klar wurde, dass die soziale und ökologische Dimension nur schwer voneinander zu trennen sind bzw. positive Effekte in der einen Dimension negative Effekte in der anderen verursachen können. Ein weiterer Diskussionspunkt bestand in den Motiven von Unternehmen, eine Impact-Bewertung vorzunehmen, wie beispielsweise der Identifizierung der wesentlichsten Nachhaltigkeitsthemen.

respACT vergab 2013 eine Masterarbeit zum Thema Impactmessung, aus der erste Ergebnisse bekannt sind:

- Es herrscht derzeit weder ein einheitliches Verständnis darüber, was Impactmessung bedeutet, noch gibt es eine gemeinhin akzeptierte Definition
- Es handelt sich um eine neues Betätigungsfeld, zu dem weitergehende Forschung notwendig ist
- Die befragten ExpertInnen plädieren für die Weiterentwicklung bestehender Tools anstatt der Entwicklung vollständig neuer Tools

In der Masterarbeit wurde die Vorgehensweise für eine unternehmensinterne Impactmessung skizziert. Eine detaillierte Aufarbeitung der Schritte findet derzeit statt.

www.respect.at

respACT - austrian business council for sustainable development
Wiedner Hauptstraße 24/11 1040 Wien ZVR-Zahl: 983500593
T: +43 1 7101077-0 F: -19 E: office@respect.at

Kto.: 52085788601 (IBAN: AT701200052085788601)
Bank Austria (BLZ: 12000 BIC: BKAUATWW)

2. Begrüßungsinput: Material- und Stromflusskostenrechnung (Christine Jasch, Prokuristin Climate Change & Sustainability Services, EY)

Christine Jasch beschrieb zu Beginn, die Problematik der Berechnung externer Umwelteffekte bzw. Umweltkosten: Da derzeit die Verursacher von negativen Umwelteffekten nicht für diese bezahlen müssen, müssen die entstehenden Kosten von Dritten bzw. der Gesellschaft getragen werden. Christine Jasch betonte, dass für die Messung interner und externer Kosten andere Verfahren angewendet werden müssen. Signifikant auf *betrieblicher* Ebene sind Non-Product-Outputs wie Abfälle, Abwasser oder Abluft. Die gesamten umweltrelevanten Kosten hingegen bemessen sich aus den Umweltschutzaufwendungen unter Hinzugabe des NPO sowie des unproduktiven Kapital- und Personaleinsatzes (NPO zu Herstellungskosten). Hier besteht einiges an Potential, das durch vorsorgendes Umwelt- und Materialstrommanagement gehoben werden kann.

3. Praxisinput: Brewing a Better Future - Measuring our Impact (Michael Dickstein, Heineken)

Im Anschluss präsentierte Michael Dickstein, Director Global Sustainable Development bei Heineken, den Ansatz des in 5 Weltregionen tätigen Brauereikonzerns. Die Gründe, warum sich Heineken mit seinen sozialen und ökologischen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit beschäftigt, sind einerseits Effizienzsteigerungen, die gerade im ökologischen Bereich erzielt werden können. Andererseits gilt es im Sinne des Risikomanagements gerade in Regionen die von Wasserknappheit betroffen sind, einen vorsorgenden Ansatz zu verfolgen um Rohstoffengpässen und einer Unterversorgung der lokalen Bevölkerung vorzubeugen. Ein wichtiger Indikator für den Erfolg der Heineken-Programme ist die Resonanz der Stakeholder auf die Marke Heineken. Jene Themen, die für die Stakeholder wesentlich sind, werden im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse mit quantitativen Output-Zahlen verknüpft. Dies gilt nicht zuletzt für den Bereich „Responsible consumption“, wo die Erfolgsmessung sich noch schwieriger gestaltet als im ökologischen Bereich. Als Resultat ist es für Heineken essentiell, die Commitments, die in den verschiedenen CSR-Bereichen abgegeben wurden, zu erreichen. Zukünftig soll das Heineken-Programm seinen Impact vor allem durch Kooperationen in der Supply Chain – allen voran mit den Einzelhändlern – steigern.

4. Diskussion in Kleingruppen

In der anschließenden Diskussion wurden die Erfahrungen der TeilnehmerInnen in der Messung ökologischer Auswirkungen thematisiert. Hier kamen Herausforderungen wie der Ressourcenaufwand für die Datenerhebung zur Sprache. Gleichzeitig ist Ökoeffizienz aber auch ein bedeutender Kostenfaktor. Schwierig gestaltet sich die Datenerhebung insbesondere in der Lieferkette. Als Lösungsansatz kristallisierten sich Kooperationen heraus: NGOs oder akademische Institutionen können dabei helfen, Programme unabhängig zu evaluieren oder zu bewerten. Als hilfreich wurden auch Selbstverpflichtungen angesehen (idealerweise verbunden mit Prämien), die dafür sorgen, dass man „am Ball“ bleibt und sich stetig verbessert. Auch die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Geschäftspartnern wie Einzelhändlern hat sich bewährt, um den positiven Impact zu steigern. Betont wurde auch, dass es oftmals schwierig ist, eine Vergleichbarkeit der Daten bzw. Kennzahlen – bspw.

www.respect.at

respACT - austrian business council for sustainable development
Wiedner Hauptstraße 24/11 1040 Wien ZVR-Zahl: 983500593
T: +43 1 7101077-0 F: -19 E: office@respect.at

Kto.: 52085788601 (IBAN: AT701200052085788601)
Bank Austria (BLZ: 12000 BIC: BKAUATWW)

zwischen Standorten – herzustellen, da die Bedingungen sehr unterschiedlich sein können. „One size fits all“ trifft also meist nicht zu. Um mit der Komplexität des Themas Impactmessung umzugehen, können Leitfäden wie GRI hilfreich sein. Wesentlich ist hierfür auch, eine gute interne Datenlage sicherzustellen.

Ein weiterer Diskussionspunkt stellt das Thema „absolute vs. relative Impactmessung“ dar. Meist werde nämlich von Unternehmen nur der relative Impact gemessen, d.h. z.B. was bewirkt eine CO₂-Einsparung von 10% pro produziertem Liter Bier. Um jedoch gesamtgesellschaftlich gesehen einen positiven Impact auf das Klima wie in diesem Beispiel durch die Reduktion von CO₂ zu haben, müsste der absolute Impact gemessen werden, d.h. der gesamte, durch das Unternehmen verursachte CO₂-Ausstoß sowie dessen Auswirkungen. Die stellt Unternehmen jedoch nach wie vor große Herausforderungen, auch was das Thema trade-offs bzw. Interdependenzen betrifft. So fehlt es derzeit oftmals an einer ganzheitlichen Betrachtungsweise, die aufzeigt, wo positive Impacts auf der einen Seite (z.B. CO₂-Einsparung) gleichzeitig negative Impacts auf der anderen Seite bewirken (z.B.: Biodiversitätsverlust)

5. Termine der nächsten Treffen

- **4. Treffen am 15. Oktober 2014 in Wien zum ökologischen Impact mit Keynote von L'Oréal aus Frankreich**

6. Links und Dokumente

Alle während des Treffens vorgestellten **Präsentationen** stehen den Mitgliedern von respACT im Intranet unter www.respect.at/intranet zum Download zu Verfügung (Benutzername: respact, Passwort: respact-2014).

Tools zum Thema Impactmessung:

<http://www.unglobalcompact.at/ungc/site/de/dokumente/tools/impactmessung>

7. Mitgliederbefragung

Bitte nehmen Sie noch bis Mitte September an unserer Mitgliederbefragung teil unter : www.surveygizmo.com/s3/1755130/respACT-Mitgliederbefragung-2014 **Vielen Dank für Ihr Feedback!**

www.respect.at

respACT - austrian business council for sustainable development
Wiedner Hauptstraße 24/11 1040 Wien ZVR-Zahl: 983500593
T: +43 1 7101077-0 F: -19 E: office@respact.at

Kto.: 52085788601 (IBAN: AT701200052085788601)
Bank Austria (BLZ: 12000 BIC: BKAUATWW)