

Der Inhalt

Vorwort

1. Von der Tugend zur Pflicht

Blitzlichter	7
Der Markt	9
Der Wettbewerb	10
Chancen erkennen und nutzen	11
Wer hat im Unternehmen den Hut auf?	11

2. Worüber reden wir?

Verwirrende Vielfalt	12
Die Scopes	15
Der Dreiklang	18
Reduzieren	18
Substituieren	18
Kompensieren	19
Hemmnisse und Standard-Einwände	20
Kann ein Unternehmen klimaneutral sein?	21

3. Das Transformationskonzept

Die Inhalte	22
Verlässliche Daten sind die Basis	23
Das Konzept erstellen	24
Die Treibhausgas-Bilanz	24
Maßnahmen entwickeln	25
Flankierende Prozesse	25
Tue Gutes und rede angemessen darüber	28
Externe Kommunikation	28

4. Das Ziel ist das Ziel	
Transparenz erzeugen	30
Alles andere als trivial	30
„Alle aufgleisen“: Change Management	31
Gemeinsames Begriffsverständnis erzeugen	31
Ziele klären – ein ganz großes Thema	32
Transformationspfade entwickeln... ..	32
... und Maßnahmen bewerten und durchführen	33
Herausforderungen	34
Die Spielregeln verändern sich	34
Datenverfügbarkeit und -qualität	34
Der Faktor Unschärfe	37
Den richtigen CO ₂ -Emissionsfaktor wählen	38
Dokumentation: Mehr als eine Formalität	39
Am Ball bleiben	41
5. Ein Beispiel im Detail	
Die Ausgangssituation klären: Wo stehen wir?	42
Die Roadmap: Wie erreichen wir die Ziele?	44
Einen Zeitplan aufstellen	46
Prozesse umstellen	47
Anschlussleistung aufsummieren – alte Welt!	49
Ein kurzes Fazit	53
Portrait des Autors	54
Die Limón GmbH	55
Literaturhinweise	56
Bibliografische Angaben und Impressum	58