

Medienmitteilung

PwC-Studie „Appetite for Change: Global business perspectives on tax and regulation for a low carbon economy“

Appetit auf CO₂-arme Wirtschaft

Klimawandel und Umweltschutzaufgaben sind für Unternehmen trotz dem Gipfeldebakel in Kopenhagen ein bedeutendes Thema. Die PwC-Studie zeigt, dass sich die Wirtschaft einheitliche Rahmenbedingungen und verlässliche Regeln wünscht und bereit ist, Massnahmen zum Klimaschutz zu ergreifen. CO₂-Steuern, Emissionshandelssysteme und finanzielle Anreize finden in der globalen Wirtschaftswelt beachtlich breite Unterstützung. Eine deutliche Mehrheit der befragten Führungskräfte ist der Meinung, dass der Klimawandel die Art und Weise der zukünftigen Geschäftstätigkeit stark beeinflusst. Ein Viertel erwartet Änderungen in Bezug auf die Regulierung und Einhaltung von Klimavorschriften, aber auch Kosteneinsparungen und Wettbewerbsvorteile. Ausserdem wächst die Erkenntnis, dass der Klimawandel die Nachfrage nach neuen, innovativen Produkten und Dienstleistungen stärkt. Die Befragung wurde bei 700 Unternehmen in 15 Ländern, darunter die USA, UK, Frankreich, Deutschland, die Niederlande, Spanien, Schweden und die Tschechische Republik sowie China, Kanada, Russland, Brasilien, Indien, Südafrika und Australien, durchgeführt.

Zürich, 2. März 2010 – 84 Prozent aller befragten Führungskräfte zeigen sich laut der Studie „Appetite for Change: Global business perspectives on tax and regulation for a low carbon economy“ überzeugt, dass der Klimawandel die Geschäftsmodelle von Unternehmen beeinflusst und bereits in den nächsten zwei bis drei Jahren verändert. Eine wachsende Zahl von Unternehmen erarbeitet daher bereits heute Strategien, um den Klimawandel zu bewältigen, selbst wenn die Vorschriften erst entwickelt werden und noch nicht konkret sind. Neue Umweltschutzstrategien werden sich auf Betriebsabläufe, Kennzahlen und die Innovationstätigkeit für neue Produkte und Dienstleistungen auswirken. „Viele Führungskräfte wollen einen Beitrag an die Reduktion der globalen Erwärmung leisten und sind frustriert über die langsame Gangart der Politik in Bezug auf den Klimaschutz. Sie erarbeiten bereits jetzt Umweltschutzstrategien und wollen von den Regierungen wissen, wohin die Reise geht, damit sie die richtigen Investitionen tätigen können“, kommentiert Markus Nöthiger, Partner Consulting Services bei PricewaterhouseCoopers Schweiz.

Führungskräfte mit klimafreundlichen Strategien

Wie die Befragung zeigt, werden Führungskräfte neue Umweltschutzmassnahmen zugunsten des Klimaschutzes unterstützen. 95 Prozent sind der Meinung, dass Umweltgesetze, -steuern und -regulierungen helfen können, eine globale Verständigung über ein Klimaschutzabkommen zu erreichen. Bezüglich der Strategien zur Begrenzung von CO₂-Emissionen und zur Stabilisierung der globalen Erwärmung sind sich die Unternehmer einig, dass die Regierungen die Führungsrolle übernehmen sollten. Mehr als 50 Prozent der Führungskräfte in UK, China, Russland und Schweden denken, dass das Erwirken von Verhaltensänderungen in Bezug auf den Klimawandel primär eine politische Aufgabe ist. Erwartet werden insbesondere neue CO₂-Massnahmen wie etwa Abgaben oder Emissionshandelssysteme sowie strikere Standards in

Bezug auf die Kraftstoff- und Energieeffizienz im Transport- und Gebäudebereich sowie bei Geräten.

Wunsch nach klaren Signalen seitens der Politik

Immer stärker wächst die Erkenntnis, dass der Klimawandel auch eine Nachfrage nach neuen, innovativen Produkten und Dienstleistungen generiert. Diejenigen Unternehmen, die mit innovativen Ideen als Erste auf den Markt kommen, werden einen Wettbewerbsvorteil erreichen. Unternehmer hoffen, dass Regierungen gemeinsam mit der Wirtschaft eine einheitliche und konsistente Klimapolitik schaffen können. Sie erwarten von der Politik klare Signale und Hinweise, um die richtigen Umweltinvestitionen tätigen zu können. 92 Prozent wünschen mehr Anreize für Investitionen in umweltfreundliche Aktivitäten und Technologien.

Zuckerbrot und Peitsche

55 Prozent der Führungskräfte deklarieren bereits existierende Umweltregulierungen wie Steuern, finanzielle Anreize und Emissionshandelssysteme als ineffektiv für die Herbeiführung von Verhaltensänderungen. Sie beurteilen die Compliance (85 Prozent), Unternehmensreputation (74 Prozent), Kosteneinsparungen (73 Prozent) und Wettbewerbsvorteile (67 Prozent) als die entscheidenden Faktoren, die das Umweltverhalten von Organisationen beeinflussen. Bei der Frage, wie man Unternehmen dazu bringt, negative Umwelteinflüsse wirkungsvoll zu bekämpfen, sehen Führungskräfte die Antwort klar in einer Mischung aus „Zuckerbrot und Peitsche“. 86 Prozent votieren für Steueranreize, 83 Prozent für Regulierungsmassnahmen. Die Meinungen in Bezug auf die beste Art und Weise, einen verantwortungsbewussten Umgang mit der Umwelt zu erzeugen, sind geteilt. Während europäische Führungskräfte eher zu einer CO₂-Steuer tendieren, bevorzugen ihre Kollegen in Nordamerika und den BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien und China) Emissionshandelssysteme. Bei den CO₂-Steuern gehören die Flexibilität und die Verfügbarkeit von Anreizen zu den grössten Herausforderungen, bei Emissionshandelssystemen sind dies die Sicherheit und die einfache Handhabung.

Kontakt:

Markus Nöthiger
Consulting Services
PricewaterhouseCoopers Schweiz
E-Mail: markus.noethiger@ch.pwc.com

Markus Hertel
Tax and Legal Services
PricewaterhouseCoopers Schweiz
E-Mail: markus.hertel@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Communications Senior Manager
PricewaterhouseCoopers Schweiz
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Die PwC-Publikation kann als PDF-File bei Claudia Sauter bezogen werden.

PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) bietet branchenspezifische Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung sowie Wirtschaftsberatung an. So stärken wir das Vertrauen der Öffentlichkeit in unser Unternehmen und schaffen für unsere Kunden und deren Interessengruppen zusätzlichen Mehrwert. Mit dem vernetzten Know-how und der Erfahrung unseres Netzwerkes von Mitgliedsfirmen mit über 163'000 Mitarbeitenden in 151 Ländern eröffnen wir neue Perspektiven und bieten praktischen Rat.

„PricewaterhouseCoopers“ und „PwC“ beziehen sich auf das Unternehmensnetzwerk von PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Jedes Mitglied dieses Netzwerkes ist ein separates Rechtssubjekt und agiert nicht als Vertreter von PwCIL oder im Namen eines anderen Mitgliedsunternehmens. PwCIL erbringt keine Dienstleistungen für Kunden. PwCIL übernimmt keine Verantwortung für die Handlungen oder Unterlassungen der Mitgliedsunternehmen und kann für diese nicht

haftbar gemacht werden. PwCIL ist nicht in der Lage, das fachkundige Urteil der einzelnen Unternehmen zu beeinflussen oder einzuschränken. Ein Unternehmen kann für die Handlungen oder Unterlassungen eines anderen Mitglieds im Netzwerk nicht verantwortlich oder haftbar gemacht werden und ist nicht in der Lage, das fachkundige Urteil des Mitglieds oder von PwCIL zu beeinflussen oder einzuschränken.