

THEMENSERVICE

München,
16. August 2023

Kontakt:

Eva Rössler
ClimatePartner GmbH

St.-Martin-Str. 59
81669 München
Office +49 89 231218791
eva.roessler@climatepartner.com

www.ClimatePartner.com

Green Hushing: Das große Schweigen über die eigene Klimaschutzstrategie

Sie klingen zum Verwechseln ähnlich und beschreiben dennoch völlig gegenläufige Trends: Greenwashing und Green Hushing. Während bei Ersterem Bemühungen um Nachhaltigkeit absichtlich übertrieben und klimaschädliches Verhalten versteckt werden, verheimlichen Firmen beim Green Hushing ihre Maßnahmen und Erfolge in Sachen Klimaschutz. Grund dafür ist die anhaltende Angst vor Greenwashing-Vorwürfen und negativer Berichterstattung. Und diese Angst ist offensichtlich groß genug, um viele Unternehmen zum Schweigen zu bringen. Laut einer Studie des Unternehmens South Pole aus dem Jahr 2022 haben sich mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen in Deutschland CO₂-Reduktionsziele gesetzt, planen jedoch, diese nicht zu veröffentlichen. Das Gleiche galt für 20 Prozent aller Unternehmen weltweit.

Vier Gründe, warum Green Hushing als negativer Trend anzusehen ist:

- Wenn große Unternehmen über ihre Maßnahmen zum Klimaschutz berichten, motiviert das oft auch andere Unternehmen, sich dafür einzusetzen. Im besten Fall kann das Erreichte als Benchmark dienen und andere dazu anspornen, sich ebenfalls zu engagieren. Schweigen Unternehmen über ihre freiwilligen Bemühungen, bleibt dieser Effekt jedoch aus.
- Transparenz ist in der Kommunikation über die eigene Klimaschutzstrategie enorm wichtig – Schweigen trägt jedoch keineswegs zur Transparenz bei. Um den Greenwashing-Vorwürfen zu entgehen, können Unternehmen mit ganzheitlichen Klimaschutzstrategien, konkreten Zahlen oder CO₂-Messungen an die Öffentlichkeit treten.
- Ein freiwilliger Einsatz für den Klimaschutz ist längst kein Alleinstellungsmerkmal mehr, sondern Grundbaustein einer zeitgemäßen Klimaschutzstrategie. Wer nicht darüber kommuniziert, läuft ebenso Gefahr, in Kritik zu geraten.
- Eine transparente Kommunikation über Klimaschutzmaßnahmen des Unternehmens bietet Verbraucher:innen eine hilfreiche Orientierung in ihren Kaufentscheidungen. Schweigen die Unternehmen, geht ihnen diese verloren.

Sie wollen gerne mehr zum Thema erfahren oder sich mit unserem Expert:innen-Team dazu austauschen? Nehmen Sie Kontakt zu uns auf.

Über ClimatePartner

ClimatePartner begleitet Unternehmen im Klimaschutz: Mit unserem Lösungsansatz aus Software und Beratung unterstützen wir unsere Kunden dabei, einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und diesen fest in ihrer Strategie zu verankern. So lassen Unternehmen Carbon Footprints für sich oder ihre Produkte berechnen, definieren Ziele für Emissionsreduktionen, setzen Reduktionen um, finanzieren Klimaschutzprojekte und werden dabei bis zur Kommunikation ihres Klimaschutzengagements durch ClimatePartner unterstützt. Diese fünf Schritte lassen sich transparent mit dem Label "ClimatePartner-zertifiziert" und der dazugehörigen Climate-ID-Webseite nachvollziehen. Dort, wo diese Anforderungen noch nicht erfüllt werden können, geben wir die Möglichkeit, sich an der Finanzierung von zertifizierten Klimaschutzprojekten zu beteiligen und dies über das Label „Finanzieller Klimabeitrag“ sowie das etablierte ID-Tracking von ClimatePartner zu zeigen.

Da wir Klimaschutz auf ein neues Level heben möchten, entwickeln wir mit unserem Geschäftsbereich ClimatePartner Impact hochqualitative, zertifizierte Klimaschutzprojekte. Diese und die weiteren Klimaschutzprojekte aus unserem Portfolio haben neben den positiven Auswirkungen auf das Klima immer auch einen Mehrwert für die Menschen vor Ort, denn wir orientieren uns an den 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen.

ClimatePartner wurde im Jahr 2006 in München gegründet. Unsere mehr als 500 Mitarbeitenden unterstützen aus Barcelona, Berlin, Boston, Essen, Frankfurt, London, Mailand, München (HQ), Paris, Stockholm, Den Haag, Wien und Zürich mehr als 6.000 Unternehmen aus 60+ Ländern.

www.climatepartner.com