

Alles im grünen Bereich?*Untersuchung von Hill & Knowlton zu sauberen Technologien –
Chief Energy Officer zur Kontrolle der Umweltrendite benötigt*

Berlin / Frankfurt am Main / München, 9. Mai 2007 – Die überwiegende Mehrheit aller Technologieunternehmen beobachtet die globale Erwärmung sehr genau. Um dieses Problem anzugehen, ist eine eindeutig definierte Strategie von Nöten – und genau daran mangelt es bei fast zwei Dritteln aller Unternehmen (65 Prozent). Dies sind die zentralen Ergebnisse einer weltweiten Erhebung unter 420 Entscheidungsträgern, die das Meinungsforschungsunternehmen Penn, Schoen & Berland Associates im Auftrag von Hill & Knowlton durchgeführt hat. Ziel war es, mehr über die Integration von Wirtschaft und Ethik im Hinblick auf Umweltfragen herauszufinden. Tatsächlich sind 77 Prozent der Befragten der Ansicht, dass die Chefetage um einen Chief Energy Officer (CNO) erweitert werden müsste. Nur so lasse sich die so genannte Umweltrendite (Return on Environment, ROE) umsetzen, steuern und messen.

„Nur wenige Unternehmen verfügen über einen wirksamen Aktionsplan zur Steigerung der Umweltrendite“, kommentiert Joe Paluska, Leiter der Worldwide Technology Practice von Hill & Knowlton. „Die überwältigende Mehrheit davon überlässt diese Aufgabe dem CEO. Noch bemerkenswerter ist es, dass fast zwei Drittel der Befragten angaben, dass in ihrer Organisation niemand für die Definition einer Energiestrategie verantwortlich ist. Die Folgen sind klar: Imageverlust, erhöhte Risiken und Umsatzeinbußen. Hier ist die gesamte Branche gefordert, eine Norm zur Messung der Umweltrendite einzuführen.“

Strategie ist gefordert

Wie wenig Bedeutung energiepolitischen Themen beigemessen wird, zeigt gerade das Reich der Mitte: In China haben 77 Prozent der Unternehmen das Thema bislang nicht adressiert. Wenig besser sieht es in den USA aus (67 Prozent), dahinter folgen Kanada und Großbritannien (62 bzw. 51 Prozent). Was die Verantwortlichkeit angeht, spiegeln die Ergebnisse ähnliche Unsicherheit wider: In 65 Prozent der Firmen gibt es keinen Mitarbeiter, der entsprechende Richtlinien zur Energiestrategie definiert. Weitgehend unbekannt ist eine solche Rolle in chinesischen Unternehmen – 82 Prozent von ihnen haben keinen Beauftragten hierfür. Nur wenig besser stehen die USA mit 70 Prozent da, während



Großbritannien hier am weitesten voraus ist: In mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen (57 Prozent) übernimmt ein Mitarbeiter diese Aufgaben.

„Die Untersuchung lässt nur einen Schluss zu: Unternehmen sollten ihre Chefetagen um einen Chief Energy Officer erweitern“, ergänzt Paluska. „Es wird immer wichtiger, Verantwortlichkeiten hinsichtlich der Umweltperformance zu definieren. Denn die Anforderungen, die Regierungen ebenso wie Kunden, Aktionäre und Mitarbeiter stellen, werden immer komplexer. Letztendlich werden Unternehmen ihren Erfolg anhand dreier Faktoren quantifizieren müssen – Menschen, Gewinn und Umweltbewusstsein.“

Umweltrendite messen

Auf die Frage, wie die Umweltrendite am besten gemessen werden könnte, identifiziert über die Hälfte der Befragten (52 Prozent) einen besseren Ruf des Unternehmens als wichtigsten Ertrag aus Umweltprogrammen. Die tatsächliche Senkung des CO₂-Ausstoßes war für 38 Prozent der Befragten weltweit das wichtigste Kriterium und wurde in Großbritannien an erste Stelle gesetzt. Traditionellere Messgrößen wie Eigenkapitalrendite oder Gesamtbetriebskosten (Total Cost of Ownership) wurden ebenfalls hoch bewertet. Noch ist jedoch viel Arbeit zu leisten, um eine akkurate Bestimmung der Umweltrendite zu ermöglichen, die auch Kunden, Investoren und Politiker nachvollziehen können.

Was die Verringerung von Treibhausgas-Emissionen angeht, gibt es zwar keine klaren Gewinner. Die USA, Japan und Deutschland wurden aber als die drei Länder mit den besten Aussichten identifiziert, in den kommenden Jahren am meisten zu Durchbrüchen bei sauberer Technologie beizutragen. Erwartungsgemäß sind die Menschen der Ansicht, dass ihr eigenes Land die größte Rolle bei der Entwicklung sauberer Technologielösungen spielen wird. Die Ausnahme bei diesem Trend bildet China, wo 62 Prozent der Befragten die USA und nicht ihre eigene Nation als führend in der Debatte um saubere Technologien ansehen.

Welche Branchen mit hoher Wahrscheinlichkeit am meisten von sauberen Technologien profitieren werden, wird in jedem Land ebenfalls unterschiedlich beantwortet. Über die Hälfte der kanadischen Befragten (55 Prozent) betrachtet den Transportsektor als größten Gewinner, US-amerikanische und britische Befragte



sehen Investoren als Nutznießer, und Führungskräfte aus China sehen vorrangig die Politik als Nutznießer.

Über die Untersuchung

Vom 19. März bis 20. April 2007 befragte Penn, Schoen & Berland Associates 420 Entscheidungsträger für den IT-Einkauf den USA, in Großbritannien, Kanada und China. Alle Teilnehmer waren in Unternehmen mit einem Gewinn von mindestens 100 Millionen US-Dollar tätig, die Hälfte der Unternehmen zählt zu den Fortune 1000. Die Befragung wurde telefonisch, online oder in persönlichen Gesprächen durchgeführt.

Die vollständigen Ergebnisse der Befragung stehen online unter folgender Adresse zur Verfügung: www.hillandknowlton.com/roe.



Über Hill & Knowlton

Hill & Knowlton ist ein führendes internationales Kommunikationsberatungsunternehmen, das Dienstleistungen für lokale, multinationale und globale Kunden erbringt. Das Unternehmen hat seinen Sitz in New York und unterhält 70 Büros in 40 Ländern sowie ein ausgedehntes Netzwerk von verbundenen Unternehmen. Die Agentur gehört zu WPP (NASDAQ: WPPGY, www.wpp.com), eine der weltgrößten Unternehmensgruppen für Kommunikationsdienstleistungen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.hillandknowlton.com

Über Hiller, Wüst & Partner

Hiller, Wüst & Partner (HWP) ist die Agentur erster Wahl für Öffentlichkeitsarbeit in den Branchen IT, Telekommunikation und Hightech. In enger Zusammenarbeit mit den Kunden entwickelt und implementiert das erfahrene und vielseitige Beraterteam zielorientierte Kommunikationsstrategien. HWP betreut seit 20 Jahren sowohl namhafte Marken auf internationaler Ebene als auch kleine und mittlere Unternehmen im nationalen Umfeld. Hierzu zählen u. a. Hewlett-Packard, Citrix Systems, Navteq und die Software AG. Seit November 1999 gehört Hiller, Wüst & Partner, mit Standorten in Aschaffenburg und München, zu Hill & Knowlton, dem weltweit drittgrößten PR-Agenturnetzwerk.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.hwp.de

Kontakt:

Timothy K. Göbel

Geschäftsführer / Managing Director

Hiller, Wüst & Partner GmbH

Tel: +49 89 3220809 555

E-Mail: t.goebel@hwp.de