

2 Umweltschutz als Ausrichtung einer Apotheke

Florian Giermann, Dr. Björn Schittenhelm

Der Klimawandel ist ein Thema, das unmittelbare Auswirkung auf den Apothekenbetrieb und die Gesundheit der Patienten hat. Beschäftigen sich Apotheken ernsthaft mit diesem Thema, werden sie darin vielfältige Möglichkeiten finden, ihre Außenwahrnehmung positiv zu fördern und gleichzeitig ihrer heilberuflichen Verantwortung nachzukommen.

2.1 Warum sollten sich Apotheken mit dem Klimawandel auseinandersetzen?

Die globale Erwärmung führt dazu, dass sich die Belastbarkeit der Erde immer schneller ihren Grenzen nähert. Die Gefährdung, die sich daraus für die Gesundheit unserer Mitmenschen ergibt, ist bereits Realität und mitnichten Zukunftsmusik. Aber ist nicht die Erhaltung, Förderung und Verbesserung von Gesundheit die wichtigste Motivation, um überhaupt den Apothekerberuf auszuüben? Schließlich endet die Verantwortung der großen Mehrzahl an Pharmazeuten für die Gesundheit ihrer Mitmenschen nicht mit der Abgabe von Fertigarzneimitteln in der Offizin. Stattdessen gehen sie mit der Anfertigung von Rezepturen, Botenfahrten oder den Nacht- und Notdiensten seit jeher schon die berühmte Extrameile für die Patienten. Sie zeigen damit eindrucksvoll, dass sie als kompetente Ansprechpartner für alle Gesundheitsbelange ganz eng an den Bedürfnissen ihrer Kunden sind – rund um die Uhr und patientenindividuell.

Apotheker kümmern sich also um die Gesundheit ihrer Mitbürger. Sie haben diejenigen Themen im Blick, welche die Gesundheit direkt oder indirekt betreffen. Deutlich wird das am Beispiel der überdurchschnittlich heißen und trockenen Sommer der letzten Jahre. Während dadurch unmittelbar der Beratungsbedarf zu Prävention (Sonnenschutz) und Heilung (von Dehydration über Hitzschlag bis hin zum Sonnenbrand) gestiegen ist, gibt es schon jetzt feststellbare Langzeitfolgen der Erderwärmung. Sie ist einer der Hauptgründe, weshalb die Prävalenz allergischer Erkrankungen seit den 1970er Jahren in Ländern mit westlichem Lebensstil nach Aussagen des Robert Koch-Instituts (RKI) stark zugenommen hat. Zwar mag sich ein möglicher erster kaufmännischer Reflex über diese Entwicklung in Freude äußern. Immerhin bedingen zunehmende allergische Erkrankungen steigende Verkaufszahlen von Antiallergika. Aber das individuelle Leiden, die Minderung der Lebensqualität der Betroffenen ist mit dem heilberuflichen Aspekt des Apothekerberufs unvereinbar. Schließlich gehören Apotheken auch selbst zu den Berufsgruppen, die vom Klimawandel besonders betroffen sind.

Zu den heute schon erkennbaren Auswirkungen gehört die Zunahme von Wetterextremen: neben den bereits erwähnten sommerlichen Extremtemperaturen zählen auch vermehrte starke Regenfälle und heftige Stürme. Die zunehmenden Temperaturen begünstigen darüber hinaus die Verbreitung von Krankheitserregern. So breitet sich beispielsweise

in China mit steigenden Temperaturen die Schistosomiasis aus, eine tropische Wurmkrankheit. In Alaska nehmen Durchfallerkrankungen durch Salmonellen in Meeresfrüchten zu. Auch Mücken und die von ihnen übertragenen Krankheiten (Malaria, Dengue-Fieber) breiten sich aus. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) nimmt an, dass bereits heute jährlich weltweit 150.000 Todesfälle auf die gestiegenen Temperaturen zurückzuführen sind.



Wissenswertes

Einer Studie von Wissenschaftlern der Universität Cambridge, des Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung (PIK) und der Universität Hawai'i at Manoa zufolge haben Veränderungen des Klimas in der südchinesischen Region Yunnan das Wachstum von Waldgebieten angekurbelt, die einen für Fledermäuse geeigneten Lebensraum bieten. Ursache für diese Ausbreitung von Wäldern in Südchina sind laut der Studie die globalen Treibhausgasemissionen des letzten Jahrhunderts. In der betroffenen Gegend hat sich die Vegetation binnen eines Jahrhunderts dramatisch gewandelt – weg von tropischem Buschland, hin zu tropischer Savanne und Laubwald. Auch wenn noch nicht abschließend geklärt ist, ob SARS-CoV-2 tatsächlich über einen Zwischenwirt, vermutlich ein Schuppentier, von Fledermäusen auf den Menschen übergelungen ist, so gilt diese Theorie als wahrscheinlich. Die Studie liefert einen Mechanismus, der dem Klimawandel eine direkte Rolle bei der Entstehung von SARS-CoV-2 zuweist. Stimmt die These, so ist der Klimawandel sogar hauptverantwortlich für die folgenreichste Pandemie seit Generationen.

Wetterextreme haben schließlich auch unmittelbare Auswirkungen auf den Betrieb der Apotheken vor Ort. So können einerseits Naturkatastrophen, die in weiter Ferne am Standort von Wirkstoffherstellern geschehen, zum dortigen Produktionsstopp und in Folge zur Verschlimmerung von Lieferengpässen führen. Andererseits sorgen heftige Unwetter und Starkregen auch bei uns schon heute immer wieder für Staus und Unfälle und somit indirekt auch für Ausfälle von Großhandelstouren. So verursachen sie Lücken in der Lieferkette vor Ort. Selbst Überschwemmungen haben immer wieder zur Beeinträchtigung bis hin zur Schließung einzelner Apotheken geführt, wie zuletzt im Juli 2021.

Auch die hohen sommerlichen Temperaturen wirken sich negativ auf den Apothekenbetrieb aus. So wurde während der Hitzewellen der letzten Jahre immer wieder die für die sichere Lagerung von Arzneimitteln festgelegte Höchsttemperatur von 25 Grad Celsius im Warenlager vieler Apotheke überschritten. Bei derartigen Temperaturen neigen auch Mitarbeitende und Kunden dazu, schneller erschöpft, gereizt und im schlimmsten Fall sogar unkonzentriert zu sein. Der Einbau von Klimaanlage kann die Symptome zwar meist lindern, schafft dafür aber auch neue Probleme, wie beispielsweise Erkältungen im Hochsommer. Klimaanlage verbrauchen zusätzliche Energie und verursachen so in aller Regel höhere Stromkosten (►Kap. 4.3). Für das Unternehmen Apotheke bedeutet der Klimawandel nicht weniger als verringerte Planbarkeit gepaart mit höherem Aufwand.

Der Handlungsbedarf ist offensichtlich: zum Wohle der Mitmenschen, des eigenen Betriebs und nicht zuletzt auch der künftigen Generationen. Viele Apotheken sind schließlich Familienbetriebe, die häufig von den Eltern an eines ihrer Kinder übergeben werden. Damit geht eine große unternehmerische Verantwortung einher. Will man dieser



● **Abb. 2.1** Die immer heißeren Sommer machen Kunden und Mitarbeitenden zu schaffen.

2

gerecht werden, überlegt man am besten schon heute, in welchem Zustand man das Unternehmen Apotheke dereinst an seine Nachfolger übergeben möchte – und in welcher Welt sich dieses Unternehmen dann befinden soll.

2.2 Was bringt der Klimaschutz der Apotheke?

„Tue Gutes und rede darüber,“ lautet ein altes Sprichwort. Natürlich schont nachhaltiges Handeln das Klima und die Umwelt. Apotheken in Deutschland haben täglich 3,3 Millionen Patientenkontakte.



Wissenswertes

78 % der deutschen Bevölkerung haben ein hohes Vertrauen in Apotheker. Apotheker genießen damit das höchste Vertrauen aller Akteure im deutschen Gesundheitssystem, wie eine im Jahr 2020 durchgeführte Befragung des Gesundheitsmonitors des Bundesverbandes der Arzneimittelhersteller (BAH) ergab.

Dieser Vertrauensvorschuss gepaart mit der Reichweite ergibt eine einmalige Außenwirkung der Apotheken. Würden sich also viele Apotheken öffentlichkeitswirksam für einen nachhaltigeren Klimaschutz einsetzen, so wäre das ein unüberhörbares Signal in Richtung Bevölkerung und Politik.

Der Klimawandel ist außerdem ein absolutes Trend-Thema, spätestens seit der Klimaaktivistin Greta Thunberg und der Fridays for Future-Bewegung erhält es hohe mediale Aufmerksamkeit. Apotheken, die klar kommunizieren, dass sie das Thema Klimaschutz mit konkreten Maßnahmen aufgegriffen haben, positionieren sich eindeutig gegenüber ihren Zielgruppen. Als erstes denkt man bei Zielgruppen natürlich an die Kunden. End-

verbraucher berücksichtigen bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend auch Klimaschutzaspekte. Der Anteil von Ökostrom steigt ebenso kontinuierlich an wie die Energieeffizienz als Hauptkriterium bei der Anschaffung neuer Haushaltsgeräte. Das ergibt eine repräsentative Umfrage, die vom Bundesumweltministerium und dem Umweltbundesamt alle zwei Jahre in Auftrag gegeben wird. Gegenüber ihren Kunden kann sich die Apotheke somit also nur positiv profilieren, wenn sie sich des Themas Klima- und Umweltschutz annimmt und dies auch kommuniziert.

Aber natürlich sind Apothekeninhaber auch innerhalb ihrer örtlichen Gemeinschaft in aller Regel bestens vernetzt. Die Chance, in anderen Einzelhandels- oder Gewerbebetrieben Mitstreiter und Nachahmer zu finden, ist sehr hoch. Apothekern als Gesundheitsexperten schenkt man auch Glauben, wenn sie z. B. im Handels- und Gewerbeverein auf die Dringlichkeit des Handlungsbedarfs in Bezug auf das Klima hinweisen. Natürlich liegt die höchste Priorität im Handeln – über den Klimaschutz zu sprechen ist aber häufig der erste Schritt, bevor man ins Tun kommt und sollte daher auf keinen Fall unterschätzt werden. Erst die Kombination von Aktion und Kommunikation erhöht die Chance enorm, möglichst viele Verbraucher und Unternehmen zu animieren, sich den Maßnahmen zum Klimaschutz ebenfalls anzuschließen.

Die Zielgruppe der Mitarbeitenden in der Apotheke sollte ebenfalls nicht außer Acht gelassen werden. Gemäß einer Umfrage des Portals www.Gehalt.de aus dem Jahr 2019 wären knapp 60 Prozent der Befragten bei klimaschädlichem Verhalten ihres Arbeitgebers bereit, zu kündigen. Nur 40 Prozent der Befragten gaben darüber hinaus an, dass die Nachhaltigkeit des Arbeitgebers keine Rolle bei ihrer Berufswahl spielt. Insgesamt zeigt die Umfrage auch, dass Frauen das Thema Nachhaltigkeit im Beruf stärker am Herzen liegt als Männern. Der Frauenanteil der Beschäftigten in öffentlichen Apotheken liegt bei 89,1 Prozent. Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind somit Themen, die sich durchaus positiv auf die Loyalität der Mitarbeitenden auswirken. Außerdem können die chronisch von Personalknappheit geplagten öffentlichen Apotheken auch bei Bewerbern mit diesen Themen sicherlich punkten.

! Tipp

- Denken Sie daran, dass Nachhaltigkeit nicht nur einen wichtigen Beitrag für das gesamte Ökosystem leistet, sondern indirekt auch das betriebliche Gesundheitsmanagement beeinflusst. Wenn Sie eine nachhaltige und gesundheitsfördernde Apotheke betreiben, so werden Sie von Bewerbern und Mitarbeitenden häufiger als attraktiv und krisensicher bewertet. Sie werden seltener von Fachkräftemangel betroffen sein – Sie sind die Zukunft!

Freiwilliges Engagement muss jedoch immer auch mit einem hohen Maß an Ernsthaftigkeit und Professionalität verfolgt werden, wenn man damit auch an die Öffentlichkeit gehen möchte. Zu schnell kann sonst der Schuss nach hinten losgehen. Man kann davon ausgehen, dass Kunden, Lieferanten und Mitarbeitende sehr wohl beurteilen können, ob die Klimaschutz-Maßnahmen der Apotheke ernst gemeint sind, oder ob nur heiße Luft verbreitet wird. Zweifeln die Zielgruppen die Seriosität des Klimaschutzes in der Apotheke an, so haben sie heute mit den sozialen Netzwerken ein mächtiges Werkzeug, um ihr Misstrauen nachhaltig, schnell und weit zu verbreiten. Daher sollte die Apotheke Kli-

maschutzmaßnahmen stets mit Bedacht angehen und mögliche Partner (►Kap. 8) akribisch beleuchten und nicht beliebig auswählen.

2.3 Wie setzt man den Klimaschutz in der Apotheke um?

Die Umsetzung erfolgt idealerweise in drei aufeinander aufbauenden Schritten. Beginnen sollte man dabei mit der Frage: wie weit entfernt von der Klimaneutralität ist die eigene Apotheke überhaupt?

2.3.1 Emissionen ermitteln

Beantworten kann man diese Frage, indem man eine CO₂-Bilanz für die Apotheke erstellt. Darin listet man sämtliche anfallenden Emissionen auf. Was Emissionen sind, wo sie in der Apotheke anfallen und wo sie vermieden oder reduziert werden können, wird in ►Kap. 4 ausführlich beschrieben. Zur methodischen Berechnung der Emissionen zieht man unterschiedliche Geltungsbereiche heran, die als *Scope* bezeichnet werden.

Scope 1 Das sind die Emissionen, für die das Unternehmen direkt verantwortlich ist, die Emissionen, die direkt ausgestoßen werden. Direkt der Apotheke zurechnen lassen sich vor allem die Emissionen für den Stromverbrauch (fossile Brennstoffe), Wärmeverbrauch durch die Heizung sowie durch den Kraftstoffverbrauch von Fahrzeugen, die überwiegend für die Apotheke im Einsatz sind; klassischerweise sind dies die Botendienstfahrzeuge. Je direkter die Emissionen in der Apotheke anfallen, umso effektiver kann sie auch selbst Hebel zu deren Beseitigung oder Reduktion ansetzen.

Scope 2 Hier geht es indirekt um Emissionen, die extern im Energie- und Wärmebereich anfallen. Dazu rechnet man vor allem den Stromverbrauch sowie Fernwärme und -kälte, soweit diese bezogen werden. (Vorgelagerte energiebezogene Emissionen, welche sich insbesondere auf die Herstellung und Transporte der Brennstoffe beziehen)

Scope 3 sind alle anderen indirekten Emissionen. Dazu gehören sowohl vorgelagerte, als auch nachgelagerte Wertschöpfungsketten. Zu ihnen zählt man u. a.:

- Geschäftsreisen und Hotelübernachtungen,
- Arbeitswege der Arbeitnehmer und Patienten,
- Abfallaufkommen, Abwasser und Bau,
- Verbrauchsmaterialien im Büro sowie
- Gütertransport und Lieferketten.

In ►Kap. 4.1 werden die Scopes 1, 2 und 3 anhand von Beispielen vertieft und ihre Herkunft aus dem GHG Protocol (*Greenhouse Gas Protocol*, Treibhausgasprotokoll) dargelegt.

Berechnen kann man die Emissionen für jede dieser Geltungsbereiche anhand der jährlichen Abrechnungen für Abfallentsorgung, Gas- und Strombezug oder der Wasserversorgung. Relevant sind auch weitere ganz grundsätzliche Daten zur Apotheke, wie

- die Lager- und Verkaufsfläche,
- die Anzahl der Mitarbeitenden und
- die Anzahl der Firmen- bzw. Botenfahrzeuge.

Hat man diese Werte schließlich alle ermittelt, wird man jedoch feststellen, dass sie nicht in der Einheit „Tonnen CO₂“ vorliegen, sondern hauptsächlich in Kilowattstunden, Litern oder Quadratmetern. Also müssen sie noch mit den richtigen Faktoren in die korrespondierenden CO₂-Werte umgerechnet werden. Diese werden auch als CO₂-Äquivalente bezeichnet. Ein Online-Tool zur Umrechnung in CO₂-Äquivalente ist beispielsweise der CO₂-Rechner, der auf der Website des Umweltbundesamtes unter www.uba.co2-rechner.de zu finden ist. Eine sehr komfortable App zur Ermittlung von Emissionen finden Sie in ►Kap. 7.2.1.

Damit ist der sog. „Ökologische Fußabdruck“ ermittelt: Wie viele Tonnen an Emissionen (CO₂ und CO₂-Äquivalente) stößt die Apotheke pro Jahr aus? Erst jetzt, mit der Erstellung der CO₂-Bilanz für die Apotheke, ist eine valide Grundlage für die nächsten Schritte geschaffen. Denn am Ende sollen diese Emissionen ja im Idealfall vermieden, wo das nicht möglich ist, reduziert und schließlich ausgeglichen werden, damit die Apotheke auch wirklich klimaneutral ist.



Wissenswertes

Der Treibhausgas-Ausstoß einer Apotheke in Deutschland liegt im Durchschnitt bei ungefähr 25 Tonnen CO₂-Äquivalente pro Jahr.

2.3.2 Emissionen vermeiden und reduzieren

Um zu entscheiden, welche Maßnahmen nun zu ergreifen sind, empfiehlt sich ein strategisches Vorgehen. Der CO₂-Fußabdruck der Apotheke ist ermittelt, nun geht es um die Definition der richtigen nächsten Schritte. Natürlich läuft es am Ende darauf hinaus, Emissionen zu vermeiden und, wo das nicht möglich ist, diese zumindest zu reduzieren. Da es eine Vielzahl an möglichen Maßnahmen gibt und nicht jede Apotheke alle Maßnahmen gleichzeitig umsetzen kann, sollten sie einer Bewertung unterzogen werden. Empfohlen hat sich als Werkzeug hierbei die sog. SWOT-Analyse.

Die SWOT-Analyse als strategisches Werkzeug

Der Name SWOT leitet sich von den Anfangsbuchstaben der englischen Wörter *Strength* (Stärke), *Weakness* (Schwäche), *Opportunity* (Chance, Möglichkeit) und *Threat* (Risiko, Bedrohung) ab. Sie bezeichnen die vier Kategorien, anhand derer man einzelne Maßnahmen bewertet (■ Tab. 2.1).

Dabei beziehen sich Stärken und Schwächen stets auf das Unternehmen, also die Apotheke, selbst. Der Blick wird dabei nach innen gerichtet. Chancen und Risiken richten dagegen den Fokus nach außen, auf den Markt und das Umfeld, in dem sich das Unternehmen bewegt. Führt man beide Sichtweisen in Form einer Matrix zusammen, so erhält man eine umfassende Abwägung, aus der sich die nächsten Schritte gut ableiten lassen.

Bevor man sich daranmacht, idealerweise im Team, einzelne Maßnahmen anhand dieser Matrix zu bewerten, sollte noch ein konkretes, messbares Ziel festgelegt werden. Dieses sollte den bekannten SMART-Kriterien entsprechen, also

- spezifisch (S),
- messbar (M),
- aktionsorientiert (A),
- realistisch (R) und
- mit einem Termin versehen sein (T).

■ **Tab. 2.1** SWOT-Analyse

	Stärken (intern)	Schwächen (intern)
Chancen (extern)	Chancen verfolgen, die gut zu den Stärken der Apotheke passen.	Schwächen beseitigen, um so neue Chancen nutzen zu können.
Risiken (extern)	Durch Nutzung der eigenen Stärken Risiken vermeiden.	Um Risiken, die durch eine Schwäche der Apotheke besteht, nicht Realität werden zu lassen, Verteidigungsstrategie entwickeln.

Ein Ziel könnte somit lauten, den kompletten Fuhrpark binnen 2 Jahren auf Elektrofahrzeuge umzustellen. Und eine Stärke der Apotheke könnte darin liegen, dass aufgrund des Alters des aktuellen Fuhrparks ohnehin bald neu investiert werden muss. Eine Schwäche könnte darin liegen, dass die Botentouren häufig so lang sind, dass die Reichweite des Elektroautos überschritten wird. Eine Chance könnte sein, dass Elektrofahrzeuge, die mit dem Apothekenlogo versehen sind, positiv von den Kunden wahrgenommen werden. Ein Risiko wären beispielsweise neue Regularien, die die Elektromobilität einschränken oder zu teuren Nachrüstungen verpflichten könnten.

Nun wägt man die Argumente für- und gegeneinander ab und sucht für jedes der vier Felder in der SWOT-Matrix mögliche Handlungsfelder, die sich aus der Analyse ableiten lassen. Denn die SWOT-Analyse selbst beschreibt nur einen aktuellen oder antizipierten Zustand. Die Umsetzung ist dann Teil der Strategie. Um Chancen und Risiken – im Sinne von angenommenen günstigen oder ungünstigen Umständen – gut einschätzen zu können, sollte man auch ein gutes Gespür dafür haben, was Kunden und Mitarbeitende erwarten und wie Wettbewerbsapotheken diesen Erwartungen begegnen.

Vermeiden und Reduzieren – damit wurden die nächsten Schritte bereits angekündigt und in der Reihenfolge ihrer Priorität auch benannt. Als zweite Unterteilung für die zu ergreifenden Maßnahmen hat sich ein Blick auf die Geschwindigkeit bewährt, innerhalb derer sie umgesetzt werden können.

Effizient, kurzfristig und unmittelbar lässt sich alles beeinflussen, was die Apotheke selbst in der Hand hat und wodurch sie aktiv und eigenmächtig ihren CO₂-Ausstoß reduzieren kann. Für jede Apotheke eignen sich dabei die nachfolgenden Maßnahmen, die im Rahmen der meisten CO₂-zertifizierten Programme ohnehin obligatorisch sind:

- Umstieg auf 100 % Ökostrom bzw. -gas (► Kap. 4.3 und 8.4.1),
- Einführung eines Programms zur Mülltrennung (► Kap. 5.2),
- Austausch von Leuchtmitteln durch energieeffiziente LED-Lampen (► Kap. 4.3.1),
- Maßnahmen zur Senkung des Stromverbrauchs (► Kap. 4.3),
- Erstellung eines nachhaltigen Konzepts zur Einsparung von Material (► Kap. 5.2),
- Umstieg auf Druckerzeugnisse aus recycelbarem Papier aus einer klimaneutralen Druckerei (► Kap. 5.2.1).

Daneben gibt es noch eine Vielzahl an weiteren Schritten, die man eher als optional bezeichnen würde und die auch nicht für jede Apotheke gleichermaßen geeignet sind. Gleichwohl haben sich die nachfolgend gelisteten Maßnahmen und Aktionen, zusätzlich zu den üblicherweise verpflichtenden, als äußerst effektiv für den Klimaschutz erwiesen:

- Ernennung eines internen Nachhaltigkeits- oder Klimaschutzbeauftragten. Für größere Apotheken und Filialverbände kann es durchaus sinnvoll sein, einer Person hier



○ **Abb. 2.2** Strom aus regenerativen Quellen: ein MUSS für die nachhaltige Apotheke.

den Gesamtüberblick zu übertragen. Sie oder er überwacht die Einhaltung der Maßnahmen und macht aus eigener Initiative Verbesserungsvorschläge. Der Nutzen liegt nicht nur im Delegieren einer Aufgabe, durch die man sich als Inhaber Freiräume verschafft. Vor allem die Außenwirkung einer solchen Stelle ist nicht zu unterschätzen, wie bereits weiter oben ausgeführt wurde (► Kap. 2.2): Arbeitgeber, die so gesundheitsfördernd und vorausschauend agieren, werden von Bewerbern und Mitarbeitenden nicht nur als attraktiv, sondern auch als krisensicher und modern angesehen.

- Schaffung von Anreizsystemen zur Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln oder zur Bildung von Fahrgemeinschaften. Solche Systeme haben sich in vielen Unternehmen bereits bewährt. Dadurch wird der Öko-Bilanzposten „Arbeitswege der Arbeitnehmer“ nochmal deutlich reduziert. Außerdem kann das sogar dem Sozialgefüge im Team dienlicher sein, als wenn jeder den Arbeitsweg alleine im eigenen Auto zurücklegt.
- Einsatz von E-Autos für den Botendienst. Wer Ökostrom bezieht und ohnehin vor der Anschaffung eines neuen Botenfahrzeugs steht, sollte ein Elektrofahrzeug ernsthaft in Betracht ziehen. Selbst bei widrigen Witterungsbedingungen sollte die Reichweite eines solchen Automobils inzwischen mindestens 250 Kilometer betragen. Damit sollten Botenfahrten für alle Apotheken in Deutschland möglich sein. Sinnvoll ist dann auch das Aufstellen einer oder gar mehrerer Ladestationen auf dem Kundenparkplatz der Apotheke. Nicht nur, weil man das eigene dort laden (und zeigen) kann, sondern auch, weil man somit attraktiver Anlaufpunkt für andere Fahrer von E-Autos wird. Fahrer von Elektro- und Hybridfahrzeugen sind überwiegend Männer mittleren Alters mit hohem Sozialstatus – die Kunden von heute und morgen, mit anderen Worten.



Wissenswertes

Eine Auswahl an Aus- und Weiterbildungen zum Thema Nachhaltigkeitsmanagement bieten:

- der TÜV Rheinland: Dieser veranstaltet Online- und Präsenz-Seminare zum Nachhaltigkeitsmanagement an.
- der Deutsche Industrie- und Handelskammertag: Einen zertifizierten Lehrgang zum CSR-Manager (IHK) kann man hier besuchen. CSR ist die Abkürzung für *Corporate Social Responsibility*, also der unternehmerischen gesellschaftlichen Verantwortung. Gemeint ist damit, dass sich Unternehmen über ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft bewusst sind und somit Verantwortung durch nachhaltiges Wirtschaften übernehmen wollen. Mehr dazu in ►Kap. 8.2.
- das Karriereportal www.jobverde.de: Hier finden sich weitere, zum größten Teil berufsbegleitende Fortbildungen mit Nachhaltigkeitsschwerpunkten.

Mittelfristige Maßnahmen beinhalten unter anderen nachhaltiges Entgeltmanagement (►Kap. 2.4.3) sowie die Einführung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements. Diese Maßnahmen sind gut geeignet, um Mitarbeitende zu motivieren und zu gewinnen.

Langfristig hingegen sind sämtliche Maßnahmen, die nachhaltig und dauerhaft auf das eigene Energiemanagement einzahlen, wie beispielsweise die Errichtung einer Photovoltaikanlage, energieeffiziente Heizung und Klimatisierung und ähnliche dauerhafte Maßnahmen. Auch die Kompensation von unvermeidbaren oder nicht weiter reduzierbaren Emissionen gehört zu den langfristigen Maßnahmen.

2.3.3 Emissionen ausgleichen durch Kompensation

Auch wenn man durch das Einsparen von Emissionen in der eigenen Apotheke den direktesten und unmittelbarsten Hebel für den Klimaschutz hat, so sind die Möglichkeiten der Emissionsreduktion nicht unbegrenzt. Sobald man an dieser Grenze angekommen ist, hat man zwar einen kleineren CO₂-Fußabdruck als zuvor, ganz verschwunden wird er aber nicht sein. Also muss man sich für die noch übrigen, bleibenden Emissionen etwas anderes überlegen, wenn man wirklich klimaneutral sein möchte.

Ein probates Mittel hierfür ist die Kompensation. Sie beruht auf dem Gedanken, dass es für das Klima als globales Phänomen nicht entscheidend ist, an welcher Stelle Treibhausgas ausgestoßen oder vermieden werden. Die an einer Stelle verursachten Emissionen lassen sich somit auch an einer weit entfernten Stelle einsparen. Wie bereits erwähnt, ist die Vermeidung und Reduzierung eigener Emissionen einer späteren Kompensierung stets vorzuziehen. Die freiwillige Kompensation ist dann jedoch ein durchaus wirksamer letzter Schritt.

Um berechnen zu können, wie viele Tonnen CO₂ konkret zu kompensieren sind, wird die Höhe der noch verbleibenden klimawirksamen Emissionen der Apotheke benötigt. Die Kompensation erfolgt dann über den Erwerb von sog. Emissionszertifikaten, mit denen dieselbe Emissionsmenge durch die Förderung von Klimaschutzprojekten ausgeglichen wird. Wichtig ist dabei, dass es das geförderte Projekt ohne die Kompensation nicht gegeben hätte. Zu schnell setzt man sich sonst Vorwürfen aus, sog. Greenwashing (►Kap. 1.9) zu betreiben. Dieser Art von „modernem Ablasshandel“ hat außer der Beruhigung des eigenen Gewissens keinen zusätzlichen Effekt für das Ökosystem. Auf keinen

Fall dürfen Kompensationen als Rechtfertigung herangezogen werden, um einen umweltschädlichen Lebensstil beizubehalten.

Mit dem Kauf eines Emissionszertifikats werden überwiegend Projekte zur Förderung erneuerbarer Energien oder zur Aufforstung von Wäldern finanziert. Häufig sind diese Projekte in Schwellen- und Entwicklungsländern angesiedelt. Aufgrund der höheren Kaufkraft unserer Währung ist die Wirkung dort um ein Vielfaches höher, als wenn hierzulande in vergleichbare Projekte investiert würde. Unabhängig davon, an welchem Ort Projekte gefördert werden, ist jedoch stets Voraussetzung, dass das konkrete Projekt ohne die Erlöse aus der Kompensationszahlung nicht hätte durchgeführt werden können.

Auch wenn die Kompensation von Emissionen als klimaschützende Maßnahme inzwischen allgemein anerkannt ist, ist ihr tatsächlicher Nutzen von vielen Faktoren abhängig. Einige von diesen Faktoren können a priori noch nicht einmal im Detail beziffert werden. Deutlich machen kann man sich das am Beispiel der Aufforstung: Denn mit dem Pflanzen von Bäumen alleine ist es noch nicht getan. Vielmehr muss nach der abgeschlossenen Aufforstung sichergestellt werden, dass die Bäume nicht zwanzig Jahre später wieder gefällt werden. Denn dann hätten sie noch längst nicht die Menge CO₂ gebunden, die für eine Kompensation notwendig wäre. Je nachdem, mit welchen Maßnahmen Anbieter von Emissionszertifikaten derartige langfristige Zusagen absichern, kann der Vorwurf des Greenwashings im schlimmsten Fall sogar berechtigt sein.

Letztlich besteht das Geschäftsmodell aller CO₂-Kompensationsanbieter darin, den CO₂-Ausstoß zu neutralisieren, falls er sich nicht vermeiden oder verringern lässt. Die zuvor also berechneten, verbleibenden Emissionen werden durch klimafreundliche Projekte ausgeglichen.

Eine gängige Kompensation ist der Ausgleich durch Bäume pflanzen. Denn Bäume binden CO₂. Es stellt sich also die Frage: Können Bäume das Klima retten?

Ein Verdeutlichungsversuch also am Beispiel der Aufforstung. Die Idee ist, verbliebene Emissionen, die nicht eingespart werden können, egal, ob von einem Unternehmen, einer Behörde oder einer Privatperson, durch Aufforstung auszugleichen. Das Ziel dabei ist, Klimaneutralität zu erreichen. Nur ist es mit dem Pflanzen von Bäumen alleine nicht getan. Wo und mit welchen Pflanzen aufgeforstet wird, ist mindestens genauso relevant. Denn grundsätzlich ist ein künstlicher Wald krisenanfälliger als ein natürlich gewachsener. Waldbrände, Dürren, Schädlinge und Fressfeinde machen ihm mehr zu schaffen, als seinem natürlichen Pendant. Zerstörte oder beschädigte Wälder binden jedoch weniger CO₂. Hingegen sind andere Ökosysteme, wie Wiesen, Savannen und Moore, ebenfalls in der Lage, CO₂ zu speichern.

Dazu kommt die Frage der Landnutzung und das in ►Kap. 1.2 erwähnte, vorherrschende Nord-Süd-Gefälle. Dem Globalen Süden wird Land abgesprochen, damit Unternehmen aus dem Globalen Norden als klimaneutral dastehen. Den im Globalen Süden lebenden Menschen geht dadurch im schlimmsten Fall Lebensraum und Ackerland verloren und steht der heimischen Bevölkerung nicht mehr zur Verfügung. Werden dadurch Migrationswellen in den Globalen Norden verursacht, so sind diese sogar „hausgemacht“.



Klima-Tipp

Ein nachhaltiges Baum-Projekt ...

- ... verzichtet auf Monokulturen und **fördert Mischkulturen**,
- ... verwendet natürliche und **heimische Arten**,
- ... bezieht die **lokale Bevölkerung** mit ein und
- ... **schützt die Bäume** vor Zerstörung, damit die Setzlinge wachsen können.
- ... **kontrolliert** die Setzlinge langfristig, bis sie zum „großen“ Baum werden.

Viel wertvoller als das aktive Bäumepflanzen wird von vielen Forschern der **Schutz der bestehenden Ökosysteme** angesehen. Man sollte der Natur einfach freien Lauf lassen, denn so entstehen keine Monokulturen. Es dauert aber sehr viel länger und erfordert Geduld und Vertrauen, dass die Ökosysteme sich selbst regenerieren können.

Kompensieren ist also immer nur die zweitbeste Lösung, und zwar bei den Fällen, für die eine Vermeidung bzw. Reduktion der Emissionen tatsächlich nicht möglich ist. Wie man als Apotheker beurteilen kann, ob ein Anbieter für Kompensationen tatsächlich vertrauenswürdig ist, darüber klärt beispielsweise das Umweltbundesamt unter dem Stichwort Qualitätsstandards auf. Werden diese nämlich eingehalten, so gewährleisten sie vor allem, dass Treibhausgasemissionen tatsächlich in der angestrebten Höhe ausgeglichen werden. Typische Fragen, die solche Standards betreffen, sind:

1. Sorgt die neue Windkraftanlage tatsächlich dafür, dass am Ende insgesamt weniger Emissionen ausgestoßen werden als ohne sie?
2. Wäre die Installation von Photovoltaikanlagen in dem Sahara-Anrainer-Staat nicht ohnehin schon von den dortigen Behörden geplant gewesen?
3. Welche negativen Kollateraleffekte gibt es nach der Aufforstung eines Waldes – werden etwa einheimische Tier- und Pflanzenarten durch Monokulturen verdrängt?

Keinesfalls sollten mittel- und langfristige Effekte den eigentlichen Nutzen eines Projekts untergraben.

Wie kompliziert das Kompensieren von CO₂ ist, zeigt auch die Herausforderung, den korrekten CO₂-Ausstoß zu ermitteln. Muss z. B. bei einer Flugreise mit eingerechnet werden, dass Kohlendioxid in großen Höhen viel stärker aufs Klima wirkt, als wenn es auf der Erde ausgestoßen würde? Leider gibt es für die Handhabung dieser und ähnlicher Problemstellungen keinen einheitlichen oder normierten Weg. Die verschiedenen Anbieter agieren bei dieser Ermittlung nicht einheitlich, weswegen Kritik hier auf einen mitunter fruchtbaren Nährboden stößt.

Glücklicherweise haben sich in den letzten Jahren immer mehr Standards für freiwillige Kompensation etabliert. Zu den internationalen Standards gehören z. B. der *Clean Development Mechanism* (CDM), *Verified Carbon Standard* (VCS) oder der Gold Standard. Sie decken den Großteil des Marktes ab.

Auch die Stiftung Warentest hat das Thema der Kompensation bereits bearbeitet. Im März 2018 wurden die Leistungen von sechs CO₂-Kompensationsanbietern geprüft. Drei von ihnen erhielten dabei immerhin die Note „sehr gut“ (► Kap. 8.3).