



Auf der Plattform Klimapositiv.world kann jedes Unternehmen errechnen, wie hoch die CO₂-Emissionen der Internetpräsenz sind.

Das Ziel: ein positiver Webauftritt

Von Peter Hammer

Bernd Eberle winkt ab. Nein, es verberge sich kein neues Geschäftsmodell hinter der neuen Plattform oder dem neuen Label. Er werde und wolle damit nicht Geld verdienen, sagt der Chef der Agentur Eberle. Hofft allerdings, dass das Engagement positiv aufs Image der Firma einzahlt. Und die Positionierung der Schwäbisch Gmünder als Werbeschmiede für Kunden aus den Bereichen Bioahrungsmittel, Naturkosmetik, Arzneimittel und Naturstrom stärkt.

Doch worum geht es? Seit wenigen Tagen ist Eberle nicht mehr nur klimaneutral, das ist die Firma bereits seit zehn Jahren, sondern sogar klimapositiv. Soll heißen: Der eigene CO₂-Ausstoß wird überkompensiert – um mindestens zehn Prozent, heißt es. Erreicht

wurde dies durch diverse Maßnahmen, unter anderem durch eine Optimierung der eigenen Website und eine zusätzliche Kompensation. Ein Ansatz, von dem die 45 Mitarbeiter große Agentur nun andere Unternehmen überzeugen will und daher die Plattform „Klimapositiv.world“ gelauncht hat.

KLIMAKILLER INTERNET

Ziel des Projekts ist es, Unternehmen dabei unter die Arme zu greifen, ihre Website klimapositiv zu machen. Für ein besseres Klima, damit die Gesellschaft dem Pariser Klimaschutzabkommen ein Stück näherkommt. 4,6 Prozent des weltweiten Strombedarfs gehen auf das Internet zurück, heißt es. Allein der Betrieb der Eberle-Plattform Babyclub.de benötigt so viel Strom, dass für dessen Her-

stellung 70 Tonnen CO₂ entstehen – so viel, wie für den übrigen Agenturbetrieb. Eine klimapositive Website, so Bernd Eberles Überzeugung, kann eine Art Initialzündung sein, um das eigene Unternehmen insgesamt klimaneutral und später dann klimapositiv aufzustellen.

Herzstück der neuen Plattform ist der CO₂-Rechner. Er berechnet aufgrund der Basisdaten wie Besucherzahlen, Downloads oder auch Anzahl der aufgerufenen Seiten die CO₂-Emission des Internetauftritts. In einem zweiten Schritt folgt eine Beschreibung der Projekte, mit denen CO₂ eingespart oder reduziert werden kann. Diese Projekte müssen im Unternehmen etabliert und mit einem konkreten zeitlichen Horizont geplant werden, erklärt Eberle.

KOMPLETTPAKET

Im dritten Schritt erfolgt die Kompensation der Website-Emissionen und darüber hinaus weiterer zehn Prozent für die Zertifizierung „klimapositiv“. Dann gibt es das Klimapositiv-Logo zur Nutzung auf der eigenen Website, ein Onlinezertifikat als Nachweis für die Kompensation sowie Text- und Bildmaterial zum Kompensationsprojekt zur Veröffentlichung. Kooperationspartner von Eberle ist die Initiative „Soil & More“, die in Kapstadt Grünabfälle in wertvollen Kompost und biozertifizierte Pflanzenerde verwandelt. Aber natürlich sind auch andere Kompensationspartner denkbar.

Die Berechnung auf Klimapositiv.world ist kostenlos. Der Preis für das Grundpaket – mit Labelnutzung und Kompensation – beträgt 250 Euro pro Jahr. Das, so der Agenturchef aus Schwäbisch Gmünd, entspricht lediglich den Bearbeitungskosten. ¶



Klimaneutral zu sein, das reicht nicht, glaubt Bernd Eberle. Seit einigen Tagen ist seine Agentur nun klimapositiv.