

## RHONEGLETSCHER



1906

2003

FOTOS: GESELLSCHAFT FÜR ÖKOLOGISCHE FORSCHUNG, MÜNCHEN

# Mitarbeiter an Bord bei Klimawettlauf

**NEUE KLIMASTRATEGIEN** Da Firmen mit dem Einspannen von Angestellten sehr effizient CO<sub>2</sub> reduzieren können, erhalten diese fürs Sparen zu Hause vermehrt finanzielle Anreize. Mitarbeiteraktionen gelten als lukrative CO<sub>2</sub>-Kompensationsmassnahmen, auch für die Stiftung Klimarappen.

TANIA SCHELLENBERG UND  
PIERA WAIBEL

Wie lassen sich mit möglichst wenig Geld am meisten CO<sub>2</sub>-Emissionen reduzieren? Immer mehr Firmen erkennen, dass sie mit Mitarbeiteraktionen im Privaten schneller und günstiger Klimachampions werden können als mit betrieblichen Massnahmen. Erstmals will auch die Stiftung Klimarappen der Wirtschaft in eine Initiative zum Einbezug von Mitarbeitenden investieren.

Die Rechnung ist einfach: Wenn nur 5 bis 10% der Mitarbeitenden in einem Dienstleistungsbetrieb für Sparaktionen gewonnen werden können, übertreffen sie in der Regel die Gesamtemissionen des ganzen Unternehmens. Für die Migros gilt beispielsweise: Wenn die Angestellten ihre persönlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen um 10% senken, sparen sie so viel, wie der Konzern ausstösst.

## Kampagne Klima-Challenge

Ein Pionierunternehmen im Mitarbeiterengagement ist Swiss Re, das den Angestellten seit einhalb Jahren einen Bonus von bis zu 5000 Fr. für private CO<sub>2</sub>-Projekte wie den Einbau von energieeffizienten Heizungen zahlt. Im ersten Jahr profitieren 5% des Personals.

Das Potenzial der Mitarbeiteraktionen widerspiegelt sich auch in der Kostenentwicklung für Reduktionsmassnahmen. Während die Kosten für betriebliche Massnahmen am Anfang sehr tief – oder sogar negativ sind, steigen diese rasch an auf einen Preis für indus-

trielle Massnahmen und Sanierungskosten, der gemäss Stiftung Klimarappen bei 80 bis 100 Fr. pro Tonne CO<sub>2</sub> liegt (siehe Grafik).

Um kleineren Unternehmen und solchen ohne Klimaexpertise den Einbezug der Mitarbeitenden im Klimaschutz zu erleichtern, hat ein Team von Umwelt- und Kommunikationsfachleuten zusammen mit dem Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften, Öbu, Anfang Juli 2008 die Kampagne Klima-Challenge lanciert.

Der Klima-Challenge lädt Mitarbeitende von Unternehmen dazu ein, Teams von drei bis vier Personen zu bilden, sich konkrete Ziele zu setzen und die CO<sub>2</sub>-Bilanz in der Freizeit wie auch im Arbeitsalltag schrittweise zu verbessern. Mit Informationen, Produkttipps und einer moderierten Online-Community sollen bis 2012 mindestens 30000 Mitarbeitende aus

rund 40 Unternehmen erreicht werden. Ziel ist es, dass sich 1500 aktive Teams bilden, die insgesamt rund 1500 t CO<sub>2</sub> pro Jahr einsparen. Am Ende des Jahres werden in drei Kategorien Preise verliehen.

## Pionierprojekt für Klimarappen

Mit der Unterstützung durch die Stiftung Klimarappen soll die Kampagne sowohl für KMU wie international tätige Unternehmen kostengünstig sein. Die Beteiligungskosten für die Unternehmen sollen bei circa 1 Fr. pro Mitarbeiter und Jahr liegen, sofern der Antrag im Sommer bewilligt wird.

Geplant ist, dass die Stiftung, welche aus der seit 2005 erhobenen Abgabe auf Treibstoffen finanziert wird, um im Ausland und Inland für Massnahmen zur Senkung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses aufzukommen, den Organisatoren pro

eingesparte Tonne CO<sub>2</sub> über 31 Fr. zahlt. «Es wäre das erste Projekt dieser Art», erklärt Marco Berg, Geschäftsführer der Stiftung auf Anfrage.

Der Klima-Challenge baut auf Mitarbeiter-Events auf und setzt diese in einen Gesamtrahmen eines sportlichen Wettbewerbs. Für Unternehmen ab 400 Mitarbeitenden wird der CO<sub>2</sub>-Monitor empfohlen, für kleinere Unternehmen bietet der CO<sub>2</sub>-Monitor ein vereinfachtes Online-Tool zur Erfassung der Einsparungen (siehe Kasten unten rechts). Eine Reihe von Firmen hat ihr Interesse an einer Beteiligung angemeldet – Swisscom, Migros, Coop, WWF Schweiz sowie die Bank Sarasin, Bank Coop und Mammot Sports Group.

Die Abgrenzung zwischen den innerbetrieblichen Massnahmen, die sich Unternehmen bei der

Energieagentur der Wirtschaft (EnAW) und dem Bundesamt für Umwelt (BAFU) anrechnen lassen können, und dem Klima-Challenge ist klar. Bei Firmen mit EnAW-Vereinbarungen sollen bei den Zahlungen der Stiftung Klimarappen nur die CO<sub>2</sub>-Reduktionen der Mitarbeiter im Privaten angerechnet werden, nicht aber am Arbeitsplatz.

## Betriebliche Klimastrategien

Die Mitarbeiteraktionen gelten als dritte Handlungsebene innerhalb einer betrieblichen Klimastrategie. Die klassische Klimastrategie beginnt bei der Energieeffizienz im eigenen Betrieb: Heizungen werden saniert, energieeffiziente IT-Geräte angeschafft oder Flugreisen durch Videokonferenzen ersetzt. Immer mehr Firmen nutzen auch externe Kompensationsangebote, die einen effizienten Klimaschutz ausserhalb

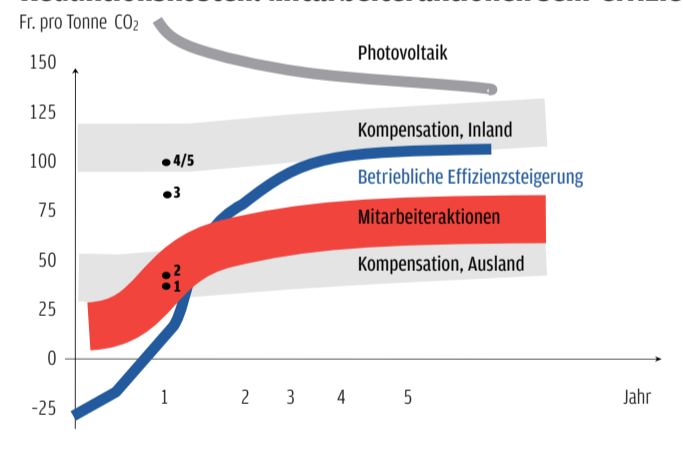
des Unternehmens – oft in Entwicklungsländern – garantieren. Ein weiteres Handlungsfeld liegt in den Lieferanten- und Kundenbeziehungen: Eine Druckerei wählt zum Beispiel Papier nach dem Energieverbrauch bei der Herstellung und bietet kundenseitig klimaneutrales Drucken zu einem geringen Aufpreis an. Mit Ausnahmen wie Swiss Re wurde bisher das Handlungspotenzial der eigenen Mitarbeitenden wenig beachtet. Betriebsintern bekannt sind erst Mitarbeiteraktionen wie Energiesparwochen oder Bike-to-Work. Das Potenzial im Haushalt oder in der Freizeit der Mitarbeiter wurde noch kaum angezapft.

Tania Schellenberg, Geschäftsführerin, Gammarrus, Zürich, und Mitinitiantin des Klima-Challenge ([www.klima-challenge.ch](http://www.klima-challenge.ch)); Piera Waibel, BSD GmbH, Bereich Nachhaltigkeitskommunikation, Zürich.



Das Rennen um das Image als klimafreundliche Firma macht nicht Halt vor dem Privatleben der Mitarbeiter.

## Reduktionskosten: Mitarbeiteraktionen sehr effizient



Beispiele von Reduktionskosten: 1 Warmduschen, info - Förderung Wassersparen, 2 Emissionsreduktionszertifikate EAU, Juni 2008 (44 Fr.), 3 Förderung von Ecodrive, 4 Gebäudesanierung, 5 Industrielle Massnahmen

QUELLE: GAMMARRUS

## Sarasin fördert Energieeffizienz

**KLIMAAKTION I** Die Ressource Wasser befindet sich bei Sarasin 2008 nicht nur im Fokus bei den Finanzprodukten, sondern auch in der eigenen Betriebsökologie.

«Angesichts von Schätzungen, dass der weltweite Wasserbedarf bis 2020 um 40% ansteigen wird, ist die Möglichkeit, mit einem simplen Dreh am Wasserhahn bis zu 50% Wasser und der damit einhergehenden Energie zu sparen, mehr als verlockend», sagt Simon Hofstetter, Umweltbeauftragter der Bank Sarasin.

Um das Wassersparen im Alltag zuhause fortzusetzen, können Mitarbeitenden von den Angeboten im Rahmen einer Mitarbeiteraktion daheim «Klimaschutz mit einem Dreh» betreiben, dies dank wassersparenden Duschköpfen und AquaClics.

Die Bank hat die Ressource Wasser im Jahr 2008 zum Schwerpunkt gemacht. Im Sinne eines partnerschaftlichen Nachhaltigkeitsmanagements hat sie ihre Mitarbeitenden eingeladen, vor Ort – beim Personaleingang – wassersparende Brausen zu testen und günstiger zu beziehen.

Rund 10% der Mitarbeitenden beteiligten sich an der Aktion. Sie setzen sich zuhause moderne Wassersparbrausen ein und senken so die CO<sub>2</sub>-Emissionen ihrer Familien um rund 440 kg CO<sub>2</sub> pro Jahr.

## Besser als Glühlampen

Diese Klimaschutzmassnahme übertrifft manche Energiesparmassnahme. Wer Glühlampen durch Sparlampen ersetzt, senkt den CO<sub>2</sub>-Ausstoss um rund 10 kg CO<sub>2</sub> pro Jahr; wer die Raumtemperatur im Winter um 1°C senkt, reduziert die CO<sub>2</sub>-Emission um rund 100 kg CO<sub>2</sub> pro Jahr.

Auch der Vergleich mit den Betriebsemissionen lässt sich zeigen: Diese betragen bei der Bank Sarasin gemäss Nachhaltigkeitsbericht rund 1510 kg CO<sub>2</sub> pro Mitarbeiter und Jahr. Wenn ein Mitarbeiter nun 440 kg CO<sub>2</sub> zuhause spart, entspricht dies bereits einem Drittel des Ausstosses seiner be-

ruflichen Tätigkeit. Eine Bank, die bereits viel in die innerbetriebliche Effizienz investiert hat, kann daher oft mehr erreichen, wenn sie ihre Mitarbeitenden zu einem energieeffizienten Lebensstil motiviert.

Hinter der Aktion bei Sarasin steht die Kampagne «Warmduschen.info – Klimaschutz mit einem Dreh» zur Förderung von wassersparenden Duschbrausen in Privathaushalten, Fitnesszentern, Hotels und Schulen. Das Projekt wurde 2007 vom Umweltkommunikationsbüro Gammarrus lanciert und wird von der Stiftung Klimarappen mit 31 Fr. pro Tonne CO<sub>2</sub> gefördert. Bisher haben sich 20 Organisationen am Projekt beteiligt – darunter NGO wie Ocean Care oder Equiterre, die EMPA und die Bank Sarasin. Die meisten Duschköpfe werden um 5 Fr. vergünstigt abgegeben. (ts/hz)

[www.warmduschen.info](http://www.warmduschen.info)

## Bei Heizölfirma sparen Kunden beim Duschen

**KLIMAAKTION II** Die Kübler Heizöl AG bringt die Kunden dazu, beim Duschen 20 Tonnen CO<sub>2</sub> respektive 20000 Franken einzusparen.

Die Kübler Heizöl AG in Winterthur beliefert über 10000 Haushalte mit Heizöl. Auch wenn dies auf den ersten Blick den Verkaufsinteressen entgegenzuwirken scheint, unterstützt die Firma Energieeffizienz bei den Kunden.

Durch eine Kundenaktion im Rahmen des Projekts «Klimaschutz mit einem Dreh» (siehe auch links), löst das Unternehmen Einsparungen von insgesamt über 20000 Fr. oder 20 t CO<sub>2</sub> sowie 1800 m<sup>3</sup> Trinkwasser bei den Kunden aus. Für die CO<sub>2</sub>-Bilanz eines Haushalts kann das – je nach Duschverhalten – 5 bis 20% der CO<sub>2</sub>-Bilanz ausmachen. Es braucht relativ viel Energie, um Warmwasser zu produzieren – und es wird

auch meistens mit Öl erwärmt. Der Nutzen für das Unternehmen liegt in der Kundenbindung und im Image als ökologisch fortschrittliches Unternehmen, das sich die Firma Kübler AG aufbauen kann.

«Die wassersparenden Duschköpfe helfen tatsächlich fossile Energie einsparen und damit auch CO<sub>2</sub>. Die Stiftung Klimarappen unterstützt die Promotion deshalb auch finanziell», sagt Marco Berg, Direktor Stiftung Klimarappen. Bei der Aktion laden die Organisationen Mitarbeiter und/oder Kunden dazu ein, den einfachen Klimatipp umzusetzen, mit einem Hinweis über das Intranet oder einen elektronischen Newsletter. Ein Online-Bestellsystem erleichtert das Handling für das Unternehmen und bietet einen Barometer an, in dem die Ersparnisse an Wasser- und Energiekosten wie auch der CO<sub>2</sub>-Emissionen verfolgt werden können. (ts/hz)

## MESSINSTRUMENTE

### Neue Tools für Klimaengagement

**CO<sub>2</sub>-Monitor** Die Plattform bietet ein umfassendes Online-Tool an mit CO<sub>2</sub>-Rechner, Shop und vielen kommentierten Tipps rund ums Energiesparen in den Bereichen Haus, Mobilität, Ferien und Konsum. Mit am Start sind Coop, Migros, Swisscom und der WWF Schweiz. Mitarbeitende richten sich auf der Plattform ein Umweltkonto ein und verfolgen, wie sich ihre CO<sub>2</sub>-Bilanz verändert. Der CO<sub>2</sub>-Monitor richtet sich vorwiegend an grosse Unternehmen.

[www.co2-monitor.ch](http://www.co2-monitor.ch)

**Auto** Die Versicherung Mobiliar ermöglicht auf ([www.mobi.ch/co2](http://www.mobi.ch/co2)) zusammen mit Swiss Re den CO<sub>2</sub>-Ausstoss des eigenen Autos zu kompensieren. Ein Portal-Rechner ermittelt den CO<sub>2</sub>-Ausstoss. Die Kompensation erfolgt durch den Kauf von Emissionsreduktions-Zertifikaten, die von Swiss Re im Auftrag der Mobiliar beschafft werden.