



1.

LOGITECH

Weg mit den Treibhausgasen: Der Hersteller von Computer-Zusatzgeräten hat seine Emissionen am stärksten reduziert. Logitech liegt in der Rangliste der klimabewussten Unternehmen der Schweiz an der Spitze.

GRÜN GEWINNT

Viele Schweizer Firmen arbeiten hart daran, ihre CO₂-Emissionen zu reduzieren. Sie haben erkannt: Ein Umbau zahlt sich aus – für die Umwelt, aber auch fürs Unternehmen selbst.

von CORINNA CLARA RÖTTKER

P

Privat fährt Jean Kernen inzwischen elektrisch. Und auch unter seinen Arbeitskollegen nimmt das Interesse am Thema E-Auto zu. «Immer mehr Kollegen fahren neuerdings mit einem Stromer zur Arbeit, es ist ein Thema unter den Mitarbeitern», sagt der Produktionsleiter bei Camille Bloch. Corona habe daran nichts geändert.

Der E-Trend beim Schokoladenhersteller aus dem Berner Jura mit der populären Marke Ragusa kommt nicht von ungefähr: 2018 hat Camille Bloch auf den Firmenparkplätzen für die Elektroautos der Mitarbeiter vier Ladestationen installiert, die Energie stammt aus erneuerbaren Quellen. «Will man

als Unternehmen noch mehr CO₂ einsparen, so ist der Verkehr in unserer Energiebilanz einer der zentralen Bereiche, der erhebliches Einsparpotenzial bietet» sagt Kernen.

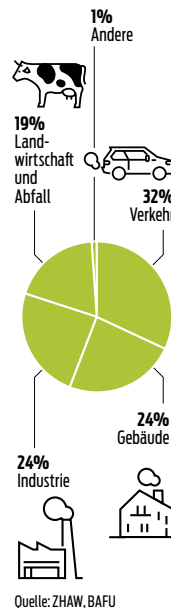
In besagter Bilanz hat sich bei Camille Bloch in den vergangenen Jahren einiges getan: Im Zeitraum von 2014 bis 2019 ist es dem Unternehmen gelungen, seine «Emissionsintensität», also den Ausstoss an Treibhausgas pro erwirtschafteter Umsatzmillion Franken, um durchschnittlich rund 33 Prozent zu senken. Damit belegt Camille Bloch den hervorragenden zweiten Rang im neuen Ranking der klimabewussten Unternehmen der Schweiz, das BILANZ zusammen mit Statista erarbeitet hat (siehe Tabelle ab Seite 76). Dabei flossen in die Berechnung nur die CO₂-Emissionen im eigenen Betrieb sowie aus bezogener Energie ein.

SOLARSTROM-SCHOGGI

Die E-Ladestationen sind bei Camille Bloch nur eine von vielen Massnahmen. «Unser Produktionsstandort in Courtelary hat sich, was unseren Energieverbrauch angeht, sehr gut entwickelt», sagt Kernen. Zudem stammt die Wärme seit 2016

Vier Hauptquellen

Treibhausgasemissionen nach Sektoren in der Schweiz, 2018



grösstenteils aus einer Fernheizung mit Holz aus der Region. Die sogenannte Holzschnitzelfeuerung installierte ein Unternehmer aus dem Ort. Aus einer Idee, die eher zufällig bei einem Glas Weisswein entstanden war, entwickelte sich eine Win-win-Situation, sagt Kernen. «Camille Bloch wird seither mit erneuerbarer Energie versorgt, und die La Praye Energie SA hat einen Grossverbraucher gewonnen, der das ganze Jahr über Wärme benötigt.»

Mit der Energie werden Räumlichkeiten beheizt sowie fast alle Systeme betrieben, die in die Produktion eingebunden sind. «Unser Heizölverbrauch sank von 230 000 auf 57 000 Liter pro Jahr», sagt Kernen. Darüber hinaus erzeugt eine Fotovoltaik-Anlage jährlich 350 000 Kilowattstunden Strom, zehn Prozent des Strombedarfs würden so gedeckt. Der Rest der drei Gigawattstunden, die Camille Bloch pro Jahr benötigt, sei zertifizierter Strom aus Wasserkraft. In der Summe stammen den Angaben zufolge mehr als 90 Prozent der gebrauchten Energie inzwischen aus erneuerbaren Quellen.

Einen weiteren Hebel zur Reduzierung seines CO₂-Ausstosses fand das Unternehmen beim Strombedarf: Während früher die energieintensiven Produktionsanlagen permanent laufen mussten, setzt der Ragusa-Hersteller heute sparsamere Motoren ein, die nur noch dann die Schokolade rühren, wenn es tatsächlich notwendig ist. «Das Ergebnis ist das gleiche, nur ist der Stromverbrauch jetzt deutlich geringer», sagt Jean Kernen.

MEHR ALS IMAGEPFLEGE

Mit diesen Massnahmen folgt Camille Bloch einem Trend: Immer mehr Firmen setzen sich Klimaziele, reduzieren ihre CO₂-Emissionen, beschliessen grüne Investitionen und ordnen ihre Prioritäten neu. Selbst Unternehmen wie der Finanzriese Blackrock, Zementhersteller wie Lafarge-Holcim bis hin zu Raffinerien wetteifern inzwischen auf einem Feld, das für die meisten bislang kaum mehr war als blosser Imagepflege. ▶



CHOCOLATS CAMILLE BLOCH

Zweiter im Ranking der klimafreundlichsten Schweizer Firmen. Strom aus Sonnenenergie und sparsamere Maschinen senken die Emissionen.

Die klimabewussten Schweizer Unternehmen Rang 1–30

| Rang | Unternehmensname | Branche | Informationen zu Treibhausgasemissionen | | Emissionsintensität (Treibhausgase in Tonnen pro Umsatzmillion)** | Treibhausgase in Tonnen (Scope 1+2)** | Indirekte Treibhausgase (Scope 3) wurden rapportiert** | |
|------|--|--|---|---|--|---|---|------|
| | | | Durchschnittliche jährliche Reduktion der Treibhausgase in % * | Beobachtungszeitraum (auf Basis verfügbarer Daten, maximal 5 Jahre) | | | | |
| | | | Aktuelles Jahr | Basisjahr | | | | |
| 1 | Logitech International | Elektronik und Elektrotechnik | 58,8 | 2018 | 2014 | 0.2 | 553 | ja |
| 2 | Chocolats Camille Bloch | Lebensmittel und Tabak | 32,8 | 2019 | 2014 | 2.3 | 144 | nein |
| 3 | Singer | Uhrmacherei | 29,9 | 2019 | 2014 | 1.0 | 50 | nein |
| 4 | Banque Cantonale Vaudoise ¹ | Banken | 28,5 | 2019 | 2014 | 2.0 | 2 001 | ja |
| 5 | SIG Combibloc | Verpackungen | 24,3 | 2019 | 2014 | 16.2 | 31 357 | ja |
| 6 | Swiss Holiday Park | Freizeit und Tourismus | 23,4 | 2019 | 2014 | 19.1 | 447 | nein |
| 7 | Zoo Zürich | Freizeit und Tourismus | 22,1 | 2019 | 2014 | 5.0 | 164 | ja |
| 8 | Credit Suisse ¹ | Banken | 21,4 | 2019 | 2014 | 1.6 | 35 100 | ja |
| 9 | Lidl Schweiz | Einzelhandel | 18,2 | 2019 | 2014 | 2.2 | 3 104 | nein |
| 10 | Basler Kantonalbank ¹ | Banken | 17,5 | 2019 | 2014 | 0.2 | 61 | ja |
| 11 | Edmond de Rothschild Suisse | Banken | 17,0 | 2019 | 2016 | 5.7 | 4 490 | ja |
| 12 | Roche | Pharmazie | 16,0 | 2019 | 2016 | 7.6 | 483 923 | ja |
| 13 | Basellandschaftliche Kantonalbank ¹ | Banken | 14,4 | 2019 | 2015 | 1.0 | 375 | ja |
| 14 | Implenia Schweiz ² | Baugewerbe und Baustoffe | 13,8 | 2018 | 2014 | 7.8 | 34 160 | nein |
| 15 | Mettler-Toledo | Elektronik und Elektrotechnik | 13,6 | 2019 | 2014 | 12.1 | 35 235 | ja |
| 16 | Endress + Hauser Flow | Elektronik und Elektrotechnik | 12,2 | 2019 | 2015 | 1.0 | 410 | nein |
| 17 | Zurich Insurance | Versicherungen | 11,8 | 2019 | 2015 | 0.7 | 45 846 | ja |
| 18 | Givaudan | Lebensmittel und Tabak | 11,6 | 2019 | 2014 | 24.8 | 153 557 | ja |
| 19 | Luzerner Kantonsspital | Gesundheitswesen | 11,0 | 2019 | 2014 | 2.0 | 1 562 | nein |
| 20 | ABB | Technologie und Telekommunikation | 10,8 | 2019 | 2014 | 28.3 | 998 000 | ja |
| 20 | Sulzer | Maschinenbau und Industrietechnik | 10,8 | 2018 | 2016 | 21.9 | 74 977 | ja |
| 22 | Eternit Schweiz | Baugewerbe und Baustoffe | 9,9 | 2019 | 2014 | 12.4 | 1 478 | nein |
| 22 | Precious Woods Holding | Land- und Forstwirtschaft | 9,9 | 2019 | 2014 | 367.9 | 17 723 | ja |
| 24 | Cembra Money Bank ³ | Banken | 9,7 | 2019 | 2017 | 0.8 | 369 | nein |
| 24 | Georg Fischer | Maschinenbau und Industrietechnik | 9,7 | 2019 | 2014 | 93.7 | 340 000 | nein |
| 26 | Weleda | Konsumgüter | 9,5 | 2019 | 2017 | 10.7 | 4 978 | nein |
| 27 | CWS-Boco Suisse | Unternehmensberatung und unternehmensnahe Dienstleistungen | 9,3 | 2019 | 2014 | 37.0 | 340 | ja |
| 27 | Shoppi Tivoli Spreitenbach | Einzelhandel | 9,3 | 2019 | 2014 | 1.1 | 435 | nein |
| 29 | Orior | Lebensmittel und Tabak | 9,2 | 2018 | 2014 | 65.7 | 37 906 | nein |
| 30 | Vögele Marketingproduktion & Druck | Unternehmensberatung und unternehmensnahe Dienstleistungen | 9,1 | 2019 | 2016 | 2.9 | 29 | ja |
| 30 | Coca-Cola HBC | Lebensmittel und Tabak | 9,1 | 2019 | 2014 | 63.1 | 481 490 | ja |

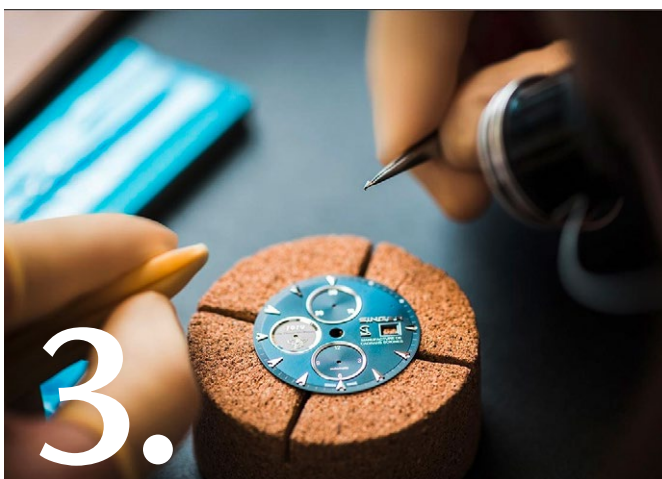
* Bezogen auf die Summe der direkten Emissionen (Scope 1) und der Energie-Emissionen (Scope 2) unter Berücksichtigung der Umsatzentwicklung: Compound Annual Reduction Rate adjusted by Revenues (siehe Methodik auf Seite 77)

** Basierend auf dem jeweils letzten Jahr des Beobachtungszeitraums, in den meisten Fällen 2019.

1 Für Banken und Versicherungen, für die kein Umsatz verfügbar war, wurde eine vergleichbare Kennzahl verwendet (Ertrag, Versicherungsprämien oder Geschäftsvolumen).

2 In die Berechnung wurden die Umsätze der gesamten Implenia AG einbezogen.

3 Die Emissionen beziehen sich auf den Hauptsitz in Zürich, an dem 79 Prozent der Mitarbeitenden beschäftigt sind. Der Betriebsertrag wurde anstatt des Umsatzes verwendet.



SINGER

Hervorragender Dritter im Ranking; die wenig bekannte Singer in La Chaux-de-Fonds stellt unter anderem Zifferblätter her.



SWISS HOLIDAY PARK

Auch im Tourismusgeschäft sind kräftige Einsparungen bei den Treibhausgasen möglich – das beweist das Ferienresort in Morschach.

DIE EMISSIONEN DER WIRTSCHAFT ZU SENKEN, GILT ALS SCHLÜSSEL ZUR BREMSUNG DES KLIMAWANDELS DER ERDE.

► Dabei geht es um die grosse Ganze: Als wirksamstes Instrument zur Eindämmung des Klimawandels wird der Übergang zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft angesehen. Denn Unternehmen tragen erheblich zum Klimawandel bei - nicht nur direkt über eigene standortbezogene Emissionen, sondern auch über Emissionen, die mit dem Energiebezug verbunden sind (Scope 1 und 2), sowie solchen, die indirekt entstehen, also in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3).

EMISSIONEN DER IT

Hohe Emissionen entstehen vor allem bei produzierenden Unternehmen - klar, Produktion, Be- und Verarbeitung von Materialien benötigen mehr Energie entlang der Wertschöpfungskette als immaterielle Dienstleistungen, daher fallen auch viel mehr Emissionen an. «Bei Dienstleistungsunternehmen wie Banken oder Versicherungen fallen hingegen die Pendelfahrten der Mitarbeitenden, Energieverbräuche wie Heizung und Strom sowie die Geschäftsreisen ins Gewicht», sagt Othmar Hug, Geschäftsführer der Klimaberatungsfirma Swiss Climate, mit wachsender Bedeutung auch die IT-Infrastruktur. Und noch einmal komplett anders könne das Bild aussehen, sagt Hug, wenn die Betrachtung auch Scope 3 einschliesse. «Werden bei Finanzdienstleistern beispielsweise auch die Emissionen der verwalteten Finanzprodukte in den Betrachtungsrah- ►

Unsere Methodik: So haben wir die Rangliste der Klimafreunde berechnet

Im Ranking «Die klimabewussten Unternehmen der Schweiz 2021» zeichnen BILANZ, «Le Temps» und Statista jene Firmen aus, die ihre Treibhausgas-Emissionen am stärksten reduziert haben.

Um das Ranking zusammenzustellen, wurden mehr als 1500 Schweizer Unternehmen aufgerufen, am Wettbewerb teilzunehmen und ihre Emissionsdaten einzureichen. Darüber hinaus wurden die Emissionsdaten für die grössten 300 Schweizer Unternehmen in öffentlich zugänglichen Quellen recherchiert.

TEILNAHMEKRITERIEN

Um für das Ranking berücksichtigt werden zu können, mussten folgende Kriterien erfüllt werden.

Die teilnehmende Firma:

- hat ihren Hauptsitz in der Schweiz;
- konnte Daten zu den Treibhausgas-Emissionen für mindestens zwei Jahre im Zeitraum 2014-2019 vorlegen. Dabei galt zudem, dass Daten für 2018 oder 2019 verfügbar sind und zum Vergleich Daten vorliegen, die mindestens zwei Jahre weiter zurückliegen als das aktuellste Jahr.

Die Unternehmen konnten ihre Emissionsdaten in einen Onlinefragebogen eingeben. Der Aufruf, an der Umfrage teilzunehmen, wurde per E-Mail und Brief an über 1500 Empfänger geschickt.

RECHERCHE

Für die Recherche wurden die umsatzstärksten Schweizer Unternehmen ausgewählt. Darüber hinaus wurden Daten von denjenigen Unternehmen recherchiert, die öffentlich angegeben hatten, ihre Emissionen zu reduzieren, beispielsweise bei der «Science Based Targets Initiative». Insgesamt wurden bei der Recherche mehr als 300 Schweizer Unternehmen berücksichtigt.

Die Hauptquelle für die Emissionsdaten waren die Corporate-Social-Responsibility-Berichte der jeweiligen Unternehmen. Um die Vergleichbarkeit der Daten gewährleisten zu können, wurden nur diejenigen Emissionsdaten verwendet, die nach der vom Greenhouse Gas Protocol vorgesehenen Einteilung in Scopes berichtet wurden. Für unsere Untersuchung wurden Emissionsdaten für Scope 1 und Scope 2 verwendet. Falls die Scope-2-Emissionen sowohl «location-

based» als auch «market-based» kalkuliert wurden, wurde die Berechnung «market-based» verwendet. Falls verfügbar, wurden die globalen Emissionen des jeweiligen Unternehmens verwendet.

DATENANALYSE

Für jedes Unternehmen, welches die Teilnahmebedingungen erfüllt, wurde die Reduktionsrate der Emissionsintensität berechnet - die Compound Annual Reduction Rate. Die Emissionsintensität ist definiert als die Menge der Treibhausgas-Emissionen pro Umsatzmillion.

Die Reduktionsrate wurde, soweit möglich, mit den Emissionsdaten aus den Jahren 2019 und 2014 berechnet. Falls für diese Jahre keine Emissionsdaten vorlagen, wurde die Reduktionsrate anhand der Daten aus dem jüngsten verfügbaren und dem ältesten verfügbaren Jahr berechnet. Diese Jahre mussten den Teilnahmebedingungen entsprechend mindestens zwei Jahre auseinanderliegen. Bei Banken oder Versicherungen wurde der Ertrag bzw. die Summe der Versicherungsprämien anstelle des Umsatzes verwendet.

Die Reduktionsrate wurde mit der folgenden Formel berechnet:

$$1 - \frac{\text{Aktuelle Emissionsintensität}}{\text{Emissionsintensität aus dem Referenzjahr}} \left(\frac{1}{\text{Aktuelles Jahr} - \text{Referenzjahr}} \right)$$

Das Ranking besteht aus Unternehmen mit einer jährlichen Reduktion der Emissionsintensität von über 3 Prozent.

DISCLAIMER

Das Ranking «Die klimabewussten Unternehmen der Schweiz 2021» wurde von Statista in einem aufwendigen Verfahren erstellt und kontrolliert. Obwohl die Recherche umfangreich war, ist die vorliegende Liste nicht zwingend als komplett anzusehen, da nicht für alle Firmen der Schweiz Daten ermittelt wurden.

Die klimabewussten Schweizer Unternehmen Rang 32–65

| Rang | Unternehmensname | Branche | Informationen zu Treibhausgasemissionen | | | | Emissionsintensität (Treibhausgas in Tonnen pro Umsatzmillion)** | Treibhausgas in Tonnen (Scope 1+2)** | Indirekte Treibhausgas (Scope 3) wurden rapportiert** |
|------|--|---|---|---|-----------|-------|---|--|--|
| | | | Durchschnittliche jährliche Reduktion der Treibhausgas in %* | Beobachtungszeitraum (auf Basis verfügbarer Daten, maximal 5 Jahre) | | | | | |
| | | | | Aktuelles Jahr | Basisjahr | | | | |
| 32 | SBB | Verkehr und Logistik | 8,9 | 2019 | 2017 | 9,3 | 89 552 | ja | |
| 33 | Berner Kantonalbank | Banken | 8,8 | 2019 | 2015 | 1,1 | 488 | ja | |
| 34 | Vontobel | Banken | 8,6 | 2019 | 2014 | 1,0 | 1 232 | ja | |
| 35 | Suva | Versicherungen | 8,4 | 2019 | 2014 | 0,7 | 3 216 | ja | |
| 36 | Schmolz + Bickenbach | Schwere Industrie und Rohstoffe | 8,3 | 2019 | 2017 | 337,5 | 1 092 000 | nein | |
| 36 | Wohlwend Tiefkühlspezialitäten (Conrad AG und Stäubli AG) | Lebensmittel und Tabak | 8,3 | 2019 | 2014 | 37,9 | 542 | ja | |
| 38 | Bucher Industries | Maschinenbau und Industrietechnik | 8,1 | 2019 | 2016 | 27,5 | 85 288 | nein | |
| 38 | Barry Callebaut | Lebensmittel und Tabak | 8,1 | 2018 | 2014 | 44,1 | 306 241 | ja | |
| 40 | Baur au Lac | Freizeit und Tourismus | 7,7 | 2019 | 2015 | 4,9 | 251 | nein | |
| 40 | Geberit | Baugewerbe und Baustoffe | 7,7 | 2019 | 2015 | 72,2 | 222 639 | nein | |
| 42 | Swiss Life | Versicherungen | 7,6 | 2019 | 2014 | 0,5 | 11 404 | ja | |
| 42 | Richemont | Konsumgüter | 7,6 | 2019 | 2014 | 4,7 | 70 700 | ja | |
| 44 | Chubb | Versicherungen | 7,2 | 2019 | 2014 | 1,8 | 68 852 | ja | |
| 45 | STMicroelectronics | Elektronik und Elektrotechnik | 7,0 | 2019 | 2014 | 136,2 | 1 259 000 | ja | |
| 46 | Landis + Gyr | Energie und Abfall | 6,9 | 2019 | 2014 | 13,1 | 21 479 | ja | |
| 47 | UBS | Banken | 6,5 | 2019 | 2014 | 5,5 | 153 210 | ja | |
| 47 | AO Foundation | Gesundheitswesen | 6,5 | 2019 | 2014 | 1,2 | 127 | ja | |
| 47 | Huber + Suhner | Elektronik und Elektrotechnik | 6,5 | 2019 | 2014 | 17,2 | 14 258 | ja | |
| 50 | Mobimo | Immobilien | 6,3 | 2019 | 2014 | 4,9 | 11 251 | nein | |
| 50 | Spitalzentrum Biel | Gesundheitswesen | 6,3 | 2019 | 2016 | 6,5 | 1 378 | nein | |
| 50 | Fondation Prof-in | Personennahe Dienstleistungen | 6,3 | 2019 | 2017 | 5,1 | 68 | nein | |
| 53 | Nestlé | Lebensmittel und Tabak | 6,1 | 2019 | 2014 | 60,5 | 5 600 000 | nein | |
| 53 | Ascom | Technologie und Telekommunikation | 6,1 | 2019 | 2015 | 239,3 | 67 712 | nein | |
| 55 | Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli | Lebensmittel und Tabak | 6,0 | 2019 | 2015 | 25,0 | 112 598 | nein | |
| 56 | Emmi Group | Land- und Forstwirtschaft | 5,7 | 2019 | 2014 | 31,7 | 110 654 | ja | |
| 57 | Swisscom | Technologie und Telekommunikation | 5,4 | 2019 | 2014 | 1,4 | 16 448 | ja | |
| 58 | SGS | Unternehmensberatung und unternehmensnahe Dienstleistungen | 5,1 | 2019 | 2014 | 24,2 | 159 848 | ja | |
| 59 | JT International | Lebensmittel und Tabak | 4,4 | 2019 | 2014 | 30,5 | 347 139 | ja | |
| 60 | Migros-Genossenschafts-Bund | Einzelhandel | 4,2 | 2019 | 2014 | 8,9 | 253 921 | ja | |
| 60 | Novartis | Pharmazie | 4,2 | 2019 | 2014 | 19,5 | 895 200 | ja | |
| 62 | IWB | Energie und Abfall | 4,0 | 2019 | 2014 | 850,2 | 693 678 | nein | |
| 63 | Hotel Grisca | Freizeit und Tourismus | 3,9 | 2019 | 2014 | 16,8 | 168 | nein | |
| 64 | Helvetia | Versicherungen | 3,8 | 2019 | 2014 | 0,9 | 8 091 | ja | |
| 65 | Fenaco Genossenschaft | Land- und Forstwirtschaft | 3,7 | 2019 | 2014 | 8,5 | 59 799 | nein | |

* Bezogen auf die Summe der direkten Emissionen (Scope 1) und der Energie-Emissionen (Scope 2) unter Berücksichtigung der Umsatzentwicklung: Compound Annual Reduction Rate adjusted by Revenues (siehe Methodik auf Seite 77)

** Basierend auf dem jeweils letzten Jahr des Beobachtungszeitraums, in den meisten Fällen 2019.



LIDL

Der deutsche Discounter bemüht sich seit dem Markteintritt, möglichst viel Swissness auszustrahlen. Freundlich zur Umwelt ist er schon mal.



MIGROS

Der heimische Grossverteiler ist mit seinen Bemühungen noch nicht so weit. Doch die Migros hat vieles angestossen, das sich auszahlen wird.

► men integriert, ist die CO₂-Bilanz plötzlich riesig.»

2018 entfielen laut der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in der Schweiz insgesamt 24 Prozent der Treibhausgase auf die Industrie. Doch eine gesetzliche Verpflichtung der Firmen zur CO₂-Reduktion gibt es bislang nicht. «Der Sinneswandel bei den Unternehmen passiert oft auch ohne oder im Vorgriff auf staatliche Interventionen», sagt Klimaexperte Jens Burchardt von der Boston Consulting Group (BCG), «ausserdem steigt der gesellschaftliche Druck» - Stichwort Greta und Klimastreiks. Auch Investoren, Konsumenten und andere Stakeholder legten steigenden Wert auf die ökologische Bilanz der Firmen. «Wenn Unternehmen keine Dekarbonisierungsstrategie haben, besteht das Risiko, dass sie langfristig das Vertrauen der Stakeholder, Marktanteile, Investitionsmöglichkeiten und Mitarbeiterbindung verlieren.»

Dass die Bemühungen der Firmen ihren Markterfolg beeinflussen können, zeigt eine BCG-Studie. Demzufolge erwirtschaften Aktien von Unternehmen, die ihren CO₂-Ausstoss reduzieren, gegenüber dem Markt rund zehn Prozent höhere Renditen. Der Grund: «Investoren nehmen das Thema CO₂ zunehmend als Risiko wahr und sind skeptisch gegenüber Unternehmen, die das Thema nicht adressieren», sagt Burchardt.

EIN M SAUBERER

Den öffentlichen Druck zu mehr Klimaschutz verspürt auch die Migros. «Vor wenigen Jahren ist eine Sensibilität losgetreten worden, die heute definitiv bei Frau und Herrn Schweizer angekommen ist», sagt Christine Wiederkehr-Luther, Leiterin Nachhaltigkeit der Migros-Gruppe. «Es ist nicht mehr salonfähig, den eigenen CO₂-Ausstoss nicht zu reduzieren.» Beim Grossverteiler zahle das vor allem aufs Image ein - nachweisbare Auswirkungen auf den Absatz hätten die Klimamassnahmen der Migros nicht.

«Unsere Philosophie ist, dass Fossilien fossilsfrei beheizt werden, na-

türliche Kältemittel zum Einsatz kommen und wir im Bereich Strom so energieeffizient wie möglich agieren», sagt Marcus Dredge, Leiter Energie und Gebäudetechnik bei der Migros. Insbesondere der Einsatz von LED-Beleuchtung und CO₂-Kälteanlagen sowie die Abwärmenutzung der Kälteanlagen und damit der Verzicht auf fossile Heizungen hätten zur Reduktion der Treibhausgase beigetragen. Zudem betreibt die Migros vier Super- und Fachmärkte, die übers Jahr gesehen mehr Energie produzieren, als sie verbrauchen. Das Konzept basiere auf einer Kombination von Energieeffizienz-Massnahmen und der Produktion von Solarstrom mittels Fotovoltaikanlagen auf dem Dach und neu auch an der Fassade.

Damit konnte die Migros ihre Emissionsintensität in den letzten Jahren durchschnittlich um 4,2 Prozent senken. Darin, sagt Dredge, sei aber der Kauf von Herkunftsnachweisen aus Wasserkraft noch nicht berücksichtigt. «Auf Basis der Verbrauchszahlen von 2019 ergäbe sich dann im Vergleich zu 2014 eine Reduktion der CO₂-Emissionen von circa 60 Prozent.» Ab 2021 «werden alle Standorte mindestens mit Herkunftsnachweisen zu 100 Prozent erneuerbar versorgt sein». Denn das Ziel sei klar: «Wir wollen 1,5-Gradkompatibel sein.» Damit spielt Dredge auf das Ziel der Vereinten Nationen an, die globale Erwärmung bis 2100 auf maximal 1,5 Grad Celsius zu begrenzen.

Ähnlich wie die Migros fokussiert sich auch die Credit Suisse vor allem auf ökologische Massnahmen in der

Die Luft-Reiniger



Christine Wiederkehr-Luther
leitet den Bereich Nachhaltigkeit bei der Migros-Gruppe. Dort ist noch vieles im Entstehen.



Jean Kernen
fährt privat ein E-Auto und stellt Schoggihersteller Camille Bloch auf erneuerbare Energien um.



Jürg Rohrer
ist Professor und Leiter der Forschungsgruppe Erneuerbare Energien an der Zürcher Hochschule ZHAW.

Grossbank selbst. «Wir verfolgen eine Vier-Pfad-Strategie», heisst es auf Anfrage. Dabei gehe es um Betriebsoptimierungen und Investitionen in Energiesparmassnahmen. Als Nächstes strebe die Credit Suisse an, ihren globalen Stromverbrauch bis 2025 zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen abzudecken sowie ihre Geschäftstätigkeit und Finanzierungen bis ins Jahr 2050 auf eine «Netto-Null-Emissionsbilanz» auszurichten.

KLASSENSIEGER LOGITECH

Beim Computerperipherie-Hersteller Logitech hat der Wechsel zu 100 Prozent grünem Strom dazu geführt, dass er seine Emissionsintensität im Zeitraum 2014 bis 2018 im Durchschnitt um 59 Prozent jährlich senken konnte - Logitech liegt damit an der Spitze unseres Rankings. Zudem neutralisieren die Lausanner den Fussabdruck ihrer Gaming-Produkte und weisen neuerdings die CO₂-Bilanz für alle ihre Produkte aus. Logitech hat als Ziel ausgerufen, «einen spürbaren Ruck in der gesamten Technologiebranche» auszulösen, um den gemeinsamen Ausstoss von Kohlendioxid zu verringern.

Dass viele Unternehmen ähnliche Ansätze zur Verbesserung ihrer CO₂-Bilanzen verfolgen, kommt nicht von ungefähr. «Wenngleich Scope 3 das grösste Einsparpotenzial bietet, so konzentrieren sich doch die meisten Firmen vor allem auf Massnahmen in den Bereichen Scope 1 und 2, denn darauf haben sie einen direkten Einfluss», sagt Professor Jürg Rohrer, Leiter der Forschungsgruppe Erneuerbare Energien an der ZHAW.

Und obwohl der Druck von aussen steige und grundsätzlich punkto Klimaschutz ein Fortschritt zu erkennen sei, werde insgesamt noch viel zu wenig getan, mahnt Rohrer. «Der Anteil der Firmen, die wirklich aktiv ihre CO₂-Emissionen in Richtung Klimaneutralität reduzieren, liegt im tiefen einstelligen Prozentbereich.» Untätig seien vor allem die vielen KMUs und Kleinunternehmen, die nicht wie die Grossen im Fokus der Öffentlichkeit stehen. ►

LOGITECH NUTZT HEUTE ZU 100 PROZENT GRÜNEN STROM. UND WILL EINEN RUCK IN DER GESAMTEN TECH-BRANCHE AUSLÖSEN.

Dimensionen der Emissionen

Was sind Scope 1, Scope 2 und Scope 3?

Bei Treibhausgas-Emissionen wird zwischen verschiedenen Scopes unterschieden. Scope 1, auch direkte Emissionen genannt, bezieht sich auf die Emissionen, die direkt an den verschiedenen Standorten einer Firma anfallen, etwa durch die Herstellung von Gütern, aber zum Beispiel auch durch Heizungen und Klimaanlage von Bürogebäuden.

Scope 2 sind Emissionen, die durch die Herstellung von Strom und Fernwärme entstehen, die ein Unternehmen verbraucht. Durch die Nutzung von erneuerbaren Energien können Firmen diese Emissionen auf null senken.

Der grösste Teil der Emissionen entfällt häufig auf das Segment Scope 3: In Scope 3 werden jene Emissionen summiert, die über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg entstehen, also auch bei Zulieferern. Deshalb ist die Berechnung von Scope-3-Emissionen sehr komplex und aufwendig. Die Global Reporting Initiative, eine Initiative, die sich

für die Verbreitung von Richtlinien in der Nachhaltigkeitsberichterstattung einsetzt, kennt nicht weniger als 15 verschiedene Kategorien. Nicht alle Unternehmen, die ihre Emissionen veröffentlichen, legen auch ihre Scope-3-Emissionen offen.

WARUM WERDEN IM RANKING NUR EMISSIONEN AUS SCOPE 1 UND SCOPE 2 BERÜCKSICHTIGT?

Nicht alle Unternehmen, die ihre Emissionen veröffentlichen, berichten auch über ihre Scope-3-Emissionen. Zudem unterscheidet sich die Berichterstattung der Scope-3-Emissionen sehr stark in ihrem Umfang und der Anzahl der integrierten Kategorien. Deshalb lässt es die aktuelle Datenlage leider noch nicht zu, die absolute Höhe der Scope-3-Emissionen verschiedener Firmen zu vergleichen.

Um zu zeigen, welche Firmen sich mit den eigenen Scope-3-Emissionen auseinandersetzen, haben wir aufgeführt, welche Unternehmen ihre Scope-3-Emissio-

nen berechnen. Denn eine Ausweisung dieser Emissionen ist im Sinne der Transparenz positiv zu bewerten.

KANN MAN UNTERNEHMEN AUS VERSCHIEDENEN SEKTOREN MITEINANDER VERGLEICHEN?

Natürlich: Jede Branche und auch jedes einzelne Unternehmen hat andere Voraussetzungen in Bezug auf den Klimaschutz. Deshalb vergleichen wir die Firmen in der «Währung» Compound Annual Reduction Rate - das ist die durchschnittliche jährliche Reduktionsrate der Emissionsintensität in Prozent. Um den unterschiedlichen Voraussetzungen der Unternehmen Rechnung zu tragen, bezieht sich diese Reduktionsrate immer auf Vergleichszahlen des eigenen Unternehmens. Sie zeigt somit unabhängig von der Höhe der absoluten Emissionen, wie viel ein Unternehmen zur Begrenzung seiner Emissionen unternimmt.

► Experten verwundert diese Zurückhaltung - zumal «Klimaschutz nicht im Widerspruch zur Wirtschaftlichkeit steht. Im Gegenteil, die ökonomischen Vorteile überwiegen», betont BCG-Klimaexperte Burchardt. Einerseits liessen sich bei den meisten Unternehmen anfangs relativ einfache Hebel finden, mit denen sich zunächst vor allem Geld sparen lasse, weil sie eine deutliche Effizienzsteigerung mit sich bringen. «Für das Gros der Unternehmen sind die Mehrkosten, die durch die Dekarbonisierung entstehen, erst einmal teilweise gar nicht existent und da, wo sie existent sind, relativ gut schulterbar.»

GRÜN LOHNT SICH

Dies gilt vor allem für Massnahmen der Bereiche Scope 1 und 2. Die gleiche Wirkung zeige sich auch bei Scope 3, «wenn Massnahmen mit Materialeinsparungen verbunden sind», sagt Othmar Hug von Swiss Climate. «Sobald hingegen intensive Forschung für neue Prozesse oder

Materialien notwendig ist, rechnet sich dies nur langfristig, wenn die Prozesse in ein kreislauffähiges Geschäftsmodell integriert werden.»

Andererseits zeigten Beispiele aus der Vergangenheit, dass Unternehmen, die bereits früh ihr Geschäft auf nachhaltiges Wirtschaften ausgerichtet haben, heute allesamt profitieren. «Auch wenn Unternehmen anfangs in Technologien investieren, die zu ihren Zeiten nicht wirtschaftlich waren - die Vorteile

der Investitionen wiegen die Kosten langfristig mehr als auf», sagt BCG-Berater Burchardt. Heisst: Dekarbonisierung und Massnahmen zur Nachhaltigkeit können für Firmen zu profitablen Chancen sowie langfristigen Kosten- und Wettbewerbsvorteilen führen. «Firmen, die sich der Entwicklung entgegenstellen, nur um es vielleicht noch ein, zwei Jahre hinauszuögern, handeln einfach kurzfristig», sagt Burchardt. Denn für ihn ist klar: «Der Erste, der CO₂-freien Stahl produziert, wird damit mehr Erfolg haben und besser darin sein als der Letzte, der es tut.»

Auch Schokoladehersteller Caille Bloch zahlt aktuell noch für die Fernholzheizung drauf. «Es kostet uns etwa 30 Prozent mehr, mit Holz nachhaltig zu heizen statt mit Heizöl», sagt Jean Kernen. «Kurzfristig mag das einen negativen Effekt auf unsere Rentabilität haben. Doch wir als Familienunternehmen setzen auf Langfristigkeit, und somit wird sich unser Entscheid langfristig auszahlen.» ■

FÜR UNTERNEHMEN LOHNT ES SICH AUCH FINANZIELL, FRÜH AUF NACHHALTIGES ARBEITEN UMZUSTELLEN.



Nachhaltigkeit bei Lidl Schweiz FULL-POWER fürs Klima



Wir setzen auf grünen Strom

Wasserkraft und Photovoltaikanlagen versorgen unsere Lidl Schweiz-Filialen mit Strom.

Gesagt, getan #023 #120



Wir erteilen Flugverbot

Weil uns das Klima wichtig ist, verzichten wir bei frischen Lebensmitteln auf Flugtransport.

Gesagt, getan #172 #201



Wir sagen «Goodbye Diesel»

Bis 2030 verbannen wir fossile Treibstoffe aus unserer LKW-Flotte und ersetzen sie durch erneuerbare Alternativen.

Gesagt, getan #203 #206



Wir bieten saubere Energie

Schweizweit fördern wir E-Mobilität mit 33 gratis E-Tankstellen.

Gesagt, getan #096



Wir schützen Rohstoffe

Im Rahmen der Partnerschaft mit dem WWF Schweiz setzen wir ambitionierte Zertifizierungsziele für Rohstoffe um.

Gesagt, getan #090 #199



Wir denken an morgen

Wir arbeiten seit 2016 betrieblich CO₂-neutral. Um unsere Emissionen zu kompensieren, investieren wir in Klimaschutzprojekte.

Gesagt, getan #076 #194

Noch mehr Lidl Schweiz-Massnahmen, die heute schon für eine bessere Zukunft sorgen, findest du auf: www.gesagt-gegan.lidl.ch

