

MARKETS KLIMA-CHAMPS

LOGITECH

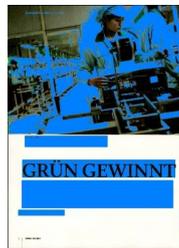
Weg mit den Treibhausgasen: Der Hersteller von Computer-Zusatzgeräten hat seine Emissionen am stärksten reduziert. Logitech liegt in der Rangliste der klimabewussten Unternehmen der Schweiz an der Spitze.

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

Fotos: Bloomberg, PD



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 blosses Imagepflege.



CHOCOLATS CAMILLE BLOCH

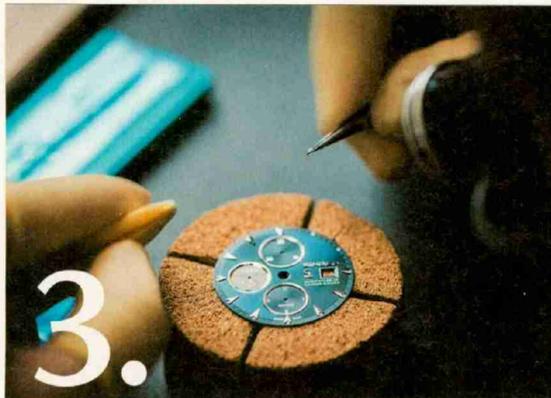
Zweiter im Ranking der klimafreundlichsten Schweizer Firmen. Strom aus Sonnenenergie und sparsamere Maschinen senken die Emissionen.



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	Vögel 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 Betriebsrtrag 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 Teilnahmekriterien 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 Teilnahmekriterien 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.





BILANZ
8021 Zürich
058 269 22 00
https://www.bilanz.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 37'579
Erscheinungsweise: monatlich

Seite: 78
Fläche: 375'966 mm²

Auftrag: 3001474
Themen-Nr.: 667.002

Referenz: 79899328
Ausschnitt Seite: 5/7

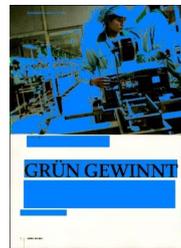
Die klimabewussten Schweizer Unternehmen Rang 32–65

Rang	Unternehmensname	Branche	Informationen zu Treibhausgasemissionen	Beobachtungszeitraum (auf Basis verfügbarer Daten, maximal 5 Jahre)		Emissionsintensität (Treibhausgase in Tonnen pro Umsatzmillion)**	Treibhausgase in Tonnen (Scope 1+2)**	Indirekte Treibhausgase (Scope 3) wurden rapportiert**
				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	Wohltend Tiefkühlspzialitäten (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	S&S	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 legen 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 Filialen fossilfrei 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-Grad-kompatibel 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.

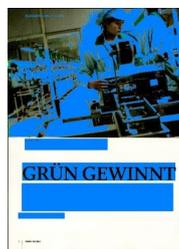
KLASSENSIEGER LOGITECH

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. «Wenigleich 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 Kleinstunternehmen, 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 schuldenbar.»

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

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

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 hinauszuzögern, 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 Camille 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.» ■