



Factsheet Swiss Climate CO₂ Label

Ziel des Klimalabels und Referenzen

Ausgangslage: Im Bereich CO₂-Management/Klimaschutz gibt es eine Vielzahl an Aktivitäten von Unternehmen und anderen Organisationen, es fehlt aber an Transparenz und Standards.

Ziel: Label, das beste Qualität hinsichtlich Verfahren, Überprüfbarkeit und Nachvollziehbarkeit garantiert und als glaubwürdiges Kommunikationsmittel dient.

Verbreitung: Schweizweit die einzige branchenübergreifende Zertifizierung, welche ganzheitliche Klimastrategien auszeichnet.

Die Vergabe des Gütezeichens wird von der **SQS** (Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme) überprüft. Die SQS ist die führende Prüfgesellschaft in der Schweiz in den Bereichen Qualitäts- und Umweltmanagement.

Bisher ausgezeichnete Unternehmen und Organisationen (Auszug)

- **Banken/Versicherungen:** Gebäudeversicherung Bern, Freiburger Kantonalbank, Schwyzer Kantonalbank, Walliser Kantonalbank, Raiffeisenbank Region Burgdorf, Fondshaus Hamburg, Swiss Invest Group, Bank Coop und Basler Kantonalbank
- **Hotels:** Hotel Giardino*****, Hotel Gstaad Palace*****
- **Schifffahrt:** Christian F. Ahrenkiel GmbH & Co. KG, Ahrenkiel Shipmanagement (Zypern), Pania Marine (Singapur)
- **Events:** EPFL Lausanne, Habegger AG, Vantage Global, Sion Air Show
- **Öffentl. Institutionen:** Britische Botschaft Bern, US-Botschaft – Bern, UN-Mission USA – Genf
- **Verschiedene:** Ahrenkiel Consulting Group, Heavens (Textil), BVD Druck und Verlag AG, CSEM.

Das Swiss Climate CO₂ Label wurde zudem nach eingehender Prüfung in das Labelregister www.labelinfo.ch des PUSCH (Praktischer Umweltschutz Schweiz) aufgenommen.

Konzept - drei aufeinander aufbauende Labelstufen

3-stufige Qualitätsauszeichnung für Unternehmen und Organisationen mit einer ganzheitlichen und wirkungsvollen Klimapolitik/-strategie:

- **CO₂ Footprint** („Bronze“) besteht aus zwei Teilen:
 - A) Treibhausgasbilanz des Unternehmens
 - B) Massnahmen zur Reduzierung, intern (wie z.B. Energieverbrauch, Massnahmen bzgl. Pendelverkehr) und entlang der Wertschöpfungskette.
- **CO₂ Optimiert** („Silber“): Dieser Standard verlangt nach Investitionen in betriebsinterne oder -externe Projekte. Beispiele: Modernisierung der Heizung, Einkauf von Ökostrom.

Die Höhe der erforderten Investitionen hängt von den betriebsinternen Emissionen ab. Es handelt sich dabei um lohnenswerte Investitionen mit einer kurzen Amortisationszeit und nicht um eigentliche Ausgaben. Swiss Climate kann bei Bedarf bei der Identifikation und Umsetzung von Projekten unterstützend wirken (z.B. Technologiepartner im Bereich LED oder Windkraft, Energiespar-Contracting-Modelle).
- **CO₂ Neutral** („Gold“): Für eine CO₂-Neutralität erfolgt eine Kompensation der berechneten Emissionen über hochqualitative Klimaschutz-Zertifikate.

Die Vorteile des Labels

1. **Ganzheitlichkeit:** Nicht nur Kompensation, sondern Bilanzierung, Monitoring sowie interne Massnahmen als Basis
2. **Zertifizierungsrichtlinien** und internationale Standards (ISO 14064, Greenhouse Gas Protocol): sorgen für Nachvollziehbarkeit und Vergleichbarkeit (→ Benchmarking)
3. **Unabhängige externe Prüfung (SQS)**
 - verstärkt Glaubwürdigkeit und Transparenz gegenüber den verschiedenen Stakeholdern (vs. Selbstdeklaration)
 - Feedbackmechanismus: Aufdecken von Verbesserungsmöglichkeiten bei der Methodik, neue Erkenntnisse und letztlich eine präzise und zuverlässige Bilanz
 - wird u.a. vom Carbon Disclosure Project empfohlen
4. Hohe Qualität der **Klimaprojekte** (Kompensation); Klimaneutralität wird ausschliesslich mit bereits generierten Zertifikaten erreicht (keine „Futures“)
5. Effiziente **Kommunikation:** leicht erkennbares Qualitätsmerkmal; erst wenige ISO 14064-zertifizierte Betriebe der Schweiz (Vorreiterrolle); Swiss Climate unterstützt Labelträger mit Werbematerialien (Texte, Bildmaterial, Zertifikat etc.); öffentliches Online-Register

Ziele einer Klimastrategie

Eine Klimastrategie kann sich wie folgt positiv auf ein Unternehmen auswirken:

- ✓ **Beitrag** zum Klimaschutz leisten - eine der wichtigsten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts
- ✓ **Positionierung / Marketing:** Als Vorreiter im Klimaschutz Vertrauen und Identifikation von Kunden und sämtlichen anderen Stakeholdern gewinnen; Akquisition von klimabewussten Neukunden
- ✓ **Mitarbeitermotivation**
- ✓ **Kostenreduktion:** Sparmassnahmen (z.B. im Energiebereich) senken langfristig die Betriebskosten
- ✓ **Proaktivität/Risk Management:** vorbereitet sein auf zusätzliche regulatorische Massnahmen (Steuern, Reduktionsverpflichtungen)
- ✓ **CSR** (Corporate Social Responsibility): Klimapolitik als integraler Bestandteil eines firmeneigenen CSR/Nachhaltigkeits-Programms
- ✓ **Reporting:** CO₂-Bilanzierung als Bestandteil des Geschäfts-/Umwelt-/Nachhaltigkeitsberichts

„Eine konsequente Klimastrategie ist ein relevanter Innovationstreiber am Markt und bringt neue Chancen.“ Christof Murer, CEO Habegger AG

Kontakt

Swiss Climate AG, Taubenstrasse 32, CH-3011 Bern, +41 31 330 15 70
contact@swissclimate.ch www.swissclimate.ch