



# Der Weg zum klimaneutralen Gipfel



Wer mit der Niesenbahn fährt, kann freiwillig einen Öko-Zuschlag zahlen – bei den Kunden kommt die Idee offenbar gut an.

BILD NIESENBAHN AG

**MÜLENEN** Letzten Herbst gab die Niesenbahn AG bekannt, ihren Betrieb klimafreundlicher zu gestalten. Knapp ein Jahr später zieht das Unternehmen eine positive Bilanz: Die Initiative «Cause We Care» sei ein Erfolg. Für Geschäftsführer Urs Wohler markiert dies jedoch erst den Anfang.

BENJAMIN HOCHULI

Der Klimawandel ist eine der grössten Herausforderungen der Gegenwart. Experten gehen davon aus, dass bei gleichbleibenden Klimaveränderungen bis zum Jahrhundertwechsel rund 90 Prozent des Schweizer Gletschereises verschwunden sein werden. In Politik

und Gesellschaft sucht man nach langfristigen Lösungen. Mit der Initiative «Cause We Care» haben Unternehmen und deren Kunden die Möglichkeit, einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Beteiligt sind verschiedene Tourismusanbieter. Einer davon ist die Nie-

senbahn AG. Seit bald einem Jahr hat man nun als erstes Oberländer Bergbahnunternehmen Erfahrungen mit dem Projekt gesammelt.

## Rund 60 Prozent zahlen den Aufpreis

Ein «Cause We Care»-Unternehmen bietet seinen KundInnen beim Kauf eines Produkts die Möglichkeit, freiwillig einen Betrag in Klimaschutz und Nachhaltigkeit zu investieren. Dieser zusätzliche Aufschlag «verteuert» den Preis um rund ein Prozent. Er soll die

mit dem Produkt verbundenen klimaschädlichen Emissionen ausgleichen. Gleichzeitig verdoppelt das anbietende Unternehmen den Beitrag. Der so entstandene zweckgebundene Fonds dient zur Finanzierung von Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsmassnahmen vor Ort. Drei Viertel der Summe kann der Betrieb für zukünftige Projekte verwenden, ein Viertel geht in die Kasse der Initiative.

«Vergangenen November haben wir beim Verkauf von Gutscheinen mit dem

«Cause We Care»-Angebot begonnen. Sofort entschieden sich rund 62 Prozent der Kunden für den klimafreundlichen Aufpreis. Erst dachte ich, die Leute seien während der Weihnachtszeit besinnlicher und daher spendabler. Der Durchschnitt ist bis heute allerdings beinahe bei diesem Wert geblieben», meint Niesenbahn-AG-Geschäftsführer Urs Wohler erfreut. Er schätzt den so gesammelten Betrag im Nachhaltigkeitsfonds bis Ende Jahr auf rund 10 000 Franken.

In der Niesenbahn-Strategie soll das Engagement für die Nachhaltigkeit zukünftig noch weiter verstärkt werden. Dies beinhaltet besonders neue Investitionen.

## Jährlich 395 Tonnen CO<sub>2</sub>

Beim aktuellen Umbau des Berghauses wird beispielsweise die günstige Ölheizung durch eine Luftwärmepumpe mit einer zusätzlichen PV-Anlage auf dem Dach ersetzt. Urs Wohler hat aber noch ganz andere Ideen: E-Tankstellen für Autos und Bikes, ein klimaneutrales Menü, Effizienz-Steigerung der Bahn lauten einige seiner Gedankenspiele. «Zurzeit haben wir mehr Ideen als Geld», meint der Geschäftsführer lachend. Bereits heute betreibt die Niesenbahn AG jedoch erheblichen Aufwand, um möglichst wenig CO<sub>2</sub> zu verursachen. Das beginnt beim Einkaufen regionaler Lebensmittel und endet bei der Auswahl des Briefpapiers.

Insgesamt stösst das Unternehmen jährlich einen Betrag von rund 395 Tonnen CO<sub>2</sub> aus. Zum Vergleich: Rund 2,6 Tonnen Kohlenstoffdioxid verursacht ein einzelner Passagier auf dem 12 600 Kilometer langen Flug von Zürich nach New York und retour. Bei der Niesenbahn AG fällt der grösste Emissionsanteil natürlich auf die 265 000 Kilowatt Strom, die von der Bahn verbraucht werden. «Wir versuchen stetig unsere Effizienz zu steigern. Was trotzdem übrig bleibt, möchten wir wenigstens mit den Klima-Abgaben kompensieren», erklärt Geschäftsführer Urs Wohler zuversichtlich.