

- Werbung (/ueber-uns/anzeigen-werbung)
- Jobs (/services/stellenmarkt)
- Immobilien (<https://www.htr.ch/immobilien/>)
- Buchshop (<https://www.staempfiishop.com/buchhandlung/dienstleistungen/kooperationen/htr/htrsortiment>)
- E-Paper (/epaper)
- Newsletter (/services/newsletter)
- Abonnement (/ueber-uns/abonnieren)
- Medienarchiv (/ueber-uns/medienarchiv)

# htr.ch



([https://ads.gutknecht-net.com/delivery/ck.php?oaparams=2\\_bannerid=6937\\_zoneid=510\\_cb=2ce95de18b\\_oadest=https%3A%2F%2Fwww.swisscom.ch%2Fde%2Fbusiness%2Fkmu%2FATL2023\\_router](https://ads.gutknecht-net.com/delivery/ck.php?oaparams=2_bannerid=6937_zoneid=510_cb=2ce95de18b_oadest=https%3A%2F%2Fwww.swisscom.ch%2Fde%2Fbusiness%2Fkmu%2FATL2023_router))

Nachhaltigkeit

## Niesenbahn erhält «Swisstainable - Level III»-Auszeichnung

Das Berner Bergbahnunternehmen erhält das Zertifikat «Swisstainable - Level III – leading». Die Niesenbahn AG will ihre nachhaltigen Bestrebungen weiter fortsetzen.



Die Niesenbahn erhält als erste Berner Bahn das Zertifikat «Swisstainable - Level III – leading».

Bild: Rob Lewis Photography

(Medienmitteilung) Die Niesenbahn AG wird mit dem höchsten «Swisstainable»-Level, «Level III – leading», ausgezeichnet. Sie ist damit eine von sechs Bergbahnen in der Schweiz mit der höchsten Stufe.

«Wer mit einem «Bergerlebnis» wirbt, muss auch etwas zu dessen qualitativer Erhaltung und Entwicklung tun», so Urs Wohler, Geschäftsführer der Niesenbahn AG. Der Betrieb sieht die Nachhaltigkeits-Zertifizierung als ein Zeichen, dass das Unternehmen auf dem richtigen Weg der dreidimensionalen Nachhaltigkeit ist. Dreidimensional im Sinne von: *sorgfältig* in Bezug auf Gäste und Mitarbeitende, *erfolgreich* in Bezug auf Wirtschaftlichkeit und finanziellen Erfolg, *vorausschauend* in Bezug auf Umwelt und Klimaschutz.

#### «Level III – leading» als Zwischenschritt

Für Nicolas Overney, Leiter Marketing, Verkauf und Events, ist die Nachhaltigkeits-Zertifizierung ein schönes und wichtiges Zeichen. Aber mit Labels alleine sei es nicht gemacht: «Wir müssen engagiert bleiben und weitere konkrete Massnahmen umsetzen. Nur so können wir einen ernsthaften Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.»

#### Regionale Verantwortung als Tourismusanbieterin

Als Tourismusanbieterin sei es die unternehmerische Pflicht der Niesenbahn, Verantwortung im Bereich der Nachhaltigkeit zu übernehmen.

Im Jahr 2021 hat das auf Auftragsforschung spezialisierte, Unternehmen EBP (Ernst Basler und Partner AG, Zürich) im Auftrag der Niesenbahn die «Wirkung und den Wert» der Niesenbahn AG ausgerechnet. Diese Wirkungsanalyse zeigte, dass die Niesenbahn 2021 87'000 Logiernächte sowie 47 Millionen Franken direkten und indirekten Umsatz in der Schweiz auslöste, über die Hälfte davon in der Region Niesen selbst. Die Bruttowertschöpfung belief sich auf 23 Millionen Franken.

«Wenn man 23 Millionen Franken Bruttowertschöpfung erzielt, muss man sich vor dem Hintergrund des aktuellen Wissens gut überlegen, wie man das Geschäftsmodell weiterentwickelt. Wir tragen damit Verantwortung in der Region, welcher wir uns bewusst sind und welche wir wahrnehmen müssen», sagt Wohler.

#### Das richtige Mass ist gefragt

Die Niesenbahn setzt sich folgende Ziele: eine ausgeglichene Auslastung mit Gästen mit möglichst kurzer Anreise, Mitarbeitende aus der Region, welche mit den Angeboten vertraut und Teil der Unternehmensentwicklung sind sowie ein Ressourcenverbrauch, welcher es erlaubt, der nächsten Generation glaubwürdig zu erklären, was man tut und macht. Das Nachhaltigkeits-Zertifikat «Swisstainable» soll beim Erreichen dieser Ziele helfen.

Publiziert am Freitag, 21. Juli 2023



Zu den Bildern und Berichten

<https://ads.gutknecht-net.com/delivery/ck.php?>

[oparams=2 bannerid=7282 zoneid=512 cb=72d6996921 oadest=https%3A%2F%2Fwww.htr.ch/%2Fhospitality-summit-2023\)](https://www.htr.ch/%2Fhospitality-summit-2023)