

# Leitfaden

## Klimaverantwortung übernehmen

Begleitung für Destinationen mit Netto-Null-Ziel



# Inhalt

Vorwort .....	1
Einleitung	
Herausforderung Klimaschutz im Tourismus .....	2
Quickguide – in 5 Schritten zum umfassenden Klimaschutz .....	3
Das Projekt und die beteiligten Destinationen .....	4
Der Weg zu Netto-Null	
Schritt 1: Organisation und Zuständigkeiten .....	6
Schritt 2: Erhebung des Klimafussabdrucks .....	7
Schritt 3: Auswertung der Daten .....	8
Schritt 4: Klimastrategie .....	10
Schritt 5: Organisation des Klimafonds .....	14
Beispiele für Klimaschutzprojekte .....	20
Klima- und Nachhaltigkeitskommunikation .....	24
Anhang	
Checklisten .....	26
Beispiel Fondszweck Klimafonds .....	31
Literatur und Quellen .....	33

## IMPRESSUM

Medieninhaber und Herausgeber: Fachhochschule Graubünden, Institut für Tourismus und Freizeit (ITF); Comercialstr. 19, 7000 Chur  
Texte: Christian Baumgartner, Bianca Schenk (FHGR), Bettina Kahlert, Cornelia Rutishauser, Andreas Schneider (alle myclimate)  
Grafik: Hilde Matouschek, officina  
September 2023

# Warum dieser Leitfaden?

Der Klimawandel verändert die Welt, in der wir leben und damit auch den Tourismus. Die Auswirkungen sehen und spüren wir bereits heute. Dennoch muss alles getan werden, um die Ausmasse des Wandels zu beschränken. In dieser gemeinsamen Verantwortung stehen wir alle – Wissenschaft, Politik, Konsument\*innen und auch die Wirtschaft.

Oftmals ist den touristischen Entscheidungsträger\*innen die Notwendigkeit des Handelns bereits bewusst, es fehlt aber am konkreten Wissen: Wie gross ist unser Klimafussabdruck wirklich? Wie kann ich den Fussabdruck reduzieren? Und nicht zuletzt: Wie lassen sich die Klimaschutzmassnahmen finanzieren?

Dieser Leitfaden setzt genau daran an. Er ist das Ergebnis eines Innotour Projekts in Graubünden und soll Destinationen – in der Schweiz, in den Alpen und darüber hinaus – eine konkret umsetzbare Hilfestellung geben, wie die Berechnung des Klimafussabdrucks und eine Massnahmenplanung in Richtung Netto-Null im Tourismus geschehen kann. Der Leitfaden hat damit einen Fokus auf den Tourismus, die Methoden können aber – entsprechend aufwändiger – auch auf die gesamte Kommune oder Region ausgedehnt werden.

Wir würden uns wünschen, dass wir mit diesem Leitfaden vielen Destinationen einen Anstoss geben, effektiven Klimaschutz im Tourismus umfassend umzusetzen.

***Das Team der Herausgeber\*innen***



# Herausforderung Klimaschutz im Tourismus

Die Tourismusbranche kann auf viele Jahrzehnte einer wirtschaftlich erfolgreichen Entwicklung zurückblicken und leistet einen wesentlichen Beitrag zur Wirtschaftsleistung und Beschäftigung in den Destinationen. Ein Grossteil des Sommer- und Wintertourismus in den Alpen ist mit Aktivitäten in der Natur verbunden und somit höchst sensitiv auf Änderungen des Klimas – vor allem hinsichtlich Niederschlagsmengen und Temperaturen. Der Klimawandel und entsprechende politische Reaktionen wie höhere Energiekosten oder kommende CO<sub>2</sub>-Steuern können somit die Gästenachfrage sowie die Angebote an Attraktionen deutlich beeinflussen.

Tourismusaktivitäten sind jedoch auch selbst Mitverursacher der Klimakrise. Der globale Tourismus ist nach australischen Studien aus dem Jahr 2019 bereits

für über acht Prozent aller Treibhausgasemissionen verantwortlich, durch die vielen Flugemissionen ist der Anteil an der Klimawirksamkeit aber noch weit höher. Man kann davon ausgehen, dass die Emissionen im Tourismus gemäss aktueller UNWTO-Wachstumsszenarien weiterhin ansteigen, sodass sie im Jahr 2035 bis zu 40 Prozent des globalen CO<sub>2</sub>-Budgets ausmachen könnten. Bald stellt sich auch die bisherige Tabufrage, ob es klimapolitisch verantwortbar ist, Tourismusmarketing auf Fernmärkten staatlich (mit) zu finanzieren.

Tourismus hat also eine Doppelrolle einzunehmen: Umweltressourcen und ökologische Prozesse, die eine Schlüsselfunktion für den Tourismus haben, müssen auch im Klimawandel und den Reaktionen darauf intakt bleiben und andererseits müssen Tourismusaktivitäten selbst klimafreundlicher werden. Dabei sind Strom- und Energiespar-Massnahmen im betrieblichen Bereich vergleichsweise einfach, da sie mit Einsparungen und Kostensenkungen verbunden sind. Herausfordernd ist vor allem die Mobilität und hier besonders die Gästean- und -abreise. Hier muss gleichermassen mit technischen und logistischen Innovationen sowie Incentives, die das Verhalten beeinflussen, gearbeitet werden, aber auch mit legislativen und steuerlichen Rahmenbedingungen.

Die Antwort kann nur in einer gemeinsam geteilten Verantwortung aller Stakeholder für einen umfassenden Klimaschutz (auch) im Tourismus liegen.



# Quickguide – in 5 Schritten zum umfassenden Klimaschutz



## Key-Points für eine Netto-Null-Destination mit erfolgreichem Klimafonds

- Eine klare Grundlage, definierte Systemgrenzen und stabile Daten und Kennzahlen sind essentiell
- Eine Netto-Null-Strategie einer Destination ist nur gemeinsam mit allen Stakeholdern möglich
- Ein Set an Massnahmen gehört auf alle Ebenen einer Netto-Null-Strategie
- Gäste und Kunden müssen aktiviert, informiert und mit einbezogen werden
- Anreiz- & Förderungssysteme, sowie Funding und Coaching für die Leistungsträger erweisen sich als Vorteile



# Das Projekt ...



Von November 2021 bis Mai 2024 lief das über Innotour geförderte Projekt „Klimaneutrale Destinationen“ (KlimDest), das von der Fachhochschule Graubünden und myclimate mit den Praxispartnern Arosa Tourismus, Davos Destinations-Organisation und Valposchiavo Turismo umgesetzt wurde.

Die Schweizer Regierung hat Netto-Null für 2050 beschlossen. Dies bedeutet, dass die Schweiz nicht mehr Treibhausgase ausstossen soll, als natürliche und technische Speicher aufnehmen können. Für den Tourismus gibt es in der langfristigen Schweizer Klimastrategie jedoch bisher keine konkreten Konzepte – auch weil es bislang keine konkreten Daten zu den touristisch bedingten Treibhausgasen gibt.

Die Herausforderung war es daher, einerseits eine ebenso wissenschaftlich fundierte, wie praktisch umsetzbare Berechnungsmethode für den „Klimafussabdruck einer Destination“ zu erarbeiten und zu testen. Der Klimafussabdruck bezeichnet dabei die Gesamtheit der touristisch bedingten Treibhausgas-Emissionen, ausgedrückt in CO<sub>2</sub>-Äquivalenten (CO<sub>2</sub>e). Andererseits wurden Methoden – Klimafonds – entwickelt und angewandt, die es den Destinationen ermöglichen, im Rahmen von umfassenden Strategien, ihre Klimaschutz-Massnahmen zu finanzieren.

Ergänzt wurden diese Massnahmen durch die Entwicklung von Empfehlungen für Kommunikationsstrategien, um die Gäste als Verbündete im Klimaschutz zu gewinnen.

Fotos: Arosa Tourismus / Nina Mattli, Valposchiavo Turismo, Andrea Badrutt / Destination Davos Klosters

## ... und die beteiligten Destinationen

Davos, Arosa, Valposchiavo



## Destination Arosa

Der Tourismus bildet den grössten Wirtschaftssektor im Bündler Bergtal Schanfigg. Im Winter locken schneebedeckte Pisten zum Skifahren und Snowboarden, während im Sommer Wanderwege und Bike-Trails Abenteuerlustige begeistern. Hinzu kommen zahlreiche Events und weitere kulturelle Angebote. Mit Arosa 2030, der ganzheitlichen Destinationsstrategie, wird der eingeschlagene Weg der nachhaltigen Entwicklung konsequent weiterverfolgt. Nachhaltigkeit heisst dabei, dass ökonomische, ökologische und soziale Faktoren gemeinsam im Einklang sein müssen. Einer der ersten Schritte ist die CO<sub>2</sub>-Bilanzierung. Sie dient zur Ermittlung der Ist-Situation. So können die grössten Hebel evaluiert werden, welche als Grundlage für den Absenkpfad der Destination dienen.



*Um unsere Ziele zu erreichen, müssen wir wissen, woher wir kommen. Den CO<sub>2</sub>-Fussabdruck der Destination zu kennen, ist die Basis, um Veränderungen anzustossen. Grösste Herausforderung hierbei ist, die Daten zu kennen und zu sammeln. Dank KlimDest erhalten wir ein Instrument, welches ermöglicht, diese Wissenslücke zu schliessen und in Zukunft ein regelmässiges Monitoring zu betreiben.* – Claudio Föhn, Destination Arosa



## Destination Valposchiavo

Hinter dem Bernina-Pass verborgen liegt die Valposchiavo. Auf nur 25 km Länge erstreckt sich das überraschende Bündner Südtal von den Gletschern bis zu den Palmen am Talausgang zu Italien. Über 95% der landwirtschaftlichen Nutzfläche des Tals werden von bio-zertifizierten Bauernbetrieben bebaut und gepflegt. Aufgrund seiner peripheren Lage und fehlender Investitionen blieb die Valposchiavo von grossen Tourismusinfrastrukturen verschont und betrieb bereits schonenden Tourismus, als noch niemand von Nachhaltigkeit sprach. Heute stehen lokale Produkte „100% Valposchiavo“ aus lokal geschlossenen Wertschöpfungsketten von der Produktion über die Lebensmittelveredelung und bis zum Genuss im Zentrum des touristischen Angebots des Tals. In Zukunft möchte sich die Valposchiavo als Tal, in dem Stromproduktion aus Wasserkraft seit über 100 Jahren eine wichtige Rolle spielt, auch im Bereich der CO<sub>2</sub>-Neutralität weiterentwickeln.

*In den letzten Jahren haben wir uns mit dem Projekt 100% Valposchiavo stark auf lokale Produkte gestützt. KlimDest kann uns dabei helfen festzustellen, ob und wie stark diese Bemühungen auf die CO<sub>2</sub>-Reduktion einzuwirken. Ziel ist es, diese mit konkreten Zahlen zu untermauern.* – Kaspar Howald, Direktor Valposchiavo Turismo



## Destination Davos

Davos Klosters ist eine der bekanntesten Feriendestinationen der Welt und besitzt das kompletteste Ferien-, Sport- und Meetingangebot in den Alpen. In der Feriendestination schützen Unternehmen und Gäste gemeinsam das Klima. Sie verhelfen einem ambitionierten Ziel zum Erfolg: Davos will bis zum Jahr 2030 der erste Ferienort der Schweiz mit Netto-Null-Emissionen werden. Im Fokus steht, Massnahmen zu fördern, die eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen vor Ort bewirken. Gäste, Kunden, Unternehmen und die Gemeinde speisen dazu gemeinsam den „myclimate Klimafonds Davos“.

*Eine Bilanzierung des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks der touristischen Destination ist für die Davos Destinations-Organisation ein wichtiger Grundstein, um die Klimaziele der kommenden Jahre wissenschaftsbasiert anzugehen. Nachdem die betrieblichen CO<sub>2</sub>-Emissionen der Tourismusorganisation und von Davos Congress bereits gemessen wurden, konnte die Systemgrenze der Bilanzierung auf die gesamte Destination erweitert werden. Die Erfassung und Analyse der Gästemobilität hat die Destination Davos dabei vor die grössten Herausforderungen gestellt.* – Reto Bransch, CEO / Direktor Davos Destinations-Organisation



# Schritt 1: Organisation und Zuständigkeiten



Foto: brandspepole / unsplash.com

Strategische Entwicklungen brauchen Zeit und Arbeitskraft, das ist bei einer Fussabdrucks-berechnung nicht anders. Unterschätzen Sie den Aufwand nicht!

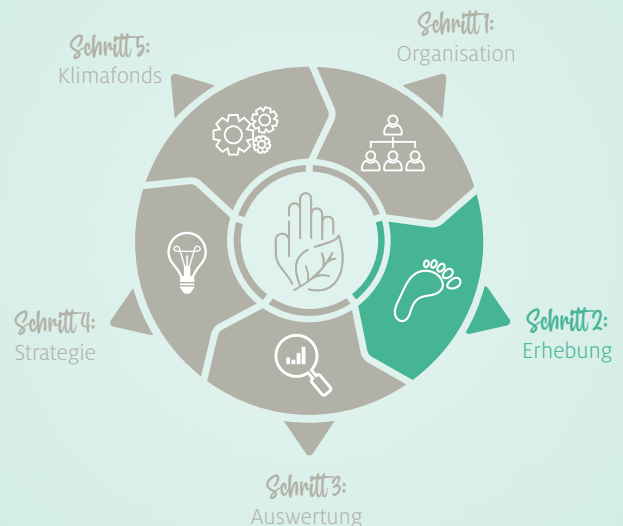
- Stellen Sie ein operatives und begleitendes Team zusammen; dieses kann ein vorhandener Nachhaltigkeits-Beirat sein, oder eine andere kleine Gruppe aus engagierten Touristiker\*innen.
- Klären Sie die Verantwortlichkeiten im Team und die geplanten Zeitabläufe. Stellen Sie sicher, dass die notwendigen Zeitressourcen vorhanden sind.
- Informieren Sie Ihre Leistungsträger von der Absicht der Berechnung des Klimafussabdrucks; identifizieren Sie Leuchtturmbetriebe und gewinnen Sie unterschiedlichste Leistungsträger für die betrieblichen Erhebungen.
- Eventuell benötigt es Vertraulichkeitsverträge mit einigen Leistungsträgern, um sicherzustellen, dass erhobene Daten nur aggregiert nach aussen kommuniziert werden.







# Schritt 2: Erhebung des Klimafussabdrucks

Die Klimaverantwortung des Tourismus reicht über die Destinationsgrenzen hinaus. Schlussendlich ist die Motivation Urlaub zu machen, der Treiber, dass sich Menschen auf Reise begeben. Daher betrachtet die umfassende Berechnung des ehrlichen Klimafussabdrucks die gesamte Reise – von der Abfahrt zu Hause bis zur Rückkehr und bezieht auch alle im Urlaub konsumierten Produkte und Dienstleistungen unter Einbezug deren Transporte mit ein. In der Destination fließen die Daten aller touristischen Leistungsträger, von der Unterkunft, über die Bergbahn bis zum Hallenbad in die Berechnung mit ein.

Dafür wird eine webbasierte Plattform für standardisierte Klimabilanzierung und Management von umfassenden Nachhaltigkeitsdaten genutzt. Diese wurde von myclimate mit der Fachhochschule Graubünden auf die Bedürfnisse zur Destinationsberechnung und der nötigen Modellierungen angepasst, erweitert und getestet. Sie benötigen dafür eine Lizenz und am besten einen Einführungsworkshop.



-  Datenerfassung\* des / der Tourismusbüro(s) – also der Daten, die in der Hand der Destinationsmanagementorganisation (DMO) sind.
-  Datenerfassung in den tourismusrelevanten Betrieben. Eine Vollerhebung ist dabei in den meisten Destinationen zu aufwändig – daher sollten die Daten aus ausgewählten Betrieben genau erhoben werden. Dabei sollten nicht nur die klimaengagiertesten Leistungsträger, sondern ein Querschnitt erfasst werden. Das System kann aus diesen Daten hochrechnen.
-  Die Daten umfassen Energie, Mobilität, Transport, Verpflegung, Material und Abfall.
-  Die grösste Herausforderung dabei liegt meist bei den Mobilitätsdaten der Gäste und Mitarbeiter\*innen. Wenn die Anreise nicht über die Meldezettel abgefragt werden kann, benötigt es exemplarische Erhebungen und Umfragen.

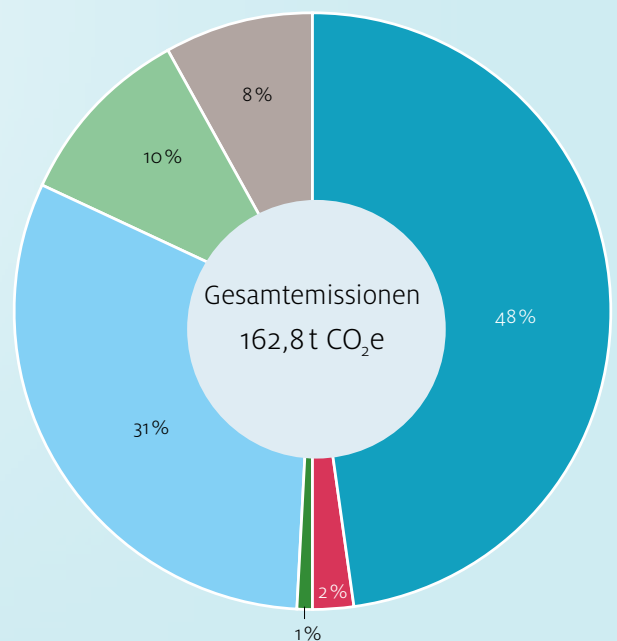
\* Eine Liste der zu erhebenden Daten findet sich im Anhang.

# Schritt 3: Auswertung der Daten



Eine einfache Auswertung – hier als Beispiel für ein Hotel – kann wie folgt aussehen:

## Beispielauswertung eines Hotel-Klimafussabdrucks



Quelle: myclimate

Mit der Berechnung des Klimafussabdrucks wurde die Voraussetzung geschaffen, um die Herkunft der CO<sub>2</sub>-Emissionen verstehen und deren Relevanz einordnen zu können.

Die nun folgende Auswertung der Daten

- ✓ dient der Identifikation der relevanten Bereiche (Hotspots)
- ✓ bildet die Grundlage für die erfolgreiche Planung von Massnahmen
- ✓ dient der Festlegung von Zielen
- ✓ bildet die Ausgangslage für die zukünftige Erfolgskontrolle



Die Auswertung der Daten sollte auf verschiedenen Ebenen erfolgen:

### Einzelne touristische Leistungsträger

Jeder teilnehmende touristische Leistungsträger (Hotel / Unterkunft, Restaurant, Bergbahn, Event etc.), der sich an der Erfassung der Daten beteiligt, sollte eine detaillierte Analyse seiner Daten erhalten. Welche Kategorien (Energie, Verpflegung, Transport etc.) sind auf Ebene Leistungsträger relevant, wie viel Treibhausgase können hier eingespart werden und wo sind die Einsparpotenziale am grössten? Weiters können je nach Datenverfügbarkeit Benchmark-Vergleiche angestellt werden. Wo bereits Leuchtturm-Leistungsträger existieren, können diese als Best-practice-Beispiele verglichen und kommuniziert werden.

### Destination und Kategorien

Auch auf Destinationsebene sollte eine Auswertung auf Ebene der Kategorien (Energie, Verpflegung, Transport etc.) erfolgen, damit übergeordnete Massnahmen und Programme im Bereich Mobilität oder Umstellung auf erneuerbare Energie faktenbasiert geplant werden können.

### Destination und touristische Leistungsträger

Eine Auswertung über die Destination, welche Leistungsträger mit welchem Fussabdruck zur Bilanz beitragen, bildet die Grundlage für gezielte Förderprogramme für Klimaschutz in der Destination bei Leistungsträgern.

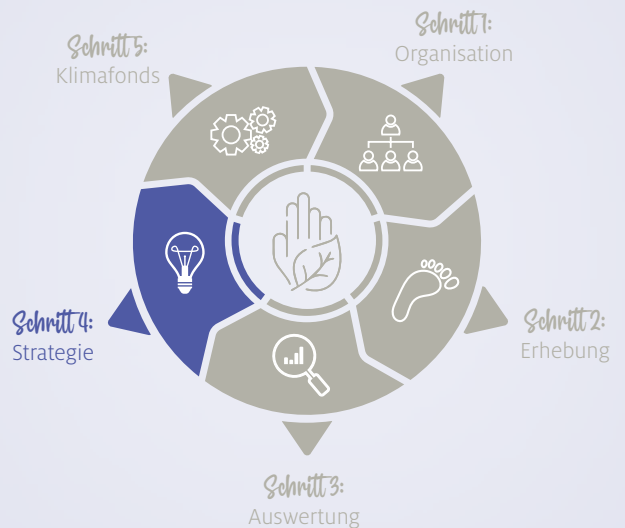
Je nach Ziel der Auswertung kann diese detailliert oder auf aggregierter Stufe erfolgen. Sobald CO<sub>2</sub>-Bilanzen über mehrere Jahre vorliegen, sind natürlich auch Zeitreihenvergleiche von grossem Interesse.



# Schritt 4: Klimastrategie

## 1. Definition Klimastrategie

Eine Klimastrategie beruht auf dem Bestreben, Verantwortung für das Problem des anthropogenen Klimawandels zu übernehmen. Die Erkenntnisse des Klimafussabdrucks sowie der Analyse interner und externer klimarelevanter Einflussfaktoren werden der Strategie zugrunde gelegt, um die Chancen und Risiken für die Tourismusdestination aber auch für die einzelnen Akteure bzw. Betriebe und deren Geschäftsmodelle zu evaluieren. Davon abgeleitet werden ein Klimaziel für die Reduzierung von Treibhausgasemissionen sowie wirkungsvolle Vermeidungsmassnahmen zur Erreichung des Ziels festgelegt.



## Übersicht Klimastrategie

„Eine Klimastrategie beruht auf dem Bestreben, Verantwortung für das Problem des anthropogenen Klimawandels zu übernehmen.“



Quelle: myclimate

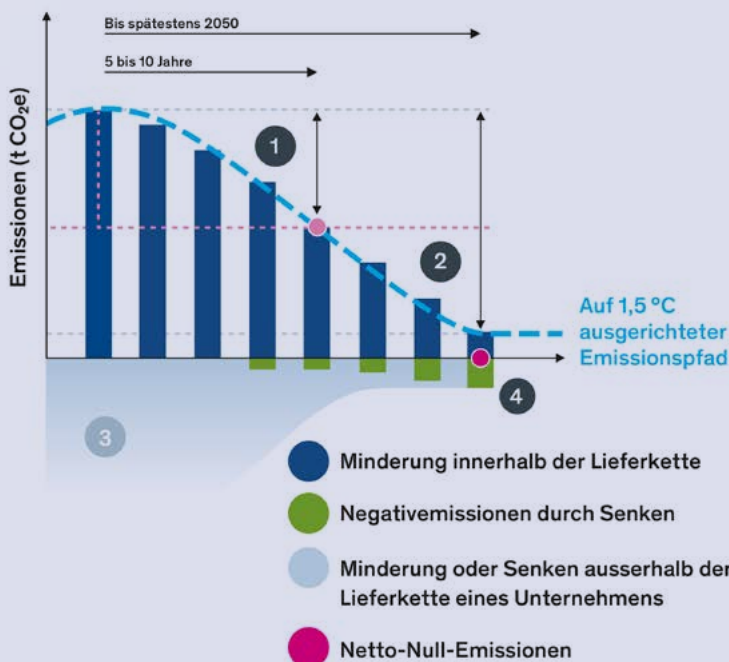
## 2. Festlegung von Klimazielen (Net-Zero)

Mit dem Schritt der ersten Berechnung des Klima-fussabdrucks wurde die wichtigste Grundlage für das Festlegen von Klimazielen geschaffen. Jetzt geht es darum, zu definieren, wie viel und wie schnell reduziert werden soll. Ausgehend vom ersten Berechnungsjahr sollten die Ziele so gesetzt werden, dass sie im Einklang mit dem Pariser Klimaschutzabkommen sind. Dieses legt fest, wie viel Treibhausgase noch ausgestossen werden dürfen, um die globale Erwärmung möglichst auf 1,5 °C zu begrenzen und bis spätestens 2050 „Netto-Null“ zu erreichen.

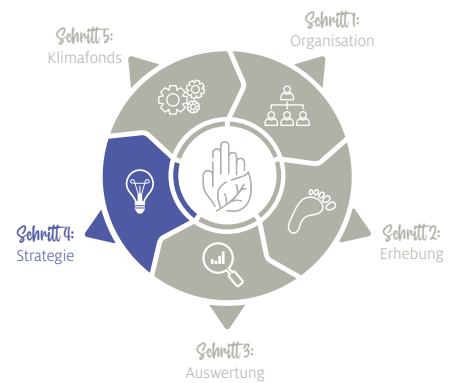
Um das Netto-Null-Ziel in der Destination zu erreichen, sollten sich die einzelnen Tourismusakteure wissenschaftsbasierte Klimaziele setzen. Die Science-Based Target Initiative (SBTi) hat beispielsweise ein Rahmenwerk erarbeitet, mit welchem sich Betriebe solche wissenschaftsbasierte Klimaziele in ihrer Wertschöpfungskette setzen können. Neben dem ambitionierten langfristigen Ziel Netto-Null gibt es auch eine Anleitung für das Festlegen von kurzfristigen Zwischenzielen. Je kurzfristiger die Ziele sind, desto konkreter müssen die Massnahmen ausgearbeitet sein. Nachfolgende Darstellung erklärt die Elemente der Science Based Targets.

### Was sind Science-Based Targets?

#### Die vier Elemente des SBTi Net-Zero Standards



- 1 Festlegung kurzfristiger wissenschaftsbasierter Ziele:** Fünf- bis Zehnjahresziele zur Emissionsreduzierung im Rahmen des 1,5 °C-Pfades.
- 2 Festlegung langfristiger wissenschaftsbasierter Ziele:** Ziel der Reduzierung von Emissionen auf ein Restniveau im Rahmen von 1,5 °C-Szenarien bis spätestens 2050.
- 3 Minderung oder Senken ausserhalb der Lieferkette:** Beim Übergang zu Netto-Null sollten Unternehmen Massnahmen zur Minderung von Emissionen ausserhalb ihrer Lieferkette umsetzen.
- 4 Neutralisierung von Restemissionen:** Unvermeidbare Treibhausgase, die bestehen bleiben, auch nachdem das Unternehmen sein langfristiges wissenschaftsbasiertes Ziel erreicht hat, müssen durch dauerhafte Entfernung und Speicherung von Kohlenstoff aus der Atmosphäre ausgeglichen werden.



## 3. Vermeidung und Reduktion first

Die Vermeidung von Emissionen bzw. das Umsetzen von effektiven Reduktionsmassnahmen ist der wichtigste Teil einer Klimastrategie und sollte im Fokus stehen. Ziel ist, sowohl auf Einzelbetriebsebene, aber auch auf Destinationsebene und in der Wertschöpfungskette, Massnahmen zu eruieren und umzusetzen.

Nach dem Festlegen der Klimaziele müssen die geeigneten Reduktionsmassnahmen definiert werden, um die Ziele zu erreichen. Die Auswertung der Daten (Schritt 3) zeigt auf, wo sich die Hotspots, d. h. relevante Mengen an Treibhausgasemissionen der einzelnen Akteure aber auch der Destination befinden. Die wichtigsten Bereiche sind hierbei

- Energie (Strom, Wärme)
- Gästemobilität
- Verpflegung bei den touristischen Leistungsträgern

In diesen Bereichen gilt es Massnahmen zu definieren. Einzelne Betriebe können dabei, unter Berücksichtigung ihres betriebswirtschaftlichen Konzepts und der individuellen Situation, Massnahmen unabhängig umsetzen. Beispiele im energetischen Bereich können sein:

- Wechsel auf erneuerbaren Strom
- Installation einer Photovoltaik-Anlage
- Installation einer möglichst umweltfreundlichen Heizung (z. B. Fernwärme, Luft-Wärmepumpe, Erdsonde, Wärmerückgewinnung etc.)
- Energetische Verbesserungen der Gebäudehülle & Fenster sowie

- Gebäudetechnische- und infrastrukturelle Massnahmen die zur Ressourcen- und Energieeffizienz beitragen

Auch im Bereich Verpflegung wird eine Beschaffung, die vermehrt auf eine lokale nachhaltige und klimaneutrale Landwirtschaft zurückgreift, vorteilhaft gesehen. Auch lassen sich in den Betrieben selbst direkt Massnahmen umsetzen:

- Fokus auf Bio-Qualität, Regionalität und Saisonalität
- Änderung im Food & Beverage-Konzept (z. B. mehr vegetarische Gerichte, Farm-to-table)
- Massnahmen zur Reduktion des Food-Waste und sonstiger Abfällen inkl. Recycling und Upcycling

In anderen Handlungsfeldern (v. a. Mobilität der Gäste sowie Infrastruktur) sind Strategien auf Destinationsebene zusammen mit der Gemeinde und weiteren Akteuren zu erarbeiten, Finanzierungslösungen zu finden, Projekte auszuarbeiten und in geeigneten Trägerschaften zu realisieren. Beispiele hierzu sind:

- Grundsätzlich: Förderung fossilfreier resp. fossil-arter Mobilität
- Anreize schaffen, damit die Gäste vermehrt mit öffentlichem Verkehr anreisen (z. B. Vergünstigungen)
- Anreize schaffen, damit die Gäste während des Aufenthalts ihr Auto möglichst wenig nutzen (z. B. gratis Sportbus)
- Weniger Parkplätze sowie höhere Parkplatzgebühren und Mehreinnahmen zur Förderung des ÖVs (Sport- und Wanderbus) einsetzen
- Ausbau Fahrradinfrastruktur, allgemeine Förderung des Langsamverkehrs
- Öffentliche Tankstationen für CO<sub>2</sub>-neutrale Kraftstoffe wie Elektro, Wasserstoff, E-Fuel, Biogas usw.



«Do your best, take care of the rest!»

Foto: Arcosa Tourismus

Für das erfolgreiche Umsetzen von Massnahmen bedarf es der richtigen Begleitung. Es ist zu prüfen, welche Anreize geschaffen werden können, wie einzelne Betriebe unterstützt werden können bzw. welche Synergien sich ergeben, um gemeinsam ambitioniert Treibhausgasemissionen zu vermeiden und zu reduzieren.

Ein Instrument, um die Massnahmenumsetzung zu erleichtern und gleichzeitig die Klimaschutzbemühungen in der Kommunikation resp. zu Marketingzwecken nutzen zu können, ist die Schaffung eines Klimafonds. Dieser richtet sich sowohl an die Leistungsträger in der Destination als auch an die Gäste. Siehe dazu Schritt 5.

#### 4. Verantwortung gegenüber nicht vermeidbaren Emissionen übernehmen

Auch mit einem Absenkpfad Richtung Netto-Null verbleiben – zuerst mehr, später immer weniger – CO<sub>2</sub>-Emissionen der Destination resp. der einzelnen touristischen Akteure. Für diese nicht vermeidbaren Emissionen gilt es, Verantwortung zu übernehmen, ganz nach dem Motto «Do your best, take care of the rest», denn für das Klima ist es wichtig, dass die weltweiten Emissionen in der Summe abnehmen. Deshalb empfiehlt es sich als weiterer Teil der Klimastrategie, neben den Reduktionsmassnahmen auch ausserhalb der eigenen Wertschöpfungskette lokalen, aber auch internationalen Klimaschutz zu unterstützen, damit der Klimaschutz allgemein schneller vorangetrieben werden kann. Dieser Verantwortungsübernahme kann in den Unternehmen mit einem bilanzierten Klimaschutzbeitrag und der damit verbundenen Klimaschutzfinanzierung Rechnung getragen werden.

Beim lokalen und regionalen Klimaschutz können auch von der Destination selbst geeignete Projekte initiiert und unterstützt werden, die Treibhausgase binden und langfristig speichern. Diese sogenannten Senkenprojekte können als Neutralisation der Restemissionen eingesetzt werden.



# Schritt 5: Organisation des Klimafonds



Um möglichst alle Leistungsträger in einer Destination in die übergreifende Netto-Null-Strategie miteinbinden zu können, eignet sich die Implementierung eines über die gesamte Destination übergreifenden Klimafonds. Optimal ist, wenn dieser dreidimensional aufgestellt werden kann, d. h. die Destinationsorganisation, die Leistungsträger, die Gemeinde / Behörden sowie die Gäste / Kunden werden mit eingebunden. Der Klimafonds bildet somit den umfassenden Rahmen für die Klimastrategie einer gesamten Destination. Kernelement des Klimafonds-konzepts mit Dekarbonisierungsansatz ist der integrierte Finanzierungsmechanismus des Programms myclimate «Cause We Care», welcher aber in dieser Form um das Element des Fördertopfs erweitert wird. So erhält der Klimafonds die Funktion sowohl Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion vor Ort und in den Betrieben zu finanzieren als auch für momentan unvermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen Verantwortung zu übernehmen.

## Netto-Null mittels Dekarbonisierungsansatz

**Vermeiden / Reduzieren**

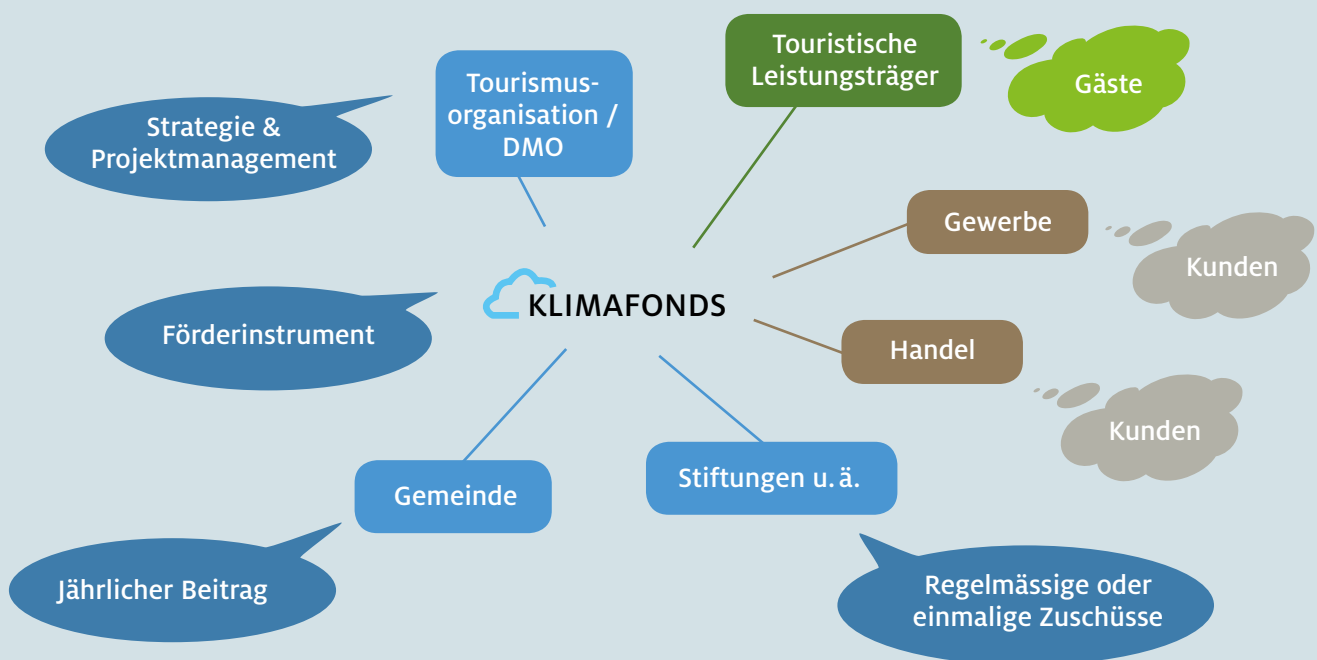
**Investieren / Engagieren**

**Durch Massnahmen-Strategie**

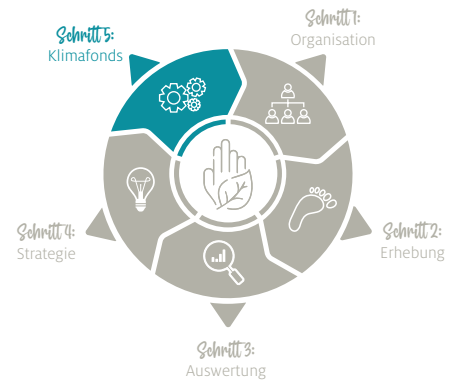
**Durch Finanzierung von Klimaschutzprojekten**



## 1. Das Klimafonds-Ökosystem



- Destinationsmanagementorganisation (DMO):** Die DMO nimmt eine zentrale Rolle ein. Sie bestimmt die Strategie und ist verantwortlich für die Koordination und Projektleitung des Klimafonds. Ebenfalls motiviert die DMO auf der einen Seite sowohl die Leistungsträger, am Klimafonds mitzumachen, auf der anderen Seite die Gäste, einen Klimaschutzbeitrag beim Leistungsträger zu entrichten. Idealerweise schafft die DMO für den Klimafonds eine Plattform für den Austausch von Wissen und Ideen. Sie kann zudem als Vermittlerin von Know-how im Bereich Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit auftreten, entweder indem die DMO dies selbst oder in Zusammenarbeit mit Klimaschutz-Partnern wahrnimmt.
- Touristische Leistungsträger:** Diese sind insbesondere Hotellerie, Bergbahnen, Freizeit- und Eventunternehmen, Skischulen, Ferienhausbesitzer\*innen, Restaurants und andere touristische Unternehmen. Sie haben die Möglichkeit, sich am Klimafonds zu beteiligen. Für die Leistungsträger bietet die Teilnahme den Vorteil des Zugangs zu finanziellen Mitteln aus dem Fonds, um ihre eigenen ökologischen Massnahmen im Betrieb umzusetzen und somit zur Erreichung des Netto-Null-Ziels beizutragen. Zudem bietet es sich an, die Berichterstattung über geplante oder umgesetzte Reduktionsmassnahmen im Nachhaltigkeitskonstrukt „Klimafonds“ unterzubringen. Die Kommunikation erhält so mehr Gewicht und lässt sich in den Gesamtkontext einordnen.



- **Gäste:** Die Gäste haben eine wichtige Rolle, da sie den Klimafonds direkt unterstützen. Entscheiden sie sich bei der Buchung des Angebots einen Klimaschutzbeitrag zu leisten, tragen sie zur Finanzierung von Umwelt- und Klimaschutzmassnahmen beim Leistungsträger selbst und beim Klimafonds bei, dessen Gelder wiederum in Emissions-Minderungs-massnahmen investiert werden. Gäste können sich so aktiv für nachhaltiges Handeln in der Destination entscheiden, wodurch ihre Wirkung verstärkt wird.
- **Behörden / Gemeinde:** Die Behörden und die Gemeinde sind bedeutende Akteure. Im Idealfall beteiligen sie sich ebenfalls mit einem jährlichen Beitrag am Klimafonds, sodass eine ökologisch nachhaltige Entwicklung in der Destination rascher umgesetzt werden kann. Zudem setzen sie so ein starkes Signal für den Klimaschutz und ermutigen andere Beteiligte, ebenfalls ihren Beitrag zu leisten.
- **Stiftungen o. ä.:** Stiftungen oder Firmenfördertöpfe von Grossunternehmen, welche zum Zweck des Umwelt- und Klimaschutzes eingerichtet wurden, können ebenfalls einen finanziellen Zuschuss in den Klimafonds leisten.
- **Handel & Gewerbe:** Je nach Destination ist es auch denkbar, nebst den touristischen Leistungsträgern auch die örtlichen Unternehmen aus Handel und Gewerbe in den Klimafonds zu integrieren. Sie profitieren indirekt vom Tourismus und können sich an Nachhaltigkeitsinitiativen beteiligen und innovative Ideen einbringen, um das Gesamtkonzept zu unterstützen.
- **Klimafonds:** Der Klimafonds selbst dient als Förderinstrument zur Finanzierung von Massnahmen, welche direkt und indirekt der CO<sub>2</sub>-Reduktion oder -Vermeidung sowie auch der Sensibilisierung für Klimaschutz in der Destination dienen.

Das Klimafonds-Ökosystem schafft eine Win-Win-Situation, in der alle Beteiligten ihre Stärken einbringen, um gemeinsam das Netto-Null-Ziel zielgerichtet voranzutreiben und zu verankern.

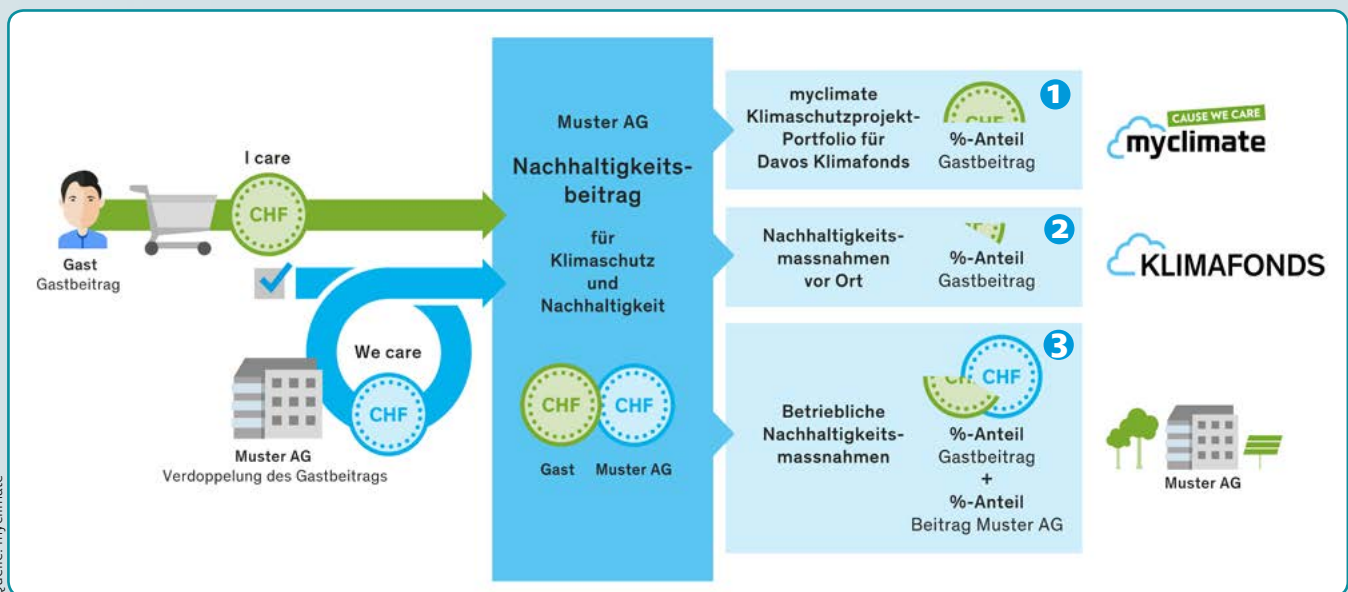
Durch finanzielle Förderung, Beratung und Sensibilisierung wird der Wandel hin zu einem umweltbewussteren Tourismus gefördert, der langfristig positive Auswirkungen auf die Destination und die Umwelt haben wird.



*Die Gäste haben eine wichtige Rolle, da sie den Klimafonds direkt unterstützen.*



## 2. Klimafonds mit myclimate «Cause We Care»-Mechanismus



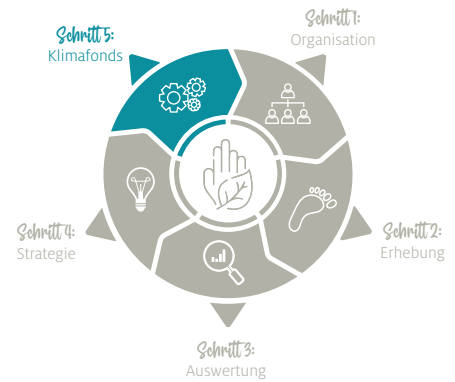
### Das Grundprinzip von myclimate «Cause We Care» im Klimafonds-Modell

Der Grundsatz des Programmes myclimate «Cause We Care» rückt die Gemeinschaftlichkeit in den Fokus. Der Einbezug der Gäste ist dabei zentral. Gemeinschaftlichkeit heisst, dass der teilnehmende Leistungsträger (Muster AG) den geleisteten Gästebeitrag jeweils verdoppelt und so ebenfalls in eigene ökologische Nachhaltigkeitsmassnahmen im Betrieb investiert. Dieser Hebeleffekt verstärkt die Wirkung des Engagements der Gäste. Beim Klimafondsmodell wird zudem ein über die ganze Destination wirkendes Fördergefäss geschaffen, welches im besten Fall zusätzlich mit finanziellen Zuschüssen von der Behörde / Gemeinde oder auch durch Firmenstiftungen gestärkt wird. So erhält der Klimafonds in der Destination mehr Kraft und es können konkret Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion gefördert und finanziert werden.

### Funktion von «Cause We Care» im Klimafonds-Modell

Ein «Cause We Care»-Unternehmen bietet dem Gast beim Kauf einer touristischen Leistung die Möglichkeit, freiwillig einen Klimaschutzbeitrag zu leisten. Ist der Gast bereit dazu, verspricht das Unternehmen, diesen Betrag zu verdoppeln und im selbem Umfang bei sich im Betrieb oder lokal vor Ort eigene Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsmassnahmen umzusetzen.

- 1 = Der Kundenbeitrag wird anschliessend aufgeteilt: Ein Teil des Beitrags stellt die Verantwortungsübernahme der emittierten CO<sub>2</sub>-Emissionen dar und wird in ein zertifiziertes myclimate-Klimaschutzprojekt investiert.
- 2 = Ein weiterer Teil des Kundenbeitrags fliesst in den destinationsübergreifenden Klimafonds. Diese Gelder dienen zur Förderung von Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion in der Destination (z. B. Förderung der ÖV-Nutzung) oder zur zusätzlichen Förderung von



Massnahmen bei Leistungsträgern, welche grössere Investitionen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion aufwenden (z. B. Installation von Photovoltaikanlagen).

③ = Ein dritter Teil des Kundenbeitrags sowie der Verdoppelungsbeitrag des teilnehmenden Unternehmens (in diesem Beispiel Muster AG) setzt das Unternehmen für eigene ökologische Massnahmen mit Klimawirkung ein (z. B. Gebäudeisolierung).

## Nötige Vorbereitung für die Implementierung eines Klimafonds

Im Zuge einer Umsetzung des Destinationsfonds wird empfohlen, die folgenden Vorkehrungen im Voraus anzugehen, um so einen optimalen Start in das Projekt zu gewährleisten.

- Für jeden Klimafonds muss ein abgestimmtes Fondsreglement vorgängig verfasst werden. Dabei werden Grundsätze zur Umsetzung, Zuständigkeiten, der Mechanismus, der übergeordnete Zweck und Nutzen, die involvierten Parteien und deren Leistungen, Förderbeiträge, Massnahmen, Mittelverwendung, Kriterien sowie die verschiedenen Teilnehmenden-Modelle definiert.
- Definierung der Projektleitung und deren Aufgaben (normalerweise bei der DMO angesiedelt).
- Vorgängiges Aufsetzen sämtlicher Unterlagen zur Zusammenarbeit und Information (Verträge, vorgefertigte Kommunikationsbausteine, Website für teilnehmende Leistungsträger und interessierte Gäste, ein internes & öffentliches FAQ, Marketingmaterialien usw.).
- Bei einem Klimafonds, dessen Zweck es ist, CO<sub>2</sub>-Reduktionsmassnahmen zu fördern, muss deren Messbarkeit gewährleistet sein. So wird empfohlen im Zuge einer Anwendung des Destinationsfonds eine

jährliche CO<sub>2</sub>-Bilanzierung über die DMO durchzuführen. Ebenfalls ist eine CO<sub>2</sub>-Bilanzierung über die gesamte touristische Destination zu planen und realisieren. Diese kann jährlich oder im zwei Jahres-Rhythmus durchgeführt werden.

- Implementierung des Programmes «Cause We Care» in der DMO (z. B. auf dem Shopportal der Destination). So geht die Destination mit Beispiel voran.
- Sourcing (gemeinsam mit einem Partner für Klimaschutz) nach möglichen regionalen Klimaschutzprojekten (Waldprojekte, Moor-Vernässungen, Biogasanlagen, Förderung technologischer Lösungen etc.).
- Bildung eines Steuerungskomitees oder eines Nachhaltigkeitsrates, der in regelmässigen Meetings (mind. 2 × pro Jahr) über den Fondszweck und die Ausrichtung bestimmt.
- Im Vorfeld sollte die Position der Gemeinde und der wichtigsten Stakeholder abgeholt werden und diese, wenn möglich, gleich auch in die Mitgestaltung des Klimafonds miteingebunden werden.
- Schulung der Mitarbeitenden der DMO (findet im Zuge der «Cause We Care»-Implementierung statt).

## Herausforderungen bei der Realisierung eines übergreifenden Klimafonds

Die Umsetzung eines übergreifenden Klimafonds bringt einige Herausforderungen mit sich. Eine davon ist das Capacity Building gegenüber den Stakeholdern, um ihr Verständnis und Engagement für das Projekt zu stärken. Besonders wichtig ist das Formen einer Pilotgruppe, welche vom übergreifenden Ansatz überzeugt ist. Idealerweise wird diese Gruppe aus je 1–2 Vorreiter\*innen aus Hotellerie / Gastronomie, des lokalen Bergbahnunternehmens,



Fotos: Valposchiavo Turismo (li), Giardino dei Ghiacciai di Cavaglia (Mitte), Valposchiavo Turismo / Sassalbo (re)

Freizeit- / Eventbereich und wenn möglich einer Vertretung der Ferienhausbesitzer\*innen und je nach Umsetzung Handel und Gewerbe gebildet.

Die Zusammenstellung eines realisierbaren Massnahmensets ist ebenfalls entscheidend. Die Herausforderung besteht darin, finanziell und zeitlich anspruchsvollere Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion zu identifizieren und gleichzeitig solche in die Planung aufzunehmen, die schnell Ergebnisse liefern. Dies ermöglicht eine schrittweise Umsetzung des Klimafonds, ohne das Engagement der Akteure zu überfordern.

Ebenfalls eine wichtige Rolle nimmt die Kommunikation ein. Sowohl gegenüber Gästen als auch den Leistungsträgern und der lokalen Bevölkerung. Deshalb ist es wichtig, von Beginn an eine transparente und stete Kommunikation sicherzustellen, welche über den aktuellen Stand des Klimafonds, geplante und umgesetzte Massnahmen, Fördergelderschüttung, sonstige Aktivitäten und die teilnehmenden Leistungsträger informiert.

Auch Gäste sollen via den verschiedenen zur Verfügung stehenden Medienkanälen über die positiven Veränderungen informiert werden, die der Klimafonds mit sich bringt, und wie sie aktiv daran teilnehmen können. Die Schaffung eines Gefässes zur regelmässigen Wissensvermittlung und zum Erfahrungsaustausch zwischen den Leistungsträgern kann zusätzlich helfen, den Klimafonds voranzutreiben. Allgemein ist eine klare und ansprechende Kommunikation über verschiedene Kanäle entscheidend, um die Unterstützung der Gäste und Leistungsträger zu gewinnen und das Projekt erfolgreich umzusetzen.

### Investition der Klimaschutzbeiträge («Cause We Care»-Fonds)

Wie vorab erwähnt, wird der «Cause We Care»-Fonds\* aufgeteilt und für den globalen sowie lokalen Klimaschutz eingesetzt. Ziel dabei ist es, die im Betrieb entstandenen Emissionen so weit wie möglich zu reduzieren beziehungsweise zu vermeiden. Für die nicht vermeidbaren Emissionen soll Verantwortung übernommen und in ein hochwertiges Klimaschutzprojekt investiert werden. Somit bleiben etwa zwei Drittel des Betrags für den lokalen Klimaschutz im jeweiligen Betrieb – oder wenn der Betrieb einem Klimafonds angehängt ist, kann ein Teil auch für lokale Massnahmen in der Destination verwendet werden. 25% werden einem zertifizierten Klimaschutzprojekt oder Klimaschutzprojektportfolio zugeteilt.

### Beispiele betrieblicher Massnahmen

Für mehr Klimaschutz im Schweizer Tourismus setzen die «Cause We Care»-Mitgliederbetriebe betriebliche Nachhaltigkeitsmassnahmen um. Betriebe können solche Massnahmen in verschiedenen Kategorien umsetzen wie beispielsweise Gebäude & Infrastruktur, erneuerbare Energie, Energieeffizienz, Lebensmittel & Foodwaste etc. Welche Massnahmen umgesetzt werden steht den Betrieben frei, solange die Massnahmen dem vorgegebenen Fondszweck entsprechen. Die umgesetzten Massnahmen werden jährlich von myclimate überprüft. Für grössere Investitionen wie beispielsweise eine PV-Anlage, kann der Fonds über ein Maximum von drei Jahren verwendet werden.

\* Ein Beispiel für den Fondszweck findet sich im Anhang.

# Beispiele für Klimaschutzprojekte

Klimaschutzprojekte fördern den Einsatz und die Nutzung erneuerbarer Energien, realisieren Energieeffizienzmassnahmen oder reduzieren den Methan-ausstoss. Die Projekte reduzieren nachweislich CO<sub>2</sub>e-Emissionen, indem klimabelastende, fossile Energiequellen durch erneuerbare ersetzt oder energieeffizientere Technologien gefördert werden.

Bevor die entsprechenden Reduktionsmengen in Form von Zertifikaten auf dem freiwilligen Markt verfügbar sind, werden die Klimaschutzprojekte von unabhängigen Qualitätsstandards (Gold Standard, Plan Vivo, VSC etc.) geprüft.

## Mit Energiespar- und Solarkochern zurück zur grünen Insel auf Madagaskar

Um CO<sub>2</sub> zu reduzieren und der rasanten Abholzung auf Madagaskar entgegenzuwirken, wird die Herstellung und Verbreitung effizienter

Kocher und klimafreundlicher Solarkocher unterstützt. Die

Sensibilisierung

von Schulklassen über Umweltschutz und klimafreundliches Kochen sowie die Aufforstung zweier Bäume pro verkauftem Kocher zeichnen dieses Projekt zusätzlich aus.



## 1. Internationale Klimaschutzprojekte

Klimaschutzprojekte im freiwilligen Markt dienen als ein Instrument um Klimagerechtigkeit zu fördern. Der Bezug von Zertifikaten durch Unternehmen oder Privatpersonen aus den Industrieländern (die für die meisten Emissionen verantwortlich sind) finanziert Klimaschutzprojekte in Ländern, die im Vergleich zum globalen Norden stärker von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen sind. Die Finanzierungslücke ist hier enorm, staatliche Hilfen reichen bei weitem nicht aus. Zusätzlich kann es Reisende aus Fernmärkten motivieren einen Klimabeitrag zu leisten, wenn dadurch Projekte in ihrer Herkunftsregion unterstützt werden. **Internationale Projekte reduzieren nicht nur Treibhausgasemissionen, sondern fördern durch die soziale, ökologische und wirtschaftliche Entwicklung in der Region auch die Umsetzung der SDGs.**

## Solarenergie für Bildung und Jobs in Tansania

Dieses Klimaschutzprogramm implementiert high-tech Solar Home Systems mit integriertem GSM-Modem, die für Haushalte

mit geringem Einkommen sowie kleine Unternehmen in Afrika eine saubere, erschwingliche Alternative zu fossilen Brennstoffen darstellen. Die Technologie reduziert wirksam CO<sub>2</sub>-Emissionen, auch dank eines innovativen Monitoring-Ansatzes.



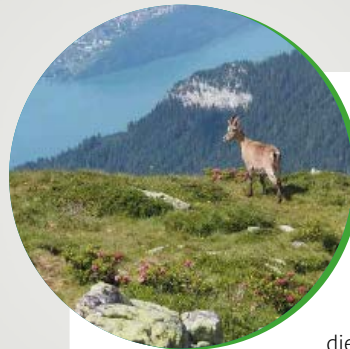
## 2. Nationale Klimaschutzprojekte

Die nationalen Klimaschutzprojekte decken die Bereiche erneuerbare Energien, Energieeffizienz, Natur, Mobilität und Landwirtschaft ab, und tragen zur nachhaltigen Entwicklung bei. Auch in der Schweiz wird grundsätzlich zwischen dem verpflichtenden und freiwilligen Markt unterschieden. Nachfolgend zwei Projektbeispiele für die freiwillige Unterstützung von Klimaschutzprojekten:



### Fruchtbare Böden als natürliche CO<sub>2</sub>-Senken in der Bodenseeregion

Dieses Pionier-Klimaschutzprogramm speichert Kohlenstoff in Ackerböden. Bodenerosion und Humusverlust sind weltweit, aber auch in der Schweiz und in den Nachbarländern, ein grosses Problem. Das Programm ermöglicht es Bio-Bauern, humusaufbauende Massnahmen umzusetzen. Es trägt so zu einer klimafreundlichen und ernährungssicheren Landwirtschaft bei.



### Naturwaldreservat Beatenberg-Habkern im Kanton Bern

Das Wald-Klimaschutzprojekt in der Region Beatenberg-Habkern in der Schweiz unterstützt die Umsetzung und Kontrolle eines Naturwaldreservates. Durch den vollständigen Verzicht auf die Nutzung des Holzes kann sich der Wald ungestört entfalten, der Atmosphäre mehr CO<sub>2</sub> entziehen sowie vielen Tier- und Pflanzenarten einen ruhigen, ungestörten Lebensraum bieten. Zudem helfen Wälder, Schadstoffe aus der Luft und im Boden zu filtern und tragen somit zu mehr sauberem Wasser bei.





*Mit regionalem Klimaschutz soll der Klimaschutz vor Ort gefördert werden.*

### 3. Regionaler Klimaschutz

Für einen Beitrag zum Klimaschutz mit Bezug zur Region kann die Umsetzung hochwertiger Klimaschutzprojekte in der Region unterstützt werden, die entweder den CO<sub>2</sub>-Ausstoss vermeiden oder aber CO<sub>2</sub> aus der Atmosphäre entziehen und als Kohlenstoff binden.

Unter Ersterem versteht man im Bereich dieser so genannten Nature-based Solutions (NbS) zum Beispiel die Verhinderung der Rodung bestehender Wälder oder die Wiedervernässung von Mooren – man spricht von „Avoidance“. Für Zweiteres gibt es im Bereich der natürlichen Klimalösungen Projekte, die Wälder aufforsten oder den Humusaufbau in Ackerböden unterstützen – man spricht von natürlichem Carbon Dioxid Removal („Removals“) oder zu Deutsch von Negative-emissionen. Ein Engagement in solchen Projekten trägt im Idealfall eine Destination zusammen mit Behörden und Leistungsträgern und Gästen gleichzeitig zum Schutz und Wiederaufbau heimischer Ökosysteme und zur Stärkung der Artenvielfalt bei.

Es handelt sich beim regionalen Engagement um einen freiwilligen Beitrag an den regionalen Klimaschutz. Die erzielte Klimaschutzwirkung (Menge an vermiedenem oder gebundenem CO<sub>2</sub>) sowie weitere Beiträge zu den Zielen nachhaltiger Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) werden quantifiziert und verifiziert.

Die ermöglichten Emissionsminderungen bzw. Kohlenstoffsenken verbleiben in der Treibhausgasbilanz des Landes, in dem das Klimaschutzprojekt stattfindet.

Mit regionalem Klimaschutz soll der Klimaschutz vor Ort gefördert werden. Es geht hier um Projekte, die finanziell bisher nicht oder nicht auf stabiler Basis umgesetzt werden konnten, für deren Umsetzung es keine gesetzliche Verpflichtung gibt oder auch Ansätze, die neue oder innovative Elemente erhalten.

Für eine Destination können solche Projekte teilweise auch einen touristischen Mehrwert beinhalten, indem sie beispielsweise mit einem Lehr- oder Wanderpfad ergänzt werden.



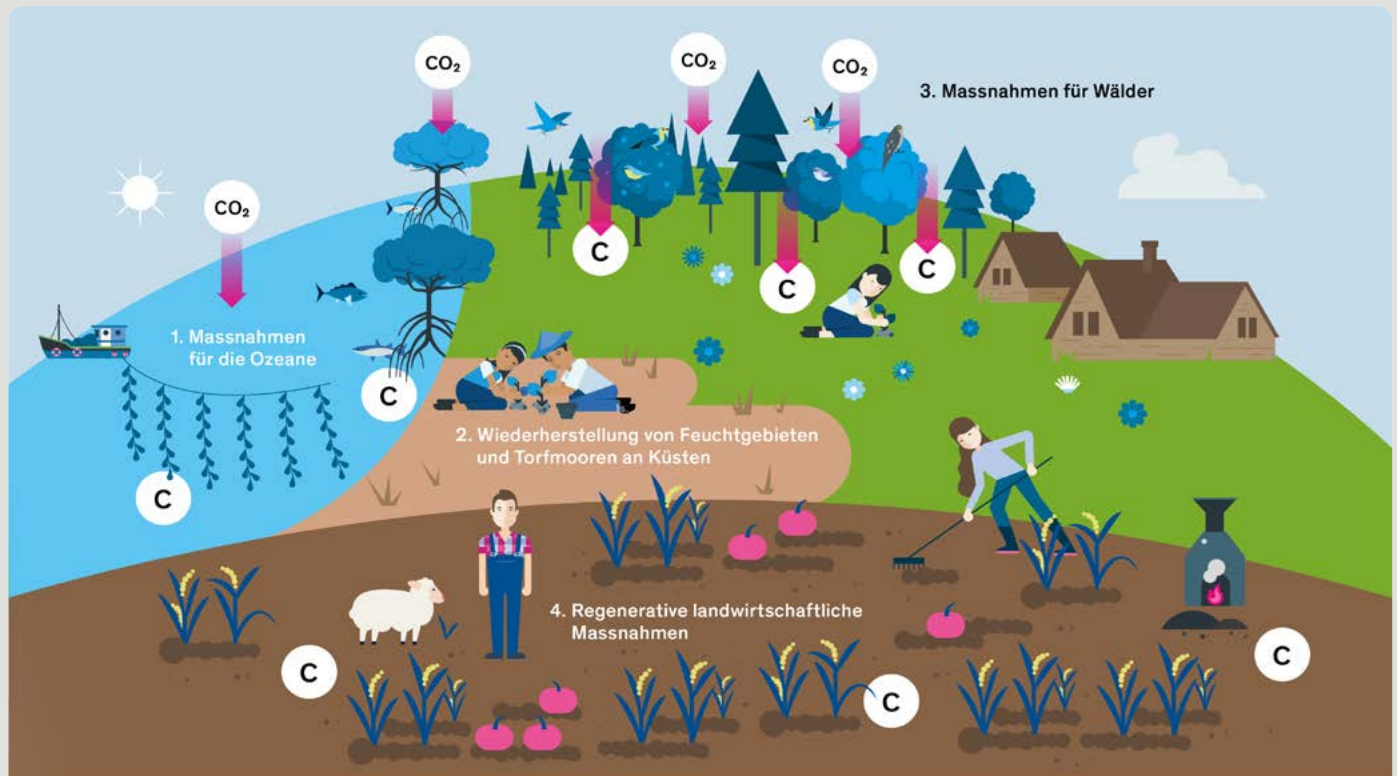
#### Förderprogramm Agroforst in der Schweiz, in Deutschland, Österreich und Liechtenstein



Dieses regionale Klimaschutzprogramm für Agroforst bietet Fördergelder für die Pflanzung und Pflege von Bäumen auf landwirtschaftlichen Flächen in der Schweiz, in Deutschland, Österreich und Liechtenstein. Die Agroforstsysteme entnehmen der Atmosphäre CO<sub>2</sub> und wirken so als CO<sub>2</sub>-Senken. Zudem bietet Agroforst wertvolle Lebensräume für diverse Tierarten.



Übersicht naturbasierte Lösungen



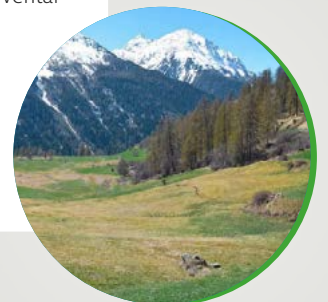
1. Wiederherstellung von Seegraswiesen, Riffen
2. Wiederherstellung von Mangroven, Torfmooren
3. Aufforstung, natürliche Regeneration, nachhaltige Forstwirtschaft, geerntete Holzprodukte, Bauen mit Biomasse
4. Verbesserte Bodenbewirtschaftung, Agroforstwirtschaft, verbesserte Grünlandbewirtschaftung, Pflanzenkohle

Quelle: myclimate

**Flachmoor-Renaturierung in Bos-cha im Kanton Graubünden, Schweiz**



Das Flachmoor bei Bos-cha im Unterengadin befindet sich im regionalen Flachmoorinventar und ist somit unter Schutz gestellt. Wie die meisten Moore wurde es jedoch vor dem rechtlichen Schutz einst mittels Drainagegräben trockengelegt. Dank diesem naturbasierten Klimaschutzprojekt werden für eine Wiedervernässung fehlende Geldmittel zur Verfügung gestellt. Von der Renaturierung profitiert nicht nur das Klima, sondern auch die Biodiversität, der Wasserhaushalt, der Tourismus und die lokale Baubranche.



# Klima- und Nachhaltigkeitskommunikation



Foto: Tourismus Davos Klosters / Andrea Badrutt

Klima- und Nachhaltigkeits-Kommunikation zu den Gästen ist eine grosse Herausforderung für das Tourismusmarketing: Wir wollen den Gästen mitteilen, welche Anstrengungen die Destination im Klimaschutz schon unternimmt und gleichzeitig klimafreundliche Verhaltensweisen, z. B. bei der Anreise, anregen.

Die Gäste wollen aber weder belehrt noch bevormundet werden, sie wollen durch ihr Urlaubsverhalten nicht die Welt retten, haben aber durchaus Interesse am Klimaengagement in ihrer Urlaubsregion. Man kann die Gäste durch richtige Kommunikation gut als Verbündete in den Anstrengungen gegen den Klimawandel gewinnen. Viele Untersuchungen zeigen zudem, dass nachhaltigkeitsbewusste Reisende auch bereit sind, mehr Geld für klimafreundliche Produkte auszugeben.

Wissenschaftler wie Xavier Font, die sich mit Nachhaltigkeitskommunikation beschäftigen, sprechen davon, dass es eine etwa 10:30:60-Aufteilung zwischen drei Typen an Tourist\*innen gibt:

- Die kleinste Gruppe sorgt sich um den Planeten und die Gesellschaft. Diese Gäste recherchieren vorab zu Nachhaltigkeit in der Destination, und sind in hohem Masse bereit für entsprechende Produkte mehr zu zahlen.
- Die Gruppe der „Nachhaltigkeits-Unbeteiligten“ möchte im Urlaub nur vom harten Alltag entspannen. Sie erwarten, dass grundlegende – auch ökologische – Bedürfnisse erfüllt werden, wollen sich aber nicht weiter mit Nachhaltigkeitsfragen auseinandersetzen.
- Die Gruppe der „Was habe ich davon“-Verbraucher macht die Mehrheit der Verbraucher aus. Sie sind sich der Problematik bereits bewusst, brauchen aber noch einen Anstoss, um aktiv zu werden. Sie reagieren daher gut auf Botschaften, die ihnen zeigen, dass sie ganz einfach „ihren Teil beitragen“ können – oder wo sie ein besseres Produkt oder eine bessere Dienstleistung erhalten, die zufällig nachhaltig ist.

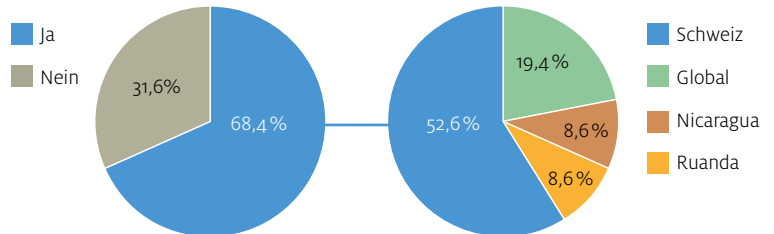
Die wichtigste Erkenntnis aus diesen Forschungsergebnissen ist:

***Klima- und Nachhaltigkeits-Kommunikation muss den Benefit für den Gast aus umwelt- und klimafreundlichem Verhalten in den Mittelpunkt stellen.***



In einer Befragung von Gästen einer Schweizer Skidestination zeigte eine grosse Mehrheit (ca. 70%) eine generelle Bereitschaft, Klimaschutzprojekte finanziell zu unterstützen, um Emissionen auszugleichen, die im Zusammenhang mit ihren Ferien entstanden sind. Diese Bereitschaft konnte sogar noch weiter gesteigert werden, indem die Projekte und ihre Wirkungsweise verständlich erklärte wurden. Dann waren sogar beinahe 90% bereit einen Beitrag zu leisten. Mehr als die Hälfte davon würde, bei einer Auswahl zwischen vier Projekten mit unterschiedlichen Standorten, ein Projekt in der Nähe der Feriendestination bevorzugen.

### Bereitschaft zur Unterstützung von Klimaschutzprojekten Schweizer Gäste



## Einige weitere Kommunikationstipps, wenn Verhaltensänderungen angestossen und finanzielle Beiträge zu Klimaschutzprojekten angefragt werden

### Passende Zielgruppenansprache

- Ältere Menschen neigen im Vergleich zu jüngeren Gästen dazu, weniger offen für Klimaschutzprojekte zu sein. Gleichzeitig ist es dieser Gruppe auch wichtig – falls sie kompensieren – dies in ihrer Urlaubsregion tun zu können.
- Wenn die Möglichkeit, einen finanziellen Beitrag zu Klimaschutzprojekten zu leisten, direkt in den Buchungsprozess des touristischen Produkts integriert wird, fördert dies oft die Bereitschaft der Gäste. Da dies nicht bei allen der Fall ist, ist es sinnvoll, auch während des Urlaubs nochmals auf diese Möglichkeit hinzuweisen.

### Transparente Kommunikation

- Destinationen sollten ihre eigenen Nachhaltigkeitsbemühungen offen kommunizieren. Dabei sollten Informationen über spezifische Initiativen sowie deren Fortschritt ehrlich kommuniziert werden.

### Einbeziehung der Gäste

- Die Finanzierung von Klimaschutzprojekten sollte immer nur als eine der möglichen Aktivitäten präsentiert werden. Die Vorstellung konkreter Handlungsempfehlungen (bspw. Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln, nachhaltige Verpflegung, energiesparendes Verhalten im Hotel etc.) stärkt die Bindung der Gäste zur Nachhaltigkeitsagenda der Destination

und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sie sich ebenfalls nachhaltig verhalten.

### Einfacher Zugang

- Die Präsentation der Informationen sollte auf eine ansprechende, leicht verständliche Weise erfolgen, die den Gast nicht überfordert. Bei der Umsetzung ist es hilfreich, die Möglichkeit der finanziellen Unterstützung von Klimaschutzprojekten direkt in den Buchungsprozess einzubinden, um die Zugänglichkeit zu erhöhen.

### Erklärung der Klimaschutzprojekte

- Gäste haben eine höhere Bereitschaft, Klimaschutzprojekte zu unterstützen, wenn diese ausführlich erklärt werden. Das Konzept der Klimaschutzfinanzierung sollte daher einfach und überzeugend erklärt werden.
- Die allgemeine Kommunikation und insbesondere die Formulierung von Projektbeschreibungen sollte sowohl klimarelevante, als auch soziale und eigennützige Aspekte hervorheben, um alle Kund\*innen gleichermaßen anzusprechen.
- **Insbesondere in Entwicklungsländern erzeugen Klimaschutzprojekte oftmals nicht nur einen positiven Effekt für das Klima, sondern bringen auch soziale Vorteile, indem sie das Leben der lokalen Bevölkerung vereinfachen und Jobs schaffen. Wenn den Gästen die finanzielle Beteiligung an einem Klima-**

**schutzprojekt in Entwicklungsländern zur Auswahl gegeben wird, sollte zusätzlich noch der Vorteil des Preis-Leistungs-Verhältnisses hervorgehoben werden. Für den gleichen geleisteten Beitrag kann in Entwicklungsländern mehr CO<sub>2</sub> kompensiert werden als im westlichen Raum. Diese Vorteile sollten in der Projektbeschreibung zwingend hervorgehoben werden.**

- Der Schwerpunkt der Projektauswahl sollte auf nature-based solutions liegen. Falls im Rahmen dessen Forstprojekte angeboten werden, muss darauf geachtet werden, dass diese strenge Kriterien bezüglich Glaubwürdigkeit und Mehrwert für das Klima erfüllen.
- Generell sollten zertifizierte Projekte angeboten werden, um die Vertrauenswürdigkeit zu erhöhen. Die Projektbeschreibung sollte eine kurze Beschreibung der Zertifizierung oder zumindest einen Link enthalten, um einen schnellen und einfachen Zugang zu den Informationen zu ermöglichen.

### Wahlmöglichkeit

- Dem Gast sollten verschiedene zertifizierte Klimaschutzprojekte in unterschiedlichen Regionen vorgestellt und zur Auswahl angeboten werden, anstatt nach der allgemeinen Bereitschaft fragen.
- Viele Gäste wollen die Möglichkeit haben, ihre Beiträge auf verschiedene Projekte aufzuteilen. Dadurch kann eine insgesamt höhere Bereitschaft zur finanziellen Beteiligung erreicht werden.

# Destinations-Klimafussabdruck – Datenerhebungen

## Generelle Informationen

Diese Zusammenstellung enthält vor allem inhaltliche Hilfestellung für die typische Unternehmens-CO<sub>2</sub>-Bilanz mit myclimate smart 3. Je nach touristischem Leistungsträger (Hotel, Bergbahn, Freizeiteinrichtung etc.) können einzelne Indikatoren wegfallen oder auch dazukommen. Im Wesentlichen sind es aber die hier aufgeführten Indikatoren, welche für eine CO<sub>2</sub>-Bilanz zu erheben sind.

## Datensammlung

- Bitte geben Sie die Verbräuche und Aktivitätsdaten über 12 Monate an.
- Füllen Sie die für Ihr Unternehmen zutreffenden Felder aus.

### Profil

In diesem Bereich werden wichtige Informationen zum Standort erfasst. Diese werden vor allem für die Plausibilisierung der eingegebenen Daten und zur Bildung von Kennzahlen benötigt. *(Datenquellen: HR, Facility Management, Geschäftsbericht)*

Arbeitstage	d	Anzahl Arbeitstage im Erfassungsjahr = 365 Tage – Wochenendtage – Ferientage – freie Tage (z. B. Feiertage) Krankheitstage müssen nicht berücksichtigt werden.
Mitarbeitende	Anz.	Jahresdurchschnitt der Anzahl Mitarbeitenden in Vollzeit-äquivalente (FTE) im Erfassungsjahr. Beispiel: Mitarbeiter A = 3 Monate à 60 % Pensum = 0,15 FTE (= * 60 %) Mitarbeiter B = 12 Monate à 80 % Pensum = 0,8 FTE (= * 80 %) Mitarbeiter A + B = 0,95 FTE Näherungsweise können auch die Vollzeitäquivalente zu einem Stichtag (z. B. per 31.12.) angegeben werden. Bitte spezifizieren Sie das entsprechend im Kommentarfeld.
Energiebezugsfläche	m <sup>2</sup>	Summe der beheizten bzw. klimatisierten Flächen des erfassten Standorts. Nicht temperierte Flächen wie Lager bitte nicht miteinrechnen.
Umsatz	CHF	Umsatz im Erfassungsjahr (optionale Angabe)
Kompensierte Emissionen	CO <sub>2</sub> e	Bereits kompensierte Emissionen werden gemäss GHG-Protocol in die Bilanz eingerechnet. Diese können hier erfasst werden, damit sie separat ausgewiesen werden können. Die Verbrauchs- / Aktivitätsdaten müssen jedoch zusätzlich im Tool erfasst werden.

### Energie

*(Datenquellen: Facility Management, Strom- und Wärmeabrechnungen, Betriebskostenabrechnung, Vermieter, Energiedienstleistungsunternehmen)*

Strom, erneuerbar	kWh	Verbrauch: Summe der bezogenen Strommenge aus den Stromabrechnungen (Hoch- und Niedertarif). Quellen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stromverbrauch des erfassten Standorts</li> <li>• Wärmepumpe</li> <li>• Interne Elektrotankstellen</li> <li>• Eigene PV-Anlagen (nur Eigengebrauch)</li> </ul> Strommix: Bitte den Anbieter und das bezogene Stromprodukt im Kommentarfeld dokumentieren. Als erneuerbar gilt nur Strom aus zertifizierten erneuerbaren Energien.
Strom, konventionell	kWh	

Energie		
Heizöl	l	<p>Verbrauch:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prio 1: Effektiven Verbrauch angeben unter Berücksichtigung der Füllstände der Heizöltanks am Anfang und Ende des Jahres sowie der zugekauften Menge unter dem Jahr.</li> <li>• Prio 2: Nur den Zukauf angeben.</li> </ul> <p>Bitte gewählte Methode im Kommentarfeld dokumentieren.</p> <p>Umrechnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 l Heizöl <math>\approx</math> 10 kWh</li> <li>• 1 MJ <math>\approx</math> 0,2778 kWh</li> </ul> <p>Bitte die Rohdaten im Kommentarfeld dokumentieren, falls eine Umrechnung vorgenommen wurde.</p>
Erdgas	kWh	<p>Verbrauch:</p> <p>Gesamte verbrauchte Menge an Gas aus der Abrechnung des Energielieferanten.</p> <p>Umrechnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 m<sup>3</sup> <math>\approx</math> 10,089 kWh (Erdgas)</li> <li>• 1 m<sup>3</sup> <math>\approx</math> 6,717 kWh (Biogas)</li> <li>• 1 MJ <math>\approx</math> 0,2778 kWh</li> </ul> <p>Bitte die Rohdaten im Kommentarfeld dokumentieren, falls eine Umrechnung vorgenommen wurde.</p>
Biogas	kWh	<p>Produkt:</p> <p>Falls ein gewisser Anteil Biogas beigemischt wird, rechnen Sie diesen entsprechend heraus und fügen Sie die Biogasmenge bei „Biogas“ ein.</p>
Holzenergie	kWh	<p>Produkt:</p> <p>Es wird nicht zwischen Stückholz, Holzschnitzel und Pellets unterschieden.</p> <p>Umrechnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pellets <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 kg <math>\approx</math> 4,8 kWh</li> <li>• 1 m<sup>3</sup> <math>\approx</math> 3000 kWh</li> </ul> </li> <li>• Holzschnitzel <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 kg <math>\approx</math> 2 kWh</li> <li>• 1 m<sup>3</sup> <math>\approx</math> 800 kWh</li> <li>• 1 MJ <math>\approx</math> 0,2778 kWh</li> </ul> </li> <li>• Stückholz <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 kg <math>\approx</math> 4,2 kWh</li> <li>• 1 m<sup>3</sup> <math>\approx</math> 1600 kWh</li> </ul> </li> </ul> <p>Bitte die Rohdaten im Kommentarfeld dokumentieren, falls eine Umrechnung vorgenommen wurde.</p>
Solarthermie	kWh	Hergestellte Energie aus Solaranlagen
Fernwärme	kWh	<p>Verbrauch:</p> <p>Bezogene Energiemenge an Fernwärme</p> <p>Produkt:</p> <p>Dokumentieren Sie im Kommentarfeld den Fernwärmelieferanten und – falls bekannt – die Bezeichnung des Fernwärmeprodukts sowie die Zusammensetzung.</p> <p>Beispiel:</p> <p>ERZ / Entsorgung und Recycling Zürich, Zürich Wärme: 64 % Kehrrechtverbrennung, 12 % Holz, 16 % Erdgas, 3,5 % Abwärme Limmat, 4,5 % Heizöl</p> <p>Umrechnung: 1 MJ <math>\approx</math> 0,2778 kWh</p>
Fernkälte	kWh	<p>Verbrauch:</p> <p>Bezogene Energiemenge an Fernwärme</p> <p>Hinweis:</p> <p>Fernkälte wird wie Fernwärme nicht am eigenen Standort produziert und über ein gut isoliertes Rohrleitungsnetz den Kunden zur Verfügung gestellt.</p>
Kältemittel (über Kühlleistung)	kW	<p>Eingesetzte Kältemittel im Dropdown auswählen und die jeweilige Leistung der Kühlleistung der Kühlaggregate eingeben.</p> <p>Kontaktieren Sie Ihre Ansprechperson bei myclimate, falls die nachgefüllten Mengen der Kältemittel (z. B. in l) bekannt sind. Es besteht die Möglichkeit ein weiteres Modul („Kältemittel über Nachfüllmengen“) freizuschalten.</p> <p>Hinweis: In der Schweiz sind Klimaanlage in Gebäuden aufgrund der schwierigen Bewilligung eher unüblich, wobei die Kantone die Thematik unterschiedlich regeln.</p>

### Mobilität der Gäste

Bitte tragen Sie die Fahrdistanzen Ihrer Gäste für die An- und Abreise aufgeteilt in unterschiedliche Verkehrsmittel in die Tabelle ein.

- Öffentliche Verkehrsmittel: Zug, Bus
- Personenwagen: Benzin, Diesel, Elektro
- Flugzeug

Bitte tragen Sie die Fahrdistanzen Ihrer Gäste für die Fahrten während des Aufenthalts aufgeteilt in unterschiedliche Verkehrsmittel in die Tabelle ein.

- Öffentliche Verkehrsmittel: Zug, Bus
- Personenwagen: Benzin, Diesel, Elektro
- E-Bike

Die Fahrdistanzen werden über folgende Möglichkeiten erhoben bzw. hochgerechnet:

- Erhebungen über Meldezettel
- Befragungen
- Auswertungen von Mobilfunkdaten
- ...

### Pendelverkehr

Bitte tragen Sie die Pendeldistanzen (d. h. den Arbeitsweg) Ihrer Mitarbeitenden aufgeteilt in öffentliche Verkehrsmittel und Personenwagen (nach Treibstofftyp) in die Tabelle ein. Zu beachten: Pendelaktivitäten mit firmeneigenen Fahrzeugen werden unter „Treibstoffverbräuche eigene Fahrzeuge“ im Bereich „Transport“ erfasst und sollten hier nicht berücksichtigt werden, da diese Emissionen in der Emissionsbuchhaltung anders gehandhabt werden.

Für die Bilanzierung der Emissionen aus dem Pendelverkehr bestehen verschiedene Ansätze:

- Direkte Befragung der Mitarbeitenden zum Arbeitsweg und Hochrechnung. Als zusätzliche Hilfestellung kann in der Überschrift „Pendelverkehr“ das Erfassungsexcel heruntergeladen werden.
- Direkte Befragung der Mitarbeitenden anhand der Online-Umfrage zum Mobilitätsverhalten von myclimate.
- Modellierung der Arbeitswege aus einer anonymisierten Liste der Wohnorte der Mitarbeitenden mittels Google Maps.
- Hinterlegen von Erfahrungswerten aus der Mikrozensus-Befragung zum Mobilitätsverhalten der Schweizer Bevölkerung vom Bundesamt für Statistik.

myclimate unterstützt Sie gerne bei der Erfassung des Pendelverkehrs, kontaktieren Sie Ihre Ansprechperson für weitere Informationen.

### Geschäftsverkehr

Bitte erfassen Sie hier die Mobilitätsdaten Ihrer Mitarbeitenden für geschäftliche Zwecke (exkl. Arbeitsweg, siehe Pendelverkehr).

Die Distanzen werden nach Verkehrsmittel erfasst:

- Öffentliche Verkehrsmittel
- Personenwagen: sämtliche Distanzen für Geschäftszwecke mit externen Fahrzeugen (Mietfahrzeuge, Taxis, Privatfahrzeuge)
- Flugzeug
- Übernachtungen für geschäftliche Zwecke (nach Hotelkategorie)

Für die Erfassung der Emissionen aus Flügen bestehen unterschiedliche Möglichkeiten:

- Aufteilung der Flüge nach Kurz-, Mittel- und Langstrecken
- Direkte Erfassung der CO<sub>2</sub>-Emissionen aus den Flugreisen, wenn die Emissionen extern bilanziert wurden, z. B. mit Hilfe des myclimate-Flugrechners.
- Wenn die Emissionen von einer externen Reiseagentur ausgewertet werden, kann das Ergebnis ebenfalls eingegeben werden. Bitte dokumentieren Sie die Kalkulationsbasis, das Ergebnis und die Berechnungsgrundlage wird anschliessend durch myclimate geprüft (vgl. Berechnungsgrundlagen myclimate Flugrechner).
- Alternativ können Sie myclimate direkt eine Liste der Flugreisen aufgeteilt in einzelne Flugstrecken schicken, wobei die IATA-Codes des Abflug- und Zielflughafens sowie die Klasse (Economy / Business / First) enthalten sein muss, z. B. mit Hilfe des Excel Dokuments. Die Emissionen der Flüge werden (kostenlos) durch myclimate anhand des myclimate-Flugrechners ausgewertet und in myclimate smart 3 eingegeben. Kontaktieren Sie Ihre Ansprechperson bei myclimate für weitere Informationen zu dieser Option.

### Treibstoffverbräuche eigene Fahrzeuge

Bitte geben Sie die Treibstoffverbräuche der geschäftseigenen Fahrzeuge ein, welche im Besitz oder unter Kontrolle (inkl. Leasing) des Unternehmens sind. (Datenquelle Treibstoffverbräuche: Abrechnungen Tankstellenkärtchen, Spesenabrechnungen.)

Benzin	l	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PKW Kleinwagen: 0,07 l / km</li> <li>• PKW Mittelklasse: 0,08 l / km</li> <li>• SUV / Van / Luxus: 0,10 l / km</li> </ul>
Diesel	l	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PKW Kleinwagen: 0,05 l / km</li> <li>• PKW Mittelklasse: 0,07 l / km</li> </ul>
Biodiesel	l	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SUV / Van / Luxus: 0,08 l / km</li> </ul>
Erdgas	kg	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PKW Kleinwagen: 0,05 kg / km</li> <li>• PKW Mittelklasse: 0,06 kg / km</li> </ul>
Biogas	kg	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SUV / Van / Luxus: 0,07 kg / km</li> <li>• Weitere Hilfestellung bietet der Spritmonitor unter: <a href="http://www.spritmonitor.de">www.spritmonitor.de</a></li> </ul>
Elektroauto	km	Bitte geben Sie im Kommentarfeld an, wie oft die Elektroautos an firmeneigenen Ladestationen aufgeladen werden.
Hybrid, non Plug-In	l	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PKW Kleinwagen: 0,04 l / km</li> <li>• PKW Mittelklasse: 0,05 l / km</li> <li>• SUV / Van / Luxus: 0,06 l / km</li> </ul>

### Auslieferung

Erfassen Sie hier die Auslieferung von Briefen, Paketen etc. durch Drittunternehmen wie die Schweizerische Post. Die Versandunternehmen können z.T. direkt Auskunft zum Versandgewicht des Geschäftsjahrs geben.

### Verpflegung

Bitte geben Sie nur die am Standort zur Verfügung gestellte Menge an Verpflegung ein. Konsumation in Restaurants etc. muss nicht berücksichtigt werden. (Datenquelle: Lieferantenrechnungen)

Mineralwasser & Softdrinks	l	Summieren Sie Getränke wie Mineralwasser, Coca Cola, Eistee etc.
Kaffee, Bohnen	t	Umrechnung: 1 Tasse $\approx$ 7 g Kaffeebohnen
Kaffee, Kapseln	Stk.	Erfassen Sie die Anzahl verbrauchter Kaffeekapseln im Geschäftsjahr. Dokumentieren Sie im Kommentarfeld, falls Sie an einem Kapsel-Rücknahmeprogramm teilnehmen. Generell wird davon ausgegangen, dass die Kapseln nicht recycelt werden.
Tee	t	Umrechnung: 1 Tasse / 1 Teebeutel $\approx$ 2 g Tee
Milch	l	Geben Sie den Milchkonsum im Geschäftsjahr ein.
Mahlzeiten, nicht vegetarisch	Stk.	Machen Sie hier nur dann Angaben, falls eine firmeneigene Kantine vorhanden ist. Die Verpflegung in externen Restaurants etc. muss nicht berücksichtigt werden.
Mahlzeiten, vegetarisch	Stk.	
Snacks (Zwischenmahlzeiten)	Stk.	

## Material und Abfall

(Datenquellen: Facility Management, Betriebskostenabrechnung / Vermieter, Entsorgungsunternehmen, Abwasserabrechnung)

Frischfaserpapier	t	Bitte erfassen Sie die verbrauchte Menge an Papier im Geschäftsjahr, aufgeteilt in Frischfaser- und Recyclingpapier. Handelsübliches Papier hat eine Grammatik von 80 g / m <sup>2</sup> und somit ein spezifisches Gewicht von 5 g / Blatt.
Recyclingpapier	t	
Toner (Kartuschen)	Stk.	Als Schätzungshilfe für den Verbrauch von Toner kann die Umrechnung 1 Kartusche / 5000 Blatt hinzugezogen werden.
Leitungswasser	m <sup>3</sup>	Abschätzung, falls keine Daten verfügbar sind: 27,5 l / Person / Tag
Drucksachen, auf Frischfaserpapier	t	Erfassen Sie die Mengen extern (d. h. bei einer Druckerei) in Auftrag gegebener Drucksachen, ebenfalls eingeteilt in Frischfaser und Recycling.
Drucksachen, auf Recyclingpapier	t	
Drucksachen, klimaneutral	t	
Desktop Computer	Stk.	Geben Sie die im Geschäftsjahr neu eingekauften elektronischen Geräte ein (nicht den Bestand).
Bildschirme	Stk.	
Laptops	Stk.	
Tablets & Smartphones	Stk.	
Drucker	Stk.	
Server	Stk.	
Betriebsabfälle / Kehricht in KVA	t	Umrechnung Restmüll: • 1 m <sup>3</sup> $\approx$ 1000 l $\approx$ 100 kg <i>Beispiel Abschätzung über Betriebscontainer:</i> • Containervolumen = 1100 l • Entleerung alle zwei Wochen ⇒ Entsorgte Menge pro Jahr: $1,1 \text{ m}^3 \times (52 \text{ Wochen} / 2) \times 100 \text{ kg} / \text{m}^3 = 2,86 \text{ t}$  Geben Sie bei Umrechnungen die ursprünglichen Werte im Kommentarfeld ein.
Elektronikschrott (Recycling)	t	Geben Sie die Menge an Elektronikschrott im Geschäftsjahr ein.
Recyclingabfälle	t	Allgemeine Recyclingabfälle, wie Papier, Karton, PET, Glas etc.



## «Cause We Care»-Fondszweck \*

Als Teil von «Cause We Care» (CWC) besitzt jedes Partnerunternehmen einen betriebseigenen Fonds, in welchem die durch den «Cause We Care»-Mechanismus generierten Kundengelder eingelegt werden. Über denselben Fonds wird auch die betriebseigene Verdoppelung abgewickelt.

Der vorliegende Fondszweck definiert, welche Massnahmen mit Geldern aus dem Fonds finanziert werden können (beziehungsweise welche diesem angerechnet werden können) und welche weiteren Anforderungen an die Verwaltung des Fonds gestellt werden.

### A Zweckbestimmung

- 1 **Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit:** Ziel von CWC und des CWC-Mechanismus ist die Förderung von Massnahmen, welche zu einer Reduktion von Treibhausgasemissionen führen und helfen, den Klimawandel zu begrenzen. Dem Fonds zugeteilte Gelder sind in diesem Sinne einzusetzen. Im weiteren Sinne können Massnahmen finanziert werden, welche einen Beitrag zur ökologischen Nachhaltigkeit leisten.
- 2 **Reduktion von Treibhausgasen durch Klimaschutzfinanzierung:** Durch den ausgewiesenen CWC-Beitrag wird die Übernahme der Verantwortung für die emittierten CO<sub>2</sub>-Emissionen des verbundenen Angebots garantiert. Die Klimaschutzfinanzierung geschieht durch eine entsprechende Spende an die Stiftung myclimate und erfolgt in zertifizierten und unabhängig geprüften Klimaschutzprojekten der Stiftung. Für die Spenden gelten die Selbstverpflichtungen und Bestimmungen gemäss AGB von myclimate ([www.myclimate.org/agb](http://www.myclimate.org/agb)).
- 3 **Betriebliche Massnahmen:** Die nach Abzug der Klimaschutzfinanzierung verbleibenden Mittel stehen dem Betrieb für eigene Massnahmen zur Verfügung. Diese sind primär für die Verbesserung der eigenen betrieblichen Treibhausgasemissionen und ökologischen Nachhaltigkeit vorgesehen. Es steht dem Betrieb aber frei, Mittel im Einklang mit dem vorliegenden Fondszweck auch ausserhalb des Betriebs einzusetzen bzw. für Projekte zu spenden.

### B Betriebliche Massnahmen

Als betriebliche Massnahmen grundsätzlich anrechenbar sind:

- 4 **Alle Massnahmen im Einklang mit dem vorliegenden Fondszweck**, insb. deren Planung, Realisierung sowie die nachgelagerten, laufenden Betriebskosten. Angerechnet wird dabei die **ökologische Mehrleistung**, d.h. der Umfang, welcher über die Kosten einer Standardlösung hinausgeht (Referenz-Szenario). Als Referenzszenario gilt die in der Anschaffung günstigste Variante mit vergleichbarem Leistungsumfang. Beispielhaft ist beim Wechsel von Graustrom auf Ökostrom dem Fonds nur die Preisdifferenz anzurechnen, nicht aber die bisherigen Stromkosten. Massnahmen mit ausschliesslich ökologischem Mehrwert werden dem Fonds zu 100% angerechnet (z.B. Mitarbeitersensibilisierung, Bereitstellung von E-Bikes für Gäste, Installation PV-Anlage etc.).

myclimate «Cause We Care»



- 5 **Beratungs-, Sensibilisierungs- und Bildungsmaßnahmen:** Auch Massnahmen, welche nicht direkt quantifiziert werden können und ihre Wirkung indirekt entfalten
- 6 **Deziierte Nachhaltigkeitsstelle im Betrieb** auf Grundlage der effektiven Arbeitskosten
- 7 **CWC-Implementierungsgebühr** als initiale Nachhaltigkeitsmassnahme
- 8 **Erst- und Re-Zertifizierungen von Nachhaltigkeitslabels** (z.B. ibex fairstay, TourCert)

**Grundsätzlich nicht anrechenbar sind:**

- 9 **Fossile Ersatzlösungen:** Hierzu zählen Effizienzmassnahmen basierend auf einem Wechsel von einer fossilen Technologie auf eine andere (z.B. Wechsel Öl- auf Gasheizungen, Anschaffung erdgasbetriebener Fahrzeuge als Ersatz für Benziner).
- 10 **Massnahmen im Sinne des Fondszwecks mit anderweitig negativen Umweltauswirkungen:** Z.B. Wechsel von Graustrom auf per se an sich klimafreundlichen Atomstrom.
- 11 **CWC-Mitgliedsgebühr:** Die jährliche anfallende CWC-Mitgliedsgebühr, welche im Rahmen dieses Fondszwecks als Marketingaufwand betrachtet wird.
- 12 **Marketing & Kommunikation:** Generelle Aufwände für Marketing und Kommunikation, hierbei ausgenommen ist die inhaltliche Nachhaltigkeitskommunikation im Sinne der Transparenz/Rechenschaftspflicht (z.B. Nachhaltigkeitsbericht).

**Spezielle Regeln gelten für:**

- 13 **Regelmässige Mitgliederbeiträge an Nachhaltigkeitsprogramme** und -organisationen im Sinne der Zweckbindung (z.B. ibex fairstay, TourCert). Aufgrund der ebenfalls enthaltenen Kommunikations- und Marketingleistungen können diese zu 50% angerechnet werden.
- 14 **CWC-Aktivierungsmassnahmen:** Konkrete Aktivierungsmassnahmen für Gäste/Kunden bezüglich der Beteiligung am CWC (z.B. Eisbär-Steller, Aktionstage etc.) können zu 50% angerechnet werden.
- 15 **Verbindung mit Förderprogramme / Doppelzählungen:** Massnahmen, welche bereits von staatlichen Förderprogrammen profitieren (z.B. Gebäudeprogramm, BAFU-Kompensationsprojekte im Inland) oder deren ökologischer Mehrwert veräussert wurde (z.B. Verkauf Ökostrom HKN) erfordern eine besondere Prüfung. Unter Umständen ist eine Anrechnung nicht möglich oder bedarf einer angepassten Kommunikation (s.u.). Nach Möglichkeit sind andere Projekte zu bevorzugen.

---

\* Der Fondszweck wird im April 2024 aktualisiert werden.

# Literatur und Quellen

## Destinationsinitiativen

Aspen Skiing Company, eine der führenden Destinationen im Nachhaltigkeitsmanagement bei Skigebieten; [www.aspensnowmass.com/discover/sustainability/sustainability-reports](http://www.aspensnowmass.com/discover/sustainability/sustainability-reports)

Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele, ein Verbund nachhaltigkeitsengagierter Tourismusdestinationen in Deutschland mit einem umfassenden online Wissensportal; [www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de](http://www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de)

Mountain Towns 2030 (MT2030), ein Nordamerikanisches Netzwerk von Ski- und Bergorten, das sich dem Ziel der Klimaneutralität bis 2030 verschreibt; [www.mt2030.org/mt2030-net-zero-pact](http://www.mt2030.org/mt2030-net-zero-pact)

The Mountain Collaborative for Climate Action der vier Gruppen Alterra Mountain Company, Boyne Resorts, POWDR Corp, and Vail Resorts, die gemeinsam mehr als 75 Skigebiete betreiben und bei Nachhaltigkeitsinitiativen zusammenarbeiten wollen; [www.mountaincollab.com](http://www.mountaincollab.com)

## Websites, Kampagnen und Klimarechner

Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism der Welttourismusorganisation und dem One-Planet Netzwerk der Vereinten Nationen; [www.unwto.org/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism](http://www.unwto.org/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism)

Hotel Carbon Measurement Initiative, globaler Standard für Klimabilanzierungen im Beherbergungssektor; <https://sustainablehospitalityalliance.org>

Klimalink, ein Verbund von verschiedenen deutschen Tourismusinstitutionen zur Ausweisung von Treibhausgasemissionen für Reisen; [www.futouris.org/projekte/klimabewusst-reisen](http://www.futouris.org/projekte/klimabewusst-reisen)

## Literatur

Gasser, F., Gotsch, M. (2023). Nachhaltigkeitskommunikation im Skitourismus. Auswirkung von verschiedenen Kommunikationsstilen auf die Kundenwahrnehmung und ihr Nachhaltigkeitsverhalten.

Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes (2022). Auf dem Weg zur Klimaneutralität bis 2045: Wissen und Strategien für Klimaschutz im Tourismus in Deutschland, Whitepaper des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes; <https://kompetenzzentrum-tourismus.de/news/whitepaper-klimaschutz>

Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M., Pretenthaler, F. (Hrsg.) (2021). Tourismus und Klimawandel; <https://doi.org/10.1007/10.1007/978-3-662-61522-5>

Schenk, B. (2022). Striving for the reduction of transport-related tourism emissions – The impact of regionality on tourists' willingness to pay for carbon offsets (Masterarbeit an der FHGR, Betriebswirtschaftslehre).

Steiger, R., Demiroglu, O. C., Pons, M., Salim, E. (2023). Climate and carbon risk of tourism in Europe – eine europäische Zusammenstellung der größten Klimarisiken für den Tourismus; <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2163653>



*Wir wünschen uns, dass wir mit diesem Leitfaden vielen Destinationen einen Anstoss geben, effektiven Klimaschutz im Tourismus umfassend umzusetzen.* – Die Herausgeber\*innen