

kat und dürfen ihre Bahntransporte mit dem myclimate-Label „Klimaneutral“ auszeichnen.

Gesamte Prozesskette im Blick

Für die Klimaneutralität müssen alle Prozesse eingerechnet werden, d. h. es werden alle Emissionen berücksichtigt, die für die Entwicklung, Entstehung, Verpackung, Transport, Unterhalt, Betrieb, Verkauf, Auslieferung und Entsorgung eines Produktes wichtig sind.

„Wir haben auf dieser Basis gemeinsam mit myclimate ein Verfahren entwickelt, mit dessen Hilfe wir den Kunden von SBB Cargo die völlige Klimaneutralität der Bahntransporte garantieren können“, unterstreicht Rémy Chrétien, Leiter des BahnUmwelt-Centers der Schweizer Bundesbahnen. Zunächst wird mit der Software EcoTransIT, die auch bei der Erstellung des individuellen Umweltreportings zum Einsatz kommt, die Ökobilanz eines Gütertransportes innerhalb von Europa verkehrsträgerübergreifend ermittelt.

Die Angaben der Software werden zudem um Daten aus der Ökobilanz-Datenbank ecoinvent erweitert. „Darin wird z. B. der CO₂-Ausstoß von Dieselloks beim Rangieren und in der Nahzustellung berücksichtigt“, erläutert Loosli. Auch die Bilanzierung der Bahninfrastruktur sei in ecoin-



AUSGLEICHSPROJEKTE: myclimate investiert z. B. in die Anschaffung von Solarkochern als Klima-Ausgleichsprogramm.

vent berücksichtigt. Für die Berechnung der klimaneutralen Transporte mit SBB Cargo wurden deshalb beide Systeme miteinander kombiniert.

Freiwilliges Instrument

Die CO₂-Kompensation ist ein freiwilliges Instrument, mit dem zusätzliche Klimaschutzfolge erzielt werden können. Mit dem Kapital setzt myclimate Energieeffizienzprojekte oder Projekte mit erneuerbaren Energien um, welche zu einer Reduzie-

rung von Emissionen führen – etwa durch die Einführung von Solarkochern. Kauft ein Unternehmen diese Emissionsreduktionen, können damit entsprechend verursachte Emissionsmengen ausgeglichen werden.

Ausgleich und Image-Aspekt

„Wir verpflichten uns gegenüber unseren Kunden und Partnern, mit den eingetragenen Kompensationserträgen die entsprechende Menge an CO₂-Reduktionen innerhalb von zwei Jahren in Projekten zu realisieren und innerhalb von drei Jahren mittels Zertifikaten still zu legen“, verspricht Loosli. Im vergangenen Jahr verkaufte die Stiftung rund 200.000 t Emissionsreduktionen. Darüber hinaus ist das Klimaneutral-Label für Unternehmen auch unter Marketing- und Image-Aspekten interessant. „Damit können unsere Kunden ihr Engagement für den Klimaschutz besser kommunizieren“, sagt Perrin.

Dieses kann in Nachhaltigkeits- und Umweltberichten oder auch in der Kommunikation mit den Endkunden genutzt werden. So hätten z. B. Lebensmitteleinzelhändler mit dem myclimate-Zertifikat den Nachweis in der Hand, dass ihre Waren klimaneutral per Bahn transportiert wurden. Darauf könnten sie die Verbraucher hinweisen und einen Wettbewerbsvorteil erlangen.



KLIMANEUTRAL: Die unvermeidlichen Emissionen des Transportes werden mithilfe von Kompensationsmaßnahmen ausgeglichen.