

Medieninformation

9. Mai 2008

WWF, Coop, Migros, Swisscom und CO₂-monitor lancieren Online-Plattform für den Klimaschutz:

Mehr Klimaschutz durch Privatpersonen: Unternehmen machen den ersten Schritt

Zürich, 9. Mai 2008.- Private Haushalte sind in der Schweiz für zwei Drittel der klimaschädigenden Kohlendioxid (CO₂)-Emissionen verantwortlich. CO₂-monitor AG lanciert deshalb per 13. Mai 2008 gemeinsam mit dem WWF sowie Mitgliedern der WWF Climate Group die Online-Plattform www.co2-monitor.ch. Mit am Start sind Coop, Migros-Genossenschaftsbund (MGB) und Swisscom. Diese bieten ihren insgesamt über 100'000 Mitarbeitenden Zugang zu der einfach zu bedienenden Plattform, mit der CO₂-Emissionen erfasst und reduziert werden können. Wenn Mitarbeitende ihre persönlichen Emissionen um nur 10 bis 20 Prozent reduzieren, wird soviel CO₂ eingespart, wie das Unternehmen in einem Jahr verursacht. Die beteiligten Unternehmen wollen damit einen wirkungsvollen Beitrag zum Klimaschutz durch Private leisten.

Im passwortgeschützten Bereich von www.co2-monitor.ch können sich Mitarbeitende von Coop, MGB, Swisscom und WWF ein Umwelt-Konto einrichten und ihre persönliche CO₂-Bilanz verfolgen. Zusätzlich profitieren alle, die mitmachen, von Spezialangeboten und können z.B. energie-effiziente Produkte zu vergünstigten Preisen kaufen. Die Lancierung von CO₂-monitor wird intern durch gezielte Informationsveranstaltungen, Road Shows, Personalzeitung, Newsletter und Team-Wettbewerbe unterstützt.

Unternehmen als Botschafter für Klimaschutz

Über die Zusammenarbeit mit Partnerfirmen streben CO₂-monitor und WWF eine breite Mobilisierung an. Sascha Nick, Gründer und CEO von CO₂-monitor: „CO₂-monitor ist sozusagen das Sparkonto 2.0 – denn wer CO₂ spart und in Klimaschutz investiert, investiert garantiert richtig. Coop, Migros, Swisscom und WWF gehen als Pioniere einen Schritt weiter und motivieren ihre Mitarbeitenden als Privatpersonen für den aktiven Klimaschutz. Dieses Modell hat Zukunft.“

Dazu Felix Meier, Leiter der Abteilung Konsum und Wirtschaft beim WWF: „Es freut uns, dass die Unternehmen der WWF Climate Group ihr Klima-Engagement weiter ausbauen und ihre Mitarbeiter kräftig bei der Reduktion ihres persönlichen CO₂-Austosses unterstützen.“

„Coop hat sich CO₂-Neutralität als Ziel gesetzt. Dabei geht es prioritär um die CO₂-Reduktion in den Verkaufsstellen und Betrieben. CO₂-monitor ist die logische Ergänzung dieses breit angelegten Energiesparprogrammes und holt unsere Mitarbeitenden mit ins Boot“, so Brigitte Zogg, Verantwortliche Nachhaltigkeit, **Coop**.

„Weniger CO₂, mehr Lebensqualität – dieses Ziel liegt uns am Herzen. CO₂-monitor ist ein überzeugendes Tool, mit dem wir unsere Mitarbeitenden für den Klimaschutz gewinnen wollen“, so Dieter Bürgi, Leiter Ökologie, **Migros-Genossenschaftsbund (MGB)**.

„Swisscom hat intern den CO₂-Ausstoss seit 1995 um 40 Prozent gesenkt. CO₂-monitor unterstützt die Mitarbeiter bei einer ähnlichen Entwicklung. Der Einsatz elektronischer Konferenzen und Teleworking-Dienste wird ihnen weitere Mittel auf diesem Weg bieten“, so Res Witschi, Umweltmanagement, **Swisscom**.

Expansion nach Pilotphase geplant

Um eine breite Klimawirkung zu erzielen und möglichst viele Private über ihre Arbeitgeber zur Teilnahme und zum CO₂-Sparen zu motivieren, wird die Initiative laufend ausgeweitet. „Entsprechende Gespräche mit weiteren Partnern laufen bereits“, so Sascha Nick, Gründer & CEO von CO₂-monitor.

Weitere Unterstützung erhält CO₂-monitor von den Bundesämtern für Umwelt (BAFU), für Energie (BFE) sowie durch das Programm EnergieSchweiz.

* * * TEXT ENDET * * *

Infobox

CO₂-Konto: so funktioniert's

Mitarbeitende von Coop, MGB und Swisscom können freiwillig teilnehmen. Nach der Registrierung erfasst der Benutzer zuerst sein persönliches CO₂-Profil (einmalig: Haustyp, Wohnfläche, Heizung, Anzahl Autos...), seine Emissionen (regelmässig: Heizrechnung, Stromrechnung, im Auto zurückgelegte Kilometer, etc.). Dann setzt er/sie sich ein persönliches CO₂-Reduktionsziel (einmalige Eingabe). Um dieses Ziel besser zu erreichen, erhalten Benutzer nützliche Tipps rund ums Energie sparen und können in den Bereichen Haus, Mobilität, Ferien und Konsum zudem themenspezifische Informationen abrufen. Erfahrungsberichte von Teilnehmern und Spezialangebote zum vergünstigten Bezug energie-effizienter Produkte runden die Plattform ab. Wer mitmacht, spart mit gutem Gewissen Geld, denn der reduzierte CO₂-Ausstoss bzw. geringere Energiekosten wirken sich aufs Klima wie auch aufs Portemonnaie vorteilhaft aus. Als zusätzlicher Anreiz winken bei den Team-Wettbewerben unternehmensintern attraktive Preise.

Ein komplexes Thema einfach, übersichtlich und attraktiv aufbereitet: so hoffen die Unternehmen gemeinsam mit CO₂-monitor auf eine breite Teilnahme bei den Mitarbeitenden!

Demo-Account für Medien (gültig bis 10. Juni 2008):

Login: media
Passwort: CO2-monitor

Medienmappe zum Download:

www.co2-monitor.ch/medien

Weitere Auskünfte:

CO₂-monitor:	Sascha Nick Gründer & CEO	Tel.	+41 (0)44 586 44 66
		E-mail	media@co2-monitor.ch
WWF:	Felix Meier Leiter Abteilung Konsum und Wirtschaft	Tel.	+41 (0)79 631 29 07
		E-mail	felix.meier@wwf.ch
Coop:	Brigitte Zogg Verantwortliche Nachhaltigkeit	Tel.	+41 (0)61 336 71 43
		E-mail	brigitte.zogg@coop.ch
Migros:	Walter Staub Infostelle Umwelt	Tel.	+41 (0)79 377 66 42
Swisscom:	Res Witschi Umweltmanagement	Tel.	+41 (0)31 342 02 48
		Mobil	+41 (0)79 770 76 89
		E-mail	res.witschi@swisscom.com

Über CO₂-monitor:

CO₂-monitor ist eine innovative Online-Plattform, welche einen wirkungsvollen Beitrag zum Klimaschutz leistet. Ziel ist es, klima-schädigende Kohlendioxid (CO₂)-Emissionen durch Privatpersonen langfristig zu senken. Über die Zusammenarbeit mit Unternehmen und Umwelt-Organisationen strebt CO₂-monitor eine breite Mobilisierung an. Die Initiative wird derzeit von der WWF Climate Group bzw. den Mitgliedern Coop, Migros, Swisscom und WWF unterstützt. Die CO₂-monitor AG wurde 2008 mit Sitz in Zürich gegründet.

Für weitere Informationen: www.co2-monitor.ch

Über WWF Climate Group:

In der WWF Climate Group schliessen sich Unternehmen zusammen, die einen Beitrag zum Klimaschutz leisten wollen. Sie verpflichten sich, mit Betrieb und Produkten möglichst geringe CO₂-Emissionen zu verursachen.

Für weitere Informationen: wwf.ch/climategroup

Über Coop:

Coop ist die zweitgrösste Detailhandelsgruppe der Schweiz. Kundennah und in fünf Verkaufsregionen organisiert, unterhält Coop über 1'500 Verkaufsstellen und beschäftigt über 45'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Bereich der Öko- und Fairtrade-Produkte ist Coop klarer Marktleader. Ganz neu ist eine erste Serie Coop Naturaline T-Shirts klimaneutral hergestellt worden. Nach langjährigen Energiesparprogrammen war Coop 2004 der erste Grossvertriebler mit vom Bund anerkannten CO₂-Zielvereinbarungen für das ganze Unternehmen. Diese Zielvorgaben werden nun noch intensiviert um die beabsichtigte CO₂-Neutralität so weit wie möglich und sinnvoll in den eigenen Betrieben zu erreichen. Für weitere Informationen: www.coop.ch und www.coop.ch/nachhaltigkeit

Über Migros:

Die Migros nimmt die Klimaerwärmung sehr ernst. Sie engagiert sich seit 30 Jahren für mehr Energieeffizienz in Produktion, Lagerung, Transport und Verkauf. Dank der Zusammenarbeit mit der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW) verfügt die Migros seit 2002 über verbindliche Vorgaben zur Erhöhung der Energieeffizienz und Reduktion des Kohlendioxid-Ausstosses. Der Beitritt zur WWF Climate Group und die Formulierung konkreter Ziele unterstreicht dieses Engagement. Mit ihrem Angebot an energiesparenden Geräten und der im März 08 lancierten Auszeichnung der klimaschonendsten Produkte mit einem CO₂-Label bezieht die Migros auch ihre Kundinnen und Kunden in den Klimaschutz mit ein, und mit dem CO₂-monitor werden jetzt auch die Mitarbeitenden zum Mitmachen aufgefordert. Für weitere Informationen: www.migros.ch/klimaschutz

Über Swisscom:

Swisscom betreibt seit 1996 ein systematisches Umweltengagement nach ISO 14001. Im Vordergrund stand die Reduktion des CO₂-Ausstoss und die Reduktion des Stromverbrauchs. Der CO₂-Ausstoss konnte seit 1995 um 40% reduziert werden. Trotz dem Aufbau des Mobil- und Breitbandnetzes ist es Swisscom gelungen, den Stromverbrauch praktisch konstant zu halten. Heute arbeitet das Umweltmanagement zusätzlich verstärkt an der Senkung der Umweltbelastung durch Telekom-Endgeräte und ist grösste Bezügerin von Wind- und Sonnenstrom in der Schweiz. Für weitere Informationen:

<http://www.swisscom.com/GHQ/content/Engagement/Verantwortung/Umwelt/Umwelt.htm?lang=de>