

# Zurich Klimapreis **Nr. 2**

Engagieren Sie sich mit uns

**SPECIAL**  
Preisträger 2013

**Klimaschutz erobert  
Küchen und Kantinen**  
SV Group gewinnt  
den Zurich Klimapreis

**Strom ohne Atom –  
ein Wachstumsturbo?**  
Gespräch mit HSG-Professor  
Rolf Wüstenhagen

**Goldgräberstimmung  
im Baugewerbe**  
Klimafreundliches Bauen  
lässt die Kassen klingeln

**Extremereignisse  
nehmen zu**  
Die Klimaerwärmung lässt  
die Schweiz nicht kalt

# Smarte Technologien, clevere Ideen



Joachim Masur,  
Chief Executive  
Officer, Zurich  
Schweiz

Die Freude war gross: Exakt 100 Projekte hatten uns bis Anmeldeschluss erreicht. Eine Punktlandung für den ersten «Zurich Klimapreis Schweiz & Liechtenstein» – ein Zeichen dafür, dass wir mit dem Preis richtig liegen. Der Klimawandel und der Wille zur Nachhaltigkeit haben eine enorme Dynamik in den Köpfen der Schweizer und Liechtensteiner ausgelöst. Davon zeugt die Qualität der eingereichten Projekte. Von der Duschwanne mit Wärmerückgewinnung über die CO<sub>2</sub>-neutrale Konditorei bis hin zum Skilift, der mit Sonnenkraft läuft: Die smarten Technologien und cleveren Ideen haben mich beeindruckt. Die Jury um ETH-Professor René Schwarzenbach hatte keine leichte Aufgabe. Wer die Preisträger sind, lesen Sie im mittleren Teil dieses Magazins. Ich gratuliere allen Gewinnern und Teilnehmern herzlich fürs Mitmachen. Sie zeigen, dass man dem Klimawandel mit Entschlossenheit und Kreativität begegnen kann – Chapeau! Mir wird immer wieder die Frage gestellt: Wie passen Klimaveränderungen und Versicherung zusammen? Wie kommt Zurich darauf, einen Klimapreis zu lancieren? Als begeisterter Berggänger finde ich die anschaulichste Antwort darauf in den Alpen. Und was ich dort sehe, macht mich nachdenklich. Die Schneegrenze verschiebt

sich nach oben, Gletscher schmelzen. Verantwortlich dafür sind die steigenden Temperaturen. Die Folgen sind häufigere und heftigere Steinschläge, Erdbeben und Überschwemmungen. Sie bedrohen Siedlungen, Strassen und Bahnanlagen. Als Versicherer stehen wir hier in der Pflicht. Wir zeigen Risiken auf, übernehmen sie für unsere Kunden – und führen mit Politikern, Wissenschaftlern und den Medien einen intensiven Dialog. Dies, um Anreize zu klimafreundlichem Handeln zu schaffen. Dieser Dialog ist das Herzstück des Zurich Klimapreises – und mit der diesjährigen Preisverleihung ist er noch lange nicht beendet. Wir werden den Klimapreis künftig erneut ausschreiben. Ich danke der Z Zurich Foundation, dass sie den Preis ermöglicht, sowie dem Zurich-Projektteam für sein engagiertes Mitwirken.

Nehmen Sie sich Zeit, die sechs Klimapreis-Gewinner in diesem Magazin zu entdecken – ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.



## Gewinner Zurich Klimapreis Schweiz & Liechtenstein

### Hauptpreise

1. Preis	SV Group	10
2. Preis	Genossenschaft Solécole	12
3. Preis	Coop / railCare	13

### Sonderpreise

Sonderpreis Wohnen	Genossenschaft Kalkbreite	15
Sonderpreis Konsum	Ökozentrum Langenbruck	16
Sonderpreis Mobilität	routeRANK	17



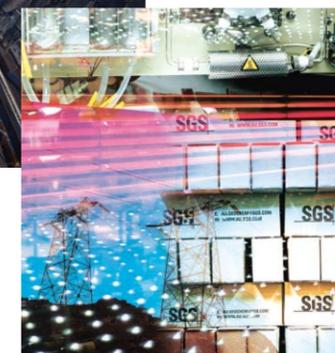
### «Firmen sollten die Ohren spitzen» 4

HSG-Professor Rolf Wüstenhagen über Chancen der Energiewende



### Goldgrube für Baubranche 6

Immer mehr Schweizer bauen mit der «grünen» Brille



### «Mit Klimaschutz eine Menge Kohle sparen» 20

Wie der Warenprüfer SGS nachhaltig die Kosten verringert

### Hitze, Flut, Stürme: Extremereignisse nehmen zu 22

Mit den Klimaveränderungen steigen auch die Risiken

Chancen nutzen mit erneuerbaren Energien

## «Firmen sollten die Ohren spitzen»

Strom ohne Atom: Schweizer Firmen eröffnet das ungeahnte Möglichkeiten. Energieexperte und HSG-Professor Rolf Wüstenhagen erklärt, wie Unternehmen ihr Geld künftig mit Wind, Wasser und Sonne verdienen.

**Herr Wüstenhagen, Sie sagen, bis 2050 werden 80 Prozent der Energie aus erneuerbaren Energien stammen. Sind Sie ein hoffnungsvoller Optimist?**

Nein, ich bin ein hoffnungsvoller Realist. Die Zukunft gehört mit Sicherheit

kein Ersatz. Sie werden knapp, immer teurer und sind ungesund für das Klima. Was wir brauchen heisst Cleantech! Der Anteil an Geothermie, Biogas und Wasser, vor allem aber Wind- und Solarenergie wird markant zunehmen – da ist viel Musik drin.



Prof. Dr. Rolf Wüstenhagen (43) ist Direktor des Instituts für Wirtschaft und Ökologie (IWÖ-HSG) an der Universität St. Gallen und Inhaber des Good Energies Lehrstuhls für Management erneuerbarer Energien. Seit 2011 ist er Mitglied im Beirat zur Energiestrategie 2050 des Bundesamtes für Energie. In der Jury des Zurich Klimapreises Schweiz & Liechtenstein ist er für den «Nachhaltigen Konsum» verantwortlich.

den erneuerbaren Energien. Wind- oder Solarenergie weisen mit jährlich 25 Prozent und mehr bemerkenswerte Wachstumsraten auf.

### Was kurbelt diesen Markt an?

Der Atomausstieg hat eine enorme Dynamik ausgelöst. 2034 geht hier das letzte AKW vom Netz. Bis dann müssen wir 40 Prozent der Stromproduktion ersetzt haben. Mit mehr Energieeffizienz allein schaffen wir das nicht. Fossile Energieträger sind bekanntlich

### Wie profitieren Schweizer Firmen von dieser Entwicklung?

Indem sie jetzt die Ohren spitzen (*lacht*). Cleantech ist ein enormer Wachstumsmarkt. Wer es richtig macht, ist dabei und verdient nachhaltig gutes Geld.

### Wir sind ganz Ohr!

Nehmen wir die Firma Sia Abrasives in Frauenfeld. Ursprünglich produzierte sie Schleifmittel für die Autoindustrie, die heute in der Krise steckt. Doch die gleichen Schleifmittel eignen sich auch

für die Herstellung von Rotorblättern für Windturbinen. Eine ähnliche Diversifikation in den Cleantech-Markt konnte man bei Firmen wie ABB, Meyer Burger und Gurit beobachten. Kurz: Immer mehr Firmen stellen sich die Frage, welche neuen Märkte sich für ihre Produkte im Energiebereich erschliessen lassen.

### Was noch?

Ein KMU kann mit wenig Aufwand vom Stromkonsumenten zum Stromproduzenten werden. Dazu genügen ein Dach und ein paar Solarmodule. Das rechnet sich in vielen Fällen: Man wird unabhängiger von den steigenden Strompreisen und verringert gleichzeitig den eigenen CO<sub>2</sub>-Ausstoss. Rund 30 Prozent der Solarprojekte auf der Warteliste der kostendeckenden Ein-

speisevergütung – dem zentralen Instrument des Bundes zur Förderung der erneuerbaren Energien – stammen von Gewerbebetrieben.

### Immer mehr wird im Ausland produziert. Wie schaffen wir es, die Wertschöpfung bei uns zu behalten?

Mit der Verschiebung von der Atomenergie zu den erneuerbaren Energien sind neue Kompetenzen gefragt. Im Solarbereich braucht es Experten in Montage und Wartung – man wird ja nicht auch den chinesischen Installateur importieren. Oder denken wir an die Nachhaltigkeit in der Bau- und Immobilienbranche: Wärmedämmung und dezentrale Energieerzeugung, etwa in Form von Plus-Energiehäusern – dafür braucht es viel Know-how. Und auch im Bereich der Elektromobilität

haben viele Schweizer Firmen die Nase vorn. Gefragt sind Spezialisierung und Fokussierung.

### Haben uns andere Länder nicht längst überholt?

Nicht unbedingt; gerade eine Schweiz ohne AKW birgt grosse Chancen. Ein Beispiel: Wie erreichen und steuern wir den optimalen Strom-Mix aus Sonne, Wasser, Wind und Biomasse – und dies bei jeder Wetterlage und zu jeder Tages-, Nacht- und Jahreszeit? Mit unserem technologischen Know-how und dem hohen Anteil an Wasserkraft sind wir optimal positioniert, um Lösungen zu entwickeln, die auch attraktive Exportmärkte erschliessen. Auf der Suche nach tragfähigen Lösungen für die Energiezukunft schaut man heute aus vielen Teilen der Welt auf die Schweiz!

## 540 MILLIARDEN FRANKEN

So hoch sind 2020 die weltweiten Investitionen in Erneuerbare Energien wie Wind, Solar oder Wasser. Schweizer Zulieferer von Komponenten sind hier gut vertreten. Tendenz steigend?

Quelle: «Wettbewerbsfaktor Energie – Chancen für die Schweizer Wirtschaft», Bundesamt für Energie (BFE) & McKinsey, 2010



Eine der grössten Solarstrom-Anlagen der Schweiz, Flachdach Migros-Zentrum in Stans. (Keystone)

Energieeffiziente Gebäude boomen

# Goldgrube für Baubranche

Energieeffizienz liegt im Trend: In der Schweiz wird immer nachhaltiger gebaut und saniert. Fürs Schweizer Gewerbe ist das ein Milliardengeschäft – das Marktpotenzial dürfte weiter kräftig zunehmen.

Immer mehr Schweizer bauen ihr Traumhaus mit der «grünen» Brille. In den Fokus rücken sie vor allem die Energieeffizienz. Mit klimafreundlichen Häusern spart man langfristig Geld und schont erst noch die Ressourcen, so die Erwartungen. Das von Bund und Kantonen lancierte Gebäudiprogramm kurbelt den nachhaltigen Bauboom zusätzlich an. Bis 2020 dürften Fördergelder in Höhe von 280 bis 300 Millionen Franken pro Jahr fließen. Kein Wunder fragen Immobilienbesitzer zunehmend klimafreundliche Lösungen nach: ein Trend, der für volle Auftragsbücher bei Energieberatern, Installateuren, Service-Betrieben sowie Bau- und Isolationsfirmen sorgt.

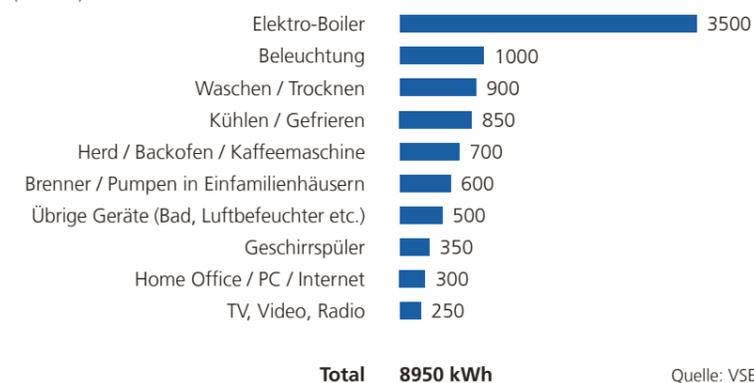
## 80 Milliarden in Minergie-Häusern

Hoch im Kurs steht etwa der Minergie-Baustandard. «Das energieeffizien-

te Bauen hat in den letzten zehn Jahren über 2 Milliarden Franken zusätzliche Wertschöpfung generiert und für 8000 zusätzliche Jobs bei Herstellern, Planern oder Installateuren gesorgt», freut sich Minergie-Geschäftsführer Franz Beyeler. Bei neuen Wohnbauten hat der Standard schweizweit einen Marktanteil von 25 Prozent erreicht. Im Kanton Zürich deckt das Qualitätslabel sogar 50 Prozent der neuen Wohnbauten ab. Heute sind insgesamt rund 28 000 Gebäude Minergie-zertifiziert. Jährlich kommen 4000 bis 5000 neue Gebäude dazu. «Kühn gerechnet entspricht das einer zusätzlichen Wertschöpfung von rund einer Drittel Milliarde Franken pro Jahr», sagt Minergie-Chef Beyeler. Mit einem Anlagewert aller Minergie-Bauten von total 80 Milliarden Franken ist die Marke auch für die Bauwirtschaft relevant

### Stromfresser im Haushalt

(in kWh)



## 270 MILLIARDEN IM MARKT

Materialien für Wärmedämmung, energieeffiziente Beleuchtungen und Geräte, effizientere Heizungen oder Smart-Home-Lösungen zur effizienten Verbrauchssteuerung: Der Weltmarkt für solche Gebäudetechnologien wird 2020 voraussichtlich rund 270 Milliarden Franken betragen, mit einem Wachstum von 6 Prozent jährlich, das heisst doppelt so schnell wie die gesamte globale Bauwirtschaft.

Quelle: «Wettbewerbsfaktor Energie – Chancen für die Schweizer Wirtschaft», Bundesamt für Energie (BFE) & McKinsey, 2010

geworden. «Energieeffiziente Gebäude und erneuerbare Energien sind für uns als Baudienstleister ein wichtiger Markt», bestätigt etwa Philipp Bircher vom Bauriesen Implenia.

## 21 Milliarden für Sanierungen

Ein riesiges Marktpotenzial steckt in den Gebäudesanierungen und Ersatzneubauten. «Der Wiederbeschaffungswert für Wohnungen, Büros, Industrie und Gewerbebauten beträgt 1750 Milliarden Franken», sagt Peter Burkhalter vom Verein Green Building Schweiz. Durchschnittlich müsste jedes Jahr eines von 80 Gebäuden in der Schweiz saniert werden. Das würde einem Bauvolumen von 21 Milliarden Franken jährlich entsprechen – heute sind es lediglich 10 Milliarden Franken. Auch das Bundesamt für Energie geht in einer Studie mit der Beratungsfirma McKinsey von einem «signifikanten» volkswirtschaftlichen Effekt aus: Bei der Umsetzung von Energieeffizienz-Massnahmen ist bis 2020 allein im Gebäudebereich die Rede von 17 000 zusätzlichen Jobs.

## Dicke Pullis fürs Traumhaus

Zur Goldgrube dürften Gebäudesanierungen künftig in der Wärmedämmungsbranche werden. «Immer mehr Hausbesitzer wollen ihrem Traumhaus einen dickeren Pullover anziehen», sagt Kurt Frei, Geschäftsführer von Flumroc. Eine 20 bis 30 Zentimeter dicke Isolation trage dazu bei, dass im Winter kaum Wärme entweicht und im Sommer die Hitze draussen bleibt. Über 80 Prozent des Energieverbrauchs eines durchschnittlichen Schweizer Haushaltes fließen in die Heiz- und Warmwasserproduktion. «Grüne» Häuser benötigen etwa drei Liter Heizöl pro Quadratmeter Wohnfläche. Bei herkömmlichen Häusern liegt der Verbrauch doppelt so hoch. Für Flumroc-Chef Kurt Frei ist klar: «Die Gebäude der Zukunft zeichnen sich durch einen tiefen Energieverbrauch aus. Und jene Energie, die sie tatsächlich benötigen, wird aus erneuerbaren Quellen stammen. Eine grosse Sanierungswelle steht uns noch bevor!»

# Zürich Klimapreis Hauptpreise

Das Interesse am Zürich Klimapreis Schweiz & Liechtenstein war riesig. Insgesamt wurden 100 Projekte eingereicht. Die unabhängige Jury hat drei Gewinner ausgewählt:

- |                            |                                |
|----------------------------|--------------------------------|
| <b>1. Preis CHF 60 000</b> | <b>SV Group</b>                |
| <b>2. Preis CHF 40 000</b> | <b>Genossenschaft Solécole</b> |
| <b>3. Preis CHF 20 000</b> | <b>Coop / railCare</b>         |

Mit dem Klimapreis fördert Zürich Projekte, die zur Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen beitragen, den Ressourcenverbrauch senken, die Energieeffizienz steigern oder entsprechende Verhaltensänderungen bewirken. Das Preisgeld wird von der «Z Zürich Foundation» getragen. Die Durchführung und Ausschreibung werden über die Rückverteilung aus der CO<sub>2</sub>-Lenkungsabgabe an Zürich in der Schweiz finanziert.

## Jury

Die unabhängige Jury setzt sich aus Fachexperten und Persönlichkeiten aus der Wirtschaft zusammen.

### Fachexperten:

Prof. em. René P. Schwarzenbach, ETH Zürich (Vorsitzender der Jury)  
 Prof. DI MAAS Peter Droege, Universität Liechtenstein  
 Dr. Peter Hofer, ETH Zürich  
 Prof. Dr. Martine Rebetez, Universität Neuenburg  
 Prof. Dr. Rolf Wüstenhagen, Universität St. Gallen

### Persönlichkeiten aus der Wirtschaft:

Antoinette Hunziker-Ebnetter, CEO Forma Futura Invest AG  
 Dr. Thomas Scheiwiller, AccountAbility  
 Peter Pauli, CEO Meyer Burger Technology AG



SV-Personalrestaurant in Dübendorf



1. Preis

Patrick Camele, CEO SV Group

Global denken, lokal essen

## Weniger «Ubukashya»

Regional und saisonal: Die SV Group erfindet Klimaschutz in der Personalgastronomie neu. Klima und Gesundheit sagen Danke!

«Ubukashya» nennt das sambische Volk der Bemba das heftige Verlangen nach Fleisch. «Ubukashya» ist auch den Schweizerinnen und Schweizern wohl bekannt. Jeden Tag verpflegen sich hierzulande Millionen von Menschen auswärts. Hundertausende davon in Personalrestaurants. Und sie essen Fleisch. «Schnitzel mit Pommes ist mit Abstand das beliebteste Menu unserer Gäste», sagt Patrick Camele, CEO der SV Group. «Schnipo» isst auch der Chef gern und er will es niemandem nehmen. Was er will, ist sensibilisieren und auch die Schattenseiten der Fleischlust aufzeigen. Deshalb lanciert die SV Group als grösste Betreiberin von Personalrestaurants in der Schweiz gemeinsam mit dem WWF das Pro-

gramm ONE TWO WE. Das ist die Geburtsstunde der klimafreundlichen Personalgastronomie in der Schweiz. Global denken, lokal essen! In diesem Verhalten steckt ein enormes Nachhaltigkeitspotenzial. Immerhin macht die Ernährung ein Drittel der persönlichen Umweltbelastung aus. Flugwaren oder Produkte aus beheizten Gewächshäusern sowie der hohe Fleischkonsum erhöhen die Freisetzung von Treibgasen, die zum Klimawandel führen. Die Gastronomie hat bislang wenig zur Lösung dieses Problems beigetragen. Das will die SV Group jetzt ändern. Die Wirkung lässt sich gut am Beispiel von Spargeln zeigen. «Ein Bund Spargeln eingeflogen aus Mexiko verbrennt fünf Liter Erdöl, bis er auf unserem

Mittagstisch landet», erklärt Camele. Deshalb gibt es in SV Restaurants und Mensen nur noch einheimische Spargeln, und das erst ab Mai – nicht schon im März. Klimafreundlich essen heisst, sich an den Jahreszeiten zu orientieren und saisonale Produkte möglichst aus der Region zu verarbeiten. Die Marktleaderin der Personalrestauration will für die jährlich 20 Millionen verkauften Hauptmahlzeiten in den am Programm angeschlossenen Betrieben den CO<sub>2</sub>-Ausstoss um 20 Prozent oder 3000 Tonnen senken. Das ist richtig viel: Um diese Menge zu erreichen, müsste man mit dem Auto 500 Mal um den Äquator fahren oder 7500 Mal von Zürich nach London fliegen. Würde die gesamte Branche dem

Beispiel der Pionierin folgen, liesse sich gar das Fünffache der Menge an klimafeindlichen Gasen sparen. Der WWF Schweiz ist voll des Lobes: «Die SV Group hat genau ermittelt, wie viel CO<sub>2</sub> dieses oder jenes Produkt bei der Herstellung verursacht, und wie sich die Werte je nach Saison und Herkunftsort verändern», sagt Fredi Lüthi, Leiter Medien beim WWF

Schweiz. «Auf dieser Basis lassen sich klimafreundliche und saisongerechte Menupläne zusammenstellen – eine echte Innovation!» Mutig, dass die SV Group den hohen Fleischkonsum in der Schweiz anspricht. Nur Freunde macht man sich damit nicht. «Unser Ziel ist es, attraktivere vegetarische Menus auf den Tisch zu zaubern, die auch Fleischliebhabern

munden», verspricht Camele. Ab und zu fleischlos zu essen, hat noch keinem Karnivoren geschadet. «Ubukashya» werden die Schweizerinnen und Schweizer auch künftig verspüren. Auf Platz zwei der SV Menu-Hitliste steht das Cordon Bleu, dicht gefolgt von Spaghetti-Bolo. Wenigstens die Pasta ist vegetarisch. Infos unter: [www.sv-group.ch](http://www.sv-group.ch)

### GROSSE WIRKUNG ERZIELEN

Die Fachjury rund um ETH-Professor René Schwarzenbach würdigt den Gastronomiekonzern SV Group mit dem 1. Platz des Zurich Klimapreises Schweiz & Liechtenstein. Massstäbe setzt der Caterer mit dem Programm ONE TWO WE für eine klimafreundliche Personalgastronomie, das zusammen mit dem WWF Schweiz lanciert wurde. Weniger Flugwaren, weniger Produkte aus fossil beheizten Gewächshäusern,

weniger Fleisch, weniger Energieverbrauch, weniger Abfall: Diese Kernziele will die SV Group in der Schweiz mit Kunden und Auftraggebern in Zukunft umsetzen. Konkret heisst das: 20 Prozent weniger CO<sub>2</sub>, das entspricht 3000 Tonnen CO<sub>2</sub> jährlich ab 2015. Die Jury lobt: Beim Klimaschutz hat die Gastronomie bisher wenig zu Lösungen beigetragen, obwohl in der Schweiz ein Drittel der durch den Konsum verursachten Umweltbelastung aus der

Ernährung stammt. ONE TWO WE ist ein Vorzeigeprojekt. Es ist ganzheitlich angedacht und wird grosse Breitenwirkung erzielen. Die Jury würdigt insbesondere, dass mit dem Fokus auf Ernährung und Gemeinschaftsgastronomie ein bisher noch wenig beachteter Bereich mit einem enormen Reduktionspotenzial endlich in das Bewusstsein der Öffentlichkeit dringt.



2. Preis

Schüler engagieren sich

## Mit der Sonne Schule machen

Die von der Kantonsschule Küssnacht gegründete Genossenschaft Solécole will bis 2020 mindestens so viel Strom erzeugen, wie die Schule verbraucht.

Schulen mit Solarstromanlagen auf dem Dach gibt es mittlerweile Dutzende in der Schweiz. Kaum eine verfolgt aber ein derart ehrgeiziges Ziel wie die Kantonsschule Küssnacht am Zürichsee: Bis zum Jahr 2020 will die von Schülern und zwei Lehrern ins Leben gerufene Genossenschaft Solécole mehr grüne Energie produzieren, als die Schule mit ihren sechs Gebäuden und über 600 Personen verbraucht.

«Wir haben bereits zwei Photovoltaik-Anlagen in Betrieb genommen», sagt Genossenschaftspräsident Olivier Rosenfeld. Damit spart die Schule viel CO<sub>2</sub> ein und produziert 60 Prozent des eigenen Strombedarfs selbst. Nun soll auch das warme Abwasser, das durch das Schulgelände führt, für die neue Heizanlage genutzt werden. Ebenfalls in Abklärung ist ein Wirbelwasserkraftwerk im Dorfbach. Gleichzeitig soll natürlich der Verbrauch sinken. «Das

geschieht etwa, indem wir die Zimmer konsequent nur noch kurz lüften und die Lichter und Computer aktiv ausschalten», erklärt der Geografielehrer. Auch laufe an der Schule eine Sensibilisierungskampagne: Einmal pro Woche gibt es in der Mensa zum Beispiel ein vegetarisches Menu. Auf Bildschirmen können die Schüler zudem ablesen, wie viel Strom die Solarpanels gerade produzieren – und zwar umgerechnet in Masse, die verständlich sind, etwa in den Stromverbrauch einer Waschmaschine.

«Das Engagement der Schüler ist gross», schwärmt Rosenfeld. Deshalb sei man bei Solécole motiviert, das Know-how zu teilen: Andere Schulen und Gemeinderäte haben bereits Interesse gezeigt. «Und wir haben noch viele Ideen.»

Infos unter: [www.solecole.ch](http://www.solecole.ch)

Olivier Rosenfeld,  
Präsident Solécole



### EINE VISION REALISIERT

Die Fachjury würdigt die Genossenschaft Solécole mit dem 2. Platz des Zurich Klimapreises Schweiz & Liechtenstein 2012. Die Experten loben insbesondere das grosse Engagement sowie die Initiative der Schüler und der Lehrer der Kantonsschule: Sie haben ihre Vision realisiert und es zustande gebracht, zwei eigene Solarstromanlagen zu finanzieren, zu bauen und zu betreiben – und darüber hinaus noch eine Rendite von 2 Prozent zu erzielen. Die Fachjury hebt auch die Übertragbarkeit, den Ausbildungscharakter und die Ganzheitlichkeit des Projekts hervor – die Genossenschafter zeigen, wie man die Energiewende konkret meistert.



3. Preis

Auf den Zug gesprungen

## Coop gleist auf

Coop will in zehn Jahren CO<sub>2</sub>-neutral sein. Die Detailhändlerin verlagert dafür ihren Warentransport weitgehend auf die Schiene.

Ob Tiefkühl-Pizzen, Orangen oder Bohrmaschinen – was die Kunden bei Coop kaufen, will die Detailhändlerin künftig so weit wie möglich mit dem Zug transportieren. «Unser Ziel ist es, alle Transporte in der Schweiz, die weiter als 90 Kilometer sind, in Kombination aus Strasse und Schiene durchzuführen», sagt Beat Zaugg, der bei Coop für die Transportverlagerung verantwortlich ist.

Zu diesem Zweck hat Coop 2010 die Firma railCare gekauft – und damit den Gütertransport in der Schweiz revolutioniert: Im Vergleich zu herkömmlichen Güterzügen sind die Kompositionen von railCare mit 250 Metern nämlich viel kürzer und mit einer Geschwindigkeit von 120 km/h auch deutlich schneller. «Das hat den Vorteil, dass die Züge von railCare im Einsatz so flexibel sind wie eine S-Bahn», erklärt Zaugg.

### Auf den Geschmack gekommen

Die Ergebnisse sind beeindruckend: Im vergangenen Jahr hat Coop mit der Verlagerung des Transports 2050 Tonnen CO<sub>2</sub> gespart. Dieses Jahr sollen es bereits 3500 Tonnen sein. Das entspricht dem CO<sub>2</sub>-Ausstoss eines Lastwagens, der 95 Mal um die ganze Erde fährt. Doch das ist erst der Anfang: «2023 werden die durch den Warentransport von Coop in der Schweiz verursachten absoluten CO<sub>2</sub>-Emissionen rund 20 Prozent tiefer ausfallen als 2008», verspricht Philipp Wegmüller, Geschäftsleiter railCare, «und das bei gleichzeitigem Wachstum des Unternehmens». Auf den railCare-Zug sind inzwischen auch andere Unternehmen aufgesprungen. «Und es werden noch viel mehr auf den Geschmack kommen», sagt Wegmüller voraus.

Infos unter: [www.railcare.ch](http://www.railcare.ch)  
[www.coop.ch/nachhaltigkeit](http://www.coop.ch/nachhaltigkeit)

Philipp Wegmüller,  
Geschäftsleitung  
railCare



### ENORME SIGNALWIRKUNG

Die Fachjury würdigt Coop und railCare mit dem 3. Platz des Klimapreises Schweiz & Liechtenstein 2012. Die Experten heben das Bemühen von Coop hervor, auch auf kürzeren Strecken auf den Schienenverkehr zu setzen – und damit grosse Mengen an CO<sub>2</sub> zu sparen. Sie loben die konsequente Umsetzung der Unternehmensstrategie, bis 2020 klimaneutral zu wirtschaften. Darüber hinaus weist die Jury auf die enorme Signalwirkung auf andere Unternehmen hin. Würden viele Schweizer Firmen so vorbildliche Projekte vorantreiben, könnte man die Kyoto-Klimaziele locker erreichen.

# Zürich Klimapreis Sonderpreise

Der Zürich Klimapreis prämiert nachhaltige Projekte in den Bereichen Wohnen, Konsum und Mobilität. Die unabhängige Jury vergibt in jeder Kategorie einen Sonderpreis von je CHF 10 000:

**Sonderpreis Wohnen**      **Genossenschaft Kalkbreite**

**Sonderpreis Konsum**      **Ökozentrum Langenbruck**

**Sonderpreis Mobilität**      **routeRANK**

Das Preisgeld wird von der «Z Zürich Foundation» getragen. Mit dem Klimapreis fördert Zürich den Dialog rund um das komplexe Thema Klimaveränderung.



Kategorie  
Wohnen

© Raumleiter

Neue Wohnformen

## Nachhaltiges Stück Stadt

Die Zürcher Genossenschaft Kalkbreite schafft mit ihrem neuen Wohn- und Geschäftshaus urbanes Leben mit reduziertem Komfortanspruch – ungemütlich wird es deswegen aber nicht.

«Das hat noch niemand gemacht: Wir realisieren ein autofreies Wohn- und Geschäftsgebäude nach Miner-ge-P-ECO Standard», sagt Thomas Sacchi, Projektleiter der Genossenschaft Kalkbreite. Die Kalkbreite fördert gezielt neue Wohnformen und eine breite soziale Durchmischung. Geplant sind 88 Wohnungen und ein 40-prozentiger Gewerbeanteil. 250 Menschen verschiedenster Einkommens- und Altersschichten sollen im Neubau zusammenwohnen – und 200 Personen werden dort einen Arbeitsplatz finden. Das wegweisende Konzept für die Stadtzürcher Siedlung haben die Initianten zusammen mit Anwohnern aus dem Quartier sowie 750 Genossenschaftlern entwickelt. Wenn im Frühjahr 2014 die ersten Appartements bezogen werden, entsteht ein nachhaltiges Stück Stadt: Pro Person sind gerade mal 35 Quadratmeter Wohnfläche eingeplant. «Wir

bieten modern gebaute Appartements für genügsame Bewohner», erklärt Sacchi. Ungemütlich wird es deswegen aber nicht: Wenn Besuch kommt, stehen etwa gemeinsame Gästeräume zur Verfügung. Wichtig ist auch der nachhaltige Umgang mit Mobilität: Wer daheim arbeitet, kann im Haus einen Büroraum mieten. Mitarbeitende der eingemieteten Gewerbebetriebe müssen ausserdem zu Fuss, mit dem Velo oder mit dem öffentlichen Verkehr zur Arbeit kommen. Inzwischen sind fast alle Wohnungen vergeben. Für die Initianten überraschend war der grosse Anteil an Familien unter den Bewerbern. «Die Kalkbreite ist erst der Anfang. In zehn Jahren steht unser zweiter Bau», verspricht Sacchi. Die Genossenschaft hat sich bereits für ein weiteres Areal an der Zollstrasse beworben.

Infos unter: [www.kalkbreite.net](http://www.kalkbreite.net)



Res Keller (Geschäftsführer), Thomas Sacchi (Projektleiter) und Sabine Wolf (Vorstandsmitglied) (v.l.n.r.)

## RESSOURCEN SCHONEN

Die Zürich Klimapreis-Jury würdigt die Genossenschaft Kalkbreite mit dem Sonderpreis in der Kategorie «Wohnen». Ressourcenschonende Bauweise, Versorgung mit regenerativer Energie, reduzierter Flächenbedarf: Im Fokus stehen der geringe Energieverbrauch und der ganzheitliche Nachhaltigkeitsansatz. «Die Stadt Zürich hat sich der 2000-Watt-Gesellschaft verschrieben. Mit dem Bau der Siedlung Kalkbreite wird konkret gezeigt, wie dieses Ziel umgesetzt werden kann», so die Juroren. Die Siedlung habe eine wichtige Signalwirkung. Zentral sei die «Suffizienz» als expliziter Bestandteil des Projekts.



Kategorie  
Konsum



Kategorie  
Mobilität



Sensibilisierung im Alltag

## Von Schulklassen überrollt

Stadtbummel mal anders: Das Ökozentrum Langenbruck bietet Stadtführungen für Jugendliche an und bringt ihnen dabei die globalen Konsequenzen des alltäglichen Konsums näher.

Was hat der Kauf eines Handys mit Konflikten im Kongo zu tun? Und warum trägt das Steak auf dem Teller zur Abholzung der Regenwälder bei? Diese und ähnliche Fragen beantwortet das Ökozentrum Langenbruck in Basel und Bern auf interaktiven Stadtführungen unter dem Namen konsumGLOBAL. Durchgeführt werden die Rundgänge von ehrenamtlichen Leitern – und sie kommen an: «In Bern werden wir derzeit von Anfragen von Schulklassen überrollt», freut sich Projektleiterin Martina Patscheider.

Seit dem ersten Spaziergang in Basel 2008 haben weit über 1000 Schülerinnen und Schüler sowie rund 160 Erwachsene teilgenommen. «Wir wollen das Bewusstsein schaffen, dass der Konsum einen globalen Einfluss hat», erklärt Projektleiterin Martina Patscheider. Die Schüler würden dazu ermuntert, ihre Kaufentscheide kritisch

zu hinterfragen, «und das, ohne dass ihnen ein Lehrer sagt, was gut und richtig ist.»

Das Ökozentrum will das Projekt demnächst auf den Kanton Aargau ausweiten – auf die Städte Aarau, Baden und Wohlen. Und auch der übernächste Schritt steht schon fest: «Wir wollen konsumGLOBAL unbedingt in Zürich etablieren», sagt Patscheider. Als Vision schwebt ihr und ihren ehrenamtlichen Kollegen vor, dass sich solche Stadtführungen in allen grösseren Städten der Schweiz etablieren. «Aber bis dahin ist es noch ein langer Weg.»

Infos unter: [www.konsumglobal.ch](http://www.konsumglobal.ch)

Martina  
Patscheider,  
Projektleiterin



### GROSSES POTENZIAL

Die Zurich Klimapreis-Jury zeichnet konsumGLOBAL mit dem Sonderpreis in der Kategorie «Konsum» aus. Das Projekt konzentriert sich auf die Sensibilisierung von Jugendlichen und ist ein gutes Beispiel, wie Nachhaltigkeit im Alltag gelebt werden kann. Wenn man bei den Jungen ansetzt, könne viel erreicht werden. Ausserdem loben die Experten den «innovativen Peer-to-peer-Ansatz» des Ökozentrums Langenbruck sowie den freiwilligen Einsatz der Stadtführer – ein ausserordentliches Engagement, das nicht selbstverständlich ist. Gemäss Einschätzung der Jury hat das Projekt grosses Potenzial, weiterentwickelt zu werden – und wird Schule machen.

Gesamte Route im Griff

## Grüner auf Achse

Reisende finden auf der Onlineplattform routeRANK die beste Verbindung von Tür zu Tür: mit dem günstigsten Preis, der schnellsten Reisezeit und den niedrigsten CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Flüge, Mietautos oder Bahnfahrten kann man mittlerweile auf unzähligen Webseiten buchen. Das innovative Tool routeRANK aber bietet alles auf einmal: Von hier aus können Reisende die Verkehrsmittel gleich für die gesamte Strecke planen und im Anschluss wie gehabt direkt über die relevanten Kanäle buchen. Die Suchmaschine zeigt aber nicht nur die schnellste Verbindung. Auch Kriterien wie CO<sub>2</sub>-Ausstoss, Arbeitsproduktivität oder das Risiko, eine Verbindung zu verpassen, lassen sich transparent anzeigen. Wer zum Beispiel von Zürich Oerlikon nach Chur reisen will, sieht schnell: Mit dem Auto kann es länger dauern und die CO<sub>2</sub>-Emissionen betragen rund 32 Kilogramm – mit dem Zug wäre es indes nur 1 Kilogramm. Das hat sicher Signalwirkung. «Wir zeigen die ökologischen Komponenten auf», sagt CEO Jochen Munding. Kunden verhalten sich umweltfreundlicher, wenn sie den öffentlichen Verkehr oder Videokonferenzen in Betracht ziehen.

Auf diese Geschäftsidee kam Mathematiker Munding 2006 beim Buchen einer Geschäftsreise. «Ich musste googeln und auf Easyjet, Expedia und vielen anderen Websites alles einzeln zusammensuchen. Dadurch habe ich viel Zeit verloren», erinnert er sich. Die Lausanner Firma arbeitet derzeit vor allem für Grosskunden und ist inzwischen verschiedene Partnerschaften eingegangen, unter anderem mit Firmen wie BCD Travel, einem der globalen Marktführer für Geschäftsreisen. routeRANK-Chef Munding will das Geschäft aber auf den KMU-Bereich ausweiten und bietet ein weiteres Produkt auch Event-Veranstaltern an. «In zehn Jahren könnten wir so durchaus eine Grösse von über 100 Mitarbeitern erreichen!»

Weitere Infos unter:  
[www.routerank.com](http://www.routerank.com)  
[www.routerank.com/business](http://www.routerank.com/business)

Jochen  
Munding,  
CEO routeRANK



### DER BLICK FÜRS GROSSE GANZE

Die Zurich Klimapreis-Jury würdigt das Projekt routeRANK mit dem Sonderpreis in der Kategorie «Mobilität». Dies, weil die Online-Plattform im Gegensatz zu anderen Lösungen mit einem umfassenden Blick die verschiedenen Verkehrsmittel sucht und kombiniert. So kann routeRANK nicht nur die günstigste und schnellste Reiseroute berechnen, sondern auch jene mit dem niedrigsten CO<sub>2</sub>-Ausstoss. Die Jury würdigt insbesondere auch, dass routeRANK transparent in Bezug auf die CO<sub>2</sub>-Emissionen des Geschäftsreiseverkehrs schafft. «Dies macht es auch zu einem guten Tool für Unternehmen, die ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen verringern wollen», so die Juroren.

# Klimaveränderungen betreffen uns alle

Die globale Erwärmung und die Zunahme von Wetterkatastrophen sind eine grosse Herausforderung für die Gesellschaft. Während die Anzahl der Erdbeben und Vulkanausbrüche in den vergangenen 30 Jahren konstant blieb, nahmen die wetterbedingten Katastrophen zu. Gleichzeitig sind die Schadenssummen der einzelnen Ereignisse gestiegen.

Erfahrungen aus der Praxis zeigen, dass insbesondere Naturgefahren wie Hochwasser, Sturm und Hangmuren unterschätzt oder gar nicht in Betracht bezogen werden. Deshalb ist es entscheidend, die Risiken durch Naturgefahren zu kennen und deren Auswirkungen zu reduzieren. Wichtig ist, dass das Risikobewusstsein aktiv aufgebaut wird – im privaten wie auch im unternehmerischen Bereich. Infos unter: [www.klimapreis.zurich.ch](http://www.klimapreis.zurich.ch)

Mehr Nachhaltigkeit – weniger Ausgaben

## «Mit Klimaschutz eine Menge Kohle sparen»

Unterwegs in ökologischer Mission: Daniel Rüfenacht bringt den weltgrössten Warenprüfer SGS auf klimafreundlichen Kurs. SGS spart so Geld – und schont erst noch die Ressourcen.

«Wer den Klimaschutz ignoriert, verpasst ein Riesengeschäft.» Das sagt kein Banker, sondern Daniel Rüfenacht. Er hat bei SGS das Sagen, wenn es um Nachhaltigkeit geht. Und das sei nichts

mafreundlichen Kurs. Sein Auftrag: ein Umdenken einläuten und Lösungen finden, um den CO<sub>2</sub>-Ausstoss zu drosseln. In einem Weltkonzern, der sich kräftiges Wachstum auf die Fahne ge-

«Mit dem Kauf von CO<sub>2</sub>-Zertifikaten allein geht's nicht», so Rüfenacht. SGS ist ein Koloss: mit 1500 Büros und Labors, einer Flotte von über 10000 Fahrzeugen und weltweit über 75000 Mitarbeitern. «Hier braucht es ein umfassendes System, das man in der DNA der Firma verankert. Bei uns heisst das: Die umweltschonende Unternehmensführung gehört zur Geschäftsstrategie. Und diese gilt in allen Ländern und Geschäftsbereichen – alle müssen mitmachen.» Damit tatsächlich alle mitmachen, wurde Rüfenacht geholt. In seiner Mission misst er alles Messbare. Dazu gehören der Verbrauch von CO<sub>2</sub>, Strom, Gas, Benzin, Heizöl und Wasser sowie die erzeugten Abfälle. «Aber auch die Systeme für IT, Fuhrparks und Beschaffung werden laufend überprüft. Green-IT und Green-Procurement nennt sich das.» Aus diesen Erkenntnissen leitet Rüfenacht konkrete Massnahmen ab: Wo kann wie gespart werden? Die Länderchefs von SGS entscheiden dann, welche Projekte sie realisieren. Die weltweiten Programme zeigen, dass dies kein Lippenbekenntnis ist. Die zahlreichen Öko-Initiativen konzentrie-



Daniel Rüfenacht (45) ist Vice President Corporate Sustainability von SGS. Davor arbeitete er als Direktor bei der Kleiderfirma Switcher. Als Manager war er früher bei Respect Inside und der OSEC tätig. Der Ökonom ist ein willkommener Referent an den Klimadialog-Veranstaltungen von Zurich. Rüfenacht hat sich den Elektro-Kleinwagen Renault Zoe bestellt. Weitere Infos unter: [www.ch.sgs.com](http://www.ch.sgs.com)

für Träumer und Weicheier. Denn gemessen werde er an harten Zahlen: «Jährlich sind das Einsparungen in siebenstelliger Höhe – eine Menge Kohle», sagt er und lacht. Im Mittelpunkt stehe Energieeffizienz, nicht Knauserei: «Wo weniger Energie verbraucht wird, sinken automatisch die Kosten!»

### Mehr tun, weniger verbrauchen

Seit Jahren trimmt Rüfenacht den grössten Warenprüferkonzern auf kli-

geschrieben hat, ist das umso herausfordernder: «Ein Prozent mehr Wachstum bedeutet ein Prozent mehr CO<sub>2</sub>-Emissionen», rechnet er. Nun ist SGS in den letzten Jahren zweistellig gewachsen. Neue Mitarbeiter, Gebäude und Fahrzeuge sind dazugekommen. Trotzdem sind der Energieverbrauch in den Gebäuden und der CO<sub>2</sub>-Ausstoss pro Mitarbeiter gesunken. Wie geht das – wie tut man mehr und verbraucht weniger?



### 85 000 JOBS

Erneuerbare Energien und Energieeffizienz können in der ganzen Schweiz bis 2035 rund 85000 neue Arbeitsplätze generieren.

Quelle: Energie & Umwelt, Nr. 4/2012, Magazin der Schweizerischen Energie-Stiftung.

ren sich einerseits auf die Verbesserung der Energieeffizienz in den Niederlassungen und Labors. Andererseits investiert der Konzern in neue Technologien und Lösungen, um den CO<sub>2</sub>-Fussabdruck weiter zu verringern.

### Gemeinsam Druck aufbauen

Viel Potenzial gebe es noch bei den Fahrzeugen, die jährlich 120 Millionen Kilometer zurücklegen – damit fährt man 3000 Mal um den Globus. SGS will die Flotte teilweise auf Hybride und Elektroflitzer umstellen. «Ein Abenteuer», weiss Rüfenacht. «Denn als Riesenkonzern kommt man kaum zu einer grossen Stückzahl an Elektroautos. Der Markt spielt noch nicht.» Wie weiter? «Kunden, die Druck machen, sind der grösste Treiber für Nachhaltigkeit», sagt er. «Genau so müssen wir es bei den Elektroautos machen: Uns mit anderen Firmen zu einer Nachhaltigkeits-Community vernetzen. Zusammen können wir einen gesunden Druck aufbauen, um klimafreundliche Elektroautos zu fairen Preisen zu bekommen. Auch so spart man eine Menge Geld!»



Die Klimaveränderungen fordern uns alle

# Die Klimaerwärmung lässt die Schweiz nicht kalt

Hitze, Flut, Stürme: Mit den globalen Klimaveränderungen nehmen extreme Wetterereignisse zu – auch in der Schweiz.

Der Klimawandel fordert die Schweiz überdurchschnittlich. Die Temperaturen sind seit 1970 um 1,5 Grad Celsius gestiegen – doppelt so stark wie der globale Trend. Als Folge treten extreme Wetterereignisse immer häufiger auf: Hitzeperioden werden länger, Gewitter heftiger, die Winde stärker. Besonders augenfällig ist schon heute, wie schnell sich die Schneegrenze nach oben verschiebt – die Gletscher schmelzen. Seit den 1960er-Jahren ist die Nullgradgrenze im Winter um rund 300 Meter gestiegen. Schmelzende Eisdecken verändern nicht nur das Landschaftsbild und den

von 3 Milliarden Franken verursachte. In der Schweiz begegnen wir diesen Herausforderungen mit grosser Entschlossenheit. Die Klimapolitik baut auf zwei Säulen auf: auf die Vermeidung von Treibhausgasen und auf die Anpassung an die Folgen des Klimawandels. Global tätige Versicherer wie Zurich stehen hier in der Pflicht. Sie können einen Beitrag leisten, indem sie ihren CO<sub>2</sub>-Ausstoss reduzieren. Und sie können in aller Welt auf ihre Expertise zurückgreifen, um in gefährdeten Gebieten die Entwicklung von Schutzmechanismen gegen Hochwasser zu fördern.

Massnahmen treffen. In den Untergeschossen vieler Gebäude befinden sich oft sensible Betriebseinrichtungen und teure Sachwerte – bereits kleine Überschwemmungen richten grosse Schäden an. Hier könnten oft mit kleinem Aufwand die Sachwerte geschützt werden.

Mit dem «Zurich Risk Management Dialog» und dem Klimapreis hat Zurich eine Plattform geschaffen, um solche Herausforderungen zu thematisieren. Dieser Dialog will sensibilisieren und zum Handeln anregen – die Auswirkungen der Klimaerwärmung fordern uns alle.



«Der Klimawandel stellt die Gesellschaft vor grosse Herausforderungen. Ökologische Risiken sind längerfristige Trends. Wenn diese nicht adressiert werden, können sie gigantische Ausmasse annehmen. Unser Kerngeschäft ist der Umgang mit Risiken. Als Versicherer helfen wir unseren Kunden, ihre Risiken zu verstehen und die nötigen Vorkehrungen zu treffen.»

Axel P. Lehmann,  
Group Chief Risk Officer, Zurich Insurance Group

## BEDROHTE KÜSTENSTÄDTE

Die Zahl der Menschen, die in grossen Küstenstädten von Überschwemmungen bedroht sind, wird bis zum Jahr 2070 nach Erkenntnissen der OECD von 40 Millionen auf 150 Millionen steigen. Grundlage der Prognose ist ein Anstieg der Meeresspiegel um 50 Zentimeter und eine zunehmende Intensität von Stürmen, wie sie bei fortschreitender Erderwärmung vorhergesagt werden.

Quelle: MENSCH KLIMA! WER BESTIMMT DIE ZUKUNFT?, Lars Müller Publishers, 2011

Wasserhaushalt markant, sondern auch die Risikoszenarien. Ein Beispiel sind die Auswirkungen der kontinuierlich steigenden Permafrostgrenze. Dies führt in den Alpenregionen vermehrt zu Bergstürzen, Rutschungen und Murgängen. Gleichzeitig kommt es im Flachland häufiger zu Hochwasserereignissen, teils mit fatalen Folgen für Siedlungen und Infrastrukturen. Im August 2005 führten sintflutartige Niederschläge zu einem Jahrhundert-Hochwasser, das Schäden in Höhe

So auch in der Schweiz. Hierzulande fragen Kunden vermehrt Dienstleistungen nach, die klimaabhängige Risiken aufzeigen und abdecken. Ein Beispiel sind objektbezogene Risikoanalysen: Mit neuen geografischen Gefahrenkarten lässt sich abschätzen, ob sich Gebäude in einer Risikozone befinden und vermehrt mit Ereignissen wie Naturkatastrophen gerechnet werden muss. Bauherren und Architekten können folglich die Risiken minimieren, indem sie die nötigen baulichen

### KONTAKT KLIMAPREIS

Zürich Versicherungs-Gesellschaft AG  
Zurich Risk Management Dialog  
Thurgauerstrasse 80  
8050 Zürich  
Telefon: +41 (0)44 628 28 28  
E-mail: [klimapreis@zurich.ch](mailto:klimapreis@zurich.ch)

### Verantwortlich:



Roland Betschart



Tobias Billeter

### KONTAKT MEDIEN

Media Relations Zurich Schweiz  
Postfach  
8085 Zürich  
Telefon: +41 (0)44 628 75 75  
E-mail: [media@zurich.ch](mailto:media@zurich.ch)

### Verantwortlich:



Adriano Pavone

### SOCIAL MEDIA

Finden Sie uns auf Facebook und Twitter:  
[www.facebook.com/riskdialog](http://www.facebook.com/riskdialog)  
[www.twitter.com/zurich\\_ch](http://www.twitter.com/zurich_ch)



### HOMEPAGE

Alle Informationen zum Zurich Klimapreis und den Teilnahmebedingungen finden Sie auf unserer Homepage. Besuchen Sie uns auf: [www.klimapreis.zurich.ch](http://www.klimapreis.zurich.ch)

### IMPRESSUM

Herausgeberin: Zurich Schweiz, Corporate Communications, Thurgauerstrasse 80, 8050 Zürich  
Verantwortung: Adriano Pavone, Tobias Billeter, Roland Betschart  
Redaktion: Adriano Pavone (Leitung), Franco Tonozzi, Swisscontent AG  
Produktion: Swisscontent AG, alle Rechte vorbehalten.  
Bildquellen: Gian Marco Castelberg, Coop/Heiner H. Schmitt, Corbis, Crossmotion, Genossenschaft Kalkbreite, Kantonsschule Küsnacht, Keystone, Henri Leuzinger, SGS, SV Group, Zurich

[www.zurich.ch](http://www.zurich.ch)





ClimatePartner®  
klimaneutral

Druck | ID: 53047-1302-1005

Erstes Wasserkraftwerk der Schweiz in Schöftland, Aargau. (Keystone)