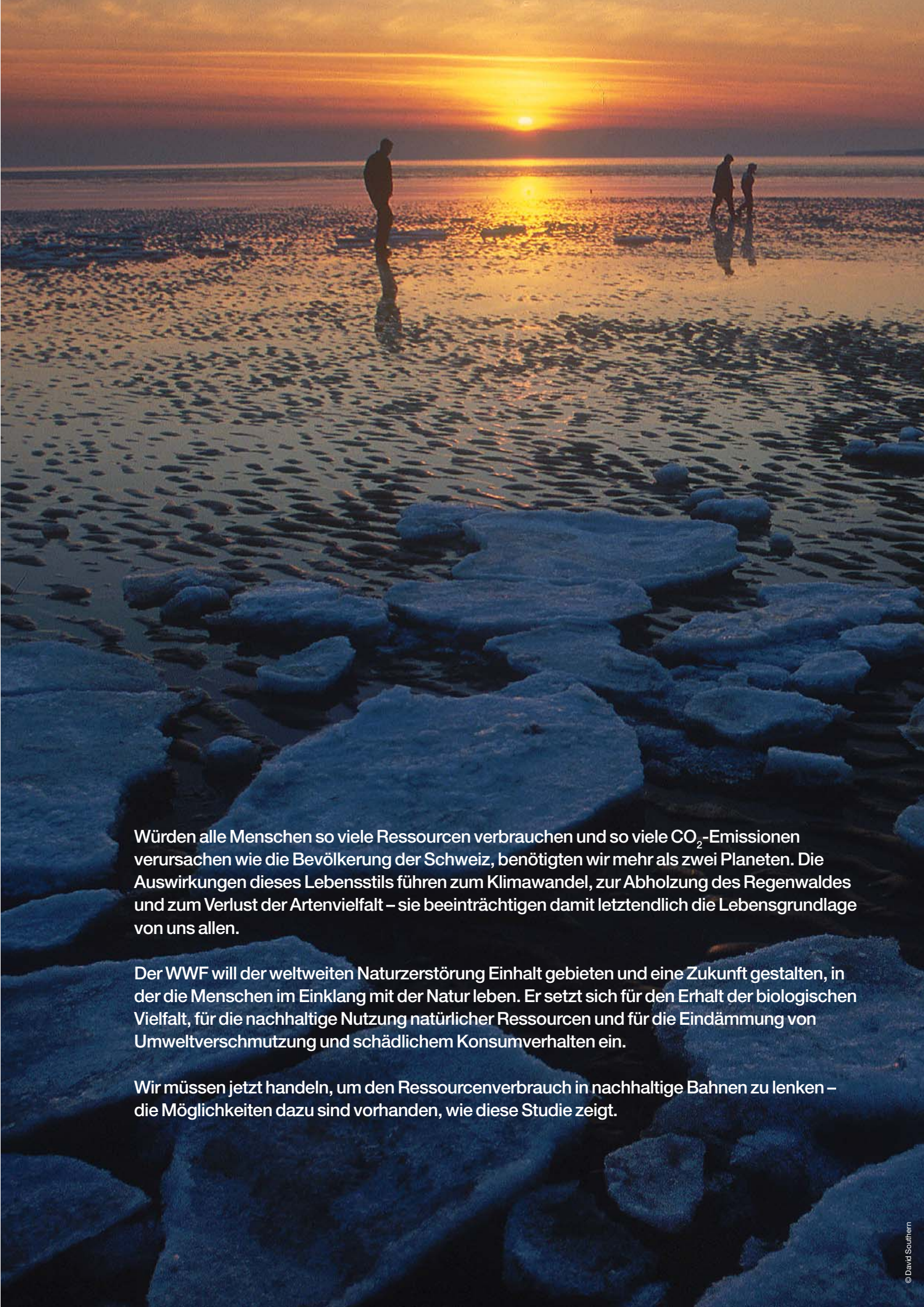




Nachhaltige Geschäftsreisen:

Weshalb Schweizer Unternehmen Alternativen zu Flugreisen suchen



Würden alle Menschen so viele Ressourcen verbrauchen und so viele CO₂-Emissionen verursachen wie die Bevölkerung der Schweiz, benötigten wir mehr als zwei Planeten. Die Auswirkungen dieses Lebensstils führen zum Klimawandel, zur Abholzung des Regenwaldes und zum Verlust der Artenvielfalt – sie beeinträchtigen damit letztendlich die Lebensgrundlage von uns allen.

Der WWF will der weltweiten Naturzerstörung Einhalt gebieten und eine Zukunft gestalten, in der die Menschen im Einklang mit der Natur leben. Er setzt sich für den Erhalt der biologischen Vielfalt, für die nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen und für die Eindämmung von Umweltverschmutzung und schädlichem Konsumverhalten ein.

Wir müssen jetzt handeln, um den Ressourcenverbrauch in nachhaltige Bahnen zu lenken – die Möglichkeiten dazu sind vorhanden, wie diese Studie zeigt.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	3
Hintergrund und Ziele	7
Hauptergebnisse der Studie	9
1. Geschäftsverhalten	9
2. Geschäftsflüge	12
3. Verwendung von Videokonferenzen	14
4. Staatliche Massnahmen	17
5. Meinungsbilder	18
Fazit	19
Nächste Schritte auf dem Weg zu „grüneren Geschäftsreisen“	20
Teleconferencing-Lösungen: Video, Telefon und Web	21
Anhang 1 – Untersuchungsdesign und Stichprobe	23
Anhang 2 – Fragebogen	24
Anhang 3 – Danksagung	29

Mit freundlicher Unterstützung von Swisscom

Diese Studie ist eine Replikation. Sie basiert auf dem Untersuchungsdesign und dem Fragebogen der Studie „Travelling Light. Why the UK's biggest companies are seeking alternatives to flying.“ Der WWF Schweiz bedankt sich bei Critical Research (www.critical.co.uk) dafür, die Grundlagen als Ausgangspunkt für die vorliegende Studie benutzt haben zu können.

sieber&partners ist ICT-Analyst und -Berater in der Schweiz. Mit unabhängiger und praxisorientierter Forschung im Business-to-Business-Bereich unterstützt sieber&partners die Schweizer Wirtschaft auf dem Weg zu einer produktiven ICT-Nutzung.

Zusammenfassung

Warum der WWF Schweiz „grüne Geschäftsreisen“ unterstützt

Der WWF Schweiz engagiert sich dafür, den ökologischen Fussabdruck der Menschheit auf ein Niveau zu reduzieren, auf dem dieser die biologische Kapazität unseres Planeten langfristig nicht übersteigt.

Für einen grossen Teil des ökologischen Fussabdrucks ist die Mobilität verantwortlich. Sie verursacht 26% der globalen CO₂-Emissionen;¹ in der Schweiz ist der Verkehr sogar für mehr als ein Drittel des CO₂-Ausstosses verantwortlich. Dabei sind Flugreisen einer der Haupttreiber der globalen Erwärmung: Schon im Jahr 2005 hat der Flugverkehr 17% am Klimaeffekt in der Schweiz ausgemacht – Tendenz steigend.² Das Bundesamt für Luftfahrt rechnet für die Schweiz mit einer jährlichen Zunahme der Flugpassagiere um 3,9%.³ Auch wenn sich dieses Wachstum durch technische Effizienzverbesserungen nicht vollständig in der Treibhausgaswirkung niederschlägt, wird geschätzt, dass die Treibhausgaswirkung des Flugverkehrs in der Schweiz jährlich mindestens um 2% zunimmt.⁴ Eine wichtige Ursache des anhaltenden Anstiegs des Flugverkehrs sind Geschäftsreisen: Im Passagierverkehr machen sie 37% des Flugverkehrs in der Schweiz aus.⁵

Um gefährliche Kippeffekte des Klimasystems zu vermeiden, darf die globale Erwärmung höchstens 2°C gegenüber vorindustrieller Zeit betragen. Auch die Schweiz bekennt sich zu diesem Ziel. Damit es erreicht wird, muss der Ausstoss von Treibhausgasen massiv reduziert werden. Der WWF fordert deswegen eine Reduktion der inländischen CO₂-Emissionen um 40% bis 2020 im Vergleich zu 1990. Bis 2050 muss die Schweiz ihren CO₂-Ausstoss um 95% reduzieren. Damit diese Ziele erreicht werden können, müssen auch die durch den Flugverkehr verursachten CO₂-Emissionen deutlich sinken: Werden die restlichen inländischen Emissionen bis 2020 um 40% gesenkt, wird der Flugverkehr im Jahr 2020 bereits 32% der Treibhausgaswirkung der Schweiz ausmachen, wenn sich an der jetzigen Entwicklung nichts ändert.

Aus diesem Grund möchte der WWF Schweiz im Bereich Geschäftsreisen Unternehmen beim Umstieg auf CO₂-ärmere Reisearten und Kommunikationsmittel unterstützen. Für relativ kurze Strecken sind Zugreisen eine CO₂-arme und

attraktive Alternative zum Flugzeug. Bei längeren Distanzen lassen sich Flugreisen hingegen durch „virtuelle Treffen“ ersetzen. Mit diesen Formen von „grünen Geschäftsreisen“ kann der Bedarf an Flugreisen massgeblich gesenkt werden.

Der WWF Schweiz möchte wissen, wie wichtig Schweizer Unternehmen die Reduktion ihres durch Geschäftsreisen verursachten CO₂-Ausstosses ist und wie stark sie sich in diesem Bereich bereits engagieren oder zukünftig engagieren wollen. Deshalb beauftragte er anfangs 2009 das unabhängige Forschungsinstitut sieber&partners mit einer Umfrage unter den 200 grössten Schweizer Unternehmen. 67 Unternehmen waren bereit, an der Umfrage teilzunehmen und im Rahmen eines Telefoninterviews ihre Meinungen und Erfahrungen mit uns zu teilen.

Die Resultate machen deutlich, dass die Thematik „grüner Geschäftsreisen“ schon bei einer Vielzahl von Unternehmen Beachtung findet. So zeigt die Studie von sieber&partners auf, dass 63% der untersuchten (grössten) Schweizer Unternehmen bereits aktiv den durch Geschäftsreisen verursachten CO₂-Ausstoss zu reduzieren versuchen. Weitere 15% planen dies zu tun.

Das Wachstum des Flugverkehrs in der Schweiz wird durch den Ausbau von Flughäfen – wie durch die geplante Pistenverlängerung in Zürich – erleichtert. Neue Flugangebote erhöhen dann wiederum die Nachfrage nach Flugreisen und damit ein zusätzliches Wachstum des Flugverkehrs. Wie diese Umfrage jedoch zeigt, plant die Mehrheit der befragten Unternehmen ihre Flugreisen zu reduzieren und stattdessen ihre Produktivität durch Telekonferenz-Lösungen und den Umstieg auf Zugreisen zu erhöhen. Diese Entwicklung muss berücksichtigt und gefördert werden, anstatt den Ausbau von Flughäfen voranzutreiben.

Schlüsselergebnisse

75% der Unternehmen sind der Ansicht, dass Videokonferenzen das Potenzial haben, die Anzahl der Geschäftsflüge zu reduzieren.

75% der befragten Unternehmen glauben, dass die Benutzung von Videokonferenzen ihre Produktivität erhöhen kann.

50% der befragten Unternehmen erwarten, dass in Zukunft mehr Geschäftsreisen mit dem Zug getätigt werden.

76% der untersuchten grössten Schweizer Unternehmen wollen in den nächsten zehn Jahren die Anzahl der getätigten Geschäftsflüge reduzieren.

57% der befragten Unternehmen erwarten, dass die Zahl der Geschäftsflüge im nächsten Jahr sinken wird.

¹ WWF 2006: One Planet Business Global Evidence Base, Godalming.
² Zahlen des Bundesamts für Umwelt (BAFU) und Berechnungen WWF Schweiz: Das Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) geht davon aus, dass diese Klimawirkung der von Flugzeugen ausgestossenen Emissionen und Partikel im Jahresmittel um 2,3 bis 5 Mal höher ist als das produzierte CO₂ allein. Multipliziert man deswegen die CO₂-Emissionen des Schweizer Flugverkehrs mit einem Faktor drei, machte der Flugverkehr im Jahr 2005 17% der gesamten Treibhausgaswirkung in der Schweiz aus. http://assets.wwf.ch/downloads/klimaeffekt_im_jahr_2005_und_im_jahr_2020.pdf.
³ Intraplan Consult GmbH 2005: Entwicklung des Luftverkehrs in der Schweiz bis 2030 – Nachfrageprognose, München, S.62.
⁴ Es wird geschätzt, dass der Treibstoffverbrauch des Flugverkehrs durch technische Effizienzverbesserungen bis 2020 um 1,3 bis 2% pro Jahr gesenkt werden kann (Lee et al. 2009: Aviation and global climate change in the 21st century, in: Atmospheric Environment, im Druck).
⁵ Intraplan Consult GmbH 2005: Entwicklung des Luftverkehrs in der Schweiz bis 2030 – Nachfrageprognose, München, S. 52.

Warum Unternehmen von „grünen Geschäftsreisen“ profitieren können

Geschäftsreisen sind bei vielen Unternehmen für einen bedeutenden Teil des CO₂-Ausstosses verantwortlich: Bei Unternehmen aus dem nicht-verarbeitenden Sektor sind es oft mehr als 50%. So erstaunt es nicht, dass Unternehmen sich mit ihrer Reisetätigkeit befassen und überlegen, wie sie Flugreisen reduzieren oder substituieren können – insbesondere wenn der Druck zur Reduktion der CO₂-Emissionen von unterschiedlicher Seite immer stärker wird, sei es durch die Öffentlichkeit, die Kundinnen und Kunden oder durch gesetzliche Bestimmungen. Zum Umdenken trägt aber auch der Ölpreisrekord vom Jahr 2008 bei. Und in Zeiten weltweiten wirtschaftlichen Abschwungs reagieren Unternehmen besonders sensibel auf Kosten.

Investitionen in Video- oder Telefonkonferenzsysteme rechnen sich für Unternehmen oft bereits innerhalb eines Jahres. Eingespart werden können die Kosten für die Flugreisen und die damit verbundenen Ausgaben für Hotel und Verpflegung. Wenn ganz auf Reisen verzichtet wird, sinkt zudem die Reisezeit zugunsten der Arbeitszeit. Wenn Mitarbeitende vom Flugzeug auf die Bahn wechseln, ist ein bequemerer Arbeitsweg mit deutlich weniger Unterbrechungen als bei Flugreisen möglich.

Darüber hinaus können Konferenzsysteme auch zur Produktivitätssteigerung beitragen: Weniger Reisen verbessert die Work-Life-Balance der Mitarbeitenden und vermindert Jetlag-Folgen wie Übermüdung und Konzentrationsschwäche; zudem kann der Einsatz von Videokonferenzen die Kontakthäufigkeit zu weit entfernten Kollegen sogar steigern und damit die Zusammenarbeit verbessern. Es ist schwierig, solche Produktivitätssteigerungen zu messen, aber sind 75% der befragten Unternehmen der Ansicht, dass Videokonferenzen die Produktivität ihres Unternehmens steigern können.

Videokonferenztechnologie senkt den Bedarf nach Flugreisen

Jede Form von Telekommunikation hat das Potenzial, physisches Reisen zu reduzieren und die Zusammenarbeit zu verbessern – egal ob Web-, Audio- oder Videokonferenzen. Vor allem bei Videokonferenzsystemen konnte die Benutzerfreundlichkeit und die Übertragungsqualität gegenüber früheren Systemen deutlich gesteigert werden. Sie sind heute in der Lage bedeutende Faktoren wie Augenkontakt

75% der untersuchten Unternehmen sind der Ansicht, dass durch den Einsatz von Videokonferenzen die Produktivität in ihrem Unternehmen gesteigert werden kann.

nachzubilden und die Gestik der Gesprächsteilnehmer sehr realistisch wiederzugeben und bieten damit ein sehenswertes Benutzererlebnis. So werden „virtuelle Meetings“ in unterschiedlichsten Situationen zu attraktiven Alternativen zu persönlichen Treffen, auch wenn sie nicht alle Arten von persönlichen Treffen ersetzen können – beispielsweise den Kontakt mit neuen Kunden oder Besuche von Produktionsstätten.

Unternehmen verstärken fortlaufend ihre Investitionen in Videokonferenztechnologie. Doch um Flugreisen massgeblich reduzieren zu können, müssen solche Systeme in eine umfassende Geschäftsreisen-Strategie eingebettet sein. Nur so können die Mitarbeitenden zur Nutzung „virtueller Treffen“ und zur Reduktion der Reisetätigkeit ermutigt werden. Zentral ist, dass die Geschäftsleitung den Prozess unterstützt. In den untersuchten 67 Unternehmen wurde die Einführung von Richtlinien für „grüne Geschäftsreisen“ mehrheitlich von der Geschäftsleitung vorangetrieben und in über 60% der Fälle war der CEO bei der Entwicklung der Richtlinien massgeblich involviert.

Dieser Wandel schlägt sich langsam auch in den Zahlen des Flugverkehrs nieder. Die untersuchten Schweizer Unternehmen wollen ihre Flugreisen in Zukunft grösstenteils reduzieren – im nächsten Jahr erwarten sie eine Abnahme der Flugreisen um durchschnittlich fast 10%. Von den befragten Unternehmen wollen 76% die Anzahl der Flüge in den nächsten zehn Jahren reduzieren.

Den Klimaschutz intensivieren

Viele Unternehmen beginnen bereits damit, Beiträge zum Klimaschutz zu leisten, indem sie bei Betrieb und Produktion möglichst wenig CO₂ verursachen. Der WWF Schweiz ist jedoch der Ansicht, dass dieser Prozess beschleunigt und forciert werden muss. Nur so kann ein gefährlicher Klimawandel verhindert werden, der schwerwiegende soziale, ökologische und ökonomische Folgen mit sich bringt.

76% der Befragten sind gewillt, ihre Flugreisen in den nächsten zehn Jahren zu reduzieren.

Um den CO₂-Ausstoss der Luftfahrt zu senken, wird der Flugverkehr in der Europäischen Union ab 2012 in das bestehende Emissionshandelsystem integriert. Der WWF Schweiz fordert, dass auch die Schweizer Luftfahrt in dieses System integriert wird und wenigstens die Minimalziele der EU übernimmt.⁶ Langfristig muss der CO₂-Ausstoss durch Flugreisen hingegen drastisch reduziert werden: Um die Klimaerwärmung auf durchschnittlich 2° Celsius gegenüber vorindustrieller Zeit zu begrenzen, wird die Verbrennung fossiler Energieträger im Jahr 2050 nur noch in einem sehr geringen Umfang möglich sein.

Der WWF Schweiz erwartet deswegen ein verstärktes Engagement von Unternehmen und anderen Organisationen zur Reduktion des Flugverkehrs. Um die Unternehmen bei dieser Aufgabe zu unterstützen, möchte der WWF Schweiz Informationen zu Web-, Audio- und Videokonferenzen verbreiten und die Anwendung dieser Technologien in der Schweiz fördern.

Dazu setzt sich der WWF auch für staatliche Massnahmen ein, die den vermehrten Einsatz von Videokonferenzsystemen fördern. Zudem sollte die Bundesverwaltung selbst mit gutem Beispiel voran gehen und ihre Flugreisen reduzieren.

Die Kompatibilität unterschiedlicher Videokonferenzsysteme ist bei den untersuchten Unternehmen ein wichtiger Faktor. Über 60% haben angegeben, dass eine verbesserte Kompatibilität der unterschiedlichen Systeme die Verwendung von Videokonferenzen erhöht. Der WWF Schweiz ruft deswegen die Anbieter von Konferenzsystemen auf, die Kompatibilität der unterschiedlichen Systeme zu gewährleisten. Denn die Nützlichkeit jedes einzelnen Systems steigt mit dessen Einsatzmöglichkeiten.

Dekarbonisierung der globalen Wirtschaft

Stetiges Wirtschaftswachstum ist eines der primären Ziele der Schweiz und anderer Staaten. Wirtschaftswachstum darf jedoch nicht mit einer kontinuierlichen Steigerung des Ausstosses von Treibhausgasen einhergehen. Wie neuste Studien zeigen, ist eine solche Entkopplung von Wirtschaftswachstum und CO₂-Emissionen in der Schweiz möglich, wenn ein effizienter Mix aus ordnungsrechtlichen und marktwirtschaftlichen Instrumenten umgesetzt wird.⁷

Videokonferenzen können in einem spezifischen Bereich zu dieser Entkopplung beitragen. Sie ermöglichen die Intensivierung der weltweiten Zusammenarbeit, die Erhöhung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und die gleichzeitige Senkung des CO₂-Ausstosses, eine Win-Win-Situation, in welcher gleichzeitig der Bedarf an Flugreisen reduziert werden kann und einfach und profitabel die Kosten gesenkt werden können.

Auch der Nobelpreisträger Al Gore hat seine Unterstützung für Videokonferenzen jüngst bekräftigt: Er bezeichnet die neuste Generation dieser Systeme als innovative Technologie, die dabei helfe, den weltweiten CO₂-Ausstoss zu reduzieren und eine wichtige Rolle in einer vitalen, globalisierten Wirtschaft spiele. Er ist der Ansicht, dass wir Telekonferenzen nutzen können, um persönliche Treffen zu ersetzen.⁸

Die Wirtschaft des 21. Jahrhunderts wird sich zusehends mit einer Verknappung von natürlichen Ressourcen konfrontiert sehen und die Reduktion des Flugverkehrs – erzielt durch den Einsatz von Videokonferenzen – ist bereits heute eine Strategie, um Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit zu garantieren.

Von den befragten Unternehmen sind 61% der Ansicht, dass eine verbesserte Kompatibilität die Benutzung von Videokonferenzen erhöhen würde.

⁶ Die Treibhausgasemissionen des Flugverkehrs müssen in der EU im Jahr 2012 auf 97% des Durchschnitts der Treibhausgasemissionen des Flugverkehrs in den Jahren von 2004-2006 gesenkt werden. Ab 2013 soll eine Senkung auf 95% der Treibhausgasemissionen des Flugverkehrs in den Jahren von 2004-2006 erfolgen.
⁷ Peter, M. und Iten, R. 2008: Wirtschaft, Wachstum und Umwelt. Skizze einer klimaverträglichen Schweizer Wirtschaft 2035, Zürich. Für Deutschland siehe auch McKinsey & Company Inc. 2007: Kosten und Potenziale der Vermeidung von Treibhausgasemissionen in Deutschland.
⁸ Cisco TelePresence 2008: Keynote panel discussion on Technology and Climate Change [online] website. Available from <http://www.cisco.com>.



Hintergrund und Ziele

Der WWF Schweiz beauftragte das unabhängige Beratungsunternehmen sieber&partners mit der Durchführung einer Befragung der 200 grössten Schweizer Unternehmen.

Ziel der Untersuchung war, den Grad der Reisetätigkeit sowie das Vorhandensein oder die Bereitschaft zur Einführung von Richtlinien für „grüne Geschäftsreisen“ bei diesen Unternehmen zu analysieren.

Die Untersuchungsziele im Detail waren:

Zu bestimmen, welchen Einfluss der Klimawandel auf das Geschäftsverhalten hat und ob Unternehmen bereits aktiv versuchen, ihren CO₂-Fussabdruck zu reduzieren.

Herauszufinden, ob Unternehmen Richtlinien oder Politiken umgesetzt haben, die „grüne Geschäftsreisen“ fördern.

Zu ermitteln, welche Rolle Flugreisen bei der Geschäftsreisetätigkeit von Unternehmen spielen.

Zu analysieren, welche Einstellungen Unternehmen gegenüber Videokonferenzen haben.

Zu bestimmen, in welchem Mass Unternehmen Videokonferenzen nutzen.

Zu messen, ob, wie und in welchem Mass der Staat die Unternehmen bei der Umsetzung von „grünen Geschäftsreisen“ unterstützen soll.



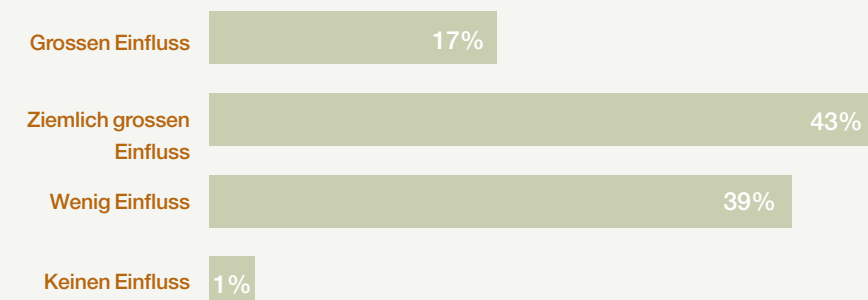
Hauptergebnisse der Studie

1 Geschäftsverhalten

Auswirkungen auf das Geschäftsverhalten

Bei fast zwei Drittel der untersuchten Unternehmen (60% oder 40 Unternehmen) haben Klimawandel und Umweltschutzdebatten einen bedeutenden Einfluss auf das Geschäftsverhalten.

Einfluss von Klimawandel und Umweltschutzdebatten auf das Geschäftsverhalten



n=67

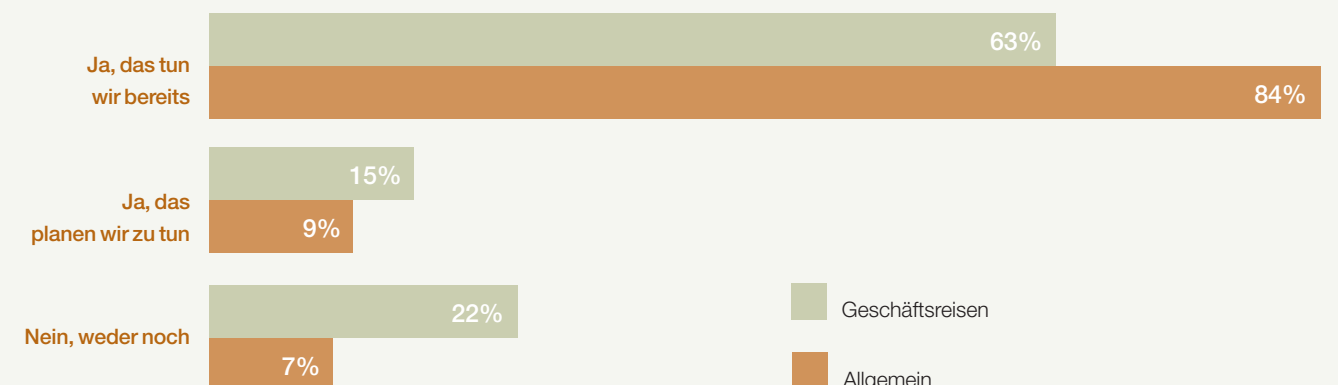
90% der Befragten sind der Ansicht, dass der Klimawandel auch in Zukunft einen Einfluss auf ihr Geschäftsverhalten haben wird.

Reduktion des CO₂-Fussabdruckes und der Geschäftsreisen

Die überwiegende Mehrheit der teilnehmenden Unternehmen reduziert bereits heute aktiv ihren CO₂-Fussabdruck (84%). Weitere 9% planen die Eindämmung zukünftiger Emissionen.

Im Bereich der Geschäftsreisen wird der Ausstoss von Treibhausgasen bei 63% der Untersuchungsteilnehmer bereits aktiv reduziert. Weitere 15% planen eine Senkung.

Reduktion des CO₂-Fussabdrucks



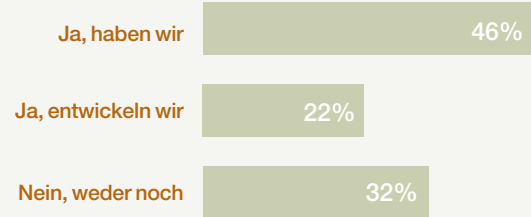
n=67

„Grüne Geschäftsreisen“

Reisearten, die einen vergleichsweise tiefen CO₂-Ausstoss haben, werden als „grüne Geschäftsreisen“ bezeichnet. Weiter lassen sich darunter auch Alternativen wie Video- und Telefonkonferenzen verstehen, die Reiseverkehr ersetzen können.

Die Mehrheit der befragten Unternehmen nimmt die Thematik ernst: 70% der befragten Unternehmen verfügen über eine Unternehmenspolitik beziehungsweise über interne Richtlinien, die „grüne Geschäftsreisen“ fördern.

Richtlinien für „grüne Geschäftsreisen“



n=67

Die Unternehmen, die gerade dabei sind, Richtlinien für „grüne Geschäftsreisen“ zu entwickeln, haben zudem Auskunft darüber gegeben, welche Ziele sie mit der Entwicklung dieser Unternehmenspolitik verfolgen. Aus den Antworten lässt sich ableiten, dass durch neue Richtlinien zu Geschäftsreisen primär folgende Ziele gefördert werden:

- Die verstärkte Nutzung von Audio- und Video-konferenzen
- Die verstärkte Nutzung von Zügen und anderen öffentlichen Verkehrsmitteln
- Die Reduktion der Flugreisen

Genannt wurden weiter die Einführung von Car-sharing und die Beschaffung von Hybrid-fahrzeugen.

Drei Zitate von Studienteilnehmern illustrieren die Inhalte der Unternehmenspolitik im Bereich Geschäftsreisen:

Nur das absolute Minimum an Geschäftsreisen tätigen. Ab einer gewissen Distanz soll der

öffentliche Verkehr dem Auto vorgezogen werden. Die Flugreisen sollen minimiert und Video- sowie Telefonkonferenzen benutzt werden (Industriebetrieb).

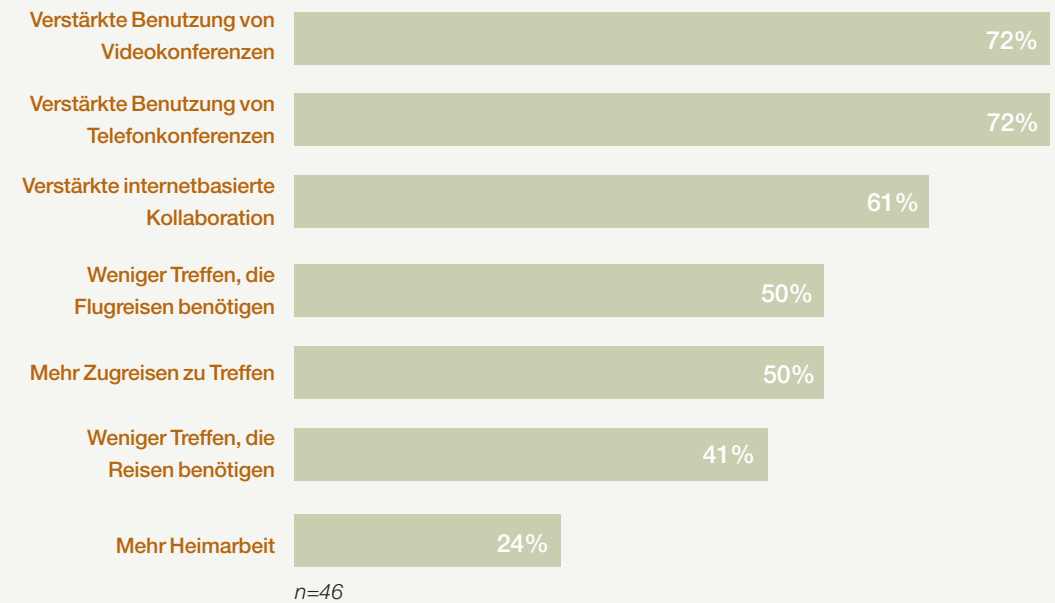
Bei Flugreisen soll der CO₂-Ausstoss kompensiert werden. Zur Förderung des öffentlichen Verkehrs werden verbilligte General- und Halbtax-abonnemente abgegeben (Gross- und Detailhandel).

Ein Car Sharing Pool soll die persönlichen Dienstwagen ersetzen. Zudem wird die Benutzung des öffentlichen Nahverkehrs für den Arbeitsweg gefördert (Informatik).

Auf die Frage, welche Massnahmen Unternehmen zukünftig unterstützen werden, um ihren eigenen CO₂-Ausstoss im Bereich Geschäftsreisen zu senken, wurden verschiedene Möglichkeiten genannt: Die verstärkte Nutzung von Audio- und/ oder Videokonferenzen soll durch eine neue Unternehmenspolitik am stärksten gefördert werden (bei 72% der Unternehmen). Jeweils die Hälfte der Untersuchungsteilnehmer hat angegeben, dass die Reduktion der Flügeisen und die Benutzung der Eisenbahn vorangetrieben werden soll. Eine deutlich geringere Unterstützung bekommt dagegen die Förderung von mehr Heimarbeit.

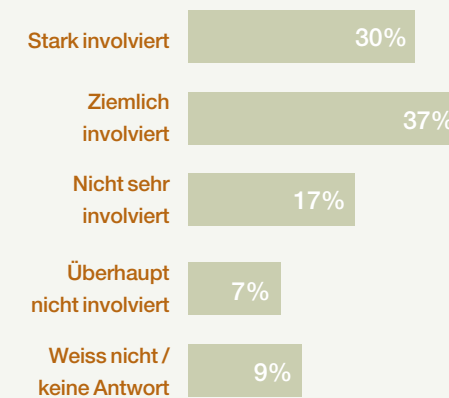


Durch Unternehmensrichtlinien gefördert



n=46

Mitwirkung des CEO bei der Ausarbeitung von Richtlinien für „grüne Geschäftsreisen“



n=46

Mitwirkung der Geschäftsleitung

Die Entwicklung von Richtlinien für „grüne Geschäftsreisen“ wurde mehrheitlich von der Geschäftsleitung vorangetrieben. Beteiligt waren dabei meistens auch Umwelt- oder Nachhaltigkeitsverantwortliche.

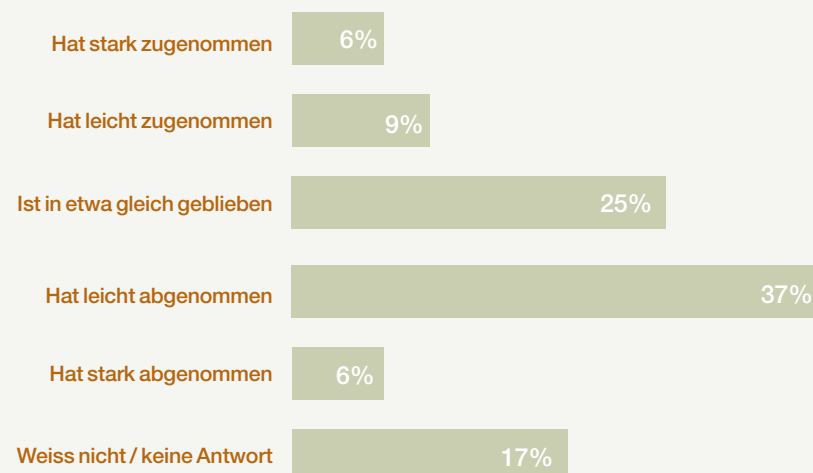
Die Beteiligung des CEO bei der Ausarbeitung der Richtlinien ist bei vielen Unternehmen von Bedeutung. In 67% Prozent der Fälle war der CEO dabei „ziemlich“ oder „stark involviert“.

2 Geschäftsflüge

Anzahl der Flüge im letzten Jahr

Im letzten Jahr ist bei 68% der Unternehmen die Anzahl der Flüge gesunken oder konstant geblieben. Nur bei 15% der Befragten war eine steigende Zahl der getätigten Flugreisen zu beobachten.

Veränderung der Anzahl Flüge im letzten Jahr

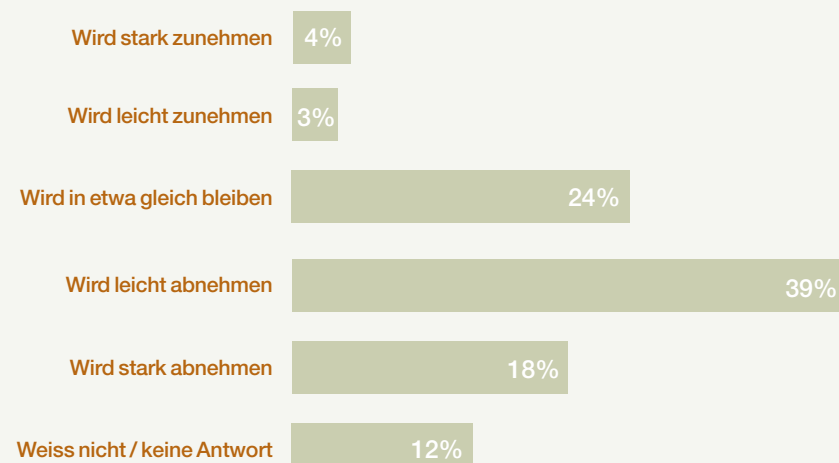


n=67

Anzahl der Flüge im nächsten Jahr

Fast 60% der Untersuchungsteilnehmer erwarten eine sinkende Anzahl von Flugreisen im nächsten Jahr. Nur 7% der befragten Unternehmen gehen davon aus, dass sich die Anzahl der getätigten Flüge im Verlauf des nächsten Jahres erhöhen wird.

Veränderung der Anzahl Flüge im nächsten Jahr



n=67

Werden die Angaben zur Anzahl der im letzten Jahr getätigten Flüge mit den für das nächste Jahr erwarteten Zahlen verglichen, so zeigt sich eine Tendenz zu weniger Flugreisen:

- Veränderungen im letzten Jahr: Nur 15% der befragten Unternehmen verzeichneten einen Anstieg aber 43% registrierten eine Abnahme der Flüge.

- Veränderung im nächsten Jahr: 7% der befragten Unternehmen erwarten einen Anstieg und 47% gehen von einer Abnahme der Anzahl Flüge aus.

Lediglich eine kleine Gruppe von Unternehmen machte präzise, quantitative Angaben zu den Veränderungen im Bereich der Flugreisen. Im letzten Jahr wurden von diesen durchschnittlich zirka 5% weniger Flugreisen getätigt. Im nächsten Jahr wird eine Abnahme von zirka 10% erwartet.

Die teilnehmenden Unternehmen wurden gebeten, spontan die wichtigsten Gründe für eine zukünftige Reduktion der Flugreisen zu nennen. Die verschiedenen Antworten lassen sich fünf Kategorien zuordnen. Diese sind in absteigender Reihenfolge:

- Wirtschaftliche Gründe (Zeit / Kosten): 52%
- Verstärkte Benutzung von Video- und Telefonkonferenzen: 22%
- Reduktion der CO₂-Emission: 12%
- Umweltschutz (allgemein): 12%
- Sonstiges: 5%

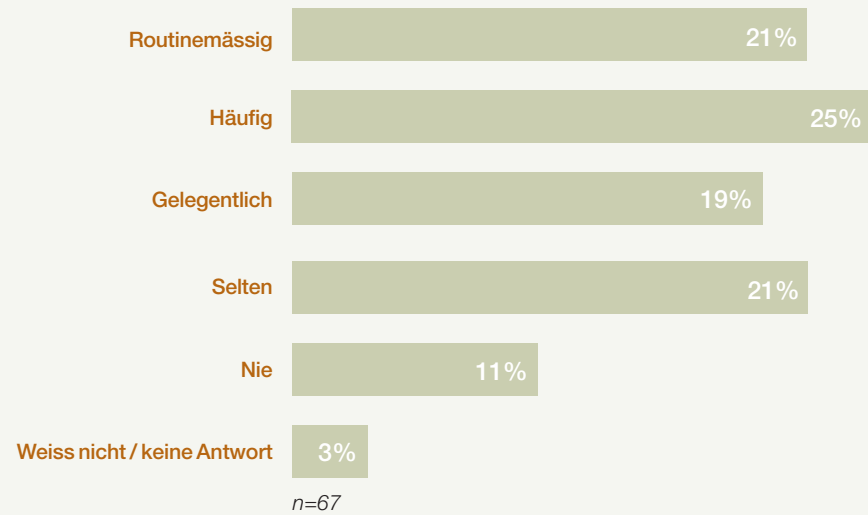


3 Verwendung von Videokonferenzen

Aktuelle Verwendung und Nutzen

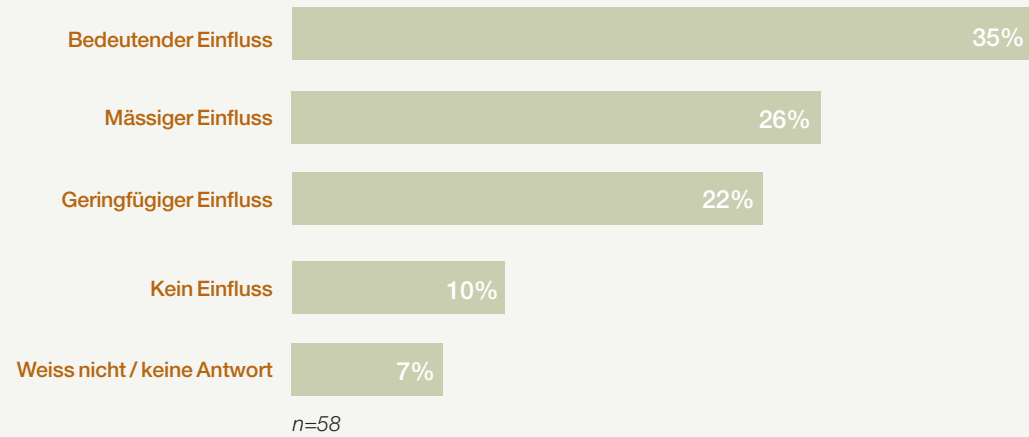
46% der Befragten gaben an, dass sie Videokonferenzen routinemässig oder häufig nutzen. 19% verwenden diese Technologie gelegentlich.

Häufigkeit der Benutzung von Videokonferenzen



Verknüpft man die Häufigkeit der Benutzung mit dem zukünftigen Interesse am Einsatz von Videokonferenzen so zeigt sich Folgendes: Von den Unternehmen, die Videokonferenzen „nie“, „selten“ oder nur „gelegentlich“ einsetzen, haben nur zwei kein Interesse an einer zukünftigen Nutzung.

Einfluss von Videokonferenzen auf die Reduktion der Flüge

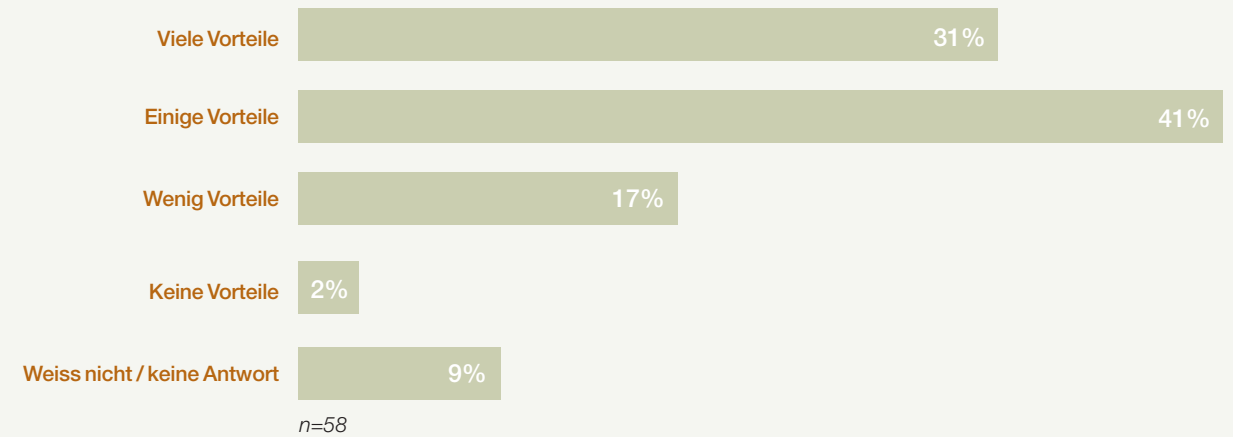


Neben der Reduktion der Flugreisen stiften Videokonferenzsysteme weiter auch einen geschäftlichen Nutzen: 89% der Studienteilnehmer gaben an, dass sie von der Verwendung

Die Mehrheit der Unternehmen (83%), die Videokonferenzen bereits einsetzen, ist der Meinung, dass dies mindestens einen geringen Einfluss auf die Anzahl der getätigten Flüge hat. Lediglich 10% vertreten die Ansicht, dass dadurch die Zahl der Flugreisen nicht reduziert wird.

profitieren konnten – beinahe ein Drittel (31%) waren der Meinung, dass durch Videokonferenzen sogar „viele Vorteile“ erzielt werden konnten.

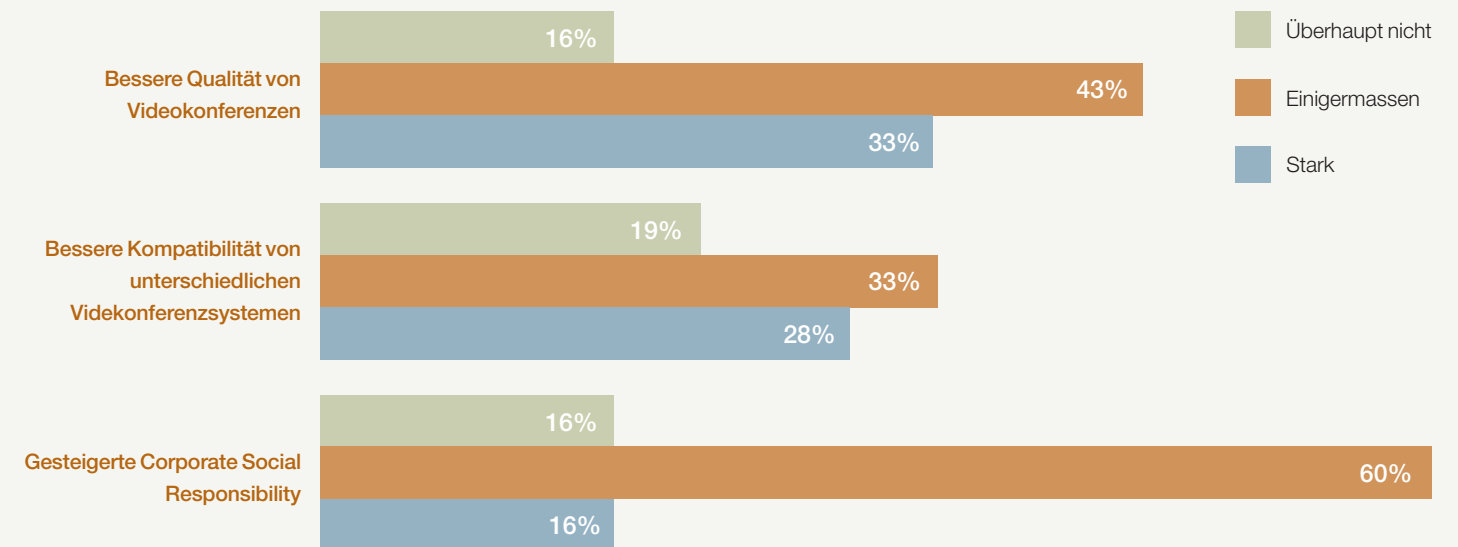
Nutzen, den Videokonferenzen gestiftet haben



Faktoren, die den Einsatz von Videokonferenzen fördern

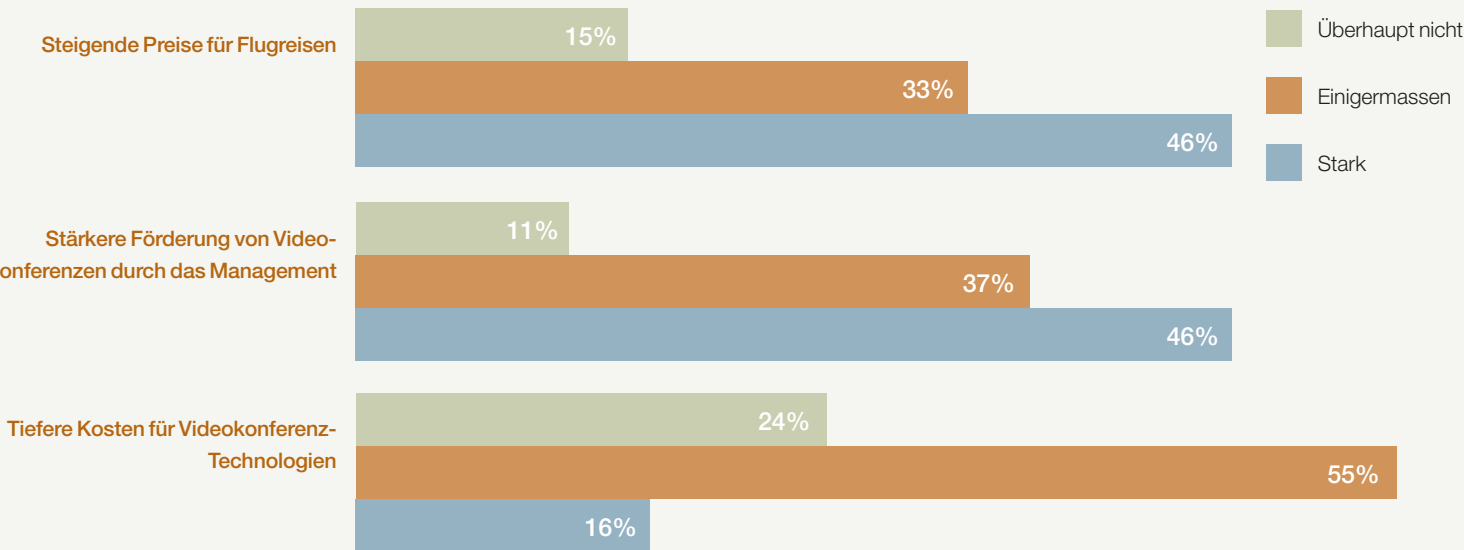
Den Teilnehmenden wurde eine Reihe von Faktoren vorgelesen, die einen Einfluss auf die zukünftige Nutzung von Videokonferenzen haben können. Dabei wurden sie jeweils gefragt, wie stark dieser Faktor die Verwendung erhöhen könnte.

Einfluss auf die Benutzung von Videokonferenzen



n=67 / Anmerkung: Die Summe beträgt nicht 100%, da auf die Darstellung der Antwortkategorie „Weiss nicht / Keine Antwort“ verzichtet wurde.

(Weiterführung)
Einfluss auf die Benutzung von Videokonferenzen



n=67 / Anmerkung: Die Summe beträgt nicht 100%, da auf die Darstellung der Antwortkategorie „Weiss nicht / Keine Antwort“ verzichtet wurde.

Von den sechs unterschiedlichen Faktoren wurden „Stärkere Förderung von Videokonferenzen durch den CEO oder das Senior Management“ und „Steigende Preise für Flugreisen“ als wichtigste Faktoren für die zukünftige Benutzung von Videokonferenzen genannt. Je 83% beziehungsweise 79% der Befragten gaben an, dass diese beiden Faktoren mindestens einen gewissen Einfluss auf die Erhöhung der Benutzung von Videokonferenzen haben. Auch die gesteigerte Bedeutung der „Corporate Social Responsibility“ wurde von den Unternehmen als begünstigender Faktor für Videokonferenzen eingeschätzt. Mehr als zwei Drittel der Unternehmen sehen eine bessere Qualität von Videokonferenzen als Voraussetzung für den Erfolg dieser Technologie; die Hälfte der Unternehmen vertritt die Ansicht, dass eine bessere Kompatibilität der unterschiedlichen Videokonferenzsysteme ihren Einsatz fördern würde. Mehr als die Hälfte der Befragten

ist zudem der Meinung, dass tiefere Kosten die Nutzung von Videokonferenzsystemen fördern würden, nur 24% der Unternehmen schätzen diese Kosten als nicht relevant ein.

Die Anwendung muss einfach sein (Transport, Lagerung, Kommunikation).

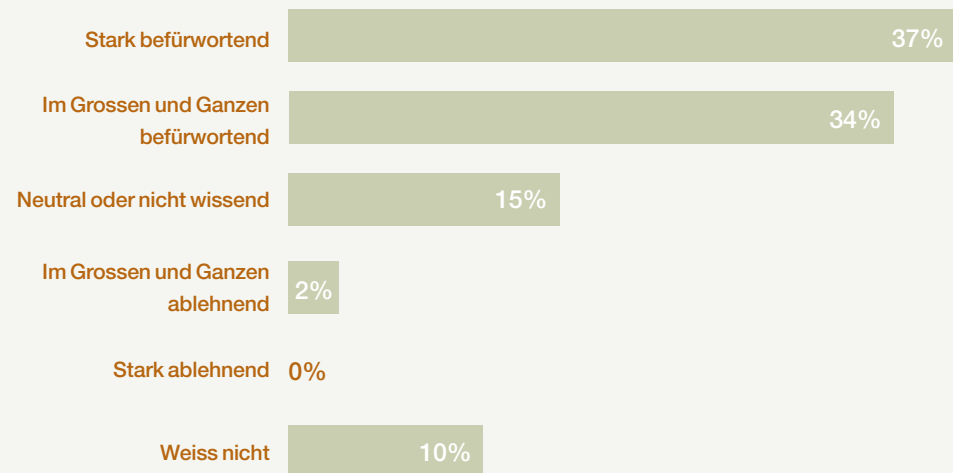
Die Vertraulichkeit und die Abhörsicherheit muss gewährleistet sein (Finanzwirtschaft).

Meinung des CEO

Die meisten CEOs stehen Videokonferenzen befürwortend gegenüber.

Über 70% der Befragten gaben an, dass der CEO ihres Unternehmens die Nutzung von Videokonferenzen unterstützt. Ausschlaggebend dafür sind Zeit- und Kosteneinsparungen sowie Umweltschutzüberlegungen.

Meinung des CEO über Videokonferenzen

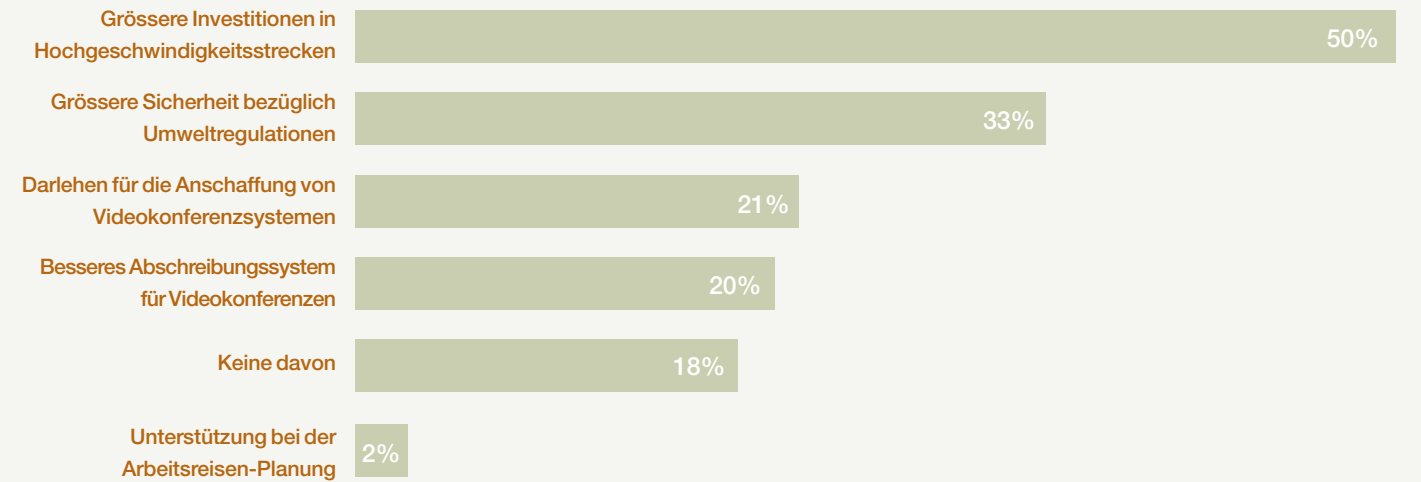


n=67

4 Staatliche Initiativen

Zur Förderung von „grünen Geschäftsreisen“ stehen dem Staat unterschiedliche Massnahmen zur Verfügung. Die Studienteilnehmer wurden gebeten zu ausgewählten Massnahmen Stellung zu beziehen und einzuschätzen, ob deren Einführung begrüsst und als sinnvoll erachtet wird.

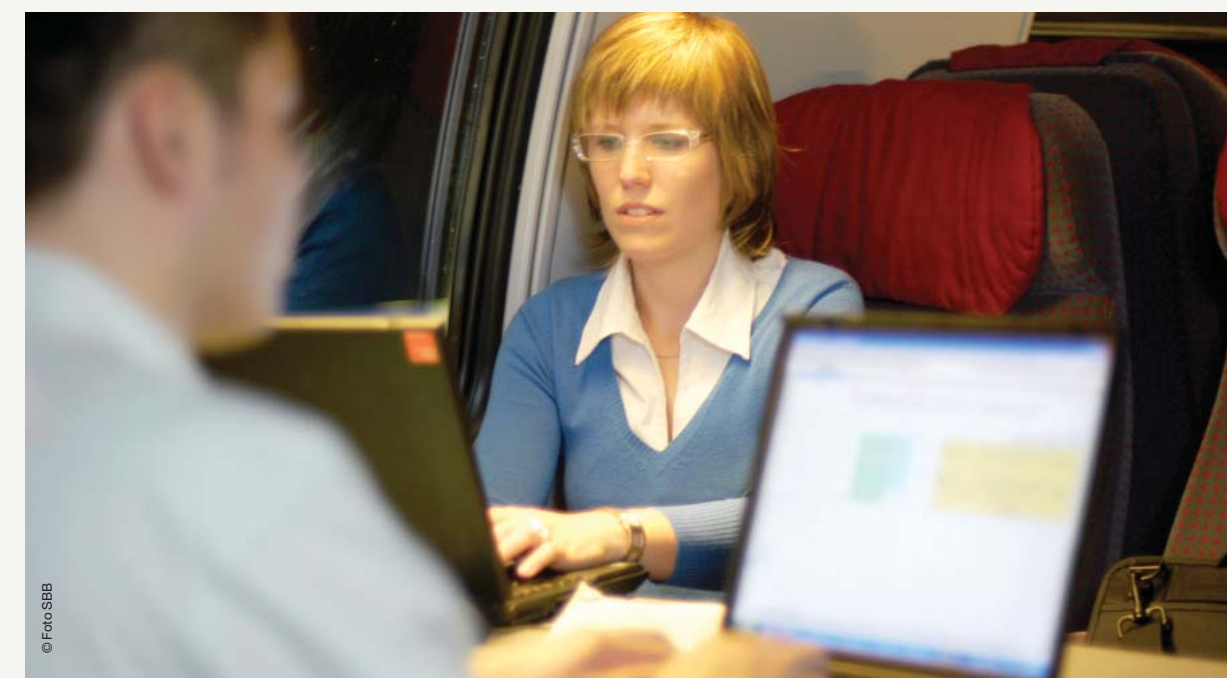
Staatliche Massnahmen, die am besten geeignet wären, „grüne Geschäftsreisen“ zu fördern



n=66

Am stärksten wird die Ausweitung der Investitionen in Hochgeschwindigkeitszugstrecken begrüsst. Da in der Schweiz diesbezüglich eine gute Situation vorherrscht und bei vielen Streckenabschnitten bereits Beschleunigungen umgesetzt wurden beziehungsweise geplant sind, dürften hier vor allem bessere und schnellere Verbindungen von der Schweiz ins europäische Ausland gemeint sein.

Darlehen für die Anschaffung von Videokonferenzsystemen und ein verbessertes Abschreibungssystem für Investitionen in Videokonferenztechnologien werden von je zirka 20% befürwortet.

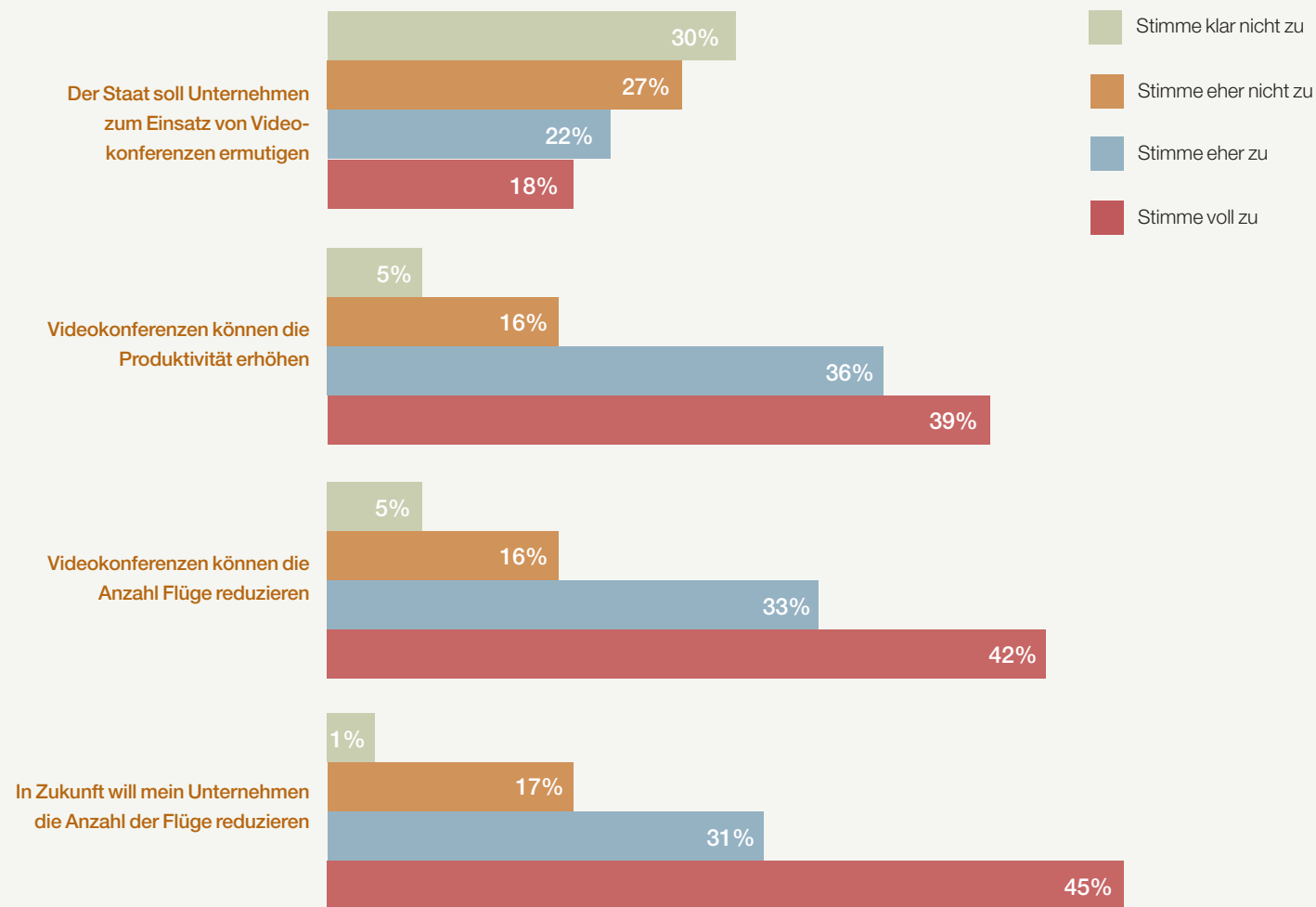


© Foto SBB

5 Meinungsbilder

Den Umfrageteilnehmern wurde eine Reihe von Aussagen zu verschiedenen Aspekten von Geschäftsreisen und der Verwendung von Videokonferenzen vorgelesen, zu denen sie jeweils das Mass der Zustimmung oder Ablehnung angeben sollten.

Mass der Zustimmung / Ablehnung



n=67 / Anmerkung: Die Summe beträgt nicht 100%, da auf die Darstellung der Antwortkategorie „Weiss nicht / Keine Antwort“ verzichtet wurde.

Die Mehrheit der Unternehmen beabsichtigt, die Anzahl der Flüge zu reduzieren. Der Aussage, dass das befragte Unternehmen die Anzahl der von den Mitarbeitenden getätigten Flüge in den nächsten zehn Jahren reduzieren will, stimmen 45% vollumfänglich und 31% „eher“ zu.

Der Aussage, dass durch den Einsatz von Videokonferenzen die Anzahl der Flugreisen reduziert werden kann, stimmen 42% „voll zu“.

Gleichzeitig vertreten fast 40% die Meinung, dass solche Systeme die Produktivität ihres Unternehmens erhöhen. Wenig Zustimmung erhalten staatliche Initiativen, die den Einsatz von Videokonferenzen fördern.

Fazit

Die Mehrheit der untersuchten Schweizer Unternehmen versucht bereits aktiv, die Umweltbelastung, die aus ihrer Reistätigkeit entsteht, zu reduzieren.

- 63% der befragten Unternehmen versuchen bereits aktiv, den CO₂-Fussabdruck im Bereich Geschäftsreisen zu reduzieren.
- 68% der Unternehmen haben bereits Richtlinien oder Politiken zur Förderung von „grünen Geschäftsreisen“ eingeführt oder entwickeln solche.

Einerseits wird eine sinkende Anzahl von Geschäftsflügen erwartet und andererseits besteht der Wunsch den Flugverkehr in Zukunft weiter zu reduzieren.

- 76% der Befragten wollen die Zahl der von ihrem Unternehmen getätigten Flüge in den nächsten zehn Jahren reduzieren.
- Für das nächste Jahr gehen die befragten Unternehmen durchschnittlich von einer rund 10-prozentigen Senkung der Flugreisen aus.

Videokonferenzen haben das Potenzial, den Flugverkehr und den dadurch verursachten CO₂-Ausstoss zu reduzieren. Sie senken Reisekosten und Reisezeiten. Gleichzeitig wird die Produktivität der Unternehmen erhöht.

- 75% der Unternehmen sind der Ansicht, dass durch den Einsatz von Videokonferenzen die Anzahl der Flugreisen reduziert werden kann.
- Von denjenigen Unternehmen, die bereits Videokonferenzen einsetzen, gaben 83% an, dass dadurch der Flugverkehr reduziert werden kann.
- In 71% der Unternehmen begrüsst der CEO die Verwendung von Videokonferenzsystemen.
- Von den befragten Unternehmen teilen 75% die Ansicht, dass Videokonferenzen die Produktivität des Unternehmens erhöhen können.

Unternehmen bedürfen dennoch ein gewisses Mass an Unterstützung und Förderung, um den zukünftigen Einsatz von Videokonferenzen noch zu erhöhen.

Die Nutzung kann maximiert werden, indem folgende Faktoren optimiert werden:

- Die Qualität der Videokonferenzsysteme.
- Die Benutzerfreundlichkeit von Videokonferenzsystemen.
- Die Kompatibilität zwischen den einzelnen Systemen.

Nächste Schritte auf dem Weg zu „grünere Geschäftsreisen“

Geschäftsreiserichtlinien zur Reduktion von Flügen schaffen

Es gibt drei Wege, um den CO₂-Ausstoss von Geschäftsreisen zu reduzieren:

- **Das Streichen von unnötigen Sitzungen.**
- **Die Benutzung von Alternativen zu Geschäftsreisen wie Telefon- oder Videokonferenzen („virtuelle Treffen“).**
- **Die Wahl von CO₂-ärmeren Reisearten wie Zugreisen.**

Die Konzeption, die Umsetzung und die Verwaltung einer „grünen Geschäftsreise-Politik“ sind weder kompliziert noch teuer. Benötigt wird einzig eine strukturierte Herangehensweise. Wie bei allen Veränderungen der Unternehmenskultur hängt der Erfolg vom Engagement des Managements und der Bereitschaft der Mitarbeitenden zu Verhaltensänderungen ab.

Damit „grüne Geschäftsreisen“ in die Tat umgesetzt werden können, sind folgende Faktoren zu beachten:

- Das Schaffen einer unternehmensweiten Bereitschaft zur Reduktion der CO₂-Emissionen von Geschäftsreisen.
- Eine sorgfältige Definition der Voraussetzungen für Geschäftsreisen.
- Das Schaffen von Richtlinien für „grüne Geschäftsreisen“.
- Die Einführung und Implementierung dieser Richtlinien im Unternehmen sowie das Schaffen von Anreizen und Zielen für die Mitarbeitenden.
- Ein Monitoring der wirtschaftlichen und ökologischen Erfolge (zum Beispiel eingesparte Reisekosten und Reisezeit, Reduktion des CO₂-Ausstosses oder gesparte Flugmeilen).

Nützliche Informationsquellen

Nützliche Informationen zur Umsetzung „grüner Geschäftsreisen“ und zur Anwendung von Videokonferenzen:

- Kampagne Mobilitätsmanagement in Unternehmen von EnergieSchweiz für Gemeinden:

Die Kampagne Mobilitätsmanagement in Unternehmen startete im Jahr 2005 und wurde im Jahr 2008 bis 2012 verlängert. Ziel der Kampagne ist es, in möglichst vielen Unternehmen ein Mobilitätsmanagement aufzubauen und Massnahmenpläne zu verabschieden, um den Energieverbrauch im Mobilitätsbereich zu senken. Projektträger sind Gemeinden oder Organisationen, welche ihrerseits die Unternehmen im Rahmen eines Programms angehen. Projektträger erhalten einen einmaligen Aufwandsbetrag von CHF 5'000.-. Zusätzlich können alle Projektträger je beteiligtes Unternehmen einen Beitrag von max. CHF 5'000.- beanspruchen.

Weitere Informationen unter:
www.energiestadt.ch

- Mobilservice, Plattform für eine zukunftsorientierte Mobilität:

Mobilservice ist eine Plattform für praxisorientierte Wissensvermittlung und die Vernetzung von Akteuren und ExpertInnen im Bereich der nachhaltigen Mobilität. Sie bietet verteilte Informationen über neuste Entwicklungen und aktuelle Themen im Mobilitätsmarkt und verfügt über eine Sammlung nachhaltiger und innovativer Mobilitätslösungen für Gemeinden und Unternehmen mit detaillierten Projektbeschreibungen, Umsetzungshilfen und Kontaktadressen.

Weitere Informationen unter:
www.mobilservice.ch

- Kommunikatometer von Swisscom:

Mit dem Kommunikatometer von Swisscom können Unternehmen individuell berechnen, welche jährlichen Einsparungen von Zeit, Kosten und Klimabelastung durch die Nutzung von Telekommunikationsdiensten möglich sind.

<http://www.swisscom.ch/solutions/kommunikatometer>

Teleconferencing: Video, Telefon und Web

„Virtuelle Treffen“ können mittels Video-, Telefon- und Webkonferenzlösungen abgehalten werden. Diese drei Typen von Konferenzsystemen unterscheiden sich anhand der damit transportierten Inhalte. Webkonferenzen dienen primär der Übermittlung von Bildschirmhalten, Telefonkonferenzen erlauben den persönlichen Austausch mit mehreren Personen durch ein Gespräch und Videokonferenzen übermitteln zusätzlich zum gesprochenen Wort bewegte Videobilder und somit bedingt auch die Gestik und Mimik der Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmer.

Telefonkonferenzen

Mittels Telefonkonferenzen ist es möglich, dass sich mehr als zwei Personen gleichzeitig miteinander unterhalten, ohne sich im gleichen Raum zu befinden. Ein Telefongespräch dient der Besprechung zwischen einer Vielzahl an Personen.

Für den Aufbau einer Telefonkonferenz stehen unterschiedliche Möglichkeiten zur Verfügung, die sich grob in zwei Kategorien unterteilen lassen: Einzelplatz- und Raumsysteme.

Bei einem Einzelplatzsystem dient als Ausgangspunkt ein Festnetzapparat oder ein Mobiltelefon; damit lassen sich Konferenzen mit einer kleinen Anzahl von Personen einrichten. Sobald jedoch die Zahl der Teilnehmenden grösser als drei ist, wird in der Regel zusätzlich zum eigentlichen Telefon ein Mehrpunkt-Konferenzserver benötigt. Die Konferenzteilnehmer wählen sich in diesem Fall auf einem Konferenzserver ein („Dial-in-Verfahren“) und autorisieren sich mittels PIN-Code zur Teilnahme am Gespräch. Alternativ bietet sich auch die Möglichkeit einer Dial-Out-Konferenz an. In der Planung der Konferenz werden die Rufnummern auf dem Konferenzserver hinterlegt und dieser ruft alle Teilnehmer beim Konferenzstart an.

Raumsysteme unterscheiden sich von Einzelplatzsystemen dadurch, dass nicht alle Teilnehmenden ein eigenes Telefon benutzen. Konferenzapparate kommen typischerweise in Sitzungszimmern zum Einsatz und erlauben es mehreren Personen, über ein Telefon am Gespräch teilzunehmen. Hierbei sorgt die im Konferenztelefon eingebaute Echounterdrückung dafür, dass die Aussagen von den örtlich getrennten Konferenzteilnehmern gut verstanden werden.



Videokonferenzen

Dank Videokonferenzen können sich die Gesprächspartnerin oder der Gesprächspartner nicht nur hören, sondern auch sehen.

Einfache Videokonferenzen können mit einem Computer und einer Webcam aufgebaut werden. Sind die Ansprüche an die Qualität des übertragenen Bild- und Tonmaterials jedoch höher, muss auf hochwertigere Systeme zurückgegriffen werden. Auch bei Videokonferenzen lassen sich Einzelplatzsysteme und Raumsysteme unterscheiden.

Zu den Desktop- bzw. Einzelplatzsystemen zählen softwarebasierte Lösungen für PCs und Laptops, welche um einfache USB Kameras und z.B. Kopfhörer-/Mikrofon-Garnituren erweitert werden. Raumsysteme ermöglichen es mittleren bis grossen Personengruppen an einem Standort (Sitzungszimmer) an Videokonferenzen teilzunehmen. Je nach Videokonferenz-Ausrüstung und Kommunikationsmedium (z.B. Internet) lassen sich auch Verbindungen realisieren, die den höchsten Qualitätsansprüchen genügen. Durch variable Ausstattungsmerkmale können Zusatzwerte geschaffen werden. Dies z.B. durch den Einsatz von speziellen Kameras (Dokumentenkameras, Endoskopiekameras, ...). Grosse Monitore oder Projektionen erlauben auch die Integration dieser Systeme in grossen Konferenzräumen.

Webkonferenzen

Allen Teilnehmenden einer Webkonferenz wird es ermöglicht, dass sie die Inhalte des Computerbildschirms der anderen Personen sehen können („Desktop Sharing“) – beispielsweise eine Präsentation, die Vorstellung einer Software oder das Editieren eines Textdokuments. Während einer Webkonferenz kann zwischen den Bildschirmhalten aller Teilnehmenden gewechselt werden. Neben dem einfachen „Desktop Sharing“ erlauben Webkonferenzen zusätzlich den Austausch von Dateien. Sowohl Telefon- als auch Videokonferenzen lassen sich mit Webkonferenzen kombinieren.

Fazit

Die am Markt verfügbaren Telefon-, Video- und Webkonferenzlösungen sind ausgesprochen vielfältig. Es gibt einerseits integrierte Lösungen, die alle Funktionen in einem System vereinen, andererseits Lösungen, die sich auf ein Einsatzgebiet beschränken. Insbesondere im Bereich der Videokonferenzen unterscheiden sich die Produkte je nach Hersteller stark. Anbieter wie Cisco, Hewlett Packard oder Tandberg bieten mittlere bis zu High-Definition-Videokonferenz-Produkte an, die bezüglich Videoqualität kaum Wünsche offen lassen. Diese High-End Komplettlösungen wie „Cisco TelePresence System 3200“, „Halo Telepresence Solution“ von Hewlett Packard oder „Telepresence T3“ von Tandberg haben jedoch auch einen entsprechend hohen Preis. Für den Grossteil der Unternehmen, die Videokonferenzen einsetzen möchten, ist ein solches High-End-Videokonferenzsystem aber gar nicht nötig. Systeme aus der mittleren Preisklasse bieten zwar meist nur eine geringere Videoqualität. Die Hauptbedürfnisse von Unternehmen lassen sich aber bereits durch die einfache Kombination von Telefon- und Webkonferenzen abdecken. Auch KMU stehen damit der Weg zu „virtuellen Treffen“ offen.



Anhang 1

- Untersuchungsdesign und Stichprobe

Design der quantitativen Untersuchung:

Die Stichprobe bestand aus einer Liste mit den 200 grössten Schweizer Unternehmen.⁹

Die Unternehmen wurden telefonisch kontaktiert und die jeweils für Umweltschutz oder Nachhaltigkeit verantwortliche Person ausfindig gemacht. Diese Personen wurden dann gebeten, an der Umfrage teilzunehmen.

Mit den zuständigen Personen wurden Telefoninterviews geführt. Einzelne Unternehmen haben die Fragen schriftlich beantwortet.

Es haben 67 Unternehmen an der Umfrage teilgenommen.

Fragebogen

Die Grundlage für den Fragebogen bildete eine Übersetzung des Fragebogens der Studie „Travelling Light“.¹⁰

Zusammensetzung der Stichprobe nach Branchen

Finanzwirtschaft (Banken, Versicherungen):	15
Transport, Lagerung, Kommunikation:	10
Verarbeitende Industrie:	10
Herstellung von Chemie und Pharma:	9
Baugewerbe:	5
Elektrizitätswirtschaft:	5
Gross- und Detailhandel:	4
Informatik:	2
Dienstleistungen für Unternehmen (Consulting, Revisionsgesellschaften):	1
Öl und Gas:	1
Anderes:	5

Teilnehmergewinnung und Erhebungsmethoden

Von den 200 kontaktierten Unternehmen waren 67 bereit an der Studie teilzunehmen. Im Rahmen des Interviews wurden ihnen mehrheitlich geschlossene Fragen gestellt. Sie wurden auf die Zielsetzung, die Gewährleistung der Anonymität und die Zustellung des Resultatberichts an alle Teilnehmenden als Dankeschön hingewiesen. Anreize wie Wettbewerbe wurden nicht eingesetzt. Durch diese Selbstselektion haben bevorzugt Personen teilgenommen, die sich für das Thema interessieren. Die Resultate sind also nicht auf alle Unternehmen und Verwaltungen verallgemeinerbar. Sie repräsentieren tendenziell die Meinung jener Personen und Unternehmen, die sich bereits mit ihren Reisepraktiken befassen, bereits Massnahmen in diesem Bereich umgesetzt haben oder dies zumindest langfristig ins Auge fassen.

⁹ Als Grundlage dienten folgende Listen der Handelszeitung:

- Die grössten Unternehmen in der Schweiz (nach Umsatz).
- Die grössten Banken der Schweiz (nach Umsatz).
- Die grössten Schweizer Versicherer (nach Umsatz).

¹⁰ Travelling Light. Why the UK's biggest companies are seeking alternatives to flying. http://assets.wwf.org.uk/downloads/travelling_light.pdf

Anhang 2

- Fragebogen

1

Welchen Einfluss hatten bis heute die Debatten über Klimawandel und Umweltschutz auf das Geschäftsverhalten?

- 1) Einen grossen Einfluss
- 2) Einen ziemlich grossen Einfluss
- 3) Nur wenig Einfluss
- 4) Keinen Einfluss
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

2

Welche der folgenden Aussagen beschreibt am besten Ihre Einschätzung davon, wie sich voraussichtlich das Geschäftsverhalten in den nächsten zehn Jahren infolge des Klimawandels verändern wird?

- 1) Es wird viele Veränderungen geben als Folge der Klimaveränderung
- 2) Es wird einige Veränderungen geben als Folge der Klimaveränderung
- 3) Es wird keine Veränderungen geben als Folge der Klimaveränderung
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

3

Versucht Ihr Unternehmen aktiv seinen CO₂-Fussabdruck, den Ausstoss von CO₂ und anderen Treibhausgasen, zu reduzieren?

- 1) Ja, das tun wir bereits
- 2) Ja, wir planen das zu tun
- 3) Nein

4

Und sind Geschäftsreisen ein Bereich, in dem Ihr Unternehmen versucht den CO₂-Fussabdruck zu reduzieren?

- 1) Ja, das tun wir bereits
- 2) Ja, wir planen das zu tun
- 3) Nein

5

Eine wachsende Anzahl von Unternehmen hat eine Unternehmenspolitik, die „grüne Geschäftsreisen“ fördert. Unter „grünen Geschäftsreisen“ verstehe ich die Wahl von Reisearten, die weniger CO₂ ausstossen. Hat Ihr Unternehmen solche Richtlinien oder beabsichtigt es solche einzuführen?

- 1) Ja, haben wir
- 2) Ja, entwickeln wir
- 3) Nein

6

Könnten Sie mit bitte die wichtigsten Punkte der vorhandenen oder beabsichtigten Richtlinien nennen?

- Existieren beispielsweise quantitative Zielvorgaben zur Reduzierung der Flüge?
- Gibt es bestimmte Destinationen, für die mit dem Zug gereist werden muss, anstelle des Flugzeugs?

7

Wenn Sie in die Zukunft schauen: Welche der folgenden Punkte erwarten Sie, werden durch die Richtlinien für Geschäftsreisen gefördert?

- 1) Weniger Treffen, die Reisen benötigen
- 2) Weniger Treffen, die Flugreisen benötigen
- 3) Mehr Zugreisen zu Treffen
- 4) Verstärkte Benutzung von Videokonferenzen
- 5) Verstärkte Benutzung von Audiokonferenzen (über das Telefon)
- 6) Mehr Heimarbeit
- 7) Verstärkte Benutzung von internetbasierten Kollaborations-Methoden wie Collanos oder Netviewer etc.
- 8) Nichts davon
- 9) Anderes:

8

Wer hat die Entwicklung der Richtlinien für „grüne Geschäftsreisen“ vorangetrieben?

- 1) CEO
- 2) Geschäftsleitungsmitglieder
- 3) Aktionäre
- 4) Andere:

9

Wie stark war Ihr CEO bei der Entwicklung der Richtlinien für „grüne Geschäftsreisen“ involviert? Was würden Sie sagen:

- 1) Stark involviert
- 2) Ziemlich involviert
- 3) Nicht sehr involviert
- 4) Überhaupt nicht involviert
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

Flugreisen 1

Ich würde Ihnen nun gerne ein paar Fragen zu den Geschäftsflügen Ihrer Unternehmung stellen.

Wie hat sich Ihrer Meinung nach die Anzahl der getätigten Flüge im letzten Jahr verändert? Die Anzahl:

- 1) Hat stark zugenommen
- 2) Hat leicht zugenommen
- 3) Ist in etwa gleich geblieben
- 4) Hat leicht abgenommen
- 5) Hat stark abgenommen
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

Flugreisen 2

Und wie wird sich die Anzahl der getätigten Flüge Ihrer Meinung nach im nächsten Jahr verändern? Die Anzahl:

- 1) Wird stark zunehmen
- 2) Wird leicht zunehmen
- 3) Wird in etwa gleich bleiben
- 4) Wird leicht abnehmen
- 5) Wird stark abnehmen
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

10a

Und wären Sie in der Lage mir präzisere Angaben zu den Veränderungen bei den Flugreisen zu geben?

- 1) Ja
- 2) Nein, werde diese nicht preisgeben
- 3) Nein, solche Zahlen haben wir nicht
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

10b

Bitte schätzen Sie, wie stark sich die Gesamtzahl der in Ihrem Unternehmen getätigten Flüge im letzten Jahr in etwa verändert hat?

- 1) Zunahme um:
- 2) Keine Veränderung
- 3) Abnahme um:
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

10c

Und wie schätzen Sie, wird sich die Gesamtzahl der Flüge im nächsten Jahr verändern?

- 1) Zunahme um:
- 2) Keine Veränderung
- 3) Abnahme um:
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

11

Bitte machen Sie sich Gedanken zu den Langstreckenflügen in Ihrem Unternehmen.

11a

Bitte schätzen Sie, wie sich die Anzahl der Langstreckenflüge in Ihrem Unternehmen im letzten Jahr verändert hat?

- 1) Zunahme um:
- 2) Keine Veränderung
- 3) Abnahme um:
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

11b

Bitte schätzen Sie, wie sich die Anzahl der Langstreckenflüge im nächsten Jahr verändern wird?

- 1) Zunahme um:
- 2) Keine Veränderung
- 3) Abnahme um:
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

12

Bitte machen Sie sich Gedanken zu den Kurzstreckenflügen in Ihrem Unternehmen.

12a

Bitte schätzen Sie wie sich die Anzahl der Kurzstreckenflüge in Ihrem Unternehmen im letzten Jahr verändert hat?

- 1) Zunahme um:
- 2) Keine Veränderung
- 3) Abnahme um:
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

Anhang 2

- Fragebogen

12b

Bitte schätzen Sie wie sich die Anzahl der Kurzstreckenflüge im nächsten Jahr verändern wird?

- 1) Zunahme um:
- 2) Keine Veränderung
- 3) Abnahme um:
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

13

Gibt es bestimmte Gründe, die Ihr Unternehmen dazu bewegen könnten in Zukunft weniger zu fliegen?

14

Bitte machen Sie sich nun Gedanken zu Videokonferenzen. Darunter verstehe ich alle Systeme, die es erlauben, dass Menschen sich sehen und in Echtzeit kommunizieren können, obwohl sie an unterschiedlichen Standorten arbeiten.

Was würden Sie sagen, wie häufig werden in ihrem Unternehmen Videokonferenzen aktuell eingesetzt?

- 1) Routinemässig
- 2) Häufig
- 3) Gelegentlich
- 4) Selten
- 5) Nie
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

15

Und welchen Einfluss hatten, wenn denn einer vorhanden ist, Videokonferenzen auf die Reduktion der Geschäftsflüge in Ihrem Unternehmen? Was würden Sie sagen:

- 1) Einen bedeutenden Einfluss
- 2) Einen mässigen Einfluss
- 3) Einen geringfügigen Einfluss
- 4) Keinen Einfluss
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

16

Was haben Videokonferenzen Ihrem Unternehmen gebracht?

- 1) Viele Vorteile
- 2) Einige Vorteile
- 3) Wenig Vorteile
- 4) Keine Vorteile
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

17

Wie interessiert ist Ihr Unternehmen an der zukünftigen Nutzung von Videokonferenzen?

- 1) Sehr interessiert
- 2) Einigermassen interessiert
- 3) Überhaupt nicht interessiert
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

18

Ich werde Ihnen nun eine Reihe von Faktoren nennen, die einen Einfluss auf die zukünftige Benutzung von Videokonferenzen haben können. Könnten Sie mir bitte für jeden Faktor angeben, in welchen Mass dieser die Benutzung erhöhen würde.

18a

Tiefere Kosten für die Videokonferenz-Technologien. In welchem Mass könnte dies die zukünftige Benutzung von Videokonferenzen in Ihrem Unternehmen erhöhen?

- 1) Stark
- 2) Einigermassen
- 3) Überhaupt nicht
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

18b

Stärkere Förderung von Videokonferenzen durch den CEO oder das Senior Management. In welchem Mass könnte dies die zukünftige Benutzung von Videokonferenzen in Ihrem Unternehmen erhöhen?

- 1) Stark
- 2) Einigermassen
- 3) Überhaupt nicht
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

18c

Steigende Preise für Flugreisen. In welchem Mass könnte dies die zukünftige Benutzung von Videokonferenzen in Ihrem Unternehmen erhöhen?

- 1) Stark
- 2) Einigermassen
- 3) Überhaupt nicht
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

18d

Gesteigerte Wichtigkeit der „Unternehmerischen Sozialverantwortung“ (Corporate Social Responsibility) in Bezug auf die Reduktion des CO₂-Fussabdruckes. In welchem Mass könnte dies die zukünftige Benutzung von Videokonferenzen in Ihrem Unternehmen erhöhen?

- 1) Stark
- 2) Einigermassen
- 3) Überhaupt nicht
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

18e

Bessere Kompatibilität von unterschiedlichen Videokonferenzsystemen. In welchem Mass könnte dies die zukünftige Benutzung von Videokonferenzen in Ihrem Unternehmen erhöhen?

- 1) Stark
- 2) Einigermassen
- 3) Überhaupt nicht
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

18f

Verbesserte oder bessere Qualität der Videokonferenzen. In welchem Mass könnte dies die zukünftige Benutzung von Videokonferenzen erhöhen?

- 1) Stark
- 2) Einigermassen
- 3) Überhaupt nicht
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

19

Welche anderen Faktoren könnten das Interesse Ihres Unternehmens an der zukünftigen Benutzung von Videokonferenzen erhöhen, wenn überhaupt solche vorhanden sind.

20

Denken Sie an die Meinung des CEOs über Videokonferenzen. Wie würden Sie seine Meinung dazu beschreiben?

- 1) Stark befürwortend
- 2) Im Grossen und Ganzen befürwortend
- 3) Neutral oder nicht wissend
- 4) Im Grossen und Ganzen ablehnend
- 5) Stark ablehnend
- 0) Weiss nicht / keine Antwort

21

Was denken Sie, weshalb ist das so?

22

Welche der folgenden Massnahmen könnte der Staat einführen, um ihr Unternehmen bei der Umsetzung von „grünen Geschäftsreisen“ zu unterstützen?

- 1) Darlehen für die Anschaffung von angemessener Videokonferenzausstattung geben
- 2) Ein verbessertes Abschreibungssystem für Videokonferenzsysteme einführen, damit die Kosten schneller abgeschrieben werden können als üblich
- 3) Grössere Investitionen in ein Hochgeschwindigkeitszugsnetz tätigen
- 4) Mehr Unterstützung bei der Arbeitsreisen-Planung leisten
- 5) Grössere Sicherheit bezüglich zukünftiger Umweltregulationen schaffen
- 6) Anderes:
- 7) Keines davon
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

23

Nun werde ich Ihnen vier Aussagen vorlesen. Bitte sagen Sie bei jeder wie stark sie diesen zustimmen: Stimme klar zu, stimme eher zu, stimme eher nicht zu, stimme klar nicht zu.

23a

Mein Unternehmen wird voraussichtlich die Anzahl der von den Mitarbeitenden getätigten Flüge in den nächsten zehn Jahren reduzieren wollen. In welchem Mass stimmen Sie dieser Aussage zu?

- 1) Stimme voll zu
- 2) Stimme eher zu
- 3) Stimme eher nicht zu
- 4) Stimme klar nicht zu
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

Anhang 2

- Fragebogen

23b

Videokonferenzen haben das Potenzial die Anzahl der von meinem Unternehmen getätigten Flüge zu reduzieren. In welchem Mass stimmen Sie dieser Aussage zu?

- 1) Stimme voll zu
- 2) Stimme eher zu
- 3) Stimme eher nicht zu
- 4) Stimme klar nicht zu
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

23c

Richtig eingesetzt kann die Produktivität meines Unternehmens durch Videokonferenzen erhöht werden. In welchem Mass stimmen Sie dieser Aussage zu?

- 1) Stimme voll zu
- 2) Stimme eher zu
- 3) Stimme eher nicht zu
- 4) Stimme klar nicht zu
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

23d

Der Staat sollte die Unternehmen stärker ermutigen, in Videokonferenz-Technologien zu investieren. In welchem Mass stimmen Sie dieser Aussage zu?

- 1) Stimme voll zu
- 2) Stimme eher zu
- 3) Stimme eher nicht zu
- 4) Stimme klar nicht zu
- 0) Weiss nicht / Keine Antwort

24

Haben Sie weitere Kommentare zur Nutzung von Videokonferenzen und deren möglichen Einfluss auf Geschäftsreisen?

25

Abschliessend möchte ich Ihnen noch einige allgemeine Fragen zu Ihrer Person und Ihrem Unternehmen stellen, damit wir den Kontext Ihrer Antworten besser verstehen.

25a

In welcher Funktion sind Sie tätig?

- 1) Geschäftsreisen-VerantwortlicheR
- 2) CSR VerantwortlicheR
- 3) NachhaltigkeitsverantwortlicheR
- 4) UmweltverantwortlicheR
- 5) FinanzverantwortlicheR
- 6) Anderes:

26

In welcher Branche ist Ihr Unternehmen hauptsächlich tätig?

- 1) Baugewerbe
- 2) Elektrizitätswirtschaft
- 3) Öl und Gas
- 4) Wasserversorgung
- 5) Finanzwirtschaft (Banken, Versicherungen)
- 6) Informatik
- 7) Dienstleistungen für Unternehmen (Consulting, Revisionsgesellschaften)
- 8) Herstellung von Chemie und Pharma
- 9) Gastgewerbe (Hotel und Restaurant)
- 10) Minen und Bergbau, Land- und Forstwirtschaft
- 11) Verarbeitende Industrie
- 12) Immobilienbranche
- 13) Transport, Lagerung, Kommunikation
- 14) Gross- und Detailhandel
- 15) Anderes

27

Wo befindet sich der Hauptstandort Ihres Unternehmens in der Schweiz?

28

Möchten Sie, dass Ihr Unternehmen als Umfrageteilnehmer im Studienbericht genannt wird? Die von Ihnen gemachten Angaben werden auch in diesem Fall nur anonymisiert verwendet.

- 1) Ja
- 2) Nein

Angaben zur Person und zum Unternehmen

Damit wir Ihnen den Studienbericht zustellen können, benötigen wir unbedingt Ihre E-Mail-Adresse.

Firma:
Anrede:
Vorname / Name:
Strasse:
PLZ / Ort:
E-Mail-Adresse:
Telefonnummer:

Anhang 3

- Danksagung

Der WWF Schweiz bedankt sich bei sieber&partners und den teilnehmenden Unternehmen, unter anderen bei folgenden:

ALSTOM (Schweiz) AG
Amedis UE SA
BASF Schweiz AG
Basler Kantonalbank
BOBST SA
Bucher Industries AG
Clariant Produkte (Schweiz) AG
Coop Gruppe
Elektrizitäts-Gesellschaft Laufenburg AG
Emmi Schweiz AG
Generali (Schweiz) Holding AG
Georg Fischer AG
Gétaz Romang SA
Givaudan SA
Helvetia Versicherungen
Hewlett-Packard (Schweiz) GmbH
IBM Schweiz AG
Kaba Holding AG
Miauton SA
Panalpina Welttransport (Holding) AG
Sonova Holding AG
Rätia Energie AG
Ringier Holding AG
Sika Schweiz AG
SR Technics Holding
SRG SSR idée suisse
SUVA
Swiss International Air Lines AG
Swiss Reinsurance Company Ltd.
Swiss Steel AG
Swisscom (Schweiz) AG
Triumph International
UBS AG
Valiant Holding AG
Valora AG
Vontobel Holding AG
Zürcher Kantonalbank



wwf.ch

for a living planet[®]

Der WWF will der weltweiten Naturzerstörung Einhalt gebieten und eine Zukunft gestalten, in der die Menschen im Einklang mit der Natur leben.

Der WWF setzt sich weltweit ein für:

- die Erhaltung der biologischen Vielfalt,
- die nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen,
- die Eindämmung von Umweltverschmutzung und schädlichem Konsumverhalten.

WWF Schweiz
Hohlstrasse 110, Postfach
8010 Zürich
t: 044 297 21 21
f: 044 297 21 00
service@wwf.ch