

Unser Beitrag fürs Klima - WWF Schweiz

Wie wir unsere Treibhausgasemissionen reduzieren und darüber hinaus etwas für den Klimaschutz tun



© IMAGO / NORINA TOENGES

Einführung

Der Klimawandel ist eine der grössten Herausforderungen der heutigen Zeit mit vielfältigen Folgen – von vermehrten extremen Wetterereignissen über den Verlust der Artenvielfalt bis hin zu sozialen und wirtschaftlichen Risiken. Wissenschaft und Gesellschaft sind sich einig: Entschlossenes Handeln ist nötig, um die schlimmsten Auswirkungen noch abzuwenden und unsere Lebensgrundlagen zu erhalten.

Der WWF Schweiz engagiert sich auf verschiedenen Ebenen für mehr Klimaschutz– von lokalen Initiativen bis hin zu globalen Lösungen. Wir arbeiten an den grossen Transformationshebeln wie Politik, Finanz- und Realwirtschaft sowie Bildung (vgl. Anhang). Unser Anspruch: Die Erwärmung auf maximal 1.5°C begrenzen - was gemäss IPCC¹ nur erreicht werden kann, wenn die weltweiten Treibhausgasemissionen bis 2030 halbiert und bis 2050 auf Netto-Null reduziert werden. Dazu müssen alle einen Beitrag leisten. Wir gehen selbst mit gutem Beispiel voran und verfolgen Klimaziele, die sich an den von uns entwickelten Leitlinien orientieren. Mehr dazu ab Seite 4 im Kapitel «Walk the talk - unser Beitrag».

Wir sind überzeugt, dass nachhaltige Lösungen gemeinsam mit der Wirtschaft vorangetrieben werden müssen, damit sich die Schweizer Wirtschaft insgesamt positiv auf Natur, Umwelt und Gesellschaft im In- und Ausland auswirkt. Unser Ziel ist es, das globale Wirtschaftssystem mit den planetaren Grenzen in Einklang zu bringen.

Unternehmen spielen eine zentrale Rolle im Klimaschutz, denn sie haben einen grossen Einfluss auf den globalen Ressourcenverbrauch und sind gleichzeitig innovative Treiber für nachhaltige Lösungen. Mit ihrer ökonomischen Stärke können sie Wertschöpfungsketten von ganzen Branchen transformieren, das Konsumverhalten beeinflussen und neue Märkte für eine Netto-Null-Wirtschaft aufbauen. Damit Unternehmen ihr Klimaschutzpotenzial ausschöpfen können, bietet der WWF konkrete Leitlinien. Mit «**Fit für Paris: Ein Leitfaden, wie sich unternehmerische Klimastrategien mit dem Pariser Abkommen vereinbaren lassen**» zeigt der WWF auf, wie glaubwürdige und wirkungsvolle unternehmerische Klimastrategien aussehen sollten. Das darin vorgestellte 'Klima-Framework' (siehe Abbildung 1) basiert auf vier zentralen Bausteinen, die das Klimaengagement innerhalb sowie ausserhalb der eigenen Wertschöpfungsketten betrachten:



Abbildung 1: Das 'Klima-Framework' des WWF Schweiz, welches aufzeigt aus welchen Bausteinen eine glaubwürdige und wirkungsvolle unternehmerische Klimastrategie besteht.

- Der **erste** Baustein umfasst die Erstellung und Offenlegung der Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 1–3) gemäss dem **Greenhouse Gas Protocol** (GHGP)².
- Darauf aufbauend werden im **zweiten** Schritt wissenschaftsbasierte Klimaziele formuliert. Der internationale Standard dazu ist die **Science Based Targets initiative** (SBTi, vgl. Box 1). Die Standards, Instrumente und Leitlinien der SBTi ermöglichen es Unternehmen, Ziele für die Treibhausgasreduktion zu setzen, die den Anforderungen entsprechen, um die globale Erderwärmung auf 1.5°C zu beschränken. Sie zeigt auf, um wieviel die Treibhausgasemissionen bis wann reduziert werden müssen, um wissenschaftsbasiert zu sein, das heisst, gemäss wissenschaftlichen Erkenntnissen mit den Anforderungen zur Erreichung des globalen Klimaziels der Pariser Vereinbarung übereinstimmen. Besonders wichtig ist, dass kurz- und langfristige Ziele gesetzt werden, das heisst, dass es einerseits Ziele über einen Zeitraum von 5 bis 10 Jahren gibt und darüber hinaus Ziele für Netto-Null (z.B. 2040, spätestens 2050 je nach Sektor/Unternehmen) und dass diese Ziele sämtliche Emissionen (Scope 1-3) abdecken.
- Als **dritten** Baustein sollen Unternehmen auch Verantwortung für ihre weiterhin anfallenden Emissionen auf dem Weg zu Netto-Null übernehmen und Klimaschutz ausserhalb ihren eigenen Wertschöpfungsketten finanzieren – in SBTi-Sprache wird diese zusätzliche Klimafinanzierung «**Beyond Value Chain Mitigation**» (BVCM) oder neuerdings auch «**Ongoing emissions responsibility**» (OER) genannt. Idealerweise wird dazu eine CO₂-Bepreisung

¹ https://unfccc.int/sites/default/files/resource/parisagreement_publication.pdf

² Das Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) ist der international anerkannte Standardrahmen zur Erfassung, Quantifizierung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen von Unternehmen, Organisationen und Projekten: <https://ghgprotocol.org/>

eingeführt («Money-for-Tonne» Ansatz), deren Preis sich an den Klimafolgekosten³ orientiert. Das Klimafinanzierungsbudget soll einerseits für Projekte mit positiver Wirkung für Klima, Natur und Mensch eingesetzt werden, andererseits sollen auch transformationsfördernde Aktivitäten unterstützt werden, zum Beispiel im Bereich Innovation, Bildung oder Advocacy. Zu diesem Thema hat der WWF Schweiz folgende Leitlinien publiziert:

- **Fit für Paris – Ein Nachfolgemodell für die CO₂-Kompensation: wie Unternehmen zusätzlichen Klimaschutz finanzieren sollen.** Dieser Leitfaden erklärt, wie Unternehmen Verantwortung für ihre weiterhin anfallenden Emissionen wahrnehmen können. Er folgt dem sogenannten 'Beitragsmodell', das das historisch etablierte und seit längerem kritisierte Kompensationsmodell ablösen soll.
- **Climate Contributions for People and Nature.** Unternehmen und andere Stakeholder erhalten praxisorientierte Best-Practice-Leitlinien, mit denen sie Angebote und Portfolios im BVCM-Bereich entwickeln können. Der Fokus liegt auf Beiträgen zu globalen Zielen für Klima, Natur und Menschen – über die eigene Wertschöpfungskette hinaus, im Einklang mit dem Pariser Abkommen und zur Förderung systemischer Veränderungen.
- Der **vierte** Baustein umfasst Klimaengagement im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit und politischer Aktivitäten. Unternehmen können ihren Einfluss und ihre Stimme nutzen, um die Klimabewegung in der Wirtschaft zu stärken, zum Beispiel mit aktivem Engagement in den Branchenverbänden, der Mobilisierung von Kund:innen, Partner:innen, Lieferant:innen, Mitarbeiter:innen oder auch durch gezieltes Lobbying und proaktiver Positionierung. Auch hierzu hat der WWF in seinem Leitfaden **Klimaschutz-Advocacy** Empfehlungen festgehalten.

Box 1: Die SBTi kurz erklärt

Die SBTi wurde 2015 vom WWF mitgegründet, gemeinsam mit **CDP**, United Nations Global Compact (**UNGC**) und World Resources Institute (**WRI**). Sie gibt wissenschaftlich fundierte Ambitionslevel für Klimastrategien vor und validiert die Zielvereinbarung von Unternehmen nach diesen Richtlinien. Die Initiative hat sich international als Standard durchgesetzt und auch in der Schweiz haben sich bereits über 300 Unternehmen (Stand September 2026) der Initiative angeschlossen⁴, weltweit sind es bereits über 14'000 und teilnehmende Unternehmen repräsentieren über 40 Prozent des globalen Marktkapitals und etwa 25 Prozent des globalen Umsatzes⁵.

Box 2: Das 'Beitragsmodell' kurz erklärt

Das Beitragsmodell kann als Nachfolgemodell der CO₂-Kompensation betrachtet werden. Auch wenn es bisher keine allgemeingültige Definition für das Beitragsmodell gibt, so herrscht doch Einigkeit darüber, dass es um einen Beitrag an den Klimaschutz ausserhalb der eigenen Wertschöpfungsketten geht. Unternehmen/Organisationen finanzieren Aktivitäten mit Klimawirkung, die nicht zu ihren unternehmenseigenen Zielen beitragen oder mit ihren Emissionen verrechnet werden dürfen.

Das 'WWF-Beitragsmodell' definiert die Best Practice für einen solchen Ansatz mit zusätzlichen Prinzipien. Idealerweise wird das Budget für diese zusätzliche Klimafinanzierung über die Einführung eines CO₂-Preises definiert, der sich an den Klimafolgekosten orientieren sollte. Auch andere Ansätze sind nicht ausgeschlossen, zentral ist eine transparente Berichterstattung darüber, wie das Budget definiert wurde und wieso. Mit diesem Budget sollen ganzheitliche Projekte mit positiver Wirkung für Klima, Mensch und Natur ('direct outcomes') und transformationsfördernde Aktivitäten zum Beispiel im Bereich Innovation, Advocacy oder Education ('indirect outcomes') finanziert werden.

³ Klimafolgekosten sind die wirtschaftlichen Schäden und gesellschaftlichen Kosten, die durch die Auswirkungen des Klimawandels entstehen – etwa durch Extremwetterereignisse, Ernteaussfälle, Gesundheitsbelastungen oder Schäden an Infrastruktur. Im deutschen Sprachraum gilt die **Umweltkosten-schätzung des Umweltbundesamtes** als zentrale Quelle. Dort liegt der Preis aktuell bei 300 EUR/t CO₂.

⁴ Factsheet des WWF Schweiz zum **Stand der SBTi in der Schweiz 2025**

⁵ **SBTi Trend Tracker 2025 & SBTi Target Dashboard**



© IMAGO / IMAGEBROKER

Walk the talk - unser Beitrag

Was der WWF Schweiz von Unternehmen fordert, setzt er auch selbst um. Dieses Strategiepapier fokussiert auf Bausteine 1-3, da Baustein 4 Teil der täglichen WWF-Arbeit ist (vgl. Kapitel Einführung sowie Anhang) und somit in der Gesamtstrategie und diversen Teilstrategien des WWF Schweiz enthalten ist. Der WWF Schweiz bekennt sich zu ambitioniertem und glaubwürdigem Klimaschutz. In den folgenden Kapiteln wird detaillierter aufgezeigt und dargelegt, was konkret umgesetzt wird, welche Fortschritte bereits erzielt wurden und welche Herausforderungen bevorstehen.

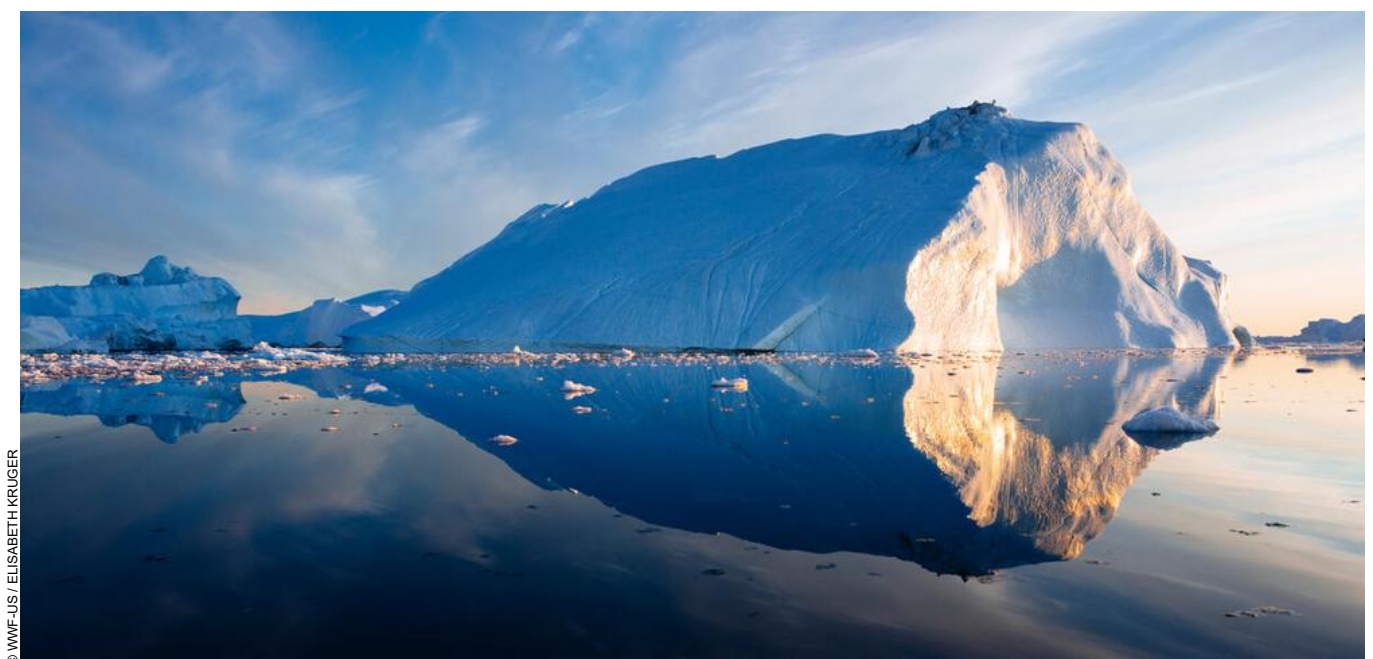
Unser Treibhausgasinventar

Der WWF Schweiz erhebt seit mehreren Jahren diverse Umweltindikatoren, zum Beispiel die Emissionen von Flugreisen, Stromverbrauch, Papierverbrauch, Wasserverbrauch oder Abfall. Für das Geschäftsjahr 19/20 wurde neu erstmals ein vollständiges Treibhausgasinventar nach GHGP erstellt (Scope 1-3), um eine gute Grundlage und ein weitgehend vollständiges Basisjahr zur Klimazielsetzung zu haben. Seit dem Geschäftsjahr 23/24 wird das jährliche Treibhausgasinventar nach GHGP erstellt und in den Geschäftsbericht integriert. Das Inventar wird jährlich aktualisiert und mit der externen Software von Sulytics berechnet. Alle Verbräuche werden manuell erfasst und mittels Emissionsfaktoren der Software umgerechnet.

Tabelle 1: Die Treibhausgasemissionen des WWF Schweiz nach GHGP unterteilt nach Scopes (Scope 1-3) sowie nach Scope 3 Kategorien seit dem Basisjahr der Zielsetzung 2019/2020.

THG-Emissionen [tCO ₂ e]	19/20	20/21	21/22	22/23	23/24	24/25	25/26
Scope 1 - Direkte Emissionen	2	2	2	2	1	0	0
Scope 2 - Indirekte Emissionen	0	0	0	0	18	26	29
Scope 3.1 - Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	421	399	352	359	313	292	238
Scope 3.2 - Kapitalgüter	25	3	14	25	20	23	81
Scope 3.3 - Brennstoff- und energiebezogene indirekte Emissionen	16	16	14	17	16	14	15
Scope 3.4 - Transport und Verteilung (vorgelagert)	3	4	2	3	2	2	1
Scope 3.5 - Abfälle	6	0	0	1	3	2	2
Scope 3.6 - Geschäftsreisen	124	10	41	76	58	73	33
Scope 3.7 - Pendelverkehr	22	17	n.a.	18	20	22	21
Scope 3.8 - Angemietete oder geleaste Sachanlagen	21	18	18	18	16	14	15
Scope 3.9 - Transport und Verteilung (nachgelagert)	54	51	51	49	47	54	38
Scope 3 Total	691	518	493	565	496	497	444
Total	693	520	495	567	515	523	473

Seit jeher macht Scope 3 den mit Abstand grössten Anteil der Emissionen aus. Das sind besonders eingekaufte Güter und Dienstleistungen (Scope 3 Kategorie 1), vor allem Papier und Druckerzeugnisse inklusive Marketing- und Fundraisingmaterial. Die zweitgrösste Kategorie bilden im Geschäftsjahr 25/26 die Kapitalgüter. Das geht hauptsächlich auf die Beschaffung von neuen IT-Geräten zurück. Etwas tiefer sind die Emissionen aus dem Versand und Transport der Druckprodukte vom WWF Schweiz. Zusammen machen diese drei Kategorien über 75 Prozent der Emissionen vom WWF Schweiz aus. Die Datenqualität wird stetig verbessert; manche Emissionen waren bisher schwer zu erfassen, etwa Abfall, da dieser nicht gewogen wurde. Seit dem Geschäftsjahr 23/24 entstehen im Scope 2 indirekte Emissionen durch (teils immer noch fossile) Fernwärme in den Zürcher Büros.



Unsere Klimaziele

Welche Klimaziele haben wir uns gesetzt?

Obwohl eine Validierung durch SBTi für NGOs nicht möglich ist, orientiert sich der WWF Schweiz an deren wissenschaftlich fundierten Vorgaben und Kriterien zur Begrenzung der Erderwärmung auf maximal 1.5°C. Der WWF hat sich folgende wissenschaftsbasierte Klimaziele gesetzt:

- Reduktion der Treibhausgasemissionen (Scope 1-3) um **46.2 % bis 2030** im Vergleich zum Basisjahr 2019/2020.
- Erzielung von **netto null Emissionen bis 2040**. Das entspricht einer Reduktion der Treibhausgasemissionen um mindestens 90 Prozent und der Neutralisierung der Residualemissionen mit Negativemissionen/CO₂-Senken.

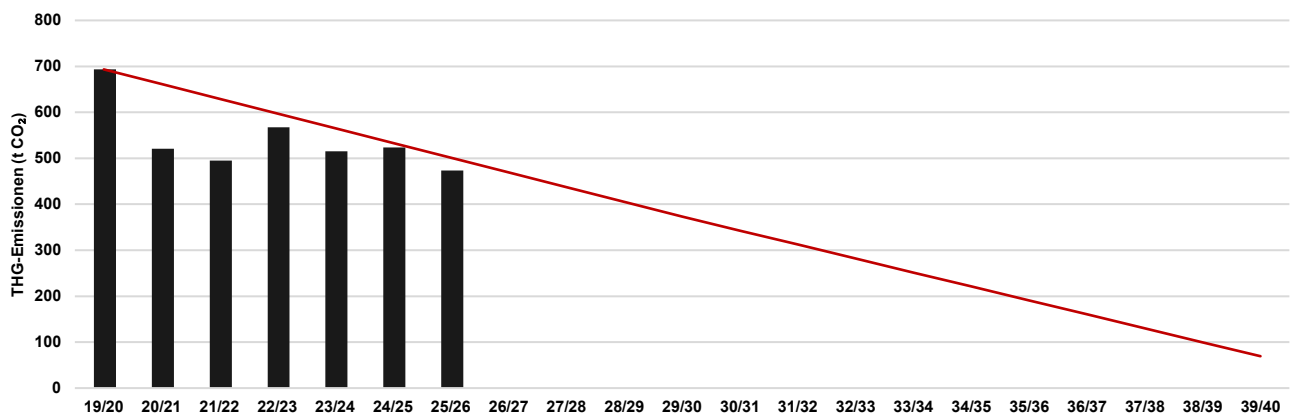


Abbildung 2: Die Entwicklung der Treibhausgasemissionen des WWF Schweiz, beginnend beim Basisjahr 19/20 der Klimazielsetzung sowie Abbildung des Reduktionsfortschritts (Balken) gegenüber dem definierten Zielpfad (rote Linie).

Die Emissionen konnten dank zahlreich umgesetzter Massnahmen seit dem gesetzten Basisjahr 19/20 bereits um etwa 32 Prozent reduziert werden. Damit befindet sich der WWF aktuell auf dem definierten Zielpfad. Der Stand der Zielerreichung wird ab dem Geschäftsjahr 23/24 ebenfalls jährlich in den Geschäftsbericht integriert.

Wie erreichen wir unsere Klimaziele?

Um weiterhin auf Zielkurs zu bleiben, wurden Hotspots-Arbeitsgruppen zu den Themen Scope 1 und 2, Geschäftsreisen und Papier geschaffen, die sich aus Mitarbeitenden zusammensetzen, die von der Thematik besonders betroffen sind oder diese beeinflussen können. In den Arbeitsgruppen wurden mehrjährige Massnahmenpläne definiert, die zur Einhaltung der übergeordneten Ziele beitragen. Auch für die Umsetzung dieser Massnahmenpläne sind teilweise die Mitglieder der Arbeitsgruppen zuständig.

Massnahmenplan Papier/Marketing

Um die Emissionen aus dem Druck und der Nutzung von Papierprodukten zu reduzieren, werden vier spezifische Massnahmen mit dem grössten Reduktionspotenzial angegangen:

- Konsequente Verwendung von nachhaltig produziertem Papier wie Recyclingpapier nach «Blauer Engel» und «FSC»
- Massnahmen zur Sensibilisierung und Reduktion des Papierkonsums, beispielsweise in der Produktion des WWF-Magazins sowie des Fundraisingmaterials
- Digitalisierung der Druckprodukte und soweit möglich langfristiger Umstieg auf digitale Nutzung
- Anwendung von Einkaufsrichtlinien mit strengen Nachhaltigkeitskriterien, dazu gehören Klimakriterien und eine Einkaufsstrategie, die eine Überbestellung vermeidet.

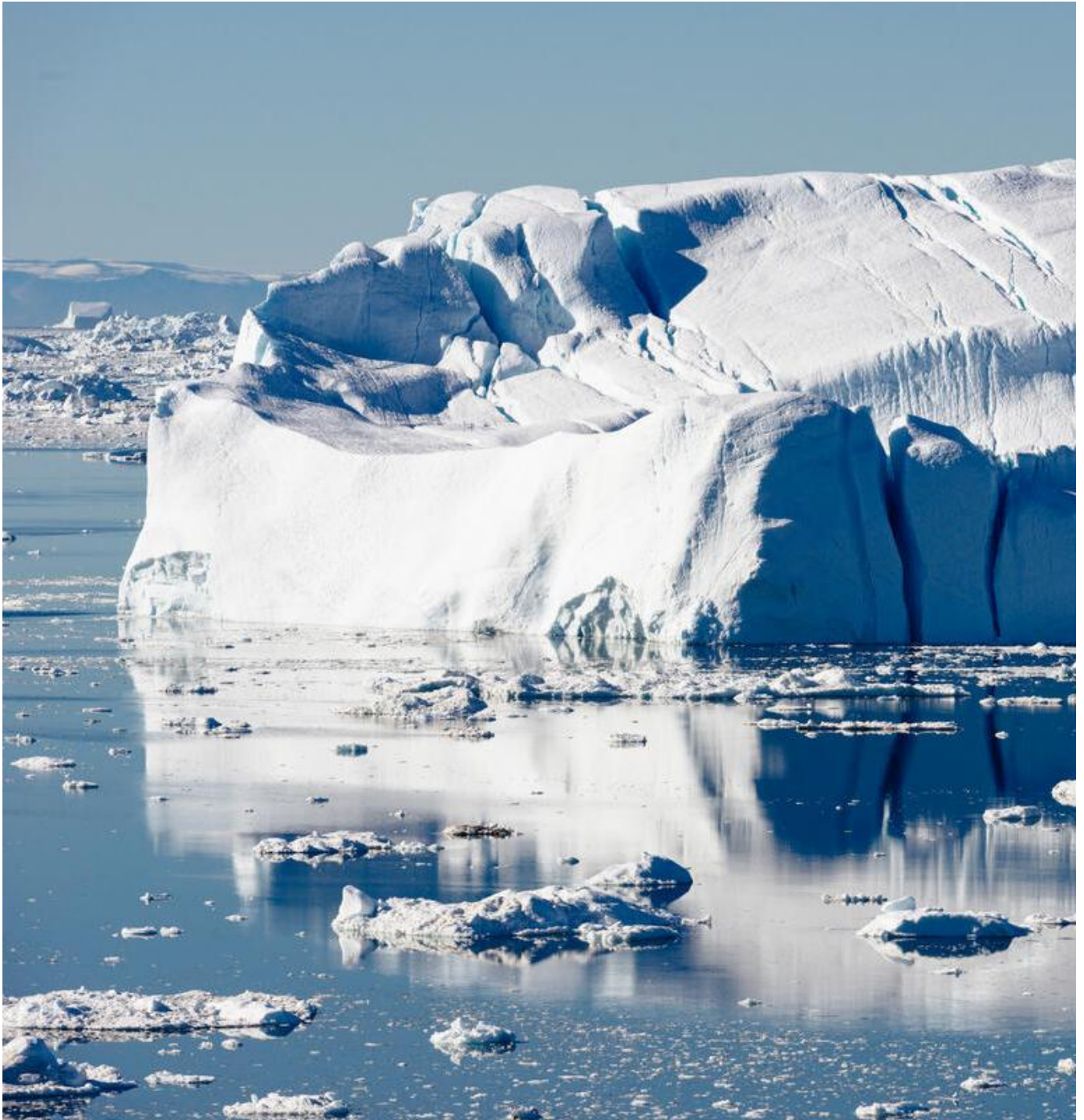
Das Reduktionsziel wurde auch übergeordnet in die Strategieplanung des Marketing-Departements aufgenommen.

Massnahmenplan Geschäftsreisen

Um die Emissionen der Geschäftsreisen zu senken, setzt der WWF Schweiz auf sogenannte CO₂-Budgets. Jährlich wird jedem WWF-Team (Departement bzw. Abteilung) ein individuelles CO₂-Budget zugewiesen, das sie für ihre Geschäftsreisen nutzen dürfen. Das Budget entspricht der maximalen Emissionsmenge, die die Geschäftsreisen verursachen dürfen. Dieses Budget wird zentral gemonitort und über die Zielperiode kontinuierlich gesenkt. Dadurch wird jedes Team in die Verantwortung gezogen, die eigenen Geschäftsreisen kritisch zu hinterfragen, zu priorisieren und somit über Zeit zu reduzieren bzw. klimafreundlicher zu gestalten. Das kann beispielsweise der Umstieg von Auto- und Flugreisen auf Zugverbindungen sein, bei Mietwagen auf Elektrofahrzeuge zu setzen oder – soweit möglich – die Nutzung von Videocalls anstelle von physischen Treffen.

Massnahmenplan Scope 1 und 2

Da auf Emissionen in Scope 1 und 2 in der Regel direkt Einfluss genommen werden kann, nehmen sie ebenfalls eine besondere Rolle im Treibhausgasinventar und der Klimastrategie ein. Der WWF verursacht bereits heute kaum Emissionen im Scope 1 und 2. Für die Standorte Lausanne und Bellinzona werden langfristig Räumlichkeiten mit nachhaltigen Heizsystemen gesucht. In den Räumlichkeiten in Zürich werden durch Effizienzsteigerungen (Gebäudeleitsystem) und bauliche Massnahmen wie besserer Isolation oder dem Ersatz von Oberlicht weitere Emissionen im Betrieb gespart.



Unsere zusätzliche Klimafinanzierung

Wie wird das Klimafinanzierungsbudget bestimmt?

Gemäss den Empfehlungen des WWF Leitfadens (*Fit für Paris – Ein Nachfolgemodell für die CO₂-Kompensation: wie Unternehmen zusätzlichen Klimaschutz finanzieren sollen*) hat der WWF Schweiz eine CO₂-Bepreisung eingeführt. Sämtliche weiterhin anfallenden Emissionen auf dem Weg zu Netto-Null werden mit den Klimafolgekosten gemäss Umweltbundesamt bepreist und das so bestimmte Budget fliesst in den Klimaschutz. Alle drei Jahre findet eine Prüfung und allfällige Anpassung des CO₂-Preises statt.

Beispielrechnung für das Geschäftsjahr 23/24: Für das Geschäftsjahr 23/24 wurde ein Preis von 300 EUR/tCO₂ bzw. 280 CHF/tCO₂ verwendet. Angewandt auf die Emissionen Scope 1 bis 3 von 515 tCO₂ resultiert ein Budget von 145'000 CHF.

Wofür wird das Klimafinanzierungsbudget eingesetzt?

Das Whitepaper «*Climate Contributions for People & Nature*» beschreibt, wie ein wirkungsvolles Klimafinanzierungsportfolio aufgebaut werden kann. Zukünftig wird der WWF Schweiz mit dem «WWF Climate & Nature Collective» auch Unternehmen die Möglichkeit bieten, wirkungsvolle Projekte und Initiativen zu unterstützen, die diesen Prinzipien folgen. Es wurde entschieden, im Rahmen der neuen Klimafinanzierung des WWF Schweiz die Pilotphase des «WWF Climate & Nature Collective» zu unterstützen. Die Geschäftsleitung des WWF Schweiz entscheidet alle drei Jahre neu über den Verwendungszweck der Mittel.

Das Klimafinanzierungsbudget und dessen Verwendungszweck wird seit dem Geschäftsjahr 23/24 jährlich in den Geschäftsbericht integriert.

Exkurs: Emissionen von WWF-Projekten

Der WWF Schweiz finanziert Projekte im Ausland, die neben positiver Wirkung für Mensch, Natur und Umwelt auch Emissionen verursachen. Um einen Anhaltspunkt zu haben, in welcher Grössenordnung wir uns dort bewegen, wurde eine sehr grobe Abschätzung gemacht. Gründe dafür sind, dass wenig Guidelines dazu existieren und wir im Sinne der Kosteneffizienz den Aufwand für diesen Teil der Emissionen, der nicht im Treibhausgasinventar abgebildet wird, möglichst geringhalten möchten. Trotzdem handelt es sich um Emissionen, die auch dem WWF Schweiz zugeordnet werden können («finanzierte Emissionen»). Es wurde entschieden, für diese Emissionen ebenfalls eine CO₂-Bepreisung einzuführen - analog dem oben beschriebenen Ansatz zur Klimafinanzierung - und mit diesen Mitteln die Dekarbonisierung in den WWF-Büros in den Projektländern zu unterstützen. Für 23/24 wird mit dem so bestimmten Budget die Up-Front-Initiative unterstützt, die die Dekarbonisierung unter anderem von WWF-Länderbüros vorantreibt. Nach Möglichkeit soll der Fokus auf Länder mit Projekten des WWF Schweiz gelegt werden. Für 23/24 ergibt sich ein Betrag von 78'500 CHF. Die Grobabschätzung der Projektemissionen soll alle fünf Jahre vorgenommen werden und die Geschäftsleitung des WWF Schweiz entscheidet jährlich neu über den Verwendungszweck der Mittel.

Unsere Governance

- Verabschiedung der Klimaziele (Reduktion und Klimafinanzierung) durch die Geschäftsleitung
- Jährliche Berichterstattung der Treibhausgasemissionen sowie Stand der Zielerreichung an die Geschäftsleitung
 - Verantwortung dafür liegt im Departement Finance & Operations und die operative Leitung in der Abteilung Facility Services & Logistics.
 - Inhaltliche Unterstützung wird einerseits durch Mitarbeitende in der Abteilung Markets sowie durch externe Consultants sichergestellt.
- Gesamtverantwortung der Hotspot-Arbeitsgruppen liegt in der Abteilung Finance & Operations
 - Leitung der Arbeitsgruppe Scope 1&2 liegt in der Abteilung Finance & Operations
 - Leitung der Arbeitsgruppe Papier/Marketing liegt im Departement Marketing
 - Leitung der Arbeitsgruppe Geschäftsreisen liegt in der Abteilung Global Network Developments

Anhang: Wie wir Klimaschutz in Gesellschaft und Politik verankern

Klimapolitik: Für wirksame Rahmenbedingungen

Der WWF setzt sich für eine ambitionierte Schweizer Klimapolitik ein. Der WWF bringt sich aktiv mit eigenen Initiativen und Referenden in politische Prozesse ein und nutzt sein politisches Gewicht etwa in der Diskussion um die Weiterentwicklung des CO₂-Gesetzes oder bei kantonalen Klimastrategien. Dabei setzt er sich für transformative Initiativen und wissenschaftlich fundierte Diskurse ein. Ziel ist es, dass die Schweiz ihren Beitrag zur Einhaltung des 1.5-Grad-Ziels leistet und internationale Verpflichtungen wie das Pariser Abkommen erfüllt.

Partnerschaften: Wandel gemeinsam gestalten

Der WWF arbeitet mit Unternehmen und Branchenorganisationen zusammen, um nachhaltige Lösungen zu fördern und skalieren. Dabei geht es um die Transformation von ganzen Wertschöpfungsketten hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft. In Partnerschaften mit Grosskonzernen aus systemrelevanten Branchen unterstützt er die Entwicklung von ambitionierten und holistischen Klimastrategien, die über gesetzliche Mindestanforderungen hinausgehen. So entstehen neue, innovative Systemlösungen und Modelle, die auch andere Akteure inspirieren können.

Standards und Initiativen: Globale Wirkung entfalten

Auch auf internationaler Ebene engagiert sich der WWF Schweiz in breit abgestützten Standards und Initiativen. Als Mitbegründer der Science Based Targets Initiative (SBTi) setzt sich der WWF dafür ein, dass Klimaziele wissenschaftlich fundiert und vergleichbar sind. Darüber hinaus bringt er sich beispielsweise in die Weiterentwicklung des GHG-Protokolls – dem global etabliertesten Standard für unternehmerische Treibhausgasinventare - und von ISO-Normen ein, um Klimaschutz von Unternehmen möglichst wirksam und glaubwürdig zu ermöglichen.

Sustainable Finance: Den Finanzplatz klimafit machen

Die Schweiz hat mit ihrem Finanzsektor einen wichtigen Hebel im globalen Klimaschutz. Der WWF arbeitet mit Akteuren des Schweizer Finanzplatzes zusammen, um Investitionen nachhaltig zu gestalten. Ziel ist es, Kapitalflüsse in klimaschädliche Aktivitäten zu verhindern und sie stattdessen so zu steuern, dass sie zur Dekarbonisierung beitragen. Dazu entwickelt der WWF Instrumente zur Bewertung der Klimawirkung von Finanzprodukten und setzt sich mit der Finanzplatzinitiative für regulatorisch verpflichtende Rahmenbedingungen ein.

Sensibilisierung & Bildung: Klimaschutz im Alltag

Neben der politischen und wirtschaftlichen Arbeit ist auch die Sensibilisierung der Bevölkerung ein zentraler Bestandteil des Klimaengagements. Mit Kampagnen wie „Du musst nicht perfekt sein“ zeigt der WWF, dass Klimaschutz auch mit kleinen Massnahmen im Alltag möglich ist. Durch gezielte Angebote für alle Bildungsstufen, Veranstaltungen und Medienarbeit trägt der WWF dazu bei, den öffentlichen Diskurs zu stärken und Klimaschutz als gesellschaftliche Norm zu etablieren.

Klimaschutz konkret: Projekte & Regionalentwicklung

Der WWF arbeitet an den transformativen Hebeln wie Politik und Wirtschaft, aber auch ganz konkret in Schlüsselregionen. Zusammen mit lokalen Akteuren setzt der WWF ganzheitliche Projekte um, welche positive Wirkung für Klima, Mensch und Natur erzielen. So leistet der WWF einen Beitrag an globale Ziele und gleichzeitig profitieren lokale Gemeinschaften in besonders artenreichen Ökoregionen.

WWF Schweiz

Hohlstrasse 110
Postfach
8010 Zürich

Tel.: +41 (0) 44 297 21 21
www.ch/kontakt

Spenden:
www.ch/spenden



Unser Ziel

Gemeinsam schützen wir die Umwelt und gestalten eine lebenswerte Zukunft für nachkommende Generationen.