

eraneos

SWISSRAIL

Nachhaltig- keitsstudie

Swissrail

An aerial photograph of a dense green forest. A road runs diagonally through the lower half of the image. A red truck is driving on the road, moving away from the viewer. The truck's cargo area is covered with a red tarp. The forest is lush and green, with many trees visible. The road is dark and appears to be paved.

Nachhaltigkeit als Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit der Bahnindustrie

Editorial

Andreas Haas
Managing Director
Swissrail

André Arrigoni
Vorstand Swissrail

Eric Cosandey
Vorstand Swissrail

Nachhaltigkeit hat sich längst von einem reinen Trend zum integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie entwickelt. Diese Entwicklung spiegelt sich deutlich in den jüngsten Umfrageergebnissen unserer Swissrail-Studie wider. Diese liefert uns wertvolle Einblicke in den aktuellen Stand der Nachhaltigkeitstransformation der Bahnindustrie. Es zeigt sich klar, dass deren Bedeutung in Zukunft noch zunehmen wird.

Trotz positiver Entwicklungen wird Nachhaltigkeit in vielen Unternehmen noch stark durch externe Faktoren wie gesetzliche Vorgaben und Ausschreibungsanforderungen getrieben. Externer Druck ist zwar ein wichtiger Impulsgeber, doch die Unternehmen müssten mehr intrinsische Motivation finden, um nachhaltige Ziele langfristig und effektiv zu erreichen.

Zentrale Themen auf der Nachhaltigkeitsagenda sind Umweltthemen, die Reduktion von CO₂-Emissionen und Ressourcenmanagement. Allerdings zeigt sich, dass der Reifegrad der Nachhaltigkeitsentwicklung in vielen Unternehmen noch ausbaufähig ist. Eine formalisierte Nachhaltigkeitsstrategie, Berichterstattung und der Fortschritt bei der Umsetzung der definierten Ziele sind entscheidend, um den Reifegrad zu messen, wobei noch erhebliches Potenzial besteht.

Ein Viertel der Unternehmen hat bereits konkrete Ziele zur Erreichung von Net-Zero-Emissionen formuliert, meist mit dem Zieljahr 2050. Diese Zielsetzungen sind ein wichtiger Schritt, jedoch stehen Unternehmen vor Herausforderungen wie hohen Kosten, fehlender Datenverfügbarkeit und komplexen regulatorischen Anforderungen.

Die Mehrheit der Unternehmen erkennt das Potenzial der Digitalisierung zur Unterstützung der Nachhaltigkeitstransformation, insbesondere in den Bereichen Datenmanagement, Monitoring und Transparenz.

Allerdings wurden die digitalen Möglichkeiten bisher noch nicht vollständig ausgeschöpft. In den kommenden Jahren wird die Digitalisierung weiter an Bedeutung gewinnen, was eine grosse Chance für Unternehmen darstellt, Nachhaltigkeit mit modernen Technologien voranzutreiben.

Zusätzlich zu unserer Befragung vertiefen wir unsere Analyse durch Gespräche mit Bahnbetreibern sowie ein Interview mit der Nachhaltigkeitsverantwortlichen der SBB. Dieses bietet spannende Einblicke in die Herangehensweise an Nachhaltigkeit, die Schwerpunkte ihrer Arbeit und die aktuellen Herausforderungen, denen die SBB gegenüberstehen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Nachhaltigkeit weiter an Bedeutung gewinnen wird. Die Verankerung im Top-Management, die Herausforderungen der Umsetzung und die Chancen der Digitalisierung sind zentrale Faktoren, die die Nachhaltigkeitstransformation in den nächsten Jahren prägen werden. Unternehmen, die diese Herausforderungen erfolgreich meistern und die Digitalisierung als Katalysator nutzen, um ressourcenschonende innovative Prozesse, Produkte und Dienstleistungen zu schaffen, werden langfristig einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil erzielen.

Diese Unternehmen auf ihrem Weg zielgerichtet zu begleiten und den Dialog mit den Mobilitätsbetreibern und Behörden effektiv zu gestalten – dafür werden wir uns seitens Swissrail mit voller Hingabe einsetzen.

Wir wünschen Ihnen viele spannende Einblicke und wertvolle Erkenntnisse bei der Lektüre!

2. Auswertung der Umfrage

Unsere Umfrage mit 77 Teilnehmern zeigt wenig überraschend, dass Nachhaltigkeit bereits eine wichtige Rolle in vielen Unternehmen spielt. Nachhaltigkeit ist meist bereits fest in der Unternehmensführung verankert und wird voraussichtlich weiter an Bedeutung gewinnen. Trotz positiver Entwicklungen in der strategischen Verankerung von Nachhaltigkeit bestehen weiterhin Herausforderungen, insbesondere in den Bereichen Datenverfügbarkeit und der Anwendung standardisierter Berichtsformate.

Digitalisierung wird vielfach als unterstützender Faktor bei der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen gesehen. Die Umfrage zeigt allerdings auch, dass die Nutzung von Digitalisierung in diesem Kontext unterschiedlich stark ausgeprägt ist. Bei den Unternehmen wurden wichtige Schritte zur weiteren Unterstützung der Nachhaltigkeit durch Digitalisierung unternommen. Jedoch zeigt sich auch, dass in einigen Bereichen weiterhin Handlungsbedarf besteht.

2



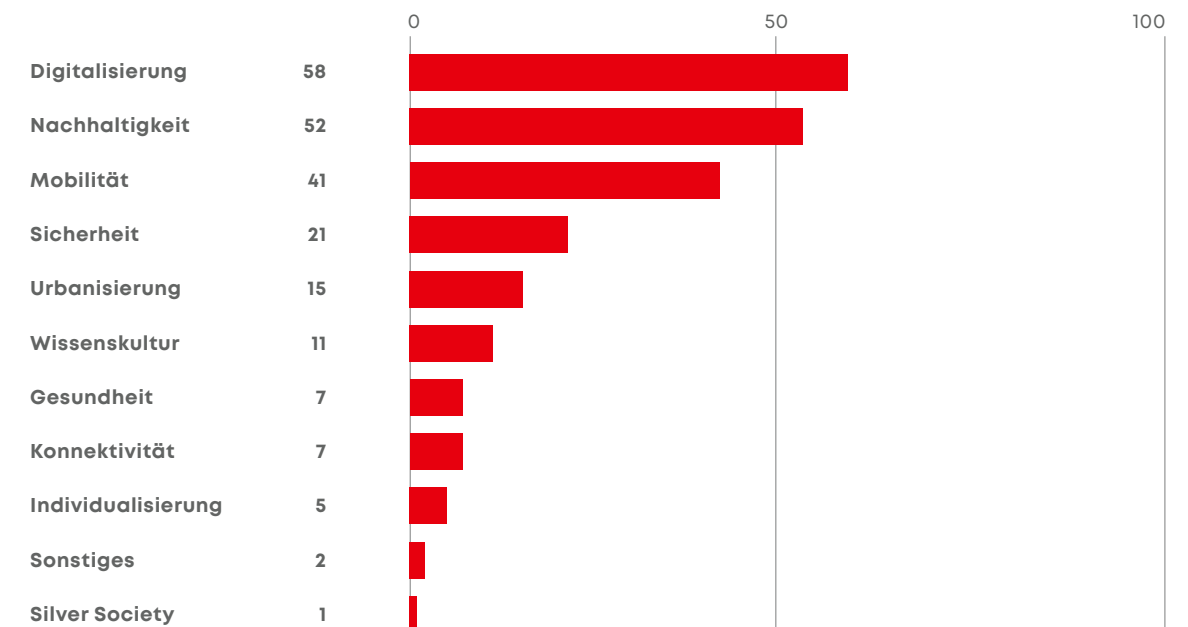
Digitalisierung und Nachhaltigkeit bestimmen die Unternehmensagenden

Wichtigkeit von Nachhaltigkeit und Trends

Nachhaltigkeit hat gemäss den Umfrageergebnissen bereits heute eine signifikante Bedeutung in vielen Unternehmen. Der aktuelle Stellenwert der Nachhaltigkeit wurde im Durchschnitt mit 3.48 auf einer Skala von 1 bis 5 bewertet. Für die mittelfristige Unternehmensentwicklung (3–5 Jahre) schätzen die Befragten die Bedeutung von Nachhaltigkeit mit 4.18 noch etwas höher ein, was auf eine weiter wachsende Relevanz hinweist.

Die Verantwortung für Nachhaltigkeit liegt in den meisten befragten Unternehmen auf der Top-Management-Ebene, was eine strategische Verankerung des Themas andeutet. Zu den am häufigsten genannten Trends für die mittelfristige Unternehmensentwicklung zählen laut den Befragten Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Mobilität.

Welche Trends haben für Sie aus heutiger Sicht die grösste Bedeutung für Ihre mittelfristige (3–5 Jahre) Unternehmensentwicklung?



Die Umfrageergebnisse zeigen zudem, dass Unternehmen in ihrer Nachhaltigkeits-transformation überwiegend von externen Faktoren wie gesetzlichen Vorgaben, Kundenanforderungen und Ausschreibungen getrieben werden. Treiber, die einer «internen» Motivation zugeordnet werden können, wurden seltener genannt.

45% der befragten Unternehmen haben bereits eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, um relevante Nachhaltigkeitsthemen

zu identifizieren. 42% gaben an, eine solche Analyse noch nicht durchgeführt zu haben. Weitere 13% erwähnten, dass eine solche Analyse nicht durchgeführt wurde, sie aber noch geplant ist.

Die Befragten nannten Umweltthemen, die Reduktion von CO₂-Emissionen und das Ressourcenmanagement als wesentlichste Nachhaltigkeitsthemen und bemessen diesen dabei die grösste Bedeutung zu.

56%

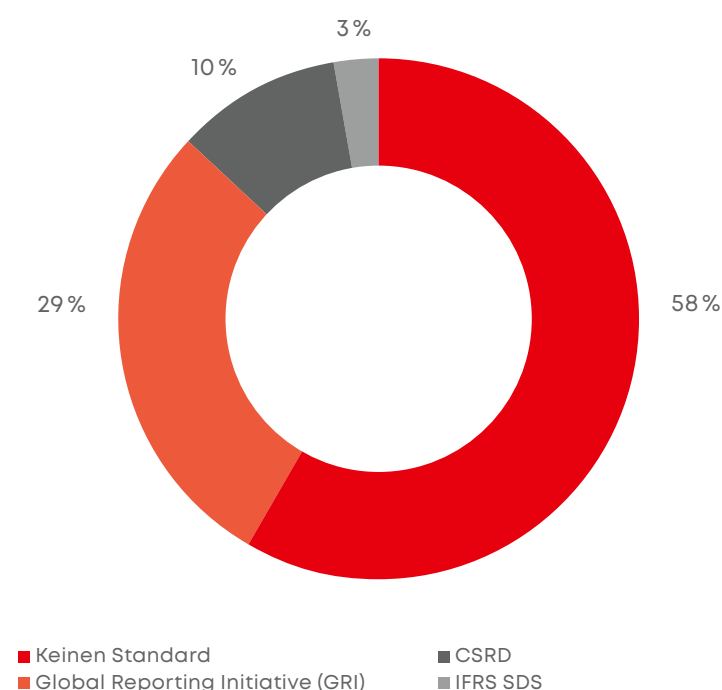
mit formulierter
Nachhaltigkeits-
strategie

Stand der Unternehmen bezüglich Nachhaltigkeit

Die Umfrage zeigt, dass 56% der Befragten angeben, eine formalisierte Nachhaltigkeitsstrategie mit klaren Zielen im Unternehmen formuliert zu haben. Wiederum 90% aller Befragten gaben an, bereits mit der Umsetzung wesentlicher Massnahmen zur Erreichung dieser Ziele begonnen zu haben, wobei nur 2 von 77 angaben, die Massnahmen auch umgesetzt zu haben.

Im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung haben 36% der Unternehmen umfassende Berichte veröffentlicht. Die Anwendung von Berichtsstandards ist jedoch unterschiedlich ausgeprägt, wobei 58% der Befragten angaben, keine spezifischen Standards bei ihren Nachhaltigkeitsberichten anzuwenden.

Welchen Standard legen Sie bei Ihrem Nachhaltigkeitsbericht zu Grunde?



Die Orientierung an Nachhaltigkeitsratings, -normen und -standards variiert ebenfalls: EcoVadis als CSR-Rating und die ISO 14001 als Standard für Umweltmanagementsysteme sind die am häufigsten genannten Instrumente zur Bestimmung und zum Management des Nachhaltigkeitsfortschritts, während 20% der Unternehmen keine Normen oder Zertifikate kennen oder anwenden. Zudem gab ein Drittel der Befragten an, dass sie bereits Stakeholderanfragen zu den eigenen Nachhaltigkeitspraktiken erhalten hätten, und 42% berichteten, dass von ihnen sowohl Produkt- als auch unternehmensweite Nachhaltigkeitszertifizierungen verlangt wurden. Dies steht im Einklang mit den Ergebnissen, die zeigen, dass Unternehmen primär durch externe Motivatoren handeln.

Ein Viertel der Unternehmen hat sich bereits konkrete Ziele zur Erreichung von Net-Zero-Emissionen gesetzt, wobei die meisten das Jahr 2050 als Ziel angegeben haben. In Bezug auf die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmassnahmen setzen viele Unternehmen auf Energiesparprogramme und die Nutzung von recycelten Materialien. Konkret hat die Umfrage folgende Ergebnisse erzielt:

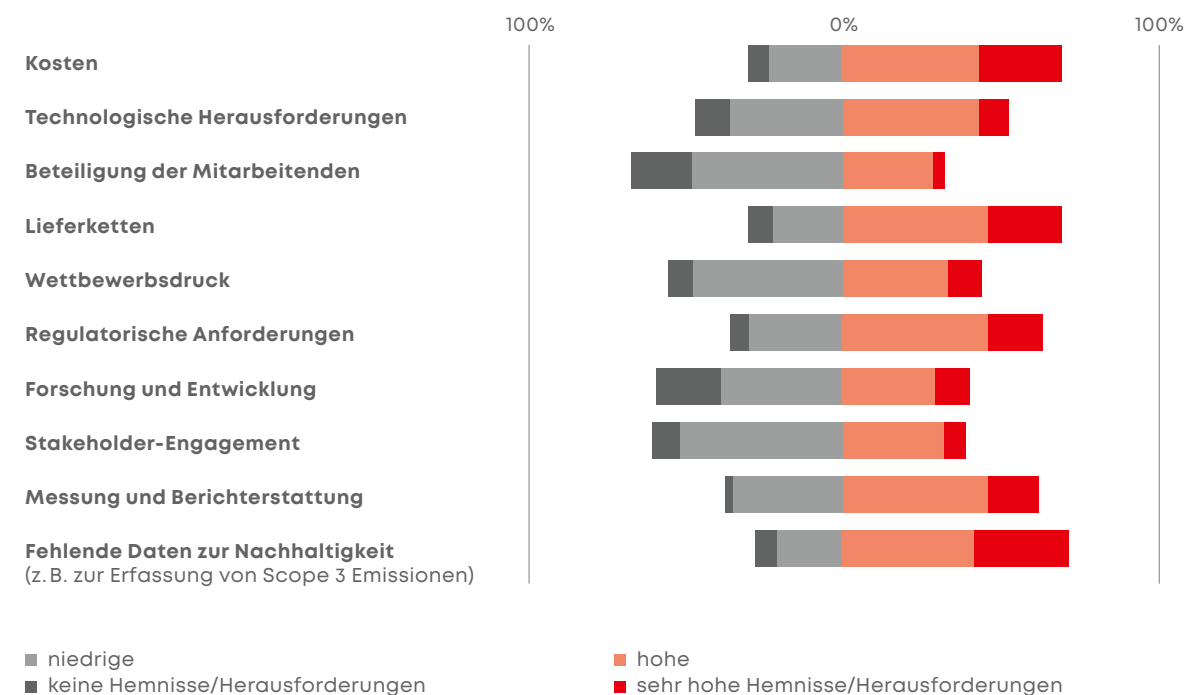
- **Umfassender Einsatz für Energieeffizienz**
74% der Teilnehmer haben bereits Energiesparmassnahmen umgesetzt und signalisieren damit ein weit verbreitetes Engagement für die Reduzierung ihres ökologischen Fussabdruckes.
- **Ansätze von Kreislaufwirtschaft**
58% der Unternehmen setzen aktiv recycelte oder wiederverwertbare Materialien ein und vollziehen damit einen deutlichen Wandel hin zu einem nachhaltigen Ressourcenmanagement.
- **Verlängerung der Produktlebenszyklen**
Die Hälfte der befragten Unternehmen hat konkrete Schritte zur Einsparung von Rohstoffen und Ressourcen durch die

Verlängerung der Produktlebenszyklen unternommen, was einen zunehmenden Fokus auf Nachhaltigkeit in der gesamten Wertschöpfungskette zeigt.

- **Mehr grüne Energie**
Rund 50% der Befragten legen Wert auf die verstärkte Nutzung von Ökostrom, was auf einen starken Trend zu erneuerbaren Energiequellen hindeutet.
- **Weniger fossile Brennstoffe**
Ein Drittel der Teilnehmer betrachtet den Verzicht auf fossile Brennstoffe wie Diesel als wichtigen Schritt, was auf die zunehmende Bedeutung sauberer Energiealternativen hinweist.

Die Umfrage deutet darauf hin, dass Herausforderungen wie Kosten, Datenverfügbarkeit, die Komplexität regulatorischer Anforderungen und damit verbundene Unübersichtlichkeit sowie Unsicherheit von über 60% der Befragten als wesentliche Hemmnisse für die Nachhaltigkeitstransformation wahrgenommen werden.

Wo sehen Sie die aktuell grössten Hemmnisse und/oder Herausforderungen für eine Nachhaltigkeitstransformation in Ihrem Unternehmen?



Nachhaltigkeit und Digitalisierung

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Unternehmen das Potenzial der Digitalisierung zur Unterstützung und Beschleunigung der Nachhaltigkeitstransformation als hoch einschätzt. 56% der Befragten bewerten das Potenzial der Digitalisierung in diesem Kontext als hoch oder sehr hoch. Weitere 35% schätzen das Potenzial als mittel ein, während nur 9% eine geringe oder sehr geringe Wirkung erwarten.

Die am häufigsten genannten Einsatzgebiete sind Innovation und Automatisierung sowie Datenmanagement und Monitoring. Diese beiden Bereiche wurden jeweils von etwa einem Drittel der Befragten als aktuelle Schwerpunkte genannt. Andere Unternehmen berichteten von individuellen Einsatzgebieten wie dem Einsatz von Digital Twins und der Einsparung von Papier durch digitale Lösungen.

Die Umfrage legt nahe, dass viele Unternehmen noch keine einheitliche Strategie für den Einsatz der Digitalisierung in der Nachhaltigkeitstransformation entwickelt haben. Dies spiegelt sich in der hohen Anzahl individueller Nennungen der Einsatzgebiete wider. Somit scheint ein Grossteil der Unternehmen noch keine klare, übergreifende Digitalisierungsstrategie im Kontext der Nachhaltigkeit etabliert zu haben.

Für die Zukunft plant mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (57%), die Digitalisierung weiter zu nutzen, um ihre Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen. Die Umfrage deutet darauf hin, dass die Bedeutung der Digitalisierung in den kommenden Jahren weiter zunehmen wird, insbesondere in den Bereichen Datenmanagement, Monitoring und Transparenz. Diese Bereiche wurden von den Befragten als die wichtigsten zukünftigen Massnahmen genannt, gefolgt von Initiativen zur Steigerung der Ressourceneffizienz und zur Förderung von Innovation und Automatisierung.

Mit welchen Massnahmen haben sie vor, Digitalisierung bei Ihrer Nachhaltigkeits-transformation zu nutzen?

Datenmanagement & Monitoring & Transparenz	23
Ressourcen & Effizienz	12
Umwelt & Nachhaltigkeit	8
Noch nicht definiert	2
Lieferketten	5
Innovation & Automatisierung	9
Andere	5
Anzahl Nennungen	64

39% der Befragten gaben an, dass Digitalisierung bereits heute eine wesentliche Rolle in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie spielt. Weitere 18% planen, Digitalisierung zukünftig in ihre Nachhaltigkeitsstrategie zu integrieren. Dennoch sieht ein Drittel der Unternehmen die Digitalisierung derzeit nicht als relevant für ihre Nachhaltigkeitsstrategie an.

Die Umfrage zeigt ein gemischtes Bild, wenn es darum geht, ob Nachhaltigkeit in die Digitalstrategien der Unternehmen integriert ist. 29% der Befragten gaben an, dass Nachhaltigkeit eine Rolle in ihrer Digitalstrategie spielt, während 42% dies verneinten. 21% der Unternehmen planen, Nachhaltigkeit zukünftig als zentralen Faktor in ihre Digitalstrategie aufzunehmen.

Werden beide Aussagen kombiniert, wird erkenntlich, dass bei einer signifikanten Anzahl der befragten Unternehmen (21 Fälle) weder Digitalisierung Teil der Nachhaltigkeitsstrategie noch Nachhaltigkeit Teil der Digitalstrategie ist. Dies deutet darauf hin, dass die Potenziale der Digitalisierung für die Nachhaltigkeitstransformation noch nicht vollständig ausgeschöpft werden.

Ist Nachhaltigkeit Bestandteil Ihrer Digital-Strategie?

Ist Digitalisierung Bestandteil Ihrer Nachhaltigkeits-strategie?		Ja	Nein	in Planung
	Ja	26	8	5
	Nein	3	21	–
	in Planung	–	3	11

Digitalisierung hat das Potenzial die Nachhaltigkeitsbestrebungen zu beschleunigen

3. Interview SBB



Christina Meier
Leiterin Nachhaltigkeit SBB

Swissrail: Wie nehmen Sie als grosser Bahnbetreiber den aktuellen Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit in der Bahnbranche wahr?

Christina Meier: Nachhaltigkeit ist in der Gesamtbranche eines der grossen Themen, schon allein, da wir wegen des Umweltvorteils der Bahn in der Schweiz in den letzten Jahrzehnten immer wieder Geld für Ausbauten erhalten haben, wie zum Beispiel für die Bahn 2000 oder die Neat mit dem Gotthard-Basistunnel. Auch das Halbtax-Abo und viele weitere Neuerungen kamen zustande, weil ein Umweltproblem in der Schweiz wahrgenommen wurde, welches es zu lösen galt.

Der Umweltvorteil ist zu erhalten. Doch neben dem Umweltvorteil hat die Nachhaltigkeit für uns auch ökonomische Vorteile: Sie ist ein Verkaufsargument bei den Kund:innen, wir können Geld sparen durch den nachhaltigen Einsatz von Ressourcen, gewinnen an Arbeitgeberattraktivität und Resilienz, und nicht zuletzt hängt unsere License to operate davon ab. Nachhaltigkeit ist also ein sehr zentraler Aspekt unserer Tätigkeiten.

SR: Welches sind ihrer Meinung nach die derzeitigen Schlüsselthemen der Nachhaltigkeit bei Ihnen als grosser Bahnbetreiber?

CM: Die soziale Nachhaltigkeit spielt mit den Gewerkschaften seit jeher eine grosse Rolle, und natürlich auch der finanzielle Aspekt. Im sozialen Bereich sind es vor allem die Themen Sicherheit, Gesundheit und auch Diversity&Inclusion. In den letzten Jahren ist aber der Stellenwert der Umweltthemen gewachsen. So betreiben wir eine grosse Infrastruktur und haben einen hohen Energiebedarf. Somit stehen Klima und Energie an erster Stelle. Da wir aber auch einen grossen Materialbedarf haben, ist Kreislaufwirtschaft ein wichtiger Schlüssel für die Zukunft. Mit unserer Bautätigkeit haben wir einen grossen Einfluss auf Lebensräume für Mensch und Natur. Daher bauen wir nach hohen Nachhaltigkeitsstandards und fördern auch die Biodiversität. Weiter sind die Anpassung an den Klimawandel und die nachhaltige Beschaffung relevante Themen.

SR: Wie beurteilen sie die Entwicklung des Stellenwerts der Nachhaltigkeit in der Branche?

CM: Das Thema hat an Bedeutung gewonnen und alle Bahnen haben in diesem Bereich grosse Fortschritte gemacht. Wir sehen uns hier in einer Vorbildrolle. Aber auch nur schon wegen der strenger werdenden Regulierungen kann sich niemand mehr der Nachhaltigkeit entziehen.

SR: Wo stehen Sie bei der Umsetzung Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie?

CM: Wir haben im Umweltbereich die Schwerpunkte Klima&Energie, Kreislaufwirtschaft, Nachhaltiges Bauen, Biodiversität, Anpassung an den Klimawandel und Nachhaltige Beschaffung. Allgemein sind wir auf einem guten Weg und haben über 200 Massnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit bei uns angestossen. Im Bereich Klima und Energie werden wir zum Beispiel bis 2030 in all unseren Immobilien die Öl- und Gasheizungen durch nachhaltige Alternativen ersetzen. Unseren geplanten Absenkpfad für die betrieblichen Treibhausgas-Emissionen haben wir schon übertroffen. Derzeit die grösste Herausforderung für uns ist es, einen Absenkpfad für unsere Treibhausemissionen in der Lieferkette (Scope 3) festzulegen. Es ist klar, dass bei den Treibern Beton und Metall angesetzt werden muss. Dies heisst, auch das Rollmaterial muss emissionsärmer werden, was aber erst mittel- bis langfristig in die Beschaffung einfließen kann. Bei der Kreislaufwirtschaft und Biodiversität machen wir Fortschritte, es besteht aber noch ein grosses Potenzial. Hier sind wir oft auch abhängig von den langen Investitionszyklen bei der Bahn und der Finanzierungsbereitschaft des Bundes.

SR: Welche Themen sehen Sie in der Zukunft als die zentralen Themen der Nachhaltigkeit?

CM: Ich gehe davon aus, dass die Themen, welche derzeit wichtig sind, auch in Zukunft von grosser Bedeutung sein werden. Die Anforderungen werden aber steigen durch die Transparenz, die durch die Regulierung der nicht-finanziellen Berichterstattung und die Sorgfaltspflichten geschaffen wird. Zusätzlich werden aber auch Themen wie die langlebigen Chemikalien PFAS (Per- und polyfluorierte Alkylverbindungen) stärker in den Fokus rücken. Über die Auswirkungen dieser Stoffe weiss man teils noch wenig und wir müssen erst herausfinden, wo diese überall eingesetzt wurden. Hier werden neue Anforderungen auf uns und die produzierende Industrie zukommen.

SR: Welche Erwartungen haben Sie im Rahmen ihrer eigenen Nachhaltigkeitsanforderungen an Ihre externen Stakeholder in der vor- oder nachgelagerten Lieferkette?

CM: Im Rahmen unserer Anstrengungen, unseren Impact durch die Treibhausgas-Emissionen in der Lieferkette zu senken, ist uns die Nachhaltigkeit unserer Lieferanten wichtig. Derzeit arbeiten wir mit der Lieferantenbewertung EcoVadis und nehmen in Beschaffungen Nachhaltigkeitsanforderungen auf, wie zum Beispiel Grünen Stahl oder Recyclingbeton.

SR: Welche neuen Anforderungen kommen aus Ihrer Sicht auf die Bahnindustrie zu?

CM: Es ist absehbar, dass der Bund als unser Eigner uns das Ziel, im Scope 3 bis 2050 Netto Null zu erreichen, vorschreiben wird. Dies klingt zwar nach einer langen Zeit, aber wir müssen uns jetzt an die Arbeit machen. Daher werden auch hier die Anforderungen an unsere Lieferanten steigen. Im Umweltbereich zum Beispiel ist für uns eines der Kernthemen, die Kreislaufwirtschaft voranzutreiben. So hilft zum Beispiel ein modularer Aufbau, damit Produkte repariert werden können und nach ihrem End of Life in anderer Form weiter genutzt werden können, was sich wiederum günstig auf die Scope-3-Emissionen auswirkt.

SR: Frau Meier, wir bedanken uns für dieses Interview.

4. Schlussfolgerung und Empfehlungen

Status Nachhaltigkeit

Das Thema Nachhaltigkeit und damit verbundene ESG-Kriterien gewinnen zunehmend an Bedeutung, auch in der Bahnbranche. In vielen Unternehmen wird die Relevanz von Nachhaltigkeit als strategische Priorität auf oberster Managementebene anerkannt. Ein wesentlicher Treiber dafür sind die neuen gesetzlichen Anforderungen an das Non-financial Reporting (CSRD), welche eine erweiterte Haftung für Führungskräfte vorsehen und somit die Dringlichkeit einer nachhaltigen Unternehmensausrichtung unterstreichen.

Doch Nachhaltigkeit wird nicht nur als regulatorische Pflicht angesehen. Angesichts einer zunehmend nachhaltigkeitsorientierten Zukunft sehen Bahnbetreiber klare Vorteile darin, die Transformation hin zu nachhaltigeren Geschäftspraktiken frühzeitig zu gestalten. Gespräche mit verschiedenen Bahnbetreibern zeigen, dass sie Nachhaltigkeit als potenziellen Wettbewerbsvorteil betrachten, insbesondere wenn es gelingt, eine Preisparität zwischen konventionellen und nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen zu erreichen. Es gilt die einhellige Meinung: Die nachhaltigste Option sollte auch immer die günstigste Option sein.

Allerdings bleibt die Umsetzung in der Bahnbranche herausfordernd, da sie traditionell eine margenschwache Branche ist. Der Preis spielt weiterhin eine zentrale Rolle in Entscheidungsprozessen und Nachhaltigkeitsmassnahmen müssen daher sowohl ökologisch als auch wirtschaftlich tragfähig gestaltet werden, um langfristig erfolgreich zu sein.




Positive Effekte erzielen
dank Koordination
von Nachhaltigkeit
und Digitalisierung

Stand der Unternehmen

Da der Preis eine zentrale Rolle im Geschäft der Bahnbranche spielt und Nachhaltigkeitsmassnahmen oft mit Zusatzkosten verbunden sind, sind externe Motivatoren entscheidend, um die Nachhaltigkeitstransformation voranzutreiben. Ein solcher Anreiz sind die neuen CSRD-Anforderungen, die Unternehmen verpflichten, detailliert über ihre Umweltauswirkungen zu berichten. Dies erfordert erhebliche Anstrengungen bei der Erfassung, Aufbereitung und Verwaltung relevanter Daten, was für viele Unternehmen eine zentrale Herausforderung darstellt.

Dennoch haben sich die meisten Unternehmen das Ziel gesetzt, bis 2050 Netto-Null zu erreichen und somit klimaneutral zu sein. Rund 90% der Unternehmen haben bereits Massnahmen ergriffen, um eine umweltfreundlichere Betriebsweise zu etablieren.

Viele Bahnbetreiber gelten dabei als Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit. Sie gehen über die gesetzlichen Anforderungen hinaus und fokussieren sich auf zentrale Themen wie Klimaschutz, Landnutzung und Kreislaufwirtschaft. Diese Unternehmen sehen die frühzeitige Integration von Nachhaltigkeit in ihre strategischen Entscheidungen als potenziellen Wettbewerbsvorteil, insbesondere bei der Auswahl von Lieferanten, die langfristig nachhaltige Zertifizierungen vorweisen müssen. Dies zeigt, wie Nachhaltigkeit nicht nur als Pflicht, sondern auch als strategische Chance betrachtet wird, um bei der möglichen Preisparität den erzeugten Vorsprung nutzen zu können.

Wie kann Digitalisierung für Nachhaltigkeit eingesetzt werden?

Digitalisierung kann auf verschiedene Weise zur Förderung der Nachhaltigkeit in Unternehmen beitragen. Erstens ermöglicht sie durch Datenmanagement und Monitoring eine präzise Erfassung und Analyse von Umweltparametern, was Unternehmen dabei hilft, diese zu überwachen und gezielt zu reduzieren. Zudem unterstützt die Digitalisierung die Optimierung von Ressourcen und Prozessen durch Automatisierung und innovative Technologien, wie zum Beispiel digitale Zwillinge, die dazu beitragen, die Effizienz zu steigern und Abfälle zu minimieren. Schliesslich kann Digitalisierung den Übergang zur Kreislaufwirtschaft fördern, indem sie die Datenerfassung und die Transparenz der Lieferkette optimiert.

Allerdings kann die Digitalisierung auch erhebliche Herausforderungen mit sich bringen, die Auswirkungen auf die Nachhaltigkeitsziele haben können. Steigende Treibhausgasemissionen aufgrund des hohen Energieverbrauchs, die Entstehung von Elektroschrott und potenzielles Greenwashing können echte Fortschritte behindern. Durch eine sorgfältige Planung und die Anwendung von Best Practices im Bereich der Energieeffizienz und eine transparente Berichterstattung können Unternehmen solche Faktoren rechtzeitig identifizieren und minimieren.

Unternehmen, die sich proaktiv mit möglichen Nachteilen auseinandersetzen, können sicherstellen, dass ihre digitale Transformation nahtlos mit ihrer Nachhaltigkeitsstrategie übereinstimmt. Auf diese Weise können Unternehmen die Macht der Digitalisierung nutzen, um sinnvolle, positive Auswirkungen auf die Umwelt zu erzielen und eine Vorreiterrolle bei nachhaltigen Geschäftspraktiken zu übernehmen.

5. Fazit

Die Branche sieht sich auf einem guten Weg in Richtung Nachhaltigkeit und begreift diese Transformation verstärkt auch als wirtschaftliche Chance. Sobald die externen Rahmenbedingungen gegeben sind, kann der USP eines nachhaltigen Transports voll ausgespielt werden. An einem starken USP des Sektors haben alle Beteiligten in der Branche ein gemeinsames Interesse. Die Unternehmen sollten daher

1. gemeinsam u.a. auf Verbandsebene darauf hinarbeiten, dass diese externen Rahmenbedingungen zeitnah geschaffen werden.
2. den eingeschlagenen Weg in Richtung Nachhaltigkeit weiter fortsetzen, damit dieser USP am Ende auch klar beim Sektor liegt.

Die Organisation in Verbänden und eine klare Handlungsstrategie können hier wirkungsvolle Bausteine auf dem Weg zum Ziel sein. Egal ob bei der Umsetzung von Massnahmen, der Einführung einer Nachhaltigkeitsstrategie oder dem Orientieren an Standards wie CSRD: Alle stehen vor ähnlichen Herausforderungen, die mithilfe von internen und externen Spezialisten gut zu meistern sind.

Gemeinsam
zu Netto-Null



Kontakt

Swissrail
Sibylle Buess

Eraneos
André Arrigoni

Redaktion
Johannes Mäder und Aeneas Talmon

Autoren
Joao Souto, Davis Bruvers,
Katharina Küchler, Aeneas Talmon,
Lars Anschütz, Johannes Mäder,
Maxim Hasse, Christoph Dewald

5

eraneos

Eraneos Switzerland AG
Andreasstrasse 11
CH-8050 Zurich

SWISSRAIL

Swissrail Industry Association
Taubenstrasse 32
CH-3011 Bern