

**DIE CLIMATE RANGERS (1/2)**Format (hist. Bestand) Ausgabe 46/2020 | Seite 38, 39 | 13. November 2020  
Auflage: 58.639 | Reichweite: 84.000

CMS

TREND  
WIRTSCHAFT  
↓  
ÖSTERREICH**START-UP****GLACIER VOR DEM  
START.** Andreas  
Tschas (l.) und  
Reinhard Fuchs  
arbeiten an der  
größten Klima-  
schutzinitiative  
Europas.**DIE CLIMATE  
RANGERS**

Das dieser Tage startende Wiener Start-up **GLACIER** hat sich nicht weniger zum Ziel gesetzt, als Europas Unternehmen zu Musterschülern in Sachen Klimaschutz zu machen.

**W**ir wollen nicht mit dem Finger auf andere zeigen, sondern die smartesten innovativen Lösungen aufzeigen, wie man den Kohlendioxid ausstoß verringern oder gar ganz vermeiden kann.“ Und damit hat Andreas Tschas schon fast alles gesagt. Denn dem ehemaligen Co-Gründer des Start-ups Pioneers geht es nun – nach einem beruflichen Zwischenstopp als Chef der Digitalisierungsagentur DIA – nur noch am Rande um coole Start-ups und digitale Umwälzungen. Es geht um nichts anderes als um unsere Zukunft und dem Aufhalten des fortschreitenden Klimawandels.

„Was uns schon lange stört“, sagt Tschas und spricht dabei auch für Reinhard Fuchs, einem ehemaligen leitenden Mitstreiter bei Pioneers, „ist der Versuch, die Reduktion des Kohlendioxid ausstoßes mit Zwängen und Verboten zu erreichen und damit zu polarisieren. Das ist der falsche Zugang!“ Der Weg von Glacier, dem dieser Tage von Tschas und Fuchs aus der Taufe gehobenen Wiener Start-up, ist ein ganz anderer. „Unser Ziel ist es, die einflussreichste Community rund um die CO<sub>2</sub>-Reduktion aufzubauen“, lautet die Ansage.

Dafür arbeiten die zwölf Mitarbeiter des Start-ups an einer umfangreichen Datenbank mit konkreten innovativen Lösungsvorschlägen, wie Unternehmen und ihre Belegschaft möglichst effizient zur Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes beitragen können – von smarten Thermostaten in Betriebsgebäuden über Car-sharingkonzepte für Pendler, Gutscheinkarten für in die Arbeit radelnde Beschäftigte bis zu Algenwänden, die Kohlendioxid aufsaugen, und vielem mehr. „Im Internet gibt es zwar auch viele Informationen dazu, aber meist sind die tatsächlichen Auswirkungen nicht nachgewiesen“, erklärt Fuchs, „wir kooperieren hingegen mit dem Umweltbundesamt und vielen Experten, um ganz konkrete und nachrechenbare Maßnahmen anbieten zu können.“ Knapp 600 Lösungen hat Glacier bereits ausgearbeitet, zu Beginn werden 50 davon rund um die Themen Energie, Mobilität, Ernährung, Infrastruktur und Arbeitsplatz den teilnehmenden Unternehmen angeboten.

Denn das ist das Businessmodell des jungen

Start-ups, das nicht ausschließlich hehre Ziele antreibt. Unternehmen haben die Möglichkeit, eine Jahresmitgliedschaft bei Glacier abzuschließen, über die sie Zugang zu der erwähnten Datenbank bekommen und die sie mit anderen engagierten Betrieben vernetzt.

„Viele Firmen wollen zwar etwas in diese Richtung unternehmen, wissen aber nicht, wie sie es angehen sollen“, berichtet Tschas von vielen vorbereitenden Gesprächen mit Firmenchefs. „Wir bieten Unternehmen eine ganz konkrete, mit Hilfe eines digitalen Tools auf sie abgestimmte Anleitung, die sie Schritt für Schritt dabei unterstützt, CO<sub>2</sub> zu reduzieren.“ Auch Gamification-Elemente können dabei eine Rolle

spielen, schließlich gilt es, die Mitarbeiter zu motivieren, bei den verschiedenen Maßnahmen auch mitzumachen.

Zu den Gründungspartnern von Glacier zählen unter anderen die Bank Austria und die Rechtsanwaltskanzlei CMS; 50 Unternehmen sind bereits zahlende Kunden, darunter A1, Magenta, FFG, Österreich

**„Zwänge und  
Verbote, um  
das Klima zu  
retten, sind  
der falsche  
Zugang.“****ANDREAS  
TSCHAS  
GLACIER**



## DIE CLIMATE RANGERS (2/2)

Format (hist. Bestand) Ausgabe 46/2020 | Seite 38, 39 | 13. November 2020  
Auflage: 58.639 | Reichweite: 84.000

CMS

Werbung, Speedinvest und Runtastic. Je nach Anzahl der Angestellten sind zwischen 1.000 und 10.000 Euro jährlich zu zahlen.

Einmal im Jahr wird zudem der sogenannte Climate Impact Day stattfinden – der erste bereits am 18. Mai 2021. An diesem Tag sollen die Unternehmen ihren Mitarbeitern die Möglichkeit geben, sich ganz konkret mit Klimawandel und CO<sub>2</sub>-Reduktion auseinanderzusetzen.

„Unsere Vorstellung für das erste Mal sind 500 daran teilnehmende Unternehmen“, sagt Tschas, der auf den Mitmach-effekt hofft, der das ganze Land mitreißen soll. Verschiedene digitale Tools für Key Notes, Präsentationen, Lifestreams und interaktive Sessions sollen die Unternehmen dabei unterstützen, mit ihren Mitarbeitern zu dem Thema in Dialog zu treten. Das hätte auch einen wichtigen Effekt im Rahmen des Employer Brandings, ist sich Fuchs sicher: „Der Druck der Mitarbeiter auf Unternehmen, sich mit diesen Zukunftsthemen aktiv auseinanderzusetzen, wird dramatisch steigen.“

Die Erfahrung der beiden Gründer, die sie bei Pioneers gemacht haben, kommen ihnen dabei zweifelsohne zu pass. Schließlich war das größte Asset von Pioneers nicht das Festival in der Wiener Hofburg, sondern ist die Datenbank an digitalen Lösungen, die für Beratungen eingesetzt wird. Ein ähnliches Konzept verfolgt nun Glacier im grünen Bereich. Tschas: „Wir wollen eine neue Lifestyle-Marke aufbauen, die das Thema Klimaschutz positiv besetzt und die coolsten Lösungen aufzeigt.“

Mit der Zeit solle es im Idealfall in jedem Unternehmen ein oder zwei „Climate Ranger“ geben, die sich vorrangig mit Maßnahmen zur Verringerung des Klimawandels auseinandersetzen. Diese Ranger sollen sich dann auch schon vor dem Climate Impact Day treffen, um sich auszutauschen und den Tag vorzubereiten. Und schon bald könnten die Ranger dabei aus ganz Europa kommen, schließlich will Glacier seine Initiative möglichst rasch in anderen Ländern ausrollen. Auch dabei kommt den beiden Gründern ihre Pioneers-Erfahrung zugute, schließlich war das Pioneers Festival stets als globales Event angelegt.

Jetzt startet Glacier aber erst einmal in Österreich. Doch das Ziel sei, so Tschas, „in fünf Jahren eine europaweite Plattform mit 100.000 Unternehmen aufzubauen“.

FOTOS: SEBASTIAN REICH, ISTOCKPHOTO

DEX