

Nachhaltigkeitsbericht 2021

RIGI BAHNEN AG

RIGI BAHNEN AG

Frau Sandrina Estrada-Glaser, Projektleiterin Kommunikation

Herr Hans Rigert, Nachhaltigkeitsbeauftragter

Bahnhofstrasse 7

6354 Vitznau

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort	3
2. Unternehmensportrait	4
Die Unternehmung	4
Unsere Qualitätslabels:	5
Die Marke RIGI	6
3. Management	7
Leitbild	7
Verantwortung der Leitung, CSR-Beauftragter/r und CSR-Managementsystem.....	8
Legal Compliance.....	9
Stakeholder-Analyse	9
Vertragsstandards oder Supplier Code of Conduct.....	10
Reklamationswesen	11
Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring.....	11
4. Ökonomische Stabilität	12
Umsatz	12
Ausgaben.....	13
5. Angebotsgestaltung	13
6. Gäste	13
Gästezufriedenheit	13
Qualitätsbewusstsein und Innovation	13
Marketing und Gästeinformation	14
Sicherheit.....	14
7. Lieferanten, Geschäftspartner und Nebenbetriebe	15
8. Mitarbeitende	15
Beschäftigungsstruktur	15
Arbeitsbedingungen.....	15
Schulung zur Nachhaltigkeit.....	16
Mitarbeitenden-Zufriedenheit.....	17
9. Unternehmensökologie und Umweltschutz	17
Stromverbrauch.....	17
Wasser	18
Abfallkonzept.....	18
Umweltschonende Anfahrt.....	18
Naturschutz und Besucherlenkung	18
Beschaffung.....	18
10. Community Involvement	19

1. Vorwort

Nachhaltigkeit liegt uns schon länger am Herzen und damit sind wir in guter Gesellschaft. Spätestens seitdem Schweiz Tourismus die Nachhaltigkeits-Kampagne «Swisstainable» lanciert hat, ist der schonende Umgang mit Ressourcen auch in der Tourismusbranche angekommen. Ich bin sehr stolz, dass wir diesen Stein schon vor längerer Zeit dank der TourCert-Zertifizierung ins Rollen gebracht haben.

Nach der erfolgreichen Zertifizierung im April 2019 wurde es aufgrund der Corona-Pandemie ein bisschen ruhig um die wichtigen Bereiche der Nachhaltigkeit. Dank dem Verbesserungsprogramm haben wir unsere Hausaufgaben aber gekannt und die darin enthaltenen Massnahmen kontinuierlich umgesetzt. Und das trotz Kurzarbeit, Schutzmassnahmen und einer langanhaltenden wirtschaftlichen Unsicherheit, wie es nach Corona weitergehen soll. Bei der Erstellung des vorliegenden Berichts hat es mich besonders gefreut zu sehen, dass sich einige Kennzahlen verbessert und wir uns in allen Abteilungen vermehrt dem nachhaltigen Wirken verschrieben haben. Es zeigt mir, dass dieses wichtige Thema in den Köpfen unserer Mitarbeitenden verankert ist und jeder Mitarbeitende – vom Lernenden bis zum Verwaltungsrat – bei den Entscheidungen im Berufsalltag die Nachhaltigkeit auf dem Radar hat.

Ich bin davon überzeugt, dass das Thema weiterhin an Relevanz gewinnen wird und ich bin mir sicher, dass die RIGI BAHNEN AG auf dem richtigen Weg ist, ihren Beitrag zu einem nachhaltigeren Wirken zu leisten.

Wir engagieren uns.



A handwritten signature in black ink that reads "f. Füssenich". The signature is stylized and written in a cursive-like font.

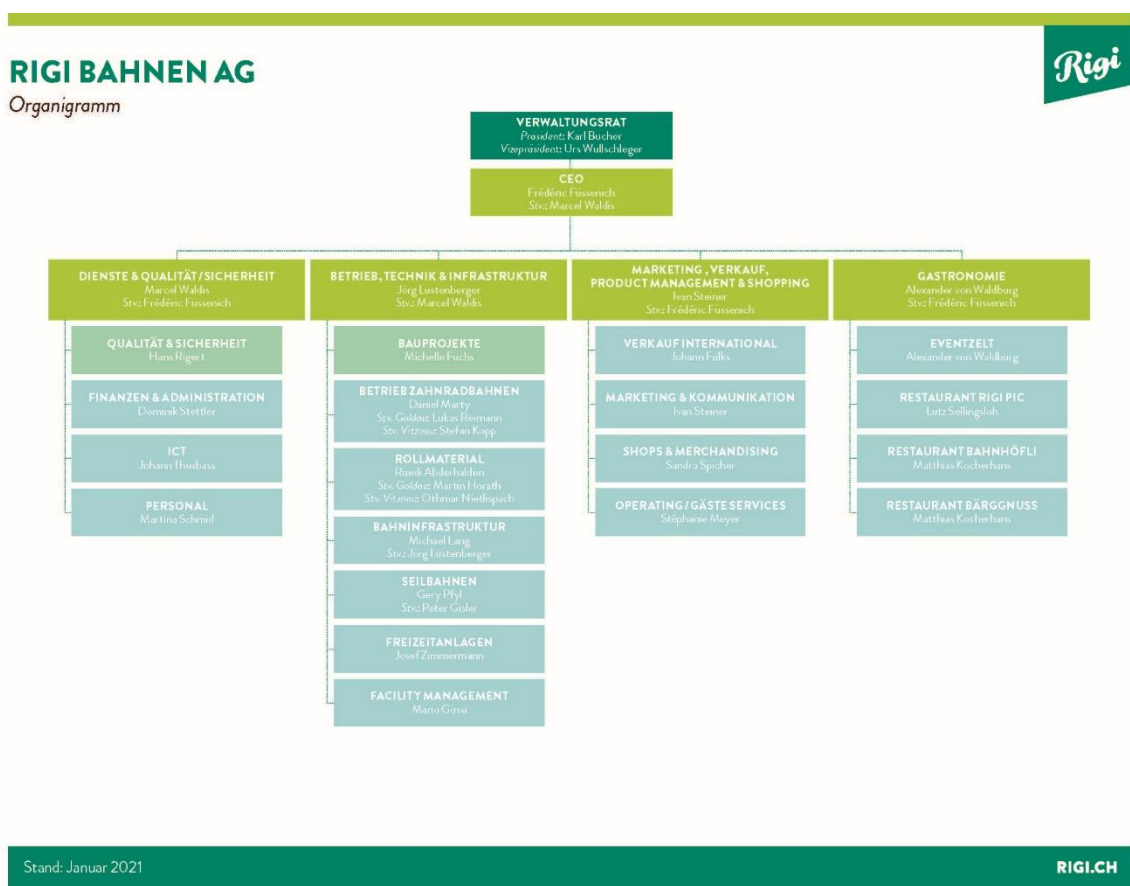
Frédéric Füssenich
CEO der RIGI BAHNEN AG

2. Unternehmensportrait

Die Unternehmung

Die RIGI BAHNEN AG bietet mit ihren Transport-, Erlebnis- und Unterhaltungsangeboten nationalen und internationalen Gästen unvergessliche Momente auf der Rigi – auch Königin der Berge genannt. Die RIGI BAHNEN AG ist ein zukunftsorientiertes Tourismusunternehmen mit rund 220 Mitarbeitenden, verteilt auf diverse Standorte am und um den Berg. Die Rigi, in den Zentralschweizer Kantonen Luzern und Schwyz gelegen, war vor der Corona-Pandemie mit jährlich über 900'000 Besuchern eines der beliebtesten Ausflugsziele der Schweiz. Damals setzte sich der Gästemix aus rund 60 % Schweizer Gästen sowie 40 % internationalen Gästen zusammen. Da fast von einem Tag auf den anderen die wertvollen internationalen Gäste ausfielen, intensivierte die Unternehmung die Marktbestrebungen in den Schweizer Markt und konnte so mehr Schweizer Gäste als vor der Corona-Pandemie auf die Rigi locken.

Die RIGI BAHNEN AG ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Goldau, deren Aktien an einer Nebenbörse gehandelt werden. Das Aktienkapital, unterteilt in 3'600'000 Aktien, beträgt CHF 18 Millionen. Oberstes Führungsorgan ist der Verwaltungsrat, bestehend aus acht Verwaltungsräten. Die Geschäftsleitung besteht aus fünf Mitgliedern.



Unsere Qualitätslabels:

Auch wenn das TourCert-Zertifikat das umfassendste Nachhaltigkeits-Label ist, das wir anstreben, haben wir uns schon in den vergangenen Jahren mit Qualität und Nachhaltigkeit befasst. Wir verfügen über folgende Qualitäts- und Nachhaltigkeits-Labels:



Unsere Labels geben der Qualität ein Gesicht und signalisieren, welche Dienstleistungen die Gäste erwarten dürfen.

Weiter wird in diversen Audits vom Bundesamt für Verkehr (BAV) überprüft, ob die geforderten Standards an die RIGI BAHNEN AG erfüllt werden. Zur Bestätigung der Erfüllung der Sicherheitsanforderungen haben wir die Sicherheitsgenehmigung und Sicherheitsbescheinigung bis im Jahr 2022 erhalten. Eine erneute Eingabe erfolgte im November 2021.

Zur Selbstüberwachung und Bestätigung der Einhaltung der Anforderungen stellen wir jedes Jahr einen Sicherheitsbericht zuhanden des BAV zusammen.

Seit der TourCert-Zertifizierung vom April 2019 hat die RIGI BAHNEN AG eine **Zielvereinbarung für Grossverbraucher CO2&kWh** abgeschlossen. Mit einem durchschnittlichen Stromverbrauch von ca. 4.4 Mio. kWh gehört die RIGI BAHNEN AG zu den Energie-Grossverbrauchern. Aus diesem Grund ist die Unternehmung verpflichtet, sich dem Grossverbrauchermodell anzuschliessen und die CO2-Belastung zu senken. Die interne Umsetzung wird durch die ENERGIE-AGENTUR DER WIRTSCHAFT begleitet. Im Rahmen des Projekts wurden 53 energiesparende Massnahmen definiert, wobei 15 bereits umgesetzt werden konnten.

Die Marke RIGI

In der Schweiz verfügt die Marke Rigi über einen hohen Bekanntheitsgrad und über ein sehr positives Image. Durch eine aktive Bearbeitung verschiedener Märkte weltweit wird versucht, den Bekanntheitsgrad auch international zu erhöhen. In den vergangenen Jahren hat sich am Berg vieles verändert – noch immer ist aber die Naturlandschaft das Kapital des Erlebnisraumes. Die Aufgabe der Destination Rigi besteht heute darin, diese Landschaft den nationalen und internationalen Gästen zugänglich zu machen und diese mit stimmigen Angeboten zu inszenieren. Die Angebote sollen über wirksame Kanäle sympathisch beworben sowie in einem ausgewogenen Preis-/Leistungsverhältnis direkt und indirekt vertrieben werden.

Die Veränderungen in den vergangenen Jahren hat die einheimische Bevölkerung am und um den Berg teils verunsichert. Deshalb gewinnt die Sensibilisierung der einheimischen Bevölkerung immer mehr an Gewicht. Das Tourismusbewusstsein ist nicht bei allen «Rigianern und Rigianerinnen» gleich stark verankert. Die RIGI BAHNEN AG engagiert sich in diesem Bereich aktiv und ist Teil der Projektgruppe Charta Rigi 2030. Ziel des NRP-Projekts ist die Erarbeitung von Instrumenten zur Umsetzung der «Charta Rigi 2030» im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung mit den Dimensionen Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft. Weitere Informationen <https://www.rigi.ch/ueber-uns/ueber-die-rigiplus-ag/charta-rigi-2030>

3. Management

Leitbild

Das Leit-Bild, wie es bei der RIGI BAHNEN AG genannt wird, wurde im Jahr 2017 von der Geschäftsleitung der RIGI BAHNEN AG sowie einer externen Agentur entwickelt und vom Verwaltungsrat genehmigt. Die Mitarbeitenden der RIGI BAHNEN AG wurden mehrmals an Mitarbeiter-Infoveranstaltungen auf das neue Leit-Bild aufmerksam gemacht. Zusätzlich hat jeder Mitarbeitende einen Schlüsselanhänger mit den definierten Werten (verbindlich, klar, verblüffend, offen) erhalten. Beim Mitarbeiterförderungsgespräch wird jeder Mitarbeitende bewertet, wie er in seinem Arbeitsalltag diese Werte lebt.

In einer überarbeiteten Form des Leit-Bilds nehmen die Leitsätze Bezug zur Nachhaltigkeit. Diese Ergänzung des Leit-Bilds ist auf der Homepage unter der Rubrik Nachhaltigkeit aufgeschaltet.



Nachhaltige Leitsätze zum Leit-Bild (auf der Website ersichtlich)

Relevanz fördert Resonanz

Unser Tun und Handeln hat Hand und Fuss. Damit lösen wir positive Reaktionen aus, bei Gästen und Partnern.

Im Sinne unserer Nachhaltigkeit bedeutet dies, dass wir ab dem Frühjahr 2019 ein Nachhaltigkeits-Zertifikat besitzen und uns an diese Leitplanken halten. Mit der «myclimate»-Initiative investieren wir in nachhaltige Projekte am Berg und unsere Gäste entscheiden, ob sie bei der Buchung eines Angebots freiwillig einen Beitrag leisten wollen.

Identifikation schafft Motivation

Wir lieben den Berg, die Bahnen und leben die Rigi. Dies hat Ausstrahlung nach innen genauso wie nach aussen.

Für unsere Nachhaltigkeit heisst das: Bewusstes Handeln bei der Erarbeitung neuer Gäste-Erlebnisse und der Planung neuer Infrastrukturen, die weitgehend die neusten umweltschonenden Technologien berücksichtigen (z.B. neues Rollmaterial mit Rekuperations-Technologie, 100%ige Verwendung von Wasserstrom.)

Gemeinsinn führt zu Gemeinwohl

Das gemeinsame Wirken am Berg erhöht die Wertschöpfung für alle an und auf der Rigi.

Für unser nachhaltiges Wirken stehen wir ein, in dem wir uns zu den Werten der Rigi-Charta bekennen. Mit der am Berg aktiven Organisation Pro Rigi setzen wir uns für den Erhalt der Fauna und Flora ein und setzen gemeinsame Schutzmassnahmen um.

Innovation dank Inspiration

Unsere starke Identität und der offene Geist leiten uns zu neuen Ideen. Daraus realisieren wir überraschende Angebote.

In diesem Zusammenhang berücksichtigen wir die Nachhaltigkeit, indem wir regional verankerte Produkte und Erlebnisse anbieten, welche zum Ursprung und zur Tradition des sanften Berges Rigi passen. Auch gehört die Ansiedlung von innovativen Insektenhotels dazu. Sie helfen die Artenvielfalt der am Berg lebenden Insekten zu gewährleisten.

Verantwortung der Leitung, CSR-Beauftragter/r und CSR-Managementsystem

Für den Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) ist Hans Rigert, Qualitäts- & Sicherheitsbeauftragter, bei der RIGI BAHNEN AG verantwortlich. Er arbeitet zu 80% in der Unternehmung und ist auf die Unterstützung anderer Mitarbeitenden angewiesen, um seine CSR-Ziele zu erreichen. Unterstellt ist er Marcel Waldis, CFO und Vizedirektor der RIGI BAHNEN AG. Die Geschäftsleitung der RIGI BAHNEN AG legt grossen Wert auf ein qualitativ gutes CSR-Management.

Ressourcen

Hans Rigert hat 20-30% Ressourcen für seine Nachhaltigkeits-Bestrebungen zur Verfügung. Er bringt folgende Grundlagen mit, um die Zertifizierung erfolgreich umsetzen zu können:

- Online-Training Travel for Tomorrow Basic
- Fast 20 Jahre berufliche Praxiserfahrung (externe Beratungen) im Wissensmanagement/Organisationsmanagement

Aufgabenbereich CSR-Verantwortlicher (Nachhaltigkeits-Beauftragter)

- Sicherstellen, dass das Wissen zur TourCert-Zertifizierung im Unternehmen bleibt.
- Erhebung von Nachhaltigkeitsdaten.
- Verfassen von Nachhaltigkeitsverbesserungen.
- Koordination der Nachhaltigkeits-Massnahmen.
- Informiert die Kadermitarbeitenden über Nachhaltigkeits-Themen und –Aufgaben. Diese geben ihr Wissen anschliessend in den einzelnen Team-Sitzungen an die Mitarbeitenden weiter.

Aufgabenbereich CSR-Verantwortlicher (Qualitätsbeauftragter)

- Planung, Umsetzung, Überwachung, Weiterentwicklung und Kontrolle unseres Integrierten Managementsystem (IMS) inklusive der Lenkung der damit verbundenen Dokumente.
- Beratung der Unternehmensleitung bei der Entwicklung der Qualitäts- und Umweltziele.
- Aufbau und Entwicklung eines Kennzahlensystems zur Messung der Wirksamkeit.
- Planung und Durchführung von internen Audits. (Qualität und Umwelt)
- Planung und Begleitung von externen Audits.
- Planung, Initiierung, Koordination und Evaluation von internen Qualitäts- und Umweltprojekten.
- Planung und Durchführung von Schulungen der Prozess-Verantwortlichen und IMS-User.
- Bearbeitung der Kunden- und Mitarbeiter-Feedbacks (KVP) in Zusammenarbeit mit Geschäftsleitung und Prozess-Verantwortlichen.

Legal Compliance

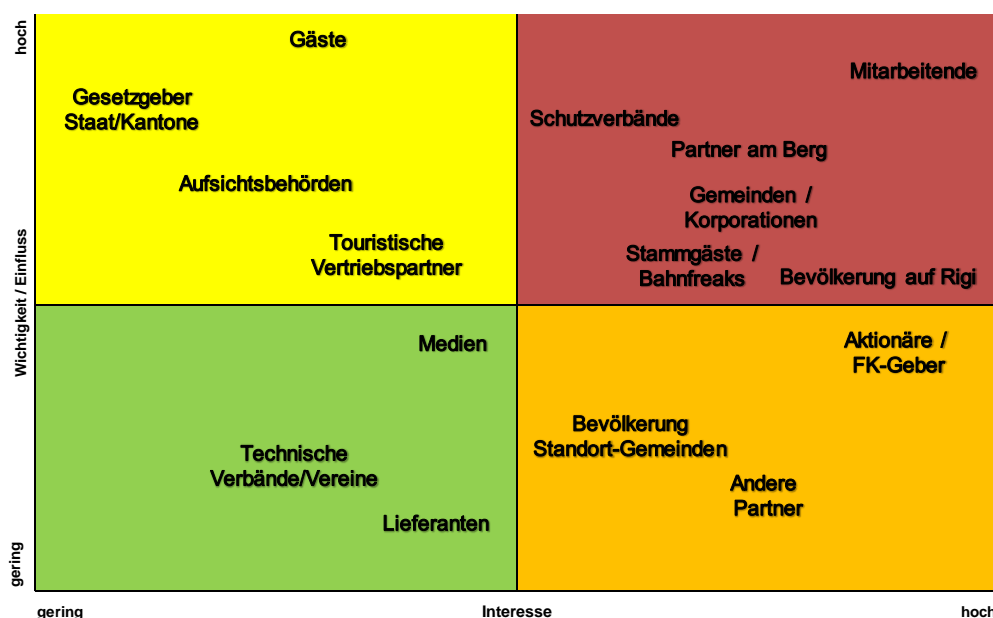
Die RIGI BAHNEN AG ist eine Aktiengesellschaft. Oberstes Organ ist der Verwaltungsrat, bestehend aus acht Verwaltungsräten. Christine Zemp Gschponer, Rechtsanwältin aus Luzern, ist zuständig für das Juristische Gewissen des Verwaltungsrates und somit der Unternehmung. Auch die technische Sicherheit erfordert, dass zahlreiche juristische Anforderungen erfüllt sind.

Stakeholder-Analyse

Die vorliegende Stakeholder-Matrix wird jährlich in der Geschäftsleitung überprüft und punktuell angepasst. In der Stakeholder-Matrix nicht explizit erwähnt, aber für die Unternehmung sehr wichtig, sind die Transportbetriebe Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV) und Auto AG Schwyz. Mit diesen beiden Unternehmen pflegen unterschiedliche Personen aus den Abteilungen einen aktiven Austausch.

Durch einen aktiven, regelmässigen und konstruktiven Austausch kann auf die gegenseitigen Bedürfnisse und Werte eingegangen und das Unternehmen erfolgreich vorangetrieben werden.

Stakeholder der RIGI BAHNEN AG



Vertragsstandards oder Supplier Code of Conduct

Die Beschaffungsgrundsätze der RIGI BAHNEN AG wurden im Rahmen des Zertifizierungs-Prozesses überarbeitet und sind im Verbesserungsprogramm enthalten. Sie werden zusätzlich kommunikativ aufgearbeitet und unter der Nachhaltigkeits-Rubrik der RIGI BAHNEN AG ins Internet gestellt.

Beschaffungsgrundsätze:

- Regionale Beschaffung im Gastronomie-Bereich (Radius von 50 km)
- Saisonale Produkte verwenden
- Vermeidung von Über-Bestellungen und Food Waste
- Keine Kinderarbeit bei der Produktion von Waren und Dienstleistungen
- Fair Trade-Produktion
- Transporte zu uns erfolgen nicht über den Luftweg
- Fokussierung auf verpackungsarme Produkte

Bereich Shop

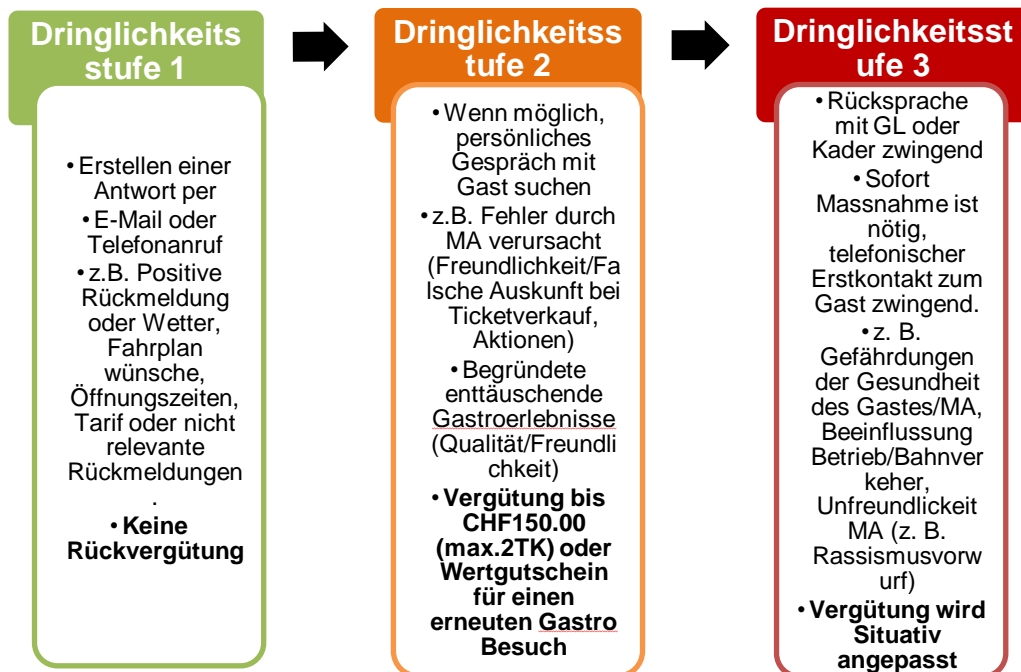
Ebenso werden beim Kauf der Shop-Artikel Partner berücksichtigt, die sich der nachhaltigen Beschaffung und Produktion von Produkten verschrieben haben (mehr Informationen im Kapitel «Beschaffung»). Zusätzlich wird darauf geachtet, Produkte aus der Schweiz – oder zumindest aus Europa zu beziehen.

Bereich Gastronomie

In der Gastronomie legt die RIGI BAHNEN AG bereits einen grossen Wert auf eine nachhaltige Lieferkette. Hierfür wurde beispielsweise für das Restaurant LOK7 ein Einkaufsleitbild mit den Schwerpunkten «Qualität – Innovation – Umwelt» erstellt. Eine abgeleitet Massnahme aus diesem Leitbild zeigt sich zum Beispiel, dass die Eier direkt vom Berg bezogen werden. Ausserdem verwendet die Gastronomie der RIGI BAHNEN AG nur Schweizer Fleisch (exkl. Wild), was das Label „Schweizer Fleisch“ einbrachte. Die Mitarbeitenden bemühen sich noch stärker mit regionalen Lieferanten und Produzenten zusammen zu arbeiten, die sich ebenfalls stark für ein nachhaltiges Wirken einsetzen. So können Langstreckentransporte verhindert werden. Ebenfalls ist die Rigi-Gastronomie Teil des Labels „ächt SCHWYZ“. Speisen, welche mit diesem Label deklariert sind, stammen grossmehrheitlich aus dem Kanton Schwyz. Seit der letzten TourCert-Zertifizierung wurde eine Dosieranlage für Seifen angeschafft, um den Verbrauch zu reduzieren.

Reklamationswesen

Der **Kundenrückmeldungsprozess** der RIGI BAHNEN AG ist mit einem Ampelsystem aufgebaut. Quartalsweise werden die Rückmeldungen in der GL besprochen und bei Bedarf Verbesserungsmassnahmen definiert.



Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring

Das detaillierte Verbesserungsprogramm befindet sich im Cockpit von TourCert.

Ecomapping-Day

Am 29. September 2021 fand das Ecomapping mit dem Nachhaltigkeits-Verantwortlichen und den Lernenden der RIGI BAHNEN AG statt. Nach einer kurzen Einführung, worauf es beim Ecomapping ankommt, waren die motivierten Jugendlichen den ganzen Tag am Berg, in den Depots, den Restaurants und der Verwaltung unterwegs, um Verbesserungsmassnahmen im Bereich der Nachhaltigkeit zu definieren. Insgesamt wurden so über 59 Verbesserungen zusammengetragen. Doch nicht nur das, dank dem Einbezug der Lernenden konnte auch gleich eine Sensibilisierung für unsere Jugend umgesetzt werden.



Erfahrungsaustausch an der Hochschule Luzern

Dank der engeren Zusammenarbeit der RIGI BAHNEN AG mit der Hochschule Luzern hatten Hans Rigert und Sandrina Estrada-Glaser die Gelegenheit, den Prozess der TourCert-Zertifizierung interessierten Bachelor-Tourismusstudierenden im Fach „Nachhaltige Entwicklung in Tourismus und Mobilität“ während drei Vorträgen näher zu bringen. Der Fokus bei der Präsentation lag primär in der praktischen Umsetzung der theoretischen Prozessschritte.

4. Ökonomische Stabilität

Umsatz

	2017	2018	2019	2020
Gesamtumsatz	27'109'588 CHF	29'288'011 CHF	28'964'499 CHF	19'039'811 CHF
Umsatz pro Mitarbeitende	209'304 CHF	209'200 CHF	201'142 CHF	133'145 CHF
Umsatz pro Ersteintritt	31.9 CHF	30.2 CHF	31.0 CHF	36.3 CHF
EBITDA	7'050'048 CHF	7'702'678 CHF	7'103'418 CHF	1'693'383 CHF
Cash-Flow-Umsatzrate	25,50%	20.5%	24.00%	9.4%
Cash-Flow zu Gesamtkapital	15,50%	13.1 %	11.8%	3.0%
Eigenkapital zu Gesamtkapital	61,30%	64.9%	55.5%	53.8%

In den Jahren– 2017 - 2019 durfte die RIGI BAHNEN AG ein grosses Wachstum beim Gesamtumsatz verzeichnen. Dieses Wachstum kann mit folgenden beiden Massnahmen begründet werden:

- Verbesserte Erträge aus dem GA
- Intensivierung Marketing- und Verkaufsaktivitäten in internationalen Märkten

Aufgrund von geplanten Ersatzinvestitionen (**Microsite Rigi Projekte**) war diese Wachstumsperiode wichtig für die Unternehmung, da sie so wertvolle finanzielle Reserven für die bevorstehenden Investitionen schaffen konnte.

Die Corona-Pandemie sorgt für einen massiven Einbruch der finanziellen Kennzahlen. Aufgrund der Tragweite mussten im Frühling 2020 Sofortmassnahmen zur Senkung der Gesamtkosten umgesetzt werden.

Gesamtumsatz in CHF:

	2017	2018	2019	2020
Verkehrsertrag	21'653'268.00	23'306'099.00	23'095'399.00	15'340'831.00
Abgeltungen	728'897.00	724'372.00	664'587.00	636'695.00
Ertrag Shops	1'446'358.00	1'571'269.00	1'470'630.00	633'771.00
Ertrag Gastronomie	2'205'354.00	2'373'744.00	2'385'036.00	1'165'620.00

Der Verkehrsertrag ist nach wie vor das zentrale Standbein der RIGI BAHNEN AG.

Ausgaben

	2017	2018	2019	2020
Gesamtausgaben	20'059'542 CHF	21'585'333 CHF	21'861'081 CHF	17'346'428 CHF
Anteil der Personalausgaben am Gesamtertrag	61,3%	61,3%	62,6%	64,5%

Der Anteil der Personalausgaben an den Gesamtausgaben beträgt 61%, was ein hoher Wert ist. Dies beweist, welch wichtiger Arbeitgeber die RIGI BAHNEN AG in der Region ist und zeigt die regionalwirtschaftliche Bedeutung der Unternehmung.

5. Angebotsgestaltung

	2019	2020
CSR-Index Angebotsgestaltung	31,25	32%

Die geringe Verbesserung des CSR-Index Angebotsgestaltung hat eher mit dem kontinuierlichen Aufbau der Datenstruktur zu tun, als dass wir uns nicht verbessert haben.

Gerne verweisen wir an dieser Stelle auf die "Charta Rigi 2030".

Aus der Diskussion um die zukünftige Entwicklung der Rigi resultierte am 11. Januar 2019 die «Charta Rigi 2030». Auf ihrer Basis wurde in einem nächsten Schritt ein Entwicklungsplan erarbeitet, um die Charta schrittweise mit konkreten Projekten und Massnahmen umzusetzen. Ziel des NRP-Projekts ist die Erarbeitung von Instrumenten zur Umsetzung der «Charta Rigi 2030» im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung mit den Dimensionen Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft.

6. Gäste

Gästezufriedenheit

Alle zwei Jahre findet eine umfangreiche Gästezufriedenheits-Umfrage am Berg statt. Grossmehrwertlich werden an diesen Befragungen die gleichen Fragen gestellt, damit ein Mehrjahresvergleich möglich ist. Aufgrund der Corona-Pandemie fand im Jahr 2020 keine Gästeumfrage statt. In diesem Jahr wurde wiederum eine Gästeumfrage durchgeführt und. Die Befragung fand bis anhin immer schriftlich statt. Es wird ebenfalls darauf geachtet, dass nicht nur Schweizer Gäste befragt sowie Fragen zur Nachhaltigkeit beantwortet werden. Der Net-Promoter-Score der Gäste beträgt 68,9% (letzte Umfrage Wert 66.6%).

Qualitätsbewusstsein und Innovation

Die RIGI BAHNEN AG legt grossen Wert auf eine qualitative Arbeit und lässt sich regelmässig durch die SQS und das BAV auditieren.

Die Unternehmung verfügt über ein Integriertes Managementsystem «IMS». Darin integriert befindet sich ebenfalls ein Tool zur kontinuierlichen Verbesserung der Prozesse. Mitarbeitende, die eine Idee für eine Vereinfachung/Innovation eines Prozesses haben, können diese in Form eines KVPs (kontinuierlicher Verbesserungsprozess) einreichen und der verantwortlichen Person im Betrieb zukommen lassen.

Marketing und Gästeinformation

Die RIGI BAHNEN AG kommuniziert über unterschiedliche Kanäle mit ihren Gästen.

Kanal	Inhalt der Kommunikation	Nachhaltige Informationen
E-Mail Signatur	Unser königliches Engagement	Verlinkung auf Nachhaltigkeits-Rubrik.
Social-Media Kanäle Facebook, Instagram, Youtube	Imageförderung, Bilder, Wettbewerbe	Regelmässige Hinweise auf nachhaltiges Engagement mit Hilfe von Posts.
Homepage	Allgemeine Informationen	Nachhaltigkeits-Rubrik unter Informationen auffindbar.
Homepage	Hauptmenüpunkt Swis-sustainable ab Januar 2022	Nachhaltige Informationen über die gesamte Region Rigi.
Outdooraktive	Online-Tool, um Wanderwege auf der Rigi den Gästen zugänglich zu machen.	Allgemeiner Textbaustein zu Anreise, Abfall, etc. aufgeschaltet.
Gäste-Newsletter	Plattform für Partner am Berg, RIGI BAHNEN AG-Produkte	Spezifische Nachhaltigkeitsmassnahmen wie Charta, Rigi Konferenz, Sennen und Dengelen-Kurs.
Broschüren	Information über Region.	Prospekt zu Fauna und Flora, Hinweise in saisonaler Image-Broschüre sowie im Fahrplan.
Generalversammlung	Knapp 800 Aktionäre anwesend	Strategie-Thema inkl. Nachhaltigkeitsziele werden vorgestellt.
Produkte/Angebote		Kostenlose botanische Exkursionen mit Informationen zur Natur- und Landschaft auf der Rigi werden angeboten. Diverse Erlebnisangebote erfüllen ebenfalls die Kriterien von Swisstainable (Vollmondwanderung, Gipfelzmenge, Depotführung Vitznau).
Buchungsplattform TOMAS	Informationen vor Buchung Produkte und Buchungsbestätigung	Info zu umweltfreundlicher Anreise.

Die Gäste der RIGI BAHNEN AG werden in der Kommunikation bewusst primär auf die bequeme und umweltschonende Anreise mit Schiff und Zug von verschiedenen Orten aufmerksam gemacht. Die Unternehmung bewirtschaftet Parkhäuser/Parkplätze an den Talstationen, für den Platz müssen die Gäste jedoch bezahlen, womit die Anreise mit ÖV gefördert wird. Weiter setzt die Marketing-Abteilung grossen Wert auf Kooperationen mit Transportpartnern wie der RailAway AG und der Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee.

Sicherheit

Die Sicherheit der Gäste und der Mitarbeitenden steht bei der RIGI BAHNEN AG an oberster Stelle. Die Sicherheit beinhaltet:

- Einhaltung BAV-Vorgaben
- Instandhaltung der Infrastruktur
- Sichere Gästelentung
- Umsetzung EKAS-Richtlinien (Eidgenössische Koordination für Arbeitssicherheit)

7. Lieferanten, Geschäftspartner und Nebenbetriebe

	2017	2020
CSR-Index Lieferanten	56%	78%
Anzahl teilgenommene Lieferanten	38	8

Für die Lieferantenbefragung wurden vorwiegend produzierende Lieferanten ausgewählt. Die 8 Teilnehmer an der Lieferantenbewertung bilden einen repräsentativen Lieferantenmix. Die Steigerung des Lieferantenindex zeigt deutlich, dass auch bei den Lieferantenfirmen das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger wird. Inhaltlich wurden Fragen zu folgenden Themen gestellt:

- Kriterien zur Unternehmensführung
- Produkte
- Verpackung
- Logistik

Bei der Auswertung kristallisierte sich heraus, dass die Nachhaltigkeit zwar wichtig ist, aber eine Systematik zur nachhaltigen Verbesserung fehlt. Die Befragung wurde durch den Qualitäts- und Sicherheitsbeauftragten per E-Mail mit Verlinkung auf das TourCert-Cockpit durchgeführt.

8. Mitarbeitende

Beschäftigungsstruktur

	2017	2018	2019	2020
Beschäftigte Vollzeit	118.0	95.0	102.0	84.0
Beschäftigte Teilzeit	88.0	128.0	131.0	131.0
Beschäftigte Gesamt	206	223	233	215
Vollzeitstellen	129	140	144	142
Auszubildende	4	4	4	4
Menschen mit Behinderung	0	0	0	0
Anteil Frauen in Führungspositionen	30,5 %	25,0%	24,0%	19,2%

Die Anzahl der Beschäftigten konnte über die letzten drei Jahre, trotz personeller Massnahmen aufgrund der Corona-Pandemie, stabil gehalten werden. Durch Umstrukturierungen und Personalabgänge wurde der Frauenanteil in Führungspersonen leider auf 19.2 % gesenkt.

Unter den 215 Mitarbeitenden befinden sich drei kaufmännische Lernende sowie ein Auszubildender Seilbahnmechatroniker.

Arbeitsbedingungen

Die RIGI BAHNEN AG ist ein wichtiger und guter Arbeitgeber in der Region. Neben einem guten Klima und spannenden Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, profitieren die Mitarbeitenden von attraktiven Fringe Benefits.

Als Bahnbetrieb mit touristischen, saisonalen Schwankungen, ist das Arbeitszeitgesetz (AZG) immer wieder ein Thema. Besonders in der Hochsaison gerät das AZG teilweise unter Druck (Überzeit an Hochfrequenztagen). Der Geschäftsleitung, wie auch dem Bundesamt für Verkehr (BAV), ist dies bewusst. Die

Geschäftsleitung hat es sich zur Aufgabe gemacht, bei diesem Thema ein kritisches Auge auf den Betrieb zu werfen. Weiter hat sie Massnahmen getroffen, um die Situation in Zukunft zu entschärfen.


Da die Lohntransparenz in den vergangenen Jahren bei den Mitarbeitenden immer wieder ein Thema war, hat die Geschäftsleitung entschieden, in Zusammenarbeit mit einer externen Agentur, Lohnbänder einzuführen. Das entsprechende Lohnsystem trat per 1.1.2020 in Kraft.

Die Peko (Personalkommission) besteht aus sechs Mitarbeitenden der RIGI BAHNEN AG und vertritt die Anliegen der RIGI BAHNEN AGE-Angestellten. Mehrmals jährlich findet zwischen der Peko und der Geschäftsleitung ein Austausch statt, bei dem Anliegen der Belegschaft besprochen werden. Die Geschäftsleitung lässt neue Regelungen oder Anpassungen von Reglementen, welche die Mitarbeitenden betreffen, in der Peko genehmigen.

Schulung zur Nachhaltigkeit

Regelmässig werden die Mitarbeitenden in der monatlichen Mitarbeiter-Zeitung über das königliche Engagement der RIGI BAHNEN AG in den drei Bereichen der Nachhaltigkeit informiert. Das Thema soll immer präsenter werden und sich auch in den Köpfen der Mitarbeitenden verankern. Um die Vorbildfunktion in diesem Bereich wahrzunehmen kommen monatlich einzelne Geschäftsleitungsmitglieder zum Thema Nachhaltigkeit zu Wort.

Auszug Mitarbeiter-Zeitung

15. Oktober 2021 

NACHHALTIGKEIT

UNSER NACHHALTIGES TUN IST UNS WICHTIG
3 Fragen an Ivan Steiner

Was bedeutet für dich persönlich und geschäftlich Nachhaltigkeit?

Für mich persönlich fängt nachhaltiges Handeln im Kleinen an. Ein liegendebebenes Papiertäschchen auf dem Wanderweg auflösen, die Pflege eines Arbeitsgeräts, damit es möglichst lange intakt und funktionsfähig ist oder auch ein wohlgesinnter Umgang mit den Mitmenschen. Neben den grösseren Nachhaltigkeitsprojekten wie zum Beispiel der Netzurückspeisung von Bremsenergie der neuen Gelenktriebwagen sind für mich auch bei der nachhaltigen Entwicklung im Geschäftsumfeld kleine Schritte wichtig. Wir haben zum Beispiel kürzlich mit einem genauen Monitoring von Druckauflagen begonnen, damit wir in Zukunft weniger Papier entsorgen müssen. Natürlich gelingt es weder persönlich noch im Geschäft immer nachhaltig zu handeln und es gibt stets Luft nach oben ☺.


Was macht die RIGI BAHNEN AG – und auch die gesamte Region Rigi bereits gut?

Eine Gruppe von zukunftsgerichteten Riganern macht sich Gedanken darüber, wie man in eine autarke und/oder umweltschonende Energieversorgung investieren kann. Die Flors am Berg wurde in den letzten Jahren grossartig gepflegt, so dass es heute so viele Pflanzenarten auf der Rigi gibt, wie sonst nur sehr selten. Die Rigi Bahnen haben das Betriebsgebäude in Vitznau saniert und werden es künftig durch das Projekt eRIS mit Seewasser heizen oder kühlen können. Auf Rigi First entsteht eine neue Käseerei, damit die Milch zur Verarbeitung nicht mehr ins Tal gefahren werden muss. Das ist eine beliebige erweiterbare Aufzählung von ein paar wenigen Beispielen einer nachhaltigen Entwicklung in der Region. Wie wir uns verbessern können? Bei Google habe ich gelesen, dass Nachhaltigkeit im Ursprung meint, dass der Mensch nicht mehr Ressourcen nützen und verbrauchen darf, als nachwachsen, sich regenerieren oder künftig bereitgestellt werden können. Da gibt es auch bei den Rigi Bahnen und in der Region Rigi noch vieles anzupacken.

Worin können wir uns noch verbessern?

Menschen beschäftigen sich immer mehr mit Umwelt- und Energiethemen wie zum Beispiel dem Klimawandel oder Starkwetterereignissen. Um auf die Bedürfnisse unserer künftigen Gäste eingehen zu können, müssen auch wir uns damit beschäftigen. «Nachhaltigkeit» wird ein wichtiges Verkaufsargument werden! Dies hat auch Schweiz Tourismus erkannt und bringt sich mit dem Thema in Stellung: www.switzerland.ch

15

17. September 2021 

NACHHALTIGKEIT

UNSER NACHHALTIGES TUN IST UNS WICHTIG
3 Fragen an Jörg Lustenberger

Was bedeutet für dich persönlich und geschäftlich Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit bedeutet für mich, dass wir der Rigi, den Rigi Bahnen und uns selbst Sorge tragen und damit den Fortbestand langfristig sicherstellen. Wir müssen dafür Sorge zu unseren Ressourcen tragen, wobei das wertvollste die Natur der Rigi, ja die Rigi selbst ist. Aber auch unsere finanziellen Mittel sind wichtig, damit wir als Firma nicht nur überleben, sondern auch langfristig handlungsfähig bleiben. Ich denke hier z.B. an die langfristige Planung unserer Anlagen. Dazu gehört auch, dass wir nun neue Fahrzeuge einführen, dass wir die alte Dame LWRK ersetzen wollen oder dass wir die Fahrbahn pflegen, Zahnstangen erneuern, zu unseren Brücken und Tunneln schauen. Nicht zuletzt spielen unsere Mitarbeitenden eine entscheidende Rolle für den Fortbestand unserer Firma. Hier kommt der Förderung von Talenten, der Weiterbildung, der aktiven Nachfolgeplanung von Leistungsträgern und dem Wissenstransfer eine entscheidende Rolle zu.

Was macht die RIGI BAHNEN AG – und auch die gesamte Region Rigi bereits gut?

Ich denke, technisch machen wir mit den neuen Gelenktriebwagen einen grossen Schritt. Die Fahrzeuge können viel Energie sparen bzw. Strom zurückspeisen. Auch betreffend der Zahnstangenschmierung werden wir nachhaltiger, da die neuen Fahrzeuge mit fortschrittlichen und weniger umweltbelastenden Schmierstoffe fahren. Im Bereich des Trasse-Unterhalts laufen dieses Jahr Versuche, dass wir weniger Unkrautvertilgungsmittel mehr brauchen, sondern dieses umweltschonend mit heissem Wasser bekämpfen.

Worin können wir uns noch verbessern?

Ich glaube, dass wir in der Abfallthematik und generell beim Bewusstsein bei unseren Gästen noch besser werden müssen. Es tut mir weh, wenn ich z.B. auf Rigi Kulm in den Bänderen Abfall finde oder sehe, dass Wanderer Taschentücher wegwerfen. Auch bei den von uns verkauften Produkten sind wir noch nicht genügend ressourcenbewusst, da meiner Meinung nach z.B. noch viel zu viel «Billig-Schisch» in unserem Souvenir-Sortiment ist. Ein richtiger Schritt diesbezüglich finde ich die hochwertigen Schweizer Holzartikel oder lokalen Landwirtschaftsprodukte z.B. vom Haldhof.

14

Mitarbeitenden-Zufriedenheit

Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	68%
Anzahl teilgenommene Mitarbeitende	66%

Seit dem letzten TourCert-Audit wurden zwei externe Mitarbeiter-Umfragen durch die Agentur «icommit» durchgeführt. Die RIGI BAHNEN AG beauftragt seit über 12 Jahren dieses Unternehmen zur Durchführung dieser Umfrage.

Nachdem die Umfrage 2019 eine sehr gute Bewertung zeigt, ist die Umfrage 2021 durch die Corona-Pandemie und deren Folgen geprägt. Die Teilnahmequote sank von 72% auf 66% und die Mitarbeiterzufriedenheit von 79% auf 68%. Bei den Details zeigt sich, dass die Bewertungen innerhalb des Unternehmens sehr unterschiedlich sind. Dort wo verstärkt personelle Massnahmen wegen COVID-19 umgesetzt wurden, sind die Umfragewerte deutlich tiefer, als in anderen Bereichen. Die Geschäftsleitung ist sich dieser Verschlechterung bewusst und will mit gezielten Massnahmen das Vertrauen der Mitarbeitenden wieder gewinnen.

9. Unternehmensökologie und Umweltschutz

Stromverbrauch

	2017	2018	2019	2020
Stromverbrauch gesamt	4'667'977	4'561'220	4'811'876	3'464'466
Stromverbrauch Büro/Verkaufsräume/Restaurant	1'110'291	1'271'935	1'472'790	1'034'842
Stromverbrauch Seilbahn	426'011	299'808	247'322	227'599
Zahnradbahn ARB	1'252'670	1'139'536	1'195'199	918'672
Zahnradbahn VRB	1'879'005	1'849'941	1'896'565	1'283'353

Am 1. Januar 2019 hat die RB AG von Atom- auf Wasserstrom umgestellt. Durch den coronabedingten Frequenzeinbruch hat sich der Stromverbrauch im Jahr 2020 stark reduziert. Durch die schlechte Auslastung der Transportmittel und die Verpflichtung zur Einhaltung des Fahrplanes hat sich auf der anderen Seite die Energieeffizienz pro Ersteintritt verschlechtert.

Wasser

	2017	2018	2019	2020
Wasserverbrauch Gesamt	4'275'000 l	5'199'000 l	6'031'000 l	3'731'000 l
Wasserverbrauch pro Tag	11'712 l	14'244 l	16'523 l	10'222 l
Wasserverbrauch pro Ersteintritt	5.0 l	5.4 l	6.5 l	7.1 l

Um den Wasserverbrauch zu reduzieren, wurden gemäss dem Verbesserungsprogramm diverse Sparmassnahmen umgesetzt.

Beispiele Wassereinsparungen:

Bei den Wasserhähnen wurden Sparventile eingesetzt.

- Die automatischen Wassersteuerungen wurden neu eingestellt und so der Verbrauch reduziert.
- In den Gastronomieküchen wurden die Mitarbeitenden sensibilisiert und geschult.

Die grosse Reduktion im Jahr 2020 ist jedoch auf das verminderte Gäste aufkommen zurück zu führen.

Abfallkonzept

	2017	2018	2019	2020
Restmüll	61'000 kg	55'365 Kg	54'108 kg	37'246 kg
Restmüll pro Tag	167 kg	152 kg	148 kg	102 kg
Restmüll pro Ersteintritt	0.072 kg	0.057 kg	0.058 kg	0.071 kg
Biomüll pro Ersteintritt	0.010 kg	0.009 kg	0.010 kg	0.006 kg

Die Glas-, PET- und Aludosen-Werte können momentan nicht explizit für die RIGI BAHNEN AG ausgewiesen werden. Grund dafür ist die Tatsache, dass die Unternehmung den Abfall von Bewohnern, Hotels, Restaurants und Läden am Berg mittransportiert. Diese Punkte werden im Rahmen eines Abfallkonzepts analysiert. Das Abfallkonzept ist im Verbesserungsprogramm enthalten.

Umweltschonende Anfahrt

Die Gäste der RIGI BAHNEN AG werden in der Kommunikation bewusst primär auf die bequeme und umweltschonende Anreise mit Schiff und Zug von verschiedenen Orten aufmerksam gemacht. Die Unternehmung bewirtschaftet Parkhäuser/Parkplätze an den Talstationen, für den Platz müssen die Gäste jedoch bezahlen, womit die Anreise mit öV gefördert wird. Weiter setzt die Marketing-Abteilung grossen Wert auf Kooperationen mit Transportpartnern wie der RailAway AG und der Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee.

Naturschutz und Besucherlenkung

Die RIGI BAHNEN AG steht in einem regen Austausch mit Partnerorganisationen am Berg, die sich für den Erhalt der natürlichen Artenvielfalt engagieren. Mit Hilfe der «Cause We Care»-Initiative hat die Unternehmung einen Fonds eingerichtet, der es ihr ermöglicht, nachhaltige Massnahmen am Berg, gemeinsam mit den sich engagierenden Organisationen, umzusetzen.

Beschaffung

Die RIGI BAHNEN AG berücksichtigt mittlerweile für den Verkauf Lieferanten, die sich einer nachhaltigen Produktbeschaffung und –verarbeitung verschrieben haben: Im Bereich Beschaffung konnten wir die Nachhaltigkeit in allen Bereichen verbessern. Es freut uns besonders, dass wir in der Gastronomie den Anteil der regionalen Lebensmittel auf 95% steigern konnten.

10. Community Involvement

- **«Cause We Care»-Initiative**
<https://www.rigi.ch/Information/Nachhaltigkeit/Cause-We-Care>
- **Rigi Historic**
<https://www.rigi.ch/Information/Bergbahnen/Rigi-Bahnen/Ueber-die-RIGI-BAHNEN-AG/Rigi-Historic>
- Zusammenarbeit mit der **RigiPlus AG** welche die Projektleitung bei der Rigi Charta 2020 hat.
<https://www.rigi.ch/ueber-uns/ueber-die-rigiplus-ag/charta-rigi-2030>
- **Zusammenarbeit und Unterstützung Organisationen am Berg**
Pro Rigi, IG Rigi, NatuRigi, etc.
Finanzielle Unterstützung bei Produktion von Imprimaten, kommunikative Unterstützung via Kanäle der RB AG.
- **Kooperation mit der Migros Luzern**
Im Jahr 2019 mit Fokus «Aus der Region. Für die Region.»
- **Movis Mitarbeiterbetreuung**
Mitarbeitenden-Beratung Movis: Kostenlose Anlaufstelle zur vertraulichen Beratung persönlicher Themen
- **Fahrvergünstigungen/Rigi-Abos für Angehörige**
Angehörige von Mitarbeitenden der RB AG haben das Anrecht auf ein Rigi-Jahresabo sowie den TUZ (Transport-Unternehmen-Zentralschweiz-Pass für CHF 20.00)
- **Mitglied via RigiPlus AG von der OK:GO-Initiative**
<https://www.ok-go.org/>
- **Zusammenarbeit mit RAILEX**
Umweltverträgliche Unkrautbekämpfung.
- **Genossenschafter bei eRIS Energie Rigi Süd**
<http://www.eris.solar/anlagen.html>
- **Rigi Solarstrom**
www.solarschwyz.ch/