

# Menschen und Verhalten

Wie Sie bei ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern klimafreundliches Verhalten fördern.



**energiekonsens** ist die gemeinnützige Klimaschutzagentur für das Land Bremen. Unser Ziel ist es, den Energieeinsatz so effizient und klimafreundlich wie möglich zu gestalten. Unsere Angebote richten sich an Unternehmen, Bauschaffende, Institutionen sowie Privathaushalte. energiekonsens initiiert und fördert Projekte zur Energieeffizienz, organisiert Informationskampagnen, knüpft Netzwerke und vermittelt Wissen an Fachleute und Verbraucher. Als gemeinnützige GmbH sind wir ein neutraler und unabhängiger Mittler und Impulsgeber.

#### **Bremen**

Am Wall 172/173  
28195 Bremen  
Tel: 0421/37 66 71-0  
Fax: 0421/37 66 71-9  
info@energiekonsens.de

#### **Bremerhaven**

Schifferstraße 36-40  
27568 Bremerhaven  
Tel: 0471/30 94 73-70  
Fax: 0471/30 94 73-75  
bremerhaven@energiekonsens.de

www.energiekonsens.de

# Inhalt

<b>1/ Vorwort</b>	<b>5</b>
<b>2/ Gedanken vor dem Start</b>	<b>6</b>
<b>3/ Faktor Mensch: Wie können wir Verhalten verändern?</b>	<b>8</b>
<b>4/ Drei Erfolgsfaktoren für ein Mitarbeitendenprojekt</b>	<b>10</b>
4.1. Sorgen Sie für authentische Vorbilder – insbesondere bei der Führung	
4.2. Nutzen Sie die Kraft von Energieteams und erzeugen Gemeinschaftsgefühl	
4.3. Schaffen Sie Anreize und Belohnung	
<b>5/ So können Sie im Mitarbeitendenprojekt vorgehen</b>	<b>14</b>
<b>6/ Bewährte Instrumente für Kampagnen und Mitarbeitendenprojekte</b>	<b>16</b>
6.1. Mitarbeitendenbefragung	
6.2. Seminare und Workshops	
6.3. Wettbewerbe	
6.4. Aktions- und Werbemittel	
6.5. Förderprogramm für Energieberatungen	
6.6. Aktionstag/Aktionswoche	
6.7. Bürobegehungen	
6.8. Erfolgsbeteiligung	
6.9. Aufklärung von Irrtümern	
6.10. Messgerätepool	
6.11. Kommunikation intern und extern	
<b>7/ Gering-investive Maßnahmen mit hoher Wirkung fürs Klima</b>	<b>22</b>
7.1. Energiemanagementsysteme	
7.2. CO <sub>2</sub> -Bilanz und Klimaneutralität	
7.3. Beschaffung	
7.4. Druck und Versand	
7.5. Green IT	
7.6. Büroarbeitsplatz	
7.7. Produktionshallen und Werkstätten	
7.8. Kantine und Ernährung	
7.9. Veranstaltungen	
7.10. Fuhrpark und Logistik	
7.11. Mitarbeitendenmobilität	
<b>8/ Zwei gute Beispiele für Projekte zu klimafreundlichem Verhalten</b>	<b>36</b>
hanseWasser Bremen: Mit Klimaskulturr zur CO <sub>2</sub> -Neutralität	
ATLANTIC Hotel Sail City: Das grüne Segel in der Hotelbranche setzen	
<b>9/ Beratungsangebote</b>	<b>40</b>
energievisiten	
Energieberatung im Mittelstand	
CO <sub>2</sub> -Bilanz	
<b>10/ Fördermittel für Ihre Projekte</b>	<b>42</b>
<b>11/ Anhang und Impressum</b>	<b>43</b>



# 1 / Vorwort

## Moin!

Was die typisch norddeutsche Begrüßung angeht, könnte sie sparsamer nicht sein. Aber gilt das auch für Ihr Unternehmen? Wie (energie-)sparsam denken Sie und Ihre Mitarbeitenden bereits und wie energieeffizient verhalten Sie sich? Was können Sie tun, um Ihre Energiekosten (noch weiter) zu senken?

Klimaschutz und Energieeffizienz lassen sich nicht allein durch technische Maßnahmen erreichen. Ihre Mitarbeitenden sind ein wichtiger Baustein eines solchen Prozesses. Nur über sie gelingt es, Klimaschutz zu einem beständigen Teil der Unternehmenskultur zu machen. Immer wieder stehen die Unternehmen jedoch hilflos vor dieser Aufgabe. Während technische Operationalisierung und Prozessintegration von Energieeffizienz mittlerweile geübt sind, ist die konsequente Einbindung von Menschen für Klimaschutz für sie nach wie vor weitgehend Neuland.

Hier möchte energiekonsens ansetzen und Sie mit diesem Leitfaden gerne praxisnah und erfahrungsbasiert unterstützen.

In den ersten Kapiteln beschreiben wir Ihnen, wann Menschen ihr Verhalten überhaupt verändern, was Sie dafür tun können und wie Sie ein Projekt zur Förderung klimaschonenden Verhaltens im Unternehmen erfolgreich konzipieren und durchführen können. Wenn Ihnen das zu kompliziert und aufwendig erscheint und Sie eher auf der Suche nach geringinvestiven Maßnahmen mit hoher Wirkung sind, blättern Sie doch direkt vor zu Kapitel 7. Dort finden Sie einen Pool an Maßnahmen und Verweisen zu ergänzenden, detaillierten Themenblättern. Abschließend stellen wir Ihnen noch Beratungs- und Förderangebote im Land Bremen vor, die Ihnen die Umsetzung erleichtern sollen.

Sollten Sie zudem auf der Suche nach Energieeffizienz-Anregungen im Bereich „Technik und Prozesse“ sein, möchten wir Ihnen unbedingt unseren gleichnamigen Leitfaden zu diesem Thema ans Herz legen.

Wir wünschen Ihnen viele neue Erkenntnisse beim Lesen und viel Erfolg beim Umsetzen!

Ihr Team von energiekonsens

## Gute Gründe

- Sie halten Ihre Kosten niedrig – durch niedrigen Energieverbrauch, Ressourceneinsparungen und optimierte Prozesse.
- Sie bauen immaterielle Werte auf – ein positives Image, Markenwert und Vertrauen bei Ihren Kunden.
- Sie steigern die Attraktivität für Fachkräfte – weil diese Sie als ökologisch verantwortlich handelnden Arbeitgeber wahrnehmen.
- Sie haben noch motiviertere Mitarbeitende – die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, die sich freiwillig und aktiv in Klimaschutzprojekte einbringen können, erhöht sich nachhaltig.
- Ihr Umweltrisiko wird minimiert – weil Sie bei Design und Herstellung Ihrer Produkte konsequent Umweltschäden vermeiden wollen.
- Sie sind auf kommende Regulierungen vorbereitet – klimaschonendes Handeln und das Einbinden von Mitarbeitenden finden sich zunehmend in Regulierungen wie der DIN EN ISO 50001.
- Sie schützen Umwelt und Klima – denn energieeffiziente Betriebe schonen wertvolle Ressourcen und übernehmen Verantwortung für unsere Umwelt.

# 2 / Gedanken vor dem Start

## Zu welchem Verhalten möchten Sie Ihre Mitarbeitenden motivieren?

Klimafreundliches Verhalten von Mitarbeitenden kann viele Facetten haben. Wie weit möchten Sie da gehen? Im Folgenden sind vier Stufen skizziert, die Unterschiede und Steigerungen in den Anforderungen deutlich machen. Oder bildlich ausgedrückt: Welchen Typ an Mitarbeitenden möchten Sie in Bezug auf Klimaschutz zukünftig noch häufiger bei sich im Unternehmen antreffen?

Stufe	Typ	Angestrebte Verhaltensmerkmale
1	<b>Im Alltag-Integrierer</b>	Sorgsamerer persönlicher Umgang mit Energie im täglichen Verhalten (in Büros z. B. nicht Kipplüften, den Computer und das Licht beim Verlassen des Raumes ausschalten etc.).
2	<b>Effizienz-Denker</b>	Mehr eigene Kreativität darin entwickeln, das persönliche und allgemeine betriebliche Umfeld klimaschonender zu gestalten. Eigene Ideen für neue Verhaltensweisen und Maßnahmen einbringen.
3	<b>Möglich-Macher</b>	Das betriebliche Umfeld aktiv klimaschonender gestalten. Selbst Maßnahmen umsetzen und andere zur Umsetzung von Maßnahmen motivieren.
4	<b>Klima-Botschafter</b>	Authentisch handeln und Klimaschutz vorleben. Im Gespräch mit Anderen im Unternehmen, bei Kunden und Dienstleistern für das Thema Klimaschutz und das notwendige Handeln eintreten und argumentieren. Aktiv weitere Mitstreitende und Multiplikatoren gewinnen.

Wie weit wollen Sie gehen? Welche Stufen wollen Sie erreichen? Was passt zu Ihrem Unternehmen, seiner Kultur und Ihren Projektressourcen an Zeit und Geld? Dieser Leitfaden bietet für alle Stufen Bausteine zur Unterstützung und Entwicklung einer Klimaskulturs im Unternehmen. Wählen Sie je nach Ihrer Zielsetzung die passenden Module aus.

Allen diesen Stufen ist allerdings gemeinsam, dass sie für viele Mitarbeitende eine Veränderung von Gewohnheiten und Verhaltensweisen beinhalten. Solche Veränderungen werden den Wenigsten leichtfallen.

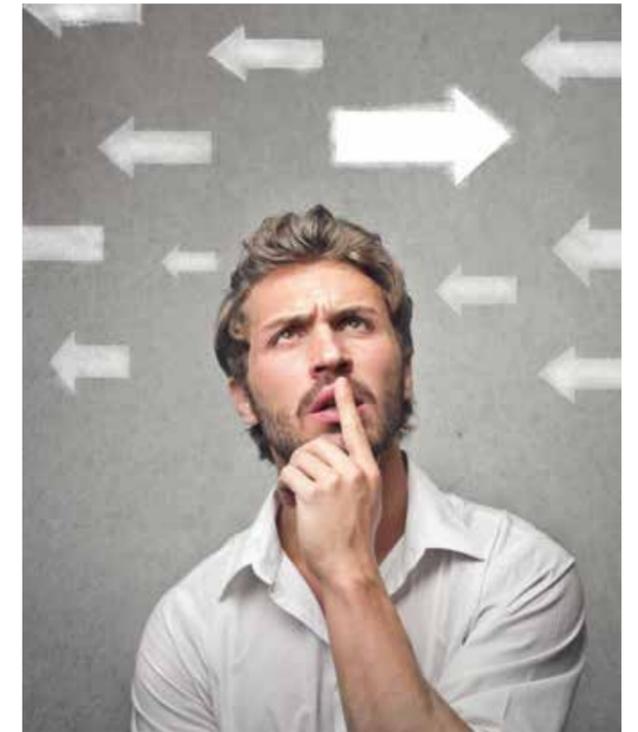


## Bewusstes Verhalten oder unbewusste Gewohnheit?

Kaum jemand verhält sich bewusst klimaschädlich. Ganz im Gegenteil – der gute Wille ist bei den meisten Mitarbeitenden da. Es sind ganz häufig alte Gewohnheiten, die es bewusst zu machen und zu verändern gilt. Und das ist alles andere als einfach – auch bei kleinen Dingen. Wer Verhalten ändern will, muss zunächst eine beträchtliche Schwelle überwinden. Denn unser Gehirn trachtet immer danach, Dinge zu automatisieren, Gewohnheiten auszubilden und besetzt dies mit deutlichen Lustgefühlen.

Es ist natürlich sehr ökonomisch von unserem Gehirn, dass viele Entscheidungen unbewusst unterhalb unserer Wahrnehmungsschwelle ablaufen. Sonst wären wir ständig nur mit Entscheiden beschäftigt. Wir müssen täglich etwa 20.000 Entscheidungen treffen (sagt Hirnforscher Ernst Pöppel). Etwa ob wir morgens aufstehen, wenn der Wecker klingelt oder ihn ignorieren. Was wir frühstücken, was wir anziehen – unser ganzer Tag ist mit Entscheidungen durchzogen. Gewohnheiten und Vereinfachungen sind für uns „überlebenswichtig“. Zum Glück laufen fast alle dieser 20.000 Entscheidungen unbewusst und aus Gewohnheit ab.

Ein Schlüssel zur Verhaltensänderung ist daher, unbewusste Gewohnheiten wieder ins Bewusstsein zu bringen, damit bewusste Neuentscheidungen für Verhalten zu ermöglichen und idealerweise zu einer (klimafreundlicheren) neuen unbewussten Gewohnheit zu machen. Nein, natürlich nicht manipulativ. Ihre Mitarbeitenden bleiben in jedem Moment Herr ihrer eigenen Entscheidungen und ihres Verhaltens.



## Mit welcher Haltung begegnen Sie Ihren Mitarbeitenden?

Die Schwelle zur Verhaltensänderung wird kleiner, wenn Sie den Mitarbeitenden auf Augenhöhe, verständnisvoll und wertschätzend begegnen. Praktisch niemand verschwendet absichtlich Energie. Andere Dinge sind manchmal dringender und wichtiger als Klimaschutzprojekte. Oft fehlt Wissen zum richtigen Handeln. Zusammenhänge sind manchmal komplex. Das persönliche Umfeld ist nicht immer förderlich.

Da hilft es wenig, den Kolleginnen und Kollegen ein schlechtes Gewissen zu machen. Häufig verursacht man damit Widerstand. Ist Ihnen bewusst, welche Haltung Sie selbst den Anderen gegenüber haben? Denken Sie doch mal beim Lesen des Leitfadens darüber nach und überlegen, ob diese förderlich ist.

# 3 / Faktor Mensch

## Wie können wir Verhalten verändern?

Zurück zur Veränderung unseres Verhaltens – hier lohnt es, sich ein wenig mit Verhaltenspsychologie auseinanderzusetzen. Hierzu ist bereits viel geforscht worden. Im Folgenden stellen wir Ihnen das Schwellenmodell vor. Es basiert auf Veröffentlichungen zweier renommierter Wissenschaftler. Brian J. Fogg forscht und lehrt am Institut für „Persuasive Technology“ der Stanford University. Gerhard Roth ist Professor für Verhaltensphysiologie an der Universität Bremen mit den Forschungsschwerpunkten Neurobiologie und Neuropsychologie.

**Die drei Kernzutaten zum Überwinden der Veränderungsschwelle sind den beiden zufolge:**

### 1. Motivation

Ein Mensch verändert sein Verhalten, wenn es aus seiner subjektiven Sicht einen guten Grund dafür gibt und die „Belohnung“ für ihn attraktiver ist, als das Festhalten am Gewohnten.

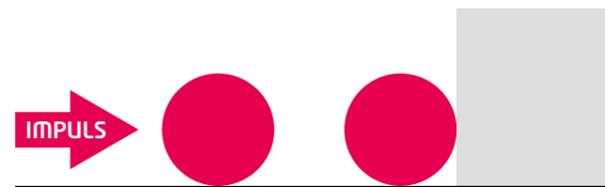
### 2. Befähigung

Er muss ganz persönlich davon überzeugt sein, dass er auch in der Lage dazu ist, das neue Verhalten umzusetzen. In diesem Satz stecken gleich zwei Botschaften. Zum einen muss er es sachlich und faktisch leisten können. Zum anderen muss er selbst davon überzeugt sein, dass er es kann. Es reicht nämlich nicht, wenn andere davon überzeugt sind.

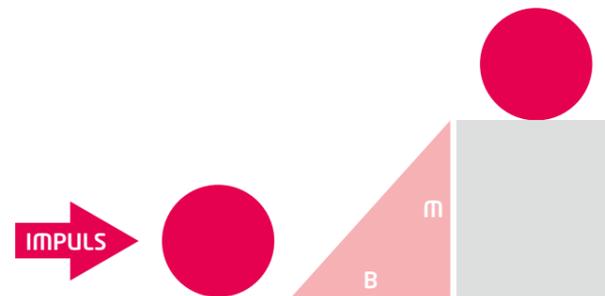
### 3. Impuls

Motivation und Befähigung bilden die Grundlage zur Verhaltensänderung, aber letztendlich braucht es im Moment der Handlung einen konkreten Impuls oder Anlass genau jetzt anders zu handeln.

Grafisch lässt sich das anschaulich in dem Schwellenmodell von C. Rasmussen darstellen. Ist ein ausreichender Impuls da und setzt das Veränderungsvorhaben (Kugel) in Bewegung, so ist damit die Veränderungsschwelle noch lange nicht überwunden. Wir rennen bildlich gesprochen mit unserem Vorhaben vor die Wand. Ein Beispiel hierfür sind Veränderungen, die wir theoretisch sinnvoll finden, wobei wir selbst uns aber eigentlich ganz wohl in unserem gewohnten Verhalten fühlen. („Schatz, du wolltest doch jetzt wegen der Umwelt öfter mit dem Bus fahren.“ „Ach, heute nehme ich noch mal das Auto, das geht schneller und ist wärmer.“)



Erst wenn das richtige Maß an Motivation (M) und Befähigung (B) hinzukommt, können wir die Schwelle überwinden. Bildlich mildert das Dreieck die Schwelle ab und bildet eine Brücke zur Veränderung. („Stimmt, ich habe es heute nicht so eilig und der nette neue Kollege fährt im selben Bus.“)



**Und woran scheitern Veränderungsvorhaben typischerweise?**

- **zu wenig Befähigung:** „Mist, kein Geld dabei und welchen Bus müsste ich eigentlich nehmen?“
- **zu wenig Motivation:** „Autofahren finde ich einfach bequemer und meinen Kram muss ich dann auch nicht schleppen.“
- **kein Impuls:** „Komm, ich fahr dich eben hin.“

## Motivation bedeutet hierbei:

Ein Mensch verändert sein Verhalten, wenn es aus seiner subjektiven Sicht einen guten Grund dafür gibt und die „Belohnung“ für ihn attraktiver ist, als das Festhalten am Gewohnten.

Was motiviert uns? Welche Ereignisse regen positive Gefühlszustände an oder vermeiden negative Zustände? Die Neurobiologie unterscheidet in:

### a) Unser Erfahrungsgedächtnis

Dies sagt uns welches Verhalten in der Vergangenheit gut für uns war und was wir tunlichst beibehalten sollten.

### b) Unsere Vorstellung von etwas Neuem

Der Glückstoff Dopamin wird ausgeschüttet. Es ist buchstäblich der Reiz von etwas Neuem.

## Befähigung bedeutet hierbei:

Der Mensch muss persönlich überzeugt sein, dass er in der Lage ist, das neue Verhalten umzusetzen. Entscheidend sind dafür immer die knappsten Ressourcen und ihre subjektive Wahrnehmung. Wichtige Ressourcen sind:

### Zeit

Das, was schnell und mal eben erledigt werden kann, wird eher als leicht empfunden als Langwieriges, das wir einplanen und lange vorbereiten müssen.

### Geld

Hohe Kosten schrecken uns eher ab, während uns geringe Kosten die Entscheidung leichter machen, etwas zu tun.

### Physische Anstrengung

Tätigkeiten, die uns viel Kraft abverlangen, versuchen wir zu meiden oder gehen stattdessen lieber einen leichteren Weg.

### Mentale Anstrengung

Was hohe Konzentration und langes Nachdenken erfordert, erleben wir als kompliziert. Wenn uns jemand Dinge gut erklärt, werden sie für uns leichter.

### Wissen und Knowhow

Darunter versteht man sowohl die notwendigen Informationen als auch die entsprechende Handlungskompetenz.

### Übung und Routine

Was wir häufig getan haben, fällt uns i.d.R. leichter als Dinge, die wir zum ersten Mal tun.

## Soziale Normen

Etwas zu tun, das gegen die geltenden Regeln verstößt, wird als riskant empfunden, wohingegen das, „was alle tun“, gerne kopiert wird.

Für ein Veränderungsdesign ist es sinnvoll, für seinen Anwendungsfall relevante Ressourcen durchzugehen und für Zugänglichkeit oder ein „Mehr“ zu sorgen. Das könnten für ein Klimaschutzprojekt beispielsweise Fördermittel, Beratung, Leitfäden, Gemeinschaftsatmosphäre etc. sein.

## Impuls bedeutet hierbei:

Letztendlich braucht es im Moment der Handlung einen konkreten Impuls oder Anlass genau jetzt anders zu handeln als gewohnt.

Es kann für die Verhaltensänderung entweder darum gehen

### a) neue Impulse zu schaffen

(Post-It, Reminder, Preisausschreiben, Rabattaktion, Plakat, ...)

### b) bestehende Impulse zu löschen

(Auto weiter weg parken, ...)

## Einsatzmöglichkeiten

Folgende Fragen haben sich zur Planung von Verhaltensänderung im Klimaschutzbereich als hilfreich erwiesen:

1. Was ist die eigentliche Motivation zur Veränderung? Wie kann die Veränderung Spaß machen? Was wäre eine attraktive Vision?
2. Wie können Sie die Befähigung erhöhen? Gibt es eine neue klimaschonendere Verhaltensweise, die für den Mitarbeitenden leichter/einfacher ist, als die alte? Was ist die derzeit von Mitarbeitenden als am knappsten wahrgenommenen Ressource?
3. Welche Impulse sind geeignet, im Alltag an geeigneter Stelle immer wieder auf das neue Verhalten hinzuführen und es in Erinnerung zu rufen?

# 4 / Drei Erfolgsfaktoren

## Das sollten Sie unbedingt berücksichtigen: drei Erfolgsfaktoren für ein Mitarbeitendenprojekt

Mitarbeitendenprojekte haben viele Erfolgsfaktoren. Aber die folgenden drei sind nach unserer Erfahrung besonders kritisch und lohnen der intensiven Betrachtung im Vorfeld.

### 4.1. Sorgen Sie für authentische Vorbilder – insbesondere bei der Führung

Kaum etwas motiviert uns stärker zur Verhaltensänderung als ein Vorbild, das zeigt: „Es geht!“. Das Handeln nach Vorbildern ist tief in uns verankert und ist insbesondere wichtig in komplexen Entscheidungssituationen. Natürlich setzt dies eine hohe Glaubwürdigkeit der Vorbilder voraus.

Führungskräfte nehmen immer eine Vorbildfunktion ein, egal ob sie dies bewusst wollen oder ob es unbewusst erfolgt. Sie sind Maßstab für Mitarbeitende und prägen durch ihr Handeln und genauso durch ihr Nicht-Handeln stark die Kultur im eigenen Verantwortungsbereich. Wenn Sie versuchen, Kollegen und Kolleginnen zu klimaschonendem Verhalten zu bewegen, die unmittelbare Führungskraft aber nicht komplett im Boot ist und im Alltag anders handelt, haben Sie wenig Chancen für Ihre Bemühungen. Sprechen Sie dies aktiv an, suchen Sie nach Ursachen und möglichen Lösungen und finden Sie einen gemeinsamen Nenner. Oder verwenden Sie Ihre Zeit doch lieber auf ein anderes Thema.

Oft stellt sich auch die Frage, wie Führungskräfte ein positives Vorbild für interne Klimaschutzprojekte werden können. Im Folgenden sind exemplarisch einige Verhaltensweisen beschrieben, die Ihnen ein Gefühl für die Vielfältigkeit der Einflussmöglichkeiten vermitteln sollen:

- Führungskräfte sprechen Klimaschutzpotenziale im Alltag aktiv an und achten im eigenen operativen Prozess darauf.
- Führungskräfte informieren und sensibilisieren ihre Mitarbeitenden zu Klimaschutzthemen.
- Führungskräfte sind Vorbild für Klimaschutz – auch im privaten Bereich. Privat wird dabei eine Sensibilität für Klimaschutzfragen erwartet – kein grundsätzliches Ändern des Privatlebens.
- Die Geschäftsführung und andere Führungskräfte nutzen klimaschonende Dienstfahrzeuge.
- Führungskräfte nutzen vorrangig Rad/ÖPNV/DB statt Pkw oder Flugzeug.
- Führungskräfte sprechen auch außerhalb des Unternehmens über das Klimaschutzengagement des Unternehmens.
- Unmittelbare Führungskräfte fühlen sich mitverantwortlich für das Erreichen der Ziele und Umsetzung der Maßnahmen ihrer Mitarbeitenden, die in Klimaschutzprojekten tätig sind.
- Unmittelbare Führungskräfte räumen den Mitarbeitenden Zeit für ihre Klimaschutzaktivität ein.
- Führungskräfte informieren sich aktiv über Klimaschutzaktivitäten ihrer Mitarbeitenden.
- Führungskräfte zeigen Wertschätzung für Klimaschutz-erfolge von Mitarbeitenden.
- Die Führungskräfte sorgen für eine lebendige Integration von Klimaschutz ins Unternehmensleitbild.
- In Entscheidungssituationen sorgt die verantwortliche Führungskraft bei Widersprüchen zwischen Klimaschutzbelangen und anderen Unternehmensbelangen aktiv dafür, das Optimum für das Unternehmen in dieser Mehrdimensionalität zu finden.



Wichtig ist dabei, dass die Führungskraft authentisch handelt und handeln darf. Mitarbeitende haben ein gutes Gespür dafür, ob Verhalten bloß aufgesetzt ist oder aus Überzeugung erfolgt. Wenn eine Führungskraft sehr viel Freude an ihrem Sportwagen oder Oldtimer hat oder in ihrer Freizeit begeistert ein großes energieintensives Aquarium betreibt – so wird sie ein erwarteter Verzicht hierauf wahrscheinlich zum Gegner des Klimaprojekts machen. Und es wäre auch nicht glaubwürdig und authentisch, wenn die Führungskraft zähneknirschend darauf verzichten würde, obwohl alle wissen, welche Freude ihr das Hobby gemacht hat. Die Empfehlung ist daher: Nicht päpstlicher sein, als der Papst. Jede einzelne Handlung in Richtung Klimaschutz ist wichtig und es müssen nicht immer 100 Prozent sein. Wichtig ist allerdings die ernsthafte Auseinandersetzung der Führungskraft mit dem Thema. Darauf sollten Sie Wert legen – oder sie darf keine Rolle für das Projekt wahrnehmen müssen.

Wenn Sie mit Ihrem Mitarbeitendenprojekt nachhaltig eine klimaschonendere Unternehmenskultur entwickeln wollen, brauchen Sie hierfür einen besonders starken Promotor im Unternehmen. Promotoren sind Personen in Veränderungsprozessen, die den Prozess aktiv und intensiv fördern. Sie helfen allgemein, Willens- und Fähigkeitsbarrieren von Mitarbeitenden im Zusammenhang mit dem Prozess abzubauen oder zu überwinden. Speziell auf oberer Führungsebene braucht es einen Promotor, der den Veränderungsprozess durch sein hierarchisches Potenzial aktiv und intensiv fördert. Durch seine Stellung in der Hierarchie kann er mögliche Gegner mit angemessenen Sanktionen belegen und Veränderungswillige schützen und unterstützen.

Klimaschutz ist oft ein Zusatzthema, das neben vielen anderen wichtigen Themen auf die Agenda der Führungskräfte kommt. Häufig muss die Wichtigkeit dieses „weichen Themas“ erst vermittelt werden und das Thema in der Priorität entsprechend verankert werden. Auch ist für viele Führungskräfte auf den ersten Blick nicht klar, wie eine Transformation ins Tagesgeschäft gelingen kann. Es wird Neuland betreten. Das braucht einen starken Promotor, um dies im Unternehmen durchzusetzen.

Ein wichtiges Indiz von Unterstützung ist der Grad der Aufmerksamkeit, den die oberste Führungsebene dem Thema Klimaschutz oder Nachhaltigkeit widmet. Wichtig ist, dass sie selbst Verantwortung dafür übernimmt. Aber auch Sie und – sofern vorhanden – Ihr „Energieteam“ können Kolleginnen und Kollegen durch Ihre Vorbildwirkung und Ihr Verhalten „anstecken“ und mitnehmen.

- Sie haben sich idealerweise ausführlich mit Fragen zum klimaschonenden Verhalten beschäftigt und sind „Wissende“ oder „Wissender“. Damit reduzieren Sie für andere Komplexität, helfen bei Unsicherheit und geben eine Richtung vor. Andere können bestenfalls direkt nachmachen, was Sie vormachen.
- Sie helfen anderen durch aktive Information und Unterstützung (z. B. Beratung, Anleitung) dabei, selber aktiv werden zu können.
- Sie sind im Alltag präsent und wahrnehmbar. Sie geben anderen allein durch ihr Dasein und Verhalten immer wieder einen Anlass, das eigene Verhalten zu überdenken oder zu ändern.

#### 4.2. Nutzen Sie die Kraft von Energieteams und erzeugen Gemeinschaftsgefühl

Maßnahmen zu Energieeffizienz und Klimaschutz sollte im Unternehmen keiner alleine schultern. Immer mehr Unternehmen bauen deshalb ein „Energieteam“ auf. Auf diese Weise werden das Engagement und die Kreativität vieler eingebunden.

##### Energieteams sollten

- mit „Freiwilligen“ besetzt werden, die es wichtig finden, sich für die Themen Klimaschutz und Energieeffizienz im Unternehmen zu engagieren. Verpflichtungen von Mitarbeitenden sind eher kontraproduktiv.
- abteilungs- und bereichsübergreifend besetzt werden, um eine möglichst breite Verankerung und Ausstrahlung entfalten zu können.
- eine Mischung von für Klimaschutzthemen hilfreichen Kompetenzen aufweisen. Ideal wären Teammitglieder aus Energiemanagement, zentraler Technik / Facility Management, Marketing / Öffentlichkeitsarbeit, Personalentwicklung, Betriebsrat und wichtigen operativen Bereichen.

##### Vorteile der Arbeit in Energieteams sind:

- die Arbeit auf mehrere Schultern verteilen zu können.
- Multiplikatoren für das Thema in verschiedenen Bereichen und Gruppen im Unternehmen zu gewinnen.
- dem „Not-invented-here-Syndrom“ entgegenzuwirken. Ideen, die ich selbst oder mir vertraute Kolleginnen und Kollegen mitentwickelt haben, setze ich eher um.
- neue Ideen gewinnen, auf die man alleine nicht gekommen wäre.
- Informationsfluss und Kommunikation zu steigern.
- das Problemverständnis der Beteiligten zu steigern.
- Wir-Gefühl und Kraft sozialer Gruppen nutzen zu können.
- Mitarbeitende erkennen zu lassen, dass sie mehr Freiräume haben und Dinge selbst entscheiden und vorantreiben können.

Nicht zu unterschätzen ist allerdings, dass für viele Unternehmen diese Organisationsform ungeübt ist und die Energieteams ihre Rolle und Aufgaben häufig eigenständig definieren müssen. Selbstfindung, Rahmenbedingungen und Entscheidungsspielraum sind Fragen, die immer wieder auftauchen. Es empfiehlt sich daher, diese im Team und mit Einbindung der zuständigen Führungskräfte frühzeitig gemeinsam zu klären.

**Experimente mit Großgruppen haben übrigens gezeigt, dass schon eine Elite von fünf Prozent der Menschen ausreicht, um eine Gruppe in ihrem Verhalten zu steuern (Prof. Jens Krause).**

**Der Schneeballeffekt durch Energieteams, Workshops und Großveranstaltungen ist daher ein wichtiger Erfolgsfaktor für Projekte, die Klimaskulturr in Organisationen verankern wollen.**

## Energiescouts

Eine besondere Form der Energieteams sind die sogenannten Energiescouts. Dieser Ansatz des Ventilatorenherstellers ebm-papst macht mittlerweile deutschlandweit Schule und ist Teil der IHK-Mittelstandsinitiative. Auszubildende aus technischen und kaufmännischen Berufen sollen in ihren Unternehmen z. B. mit Druckluftmessgeräten oder Wärmebildkameras Schwachstellen aufspüren und ressourcen- und energieeffizientere Lösungen finden. Dazu bilden sie Teams, erhalten eine spezielle Schulung und tauschen sich mit Fachleuten innerhalb und außerhalb des Unternehmens aus. Für die besten Teams gibt es eine Auszeichnung in Berlin. Auch im Land Bremen können Unternehmen Azubis für diese spezielle Weiterbildung bei der Handelskammer Bremen - IHK für Bremen und Bremerhaven anmelden.

#### 4.3. Schaffen Sie Anreize und Belohnung

Menschen ändern ihr Verhalten nur dann, wenn dies mit einer konkreten Belohnungserwartung verbunden ist. Wir alle fragen uns bewusst oder unbewusst: Was habe ich davon, wenn ich klimaschonender handle als bisher? Aber welche Belohnungen könnten wir für die Verhaltensänderung anbieten?

Es gibt unterschiedliche Arten von Anreizen und Belohnungen, die auch unterschiedlich wirken. Einige Beispiele für Anreize bzw. Belohnungen sind:

##### 1. Materielle Anreize

Bonus-Zahlungen (z. B. ein Anteil der eingesparten Energiekosten), Prämien (z. B. für den ältesten ersetzten Kühlschrank oder für das Team, das am meisten Energiesparideen einbringt), Preisausschreiben (z. B. Energiequiz) mit Sachpreisen

##### 2. Soziale Anreize

Lob und Anerkennung (z. B. durch die Führungskraft oder Kolleginnen und Kollegen), Ehrungen (die Klimaheldin oder der Energiesparer des Monats), Nähe (z. B. Arbeit mit netten Kolleginnen und Kollegen im Energieteam oder bei interaktiven Workshops/Seminaren)

##### 3. Symbolische Anreize

Orden, Auszeichnungen, Statussymbole (z. B. für die Rolle als Klimabotschafter oder als Siegerurkunde eines Wettbewerbs)

##### 4. Eine attraktive Vision, die intrinsische Motive anspricht

z. B. Energieautarkie des Betriebes oder erstes klimaneutrales Unternehmen der Branche

Je „materieller“ eine Belohnung, desto schneller verliert sie allerdings bei Wiederholung ihre Wirkung. Wir gewöhnen uns an die Belohnung und erwarten sie das nächste Mal. Die Wirkung materieller Belohnungen wie Geld reduziert sich bei jeder Wiederholung mindestens um die Hälfte. Hinzu kommt ein Enttäuschungseffekt bei Nicht-Eintritt einer erwarteten Belohnung. Soziale Belohnungen (Lob, Anerkennung, Titel) lassen in ihrer Wirkung langsamer, jedoch auch stetig nach. Die einzige Belohnung, die nicht in Sättigung geht, ist die intrinsische Belohnung (Freude an der Tätigkeit). Sie kann sogar mit Wiederholung ansteigen.

In unserem Körper – präziser im Gehirn – erfolgt bei Belohnungen die Ausschüttung von „Belohnungsstoffen“ (hirnengen Opioiden). Bereits die Erwartung von Belohnung führt übrigens zur Ausschüttung von „Belohnungsstoffen“. Dies empfinden wir als Vorfreude.

Unser Gehirn belohnt uns leider auch immer, wenn wir an gewohntem Verhalten festhalten. Eine Änderung muss sich für uns „doppelt so stark“ lohnen, sonst machen wir es nicht. Noch komplizierter wird es dadurch, dass wir Menschen verschieden „ticken“. Die Wissenschaft hat sich intensiv damit beschäftigt, Grundmotive für das Handeln von Menschen zu klassifizieren. In der Regel treten bei uns Mischungen dieser Motivstrukturen auf – allerdings in unterschiedlich starker Ausprägung. Drei wichtige Grundmotive, die bei Menschen angesprochen werden können, sind:

##### 1. Leistung

Der Antrieb, Erfolg zu haben und anspruchsvolle Ziele anzustreben und zu verfolgen. Dinge besser und effizienter als andere Menschen zu machen. Arbeitstätigkeiten und Bedingungen mit hoher Eigenverantwortung, persönlichem Einfluss auf das Arbeitsergebnis, schnellem Feedback. Vergleichsmöglichkeiten mit anderen Menschen. Ziele, die anspruchsvoll, aber erreichbar sind.

##### 2. Macht

Das Bedürfnis, Einfluss über andere zu gewinnen und in der Hierarchie aufzusteigen. Status und Prestige sind wichtiger als Arbeitsleistung. Orientierung an anderen, mächtigen Personen im Umfeld. Arbeitsumgebungen mit Einfluss und Kontrolle über andere Menschen.

##### 3. Soziale Zugehörigkeit

Das Verlangen nach freundschaftlichen und engen sozialen Beziehungen und Bindungen mit anderen Menschen. Kooperative Arbeitsbeziehungen, starken Wettbewerb vermeiden, gutes soziales Klima am Arbeitsplatz.

Ein ausgeglichenes aufgestelltes Projekt zur Mitarbeitendenansprache für Klimaschutz enthält eine Mischung an Anreizen, die in Summe alle drei Motivstrukturen ansprechen. Gute Belohnungen sprechen also die individuelle Motivstruktur der Person an, erfolgen zeitnah, sind nachvollziehbar und kommen unerwartet.

All dies macht hoffentlich deutlich, wie wichtig es ist, sich auch über Belohnungen und Anreize Gedanken zu machen, wenn Sie ein Klimaschutzprojekt zur Ansprache von Verhalten planen.

Falls Ihnen das jetzt alles viel zu kompliziert ist, nutzen Sie doch einfach erprobte Bausteine. Von diesen gibt es mittlerweile eine ganze Menge. Im Kapitel 6 sind Bausteine für Mitarbeitendenprojekte skizziert, von denen einige auch die oben genannten Anreize enthalten.

## Umsetzung: So können Sie im Mitarbeitendenprojekt vorgehen

### Die ersten Schritte

Besonders wichtig ist, dass Sie ein Mandat für das Mitarbeitendenprojekt bekommen. Mitarbeitendenprojekte im Klimaschutz sind für viele Organisationen ungeübt und passen nicht richtig in die „normalen“ Prozesse und Zuständigkeiten. Deshalb muss Ihnen vorher klar sein, was Sie erreichen wollen und wer dafür zuständig ist. Dabei gibt es zwei häufige Varianten: Entweder es ist sowieso Ihr Thema, weil Sie designierter Energiemanager oder Energiemanagerin sind oder die Geschäftsführung will das Thema Nachhaltigkeit mehr bewegen und benennt eine Zuständige oder einen Zuständigen.

### Überblick gewinnen

Die Einführung eines Energiemanagementsystems wie in Kapitel 7 beschrieben, aber auch die Erstellung einer CO<sub>2</sub>-Bilanz (vgl. Kapitel 7) sind sinnvolle Instrumente, die im besten Fall früh in den Umsetzungsprozess integriert werden. Damit verschaffen Sie sich Überblick – auch um realistische Ziele für den weiteren Prozess festzulegen. Von Ihrem Energieversorger können Sie in der Regel Lastgänge für Ihren Stromverbrauch an bestimmten Tagen bekommen. Besonders interessant sind häufig die Grundlasten – nachts, in Ferienzeiten oder an Wochenenden. Was ist in Betrieb, wenn niemand da ist? Meistens viel mehr als notwendig. Auch ist eine Energieanalyse sinnvoll, um parallel zum Mitarbeitendenprojekt große technische Potenziale zu identifizieren und auszuschöpfen. Hier hat es sich bewährt, externes Wissen miteinzubeziehen. energiekonsums betreut ein qualifiziertes externes Beraternetzwerk – die „Energie Experten Unternehmen“ – aus welchem wir Ihnen bei Bedarf gerne einen qualitätsgesicherten Profi vermitteln.

Ausführliche Hinweise zu energiesparender Technik und Prozessen in Unternehmen finden Sie in unserem Leitfaden speziell zu diesem Thema.

### Energieteams bilden

Im nächsten Schritt ist es empfehlenswert, ein gemischtes Projektteam oder Energieteam zu bilden. So ist gewährleistet, dass allen Handlungsfeldern gleich viel Beachtung zukommt und am Ende ein gutes Ergebnis erzielt wird. Dabei ist es hilfreich, das Team aus Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Abteilungen zusammenzustellen. Auf diese Weise kommen Aspekte ins Spiel, die zuvor vielleicht gar nicht bedacht wurden. Außerdem schweißt das abteilungsübergreifende Arbeiten zusammen. Idealerweise bringt sich auch die Unternehmensführung zumindest zeitweise in die Projektgruppe ein. Mehr zum Thema Energieteam finden Sie in Kapitel 4.

### Ziele erarbeiten

Mit dem Team sollten Sie zunächst realistische Ziele für seine Aktivitäten formulieren. Dabei lohnt es sich, in sogenannte „harte“ und „weiche“ Ziele zu unterscheiden. Bei beiden müssen Sie den Ist-Zustand kennen, um einen Zielwert festlegen und die Erreichung feststellen zu können. Und das ist häufig leichter gesagt als getan.

Harte Ziele sind quantifizierbar und messbar.

Ein typisches hartes Ziel könnte sein:

- Reduzierung des Stromverbrauchs um 5 Prozent nach einem Jahr (bezogen auf das Ausgangsjahr)
- Reduzierung des Stromverbrauchs um 7 Prozent nach zwei Jahren (bezogen auf das Ausgangsjahr)
- Reduzierung des Stromverbrauchs um 10 Prozent nach drei Jahren (bezogen auf das Ausgangsjahr)

Weiche Ziele sind eher „Verhaltensziele“. Sie sind deutlich schwieriger zu messen – in der Regel nur über Umfragen oder „subjektive Einschätzungen“. Trotzdem machen sie klar, worum es in der Aktion oder Kampagne gehen soll, geben eine Richtung vor und sind wichtig, um die Führung und andere Mitarbeitende ins Boot zu bekommen.

- Wissenszuwachs bei den Kolleginnen und Kollegen
- Energieverbrauch/-einsparung transparenter machen
- 100 Prozent aller Mitarbeitenden kennen die Kampagne drei Monate nach dem Startschuss
- 75 Prozent aller Mitarbeitenden haben mindestens eine Verhaltensänderung ausprobiert (beruflich oder privat) – sechs Monate nach dem Startschuss

Wichtig ist natürlich, dass diese Ziele realisierbar sind, da Erfolgserlebnisse für das Gelingen des Gesamtprojektes bekanntlich unabdingbar sind. Auch hier können Beraterinnen und Berater helfen, die Lage richtig einzuschätzen.

### Absender Ihrer Kampagne wählen

Häufig übersehen, aber definitiv einen Gedanken wert: Wer soll Absender Ihrer Mitarbeitendenkampagne sein? Das heißt, wer spricht zu Ihren Mitarbeitenden, informiert sie, fordert sie zur Mitwirkung auf, erinnert sie regelmäßig und hält sie über Ergebnisse auf dem Laufenden? Ihre Geschäftsführung, ein namhafter Schirmherr, das Energieteam, die Energiemanagerin oder der Energiemanager, ausgewählte Mitarbeitende oder – stellvertretend für vom Klimawandel betroffene Tiere – ein Eisbärenbaby?

Zu empfehlen ist, dass Ihr Absender für die Mitarbeitenden ansprechbar ist. Dass er oder sie glaubwürdig in Bezug auf klimaschonendes Verhalten ist. Und dass der Absender hilft, die Identifikation der Mitarbeitenden mit „ihrer“ Kampagne zu fördern.

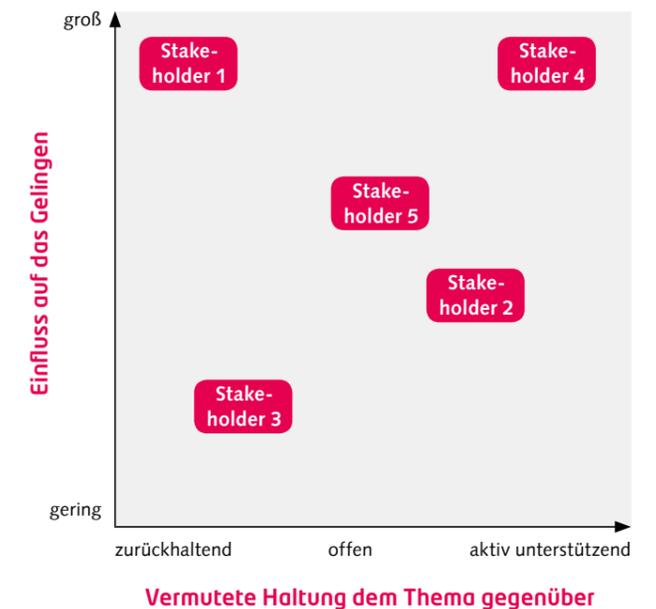
### Den Startschuss gestalten

Die Einbindung Ihrer Mitarbeitenden sollte für sie in einem nachvollziehbaren Zusammenhang erfolgen. Das können die Unternehmensziele, das Leitbild oder ein größeres internes Nachhaltigkeits- oder Veränderungsprojekt sein. Im Energieteam sollten Sie sich Gedanken zum offiziellen und von außen wahrnehmbaren Startzeitpunkt und zur geplanten Dauer der Kampagne machen. Hier empfiehlt sich in der Regel eine Dauer von mindestens einem Jahr – besser zwei bis drei Jahren, um Einsparerfolge messbar zu machen und anhaltend gestalten zu können. Ebenfalls sehr wichtig ist die Planung des Startevents der Kampagne. Denkbar ist ein Aktionstag, eine ganze Aktionswoche (wie in Kapitel 6 skizziert), ein „Soft Opening“ bei dem Sie die Mitarbeitenden die Kampagne mitgestalten lassen können oder auch die Einbindung in Aktivitäten, die Sie ohnehin geplant haben.

### Stakeholderanalyse durchführen

Wer wird von den geplanten Aktivitäten direkt oder indirekt betroffen sein oder hat irgendein Interesse an ihnen? Wer sollte dann wie eingebunden werden? Reicht eine reine Information, wenn alles fertig ist, oder ist Mitgestaltung der angemessene Weg? Diese Fragen lassen sich gut im Energieteam in einer kurzen Stakeholderanalyse beantworten. In einem Diagramm werden typische Anspruchsgruppen wie Unternehmenskommunikation, Haustechnik, IT, Einkauf, Führungskräfte, Vorstand, Nachhaltigkeitsmanagement, Umweltbeauftragte, Betriebsrat, Reinigungskräfte und Hausmeister eingetragen.

Als Achsen bieten sich zum einen deren Einfluss auf das Gelingen der Aktion (hoch, gering) und zum anderen deren vermutete Haltung dem Thema gegenüber (zurückhaltend, offen, aktiver Unterstützer) an. Nachdem das Team diesen Überblick gewonnen hat, entscheidet es über die Art der Einbindung der einzelnen Anspruchsgruppen und vereinbart Zuständigkeiten und Aktionen hierfür.



### Bausteine auswählen und loslegen

Wenn Sie alle genannten vorbereitenden Aktivitäten durchgeführt haben, haben Sie alles für einen guten Start Ihrer Mitarbeitendenaktion getan und können mit den in den Kapiteln 6 und 7 beschriebenen Maßnahmen und Bausteinen inhaltlich loslegen.

# 6 / Bewährte Instrumente

## Suchen Sie sich etwas aus: Bewährte Instrumente für Kampagnen und Mitarbeitendenprojekte

energiekonsens hat seit mittlerweile fast 20 Jahren Erfahrung mit Projekten zur Ausschöpfung von Energieeinsparpotenzialen durch Verhaltensänderungen in Organisationen. Begonnen mit ¾plus-Projekten an Schulen im Land Bremen, über Projekte in Senioreneinrichtungen (heim:vorteil), Krankenhäusern (ener:care), Kindertagesstätten (ener:kita) bis hin zu Unternehmen (e-fit, Klimaschutzaktionstage) und Sportvereinen (ener:sport). Hierdurch gibt es Erfahrungen mit einer Vielzahl an Maßnahmen, von denen Ihnen im Folgenden einige skizziert werden sollen.

Dabei ist es bewährt, einzelne Maßnahmen zu bündeln und in Form eines Programms in den Organisationen umzusetzen. Mittlerweile deutschlandweit umgesetzt und bekannt sind die Programme „mission E“ ([www.missione.nrw](http://www.missione.nrw)) und „E-Fit-Woche“ der EnergieAgentur.NRW, die sich ebenfalls seit vielen Jahren mit diesem Thema beschäftigt. Andere etablierte Formen der Programme sind Klimaschutzaktionstage und thematisch fokussierte Aktionen z. B. zu Mobilität, Konsum, Ernährung.

1. Mitarbeitendenbefragungen
2. Seminare und Workshops
3. Wettbewerbe
4. Aktions- und Werbemittel, Broschüren, Plakate etc.
5. Förderprogramm für Energieberatungen
6. Aktionstag/Aktionswoche
7. Bürobegehungen
8. Erfolgsbeteiligung
9. Aufklärung von Irrtümern
10. Messgerätepool
11. Kommunikation intern und extern

### 6.1. Mitarbeitendenbefragungen

Die Befragung Ihrer Mitarbeitenden zum Thema Klimaschutz, zu deren Erwartungen und zu deren Verhalten kann vielen Zielen dienen:

- Sie unterstützt die Sensibilisierung der Mitarbeitenden,
- sie führt dazu, dass sich die Mitarbeitenden eingebunden und gehört fühlen,
- sie hilft Ihnen selbst, nicht im Blindflug unterwegs zu sein
- und sie kann bei wiederholter Durchführung dazu dienen, Veränderungserfolge speziell bei sonst schwer messbaren Zielen sichtbar zu machen.

Damit ist sie ein wesentliches Tool für Transparenz und kann so Vertrauen schaffen. Und sie ist viel einfacher durchzuführen als viele Energieteams meinen. Die Befragung kann an ohnehin stattfindende Mitarbeitendenbefragungen in Ihrer Organisation angekoppelt werden oder sehr einfach selbst internetgestützt durchgeführt werden (z. B. mithilfe des Tools SurveyMonkey).

Mögliche Aussagen, zu denen Sie in einer Befragung den Zustimmungsgang Ihrer Mitarbeitenden abfragen können, sind z. B.:

- Über mögliche Maßnahmen zum Energiesparen und zum Klimaschutz in meinem beruflichen Umfeld fühle ich mich gut informiert.
- In meinem täglichen Verhalten am Arbeitsplatz spielen Energie (z. B. Strom, Wärme, Kraftstoff) und ein sorgsamer Umgang damit eine Rolle.
- Ich bin in den letzten Monaten am Arbeitsplatz sorgsamer als früher mit Energie umgegangen (z. B. mit Strom, Wärme, Kraftstoff). Wenn ja: Zu einem sorgsameren Umgang haben mich motiviert: ...
- Um das betriebliche Umfeld energieeffizienter und klimaschonender zu gestalten, habe ich im letzten Jahr
  - a) Vorschläge gemacht
  - b) Maßnahmen umgesetzt.

Selbstverständlich sollten Sie eigene Fragen ergänzen, zu denen Sie eine Rückmeldung möchten. Um eine zeitliche Entwicklung und Erfolg oder Misserfolg Ihrer Kampagne absehen zu können, empfiehlt sich eine Wiederholung der Befragung in mindestens jährlichem Turnus.



### 6.2. Seminare und Workshops

Seminare dienen der Wissensvermittlung an Ihre Mitarbeitenden und sind in den meisten Mitarbeitendenkampagnen ein fester Bestandteil. Klimaschutz – was das ist, wissen die meisten, doch welche Möglichkeiten gibt es eigentlich? Zu verstehen, warum energieeffizientes Verhalten sinnvoll ist, nicht nur für die Umwelt, sondern auch für den Betrieb, ist der erste Schritt in Richtung Erfolg. Nur wenn viele Mitarbeitende mit an Bord sind, kann das Projekt optimal gelingen. Seminare sind dafür fast schon unerlässlich. energiekonsens hat hier weitreichende Erfahrungen. Sprechen Sie uns gerne an, wir unterstützen Sie bei der Weiterbildung Ihrer Mitarbeitenden.

#### Typische Angebote sind:

- Fachseminare für Expertinnen und Experten, z. B. für Haustechnik oder IT
- Fachseminare für Laien, z. B. zu den Themen „Heizen“, „Beleuchtung“ oder „Mobilität“. Hierbei ist zu empfehlen, dass diese Seminare Wissen vermitteln, das sowohl im beruflichen Kontext, als auch im privaten Umfeld anwendbar ist. Der Nutzen für die Anwender sollte unmittelbar erkennbar sein.

Noch interaktiver und ergebnisoffener sind Workshops. Diese aktivieren die Teilnehmenden und verstärken in der Regel deren Identifikation mit dem Thema deutlich.

#### Typische Felder für Workshops sind:

- Workshops für Energieteams, z. B. zu Rolle, Zielen, Ideenfindung, Projektstruktur
- Workshops für Führungskräfte, z. B. zu Einflussmöglichkeiten, Alltagsintegration, Haltung, Vision
- Workshops zur Ideenfindung für Maßnahmen und Umsetzungsplanung, z. B. auf Abteilungsebene

### 6.3. Wettbewerbe

Wettbewerbe sind ein wichtiger Baustein jeder längeren Mitarbeitendenkampagne. Sie sind gut als aktivierende Elemente geeignet, können ein temporäres Highlight sein und die Aufmerksamkeit auf die Kampagne aufrecht halten, eignen sich für Öffentlichkeitsarbeit und vor allem sind sie für viele Mitarbeitende ein Anreiz zur Verhaltensänderung und bieten eine direkte Belohnung.

Daraus wird auch ableitbar, dass es sich bei der Belohnung unbedingt um einen erstrebenswerten Preis handeln sollte. In der Regel eignen sich hierfür die übriggebliebenen Werbegeschenke der internen PR-Abteilung eher weniger. Es lohnt wirklich, sich über attraktive Preise Gedanken zu machen, nach möglichen Sponsoren Ausschau zu halten und intern für ein angemessenes Budget dafür zu sorgen.

Inhaltlich gibt es viele Möglichkeiten für Inhalte von Wettbewerben und ihre Ausgestaltung. Im Folgenden sind einige erprobte Ideen aufgeführt:

- Der Stromsparer des Jahres  
Welcher Mitarbeitende hat seinen (privaten) Stromverbrauch im Laufe eines Jahres am stärksten reduziert?
- Der Klimaretter des Jahres  
Welcher Mitarbeitende hat seinen (privaten) CO<sub>2</sub>-Fussabdruck im Laufe eines Jahres am stärksten reduziert?
- Der Energiesparmeister des Jahres  
Welcher Standort, welche Niederlassung hat im Betrieb im Laufe des vergangenen Jahres am meisten CO<sub>2</sub>-Emissionen gemindert?
- Der älteste Kühlschrank  
Welcher Haushalt nutzt den ältesten Kühlschrank? (hier liegt als Prämie ein neuer hocheffizienter Kühlschrank nahe)
- Energiequiz  
z. B. internetbasiert oder an Ständen im Rahmen einer Aktionswoche
- Kreativwettbewerbe  
z. B. zum Kampagnennamen/-logo, als Fotowettbewerb zu Energieeinspar-/Energieverschwendungsmotiven



#### 6.4. Aktions- und Werbemittel

Begleitend zur eigentlichen inhaltlichen Kampagne sollten Sie Aktions- und Werbemittel einsetzen. Denn sie sind häufig ein guter Impuls zum Handeln. Viele Menschen reagieren positiv auf Bilder und humorvolle Botschaften, wie den Hinweis auf Lichtschaltern „Drück mich zum Abschied“. Kreative Werbeagenturen entwickeln Ihnen gerne Materialien – und vieles gibt es auch schon vorentwickelt und getestet bei energie-konsens. Fragen Sie uns einfach.

##### Gerne eingesetzte Aktions- und Werbemittel sind:

- Faltblätter
- Plakate
- Broschüren
- Türklinkeanhänger
- Thermokarten mit Temperaturanzeige
- Wandkalender
- weitere Give-aways



#### 6.5. Förderprogramm für Energieberatungen

Um energiesparendes Verhalten der Mitarbeitenden auch im privaten Umfeld zu fördern, kann das Unternehmen Gebäudeenergie-Beratungen für die Mitarbeitenden zusätzlich fördern und zu diesem Thema informieren. Die Mitarbeitenden profitieren hiervon langfristig über Kosteneinsparungen und Wohlfühlklima in ihrem Heim. Bislang werden für eine standardisierte Beratung bis zu 60 Prozent der Kosten, maximal jedoch 800 Euro bei Ein- und Zweifamilienhäusern, vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) gefördert. Ein unabhängiger Energieberater oder eine Energieberaterin machen im Rahmen dieser Beratungen vor Ort Vorschläge für Modernisierungsmaßnahmen am Haus des Mitarbeitenden. Erfahrungsgemäß führen über 90 Prozent der Beratungen im Anschluss Modernisierungsmaßnahmen am Haus durch. Dabei investierten die Hausbesitzenden im Schnitt gut 36.000 Euro und sparen pro Gebäude und Jahr etwa acht Tonnen CO<sub>2</sub> (gemäß einer Evaluation vom BAFA und von energie-konsens) und natürlich die entsprechenden Energiekosten ein.

Für Mitarbeitende, die als Mieter begrenztere Einflussmöglichkeiten auf ihren Energieverbrauch haben, gibt es in Bremen ebenfalls diverse kostenlose Angebote. Sprechen Sie uns für einen Überblick gerne an.

#### 6.6. Aktionstag / Aktionswoche

Ein Aktionstag ist ein geeignetes Instrument, um alle Mitarbeitenden in kurzer Zeit und auf vielen Kanälen anzusprechen. Viele Organisationen nutzen ihn oder sogar eine ganze Aktionswoche als „Big Bang“ zum Auftakt einer Kampagne für die Mitarbeitenden. Es wird zeitlich gebündelt eine Vielzahl an Maßnahmen umgesetzt, um eine hohe Aufmerksamkeit und Wirkung zu erzielen. Der Tag will gut angekündigt und von mehreren Beteiligten mit einer Vorlaufzeit von erfahrungsgemäß ca. drei Monaten vorbereitet werden. Ein ausgezeichnetes und sehr detailliertes Konzept für Aktionswochen erhält man bei der EnergieAgentur.NRW.

##### Häufige Standard-Programmpunkte in Aktionswochen sind:

- Stromverbrauchsmessungen (bei Aktionswochen in Bezug auf eine Referenzwoche mit täglichen Messungen und für die Kommunikation von Energieeinsparungserfolgen im Laufe der Woche).
- Beratungs- und Informationsstände zu Energiethemen (z. B. in der Kantine)
- Fachvorträge für Verbraucherinnen und Verbraucher
- Energie-Quiz
- Bürorundgänge mit Energiespartipps
- Verteilen von Informationsmaterialien
- Messgeräteverleih
- Energieanalyse
- Ideensammlung für Maßnahmen und Workshop mit Handlungsempfehlungen

Sprechen Sie uns bei weiterem Informationsbedarf hierzu gerne an – wir beraten Sie kostenlos.



#### 6.7. Bürobegehungen

Die Begehungen werden von Mitgliedern des Energieteams, Azubis, Freiwilligen oder bei Bedarf auch externen Beraterinnen oder Beratern durchgeführt. Allen Durchführenden gemeinsam ist, dass sie im Vorfeld ein kurzes Training zu Inhalten und Art der Durchführung der Beratung erhalten haben.

Diese internen Begehungen haben den Charakter einer sehr kurzen Schulung der am Arbeitsplatz besuchten Mitarbeitenden. Sie sollten auf keinen Fall den Charakter einer Kontrolle oder Prüfung gewinnen, sondern es ist ein freundliches Angebot. Es geht um das Vermitteln von Energiespartipps, um das Aufklären über Energie-Irrtümer, das Bekanntmachen der Mitarbeitendenaktion, das Übergeben von Kampagnenmaterial und vor allem auch darum, miteinander über diese Themen ins Gespräch zu kommen.

Diese Maßnahme hat sich in der Vergangenheit als sehr wirkungsvoll erwiesen. Insbesondere wenn Sie die besuchten Mitarbeitenden die Energiespartipps zum Verhalten gleich einmal ausprobieren lassen. Dazu bieten sich beispielsweise das Ausschalten des Monitors oder Computers, das Stoßlüften oder die richtige Einstellung des Thermostats an.

##### Wie eine alte chinesische Weisheit es treffend formuliert:

„Sage es mir – Ich werde es vergessen!  
Erkläre es mir – Ich werde mich erinnern!  
Lass es mich selber tun – Ich werde verstehen!“

## 6.8. Erfolgsbeteiligung

Diese Maßnahme zahlt direkt auf das Thema „Motivation durch Anreize und Belohnungen“ ein. Wenn Mitarbeitende durch ihre Ideen und ihr Verhalten zu Einsparungen an Energieträgern für Ihre Organisation beitragen, so tragen sie natürlich auch zu Kostenminderungen bei. An diesem Erfolg können sie partizipieren.

In Schulprojekten wie ¾plus oder Fifty/Fifty ist es seit vielen Jahren üblich, dass die Energieeinsparungen bilanziert werden und die Schulen sich über die Ausschüttung Kleininvestitionen abseits des normalen, knappen Budgets finanzieren. Viele Unternehmen haben ohnehin ein Vorschlagswesen, bei dem die Ideengeber von umgesetzten Maßnahmen am finanziellen Erfolg beteiligt werden. Auch hier kann man sich für sein Unternehmen Anregungen holen.

Wenn Sie im Energieteam über Beteiligungen und Anreize sprechen, empfiehlt es sich sehr, auch den Personal-/ Betriebsrat mit im Boot zu haben.

Ideal ist natürlich, wenn Sie ihre Einsparungen messen. Das ist oft etwas knifflig, weil es neben den Energiesparbemühungen immer auch andere Effekte zu berücksichtigen gibt, Bilanzräume festzulegen sind und gute Referenzwerte fehlen. Trotzdem ist es für die Erfolgskommunikation intern und für das Monitoring die Vorzugsvariante. Und wenn Sie bereits ein Energiecontrolling installiert haben, ist der Weg zur Erfolgsbeteiligung gar nicht mehr weit.



Wenn Ihnen das alles dennoch zu kompliziert ist, gibt es auch pauschalere Anreizlösungen, wie zum Beispiel:

- Stellen Sie ein Betriebsfest in Aussicht. Werden entscheidende Meilensteine erreicht und konnten dadurch erhebliche Betriebskosten eingespart werden, dann belohnen Sie Ihre Mitarbeitenden doch mit einer kleinen Feierlichkeit. Selbstverständlich im Rahmen einer „grünen“ klimafreundlichen Veranstaltung!
- Vergünstigungen für Bahn und Bus: Übernehmen Sie komplett oder einen Teil der Fahrtkosten für den ÖPNV. Die BSAG bietet Unternehmen übrigens mit dem Jobticket Vorzugskonditionen bei mindestens 50 Nutzenden an.
- Beteiligen Sie sich an alternativen Fahrzeugen wie z. B. der Finanzierung von E-Bikes. Die Bewegung hält Ihre Angestellten fit und gesund, was womöglich weniger Krankentage bedeutet und somit ein echter Gewinn für Sie ist. Auch kann vielleicht der Firmenwagen eingespart werden. Das so genannte Dienstwagenprivileg gilt übrigens auch für Fahrräder, Pedelecs und E-Bikes. Unternehmen haben die Möglichkeit, ihren Mitarbeitenden statt eines Dienstwagens ein Dienstfahrrad zur Verfügung zu stellen. In einem Punkt sind Diensträder sogar bessergestellt als Dienstwagen: Der Anfahrtsweg zur Arbeit muss nicht versteuert werden.

Dies sind nur einige Möglichkeiten, wie Mitarbeitendenmotivation funktionieren kann. Beziehen Sie Ihre Mitarbeitenden ruhig ein – was würden sie sich von Ihnen als Anreiz wünschen?

## 6.9. Aufklärung von Irrtümern

Es gibt eine Vielzahl von Irrtümern, die sich im Energiebereich hartnäckig halten und energiesparendes Verhalten verhindern. Hierzu gehören u.a. die Fehlannahmen, dass

- Bildschirmschoner energiesparend sind,
- man Monitore nicht ausschalten soll, weil sie sonst schneller kaputtgehen würden oder die Daten verschwinden,
- die Einschaltspitzen von Leuchtstoffröhren so viel Energie verbrauchen, dass sich das Ausschalten gar nicht lohnt
- und vieles mehr.

Im Rahmen des Mitarbeitendenprojekts bietet es sich an, über diese Fehlannahmen aufzuklären. Dazu bieten sich die Nutzerseminare an oder es werden z. B. „Rätsel-Plakate“ eingesetzt, die richtige und falsche Information enthalten und aufklären. Auch ein Intranet-Quiz eignet sich hierfür als Werkzeug.



## 6.10. Messgerätepool

Dies ist ein Baustein, der sich sehr gut im Rahmen einer Aktionswoche umsetzen lässt. Mitarbeitende können beim Energieteam im Unternehmen kostenlos handelsübliche Strommessgeräte für die Nutzung zu Hause ausleihen und so den Energieverbrauch von ihren Haushaltsgeräten messen. Das Messgerät wird einfach in die Steckdose gesteckt und der Stecker des zu messenden Verbrauchers wiederum in das Messgerät. Dann lässt sich für die Messdauer einfach der Energieverbrauch ablesen und mit dem von anderen Geräten in Bezug bringen. Der Nutzen dieser Maßnahme ist die Sensibilisierung des Mitarbeitenden und seine Motivation zum Handeln durch den direkten Bezug zu seinen eigenen Geräten. Die Mitarbeitenden selbst können durch gezieltes Ausschalten von nicht genutzten Geräten (z. B. des WLAN-Routers nachts) oder Neuanschaffung von Dauerläufern (z. B. des Kühlschranks) Energiekosten sparen. Die Kosten für die Leihgeräte sind fürs Unternehmen gering. Diese Maßnahme lässt sich gut mit Nutzerseminaren kombinieren, in denen ein Ranking von Energieverbrauchern im Haushalt Thema ist und konkrete Ansätze zum Einsparen besprochen werden.

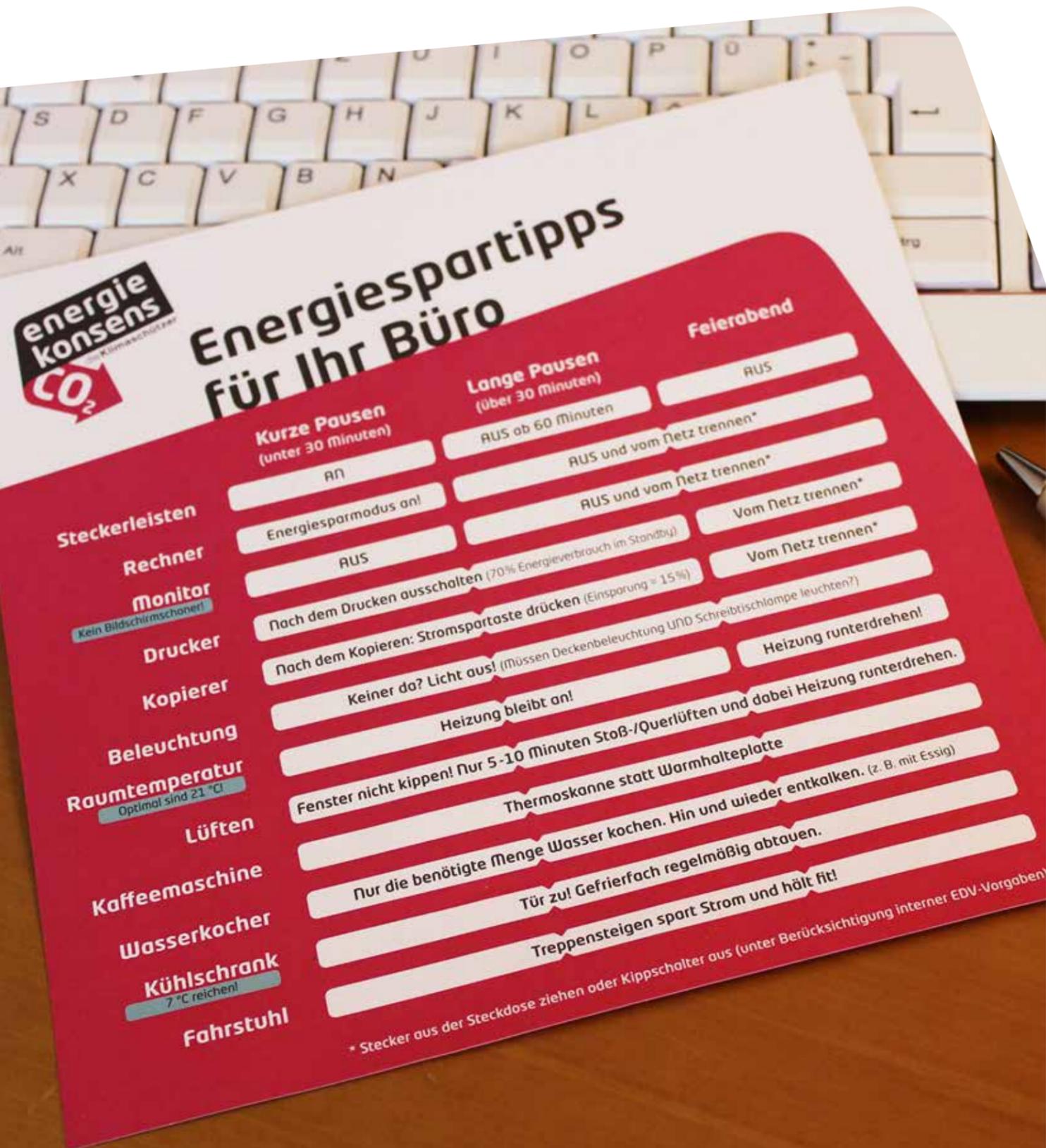
## 6.11. Kommunikation intern und extern

Dieser Punkt ist Bestandteil jeder Mitarbeitendenaktion. Sie möchten ja möglichst alle Mitarbeitenden in Ihrer Organisation erreichen und dafür brauchen Sie eben gute Kommunikation. Deshalb ist es auch so wichtig, eine Vertreterin oder einen Vertreter Ihrer Öffentlichkeitsarbeit im Energieteam zu haben.

Intern gibt es viele Möglichkeiten über Ihre Ziele, das Projekt und was die Mitarbeitenden zu erwarten haben, zu berichten. Das können das Intranet, Betriebsversammlungen, turnusmäßige Abteilungsbesprechungen, die Mitarbeiterzeitung, Rundschreiben und Rundmails, Aushänge, elektronische Displays oder Newsletter sein.

Sie oder Ihre Arbeitsgruppen haben bereits einige der gesteckten Ziele erreicht? Klasse! Dann lassen doch Sie andere Interessierte daran teilhaben. Steigern Sie das Image Ihres Unternehmens, tragen Sie Ihr Konzept weiter und regen Sie andere Unternehmen zum Nachahmen an. Wenn Sie keine interne Pressestelle im Betrieb haben, dann können Sie jemanden mit der Kommunikation nach außen beauftragen. Pressemitteilungen beispielsweise sind ein wertvolles Instrument – und es müssen nicht immer nur die finalen Erfolge darin gefeiert werden, es können z. B. auch Informationen zum Start eines neuen Umweltschutz-Projektes kommuniziert werden. Je nach öffentlichem Interesse und Zielgruppe können Sie über Pressemitteilungen oder Pressekonferenzen, über das Internet, auf Fachkonferenzen, einem Tag der offenen Tür, in Vorträgen oder in Ihrem Geschäftsbericht über Ihr Projekt berichten.

# 7/ Maßnahmen



## Ihr Ressourcenpool: Gering-investive Maßnahmen mit hoher Wirkung fürs Klima

Im Leitfaden „Technik und Prozesse“ nehmen wir die unterschiedlichsten ‚technischen‘ Handlungsfelder unter die Lupe – von Beleuchtung über Druckluft bis hin zu elektrischen Antrieben. Wenn Sie im Energieteam Energiesparideen sammeln oder Kolleginnen und Kollegen nach deren Vorschlägen fragen, werden Ihnen diese eine Vielzahl an guten Anregungen geben können. Denn wer kennt sich am jeweiligen Arbeitsplatz am besten aus? Natürlich die Menschen, die selbst dort arbeiten.

Im Folgenden haben wir zum Überblick und als Ergänzung dennoch Handlungsfelder für Querschnittsthemen beschrieben, die typischerweise in allen Unternehmen anwendbar sind und die Sie ohne große Investitionen umsetzen können. Dies soll Sie dabei unterstützen, Vorschläge von Mitarbeitenden einschätzen und bewerten zu können und Ihnen bei der Umsetzung von konkreten Maßnahmen helfen. Für viele dieser Querschnittsthemen bietet die Homepage von energie-konsens außerdem ausführliche Themenblätter. An entsprechender Stelle im Text finden Sie die jeweiligen Links.

### 7.1. Energiemanagementsysteme

Energiemanagementsysteme (EnMS) sind dafür ausgelegt, energierelevante Vorgänge und Abläufe zu analysieren, Abweichungen und Unstimmigkeiten sichtbar zu machen, um sie anschließend optimieren zu können. Für Betriebe, die Strom- und Energiesteuerrückerstattungen vom Staat erhalten wollen, ist es mittlerweile Pflicht, ein EnMS im Betrieb zu implementieren, aber auch für andere Unternehmen bietet die Maßnahme Vorteile.

Vorteile eines betrieblichen Energiemanagementsystems sind:

- Die Energieverbräuche und -kosten werden systematisch erfasst und überwacht.
- Energieverbräuche und -kosten der verschiedenen Produktionsbereiche und Abteilungen sind transparent. Dadurch ist auch eine verursachergerechte Zuordnung und Abrechnung möglich.
- Änderungen des Energieverbrauchs werden durch ein EnMS schnell erkannt und somit eine zeitnahe Reaktion ermöglicht.
- Das EnMS erfüllt die gesetzliche Verpflichtung eines Energieaudits gemäß Energieeffizienzrichtlinie Artikel 8.
- Der gute Überblick in die Energieeffizienz des Unternehmens fördert die Verbesserung der Anlagentechnik und die Investition in effiziente Technologien.
- Sind die Energieverbräuche für die Mitarbeitenden transparent und werden durch die Geschäftsführung kommuniziert, ist dies auch ein erster Schritt der Mitarbeitendenmotivation zum Thema Klimaschutz und Energieeffizienz.

Ausführliche Hinweise zum Thema „Energiemanagement“ finden Sie in einem Themenblatt auf unserer Homepage: [www.energiekonsens.de/umwelt-energiemanagement](http://www.energiekonsens.de/umwelt-energiemanagement)

### Tipps

- Für die Umsetzung eines EnMS ist der Einsatz einer Energiemanagement-Software sinnvoll, da so Effizienzpotenziale in einem einheitlichen System aufgedeckt, dargestellt und nachverfolgt werden können.
- Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle, kurz BAFA, bietet eine spezielle Förderung für EnMS, die beispielsweise für die Erstzertifizierung eines Energiemanagementsystems nach DIN EN ISO 50001 gilt. Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel Fördermittel.

## 7.2. CO<sub>2</sub>-Bilanz und Klimaneutralität

Wie energieeffizient ist Ihr Unternehmen heute schon aufgestellt? Um diese Frage geht es bei der Erstellung einer CO<sub>2</sub>-Bilanz für das Unternehmen. Was dann folgt, sind Maßnahmen, die zu einem CO<sub>2</sub>-Minderungsziel oder sogar in Richtung Klimaneutralität führen.

Die CO<sub>2</sub>-Bilanz ist auch als CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bekannt. Dieser verschafft einen anschaulichen Überblick über die aktuellen direkten und indirekten Kohlendioxidemissionen eines Unternehmens. Auch zeigt er auf, wo Maßnahmen für eine Einsparung sinnvoll wären und welche Bereiche im Betrieb bereits gut aufgestellt sind. Beim CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unterscheidet man zwischen produktbezogenen und unternehmensbezogenen CO<sub>2</sub>-Emissionen.

- Die produktbezogenen Emissionen werden im Produkt-CO<sub>2</sub>-Fußabdruck – häufig auch als Product Carbon Footprint (PCF) bezeichnet – entlang des Lebenszyklus des Produkts über die Phasen Herstellung, Nutzung und Entsorgung berücksichtigt.
- Die unternehmensbezogenen Emissionen werden im Unternehmens-CO<sub>2</sub>-Fußabdruck – häufig auch als Company Carbon Footprint (CCF) bezeichnet – entlang der Wertschöpfungskette berücksichtigt. Erfasst werden sowohl direkte Emissionen (unternehmensintern) wie z. B. die Wärmeversorgung des Betriebsgebäudes als auch indirekte Emissionen (unternehmensextern) wie sie z. B. durch Mobilität der Mitarbeitenden auf dem Weg zur Arbeitsstätte entstehen.
- Dies ist wichtig, denn indirekte Emissionen, die beispielsweise durch Unterlieferanten, Vorketten, Einkauf von Produkten, Reisen von Mitarbeitenden und auch Fahrten von Kundinnen und Kunden verursacht werden, übertreffen bei Unternehmen oft die direkten Emissionen.

Ausführliche Informationen zum CO<sub>2</sub>-Fußabdruck finden Sie auf unserer Homepage:

[www.energiekonsens.de/carbon-footprint](http://www.energiekonsens.de/carbon-footprint)

### SCOPE 1:

#### Direkte Emissionen

Alle Treibhausgas-Emissionen, die direkt im Unternehmen anfallen.

- Verbrennung Erdgas, Heizöl etc. in Heizungsanlage zur Wärmebereitstellung in Gebäuden
- Verbrennung Treibstoffe in eigenem Kfz-Fuhrpark
- eigene Stromerzeugung, z. B. in BHKW
- Produktion Ware
- etc.

### SCOPE 2:

#### Indirekte Emissionen

Emissionen, die durch den Fremdbezug von Strom, Dampf, Wärme oder Kälte entstehen.

- Strom aus Kohlekraftwerk
- Fernwärme aus MVA
- etc.

### SCOPE 3:

#### Indirekte Emissionen

Vor- und nachgelagerte Emissionen (direkt oder indirekt beeinflussbar)

- Dienstreisen
- Arbeitswege zur oder von der Arbeitsstätte
- Papierverbrauch
- Emissionen aus der Gewinnung und Produktion von Rohstoffen und Vorprodukten
- Abfallaufkommen
- Transport der Ware durch Logistikunternehmen
- Angebot Speisen und Getränke (z. B. in Kantine)
- Fremdvergebene Tätigkeiten/Dienstleistungen
- etc.

## Tipps

- Wählen Sie möglichst das Greenhouse-Gas-Protocol oder die ISO 14064 für Ihre Bilanzierungssystematik im Unternehmen. Es ist eine national und international anerkannte und sehr weit durchdachte Methode. Es ist zudem die Grundlage für alle gängigen Zertifizierungen und die Handelbarkeit von Emissionen. Diese Anwendung bietet Ihnen Sicherheit in der Plausibilität Ihrer Bilanzen und ist ein wichtiger Baustein der Qualitätssicherung und Glaubwürdigkeit.
- Berücksichtigen Sie Schritt für Schritt ebenfalls Ihre indirekten Emissionen, um in Ihren Minderungsbestrebungen glaubwürdig zu sein und um mögliche Risiken für Ihre komplette Wertschöpfungskette im Blick zu haben.

Wird der Ausstoß von Kohlendioxid in Produktion oder Dienstleistung vermieden oder durch Maßnahmen zum Klimaschutz komplett kompensiert, spricht man von klimaneutralen Prozessen.

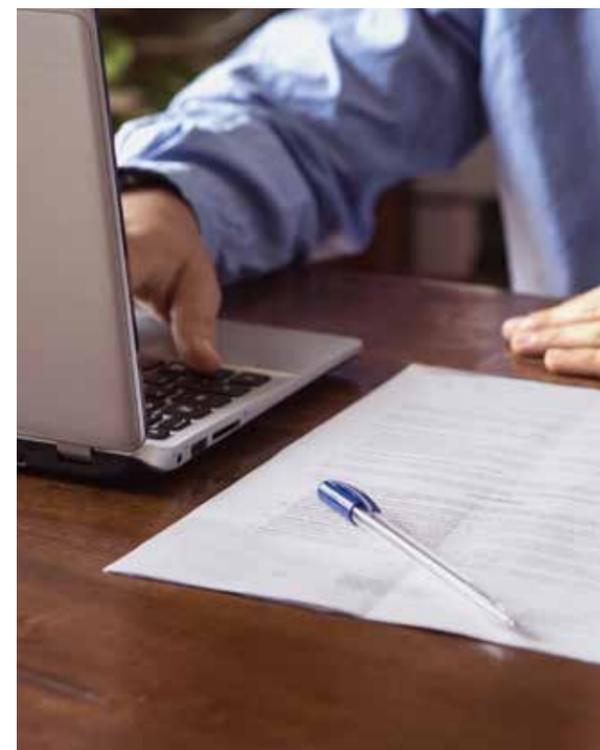
**Möglichkeiten, eigene Emissionen bis hin zur Klimaneutralität zu kompensieren, sind unter anderem:**

- **Aufforstung:**  
Entsprechend der verursachten Menge an CO<sub>2</sub> werden durch einen Kompensationsdienstleister Bäume gepflanzt, die durch Photosynthese der Atmosphäre wiederum Kohlendioxid in gleicher Menge entziehen und Sauerstoff freisetzen.
- **Wiedervernässung von Mooren:**  
Entwässerte Moore stoßen viel CO<sub>2</sub> aus und sind daher ein immer noch unterschätzter Klimafaktor. Das lokale Kompensationsprojekt „Moorland“ vom Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) ermöglicht Ihnen mit dem Kauf eines Klima-Zertifikats die Wiedervernässung von Mooren in der Region Nordsee-Elbe-Weser-Ems zu fördern und so nebenbei auch noch etwas für den Arten- und Naturschutz zu tun.

- **Emissionszertifikate:**  
Mit dem Erwerb von Emissionszertifikaten unterstützen Unternehmen z. B. Erneuerbare-Energien-Projekte, wie etwa einen Windenergie-Park in Indien oder ein Wasserkraftwerk in Guatemala, die CO<sub>2</sub>-freien Strom liefern. Durch den Ausbau der Anlagen unterstützen Sie die weltweite Kohlendioxid-Reduktion. Die erzielten Emissionsreduktionen werden in Emissionszertifikaten verbrieft. Durch freiwilligen Kauf und die Stilllegung von Emissionszertifikaten – die sogenannten Kompensationen – werden Emissionszertifikate aus dem Markt genommen und damit das Ziel der Reduzierung von Treibhausgasen unterstützt.

Eine ausführliche Übersicht von Kompensationsanbietern und eine Erklärung und Bewertung der verschiedenen Zertifikatsformen finden Sie auf unserer Homepage:

[www.energiekonsens.de/co2-kompensation](http://www.energiekonsens.de/co2-kompensation)



### 7.3. Beschaffung

Die Beschaffung in einem Unternehmen ist ein wichtiger Ansatzpunkt für die dauerhafte Senkung des betriebsinternen Energiebedarfs und damit auch der Kosten. Das Potenzial, durch den Einkauf klimafreundlicher Produkte und Dienstleistungen Treibhausgas-Emissionen einzusparen, ist enorm – wird aber bisher selten ausgeschöpft, weil häufig andere Kriterien den Einkauf bestimmen. Bereiche, in denen in praktisch allen Unternehmen klimafreundlicherer Einkauf möglich ist, sind: Beleuchtung, Bürogeräte (Green IT), Haushaltsgeräte, Ökostrom und der Fuhrpark.

Im Folgenden haben wir Ihnen zur Orientierung einige Tipps für die klimafreundliche Beschaffung zusammengestellt.

#### Tipps Beleuchtungsbeschaffung

- Achten Sie darauf, ausschließlich Leuchtmittel der Effizienzklasse A zu beziehen.
- Idealerweise setzen Sie auf LED-Beleuchtung, diese kann über 100 Lumen (Lichtstrom) pro Watt erreichen. Zum Vergleich: Handelsübliche Halogenspots erreichen nur zwischen 10 und 20 Lumen pro Watt.
- Sie sollten Leuchtmittel wählen, die für hohe Schaltzyklen ausgelegt sind, wenn die Leuchtmittel häufig ein- und ausgeschaltet werden.
- Auch für repräsentative Räume gibt es stromsparende Alternativen zu Halogenleuchten. LED-Spots sparen bis zu 90 Prozent des Stromverbrauchs ein und verfügen gleichzeitig über eine lange Lebensdauer.

#### Tipps Bürogeräte-Beschaffung

- Für Smartphones, Tablets und Notebooks gilt die Faustregel: je länger das Gerät in der Nutzung ist, desto besser für die Umwelt. Achten Sie daher – je nach individuellem Bedarf – beim Einkauf auf Features wie einen aufrüstbaren Speicher, einen wechselbaren Akku, ein kratzfestes Gehäuse, eine lange Versorgung mit Software-Updates und im Idealfall eine lange Garantiezeit.
- Beim Neukauf von Bürogeräten sind u.a. der Stromverbrauch und die Langlebigkeit als Kaufkriterien zu berücksichtigen.
- Produkte, die besonders sparsam oder umweltfreundlich sind, werden weitergehend mit Label, Zertifikat oder Kennzeichnung ausgewiesen, wie ENERGY STAR, TCO Certified, Der Blaue Engel und weitere.
- Desktop-PC oder Laptop? Auch bei der Wahl zwischen zwei Geräteklassen gibt es einen grundlegenden Tipp: je leichter und kleiner, desto umweltfreundlicher. Thin Clients stellen dabei die energiesparendste Lösung dar.
- Und: Nicht jeder Arbeitsplatz braucht einen kompletten Gerätepark. Drucker oder Kopierer können beispielsweise von mehreren Mitarbeitenden gemeinsam genutzt werden. Energie sparen in der Pause kann jeder Mitarbeitende, indem er oder sie zumindest ihren Monitor ausschaltet. In längeren Arbeitspausen und auch zum Feierabend ist es sinnvoll, Rechner und andere Arbeitsgeräte am Arbeitsplatz auszuschalten und sie im besten Fall ganz vom Netz zu nehmen. Denn auch die Netzteile selbst verbrauchen oft noch Strom. Schaltbare Steckdosenleisten ermöglichen hierbei den nötigen Komfort.

#### Tipps Haushaltsgeräte-Beschaffung

- Achten Sie bei der Beschaffung von Waschmaschine, Geschirrspüler, Kühlschrank und Co. auf das Effizienzlabel – erste Wahl sollte hier A+++ sein. Die etwas höheren Anschaffungskosten amortisieren sich binnen kurzer Zeit über die so vermiedenen Stromkosten.



#### Tipps Fuhrpark-Beschaffung

- Jeder Neuwagen muss mit dem sogenannten Pkw-Label gekennzeichnet sein. Hier werden dem Pkw die von Haushaltsgeräten bereits bekannten Energieeffizienzklassen zugeteilt, wobei A+ derzeit die für die Umwelt beste und G die schlechteste Klassifizierung darstellt.
- Immer beliebter für den Fuhrpark werden Elektroautos. Noch sind die Anschaffungskosten vergleichsweise hoch – hier lohnt es sich, eine Beratung in Anspruch zu nehmen, um abzuklären, ob sich das E-Auto tatsächlich für den jeweiligen Bedarf lohnt. Expertinnen und Experten aus unserem Berater Netzwerk „Energie Experten Unternehmen“ stehen Ihnen hier gerne beratend zur Seite. [www.energieexperten.net](http://www.energieexperten.net)
- Vielleicht ist Car-Sharing für Sie eine Alternative zur eigenen Neuanschaffung. Der mit Abstand größte Carsharing Anbieter in Bremen und Bremerhaven ist Cambio. Er betreibt über 90 feste Stationen in den Städten. Die Fahrzeuge werden zuvor für den gewünschten Zeitraum reserviert und dann an den Stationen abgeholt und wieder zurückgegeben. Probieren Sie es doch einfach mal aus.
- Schaffen Sie ein paar Fahrräder für Ihr Unternehmen an und bieten Sie diese Ihren Mitarbeitenden als ausleihbare Firmenräder für kurze dienstliche Fahrten oder den Weg in der Mittagspause an.

## 7.4. Druck und Versand

Drucksachen fallen in fast allen Betrieben an – sei es die Vorlage zur nächsten Teamsitzung oder der Flyer für kommende Veranstaltungen. Sowohl im eigenen Büro als auch beim Druck durch Dritte gibt es einfache Wege, um auf mehr Klimaschutz zu achten. Idealerweise werden alle Mitarbeitende im Verwaltungsbereich eingebunden, denn Papierverbrauch ist gut anschaulich zu machen. Jede und jeder hat einen persönlichen Bezug und die Maßnahmen sind einfach verständlich und umsetzbar.

Detaillierte Informationen zum klimafreundlichen Drucken finden Sie auf unserer Homepage:

[www.energiekonsens.de/klimafreundlich-drucken](http://www.energiekonsens.de/klimafreundlich-drucken)

Ob im kleinen Verwaltungsbüro oder im großen Produktionsbetrieb: Unternehmen sind in der Regel auf die Dienste der Post- und Paketzusteller angewiesen. Durch die stetig steigende Menge an Versandware entstehen beträchtliche CO<sub>2</sub>-Emissionen. Viele Versanddienstleister bieten bereits klimaneutrale Versendung an. So erreichen sie neue Zielgruppen, optimieren ihr Image, senken ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen und setzen ein Zeichen für den Klimaschutz.

Detaillierte Informationen zum klimafreundlichen Versand finden Sie auf unserer Homepage:

[www.energiekonsens.de/klimafreundlicher-Versand](http://www.energiekonsens.de/klimafreundlicher-Versand)

### Tipps zum Versand

- Bei einigen Dienstleistern ist der klimaneutrale Versand bereits inklusive, in anderen Fällen muss diese Option aktiv hinzugebucht werden. Hier lohnt es sich also, genauer hinzusehen und zu vergleichen.
- Achten Sie auf grüne Verpackungslösungen: Umweltbewusste Verpackungen aus recycelten, nachwachsenden oder biologisch abbaubaren Stoffen sind heutzutage fast für jeden Zweck erhältlich.
- Überlegen Sie, in bestimmten Fällen komplett auf den postalischen Versand zu verzichten. Oft wird die Kommunikation per E-Mail bevorzugt – so sparen Sie Versandkosten und unnötige Papiersammlungen.

### Tipps zum Drucken

- Ausdrucke vermeiden: Vor jedem Druck lohnt sich die Überlegung, ob dieser wirklich notwendig ist. Das gilt vor allem bei kleineren Druckaufträgen wie etwa E-Mails. Schulungsunterlagen online bereit stellen.
- Drucken Sie beidseitig und richten dies als Standardeinstellung in Ihren Druckern ein – das spart 50 Prozent Papier und somit wichtige Ressourcen.
- Im Modus ‚Entwurf‘ verbraucht der Drucker weniger Tinte bzw. Toner – ohne die Leserlichkeit der Dokumente zu beeinträchtigen. Auch diesen Modus können Sie als Standard voreinstellen.
- Nutzen Sie zum Drucken Recycling-Papier – am besten zertifiziert mit dem Blauen Engel. Sogar klimaneutral hergestelltes Papier ist zunehmend am Markt verfügbar.
- Statt stets neue Druckerpatronen und Toner zu kaufen, ist ein Auffüllen derselben möglich. Bis zu 70 Prozent der Anschaffungskosten einer neuen Patrone oder Kartusche können so eingespart werden – und gut fürs Klima ist das natürlich auch.
- Prüfen Sie, ob wirklich jedes Büro einen eigenen Drucker benötigt. Manchmal genügt ein großes, energiesparendes Gerät auf dem Flur.
- Feierabend? Wer nun seinen Drucker ausschaltet, spart Energie. Noch besser ist es, das Gerät per ein- und ausschaltbarer Steckdosenleiste komplett vom Netz zu nehmen. Auch im Standby-Modus ziehen elektrische Geräte weiterhin Strom. Vergessen Sie dabei nicht die Etagendrucker.
- Wenn Sie Druckaufträge extern vergeben, achten Sie darauf eine Druckerei auszuwählen, die einen klimafreundlichen Druck anbietet. Klimafreundlich steht für die freiwillige Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen, die bei der Herstellung eines Druckproduktes entstehen. Zertifizierte Druckunternehmen erfassen ihren jährlichen und auftragsbezogenen CO<sub>2</sub>-Ausstoß.

## 7.5. Green IT

Bei Green IT geht es darum, Informations- und Kommunikationstechnologie möglichst umwelt- und ressourcenschonend einzusetzen, um so einem Trend entgegenzuwirken: Der immer intensiveren und längeren Nutzung von IT in allen möglichen Bereichen. Gerade Bürogeräte sind bedeutende Energieverbraucher. Eine Studie des Borderstep-Instituts ergab, dass IT-Geräte in Deutschland etwa elf Prozent des gesamten Stromverbrauchs ausmachen – bis 2020 soll dieser Wert auf 20 Prozent ansteigen, so schätzen die Forscher.

Drei der bekanntesten Label, an denen Verbraucherinnen und Verbraucher energieeffiziente Produkte erkennen können, sind „Der Blaue Engel“, „TCO Certified“ und „ENERGY STAR“. „ENERGY STAR“ wurde ursprünglich in den USA eingeführt, ist mittlerweile auch in Europa anerkannt und speziell für energiesparende Bürogeräte entworfen worden.

Zusätzliche Informationen zu klimafreundlichen Internet-Providern finden Sie auf unserer Homepage:

[www.energiekonsens.de/klimafreundliche-internet-provider](http://www.energiekonsens.de/klimafreundliche-internet-provider)

Ebenso zu grünen Suchmaschinen:

[www.energiekonsens.de/gruene-suchmaschinen](http://www.energiekonsens.de/gruene-suchmaschinen)



### Tipps zu Green IT

- Verkleinern Sie Ihre Serverstruktur, sofern Sie mehrere Server im Unternehmen betreiben. Mehrere einzelne Server werden dabei auf einen einzigen, leistungsstarken Server übertragen, der dann deren Funktionen virtuell übernimmt.
- In Deutschland werden Serverräume mit der Hilfe von Klimaanlage oft auf Temperaturen unter 20 °C heruntergekühlt. Dabei ist eine Soll-Temperatur von 26 °C vollkommen unbedenklich. Ein Unterschied, der nicht nur fühlbar, sondern auf der Stromrechnung sichtbar ist. Schon bei 22 °C statt 19 °C beträgt die Stromeinsparung für die Klimaanlage mindestens 10 Prozent.
- Setzen Sie auf „Cloud Computing“: Programme und Funktionen des eigenen PCs werden ins Internet ausgelagert und Speicherkapazität mit anderen geteilt.
- Statt vieler Einzelgeräte schaffen Sie ein Multifunktionsgerät an, das drucken, faxen und scannen kann.
- Werbefbanner und -videos auf Internetseiten verbrauchen mehr Energie, als man vermutet: Die lästige Internetwerbung kann die Prozessorauslastung auf 100 Prozent in die Höhe treiben, was den Stromverbrauch des PCs um etwa 30 Prozent erhöht. Hier ist der Einsatz eines Werbeblockers sinnvoll.
- Abschalten! Am Wochenende und zum Feierabend sollten alle nicht benötigten Geräte, also auch das WLAN, abgeschaltet werden. Ziehen Sie den Netzstecker oder nutzen Sie abschaltbare Steckerleisten.
- Schalten Sie Ihren Monitor aus, wenn Sie Ihren Arbeitsplatz verlassen. Auch können Sie die Helligkeit des Monitors individuell regeln – oftmals sind die Bildschirme von Werk aus auf die höchste Stufe gestellt. Im Büro genügen rund 60 Prozent Helligkeit, wodurch eine Energieeinsparung von bis zu 30 Prozent erzielt werden kann.

## 7.6. Büroarbeitsplatz

In einem Unternehmen kann wirklich jede und jeder helfen, Energie zu sparen. In jedem Bürogebäude gibt es mögliche Maßnahmen, die dazu beitragen – sei es, die Beleuchtung am Arbeitsplatz nach Feierabend auszuschalten oder nur die Menge an Teewasser zu kochen, die man gerade braucht. Im Bürogebäude sind es vor allem kleine Maßnahmen, die in Summe doch Großes bewirken – insbesondere, wenn alle Mitarbeitende an einem Strang ziehen.

### Tipps zum Arbeitsplatz

- Achten Sie darauf, Ihre Arbeitsplatzbeleuchtung auszuschalten, wenn diese nicht mehr benötigt wird. Sonnenlicht ist gesund und reicht meist völlig aus.
- Tauschen Sie Glühbirnen, Halogenspots und Co. gegen sparsame LEDs aus. Die Anschaffung amortisiert sich binnen kürzester Zeit und ist sinnvoll für Umwelt und Klima. Aber Licht ist nicht gleich Licht. Tageslichtähnliche LED-Beleuchtung trägt zum Wohlbefinden der Mitarbeitenden bei. Lassen Sie sich hierzu von einer Fachfirma beraten.
- Verwenden Sie eine abschaltbare Steckerleiste für Ihre Bürogeräte.
- Schauen Sie doch auch noch in das Kapitel „Green IT“, wo wir weitere Tipps zum Themenfeld „Arbeitsplatz“ aufgeführt haben.

### Tipps zum Raumklima

- Zwar liegt die optimale Wohlfühltemperatur für Büroräume zwischen 20 und 22 °C, individuelle Absprachen mit den Kolleginnen und Kollegen helfen jedoch dabei, Energie zu sparen. Sprechen Sie sich ab – darf es vielleicht doch ein Grad weniger sein? Immerhin spart jedes Grad Raumtemperatur weniger etwa 6 Prozent Heizenergie ein. Und ganz ehrlich: Man muss im Winter auch nicht im T-Shirt im Büro sitzen können.
- Im Sommer gilt: Auch jedes Grad, das nicht durch die Klimaanlage heruntergekühlt wird, spart Energie ein. Wiederum sollte aber nach dem individuellen Empfinden einer jeden Kollegin und eines jeden Kollegen gehandelt und ein guter Mittelweg gefunden werden.
- Lüften Sie richtig: Mehrfach am Tag sollten Sie für ca. 5 Minuten stoßlüften, dabei aber darauf achten, dass die Heizung abgeschaltet ist. Vermeiden Sie durchgehendes Kipplüften, da so mehr gespeicherte Wärme verloren geht und die Wände auskühlen.

### Tipps zur Gemeinschaftsküche

- Die ideale Kühlschranktemperatur beträgt 7 °C, im Gefrierfach sollten es maximal -18 °C sein.
- Räumen Sie den Kühlschrank nach den einzelnen Temperaturzonen ein, um Energie zu sparen: Oben ist es am wärmsten, was sich gut für gekochte Speisen oder Marmeladen eignet – leicht verderbliche Lebensmittel gehören indes nach unten.
- Gefrierfächer und -schränke sollten regelmäßig abgetaut werden, da vereiste Fächer unnötig viel Energie verbrauchen.
- Nutzen Sie das Eco- oder Bio-Programm des Geschirrspülers. Dieses dauert zwar länger, ist aber am sparsamsten in Bezug auf Wasser- und Energieverbrauch.
- Wenn Sie Speisen aufwärmen möchten, dann nutzen Sie lieber die Mikrowelle anstelle des Backofens.



## 7.7. Produktionshallen / Werkstätten

Wenn schon in den Büroräumen viel Energie verbraucht wird – wie sieht es dann wohl in der Produktion aus? Na klar: Hier verstecken sich die größten Energiefresser. In unserem Leitfaden „Technik und Prozesse“ gehen wir näher auf die vielen energierelevanten Aspekte von Produktionshallen und Werkstätten ein und legen dar, wie viel durch den Einsatz energieeffizienter Technik gespart werden kann. Aber auch im Bereich Produktionshallen und Werkstätten ist durch das richtige Nutzerverhalten ein beträchtliches Einsparpotenzial möglich. Wir geben Ihnen nachstehend einige Tipps und zeigen Ihnen in Kapitel 8 mit unseren Praxisbeispielen, wie eine erfolgreiche Mitarbeiterbindung hier aussehen kann.



### Tipps

- Binden Sie Mitarbeitende bei der Suche nach Energiefressern ein. Unsere Erfahrungen zeigen, hier finden Sie die besten Energiesparideen.
- Insbesondere die energieintensiven Anlagen und Geräte sollten in Arbeitspausen nach Möglichkeit abgeschaltet werden.
- Zeitschaltuhren für regelmäßig wiederkehrende Abläufe oder Arbeitspausen sind äußerst sinnvoll, um gezielt Energie zu sparen.
- Betreiben Sie Hilfsmaschinen (z. B. Gebläse) nur, solange die Hauptmaschine arbeitet.
- Anlagen sollten regelmäßig gewartet und Einstellungen überprüft werden – achten Sie dabei je nach Anlage oder Gerät auf mögliche Leckagen. Es gilt, vorhandene Filter regelmäßig zu reinigen, da sie ansonsten sehr energieintensiv sind.
- Beleuchtung: So viel wie nötig, so wenig wie möglich. Nutzen Sie die Stufenschaltung der Beleuchtung bedarfsgerecht und schalten Sie das Licht zum Feierabend, an Wochenenden und in Urlaubszeiten aus.
- Licht aus beim Verlassen des Raumes! Bringen Sie dazu in Abstell- und Lagerräumen Erinnerungskarten an oder installieren Sie Bewegungsmelder, sodass das Licht nur bei Bedarf aktiviert wird.
- Druckluft-Verluste an den Abnahmestellen und dem Leitungsnetz verorten und beheben! Halten Sie einen bedarfsgerechten Netzdruck vor. Ein zu hohes Druckniveau verursacht unnötige Kosten.
- Die Temperatur in der Halle sollte je nach Tätigkeit ca. 18 °C betragen. Achten Sie dabei darauf, dass Rolltore, Türen und Fenster im Winter nicht offenstehen. Dies verursacht hohe Heizkosten und Unmut bei den Mitarbeitenden aufgrund der Zugluft.

## 7.8. Kantine und Ernährung

Eine Kantine gehört in größeren Unternehmen einfach dazu. Hier wird das Essen für die Mitarbeitenden zubereitet und währenddessen nicht nur eine Menge Energie verbraucht, sondern es entstehen auch viel Wärme und Luftfeuchtigkeit: Beides muss effizient abgeführt werden. Die Anschaffung von Geräten der höchsten Energieeffizienzklassen ist natürlich eine Möglichkeit, um Betriebskosten einzusparen. Wichtige Geräte sind Kombidämpfer, Herd, Backofen, Kühlraum und Warmhaltebereich. Aber auch das menschliche Verhalten kann viel dazu beitragen, Umwelt und Klima zu schützen.



### Tipps: Energiesparend Kochen

- Kombidämpfer so häufig wie möglich nutzen
- Wassermenge reduzieren
- Gartemperatur verringern
- Kurzes Vorheizen, Heizleistung rechtzeitig reduzieren, Nachwärme nutzen
- Geräte bei Nichtgebrauch ausschalten, z. B. Lüftung, „Bain Marie“-Wasserbad, Tellerwärmer, Kaffeemaschine
- Kochgefäße der Kochmenge anpassen, Deckel drauf

### Tipps: Energiesparend Lüften

- Mindestluftaustausch für Großküchen vorgeschrieben, 30 - 50-facher Luftwechsel pro Stunde
- Lüftungsanlage nur bei Bedarf anschalten, Regelung nutzen bzw. Zeitschaltuhr einbauen

### Tipps: Energiesparend Kühlen

- Gucken kostet! Nur kurz öffnen.
- Kühltemperatur: 7 °C statt 5 °C spart 15 Prozent Energie
- Kühlgeräte regelmäßig abtauen und Dichtung kontrollieren spart bis zu 5 Prozent Strom
- Abluftgitter säubern und für ausreichend große Lüftungsöffnungen sorgen
- Kühlgeräte in kühle, belüftete Räume stellen (17 °C statt 25 °C spart 32 Prozent Strom)
- Keine warmen Speisen einstellen, TK-Ware im Kühlschrank auftauen

### Tipps: Wasser sparen

- Durchflussmengen reduzieren: Pendelbrausen mit 8 bis 10 Liter pro Minute
- Essensreste mechanisch entfernen
- Nur volle Körbe spülen
- Richtige Programmwahl
- Tropfende Wasserhähne abdichten

## 7.9. Veranstaltungen

Immer mehr Veranstalterinnen und Veranstalter möchten ihre Events, Tagungen, Seminare oder Kongresse ressourcenschonend und damit ökologisch nachhaltig ausrichten. Rund 70 Prozent der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen eines Events entfallen auf die An- und Abreise. Klimaneutral wird diese auch durch die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel nicht, aber deutlich klimafreundlicher. Exklusiv für Verbände und Unternehmen sowie Messe-, Kongress- und Eventveranstalterinnen und -veranstalter bietet die Deutsche Bahn das Veranstaltungsticket an. Die Organisatorinnen und Organisatoren erhalten einen Festpreis für ihre Teilnehmenden.

Wie Sie Ihre Veranstaltung klimafreundlich planen und umsetzen können, haben wir für Sie als Veranstalterin oder Veranstalter in dem Themenblatt Green Meetings detailliert beschrieben:

[www.energiekonsens.de/green-meetings](http://www.energiekonsens.de/green-meetings)

## 7.10. Fuhrpark und Logistik

Die Anschaffung neuer Fahrzeuge ist insofern interessant, als dass sie dank der rasanten Entwicklung der Technik immer weniger verbrauchen und so Betriebskosten eingespart werden können. Zusätzlich fallen teure Reparaturkosten, wie sie eventuell bei älteren Fahrzeugen entstehen können, nur sehr selten an.

- Seit dem 1. Dezember 2011 ist jeder Neuwagen-Händler oder Leasingunternehmer verpflichtet, das sogenannte Pkw-Label zu nutzen, welches Auskunft darüber gibt, wie energieeffizient ein Kraftfahrzeug ist – das macht den Kauf eines Wagens nach Umweltschutz-Aspekten nun deutlich einfacher.
- Um die Fahrzeugflotte von Unternehmen klimafreundlicher aufzustellen, sollten neben kraftstoffsparenden Motoren auch weitere Antriebskonzepte berücksichtigt werden. Der Erdgasantrieb ist mittlerweile mehr als nur eine Alternative zum herkömmlichen Antrieb. Der Deutschen Energie-Agentur (dena) zufolge waren 2014 bundesweit schon knapp 100.000 Fahrzeuge mit CNG (Compressed Natural Gas) unterwegs.
- Der Verkehrsclub Deutschland wiederum stellt in seinem Leitfaden „Effizienter Fuhrpark“ Vor- und Nachteile von Benzin-, Diesel- und Erdgas-Fahrzeugen gegenüber: [www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/3927.pdf](http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/3927.pdf)

- Um zu testen, wie alltagstauglich Elektrofahrzeuge sind, führt die Modellregion Bremen/Oldenburg Flottenversuche durch. Neben Privatpersonen können auch Unternehmen hierbei Kooperationspartner werden, Elektrofahrzeuge in ihren betrieblichen Alltag einbinden und für einen bestimmten Zeitraum gegen Gebühr testen. Weitere Informationen zur Modellregion Bremen/Oldenburg und zum Flottenversuch finden sich unter: [www.pmc-nordwest.de](http://www.pmc-nordwest.de)
- Immer mehr Unternehmen setzen heute auf „Green Logistics“ oder „Grüne Logistik“. Hiermit sind nachhaltige und umweltschonende Transport- und Logistikkonzepte gemeint. Vor allem im Hinblick auf den Logistik-Fuhrpark kann eine Menge erreicht werden – etwa durch Nutzung alternativer Kraftstoffe. Komplette auf den Dieselmotor bei Lkw zu verzichten wird kurz- und mittelfristig wohl kaum möglich sein, jedoch kann auf weiterentwickelte Motoren zurückgegriffen werden, die mit alternativen (Bio-)Kraftstoffen betrieben werden. Viele Lkw-Hersteller bieten zum Beispiel Fahrzeuge an, die mit Biodiesel nach EN 14214 fahren dürfen. Allerdings zählt Biodiesel zu den sogenannten Biokraftstoffen der ersten Generation, die aus für den Menschen genießbaren Pflanzenteilen (z. B. Rapssamen) gewonnen werden. Langfristig ist dies also keine Option. Es gibt jedoch bereits neue Ansätze, die die Verwendung der vollständigen Pflanze zur Kraftstoffproduktion vorsehen (Biokraftstoffe der zweiten Generation).
- Eine weitere Maßnahme ist die ökologieorientierte Optimierung der Tourenplanung. Hierfür gibt es eigene Tourenplanungssoftwares, die die Routen effizient und ökonomisch planen, um die Flotten-Fahrleistung zu reduzieren und so die Gesamtbilanz des Transports zu verbessern. Idealerweise passiert dies im Zusammenspiel mit der Disposition. Die Bündelung von Sendungen kann außerdem die Zahl der erforderlichen Fahrten verringern – hierfür gibt es spezielle Bündelungsstrategien. Die Fahrzeugauslastung wird somit maximiert und die Emissionen pro Tonnenkilometer reduziert.

## Tipps zum Spritsparen

- Die Fahrweise hat einen deutlichen Einfluss auf den Kraftstoffverbrauch und somit die Treibhausgas-Emissionen des Fahrzeugs. Eine besonnene Fahrweise ist von Vorteil. Ein Spritspar-Training unterstützt die Mitarbeitenden dabei. Schaffen Sie Anreize und beteiligen Sie Ihre Belegschaft an den eingesparten Kosten.
- Eco-Modus nutzen: Viele Fahrzeuge verfügen heutzutage über spezielle Öko-Modi, welche beispielsweise weniger Sprit verbrauchen oder die Klimaanlage zum Schutz der Umwelt ein wenig herunterregeln, allerdings so, dass der Fahrkomfort nicht in Mitleidenschaft gezogen wird.
- Laufen Sie kurze Strecken, denn wenn es „nur mal eben zum Kiosk an der Ecke“ geht, ist der Spritverbrauch enorm – gerade im Winter. Knapp 30 Liter pro 100 km verbraucht ein Benziner laut ADAC mit kaltem Motor. Dieser Zustand hält zwar nur einige hundert Meter an, ist aber sehr energieintensiv.
- Nutzen Sie Leichtlauf-Reifen und -öle, diese sorgen für einen erheblich geringeren Kraftstoffverbrauch.
- Motor an der Ampel aus! Gerade beim täglichen Weg zur Arbeit sind die Ampelschaltphasen zumeist bekannt. Wenn man weiß, dass eine bestimmte Ampel längere Rotphasen hat, lohnt es sich, den Motor auszuschalten (oftmals verfügen Wagen bereits über eine intelligente Start-Stopp-Automatik).
- Reifendruck regelmäßig prüfen: Ein um 0,5 bar zu niedriger Reifendruck erhöht den Benzinverbrauch um rund 5 Prozent. Wer diese 5 Prozent spart, hat nach einem Jahr etwa 84 Euro mehr im Portemonnaie und 140 kg weniger CO<sub>2</sub> emittiert.
- Herabsetzen der möglichen Höchstgeschwindigkeit der Fahrzeuge per Tempomat: Zum Beispiel auf 85 km/h für schwere Nutzfahrzeuge und auf 120 km/h für leichte Nutzfahrzeuge.

## 7.11. Mitarbeitendenmobilität

Mobilität spielt im Klimaschutz eine entscheidende Rolle. Das kontinuierlich ansteigende Verkehrsaufkommen ist mit hohen Belastungen für unsere Umwelt verbunden. Der motorisierte Verkehr verursacht CO<sub>2</sub>- und andere Schadstoffemissionen. Der Personenverkehr trägt deutschlandweit mit rund 17 Prozent zum CO<sub>2</sub>-Ausstoß bei.

Wie im vorhergehenden Kapitel „Fuhrpark und Logistik“ aufgezeigt, hat Ihr Unternehmen hier zahlreiche Möglichkeiten zum Klimaschutz. Aber auch alle Mitarbeitenden können dazu beitragen, die Umwelt zu schützen. Dafür gibt es verschiedene Alternativen zum Auto, die Sie fördern können.

Detaillierte Hinweise zum Thema klimafreundliche Mobilität finden Sie in unserem gleichnamigen Themenblatt unter: [www.energiekonsens.de/klimafreundliche-mobilitaet](http://www.energiekonsens.de/klimafreundliche-mobilitaet)

## Tipps zur Motivation

- Um Mitarbeitende zum Radfahren zu motivieren, gibt es viele mögliche Ansatzpunkte, wie z. B. ausreichend Fahrradstellplätze vorzuhalten. Auch kann das Unternehmen eine Fahrrad-Service-Station und einen jährlichen Fahrrad-Check anbieten. Zudem könnten radelnde Angestellte mit Graticoupons für Kaffeautomaten, die Kantine oder einem Bahnticket für die Fahrradmitnahme belohnt werden. Viele Unternehmen beteiligen sich auch an der Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ von ADFC und AOK. So geht es in den warmen Monaten mit viel Schwung zur Arbeit. Weitere Informationen unter: [www.mit-dem-rad-zur-arbeit.de/bremen-bremerhaven](http://www.mit-dem-rad-zur-arbeit.de/bremen-bremerhaven)
- Die Bremer Straßenbahn AG bietet „JobTickets“ an, die für Erwachsene oder Azubis gelten. Sie sind auch am Wochenende nutzbar und der Nachtlinienzuschlag ist – außer bei den Azubi-Tickets – bereits enthalten. Unternehmen als Sammelkäufer können ihren Angestellten so Anreize zum Umstieg auf klimafreundlichere Transportmittel bieten. Weitere Informationen unter: [www.bsag.de/tickets/ticketinfo-und-fahrpreise/abonnements.html](http://www.bsag.de/tickets/ticketinfo-und-fahrpreise/abonnements.html)

# 8 / Zwei gute Beispiele

## Good Practice: Zwei gute Beispiele für Projekte zu klimafreundlichem Verhalten von Mitarbeitenden

Exemplarisch für viele Unternehmen, die mittlerweile ihre Mitarbeitenden in Klimaschutzhandeln einbeziehen, stellen wir Ihnen im Folgenden zwei Beispiele vor. Diese verfolgen unternehmensspezifisch sehr unterschiedliche Ansätze und machen so sehr gut die vielfältigen Möglichkeiten des Vorgehens deutlich.



### hanseWasser Bremen: Mit Klimaskutzkultur zur CO<sub>2</sub>-Neutralität

Das Abwasserunternehmen hanseWasser Bremen GmbH betreibt mit rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern das 2.300 Kilometer lange Bremer Kanalnetz und sichert auf zwei Kläranlagen in Seehausen und Farge einen wirtschaftlichen und umweltgerechten Reinigungsprozess für jährlich rund 50 Millionen Kubikmeter Abwasser aus Bremen, den Nachbargemeinden sowie für Industrie- und Gewerbetunden. Im Jahr 2010 setzte sich das Abwasserunternehmen das anspruchsvolle Ziel, bis zum Jahr 2015 komplett klimaneutral aus eigener Kraft zu werden und bereits im Jahr 2011 wurde das ambitionierte kliEN Projekt (kliEN steht für Klimaschutz und Energieeffizienz) mit sieben Zielen aufgelegt.



#### Die 7 Ziele von kliEN

##### 1/ CO<sub>2</sub>-Neutralität

Im Jahr 2015 soll hanseWasser CO<sub>2</sub>-neutral sein. Eine Zielsetzung, die sich auf die zwei Säulen regenerative Energieerzeugung und Steigerung der Energieeffizienz stützt.

##### 2/ 20 Prozent weniger Energie

Durch die Summe der Projektmaßnahmen soll der Energieverbrauch gegenüber dem Jahr 2009 um 20 Prozent in 2015 reduziert werden.

##### 3/ Klimaskutzkultur

Klimaschutz soll Teil der gelebten Unternehmenskultur bei Führung und Mitarbeitenden werden.

##### 4/ Mehr klimafreundliche Produkte

Die Produkte und Dienstleistungen von hanseWasser werden hinsichtlich Klimafreundlichkeit überprüft, verbessert und Ideen zur Produktreife gebracht. Davon profitieren Unternehmen und Kommunen.

##### 5/ Schneller ans Ziel

Projekte, die kliEN zugeordnet werden, haben Vorrang. Die schnelle Durchsteuerung von Prozessen und eine zügige Entscheidungsfindung unterstreichen die Ernsthaftigkeit des Engagements für den Klimaschutz.

##### 6/ Verantwortung tragen

Klimaschutz soll auch außerhalb von hanseWasser gefördert werden. Dafür unterstützt hanseWasser Projekte von Umweltinitiativen oder Bildungseinrichtungen.

##### 7/ 100 Ideen

Kontinuierlich sollen Ideen für mehr Energieeffizienz und Klimaschutz generiert werden. Bis 2013 sollen es mindestens 100 Ideen sein. Mit rund 400 Ideen wurde dieses Ziel schon 2012 weit übertroffen – ein Pool, aus dem hanseWasser für die Entwicklung weiterer Maßnahmen schöpft.

Das Thema Klimaneutralität kam über die Geschäftsführung ins Unternehmen. Beide Geschäftsführer stehen persönlich und unternehmerisch dahinter. Bereits 2009 wurde ein Vollzeit-Energiemanager eingestellt, technische Maßnahmen entwickelt und weiter vorangetrieben. 2011 wurde dann das Projekt kliEN aufgelegt, mit einer ganzheitlichen Herangehensweise: Klimaschutz wird nicht nur aus technischer Sicht betrachtet, sondern soll Teil der Unternehmenskultur werden.

Ein mehrköpfiges kliEN-Projektteam wurde gegründet, 15 Klimabotschafterinnen und -botschafter leiteten eigene Energieteams – rund 10 Prozent der Mitarbeitenden waren so an der Umsetzung des Projektes beteiligt.

Das Unternehmen hatte bestimmte Themenfelder wie Abwasserreinigung, Mobilität und Verhaltensänderung definiert, für die je eine Botschafterin oder ein Botschafter in der Entwicklung und Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen zuständig war. Zur Unterstützung gab es ein Energieteam von i.d.R. zwei weiteren Mitarbeitenden, die das Thema neben ihrem Kerngeschäft eigeninitiativ begleiteten.

Für die Botschafter und Botschafterinnen gab es eine zweitägige Schulung zum Projektstart und kurz danach einen ersten aktiven Einsatz im Rahmen der Startveranstaltungen. Diese fanden an allen Standorten, bei denen die Botschafter Thementische für die Ideensammlung aus dem Kreis der Mitarbeitenden moderiert haben, statt. Anschließend ging es mit den Energieteams in die Bewertung, Ausformulierung und Umsetzung der gesammelten Ideen. Von den 480 gesammelten Vorschlägen wurden rund 50 Prozent als erfolgswert bewertet.

Es gab außerdem Seminare im erweiterten Führungskreis, regelmäßige Informationen in der Hauszeitung und ein zweijähriges Aktionsprogramm für alle Mitarbeitenden zu Klimaschutz in verschiedenen Bereichen (Mobilität, Licht, Heizung, Ernährung etc.) – sowohl für das Büro als auch das private Umfeld.

Mit dem kliEN Projekt hat sich bei hanseWasser eine Klimaskutzkultur entwickelt, die alle Bereiche des Unternehmens erfasst hat. Es waren die Mitarbeitenden, die Energieeinsparpotenziale ausfindig gemacht und dazu Ideen und Verbesserungsvorschläge unterbreitet haben. Natürlich hat der Prozess der CO<sub>2</sub>-Minderung seine technische Basis und auch eine ökonomische Bedeutung. Alle umgesetzten technischen Maßnahmen und Investitionen mussten den auch sonst angelegten wirtschaftlichen Anforderungen genügen. Aber den Weg dorthin haben alle Mitarbeitenden gemeinsam zurückgelegt, mit Workshops, Projektteams und neuen Formen der Zusammenarbeit. So wurde sehr bereichs- und hierarchieübergreifend gearbeitet. Das hat den Zusammenhalt und auch die Identifikation mit dem Unternehmen gestärkt. Das Projekt war erfolgreich: Weniger Energieverbrauch, mehr Einsatz erneuerbarer Energien, weniger Verbrauch endlicher Ressourcen, weniger CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Das gesamte Unternehmen ist seit 2015 klimaneutral, hingegen betragen die jährlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen des Unternehmens im Jahr 2009 noch insgesamt 15.617 Tonnen.

Und hanseWasser möchte seine Erfahrungen gerne an andere Unternehmen weitergeben. So ist das kliEN Projekt beispielsweise eine der Fallstudien im „EnEEbler-Projekt“ der Alanus Hochschule – veröffentlicht im Leitfaden des Projektes „Energiewende in Unternehmen – Mitarbeiterpotenziale entdecken und fördern“.



Uwe Dahl  
Geschäftsführer und kliEN-Projektleiter

*„Es war uns wichtig, Menschen als Klimabotschafter zu gewinnen, die ohnehin eine Nähe zum Thema Klimaschutz haben und das authentisch vermitteln können. Wir haben bewusst keine Führungskräfte gewählt und auch auf eine gute Verteilung aus allen Bereichen geachtet.*

*Heute gibt es bei hanseWasser nicht nur eine hohe technische Kompetenz, sondern auch eine Klimaskutzkultur, die alle Bereiche aktiv leben.“*

# ATLANTIC

## HOTEL Sail City

### ATLANTIC Hotel Sail City: Das grüne Segel in der Hotelbranche setzen

Das ATLANTIC Hotel Sail City am Bremerhavener Weserdeich bietet 120 Zimmer auf acht Hoteletagen. Es steht für zeitgemäßen Komfort, erstklassigen Service und innovative Gastronomie. Um sich den Herausforderungen der kommenden Jahre in Bezug auf den Klimawandel zu stellen, hat sich das Hotel zur Aufgabe gemacht, Klimaschutz als festen Bestandteil in die Unternehmensstrategie zu implementieren – mit Erfolg.

Der Impuls für das Nachhaltigkeitsprofil des Hotels ging von der Hoteldirektion selbst aus. Tim Oberdieck und Anja Wagner brachten das Thema aus tiefer Überzeugung, mit unglaublicher Energie und ansteckendem Spaß und Leidenschaft in die Mitarbeiterschaft.

Ein eigens gegründetes „Green Team“, in dem sich Mitarbeitende aller Abteilungen aktiv einbringen können, prüft und hinterfragt fortlaufend alltägliche Abläufe – angefangen bei der Mülltrennung bis hin zur Anschaffung effizienterer TV- oder Küchengeräte. Jeweils eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter pro Abteilung engagiert sich freiwillig für grüne Themen aus dem Arbeitsalltag und bringt neben den eigenen, auch die Ideen der Kolleginnen und Kollegen mit ein. Die stellvertretende Hoteldirektorin Anja Wagner hält als hoteleigene Klimaschutzbeauftragte die Fäden aus allen Bereichen zusammen und koordiniert die Ideenumsetzung aller Mitarbeitenden. Das Team ist also über alle Hierarchiestufen bunt gemischt und besteht aus Vertreterinnen und Vertretern von Direktion, Abteilungsleitung, Mitarbeitenden und Auszubildenden.

Der Spirit im Green Team ist: Alle an einen Tisch und alles Wichtige auf den Tisch! Es gibt einen sehr aktiven Austausch über neue Ideen, gemachte Erfahrungen, anstehende Entwicklungen und gemeinsame Ziele. Nicht ausgelassen wird dabei das aktive Schließen von Wissenslücken, das gemeinsame Lösen auftretender Probleme sowie notwendige Wiederholungsschleifen. So können die Mitarbeitenden sich nicht nur neues Wissen aneignen, sondern aktiv die offene Kommunikations- und Feedbackkultur des Unternehmens leben und weiter festigen.



Wichtig ist für das Team das aktive Einholen von Feedback der Kolleginnen und Kollegen sowie der Hotelgäste. Denn der Prozess, den das Bremerhavener Hotel in Gang setzte, zeichnet sich durch die Einbindung aller relevanten Anspruchsgruppen des Hotels aus. Stakeholder wie beispielsweise der bundesweite Hotel- und Gastronomieverband (DEHOGA), wichtige Lieferanten und Hotelgäste wurden in den grünen Transformationsprozess bei der Strategieentwicklung einbezogen. Weil viele Mitarbeitende direkten Kundenkontakt haben, sind sie auch in der täglichen Arbeit „Botschafter“ für die im Hotel umgesetzten Maßnahmen. So entsteht im Hotel gelebtes Story-Telling, mit dem die Mitarbeitenden den Hotelgästen die vielen Maßnahmen aktiv als Motivation für ihr Klimaschutzhandeln näherbringen. Das ATLANTIC Hotel Sail City ist damit ein Unternehmen, das Maßnahmen in sehr engem Kontakt mit seinen Kundinnen und Kunden umsetzt, in der Regel sehr zeitnah und unmittelbar Feedback darauf erhält und ggf. Anpassungen vornimmt. Das macht es zu einem vorbildlichen Vorreiter für dieses Thema.

Und obwohl der für 4 Sterne-Hotels noch ungewöhnliche Ansatz zum Beispiel beim maßgeschneiderten Catering oder im Einsatz von Reinigungsmitteln häufig „weniger ist mehr“ bedeutet, erhält das ATLANTIC Hotel Sail City aufgrund der kundennahen Kommunikation und schlüssigen Vorgehensweise übrigens mehr Anerkennung als Beschwerden: Kundenseitig, von anderen Hotels und auch öffentlich durch die Nominierung zum Bremer Umweltpreis 2017 sowie die Auszeichnung mit dem Bremer Klimaschutzpreis 2018.

Seit Start der gemeinsamen Arbeit im Green Team werden ca. 20 Einzelmaßnahmen pro Jahr umgesetzt. Ein CO<sub>2</sub>-Fußabdruck wurde erstellt, der Lebensmittelabfall konnte deutlich reduziert werden, Honig kommt von eigenen Bienen auf dem Hoteldach, „Grüner Service“ reduziert Reinigungsmittel und Wasser, die Beleuchtung wurde auf LEDs umgestellt, Bewegungsmelder und effizientere Büro-/Küchengeräte eingesetzt, die Klimaanlage optimiert und vieles mehr.

Ein Ende der Ideen und Maßnahmen ist explizit nicht abzusehen – denn das Hotel und sein Team sehen Klimaschutzengagement nicht als einmaliges Projekt, sondern als Bestandteil der Unternehmenskultur. Was als Impuls der Hoteldirektion begonnen hat, ist jetzt genauso sehr die Initiative der Mitarbeitenden geworden. Und aus einem Klimaschutzprojekt ist mit den Ideen der Mitarbeitenden schon lange ein Nachhaltigkeitsengagement geworden.

Ein wichtiger Nebeneffekt des Nachhaltigkeitsengagements und anderer Aktivitäten ist, dass das Hotel weniger mit Fluktuation bei den Mitarbeitern zu kämpfen und einen Zuwachs an Bewerberinnen und Bewerbern zu verzeichnen hat. Das ist positiv – sowohl für die Branche als auch den Standort Bremerhaven.



Tim Oberdieck und Anja Wagner  
Hoteldirektion



*„Für die Gestaltung von Nachhaltigkeit sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein überaus wichtiger Baustein. Nur über sie gelingt es, Klimaschutz zu einem bleibenden Teil unserer Unternehmenskultur zu machen und dem Thema die notwendige Kraft und Kreativität zu verleihen. Es ist uns wichtig, dass Mitarbeitende und Kunden im Alltag spüren: Nachhaltigkeit ist ansteckend!“*

# 9 / Beratungsangebote

## Hier wird Ihnen geholfen: Beratungsangebote in Bremen

Gemeinsam mit Ihnen möchte energiekonsens sich auf den Weg zu mehr Energieeffizienz machen: Welche Klimaschutz- und Energieeffizienzpotenziale schlummern in Ihrem Betrieb? Gerne unterstützen wir Sie bei Fragen und den ersten Schritten sowie der Analyse – und auch im Anschluss, wenn es um die Umsetzung geht.

## Beratung: Effizienz-Hotline

Unsere Effizienz-Hotline ist dafür da, erste Fragen zu Energieeffizienz und Klimaschutz im Betrieb zu beantworten. Welche Fördermöglichkeiten können Sie in Anspruch nehmen? Wo finden Sie einen kompetenten Energieberater?

Diese und viele Fragen mehr können Sie uns von Montag bis Freitag zwischen 10 und 16 Uhr unter der Nummer 0421 / 37 66 71 1 stellen – wir beantworten sie Ihnen gerne!



## Klima-Dialog

Der Klima-Dialog ist unser kostenloses Beratungsangebot für Unternehmen, die wissen möchten, wo sie im Prozess zum klimafreundlichen Unternehmen aktuell stehen. Während eines persönlichen Termins bei Ihnen vor Ort ermitteln wir gemeinsam, welche Effizienz- und Klimaschutzpotenziale in Ihrem Betrieb schlummern und welche Beratungsangebote für Ihren Bedarf am besten geeignet sind.

Die drei großen Bereiche, die dabei Beachtung finden, sind: Gebäude und Technik, Produkte und Prozesse sowie Menschen, Wissen und Verhalten.

Weitere Infos unter:  
[www.energiekonsens.de/klima-dialog](http://www.energiekonsens.de/klima-dialog)

## energievisiten

Unsere hauseigenen energievisten sind hochwertige Kurzberatungen, die eine Querschnittstechnologie bzw. ein spezifisches Handlungsfeld in Ihrem Betrieb beleuchten: Ob Beleuchtung, Druckluft, Heizung, Kälte, Lüftungsanlagen, Server – Einsparpotenziale finden sich überall. Im Schnitt kann jeder Betrieb schon durch kleine Maßnahmen bis zu 20 Prozent Energie sparen.

Außerdem bieten wir mit unserer energieviste:solar eine kostenlose Beratung für Unternehmen und Betriebe mit eigenen Gebäuden, die über die Installation einer Solaranlage nachdenken. Die energieviste:neubau hingegen gibt individuelle Tipps zu Klimaschutz und Energieeffizienz unabhängig vom Bau- beziehungsweise Planungsstand des Bauvorhabens. Bei der energieviste:mobilität wird die Mobilität in und um Ihr Unternehmen unter die Lupe genommen.

Die energievisten sind kostenlos und richten sich ausschließlich an kleine und mittlere Unternehmen aus dem Bundesland Bremen.

Weitere Infos unter:  
[www.energiekonsens.de/energievisiten](http://www.energiekonsens.de/energievisiten)



## KMU

Die Abkürzung KMU steht für „kleine und mittlere Unternehmen“ und gilt als Oberbegriff für alle Unternehmen, die weniger als 250 Mitarbeitende beschäftigen und einen Jahresumsatz von nicht mehr als 50 Millionen Euro oder eine Jahresbilanzsumme von nicht mehr als 43 Millionen Euro haben.



## Energieberatung im Mittelstand

Kleine und mittlere Unternehmen, die nicht unter die „Auditpflicht“ des EDL-G fallen, haben doppelt Glück: Sie sind nicht nur von den Anforderungen des Gesetzes befreit, sondern bekommen vom BAFA eine lukrative Förderung: die Energieberatung im Mittelstand (EBM).

Die EBM ähnelt einem Energieaudit nach DIN EN 16247-1, zu dem größere Unternehmen verpflichtet sind. Dabei wird durch qualifizierte, unabhängige Energieberaterinnen und Energieberater eine umfangreiche Analyse des Energiebezugs und -verbrauchs durchgeführt und Einsparpotenziale werden aufgedeckt. Für diese werden gezielt Maßnahmen entwickelt und in Hinblick auf Energieeinsparung, Klimaschutz und Wirtschaftlichkeit bewertet.

Das BAFA übernimmt einen hohen Anteil der Kosten der Beratung. Mehr Informationen: [www.bafa.de](http://www.bafa.de)

Da wir wissen, dass die Antragstellung beim BAFA Zeit und Stress bedeutet, unterstützen wir Sie bei der Antragstellung: energiekonsens fördert dazu zwei Beratungsstunden (mit maximal 160 Euro) durch bei der BAFA registrierte Energieberaterinnen und -berater.

Weitere Infos unter:  
[www.energiekonsens.de/energieberatung-mittelstand](http://www.energiekonsens.de/energieberatung-mittelstand)



## CO<sub>2</sub>-Bilanz

Wenn Sie sich einen Überblick über die CO<sub>2</sub>-Emissionen Ihres Unternehmens verschaffen möchten, ist die Erstellung einer CO<sub>2</sub>-Bilanz genau das Richtige für Sie. Diese vermittelt Ihnen, an welcher Stelle im Betrieb Sie noch klimafreundlicher agieren können – sie bildet quasi eine Grundlage für Verbesserungsprozesse. Auch kann die Bilanz Transparenz für Auftraggeber, Kundinnen und Kunden vermitteln.

Die Erstellung einer CO<sub>2</sub>-Bilanz wird von energiekonsens derzeit mit 60 Prozent, maximal jedoch mit 3.600 Euro gefördert. Die Scope 1 und Scope 2 Emissionen (nach GHG) müssen dabei erfasst werden. Die relevanten Emissionen aus Scope 3 sind aufzulisten und eine der hier identifizierten Emissionsquellen soll genauer bewertet werden

Weitere Infos unter:  
[www.energiekonsens.de/foerderung-co2-bilanz](http://www.energiekonsens.de/foerderung-co2-bilanz)

## Beratende:

### „Energie Experten Unternehmen“

Ein passendes Ingenieurbüro für die Beratung zu oder Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen zu finden ist gar nicht so einfach. energiekonsens verfügt über ein großes Beratendennetzwerk aus qualifizierten Ingenieurinnen und Ingenieuren, die Sie gerne bei Ihrem Vorhaben unterstützen. Selbstverständlich haben sich alle zur Einhaltung unseres Beratendenkodex' verpflichtet. Dieser fordert unter anderem drei Jahre Erfahrung in der Energieberatung.



Stöbern Sie gerne in unserem Beratendennetzwerk „Energie Experten Unternehmen“ unter:  
[www.energieexperten.net](http://www.energieexperten.net)

## Finanzielle Unterstützung macht vieles leichter: Fördermittel für Ihre Projekte

Für Unternehmen, die künftig Energie einsparen und so gleichzeitig in den Klimaschutz investieren möchten, gibt es verschiedene finanzielle Förderungen. Einige davon stellt energiekonsens zur Verfügung, andere vergeben der Bund oder das Land Bremen sowie die Energieversorger. Verschaffen Sie sich im Folgenden einen Überblick über mögliche Förderungen für mehr Energieeffizienz in Ihrem Unternehmen!

Im vorangehenden Kapitel zum Thema Beratung haben wir Ihnen schon die geförderten Beratungen und Analysen von energiekonsens vorgestellt: energievisten, Energieberatung Mittelstand (EBM) und CO<sub>2</sub>-Bilanz.

Neben energiekonsens gibt es – wie im Falle der Energieberatung Mittelstand – zahlreiche weitere Institutionen, die Maßnahmen für mehr Klimaschutz und Energieeffizienz fördern. Hier eine Übersicht:

### Zinsgünstiger Kredit der KfW

Die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) fördert unter anderem zahlreiche Maßnahmen in den Bereichen Energie und Umwelt. So gibt es für Unternehmen spezielle Angebote für erneuerbare Energien, für mehr Energieeffizienz oder auch für Umwelt- und Klimaschutz.

[www.kfw.de](http://www.kfw.de)

### BAFA

Hinter der Abkürzung BAFA verbirgt sich das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle, das verschiedene Förderschwerpunkte im Bereich Energie hat. Neben der bereits erwähnten Energieberatung Mittelstand gehören dazu etwa die Förderung der Erstzertifizierung von Energiemanagementsystemen, von Heizungsoptimierung, Elektromobilität sowie von Anlagen mit Kraft-Wärme-Kopplung oder auch von Klima- und Kälteanlagen.

[www.bafa.de](http://www.bafa.de)

### REN

Das „Programm zur Förderung der sparsamen und rationellen Energienutzung und -umwandlung in Industrie und Gewerbe“, kurz REN-Programm, ist ein Förderprogramm des Landes Bremen. Es beinhaltet die Förderung von Einzelprojekten in Betrieben, die sich für eine sparsamere und rationellere Energieverwendung und -erzeugung einsetzen wollen.

[www.bauumwelt.bremen.de/umwelt/klima\\_und\\_energie/gewerbe\\_und\\_industrie/ren\\_foerderung\\_individueller\\_einzelmassnahmen-48720](http://www.bauumwelt.bremen.de/umwelt/klima_und_energie/gewerbe_und_industrie/ren_foerderung_individueller_einzelmassnahmen-48720)

### BAB Energieeffizienz kredit

Die Bremer Aufbau-Bank, kurz BAB, ist eine Förderbank für Bremen und Bremerhaven. Gefördert werden Ersatz- oder Neuinvestitionen, die wesentliche Energieeinsparungen erzielen und die Sanierung oder der Neubau von Gebäuden – hier müssen bestimmte Anforderungen der Energieeinsparverordnung eingehalten werden.

Die BAB fördert mit ihrem Energieeffizienz kredit gewerbliche Investitionen in Anlagen und Gebäude, die Energieeinsparungen von mindestens 10 Prozent bewirken – entweder gegenüber dem bisherigen Unternehmensstandard oder verglichen mit den üblichen Standards bzw. gesetzlichen Vorgaben. Förderfähig sind dabei für einen Kapitalbedarf bis 500.000 neben Neubau oder Modernisierung von Gebäudetechnik und Produktionsanlagen auch Sanierungsmaßnahmen.

**Information zu Antrag und Vergabe bei der BAB:**  
[www.bab-bremen.de](http://www.bab-bremen.de), Tel: 0421 / 9600-415

**Eine komplette Übersicht über alle aktuellen Fördermittel für Unternehmen finden Sie unter:**  
[www.energiekonsens.de/foerderprogramme-gewerbe](http://www.energiekonsens.de/foerderprogramme-gewerbe)

## Literatur und Vertiefungsmöglichkeiten:

### enEEbler

Mitarbeitenden-Engagement für Erneuerbare Energien in Unternehmen  
[www.eneebler.de](http://www.eneebler.de)

### mission E

Sensibilisierung und Motivation der Beschäftigten für das energiebewusste Verhalten  
[www.missione.nrw](http://www.missione.nrw)

### Fogg, B.J.

[www.behaviormodel.org](http://www.behaviormodel.org)

Nowak, C.; Bergmann, M.; Bögel, E.; Lau, D.; Rasmussen, C.; Schmidt, L.; Schweizer, A.  
Geometrien der Veränderung.  
Meezen, 2015

### Roth, G.

Persönlichkeit, Entscheidung und Verhalten:  
Warum es so schwierig ist, sich und andere zu ändern.  
Stuttgart, 2012

## Bildquellen:

- S. 4: Jacob Ammentorp Lund – istockphoto.com
- S. 6: Marco2811 – stock.adobe.com
- S. 7: olly – stock.adobe.com
- S. 11: fotogestoeber – stock.adobe.com
- S. 17: energiekonsens
- S. 18: (links) energiekonsens (rechts) REDPIXEL – stock.adobe.com
- S. 19: energiekonsens
- S. 20: Zerbor – stock.adobe.com
- S. 21: Bastian Weltjen – stock.adobe.com
- S. 22: energiekonsens
- S. 25: GianlucaCiroTancredi – stock.adobe.com
- S. 27: (oben) BERLINSTOCK – stock.adobe.com (unten) danielschoenen – stock.adobe.com
- S. 29: kebox – stock.adobe.com
- S. 31: (groß) pixabay.com (unten links) Magalice – stock.adobe.com (unten rechts) kosmos111 – stock.adobe.com
- S. 32: (oben) antonmatveev – stock.adobe.com (unten) goodluz – stock.adobe.com
- S. 33: CandyBox Images – stock.adobe.com
- S. 36: hanseWasser Bremen GmbH
- S. 37: hanseWasser Bremen GmbH
- S. 38: Antje Schimanke
- S. 39: Antje Schimanke

## Impressum

### Herausgeber:

Bremer Energie-Konsens GmbH  
gemeinnützige Klimaschutzagentur  
Am Wall 172/173  
28195 Bremen  
Tel: 0421/37 66 71-0  
[info@energiekonsens.de](mailto:info@energiekonsens.de)  
[www.energiekonsens.de](http://www.energiekonsens.de)

### Redaktion:

Sarah Göttges (energiekonsens)  
unter Mitarbeit von:  
Dr. Cornelis Rasmussen (rasmussen changes)

### Gestaltung:

Svenja Kerkhoff (handwerk – idee + design)

### Druck:

Meiners Druck oHG

