

Mittelstandsinitiative Energiewende und Klimaschutz

Mitarbeitermotivation Energieeffizienz & Klimaschutz Praxisleitfaden



Partner der Mittelstandsinitiative



Inhaltsverzeichnis

Grußwort	3
Grundlagen der Mitarbeitermotivation	4
GEMEINNÜTZIGES ENGAGEMENT	
Klimasparbücher für Mitarbeiter bei der Provinzial Rheinland Versicherungen	7
Energiesparbox – Energiesparen zum Anfassen bei Vetter	8
KOMMUNIKATION	
Schreiner Group – Mitarbeiterzeitschrift mit Energiespartipps	11
Grüne Fußspuren – Grüner Spurenleser bei der Interplan AG	13
E-Fit-Woche bei der Franz Schneider Brakel GmbH & Co. KG	15
PARTIZIPATION UND TEAMWORK	
Handlungsplan für das Ökologische Vorschlagswesen beim Märkischen Landbrot	17
Vorschlagswesen „B.I.N.G.O.“ der Neumarkter Lammsbräu	20
Ökooscar bei der ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG	22
WETTBEWERBE UND VORSCHLAGSWESEN	
IKEA Energieeffizienzpreis	25
Energiesparen zahlt sich für alle aus – Gewinnbeteiligung bei der Georgsmarienhütte GmbH	27
PERSONALENTWICKLUNG UND AZUBIPROJEKTE	
MADER Mach MIT – die Azubi-Aktion	30
Azubiprojekt „Be a kW / Saver“ bei der KWS SAAT AG	32
VORBILDFUNKTION UND IDENTIFIKATION	
BSH – Education for All	35
Energiesparen im Team leichtgemacht- Konzept von erío Energiemanagement	36
ebm-papst GreenDay – Ein Blog zu den Ideen der Mitarbeiter	37
Danksagung	38
Impressum	40

DER FAKTOR TOR ME N SCH

Qualifizierte Mitarbeiter sind eine entscheidende Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens.



Der Faktor Mensch ist auch neben allen technischen Maßnahmen ein Schlüssel zur nachhaltigen Senkung des Energieverbrauchs im Betrieb.

Je stärker die Motivation der Belegschaft für die Steigerung der Energieeffizienz und für den Klimaschutz geweckt werden kann, desto eher sind Mitarbeiter bereit, aktiv Energieeffizienzpotenziale zu erschließen. Mit Ideen wie dem Entleihen einer Energiesparbox, der Einführung von Klimasparbüchern oder einem fokussierten Ideenmanagement lassen sich ohne großen Aufwand Verhaltensänderungen und damit auch Energieeinsparungen erzielen.

Dieser Leitfaden stellt eine Reihe von erfolgreichen Maßnahmen und Instrumenten zur Steigerung der Mitarbeitermotivation vor, die sich bereits praktisch bewährt haben. Wir stellen Ihnen Best Practice Beispiele für betriebliches Energieeffizienz- und Klimaschutzengagement vor, die sich gut übernehmen lassen.

Mit diesem Leitfaden möchten wir einen Beitrag leisten, Ihren unternehmerischen Erfolg nachhaltig zu sichern. Erfolgreiche Mitarbeitermotivation zur Steigerung der Energieeffizienz rechnet sich gleich mehrfach: Erstens sparen Sie Geld für Strom, Gas oder Öl. Zweitens leisten Sie einen Beitrag zum Klimaschutz. Und drittens erhöhen Sie die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeiter, die sich aktiv einbringen können.

Viel Spaß bei der Lektüre und dem Ausprobieren guter Ideen! Vielleicht stellen Sie ja auch fest, dass Ihr gutes Beispiel in diesem Leitfaden fehlt. In diesem Fall freuen wir uns über Ihre Anregungen, die wir in einer Neuauflage gern berücksichtigen.

Dr. Achim Dercks
Stellvertretender Hauptgeschäftsführer
Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

WAS IST MOTIVATION?

Wer etwas erreichen und verändern möchte, braucht Motivation. Motiviertes Handeln bedeutet, aktiv nach Wegen zu suchen, um ein Ziel zu erreichen.

Um sich dem Thema der Mitarbeitermotivation zu nähern und hier tiefer einzusteigen, ist ein Blick in die Verhaltensforschung erforderlich. Die Verhaltensforschung differenziert hierbei zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation. Wer intrinsisch, also aus eigenem Antrieb motiviert ist, tut etwas, weil er es selbst tun will, aus einer Art „Flow-Situation“ heraus. Extrinsische Motivation bezeichnet die durch äußere Anreize, wie zum Beispiel durch Belohnung oder Druck geschaffene Motivation. Erstbenswert ist es, die intrinsische Motivation der Mitarbeiter zu steigern. Dieser Leitfaden stellt Erfolgsbeispiele der Mitarbeitermotivation im Segment der Energieeffizienz und des Klimaschutzes vor.

Die Grundregeln der Motivation

Motivation setzt Information voraus: Das Know-how und das Bewusstsein um ökologische Zusammenhänge und konkrete Verbesserungsmöglichkeiten im eigenen Betrieb sind die Grundvoraussetzungen, damit die Mitarbeiter die Energieeffizienz- und Klimaschutzziele des Unternehmens mittragen.

Information ist wichtig, doch kommt es sehr auf die zielgerechte Aufbereitung von Daten und Fakten an. Insbesondere die Themen Energieeffizienz und Klimaschutz sind in ihrer Vielfalt erschlagend. Wer seine Mitarbeiter also zu einem verantwortungsvollen Umgang mit den knapper werdenden Ressourcen anregen möchte, muss die wesentlichen Botschaften auf den Punkt bringen können. Nur so können Mitarbeiter aus der Information handlungsleitendes Wissen generieren, anwenden, transferieren und weiterentwickeln.

Viele Mitarbeiter sind bereits umweltbewusst eingestellt, jedoch wird ihnen dafür häufig kein Spielraum am Arbeitsplatz eingeräumt. Aus diesem Grund ist es besonders wichtig, dass Mitarbeitern ganz konkrete Handlungsspielräume im Betrieb eröffnet werden. Wenn jeder Mitarbeiter Ideen und Anregungen beispielsweise nach dem Prinzip eines Vorschlagswesens zur Verbesserung der Energieeffizienz und des Klimaschutzes einbringen kann, darauf wertschätzendes Feedback erhält und anschließend deren Umsetzung unmittelbar miterlebt und gestaltet, werden Verhaltensänderungen nachhaltig übernommen und die Identifikation mit dem Arbeitgeber gesteigert.

Mitarbeiter einbinden

Eine interaktive Herangehensweise, die die Mitarbeiter und ihr direktes Arbeitsumfeld einbezieht, fördert auch den Teamgeist im Betrieb. Motivationsmaßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz und des Klimaschutzes sollten deshalb immer viel Spielraum für Kreativität, Vorschläge und konstruktive Kritik von Seiten der Beschäftigten bieten. Dann werden Verhaltensänderungen auch dauerhaft „erlernt“ und damit nachhaltig im Betrieb implementiert.

Ferner braucht es Kontinuität und Beständigkeit, um Mitarbeiter dauerhaft und erfolgreich für ein umweltbewusstes Handeln am Arbeitsplatz zu sensibilisieren. Mitarbeiter sollten das Gefühl vermittelt bekommen, dass die Bemühungen zur Steigerung der Energieeffizienz fester Bestandteil der Unternehmenskultur sind und ihr persönliches Engagement nicht nur an Aktionstagen zählt, sondern fortwährend wertgeschätzt wird.

Fördern statt Fordern

Eine gelungene Mitarbeitermotivation stärkt die Identifikation mit dem Unternehmen und erzeugt eine positive Arbeitsatmosphäre. Viele Mitarbeiter sind von der Notwendigkeit des Energiesparens und des Klimaschutzes überzeugt. Entsteht bei ihnen jedoch der Eindruck, dass ihr Arbeitgeber ihre Bemühungen nicht erst nimmt, führt dies unter Umstän-

den zu Frustration und im schlimmsten Fall zur Resignation. Eine mögliche Konsequenz: Die Mitarbeiter legen eine Verweigerungshaltung an den Tag. Werden sie dagegen aktiv in das Energie- und Umweltmanagement des Betriebs eingebunden, so dass sie ihre persönliche Überzeugung gemeinsam mit den Kollegen umsetzen können und womöglich die eine oder andere Anregung mit nach Hause nehmen, steigen Mitarbeiterzufriedenheit und Loyalität. Das gilt im Besonderen für junge und motivierte Mitarbeiter wie zum Beispiel Azubis. Wenn sich dann Erfolge einstellen, sollten die Mitarbeiter für ihren Einsatz belohnt werden.

Gewinn teilen

Lässt das Unternehmen einen Teil der durch das Energiesparen eingesparten Betriebskosten an die Mitarbeiter zurückfließen etwa in Form von Gewinnbeteiligung, Schulungen, Preisen oder Betriebsfesten, stärkt das die Motivation und den Gemeinschaftssinn. Zudem honorieren eine anerkennende Berichterstattung im Intranet oder der Mitarbeiterzeitung und ein gemeinsames Anstoßen auf den Erfolg das Engagement der Mitarbeiter. Hier gilt es, die gewonnenen Erkenntnisse und Best Practice in andere Unternehmensstandorte und Abteilungen zu kommunizieren und den Austausch zu systematisieren.*

Nachahmung erwünscht

Nachfolgend möchten wir Ihnen eben solche Maßnahmen und Instrumente zur Steigerung der Mitarbeitermotivation zur Nachahmung für das betriebliche und private Energieeffizienz- und Klimaschutzengagement an die Hand geben. Darüber hinaus zeigen wir Ihnen kreative und lösungsorientierte Implementierungshilfen auf – probieren Sie diese auch in Ihrem Unternehmen aus, denn Klimaschutz zahlt sich in doppelter Hinsicht aus!

* Vgl. Bayerisches Landesamt für Umwelt (Hg.): Mitarbeitermotivation für umweltbewusstes Verhalten. Augsburg 2009.

EN GAG EM ENT

Damit die Mitarbeiter angeregt werden, Verantwortung für einen bewussten Umgang mit den knapper werdenden Ressourcen zu übernehmen und ihr Verhalten dahingehend zu ändern, sind die Auseinandersetzung mit dem Thema Energiesparen und Klimaschutz sowie das Reflektieren des eigenen Tuns in jeglichen Lebensbereichen wichtige Voraussetzungen.



PROVINZIAL | Klimasparbücher

2007 hat die Provinzial Rheinland eine anspruchsvolle Klimastrategie beschlossen. Ziel war es, vermeidbare Emissionen zu verringern, unvermeidliche auszugleichen und Klimaschutzaspekte in Produkte und Dienstleistungen einzubeziehen.

Zusätzlich sollten alle Aktivitäten des Unternehmens bis zum 175-jährigen Jubiläum im Jahr 2011 CO₂-neutral gestaltet werden. Die zentrale Frage der Mitarbeiterereinbindung lautete dabei: Wie können wir die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufklären und gleichzeitig motivieren, beeinflussbare CO₂-Emissionen zu vermeiden – und das auch im privaten Be-

reich? Im Jahr 2008 startete die Provinzial eine Initiative mit dem Ziel, die rund 4.000 Familien der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der selbstständigen Außendienstmitarbeiter für das Thema Klima- und Umweltschutz zu sensibilisieren. Dazu gab die Provinzial persönliche Klimasparbücher heraus.

DIE VORGEHENSWEISE

- Interessierte Mitarbeiter stellten einen Antrag auf Herausgabe eines Klimasparbuches.
- Herausgabe der Sparbücher erfolgte am Erstaussgabetag in der Hauptverwaltung in Düsseldorf.
- Zunächst erhielt der Vorstandsvorsitzende „sein“ Sparbuch für das Unternehmen.
- Die personifizierte Sparbücher wurden an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausgegeben.
- Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erstellten für ihre Haushalte eine CO₂-Bilanz (Heizung, Strom, Verkehrsverhalten).
- Dieser Wert wurde dann mit der durchschnittlichen CO₂-Bilanz eines deutschen Haushalts dieser Größe verglichen.
- Darstellung auf einer einheitlichen Skala.
- Die Skala zeigte, wie die privaten Klimabelastungen zu bewerten sind.
- Die Bilanz bildete den Startpunkt für das Klimasparen.
- Die vorgenommenen Einsparungen ab dem Ausstellungsdatum konnten als Positivbuchungen im Klimasparbuch eingetragen werden.
- Für die verschiedenen Energiesparmaßnahmen, wie das Vermeiden von Stand-By-Verbrauch bei Elektrogeräten, wurde die jeweils neue Stromabrechnung zugrunde gelegt.
- Zusätzlich zum Sparbuch erhielten die Mitarbeiter durch Informationsmaterial und Veranstaltungen Hilfestellungen und Anregungen zum Energiesparen.
- CO₂-Rechner wurden im Intranet zur Verfügung gestellt.
- Die CO₂-Einsparungen wurden detailliert bis zum Jahresende in dem Sparbuch dokumentiert.
- Am Jahresanfang wurden die Teilnehmer durch Preise und Urkunden belohnt.

Ergebnis

Mehr als 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben gemeinsam mit ihren Familien aktiv ihre Energieeinsparungen erfassen lassen. Der privat erzielte Klimanutzen summierte sich bei den teilnehmenden Haushalten auf insgesamt 87.500 Kilogramm CO₂, den die Provinzial Rheinland mit 200 Prozent verzinste. Aufforstungsmaßnahmen für die Kompensation von 175 Tonnen CO₂ wurden im Namen der Sparer in Auftrag gegeben.

VETTER | Die Energiesparbox

Bereits durch leicht implementierbare Maßnahmen und kostengünstige Investitionen lassen sich große Effekte erzielen.

Ein wirkungsvolles Instrument zur Sensibilisierung der Mitarbeiter im privaten Bereich ist das Entleihen einer Energiesparbox. Dadurch setzen die Mitarbeiter sich im privaten Umfeld intensiv mit dem Energiesparen auseinander. Wichtig ist dabei die Erkenntnis, dass nicht nur die Energieeffizienz der Geräte von Bedeutung ist, sondern auch im Nutzerverhalten enorme Einsparpotenziale schlummern. Diese Erkenntnis bleibt nicht nur auf den privaten Bereich begrenzt, sondern wirkt sich auch auf das Verhalten im Betrieb aus.

Energiesparen zum Anfassen

Der nach der Energiemanagementnorm DIN EN ISO 50001 und DIN EN ISO 14001 zertifizierte Pharmadienstleister Vetter

investiert in neue Technologien, die die erforderliche Energie bestmöglich nutzen. Darüber hinaus ist das Bewusstsein der Mitarbeiter und deren Wissen hinsichtlich Energie- und Ressourceneinsparpotenzialen im Unternehmen ein wichtiger Faktor. Dieses Bewusstsein und Wissen fördert Vetter, indem das Unternehmen seine Mitarbeiter darin unterstützt, auch im privaten Umfeld Energiefresser zu entdecken und zu erkennen, wo wirtschaftlich sinnvolle Optimierungsmaßnahmen möglich sind.

Hierzu stellte das Unternehmen Ende April 2014 erstmals an allen deutschen Standorten sogenannte Energiesparboxen bereit, die die Mitarbeiter kostenlos für maximal vier Tage ausleihen konnten.

Die Energiesparbox

- CD mit Energiespartipps zu unterschiedlichen Themenfeldern
- Strommessgerät, um den Stromverbrauch z. B. von Kühlschrank und Gefriertruhe zu ermitteln
- Link zu einer Marktübersicht des Ökoinstituts Freiburg, um den ermittelten Energieverbrauch direkt mit besonders energieeffizienten Haushaltsgeräten zu vergleichen
- Eine LED- und eine Energiesparlampe, um Lichtfarbe und Ausleuchtung dieser Leuchtmittel für die Anwendung durch die Mitarbeiter zu testen



PROJEKTIDEE

①

Beschreibung

Budget

Zeitfenster

Zieldefinition

ABSTIMMUNG

②

Inhalte und Ablauf definieren

Ansprechpartner festlegen

Aufgaben verteilen

Kommunikationswege festlegen

KOMMUNIKATION

③

Beschreibung der Aktion, Interesse wecken

Modalitäten

Ansprechpartner kommunizieren

UMSETZUNG

④

Ausgabe Energiesparbox

Teilnehmer erfassen

Austausch mit Teilnehmern und Ansprechpartnern

ABSCHLUSS

⑤

Feedback einholen

Feedback auswerten und zusammenfassen

Verlosung der Energiesparbox

Feedback kommunizieren

ERGEBNIS

⑥

82 % der Teilnehmer haben neue Erkenntnisse gewonnen

64 % der Teilnehmer konnten eine energetische Verbesserung erzielen

100 % der Teilnehmer würden die Energiesparbox weiterempfehlen

KOM MU NIK ATI ON

Nur wer Bescheid weiß, ist auch motiviert: Voraussetzungen für einen verantwortungsvollen Umgang mit Energie und für das Ergreifen von Maßnahmen zum Klimaschutz sind das Wissen und das Bewusstsein von energetischen und ökologischen Zusammenhängen. Aus diesem Wissen heraus können dann Verbesserungsmöglichkeiten in Bezug auf das eigene Verhalten entwickelt werden.

SCHREINER GROUP | Zeitschrift mit Energiespartipps

Nützliche Energiespartipps in Form einer Mitarbeiterzeitschrift mit einer großen Reichweite von Adressaten sind bei der Schreiner Group ein Instrument zur Sensibilisierung der Mitarbeiter für den verantwortungsvollen Umgang mit Energie. Die Zeitung mit den Energiespartipps wurde mit einer Auflage von 840 deutschen und 100 englischen Exemplaren gedruckt und erfreute sich großer Beliebtheit.

DIE VORGEHENSWEISE

Einberufung einer Redaktionssitzung

- Die Teilnehmer sind Mitarbeiter, die an der letzten Ausgabe mitgearbeitet haben, Betriebsrat und interessierte Mitarbeiter aus anderen Bereichen, so auch der Umweltschutzbeauftragte.

Ablauf der Sitzung

- Einholen von Feedback bezüglich der letzten Mitarbeiterzeitschrift
- Brainstorming für neue Themen
- Erstellen einer Themensammlung
- Zuweisung der Themen an Autoren
- Umweltschutzbeauftragter unterbreitet Vorschlag zum Thema „Energiespartipps“

Umsetzung der Idee

- Umweltschutzbeauftragter verfasst Energiespartipps für die Mitarbeiterzeitschrift
- Abstimmung der Texte (im Layout) mit den Autoren
- Freigaben für Texte werden bei Betroffenen und Führungskräften durch die Autoren eingeholt
- Abstimmung und Freigabe durch die Geschäftsführung
- Durchführung eines externen Lektorats
- Druck der Mitarbeiterzeitschrift

Verbreitung

- Verteilung über interne Poststelle an alle Mitarbeiter und Auslegung in der Kantine



Energiespartipps für Mitarbeiter



INTERPLAN | Grüne Fußspuren – Grüner Spurenleser

Den Spieltrieb im Menschen zu wecken ist ein effizienter Ansatz zur Sensibilisierung und Motivation der Mitarbeiter.

Diesen Ansatz wählte der Kongressdienstleister Interplan AG und verteilte fünfzig „Grüne Fußabdrücke“ mit Slogans im Büro. Die Mitarbeiter sollten die Fußspuren finden, die Slogans notieren und die teilweise versteckten Werbeslogans enträtseln. Die Spielregeln standen auf Blumensamenpapier, das an die Teams verteilt wurde. Für eine erfolgreiche Blumenzucht konnten die Mitarbeiter im Anschluss Zusatzpunkte erwerben. Nachdem alle Fußspuren entdeckt waren, sammelte das Unternehmen die Lösungen von allen Teams ein und wertete sie aus. Für jeden gefundenen Fußabdruck mit korrekter Nennung des Slogans gab

es zwei Punkte. Die Teams, die einen versteckten Werbeslogan identifiziert hatten, erhielten einen weiteren Punkt. Die erfolgreichsten Blumenzüchter erhielten zwei weitere Zusatzpunkte. Die besten Spürnasen erhielten als Preis eine sechsmonatige Bio-Obstkorblieferung. Durch die initiierte Wettbewerbssituation entstand eine Gruppendynamik, die neben der Sensibilisierung für die umweltschutzbezogene Thematik zusätzlich den Willen stärkte, sich durch das individuelle und teaminterne Engagement den Siegerplatz zu sichern – und nebenbei noch einen Beitrag zu einer gesunden Ernährung leistete.

Vorgehensweise beim Projekt Grüne Fußspuren

PROJEKTIDEE	KONZEPTION	VORBEREITUNG	DURCHFÜHRUNG
<p>1</p> <p>Aktionsbeschreibung/ Abstimmung mit GF</p> <p>Festlegung des Aktionszeitraums</p> <p>Kick-Off Meeting der GreenOffice Gruppe</p> <p>Aufgabenverteilung innerhalb der Gruppe</p>	<p>2</p> <p>Entwurf eines detaillierten Action- Plans</p> <p>Brainstorming zur inhalt- lichen Ausgestaltung</p> <p>Auswahl der favorisier- ten Slogans</p> <p>Entscheidung für Konzeption</p>	<p>3</p> <p>Design und Produktion der Fußspuren</p> <p>Formulierung und Weitergabe des Informationstextes an alle Teams</p> <p>Entwicklung eines Auswertungstools</p> <p>Kommunikation des Termins für Aktionsstart</p>	<p>4</p> <p>Aktionsstart mit Spiel- regeln an alle Teams</p> <p>Verteilen und Entfernen von Fußspuren</p> <p>Zusätzlicher Hinweis auf Zusatzaufgaben für Sonderpunkte</p> <p>Regelmäßige Reminder als Animation zum Spurensuchen</p>
AUSWERTUNG	WÜRDIGUNG	NACHBEREITUNG	ERGEBNIS
<p>5</p> <p>Einsammeln der Ergebnisbögen</p> <p>Punktevergabe für gefundene Slogans und Zusatzaufgaben</p> <p>Addition aller Punkte; Ermittlung Rangliste</p> <p>Erstellen einer Abschlusspräsentation</p>	<p>6</p> <p>Programmpunkt auf einer Betriebs- veranstaltung</p> <p>Abschlusspräsentation und Zusammenfassung der Aktion</p> <p>Nennung Siegerteam/ Prämierung der Zusatzaufgaben</p> <p>Überreichung Preis und Urkunde für Siegerteam</p>	<p>7</p> <p>Zusammenfassung der Aktion abermals an alle Teams</p> <p>Veröffentlichung der korrekten Lösungen</p> <p>Abschlusspräsentation im Intranet zugänglich machen</p> <p>Externe Kommunikation über die Aktion</p>	<p>8</p> <p>Sensibilisierung für umweltfreundlicheres Verhalten</p> <p>Stärkung des Team- gedankens</p> <p>Aufrechterhalten der Motivation durch permanenten Wett- bewerbscharakter</p> <p>Wertschätzung und An- erkennung durch Beloh- nung des besten Teams</p>



eFit war ein Meilenstein innerhalb des FSB-Energiemanagements. Die beim temporären Monitoring gemachten Erfahrungen flossen ein beim Neubau von Werk V. Der tagesaktuelle Status aller Verbrauchsstellen wird – für alle Mitarbeiter sichtbar – auf einem Display dargestellt. Henrik Wagener, Umweltbeauftragter und Energiemanager bei FSB, erläutert die Grafiken.

FSB | E-Fit-Woche

Eine Aktionswoche ist eine gute Möglichkeit, um verschiedene Instrumente zur Mitarbeitermotivation, z. B. das Informieren zum energiesparenden Verhalten an Infoständen, das Ideenmanagement, Schulungen etc. gebündelt an die Mitarbeiter heranzutragen. So kann das Unternehmen seine Mitarbeiter animieren, sich intensiv mit dem Thema Energiesparen auseinanderzusetzen.

Dass sich die Mitarbeiter mit dem Thema Energiesparen auseinandersetzen, wollte auch das mittelständische Unternehmen Franz Schneider Brakel GmbH & Co. KG erreichen. Das Unternehmen mit Sitz im ostwestfälischen Brakel führte deshalb in Zusammenarbeit mit der Energieagentur NRW die „Aktionswoche E-Fit“ durch. Der Schwerpunkt der Aktionswoche lag auf der Sensibilisierung der Mitarbeiter für einen effizienten Umgang mit Energie. Neben einer kurzen Schulung am Arbeitsplatz hatten die Mitarbeiter die Möglichkeit, sich über Energiesparmaßnahmen an einem Infostand von einem Umweltschutzberater und Mitarbeitern der Energieagentur beraten zu lassen. Dort erhielten die Mitarbeiter vielfältige Informationen rund um das Thema Energie, Anregungen und Tipps für stromsparendes Verhalten am Arbeitsplatz und zu Hause. Die Projektteams, bestehend aus Mitarbeitern des Unternehmens, berieten beispielsweise zum Neukauf von elektrischen Haushaltsgeräten und liehen den Mitarbeitern ein Energiekostenmessgerät für Messungen in den eigenen vier

Wänden aus. Die Mitarbeiter erhielten konkrete Handlungsempfehlungen.

Energieeffizienz durch Transparenz

Während der Aktionswoche „E-Fit“ wurde eine Messung des Energieverbrauchs im gesamten Unternehmen durchgeführt. Als Referenzwert diente der Normalverbrauch, der sich aus Werten aus dem hausinternen Leitsystems des Unternehmens berechnete. Noch während der Aktionswoche gab das Unternehmen die Einsparungen bekannt und hängte die Ergebnisse aus: Die Mitarbeiter erlebten unmittelbar, was ihre Bemühungen zum Thema Energiesparen bewirkten – das machte die Thematik Stromsparen greifbar und motivierte zum Nachdenken über das eigene Handeln. Ein weiterer Bestandteil der Aktionswoche war ein Ideenwettbewerb. Für jede Idee, die zu erkennbaren Einsparpotenzialen führte, belohnte die Unternehmensleitung die Mitarbeiter für ihren Einflusssreichtum.

E-Fit in sechs Schritten



TEAMWORK

Die Mitarbeiter wissen oft am besten, wo in ihrem Unternehmen Potenziale für Energieeffizienz schlummern. Die Möglichkeit, sich mit eigenen Ideen für ein energieeffizientes und umweltbewusstes Nutzerverhalten einzubringen, erzeugt Motivation im Team. Das Unternehmen profitiert davon in doppelter Hinsicht!

MÄRKISCHES LANDBROT | Ökologisches Vorschlagswesen

Der Berliner Demeter-Brotbäcker Märkisches Landbrot GmbH führte ein praxisnahes, einfaches und transparentes Vorschlagswesen ein.

Charakteristisch für die Bäckerei ist eine offene und persönliche Kommunikationsstruktur. Einhergehend mit der wachsenden Belegschaft mussten klare Kommunikationsstrukturen geschaffen werden. Das Unternehmen richtete verschiedene Gesprächskreise ein. Ein Umweltausschuss, der sich aus der Geschäftsführung und drei bis sieben Mitgliedern aller betrieblichen Bereiche zusammensetzt, trifft sich seit 1993 regelmäßig. Neben der Verbesserung des Informations-

flusses zwischen Umweltausschuss und Belegschaft diskutierte das Gremium die Möglichkeiten der Dokumentation und der Prämierung von Verbesserungsvorschlägen. Unter Verzicht auf eine exakte textliche Darstellung des Vorschlags in einem Standardformblatt definierte Märkisches Landbrot die Möglichkeit der Anonymisierung für den Ideengeber, eindeutige Zuständigkeiten für die Umsetzung und ein schnelles Feedback über den eingereichten Vorschlag als Anforderungen.



DER PFAD ZUM ÖKOLOGISCHEN VORSCHLAGSWESEN

- Ökologische Vorschläge können ganzjährig und von allen Mitarbeitern gemacht werden.
- Sie müssen ein Datum und den Namen aufweisen und sind an die Tafel des Umweltausschusses zu heften, wenn der Mitarbeiter an der Prämierung teilnehmen möchte. Dies kann aber auch anonym geschehen.
- Der Umweltbeauftragte nimmt die Vorschläge an, bespricht sie mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und fasst sie in einer Liste zusammen.
- Die Liste beinhaltet den Bewertungsstand und wird regelmäßig aktualisiert.
- Im ersten Ökoaudit jeden Jahres bewertet der Umweltausschuss die gesammelten ökologischen Vorschläge und prämiert sie gegebenenfalls.
- Das Unternehmen bemüht sich, mindestens drei Vorschläge zu prämiieren, es können aber auch mehr sein.
- Die Prämie beträgt 105 € brutto in Geld- oder Sachwert.
- Die folgenden Kriterien dienen mit Hilfe eines Punktesystems zur Auswertung:
 - Ökologische Aspekte
 - Technische und organisatorische Machbarkeit (auch unter der Berücksichtigung der Betriebsgröße)
 - Finanzielle Tragbarkeit (auch unter Berücksichtigung der Betriebsgröße)
 - Tatsächliche Umsetzung oder Beschlussfassung zur Umsetzung des Vorschlages
 - Abstimmungsergebnis des Umweltausschusses
- Jedes Kriterium kann mit drei Punkten bewertet werden. In jedem Kriterium (mit Ausnahme der tatsächlichen Umsetzung) ist mindestens ein Punkt erforderlich. Die nötige Gesamtpunktzahl beträgt mindestens 10.
- Der Umweltausschuss nimmt die Bewertung vor und veröffentlicht das Ergebnis.
- Die Buchhaltung übernimmt die Prämienvergabe.

ERGEBNIS

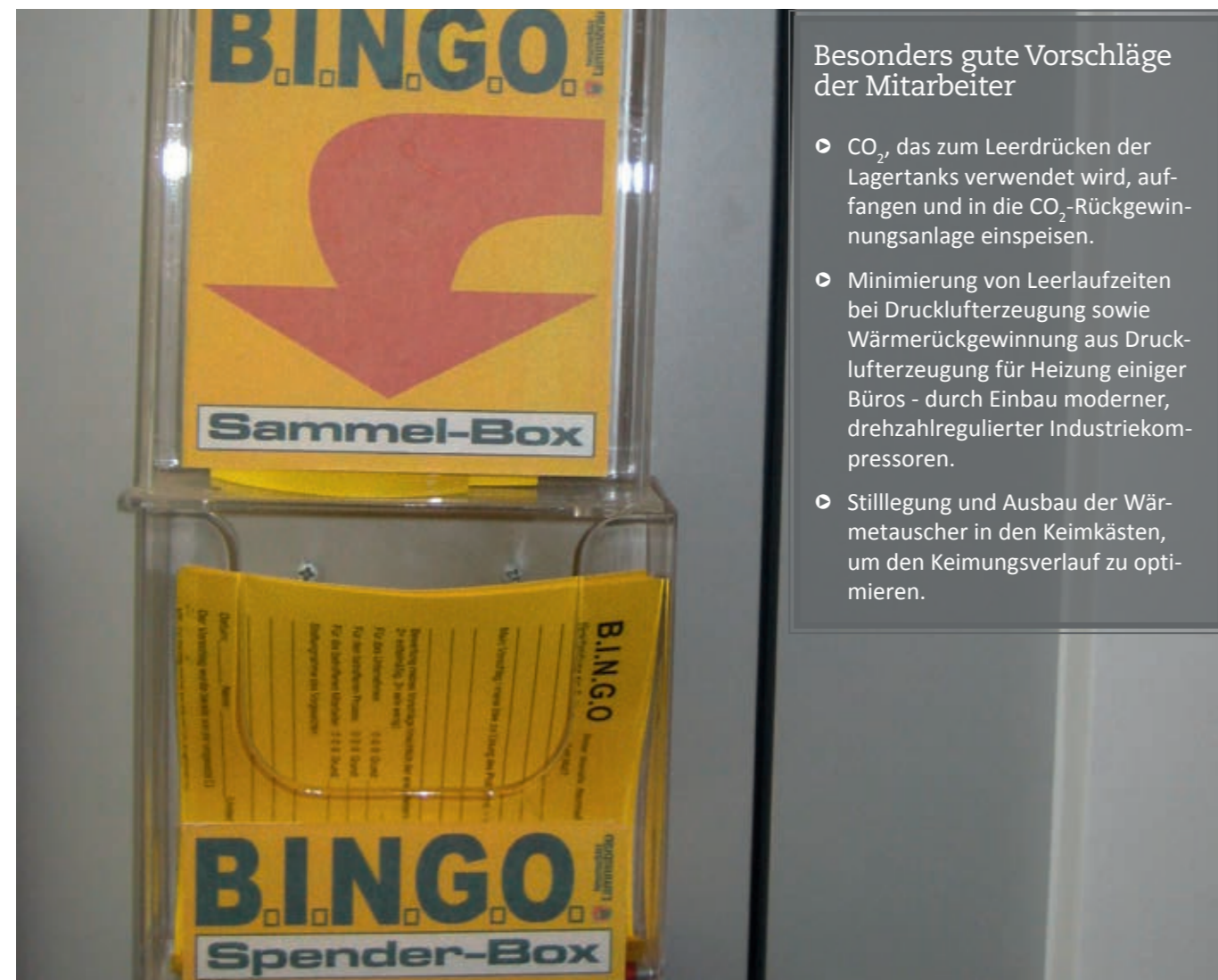
In der Praxis hat sich dieses System eines ökologisch ausgerichteten Vorschlagswesens bewährt. Dass die engagierten Ideengeber ein schnelles und förmliches Feedback über ihren Vorschlag bekommen, führt dazu, dass sie sich ernst genommen fühlen und hält die Motivation aufrecht. Die Öffentlichkeit des Vorschlagswesens bewirkt sowohl eine Verbindlichkeit für die Bearbeitung als auch einen spielerischen Wettbewerb um gute Ideen. Der Umweltschutzgedanke ist im Betrieb und in den Köpfen der Mitarbeiter nachhaltig verankert.

NEUMARKTER LAMMSBRÄU | Vorschlagswesen B.I.N.G.O.

Mitarbeiter sind die „Schwarmintelligenz“ eines Unternehmens: Sie kennen die Abläufe im Detail und wissen, wo es hakt.

Diesen Schatz zu heben, ermöglicht es einem Unternehmen, wertvolle Fortschritte zu machen und viel Geld zu sparen. Ausschlaggebend für die Einführung eines Vorschlagswesens bei Neumarkter Lammsbräu war die QM-Zertifizierung des Unternehmens im Jahre 1994 (DIN ISO 9001). Seitdem hat das Unternehmen sein Vorschlagswesen stetig verbessert. Seit 2007/2008 trägt es den Titel B.I.N.G.O.: besser, innovativ, nachhaltig, genial, optimal. Hier kann jeder Mitarbeiter Ideen und Änderungsvorschläge einbringen, um Umwelt- oder Qualitätsverbesserungen anzuregen, etwa im Hinblick auf Material-, Wasser- und/oder Energieeinsparpotenziale.

tig verbessert. Seit 2007/2008 trägt es den Titel B.I.N.G.O.: besser, innovativ, nachhaltig, genial, optimal. Hier kann jeder Mitarbeiter Ideen und Änderungsvorschläge einbringen, um Umwelt- oder Qualitätsverbesserungen anzuregen, etwa im Hinblick auf Material-, Wasser- und/oder Energieeinsparpotenziale.



Besonders gute Vorschläge der Mitarbeiter

- CO₂, das zum Leerdrücken der Lagertanks verwendet wird, auffangen und in die CO₂-Rückgewinnungsanlage einspeisen.
- Minimierung von Leerlaufzeiten bei Druckluftherzeugung sowie Wärmerückgewinnung aus Druckluftherzeugung für Heizung einiger Büros - durch Einbau moderner, drehzahlregulierter Industriekompressoren.
- Stilllegung und Ausbau der Wärmetauscher in den Keimkästen, um den Keimungsverlauf zu optimieren.

Die B.I.N.G.O-Box (besser, innovativ, nachhaltig, genial, optimal) für das Einreichen der Verbesserungsvorschläge wird an mehreren Stellen ausgehängt

Wie funktioniert B.I.N.G.O.?

Im ganzen Unternehmen, in allen Betriebsbereichen gibt es Boxen und spezielle Formulare. Alternativ kann im Intranet eine Eingabemaske genutzt werden. Zu jedem eingereichten Vorschlag erhält der Mitarbeiter zeitnah eine Rückmeldung zur Bewertung und der möglichen Umsetzung.

Auswertung der Vorschläge

Über die Umsetzung entscheidet die Führungskraft, in deren Bereich der Vorschlag fällt. Bei größeren Investitionen wird die Geschäftsführung involviert. Das Nachhaltigkeitsmanagement verwaltet die Vorschläge und erfasst sie statistisch. Die monatliche Mitarbeiterzeitung veröffentlicht die eingereichten Vorschläge, nennt den Urheber und porträtiert die Umsetzung. Die besten Vorschläge werden beim jährlichen Betriebsabend prämiert.

Welche „Kinderkrankheiten“ hatte das Lammsbräu-Vorschlagswesen und was hat das Unternehmen daraus gelernt?

Eine Idee schriftlich zu formulieren ist manchmal schwer. Um diese wichtigste Hürde leichter zu überwinden, hat Neumarkter Lammsbräu Formulare entwickelt und im Laufe der Zeit angepasst.

Sichtbarkeit: Der Zugang zu den Formularen muss einfach sein. Deswegen hängt für jeden zugänglich an verschiedenen Stellen im Unternehmen die sog. B.I.N.G.O.-Box mit den Formularen aus - in signalgelb.

Der „Lammsbräu-Knigge“ (in dem die internen Kommunikationsregeln festgehalten sind und den jeder Mitarbeiter jährlich erhält) weist ebenso auf B.I.N.G.O. hin wie die monatlich erscheinende Mitarbeiterzeitschrift.

Feedback ist wichtig: Wer sich engagiert, will wissen, wie es mit seinen Ideen weitergeht.

Zu Beginn hakte die Bearbeitung von einigen eingereichten Vorschlägen. Die Wartezeit führte zu Frustration bei den Mitarbeitern. Sie kritisierten den Ablauf u. a. bei der regelmäßigen Mitarbeiterbefragung. Daraufhin hat das

Unternehmen das Vorschlagswesen überarbeitet und eine zentrale Stelle im Nachhaltigkeitsmanagement eingerichtet, die eine Übersicht über die Vorschläge und deren Umsetzung führt.

Lob

Die gesamte Belegschaft wählt die besten Vorschläge eines Jahres beim jährlichen Betriebsabend aus. Die Sieger erhalten von der Geschäftsführung einen kleinen Preis. Darüber berichtet dann die Mitarbeiterzeitung.

Klasse statt Masse

Anfangs honorierte das Unternehmen den Mitarbeiter mit den meisten Vorschlägen. Die Menge der Vorschläge pro Mitarbeiter stieg dadurch zwar wie erhofft an. Viele Vorschläge waren aber ohne wesentliches Verbesserungspotenzial. Nach der Entscheidung, nur noch den qualitativ besten Vorschlag zu honorieren, sank die Anzahl der Verbesserungsvorschläge, aber die Qualität verbesserte sich.

Um die Qualität der Verbesserungsvorschläge zu steigern, passte Neumarkter Lammsbräu zudem das Formular an. Es fragt jetzt ab, welche Qualitäts- oder Umweltverbesserung der Vorschlag für den Prozess, das Unternehmen oder den Mitarbeiter erzielt. Der Mitarbeiter bewertet diese Frage selbst und erleichtert der Führungskraft damit die Umsetzungsentscheidung.

Zu welchen Themen werden Vorschläge eingereicht?

Niemand kennt die Arbeitsprozesse so gut wie die Mitarbeiter, die tagtäglich Teil davon sind. Entsprechend beziehen sich die meisten Vorschläge auf den Prozess, in dem der jeweilige Mitarbeiter Experte ist.

Es gibt keine thematischen Vorgaben, der Vorschlag sollte sich lediglich auf Verbesserungen im Bereich Umwelt oder Qualität beziehen.

Beispiele: energetische Optimierung und deutliche Senkung des Wasserverbrauchs bei der Malz-Herstellung, bessere Kennzeichnung von Mehrwegflaschen, zweiter Fahrradabstellplatz.

ILAPO | Öko-Oscar

Ein unternehmensinternes Ideenmanagement mit Belohnungen in Form eines Öko-Oscars weckt durch die initiierte Wettbewerbssituation um die beste Idee nicht nur den Ehrgeiz der Mitarbeiter, sondern steigert auch die Motivation, weil sie sich durch die Belohnung wertgeschätzt fühlen. Zudem fördert das Ideenmanagement die Identifikation mit dem Unternehmen, denn die Mitarbeiter wissen aus eigenem Erleben, dass sie einen eigenständigen Beitrag leisten und ihr Arbeitsumfeld mitgestalten können.

And the Oscar goes to... den Mitarbeiter mit der besten Idee zur Verbesserung der betrieblichen Energieeffizienz und des Klimaschutzes. Die ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG macht ihr Ideenmanagement zu einem feier-

lichen Event: Um die Kreativität der Mitarbeiter zum Thema Energiesparen anzuspornen und die realisierbaren Einspar- und Verbesserungspotenziale gebührend zu würdigen, verleiht ilapo einmal jährlich den Öko-Oscar an einen Ideengeber.



Beratung über die Öko-Oscar Verleihung



Goldener Junge: Die ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG verleiht den Öko-Oscar an den Mitarbeiter mit der besten Idee zur Verbesserung der betrieblichen Energieeffizienz und zum Schutze der Umwelt.



Die motivierten Mitarbeiter und ihre innovativen Ideen sind das größte Kapital von ILAPO

DIE VORGEHENSWEISE

1

Die Mitarbeiter reichen im laufenden Geschäftsjahr Vorschläge ein zu der Fragestellung: „Ökologisches Wirtschaften – wie können wir in unserem Unternehmen einen Beitrag dazu leisten?“

2

Die eingebrachten Ideen werden vom Bereichsleiter bewertet und dokumentiert.

Dabei spielt die Frage „Bringt die Idee und deren Umsetzung einen signifikanten Mehrwert für das Thema Umweltschutz und ist die Realisierung für unser Unternehmen darstellbar?“ eine ausschlaggebende Rolle.

Falls genannte Kriterien zutreffen, wird die Idee umgesetzt.

3

Am Ende des Geschäftsjahres findet ein Meeting aller Bereichsleiter mit der Geschäftsführung statt, in dem über die beste umgesetzte Idee abgestimmt wird.

Es folgt eine offizielle Preisverleihung mit Überreichung des Öko-Oscars und eines kleinen Geschenks an den Ideeninitiator, an der die gesamte Firma teilnimmt.

ERGEBNIS

Prämierte Ideen waren zum Beispiel der Einsatz einer Luftpolstermaschine, um Verpackungsmaterial (Styroporchips) einzusparen, Einführung eines fleischfreien ilapo-Tages, Umstellung auf möglichst papierlose Dokumentation, Einführung von elektronischen Händetrocknern in den Toiletten.

WETTBEWERBE

Gemeinsam im Team mit motivierten Mitarbeitern lassen sich die besten Erfolge für einen nachhaltigen Wandel zu einem energieeffizienten und umweltbewussten Verhalten erzielen.

Kollegen helfen Kollegen und geben Tipps, wie man sich im Arbeitsalltag noch energieeffizienter verhalten und Betriebsabläufe optimieren kann. Um ein hohes Maß an Motivation und Engagement zu erzielen, können unternehmensinterne Wettbewerbe ausgerichtet werden. Die Teammitglieder rücken enger zusammen, aber auch die Kreativität und das Engagement jedes Einzelnen sind dabei gefragt. Dadurch wird ein individueller Verhaltensanreiz gesetzt.

Bewerbungsbogen zum Energieeffizienzpreis FY 2014
Einsendeschluss ist der 19. September 2014
Vielen Dank und viel Glück!

Name des Einrichtungshauses: _____
Ansprechpartner: _____

Blick zurück
Was habt ihr im vergangenen Geschäftsjahr alles getan, um eure Energieeffizienz zu steigern? Welche Ideen – ob groß oder klein – konntet ihr umsetzen und was habt ihr damit konkret erreicht?
Beispiele: Individuelle Schalthöglichkeiten im nicht-Verkaufsbereich; Dokumentation von Schaltungen außerhalb der Öffnungszeiten; Energie als Thema regelmäßiger Schulungen.

Blick nach vorne
Was habt ihr noch vor? Hier könnt ihr neben konkreten Maßnahmen auch Dinge nennen, die „kein“ Geld kosten. * Wichtig auch: Was verspricht ihr euch davon?
Beispiel: * Mitarbeiter-Ideewand ...

Drucken **Senden**

Hinweise:
Du kannst den Bogen über den Button „Drucken“ ausdrucken, ausfüllen und als Fax schicken an: 06122 585-4121.
Du kannst den Bogen speichern und als Mail senden an: personnel@ikea.de oder direkt den Button „Senden“ anklicken. Dann erscheint ein Auswahlkästchen. Dort bitte die Option „Desktop-E-Mail-Anwendung“ wählen, den Mailprogramm öffnet sich automatisch, du brauchst die Mail nur noch abzuschicken.

IKEA
www.ikea.de

IKEA® | Energieeffizienzpreis



welche die Mitarbeiter auch zu Hause animieren sollen, Strom zu sparen – das Potenzial der Mitarbeiter, das Thema Energiesparen kreativ anzugehen und ungenutzte Potenziale auszuschöpfen, ist gewaltig.

Der Energieeffizienzpreis

Der IKEA Energieeffizienzpreis ist ein unternehmensinterner Wettbewerb, der neben einer Steigerung der Energieeffizienz vor allem auf die Sensibilisierung der Mitarbeiter für das Thema Energiesparen abzielt – es geht um das Bewusstsein, dass alle Kollegen möglichst schonend mit Ressourcen umgehen. An dem Energieeffizienzpreis können sich alle Einrichtungshäuser beteiligen – vorausgesetzt, sie pflegen ihre Energiedaten regelmäßig in eine

Datenbank ein. Einmal jährlich wird der IKEA Energieeffizienzpreis an die besten IKEA-Häuser, die nicht nur besonders sparsam mit Energie umgehen, sondern auch die kreativen Ideen der Mitarbeiter aufnehmen und umsetzen, vergeben. Am Ende gibt es fünf Gewinner und Preisgelder zwischen 50.000 Euro und 150.000 Euro.

IKEA Deutschland lobt zum fünften Mal in Folge einen internen Wettbewerb zum Thema Energieeffizienz aus. Der Effekt: Mehr Sensibilität in den Einrichtungshäusern beim Thema Energiesparen, eine Steigerung der Identifikation mit dem Unternehmen und die Stärkung des Teamgeistes. Von einem „Letzte-Kunden-Schalter“ im Kassenbereich, damit die Beleuchtung früher erlischt, bis hin zum Verschenken von Funkfernbedienungen,

Um die Mitarbeiter für ihren Einfallsreichtum zu belohnen und sie kontinuierlich zu motivieren, investieren die Siegerhäuser die Preissummen nicht nur in umweltschonendere Techniken, sondern auch in Energiesparparties für die Mitarbeiter sowie in externe Kooperationen mit Schulen und Universitäten, um auch einen Blick von außen auf das Thema Nachhaltigkeit zu bekommen.

Die bislang besten umgesetzten Ideen in den IKEA Einrichtungshäusern

Lichtenberg: Zusammenarbeit mit der Technischen Universität in Form einer Bachelorarbeit. Auf einem Bildschirm im Mitarbeiterrestaurant ist das Verhältnis von Umsatz und Ressourcen zu sehen, ein Mitarbeiterwettbewerb

sucht nach den besten Ideen zum Thema Energieeffizienz.

Freiburg: Kooperation mit der Stadt und dem örtlichen Energieversorger, mit der es IKEA ÖPNV-Kunden möglich ist, für

zwei Stunden kostenlos einen Elektrotransporter zu leihen.

Rostock: Kooperation mit einem Gymnasium vor Ort. In einem Wahlpflichtkurs wurden Energiespar-Ideen entwickelt.

Ablauf des IKEA Energieeffizienzpreises

VORAUSSETZUNG

1

Das Preisgeld wird von der Geschäftsführung zur Verfügung gestellt

Jedes Einrichtungshaus bzw. jeder Unternehmensstandort kann teilnehmen (wenn die Energiedaten gepflegt sind)

BEWERBUNG

2

Bewerbungsfrist von circa sechs Wochen

Rundmail inklusive Bewerbungsbogen an alle Einrichtungshäuser/ Mitarbeiter der Unternehmensstandorte

Die PR-Kommunikationsabteilung sammelt die Bewerbungen zentral

AUSWERTUNG

3

Es gibt zwei Bewertungsmaßstäbe:

1. harte Faktoren: Jahresenergieverbrauch

2. weiche Faktoren: Ermittlung über Bewerbungsbogen

Harte und weiche Faktoren werden identisch gewichtet

Auswertung der harten Faktoren wird unabhängig von der Bewerbungsphase zentral ausgewertet

Im Bewerbungsbogen wird abgefragt, welche Maßnahmen umgesetzt wurden oder geplant sind. (Innovationsgrad und Mitarbeitereinbindung werden dabei stark berücksichtigt)

Nach einem Punktesystem werden die Bewerbungsbögen ausgewertet

Festlegung des Vor-Rankings

PREISVERLEIHUNG

4

Individuelle Präsentation der Maßnahmen

Die Jury bewertet die Präsentationen und legt endgültiges Ranking fest

Verleihung des Preisgeldes in Höhe von insgesamt 500.000 Euro

Veröffentlichung in der Mitarbeiterzeitung



GEORGSMARIENHÜTTE | Energiesparen zahlt sich aus

Ohne Frage gehört die Georgsmarienhütte GmbH als Stahlwerk zu den energieintensiven Branchen der deutschen Industrie. Mit Blick auf die knapper werdenden Ressourcen, die steigenden Energiepreise und die zu schützende Umwelt engagiert sich das Stahlwerk, um Bedarfe zu reduzieren und Effizienz zu steigern. Ein wesentlicher Bestandteil dieser Arbeit ist dabei auch die Einbeziehung der Mitarbeiter, denn letztlich können nur sie für eine optimale Nutzung der Energie sorgen.

Bereits seit 1995 sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Georgsmarienhütte GmbH durch eine übertarifliche Gewinnbeteiligung am Erfolg des Unternehmens beteiligt. Von Anfang an war der Faktor „Energie“ neben den Faktoren „Ausbringquote“, also der monatlichen Erzeugung im Verhältnis zur verkaufbaren Produktmenge, „Produktivität“ und „Krankenstand“ als Einflussgröße vorgesehen – zunächst allerdings als Konstante. Seit 2012 wird das neu installierte Energiedatenerfassungssystem „Messdas“ auch für diesen Zweck genutzt und ausgewertet. Hierzu hat das Unternehmen auf dem gesamten Werksgelände Zähler identifiziert, an denen der sogenannte Allgemeinstrom abgelesen werden

kann. Dieser Wert wird vor allem durch die Verwaltungen und Bürobereiche der Produktionen beeinflusst. Für den direkten Produktionsbereich geht der Druckluftverbrauch in die Berechnungsformel ein. Beide Werte werden monatlich veröffentlicht. Befinden sich die Werte in einem festgelegten Toleranzband, verändert sich der Berechnungsfaktor nicht. Reduziert sich der Verbrauch, erhöht sich der Faktor. Wenn sich der Verbrauch erhöht, dann reduziert sich der Faktor. Um produktionsbedingte Schwankungen auszugleichen, wird der Mittelwert aus den letzten drei Monaten gebildet. Durch diese Faktorberechnung haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen direkten Einfluss auf die Höhe der Auszahlung.

Wer spart gewinnt

GEWINNBETEILIGUNGS-EINFÜHRUNG	PERSONALWESEN UND BETRIEBSRAT	MÖGLICHE ENERGIETRÄGER
<p>1</p> <p>Abstimmung des Zeitplanes zwischen Geschäftsleitung und Energiemanager</p> <p>Festlegung der Teilnehmer der Projektgruppe durch Geschäftsleitung, Personalwesen und Betriebsrat</p>	<p>2</p> <p>Benennung der Personen aus den Bereichen Personalwesen und Betriebsrat</p> <p>Projektgruppe wird handlungsfähig</p>	<p>3</p> <p>Einflussmöglichkeiten der Mitarbeiter diskutieren: Verwaltungsbereiche (Licht, Heizung, Wasser), Werkstätten (Strom, Druckluft, Heizung), Produktion (Strom, Erdgas, Wasser, Druckluft)</p> <p>Unterscheidung zwischen Büro und Produktion erläutern</p> <p>Wer kann was beeinflussen? Die Verwaltung kann eher Lichtstrom, Wasser und Heizung beeinflussen, die Produktion eher Druckluft (Leckagen). Strom und Erdgas sind nur schwer beeinflussbar.</p>
DATEN-ERFASSUNG	BERICHTS-WESEN	WERTIGKEIT DES ENERGIEFAKTORS
<p>4</p> <p>Zu messende Anlagen und Bereiche festlegen</p> <p>Ggf. Messpunkte (Energiezähler) ergänzen (Kostenermittlung)</p> <p>Zeitplan für den Einbau neuer Energiezähler in den technischen Anlagen</p>	<p>5</p> <p>Wer wird wann und wie informiert</p> <p>Mittelwertbildung über mehrere Monate</p> <p>Transparenz der Daten</p> <p>Wer kann wo die Daten einsehen (Gehaltsabrechnung, Intranet)</p>	<p>6</p> <p>Wieviel Prozent macht Energie in der Gesamtbewertung aus</p> <p>Toleranzband (+/- Abweichung zum vereinbarten Wert) abstimmen, ab wann der Faktor positiv oder negativ angepasst wird</p> <p>Intensität der Faktorveränderung abstimmen</p>

AZ UBI PRO JE KTE

Die Kleinen machen es den Großen vor: Azubi-projekte sind ein starkes Instrument zur Motivationssteigerung der jungen Mitarbeiter im Betrieb. Gelingt es den Azubis, Einsparpotenziale transparent zu machen und Lösungsvorschläge auszuarbeiten, kann ihr enormes Kreativpotenzial ein Beispiel für alle Mitarbeiter sein.

Azubiprojekte können zudem die Reputation des Unternehmens als Ausbildungsbetrieb steigern. In Zeiten des Fachkräftemangels keine schlechte Idee!

MADER | Mach MIT – die Azubi-Aktion

„Mach MIT“, so lautet das Motto zur Einbeziehung der Mitarbeiter bei dem mittelständischen Unternehmen Mader GmbH & Co. KG. Der Anbieter von Produkten und Dienstleistungen rund um die Druckluft führt seine Auszubildenden durch Azubiprojekte an die Themenfelder Energieeffizienz und Umweltschutz heran und deckt so Effizienzpotenziale im Unternehmen auf. Neben den Vorteilen, die eine energetische Optimierung an sich bietet, erhöht die Qualifizierung in Zeiten des Fachkräftemangels die Attraktivität als Arbeitgeber. Nebenbei werden Azubis in kaufmännischen und Logistik-Berufen auch mit technischem Know-how im Bereich Druckluft ausgestattet.



Sülbaye Deger, Leiterin Personal und Ausbildung bei der Mader GmbH & Co. KG, begleitet seit 2011 Auszubildende beim Berufseinstieg. Die Unterstützung von jungen Menschen mit geringeren Chancen auf dem Arbeitsmarkt und die Vermittlung sozialer Kompetenz im Rahmen der Ausbildung liegen ihr besonders am Herzen.

MIE: Für Ihre Azubis sind Energieeffizienz und Umweltschutz keine reine Theorie. Wie kam es zu dieser Entwicklung?

Sülbaye Deger: Dass Azubis in Eigenverantwortung Projekte durchführen, wie zum Beispiel Messeauftritte vorbereiten, ist kein neues Phänomen bei Mader. Mit der strategischen Neuausrichtung vor einigen Jahren rückte nicht nur die Betrachtung der Druckluftprozesskette als Ganzes in den Fokus. Auch die energetische Optimierung sowie Energieeffizienz und Umweltschutz im Allgemeinen entwickelten sich zum zentralen Unternehmensthema. Es ist uns wichtig, die Belegschaft, insbesondere die Nachwuchskräfte, in diese Entwicklung einzubeziehen. Sinn und Zweck der damit verbundenen Projekte ist es, die Azubis für den sparsamen Umgang mit den knapper werdenden Ressourcen zu sensibilisieren, ihre fachlichen und sozialen Kompetenzen zu stärken und mit Hilfe ihrer Anstrengungen den Energieverbrauch des gesamten Unternehmens zu senken.

Mader ist seit 2012 im Bereich Umweltmanagement und seit 2014 im Energiemanagement zertifiziert. Wie steht es neben den Zertifizierungen um eine energiebewusste Unternehmenskultur?

Umwelt- und Energiebewusstsein ist für uns Teil unserer tagtäglichen Arbeit. Uns war es wichtig, unsere

multikulturelle Belegschaft mit 80 Mitarbeitern nicht nur im Betrieb für einen verantwortungsvollen Umgang mit knappen Ressourcen zu sensibilisieren, sondern auch ihr Bewusstsein für das Verhalten im privaten Kontext zu schärfen.

Das heißt, Sie haben die Idee des Energiesparens nicht nur zertifiziert, sondern die Belegschaft auch dafür sensibilisiert?

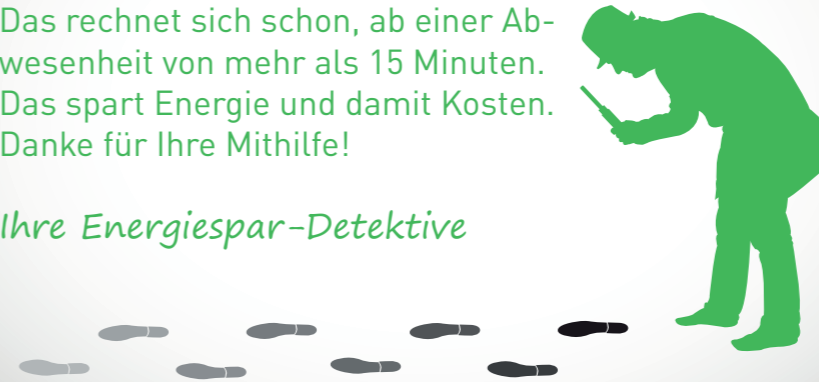
Ganz genau! Aus diesem Anspruch heraus entstand das Azubiprojekt „Umwelt schützen und Energie + Geld sparen“, bei dem die Azubis ihre sozialen und methodischen Kompetenzen unter Beweis stellen. Die Azubis bearbeiten unterschiedliche Teilaspekte in Workshops, wie z. B. Energieeinsparpotenziale im Haushalt, CO₂-Reduktion und Spriteinsparung, Abfalltrennung sowie umweltfreundliches Waschen und Reinigen, erstellen die Unterlagen und übernehmen Organisations- und Moderationsaufgaben in der Veranstaltung. Zum Ende des ersten Workshops haben wir ein Umweltschutz- und Energiesparrätsel durchgeführt mit dem Ziel, Spendengelder für eine Wasseraufbereitungsanlage in Afrika zu sammeln. Unter den Teilnehmern haben wir einen Präsentkorb mit vielen umweltfreundlichen Produkten ausgelost. Um die Nachhaltigkeit des Projekts zu gewährleisten, wird Mader den Umweltworkshop mit neuen Azubis und Mitarbeitern regelmäßig wiederholen.

Auf frischer Tat ertappt!

Monitor ausschalten nicht vergessen!

Das rechnet sich schon, ab einer Abwesenheit von mehr als 15 Minuten. Das spart Energie und damit Kosten. Danke für Ihre Mithilfe!

Ihre Energiespar-Detektive



Beziehen Sie die Azubis auch in Ihrem Kerngeschäft Druckluft zum Thema Energiesparen ein?

Im Vorfeld der Zertifizierung für die DIN EN ISO 14001 und DIN EN ISO 50001 haben wir alle Mitarbeiter in die Vorbereitungen eingebunden. Dabei kam es uns darauf an, auch unsere kaufmännischen Azubis im Bereich Druckluft auszubilden, um sie für einen sparsamen Umgang mit Energie

Ist das Azubiprojekt damit abgeschlossen?“

Es geht noch weiter! Im zweiten Modul des Projekts verfassen die Azubis wöchentlich einen „Energiespar- und Umweltspar-Tipp der Woche“, der ins Intranet gestellt wird.

Außerdem sind sie regelmäßig als „verdeckte Energieermittler“ im Unternehmen unterwegs. Ausgestattet mit kleinen Aufklebern gehen die jungen Detektive auf die Suche nach „Fehlritten“ der Kollegen im Umgang mit Energie. Mit den Aufklebern identifizieren sie die „Tatorte“. Mit einem Augenzwinkern soll z. B. auf nicht geschlossene Fenster bei voll aufgedrehten Heizungen, einen nicht heruntergefahrenen Rechner oder Licht in leeren Büroräumen hingewiesen werden.

Last but not least verleihen wir das „Goldene Energiesparschwein“ an den Mitarbeiter, der durch besonders bewusstes und verantwortungsvolles Verhalten im Umgang mit Energie aufgefallen ist. Prämiiert wird das „Goldene Energiesparschwein“ mit einem Gutschein.

Welche Schwierigkeiten galt es bei der Durchführung Ihrer Azubiprojekte zu überwinden?

Bei der Einbindung von Azubis sind zwei wesentliche Faktoren entscheidend: Zum einen muss die Geschäftsleitung die Projekte mittragen. Zum anderen müssen wir Zeit- und Personalressourcen einplanen. Unsere Azubiprojekte im Bereich Umwelt- und Energiemanagement sind ein Teil des Ausbildungskonzepts, unsere Azubis übernehmen aber darüber hinaus auch weitere Projekte aus anderen Themenfeldern und Fachbereichen. Das bedeutet ein Mehr an zeitlicher Einbindung in das Ausbildungskonzept von verschiedenen Fach- und Führungskräften und größeren Koordinations- und Organisationsaufwand im Zusammenhang mit dem Ausbildungsrahmenplan und Versetzungsplan.

zu sensibilisieren und um ihre Kompetenzen in unserem Kerngeschäft zu erhöhen. Deshalb ist das Thema Leckageortung in Druckluftsystemen fester Bestandteil unseres Schulungskonzeptes. Alle geschulten Azubis sind später als Leckage-Scouts im Kundeneinsatz und machen gemeinsam mit unseren Servicetechnikern Leckagen mittels eines Ultraschallgerätes ausfindig. Unsere Energie- und Nachhaltigkeitsbeauftragte Stefanie Kästle schult darüber hinaus auch Auszubildende anderer Betriebe aus der Region zum Thema Energieeinsparung, Leckage und effiziente Druckluft.

Welche Faktoren sind für den Erfolg von Energiesparprojekten maßgeblich?

Kontinuität ist der wichtigste Faktor, um das Bewusstsein für den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen zu schärfen und es dauerhaft in den Köpfen der Mitarbeiter zu verankern. Daher führen wir mehrmals im Jahr Umweltschutz-Workshops und Schulungen zur Leckageortung an Druckluftsystemen für Azubis durch. Wir animieren alle Mitarbeiter fortwährend dazu, Energie einzusparen.

Welchen Mehrwert generieren Sie aus den Azubiprojekten?

Der wichtigste Mehrwert ist die gesteigerte Motivation der jungen Mitarbeiter. Wir übertragen unseren Azubis Verantwortung. Anschließend erhalten sie für ihre eigenverantwortlich durchgeführten Workshops Anerkennung von den Kollegen, Kunden und Kooperationspartnern. Und zu guter Letzt macht sich das Engagement unserer Auszubildenden auch in den Verbrauchszahlen für Strom, Heizöl und Papier bemerkbar. Wir haben in allen Bereichen Kosteneinsparungen zu verzeichnen.



Informationsveranstaltung der EnergyScouts

ERGEBNIS

In der ersten Projektphase wurde ein Einsparpotenzial von 346.534 kWh im Jahr an Bildschirmarbeitsplätzen ermittelt.

KWS | Be a kW/Saver

Energieeffizienz lässt sich mit dem Einsatz geeigneter Technik und einer Änderung des Nutzerverhaltens erreichen.

Der Saatguthersteller KWS SAAT AG mit Sitz in Einbeck hat im Jahre 2012 in einem Mitarbeiterprojekt das Nutzerverhalten im Umgang mit Energie analysiert. Daraus sollten weitere Ansätze zur Energieeinsparung generiert werden.

Das Hauptaugenmerk des Projektes lag in der Schärfung des Bewusstseins und des Verhaltens der Mitarbeiter im Umgang mit Energie an ihren jeweiligen Arbeitsplätzen. Dazu hat das Unternehmen mit den Auszubildenden des zweiten Lehrjahres das Projekt „Energy-Scouts“ gestartet und ihnen damit Verantwortung und Vertrauen für ein Projekt übertragen. Sie erhalten Spielraum für kreative Ideen und Lust, neue Dinge zu entwickeln, was sich positiv auf die Motivation der jungen Mitarbeiter auswirkt.



EnergyScouts im Einsatz – Präsenz mit Logo

GESAMTPROJEKTVERLAUF

PROJEKTIDEE Umweltbeauftragter/ Facility Manager	TREFFEN mit Ausbildungs- leitungen	AUSZUBILDENDE einbinden	UMSETZUNG	KOMMUNI- KATION
➔	➔	➔	➔	➔
Einsparungsziel definieren	Projektvorstellung durch Auftraggeber	Optimale Einteilung in Arbeitsgruppen herbeiführen/ AG-Leiter	Projektplan umsetzen	Ergebnisauswertung und -darstellung
↓	↓	↓	↓	↓
Projektbegründung und Projektende festlegen	Zeitliche Kapazitäten für die Auszubildenden schaffen	Kreative Ideen entwickeln	Regelmäßiger Austausch der AG-Leiter	Ergebnispräsentation und offizielle Würdigung
↓	↓	↓	↓	↓
Auftaktworkshop mit Ausbildungsleitern und Azubis	Budgetrahmen festlegen	Erstellung Projektplan	Zwischenmeetings mit Auftraggebern	Interne und externe Kommunikation
↓	↓	↓	↓	
Vertrauen und Verantwortung übertragen	Nutzung Hard-/ Software bereitstellen	Ziele-/ Zwischenziele festlegen	Einbindung Mitarbeiter durch interne Medien	
	↓		↓	
	Workshop initiieren		Wiedererkennungswert schaffen	

EINZELSCHRITTE DER ENERGYSCOUTS

WIEDER- ERKENNUNGS- WERT	EINBINDUNG der Mitarbeiter	KOMMUNI- KATION, Intern/extern	WÜRDIGUNG	WISSENS- TRANSFER
➔	➔	➔	➔	➔
Logo / Slogan	Informationstage	Intranet	Abschlussveranstaltung	Erfahrungen an den nächsten Jahrgang weitergeben
↓	↓	↓	↓	↓
EnergyScout-Shirts	Quiz	Mitarbeiterzeitschrift	Präsentation vor Entscheidungsträgern	↓
↓	↓	↓	↓	↓
Werbemittel, z. B. Kugelschreiber	Umfrage	Flyer	Urkunden-überreichung	Neuer Projektstart
↓	↓	↓		
Sticker	Gewinnspiel	Pressemitteilungen		

IDENTIFIKATION

Der stärkste Motivationsfaktor ist die Identifikation. Ein Mitarbeiter muss an das was er tut glauben. Extrinsische Maßnahmen wie mehr Geld, Titel, Status oder Komfort helfen nur begrenzt gegen eine innere Kündigung. Schlüsselfaktor ist die Identifikation. Das Gefühl, Teil von etwas Größerem zu sein, ist notwendig. Durch Weiterbildung der Mitarbeiter und Wissenstransfer vom Beruflichen ins Private können innovative Impulse entstehen und neue Projekte geboren werden. Die Identifikation steigt!

BSH | Education for All

Wie gut ein Unternehmen beim Klimaschutz ist, hängt entscheidend von den Mitarbeitern ab. Ohne ihr Mitwirken und ihr Handeln kann ein Unternehmen sich nicht entscheidend weiterentwickeln. Die Unterstützung aller ist gefragt, wenn es darum geht, durch viele Maßnahmen eine kontinuierliche Verbesserung der Energieeffizienz zu erzielen. Schulungskonzepte, die die Mitarbeiter motivieren und ihnen Gestaltungsspielräume zur Mitwirkung ermöglichen, sind dabei unerlässlich. Verantwortung für etwas zu übernehmen, ist die Grundlage für eine erfolgreiche und nachhaltige Umsetzung des Erlernten.

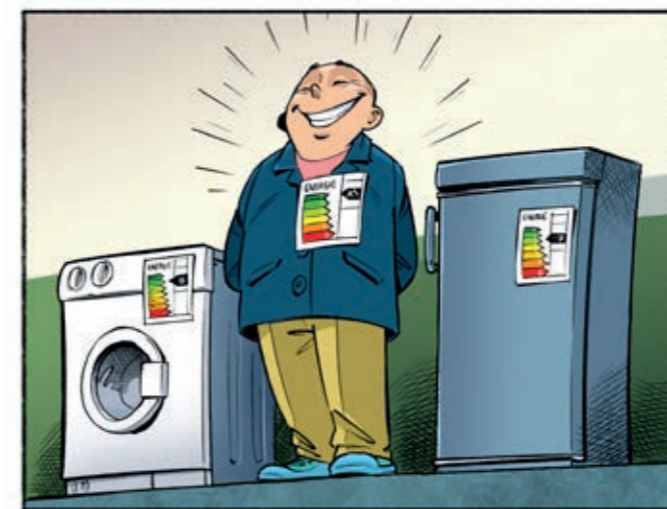
BSH Hausgeräte bekennt sich schon seit Jahrzehnten zum Umweltschutz. Energieeffizienz ist fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Energieeffiziente Produkte wie Kühlschränke und Waschmaschinen sind das Kerngeschäft von BSH. Das Unternehmen schult seine Mitarbeiter dafür über alle Hierarchiestufen hinweg regelmäßig zu aktuellen Themen der Energie- und Ressourceneffizienz.

Vom Basis- bis zum Expertenwissen

Bei der Schulung der Mitarbeiter setzt BSH auf einen interdisziplinären und mehrstufigen Ansatz. Kaum ein Mitarbeiter verpasst die „Basiswissen light“-Schulung. Im Zentrum dieser Schulung stehen die Fragen: Was ist Energie? Wo kann ich sparen? Was kann ich persönlich tun und was bringt es mir?

Insbesondere auf eine Transfermöglichkeit ins Privatleben wird dabei Wert gelegt, um eine ganzheitliche umweltbewusste Verhaltenssensibilisierung zu erzielen. Hervorzuheben ist auch das Motivations- und Coaching-Konzept für Führungskräfte, bei dem Methoden vermittelt werden, wie sie ihre Mitarbeiter zu wertvollen Ideengebern für Verbesserungen in ihrem Fachbereich entwickeln können.

Last but not least ist es wichtig, dass das Thema Ressourcen-Effizienz im Gespräch bleibt. Hierzu sind verschiedene Kommunikationsmittel erstellt worden. Plakate, Aufkleber, Filme und ganz aktuell auch Comiczeichnungen zum Thema Ressourceneffizienz sollen die Mitarbeiter zum Nachdenken anregen und deutlich machen, dass jeder einen wichtigen Beitrag leisten kann.



SIEGER IN DER ENERGIEKLASSE, UNSERE MITARBEITER





ERIO Team-Training: Weiterbildung zum Thema Energieeffizienznetzwerke für europäische Energieexperten beim DIHK im Haus der deutschen Wirtschaft

erío | Energiesparen im Team leicht gemacht

Erfolge bei der Steigerung der Energieeffizienz und beim Klimaschutz sind immer getragen vom Engagement der Mitarbeiter eines Unternehmens. Eine wesentliche Bedeutung kommt der Sensibilisierung der Mitarbeiter zu. Workshops können diese Initialzündung auslösen.

Das unabhängige Energieberatungsbüro erío Energiemanagement sah sich mit der Herausforderung konfrontiert, einem Hotel mit Pächterstruktur und geringen Investitionsmöglichkeiten Wege aufzuzeigen, wie die Mitarbeiter zu energiesparendem Verhalten animiert werden können. Der Workshop sollte auf einfache, schnell verständliche und sofort umsetzbare Weise zur Sensibilisierung der Mitarbeiter beitra-

gen. Das Prinzip eines solchen Workshops lässt sich nicht nur auf Betriebe aus dem Gastgewerbe, sondern auch auf die verarbeitende Industrie übertragen. Der entscheidende Faktor ist die Vergleichbarkeit der Tätigkeiten in den Teams und der sich daraus entwickelnde Diskurs. Der rege Austausch der Mitarbeiter untereinander führte nicht nur zu einem Bewusstsein für Energieeffizienz, sondern hatte auch Teambuilding-Effekte.

DIE VORGEHENSWEISE

- Entwicklung einer Excel-Vorlage, die aus den Spalten Uhrzeit und energierelevante Tätigkeit besteht.
- Bildung von Teams in den Abteilungen, zum Beispiel Küche, Housekeeping und Service.
- In der jeweiligen Abteilung trägt jeder Mitarbeiter sein individuelles Energieverhaltensverhalten für den Zeitraum einer Arbeitsschicht in die Tabelle ein, um sich mit seinem persönlichen Umgang mit Energie auseinanderzusetzen.
- Einsammeln und Auswertung der Exceltabellen durch den Energieexperten, der das Energieverhaltensverhalten der Mitarbeiter innerhalb einer Abteilung miteinander vergleicht. Der Vergleich ergibt beispielsweise, dass ein Koch die Fritteuse zwei Stunden früher ausstellt als sein Kollege.
- Anschließend tauschen die Mitarbeiter in dem Team die Exceltabellen aus.
- Die Aufgabe der Teams besteht darin, gemeinsam über ihr individuelles Energieverhaltensverhalten zu diskutieren.
- Der „Fall“ Küche dient dabei als Anstoß für eine Gruppendiskussion.
- Die Mitarbeiter stellen übereinstimmend fest, dass die Fritteuse problemlos zwei Stunden früher abgestellt werden kann – ohne Einbußen bei der Dienstleistung.
- Durch den Workshop und die lebhaftige Gruppendiskussion ist es dem Unternehmen gelungen, die Mitarbeiter für das Thema Energieeffizienz zu sensibilisieren, dabei erstreckte sich die Diskussion über Energieeffizienz bis auf das private Umfeld.
- Der Gedankenaustausch findet nun regelmäßig und in bereichsübergreifenden Teams statt.
- Um die Mitarbeiter für ihr Engagement zu belohnen, veranstaltet das Hotel mit der Hälfte der erzielten Einsparungen nun jedes Jahr eine Energiespar-Party.
- Die andere Hälfte der Einsparungen fließt in weitere Energieeffizienzmaßnahmen. Somit erzielt das Unternehmen Energieeinsparungen und schont dabei seine finanziellen Ressourcen.

Vorbildfunktion und Identifikation mit dem Unternehmen



www.greenday.ebmpapst.com

Linda Hener, stellvertretende Pressesprecherin der ebm-papst Unternehmensgruppe



EBM-PAPST | Mitarbeiter-Ideen-Blog

Der GreenDay ist eine internationale Kampagne der weltweiten Niederlassungen von ebm-papst, einem Hersteller von Ventilatoren und elektrischen Antrieben. Unter dem Motto „Every day is a GreenDay“ präsentieren seit 2012 die rund 12.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wie sie sich Tag für Tag nachhaltig engagieren.

Als zentrale Informations- und Kommunikationsplattform der Kampagne dient der GreenDay-Blog. Er bündelt die weltweiten Projekte zum Thema Nachhaltigkeit und ermöglicht den schnellen, zielgerichteten Zugriff. Zeitnah lassen sich die unterschiedlichen Projekte mitverfolgen. Fotos, Videos und

vor allem die persönlichen Statements und Erfahrungsberichte zeigen anschaulich, wie sich ebm-papst-Mitarbeiter auf der ganzen Welt für Energieeffizienz und Klimaschutz einsetzen. Das fördert die Motivation, den Teamgeist und stiftet Identität.

MIE: Wie kam die Idee für den GreenDay zu Stande?

Linda Hener: Im Jahr 2010 startete ebm-papst ein neues, außergewöhnliches Schulungskonzept. Am Standort Mulfingen machten sich vier Auszubildende auf die Suche nach Energiefressern in der Produktion. Mit technischen Hilfsmitteln identifizierten, dokumentierten und reparierten sie Leckagen in Druckluftanlagen und fahndeten nach alten Antriebsmotoren. Die Energiescouts waren geboren. Das Projekt wuchs stetig: Es entstanden auch Teams in Landshut, St. Georgen, Herbolzheim und Lauf. Deutschlandweit stieß das Projekt auf viel Anerkennung, wurde mehrfach ausgezeichnet und ein Treffen mit dem damaligen Bundesumweltminister Peter Altmaier kam zustande. Die Idee für den GreenDay stammt letztlich von den Energiescouts.

Was ist das Ziel des GreenDay?

Wir wollen das Thema Nachhaltigkeit für unsere Mitarbeiter und die Öffentlichkeit greifbar machen. Der GreenDay soll zeigen, dass schon mit vermeintlich kleinen Aktionen eine Menge erreicht wird und dass jeder Einzelne in seinem Alltag etwas zum Thema Nachhaltigkeit beitragen kann.

Wie haben Sie den GreenDay entwickelt?

Die Aktionskampagne „Every Day is a GreenDay“ lief erstmals 2012 und wanderte anfangs im wöchentlichen

Rhythmus von einer ebm-papst-Niederlassung zur nächsten. Seit 2014 hat der GreenDay mit dem 5. Juni, dem Weltumwelttag der Vereinten Nationen, einen ersten offiziellen symbolischen Tag. Die Projekte des GreenDay sind langfristig ausgelegt – eben nachhaltig. Der GreenDay-Blog präsentiert Fakten und Projekte und dient als Plattform für die Kommunikation nach innen und nach außen. Die Umstellung auf LED am ebm-papst-Standort Australien, die Pflanzung landestypischer Bäume am Standort Brasilien oder die Einrichtung eines Shuttle Busses von der Shanghai-er Innenstadt zum außerhalb gelegenen Firmengelände – diese und weitere Projekte werden auf dem GreenDay-Blog vorgestellt.

Welche Erfolge kann dieses Projekt zur Mitarbeitermotivation verbuchen?

Der Blog ist der zentrale Kommunikationskanal der Kampagne. Wie die Kampagne ist auch der Blog langfristig angelegt. Der Blog zeigt die Vielfalt der Aktionen und unterschiedlichen Herangehensweisen an dieses Thema rund um den Globus. Die Resonanz ist durchweg positiv. Monetär lässt sich das schwer messen. Der GreenDay-Blog steigert nicht nur die Identifikation der Mitarbeiter an allen Standorten mit dem Unternehmen, er führt auch dazu, dass die Mitarbeiter näher zusammenrücken. Es hat somit einen Teambuilding-Charakter.

WIR SAGEN DANK



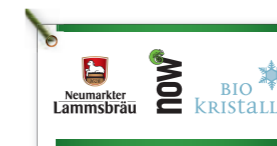
Herzlich bedanken möchten wir uns bei allen Unternehmen, die uns für die Erstellung des Leitfadens ihr Best Practice Beispiel zur Verfügung gestellt haben.

Bedanken möchten wir uns auch bei der Gruppe der Klimaschutz-Unternehmen und den darin vertretenen Unternehmen, die uns ihr Beispiel zur Verfügung gestellt haben.



B/S/H/

ebmpapst



**Servicestelle der Mittelstandsinitiative
Energiewende und Klimaschutz (MIE)
Breite Straße 29, 10178 Berlin**

Ansprechpartner:

Philipp Andree

Telefon: +49 30 20308 2241

E-Mail: andree.philipp@dihk.de

Bilder: thinkstock und unter freundlicher Genehmigung der jeweiligen Unternehmen

Weitere Informationen

service@mittelstand-energiewende.de

Redaktion

Philipp Andree, Ulrike Poremski



www.mittelstand-energiewende.de



www.klimaschutz-unternehmen.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



NATIONALE
KLIMASCHUTZ
INITIATIVE