



Arbeitswelt neu gelebt

Warum Green Office die Zukunft ist

Arbeitswelt neu gelebt

Warum Green Office die Zukunft ist

Umweltschutz im Fokus: neue Perspektiven in der Arbeitswelt	3
Verbraucher*innen und Unternehmen im Wandel	4
Essenzielle „Bausteine“ für ein Green Office	7
Klimafreundliche Einrichtung	8
Klimafreundliche IT	9
Klimafreundliches Bauen	13
Klimafreundliches Verhalten	14
Klimafreundliches Management	16
First Steps bei der Umstellung zum Green Office: Was kommt auf die Unternehmen zu?	18
Mobilität der Firma	19
Office Energy	20
Büroalltag	21
Resümee: Alles im grünen Bereich	22



Umweltschutz im Fokus: Neue Perspektiven in der Arbeitswelt

In den vergangenen Jahren rückten engagierte Initiativen sowie alarmierende Forschungsergebnisse das Thema Nachhaltigkeit vermehrt in den Fokus der Öffentlichkeit. Neben Endverbraucher*innen und Gesetzgeber*innen befinden sich auch Unternehmen in der Position, sich aktiv für den Umweltschutz und den nachhaltigen Umgang mit Ressourcen einzusetzen.

Im Jahr 2022 gewinnen starke Unternehmensvisionen mit nachhaltigem Ansatz wie etwa das sogenannte Green-Office-Modell zunehmend an Bedeutung – sowohl in Deutschland als auch auf internationaler Ebene.

Aus dem vom Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit veröffentlichten [Green Startup Monitor 2021](#) geht klar hervor: Die Gesellschaft befindet sich bereits inmitten eines bedeutenden Umbruchs.

?

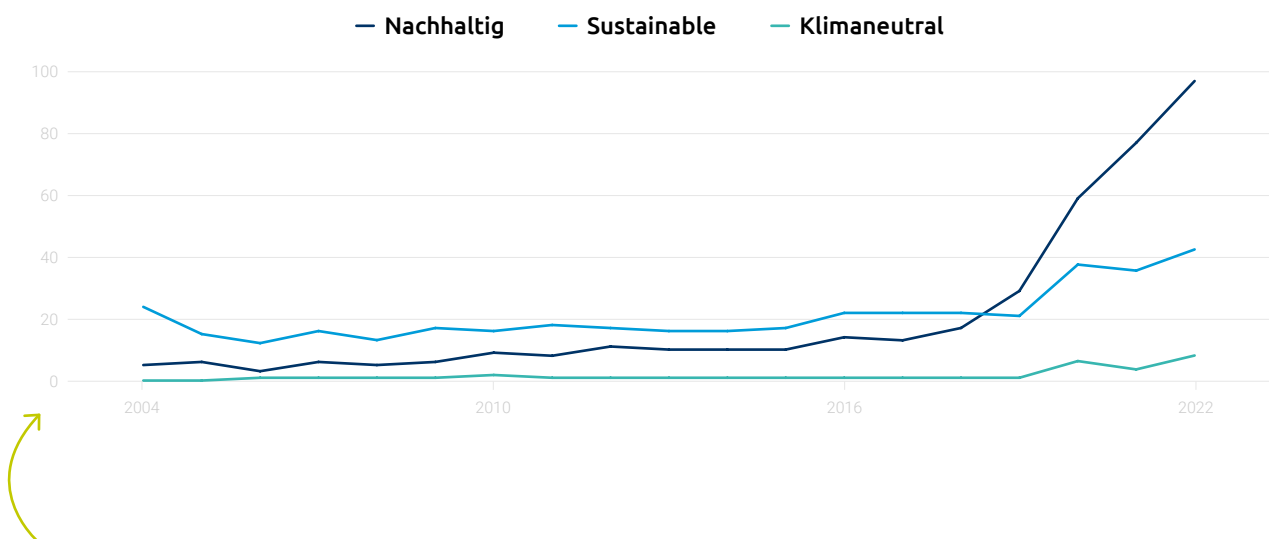
Dieses Whitepaper geht der Frage auf den Grund, aus welchen Bausteinen sich das Green-Office-Modell zusammensetzt und trägt im Zuge dessen eine Reihe von Handlungsempfehlungen zusammen, wie Arbeitgeber*innen und -nehmer*innen das Thema Green Office langfristig und effizient in den Büroalltag integrieren.

Verbraucher*innen und Unternehmen im Wandel

Die [Suchanfragen auf Google](#) zeigen deutlich: Seit Jahren steigt das Interesse von Verbraucher*innen in Deutschland an Themen rund um die Schlagwörter „sustainable“, „nachhaltig“ und „klimaneutral“. Der Trend belegt, dass Nachhaltigkeit längst kein Nischenthema mehr ist. Die Beobachtung des gesteigerten Interesses gibt Unternehmen die Chance, auf diese Bedürfnisse zu reagieren und sich zukünftig entsprechend zu positionieren.

i

Google Trends ist ein Online-Dienst des Unternehmens Google, der Informationen darüber bereitstellt, welche Suchbegriffe von Nutzer*innen der Suchmaschine Google wie oft innerhalb eines bestimmten Zeitraums eingegeben wurden. So kann das Suchverhalten analysiert und die Relevanz von Themen und gesellschaftlichen Trends identifiziert werden.



Interesse im zeitlichen Verlauf

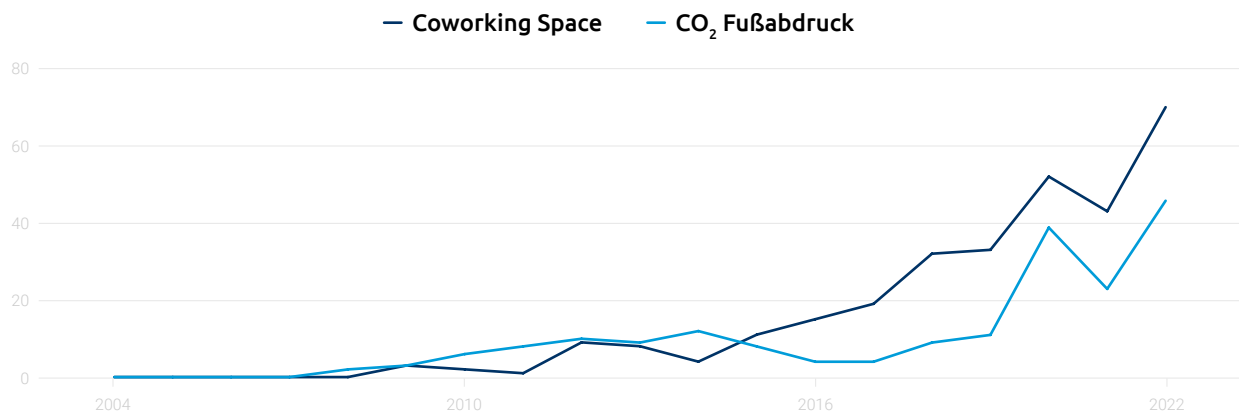
Die Werte geben das Suchinteresse relativ zum höchsten Punkt im Diagramm für Deutschland im festgelegten Zeitraum an. Der Wert 100 steht für die höchste Beliebtheit dieses Suchbegriffs. Der Wert 50 bedeutet, dass der Begriff halb so beliebt ist und der Wert 0 bedeutet, dass für diesen Begriff nicht genügend Daten vorlagen.

Auch nachhaltige Arbeitsraumkonzepte wie „Co-Working-Spaces“ und die Auseinandersetzung mit dem „CO₂-Fußabdruck“ gewinnen laut [Google Trends](#) in der Suche weiter an Bedeutung.

i

CO₂-Fußabdruck (Carbon Footprint)

Die CO₂-Bilanz erfasst den Gesamtbetrag von Kohlenstoffdioxid-Emissionen, die direkt oder indirekt durch die Herstellung von Produkten oder durch die Aktivitäten von Personen entstehen.



i

Green Economy

Das Green Economy Modell beschreibt einen nachhaltigen Wirtschaftsansatz, der schonend mit natürlichen Ressourcen umgeht und mit seinen Handlungen und Zielen die Umwelt so wenig wie möglich belastet.

Aus Unternehmenssicht bringt das Umdenken in Richtung Green Economy jede Menge Vorteile mit sich. Laut dem Unily „[Future of the Sustainable Workplace](#)“-Report von 2020 beurteilt die Öffentlichkeit Unternehmen in Zukunft nicht nur nach ihrem Umgang mit Angestellten und Kund*innen, sondern vor allem nach ihrem Einfluss auf die Umwelt. Endverbraucher*innen und potenzielle Bewerber*innen informieren sich zunehmend über den Aktivismus und die gelebten Werte eines Unternehmens, bevor sie dessen Produkte kaufen oder sich auf eine Stelle bewerben.



„Wir nehmen wahr, dass Handlungsfelder im Bereich Corporate Responsibility, also ökologische und soziale Handlungsfelder im Unternehmenskontext, punktuell zu abstrakt und zu unnahbar für die Kolleg*innen sind.

Positive Entscheidungen führen zu positiven Veränderungen – davon sind wir überzeugt. Das gilt für die Umsetzung unserer CR-Strategie „positive choice“, quasi vom Baumwollfeld bis in unseren Onlineshop. Und eben auch für unsere Nachhaltigkeitsinitiative „sustainable campus“, hier bei uns am Standort Hamburg. Mit ihr haben wir die Chance, ökologische und soziale Themen direkt in unserem Arbeitsalltag umzusetzen und auf einer nahbaren Ebene erlebbar zu machen. Alle Kolleg*innen haben so die Möglichkeit, aktiv am Arbeitsplatz Nachhaltigkeit mitzugestalten und die Organisation positiv zu verändern.“

Anika Albrecht | Corporate Responsibility Managerin | bonprix



i

Corporate Responsibility

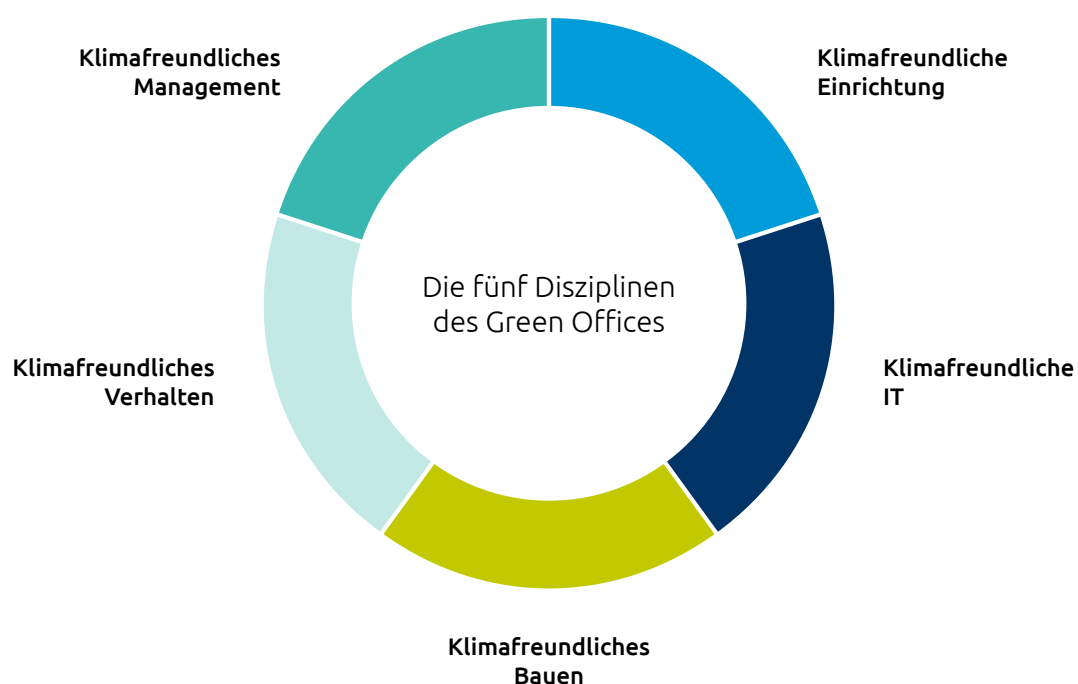
Die sog. „unternehmerische Verantwortung“ umschreibt den (freiwilligen) Beitrag eines Unternehmens für eine nachhaltigere, ressourcenschonendere und sozial vertretbare Unternehmensführung im Rahmen seiner unternehmerischen Tätigkeiten.

Die Umsetzung des Green-Office-Modells am Beispiel bonprix

Im Rahmen seiner Corporate-Responsibility-Strategie „positive choice“ hat auch bonprix eine Vision für das Jahr 2030 formuliert: 100 % nachhaltige Produkte, ein 100 % klimaneutrales Unternehmen, 100 % Transparenz in der Lieferkette. Als Teil des internen Nachhaltigkeitsmanagements wurde außerdem die sustainable campus Initiative ins Leben gerufen, um Mitarbeiter*innen direkt vor Ort an das Thema Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz heranzuführen.

Essenzielle „Bausteine“ für ein Green Office

Das Konzept eines Green Offices besteht aus fünf Disziplinen, die Ansatzpunkte aufzeigen, den Büroalltag klimafreundlicher zu gestalten. Jede Organisation entscheidet selbst, welche Schwerpunkte sie setzt und welche Maßnahmen sie ergreift. So entsteht ein passgenaues Programm, das die Unternehmensgröße und -kultur bestmöglich widerspiegelt.



Klimafreundliche Einrichtung



**Nachhaltiges
Interior**



**Secondhand-
Einrichtung**



**Mieten von
Büromöbeln**



**Coworking-Spaces
als Alternative**

Nachhaltige Einrichtung: hochwertig und schadstoffarm

Zu einem grünen Büro gehört eine nachhaltig hergestellte und langlebige Einrichtung. Daher ist es wichtig, beim Kauf von neuen Möbeln sowohl auf ihre Umweltverträglichkeit als auch auf transparente Herstellungsbedingungen zu achten. Mittlerweile etablieren sich Hersteller auf dem Markt, die danach streben, die **Umweltbelastung beim Herstellungsprozess** so niedrig wie möglich zu halten. So entstehen hochwertige und schadstoffarme Produkte.

Die Anschaffungskosten für nachhaltige Möbel fallen zwar im Schnitt höher aus, doch der Aspekt des Umweltschutzes steht klar im Fokus. Des Weiteren überzeugt eine hochwertige Einrichtung meist durch eine lange Nutzungsdauer. Nicht alle Möbel müssen neu gekauft werden: Interieur aus zweiter oder dritter Hand verbraucht nur Ressourcen, die sich bereits im Kreislauf befinden. Die Lebensdauer der Einrichtungsgegenstände lässt sich mit **Second-Hand-Konsum** verlängern.

Sharing Economy: Mieten statt Besitzen

Eine weitere klimafreundliche Alternative für die Innenausstattung von Büroräumen ist das Mieten der Büroausstattung. Auf dem Markt etablieren sich bereits Start-ups und Produzenten, die darauf ausgerichtet sind, die Kreislaufwirtschaft anzukurbeln, indem sie Büros oder das Homeoffice nachhaltig ausstatten. Damit erfahren Ressourcen größere Wertschätzung und bleiben länger im Kreislauf.

Co-Working-Spaces: Sharing Economy mit Networking-Charakter

Falls in einem Unternehmen flexibles Arbeiten möglich ist, reichen **Co-Working-Spaces** als Alternative zum klassischen Büro oft aus. Die lockere Atmosphäre des „neutralen“ Bodens eines Co-Working-Spaces kann sich positiv auf die Psyche, Produktivität und das Networking der Angestellten auswirken. Zudem bringen solche Spaces Abwechslung in den Arbeitsalltag und lassen neue Eindrücke und Fahrtwege zu.

i

Co-Working-Space

Co-Working-Spaces sind meist größere, offene Raumkonzepte, die kleinen Teams, Start-ups und Freiberufler*innen einen Bereich zum Arbeiten und oft eine dazu passende Infrastruktur bieten.

So können Unternehmen von Co-Working-Spaces profitieren:

1. Sie bieten Raum für unkompliziertes Networking und schaffen neue Communitys.
2. Sie sorgen für räumliche und zwischenmenschliche Abwechslung.
3. Sie stellen häufig eine fertige Infrastruktur unter dem Sharing Economy Ansatz.
4. Sie schaffen zusätzlichen Raum für Freelancer*innen und Partner*innen.
5. Sie stehen für Geschäftstermine auf „neutralem Boden“ bereit.

Klimafreundliche IT



Energie sparen
mit der Cloud



Suchmaschine
richtig nutzen



Bewusst
Streamen



Nachhaltig Mails
verschicken



„Wenn das Internet ein Land wäre, würde es in der Rangliste der Stromverbraucher ungefähr den dritten Platz belegen, also direkt hinter China und den USA.“

Gary Cook | Spezialist für digitale Technologien | Greenpeace

Auch im IT-Bereich ist nachhaltiges unternehmerisches Denken und Handeln notwendig: Die zunehmende Digitalisierung von Produkten, Prozessen und Services hat längst begonnen. So kann eine cloudbasierte Infrastruktur die bewusste Nutzung von Papier und der Einsatz von grünem Strom den CO₂-Ausstoß reduzieren. Diese digitale Transformation ist Teil des umfangreichen „Corporate Digital Responsibility“-Konzepts (CDR). In einem allumfassenden CDR-Ansatz wachsen Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Idealfall zusammen.



Cloud Computing

Cloud Computing beschreibt die Bereitstellung von Ressourcen wie Servern, Speicherplatz, Datenbanken und Netzwerkkomponenten über das Internet (die Cloud).



Corporate Digital Responsibility

Der mehrdimensionale Begriff umschreibt das Ausmaß, in dem Unternehmen und Organisationen digitale Technologien zur Erreichung ökologischer, ökonomischer und sozialer Ziele in der Gesellschaft nutzen. Darüber hinaus setzt sich CDR mit Datenschutz und Datensicherheit sowie der sogenannten "Datenethik" – dem verantwortungsvollen Einsatz von Daten – auseinander.

Der neu entwickelte digitale Lebensstil hat große Vorteile für die Umwelt, einschließlich der Reduzierung der reisebedingten CO₂-Emissionen.

Dennoch weisen auch die Nutzung einer Suchmaschine und die Arbeit in der Cloud einen nicht zu unterschätzenden ökologischen Fußabdruck auf. Die **verstärkte Internetnutzung hat einige versteckte Auswirkungen auf die Umwelt**, auf welche die folgenden Handlungsempfehlungen näher eingehen. Um den Übergang zu einer kohlenstoffarmen und grünen Wirtschaft erfolgreich zu gestalten, ist ein bewusstes „Digitalverhalten“ – sowohl am Arbeitsplatz als auch privat – flächendeckend notwendig.

Auf grüne cloudbasierte Dienste setzen

Die Migration in die Public Cloud kann laut dem „[The Green Behind The Cloud](#)“-Report von accenture die CO₂-Emissionen um **59 Millionen Tonnen** pro Jahr reduzieren. Das entspricht der Eliminierung von 22 Millionen Autos aus dem weltweiten Straßenverkehr.

Eine Cloud-Migration spart ganze 5,9 % der globalen IT-Emissionen ein. Zudem bringt eine zentrale Lösung mehr Flexibilität mit sich: Die Cloud-Infrastruktur lässt sich bei Bedarf vergrößern oder verkleinern, sobald Schwankungen im Workload auftreten. Weiterhin lassen sich auch finanzielle Vorteile verbuchen, denn der Einkauf von teurer Software sowie ihre Installation und Verwaltung entfallen.

Was zu beachten ist: Bereits der erste Schritt ist entscheidend. Die Wahl eines **CO₂-bewussten Anbieters** schafft eine nachhaltige Cloud-Lösung: Grüne Anbieter achten auf eine klimafreundliche Planung, Umsetzung, Ausführung und Stromversorgung ihrer Rechenzentren.

Such- und Surfverhalten anpassen

Alle Computer der Welt stoßen laut [start-green.net](#) jährlich geschätzt **407 Megatonnen CO₂** aus. Diese Zahl könnte sich bis 2030 noch verdoppeln.



Cloud Migration

Cloud-Migration beschreibt den Prozess der Verlagerung digitaler Geschäftsabläufe, Daten, Dokumente und Anwendungen in die Cloud.

Wie können Nutzer*innen diesen Wert reduzieren?



URL-Adresse direkt in die URL-Leiste eingeben



Gängige Internetseiten im Browser speichern



Unnötige Suchanfragen vermeiden



Grüne Suchmaschinen wie z. B. Ecosia verwenden



Umstellung auf alle Endgeräte übertragen

Streaming-Verhalten umstellen

Um Filme, Serien, Videos und Musik zu konsumieren, sind die Daten auf Servern zu lagern: Das benötigt viel Energie. Heute besteht der globale Datenverkehr zu etwa 80 % aus Videodaten: Sie sind groß, verbrauchen viel Platz auf den Servern und viel Energie bei der Übertragung. Auch der Konsum von Lern- und Weiterbildungsmaterial via Videostream am Arbeitsplatz ist Teil dieses Videokonsumverhaltens.

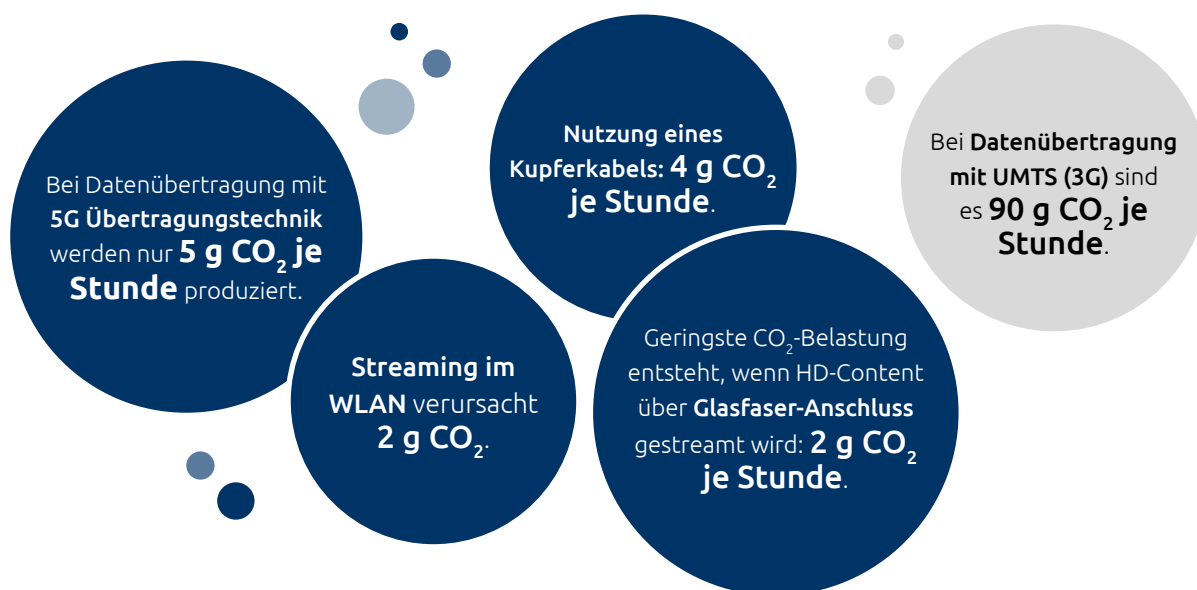
i

Streaming

Streaming beschreibt die Datenübertragung, bei dem die abgespielte Datei (z. B. Video, Film oder Musik) bereits während der Übertragung angesehen oder angehört werden kann.

Laut dem Südwestrundfunk verbraucht die Netzinfrastruktur in Deutschland etwa 55 Terrawattstunden jährlich. Für diesen Strom bedarf es etwa zehn mittelgroßer Kraftwerke. Ein Drittel der Energie fließt in Klimaanlage, die die Rechenzentren auf 25 Grad runterkühlen, um einer Überhitzung entgegenzuwirken. Aus dem „[The overlooked environmental footprint of increasing Internet use](#)“-Report geht folgende Rechnung hervor: **Vier Stunden Videostreaming in HD-Qualität pro Tag = monatlicher Ausstoß von 53 Kilogramm CO₂ = Autofahrt von ca. 200 km**

Welche Übertragungsart verursacht wie viel CO₂?



Wer beim Streaming – sowohl im Office als auch im privaten Bereich – die Bildqualität des Videocontents herunterreguliert und sein WLAN nutzt, spart CO₂ ein.



UMTS-Standard

Das Universal Mobile Telecommunications System ist ein Mobilfunkstandard der dritten Generation, mit dem höhere Datenübertragungsraten als mit dem Mobilfunkstandard der zweiten Generation (GSM-Standard) möglich waren. Die Abschaltung des UMTS-Standards läuft bereits und soll bis Ende 2021 abgeschlossen sein.

Nachhaltig E-Mails verschicken

Laut dem Statistik-Portal Statista versendeten und empfangen die Menschen weltweit im Jahr 2020 ca. 306,4 Milliarden E-Mails täglich. Bis 2024 sind 361,6 Milliarden Mails pro Tag zu erwarten. Es bedarf einer Menge Ressourcen, um die Vielzahl an heutigen Mails zu verschicken, zu laden und sie längerfristig zu „lagern“.

Laut Ökotest setzt eine versendete E-Mail ca. **10 g CO₂** frei.

Wie lässt sich der Mailversand nachhaltiger gestalten?



E-Mails bündeln, das Dankeschön vorwegnehmen



Alte Mails regelmäßig löschen, nicht aufbewahren



Papierkorb regelmäßig leeren



Fotos komprimiert versenden



Automatische E-Mail-Benachrichtigungen von Social-Media-Plattformen und anderen Portalen ausstellen



Unnötige Newsletter abmelden

Positiver Einfluss der Digitalisierung:

sinkende Emissionen des Papierverbrauchs seit 2010

Eine erfreuliche Entwicklung der Digitalisierung: Laut dem Deutschen Bundestag und einer Kurzmeldung zum Papierverbrauch aus dem Jahr 2019 ist der Pro-Kopf-Verbrauch an Papier, Pappe und Karton seit 2015 rückläufig. Auch im Bereich der Druck-, Presse- und Büropapiere geht der Verbrauchswert seit 2011 leicht zurück. Laut dem Report „Drucksache“ der Bundesregierung von 2019 sinken die CO₂-Emissionen der deutschen Papierindustrie bereits seit 2010 kontinuierlich, sowohl pro Einwohner als auch in der gesamten Bevölkerung.



Klimafreundliches Bauen



**Nachhaltigen
Gebäudezyklus schaffen**



**Rooftop Farming &
Urban Gardening betreiben**



**Blaue Infrastruktur
schaffen**

Nachhaltigen Gebäudezyklus schaffen

Das Konzept des sogenannten Green Buildings beschreibt die nachhaltige Planung und Gestaltung von Büroräumen und Gebäuden. Bereits der Bau steht unter dem Leitgedanken der Umweltfreundlichkeit. Im Idealfall zieht sich der **Nachhaltigkeitsaspekt durch den gesamten Zyklus des Gebäudes**. Baumaterialien sowie die Wasser- und Energieversorgung erfolgt durch umweltbewusste Anbieter und fügt sich in das Konzept ein.

i

Vertical Farming

Die „vertikale Landwirtschaft“ ermöglicht den Anbau von pflanzlichen Produkten inmitten von Städten und Ballungsgebieten auf wenigen Quadratmetern, da Obst und Gemüse übereinander auf mehreren Etagen wachsen.

Rooftop Farming

Beim Rooftop Farming dienen Flachdächer – meist in Städten und Ballungsgebieten – als Anbaufläche für pflanzliche Produkte. Dazu lassen sich Gewächshäuser und/oder Gewächskübel installieren, die sowohl mit Sonnenlicht als auch mit LED-Licht arbeiten.

Urban Gardening

Urban Gardening/City Farming beschreibt eine neue Form des (gemeinschaftlichen) Gärtnerns mitten in der Stadt. Dabei nutzen die Teilnehmer*innen z. B. öffentlich zugängliche Flächen und stärken das Verständnis für die Herkunft von Nahrungsmitteln. Gleichzeitig liefert City Farming ein reiches Nahrungsangebot für Bienen und erzeugt Obst und Gemüse ohne zusätzlichen Verpackungsmüll.

Gärten der Neuzeit: Grünflächen und blaue Infrastruktur in der Stadt

Weitere denkbare Zukunftskonzepte wie Vertical Farming, Rooftop Farming und Urban Gardening bringen gleich mehrere Vorteile mit sich: Die Begrünung der Gebäude, vor allem in Ballungszentren, ermöglicht die Rückkehr zur naturnahen Umgebung während der Arbeitszeit. Gleichzeitig eröffnen sich die Betreiber*innen die Möglichkeit, Lebensmittel umweltschonend für den Eigenbedarf zu produzieren. Kantinen für die Belegschaft können damit auf eine regionale und saisonale Wertschöpfung zurückgreifen. Ob Sunset-Yoga-Sessions, begrünte Pausenecken oder naturnahe Meetingräume: Die Nutzung einer grünen Dach-Oase eröffnet Unternehmen einen erdenden Rückzugsort.

Das Climate Service Center Germany geht in seinem „[Gebäudebegrünung und Klimawandel](#)“-Report 2017 auf die Vorteilen der Begrünung von Hausfassaden und -dächern sowie der blauen Infrastruktur (Einsatz von offenen Wasserelementen wie Teichen und Wasseroberflächen) ein:

- Reduzierung der Überwärmung städtischer Gebiete (urbaner Hitzeinseleffekt)
- Verbesserung der Luftqualität und Reduktion von CO₂
- Schaffung von (Ersatz-)Lebensräumen für Pflanzen- und Tierarten in stark versiegelten Gebieten: Erhöhung der urbanen Biodiversität
- Regenwasserrückhaltung und Abflussverzögerung: Entlastung der kommunalen Entwässerungssysteme
- Verbesserung der „Verdunstungsleistung“ und damit des Stadtklimas
- Einsatz der Fassadenbegrünung zur natürlichen Temperaturregulierung

Klimafreundliches Verhalten



**Geschäftsreisen
minimieren**



**Zuschüsse für
Bahntickets erhöhen**



**E-Bikes und Fahrräder
sponsern und nutzen**



**Fahrgemeinschaften
bilden**



**Vegetarische/vegane Alternativen
in Kantine anbieten**



**Mülltrennung
einführen**

Das Reiseverhalten steht klar im Fokus

Die Pandemie hat gezeigt: Viele Meetings können digital stattfinden und machen einen Großteil der Geschäftsreisen mittlerweile überflüssig. In immer mehr Branchen sind Meetings vor Ort dank besser werdender und intuitiver Software-Arbeit nicht mehr zwingend erforderlich. Selbst dann nicht, wenn zwei Parteien an unterschiedlichen Standorten besonders eng zusammenarbeiten. Problemlos lassen sich Aufgaben vergeben, Meetings organisieren und Arbeitsergebnisse untereinander teilen.

Laut dem „[Verkehr vermeiden – Klima schützen](#)“-Report des Borderstep Instituts von 2021 kommt ein Großteil unserer Mobilität durch berufsbedingte Wege zustande. Mit 195 Millionen Geschäftsreisen erreichte Deutschland im Jahr 2019 einen neuen Höchststand. Das entspricht knapp einer Million Reisen pro Arbeitstag.

Immer noch fahren (zu) viele Arbeitende mit dem Auto ins Büro. Verschiedene Ansätze können Abhilfe schaffen. Darunter fallen:

- Zuschüsse für Bahntickets
- Vom Arbeitgeber*in gesponserte Fahrräder und E-Bikes
- Aufrechterhalten der Möglichkeit für mehr Homeoffice (auch nach der Pandemie)
- Bildung von Fahrgemeinschaften
- Technische Schulungen für sämtliche Mitarbeiter*innen
- Verbesserte Homeoffice-Bedingungen mit Bezuschussung der Hard- und Software

Laut dem Borderstep Institut könnten mit den „Neuerungen der Arbeitswelt“ nach der Pandemie ca. drei Millionen Tonnen Treibhausgasemissionen pro Jahr eingespart werden.



„In unserer Wertschöpfungskette handeln wir bereits an ganz vielen Stellen sehr verantwortungsbewusst. Unser Anspruch ist, dass das Thema Nachhaltigkeit auch am Standort in Hamburg noch stärker gelebt und vorangetrieben wird. Nur wenn wir sowohl bei den Produkten, der Fertigung, den Transporten als auch intern auf dem Campus Nachhaltigkeit leben, sind wir in diesem wichtigen Thema ganzheitlich unterwegs.“

Mich begeistert, wie viele Kolleg*innen sich für das Thema engagieren und ihre Ideen einbringen.

Am Ende hat die Umsetzung dieser Initiativen nicht nur einen Vorteil für die Umwelt, sondern auch eine Wirkung auf das Bewusstsein von uns allen, weil sie unmittelbar am Arbeitsplatz oder in der Kantine für uns sichtbar und erlebbar wird.“

Kai Heck | Geschäftsführer und Pate sustainable campus | bonprix

Mehr Nachhaltigkeit am Standortleben

Das Büroleben selbst bietet weitere Optimierungsoptionen: Ein ausgewogenes Mittagsangebot mit vegetarischen und veganen Alternativen ist nicht nur gesundheitsfördernd, sondern verringert auch den CO₂-Ausstoß, der durch den Verzehr von tierischen Produkten entsteht.

Auch die Einführung von Mülltrennung stellt einen wichtigen Schritt in Richtung Green Behaviour dar. Um zu erreichen, dass die Trennung sorgfältig im Büroalltag ankommt, ist eine ausführliche Aufklärung über die Notwendigkeit und Handhabung unabdingbar. Wer sich mit den Konsequenzen für die Umwelt auseinandersetzt, stellt seine Routinen eher um und verinnerlicht neue Werte.

Klimafreundliches Management



Teams frühzeitig einbeziehen



Green Partnerships eingehen



Vorbild sein: mit gutem Beispiel voran

Damit ein Unternehmen sich langfristig nachhaltig ausrichten kann, gilt es, die Führungsebene an Bord zu holen, um in umweltfreundliche Lösungen, Projekte und Partnerships investieren zu können. Darüber hinaus sind konkrete Ansprechpersonen notwendig, die sich um das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen und die dazugehörigen Projekte kümmern. Sie sind dafür zuständig, geeignete Initiativen in der Firma zu betreuen und Kolleg*innen kontinuierlich aufzuklären.

Mitarbeiter*innen und Teams frühzeitig einbeziehen

Nur wenn einem Großteil der Belegschaft die Bedeutsamkeit und Vorteile eines nachhaltigen Unternehmens bewusst sind, kann klimafreundliches Management langfristig gelingen. Umso wichtiger ist es, jede*n Mitarbeiter*in anzusprechen und, wo möglich, einzubinden.



„Heute arbeiten bei bonprix mehrere Projektgruppen gemeinsam mit einzelnen Teammitgliedern aus diversen Abteilungen an zentralen Nachhaltigkeitsprojekten. Die Teams verfolgen alle das Ziel, mehr Nachhaltigkeit in die Organisation zu tragen. Unterstützt und betreut werden die Projektgruppen von einer Projektmanagementstelle. Außerdem gibt es ein Kernteam aus den Bereichen Corporate Responsibility, Betriebsrat, Assistenz der Geschäftsführung und Service und Facility Management, das stets beratend zur Seite steht. Motiviert und mit dem Rückhalt der Geschäftsführung arbeiten die Kolleg*innen an verschiedenen Nachhaltigkeitsprojekten.“



Anika Albrecht | Corporate Responsibility Managerin | bonprix

Große Veränderungen mit genügend Zeit im Voraus zu kommunizieren, schafft eine Umgebung der langsamen Gewöhnung und Akklimatisierung. Konkret können Workshops, gemeinsame Brainstormings, Seminare sowie weiterführende Infomaterialien dazu beitragen, das Thema im Unternehmen zu etablieren.

Green Partnerships: gemeinsam zum Erfolg

Welche Werte vertreten Partnerunternehmen? Welche nachhaltigen Initiativen leben sie bereits vor und welche Projekte unterstützen sie? Partnerschaften entstehen aufgrund zahlreicher Kriterien – **klimafreundliches Management kann ein weiterer Indikator für eine langfristige Zusammenarbeit sein**, in der beide Parteien voneinander lernen.

Mit Partnerschaften gehen oft Investitionen einher. Ein Check der Aktivitäten eines Unternehmens schafft Klarheit darüber, in welchen Branchen und Projekten sich die potenziellen Partner*innen bewegen und worin schließlich die Kund*innen selbst ihr Geld investieren. So spielt die Wahl der Bank eine wichtige Rolle: Seine Geschäftskonten von einer grünen Bank verwalten zu lassen, heißt, in nachhaltige Projekte zu investieren und Bereiche wie Kernenergie, Rüstungsindustrie, Tabakindustrie und Kohlekraftwerke zu umgehen.

Grüne Banken bzw. „Ökobanken“ investieren ihr Geld in **Bildungsprojekte, Bio-Landwirtschaft oder erneuerbare Energien**. Ergänzend zum nachhaltigen Einsatz der Gelder bieten Ökobanken Zusatzleistungen wie CO₂-Kompensationszahlungen an.

Motivation erhöhen: mit gutem Beispiel vorangehen

Der nachhaltige Lebensstil ist für viele ein emotionales und sensibles Thema – manchen Mitarbeiter*innen wird das möglicherweise erst bei direkter Konfrontation mit diesem breiten Feld bewusst. Während sich ein Teil der Belegschaft womöglich schon seit Jahren mit dem Klimawandel und seinen Folgen auseinandersetzt, hatte ein anderer Teil kaum Berührungspunkte mit alternativen Arbeitswegen, nachhaltigeren Arbeitsroutinen und grünen Investments.

Beim Heranführen an die Thematik ist viel Einfühlungsvermögen gefragt. Konkrete Ansprechpersonen, klar definierte Pläne und gut argumentierte Ziele bringen Licht ins Dunkel. Die Geschäftsführung erfüllt beim bevorstehenden Change Management eine Vorbildfunktion und entscheidet häufig über Motivation oder Demotivation der Mitarbeiter*innen.



„Nachhaltigkeit ist ein emotionales und sensibles Thema, das zeigt sich auch auf Unternehmens- bzw. Mitarbeiter*innenebene.

Uns ist bewusst, dass wir nicht immer alle Kolleg*innen mit unseren Aktivitäten begeistern können, denn wir sorgen für Veränderungen und das kann im ersten Moment zu Unbehagen und Unzufriedenheit führen. Diese negativen Gefühle versuchen wir mit Transparenz und Aufklärung aufzulösen. Wir zeigen mit einer positiven Einstellung, dass es der richtige Weg für unsere Umwelt und unsere Gemeinschaft ist, ohne dabei den mahnenden Finger zu heben. Uns hilft auch, dass wir viele bonprix Kolleg*innen als Community einbinden, die Interesse an Nachhaltigkeitsthemen in der Organisation haben und Entscheidungen unterstützen.“

Anika Albrecht | Corporate Responsibility Managerin | bonprix

First Steps bei der Umstellung zum Green Office: Was kommt auf die Unternehmen zu?

Jeder noch so lange Weg beginnt mit dem ersten Schritt. Bevor es an die Umsetzung der Initiativen geht, steht einem Unternehmen und seinen Mitarbeiter*innen viel Planungsarbeit, Geduld und Durchhaltevermögen bevor. Doch die harte Arbeit zahlt sich aus: Laut dem [Leaders-For-Climate-Action-2020-Leitfaden](#) lässt sich der CO₂-Verbrauch eines durchschnittlichen deutschen Unternehmens mit 350 Mitarbeiter*innen durch die richtigen Maßnahmen um über 50 % senken.

Dabei ist zwischen Maßnahmen zu unterscheiden, die jede*r einzelne Mitarbeiter*in umsetzen kann, und den Initiativen, die das Unternehmen selbst umsetzen muss.



Bei der Planung der internen Nachhaltigkeitsinitiative ging es im Wesentlichen um folgende Fragestellungen:

1. Planung eines Kick-offs für die Kolleg*innen

1. Wer kann zu diesem Thema einen Beitrag leisten?
2. Soll es eine Arbeitsgruppe geben?
3. Wer ist intern der/die Treiber*in?
4. Was sind die Hauptthemenfelder?
5. Abfrage Status-quo in der Organisation: Inwieweit ist die Partizipation anderer Konzerngesellschaften notwendig?

2. Im weiteren Verlauf der Workshops stellten wir uns immer wieder die Frage:

1. Was denken wir, was wir kurzfristig schaffen könnten: Was sind unsere Quick-wins?
2. Welche Stakeholder benötigen wir für die Umsetzung?
3. Was passiert, wenn wir unsere Themen nicht vorantreiben können: Welche Challenges könnten auf uns zukommen?
4. Wie werden wir in der Organisation sichtbar?

3. Wollen wir eine Vision für das Thema entwickeln und definieren wir einen Rahmen?“



Der Leaders-For-Climate-Action-Leitfaden betrachtet für die ersten wirkungsvollen Schritte überwiegend folgende Bereiche:



Mobilität



Office Energy



Büroalltag

i

Warum diese Handlungsfelder?

Diese Bereiche lassen sich – im Gegensatz zum klimafreundlichen Bauen, Einrichten und der klimafreundlichen IT-Umgebung – zeitnah und größtenteils ohne große Investitionen optimieren. Des Weiteren haben sie einen relativ hohen und kontinuierlichen Einfluss auf die „Office-Klimabilanz“ eines Unternehmens.

Mobilität der Firma

Das Thema Mobilität umfasst in der Regel drei Schwerpunkte und lässt sich bereits zu Beginn einer Green-Office-Initiative gut an die Teams herantragen:

- Dienstreisen und Konferenzen
- Weg zur Arbeit
- Flexibles Arbeiten

Gehen Unternehmen auf alle drei Punkte ein, können sie ihre CO₂-Bilanz deutlich verbessern. So hat die Corona-Pandemie gezeigt, dass **Onlinemeetings und Videokonferenzen** sich besser umsetzen lassen als vor Jahren angenommen. Sind Dienstreisen unbedingt notwendig, lohnt es sich, zumindest auf Inlandsflüge zu verzichten. Die Reise mit dem Zug spart Emissionen und dauert im Schnitt nicht viel länger, da Bahnhöfe oft näher am Stadtzentrum liegen als Flughäfen.

Wer fliegt, kann kompensieren

Mit Zahlungen bei einer der darauf ausgelegten Online-Plattformen können grüne Projekte gefördert und damit CO₂-Emissionen an anderer Stelle eingespart werden.

Wer auf das Auto verzichtet, kann auch auf dem Weg zur Arbeit CO₂ reduzieren. Alternativ empfiehlt es sich, mit öffentlichen Verkehrsmitteln, dem Fahrrad oder zu Fuß zur Arbeit zu gelangen. Dies ist am besten möglich, wenn der Arbeitsplatz an einem gut angebundenen Standort liegt. Wer sein Auto dringend braucht, wählt bei einer Neanschaffung im Idealfall ein Modell mit möglichst geringem Kraftstoffverbrauch.

Remote Work stellt eine weitere Option dar, um klimafreundlich zu handeln. Hier fallen nicht nur die Treibstoffe weg, es lassen sich auch Strom-

sowie Heizkosten – und damit weitere Emissionen – im Office reduzieren. Der aktuelle [Carbon Trust Homeworking Report 2021](#), in Auftrag gegeben vom Vodafone Institute for Society and Communications, belegt: Die Einsparung von CO₂-Emissionen ist hauptsächlich auf die wegfallende Nutzung von Bürogebäuden zurückzuführen. Positiv anzumerken ist: Der häusliche Mehrbedarf an Energie hebt diese Einsparung nicht auf.

Office Energy

Unternehmen können durch gekonntes Heizen, energieeffiziente Geräte und die richtige Nutzung der Klimaanlage ihren CO₂-Fußabdruck verringern. Zusätzlich ist ein Wechsel zu erneuerbaren Energiequellen und einem Öko-Stromanbieter ratsam.

Sollen CO₂-Emissionen und Heizkosten sinken, muss die Isolierung des Bürogebäudes stimmen. Dauerhaftes Lüften ist nicht ratsam, denn hierdurch geht ein Großteil der Heizwärme verloren. Besser ist regelmäßiges Stoßlüften. Ein smartes Thermostat unterstützt Unternehmen, indem es mehrere Räume miteinander vernetzt: Es sorgt für eine konstante Temperatur und schaltet die Heizungen nach Betriebsschluss automatisch aus.

In Bezug auf die Energieeffizienz ist beim Kauf von Betriebsgeräten auf das Energielabel zu achten. So halten Geschirrspüler, Kaffeemaschinen oder Kühlschränke mit den Labels A bis G (Achtung, neues EU-Energielabel seit 1. März 2021!) den CO₂-Ausstoß am geringsten. Weiterhin können Unternehmen durch LED-Lichter und das Senken der Arbeitstemperatur bei Haushaltsgeräten sehr viel Energie sparen. Dies funktioniert beispielsweise, indem sie die Spülmaschine mit 50 statt 70 Grad laufen lassen.

Weitere Quick-wins

- Rechner jeden Abend ausschalten
- Wenn möglich: Steckdosenleisten ausschalten
- Bildschirmschoner ausstellen
- E-Mail-Verkehr reduzieren



Büroalltag

Auch im übrigen Büroalltag können Teams den Energieverbrauch senken. So ist es sinnvoll, eine grüne cloudbasierte Infrastruktur aufzubauen, **um Papier zu reduzieren**. Zusätzlich spart die Umstellung Platz, Geld und ermöglicht mehr Flexibilität für Mitarbeiter*innen. Falls Papier im Unternehmen unabdingbar ist, gilt es zumindest auf recyceltes Papier zurückzugreifen. Dieses Produkt besteht zu 100 % aus Altpapier und spart somit Ressourcen wie z. B. Wasser.

Falls ein Unternehmen eine Kantine betreibt oder ein Catering beauftragt, sind **regionale, saisonale und biologische Produkte** ein guter Ansatz für bedachten Konsum am Arbeitsplatz. Vegetarische und vegane Alternativen schaffen nicht nur eine ausgewogene und gesunde Ernährung, sondern reduzieren gleichzeitig den mit der Fleischproduktion einhergehenden CO₂-Ausstoß.

Mit einem nachhaltigen Getränkekonsum lässt sich ebenso CO₂ einsparen. Beim durchschnittlich

recht hohen Kaffeeverbrauch in den Büros ist es ratsam, auf Kapseln zu verzichten und stattdessen auf Vollautomaten umzusteigen. Die Frage nach der Ökobilanz von Glas- und PET-Flaschen lässt sich pauschal nicht beantworten, denn die ökologische Bewertung von Getränkeverpackungen ist laut dem [Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg](#) von mehreren Faktoren wie Transportentfernung und Umlaufzahl abhängig. Im Idealfall werden Flaschen genutzt, die kurze Transportwege haben und sich möglichst häufig wiederverwenden lassen.

Wie in den privaten Haushalten ist die **Mülltrennung in Büros** ein sehr wichtiger Faktor. Um Abfälle richtig zu recyceln, achtet das Office Management Team im Idealfall auf die passende Trennung im Arbeitsalltag vor Ort.

Ein gängiges Schema der Mülltrennung:

 Restmüll	 Biomüll	 Altpapier	 Leichtverpackungen
<ul style="list-style-type: none">▪ Periodenprodukte▪ Zigarettenkippen▪ Kerzen(reste)▪ Glühbirnen▪ Lappen/Schwämme▪ Porzellan▪ Wurstpelle	<ul style="list-style-type: none">▪ Teebeutel aus Filterpapier▪ Obst und Gemüse▪ Kaffeesatz▪ Fleisch- und Fischreste▪ Blumen▪ Gartenabfälle	<ul style="list-style-type: none">▪ Pappe▪ Karton▪ Papier/gedruckte Dokumente▪ Zeitungen/Zeitschriften▪ Broschüren▪ Eierkartons▪ Geschenkpapier▪ Bücher	<ul style="list-style-type: none">▪ Kunststoffe▪ Weißblech▪ Aluminium▪ Folien▪ Tuben▪ Joghurtbecher▪ Plastiktüten▪ Metall▪ Verbundmaterial

Resümee: Alles im grünen Bereich?

Jedes Unternehmen hat andere Stellschrauben im Büroalltag, mit denen sich Umwelt und Ressourcen schonen lassen. Zwar lässt sich ein Großteil der beschriebenen Maßnahmen in den Bereichen Einrichtung, IT, Bauen, Verhalten und Management nicht ohne einen gewissen Aufwand angehen, aber mit der richtigen Vorbereitung und Planung lässt sich ein zuverlässiger Fahrplan Richtung Green Office erstellen.

Folgende Fragen helfen bei den Vorbereitungen:

- 1 Wer kann zu diesem Thema einen Beitrag leisten?
- 2 Wer ist intern der/die Treiber*in?
- 3 Was sind die Hauptthemenfelder für unsere Organisation?
- 4 Wie lautet die genaue Vision des Projekts?
- 5 Wie sehen mögliche Quick-wins und eine langfristige Timeline aus?
- 6 Welche Stakeholder sind für die Umsetzung nötig?
- 7 Welche Challenges könnten auf das Team zukommen?
- 8 Wie werden Themen und ihre Verantwortlichen in der Organisation sichtbar?
- 9 Inwieweit ist die Partizipation anderer Konzerngesellschaften/Partner etc. notwendig?

Wichtige Learnings der Initiative für Nachhaltigkeitsmanagement von bonprix:

Laut Anna-Sophia Görke, Senior Projektmanagerin **sustainable campus**, wirkt sich die Schaffung eines positiven Mindsets innerhalb der Belegschaft sowie der Geschäftsführung besonders positiv auf die gesamte Initiative und ihren Erfolg aus. Eine gemeinsame Vision und die Zusammenarbeit mit zahlreichen Stakeholdern erleichtern die Entwicklung hin zu einem nachhaltigeren Office-Leben und helfen auch bei kleinen Rückschlägen und Stolpersteinen.

”

„Wichtige Learnings waren vor allem, dass das Schaffen eines gemeinsamen Mindsets von großer Bedeutung ist, um gemeinsam Themen zu bewegen und zu zeigen, dass jeder noch so kleine Schritt ein Schritt in die richtige Richtung ist. Es war sehr wichtig, eine Vision zu entwickeln und Stakeholder einzubeziehen. Das Team konnte so auch kleinere Rückschläge und Einbahnstraßen verschmerzen und hat dabei das große Ganze nicht aus den Augen verloren. Hierbei haben vor allem auch eingestreute Quick-wins positiv zur Motivation beigetragen sowie die Kommunikation ins Unternehmen und das Sichtbarmachen dieser Erfolge.“



Anna-Sophia Görke | Senior Projektmanagerin sustainable campus | bonprix

Eins ist klar: Laut Andreas Spornhauer, Service und Facility Manager des Kernteams **sustainable campus**, müssen Unternehmen, die sich auf die Umstellung hin zum Green Office einlassen, viel Zeit, Geduld und ein gewisses Budget mitbringen, um langfristige Veränderung bewirken zu können.

”



„Die ersten Learnings waren, dass wir zum einen bei vielen Nachhaltigkeits-themen Abhängigkeiten haben und zum anderen die Themen nur voran-getrieben werden können, wenn wir bereit sind, als Unternehmen Zeit und Geld zu investieren.

Das heißt, ein ganz wichtiger Aspekt der Anfangszeit war, dass sich unsere Geschäftsführung positiv zu der Nachhaltigkeitsinitiative ausspricht und unterstützt – was wir erfreulicherweise erreicht haben.“

Andreas Spornhauer | Service and Facility Management/Kernteam sustainable campus | bonprix

