

Ansprechpartner LHH:
Rainer Konerding
Landeshauptstadt Hannover
Klimaschutzleitstelle

Kontakt:
Annerose Hörter
4K – Kommunikation für Klimaschutz

Fon: 0511 / 168 465 94
klimaallianz2020@hannover-stadt.de

Fon: 0511 / 26 08 772
info@4k-klimaschutz.de



Klima-Allianz Hannover 2020: Energieeffizienz-Netzwerk Protokoll AG Mitarbeitermotivation

Treffen am Dienstag, 09. November 2010, 14 bis 17:30 Uhr
Ort: Stiftung Arbeit und Umwelt der IG BCE, Königsworther Platz 6, Hannover

TeilnehmerInnen:

Günther Schneider	AWD Holding AG	guenther.schneider@awd.de	0511 90205294
Antje Pehling	Ev.-luth. Stadtkirchenverband	antje.pehling@evlka.de	0511 9878662
Rainer Konerding	LHH Klimaschutzleitstelle	Klimaallianz2020@hannover-stadt.de	0511 16843500
Jörg Abramowsky	NORD/LB	joerg.abramowsky@nordlb.de	0511 3615535
Michael Wolff	Schlütersche Verlagsgesellschaft	wolff@schluetersche.de	0511 85501160
Christina Müller	Sparkassenverband Niedersachsen	Christina.Mueller@svn.de	
Jörg Gondermann	Stadtwerke Hannover	joerg.gondermann@energcity.de	0511 4301693
Christian Sprute	Stiftung Arbeit und Umwelt, IG BCE	cs@arbeit-umwelt.de	0511 7631420
Lena Lawitschka	TUI Deutschland	lena.lawitschka@tui.de	0511 5674576
Heike Schubert	VGH Versicherungen	heike.schubert@vgh.de	0511 3622303

Referenten:

Peter Westenberger	Deutsche Bahn Umweltzentrum	peter.westenberger@deutschebahn.com	030 29756525
Eva Kreschel	Deutsche Post	e.kreschel@deutschepost.de	030 627811191
Frank Siemers	NORD/LB	frank.siemers@nordlb.de	0511 3615352

Moderation & Protokoll:

Annerose Hörter	4K – Kommunikation für Klimaschutz	hoerter@4k-klimaschutz.de	0511 2608 772
Julia Chiabudini	4K – Kommunikation für Klimaschutz	chiabudini@4k-klimaschutz.de	0511 2608 773

Hinweis: Die mit dem Stichwort → **Anlage** versehenen Dateien können im LOGIN-Bereich der Seite www.klimaallianz-hannover.de heruntergeladen werden.

Benutzername: netzwerk
Passwort: hannetzwerk92

1. „Umweltfreundlich unterwegs mit Ökostrom – das Umwelt-Plus Angebot der Deutschen Bahn AG (Peter Westenberger, DB Umweltzentrum)“

Herr Westenberger stellte die Hintergründe und Inhalte des Umwelt-Plus Angebots der Deutschen Bahn vor.

- Umwelt-Plus basiert weder auf Kompensation noch auf Zertifikatehandel.
- Das Angebot basiert auf der tatsächlichen, physischen Einspeisung von Ökostrom ins Stromnetz der Deutschen Bahn. Dadurch wird derzeit jedoch – bezogen auf die innerdeutsche Gesamtbilanz – kein CO₂ vermieden, da es sich um Strom aus bereits bestehenden Wasserkraftanlagen handelt. Als Effekt erhöht sich also die CO₂-Bilanz anderer Abnehmer.
- Auf diese Lösung wurde zurückgegriffen, da EEG-geförderter Strom für die Bahn lange Zeit nicht verfügbar war.

- Der Ausbau der erneuerbaren Energien wird außer durch die Steigerung der Stromnachfrage vor allem durch den so genannten „Neuanlagenbonus“ unterstützt. Zehn Prozent des Mehrumsatzes aus den Umwelt-Plus-Produkten werden in Kooperationsprojekte geleitet, die auch hohen technologischen Ansprüchen gerecht werden. Das erste unterstützte Projekt wird ein Hybridkraftwerk sein, wo in der Nähe von Prenzlau überschüssiger Windstrom in Form von Wasserstoff gespeichert und in Zeiten der Flaute in einem Blockheizkraftwerk verstromt wird. Der Neuanlagenbonus orientiert sich an Regelungen der Ökostromanbieter.
- Bedingt durch die hohe Nachfrage nach dem Angebot, wird nach und nach auf andere erneuerbare Stromquellen zugegriffen werden. Die Bahn will so auch dazu beitragen, dass Ökostrom marktfähig wird.
- Die CO₂-Reduktion aus Umwelt-Plus wird getrennt von der restlichen Unternehmensbilanz ausgewiesen. Bis 2020 will die Bahn ihre spezifischen CO₂-Emissionen – inklusive Vorkette – gegenüber 2006 um 20 Prozent reduzieren. Dabei werden die Einsparungen durch Umwelt-Plus nicht eingerechnet.
- Die durch Umwelt-Plus erzielten CO₂-Einsparungen kann sich der Kunde vollständig auf die eigene Unternehmensbilanz anrechnen lassen.
- Strom aus Atomkraft ist für die Deutsche Bahn weder gegenwärtig noch zukünftig eine Option zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes.
- Die Zertifizierung des Angebots erfolgt durch den TÜV Süd.
- Durch die Nutzung des Angebots entstehen dem Kunden ein bis zwei Prozent Mehrkosten.
- Die Rechnungsstellung der Mehrkosten erfolgt am Jahresende. Der Kunde muss nicht in Vorkasse treten.
- Die CO₂-freien Produkte werden auch im Schienengüterverkehr angeboten.
- Ab 2011 ist geplant, Umwelt-Plus auch für Privatkunden anzubieten. Dies wurde bislang v.a. aufgrund der Vielzahl von Vertriebswegen von Fahrkarten noch nicht umgesetzt.
- Die Deutsche Bahn nutzt Umwelt-Plus auch für ihre eigenen Beschäftigten. Eine wichtige Frage war hierbei, aus welchen Budgets die Mehrkosten bezahlt werden. Sie werden nun von den Reisezellen der Geschäftsfelder übernommen, in denen die Reiseaktivitäten anfallen.

→ Anlage: EEN_AG Mitarbeitermotivation_2010-11-09_Präsentation DB.pdf

→ Links: www.bahn.de/p/view/service/umwelt/co2-freies_reisen.shtml
www.hannover.de/klimaschutzallianz/netzwerke/passbereich/energie/AG_Oekostrom/index.html (Materialien zum Thema Ökostrom und Zertifizierung)

2. „GoGreen: CO₂-neutraler Versand der Deutschen Post“ (Eva Kreschel, Deutsche Post)

Frau Kreschel berichtete über das GoGreen-Programm der Deutschen Post.

- Die Nutzfahrzeugflotte der Deutschen Post ist für die meisten Emissionen des Unternehmens verantwortlich. Hier arbeitet die Post kontinuierlich an Emissionsreduktionen, z.T. auch durch Umstieg auf Elektrofahrzeuge. In vielen Bereichen sind diese derzeit aufgrund zu geringer Reichweiten jedoch noch nicht einsetzbar.
- Der Versuch, im innerdeutschen Versand auf Flugverkehr zu verzichten, wurde von den Kunden nicht angenommen. Derzeit hat Geschwindigkeit im Logistik-Bereich immer noch höchste Priorität. Der neue Service „Carbon reduced“ (anstatt Carbon neutral) befindet sich in der Entwicklung. Eine Auswahl der Transportmodi können DHL Forwarding und DHL Supply Chain bereits anbieten. Im nationalen Brief- und Paketgeschäft ist diese Variante derzeit (wirtschaftlich) nicht umsetzbar. Die Bahn wird gegenwärtig nur auf der Nord-Süd-Achse im Paketgeschäft genutzt – und ist auf dieser Relation ohne Alternative. Die übrigen Netze sind fest in die stationären Sortier- und Zustellabläufe eingebunden und erreichen eine hohe Auslastung. Eine interne Untersuchung hat ergeben, dass eine Verlangsamung der Beförderung keine signifikante Verbesserung der Auslastung erbringen würde.

- Die CO₂-Reduktion bei GoGreen erfolgt mittels Kompensationsprojekten. Mindestkriterium für Qualitätsstandards ist VER (Voluntary Emission Reduction) in Verbindung mit dem Gold Standard, meistens genügen die Projekte dem CDM (Clean Development Mechanism)-Standard der UNFCCC.
- Die Entwicklung der GoGreen-Produkte und -Services und die Auswahl der Projekte werden über das interne Carbon Management-Team gesteuert. Die Klimaschutzprojekte (die die Emissionsgutschriften für GoGreen generieren) werden über Dienstleister bezogen. Seit Juni 2010 wird das Portfolio durch ein eigenes Projekt in Lesotho ergänzt. Dieses Projekt generiert derzeit noch keine Gutschriften.
- Die Kunden erhalten am Jahresende ein Zertifikat über ihre CO₂-Einsparungen. Dieses kann in der internen und externen Kommunikation genutzt werden und somit durchaus auch die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen stärken.
- Die Deutsche Post versendet eigene Sendungen über GoGreen. Weitere Emissionsreduktionen sollen durch vermehrten e-Brief-Versand erzielt werden. Privatkunden können GoGreen nutzen, wenn sie ihre Post mit dem Plusbrief versenden oder alternativ die GoGreen-Aufkleber (verfügbar über eFiliale) nutzen.

→ Anlagen: EEN_AG Mitarbeitermotivation_2010-11-09_Präsentation Deutsche Post.pdf
→ Link: www.dp-dhl.com/de/verantwortung-online_report_2010/umwelt/gruene_loesungenfuerunserekunden/gogreen-klimaschutzprojekte.html
(Kompensationsprojekte der Deutschen Post)

3. Diskussion

Die Teilnehmer diskutierten die Frage, inwiefern die Nutzung von CO₂-Dienstleistungen auch ein Thema für die Mitarbeitermotivation sein kann.

Herr Schneider: Das Thema erscheint für die Motivation einzelner Mitarbeiter eher wenig geeignet.

Frau Schubert: Die VGH ist Kunde bei beiden vorgestellten Programmen, für die Mitarbeiter spielt dies aber erfahrungsgemäß keine Rolle.

Herr Westenberger: Die Erfahrung im Umgang mit Geschäftskunden hat gezeigt, dass CO₂-Dienstleistungen für die meisten Mitarbeiter unwichtig sind. Auf Mitarbeiter, die bereits für Umwelt- und Klimathemen sensibilisiert sind, haben derartige Programme jedoch eine positive Signalwirkung.

Herr Siemers: Bei entsprechender Kommunikation kann die Nutzung solcher Angebote für das ganze Unternehmen identitätsstiftend wirken.

Herr Konerding: Für die Mitarbeiter, die von Reiseaktivitäten betroffen sind, kann von der Nutzung des Umwelt-Plus-Angebots durchaus eine Signalwirkung ausgehen.

Herr Westenberger: Von großer Bedeutung ist, die Reiserollen mit den Umweltbeauftragten zusammenzubringen. So können z.B. die Prioritäten in Reiserichtlinien überarbeitet werden: Statt dem Preis sollte die Umweltfreundlichkeit eines Verkehrsmittels stärkeres Gewicht erhalten.

Herr Schneider: Die Reiserichtlinie der AWD besagt, dass der Zug unabhängig vom Preis das bevorzugte Transportmittel ist. Reisen mit Pkw oder Flugzeug müssen bei der Beantragung begründet werden.

Frau Lawitschka: Da die TUI ihren Kunden Kompensationsmöglichkeiten für Reiseemissionen anbietet, sollte sie selbst diese auch nutzen. Für Flugreisen wird dies bereits getan. Hier ist wichtig, dass Mitarbeiter mit Kundenkontakt dies wissen und nach außen tragen. So besteht durchaus auch eine Relevanz für Mitarbeiter.

Herr Gondermann: Für Mitarbeiter ist auch der private „Mehrwert“ interessant: Erfahren sie am Arbeitsplatz von CO₂-Vermeidungs- oder -kompensationsmöglichkeiten, können sie dies auch auf ihr privates Verhalten übertragen.

Frau Kreschel: Die Mitarbeiter-Motivation ist die schwierigste Aufgabe bei der Einführung des GoGreen-Programms. Während die Information der Mitarbeiter (z.B. Intranetseite, animierte Internetseite, Poster) schnell umsetzbar ist, erfordert die Transformation Geduld und Anschubkosten. Ein großer Erfolg war der Ideenwettbewerb „Umweltidee 2008“, der im Aktionszeitraum April mehr als

11.000 Vorschläge generierte und zu Einsparungen von über einer halben Million Euro führte. Die Änderung der Firmenwagenrichtlinie (Staffelung nach CO₂-Ausstoß, Prämie bei Downgrade) hingegen musste bereits vor der Einführung einige Hürden überwinden. Die Erfahrung zeigt, dass Umweltziele am besten über messbare Leistungsanreize (am besten Zielvereinbarungen) umsetzbar sind. Den Rang qualitativer Ziele erreichen Umweltziele (noch) nicht.

4. „Dauerhafte Entwicklung unternehmen. Das Nachhaltigkeitsmanagement der NORD/LB“ (Frank Siemers, NORD/LB)

Herr Siemers stellte in seiner Präsentation das Nachhaltigkeitsmanagement der NORD/LB vor.

- Herr Siemers ist der einzige Mitarbeiter des Bereichs Nachhaltigkeitsmanagement. Dieses ist direkt Investor Relations und damit der Konzernentwicklung unterstellt. Dahinter steht aber ein wachsendes Netzwerk an Unterstützern aus dem gesamten Unternehmen.
- Beispielweise hat die Personalentwicklung dabei geholfen, auch die Führungsgrundsätze auf den Unternehmenswert Nachhaltigkeit auszurichten. Gegenwärtig werden die Finanzierungsgrundsätze der Bank um Nachhaltigkeitsaspekte ergänzt. Dies ist ein wesentlicher Faktor, um die Portfoliosteuerung der Bank zukunftsweisend auszurichten.
- Auch der Vorstand spielt eine wichtige Rolle. Er ist oberster Repräsentant des nachhaltigen Handelns der Bank und vertritt gegenüber den Eignern die Ergebnisse, die mit der auf eine dauerhaft tragfähige Entwicklung angelegten Ausrichtung verbunden sind.
- Die Verankerung von Nachhaltigkeit im Management und der Unternehmenssteuerung ist für Nachhaltigkeitsmanager einfacher, wenn ein Unternehmen bereits durch eine Krisenerfahrung gegangen ist.
- Für die Kunden – überwiegend kleine und mittelständische Unternehmen – spielt die Verankerung von Nachhaltigkeit als Managementsystem noch eine eher untergeordnete Rolle. Investoren achten jedoch zunehmend auf Nachhaltigkeit als gelebter Unternehmensverantwortung und Maßstab der Zukunftsfähigkeit der Bank.
- In Norddeutschland ist aufgrund des demographischen Wandels besonders auch die soziale Dimension der Nachhaltigkeit wichtig. Die soziale Sicherheit war in Zeiten der getrennten beiden deutschen Teilstaaten lange durch den Wettbewerb der Systeme geregelt, wird seither jedoch mehr und mehr eine auf Dauer angelegte Gestaltungsaufgabe – auch für Unternehmen.

→ Anlage: **EEN_AG Mitarbeitermotivation_2010-11-09_Präsentation NORDLB.pdf**

5. Sonstiges und Ausblick

Die AG wünscht sich, die Zusammenarbeit fortzusetzen.

Herr Sprute berichtete über die Vergabe des Umweltpreises der Stiftung Arbeit und Umwelt. Unter anderem gehört die Landeshauptstadt Hannover mit ihrem Projekt „Tatort Büro“ zu den Preisträgern. Ausgewählte Projekte sollen in der nächsten Sitzung der AG vorgestellt werden.

Als weiteres Thema wird Frau Lawitschka das Konzept der TUI Green Days vorstellen.

Die Aktion „autofreier Arbeitstag“ ist Thema beim nächsten Netzwerk-Treffen.

Das nächste Treffen der AG soll im Frühjahr 2011 stattfinden. Der genaue Termin und Ort werden noch bekanntgegeben.

→ Link: www.arbeit-umwelt.de/fileadmin/Dateien/Downloads/Umweltpreis10/PM-VerleihungUmweltpreis-2010.pdf
(Pressemitteilung zur Verleihung des Umweltpreises)

Hannover, 6. Dezember 2010
Gez. Julia Chiabudini, 4K – Kommunikation für Klimaschutz