



Marketing mit Umweltthemen
**Mitarbeiter als Botschafter –
Umweltengagement im
Unternehmen verankern**

Weitere Hefte der Reihe „Marketing mit Umweltthemen“:

Presse und Öffentlichkeit | Klassische Werbung | Social Media Marketing

Internetkommunikation | Verkaufsstelle | Messen & Veranstaltungen

Aktionen im Unternehmen | Grundlagen | Publikationen



Welche Rolle spielen die Mitarbeiter für die Kommunikation von Umweltthemen?

Mitarbeiter sind wichtige Botschafter Ihres Umweltengagements und haben einen großen Anteil am Unternehmensbild in der Öffentlichkeit. Im Kundenkontakt haben sie durch gezielte Beratung und Information großen Einfluss auf Kaufentscheidungen oder erfolgreiche Vertragsabschlüsse. Außerhalb des Unternehmensgeschehens können Mitarbeiter in ihrem sozialen Umfeld das Unternehmensbild positiv weitertragen.

Je überzeugter Ihre Mitarbeiter von den Umweltleistungen Ihres Unternehmens sind, desto überzeugender können sie diese Werte auch nach außen und nach innen vermitteln. Schaffen Sie daher eine Struktur, bei der Ihre Mitarbeiter auf allen Ebenen aktiv in die Umsetzung und Weiterentwicklung des Umweltengagements eingebunden sind und so Verantwortung in ihrem jeweiligen Arbeitsbereich übernehmen können.

Wie machen Sie Mitarbeiter zu kompetenten Multiplikatoren?

Binden Sie Ihre Belegschaft in die Umsetzung von betrieblichen Umweltschutzmaßnahmen von Beginn an ein und sensibilisieren Sie sie speziell für ihre wichtige Funktion als Kommunikatoren von Umweltthemen. Das schafft Identifikation mit Ihren Werten und Zielen. Gerade Ihre Kundenbetreuer und Vertriebler wissen oft am besten, welche Bedürfnisse Kunden haben und wie diese auf Ihre Umweltleistungen reagieren.

Ermöglichen Sie v. a. diesen Mitarbeitern, Ihnen ihre Erfahrungen und Ideen mitzu-

teilen und tauschen Sie sich darüber aus. Dazu gehört auch, dass Sie auf Widerstände, Skepsis und Zweifel eingehen.

Ihre Wertschätzung und die Einbeziehung der Ideen Ihrer Mitarbeiter, ausreichende Informationen über Ihre Umweltleistungen sowie das Leben des Umweltgedankens im Geschäftsalltag – all das trägt zur Identifikation Ihrer Mitarbeiter mit dem Unternehmen bei und motiviert sie, ihr Wissen und ihre Erfahrungen nach außen zu tragen.

Welche Strukturen und Formate können Sie einsetzen?

In Unternehmen gibt es neben dem Flurgespräch zahlreiche Strukturen und Formate, über die Sie sich mit Ihren Mitarbeitern austauschen können. So gut wie alle können Sie auch für Informationen zu Umweltthemen nutzen, z. B.:

- Interne Informationsmedien (z. B. „Grünes“ Brett, interner Newsletter,

Infoblätter, Verfahrensanweisungen, Mitarbeiterhandbuch).

- Gesprächstermine (feste oder regelmäßige Sitzungstermine der Belegschaft oder einzelner Teams, Mitarbeitergespräche).
- Schulungen (z. B. interne Schulungen und Workshops zu speziellen Themen und Fragestellungen, Fortbildungen).





- Vorschlagssystem für anonyme oder persönliche Verbesserungsvorschläge rund um den betrieblichen Umweltschutz. Tipp: Zeichnen Sie zur Motivation besonders gute Vorschläge und solche, die umgesetzt wurden, aus oder berichten Sie über diese.
- Aktionen im Unternehmen zu Umweltthemen, um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und die Motivation zu fördern (siehe Thementeil Aktionen im Unternehmen).

Wie vermitteln Sie Informationen zum Umweltengagement am besten?

1. Verschaffen Sie sich einen Überblick darüber, welche internen Zielgruppen (z. B. Abteilungsleiter, Verkäufer, Reinigungspersonal) und bzw. oder Unternehmensbereiche (z. B. Einkauf, Vertrieb, Marketing) angesprochen werden können.
2. Überlegen Sie, in welchem Format Sie die Informationen der jeweiligen Zielgruppe am besten vermitteln können (z. B. durch Schulungen, Workshops, Fortbildungen, Informationsblätter und Verfahrensanweisungen, interne Newsletter, Mitarbeiterhandbuch).
3. Bereiten Sie die Informationen für die Zielgruppe verständlich auf. Neben einigen grundlegenden Informationen ist wichtig, dass Ihre Mitarbeiter die Informationen für den jeweiligen

Arbeitsbereich konkret einsetzen können (z. B. bei Nachfragen von Kunden, Geschäftspartnern oder Kollegen). Achten Sie darauf, dass die Informationen inhaltlich und sprachlich für die jeweilige Zielgruppe verständlich sind: Verkäufer benötigen andere Informationen als Abteilungsleiter oder Reinigungskräfte.



Binden Sie Ihre Mitarbeiter mit ein: Welche Informationen zum Umweltengagement wünschen sie sich? Wo sehen sie selber Berührungspunkte mit dem Thema? Welche Fragen von Kunden, Geschäftspartnern oder Kollegen tauchen auf?

Was sollten Sie vermeiden?

- Wichtige Entscheidungen und Veränderungen in Ihrem Umweltengagement Ihrer Belegschaft nicht mitteilen.
- Mitarbeitermeinungen und Verbesserungsvorschläge ignorieren.
- Bestimmte Teile der Belegschaft nicht in die Kommunikation zum Umweltengagement einbeziehen.
- Negative Gerüchte über Ihr Unternehmen intern und extern unkommentiert lassen.

Transparenz durch Informationen in der Kommunikation schaffen!

Sensibilisieren Sie mit Ihrem Umweltengagement Ihre Mitarbeiter, um mehr Aufmerksamkeit für umweltbewusstes Handeln in der Gesellschaft zu schaffen.



Mehr zum Thema

[IZU: Leitfaden Mitarbeitermotivation für umweltbewusstes Verhalten](#)

[IZU: Mitarbeitermotivation für Klimaschutz & Energieeffizienz](#)



Praxisbeispiele

[LfU: SALUS: Nachhaltigkeit aus Tradition. Bei SALUS sind die Azubis wichtige Multiplikatoren für Nachhaltigkeitsthemen – PDF](#)

[LfU: RIEBL-Siebdruck: Der Mensch im Mittelpunkt. Mitarbeiter werden beim Nachhaltigkeitsmanagement mitgenommen – PDF](#)





Mitarbeiter als Botschafter des betrieblichen Umweltengagements: Das Umwelthotel ECOINN

Das Umwelthotel ECOINN hat Umweltaspekte vom Bau des Gebäudes an konsequent berücksichtigt.

Beispiel Stromverbrauch: Durch das eigene Wasserkraftwerk ist der Betrieb nicht nur energieautark, sondern speist zusätzlichen Strom ins Netz. Zahlreiche Zertifizierungen belegen den hohen ökologischen Standard. Im Juni 2015 eröffnete nur 200 m vom ECOINN entfernt der angeschlossene ECONVENT, das nachhaltige Veranstaltungshaus.

Das Umweltengagement ist auch eine zentrale Botschaft in der Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern. Die 15 Mitarbeiter des Betriebs haben daran einen großen Anteil. Warum erklärt Thomas Puchan, der Hotelmanager des ECOINN:

Herr Puchan, welche Bedeutung haben für Sie die Mitarbeiter in Ihrem Betrieb, wenn es darum geht auf die Umweltleistungen des ECOINN aufmerksam zu machen?

„Die Mitarbeiter sind das Gesicht des Hotels, ob an der Rezeption, beim Frühstück oder in der Zimmerreinigung. Daher klopfen wir bereits beim Vorstellungsgespräch die Affinität zu positivem Umweltverhalten ab.“

Wie sieht das konkret im Betriebsalltag aus, wenn Ihre Mitarbeiter zu Botschaftern des Umweltengagements von ECOINN werden?

„Es ist erstens wichtig, dass sie den Umweltgedanken mittragen und zweitens die wichtigsten Fakten auf Nachfrage wiedergeben können. So werden unsere Reinigungskräfte auf Nachfrage immer

darauf hinweisen können, dass sie ausschließlich bio-zertifizierte Reinigungsmittel verwenden und kein Stromverbrauch durch Staubsaugen anfällt, da alle Flächen gewischt werden können. Alle Mitarbeiter werden außerdem auf Nachfrage zum Umweltprofil antworten können, dass wir unsere Energie mit Wasserkraft produzieren oder verweisen auf das ökozertifizierte Frühstücksbuffet.“

Was sind aus Ihrer Sicht die Erfolgsfaktoren, damit Mitarbeiter zu Botschaftern werden?

„Wichtig ist die aktive Wertschätzung der Mitarbeiter durch Mitarbeitergespräche, interne und externe Schulungen und eine Prämie für Vorschläge in Sachen Umweltschutz und Energieeffizienz. Ein Mitarbeiter, der sich als wichtiger Teil des Teams fühlt, ist viel motivierter als der, der sich nur als fünftes Rad am Wagen wahrnimmt. Eine gelebte flache Hierarchie trägt dazu bei: Eine Zimmerfrau ist genauso wichtig, dem Gast Wohlfühlatmosphäre zu gewährleisten, wie der Rezeptionsmitarbeiter.“

Welchen Tipp würden Sie anderen KMU geben, damit deren Mitarbeiter zu guten Botschaftern des Umweltengagements werden?

„Nehmen Sie jeden Mitarbeiter ernst, appellieren Sie an ihn, sich einzubringen über die übliche Tätigkeit hinaus, und vor allem: Leben Sie das vor, was Sie von Ihren Mitarbeitern erwarten. Denn nur wer positiv vorleben kann, überzeugt auch andere.“

Interview mit Thomas Puchan, Hotelmanager im ECOINN Hotel am Campus. Die Fragen stellte die Redaktion des Themenportals „Marketing mit Umweltthemen – Tipps für Ihren Betrieb“



Maria Böhmer, Staatsministerin im Auswärtigen Amt, Thomas Puchan, Hotelmanager ECOINN und Ana-Christina Grohnert, Vorstandsvorsitzenden der Charta der Vielfalt, anlässlich der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt durch ECO INN am 13. Juni 2013 (Quelle: ECOINN Hotel am Campus)

Ansprechpartner:

ECOINN Hotel am Campus

Thomas Puchan, Hotelmanager

Kanalstraße 14-16

73728 Esslingen a. N.

Tel.: 0 711 / 31 05 89-0

Fax: 0711 / 31 05 89-10

E-Mail: info@ecoinn.de

Hier finden Sie weitere Informationen:

www.ecoinn.de





Fragebogen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Botschafter für den betrieblichen Umweltschutz

Verständnis der Umweltleistungen und Ziele des Umweltengagements im Unternehmen

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ich habe eine klare Vorstellung von unserem Engagement für die Umwelt. <input type="checkbox"/> Ich weiß, wie ich unser Umweltengagement in meiner täglichen Arbeit unterstützen und berücksichtigen kann. <input type="checkbox"/> Für mich ist klar ersichtlich, wie meine Arbeitsleistung die erfolgreiche Kommunikation unseres Umweltengagements unterstützt. <input type="checkbox"/> Sie wünschen sich einen direkteren Kontakt zu Ihren Zielgruppen. | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ich habe das Wissen und die Fähigkeiten, durch meine tägliche Arbeit zur Vermittlung unseres Umweltengagements beizutragen, z. B. bei unseren Kunden oder Geschäftspartnern. <input type="checkbox"/> Meine Kolleginnen und Kollegen in meinem Team beziehungsweise Arbeitsbereich wissen, wie sie zum Umweltengagement beitragen und wie sie es vermitteln können. Beobachten Sie Ihre Wettbewerber. |
|--|---|

Überzeugung und Verpflichtung

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Unsere Unternehmenskultur ermutigt mich, meine Arbeitsweise an den Zielen unseres Umweltengagements auszurichten. <input type="checkbox"/> Ich fühle mich verpflichtet, mein Bestes zu geben, um unser Umweltengagement mit Leben zu füllen. <input type="checkbox"/> Mein Beitrag zum Umweltengagement wird von unserem Unternehmen gewürdigt. | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ich glaube, dass ich bei der Vermittlung unseres Umweltengagements gegenüber meinem Team, unseren Kunden und Geschäftspartnern eine wichtige Rolle spiele. <input type="checkbox"/> Ich bin von unserem Umweltengagement und der damit verbundenen Zukunftsperspektive für unser Unternehmen überzeugt. |
|--|---|

Motivation und Engagement

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ich werde regelmäßig über den Umsetzungsstand und neue Ziele unseres Umweltengagements in Kenntnis gesetzt. <input type="checkbox"/> Ich kann Vorschläge zur Verbesserung unserer Umweltleistungen einbringen. | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ich bin informiert, wo und in welcher Form in meinem Arbeitsbereich konkrete Umweltleistungen erbracht werden und kann darüber Auskunft geben. |
|--|---|



Ein Projekt im Rahmen des Umweltpakt Bayern mit dem Bayerischen Industrie- und Handelskammertag und dem Bayerischen Handwerkstag.



Industrie- und Handelskammern
in Bayern



**BAYERISCHER
HANDWERKSTAG**

www.umweltpakt.bayern.de

Herausgeber: Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Verbraucherschutz
Rosenkavalierplatz 2, 81925 München (StMUV)

Internet: www.stmuv.bayern.de

E-Mail: poststelle@stmuv.bayern.de

Gestaltung: alma grafica UG, Ansbach, Nicole Sillner

Stand: August 2015



© StMUV, alle Rechte vorbehalten

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung.

Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden. Bei publizistischer Verwertung – auch von Teilen – wird die Angabe der Quelle und Übersendung eines Belegexemplars erbeten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die Publikation wird kostenlos abgegeben, jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Der Inhalt wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden.

Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.

BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung.

Unter Tel. 089 122220 oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.

