

# Mind:shift: auf dem Weg zu klimabewussten Arbeitswelten

FUTURE OF WORK | 15.06.23

Wie kann ein klimabewusstes Handeln in der Arbeitswelt verankert werden?

Sabine Zinke  
Lucia Schlund

M.O.O.CON



Eine Österreicher:in verursachte 2020

# 23 kg CO<sub>2</sub>e / Tag

das entspricht **4.500 Luftballons**

oder **46 Tage Licht** von einer **100W Glühbirne**

4.500 Luftballons voller CO<sub>2</sub> verursacht eine durchschnittlicher Österreicher:in pro Tag. Ein Liter des Treibhausgases bringt exakt 1,96 Gramm auf die Waage, ein Ballon mit dem üblichen Volumen von 2,5 Litern enthält etwa fünf Gramm. Pro Kopf werden in Deutschland derzeit 8,3 Tonnen CO<sub>2</sub> jährlich (2021) verursacht, heruntergerechnet auf einen Tag also rund 23 Kilogramm - oder eben 4.500 Ballons..

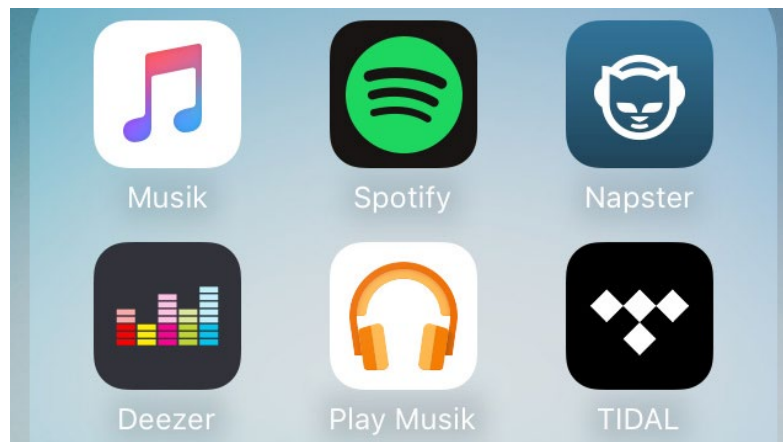
100 W Glühbirne x 10 h = 1000 Wh = 1 kWh EEB = 0,5 kg CO<sub>2</sub>

1 kWh EEB = 1,9 kWh PEB (öst. Strommix)

1 kWh öst. Strommix = 276 gCO<sub>2</sub>/kWh

### Musik streamen

0,014 kg CO<sub>2</sub>/Album



### Flug MUE-HAM

320 kg CO<sub>2</sub>/Flug

### Spaghetti Bolognese klassisch

14,5 kg CO<sub>2</sub>/kg



### Spaghetti Bolognese bio+vegan

0,35 kg CO<sub>2</sub>/kg



### Bahn ICE MUE-HAM

40 kg CO<sub>2</sub>/Fahrt

# Was kommt da auf uns zu?

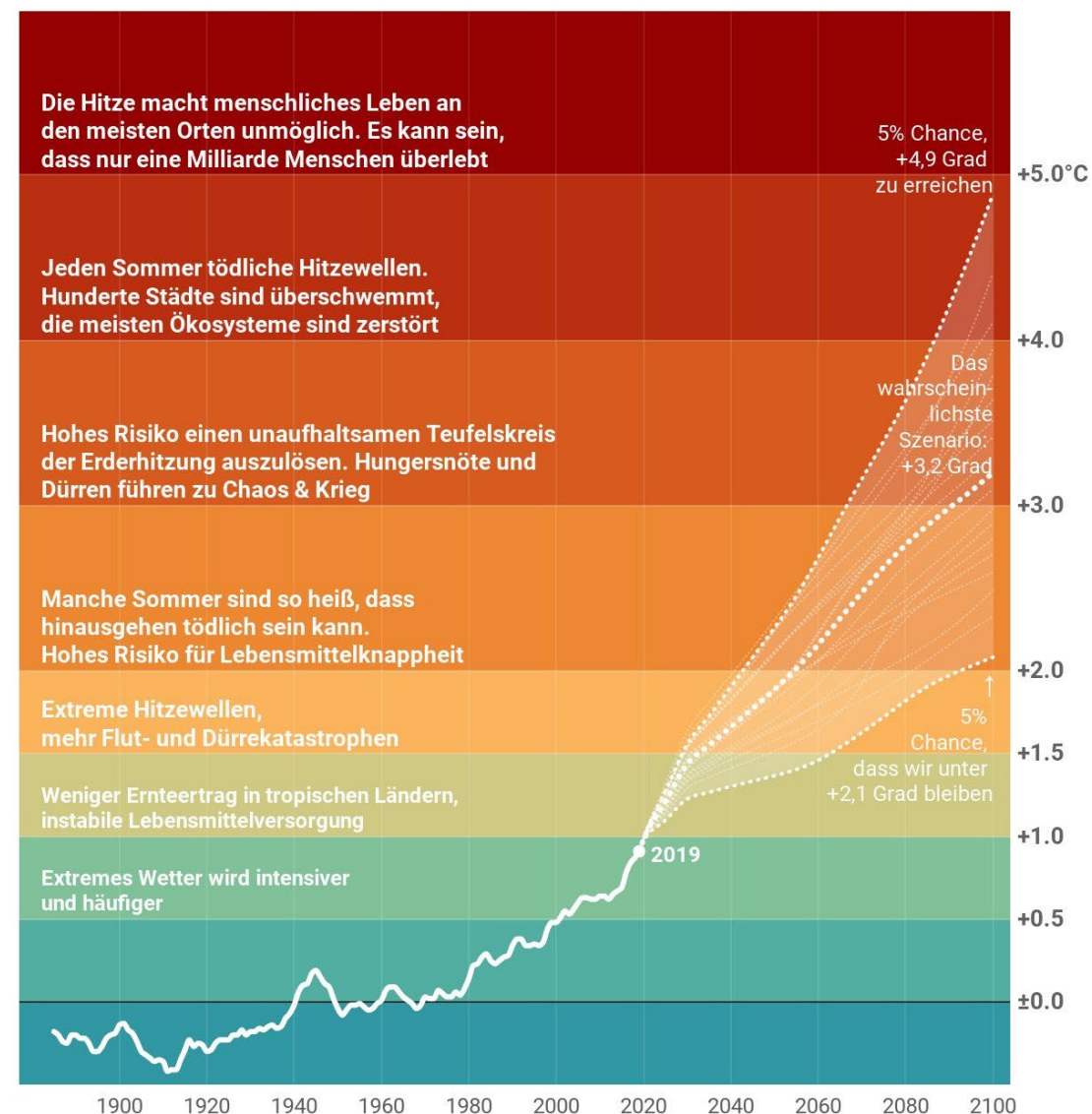
2°C: hohes Risiko für Lebensmittelknappheit

3°C: Hungersnöte und Dürren

4°C: jeden Sommer tödliche Hitzewellen

5°C: die Hitze macht menschliches Leben an vielen Orten unmöglich

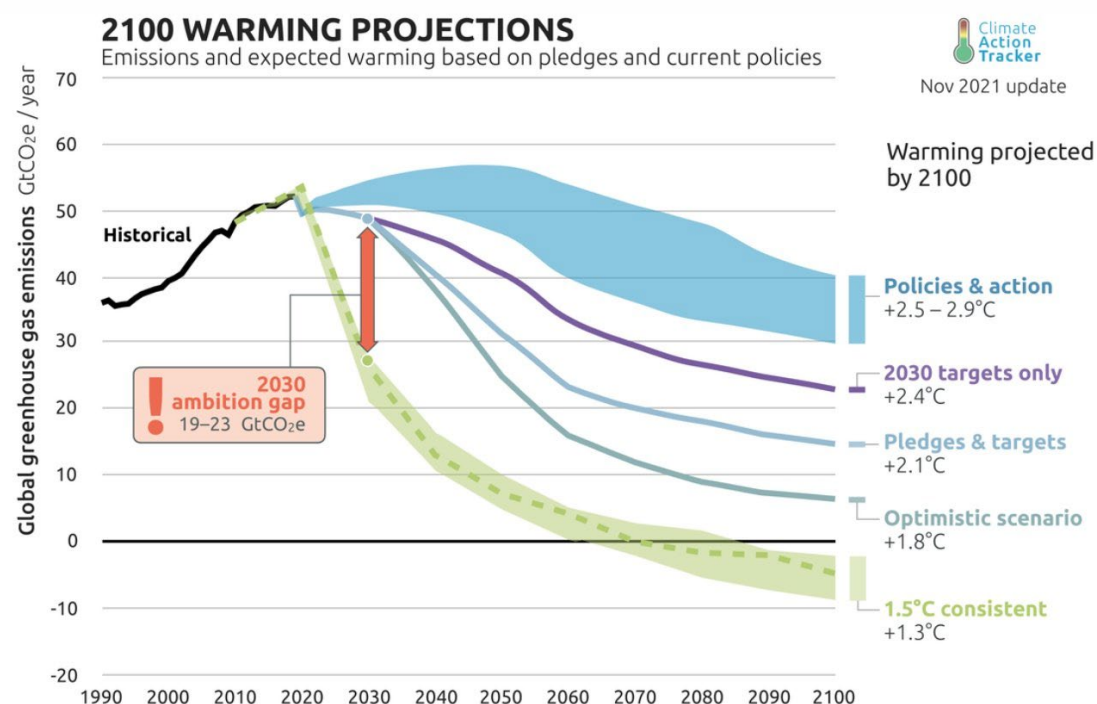
## Was die Klimakatastrophe für uns Menschen bedeutet



Die dicke Linie zeigt den 5-Jahres-Durchschnitt der globalen Temperatur-Anomalien (NOAA). Die punktierten Linien zeigen die Perzentile der Vorhersagen zur Erderhitzung nach Raftery et.al, 2017. Die schwarze Linie unten ist der Durchschnitt im 20. Jahrhundert. Inspiriert von The Guardian.

Chart: Gregor Aisch, Datawrapper • Created with Datawrapper

# Der Klimawandel ist die dringlichste Herausforderung der Menschheit



Quelle: © Climate Action Tracker

- » Um die Pariser Klimaziele zu erreichen, ist eine **massive Beschleunigung der Reduktion** absoluter Emissionen unabdingbar
- » Das verbleibende globale CO<sub>2</sub>-Budget bis zur Erreichung eines Temperaturanstieges von **1,5 °C wird in weniger als 8 Jahren aufgebraucht** sein

**Und nun?**



# Das große Dilemma unserer Zeit

Die drei A's: Anxiety | Ambivalence | Aspiration



Quelle: <https://reneelertzman.com/approach>

# Wo beginnt die Verantwortung von Unternehmen?



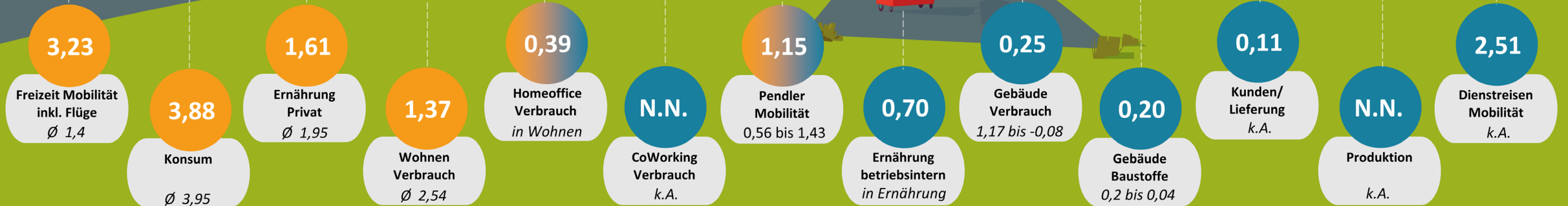
# Emissionen in t CO<sub>2</sub>e/ MA p.a.

Projekt: Neubau

Lage: Stadtrand

Fläche: 6.000 m<sup>2</sup> BGF

MitarbeiterInnen: 250

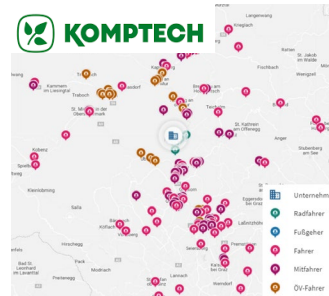


primär von MitarbeiterIn beeinflusst

primär von Unternehmen beeinflusst

# Vom „Müssen“ zum „Wollen“

## Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur



Förderung von Fahr-  
gemeinschaften (Kompotech)



Zero waste Picnic (UNO)



**Policies**

**Nudging**

**Angebote**

**Grasroot-  
Initiativen**

**Imperfect  
sustainability**

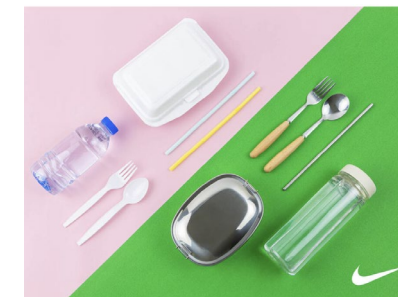
**Integraler Teil von  
Denken und Handeln**



FOW 23 | MIND:SHIFT



Lastenfahrrad zum ausborgen  
(Franz & Sue)



The Lunch Programm (Nike)

# Gebäude neu denken in Zeiten der Klimakrise

## Wir agieren zukunftsfähig

Wir kennen die Auswirkungen unseres Handelns und schärfen unser Bewusstsein dafür.  
Wir hinterfragen und adaptieren bestehende Strukturen, Muster und Bedarfe und machen unseren Beitrag sichtbar.



### Nachhaltigkeit ist Kern der Unternehmenskultur



- Wir kennen unsere Umweltauswirkungen und sensibilisieren wo Haltung gefragt ist.
- Wir bilden uns weiter, fördern Initiativen und machen unseren Beitrag sichtbar.
- Wir verankern Nachhaltigkeit in unserem Mindset.

### Digital und mobil arbeiten



- Flexible Arbeitskonzepte ermöglichen und bewusst leben.
- Wir entscheiden bewusst in welchen Räumen wir kommunizieren: digital, hybrid, analog.
- Wir digitalisieren Prozesse: Vom Archiv bis zum Zeitmanagement.
- Unsere Unternehmenskommunikation nutzt digitale Angebote.

### Räume smart nutzen



- Wir nutzen die Möglichkeiten der Interaktion mit der Gebäudetechnik um Komfort an unseren Bedarf anzupassen.
- Wir teilen Infrastruktur und schaffen eine optimale Ausnutzung von Raum (Leerstand vermeiden) und Ausstattung.

### Bewusst handeln

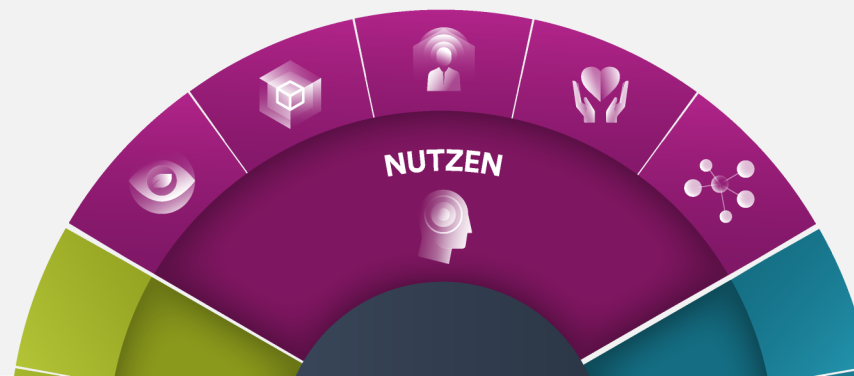


- Wir kennen unsere Bedürfnisse und hinterfragen bestehende räumliche bzw. organisatorische Erwartungen und sozio-kulturelle Verhaltensmuster.
- Wir übernehmen Selbstverantwortung und gehen mit unserem Arbeitsumfeld achtsam um.
- Wir verbrauchen ressourcenschonend, nutzen Alternativen und entscheiden bewusst.

### Mobilitätsverhalten optimieren



- Wir entscheiden bewusst, nicht nur wie, sondern auch ob wir einen Weg antreten.
- Wir schaffen Bewusstsein für emissionsneutrale Alternativen.
- Wir fördern und nutzen sanfte Mobilität.



# Nachhaltigkeit ist Kern der Unternehmenskultur

» *Wir kennen unsere Umweltauswirkungen und sensibilisieren wo Haltung gefragt ist.*

## DIE SDGs ALS TEIL DER KERNSTRATEGIE



- Holzige Biomasse in Form von Abfall als Brennstoff forcieren und dadurch fossile Energie ersetzen
- Vergärung von biogenen Abfällen zu Biogas
- Waste-to-Energy-Projekte entwickeln und damit bisher ungenützte Energie in Abfällen nutzbar machen
- Erzeugung von hochwertigen Ersatzbrennstoffen aus Abfällen zur Substitution fossiler Energie
- Schulungsprogramme zu energetischer Nutzung von Abfällen
- Kundentraining zu energieeffizienten Aufbereitungsprozessen



- Getrennte Verarbeitung von durch Kompostierung zur Vermeidung von Methanemissionen
- Durch innovative Zerkleinerungstechnologien Ersatz von Sekundärrohstoffen
- Senkung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes durch intelligente Maschinensteuerung und optimierte Antriebskonzepte
- Elektrifizierung der Maschinen
- Vorantreiben der Digitalisierung von Reisetätigkeiten
- Unterstützung von Kunden und Entwicklungsländern bei der Umsetzung von Abfallwirtschaftskonzepten
- Bodennahe Gülleausbringung zur Vermeidung von Stickstoffverlusten und Geruch



# Digital und mobil arbeiten

» Wir ermöglichen **flexible Arbeitskonzepte** in Raum und Zeit und **nutzen** digitale, hybride und analoge Räume bewusst.



## Räume „smart“ nutzen

» *Wir teilen Infrastruktur und schaffen eine **optimale Ausnutzung** von Raum.*



## SAP, Wien: 24.02.2023, Dienstag, 15:00 Uhr



## Stadtwerke München: 19.07.2022, Dienstag, 10:30 Uhr



# Hypoport, Berlin: 21.09.2022, Mittwoch, 08:30 Uhr



## Steelcase München: 10.07.2022, Dienstag, 13:00 Uhr



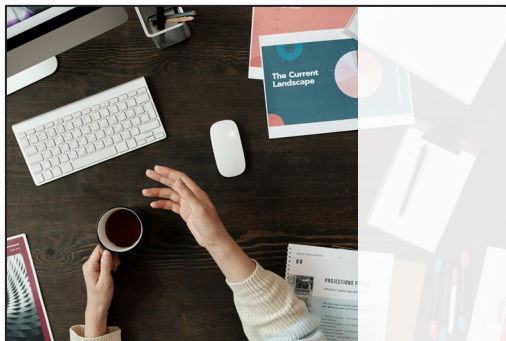
# 95 Prozent Leerstand

Auslastung eines Schreibtisches (Basis: Auswertungen Kundenprojekte)

2019

80%

Bezogen auf einen  
Arbeitsstag (8h)



16%

Bezogen auf ein Jahr  
(365\*24h)

2023

25%

Bezogen auf einen  
Arbeitsstag (8h)



5%

Bezogen auf ein Jahr  
(365\*24h)

# Mobilitätsverhalten optimieren

» *Wir entscheiden bewusst,  
nicht nur **wie**, sondern auch  
**ob**, wir einen Weg antreten.*



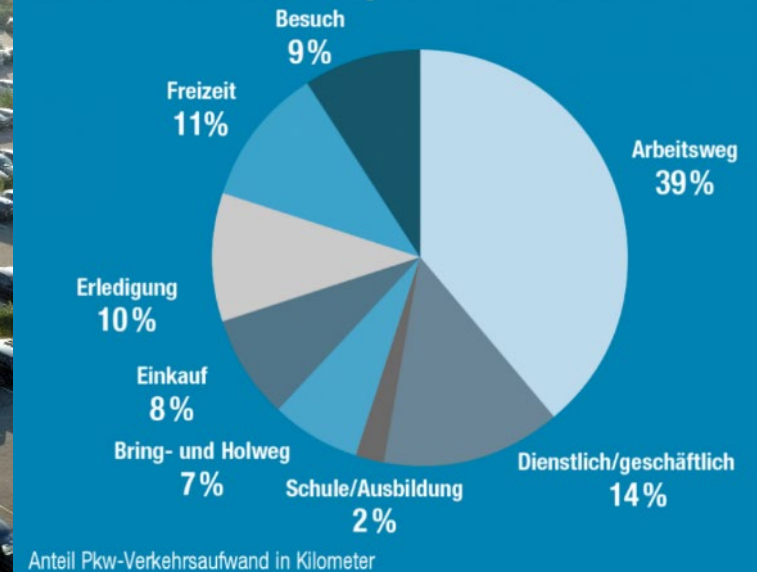
# Nachhaltigkeit auf dem Weg zur Arbeit

Unternehmen prägen mit ihrer Kultur, der Lage ihrer Standorte und den Services für ihre Mitarbeiter:innen die Verkehrsmittelwahl



Stellplatzverpflichtung vs. Mobilitätsmanagement

Arbeits- und Dienstwege verursachen mehr als die Hälfte des werktäglichen Pkw-Verkehrs



## Bewusst handeln

» *Wir übernehmen  
**Verantwortung** und sind  
bereit **Gewohnheiten und  
Verhaltensmuster** auf ihre  
klimarelevanten  
Auswirkungen zu  
**hinterfragen.***



# Nachhaltigkeit als Lebensgefühl

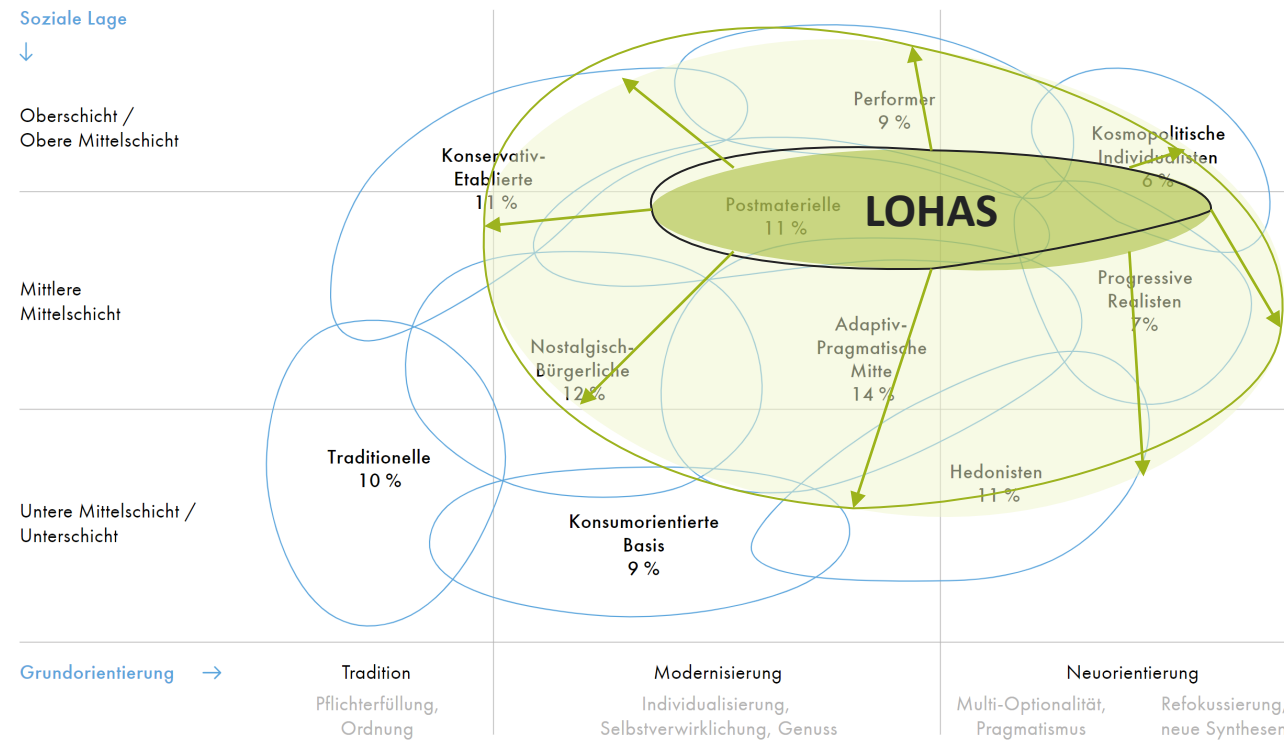
Das Thema Nachhaltigkeit hat längst nichts mehr mit Verzicht, mit schlechtem Gewissen oder militanten Hardlinern zu tun.



**LOHAS** (Lifestyle of Health and Sustainability) sind die stylische Fortsetzung der Ökobewegung aus den 80er und 90er Jahren. Sie tragen keine alten Wollpullunder, sondern treten in schicken Anzügen aus streng kontrolliertem Anbau auf. Sie ernähren sich von fair gehandelten Biolebensmitteln, sie machen Yoga, sie fahren Autos mit alternativem Energieantrieb und sie leben in Energiesparhäusern.

# Nachhaltigkeit als Lebensgefühl

## LOHAS in Sinus Milieu



Quelle: <https://www.sinus-institut.de/sinus-milieus/sinus-milieus-oesterreich>

## These

**Nachhaltigkeit als ein integraler Teil der Unternehmensstrategie/-Kultur ist eine Voraussetzung, um Mitarbeiter:innen zu gewinnen und zu binden.**

# Leitfragen zur Abschlussdiskussion

## Umgang mit Ambidextrie

1. Welche Verantwortung hat das Unternehmen, welche liegt bei jedem/-r Einzelnen?
2. Wie gelingt einerseits LOHAS für das Unternehmen zu begeistern und andererseits bestehende Mitarbeiter:innen zum klimabewussten Handeln zu motivieren?

Future of Work | 15.05.23

Mehr zum  
Thema „Green  
Belonging“  
am...

# Corporate Culture Jam

Longing for belonging

20./21. SEPTEMBER 2023  
GABRIUM, MARIA ENZERSDORF



ANMELDEN MIT DEM  
RABATTCODE

**MC-960**



# Team

## Sabine Zinke

Partnerin | Managerin  
Geschäftsfeld  
Arbeitswelten  
verändern | Senior  
Consultant

**+43 (0)664 611 01 28**  
**s.zinke@moo-con.com**



## Lucia Schlund

Consultant  
Arbeitswelten  
verändern

**+43 (0)664 611 01 37**  
**l.schlund@moo-con.com**