

BAUMINSIGHTS



© lightpoet@stock.adobe.com

Geschäftsreisen klimafreundlich gestalten

Editorial	2
Klimafreundliche Geschäftsreisen als Baustein eines umfassenden BMM	3
Mobilität und Geschäftsreisen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung	5
Von Best Practices lernen	7
Psychologie der Geschäftsreisen	9
Kolumne: Vorsicht an der Bahnsteigkante!	11
Aktuelles	
BAUM aktiv mitgestalten	11
News von BAUM	12
BAUM-Mitglieder stellen sich vor	13
Vorschau und Impressum	14

EDITORIAL



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Geschäftsreisen verbrauchen Ressourcen und haben negative Umwelt- und Klimawirkungen. Viele Unternehmen sind überrascht, wie hoch der Anteil der Geschäftsreisen an ihren gesamten CO₂-Emissionen oftmals ist!

Dass es auch anders gehen kann, haben wir – zwangsweise – während der Covid-19-Pandemie erfahren. Reisen waren nur sehr eingeschränkt möglich, und viele Unternehmen haben nach Online-Alternativen zum Austausch und für Meetings gesucht. Natürlich gibt es auch bei Videokonferenzen CO₂-Emissionen, allerdings in deutlich geringerem Maße als bei Geschäftsreisen. So hat während der Pandemie die verminderte Reisetätigkeit zu einer deutlichen Reduzierung der CO₂-Emissionen geführt.

Was können wir aus diesen Erfahrungen lernen? Ich denke: Geschäftsreisen sollten nur durchgeführt werden, wo diese wirklich notwendig und sinnvoll sind – und sollten dann so klimaverträglich ausgestaltet werden wie möglich.

Im Projekt CO₂meet hat BAUM gemeinsam mit der Hochschule RheinMain (HSRM) Details zur Geschäftsreisepraxis von Unternehmen erhoben sowie Hinweise, Best Practices und Handreichungen wie einen Leitfaden für klimafreundliche Geschäftsreisen zusammengestellt (zum Download unter www.co2meet.de). Zahlreiche Webinare vermitteln zudem nützliches Wissen zum Thema. Darüber hinaus bietet das Projektteam kostenlos Beratungen und Umsetzungsbegleitung an. Melden Sie sich bei Interesse gerne unter info@co2meet.de.

Ergebnisse aus unserer Projektarbeit sind in diese Ausgabe von BAUM Insights geflossen. So stellen Prof. Dr. Ing. André Bruns und Nathalie Schneider von der HSRM dar, inwiefern klimafreundliche Geschäftsreisen als Baustein eines umfassenden Betrieblichen Mobilitätsmanagements unerlässlich sind. Auch bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung müssen das Thema Mobilität und damit die Geschäftsreisen unbedingt berücksichtigt werden, wie der zweite Beitrag zeigt. Aus unserem Leitfaden stellen wir vier Best Practices kurz vor; die detaillierten Fallstudien finden Sie unter www.co2meet.de/praxisbeispiele. Fabian Hirt von ClimateMind schließlich nimmt die Psychologie der Geschäftsreisen in den Blick und beschreibt, was Mitarbeitende bei der Wahl klimafreundlicher Verkehrsmittel wirklich bremst und wie man erfolgreich umsteuern kann.

Außerdem finden Sie wie immer in BAUM Insights Neuigkeiten von BAUM und aus der Mitgliedschaft.

Ich wünsche eine anregende Lektüre. Schauen Sie auch gerne auf www.co2meet.de, was wir sonst zum Thema zu bieten haben.

Ihr

Dieter Brübach
stellvertretender Vorsitzender, BAUM e.V.



Klimafreundliche Geschäftsreisen als Baustein eines umfassenden Betrieblichen Mobilitätsmanagements

Klimafreundliche Geschäftsreisen sind integraler Bestandteil eines umfassenden Betrieblichen Mobilitätsmanagements. Durch innovative Strategien, die sowohl Vermeidung als auch Verlagerung und verträgliche Abwicklung von Verkehr beinhalten, können Unternehmen nicht nur ihre Treibhausgasemissionen signifikant reduzieren, sondern auch ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen.

Von André Bruns und Nathalie Schneider

Die Bedeutung eines effektiven Betrieblichen Mobilitätsmanagements (BMM) nimmt stetig zu. Ein wesentlicher Treiber hierfür sind die gesellschaftlichen und politischen Anforderungen an ökologische und soziale Nachhaltigkeit, wie sie u.a. in den Berichtspflichten der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) zum Ausdruck kommen. Durch die erneute Erweiterung der ESG-Kriterien sind Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten ab 2025 verpflichtet, insbesondere ihre Aktivitäten im Bereich des Klimaschutzes systematisch zu dokumentieren. Hierzu gehören auch die Treibhausgasemissionen aus der betrieblichen Mobilität, wodurch eine strategische Mobilitätsplanung noch relevanter wird.

Die Einhaltung von Emissionsgrenzwerten wird aber nicht nur unter ökologischen Gesichtspunkten zunehmend wichtiger, sondern auch aus ökonomischer Perspektive, da der CO₂-Emissionshandel bereits in den letzten Jahren durch eine regelmäßige Verringerung des Caps sowie die Anpassung des Preises für die Tonne CO₂ für Unternehmen relevanter geworden ist. Selbst wenn ein Unternehmen für seine Tätigkeiten keine Zertifikate erwerben muss, schlagen sich die steigenden Preise und die Verringerung des Caps dennoch bei der betrieblichen Mobilität von Unternehmen nieder, da z.B. die Kosten für Flugreisen dadurch ansteigen. In vielen Unternehmen, insbesondere im Dienstleistungssektor, ist die Mobilität der hauptsächliche emissionsverursachende Faktor. Daher können klimafreundliche Geschäftsreisen als Baustein eines umfassenden BMM dazu dienen, signifikante Einsparungen zu erreichen.

Betriebliches Mobilitätsmanagement als Transformationswerkzeug

BMM umfasst ein breites Spektrum an Maßnahmen zur Optimierung der Mobilität von Unternehmen. Zu den zentralen Aspekten gehören die systematische Auseinandersetzung mit dienstlichen Reisen, den Arbeitswegen der Mitarbeitenden sowie den Wegen der Kund:innen und Besucher:innen.

Merkmale eines erfolgreichen BMM sind eine klare Zielorientierung, der Bezug auf klar definierte Zielgruppen und deren Mobilitätsverhalten sowie die Arbeit mit integrierten Maßnahmenbündeln.

Die Ziele eines BMM können vielfältig sein: von der Sicherung der Erreichbarkeit von Standorten über die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen bis hin zur Unterstützung der Mitarbeitenden. Auch bauliche Vorhaben können durch ein entsprechendes Mobilitätskonzept erleichtert werden – z.B. durch die Verringerung der nachzuweisenden Stellplätze. Ferner können durch Angebote für Mitarbeitende auch Incentives geschaffen werden, die die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit dem Arbeitgebenden steigert oder zur Attraktivität des Unternehmens für zukünftige Mitarbeitende beiträgt.

Um die Ziele zu erreichen, berücksichtigt erfolgreiches BMM die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeitenden. Es schafft Anreize und trifft Regelungen, die eine Verhaltensänderung unterstützen. Hierbei ist entscheidend, den Fokus von rein verkehrlichen Aspekten auf die individuellen Mobilitätsbedürfnisse und die Einflussfaktoren des Mobilitätsverhaltens zu richten. Die Mobilitätsforschung zeigt, dass neben klassischen Angeboten insbesondere Fähigkeiten und Motivation eine zentrale Rolle spielen und bei den Maßnahmen berücksichtigt werden sollten.

Dies lässt sich am besten durch ein integriertes Maßnahmenbündel verwirklichen, das weite Bereiche der betrieblichen Mobilität umfasst und somit an vielen unterschiedlichen Stellen ansetzt. Die Kombination von Push- und Pull-Maßnahmen ist hierbei besonders effektiv: Während Push-Maßnahmen Mitarbeitende zur Veränderung anregen, bieten Pull-Maßnahmen Anreize, um positive Veränderungen zu fördern. Umfassende Kommunikation ist innerhalb dieses Prozesses besonders wichtig, damit sich die Mitarbeitenden mitgenommen fühlen und die Veränderungen mittragen.

Zur Umsetzung integrierter Maßnahmenbündel spielt zudem die Koordination aller Beteiligten eine ausschlaggebende Rolle, insbesondere auch die Zusammenarbeit mit unternehmensexternen Akteur:innen wie etwa privaten oder öffentlichen Mobilitätsdienstleistern oder den für die Gestaltung der Verkehrssysteme zuständigen Kommunen.

(Klimafreundliche) Geschäftsreisen als Teil des Betrieblichen Mobilitätsmanagements

Klimafreundliche Geschäftsreisen bieten für Unternehmen ein bedeutendes Potenzial zur Einsparung von Treibhausgasemissionen. Für Arbeitswege können lediglich Empfehlungen ausgesprochen werden oder die Mitarbeitenden können durch Aktionen wie „Mit dem Rad zur Arbeit“ und Mobilitätsbudgets motiviert werden, klimafreundlich zur Arbeit zu kommen. Im Gegensatz dazu kann ein Unternehmen für Geschäftsreisen klare Vorgaben in Form von Reiserichtlinien erlassen, die für die Mitarbeitenden verbindlich sind.

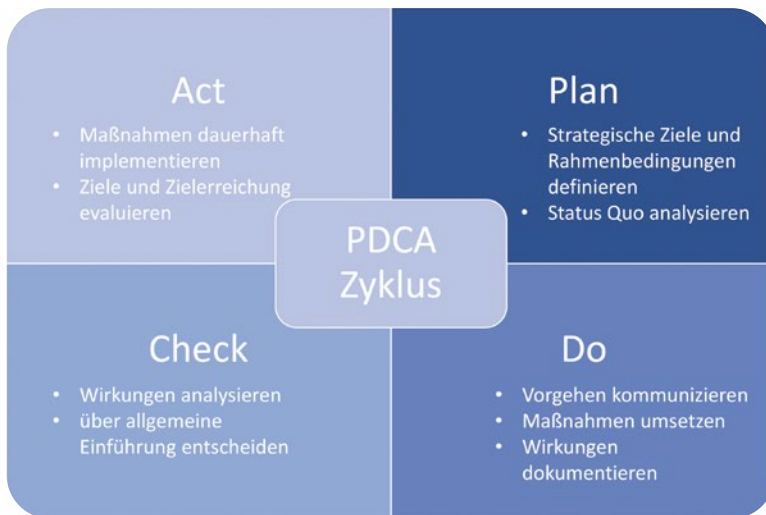


Abb. 1: Beispielhafte Ausgestaltung des PDCA-Zyklus für das BMM (eigene Darstellung nach VDI Richtlinie 5110, 2019: S. 7)

Mobilitätsmanagement als strategisch ausgerichteter, kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Ein effektives BMM sollte im Sinne eines kontinuierlichen, strategisch ausgerichteten (Verbesserungs-)Prozesses etabliert werden, in dem zielgruppenspezifische Maßnahmen gemäß definierten Zielen umgesetzt und ihr Erfolg gemessen wird (zur Vorgehensweise siehe z.B. VDI-Richtlinie 5110, Abb. 1). Die Ansiedlung des BMM im strategischen Bereich eines Unternehmens ermöglicht es, interne Zielkonflikte zu vermeiden und unternehmensweit konsistente Policies umzusetzen.

Der BMM-Prozess kann etwa als PDCA-Zyklus (Plan, Do, Check, Act) strukturiert werden. Ausgangspunkt ist die Planungsphase, in der strategische Ziele geklärt und der Prozess unter Einbeziehung aller Akteur:innen gestaltet wird. In der Ausführungsphase erfolgt die Analyse des Status quo und die Definition von (Handlungs-)Zielen. Anschließend werden die Handlungsoptionen bewertet sowie die eigentlichen Maßnahmen geplant und umgesetzt. In einem letzten Schritt werden die Maßnahmen und Prozesse mittels relevanter Messgrößen evaluiert und es werden ggf. an Zielen und/oder Maßnahmen Anpassungen vorgenommen. Die daten- und faktenbasierte Vorgehensweise hat sich in der Praxis als weiterer Erfolgsfaktor des BMM erwiesen.

In Unternehmen mit regelmäßigem Reiseaufkommen können durch gezielte Maßnahmen und Regelungen Treibhausgasemissionen in diesem Bereich reduziert oder sogar größtenteils vermieden werden. Ansatzpunkte hierfür sind z.B. Flugreisen, bei denen die Notwendigkeit kritisch hinterfragt werden sollte, oder die Nutzung des Pkw anstatt der Bahn. Zudem stellt sich die Frage, ob die Nutzung von Dienstwagen tatsächlich erforderlich ist. Eine Reduzierung der Dienstfahrzeuge sowie die Umstellung auf emissionsarme Antriebe wie Elektrofahrzeuge könnten die Emissionen des Fuhrparks wesentlich reduzieren. Auch die Verlagerung von physischen Reisen hin zu virtuellen Meetings hat einen signifikanten Einfluss auf den CO₂-Ausstoß.

Eine systematische, datengestützte Herangehensweise, die auf kontinuierlicher Evaluierung und Anpassung basiert, ist der Schlüssel zu einer nachhaltigen Mobilitätskultur, die sowohl ökologisch als auch ökonomisch sinnvoll ist. BMM kann insgesamt als ein praxiserprobtes Transformations- oder Change-Werkzeug betrachtet werden, das dabei unterstützt, auch grundlegendere Veränderungen im Bereich betrieblicher Mobilität zu realisieren – insbesondere auch solche, die eine Veränderungen von Verhaltensroutinen umfassen. ●

PROF. DR.-ING. ANDRÉ BRUNS

ist Professor für Mobilitätsmanagement und Verkehrsplanung am Fachbereich Architektur und Bauingenieurwesen der Hochschule RheinMain. Seine Schwerpunkte in Lehre, Forschung und Transfer sind Konzepte für nachhaltige Mobilität an der Schnittstelle zwischen Raum- und Verkehrsplanung sowie Möglichkeiten zur Beeinflussung der Verkehrsnachfrage (Mobilitätsmanagement).

NATHALIE SCHNEIDER

(M.Ed und M.Eng) ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachbereich Architektur und Bauingenieurwesen der Hochschule RheinMain. Ihre Schwerpunkte sind Forschungsprojekte in den Themenfeldern nachhaltige Geschäftsreisen, integrierte Mobilitätskonzepte und Parken im öffentlichen und privaten Raum.



Mobilität und Geschäftsreisen: unverzichtbarer Bestandteil der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Wollen Unternehmen die Anforderungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung erfüllen, sind auch betriebliche Mobilität und insbesondere Geschäftsreisen einzubeziehen. Die Gründe hierfür sind vielschichtig und reichen von der Notwendigkeit einer umfassenderen ökologischen Verantwortung bis hin zu regulatorischen Anforderungen, die durch die Einführung der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) verstärkt wurden.

Von Dieter Brübach

Betriebliche Mobilität und Geschäftsreisen spielen eine wesentliche Rolle in der Klimabilanz eines Unternehmens. Geschäftsreisen, insbesondere mit dem Flugzeug, aber auch mit dem Pkw, tragen erheblich zu den Treibhausgasemissionen bei. Ein Bericht der Europäischen Umweltagentur schätzt, dass die Luftfahrt für etwa 3,5 Prozent der gesamten EU-Treibhausgasemissionen verantwortlich ist – und die Emissionen aus dem Flugverkehr steigen rapide. Daher ist es unerlässlich, dass Unternehmen diesen Aspekt in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung berücksichtigen.

Die European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) hebt in ihrem Entwurf der ESRS von 2023 hervor, dass eine

ganzheitliche Betrachtung der Nachhaltigkeit auch die Berücksichtigung von Emissionen aus Geschäftsreisen und betrieblicher Mobilität umfasst: „Die Treibhausgasemissionen, die durch Geschäftsreisen und andere Formen der betrieblichen Mobilität verursacht werden, sind ein wesentlicher Bestandteil der Gesamtökobilanz eines Unternehmens.“

Regulatorische Anforderungen und ESRS

Die European Sustainability Reporting Standards (ESRS) verlangen von Unternehmen eine umfassende Berichterstattung über ihre Nachhaltigkeitspraktiken, einschließlich der betrieblichen Mobilität. Die ESRS-Bestimmungen beinhalten spezifische Richtlinien für die Erfassung und Berichterstat-



„Die Berichterstattung über die betriebliche Mobilität ermöglicht es den Unternehmen, Transparenz zu schaffen und ihr Engagement für Nachhaltigkeit zu demonstrieren.“

tung von Emissionen, die durch Geschäftsreisen entstehen. Diese Standards wurden entwickelt, um eine einheitliche und transparente Berichterstattung zu gewährleisten und Unternehmen dazu zu bewegen, ihre Umweltauswirkungen zu minimieren.

Stakeholder-Erwartungen und Unternehmensverantwortung

Öffentlichkeit und Stakeholder von Unternehmen – einschließlich Investoren, Kunden und Mitarbeitenden – erwarten zunehmend Transparenz und Verantwortlichkeit in Bezug auf die Umweltauswirkungen. Geschäftsreisen und betriebliche Mobilität sind Bereiche, in denen die Unternehmen oft signifikante ökologische Fußabdrücke hinterlassen, und Stakeholder fordern, dass diese Auswirkungen gemessen und gemindert werden.

„In einer Zeit zunehmender Umweltbewusstheit und Nachfrage nach nachhaltigen Geschäftspraktiken ist die detaillierte Berichterstattung über alle relevanten Emissionsquellen, einschließlich der durch Geschäftsreisen verursachten, von entscheidender Bedeutung“, so die Europäische Kommission 2024 in ihrer Initiative zu den ESRS. Die Berichterstattung über die betriebliche Mobilität ermöglicht es den Unternehmen, Transparenz zu schaffen und ihr Engagement für Nachhaltigkeit zu demonstrieren.

Interne Vorteile und Optimierungspotenziale

Die Erfassung und Berichterstattung von Emissionen aus Geschäftsreisen und betrieblicher Mobilität kann auch intern Vorteile bieten. Unternehmen, die sich dieser Herausforderung stellen, haben die Möglichkeit, ihre betrieblichen Prozesse zu überprüfen und zu optimieren. Durch die Analyse von Reisedaten können beispielsweise unnötige Geschäftsreisen identifiziert und alternative Kommunikationsmethoden wie Videokonferenzen gefördert werden. Zudem tragen diese Analysen und daraus resultierend eine Reduzierung der Geschäftsreisen und die Förderung nachhaltiger Alternativen dazu bei, nicht nur die Umweltbilanz zu verbessern, sondern auch betriebliche Effizienzgewinne zu erzielen.

Wettbewerbsfähigkeit und Markenwert

In einem zunehmend wettbewerbsorientierten Marktumfeld kann die Berichterstattung über nachhaltige Praktiken einschließlich der betrieblichen Mobilität auch die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens stärken. Unternehmen, die ihre Emissionen aktiv managen und darüber berichten, positionieren sich als verantwortungsbewusste Akteure und können sich von Wettbewerbern abheben, die dies nicht tun. Eine klare und transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung kann das Vertrauen der Stakeholder stärken und den Markenwert erhöhen.

Die Europäische Kommission betont, dass „eine umfassende Nachhaltigkeitsberichterstattung, die alle relevanten Bereiche einschließlich der Geschäftsreisen abdeckt, nicht nur zur Erfüllung gesetzlicher Anforderungen beiträgt, sondern auch als Wettbewerbsvorteil in einem zunehmend umweltbewussten Markt dienen kann“.

Fazit

Unternehmen müssen im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung auch über die betriebliche Mobilität, insbesondere die Geschäftsreisen, berichten, um sowohl den regulatorischen Anforderungen der ESRS als auch den Erwartungen ihrer Stakeholder gerecht zu werden. Die Einbeziehung dieses Aspekts bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Umweltauswirkungen zu reduzieren, interne Prozesse zu optimieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. In einer Zeit zunehmender regulatorischer Anforderungen und öffentlicher Aufmerksamkeit für Nachhaltigkeit ist dies ein unverzichtbarer Bestandteil einer umfassenden und glaubwürdigen Nachhaltigkeitsstrategie. ●

DIETER BRÜBACH,

Diplom-Betriebswirt, seit 1989 bei BAUM e.V., seit Mai 2009 Mitglied des Vorstands, aktuell stellvertretender Vorsitzender. Themen u.a.: Klimaschutz, nachhaltige Mobilität, betriebliches Mobilitätsmanagement, Geschäftsreisen, SDGs, Mitarbeitermotivation zu Nachhaltigkeit.



Von Best Practices lernen

Das Projektteam von CO₂meet hat Interviews in Unternehmen geführt, die ihre Geschäftsreisepraxis bereits nachhaltig ausrichten. Die Fallstudien, die sich daraus ergeben haben, beleuchten Erfolge, Hürden und Learnings. Sie können anderen Unternehmen als Anregung und Hilfestellung dienen, um die eigene Geschäftsreisepraxis auf den Prüfstand zu stellen und langfristig klimafreundlicher zu gestalten.

Vier Best Practices stellen wir hier kurz vor. Die detaillierten Fallstudien finden Sie unter www.co2meet.de/praxisbeispiele



greenstorming

Unter dem Leitbild der Nachhaltigkeit berät, konzipiert und realisiert das Team von greenstorming unterschiedliche Veranstaltungsformate, ob im digitalen Raum, in Präsenz oder auch als hybride Veranstaltung.

greenstorming ist eine Agentur für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement; die Reisetätigkeit der Mitarbeitenden resultiert hauptsächlich aus Besuchen bei Kund:innen und Reisen zur Projektorganisation und -durchführung. Auch die Teilnahme an Veranstaltungen und Fortbildungen ist regelmäßiger Reisegrund.

greenstorming hat bestimmte Kriterien festgelegt, die bei der Planung einer Geschäftsreise berücksichtigt werden müssen. So sollen Ziele innerhalb Europas möglichst mit dem Zug erreicht werden, und es gibt eine Guideline zur Wahl der Unterkunft. Außerdem werden Anreize für ein klimafreundlicheres Verhalten der Mitarbeitenden auf Geschäftsreisen (und darüber hinaus) gesetzt.

„Man muss das große Ganze im Blick behalten und gleichzeitig den Spaß daran nicht verlieren, obwohl es so ein ernstes Thema ist.“

*Cornelia Wiemeyer
Geschäftsführerin,
greenstorming*

Service für Sie

Die Projektwebsite www.co2meet.de gibt Ihnen vielfältige Hilfestellungen zur klimafreundlichen Gestaltung Ihrer Geschäftsreisepraxis:

- » einen 44-seitigen **Leitfaden** (PDF zum Download)
- » einen **Maßnahmenkatalog**, aus dem Sie die Maßnahmen aussuchen können, die für Ihr Unternehmen passen
- » **Formulierungsempfehlungen** für Ihre nachhaltige Reiserichtlinie
- » **Tools** für klimafreundliche Geschäftsreisen, aber auch für digitale Meetings und Events, denn nicht alle Geschäftsreisen sind wirklich notwendig

Darüber hinaus bietet das Projektteam **kostenlos Beratungen** und Umsetzungsbegleitung an.
Kontakt: info@co2meet.de



MSD Sharp & Dohme GmbH

MSD Sharp & Dohme ist die deutsche Vertriebsniederlassung des weltweiten biopharmazeutischen Unternehmens MSD. Seit über 130 Jahren setzt sich MSD für medizinischen Fortschritt ein.

Durch die Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks wurden unter anderem Geschäftsreisen als ein Hauptemissionstreiber identifiziert. Aufgrund dessen wurden verschiedene Maßnahmen implementiert, um die Treibhausgasemissionen zu senken. So wurde zum Beispiel eine Zug-statt-Flug-Challenge ins Leben gerufen, die von ambitionierten Botschafter:innen kommunikativ begleitet wurde.

„Es ist wichtig zu überlegen, wo man wirklich einen Impact haben kann. Du wirst nicht fertig, wenn du versuchst bei allen Punkten deines CO₂-Fußabdrucks gleichzeitig anzusetzen. Halbherzige Maßnahmen führen nicht zum Ziel.“

Verena Menrad,
Manager Corporate Sustainability,
MSD Sharp & Dohme GmbH



Prior1 GmbH

Die Prior1 GmbH bietet ganzheitliche Lösungen für Rechenzentren und ist auf deren Planung, Bau, Ausstattung und Betrieb spezialisiert. Das Team zählt heute um die 80 Mitarbeiter:innen.

Prior1 ist davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit eine zentrale ökonomische wie ökologische Grundvoraussetzung ist, um langfristigen Erfolg zu sichern. Das Unternehmen besitzt ein ganzheitliches Mobilitätskonzept und die Geschäftsführung lebt eine klimafreundliche Geschäftsreisepraxis vor. Beispiele für Anreize, die die Prior1 setzt, sind Prämien fürs Zufahren oder auch finanzielle Anreize zur Wahl kleinerer oder sogar keiner Dienstwagen. Das Mobilitätskonzept der Prior1 ist online auf der Unternehmenswebsite einsehbar.

„Je kleiner ein Auto, umso besser. [...] Das Verkehrsmittel der Wahl sollte eigentlich die Bahn sein.“

Stefan Maier,
Geschäftsführer,
Prior1 GmbH

Scout24 SE

Scout24 ist ein führendes deutsches Digitalunternehmen. Mit dem digitalen Marktplatz ImmoScout24 für Wohn- und Gewerbeimmobilien bringt das Unternehmen seit rund 25 Jahren erfolgreich Eigentümer:innen, Makler:innen sowie Mieter:innen und Käufer:innen zusammen. Standorte des Unternehmens sind München, Berlin, Hamburg, Köln und Wien (ganz neu auch Bad Neuenahr-Ahrweiler).

Scout24 hat als Teil seiner Klimastrategie eine neue, ganzheitliche und nachhaltige Mobilitätsrichtlinie entwickelt, die Mitte 2021 eingeführt wurde. In dieser werden innerdeutsche Flugreisen beschränkt und die Bahn als Verkehrsmittel bei Geschäftsreisen priorisiert. Unter bestimmten Voraussetzungen dürfen die Mitarbeitenden erster Klasse reisen.

„Es ist wirklich so, dass der Fokus von: ‚Ich will aber unbedingt fliegen‘ zu: ‚Ich fahre Bahn, da kann ich arbeiten‘ umgeschwenkt ist.“

Maria Forst,
Travel Managerin,
Scout24 SE



Psychologie der Geschäftsreisen: Was Mitarbeitende bei der Wahl klimafreundlicher Verkehrsmittel wirklich bremst



Trotz des weitverbreiteten Wissens rund um die Klimakrise bleibt klimafreundliches Handeln bei Geschäftsreisen nach wie vor häufig aus. Grund dafür sind sechs zentrale psychologische Barrieren die bei der Wahl klimafreundlicher Verkehrsmittel für Geschäftsreisen immer wieder im Wege stehen.

Von Fabian Hirt

„Mit der Bahn zum Kunden fahren? Das ist für mich keine Option.“ Sätze wie diese fallen auch im Jahr 2025 noch häufig in Unternehmen in ganz Deutschland. Denn auch wenn die Option besteht, für Geschäftsreisen klimafreundlichere Verkehrsmittel wie den Zug zu wählen, heißt das noch lange nicht, dass Mitarbeitende diese Option auch nutzen. Doch warum ist das so? Was hält Mitarbeitende davon ab, beispielsweise die Bahn statt des Flugzeugs zu wählen? Antworten darauf liefert ein Blick in die Welt der Psychologie. Sechs zentrale psychologische Barrieren stehen Mitarbeitenden bei der Wahl klimafreundlicher Verkehrsmittel im Weg.

Barriere 1: Fehlendes Handlungs- und Effektivitätswissen
Wissen zu haben über die Folgen der Klimakrise reicht allein nicht aus, damit man sich als Mitarbeiter:in für klimafreundliche Verkehrsmittel entscheidet. Denn neben dem Problemwissen ist auch relevant, zu wissen, wie wirkungsvoll bestimmte Verhaltensweisen sind und welche konkreten Alternativen es gibt.

Für die Praxis bedeutet das:

- » Mitarbeitenden Effektivitätswissen vermitteln
 - » Mitarbeitenden Handlungswissen vermitteln
- Allerdings sind wir Menschen alles andere als durch und durch rational handelnde Wesen. Deswegen reichen (neue) Informationen allein nicht aus, wie die folgenden Barrieren verdeutlichen.

Barriere 2: Kognitive Dissonanz

Unter kognitiver Dissonanz wird ein Zustand verstanden, bei dem unsere Kognitionen (u.a. Einstellungen, Wünsche und Werte) nicht mit dem gezeigten Verhalten übereinstimmen. Bei der Verkehrsmittelwahl kann dies sehr leicht auftreten – beispielsweise, wenn eine Mitarbeiter:in klimafreundliche Einstellungen hat, sie aber trotzdem wöchentlich das Flugzeug nutzt. Dieser Zustand löst ein unangenehmes Gefühl aus, das wir Menschen am liebsten schnell wieder loswerden möchten. Hierfür haben wir verschiedene Strategien parat: Wir können entweder an unseren Kognitionen ansetzen („Klimaschutz ist mir in diesem Moment doch nicht so wichtig.“). Oder wir setzen an unserem Verhalten an und bringen es in Einklang mit unseren Kognitionen. Letzteres kostet Mitarbeitende allerdings mehr Energie, als einfach die eigenen Kognitionen anzupassen.

Wie kann es trotzdem gelingen, dass Mitarbeitende eher ihr Verhalten und nicht ihre Einstellung ändern? Hierfür ist entscheidend, dass das Verhalten für sie so leicht wie möglich umsetzbar ist.

Wir empfehlen daher:

- » strukturelle Hürden identifizieren, die die Wahl von klimafreundlichen Verkehrsmitteln erschweren (z.B. komplizierter Buchungsprozess für Bahnfahrten)
- » die erkannten Hürden gezielt abbauen

Barriere 3: Emotionen

Was fühlen wir, wenn bzw. während wir ein bestimmtes Verkehrsmittel nutzen? Die Antwort auf diese Frage hat ebenfalls einen großen Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl. Denn wenn beispielsweise die Nutzung der Bahn Emotionen wie Wut oder Enttäuschung auslöst, dann wird bei zukünftigen Reisen eher auf die Wahl dieses Verkehrsmittels verzichtet, wie eine Studie an der Edinburgh Napier University gezeigt hat.

Das Ziel ist somit, bei Mitarbeitenden mehr angenehme Emotionen im Zusammenhang mit klimafreundlichen Verkehrsmitteln hervorzurufen.

Dazu kann beitragen:

- » positives Feedback und Prämien für Mitarbeitende, die klimafreundliche Verkehrsmittel nutzen
- » die Reise so angenehm wie möglich gestalten (z.B. durch ein nutzungsfreundliches Buchungssystem oder Zug-Reisen in der ersten Klasse als Standard)

Barriere 4: Soziale Norm

Es ist belegt, dass auch Freund:innen, Familie oder Arbeitskolleg:innen unsere Verkehrsmittelwahl stark beeinflussen. Denn es ist uns Menschen wichtig, dass die sozialen Gruppen, denen wir uns zugehörig fühlen, unser gezeigtes Verhalten akzeptieren. Dafür beobachten wir, was etablierte Verhaltensweisen in bestimmten Situationen (sog. soziale Normen) sind. An ihnen orientieren wir stark unser eigenes Verhalten.

Wenn Mitarbeitende also den Eindruck haben, dass es innerhalb der Organisation die soziale Norm ist, das Auto oder das Flugzeug für Geschäftsreisen zu nutzen, dann wirkt sich das auch auf ihr eigenes Verhalten aus. Umgekehrt können soziale Normen eine treibende Kraft für Verhaltensänderungen sein, wenn klimafreundliche Optionen von Mitarbeitenden als „neuer Standard“ wahrgenommen werden.

Deswegen sollten Organisationen:

- » klimafreundliche soziale Normen innerhalb der Organisation betonen (z.B. kommunizieren, dass mehr und mehr Mitarbeitende die Bahn nutzen)
- » Botschafter:innen einsetzen (Einzelne Personen, die viel Glaubwürdigkeit innerhalb der Organisation genießen, können mit ihrem Verhalten einen starken Einfluss auf die soziale Norm haben.)

Barriere 5: Selbstwertschutz

Wir Menschen streben danach, unseren Selbstwert zu schützen. Schließlich wollen wir morgens in den Spiegel schauen und denken: „Ich bin ein guter Mensch.“ Allerdings kann unser Selbstwert auch leicht ins Wanken geraten – und zwar konkret dann, wenn unsere drei psychologischen Grundbedürfnisse (Autonomie, Kompetenz und soziale Verbundenheit) angegriffen werden.

Genau das kann allerdings leicht passieren, wenn beispielsweise mit erhobenem Zeigefinger innerhalb der Organisation kommuniziert wird, wie sich Mitarbeitende beim Thema klimafreundliche Geschäftsreisen verhalten sollen. Die Folge? Mitarbeitende aktivieren verschiedene Strategien, um den eigenen Selbstwert aufrechtzuerhalten. So gewichten sie beispielsweise Informationen, die den eigenen Selbstwert schützen, stärker. Oder sie suchen gezielt nach Informationen, die für den eigenen Standpunkt sprechen. Anstatt das Verhalten zu ändern, steht somit der Schutz des eigenen Selbstwerts im Vordergrund.

Wie können wir verhindern, dass Selbstwertschutz-Strategien aktiviert werden? Zentral hierfür ist, die psychologischen Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz und soziale Verbundenheit der Mitarbeitenden zu schützen bzw. möglichst stark zu befriedigen.

Hilfreich ist dafür:

- » transparente Kommunikation: erklären, warum neue Reise Richtlinien eingeführt werden und welchem Zweck sie dienen
- » Dialog- und Beteiligungsformate: Mitarbeitenden ermöglichen, ihre Meinungen und Sorgen (z.B. bzgl. Reise Richtlinien) zu äußern und an Entscheidungsprozessen teilzuhaben

Barriere 6: Gewohnheiten

Gewohnheiten zu ändern, ist eine große Herausforderung – ob beim Sport, bei der Ernährung oder eben der Verkehrsmittelwahl. Ist es erst einmal zur Gewohnheit geworden, primär das Auto zu nutzen, läuft die Wahl des Verkehrsmittels per Autopilot ab.

Das kann getan werden, damit Mitarbeitende alte Gewohnheiten aufbrechen:

- » Team-Challenges durchführen (z.B. welche Abteilung pro Quartal den geringsten Anteil an Flugreisen erreicht)
- » Erinnerungen, positives Feedback und Prämien für Mitarbeitende einführen, die dabei sind, ihre Gewohnheiten zu verändern

Wenn Sie sich psychologisches und kommunikatives Grundlagenwissen aneignen möchten, um Ihrem Engagement für Klimaschutz und den Erhalt der Biodiversität mehr Nachdruck zu verleihen, finden Sie in der Akademie auf der digitalen Plattform von BAUM geeignete E-Learnings von ClimateMind: app.baumev.de/academy.

FABIAN HIRT

ist Klimapsychologe und als Trainer, Berater und Keynote-Speaker bei ClimateMind tätig, der ersten Akademie und Agentur rund um Umwelt- und Klimapsychologie in Europa. In den letzten Jahren hat er bereits mehr als 1.500 Führungspersönlichkeiten in ihren Nachhaltigkeitskompetenzen weitergebildet. <https://climatemind.de>



JA, ABER



Christoph Herzog
ist Chefredakteur von Haufe Sustainability,
dem Portal für nachhaltige Unternehmens-
führung. www.haufe.de/sustainability

Vorsicht an der Bahnsteigkante!

„Der Anschlusszug verspätet sich, weil der Lokführer mit einem verspäteten Zug kommt.“
Ach, wie schön. Heute geht's auf Dienstreise mit der Bahn, dem erhabensten aller Verkehrsmittel. Sicher, mit dem Fahrrad ginge es luftiger, mit der privaten Propellermaschine schneller. Aber nur eine Bahnfahrt lässt den Reisenden schauern und erhebt ihn zugleich über seine irdischen Schranken, indem er das Schauern überwindet. Das Erhabene ist „eine Zusammensetzung von Wehsein... und von Frohsein“, wusste schon Schiller. Ob er dabei an den ICE 698 nach Weimar dachte?

Was wäre eine Bahnfahrt ohne das prickelnde Gefühl der Ungewissheit? Wird der Zug pünktlich sein? Wird es überhaupt einen Zug geben? Diese Fragen verleihen der Dienstreise eine Spannung, die kein Hollywood-Thriller bieten kann. Abgesehen natürlich von Hitchcocks Klassiker „Der Fremde im Zug“. Zugegeben, manchmal braucht man Nerven wie gestohlene Erdungskabel. Dann lehrt uns die Bahn Geduld und Gelassenheit.

Doch irgendwann ist man dann am Ziel, erschöpft, aber glücklich. Denn man weiß, dass man nicht nur eine Geschäftsreise hinter sich hat, sondern auch eine Reise zu sich selbst. Eine Reise, die einem zeigt, dass man mehr aushalten kann, als man je für möglich gehalten hätte. Und dass man, trotz aller Widrigkeiten, immer wieder bereit ist, klimafreundlich zu reisen. Doch vergessen wir dabei eins nicht: „Vom Erhabenen zum Lächerlichen ist es nur ein Schritt“ – und wagemutige Bahnreisende sind keine besseren Menschen.

BAUM aktiv mitgestalten

Bei BAUM gibt es zwei Formen der Mitgliedschaft: die Fördermitgliedschaft und die stimmberechtigte Mitgliedschaft. Letztere ermöglicht Unternehmen, die Entwicklung von BAUM aktiv mitzugestalten.

Von Yvonne Zwick

Welche Mitgliedschaft für Sie die richtige ist? Das kommt auf die Compliance-Regeln Ihres Unternehmens, Ihr Selbstverständnis und Ihr Interesse an. Bestimmen Sie den Grad der Interaktion selbst! Der Mitgliedsbeitrag ist für beide Mitgliedschaftsformen identisch. Viele Unternehmen möchten unsere Arbeit per Förderbeitrag unterstützen; sie profitieren von allen Vorteilen und uneingeschränktem Zugang zum Netzwerk. Ins Agenda-Setting gehen wir zum Beispiel auch über strategische Sponsoring-Partnerschaften, die unseren Mitgliedern tiefgreifende fachliche Mitarbeit ermöglichen – gegebenenfalls auch punktuell, projektbezogen.

Ordentliche, stimmberechtigte Mitgliedschaft

Möchten Sie die strategische Entwicklung des Verbands, die Besetzung von Gremien und die politische Positionierung mitgestalten sowie Einblick in und Mitverantwortung für die finanzielle Lage haben? Scheuen Sie den zusätzlichen Termin der digitalen Mitgliederversammlung nicht? Dann werden Sie ordentliches, stimmberechtigtes Mitglied. Signalisieren Sie uns Ihr Interesse an der ordentlichen Mitgliedschaft gerne per E-Mail an vorstand@baumev.de. Die formelle Aufnahme als ordentliches Mitglied erfolgt bei der nächsten Mitgliederversammlung.

BAUM-Kodex und BAUM-Logo

Die Unterzeichnung des BAUM-Kodex für nachhaltiges Wirtschaften legen wir exklusiv unseren ordentlichen Mitgliedsunternehmen ans Herz. Durch die freiwillige Unterzeichnung des Kodex verpflichten sich Unternehmen zu besonderem Engagement für nachhaltiges Wirtschaften in ihren Geschäftsbeziehungen und regelmäßiger Berichterstattung über Fortschritte. Ihr Engagement fußt auf den globalen Nachhaltigkeitszielen und dem Pariser Klimaschutzabkommen – den stilprägenden Referenzrahmen unserer Satzung. Erst nach Unterzeichnung des Kodex dürfen Unternehmen im Rahmen der Unternehmenskommunikation auf ihre Mitgliedschaft bei BAUM hinweisen und das BAUM-Logo verwenden.

Mitgliedsbeiträge

Der jährliche Mitgliedsbeitrag ist für beide Mitgliedschaftsformen identisch. Die Beitragshöhe ergibt sich aus der Zahl der Mitarbeitenden unter Mitberücksichtigung der verbundenen Unternehmen i.S.v §15 AktG. Je nach Selbsteinschätzung freuen wir uns natürlich über Abweichungen nach oben – sie werden als Wertschätzung für die Qualität unserer Arbeit gewertet und sind uns Ansporn, immer noch ein bisschen besser zu werden! Details zur Beitragshöhe sowie zu Ermäßigungen für gemeinnützige Unternehmen, Vereine, wissenschaftliche Einrichtungen u.a. finden Sie unter www.baumev.de/Mitglied_werden. Zum 1.7.2025 passen wir unsere Beitragsordnung übrigens an. Für Bestandsmitglieder, die bis zum 30.6.2025 eingetreten sind, gelten die neuen Beiträge erst ab dem 1.1.2026. Es ist also genau der richtige Zeitpunkt, sich jetzt einen Ruck zu geben!

YVONNE ZWICK ist Vorsitzende von BAUM e.V.



NACHRICHTEN

Nachhaltigkeit praxisnah an Nachwuchskräfte vermitteln

Sie möchten Nachhaltigkeit in Unternehmen fördern und Nachwuchskräfte aktiv in die soziale und ökologische Transformation einbinden? Mit dem Train-the-Trainer-Programm SDG-Scouts® werden Sie dazu befähigt, die langjährig erprobte und preisgekrönte Workshop-Reihe selbstständig durchzuführen und Auszubildende und Nachwuchskräfte zu betrieblichen Nachhaltigkeits-Multiplikator:innen zu schulen. Ein pädagogischer Hintergrund oder Erfahrungen in der Wissensvermittlung sind Voraussetzung. Informationen zur Jahreslizenzgebühr und weitere Konditionen unter www.sdg-scouts.de



Entwicklung von Biodiversität und Dauerwaldstrukturen

BAUM unterstützt die Entwicklung von klimastabilen Mischwäldern in Deutschland durch passgenaue Konzepte für ein klimawandelangepasstes Waldmanagement, das dank finanzieller Unterstützung durch Unternehmen erst möglich wird. Das Beratungsangebot richtet sich an Anbieter von Waldklimaprojekten, Unternehmen mit Waldbesitz, Unternehmen, die sich für Dauerwälder engagieren wollen, sowie an Waldbesitzende. Kontakt: rainer.kant@baumev.de

TNFD Consultation Group

Das Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V. (FNG) und BAUM e.V. haben die deutsche TNFD Consultation Group ins Leben gerufen. Rund 120 Interessierte aus Wirtschaft, Finanzen, Handel und Wissenschaft nahmen am 4. Dezember 2024 an der Auftaktveranstaltung im Bundesumweltministerium teil. Um einen Austausch zwischen den wichtigsten Akteur:innen aus der Natur- und Unternehmenslandschaft zu ermöglichen, wird es eine Reihe von Veranstaltungen geben – sowohl bei offener als auch geschlossener Tür –, die die Grundlage für die deutsche TNFD-Beratungsgruppe bilden. www.baumev.de/TNFD

Besuchen Sie uns auch im Internet!

Auf www.baumev.de finden Sie aktuelle Nachrichten und auf app.baumev.de/events-view unseren Veranstaltungskalender mit Veranstaltungshinweisen von BAUM und aus der Mitgliedschaft.

VERANSTALTUNGS- VORSCHAU

„Earth For All“-Salon

03.04.2025, 16:00-19:00 Uhr, Düsseldorf

Der neue Bericht des Club of Rome „Earth for All – Deutschland“ zeigt, dass eine nachhaltige, gerechte und lebenswerte Zukunft noch möglich ist. Fünf zentrale Kehrtwenden sind dafür notwendig: Armutswende, Ungleichheitswende, Empowermentwende, Ernährungswende, Energiewende. Über die Inhalte von „Earth for All – Deutschland“ und die mögliche Umsetzung durch motivierte Akteur:innen möchten wir mit Ihnen diskutieren.

Fit4ESRS E1: Der Klimastandard – Wissen, Methodik, Umsetzung

04.04.2025, 09:00-12:30 Uhr, online

Die achttägige Schulungsreihe (April – Oktober 2025) vermittelt praxisnahes Wissen und Methoden, um nach den Anforderungen des European Sustainability Reporting Standard (ESRS) E1 zu Klimaschutz und Klimawandel zu berichten. Zielgruppe: berichtspflichtige Unternehmen, die ihren ersten ESRS E1-Bericht gemäß CSRD pragmatisch umsetzen möchten. Insbesondere angesprochen sind Fachkräfte aus den Bereichen Nachhaltigkeits- & Klimamanagement, Finanzen & Controlling, Risikomanagement sowie F&E.

NEUE MITGLIEDER

accurate GmbH, Hamburg | Berliner Institut für Governance & Leadership e.V., Berlin | BHH Sozialkontor gGmbH, Hamburg | CaseWare Germany GmbH, Düsseldorf | CircularSkills GmbH, Titisee | ClimateMind, Berlin | Das macht Schule gemeinnützige GmbH, Hamburg | Equalworks GmbH, Hannover | Erlebnisbauernhof Gertrudenhof GmbH, Hürth-Hermülheim | FUNKE Mediengruppe GmbH & Co KGaA, Essen | green account GmbH, Bielefeld | Heuchert Sustain Advice, Frankfurt a.M. | OXO Earth Technologies UG (haftungsbeschränkt), Erding | RehaZentren Baden-Württemberg gGmbH der Deutschen Rentenversicherung, Stuttgart | Sandstorm Media GmbH, Dresden | Textulting GmbH, Chemnitz | Tierärztliche Praxis für Kleintiere Scharnhorst GmbH, Dortmund | Tourismus+Congress GmbH Frankfurt Convention Bureau, Frankfurt a.M. | TRASH GALORE GbR, Leipzig | Tree.ly Deutschland GmbH, Berlin

Stand zum Redaktionsschluss am 03.02.2025





ESG/CSRD als unternehmerischer Mehrwert

3con Management Consultants begleitet seit über 20 Jahren Konzerne und mittelständische Unternehmen bei Transformationsprozessen. Neben unserer Expertise in Operational Excellence entwickeln wir zukunftsfähige Lösungen im Bereich nachhaltiger und digitaler Transformation. Für unsere Branchenkenntnis und Umsetzungskompetenz wurden wir 2024 als Hidden Champion der Prozessindustrie ausgezeichnet. www.3con-consultants.de



We guide you through sustainability

VERSO ist Sustainability-Software-Pionier und Full-Service-Anbieter für die Nachhaltige Transformation im Mittelstand. Mit 100 Prozent CSRD-konformer ESG-Software sowie strategischer Beratung und Services für Nachhaltigkeits- und Lieferkettenmanagement, Berichterstattung und Klimabilanzierung unterstützen wir Sie, regulatorische Vorgaben einzuhalten und Business Impact zu schaffen. verso.de



Mit Tradition nachhaltig VerPackt

Die VP Group als eine nachhaltig ausgerichtete Unternehmensgruppe aus dem Verpackungssektor stellt sich aktiv den Herausforderungen, konkrete Schritte auf dem Weg zur Net-Zero-Strategie zu erarbeiten. Mit dem Ziel der absoluten Reduktion von CO₂-Emissionen ist man in 2024 der international renommierten Science Based Targets Initiative beigetreten. So möchten wir unsere Vorreiterrolle weiter ausbauen und einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten. www.vp-group.de



Taking Care of Tomorrow

LEITZ ACCO Brands GmbH & Co. KG setzt auf Nachhaltigkeit mit innovativen, langlebigen Produkten und umweltfreundlichen Prozessen. Als Innovationsführer gestalten wir den Wandel der Arbeitswelt und legen dabei einen starken Fokus auf Emissionsreduzierungen. Unsere starken Marken stehen für verantwortungsvolle Lösungen. EcoVadis zählt uns zu den besten 25 Prozent der für uns definierten Branche. www.accobrand.com/our-company/europe



70 Jahre Musikhaus Thomann – seit 1954 ein Familienunternehmen.

Als weltgrößter Versender für Musikinstrumente, Licht- und Ton-Equipment wird Thomann seit 1954 seiner ökologischen, sozialen und ökonomischen Verantwortung gerecht. Uns, als Familienunternehmen mit rund 1800 Mitarbeitenden, ist der nachhaltige Umgang mit Ressourcen sehr wichtig. BAUM e.V. unterstützt uns dabei, Nachhaltigkeit noch stärker im Unternehmen zu integrieren – für eine wirtschaftlich sichere Zukunft, für die Natur und für die Menschen. www.thomann.de



Wir schützen Leben weltweit

Die Schülke & Mayr GmbH ist bereits seit 135 Jahren weltweit führend auf dem Gebiet der Infektionsprävention und -behandlung. Mit einem breiten Portfolio an hochwertigen und innovativen Produkten, Know-how und zuverlässigen Dienstleistungen bietet schülke in den vier strategischen Geschäftsfeldern Healthcare, Over the Counter (OTC), Life Sciences und Direct Patient Care ganzheitliche Konzepte zur Infektionsprävention und -behandlung. www.schuelke.com



BAUM Insights ist ein Medienangebot von BAUM e. V. in Kooperation mit dem Magazin **forum Nachhaltig Wirtschaften**

Als Netzwerk setzt sich BAUM dafür ein, *das* zentrale Thema voranzubringen: eine lebenswerte Zukunft durch nachhaltiges Wirtschaften. Der 1984 gegründete Verband ist heute mit gut 860 Mitgliedern eine starke Stimme nachhaltig wirtschaftender Unternehmen und eine treibende Kraft für nachhaltige Entwicklung in Europa. BAUM unterstützt seine Mitglieder beim Aufbau und bei der Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsstrategien und vernetzt Akteur:innen aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Medien und Verbänden.

Sie möchten mehr über BAUM erfahren?

Informieren Sie sich auf www.baumev.de und app.baumev.de oder folgen Sie uns auf LinkedIn

Sie möchten Mitglied in unserem Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften werden?

Informationen und Beitrittserklärung finden Sie unter www.baumev.de/Mitglied werden

Sie haben noch Fragen?

Wir freuen uns, wenn Sie Kontakt zu uns aufnehmen:
Tel. +49 (0)40 / 49 07 11 00, vorstand@baumev.de

Für die nächsten Ausgaben sind folgende Themen geplant:



Bauen im Klimawandel
ET 1. Juni 2025



KI und Nachhaltigkeit
ET 1. September 2025

Auch als E-Paper plus Online-Veröffentlichung auf www.baumev.de und www.forum-csr.net

Impressum

Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (BAUM) e.V.
Osterstraße 58
20259 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 - 49 07 11 00
E-Mail: redaktion@baumev.de
www.baumev.de

Vertreten durch den Vorstand:

Yvonne Zwick (Vorsitzende),
Dieter Brübach (stv. Vorsitzender),
Martin Oldeland (stv. Vorsitzender)

Vereinsregisternr.: VR 11468 Amtsgericht Hamburg
Ust.-IdNr.: DE 118713439

Herausgeber: ALTOP Verlag GmbH in Kooperation mit BAUM e.V.
Objektleitung: Edda Langenmayr, e.langenmayr@forum-csr.net,
Telefon +49 (0)89 - 7 25 88 23

Anzeigenbetreuung: forum Büro Nord, Dagmar Hermann,
Lasbeker Str. 9, 22967 Tremsbüttel, Telefon +49 (0)4532 - 2 14 02

Layout und Satz: Dagmar Rogge
Erscheinungsweise: vierteljährlich
Printed in Germany 2025

Für die redaktionellen Beiträge von Unternehmen sowie die Best-Practice-Beispiele sind die Unternehmen selbst verantwortlich.

