

Wandel gestalten: Mit Herz, Kopf und Hand

Frank Braun, FAIRbinden
Vorstand Transition Netzwerk e.V.
München, 09.11.23



Hand



Kopf



Herz





Eine Wirtschaft –
Ökonomisch,
ökologisch und sozial
ist keine Fiktion

These 2:

Wirtschaft, wie wir sie derzeit meist vorleben hat gravierende negative Nebeneffekte, die wir nicht mehr länger ignorieren können



*„Unser System ist so starr,
Vielleicht muss es erst
einmal sterben, ehe das neue
entstehen kann“*

Zitat eines Geschäftsführers bei
einem kirchlichen Träger

Der Rahmen ist längst gesetzt

Global

- **1948: Allgemeine Erklärung der Menschenrechte**
- **1972: Grenzen des Wachstums**
- **1992: Agenda 21**
- **2000: Millenium Development Goals**
- **2015: Agenda 2030 - Sustainable Development Goals**

National

- **Angepasste Vergaberichtlinien**
- **Lieferkettengesetz**
- **Berichterstattungsrichtlinien**
- **Zertifizierungen und Siegel**
- **.....**

13.11.23



Jeder Tag ist eine Chance ... Mach den **kleinen** Unterschied!

Sein – innere Verbundenheit: Innerer Kompass, Integrität und Authentizität, Offenheit und Lernbereitschaft, Selbstwahrnehmung, Präsenz

Denken - Kognitive Fertigkeiten: Kritisches Denken, Komplexitätsbewusstsein, perspektivisches Denken, Sinnfindung, langfristige Orientierung und Visionen

Beziehungen - Fürsorge für andere und die Welt: Wertschätzung, Verbundenheit, Bescheidenheit, Empathie und Mitgefühl

Zusammenarbeiten - Soziale Fähigkeiten: Kommunikationsfähigkeit, Mitgestaltungsfähigkeit, inklusive Denkweise und interkulturelle Kompetenz, Vertrauen, Mobilisierungsfähigkeit

Handeln - Wandel vorantreiben:
Mut, Kreativität, Optimismus, Beharrlichkeit

Quelle: <https://www.innerdevelopmentgoals.org/framework>



Herz: Welche Arbeitskultur leben wir in unserer Organisation?



These 4

Wir haben keine Wissenslücke sondern eine Umsetzungslücke



*Wir sollten aufhören Boote zu bauen
und stattdessen endlich lossegeln!*

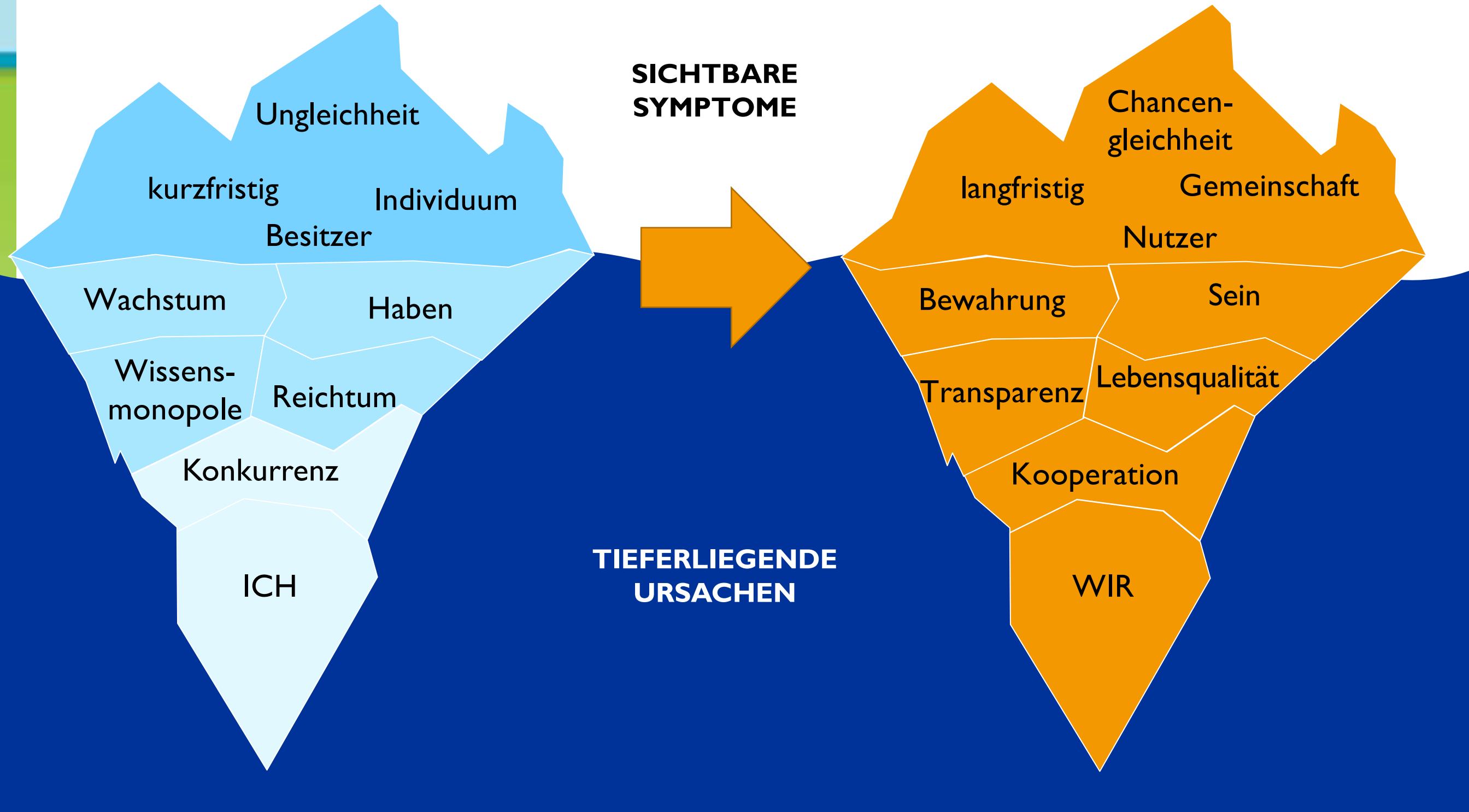
Unternehmertum neu denken braucht Mut

Man entdeckt keine neuen Erdteile, ohne den Mut zu haben, alte Küsten aus den Augen zu verlieren

André Gide



Wirtschaft anders denken und leben



Kultur des Wandels

Westliche Gesellschaft: Dominante Kultur vs. Kultur der Nachhaltigkeit

<i>Heute dominante Kultur</i>	<i>Kultur der Nachhaltigkeit</i>
Selbstreferentielle Modelle wichtiger als die Wirklichkeit	Erfahrung, Umweltwahrnehmung und Umweltkommunikation sind wichtiger als Modelle und Weltbilder
Quantität	Qualität
Monodimensional	Multidimensional, systemisch
Industrielle Zeit, Beschleunigung	Biologische Zeit (s. Reproduktionsrhythmus der erneuerbaren Ressourcen), Entschleunigung
Funktionalisierung, Ordnung, Kontrolle	Kreativität, Lernen, Dynamik, Kommunikation
Globalisierte Monokultur, Standardisierung	Kulturvielfalt, Toleranz, Kommunikation unter Autonomien
Assimilation	Integration
Weitere Werte: Geld, Macht, Gewalt, Leistung, Wettbewerb, Besitzen, Wachstum	Weitere Werte: Gerechtigkeit, Sexualität, Emotionen, Kooperation, Nutzen, Gleichgewicht

Quelle:

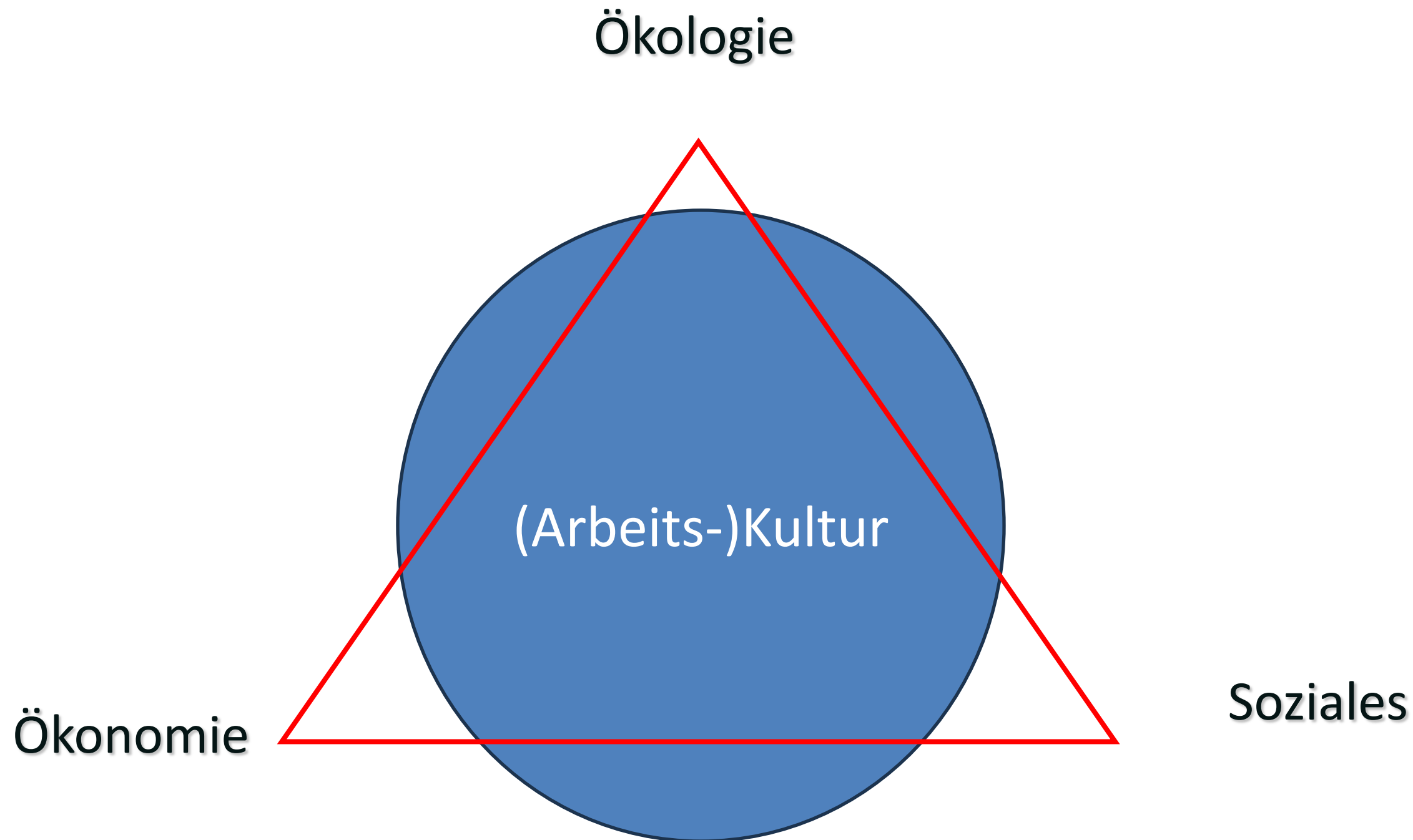
https://davidebrocchi.eu/wp-content/uploads/2013/08/2007_dimension_nachhaltigkeit.pdf

13.11.23



Jeder Tag ist eine Chance ... Mach den kleinen Unterschied!

Nachhaltigkeit – die 4. Dimension



Was hindert uns? 1 Minute Stille





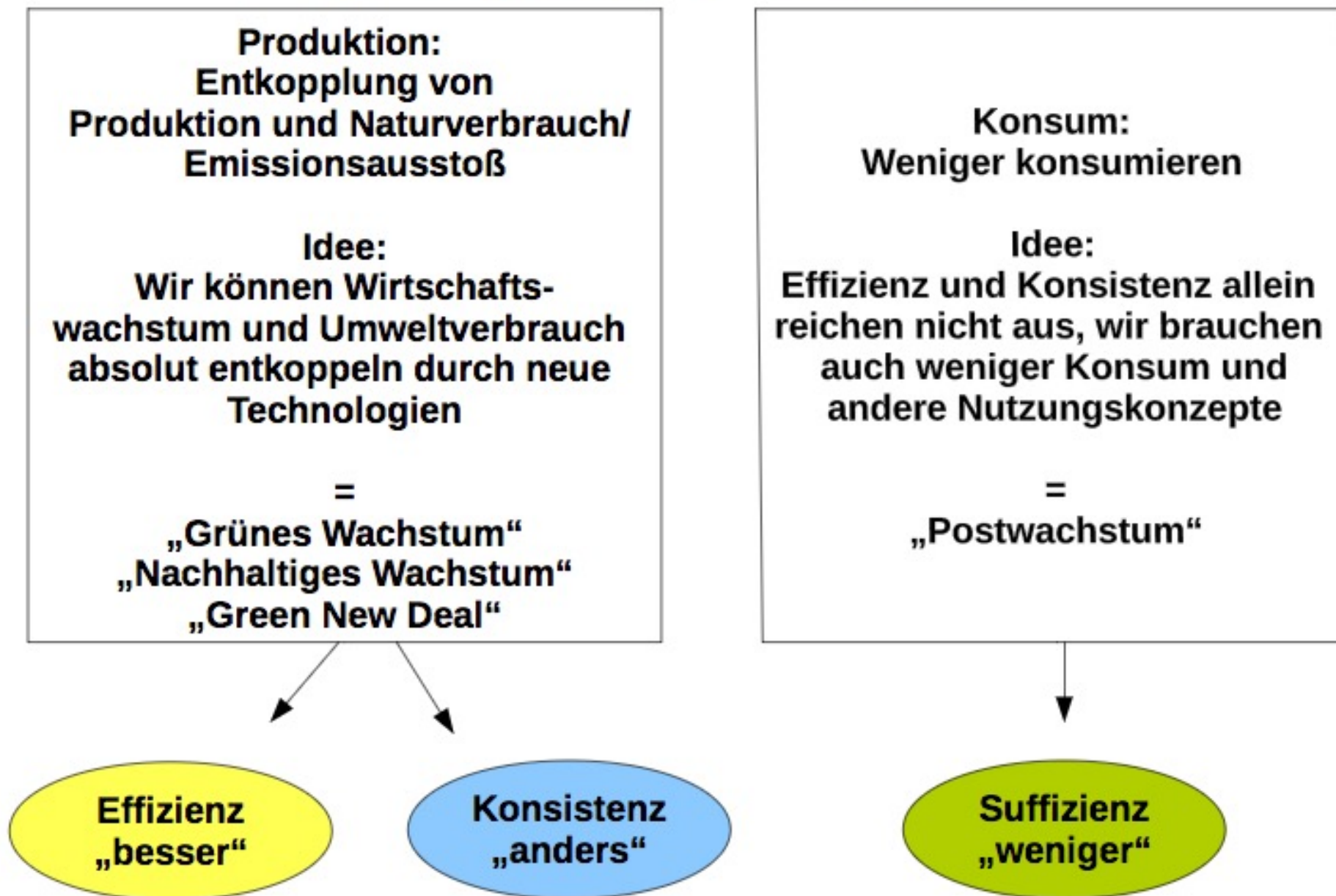
Sachebene



- Mit den Grundlagen beginnen: Klare Spielregeln schaffen → z.B. Einkauf; Transparenz, Entscheidungsprozesse, ...
- Was kann / will ich mir NICHT leisten?
- Lebenszyklus-Kosten nicht Kaufpreis als Kriterium!
- Soziokratie oder ähnliche Werkzeuge zur Neugestaltung der Arbeitskultur
- Arbeits- und Organisationsstrukturen überdenken

Wie könnte es gehen? Lösungsansätze

Gesellschaftliche Lösungsstrategien für ökologische Probleme



https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/effizienz_1719.htm

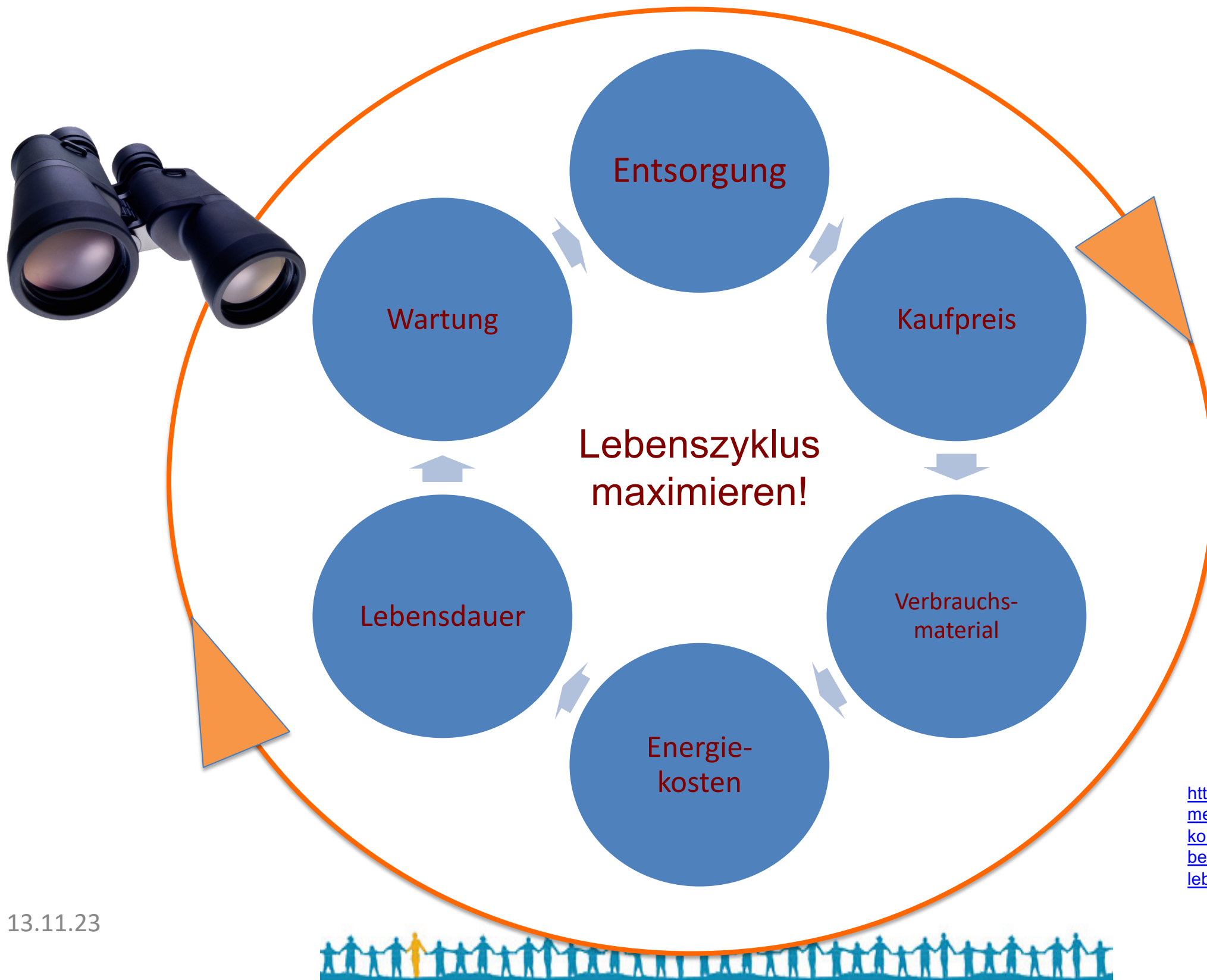


Zertifizierungen und Siegel



Kann ich mir das leisten?

Oft kommt es auf die richtige Perspektive an!



<https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaftskonsum/umweltfreundliche-beschaffung/berechnung-der-lebenszykluskosten>

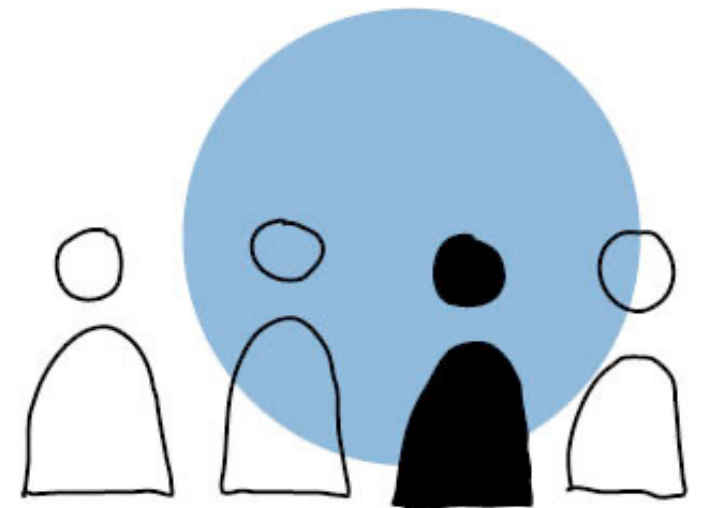
13.11.23



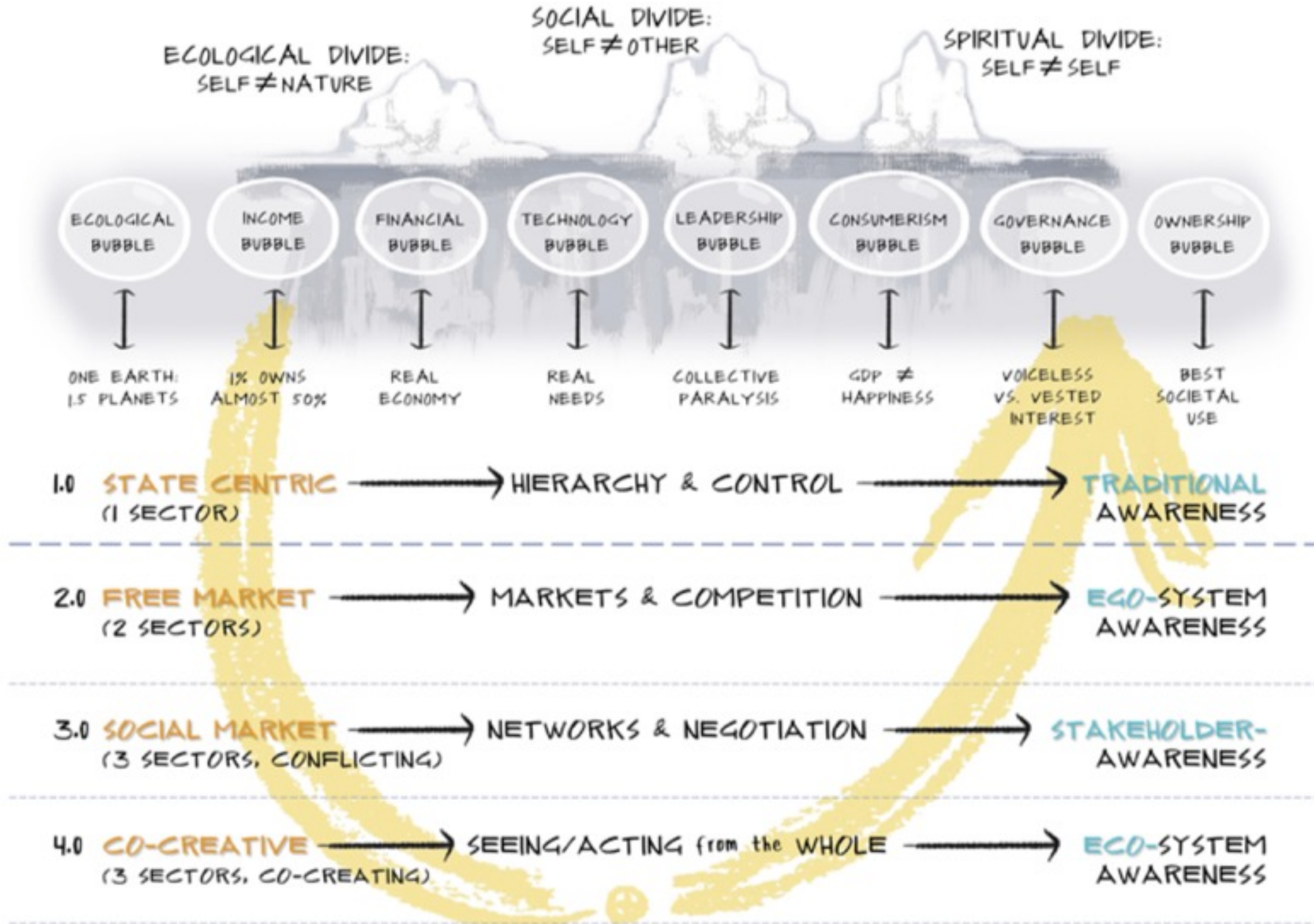
Jeder Tag ist eine Chance ... Mach den kleinen Unterschied!

Umgang mit Geld

- **Finanzplanung:** Wer entscheidet über Budgets? Wer kann Mitwirken?
- **Transparenz:** Wie transparent ist unsere Organisation?
- **Lohn/Gehalt:**
 - Ungleichheit in der Organisation, z.B. Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)
 - Wie wird das Gehalt bestimmt?



Wir brauchen eine neue Erfolgsgeschichte



Quelle: Otto Scharmer – Leading from the emerging future



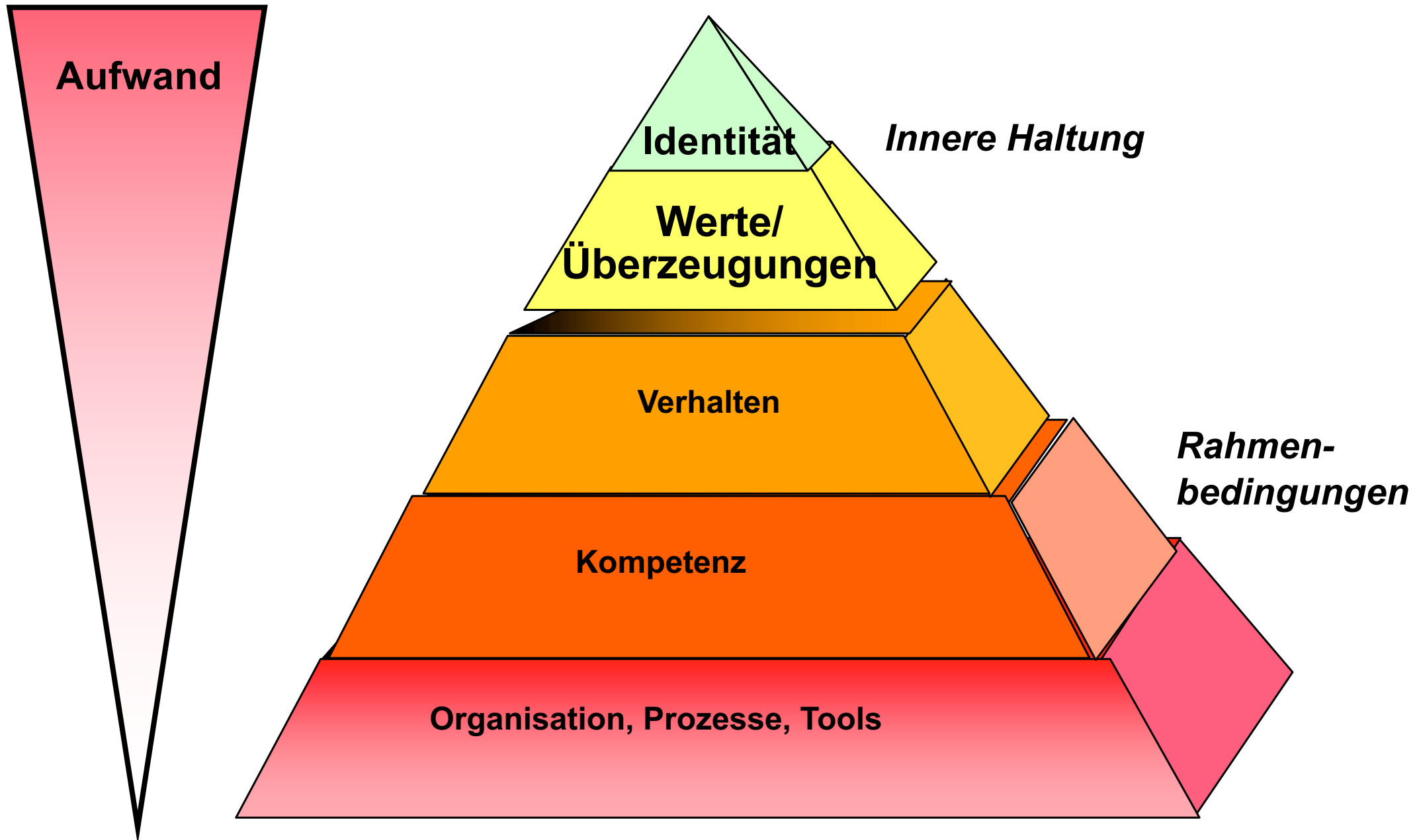


- Kooperation statt Konkurrenz im innen und außen leben – voneinander lernen
- Konsent-Entscheidungen: Mehrheitsentscheidungen schaffen Gewinner und Verlierer
- Gewaltfreie Kommunikation
- Stille Zeiten einbauen
- Wertschätzungskultur etablieren

Herz: Welche Arbeitskultur leben wir in unserer Organisation?



Herz: Auf welcher Ebene liegen in meiner Organisation die Herausforderungen?



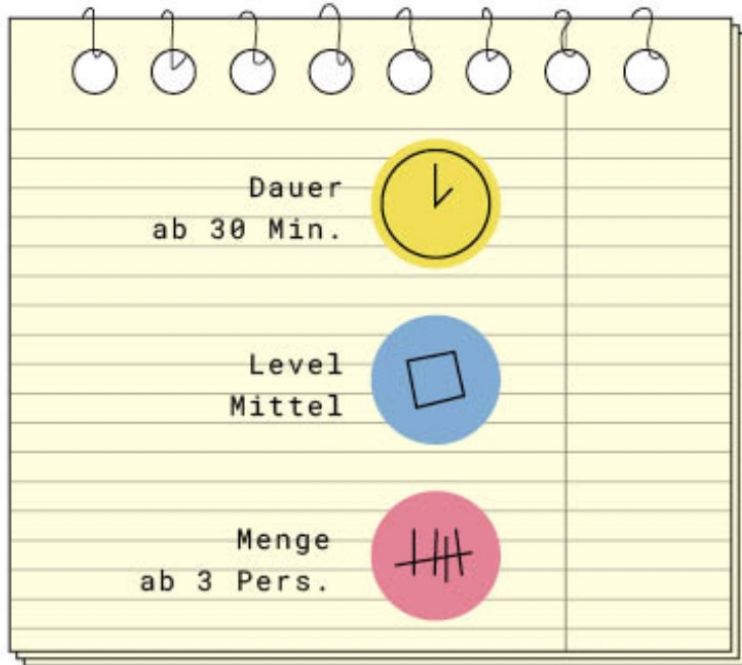
Innere Struktur: Kultur & Interaktion

- Welche Entscheidungskultur pflegen wir?

Beispiel: Entscheidungen im **Konsent**

- Fragt nach Einwänden, nicht nach Mehrheiten.
 - Alle Stimmen sind gleichwertig.
 - Einwände werden begründet.
-
- Prinzip für Entscheidungen könnte sein:
**GUT GENUG FÜR JETZT,
SICHER GENUG UM ES AUSZUPROBIEREN**

Die Entscheidungskultur verändern



REZEPT - DAS KANN ICH TUN

Redeanteil in Teammeetings verändern

ZUTATEN

- * regelmäßiges Teammeeting
- * Kolleg:innen, Projektteam, Arbeits-Partner:innen
- * Lust etwas Neues auszuprobieren
- * Das Team überzeugen
- * Moderator:in

DIESES REZEPT TEILEN



Wirtschaft neu denken Scheitern dürfen

*Die Kunst ist einmal mehr
aufzustehen als man umgeworfen
wird*

Winston Churchill

Praktische Umsetzungsmöglichkeiten
Es gibt eine Vielzahl an Best Practices

Gemeinwohl-Ökonomie

Wissens-Wiki

Open Source

Commons-Bewegung

Theorie U

Postwachstums-
Ökonomie

Liberating
Structures

Soziokratie



Praktische Umsetzungsmöglichkeiten

Linkliste

Gemeinwohlökonomie: <https://germany.ecogood.org>

Commons: <https://commons-institut.org/theorie/was-sind-commons>

Liberating Structures: <https://liberatingstructures.de>

Postwachstums-Ökonomie:

<http://www.postwachstumsoekonomie.de/material/grundzuege/>

Soziokratie: <https://www.soziokratie.org/was-ist-soziokratie/>

Solidarische Ökonomie: <https://www.sozialraum.de/solidarische-oekonomie-entwicklungsstroemungen-handlungsfelder-und-sozialraeumliche-organisationsformen.php>

Theorie U: <https://theory-u.de>

Strategie Gemeinwohlorientierte Unternehmen der Bundesregierung:

<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Dossier/nationale-strategie-fuer-sozialunternehmen-und-social-startups.html>



Wandel gestalten mit Herz, Kopf und Hand Kurz zusammengefasst

1. Mit Herz, Kopf und Hand Wandel gestalten
2. Vernetzen - Gemeinsam geht es leichter und macht mehr Spaß
3. Perspektivenwechsel vornehmen: z.B. Lebenszykluskostendenken
4. Die Mitarbeiter:innen mitnehmen
5. Gute Ideen scheitern eigentlich nie am Geld
6. Manchmal passt es einfach nicht, dann ehrlich und konsequent sein



Und jetzt

Meine drei Wünsche an Sie / Euch:

- 1. Herz:** Planen Sie sich für die nächste Woche jeden Tag mind. 5 Minuten stille Zeit ein.
- 2. Kopf:** Nicht vor der Veränderung sollten wir Angst haben, sondern vor dem Stillstand!
Reframing: Wir leben in einem dysfunktionalen System, Änderung ist unabdingbar
- 3. Hand:** Nehmen sie sich ein konkretes Thema mit nach Hause, dass sie konkret ändern

Fragen?



GEPA
NÜRNBERG
FAIRER HANDEL
EINE WELT LADEN
GEPA
TRANSFAIR
TOLERANZ



LANGENZENN
MINDESTLOHN
FÜRTH
TOLERANZ
SCHWABACH
SCHWARZENBRÜCK
ROSSTAL
ERLANGEN
SCHWARZENBRÜCK





F
B

**FAIR
BINDEN**

**BERATEN
SCHREIBEN
INSPIRIEREN
MODERIEREN**

**FRANK
BRAUN**

**Herrnhüttenstrasse 21
90411 Nürnberg**

**+49-171 499 32 72
frank@fairbinden.eu
www.fairbinden.eu**

Rechte: Frank Braun, Herrnhüttestr. 21, 90411 Nürnberg
Freigegeben unter Creative Commons für nicht-kommerzielle Nutzung



Diese Lizenz erlaubt es anderen, das Werk zu verbreiten, zu remixen, zu verbessern und darauf aufzubauen, allerdings nur nicht-kommerziell und solange Sie als Urheber des Originals genannt werden und die auf Ihrem Werk basierenden neuen Werke unter denselben Bedingungen veröffentlicht werden.

Förderung und Finanzierung von Klimaschutzmaßnahmen

Frank Braun, FAIRbinden
Vorstand Transition Netzwerk e.V.
München, 09.11.23

Frank Braun

- #Transition Town Netzwerk
- #FairBinden
- #WIR-tschafft
- #Wandel-Gestalter
- #nachhaltigesWIRtschaften
- #HerzKopfHand

„Es gibt nichts Gutes
außer man tut es!“

Erich Kästner



Agenda

1. Finanzierungsstrategien
2. Fördertöpfe
3. Zusammenfassung

Agenda

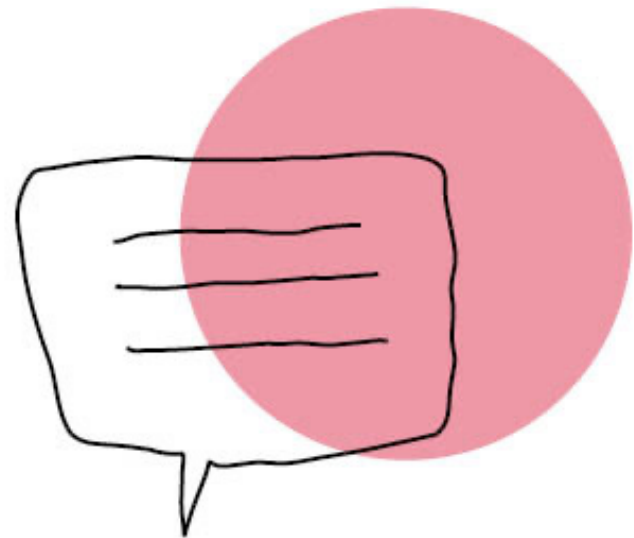
1. Finanzierungsstrategien

2. Fördertöpfe

3. Zusammenfassung

Vier wesentliche Faktoren für erfolgreiche Finanzierungsstrategien

- **Zu Beginn der Finanzierung über den Förderzeitraum hinausdenken (wie geht es dann weiter?)**
- **Wenn möglich Allianzen bilden**
- **Von anderen lernen/kopieren**
- **Bei Fördertöpfen: Beraten lassen**



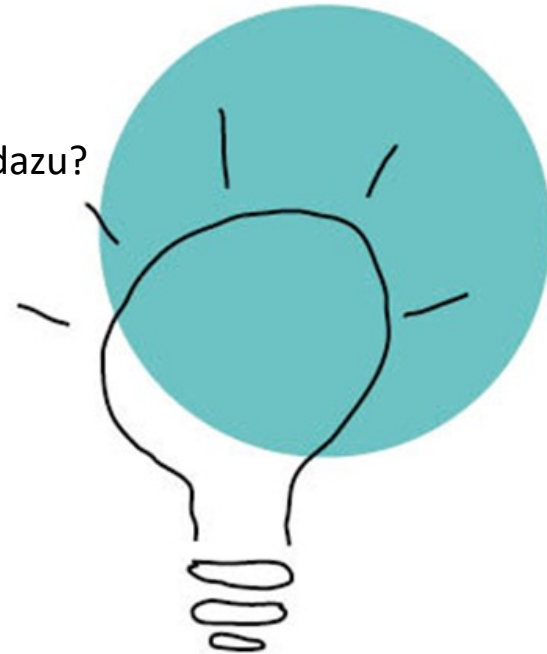
Finanzierungsstrategien

1. Angebote vermarkten
2. Spenden und Crowdfunding
3. Sponsoring
4. Fördermittel
5. Corporate Volunteering
6. Vertrauens-Wirtschaft



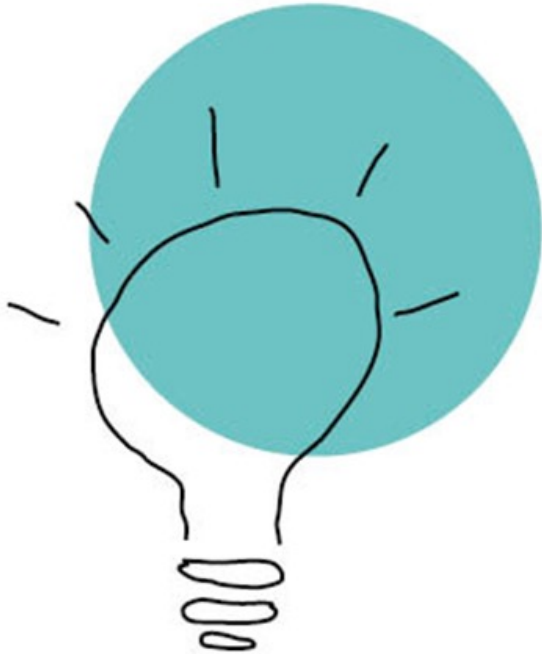
Finanzierungsstrategien: Vor dem Start

- Beim Planen nicht vom Geld weg denken!
- Die Grundlagen schaffen
 - Was? Koppeln an politische Agenda wie SDG's
 - Warum? Nutzen? Für wen ist das interessant?
 - Wie? Welche Kompetenzen/Mittel brauchen sie dazu?
 - Wer? Wen wollen sie damit erreichen?
- Beraten lassen
- Haben sie die nötigen Kompetenzen im Team?
- Von anderen lernen ist erlaubt. Vernetzung ist vorteilhaft.
- Realistische Budget- und Ressourcenplanung
- Was passiert, wenn die Finanzierung ausläuft?



Finanzierungsmöglichkeiten: Spenden / Crowdfunding / Sponsoring

7 Tipps um erfolgreich Spenden- oder Sponsorengelder einzuwerben:



- Je konkreter das Projekt, desto größer die Wahrscheinlichkeit
- Das Projekt in verdauliche Happen gliedern, mit Bildern arbeiten
- Werdet euch vorher klar, von wem ihr Geld annehmt. Was sind eure Kriterien?
- Kommunikation, Kommunikation, Kommunikation
- Nutzt Spendenportale wie Betterplace
- Haltet eure Unterstützer:innen auf dem Laufenden
- Danke sagen - Wertschätzung!

Finanzierungsmöglichkeiten: Corporate Volunteering

- Viele Firmen suchen nach Möglichkeiten sich für die Zivilgesellschaft in ihrer Region mit Partnerschaftstagen zu engagieren und spenden im Rahmen eines solchen Einsatzes oftmals auch die Sachkosten
- So könnt ihr beispielsweise den Bau von Möbeln, die Renovierung von Räumen, denn Bau von Hochbeeten etc. finanzieren
- Geringer Aufwand, kein Reporting, kein Risiko
- Mittlerorganisationen helfen euch kostenlos dabei Unternehmenspartner zu finden
- Mehr zum Thema:
<https://www.upj.de/mittlernetzwerk/profile>



Finanzierungsmöglichkeiten: Vertrauens-Wirtschaft

- Eine Vertrauens-Wirtschaft ist eine Wirtschaft, die in im Vertrauen und der Großzügigkeit verwurzelt ist
- Sie will wirtschaftliche Beziehungen unterstützen, die zu einer Kultur des Teilens beitragen
- Sie will Anbieter und Abnehmer einer Leistung als Koproduzent:innen und Mitwirkende verbinden
- Arbeit oder Leistung wird so nicht für einen festen Preis angeboten sondern nach dem Prinzip: "Gib, was du kannst, nimm, was du brauchst"
- Auch eine "Bezahlung" in Form von Skillsharing und anderen Arbeitsangeboten zur Unterstützung des Projekts ist hier denkbar
- So können auch Projekte „finanziert“ bzw. Leistungen erbracht werden
- Auch ein spannendes Konzept in diesem Zusammenhang ist die "Money Pile", wo jede/r das verdient was sie/er braucht und das Geld in einem transparenten Prozess verteilt wird

Beispiel: <http://www.ecodharma.com/booking-information/the-dana-economy>

Agenda

1. Finanzierungsstrategien

2. Fördertöpfe

3. Zusammenfassung

Fördertöpfe: Kleinprojekte <3000€

1. Förderung durch die Kommune (Agenda 21, Fairtrade Town etc.)
2. Aktionsgruppenprogramm (AGP) von Engagement Global
3. Stiftungen z.B. Anstiftung (Gemeinschaftsgärten und offene Werkstätten)
4. Kirchliche Fördertöpfe (Katholischer Fond, Brot für die Welt)

Fördertöpfe: Grossprojekte >3000€

1. Staatliche Fördermittelgeber

z.B. Verbändeförderung über das Umweltbundesamt oder Förderprogramm
Entwicklungspolitische Bildung (FEB) über Engagement Global

Bundesministerien z.B. <https://www.bmu.de/foerderung/ueberblick-foerderung>

2. Kirchliche Förderprogramme der evangelischen und katholischen Kirche

<https://www.katholischer-fonds.de/foerdermoeglichkeiten/foerderrichtlinien>

<https://www.brot-fuer-die-welt.de/projekte/inlandsfoerderung/>

3. Stiftungen, idealerweise mit regionalen Bezug zu eurem Standort

4. Postcode-Lotterie, Aktion Mensch, Klima-Click etc.

5. Europäische Fördertöpfe

6. Philanthropen

Agenda

1. Finanzierungsstrategien
2. Fördertöpfe
3. Zusammenfassung

Zusammengefasst

- Nicht vom Geld weg denken – Erst kommt die Idee, dann das Geld!
- Lassen sie sich von den Fördermittelgebern beraten
- Gerade bei größeren Projekten und als Erstantragsteller:in: suchen sie sich kompetente Kooperationspartner:innen
- Brechen sie gerade bei Spenden das Ganze in verdaubare, konkrete Happen herunter, z.B. ein Arbeitstag, Qudadratmeter etc.
- Haben sie keine Angst vor großen Summen, wichtig ist, dass die Idee wirklich gut ist
- Gehen sie achtsam mit Geld um – was macht es mit ihrer Organisation wenn Menschen für Arbeit bezahlte werden
- Von anderen lernen ist erlaubt, es muss nicht immer etwas Neues sein

Fragen?



LANGENZENN
EINE WELT LADEN
LANGENZENN
SCHWARZENBRÜCK
SCHWABACH

**FAIRTRADE STADT
MINDESTLOHN**
EINE WELT LADEN

FÜRTH
SCHWABACH
MINDESTLOHN
CLEAN CLOTH CAMPAIGN
ERLANGEN

ERLANGEN
NÜRNBERG
LANGENZENN
SCHWARZENBRÜCK
ROSSTAL
FAIRTRADE
TOLERANZ
FÜRTH
MINDESTLOHN
SCHWARZENBRÜCK
TRANSFAIR
NÜRNBERG
ERLANGEN
GEPA



ROSTAL
GERECHTIGKEIT
TOLERANZ
FAIR METROPOLREGION
FAIRTRADE
SCHWABACH
LANGENZENN
SCHWARZENBRÜCK
FÜRTH
ERLANGEN
ROSSTAL
NÜRNBERG
FAIRER HANDEL
GERECHTIGKEIT
TOLERANZ
MINDESTLOHN
GEPA

TRANSFAIR
LANGENZENN
NÜRNBERG
SCHWARZENBRÜCK
GERECHTIGKEIT FÜR ALLE
KINDERARBEIT - NEIN DANKE!
GLEICHES RECHT FÜR ALLE
GERECHTIGKEIT
FAIRER HANDEL
TRANSFAIR
ERLANGEN
TOLERANZ
NÜRNBERG
GEPA
ERLANGEN
LANGENZENN
ROSSTAL
TRANSFAIR
MINDESTLOHN
ROSSTAL
TOLERANZ
NÜRNBERG



CLEAN CLOTH CAMPAIGN
EINE WELT LADEN
FAIRTRADE STADT
GERECHTIGKEIT FÜR ALLE
FAIRTRADE
GEPA
FÜRTH
ROSSTAL
ERLANGEN
GEPA
TOLERANZ
NÜRNBERG

Kontakt



F
B

**FAIR
BINDEN**

**BERATEN
SCHREIBEN
INSPIRIEREN
MODERIEREN**

**FRANK
BRAUN**

**Herrnhüttenstrasse 21
90411 Nürnberg**

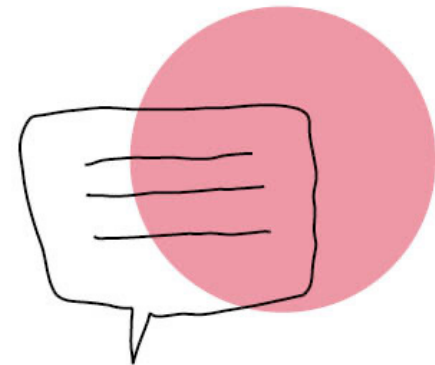
**+49-171 499 32 72
frank@fairbinden.eu
www.fairbinden.eu**

Rechte: Frank Braun, Herrnhüttestr. 21, 90411 Nürnberg
Freigegeben unter Creative Commons für nicht-kommerzielle Nutzung



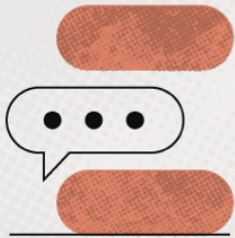
Diese Lizenz erlaubt es anderen, das Werk zu verbreiten, zu remixen, zu verbessern und darauf aufzubauen, allerdings nur nicht-kommerziell und solange Sie als Urheber des Originals genannt werden und die auf Ihrem Werk basierenden neuen Werke unter denselben Bedingungen veröffentlicht werden.

Gute Arbeitshilfen - Templates

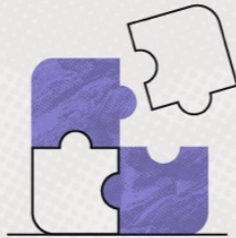


Elevatorpitch

Eine praktische Vorlage für Ihren Elevator Pitch



01
Stellen Sie
sich vor



02
Schildern Sie
das Problem



03
Präsentieren Sie
Ihre Lösung



04
Teilen Sie Ihr
Wertversprechen



05
Fügen Sie einen
Call-to-Action hinzu

Das Wertversprechen unterscheidet sich von der Lösung, indem es genauer darlegt, was ihre Idee so besonders macht.

Nachhaltige Beschaffung

Paritätischer Wohlfahrtsverband

München, 9.11.23



Nachhaltige Beschaffung – Die Zeit ist reif

Agenda 2030

Politisches Mandat – Deutschland hat sich 2015 zur Umsetzung der nachhaltigen Entwicklungsziele verpflichtet

Vergaberecht

Rechtliche Grundlage – Reform 2016: Stärkung strategischer Kriterien (Nachhaltigkeitskriterien)

Nationales Programm Nachhaltiger Konsum

Aufstellung von Handlungsansätzen – Betonung der Vorbildfunktion der öffentlichen Hand

BMZ-Projekt „Faire Behörde“

Nachhaltigkeit in der Behörde selbst – Maßnahmen für Energieeffizienz, Personalmanagement, Wasserverbrauch, Beschaffung von Waren

Nationale Nachhaltigkeitsstrategie

Zusammenfassung und Empfehlungen – Nachhaltigkeit in allen Bereichen verankern

Maßnahmenprogramm Nachhaltigkeit

Aufstellung konkreter Ziele – Umsetzung der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie und der EU-Vergaberichtlinien



Das magische Viereck der Nachhaltigkeit



Transparenz

Ökologisch

Fair/Sozial



Regional

Wirtschaftlich

Jedes Produkt hat seine eigene innere Logik



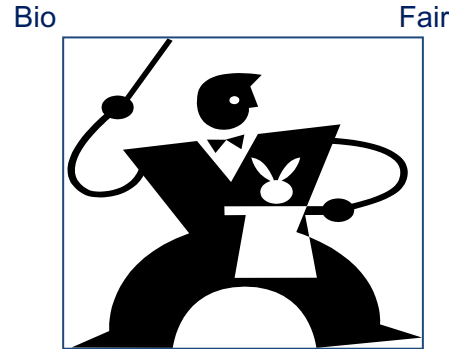
Nachhaltigkeit - Visitenkarte für unser Unternehmen

Öffentlichkeitsarbeit

- Kunde
- Lieferant
- Gesellschaft
- MitarbeiterInnen
- Presse
- Print
- Web
- Social Media
- ...

Veranstaltungsmanagement

- Tagungen
- Kundenevents
- ...



Beschaffung

- Maschinen, Fuhrpark
- IT
- Bau, Innenausstattung, Beleuchtung
- Verpackung
- Büro
- Dienstkleidung
- Werbematerial
- Kantine, Verpflegung
- Reinigung, Hygiene
- Energie
- ...

Mobilität

- MitarbeiterIn
- Kunde
- ...

Transparenz

- Nach innen
- Nach außen
- ...

Gesellschaftliches Engagement

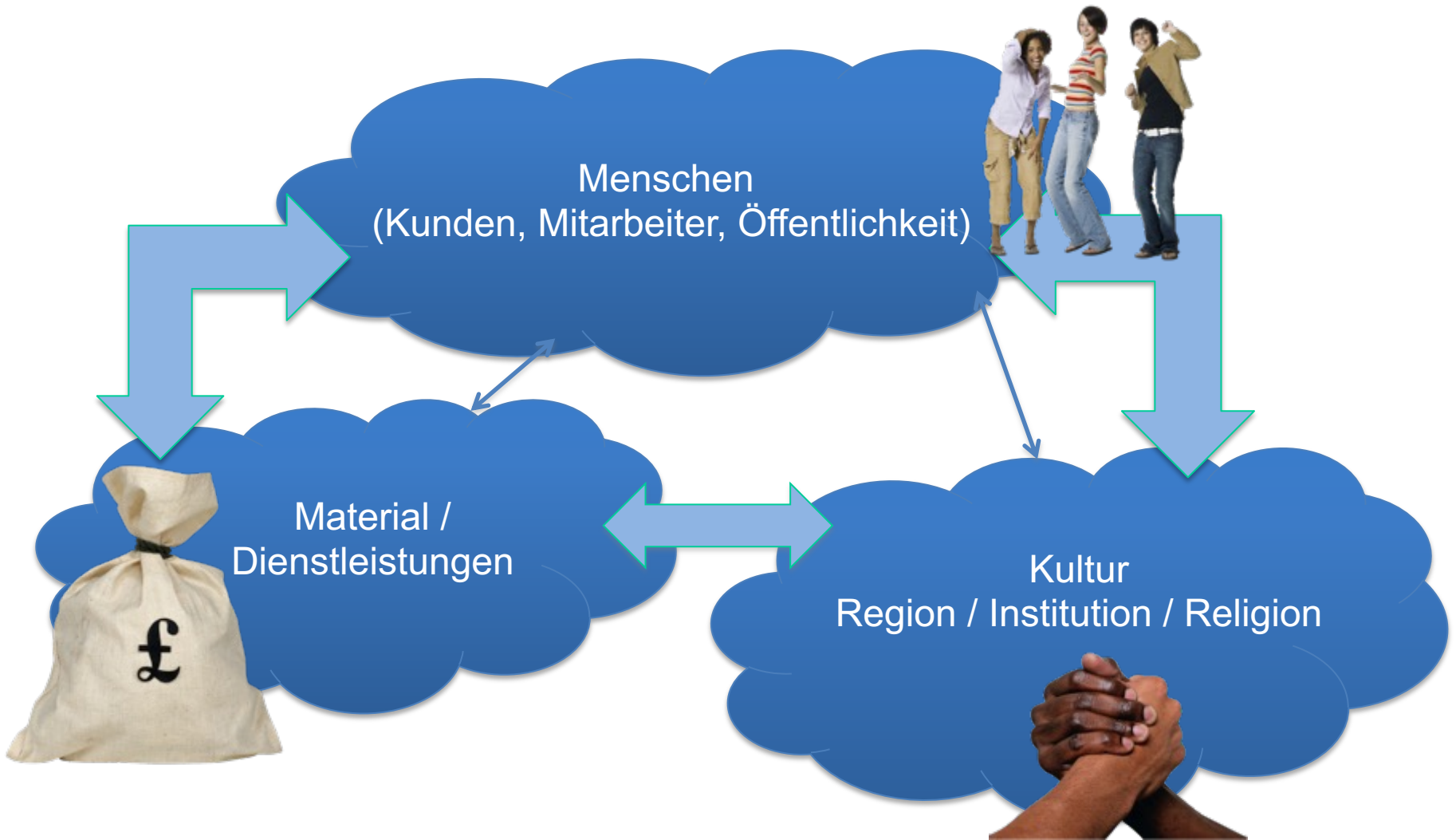
Beschaffungswesen: 360 Grad Blick als Startpunkt!



Material /
Dienstleistungen

- Mit den Grundlagen beginnen: Klare Spielregeln schaffen
- Es gibt in allen Materialfeldern öko-faire Alternativen
- Was kann / will sich die Institution NICHT leisten?
- Ist-Analyse
- Schrittweise Umstellung, aber dann konsequent!
- Von andern lernen
- Der Boden ist bereitet, es gibt eine Vielzahl positiver Beispiele zur Umsetzung öko-sozialer Beschaffung
- Lebenszyklus-Kosten ausschreiben und nicht Preis!

Beschaffungswesen: 360 Grad Blick als Startpunkt!



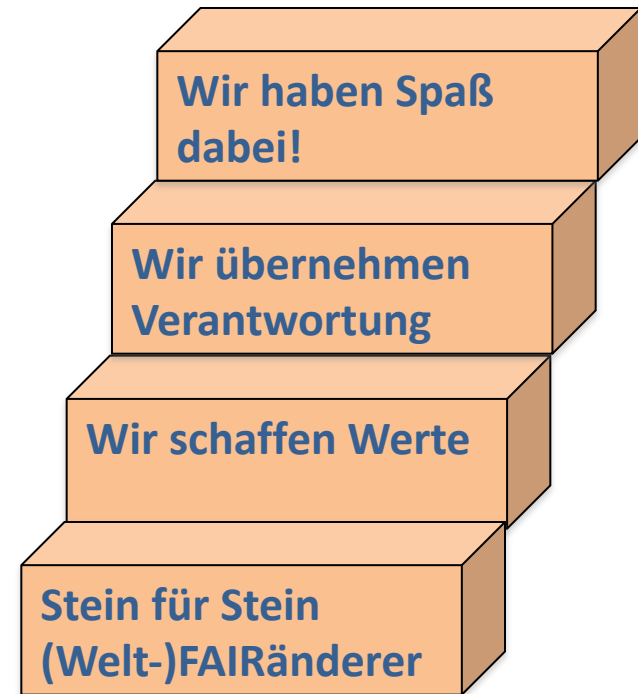
Personalwesen FAIRänderung beginnt im Kopf

Es braucht Klarheit und Transparenz für den Mitarbeiter – was heißt nachhaltig beschaffen in meinem Betrieb

Helfen



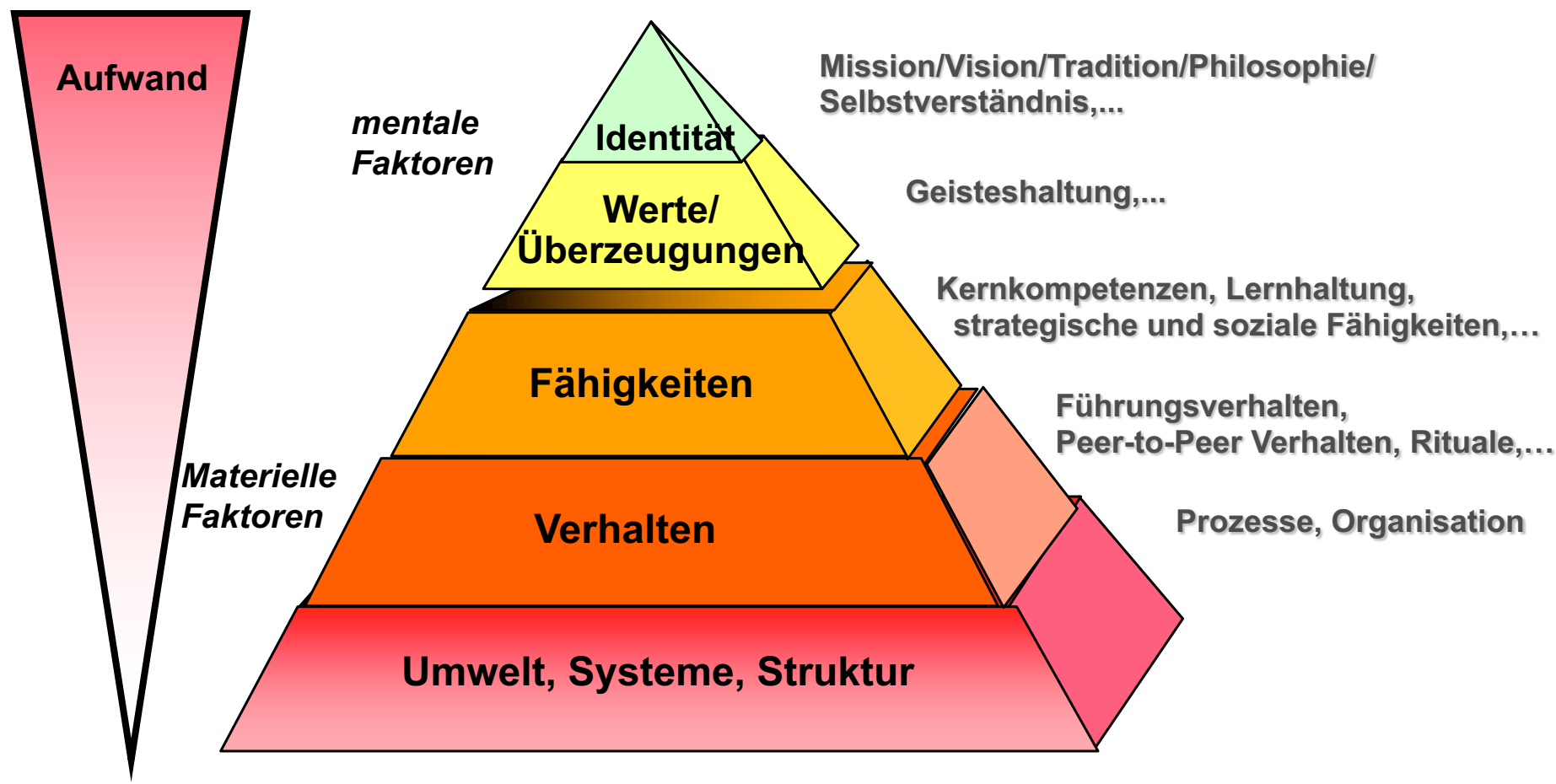
Fördern



Informieren

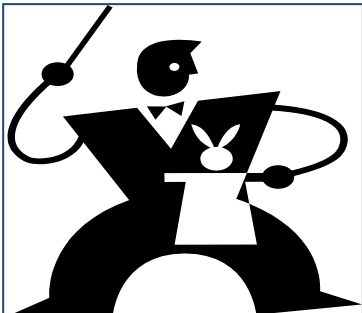
Motivieren

Change Management: Veränderung ist vielschichtig



Einführung von Kriterien für nachhaltige Beschaffung

Bio Fair



Regional

Saisonal

Mustertext aus Beschaffungsordnung: Beschaffungskriterien

Neben den ökonomischen Aspekten berücksichtigen wir ökologische und soziale Kriterien in unserem Beschaffungsmanagement:

- Klima- und umweltfreundliche Produkte, z.B. energiesparend, langlebig, aus Recyclingmaterial, ggf. nachfüllbar, reparaturfreundlich
- Sicherheitsgerechte und gesundheitlich unbedenkliche Produkte
- Produkte mit Umweltzeichen (z.B. Blauer Engel)
- Bio-, Fairtradeprodukte, Gentechnikfrei
- Saisonale und regionale Produkte
- Produkte, die unter Einhaltung der ILO Kernarbeitsnormen und Zahlung existenzsichernder Löhne hergestellt wurden

Nachhaltigkeit im Unternehmen Produktzertifizierungen vs. Unternehmenszertifizierungen

- Siegel für Produkte: Bio, Fair, Regional, Vegan, Sicherheit...



Einkaufen auf dem Bauernhof

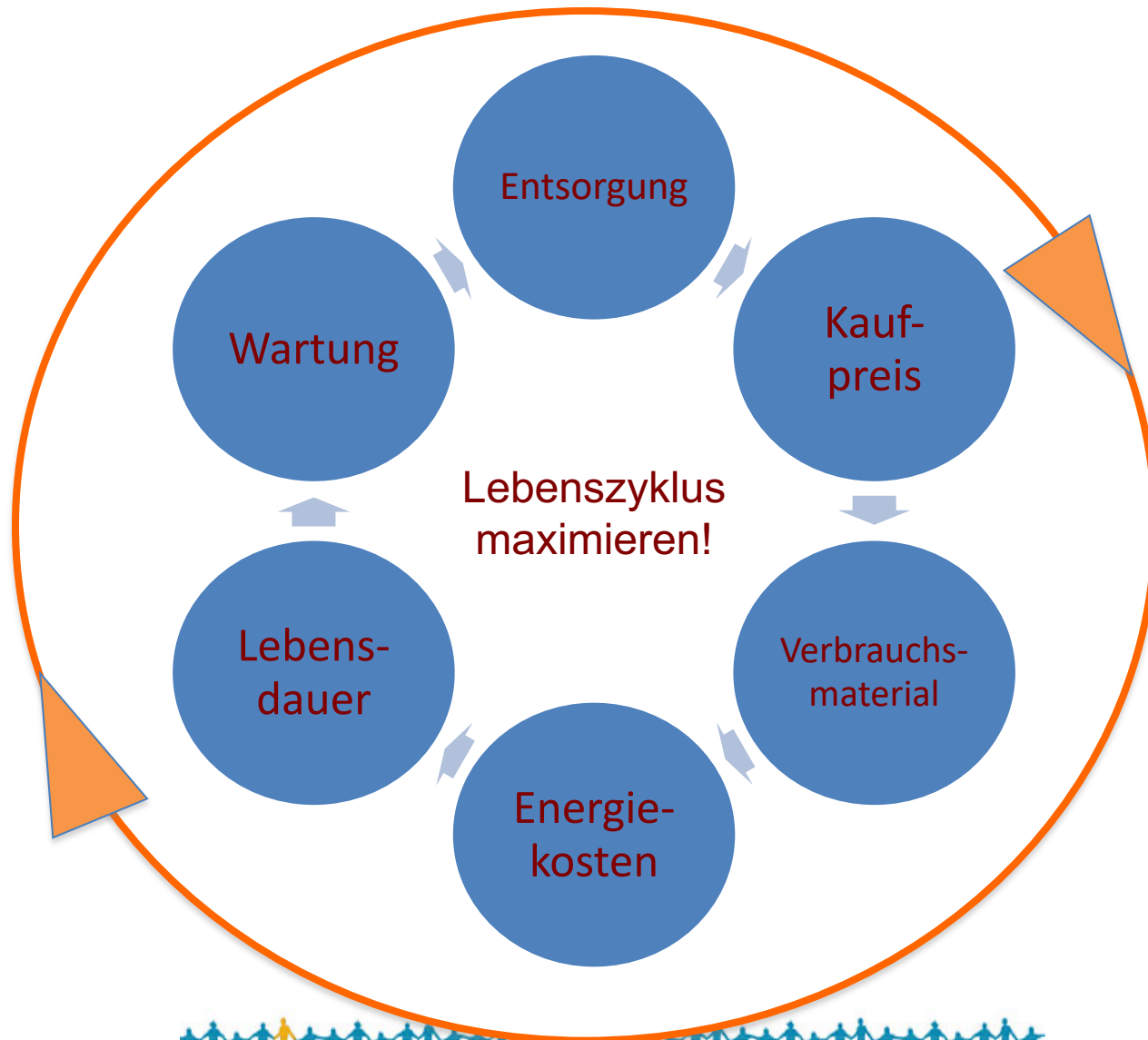


Nachhaltigkeit im Unternehmen Produktzertifizierungen vs. Unternehmenszertifizierungen

- Unternehmenszertifizierungen



Auf die Perspektive kommt es an



Nachhaltige Beschaffung – auf die richtige Perspektive kommt es an!

**Tabelle 1: Lebenszykluskosten von Multifunktionsgeräten
(Kapitalwerte in Euro pro Nutzungsdauer)**

	Konventionelle Multifunktionsgeräte	Einsteiger-Niveau (mit Energy Star)	Fortgeschrittenen-Niveau (mit Energy Star und Blauem Engel)
Anschaffung	399,- €	661,- €	622,- €
Stromkosten	183,- €	75,- €	50,- €
Kosten für Papier	2.138,- €	1.604,- €	1.604,- €
Tonerkosten	4.869,- €	4.598,- €	4.487,- €
Summe	7.589,- €	6.937,- €	6.763,- €



Praxisbeispiel 1: Nachhaltigkeit bei Druckerzeugnissen (1)

Papier:

- Verbrauch pro Kopf 243kg/Jahr
- 100% Recyclingpapier (Blauer Engel)
 - Vorbilder: z.B. Erlangen, Emden
- ISO14001 / EMAS zertifizierte Druckereien
- Klimaneutrales Drucken (Ausgleich der durch den Druckprozess entstandenen CO₂-Emissionen)
- Druckverfahren
 - Chemie- und wasserlose Druckplattenbelichtung
 - Alkoholfreier Druckprozess
- Müllvermeidung
- Wie viele Flyer brauchen Sie wirklich?



Praxisbeispiel 1: Nachhaltigkeit bei Druckerzeugnissen (2)

Textildruck und Stickerei:

• Siegel beachten:

- Fair Wear Foundation für die Textilien
- IVN (Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft)
BEST oder GOTS (Global Organic Textil Standard) für
die Druck, Stickerei oder Beflockung
 - Wir haben mit RK Textil in Fürth ein Pionierunternehmen in
der Region
 - Wasserbasierender Siebdruck



Praxisbeispiel 2

Bürobedarf



Ökologisch Fair/Sozial



Regional Wirtschaftlich

Es gibt praktisch alle Artikel in Ökologischer Qualität

- Möbel
- Büromaterial
- Reinigungsmittel



- Mit memo hat Bayern ein Vorzeigeunternehmen für den ökologischen Bürobedarf
- Gerade beim Büromaterial können wir bei unseren Mitarbeitern ein sichtbares Zeichen setzen



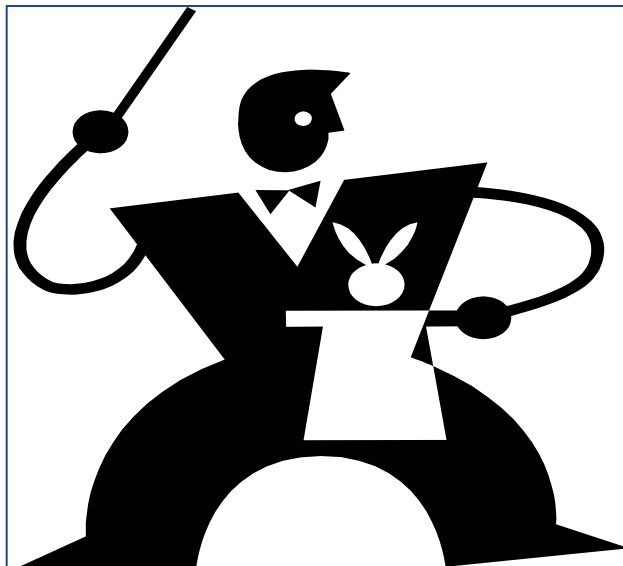
Praxisbeispiel 3

Möbel und IT



Ökologisch

Fair



Langlebigkeit/Energiebedarf

Recycling

- Bei Büromöbeln wenn möglich auf Kunststoffe verzichten und auf den blauen Engel oder das FSC Siegel achten
- Bei Drucker, PC etc. auf Energiekosten und Langlebigkeit achten, gerade hier macht das Zubehör „billig“ am Ende sehr „teuer“.
- Bei Möbeln regionale Hölzer verwenden und nur zertifizierte Ware einkaufen

Praxisbeispiel 4: Veranstaltungsmanagement (1)

Themenfelder

1. **Mobilität:** Anreise und vor Ort
2. **Veranstaltungsort und Unterbringung:** Ort, Regionalität, Vermeidung von Verkehr
3. **Energie und Klima:** Klimaneutral, Gebäude- und Geräte-Energieverbrauch, Mitarbeiterschulungen
4. **Beschaffen von Produkten und Dienstleistungen:** Umweltfreundlich, sozial, transparent, Abfallmanagement
5. **Catering:** Umweltfreundlich, sozial, regional, saisonal, transparent, Abfallmanagement
6. **Ressourcenmanagement:** Tagungsunterlagen, Drucksachen, Abfallkonzept, weniger ist mehr, Umgang mit Wasser
7. **Gastgeschenke:** Produktauswahl und Verpackung, umweltfreundlich, sozial, transparent, nützlich, Compliance, Abfallmanagement
8. **Kommunikation:** Umweltgerechte Organisation, Dokumentation, Transparenz, Commons
9. **Soziale Aspekte:** Barrierefreiheit, Gender-gerechte Sprache, leichte Sprache, Bezahlung von Service-Kräften, Leiharbeit, Outsourcing etc.

Quelle: <http://www.arbeit-umwelt.de/fileadmin/Dateien/Downloads/Veroeffentlichungen/handreichung-CO2-neutrale-Tagung-in-der-Praxis.pdf>



Praxisbeispiel 4: Veranstaltungsmanagement (2)

Erfolgsfaktoren

1. Frühzeitig Weichen stellen.

In allen Anfragen „Nachhaltigkeit hat Priorität“ einschließen. Und außerdem alle Mitarbeiter entsprechend briefen.

2. „Zeichen“ setzen.

Daher auf Zertifizierungen für Orte und Zulieferer achten. Wo prangt der blaue Umweltengel o. ä.? Wird mit Solaranlagen usw. gearbeitet? Grüne Anbieter bevorzugen! Walk the talk!

3. Papierlos arbeiten.

Projektbetreuung wie Teilnehmermanagement kann problemlos online erfolgen, Konferenzmaterial im Internet zum Download bereitstellen

4. Klimaneutral „bewegen“.

Ob es um die Teilnehmer oder beauftragte Firmen geht, Alternativen wie kurze Wege oder emissionsreduzierte Transportmittel gibt es viele. Evtl. Ausgleichszertifikate. Ein CO₂-Rechner hilft herauszufinden, welche Ausgleichsprojekte wieder die Balance herstellen können.

5. Think global, act local.

Daher auch so viele ortsansässige Partner und lokale Produkte wie möglich nutzen.

Quelle: <http://www.gcb.de/de/informationen/green-meetings/zehn-einfache-moeglichkeiten-fuer-green-meetings.html>



Praxisbeispiel 4: Veranstaltungsmanagement (3) Erfolgsfaktoren (2)

6. „Grünes“ Catering.

Regional, ökologisch, fair und saisonal gilt für die verwendeten Produkte, wieder verwendbar oder zumindest recycelbar für das Geschirr.

7. Ans Recycling denken.

So viel wie möglich dem dualen System zuführen. Für entsprechende „getrennte“ Mülltonnen vor wie hinter den Kulissen sorgen. Auch beim Messebau etc. an Wiederverwendbarkeit denken

8. Aus alt mach neu.

Für Schilder aller Art gibt es wieder verwendbare Lösungen, also einsammeln und lagern. Gilt auch für Counter, Banner & Co., wo ein neutrales Branding die Mehrfachnutzung sichert.

9. Energie & Ressourcen sparen.

Ob Strom oder Wasser, wo gibt es „sparsame“ Alternativen wie LED, Spartaste & Co?

10. Walk the Talk / Transparenz

Die Kleinigkeiten sind wichtig. Offen mit Schwächen im Konzept umgehen und klar kommunizieren (warum, was)

Quelle: <http://www.gcb.de/de/informationen/green-meetings/zehn-einfache-moeglichkeiten-fuer-green-meetings.html>



Web 2.0 **intern** nutzen

Neue Chancen auch für Kirchen und Kommunen

Firmen Wiki

Transparenz zu
Zielen und
Ergebnissen

Voneinander
lernen

Themen
Communities

CSR Mitarbeiterpage Intranet

Mitarbeiter Ideenbörse



Beteiligung:

- Ideenbox aufstellen
- Webseite
- Nachhaltigkeits-Tipp in den Firmennews

Webseite:

- Eigener Bereich für das Thema
- Werte definieren
- Klare Spielregeln, z.B. Preis vs. Nachhaltigkeit

Zertifizierungen:

- Bio für den Kantinenbetrieb
- EMAS (*Eco- Management and Audit Scheme=EU Öko Audit*)
- DIN ISO26000 (Fokus auf CSR)

1. Veränderung Schritt für Schritt:
Bedarfsanalyse – Beratung - Umsetzung
2. Es gibt keine Pauschallösung –
Jedes Produkt hat seine eigenen Rahmenbedingungen
3. Vernetzung
Von anderen lernen beschleunigt den Prozess
NGO's als Berater einbinden – von den Besten lernen

Zusammenfassung

„Wenn ich nachdenke, was eigentlich die Grundlage der Führung sein muss, dann ist es die Fähigkeit zum Gespräch“

Wolfgang Habel

1. Konsequent und transparent agieren
2. Niemand erwartet ein perfektes Unternehmen
3. Realistisch planen
4. Beschaffungsordnung erstellen und Themenfelder definieren, die Schrittweise umgestellt werden sollen (Low hanging fruit + dickes Brett)
5. Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter_innen einbinden (Ideenbox, Beteiligung bei der Vergabe;)
6. Sie sind selten der Erste – von den anderen lernen
7. Beratung hinzuziehen

Interessante Links

Beschaffung:

<http://www.umweltbundesamt.de/uba-info-medien/4128.html>

www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/3821.pdf

<http://www.bvt.umweltbundesamt.de/publikationen.htm>

<http://wenigermist.natuerlichwien.at/nachhaltige-oeffentliche-beschaffung>

www.memo.de

<http://www.kritischerkonsum.de>

Sonstiges:

<http://www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de/>

<http://www.eineweltnetzwerkbayern.de/promotorinnen/nordbayern.shtml>

<http://www.bayern-einewelt.de/>

Gute Ideen:

www.cradle-to-cradle.org

www.storyofstuff.com/international/index.html



Fragen?



LANGZENN
EINE WELT LADEN
LANGENZENN
FAIRTRADE STADT
MINDESTLOHN
EINE WELT LADEN
FÜRTH
SCHWABACH
MINDESTLOHN
ERLANGEN
ERLANGEN
NÜRNBERG
LANGENZENN
SCHWARZENBRÜCK
FÜRTH
MINDESTLOHN
ERLANGEN
GEPÄ
NÜRNBERG



ROSTAL
GERECHTIGKEIT
TOLERANZ
FAIRE METROPOLREGION
FAIRTRADE
SCHWABACH
LANGENZENN
SCHWARZENBRÜCK
FÜRTH
ROSTAL
FÜRTH
ERLANGEN
NÜRNBERG
GEPÄ
NÜRNBERG

TRANSFAIR
LANGENZENN
NÜRNBERG
SCHWARZENBRÜCK
GLEICHES RECHT FÜR ALLE
GERECHTIGKEIT
FAIRER HANDEL
TRANSFAIR
ERLANGEN
TOLERANZ
NÜRNBERG
GEPÄ
ERLANGEN
LANGENZENN
ROSTAL
TRANSFAIR
MINDESTLOHN
ROSTAL
TOLERANZ
NÜRNBERG



CLEAN CLOTH CAMPAIGN
EINE WELT LADEN
FAIRTRADE STADT
GLEICHES RECHT FÜR ALLE
FAIRTRADE
GEPÄ
ROSTAL
ERLANGEN
NÜRNBERG
TOLERANZ



Kontakt



FRANK BRAUN
EINE WELT-PROMOTOR FÜR
MITTEL- UND OBERFRANKEN-WEST

EMAIL: BRAUN@CPH-NUERNBERG.DE
TELE: (0171) 4993272

Rechte: Frank Braun, Herrnhüttestr. 21, 90411 Nürnberg
Freigegeben unter Creative Commons für nicht-kommerzielle Nutzung



Diese Lizenz erlaubt es anderen, das Werk zu verbreiten, zu remixen, zu verbessern und darauf aufzubauen, allerdings nur nicht-kommerziell und solange Sie als Urheber des Originals genannt werden und die auf Ihrem Werk basierenden neuen Werke unter denselben Bedingungen veröffentlicht werden.

Vernetzungstreffen Klimaschutz Bayern

09. November 2023 - 10:30 Uhr - 17:00 Uhr

Klimaschutz auf dem Teller – wie lässt sich nachhaltige Ernährung in Projekten und in sozialen Einrichtungen umsetzen?

Nachhaltigkeits-Expertin: Agnes Streber

**KinderLeicht e.V.**





- Gemeinnütziger Verein mit Sitz in München Pasing
- Verein zur Förderung von Gesundheits-, Ernährungs- und Umweltprojekten
- Förderpreises 2020 „Zu gut für die Tonne“



Schüler - Workshops



Nudging – von der Kunst Lebensmittel richtig zu platzieren



Bildungsprojekte für Kinder und Jugendliche

- ✓ KlimaKochWorkshops – Das Klima isst mit!
- ✓ Infoworkshops zur Reduzierung von Lebensmittelabfall
- ✓ KlimaESSpert*innen

Klimaschutz auf dem Teller in der Außer-Haus-Verpflegung

NUDGE
Concept

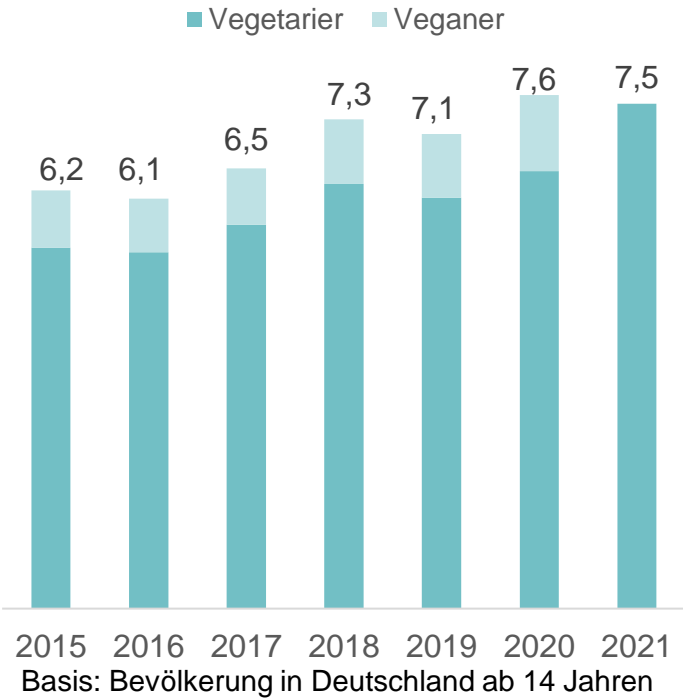
Unsere Ernährung macht in Deutschland ca. 25% der gesamten Treibhausgas Emissionen aus.

- Ernährungsverhalten wird in der Kindheit geprägt
- Förderung des sozialen Miteinander
- Positiver Einfluss auf die Gesundheit
- Beitrag zum Klima- und Umweltschutz
- Wertschätzung für Lebensmittel



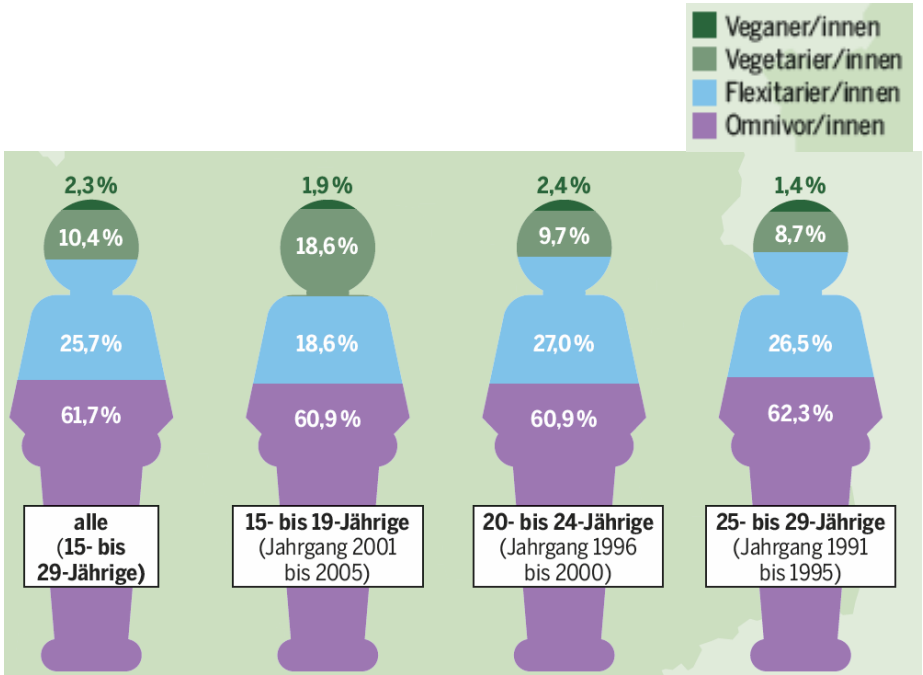
Zahlen & Fakten vegetarischer Ernährung

Anzahl der Vegetarier und Veganer in Deutschland (in Mio.)



ca. jede 10. Person ernährt sich fleischfrei

→ 100 Gäste = 10 vegetarische/vegane Gäste



Befragung im Oktober 2020 (n = 1.227)

knapp 40% der 15-29-Jährigen essen kein oder kaum Fleisch.

→ 100 Gäste = 40 Gäste

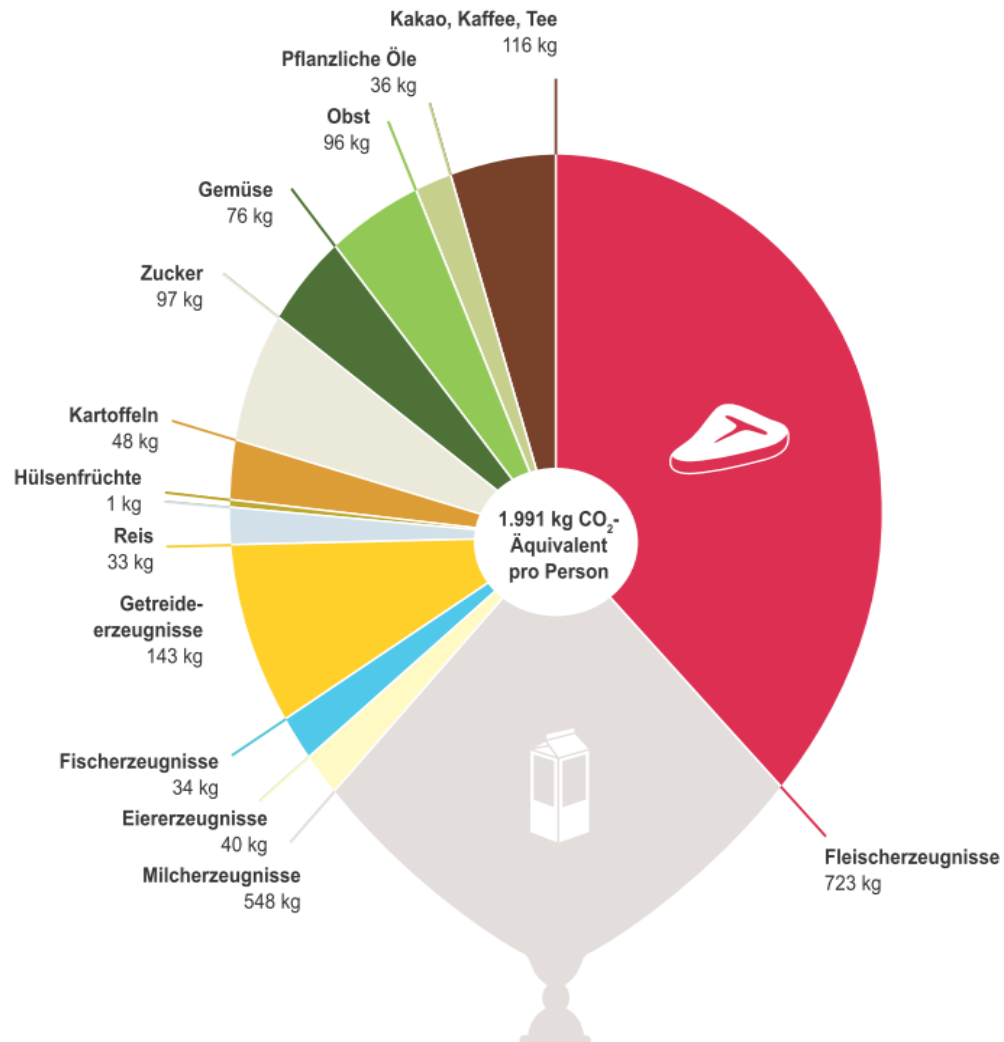
Durchführung: seit 2015

Dauer: 4 Stunden

Inhalt:

- Kochpraxis: Klimafreundliches Menü
- Umweltfolgen der Ernährung
- Regionalität und Saisonalität
- Fair gehandelte Lebensmittel

32%
pflanzliche
Produkte

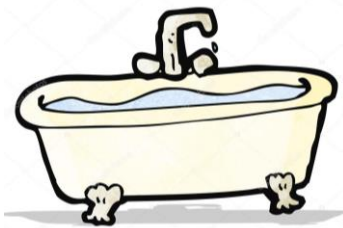


68% tierische
Produkte

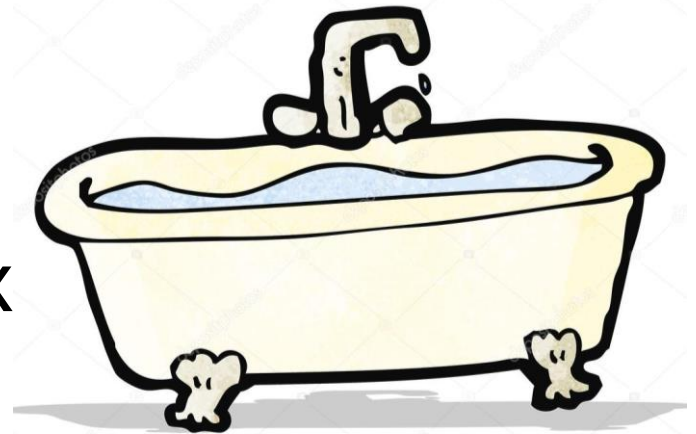
1kg Rindfleisch benötigt 15.500L Wasser zur Herstellung

1kg Schweinefleisch (4.700L)

26x



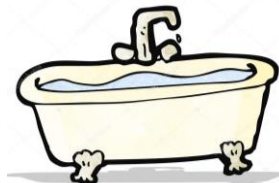
~85x



Quelle: https://st2.depositphotos.com/1742172/5964/v/950/depositphotos_59641335-stock-illustration-cartoon-bathtub.jpg

1kg Geflügelfleisch (4.000L)



22x



Deutlich weniger Fleisch!!!

Was ist besser?

Hülsenfrüchte

-  enthalten Eiweiß, Nährstoffe wie Eisen etc.
-  Bruchteil der THG-Emissionen von Fleisch

Viel Gemüse, Obst, Getreide dazu

So bunt wie möglich!

Möglichst regional und saisonal!

Möglichst viel in Bio-Qualität!



Infoworkshops zur Reduzierung von Lebensmittelabfall



Durchführung seit 2015

Dauer: 1,5 Stunden

Inhalt:

- Ursachen der Lebensmittelverschwendung
- Mindesthaltbarkeits- und Verbrauchsdatum
- Strategien zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung

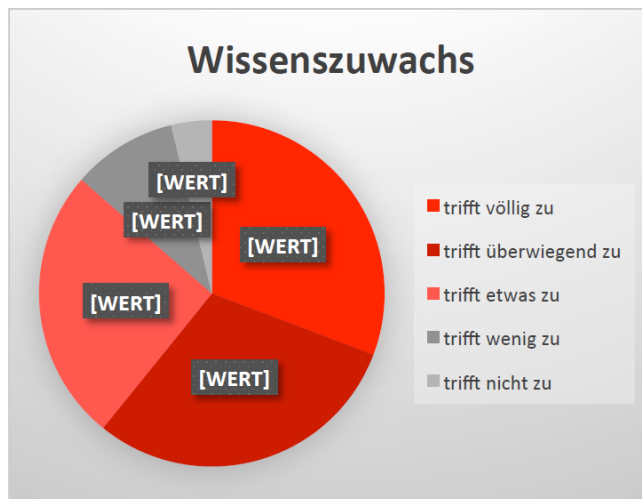


Ein Drittel aller Lebensmittel auf der Welt werden nicht konsumiert!



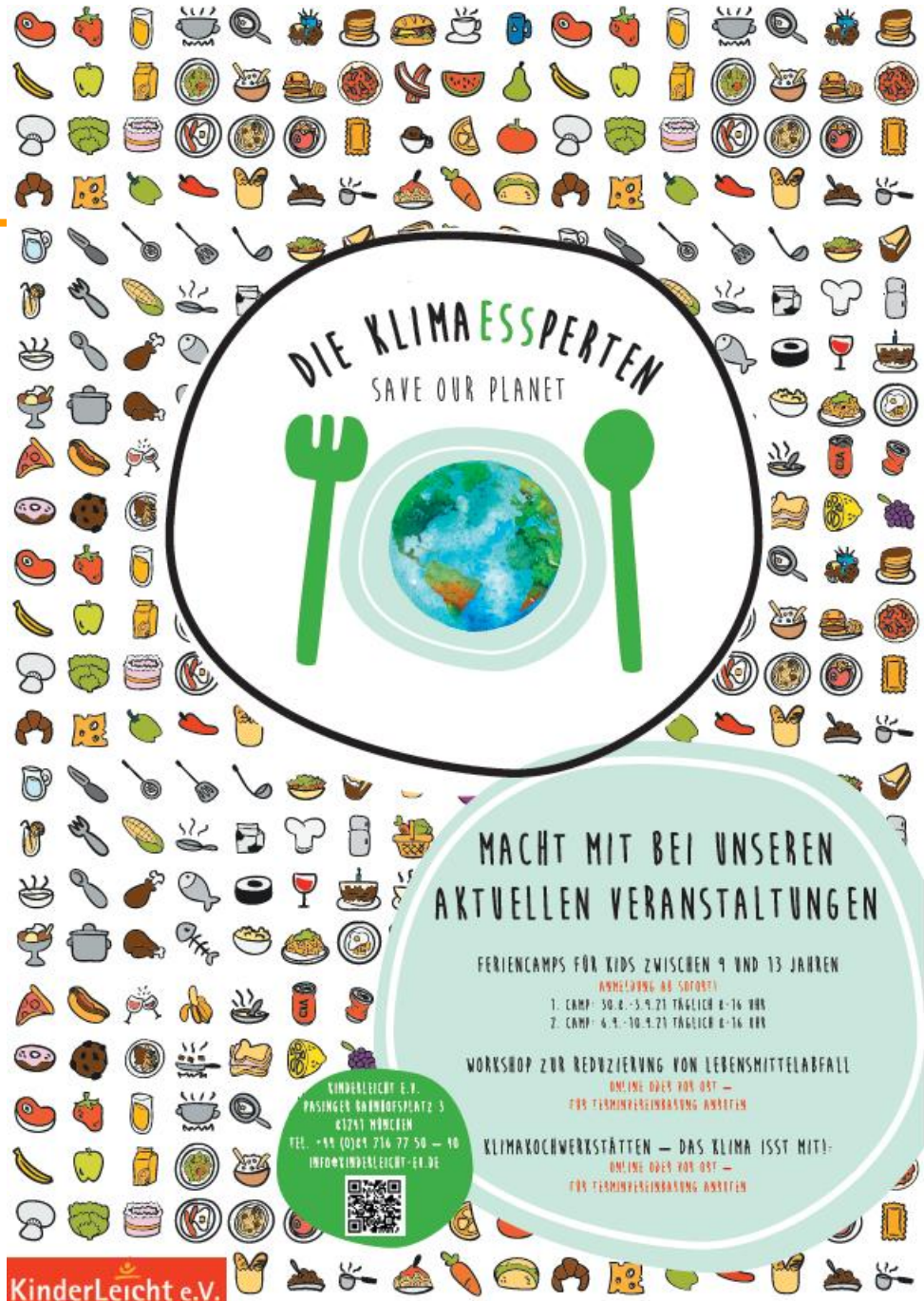
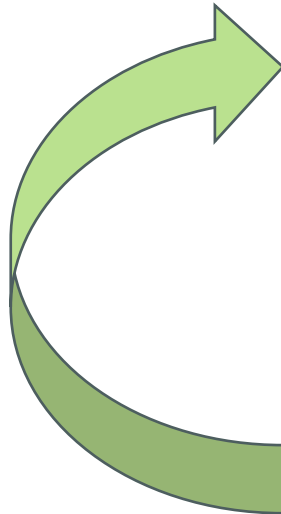
- Insgesamt rund 12 Mio. Tonnen pro Jahr (laut Thünen Report 71, 2019)
- Ca.78 kg pro Person im Haushalt
- rund 32 kg davon sind vermeidbar bzw. teilweise vermeidbar
- 300 €/Person im Jahr

- 71,4% gaben an, nützliche Materialien erhalten zu haben
- 68,4% haben Lust bekommen, sich weiter mit dem Thema zu beschäftigen
- Bei 86,5% konnte das Wissen zum Thema gesteigert werden




	Häufigkeit	Gültige Prozepte
trifft völlig zu	41	3,8
trifft überwiegend zu	40	30,1
trifft etwas zu	34	25,6
trifft weniger zu	13	9,8
trifft nicht zu	5	3,8
Gesamt	133	100,0

Wissenszuwachs t2



DIE KLIMAESSPERTEN
SAVE OUR PLANET




**MACHT MIT BEI UNSEREN
AKTUELLEN VERANSTALTUNGEN**

FERIENCAMPS FOR KIDS ZWISCHEN 9 UND 13 JAHREN
ANMELDUNG AB SOFORT!
1. CAMP: 30.8. - 3.9.21 TÄGLICH 8-16 UHR
2. CAMP: 6.9. - 10.9.21 TÄGLICH 8-16 UHR

WORKSHOP ZUR REDUZIERUNG VON LEBENSMITTELABFALL
ONLINE GOES FOR OST -
FÜR FLEHMINGSEINBAUUNG ANFÄHLEN

KLIMAKOCHWERKSTÄTTEN — DAS KLIMA ISST MIT!
ONLINE GOES FOR OST -
FÜR FLEHMINGSEINBAUUNG ANFÄHLEN

KINDERLEICHT E.V.
PASINGEN BAUMBOESPLATZ 3
81741 MÜNCHEN
TEL. +49 (0)89 736 77 50 — 10
INFO@KINDERLEICHT-ER.DE



Durchführung seit 2022

Dauer: 2 Module á 5 Stunden

Inhalt:

- Daten und Fakten des Klimawandels
- Umweltschädliche Aspekte des Essverhaltens
- Kochen von klimafreundlichen Rezepten
- Entwicklung eigener Veränderungsideen



KinderLeicht e.V.

WERDE
KLIMAESSPERT:IN
UND SCHÜTZE DAS KLIMA!



JOIN US NOW – SAVE OUR PLANET.

Du bist zwischen 10 und 15 Jahren alt
und willst selbst was für's Klima tun –
dann werde klimaESSpert:in

Wann: ab Januar 2022, 4 coole Module mit Zertifikat
Wo: Pasinger Bahnhofplatz 3, München
Kosten: 15 €



AKTUELLE
TERMINE

Wir sind für jeden
Spendenbeitrag dankbar!
Bank: GLS Bank
IBAN: DE86 4306 0967 8205 8782 00

Projektleitung
Nina Helleberg, KinderLeicht e.V.
Pasinger Bahnhofplatz 3, 81241 München
Telefon: 089 716 77 50 40, info@kinderleicht-ev.de

Unterstützt durch
**Gewinn-Sparve
Sparda-Bank Mü**
Sparda-B
www.sparda-m

www.kinderleicht-ev.de

KinderLeicht e.V.

ZERTIFIKAT

hat erfolgreich die Ausbildung zur klimaESSpert:in mit 4 Modulen,
á 2,5 h durch die regelmäßige Teilnahme erfolgreich abgeschlossen.



- | | | | |
|--|---|---|---|
| MODUL 1
Daten und Fakten des
Klimawandels | MODUL 2
Umweltschädliche Aspekte
unseres Essverhaltens | MODUL 3
klimafreundliche
Gerichte kochen | MODUL 4
Coaching für erfolgreiche
Präsentation |
|--|---|---|---|

München,

Projektleitung Kinderleicht e.V.

i.A. Schmaus
Vertreter*in Gewinn-Sparverein

Unterstützt durch den
**Gewinn-Sparverein der
Sparda-Bank München e.V.**
Sparda-Bank
www.sparda-m.de



Landeshauptstadt
München
**Referat für Gesundheit
und Umwelt**

Unterstützt durch den
**Gewinn-Sparverein der
Sparda-Bank München e.V.**

Sparda-Bank

Gefördert durch die

**AKTION
MENSCH**



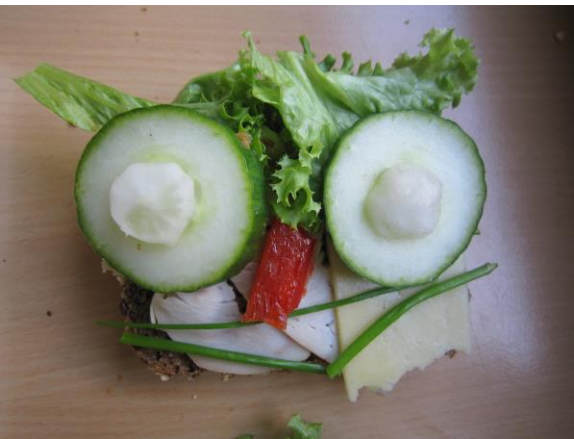
**DEUTSCHE
POSTCODE
LOTTERIE**



WORLD
FOOD
INSTITUTE E.V.
INSTITUT
FÜR
WELTERNÄHRUNG

IWE

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit**



Vernetzungstreffen Klimaschutz Bayern
09. November 2023 - 10:30 Uhr - 17:00 Uhr

Klimaschutz auf dem Teller – wie lässt sich nachhaltige Ernährung in
Projekten und in sozialen Einrichtungen umsetzen?,

Nudge-Expertin: Agnes Streber

NUDGE
Concept





Warum sollten wir uns überhaupt über nachhaltiges Essen in der Gemeinschaftsverpflegung unterhalten?

- ... weil unser Essen mit bis zu 30% zu den Treibhausgasemissionen beiträgt.
- ... weil die Außer-Haus-Verpflegung einen immer größeren Stellenwert hat.
- ... weil in der Außer-Haus-Verpflegung viele Menschen gleichzeitig erreicht werden und somit eine große Wirksamkeit besteht.



ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

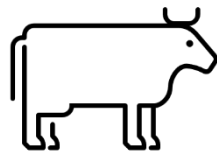


Quelle: <https://www.uni-bremen.de/artec/sdg-ringvorlesung>

Concept



- entweder 50 kg Fleisch oder
 - 6000 kg Karotten
 - 4000 kg Äpfel
 - 1000 kg Kirschen
- tierische Landwirtschaft ist in Deutschland einer der größten Wasserverbraucher.
- zur Erzeugung von 1 kg Fleisch könnte man ein ganzes Jahr lang täglich duschen
- Durch die weltweite Rinderzucht entstehen mehr klimaschädigende Gase als durch alle Autos zusammen





Bei Angeboten außer Haus ist sehr wichtig:

89% der unter 30-Jährigen legen Wert darauf, Essensreste mitnehmen zu können.

78 % der über 60-Jährigen sind flexible Portionsgrößen wichtig.

61 % bei den 14 – 16-jährigen sind flexible Portionsgrößen und Preisanpassung wichtig.

Concept



Mehrwert für

- ... für Ihre Einrichtung
- Nachhaltigkeit und Klimaschutz:
 - Energie- und Ressourcen-Einsparung
 - Senkung CO₂-Emissionen
- Senkung finanzieller Kosten
- eigenes Profil bilden → Individualität



... für Ihre Essensgäste

- Mehr Kund*innen-Zufriedenheit
- Bessere Gesundheit
- Mehr Identifikation mit der Institution, da Nachhaltigkeit und Klimaschutz für viele wichtig ist

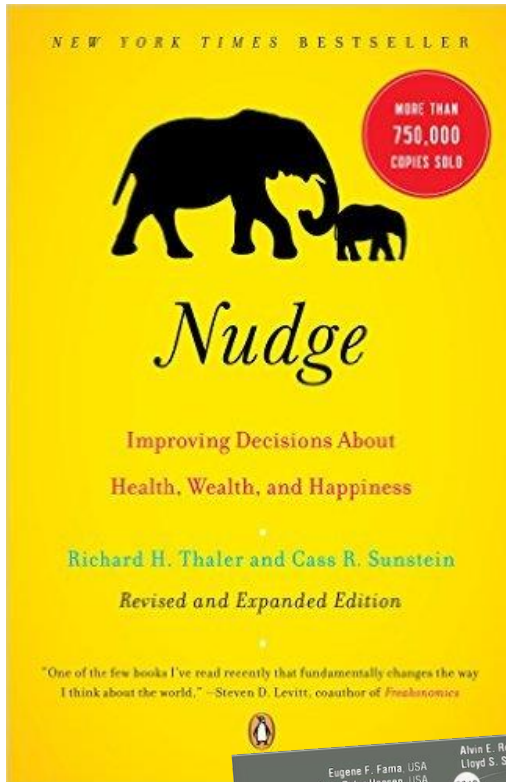


Haben Sie den Begriff
Nudging schon
gehört?



Concept

Nudging - ein erfolgreiches Instrument für eine nachhaltige Außer-Haus-Verpflegung



Unser Nudge-Buch:



... ein Praxisleitfaden aus der Praxis für die Praxis, wissenschaftlich fundiert, hochaktuell und spannend geschrieben. ... Das Buch macht Lust auf mehr ...“

Prof. Dr. Christine Brombach, ZHAW Zürich

Was ist Nudging?



Ein kleiner Stups in die richtige Richtung.

Menschen ohne Verbote/Zwänge zu einem für sie/gesellschaftlich vorteilhafteren Verhalten bringen.

Concept

Nudges sind vielfältig...



Mobilität/Bewegung



© NudgeConcept



@nudge.concept



© NudgeConcept

Concept



Was steckt dahinter?

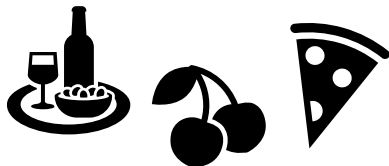
- Essen/Essensauswahl findet in komplexer Überfluss-Umgebung statt
- Wir treffen ca. 200 Essensentscheidungen pro Tag
(Renner 2014)

Concept



Automatisches System

Unkontrolliert
Mühelos
Assoziierend
Schnell
Unbewusst
erlernt



Essentscheidungen



Reflektierendes System

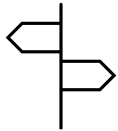
Kontrolliert
Angestrengt
Deduzierend
Langsam
Bewusst
Regelgeleitet

Concept

6 wichtige Prinzipien des Nudgings



Nudges zielen auf das automatisch-unbewusste System ab



Wahlfreiheit: Es werden keine Optionen eingeschränkt (Verbote) oder ökonomisch gesteuert (Preise)



Nudges wirken immer am Ort der zu treffenden Entscheidung



Nudges sollen einfach, ohne großen materiellen Aufwand sowie dezentral umzusetzen sein



Grundsätzliches Ziel ist, der/m Verbraucher*in die gesunde Entscheidung so einfach wie möglich zu machen



In der Regel werden alle Nudging Interventionen streng wissenschaftlich und transparent evaluiert

Nudge-Initiativen weltweit



Vorher:

Beutelgröße 7,5 g Zucker

➤ Verzehr im Mittelwert 5,83 g Zucker

Nachher:

Beutelgröße 4 g Zucker

➤ Verzehr im Mittelwert 3,05 g Zucker

(nudge italia 2017)

Nudge-Initiativen weltweit



- der Brownieverzehr reduzierte sich um 30,2%
- der Apfelverzehr erhöhte sich um 83,9% pro Person (Skov et al., 2013)



***Nudging* ist erfolgreich**



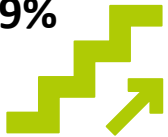
... das zeigen auch unsere Forschungsprojekte!

Concept





29%



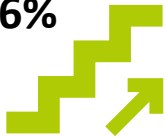
© NudgeConcept

Concept

Forschungsprojekt: Truppenküche Kaufbeuren



16%



© NudgeConcept

Concept

Projekt: Smarter lunchrooms Hochschulmensa Martinsried



Concept



10%



© NudgeConcept

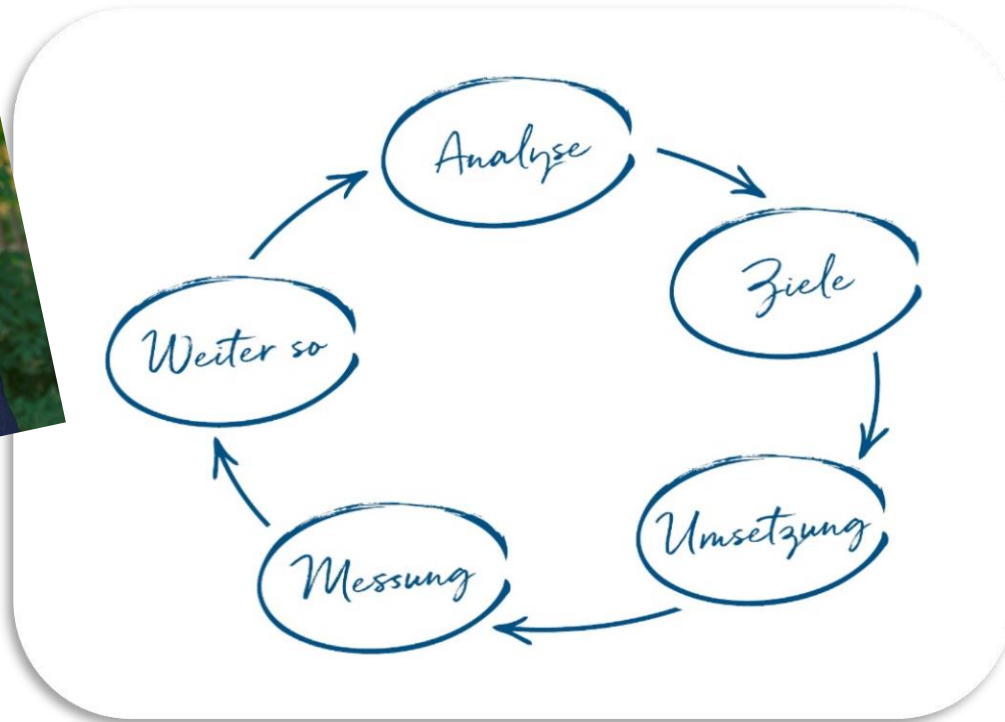
Concept



Lassen Sie sich in der Umsetzung von **Expertinnen** begleiten



Agnes Streber



Nina Helleberg

Erfolgreiche Umsetzung in 9 Schritten

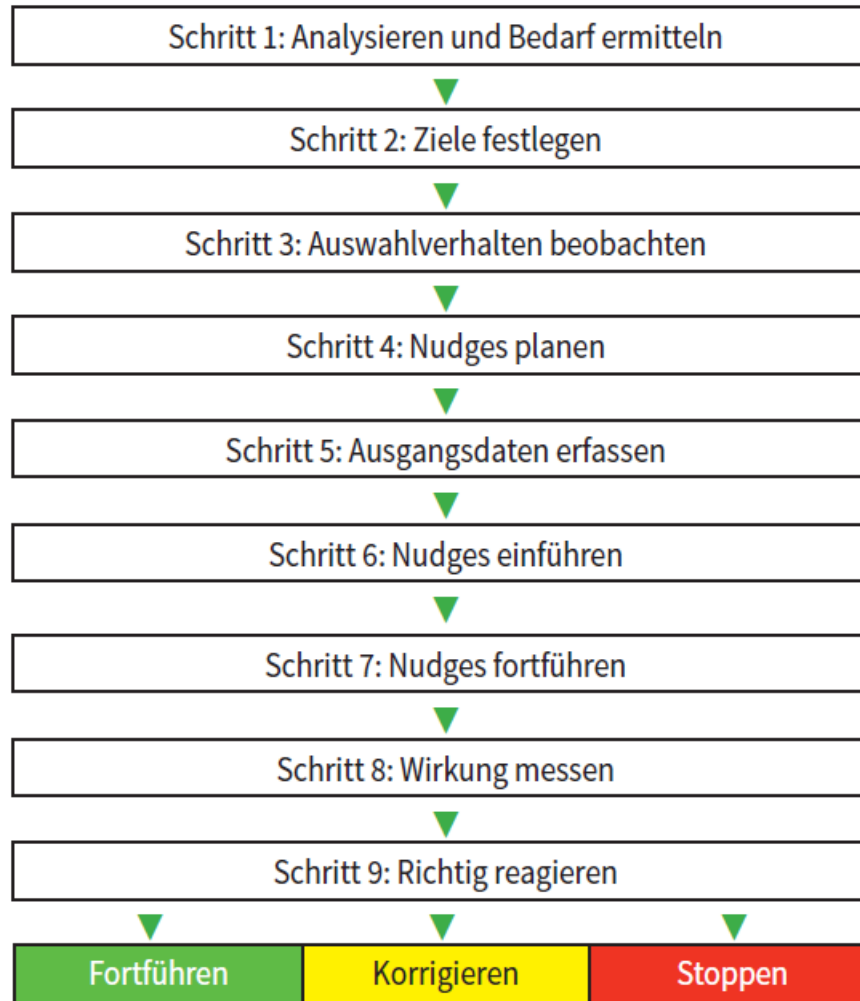
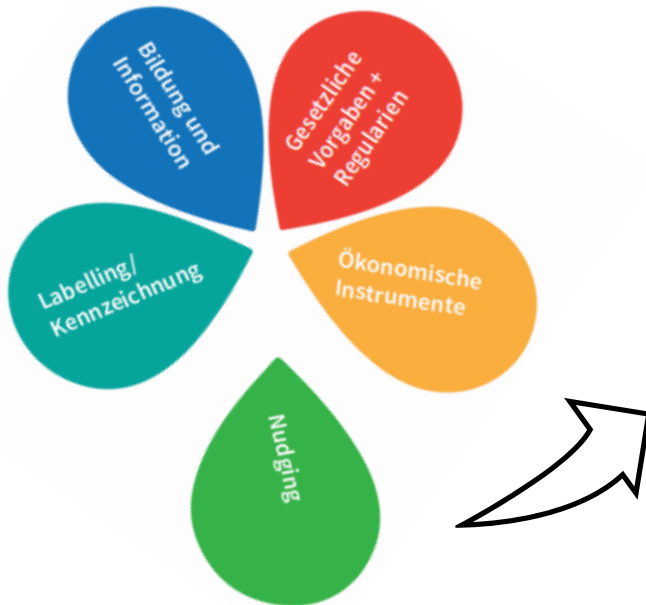


Abb. 4.1 Die neun Schritte eines Nudging-Prozesses

Concept



Make the healthy choice the easy choice.



Nudging ist ein erfolgreicher Hebel, um nachhaltige AHV noch mehr voranzutreiben.



- ... zukunftsweisend
- ... vorbildlich
- ... mutig
- ... visionär
- ... transformativ

Concept

NUDGE Concept



Die Nudge- Expertinnen:

Nina Helleberg
Ernährungswissenschaftlerin
Expertin für den analytischen Blick

Agnes Streber
Köchin & Ernährungswissenschaftlerin
Expertin für die Umsetzung vor Ort



Unser Beratungs-Angebot

NudgeConcept berät Ihren AHV-Betrieb von der Bedarfsanalyse bis zur Umsetzung vor Ort.

- Bestandsaufnahme
- Kostenkalkulation
- Einkauf & Lieferantenauswahl
- Schulung der Mitarbeiter*innen
- Gästekommunikation
- Umsetzung von Nudge-Maßnahmen

Wir schreiben für Sie als AHV-Betrieb den Förderantrag beim BÖL.

Wir entwickeln mit Ihnen eine für Sie passende Bio-Strategie.

Wir liefern die Expertise.



Die Chance für Sie:

Kennen Sie die Herausforderung, Bio in Ihrer Küche einzusetzen? Dann lassen Sie sich von NudgeConcept beraten. Das Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) fördert mit bis zu 35.000 € die Beratung von AHV-Betrieben, die schrittweise den Bio-Anteil erhöhen wollen.

Das Angebot ist ideal für:

- Betriebs- und Systemgastronomie
- Restaurants & Hotels
- Catering
- Kliniken/Altenheime

Mehr Infos:



Beratung von AHV-Betrieben

Mehr BIO -
die Zukunft

Mehr Bio auf dem Teller: Seien Sie dabei! Rufen Sie uns unverbindlich an: 089/716 77 50 30 oder schreiben Sie uns: info@nudge-concept.de





Danke für Ihre
Aufmerksamkeit!



Concept