



Arbeitsmaterialie 15:

Einbindung der Wirtschaft in die Lokale Agenda 21

Ein Leitfaden mit 17 Beispielen aus der Praxis



Landesanstalt für Umweltschutz Baden-Württemberg

Postfach 210 752, 76157 Karlsruhe - Telefon: 0721/983-1406 - Fax: 0721-983-1414

email: agendabuero@lfuka.lfu.bwl.de Internet: <http://www.lfu.baden-wuerttemberg.de>

Inhaltsverzeichnis

Grundlagen.....	5
Die Rolle der Wirtschaft in einer nachhaltigen Entwicklung.....	5
WAS HEISST DAS FÜR DIE WIRTSCHAFT IN UNSEREN KOMMUNEN? ...	6
WO KÖNNEN UNTERNEHMEN ANSETZEN?.....	8
WO KÖNNEN KOMMUNEN ANSETZEN?.....	13
SO HILFT DAS LAND BETRIEBEN UND KOMMUNEN	23
MOTIVIERUNG DER UNTERNEHMEN.....	25
GRUNDREGELN FÜR DIE PRAKTISCHE UMSETZUNG	28
Beispiele	29
ÜBERSICHT	29
SCHULUNG UND BERATUNG VON BETRIEBEN	30
<i>Gottmadingen: Das Gottmadinger Umweltmodell.....</i>	30
<i>Mosbach: Beratungsprojekt „Umweltschutz und Wirtschaft“ ...</i>	32
<i>Heidelberg: Brancheninitiative Umwelt und Friseur.....</i>	34
<i>Heidelberg: Brancheninitiative Maler und Umwelt.....</i>	36
ANREIZE FÜR BETRIEBE.....	38
<i>Heidelberg: Umweltkredite der Stadtparkasse.....</i>	38
<i>Friedrichshafen: Gütesiegel umweltorientierter Betrieb</i>	39
<i>Schramberg: "Sonnendächer für Schramberg".....</i>	41
AGENDA-INITIATIVEN IN BETRIEBEN	43
<i>Friedrichshafen: Radgruppen in Großbetrieben.....</i>	43
AUSTAUSCH DER WIRTSCHAFT ZU UMWELTFRAGEN	45
<i>Schramberg: AK Ökologie und Wirtschaft.....</i>	45
GESTALTUNG VON WIRTSCHAFTSRÄUMEN	47
<i>Öhringen: AG Umwelt und Wirtschaft.....</i>	47
<i>Landkreis Lörrach: Arbeitskreis Wirtschaft und Umwelt</i>	51
FÖRDERUNG "NACHHALTIGER" PRODUKTE	52
<i>Friedrichshafen: Café Friederico</i>	52
<i>Rhein-Neckar-Kreis: Reparatur- und Verleihführer.....</i>	54
<i>Essingen: Der Bauernmarkt.....</i>	56
<i>Mannheim: Das Markthaus.....</i>	58
INITIATIVEN FÜR AUSBILDUNG UND BESCHÄFTIGUNG	61
<i>Landkreis Heilbronn: Wahl zum Ausbildungsbetrieb 2000</i>	61
<i>Pleidelsheim: Initiative zur Schaffung von Ausbildungsplätzen</i>	63

Anhang:	65
ANSPRECHPARTNER	65
UMWELTEXPERTEN DER HANDWERKSKAMMERN	65
UMWELTEXPERTEN DER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERN	66
LITERATUR	68

Impressum

- Herausgeber: Agenda-Büro der Landesanstalt für Umweltschutz Baden-Württemberg (LfU) <http://www.lfu.baden-wuerttemberg.de>
- Bearbeiterin: Ellen Frings, ifeu-Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg, Wilckensstr. 3, 69120 Heidelberg, Tel.: 06221-47670
- Redaktion: Gerd Oelsner
- Bestelladresse: Diese Broschüre kann kostenlos bestellt werden bei:
Landesanstalt für Umweltschutz Baden-Württemberg,
Agenda-Büro, Postfach 21 07 52, 76157 Karlsruhe, Telefon:
0721/983-1406, Telefax 0721/983-1414,
e-mail: agendabuero@lfuka.lfu.bwl.de

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Quellenangabe und Überlassung von Belegexemplaren. Für den Inhalt ist die Bearbeiterin verantwortlich.

Grundlagen

Die Rolle der Wirtschaft in einer nachhaltigen Entwicklung

Ob über die Schaffung von Arbeitsplätzen, über Handelsbeziehungen oder das Angebot an Waren und Dienstleistungen – die Wirtschaft gestaltet die soziale und wirtschaftliche Entwicklung in einer Region oder einem Land wesentlich mit und ist daher ein unverzichtbarer Partner im Prozess der Lokalen Agenda 21. So fordert auch die im Jahr 1992 in Rio de Janeiro beschlossene Agenda 21 von den Kommunen ausdrücklich einen Dialog mit der Wirtschaft (Kapitel 28.3). Ausführlicher beschreibt das *Kapitel 30* der Agenda 21 die Rolle der Wirtschaft in einem Prozess der nachhaltigen Entwicklung:

- Wirtschaftliche Aktivitäten sind eine notwendige Grundlage, um höheren Wohlstand zu erzielen.
- Die Betriebe schaffen die Voraussetzungen für Handel, Beschäftigung und Existenzsicherung.
- Gleichzeitig ist die Industrie aber diejenige, die Ressourcen aus der Umwelt entzieht sowie Produkte, Stoffe und Energien wieder an sie abgibt.

Auch die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung betont in Kapitel 8 des Brundtland-Berichts die Bedeutung der Industrie, um Wohlstand zu sichern und die Grundbedürfnisse der Menschen zu befriedigen. Die Industrialisierung hat nach Ansicht der Kommission noch keine quantitative Grenze erreicht, weiteres Wachstum sieht sie als notwendig an. Damit es zukunftsfähig wird, habe sich aber die Qualität dieser Entwicklung radikal zu ändern.

Der vorliegende Leitfaden möchte Ansatzpunkte für nachhaltiges Wirtschaften in den Betrieben aufzeigen und vor allem den Kommunen Anregungen geben, wie sie Initiativen und Prozesse mit und in den Unternehmen in Gang setzen können. Die Beispiele aus Kommunen im zweiten Teil der Broschüre sollen Ihnen Anregungen geben. Patentrezepte finden Sie hier nicht, jede Kommune wird ihre eigenen Erfahrungen machen. Vielleicht kann der Leitfaden Sie dabei aber unterstützen.

- Die Agenda 21 ist in deutscher Sprache im World Wide Web unter <http://www.oneworldweb.de/agenda21/> einsehbar und kann von der Webseite des Bundesumweltministeriums <http://www.bmu.de/> heruntergeladen oder dort bestellt werden (Adresse siehe Anhang).
- Hauff, Volker (Hrsg.): Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, 1987

Die Wirtschaft - ein wichtiger Partner

 **Literatur, Quellen**

 **Webseite**

Was heißt das für die Wirtschaft in unseren Kommunen?

Die Endlichkeit der Ressourcen beachten

Ein zentraler Grundgedanke der nachhaltigen Entwicklung ist der verantwortliche Umgang mit den natürlichen Ressourcen. Ursprünglich stammt die Idee aus der Forstwirtschaft: Man lebt von den Erträgen eines (Natur-)Kapitals, nicht aber vom Kapital selbst.

Im Umweltschutz versteht man unter Ressourcen nicht nur die erschöpflichen Vorräte an Mineralien, Erzen oder fossilen Energieträgern. Auch die Ökosysteme der Biosphäre dürfen nicht „übernutzt“ werden. In den Industrieländern ist vor allem die Einsparung von Materialien und Energien wichtig, denn der vergleichsweise kleine Teil der Menschheit, der in diesen Ländern lebt, verbraucht einen Großteil der weltweiten Rohstoffe. Unternehmen können dazu verschiedene Beiträge leisten: durch ökologische Produktionsweisen und Produkte ebenso wie über Einflussnahme auf wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen.

Gerechte Verteilung der Ressourcen

Wenn es um die Rolle von Unternehmen in einer nachhaltigen Entwicklung geht, wird oft der Umweltschutz in den Vordergrund gestellt. Aber zur nachhaltigen Entwicklung gehört auch die Frage, wie gerecht die Ressourcen zeitlich und räumlich verteilt werden - also zwischen den Generationen und zwischen den Ländern dieser Erde.

Wichtige Texte

Auszug aus dem Bericht der Brundtland-Kommission

Zwei Bedingungen müssen erfüllt sein, damit der internationale Wirtschaftsaustausch vorteilhaft für alle Beteiligten wird: Die Dauerhaftigkeit des Ökosystems, von dem die Weltwirtschaft abhängt, muss gewährleistet sein. Und für die Wirtschaftspartner muss die Basis des Austausches gerecht sein... Für viele Entwicklungsländer ist keine dieser Bedingungen erfüllt.

Einflussmöglichkeiten im globalen Wettbewerb nutzen

Die Bedingungen der Weltwirtschaft werden zwar zum größten Teil von Politik, Finanzmärkten und Industrie- oder Handelsorganisationen bestimmt, aber auch Unternehmen haben Gestaltungsmöglichkeiten, beispielsweise, indem sie Standards im Umgang mit Geschäftspartnern, Niederlassungen oder Kunden setzen. Die Agenda 21 nennt noch weitere Möglichkeiten: Partnerschaften mit Betrieben in Entwicklungsländern, Auswahl von ökologisch oder sozial engagierten Lieferanten oder der Transfer von (Umwelt-)Technologien und Know-how.

Eine weitere Besonderheit in der Diskussion um die nachhaltige Entwicklung ist, dass die sozialen und wirtschaftlichen Faktoren für eine nachhaltige Ressourcenbewirtschaftung immer im Blickfeld stehen, denn Nachhaltigkeit kann nicht gegen die Menschen, sondern nur mit

ihnen verwirklicht werden. Voraussetzung dafür ist ein Mindestmaß an Wohlstand: Die Agenda 21 bezeichnet daher höheren Wohlstand als "ein vorrangiges Ziel des Entwicklungsprozesses". Vor allem in den Ländern, in denen bei weiten Teilen der Bevölkerung die Grundbedürfnisse kaum gedeckt sind, geht es zuerst darum, mehr Wohlstand zu schaffen. In den Industriestaaten dagegen steht die gerechte Verteilung des Wohlstands im Vordergrund. Grundlagen dafür sind unter anderem Chancen für eine gute Ausbildung und der Zugang zur Erwerbsarbeit. Unternehmen können dabei wichtige Impulse geben, denn hier werden Lösungen und neue Modelle für die veränderten Anforderungen des Arbeitsmarktes entwickelt.

**Nicht mehr Wohlstand –
sondern gerechtere Verteilung**

Allerdings eröffnet sich ein sehr weites Feld, will man die sozialen Anforderungen an ein Unternehmen in einer nachhaltigen Entwicklung beschreiben. Gehört dazu beispielsweise die Einrichtung einer Betriebssportgruppe, wie dies in manchen Kriterienkatalogen oder "Nachhaltigkeits-Checks" zu finden ist? Zwar mag sie die Arbeitszufriedenheit und das Teamgefühl erhöhen, doch ein Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung ist nur sehr indirekt erkennbar. Stellen Sie sich daher immer wieder kritisch die Frage, was für eine nachhaltige Entwicklung wirklich wichtig ist. Dazu gehören auf jeden Fall alle Faktoren, die einen verantwortungsbewussten Umgang mit den natürlichen Ressourcen erst ermöglichen: sozialer Frieden und ein Mindestmaß an Wohlstand. Aber darüber hinaus sollte man mit dem Begriff der nachhaltigen Entwicklung vorsichtig umgehen. Denn nur dann kann er an Konturen gewinnen und breite Akzeptanz finden.

**Den Begriff "Nachhaltigkeit"
nicht verwässern!**

Wo können Unternehmen ansetzen?

Handlungsansätze statt Patentrezepte

Verlässt man diese grundlegende Ebene, so stellt sich schnell die Frage, welche Maßnahmen ein Unternehmen konkret ergreifen kann. Patentrezept gibt es aber ebenso wenig wie eine Aufgabenliste, nach deren Umsetzung der Zustand der Nachhaltigkeit erreicht wäre. Allerdings kann man sich die Handlungsfelder der Unternehmen einmal genauer auf mögliche Ansatzpunkte für eine nachhaltige Entwicklung ansehen.

Handlungsfelder für Unternehmen in einer nachhaltigen Entwicklung

- Produktionsverfahren verbessern
- Produkte ökologisch gestalten und Produktsortimente sozial fair und ökologisch ausrichten
- Sozial sichere Beschäftigungsverhältnisse schaffen
- Normen und Werte im Unternehmen vermitteln
- Rahmenbedingungen des Marktes beeinflussen

Verbesserungen bei den Produktionsverfahren

Die Produktionsweisen und Abläufe im Betrieb bestimmen die unmittelbaren Einwirkungen des Unternehmens auf die Umwelt. Die Agenda 21 betont deshalb die Bedeutung effizienter Produktionsprozesse und sauberer Produktionstechnologien.

Umweltschutz durch Umweltmanagement

Vor allem aber hebt sie die Bedeutung des Umweltmanagements hervor und bezeichnet es sogar als "eine der höchsten unternehmerischen Prioritäten und eine Schlüsseldeterminante für eine nachhaltige Entwicklung" (Kapitel 30.3). Umweltmanagementsysteme, beispielsweise nach der europäischen Öko-Audit- bzw. EMAS-Verordnung oder nach der international gültigen Norm DIN EN ISO 14001, sorgen dafür, dass die Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Umweltschutzes im gesamten Unternehmen festgelegt sind. Ihr wesentlicher Vorteil liegt darin, dass Umweltschutz im Betrieb systematisch angegangen wird.

Wichtige Texte

Auszug aus der Agenda 21 der UN

Kapitel 30.6: Die Regierungen und die Privatwirtschaft einschließlich transnationaler Unternehmen sollen darauf hinwirken, die effiziente Nutzung von Ressourcen, einschließlich einer zunehmenden Wiederverwertung von Rückständen, zu erhöhen und die Abfallmenge pro Produktionseinheit zu vermindern.

Die Internationale Handelskammer (International Chamber of Commerce – ICC) hat daher eine Charta mit 16 Grundsätzen zum Umweltmanagement aufgestellt und die Unternehmen aufgefordert, sich daran zu orientieren.

Die ICC-Charta für eine langfristig tragfähige Entwicklung – Grundsätze des Umweltmanagements

ist im Internet übersetzt auf der Seite der deutschen Sektion des ICC unter der Adresse [http:// www.icc-deutschland.de](http://www.icc-deutschland.de) abgedruckt.

Das regionale Stoffstrommanagement geht den Schritt über das Unternehmen hinaus: Benachbarte Betriebe schließen sich zusammen, um gemeinsame Energie- oder Abfallkonzepte zu entwickeln oder die Beschaffung und Nutzung von Anlagen und Geräten zu koordinieren. Möglicherweise kann ein Betrieb Reststoffe eines Nachbarbetriebes verwenden. Oder die Unternehmen können Transporte abstimmen. So spart man nicht nur Material und Energie, sondern auch Kosten.

Gemeinsam Verbesserungsmöglichkeiten nutzen

Produkte und Produktsortimente optimieren

Alle Produkte werden irgendwann zu Abfall oder zu Emissionen. Der Ersatz umweltbelastender Produkte und Produktbestandteile ist eine ebenso wichtige Aufgabe der Unternehmen wie die Verringerung des Energie- und Materialverbrauchs durch Produktdesign, aufrüstbare, reparatur- und recyclingfähige Produkte sowie Rücknahmegarantien.

Produkte verbessern

Unternehmen können darüber hinaus den verantwortungsvollen Umgang mit den Produkten fördern – beispielsweise über Information und Beratung. Die Agenda 21 hebt hier beispielhaft die Initiative *Responsible Care* der chemischen Industrie hervor.

Produktverantwortung

Noch weitergehend ist der Anspruch, bei der Produktentwicklung Fragen nach der Funktion und dem Bedarf zu stellen: Oft ist es gar nicht erforderlich, ein Produkt, wie eine Bohrmaschine, zu besitzen, da man es nur von Zeit zu Zeit benötigt. Findige Unternehmen können durch Dienstleistungs- oder Verleihangebote zur Ressourcenschonung beitragen und sich damit Marktnischen eröffnen. Durch professionelles Marketing können solche Unternehmen auch einen positiven Einfluss auf die Konsumgewohnheiten der Verbraucher nehmen.

Wer braucht was, wann und wie?

Sozialverträgliche Beschäftigungsverhältnisse schaffen

In den Arbeitsplätzen und in der Ausgestaltung von Beschäftigungsverhältnissen liegen wichtige Schlüssel für die Verteilung von Wohlstand. Der Arbeitsmarkt ist aber seit vielen Jahren durch eine kaum abnehmende Arbeitslosenquote gekennzeichnet. Gleichzeitig gibt es immer mehr Beschäftigungsverhältnisse, die immer weniger soziale Absicherung garantieren. Leih- und Zeitarbeit oder Verträge auf der Basis von Selbstständigkeit stehen für diesen Trend. Dieser Entwicklung kann man nur gemeinsam mit den Unternehmen entgegensteuern: Angebote zur betrieblichen Altersvorsorge, Schaffung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen, Einbeziehung möglichst vieler Beschäftigter in die Sozialversicherungspflicht und die Bereitschaft,

Bei Beschäftigung und sozialer Sicherung ansetzen

neue, sozialverträgliche Arbeitszeitmodelle zu erproben, sind wichtige Möglichkeiten in den Betrieben.

Gerechte Verteilung der Arbeit als ein Schlüssel für eine nachhaltige Entwicklung

Wer zu viel arbeitet, hat keine Zeit für gesellschaftliches Engagement. Wer andererseits keine Erwerbsarbeit hat, dem sind der Zugang zu angemessenem Wohlstand ebenso wie die gesellschaftliche Integration erschwert – beides sind wichtige Voraussetzungen, die gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein erst möglich machen. Die Verteilung der Erwerbsarbeit sollte daher ein wichtiges Ziel in einer nachhaltigen Entwicklung sein.

Ansatzpunkte sind die individuelle Gestaltung der Arbeitszeit, zum Beispiel durch kürzere Tages- und Wochenarbeitszeiten, flexiblere Einteilung der Jahresarbeitszeit über Zeitkonten, längere Urlaubszeiten oder wochenweises Arbeiten. Bei der Hypo Bank AG in München führte man probeweise die Mobilzeit ein, bei Siemens spricht man von Vertrauensgleitzeit. Den Mitarbeitern einer Arbeitsgruppe ist es dabei selbst überlassen, wie sie ihre Arbeitszeit organisieren. Sie können, in Absprache mit ihrem Team, mal mehr und mal weniger arbeiten. Und die Mitarbeiter der Mannheimer Versicherungs AG entscheiden, nach Absprache mit ihrem Vorgesetzten, selbst darüber, wie viel sie in den kommenden zwölf Monaten arbeiten. Größere Flexibilität macht sich auch für die Betriebe bezahlt: durch größere Zufriedenheit und Verbundenheit der Mitarbeiter zum Betrieb.

Vermittlung von Normen und Werten

**Unternehmen als
Orte des Lernens nutzen**

Unternehmen, in denen Umweltschutz und soziale Verantwortung großgeschrieben werden, geben auch den Beschäftigten Anregungen, Denkanstöße und Ideen. Diese Sensibilisierung ist eine wichtige Voraussetzung für eine nachhaltige Entwicklung – denn letztendlich findet sie im Bewusstsein jedes Einzelnen statt. Umweltleitlinien, Publikationen und Schulungen zum betrieblichen Umweltschutz, aber auch Seminare zum Lernen in Organisationen, setzen dabei Signale. Noch wichtiger ist aber die Vorbildfunktion der Vorgesetzten.

Einfluss auf die Rahmenbedingungen des Marktes

**Ökologisch und sozial
engagierte Lieferanten wählen**

Unternehmen stehen mit vielen Partnern aus der Wirtschaft, Gesellschaft und Politik in Kontakt, über die sie den Markt zugunsten einer ökologischeren und sozial fairen Ausrichtung beeinflussen können.

Die nächstliegende Möglichkeit ist es, ökologisch und sozial orientierte Lieferanten zu wählen. Vor allem größere Unternehmen und Konzerne können ihre Marktstellung geltend machen und fordern, dass Lieferanten Umweltmanagementsysteme vorweisen oder dass sie Ausbildungsplätze anbieten. Oder bei Handelsbeziehungen mit Entwicklungs- und Schwellenländern auch Aspekte wie Kinderarbeit, faire Löhne und Preise ins Kalkül ziehen. Auf Branchenebene gibt es einige Selbstverpflichtungen, beispielsweise im Rahmen des Responsible-Care-Programms der Chemieindustrie, zur Erfüllung des Kode-

xes über den Umgang mit Pestiziden der internationalen Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation FAO, oder zur Einhaltung von Sozialstandards in der Textilindustrie (Clean Cloth Campaign). Denkbar wären auch Selbstverpflichtungen zur Einhaltung von Empfehlungen der International Labor Organization zur Kinderarbeit (ILO Convention 182) oder der Charta der Internationalen Handelskammer (ICC) zum Umweltmanagement.

An vielen Stellen in der Agenda 21 finden sich Appelle an die Wirtschaft, die Unternehmen in den Entwicklungsländern zu unterstützen – beispielsweise, indem sie "saubere" Technologien zur Verfügung stellt oder Know-how über Unternehmensführung, Management und Marketing vermittelt. Ausführlich nimmt sich das Kapitel 34 dieses Themas an. Vor allem die weltweit tätigen Konzerne werden in die Verantwortung genommen. Auch die Förderung kleinerer Unternehmen wird ihnen nahegelegt.

Auszug aus der Agenda 21 der UN

30.22: Die Privatwirtschaft einschließlich transnationaler Unternehmen soll ermutigt werden, ..., ihren Tochtergesellschaften in Entwicklungsländern,..., ohne zusätzliche externe Aufwendungen umweltverträgliche Technologien zur Verfügung zu stellen, überseeische Tochtergesellschaften dazu anzuhalten, Verfahren so abzuändern, dass sie den ökologischen Gegebenheiten vor Ort Rechnung tragen....

30.23: Großunternehmen der Privatwirtschaft einschließlich transnationaler Unternehmen sollen die Möglichkeit in Betracht ziehen, ... Partnerschaften mit kleinen und mittleren Unternehmen einzugehen, um den Austausch von Erfahrungen in der Führung eines Unternehmens, in der Erschließung von Absatzmärkten und über technisches Know-how zu erleichtern.

Darüber hinaus gibt es zahlreiche Möglichkeiten eines sozialen und ökologischen, "nachhaltigen" Engagements – ob es sich darum handelt, umwelt-, sozial- und entwicklungspolitische Projekte und Aktivitäten im Rahmen von Lokale Agenda 21-Prozessen finanziell zu unterstützen oder Nachhaltigkeitsfonds einzurichten. Auch die konkrete Mitarbeit in Agenda-Arbeitskreisen, die Beteiligung an regionalen Entwicklungsprojekten und das Engagement in umwelt- und sozialpolitisch aktiven Netzwerken zählen zu diesen Möglichkeiten.

Wichtige Gestaltungsspielräume liegen auch im Verhalten gegenüber Politik, Presse und Öffentlichkeit. Vor allem größere Unternehmen und Wirtschaftsverbände können Einfluss auf die Politik und die öffentliche Meinung nehmen. Ob in Kommunen oder in der Landes- oder Bundespolitik: Unternehmen, die sich öffentlich für Umweltschutzmaßnahmen aus der Politik einsetzen und dabei sogar aus Verbandspositionen ausbrechen, setzen deutliche Signale. Damit können sie gegebenenfalls bessere Erfolge für die Umwelt erzielen als durch eine neue Produktionstechnologie.

Patenschaften für Technologie- und Know-how-Transfer

Wichtige Texte

Engagement in der Gesellschaft wahrnehmen

Einfluss auf Politik und öffentliche Meinung nutzen

Offenheit, Dialogbereitschaft und Kooperation sind gefragt

Alles in allem ist eine nachhaltige Entwicklung aber keine Frage, ob vorgegebene Kriterienraster und Anforderungen eingehalten werden. Damit würde man der Vielschichtigkeit des Themas nicht gerecht. Wichtiger ist es, dass Entscheidungen immer wieder im gesellschaftlichen Umfeld verantwortet und geprüft werden. Offenheit, Dialogbereitschaft und Kooperation zeichnen daher diejenigen Unternehmen aus, mit denen eine nachhaltige Entwicklung möglich wird.

Zum Weiterlesen...

Anregungen, Kriterien und Projekte zum Thema Nachhaltigkeit finden Sie im Leitfaden "*Nachhaltigkeit. Jetzt!*", herausgegeben von future e.V., München. Der Leitfaden zeigt praxisorientiert Handlungsansätze und ermuntert dazu, das Thema Nachhaltigkeit lieber pragmatisch anzugehen, statt es in langen Diskussionen zu erschöpfen – Hauptsache, es wird angepackt. Spannend sind vor allem die zahlreichen Beispiele aus den Unternehmen. Der Leitfaden enthält außerdem eine Checkliste, die für den Einstieg der Unternehmen gedacht ist und als Orientierungshilfe "nachhaltige Themenfelder" und Maßnahmen benennt.

"Nachhaltige Themenfelder" in Unternehmen			
<i>Umwelt</i>	<i>Soziales</i>	<i>Ökonomie</i>	<i>Kooperation</i>
Schonender Umgang mit Ressourcen	Sicherung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen/Arbeitnehmerinteressen	Wertschöpfung und gerechte Verteilung	Beteiligung von Mitarbeiter/-innen
Reduzierung der Umweltbelastung durch Stoffeinträge	Förderung von Arbeitssicherheit und Gesundheit	Bedürfnisorientierung	Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen
Verantwortungsbewusster Umgang mit Ökosystemen	Gleichberechtigung von Männern und Frauen	Regionale/globale Verantwortung	Offene Informationspolitik
Minderung der Risiken für Mensch & Umwelt	Soziale Rücksichtnahme		
Umweltverträgliche Produkte und Verfahren	Globale Verantwortung		
Globale ökologische Verantwortung	Langfristige Unternehmenssicherung		

 **Literatur, Quelle**

Die Broschüre "*Nachhaltigkeit. Jetzt!*" ist für DM 25,- (ab 5 Stück: 15,- DM) zu beziehen bei future e.V., Geschäftsstelle Süd, Rumfordstraße 10, 80468 München, Tel.: 089/290840-22, Fax: 089/290840-50.

Wo können Kommunen ansetzen?

Die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft ist für Kommunen ein altbekanntes Thema. Im Rahmen der Wirtschaftsförderung ist es ihre Aufgabe, den Standort attraktiv für Industrie und Gewerbe zu gestalten. Inzwischen entdecken immer mehr Kommunen Möglichkeiten, auch soziale und ökologische Entwicklungen in der lokalen Wirtschaft zu fördern. Grundsätzlich können sie:

- Einfluss auf die *Wirtschaftsstrukturen* nehmen, etwa durch Förderung und Unterstützung kleiner innovativer oder ökologischer Betriebe und Projekte,
- Impulse geben und Initiativen anstoßen, mit denen sie *Veränderungen in den Unternehmen selbst* bewirken.

Im Folgenden sind verschiedene Handlungsmöglichkeiten beschrieben. Eine Auflistung von Projekten und Initiativen aus verschiedenen Städten und Gemeinden können Sie den Tabellen auf den Seiten 15-18 entnehmen – vielleicht finden Sie darin Anregungen für ihrer eigene Arbeit in der Kommune.

**Ansatzmöglichkeiten:
Wirtschaftsstrukturen oder
Unternehmen**

Einbindung der Wirtschaft: Handlungsfelder für Kommunen

- Gemeinde- und Flächenplanung
- Beratung
- Anreize
- Unterstützung und Durchführung von Projekten
- Einbindung in Netzwerke

Gemeinde- und Flächenplanung

Die Bereitstellung von Gewerbeflächen und -raum ist eine wesentliche Aufgabe der kommunalen Wirtschaftsförderung: Die Kunst liegt darin, attraktive Gewerbeflächen anzubieten, aber gleichzeitig die Belange des Umwelt- und Naturschutzes zu berücksichtigen – nicht umsonst wurde der rasant zunehmende Flächenverbrauch der Enquete-Kommission "Schutz des Menschen und der Umwelt" des Deutschen Bundestages als eines der wichtigsten Umweltprobleme in Deutschland bewertet. Handlungsansätze liegen in der

- vorrangigen Nutzung von innerstädtischen Brachflächen und von Flächen ehemaliger Industrieanlagen,
- Festschreibung ökologischer Vorgaben in den Bebauungsplänen,
- ökologischen und ästhetischen Gestaltung der Gewerbegebiete und
- Bevorzugung umweltengagierter Unternehmen.

Ein Beispiel für die ökologisch orientierte und gleichzeitig wirtschaftlich attraktive Gestaltung von Innenstädten im Rahmen einer Agenda-Arbeitsgruppe in Zusammenarbeit zwischen Verwaltung und Öffentlichkeit bietet die Gemeinde Öhringen (S. 43).

Flächenpolitik und Ausgestaltung von Gewerbegebieten

Beratung

Gemeinsamer Weg zum Umweltmanagement

Kommunen können die Unternehmen auch durch Beratung und Schulung in Prozesse der Agenda 21 einbeziehen. Vor allem branchenspezifische Beratungsprojekte sowie Schulungen zum Umweltmanagement bzw. Öko-Audit machen in immer mehr Kommunen Schule. Hier hat sich für eine Kombination aus Workshops für Unternehmen und eine individuelle Beratung der Unternehmen unter anderem der Begriff Ökoprofit etabliert. Die Projektidee stammt aus Graz. Der Begriff ist geschützt – wer ihn anwenden möchte, muss bestimmte Nutzungsrechte beachten. Informationen darüber sind im Grazer Umweltamt erhältlich. Aber es muss nicht immer Ökoprofit sein: Das zeigt unter anderem das Projekt "Umwelt und Wirtschaft" der Kreisstadt Mosbach (s. S. 28). Ein anderes Beispiel ist das Gottmadinger Umweltmodell: In Gottmadingen wurde ebenfalls eine Gruppe von Betrieben beraten – allerdings ohne Schulungsangebote, hier beschränkte man sich auf Vor-Ort-Beratungen (s. S. 26). Außerdem finden Sie Informationen zu den branchenbezogenen Beratungsprojekten "Friseur und Umwelt" und "Maler und Umwelt" der Stadt Heidelberg (s. S. 32).

Beratung für Branchen

Anreize

Förderprogramme

Unternehmen brauchen Anreize, um sich an Projekten in der Lokalen Agenda 21 zu beteiligen. Wie die Anreize aussehen können, haben bereits einige Kommunen vorgemacht. Beispiele sind die Bereitstellung von Umweltkrediten durch städtische Sparkassen und Förderprogramme für ökologische Technologien und Maßnahmen. So hat beispielweise die Stadt Regensburg schon im Jahr 1996 ein Förderprogramm für Unternehmen aufgelegt, die ein Umweltmanagementsystem nach der EG-Öko-Audit-Verordnung einführen.

Umweltrecht vereinfachen

Einen weiteren Anreiz bieten die Städte Nürnberg und Heidelberg: In sogenannten Substitutions- oder Deregulierungslisten haben sie zusammen mit Unternehmen und der IHK rechtliche Vorschriften aufgeführt, bei denen für Betriebe mit Umweltmanagementsystemen nach der Umweltaudit-Verordnung vereinfachte Dokumentations- und Berichtspflichten und geringere behördliche Kontrollen gelten. Auch auf Landesebene besteht mit der *Verwaltungsvorschrift des Ministeriums für Umwelt und Verkehr über administrative Erleichterungen für Standorte* mit dem EG-Öko-Audit ein entsprechender Anreiz für baden-württembergischen Betriebe.

Gütesiegel und Agenda-Kennzeichen

Auch Kennzeichen für ökologische oder sozial faire Produkte und Unternehmen gehören zu möglichen Anreizen. So plant die Stadt Mosbach die Vergabe eines Umweltlogos für diejenigen Betriebe, die erfolgreich am Beratungsprojekt *Umwelt und Wirtschaft* teilnehmen. Weitere Beispiele sind das *Agenda-Gütesiegel* für regionale Produkte in Schwabach oder Preise für besonders aktive und engagierte Unternehmen, wie der *Agenda-Star* in Stuttgart. Die Stadt Friedrichshafen hat gemeinsam mit dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband im Rahmen der Lokalen Agenda 21 das *Gütesiegel umweltorientierter*

Betrieb an Hotels und Gaststätten vergeben (s. S. 35). Ein Umweltsiegel für betrieblichen Umweltschutz gab es auch für die Teilnehmer am Gottmadinger Umweltmodell.

In vielen Städten und Gemeinden gibt es inzwischen regionale Branchenverzeichnisse oder Reparatur- und Verleihführer. Auch damit wird vor allem kleinen Betrieben aus Dienstleistung, Handel und Handwerk ein Anreiz gegeben, über ihre Angebote an Produkten und Dienstleistungen nachzudenken. Beispielhaft wird auf Seite 50 der Reparatur- und Verleihführer im Rhein-Neckar-Kreis vorgestellt.

Branchenverzeichnisse

Regionalisierung und Nachhaltigkeit

Die Regionalisierung wird oft als wichtiger Ansatz für ein nachhaltiges Wirtschaften gesehen, denn sie verspricht nicht nur geringere Transportwege, sondern auch ein Gegengewicht zur fortschreitenden Globalisierung. Wie sehr die Transportwege die Umwelteinwirkungen über den gesamten Lebensweg eines Produktes bestimmen, zeigen Ökobilanzen für Verpackungen: Einwegprodukte aus der Region können sogar günstiger abschneiden als bundesweit vertriebene Mehrweggetränke mit einer zentralen Abfüllstation. Was den Wunsch angeht, ein Gegengewicht zur Globalisierung zu setzen, so ist jedoch eine differenzierte Sichtweise wichtig:

- Regionalisierung ist ein interessanter Ansatz, um die Wirtschaft in Krisenregionen und -branchen zu stärken. Sie eröffnet neue Perspektiven und viele Möglichkeiten für Eigeninitiative. Oft verbindet man mit der Regionalisierung auch die Vorstellung von kleinen, vielfältigen Strukturen: Handwerksbetriebe, junge, innovative Firmen aus der EDV-Branche oder Dienstleister sollen neue Arbeits- und Beschäftigungsmöglichkeiten bieten. Strukturveränderungen belasten die Kommunen dann weniger stark als bei der Abhängigkeit von einem großen Arbeitgeber vor Ort. Ein weiterer Aspekt: Man erhofft sich eine stärkere Abkopplung von der Weltwirtschaft und den globalen Finanzströmen.
- Allerdings sind die Chancen der Regionalisierung begrenzt: Die überregionale Arbeitsteilung ist oft billiger und die Märkte sind eng. Außerdem hängen die Ökonomien in den Entwicklungs- und Schwellenländern inzwischen von unserer Nachfrage ab. Schnelle Umbrüche mit negativen Folgen für die dortige Wirtschaft sind zwar nicht zu erwarten, doch kann bereits eine Nachfrageänderung in einzelnen Bereichen direkte Folgen in diesen Ländern haben – so geschehen, als in den 80-er Jahren Kleidungsstücke aus Alpakawolle aus der Mode kamen und damit viele Frauen in den Anden ihr Einkommen verloren.

Eine Bewertung der Regionalisierung als "gut" oder "schlecht" wäre dem Thema nicht angemessen. Dazu ist es insgesamt zu komplex.

Unterstützung und Durchführung von Projekten

Zu einem weiteren Block lassen sich Projekte im kommunalen Bereich zusammenfassen, die von den Kommunen unterstützt werden, aber meist von anderen Initiativen oder Organisationen in der Kommune durchgeführt werden. Viele dieser Projekte haben zum Ziel, Gegen-

gewichte zu den bestehenden Wirtschaftsstrukturen zu setzen und ökologische, sozial faire oder regionale Produkte und Unternehmen zu fördern.

Reparatur- und Verleihführer

Einige Kommunen und Landkreise veröffentlichen Reparatur- und Verleihführer oder "Grüne Seiten", die es den Verbrauchern erleichtern, Anbieter meist ökologischer Produkte und Dienstleistungen aufzufinden. Beispielhaft werden auf Seite 50 die Aktivitäten des Zweckverbandes Rhein-Neckar vorgestellt. Der Verleih- und Reparaturführer des Enzkreises ist sogar über das Internet zugänglich.

Öko-, Recycling- oder Regionalkaufhäuser

Im Bereich des Handels bieten Öko-, Recycling- oder Regionalkaufhäuser eine Alternative: Meist präsentieren sie ein so breites Sortiment an Produkten und Dienstleistungen, wie man es sonst nur in "normalen" Einkaufszentren und Kaufhäusern findet. Beispiele sind das Markthaus in Mannheim (s. S. 54), das Projekt Fairkauf in Konstanz und das Ökozentrum Rommelsmühle in Bietigheim-Bissingen.

Dabei haben die Kaufhäuser unterschiedliche Zielrichtungen: Bei der Rommelsmühle zum Beispiel steht die Ökologie im Vordergrund. Das Umweltzentrum beherbergt einen Verbund umweltorientierter Unternehmen. Im Markthaus Mannheim sind zusätzlich soziale Ziele wichtig: Das Kaufhaus bietet Beschäftigungsmöglichkeiten für Arbeitslose und spricht mit seinen geringen Preisen unter anderem sozial Schwache an. Regionalkaufhäuser, wie in Nürnberg, sollen unter anderem in der Region Unternehmen fördern und Arbeitsplätze sichern.

Bauernmärkte

In immer mehr Städten und Gemeinden bieten außerdem Bauernmärkte Produkte aus der Region an. Vor allem für kleine Bauernhöfe eröffnen sie eine Alternative zu den üblichen Handelswegen. Kurze Transportwege, gesunde Lebensmittel und die Förderung der regionalen Landwirtschaft zählen zu den positiven Effekten. Beispielhaft ist auf S. 52 der Essinger Bauernmarkt vorgestellt.

Messen für "nachhaltige" Produkte

Ökologische, sozial faire und regionale Produkte und Dienstleistungen können auch auf Messen einem breiteren Kundenkreis vorgestellt werden. Beispiele sind die regelmäßigen Messen Trend und Trend Solar in Heidelberg des örtlichen BUND und die ECO-Style in Herne.

"Nachhaltige" Produkte in der Kommune unterbringen

Weitere Agenda-Projekte befassen sich mit der Verbreitung "nachhaltiger" Produkte über die Wirtschaft vor Ort. Ein wichtiger Ansprechpartner ist der Handel, aber auch Unternehmen aus Produktion und Dienstleistung sind mögliche Abnehmer. Ein Beispiel ist der ökologisch angebaute Fair-Trade-Kaffee "Café Friederico" in Friedrichshafen: Eine Projektgemeinschaft setzt sich dafür ein, dass der Kaffee nun in Kantinen, Betrieben und im Einzelhandel angeboten wird (s. S. 48).

Tauschringe

Mit Dienstleistungs- und Warentauschringen kann man zwar die Wirtschaft vor Ort nicht in die Lokale Agenda 21 einbinden, doch sind sie als Alternativen für die bestehenden Wirtschafts- und Handelsbeziehungen erwähnenswert. Sie entspringen der Idee einer gemeinwesenorientierten Wirtschaft, die sich vom Weltmarkt und von den globalen Geldströmen möglichst unabhängig macht. Interessant sind sie besonders dort, wo gewährleistet ist, dass man Tauschpartner in erreichbarer

Nähe findet. Beispiele für Warentauschringe gibt es inzwischen in zahlreichen Kommunen (s. Tabelle S. 17).

Einbindung der Wirtschaft in Initiativen und Netzwerke

Die bisher vorgestellten Ansätze zielen darauf ab, den Unternehmen Anreize und Dienstleistungen anzubieten oder aber eine "alternative" Wirtschaft zu fördern. Wünschenswert ist es aber, dass die Wirtschaft vor Ort einen aktiven Part in der Lokalen Agenda übernimmt und sich an Prozessen beteiligt, mit denen die Lebensbedingungen in der Kommune gestaltet werden.

Einen ersten Ansatz können Ideenbörsen oder Zukunftswerkstätten bieten. In Pleidelsheim wurde zum Beispiel eine Ideenbörse mit Betrieben veranstaltet, um gemeinsam Maßnahmen gegen Arbeitslosigkeit zu entwickeln. Mit Erfolg: Die Ideenbörse brachte insgesamt 9 neue Ausbildungs- und Arbeitsplätze hervor (s. S. 59). Diese Veranstaltungen können auch ein Auftakt für eine kontinuierliche Arbeit sein, beispielsweise als Unternehmensarbeitskreis zum Thema innovative Arbeitszeitmodelle. Ein Beispiel für eine dauerhafte Kooperation ist der *Arbeitskreis Ökologie und Wirtschaft* in Schramberg. Bereits seit dem Jahr 1992 trifft man sich regelmäßig, um sich zu Fragen des betrieblichen Umweltschutzes auszutauschen (s. S. 41).

Auch Runde Tische sind eine Möglichkeit, die Wirtschaft in Diskussionen einzubinden, um konkrete Projekte bzw. gemeinsame Lösungen zu entwickeln. Runde Tische bieten den Vorteil, dass sich Vertreter verschiedener Interessen persönlich kennen lernen und Vorurteile abbauen können. Damit kann eine Zusammenarbeit effektiver und konstruktiver laufen. Ein Beispiel ist der "Runde Tisch Nachhaltiges Wirtschaften" in der Stadt Heidelberg. Ein Ergebnis des Runden Tisches war der Beschluss, ein Schulungs- und Beratungspaket für ein betriebliches "Nachhaltigkeitsmanagement" durchzuführen.

Darüber hinaus gibt es noch zahlreiche Beispiele für weitergehende Kooperationen – auch hier mit einer breiten thematischen Palette. Viele dieser Projekte und Zusammenschlüsse sind mit öffentlichen Mitteln gefördert und durch wissenschaftliche Einrichtungen oder externe Moderatoren begleitet. Meist benötigen sie auch eine zentrale Anlauf- oder Koordinationsstelle. Wichtige Ansprechpartner sind Wirtschaftsförderungsgesellschaften. Kommunen oder Lokale Agenda-Arbeitskreise können hier oft nur die Initiatoren sein, die Projekte aber nicht ausführen. Ein mögliches Thema ist der Zusammenschluss von Betrieben zu einem regionalen Stoffstrommanagement, wie im Heidelberger Gewerbegebiet Pfaffengrund. Unter wissenschaftlicher Anleitung suchen die Betriebe dort nach Möglichkeiten für Kooperationen im Bereich der Abfallwirtschaft.

Interessant für die Lokale Agenda 21 sind auch die regionalen Netzwerke der Initiative für Beschäftigung: Ihr Ziel ist es, durch regionale Strukturförderung Arbeitsplätze in sicheren und zukunftsfähigen Branchen zu schaffen. In diese Richtung gehen auch Wirtschaftsnetzwerke

Gefragt ist aktives Engagement

Ideenbörsen, Zukunftswerkstätten und Arbeitskreise

Runde Tische

Weitergehende Kooperationen

Initiative für Beschäftigung

Erfolgversprechend: Kooperationen und Runde Tische zum Schutz des Klimas

Vor allem der Bereich Klimaschutz bietet sich für Kooperationen zwischen verschiedenen Akteuren an: Erst durch den Zusammenschluss von Architekten, Wohnbaugesellschaften, Bauherren, Handwerk, Verwaltung und anderen Akteuren lassen sich hier Maßnahmen in größerem Stil umsetzen – und neue Arbeitsfelder – vor allem für das Handwerk – eröffnen. Beispielhaft ist die Solarinitiative in Schramberg auf S. 37 beschrieben, ähnliche Konzepte wurden im Ortenaukreis und in Heilbronn umgesetzt. Eine weitere Aktivität in diesem Bereich sind die Energiemärkte in Gerlingen. Zu einem festen Begriff sind inzwischen auch die Energietische geworden: erstmalig in Heidelberg, Bensheim und Dessau gestartet, macht das Modell in immer mehr Kommunen Schule. Unter anderem in Heidelberg und Offenburg wurde als Folge des Energietisches der vom ifeu-Institut entwickelte Wärmepass eingeführt - ein Beratungsinstrument, das Gebäudeeigentümer im Sanierungsfall auf wirtschaftliche Energiesparmaßnahmen hinweist. Die Gebäude erhalten "Noten" für ihre Dämmqualität und ein Maßnahmenkatalog weist Energie, Kosten und CO₂-Einspareffekte aus.

Im Rhein-Neckar-Dreiecks möchte man die Zusammenarbeit zwischen den wirtschaftlichen Akteuren im Bereich der Altbausanierung vertiefen, indem man eine interkommunale Gesellschaft gründet, die sich des Themas annimmt. Damit erhofft man sich einen doppelt "nachhaltigen" Effekt: Niedrigeren Energieverbrauch und neue Arbeitsplätze in der Region. Das Projekt ist das Ergebnis einer Arbeitsgruppe der *Initiative für Beschäftigung*.

Kompetenzzentren

zur Förderung von Regionen. Ein wichtiges Stichwort sind Kompetenzzentren: Durch Förderung und Ausbau von Strukturen im Umweltschutz sollen Entwicklungsmöglichkeiten für die Region genutzt und der Umweltschutz gestärkt werden. Ein solches Kompetenzzentrum versteckt sich hinter dem Kürzel KUMAS: Unterstützt durch öffentliche Mittel, soll ein Netzwerk aus Behörden, Unternehmen, Institutionen im Umweltbereich gefördert und ausgebaut werden.

Weitere Beispiele: In der Aktionsbörse des Agenda-Büros

Weitere Beispiele zur Einbindung der Wirtschaft in Lokale Agenda-Prozesse finden Sie in den nachfolgenden Tabellen und in der Aktionsbörse des Agenda-Büros bei der Landesanstalt für Umweltschutz. In einzelnen Themenheften sind Aktivitäten und Projekte aus baden-württembergischen Kommunen zusammengestellt. Zum Thema Wirtschaft empfehlen sich die Bereiche *Wirtschaft und Handwerk*, *Soziales*, *Arbeit*, *Gesundheit* sowie *Konsum und Landwirtschaft*. Weitere Themenschwerpunkte sind: Bürgerbeteiligung; Leitbilder und Stadtentwicklung; Jugend, Schule, Kinder; Frauen; Eine Welt; Energie und Klimaschutz; Verkehr; Umwelt und Naturschutz; Öffentlichkeitsarbeit.

Die einzelnen Broschüren ebenso wie die gesamte Aktionsbörse können Sie beim Agenda-Büro (Adresse: s. Impressum vor Seite 1) bestellen oder als Download aus dem Internet (<http://lfu.baden-wuerttemberg.de/>) ziehen.

Themenbeispiele	Beispiele in Kommunen
<p>Nachhaltige Bauleitplanung und Flächennutzung</p> <p>Ökologische Gewerbegebiete und ökologische Technologieparks</p>	<p><i>Gemeinde- und Flächenplanung</i></p> <p>Boden- und Bauschuttrecycling Berlin, Gewerbeflächenrecycling Nürnberg, Gestaltung der Innenstadt in Öhringen, Flächenmanagement im Landkreis Lörrach München, Hamm, Gewerbepark Heidelberg, Eco-Industrial Park Konstanz</p>
<p>Existenzförderungsberatung unter Einbeziehung von Nachhaltigkeitskriterien</p> <p>Branchenspezifische Beratungsmodelle</p>	<p><i>Beratung</i></p> <p>Netz für Selbstverwaltung Frankfurt am Main, Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung Bottrop</p> <p>Umweltfreundliches Gastgewerbe, "Friseur und Umwelt", "Maler und Umwelt", "Bäcker und Umwelt" in Heidelberg;</p> <p>Energieeinsparung und Qualifizierung im Handwerk in Düsseldorf</p>
<p>Branchenübergreifende Schulungs- und Beratungsangebote für Unternehmen im Bereich Umweltschutz, Umweltmanagement und Nachhaltigkeit</p>	<p>"50 Öko-Audits" in Frankfurt am Main, Kurzberatungen für Betriebe in Ulm, Modellprojekt "Öko-Audit für Handwerksbetriebe" in Karlsruhe;</p> <p>Gottmadinger Umweltmodell, Modell Hohenlohe in Waldenburgerburg, Projekt "Umwelt und Wirtschaft" in Mosbach, "COUP 21" in Nürnberg;</p> <p>Ökoprofit Graz, Ökoprofit München, „Öko-Audit 2000“ in Esslingen u.v.a.</p> <p>Umweltzentrum des Handwerks in Freiburg</p>
<p>Unternehmensstammtsche mit Beratung und Information zum "Nachhaltigen Wirtschaften"</p> <p>Einrichtung von Beratungszentren</p>	<p>Berlin, Fürstfeldbruck, Ulm; Oberösterreichischer Prepare-Roundtable; AK "Ökologie und Wirtschaft Schramberg", unw-Unternehmenstisch in Ulm</p> <p>Klimaschutz- und Beratungsagentur (KliBA) in Heidelberg; Umweltzentren des Handwerks, u.a. in Düsseldorf, Freiburg</p>

Quellen: FEST (1998), bfulb (1999), Difu (1999), systematisiert, zusammengestellt und ergänzt durch ifeu-Institut (2000)
 Fortsetzung: Seite 16

Themenbeispiele	Konkrete Projekte in Kommunen
<p>Projekte mit Banken zur Bereitstellung von Umweltkrediten und sonstige alternative Finanzierungssysteme</p> <p>Deregulierung und Substitution im Umweltrecht</p> <p>Förderprogramme für ökologische Technologien und Maßnahmen</p> <p>Werbung für ökologische, sozial faire und regionale Produkte und Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regionales Branchenverzeichnis - Reparatur- und Verleihführer - Datenbank von Anbietern und Nachfragern regionaler Produkte und Dienstleistungen - Firmenhandbuch mit Agenda-Betrieben bzw. regionales Branchenverzeichnis - Umweltlabel/Nachhaltigkeitslabel - Label für regionale Produkte - Nachhaltigkeitspreis für Vorreiterbetriebe 	<p><i>Anreize</i></p> <p>Ökobank Frankfurt, Bürgerstiftung "Zukunftsfähiges München", "Ökosponsoring" Heme, Umweltkredite für Unternehmen in Heidelberg, GLS Gemeinschaftsbank eG Bochum</p> <p>Heidelberg, Nürnberg</p> <p>Solarförderprogramm in Heidelberg, Projekt "Sonne in Schwabach", Förderung des Öko-Audits in Regensburg</p> <p>Stuttgart</p> <p>Karlsruhe, Rhein-Neckar-Dreieck, Rostock, Schwabach, Tübingen</p> <p>Hannover</p> <p>Fürstenfeldbruck, Stuttgart "Grüne Seiten Rhein-Neckar"</p> <p>Handwerkskammer Mittelfranken, Gütesiegel umweltorientierter Betrieb in Friedrichshafen</p> <p>"Produkt des Monats" in Schwabach, "Kraichgau Korn" mit Sitz in Wiesloch-Schatthausen, Erzeugergemeinschaft Kraichgau in Angelbachtal-Michelfeld</p> <p>Bremen, "Agenda-Star" in Stuttgart</p>

.... Fortsetzung von Seite 16

<p>Themenbeispiele</p>	<p>Konkrete Projekte in Kommunen</p>
<p><i>Unterstützung und Durchführung von Projekten</i></p> <p>Projektförderung im Bereich ökologische, sozial faire und regionale Produkte und Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Öko- und Recycling-Kaufhäuser - Reparatur- und Dienstleistungszentren - Regionale Vermarktung, Bauernmärkte - Messen für ökologische und sozial faire Produkte - Dienstleistungs- und Warentauschringe - Warentauschtag - sonstige Projekte zum Thema "nachhaltige" Ernährung 	<p>FAIRKAUF Konstanz, Regionalkaufhaus "R 100" in Nürnberg, "Mach-Mit"-Kaufhaus in Nürnberg-Gostendorf, Öko- und Recyclingkaufhaus Markthaus in Mannheim, Sozialkaufhaus "brauchbar" in Würzburg, Recyclingkaufhaus in der Region Werra-Meißner, Gebrauchtwarenkaufladen in Titisee-Neustadt und Umkirch, Ökozentrum Rommelmühle in Bietigheim-Bissingen, Öko-Kaufhaus Krefeld, Leipzig, Stuttgart Systemwerkstätten in Pliezhausen, Handy-Man in Düsseldorf Bremen, Dörverden, Eisenach, Essingen, Nachbarschaftsladen Hutten, Konstanz, Leipzig, "Frisch aus der Region" in Lüneburg, Nürnberg, Ravensburg u.v.a. (weitere Beispiele in Veröffentlichungen des DLV/NABU; s. Literaturverzeichnis)</p> <p>Faktor 4-Messe in Klagenfurt, "Eco-Style" in Herne, "Trend" und "Trend Solar" in Heidelberg</p> <p>Mannheimer Dienstleistungstauschring (MaDiTa), Heidelberger Tauschring, Tauschring München</p> <p>Filderstadt</p> <p>Kantine 21 – regionales Mittagessen in München, Netzwerke nachhaltiger Gastronomie in Stuttgart, "Café Friederico" in Friedrichshafen, Bayernkiosk im Krankenhaus (Friedrichshafen)</p>

Quellen: FEST (1998), bfub (1999), Difu (1999), systematisiert, zusammengestellt und ergänzt durch ifeu-Institut (2000)
 Fortsetzung: Seite 18

.... Fortsetzung von Seite 17

Beispiele für Projektthemen	Konkrete Projekte in Kommunen
Sponsoring durch Unternehmen	Industriepreise für Schulen, die sich mit Inhalten der Lokalen Agenda befassen, in Düsseldorf
<i>Einbindung der Wirtschaft in Initiativen und Netzwerke</i>	
- Ideenbörsen zum Thema Arbeit	Pleidelsheim, Ketsch
- Ideenbörsen zu Produkten und Technologien	Bremen, Ulm; "The Blue Sun" in Utrecht (NL)
- Aus-, Weiterbildungs-, Qualifizierungsprojekte	Ausbildungszentrum Burbach GmbH, Aufbaugilde Heilbronn, Fahrradwerk- und Ausbildungsstätten Mainz, Gütersloh und Rheda-Wiedenbrück
- Initiativen für neue Jahresarbeitszeitmodelle	Mobilzeitberatung der Hypo Bank München, Väteraufbruch für Kinder e. V. Coesfeld
Runde Tische	Runder Tisch "Nachhaltiges Wirtschaften", Verkehrsforum und Energietisch Heidelberg, Energietisch Offenburg, Energietisch Halle u.v.a.
Weitergehende Kooperationen	Köln
- im Wirtschaftsverkehr (City-Logistik)	"move" in Bremen
- im Berufsverkehr	"Brucker Land Sonnenland" in Fürstentfeldbruck
- Netzwerke zur Förderung der Sonnenenergie	Stoffverwertungsnetz Heidelberg-Pfaffengrund, Gewerbegebiet Ulzburg-Kaltenkirchen
- Schließung regionaler Wirtschaftskreisläufe	"Euregio" Aachen, Innovative Regionalwirtschaft und RWZ-Stiftung Rhön, TOWOS – Großregion um Ulm
- Wirtschaftsnetzwerke zur Regionalförderung	Regionale Netzwerke der Initiative für Beschäftigung (Kontakt: Bertelsmann Stiftung, Gütersloh)
- Netzwerke zur Beschäftigungsförderung	Kompetenzzentrum für Gebäudesanierung der Initiative für Beschäftigung (s.o.) im Rhein-Neckar-Dreieck (geplant), Kompetenzzentrum Umwelt Augsburg – Schwaben (KUMAS), Kompetenzzentrum für Energie, Umwelt und Wirtschaft in Nürnberg
- Einrichtung von Kompetenzzentren	

Quellen: FEST (1998), bfulb (1999), Difu (1999), systematisiert, zusammengestellt und ergänzt durch ifeu-Institut (2000)

So hilft das Land Betrieben und Kommunen

Das Land Baden-Württemberg hat verschiedene Initiativen und Forschungsprojekte gestartet, die sowohl Unternehmen als auch Kommunen auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung unterstützen sollen.

Unterstützung für Betriebe

Mitte der 90-er Jahre hat die Landesanstalt für Umweltschutz die ersten Branchenleitfäden veröffentlicht, um die Einführung von Umweltmanagementsystemen nach der EG-Öko-Audit-Verordnung in den Unternehmen zu erleichtern. Die Leitfäden bieten nicht nur eine Beschreibung des Vorgehens, sondern vor allem zahlreiche Checklisten und Arbeitsmaterialien, die zum Teil auf Disketten beigefügt sind.

Weitere Leitfäden der Landesanstalt für Umweltschutz geben Hilfestellung und Anleitungen für eine zielorientierte Planung und Steuerung der betrieblichen Tätigkeiten unter ökologischen Gesichtspunkten. Dazu zählen ein Leitfaden zur Einführung von Umweltkennzahlen und eine Veröffentlichung zum betrieblichen Material- und Energieflussmanagement. Ein weiterer Leitfaden befasst sich mit Produkt-Ökobilanzen: Zwar wurde die Methodik dieses Analyse- und Bewertungsinstruments sehr weit fortentwickelt, aber in den Unternehmen bestehen vielfach Unsicherheiten, wie sie in die betrieblichen Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten eingebunden werden können. Hier setzt der Leitfaden *Anwendung von Produkt-Ökobilanzen in Unternehmen* an.

Die verschiedenen Leitfäden und ihre Bezugsadressen sind im Anhang aufgeführt.

Darüber hinaus bietet das Land verschiedene Anreize für Betriebe, sich mit Umweltschutz zu befassen.

- Betriebe, die eine Validierung nach der EG-Öko-Audit-Verordnung vorweisen können, erhalten Verfahrenserleichterung im Umweltrecht. Den genauen Wortlaut der Verwaltungsvorschrift über administrative Erleichterungen kann man der Internetseite der LfU entnehmen (<http://www.lfu.baden-wuerttemberg.de/lfu/abt2/oaudit>).
- Das Ministerium für Umwelt und Verkehr richtet außerdem regelmäßig den Wettbewerb "Umweltpreis für Unternehmen" aus – inzwischen bereits zum siebten Mal. Dabei sollen sich die teilnehmenden Betriebe in der Gesamtschau als ökologisch vorzeigbar beweisen. Über die Prämierung entscheidet eine Jury aus Umwelt- und Wirtschaftsexperten der Ministerien, Behörden und Verbände.
- Außerdem unterstützt das Förderprogramm *Öko-Audit im Konvoi* eine möglichst weite Verbreitung von Umweltmanagementsystemen nach der EG-Öko-Audit-Verordnung (s. Kasten auf nebenstehender Seite).

**Leitfäden und
Arbeitsmaterialien**

**Verwaltungsvorschrift für
Verfahrenserleichterungen**

Umweltpreis für Unternehmen

Öko-Audit im Konvoi

Programm zur Förderung von Umweltmanagement nach der EG-Öko-Audit-Verordnung in den Jahren 2000 und 2001

Das Förderprogramm unterstützt Arbeitsgruppen von maximal 10 Betrieben und Organisationen, die unter Anleitung eines fachkundigen Beraters gemeinsam ein Umweltmanagementsystem nach der EG-Öko-Audit-Verordnung einführen – also das Öko-Audit "im Konvoi" erarbeiten. Gefördert werden Beratungsleistungen, koordinierter Erfahrungsaustausch und externe Unterstützung bei der Durchführung von Umweltprüfungen.

Das Programm richtet sich an kleine und mittlere Betriebe bzw. Organisationen in Baden-Württemberg mit einem Jahresumsatz bis 40 Mio. Euro, einer Jahresbilanzsumme bis 27 Mio. Euro und mit weniger als 250 Beschäftigten. Träger und Zuwendungsempfänger eines Konvois können Organisationen der Wirtschaft (Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern oder Innungen), Kommunen oder Kirchen sein. Bei kleineren Betrieben mit weniger als 100 Beschäftigten und öffentlich-rechtlichen Körperschaften reicht es aus, wenn die "Vorstufe zum Öko-Audit" erreicht ist. Diese Vorstufe umfasst:

- die erste Umweltprüfung (ein Soll-Ist-Vergleich im Betrieb),
- ein Umweltprogramm,
- eine Dokumentation über den Stand des Umweltschutzes, möglichst quantifiziert, die Umweltaufgaben und ihre Organisation,
- eine Überprüfung durch einen Umweltgutachter.

- Ansprechpartner für das Förderprogramm sind:

Ministerialrat Stefan Frey,
Ministerium für Umwelt und Verkehr
Tel. 0711-1262664

Gewerbedirektor Werner Franke,
Landesanstalt für Umweltschutz
Tel. 0721-9831465

- Der gesamte Text des Förderprogramms ist auf der Homepage des Agenda-Büros unter <http://www.lfu.baden-wuerttemberg.de> abrufbar bzw. dort (0721-9831406) erhältlich.
- Die genauen Adressen finden sich im Anhang auf Seite 20.

Motivierung der Unternehmen

Gute Gründe für die Wirtschaft, sich an der Lokalen Agenda 21 zu beteiligen

Die Einbindung der Wirtschaft fällt in vielen Agenda-Prozessen noch immer schwer. In der Bremer Erklärung, dem Abschlusspapier einer internationalen Konferenz zum Thema Wirtschaft und Kommune im Jahr 1997, sind mögliche Gründe dafür benannt. Unterschiedliches Sprachverständnis und Ziele sowie kurzfristiges Denken in Unternehmen und Behörden werden ebenso verantwortlich gemacht wie fehlende Anreize für Unternehmen, sich der Umwelt und der sozialen Wohlfahrt in der Gemeinde verpflichtet zu fühlen. Aber es gibt auch gute Gründe, warum sich die Wirtschaft an der Lokalen Agenda 21 beteiligen sollte.

- Über ihre Einbindung in die Lokale Agenda 21 erfahren die Unternehmen, welche Anforderungen die Gesellschaft an sie stellt.
- Das Verhältnis zu den örtlichen Behörden und vor allem der Verwaltungsspitze kann sich verbessern.
- Austausch, vor allem auch mit kritischen Partnern, gibt neue Ideen für Produktentwicklungen und Marketing.
- Gleichzeitig, das betont auch die Bremer Erklärung, leben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Unternehmen in der Kommune und schätzen als Bürger die Lebensqualität – ein Grund mehr, sich an der Lokalen Agenda 21 zu beteiligen.

Die Bremer Erklärung

Die Bremer Erklärung "Wirtschaft und Kommune – neue Partnerschaften für das 21. Jahrhundert"

erhalten Sie als Download auf der web-Seite des Bundesumweltministeriums unter: <http://www.bmu.de>, Pfad: Downloads, Lokale Agenda 21, Kongress "Nachhaltige Entwicklung in den Kommunen – Lokale Agenda 21 und Beteiligung der Wirtschaft"

 Literatur, Quelle

Wie Sie die Wirtschaft motivieren können

Werden Sie konkret

Unternehmen können Sie nur über konkrete Projekte in die Lokale Agenda 21 einbinden. Starten Sie nie mit offenen Diskussionen über Handlungsprogramme – auch wenn Kapitel 28 der Agenda 21 den Kommunen diesen Auftrag mit auf den Weg gibt. Für "Diskutierzirkel" ist die Zeit in den Betrieben zu knapp. Die besondere Herausforderung liegt in der Balance zwischen konkreten Projekten mit greifbaren Erfolgen und der Vermittlung der Nachhaltigkeitsidee. Betten Sie die Projekte in ein Rahmenprogramm zur nachhaltigen Entwicklung ein – mit Öffentlichkeitsarbeit, Filmen oder Theater.

Klären Sie die Wünsche und Vorstellungen der Unternehmen

Sie können die Wirtschaft nur in Projekte einbinden, von denen sie sich einen Nutzen verspricht. Klären Sie daher im Vorfeld, welche Projekte für die Wirtschaft interessant sind. Für größere Unternehmen wird häufig das Image am Standort eine wichtige Rolle spielen, kleinere Unternehmen dagegen erwarten eher eine Unterstützung für ihre betrieblichen Probleme, die sie mangels Arbeitskapazitäten nicht alleine lösen können. Eine Hilfestellung können Ihnen dabei Unternehmensbefragungen geben (s. Kasten). Sprechen Sie auch einzelne Unternehmen an und diskutieren Sie Ihre Vorschläge mit ihnen.

Beispiele

Ergebnisse von Unternehmensbefragungen

Der Landkreis Fürstfeldbruck in Oberbayern ließ eine Unternehmensbefragung durchführen, um Vorreiter und Ansatzmöglichkeiten für eine aktive ökologische Wirtschaftsförderung zu finden. Dieses Vorgehen nahm sich die Gemeinde Öhringen zum Vorbild und befragte ebenfalls ihre ansässigen Unternehmen. Was dabei herauskam, können Sie auf Seite 43 (Beispiel Öhringen: AK Wirtschaft und Umwelt) nachlesen.

Eine weitere Untersuchung führte das ifeu-Institut im Rhein-Neckar-Dreieck durch – unter anderem mit dem Ergebnis, dass vor allem kleinere Unternehmen Unterstützung in Umweltfragen brauchen. Beratungseinrichtungen als Anlaufstelle für konkrete Fragen, individuelle Betriebsberatungen oder gemeinschaftliche, am Bedarf der Betriebe ausgerichtete Schulungen bieten sich dazu an.

Geben Sie Anreize

Überlegen Sie sich Anreize, mit denen Sie Unternehmen zum Mitmachen anregen können. Das können Gütesiegel sein, Auszeichnungen oder Förderprogramme. Oder Maßnahmen, mit denen Sie Werbung für die Umweltschutzleistungen der Betriebe machen, z.B. durch Einrichtung einer Internetseite oder über eine Broschüre. Sollten die Unternehmen kein Interesse zeigen, sich aktiv an der Lokalen Agenda 21 zu beteiligen, können Sie auch auf die Möglichkeit des Sponsorings hinweisen und anbieten, dass die Firmen mit dem Slogan "Sponsor der Lokalen Agenda 21" werben können.

Betreiben Sie professionelles Marketing

Hilfreich sind auch ein Logo, ein kreativer Name für das Vorhaben und eine zielführende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Damit wird es zu einem Privileg für die Betriebe, sich an dem Projekt zu beteiligen.

Binden Sie die Wirtschaftsverbände ein

Sprechen Sie die Wirtschaftsverbände als Multiplikatoren an und lassen Sie, wenn möglich, die Verbände den Kontakt zu den Betrieben aufnehmen. Nutzen Sie auch bestehende Strukturen in der Wirtschaft – Arbeitskreise, Stammtische etc. –, um das Vorhaben vorzustellen.

Suchen Sie sich Unternehmen und andere Partner, die Sie unterstützen

Wenn Sie Unternehmen finden, die Ihr Vorhaben unterstützen, können Sie auch anderen Betrieben vermitteln, dass es sich um ein Projekt handelt, bei dem sich das Mitmachen lohnt. Sinnvoll können auch Partner aus der Wissenschaft und Verbänden sein, die Ihr Projekt mittragen.

Gehen Sie persönlich auf die Unternehmen zu

Wenn Ihre Projektidee steht und bereits im breiteren Rahmen vorgestellt wurde, gehen Sie persönlich auf die Betriebe zu – zumindest auf diejenigen, die Sie für interessiert halten. Lassen Sie es nicht bei einem Anschreiben bewenden! Vorbehalte und Fragen sind besser in einem persönlichen Gespräch zu klären, und auch Ihre Ideen und Gründe können im Gespräch besser überzeugen als in Schriftform.

Die Botschaft: Mitmachen ist Chefsache

Vor allem aber: Machen Sie deutlich, dass die Einbindung der Unternehmen und der Wirtschaftsverbände ein persönliches Anliegen des (Ober-)Bürgermeisters oder der (Ober-)Bürgermeisterin ist. Nicht nur die Einladungen sollten von der Verwaltungsspitze unterschrieben sein, auch bei Treffen und Veranstaltungen sollte sie sich engagieren.

So motivieren Sie die Unternehmen

- **Werden Sie konkret**
- **Geben Sie Anreize**
- **Klären Sie die Wünsche der Unternehmen im Vorfeld**
- **Binden Sie die Wirtschaftsverbände ein**
- **Suchen Sie sich Unternehmen, die Sie unterstützen**
- **Gehen Sie persönlich auf die Unternehmen zu**
- **Betreiben Sie professionelles Marketing**
- **Die Botschaft: Mitmachen ist Chefsache**

Das können Sie tun

Grundregeln für die praktische Umsetzung

Legen Sie die Termine in die Randbereiche des Arbeitstages

Sorgen Sie dafür, dass die Termine außerhalb der produktiven Geschäftszeit stattfinden, beispielsweise am späten Nachmittag. Damit haben Sie gute Voraussetzungen, dass man Ihrer Einladung Folge leisten wird.

Begrenzen Sie die Treffen und halten Sie den Zeitrahmen ein

Für alle Teilnehmer bedeutet die Mitarbeit in konkreten Projekten oder in Agenda 21-Prozessen ein Mehr an Zeit. Und Zeit ist gerade in der Wirtschaft ein häufig knappes Gut. Begrenzen Sie die Treffen daher zeitlich und halten Sie den Zeitrahmen dann auch ein.

Lassen Sie die Treffen moderieren

Die konstruktive Zusammenarbeit in einer Gruppe ist einfacher mit externer Moderation. Achten Sie aber darauf, dass den Moderatoren das Thema Lokale Agenda 21 nicht fremd ist und dass sie sich möglichst auch mit betrieblichen und wirtschaftlichen Themen auskennen.

Klären Sie die Zuständigkeiten und Erwartungen

Zu Beginn der Arbeitstreffen sollten Sie versuchen, die Erwartungen und Anforderungen zu klären. Unter anderem ist es wichtig, die Arbeitsverteilung zwischen ehrenamtlichen und professionellen Mitgliedern anzusprechen, damit später keine Missverständnisse entstehen.

Schnüren Sie leistbare Arbeitspakete

Definieren Sie einen Vorschlag für ein Vorgehen und klare Arbeitsschritte. Damit die Arbeit zu greifbaren Erfolgen führt, sollten Sie immer wieder klare Arbeitspakete schnüren.

Sorgen Sie für eine Erfolgskontrolle

Eine regelmäßige Erfolgskontrolle über den Fortgang der Arbeiten trägt nicht nur zu einer effektiven Arbeit bei, sondern setzt auch gerade für Unternehmen ein wichtiges Signal, dass sie ihre Zeit nicht in einem "Debattierzirkel" vertun.

Das können Sie tun

So sorgen Sie für eine effektive Umsetzung

- **Begrenzen Sie die Treffen und halten Sie den Zeitrahmen ein**
- **Legen Sie die Termine in die Randbereiche des Arbeitstages**
- **Lassen Sie die Treffen moderieren**
- **Klären Sie die Zuständigkeiten und Erwartungen**
- **Schnüren Sie leistbare Arbeitspakete**
- **Sorgen Sie für eine Erfolgskontrolle**

Beispiele

Übersicht

Im Folgenden werden Aktivitäten und Projekte aus baden-württembergischen Kommunen vorgestellt, bei denen die Einbindung der Wirtschaft in die Lokale Agenda 21 erfolgreich gelungen ist.

Schulung und Beratung von Betrieben

Gottmadingen:	Gottmadinger Umweltmodell
Mosbach:	Beratungsprojekt "Umwelt und Wirtschaft"
Heidelberg:	Brancheninitiative Friseur und Umwelt
Heidelberg:	Brancheninitiative Maler und Umwelt

Anreize für Betriebe

Heidelberg:	Umweltkredite der Sparkasse
Friedrichshafen:	Umweltorientiertes Gütesiegel
Schramberg:	"Sonnendächer für Schramberg"

Agenda-Initiativen in Betrieben

Friedrichshafen:	Radgruppen in Großbetrieben
------------------	-----------------------------

Austausch der Wirtschaft zu Umweltfragen

Schramberg:	AK Ökologie und Wirtschaft
-------------	----------------------------

Gestaltung von Wirtschaftsräumen

Landkreis Lörrach:	Arbeitskreis Wirtschaft
Öhringen:	Arbeitsgruppe Umwelt und Wirtschaft

Förderung "nachhaltiger" Produkte

Friedrichshafen:	Café Friederico
Zweckverband	
Rhein-Neckar:	Reparatur- und Verleihführer
Essingen:	Bauernmarkt, Direktvermarktung
Mannheim:	Das Markthaus

Initiativen für Beschäftigung und Ausbildung

Pleidelsheim:	Wirtschaft für mehr Beschäftigung
Heilbronn:	Wahl zum Ausbildungsbetrieb des Jahres

Schulung und Beratung von Betrieben

Gottmadingen: Das Gottmadinger Umweltmodell

Ziele des Projektes

Das Gottmadinger Umweltmodell ist ein Beratungsprogramm, mit dem man den Umweltschutz in den Betrieben in der Gemeinde stärken und kleinen und mittleren Unternehmen den Einstieg in ein Umweltmanagementsystem nach der EG-Umweltaudit-Verordnung erleichtern wollte. Damit erhofften sich die Initiatoren nicht nur ein besseres Image für die Betriebe, sondern auch einen wachsenden Konkurrenzdruck in Sachen Umwelt am Standort Gottmadingen.

Wie das Projekt entstand

Die Projektidee entstand im Gespräch zwischen dem Vorsitzenden des BUND Naturschutzzentrums Hegau, in Personalunion ehrenamtlicher Umweltbeauftragter in Gottmadingen, und einem Vertreter des ortsansässigen Steinbeis-Transferzentrums, einer Organisation zur Wirtschaftsförderung in Baden-Württemberg. Daraus ging ein ehrenamtlicher Arbeitskreis hervor: Der BUND konnte weitere Umweltfachleute hinzugewinnen, die Gottmadinger Zweigstelle des Steinbeis-Transferzentrums zusätzlich Ingenieure und Umwelttechniker.

Wer war beteiligt?

Wie wurden die Betriebe motiviert?

Zu Beginn des Projektes stand die Frage im Vordergrund, wie man die Betriebe zur Mitarbeit motivieren könnte. Der BUND verfügte bereits seit längerem über gute Kontakte zu einigen Betrieben am Ort, die das jährliche BUND-Kinderprogramm „Natur statt Glotze“ regelmäßig sponsern. Diese Unternehmen wurden zunächst angesprochen. Darüber konnte man im Vorfeld die Unterstützung einiger renommierter Firmen gewinnen. Außerdem gelang es, die Gemeindeverwaltung und den Gewerbe- bzw. Einzelhandelsverein in Gottmadingen einzubinden. Damit war eine gute Basis geschaffen, um die Wirtschaft auf einer breiteren Basis anzusprechen. An alle ortsansässigen Betriebe ging dann eine Einladung zu einer Informationsveranstaltung. Die interessierten Firmen wurden nach der Veranstaltung noch einmal persönlich angesprochen. Insgesamt fanden sich 15 Betriebe unterschiedlicher Branchen – von der Sparkasse über ein Gasthaus und verschiedene Handwerker bis zu einem Mineralbrunnen – bereit, an dem Gottmadinger Umweltmodell teilzunehmen.

So ging man vor

Das Konzept für das Vorgehen und die Arbeitsmaterialien wurden im Arbeitskreis vorbereitet. Unter anderem bereiteten die Mitglieder Checklisten für die Umweltprüfung in den Betrieben und die gemeinsamen Umweltleitlinien vor. Man war sich einig, dass die Anforderungen an die vorwiegend kleinen Betriebe angepasst sein müssten. Daher fiel der Dokumentationsaufwand deutlich niedriger aus als beim EG-Umweltaudit. Die Mitglieder des Arbeitskreises führten dann in den interessierten Betrieben Umweltprüfungen durch und verfassten Prüfungsberichte und Entwürfe für ein Umweltprogramm, die sie mit den Betrieben abstimmten.

Öffentlichkeitsarbeit

Ein wesentlicher Schwerpunkt des Projektes lag in der Öffentlichkeitsarbeit für das Gottmadinger Umweltmodell und für die Betriebe selbst. In erster Linie diente dazu eine Broschüre, in der das Projekt

vorgestellt und die Umweltleitlinien abgedruckt sind. Man verstand diese Broschüre als gemeinsame Umwelterklärung. Außerdem nutzte jeder Betrieb die Gelegenheit, sich selbst und seine Umweltaktivitäten auf 2 Seiten vorzustellen. Die Broschüre wurde zunächst an alle Haushalte in Gottmadingen verteilt, findet aber mit zunehmendem Interesse am Gottmadinger Umweltmodell auch überregional Absatz. Gegen Ende des Projektes wurde außerdem eine vierzehntägige Ausstellung in der Sparkasse durchgeführt. Beim Eröffnungsfest erhielten die Betriebe ihre Zertifikate. Damit wird ihnen nicht nur bescheinigt, dass die Umweltleitlinien des Gottmadinger Modells anerkennen, sondern auch, dass sie einen Öko-Check machen ließen und sie sich zu einer kontinuierlichen Verbesserung des Umweltschutzes im Betrieb gemäß der Ziele aus dem Umweltprogramm verpflichteten.

Insgesamt umfasste das Projekt einen Zeitraum von 2 Jahren:

- Ab Juli 1997 wurde das Konzept erarbeitet und wurden die ersten Kontakte zu Betrieben und Kooperationspartnern hergestellt.
- Ende Januar 1998 fand die Informationsveranstaltung statt.
- Die ersten Umweltprüfungen fanden im Juli 1998 statt, im Oktober wurden die Ergebnisse ausgewertet.
- Im Juli 1999 erhielten die teilnehmenden Betriebe ihre Zertifikate.

Einen Teil der Kosten trugen die teilnehmenden Unternehmen. Die Beiträge waren nach der Größe der Betriebe gestaffelt: Bis zu einer Anzahl von 4 Mitarbeitern lag er bei 1.000,- DM, bei den größeren Betrieben ab 50 Mitarbeitern bei 4.000,- DM. Die Betriebsprüfer verzichteten dabei auf die volle Bezahlung ihrer Arbeit. Darüber hinaus gelang es, einige Unternehmen, die kurz vor der Validierung nach der EG-Umweltaudit-Verordnung standen, als Sponsoren zu gewinnen. Damit konnte auch der Druck der Broschüre abgedeckt werden. Im Wesentlichen wurde das Projekt aber durch die ehrenamtliche Arbeit der Betriebsprüfer im Arbeitskreis unterstützt.

Der Arbeitskreis hat sich inzwischen aufgelöst. Falls die Betriebe ihr Umweltengagement vertiefen möchten, stehen ihnen die Betriebsprüfer gegen Honorar weiter zur Verfügung. Es ist vorgesehen, drei Jahre nach Abschluss des Projektes noch einmal nachzuhaken, was sich in den Betrieben entwickelt hat. Eines der 15 teilnehmenden Unternehmen plant überdies, ein Umweltmanagementsystem nach der EG-Umweltaudit-Verordnung aufzubauen.

Der zeitliche Ablauf

Kosten und Finanzierung

Wie geht es weiter?

Kontakt:

BUND Naturschutzzentrum Hegau
Erwin-Dietrich-Str. 3
78244 Gottmadingen

Tel.: 07331/977-103

Fax: 07331/977-104

e-mail: nsz.hegau@bund.net

Steinbeis-Transferzentrum
CIM Gottmadingen
Im Industriepark 210

78244 Gottmadingen

Tel.: 07331/9058-0

Fax: 07331/9058-13

Mosbach: Beratungsprojekt „Umweltschutz und Wirtschaft“

Ziele des Projektes

Im Projekt „Umweltschutz und Wirtschaft“ der Großen Kreisstadt Mosbach werden Unternehmen darin unterstützt, ihre betrieblichen Tätigkeiten auf den „Öko-Prüfstand“ zu stellen und Umweltmanagementsysteme aufzubauen. Dabei hofft man auf eine Eigendynamik: Es sollen von der Wirtschaft selbst organisierte Facharbeitskreise entstehen, in denen die Betriebe gemeinsam und eigenständig Lösungen für betriebliche Umweltschutzfragen entwickeln. Neben der Stärkung der einzelnen Betriebe verspricht man sich eine Förderung der Wirtschaftsbeziehungen und ein besseres Image für die Stadt Mosbach.

So geht man vor

Das Projekt „Umwelt und Wirtschaft“ umfasst eine Folge von 6 Workshops, die den Betrieben die Grundzüge des Umweltmanagements nach der EG-Umweltaudit-Verordnung vorstellen und sie einmal quer durch den betrieblichen Umweltschutz führen – von Fragen des Abfallrechts über Energiemanagement, Themen wie Mitarbeitermotivation bis hin zur Öffentlichkeitsarbeit. Durchgeführt werden die Workshops vom ifeu-Institut in Heidelberg. Zwischen den Workshops werden den Betrieben „Hausaufgaben“ mit auf den Weg gegeben, so dass sukzessive Umweltmanagementsysteme aufgebaut werden. Den Betrieben, die erfolgreich an den Workshops teilnehmen, steht zum Projektende eine Prämierung in Aussicht.

Insgesamt sind drei Arbeitsgruppen mit jeweils 8 bis 12 Betrieben eingerichtet: Eine Arbeitsgruppe setzt sich aus Industrieunternehmen, meist aus der Metallverarbeitung, zusammen, eine weitere umfasst Handwerks- und eine dritte Handels- und Dienstleistungsbetriebe.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Stadt Mosbach übernimmt die Öffentlichkeitsarbeit für das Projekt. Ein Faltblatt wurde bereits erstellt, und neben der kontinuierlichen Berichterstattung über die Presse ist ein Internetauftritt geplant. Auch will die Stadt die Betriebe unterstützen, ihre Umweltleistungen bei Kunden, Nachbarschaft und Verwaltung vorzustellen. Der Öffentlichkeitsarbeit räumt man einen hohen Stellenwert ein, damit die Betriebe von ihrem Engagement auch profitieren.

Wer ist beteiligt?

Die Idee für das Projekt „Umwelt und Wirtschaft“ entstand im Arbeitskreis Stadtmarketing der Verwaltung. In der folgenden Zeit suchte die Stadtverwaltung Projektpartner: Die Industrie- und Handelskammer Rhein-Neckar konnte ebenso für eine Unterstützung gewonnen werden wie die Handwerkskammer, der Unternehmenskreis Mosbach und das örtliche Steinbeis-Transferzentrum. Gemeinsam mit der Stadt Mosbach und dem ifeu-Institut bilden sie die Koordinationsgruppe für das Projekt. Außerdem konnte ein größeres Unternehmen, das bereits nach der Umweltmanagementnorm DIN EN ISO 14001 zertifiziert wurde, zur Unterstützung gewonnen werden.

Wie wurden die Betriebe motiviert?

In der folgenden Zeit sprach man die Unternehmen gezielt an. Dazu führten der Wirtschaftsförderer und die städtische Umweltbeauftragte zunächst mit den Betrieben Gespräche und erläuterten ihnen die Vorteile des Projektes. Als wichtige Argumente erwiesen sich die höhere Rechtssicherheit und die Möglichkeit eines kostengünstigen Einstiegs

in die Validierung nach der EG-Umweltaudit-Verordnung über das Projekt.

In einem weiteren Schritt wurden die Betriebe dann über die Presse, über ein Faltblatt sowie über ein persönliches Anschreiben angesprochen und zur Auftaktveranstaltung eingeladen. Insgesamt 500 Briefe wurden verschickt. Etwa 50 Betriebe kamen schließlich zu diesem Termin. Verschiedene Referenten berichteten über ihre Erfahrungen mit betrieblichem Umweltschutz: Unter anderem stellte ein Vertreter des Modellprojekts Hohenlohe die Aktivitäten der Mitgliedsfirmen vor, der Umweltbeauftragte des einzigen Betriebs in Mosbach mit zertifiziertem Umweltmanagementsystem beschrieb das Vorgehen und die Erfolge bei der Einführung des Systems und ein ortsansässiger Schreiner stellte die Brancheninitiative im Schreinerhandwerk vor. Nach der Auftaktveranstaltung meldeten sich schließlich 30 interessierte Betriebe, um ihre Teilnahme an den Workshops zuzusagen.

Die Idee zum Projekt "Umweltschutz und Wirtschaft" entstand im Sommer 1999. Im Herbst begann die Suche nach Kooperationspartnern, die Ansprache der ersten Betriebe folgte zu Beginn des Jahres 2000. Die Auftaktveranstaltung fand am 23. Mai 2000 statt, die ersten Workshops begannen nach der Sommerpause im September 2000. Insgesamt ist vom ersten bis zum letzten Workshop ein Zeitraum von 12 bis 14 Monaten geplant.

Das Projekt wird weitgehend von der Stadt finanziert, entsprechende Beträge wurden vom Gemeinderat genehmigt. Darüber hinaus wurden verschiedene Förderanträge gestellt, erfolgreich war man beim Land Baden-Württemberg. Hier wurde ein Betrag bewilligt, der vorzugsweise in die Öffentlichkeitsarbeit für das Projekt *Umweltschutz und Wirtschaft* und für die Betriebe investiert werden soll.

Das eigentliche städtische Projekt umfasst drei *Kerngruppen*: je eine für die Industrie, eine für Handwerk und eine für Handel und Dienstleister. Ziel ist es, darüber hinaus *Innovationsgruppen* zu bilden, die bei Bedarf spezifische Probleme aus dem Bereich des betrieblichen Umweltschutzes behandeln. Die Organisation solcher Arbeitsgruppen übernimmt dann zunächst die Stadt. Mittelfristig ist aber vorgesehen, dass die Unternehmen eigenständig arbeiten.

Zeitlicher Ablauf

Finanzierung

Wie geht es weiter?

Kontakt:

Große Kreisstadt Mosbach
Technisches Rathaus
Unterm Haubenstein 2
74821 Mosbach

Petra Birkefeld
Tel.: 06261/82-458, Fax: -457
Alfred Schuhmacher
Tel.: 06261/82-470, Fax: -480
e-mail: wirtschaft@mosbach.de

Ifeu-Institut für Energie-
und Umweltforschung
Ellen Frings
Wilckensstr. 3
69120 Heidelberg

Tel.: 06221/4767-0
Fax: 06221/4767-19
e-mail: ellen.frings@ifeu.de

Heidelberg: Brancheninitiative Umwelt und Friseur

Ziel	Mit der Brancheninitiative <i>Umwelt und Friseur</i> sollte der Umweltschutz in den Heidelberger Friseurbetrieben gefördert werden. Im Jahr 1994 wurde daher ein Arbeitskreis aus der Heidelberger Friseurinnung, dem lokalen BUND-Umweltzentrum, der Abfallberatung der Stadtverwaltung Heidelberg und der Innungskrankenkasse (IKK) gebildet. In diesem Forum sollten Ansätze für Umweltschutz im Friseurhandwerk gefunden werden. Die Initiative war zunächst auf Dialog und Austausch zwischen den verschiedenen Kooperationspartnern angelegt. Ziemlich bald entwickelte sich daraus jedoch ein größeres Projekt, das auch bundesweit großes Interesse hervorrief.
Wie das Projekt entstand	Die Friseurbetriebe wurden zuerst mit einem Faltblatt "Umweltschutz im Salon" über einfach umsetzbare Tipps informiert und zum Mitmachen angeregt. Es folgte ein Anschreiben an die Heidelberger Friseure mit der Aufforderung, sich an der Initiative zu beteiligen. Beim ersten Informationsabend wurden die Betriebe – die Chefs ebenso wie Angestellte und Auszubildende – und die Berufsschullehrer informiert bzw. zur Teilnahme motiviert.
So ging man vor	Das Projekt war von Beginn an von einer breit angelegten Öffentlichkeitsarbeit begleitet. Man führte Pressekonferenzen durch, um das Projekt vorzustellen, und veröffentlichte Pressemitteilungen, Rundfunkberichte und Artikel in (Fach-)Zeitschriften. Über Aktionsstände wurden die Friseure in intensiven Gesprächen informiert. Ein wesentliches Argument waren die innerbetrieblichen Möglichkeiten zur Kosteneinsparung. Über ein Mitteilungsblatt wurden die Innungsfrieseure schließlich laufend mit neuen Informationen über das Projekt versorgt. Stände auf Messen und Ausstellungen, wie die Öko-Messe TREND in Heidelberg und der Mai-Markt in Mannheim, sorgten dafür, dass die Brancheninitiative auch beiden Kunden bekannt wurde.
Öffentlichkeitsarbeit	Der Arbeitskreis startete darüber hinaus verschiedene Aktivitäten: <ul style="list-style-type: none">• Im weiteren Verlauf des Projektes sammelten die Mitglieder des Arbeitskreises eine Reihe von Materialien als Hilfestellung für die Betriebe und stellten sie den Betrieben in einem "Umweltordner" zur Verfügung. Dazu zählten Veröffentlichungen zum Umwelt- und Gesundheitsschutz vom Industrieverband für Friseurbedarf, von der Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlstandspflege, des Zentralverbandes des Deutschen Friseurhandwerks, der Innungskrankenkasse sowie aus der Zeitschrift Öko-Test.• Der Arbeitskreis forderte außerdem die Hersteller von Friseurprodukten auf, Mehrwegsysteme anzubieten: Mit Erfolg: Fast alle Lieferanten stellten entsprechende Alternativen vor.
Leistungen der Brancheninitiative	

- Auch des Problems der Inhaltsstoffe von Friseurprodukten nahm sich der Arbeitskreis an: Damit die Friseure problematische Mittel vermeiden können, wurden die Hersteller per Anschreiben aufgefordert, die gesundheitsbelastenden Konservierungs- und Duftstoffe in ihren Produkten zu benennen. Auf dieser Basis wurde ein Gesundheitsleitfaden für die Betriebe erstellt. Mit dieser Aktion nahm die Brancheninitiative auch Einfluss auf die produzierende Industrie.
- Ein weiteres Projekt geht auf die Anregung des *Arbeitskreises Stress* der Universitätsklinik Heidelberg zurück. Einer der Wissenschaftler arbeitete eng mit einem Lampenhersteller zusammen, der sich mit gesundheitsverträglicher Beleuchtung am Arbeitsplatz befasste, und stellte diese Kooperation dem *Arbeitskreis Friseur und Umwelt* vor. Die Mitglieder vermittelten den Kontakt zu interessierten Friseuren aus dem Innungsbezirk. Gemeinsam mit einem Modellbetrieb wurde zwischenzeitlich ein optimiertes Beleuchtungssystem ausgetüftelt, das die Friseure entlastet, den Kunden nicht blendet und gleichzeitig die Haarfarbe gut erkennen lässt.

Den Kontakt zu den einzelnen Betrieben pflegte in erster Linie die Innung. Vor allem ein Vorstandsmitglied, gleichzeitig der Umweltbeauftragte der Innung, nahm hier eine ganz maßgebliche Rolle ein. Außerdem führte der Arbeitskreis auch Umfragen unter den Betrieben durch, um auf einer breiteren Basis einen Einblick in die betriebliche Praxis zu erhalten: So wollte man beispielsweise wissen, wie hilfreich der gemeinsam entwickelte Gesundheitsleitfaden tatsächlich ist. Eine weitere Umfrage galt dem Thema Mehrweg. Hier stellte sich heraus, dass nahezu drei Viertel der Betriebe in der Innung bereits Mehrweg- und Nachfüllsysteme verwendeten.

Der "Umweltordner" wird künftig weiter entwickelt. Unter anderem will man sich dem Thema zuwenden, wie der Energieverlust durch die Schaufenster reduziert werden kann. Außerdem besteht die Idee, Informationen über das Projekt per Internet zu verbreiten.

Kontakt zu den Betrieben

Wie geht es weiter?

Kontakt:

BUND-Umweltzentrum
Ilge Wilhelm, Stefan Pucher
Hauptstr. 42
69117 Heidelberg
Tel.: 06221/25817
Fax: 06221/164841

Heidelberg: Brancheninitiative Maler und Umwelt

Wie das Projekt entstand

Der Anstoß für die Initiative Maler und Umwelt ging wesentlich von zwei Betrieben aus. Beide wendeten sich mit der Frage an das Abfallamt der Stadt Heidelberg, welche Alternativen es für die Behandlung oder Entsorgung von Abwasserschlämmen gibt, die beim Abstrahlen und beim Säubern der Pinsel entstehen. Diesen Anlass griff die Stadt auf und rief wegen der guten Erfahrungen und der gelungenen Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Partnern im Projekt *Friseur und Umwelt* eine weitere Brancheninitiative ins Leben.

So ging man vor

Auch in diesem Projekt brachte man zunächst die verschiedenen Beteiligten an einen Tisch und gründete den Arbeitskreis *Maler und Umwelt*. Neben Vertretern der Stadt Heidelberg, des örtlichen BUND-Umweltzentrums und der Handwerkskammer Mannheim ist darin diesmal die Maler- und Lackierer-Innung, vertreten durch zwei Malermeister, eingebunden.

Wie bei der Brancheninitiative "Friseur und Umwelt" wählte man den Weg, die Betriebe durch ein Faltblatt mit Tipps und Infos zum Umweltschutz über die Initiative zu informieren. Auch über Ausstellungen wurden die Betriebe angesprochen. Die Mitglieder des Arbeitskreises boten sich den Betrieben außerdem für Einzelberatungen an. Gleichzeitig wurde die Initiative der Malerbetriebe auf Messen, z.B. der Mai-Messe in Mannheim, der wichtigsten Gewerbeschau in der Region, vorgestellt, um auch die möglichen Kunden darüber zu informieren.

Als Arbeitsmaterial für interessierte Maler- und Lackierbetriebe wurde ebenfalls ein Umweltordner erstellt. Darin finden sich Materialien zu allen wichtigen Themenbereichen – vom Einkauf über Abfall, Wasser, Gefahrstoffe zum Gesundheits- und Klimaschutz. Den Umweltordner überreichte der Umweltdezernent der Stadt Heidelberg Mitte Juli 2000 im Haus des Handwerks dem Obermeister der Maler- und Lackierer-Innung. Begleitend lief eine Ausstellung, die den anwesenden Malern einen Überblick über ökologische Produkte im Malerbetrieb gab.

Wie geht es weiter?

Der Arbeitskreis will den Betrieben die Inhalte des Ordners über praxisnahe Schulungen vermitteln. Dazu werden Berater eingebunden. Der Ordner soll außerdem regelmäßig aktualisiert werden.

Aber die Initiative geht noch weiter: Als nächstes ist vorgesehen, auch die Bäcker und Konditoren in Heidelberg auf Umweltkurs zu bringen: Ein entsprechender Arbeitskreis wurde gegründet und tagte im September 2000 bereits zum zweiten Mal. Im Bäcker- und Konditoreigewerbe ist ein wichtiger Ansatzpunkt zur Minderung der Umweltbe-

lastung der Energieverbrauch für die Backöfen. Als Auftakt wird den Betrieben daher zunächst angeboten, einen Energiecheck durchführen zu lassen, dessen Finanzierung die Stadt Heidelberg übernimmt.

Kontakt:

Maler-Innung Heidelberg
Dieter Gabler
Maybachstr. 10
69214 Eppelheim
Tel.: 06221/764947
Fax: 06221/763557

Stadt Heidelberg
Amt für Umweltschutz und
Gesundheitsförderung
Dr. Alex Füller
Kornmarkt 1
69117 Heidelberg
Tel.: 06221/58-1825
Fax: 06221/58-1829

Handwerkskammer Mannheim
Michael Rieger
B 1, 1-2
68159 Mannheim
Tel.: 0621/18002-60
Fax: 0621/18002-57

Stadt Heidelberg
Amt für Abfallwirtschaft und
Stadtreinigung
Peter Schroth
Hardtstr. 2
69124 Heidelberg
Tel.: 06221/58-2954
Fax: 06221/58-2990

BUND-Umweltzentrum
s. S. 31

Anreize für Betriebe

Heidelberg: Umweltkredite der Sparkasse

Ziel In Kooperation legten die Stadt Heidelberg und die Stadtwerke bei der Sparkasse Heidelberg ein zinsgünstiges Kreditprogramm für den gewerblichen und privaten Bereich auf, mit dem energie- und umweltschonende Investitionen erleichtert werden sollen.

So geht man vor Die Sparkasse bietet zwei hauseigene Kreditprogramme mit Vorzugskonditionen im Umweltbereich an.

- Beim Kreditprogramm A werden Einzelkredite bis zu 100 000 DM im privaten Bereich und bis zu 300 000 DM im gewerblichen Bereich bewilligt. Die Kredite fallen so günstig aus, da Bearbeitungsgebühren wegfallen, Bereitstellungszinsen erst ab dem 7. Monat nach Darlehenszusage entstehen und bei kleineren Beträgen keine Zinszuschläge erhoben werden. Je nach Fall liegen die effektiven Jahreszinsen des Kreditprogramms ca. 0,5 bis 1 % unter dem üblichen Zinssatz. Im gewerblichen Bereich werden zum Beispiel Maßnahmen zur Abwasserreinigung, Luftreinhaltung und Abfallverminderung gefördert.
- Das Kreditprogramm B richtet sich vorwiegend an private Haushalte und zielt auf Wärmeschutzmaßnahmen, Sonnenenergie zur Warmwasserbereitung oder die Errichtung von Niedrigenergiehäusern. Antragsteller können für Maßnahmen, die von der Stadt Heidelberg im Rahmen ihres Förderprogramms unterstützt werden, zusätzliche vergünstigte Darlehen von der Sparkasse erhalten.

Bei der Suche nach umweltverträglichen Lösungen im Umweltbereich bietet die Sparkasse außerdem Recherchen in der Umwelt-Datenbank UMPLUS der Sparkassen an. Darin sind Adressen von Anbietern umweltschutzorientierter Produkte und Dienstleistung enthalten.

Kontakt:

Sparkasse Heidelberg
Kurfürstenanlage 10-12
69115 Heidelberg

Tel.: 06221/511-0

Friedrichshafen: Gütesiegel umweltorientierter Betrieb

In Friedrichshafen ist das Hotel- und Gaststättengewerbe ein doppelt wichtiger Wirtschaftszweig: sowohl wegen des Bodenseetourismus als auch wegen der Messe am Ort. Mit der Initiative "Gütesiegel umweltfreundlicher Betrieb" soll der Umweltschutz in den Hotels und Gaststätten gefördert werden – nicht nur, um das Image der Betriebe zu verbessern, sondern auch, um das ökologische Profil der Tourismus- und Messestadt Friedrichshafen zu stärken.

Ziele

Das Projekt geht auf einen Vorschlag von Teilnehmern des Bürgerforums "Freizeit und Tourismus" zurück. In der Bodenseeregion gab es zu diesem Zeitpunkt bereits in verschiedenen Gemeinden lokale Gütesiegel für Hotel- und Gaststättenbetriebe, und auch aus der Region Vorarlberg waren ähnliche Aktivitäten bekannt. Das Projekt fand grundsätzlich Zustimmung in dem Bürgerforum.

Wie das Projekt entstand

Zunächst wurde längere Zeit diskutiert, ob ein eigenes Label speziell für Bodenseegemeinden kreiert werden sollte. Um einen höheren Wiedererkennungswert zu sichern, und da man den Mehraufwand für die Entwicklung eines eigenen Labels sah, einigte man sich schließlich darauf, das Siegel des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA) zu nutzen. Der DEHOGA führt alle 3 Jahre einen bundesweiten Wettbewerb unter den Betrieben durch und vergibt ein bundesweites Gütesiegel. Dazu müssen die Betriebe einen 40-Punkte-Katalog bearbeiten. Wenn sie nachweislich mindestens 80 Prozent dieser Kriterien erfüllen, erhalten sie das *Gütesiegel umweltfreundlicher Betrieb*.

So ging man vor

Der Vorsitzende des Arbeitskreises Umwelt der DEHOGA stellte die Aktivitäten des Verbandes im Bürgerforum vor, außerdem konnte man den DEHOGA-Ortsverband in Friedrichshafen für eine Unterstützung des Projektes gewinnen. Der Verband übernahm es auch, die Hotel- und Gaststättenbetriebe zu einer Informationsveranstaltung einzuladen und den Wettbewerb vorzustellen.

Im Nachgang zu der Vorstellung meldeten sich 20 teilnahmebereite Betriebe. Eine Kommission aus der DEHOGA Baden-Württemberg, dem Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg und der Tourismus-Marketing GmbH nahm die Auswertung der ausgearbeiteten 40-Punkte-Kataloge vor und prüfte in Betriebsbegehungen, ob die Angaben richtig waren. 16 Betriebe konnten schließlich das Gütesiegel für umweltorientierte Betriebe mit integriertem Agenda-Logo Friedrichshafen durch die DEHOGA entgegennehmen. Die ausgezeichneten Betriebe werden in den einschlägigen Hotel- und Gaststättenverzeichnissen mit Gütesiegel aufgeführt – zumindest für die drei Jahre, während denen das Siegel gültig ist.

Resultat

Zeitraahmen

Die ersten Diskussionen über das Projekt im Bürgerforum fanden Anfang des Jahres 1998 statt, im Frühjahr wurde dann die erste Projektsitzung einberufen. Im Sommer 1998 wurden die Betriebe zur Informationsveranstaltung eingeladen. Die Prämierung erfolgte dann bereits im Mai 1999.

Wie geht es weiter?

Die zertifizierten Friedrichshafener Betriebe sollen zukünftig an der alle 3 Jahre wiederholten Überprüfung des Siegels teilnehmen. Die nächste Prüfung findet im Jahr 2001 statt. Weitere Betriebe sollen bis dahin gewonnen werden.

Gleichzeitig ist geplant, dass in einigen der Betriebe im Rahmen des Interreg-Projektes "Umweltmanagement in Tourismuseinrichtungen" ein Umweltmanagementsystem in Anlehnung an das Grazer Ökoprotfit-Projekt (s. Literaturverzeichnis) aufgebaut wird. Allerdings zeigen sich die Betriebe noch zurückhaltend. Die Mehrzahl gibt an, dass man zunächst keinen weiteren Aufwand betreiben möchte, zumal einige Betriebe auch Qualitätsmanagementsysteme aufgebaut haben. Man könne und wolle den Mitarbeitern keine weitere Zusatzbelastung zumuten. Zwei Betriebe dagegen haben ihre Bereitschaft schon signalisiert, sich auch an diesem Projekt zu beteiligen.

Kontakt:

DEHOGA Baden-Württemberg
Horst Steinhauser
Bernd Daringer
Goethestr. 4
88214 Ravensburg
Tel.: 0751/31708
Fax: 0751/26098

Zur Vorbereitung des Wettbewerbs hat die DEHOGA, Landesverband Baden-Württemberg, eine Reihe von Informationsmaterialien herausgegeben. Unter anderem ist ein Leitfaden "So führe ich einen umweltorientierten Betrieb" beim Landesverband in Stuttgart erhältlich (s. Adressteil).

Stadt Friedrichshafen
Amt für Umwelt- und Naturschutz
Dr. Tillmann Stottele
Eckener Str. 11
88046 Friedrichshafen
Tel.: 07541/203-397
Fax: 07541/203-339

Schramberg: "Sonnendächer für Schramberg"

Schramberg gehört zu einer Region in Deutschland mit überdurchschnittlicher Sonnenscheindauer im Jahr. Die Initiative "Sonnendächer für Schramberg" ist eine Brancheninitiative der ortsansässigen Installateure zum Ausbau der Solarenergie in dieser Schwarzwaldgemeinde. Die Initiative ist ein Zusammenschluss von Betrieben, die offensive und gemeinsame Angebote für die Installation von Solaranlagen ausarbeiten und dafür auch gemeinsam Werbung treiben. Unterstützt werden sie durch ein Förderprogramm der Stadtwerke in Schramberg.

Ziele der Initiative

Das Solarförderprogramm hat die Stadt in Zusammenarbeit mit interessierten Sanitär- und Heizungsfachbetrieben sowie der Kreissparkasse Rottweil und der Volksbank Schramberg entwickelt. Erstmals wurde es 1999 aufgelegt und im Jahr 2000 zunächst für ein weiteres Jahr verlängert.

Wie entstand das Programm?

Das Solarförderprogramm ist Bestandteil eines umfassenderen Förderpaketes im Energiebereich. Sowohl thermische Solar- als auch Photovoltaikanlagen werden gefördert. Das Programm unterstützt damit eine Brancheninitiative von 15 Sanitär- und Heizungsfachbetrieben in Schramberg und Umgebung, die sich den verstärkten Ausbau ihrer Beratungs- und Installationsangebote zur Solarenergie auf die Fahne geschrieben haben. Gemeinsam haben diese Betriebe drei "Solarpakete" als Komplettangebote entwickelt. Jedes Angebot umfasst eine Kombination aus einer standardisierten Solaranlage und fachkundiger Beratung, jeweils

Das Angebot

- "für den kleinen Haushalt", bis 4 Personen und mit einem Verbrauch von ca. 1.700 kWh,
- "für den großen Haushalt", mit 5 bis 6 Personen und einem Verbrauch bis 2.700 kWh
- "für den kleineren Haushalt mit Heizungsunterstützung", bei bis zu 4 Personen und 120 qm Wohnfläche und ca. 31.100 kWh pro Jahr.

Durch die Standardisierung können die Solarpakete besonders günstig angeboten werden, zusätzlich können die Bürgerinnen und Bürger die Fördermittel der Gemeinde nutzen.

Die Fördersumme wird pauschal bewilligt – jeder Antragsteller erhält 1000,- DM als Zuschuss, solange die Mittel reichen. Die Abwicklung des Förderprogramms haben die Stadtwerke übernommen. Die Mittel reichen für 20 Anlagen. Im abgeschlossenen Jahr 1999 wurden sie komplett aufgebraucht – Schramberg verfügt damit über 20 neue "Sonnendächer".

Fördersumme

"Solar"-Kredite durch Volksbank und Kreissparkasse

Einen zusätzlichen Anreiz bieten die Volksbank und die Kreissparkasse in Schramberg an: Für den Bau thermischer Anlagen werden Kredite bis zu einer Darlehenshöhe von 20.000 DM mit einem effektiven Zinssatz von 4,68 % fest auf drei Jahre angeboten. Sind neben der solarthermischen Anlage weitere Investitionen zur CO₂-Minderung und Energieeinsparung zu finanzieren, vermitteln und beantragen die beiden Kreditinstitute auch Sondermittel bis zu 100 Prozent der Finanzierungskosten dieser Maßnahmen zu einem effektiven Zinssatz von 3,8 % fest auf einen Zeitraum von 10 Jahren, bis 3 Jahre tilgungsfrei, bei einer maximalen Laufzeit von 20 Jahren.

Kontakt:

Stadt Schramberg
Karl Pröbstle
Amt für Umwelt und Technik
Postfach 80
78701 Schramberg
Tel.: 07422/29-356
Fax: 07422/29-354

Stadtwerke Schramberg
GmbH & CoKG
Hermann Hug
Am Hammergraben 8
78713 Schramberg
Tel.: 07422/9534-36
Fax: 07422/9534-50

Agenda-Initiativen in Betrieben

Friedrichshafen: Radgruppen in Großbetrieben

"Mit dem Fahrrad zur Arbeit – ein Beitrag zum umweltschonenden Stadtverkehr" – dies ist nicht nur der Titel des Bürgerforums 3 der Lokalen Agenda 21 in Friedrichshafen, sondern auch sein erklärtes Ziel. Das Bürgerforum hat dazu zwei Leitziele definiert:

- Steigerung des Anteils der Fahrradfahrer im Modal Split des Berufsverkehrs von 12 % auf 20 % innerhalb von fünf Jahren und
- Ausbau und verstärkte Nutzung vorhandener Systeme für einen integrierten Umweltverbund.

Die Radgruppen in den Betrieben gingen aus einem Bürgerforum im Rahmen der Agenda 21 Friedrichshafen hervor, das sich regelmäßig bei der Volkshochschule trifft. Den Anstoß für die Radgruppen gab die Präsentation einer Vorarlberger Firma im Agenda-Forum: Ein Mitarbeiter des Betriebs stellte eindrücklich die Aktivitäten seiner Fahrrad-Betriebsgruppe dar. Die Gruppe hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Bedingungen für den Fahrradverkehr in und um die Betriebe deutlich zu verbessern. Diese Aufgabe griff das Agenda-Forum auf und zwei Betriebsräte, gleichzeitig Mitglieder des Agenda-Forums, nahmen sich des Themas an. Interessant waren die Radgruppen vor allem für die drei Großbetriebe am Ort: Die Motoren und Turbinen Union (MTU), die ZF AG (ehemals: Zahnradfabrik) und die Dornier GmbH haben insgesamt fast 14.000 Beschäftigte – ein großes Potenzial, um den motorisierten Berufsverkehr zu reduzieren.

Die erste Radgruppe entstand im März 1998 bei der MTU, gefolgt von der ZF im Herbst 1998 und von Dornier zu Beginn des Jahres 1999. Die Gruppen haben sich dem Ziel der Friedrichshafener Agenda 21 angeschlossen: Auch in den Betrieben soll der Anteil des Fahrrads am Berufsverkehr innerhalb von 5 Jahren auf 20 % erhöht werden. Ansatzpunkte sind eine verbesserte innerbetriebliche Infrastruktur, sicherere und komfortablere Radwege auf dem Weg zum Betrieb, Information und Imageverbesserung für das Fahrrad sowie Ausstattung, Wartung und Sicherheit der Fahrräder. Vor allem aber sollen Öffentlichkeitsarbeit und Aktionen zum Mitmachen motivieren. Die Gruppen arbeiten eigenständig und verstehen sich als Foren, mit denen die Lokale Agenda 21 in die Betriebe hineingetragen wird. Eine Vermittlung durch das Bürgerforum ist nicht mehr erforderlich. Die Radgruppen sind eines der wenigen Beispiele, wo ausgehend vom Agenda-Arbeitskreis Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihren Betrieben aktiv werden und Veränderungen auslösen.

Ziele

Wie die Initiative entstand

Kontakt

Dietmar Selg (Betriebsratsmitglied bei der MTU)
Summerauweg 2
88048 Friedrichshafen
Tel.: 07541/4715

Die Radgruppe bei der MTU

Die erste Aufgabe der sechsköpfigen Radgruppe bestand in der Motivation im Betrieb: Die Mitglieder arbeiteten zunächst die Gründe *pro Radgruppe* auf und erreichten durch sachliche Argumente die Billigung der Gruppe bei der Geschäftsleitung. Dann folgte eine Bestandsaufnahme: Anhand der abgestellten, Fahrräder schätzten sie ab, wie viele Personen per Rad zur Arbeit kommen, und ermittelten über die Personalabteilung die Anzahl der Personen, die in Fahrradnähe zum Betrieb wohnen. In der Differenz – immerhin etwa 40 % der Mitarbeiter – sahen sie genug Potenzial für Motivationsarbeit.

Vom 21. bis 24. September 1998 veranstaltete die Radgruppe dann die *Radtage*. Neben einer Ausstellung zum Thema *Mit dem Rad zur MTU* bot man Fahrradhelme und -zubehör zum Verkauf an, sowohl die Presse als auch die Geschäftsleitung waren anwesend. Nach dieser Aktion war das Fahrrad nicht nur im Betrieb, sondern auch in der Öffentlichkeit ein Thema.

Im nächsten Schritt führte die Radgruppe eine Befragung durch, welche Gründe gegen das Fahrrad sprechen. Für die Beantwortung waren Preise ausgesetzt. Etwa 500 Antworten kamen zurück und nannten folgende Gründe: Die Fahrradständer lagen zu weit vom Arbeitsplatz entfernt, waren nicht sicher genug und technisch veraltet, so dass moderne Fahrräder mit breiten Lenkern leicht beschädigt wurden. Außerdem fehlten Dusch- und Umkleidemöglichkeiten. Einige Personen regten an, eine Fahrradreparaturwerkstatt einzurichten. Zusätzlich wurde der Wunsch nach einer besseren Kombination zwischen dem öffentlichen Personennahverkehr und dem Fahrrad geäußert. Damit hatte die Betriebsgruppe eine gute Basis für ihre weitere Arbeit.

Viel Wert legt die Radgruppe außerdem auf die Öffentlichkeitsarbeit. Ein Beispiel ist die Müsliriegelaktion: Dabei postierten sich die Mitglieder der Radgruppe an den Pforten und verteilten an jeden, der mit dem Fahrrad zur Arbeit kam, einen Müsliriegel. Dieses Vorgehen hat Prinzip: Man möchte anreizen und motivieren, einen erhobenen Zeigefinger dagegen vermeiden. Denn das Leitmotiv der Radgruppe ist, dass das Fahrrad eine Ergänzung zu Auto, Bus und Bahn ist. Aber nicht jedem ist es möglich, tatsächlich mit dem Fahrrad zur Arbeit zu fahren.

Im Juni 1999 fand dann eine Fahrradsicherheitswoche in allen drei Betrieben statt. Neben der Berufsgenossenschaft, dem deutschen Verkehrssicherheitsrat und dem Fahrrad Arbeitskreis der Stadt konnten das Amt für öffentliche Ordnung und die Polizei eingebunden werden. Auch der Erste Bürgermeister und die Geschäftsführung nahmen an der Sicherheitswoche teil. Als besondere Attraktion zeigte man, wie sicher ein Fahrradhelm ist. Dazu befestigte man ein rohes Ei in einem Styroporhelm und ließ es aus einer Höhe von zwei Metern auf die Erde fallen. Kein einziges Ei ging während der ganzen Woche kaputt.

Die Förderung von Fahrradverkehr hat in einem Unternehmen der Automobilbranche eine besondere Brisanz. Trotzdem ist es der *Radgruppe* gelungen, immer breitere Unterstützung für ihre Aktivitäten im Betrieb und in der Stadt zu finden – vor allem auch bei der Geschäftsleitung.

Austausch der Wirtschaft zu Umweltfragen

Schramberg: AK Ökologie und Wirtschaft

Der Arbeitskreis *Ökologie und Wirtschaft* wurde gegründet, um die Kommunikation zwischen den Schramberger Betrieben zu verbessern. Er soll ein Forum bieten, damit die Unternehmen Erfahrungen zu Fragen von Umwelttechnik und Umweltschutz austauschen können und neue Anregungen und Informationen erhalten.

Ziel des Arbeitskreises

Bei einem Besuch des städtischen „Ausschusses für Umwelt und Technik“ bei einem der größeren Betriebe entdeckten zwei unmittelbar benachbarte Betriebe, dass beide regelmäßig Sonderabfälle in nur halb gefüllten Containern zu norddeutschen Entsorgern transportieren ließen – durch eine Absprache und gemeinsame Entsorgung hätten beide Unternehmen Geld einsparen und gleichzeitig die Umwelt entlasten können. Dieser Besuch und das Gespräch zwischen den Unternehmen machten deutlich, dass ein Austausch zwischen den ortsansässigen Betrieben fehlte. Die Wirtschaftsförderung der Stadtverwaltung Schramberg ergriff daher die Initiative und lud wenig später die Betriebe am Ort zu einem Auftakttreffen für einen Arbeitskreis in das Rathaus ein.

Wie der Arbeitskreis entstand

Seitdem trifft sich der Arbeitskreis regelmäßig reihum bei den Unternehmen in Schramberg. Der Oberbürgermeister ist bei jedem Treffen anwesend und begrüßt die Teilnehmer. Dann werden Betriebsbegehungen durchgeführt, meist gibt es einen inhaltlichen Schwerpunkt, auf den besonderes Augenmerk gelegt wird. So hat beispielsweise ein Betrieb eine Ölzentralheizungsanlage erweitert – dies war Thema der Arbeitskreissitzung. Ein weiterer Betrieb stellte beispielsweise seine neuen Löschwasserauffangbehälter vor. Damit ist eine hohe Praxisrelevanz sichergestellt. Nach den Betriebsbesichtigungen findet dann ein Meinungs- und Erfahrungsaustausch statt.

So geht man vor

Die Treffen werden aber auch dazu genutzt, betriebsübergreifende Umweltthemen von allgemeinem Interesse für Unternehmen zu vermitteln. Dazu werden Referenten eingeladen. So gab es beispielsweise schon Vorträge zu folgenden Themen:

- Verpackungsverordnung
- Wirtschaftlichkeitsaspekte des Umweltschutzes
- Abfallgesetzgebung
- Öko-Audit und andere Zertifizierungen
- Job-Ticket
- Prozesswasserrückgewinnung

Der Arbeitskreis setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern der Betriebe in Schramberg, des Gemeinderates, der Stadtverwaltung, des

Besetzung des AK

städtischen Umweltbeirates, der örtlichen Wirtschaftsverbände und der Medien zusammen. Insgesamt nehmen in der Regel 20 bis 35 Personen an den Treffen teil, davon sind etwas die Hälfte bis zwei Drittel Vertreterinnen oder Vertreter von Betrieben. Da es lediglich etwa 35 Betriebe mit mehr als 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Schramberg gibt, ist dies eine ausgesprochen gute Resonanz.

**Organisation des
Arbeitskreises**

Die Organisation des Arbeitskreises läuft über die Wirtschaftsförderstelle der Stadtverwaltung Schramberg. Dazu zählen nicht nur die Einladung der Teilnehmer, sondern auch die Absprache mit den Firmen wegen Schwerpunkten und die Suche nach neuen, interessanten Themen.

Häufigkeit der Treffen

Seit 1992 hat sich der Arbeitskreis etwa 15 mal getroffen. Jährlich werden zur Zeit etwa 2 Betriebe besichtigt.

Kontakt:

Stadt Schramberg
Wirtschaftsförderung
Uwe Weiser
Hauptstraße 25
78713 Schramberg

Tel.: 07422/29-235
Fax: 07422/29-361

Gestaltung von Wirtschaftsräumen

Öhringen: AG Umwelt und Wirtschaft

Die Arbeitsgruppe *Umwelt und Wirtschaft* wurde als ein Forum im Rahmen der Lokalen Agenda 21 Öhringen gegründet, um eine Vision, aber auch konkrete Maßnahmen für eine wirtschaftliche Entwicklung in der Großen Kreisstadt auszuarbeiten. Ziel sollte dabei ebenso die Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen als auch die stabile wirtschaftliche Entwicklung in Öhringen sein.

Ziel der Arbeitsgruppe

Während der Auftaktveranstaltung zur Lokalen Agenda 21 im März 1999 wurde den interessierten Bürgerinnen und Bürgern von Öhringen bereits ein relativ konkretes Konzept zur Organisation des Agenda-Prozesses vorgestellt. Unter anderem sah es die Bildung von vier Arbeitsgruppen vor, dazu zählte auch eine zum Thema *Umwelt und Wirtschaft*. Mit leichten Veränderungen nahmen die Anwesenden den Vorschlag des Agenda-Büros an, insgesamt 18 interessierte Personen trugen sich in eine Liste ein, und man einigte sich auf einen ersten Termin für ein Arbeitsgruppentreffen.

Wie die Arbeitsgruppe entstand

Die Arbeitsgruppe hat sich zunächst vier Projektbereiche als thematische Schwerpunkte ausgewählt, die sich alle damit befassen, die Innenstadt von Öhringen für Handel und Gewerbe attraktiv zu gestalten, gleichzeitig aber ökologischen und sozialen Ansprüchen zu genügen. Für jeden Projektbereich erarbeitete die Arbeitsgruppe in Abstimmung mit der Verwaltung und den Gemeinderäten konkrete Maßnahmen. Beim ersten Treffen der Arbeitsgruppe begann man, nach einer Vorstellungsrunde, mit der Sammlung von Ideen und Vorschlägen. Das Ergebnis war eine ausgesprochen breite Palette von Themen, die von aktuellen verkehrspolitischen Fragen (A 6 sechsspurig; BAB-Anschluss Öhringen Ost) über den Vorschlag, eine Jugendherberge in Öhringen einzurichten, bis hin zu allgemeineren Stichpunkten, wie *Vision 2110*, *Generationenverpflichtung* oder *Verankerung des Umweltgedankens im Privatbereich*, reichten. Viele Vorschläge drehten sich auch um die Gestaltung der Innenstadt. Aus der umfassenden Ideensammlung konnte man schließlich folgende Schwerpunkte ableiten:

So ging man vor

- Arbeiten
- Gestaltung der Innenstadt
- Natürliche Lebensgrundlagen (Flächennutzungsplanung)
- Region
- Stadtmarketing

Von Beginn an nahmen interessierte Personen aus weiten Teilen des städtischen Lebens an der Arbeitsgruppe *Umwelt und Wirtschaft* teil: Architekten, Vertreter des Bauernverbandes, des Einzelhandels und des örtlichen Handels- und Gewerbevereins, der Wirtschaftsunioren,

Wer ist beteiligt?

Einschub: Unternehmensbefragung zur Lokalen Agenda 21 in Öhringen

Die produzierende Industrie ist an der Arbeitsgruppe *Umwelt und Wirtschaft* nicht beteiligt. Interessant sind daher die Ergebnisse einer Befragung, die man in Öhringen als begleitende Maßnahme zum Agenda 21-Prozess durchgeführt hat. Insgesamt schrieb das Agenda-Büro 180 Betriebe an, mit 28 Betrieben meldeten sich 15,5 % der Angesprochenen zurück. Die Ergebnisse kurz zusammengefasst:

- Über die Hälfte der antwortenden Betriebe gaben an, Ziele und Inhalte der Agenda 21 zu kennen.
- Auch auf die Frage, ob die Betriebe an der Lokalen Agenda teilnehmen wollten, äußerten sich knapp die Hälfte der Befragten positiv. Acht Prozent sahen allerdings keinen Sinn in der Teilnahme, der Rest war unentschieden.
- Allerdings waren die Angaben, in welcher Form eine solche Teilnahme erfolgen sollte, sehr allgemein, und insgesamt ist aus den Antworten herauszulesen, dass eine relativ große Unsicherheit darüber besteht, in welcher Form dies geschehen kann und was konkret auf einen Betrieb zukommt, wenn er sich auf Lokale Agenda-Prozesse einlässt.
- In einer letzten Frage wollte man von den Betrieben wissen, wann sich eine Teilnahme für sie lohnen würde: Für die Unternehmen war es dabei am wichtigsten, dass Effekte zur Standortsicherung und zur Kosteneinsparung durch Beteiligung entstehen (34 % der auswertbaren Antworten). Eine weitere denkbare Möglichkeit wäre die Mitwirkung an zeitlich begrenzten Projekten, die einen konkreten Nutzen für den Betrieb haben (25 %).

Insgesamt zeigt die Befragung, dass sich die Betriebe der Erwartungen von Außen, sich mit dem Thema *nachhaltige Entwicklung* auseinander zu setzen, bewusst sind. Gleichzeitig sind sie aber zurückhaltend gegenüber einer Teilnahme, da sie keine genaue Vorstellung damit verbinden können, was dies konkret bedeutet. Außerdem befürchteten sie eine zeitliche Investition, ohne konkreten Nutzen zu erkennen.

Bei der Bewertung der Befragungsergebnisse sollte man berücksichtigen, dass Öhringen zum Einzugsgebiet des Modells Hohenlohe gehört, eines regionalen Zusammenschlusses von ca. 200 Betrieben in der Region, der dem Erfahrungsaustausch über Themen des betrieblichen Umweltschutzes und der gemeinsamen Entwicklung von Lösungen dient. Damit sind diejenigen Betriebe, bei denen ein Potenzial für die Teilnahme an dem Agenda-Prozess besteht, gegebenenfalls in Arbeitsstrukturen eingebunden, die zudem sehr gut auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.

der IHK, der EnBW, der Verwaltung und des Gemeinderates, des Umweltforums sowie interessierte Bürgerinnen und Bürger. Die Anzahl der Teilnehmer an den Arbeitsgruppensitzungen wechselte immer wieder sehr stark, aber es gab einige sehr engagierte Personen, die eine hohe Kontinuität in der Arbeitsgruppe sicherstellten.

Im Laufe der weiteren Arbeit entwickelten sich die in der nachfolgenden Tabelle aufgeführten Projekte:

Projekte der Arbeitsgruppe

<i>Projekt</i>	<i>Ziel</i>	<i>Maßnahme</i>	<i>Bezug zur Agenda 21</i>
Beschilderung/Leitsystem	Vermeiden von Suchfahrten, bessere Erreichbarkeit der Innenstadt	Ausweitung und Optimierung des bestehenden Leitsystems (Fußgänger, Radfahrer...)	Schutz von Ressourcen, Sicherung vorhandener Strukturen
Gestaltung der Innenstadt	Erhöhung der Attraktivität und Sicherheit in der Innenstadt im Bereich Einzelhandel, Kultur, Gastronomie...	Kunden- und Gästebefragung, Belebung der innerstädtischen Funktionen (Wohnen, Versorgen, Freizeit, Mobilität)	Stärkung benachteiligter Gruppen (Behinderte, Kinder, Senioren...)
Arbeiten	Schaffung von Arbeitsplätzen	Abstimmung des innerstädtischen Lieferverkehrs, evtl. Sammelstelle	
Leerstandskataster	Belegung freier Gewerbeflächen mit wirtschaftlich tragfähigen Nutzungen (Innenstadt)	Aufstellen eines Leerstandskatasters, Öffentlichkeitsarbeit, evtl. direkte Ansprache der Eigentümer bzw. potenzieller Mieter	Sicherung der Grundversorgung im Zentrum, Stärkung des innerstädtischen Lebens ("Stadt der kurzen Wege")

Projekt „Beschilderung/Leitsystem“

Ein Ziel des Leitsystems ist es, die Suchfahrten zu vermindern. Inzwischen konnte ein konkreter Entwurf für ein solches System ausgearbeitet werden, mit dem auf Sehenswürdigkeiten in der Stadt, auf Einzelhandelsgeschäfte und Gewerbe in der Innenstadt hingewiesen wird. Gemeinsam mit der Verwaltung soll das Leitsystem nun in die bestehende Beschilderung integriert werden. Die Projektarbeit ist damit vorerst abgeschlossen.

Projekt „Leerstandskataster“

Das Leerstandskataster soll dazu beitragen, ungenutzte Flächen und leerstehende Gebäude in der Innenstadt als attraktiven Gewerberaum zur Verfügung zu stellen. Damit möchte man nicht nur einer weiteren Flächenversiegelung in Randbereichen der Stadt vorbeugen, sondern vor allem das Angebot in der Innenstadt anziehender gestalten, um

dem „Aussterben der Innenstadt“ entgegenzuwirken. Die Initiative hatten einige Einzelhändler angeregt. Gemeinsam mit dem Wirtschaftsförderer führte die Arbeitsgruppe Ortsbegehungen durch. In der Verwaltung traf man damit auf offene Ohren, so dass bald ein erstes Konzept aufgestellt werden konnte. Inzwischen ist die Zusammenarbeit so gut eingespielt, dass man sich gegenseitig über leerstehende Gebäude oder Flächen informiert. Die örtliche Sparkasse übernimmt dabei die Funktion eines Informationspools.

Projekt „Gestaltung der Innenstadt“

Dieser Themenschwerpunkt steht als Nächstes auf dem Plan. Dazu soll mit Unterstützung der FH Heilbronn eine Bürgerbefragung stattfinden, mit der man Aspekte wie Sicherheit, Kinderfreundlichkeit und Einkaufsmöglichkeiten prüfen möchte.

Der vierte Themenschwerpunkt, *Arbeiten*, ist zunächst noch zurückgestellt.

Arbeitsform in der AG

Die Arbeitsgruppe ging sehr zielorientiert vor und arbeitete von Beginn an mit „ehrenamtlich-professioneller Moderation“. Dahinter verbirgt sich, dass das Agenda-Büro für jede Arbeitsgruppe eine Person im Vorfeld auswählte, bei der man von einer hohen Akzeptanz in den Gruppen und auch von Kenntnissen in der Moderationstechnik ausgehen konnte. Letztendlich konnten die Arbeitsgruppen dann aber selbst über die Moderatorinnen und Moderatoren entscheiden, bzw. sie können für eine Auswechslung sorgen.

Der zeitliche Ablauf

Die Auftaktveranstaltung als „Wiege“ der Arbeitsgruppe fand im März 1999 statt. Seither treffen sich ihre Mitglieder regelmäßig einmal im Monat.

Wie geht es weiter?

Nachdem die ersten beiden Projekte nahezu abgeschlossen sind bzw. eigenständig weiterlaufen, wendet sich die Arbeitsgruppe stärker dem Thema Innenstadtgestaltung zu. Zunächst ist eine Befragung vorgesehen. In der Zwischenzeit wird in der Arbeitsgruppe aber auch die Entwicklung von Leitlinien verstärkt diskutiert, um sich auch auf einer abstrakteren Ebene mit Fragen des nachhaltigen Wirtschaftens zu befassen – zumindest parallel zur weiteren Projektarbeit. Man erhofft sich, dass es gelingt, auch die produzierende Wirtschaft in die Entwicklung von Leitlinien einzubinden.

Kontakt:

Stadt Öhringen
Agenda-Büro, Michael Walter
Marktplatz 15
74613 Öhringen
Tel.: 07941/68188

Landkreis Lörrach: Arbeitskreis Wirtschaft und Umwelt

Den Landkreis Lörrach, zusammen mit dem Ostalbkreis, hat das Ministerium für Umwelt und Verkehr für ein Pilotprojekt zum Thema *Lokale Agenda 21 in Landkreisen* ausgewählt. Betreut wird der Prozess durch die Akademie für Technikfolgenabschätzung in Stuttgart. Zu Beginn des Agenda-Prozesses wurden die Fraktionen des Kreistages und die Dezernate zunächst nach Themen und Arbeitskreisen befragt. Bei der Auftaktveranstaltung im März 2000 präsentierte das Agenda-Büro die Ergebnisse der Öffentlichkeit. Insgesamt gab es Vorschläge für 5 Arbeitskreise, ein sechster sollte bei Bedarf gebildet werden. Mit der Einladung erhielten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Auftaktveranstaltung über eine perforierte Postkarte die Möglichkeit, weitere Themen vorzuschlagen.

Aus dieser Auftaktveranstaltung ging auch der Arbeitskreis *Wirtschaft und Umwelt* hervor. Ursprünglich war ein Forum, das den Umwelt- und Naturschutz im Titel trägt, zwar gar nicht vorgesehen, da es sich um ein Querschnittsthema handelt, aber die Umweltverbände plädierten für einen eigenen Arbeitskreis. Wegen des hohen Interesses am Thema Wirtschaft einigte man sich schließlich darauf, neben dem Schwerpunkt *Wirtschaft und Arbeit* auch einen zusätzlichen, gemeinsamen Arbeitskreis *Wirtschaft und Umwelt* zu bilden.

Der Arbeitskreis tagt seitdem alle 6 Wochen. Die Treffen werden extern moderiert. Während der ersten drei Sitzungen stand die Frage im Mittelpunkt, welchen Themen man sich zuwenden wolle. Dann war der Schwerpunkt gefunden: Zunächst steht das Thema Landschaftsverbrauch auf dem Plan. Hintergrund für diese Wahl ist der Eindruck der Teilnehmer, dass viele gewerbliche Flächen nur unzureichend genutzt werden. Ein Beispiel sind Parkplätze vor Filialen von Einzelhandelsketten: Sie belegen große Flächen, sind aber nur selten gänzlich belegt und könnten in der übrigen Zeit für andere Aufgaben genutzt werden. Weitere Themenfelder wie Umweltbewusstsein und Öko-Audit sollen erst später behandelt werden.

Der Arbeitskreis setzt sich unter anderem aus Vertretern der IHK, der örtlichen NABU- und BUND-Gruppe, des Landratsamts, der Wirtschaftsregion Dreiländereck, der Berufsschule, eines Großunternehmens sowie interessierten Privatpersonen zusammen. Die Wirtschaft selbst konnte noch nicht auf breiter Basis motiviert werden.

Wie der Arbeitskreis entstand

Welche Themen wurden ausgewählt?

Wer nimmt teil?

Kontakt:

Landratsamt Lörrach,
Agenda-Büro, Gerlinde Gunnemann
Palmstr. 3
79539 Lörrach
Tel: 07621-410-628
e-Mail: gerlinde.gunnemann@loerrach-landkreis.de

Förderung "nachhaltiger" Produkte

Friedrichshafen: Café Friederico

Ziele	Mit der breiten Förderung des <i>Cafés Friederico</i> in Friedrichshafen will das Bürgerforum "Zukunftsfähige Landwirtschaft" der Stadt Friedrichshafen das Bewusstsein der Verbraucher für ökologische und sozial faire Produkte stärken. Vor allem aber sollen die Kleinbauern in den Ländern der Dritten Welt durch Direktimport, also ohne kommerziellen Zwischenhandel, gestärkt werden. Die alternativen Handelsorganisationen stehen mit den Produzenten im direkten Kontakt und bieten ihnen deutlich höhere Preise, eine anteilige Vorfinanzierung, angepasste Lieferzeiten und sogar Beratung bei Produktqualität und -gestaltung an.
Wie ging man vor?	Ein Referat des Vereins Eine Welt e.V. Friedrichshafen im Bürgerforum <i>Zukunftsfähige Landwirtschaft</i> gab den Ausschlag: Eines der Projekte im Forum sollte sich mit der Förderung von fair gehandeltem Kaffee in Friedrichshafen beschäftigen. Dazu bildete sich eine eigene Projektgemeinschaft, der vor allem der Verein Eine Welt, gleichzeitig Betreiber des örtlichen Eine-Welt-Ladens, und der regionale Großhändler für Fair-Trade-Produkte angehört. Hier wurde das Konzept erarbeitet. Der Kaffee sollte zunächst in der Stadtverwaltung eingeführt werden. Zusätzlich meldete das im Forum vertretene städtische Krankenhaus seine Bereitschaft an, das Projekt zu unterstützen. Als wichtige Arbeitgeber in Friedrichshafen waren dabei nicht nur zwei bedeutende Multiplikatoren gefunden, sondern auch Modellbetriebe, bei denen man die Einführung des fair gehandelten Kaffees erproben konnte.
Das Konzept	Einen großen Raum bei der Einführung des Kaffees nahm der Aufbau der Vertriebsstrukturen ein. Als Lieferant wurde eine kleine Fair-Trade-Handelsorganisation aus der Region ausgewählt, Gesellschafter dieser Organisation sind Eine-Welt-Läden und Privatpersonen. Die Bestellung bei dem Händler und die Verteilung an die Kunden in Friedrichshafen übernahm der örtliche Eine-Welt-Laden. Dazu wurden zunächst standardisierte Formulare für die Bestellung per Fax vorbereitet und die Verteilungswege in der Stadtverwaltung und im Krankenhaus aufgebaut. Die Zulieferung übernimmt zum Teil der Eine-Welt-Laden, teilweise der Botenservice der Verwaltung. Seit Herbst 1999 wird <i>Café Friederico</i> unter dem Logo der Agenda 21 im Rathaus, im städtischen Krankenhaus und in anderen Einrichtungen ausgedient. Darüber hinaus wird er im Eine-Welt-Laden, in Bioläden und im Krankenhauskiosk verkauft, weiter wird für den Verkauf des Kaffees bei Bioläden, Verkaufsstellen auf Höfen in der Region und Bäckereien geworben.
Öffentlichkeitsarbeit	Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Öffentlichkeitsarbeit. Zunächst brauchte man dazu eine eigene Identität für den Kaffee. Daraus entstand der <i>Café Friederico-Kaffee, der Fair-Trade-Kaffee</i> der Lokalen Agenda 21 in Friedrichshafen. Eine eigene Verpackung mit dem Agenda-Logo der Stadt Friedrichshafen trug zu dieser Identität bei. Ge-

meinsam mit der Handelsorganisation und mit einem Grafiker wurden Etiketten, Faltblätter sowie Tischaufsteller entwickelt. Der Verein Eine Welt Friedrichshafen hat außerdem einen *Kaffee-Parcours* geschaffen: Auf Schautafeln werden in insgesamt 6 Stationen verschiedenste Themen rund um den Kaffee vorgestellt: unter anderem seine Geschichte und seine Rolle als Weltagrарprodukt, Legenden um den Kaffee und technische Hintergründe zur Herstellung. Die Ausstellung wird an Schulen und Weltläden verliehen.

Die Erfolge der bisherigen Aktivitäten lassen sich auch in Zahlen fassen: Vor dem Projekt *Café Friederico* lag der jährliche Verkauf von Fair-Trade-Kaffee bei 600 kg pro Jahr. Inzwischen konnte diese Menge mehr als verdreifacht werden.

Erfolge

Die Verbreitung von Café Friederico-Kaffee soll weiter ausgebaut werden. Dazu sollen längerfristig auch der traditionelle Handel und die Unternehmen angesprochen werden. Mittelfristig steht aber vor allem an, den geplanten Bauernmarkt, ein weiteres Projekt des Bürgerforums *Zukunftsfähige Landwirtschaft*, ins Leben zu rufen und dort neben regionalen auch fair gehandelte Produkte anzubieten.

Wie geht es weiter?

Kontakt

Weltladen, Verein Eine Welt e.V.
Markus Sollbach
Schanzstr. 4
88045 Friedrichshafen
Tel.: 07541/33093

Dritte Welt Partner GmbH Ravensburg
Thomas Heuer, Martin Lang
Daisenfangstr. 31
88212 Ravensburg
Tel.: 0751/36155

Die Organisation bietet Kommunen auch die Konzeption von Projekten wie Café Friederico für ihre Lokale Agenda 21 an.

Stadt Friedrichshafen
Amt für Umwelt- und Naturschutz
Dr. Tillmann Stottele
Eckener Str. 11
88046 Friedrichshafen
Tel.: 07541/203-397
Fax.: 07541/203-339

Rhein-Neckar-Kreis: Reparatur- und Verleihführer

Ziel Reparieren statt Wegwerfen – in dieser Formel liegt ein Ansatz, um dem hohen Energie- und Rohstoffverbrauch in den Industrieländern eine Alternative entgegenzusetzen. Eine weitere Möglichkeit ist das Ausleihen von Gebrauchsprodukten – vor allem von solchen, die ansonsten selten zum Einsatz kommen. Einige Betriebe des Produzierenden Gewerbes und vor allem viele Handwerksunternehmen bieten derartige Dienstleistungen an. Der Reparatur- und Verleihführer für das Rhein-Neckar-Dreieck hilft den Verbraucherinnen und Verbrauchern auf der Suche nach entsprechenden Betrieben. Damit sollte auch ein Beitrag geleistet werden, um Arbeitsplätze in der Region zu erhalten.

So ging man vor Der Reparatur- und Verleihführer ist eine Initiative zur Abfallvermeidung des Zweckverbands Abfallwirtschaft Rhein-Neckar (ZARN), einer Gesellschaft des Raumordnungsverbandes des Rhein-Neckar-Kreises. Die Idee entstand im Jahr 1997. Man beauftragte zunächst ein Büro, das die Konzeption der Veröffentlichung und die Zusammenstellung der Adressen mit Unterstützung des ZARN übernahm. In einer breit angelegten Presse- und Öffentlichkeitskampagne informierte man dann die Betriebe von dem geplanten Adressverzeichnis. Unter anderem erschienen Beiträge in den örtlichen Tageszeitungen, das Kurpfalz-Radio sendete Berichte und die lokalen Anzeigenblätter veröffentlichten Artikel. Wer interessiert war, konnte sich beim ZARN oder bei dem beauftragten Fachbüro melden und erhielt dann einen Fragebogen, auf dem neben einer Einverständniserklärung zur Veröffentlichung der Adressen vor allem das Produktportfolio der Betriebe abgefragt wurde. Insgesamt konnten so die Adressen und Daten von 622 Betrieben auf etwa 100 Seiten zusammengetragen werden. Die Betriebe wurden anhand einer Matrix systematisiert, die sie zunächst nach Ortschaften und dann nach Branchen aufgliederte.

Folgende Branchen sind in der Broschüre berücksichtigt:

Das Konzept

- Baumaschinen, -geräte, -zubehör, Hebebühnen
- Büro, Computer, Telekommunikation
- Elektrogeräte (Klein-, Küchen-, Haushaltsgeräte)
- Fahrräder, Kinderwagen, Inline-Skates
- Fest- und Partyzubehör
- Foto, Film, Rahmen
- Freizeit, Sport, Urlaub, Spielwaren
- Gartengeräte und -zubehör
- Haus und Hof
- Lederwaren, Schuhe, Pelze

- Musikinstrumente und -zubehör
- Textilien, Bekleidung, Teppiche
- Uhren und Schmuck
- Unterhaltungselektronik, Video, Audio
- Werkzeuge aller Art
- Sonstiges

Die Broschüre wurde in einer Auflage von 10.000 Stück gedruckt. Im September 1998 stellte sie die Oberbürgermeisterin Heidelbergs, zugleich Vorsitzende des ZARN, der Öffentlichkeit vor. In der folgenden Zeit sorgten der Zweckverband und die Mitgliedskommunen für die Verbreitung des Reparatur- und Verleihführers. Unter anderem wurde er in Stadtbüchereien und auf Bürgerämtern ausgelegt, außerdem ist er über die Abfallberatungen in Mannheim und Heidelberg, über die Gemeindeverwaltungen sowie über die Abfallverwertungsgesellschaft des Rhein-Neckar-Kreises (AVR) zu beziehen. Die Nachfrage war so groß, dass im folgenden Jahr noch einmal 4.000 Exemplare nachgedruckt wurden.

Kontakt:

ZARN – Zweckverband Abfallwirtschaft Rhein-Neckar
Herr Mandel
P 7, 20-21
68161 Mannheim
Tel.: 0621/10708-40
Fax.: 0621/10708-34

Dort ist auch der Reparatur- und Verleihführer kostenfrei zu beziehen.

Essingen: Der Bauernmarkt

Ziele des Projektes

Mit dem Bauernmarkt in Essingen sollen die heimische Landwirtschaft in der ländlich geprägten Region und vor allem die kleinen bäuerlichen Betriebe unterstützt werden. Neben geringen Transportwegen geht es damit vor allem um den Erhalt der Kulturlandschaft und die Förderung der Region.

Wie der Bauernmarkt entstand

In der Auftaktveranstaltung zur Lokalen Agenda 21 in Essingen sammelten die interessierten Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde zunächst Themenvorschläge für den weiteren Prozess. Etwa vier Wochen später wurden diese Schwerpunkte in einer Zukunftswerkstatt vertieft. Hier bildete sich auch der Arbeitskreis *Landwirtschaft, Vermarktung, Natur- und Umweltschutz*. Von Beginn an stand die Frage im Mittelpunkt, welche Möglichkeiten es gibt, die regionale Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte zu fördern. Daraus entstand die Idee, einen Bauernmarkt ins Leben zu rufen.

So ging man vor

Der Arbeitskreis legte großen Wert auf gründliche Vorarbeit. Aus anderen Gemeinden wußte man, dass Bauernmärkte sonst schneller wieder verschwinden, als sie entstehen. Zunächst führten die Mitglieder des Arbeitskreises daher eine Umfrage unter den Erzeugern und den Kunden durch, um den Bedarf für einen Bauernmarkt und die Bereitschaft zur Unterstützung des Projektes zu ermitteln. Der Fragebogen wurde über das Mitteilungsblatt der Gemeinde an die Haushalte verteilt. Das Ergebnis: Während die Verbraucher ein hohes Interesse zeigten, verhielten sich die Erzeuger zunächst sehr zurückhaltend. Erst über persönliche Gespräche konnten die Mitglieder des Arbeitskreises die Erzeuger ins Boot bekommen. Dabei war es vorteilhaft, dass der Vorsitzende des landwirtschaftlichen Ortsvereins sehr engagiert an dem Projekt mitwirkte.

Nachdem dann auch der Ort für den Bauernmarkt feststand, die Fragen zur Gestaltung der Stände oder zur Werbung geklärt waren und die Genehmigung von der Gemeinde vorlag, fand der erste Bauernmarkt am 18. September 1998 statt. Unter dem Motto "Essinger essen Essinger Ernte" boten 15 Erzeuger eine große Palette heimischer Produkte an. Der Bauernmarkt stieß auf sehr gute Resonanz. Im Laufe der Zeit konnten auch Stammkunden gewonnen werden, die den wöchentlich stattfindenden Markt regelmäßig besuchen.

Der Markt findet seitdem jedes Jahr von September bis November statt, also 11 bis 12 mal im Jahr. Verlängern möchte man den Markt nicht, da sonst Produkte zugekauft werden müssten, denn das heimische Warenangebot reicht nicht in den Winter. Es ist jedoch ein wichtiges Prinzip, dass nur Essinger Landwirte Produkte anbieten, die auch ausschließlich auf Essinger Gemarkung hergestellt werden. Der Essinger Bauernmarkt ist damit sehr konsequent.

Die Bandbreite der angebotenen Produkte ist ausgesprochen hoch: Obst, Gemüse, Eier, Blumen, Kartoffeln, Brot aus Bioland-Getreide, Essinger Schnäpse und Liköre werden ebenso angeboten wie Wurst von Schwein, Rind, Schaf und Ziege, Apfelsaft, Honig, geräucherte Fische, Nüsse, selbsterzeugte Nudeln und Essiggurken.

Was wird angeboten?

Im Jahr 1999 hat es sich außerdem eingebürgert, dass örtliche Vereine und Verbände Kaffee und Kuchen anbieten. Mit dem Verkauf füllen die Vereine nicht nur ihre Kassen auf, sondern sie können auch für die Mitgliedschaft werben, und der Markt ist um eine kommunikative Einrichtung reicher.

Doch es gibt auch Schwierigkeiten: Milch- und Käseprodukte finden sich auf dem Bauernmarkt Essingen nicht. Die Auflagen des Wirtschaftskontrolldienstes (WKD) haben sich als so hoch erwiesen, dass für einen zunächst nur probeweise durchgeführten Bauernmarkt das finanzielle Risiko zu groß gewesen wäre.

Parallel zum Bauernmarkt wird die Direktvermarktung über eine Liste der Essinger Direktvermarkter gefördert. Diese Liste wird über das gemeindliche Mitteilungsblatt und als Handzettel auf dem Bauernmarkt verbreitet, außerdem ist sie im Internet zu finden (s. u.).

Sonstiges zu Förderung der Direktvermarktung

Die Organisation liegt maßgeblich beim *Arbeitskreis Landwirtschaft, Vermarktung, Natur- und Umweltschutz*. Hier sind vor allem zwei Personen aktiv: Eine Gemeinderätin, die als promovierte Agraringenieurin einen guten fachlichen Hintergrund mitbringt, und der Vorsitzende des landwirtschaftlichen Ortsvereins, der neben fachlichem Wissen auch über die Kontakte zu den Landwirten verfügt.

Organisation des Bauernmarktes

Der Bauernmarkt ruft inzwischen auch über die Grenzen von Essingen Interesse hervor. Im Juli 2000 erhielt der Arbeitskreis im Rahmen des Umweltwettbewerbs 2000 des Ostalbkreises eine Ehrenurkunde. Weiter hat das Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg im Rahmen der Förderung konkreter Projekte zur Lokalen Agenda 21 dem Bauernmarkt Essingen am 27. Oktober 2000 einen Preis verliehen, der mit einem Zuschuss für die Öffentlichkeitsarbeit verbunden ist. Damit sollen ein Internetauftritt und weitere Werbemaßnahmen finanziert werden.

Erfolge

Kontakt:

Frau Dr. Susanne Lipp
Burgfeldstraße 1
73457 Essingen
Tel: 07365/5794
Fax: 07365/921305
e-mail: sue.lipp@t-online.de
Internet: <http://home.t-online/home/sue.lipp/Bauernmarkt>

Mannheim: Das Markthaus

Ziele des Projektes	<p>Das MARKTHAUS ist ein Wirtschaftsprojekt, das Langzeitarbeitslosen und Körperbehinderten mit geringen Chancen auf einen Arbeitsplatz die Möglichkeit gibt, sich für den „ersten Arbeitsmarkt“ zu qualifizieren. Gleichzeitig tragen die Second-Hand-Angebote zu einer verlängerten Lebensdauer von Gebrauchsgütern und das Sortiment an Naturprodukten zu einer Verminderung der Umweltbelastung bei. Als Öko- und Secondhandkaufhaus mit sozialer Ausrichtung bringt das MARKTHAUS damit alle drei Zielrichtungen der Agenda 21 – Ökonomie, Soziales und Ökologie – unter ein Dach.</p>
Wie entstand das Projekt?	<p>Die Idee für das Projekt MARKTHAUS ging von dem Mannheimer Verein zur Beschäftigungsförderung, Biotopia e.V., aus. Als das Mannheimer Arbeitsamt noch über Gelder verfügte, die zur Beschäftigungsförderung von Behinderten und Langzeitarbeitslosen eingesetzt werden sollten, nahm man das Projekt in Angriff. Zusammen mit der Arbeiterwohlfahrt (AWO) – Gemeinschaftswerk Arbeit und Umwelt e.V. wurde eine gemeinnützige Gesellschaft gegründet.</p> <p>Etwa zur gleichen Zeit schloss die Hertie-Filiale in Mannheim. Die Betriebsräte der Kaufhauskette trugen sich ebenfalls mit der Idee, ein Öko-Kaufhaus zu gründen. Es fand sogar eine Zukunftswerkstatt zu diesem Thema statt. Zur „Konversion“ der Hertie-Filiale zum Öko-Kaufhaus kam es dann aber nicht. Statt dessen brachten drei ehemalige Bereichsleiter der Filiale ihr Know-how im MARKTHAUS ein.</p>
Wer ist an dem Projekt beteiligt?	<p>Insgesamt 5 Personen sind im Führungsteam im MARKTHAUS fest angestellt: Ein Geschäftsführer, eine Projektleiterin, zwei Anleiter für Werkstatt und Beschaffung, eine Mitarbeiterin für Soziale Dienste und Marketing. Darüber hinaus werden bis zu 45 Personen über befristete Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen im MARKTHAUS beschäftigt und für einen leichteren Einstieg in den ersten Arbeitsmarkt vorbereitet. Mit Erfolg: Etwa jedem dritten ABM-Mitarbeiter ist es im vergangenen Jahr gelungen, eine Beschäftigung auf dem ersten Arbeitsmarkt zu finden.</p>
Qualifizierung und Integration	<p>Alle Beschäftigten durchlaufen eine umfangreiche Qualifizierung. In Zusammenarbeit mit dem Bildungszentrum des Einzelhandels werden fachspezifische Warenkunde, Kostenbewusstsein und ökologisches Basiswissen trainiert sowie Grundlagen der EDV und der Warenwirtschaft vermittelt. Bei persönlichen und beruflichen Problemen können die Beschäftigten jederzeit sozialpädagogische Unterstützung in Anspruch nehmen. Auch Praktika in anderen Betrieben sind möglich.</p>
Das Konzept des Markthauses	<p>Das ursprüngliche Konzept sah vor, dass ein Großteil der 4000 qm großen Verkaufsräume des MARKTHAUSES durch andere Geschäfte</p>

belegt werden sollte. Zu Beginn des Projektes gab es zwar viele Interessierte, doch bald stellte sich heraus, dass das Risiko von den meisten potenziellen Kooperationspartnern als zu hoch eingestuft wurde. Heute ist das MARKTHAUS ausschließlich von der Gesellschaft selbst belegt.

Das Angebot des MARKTHAUSES umfasst vor allem gebrauchte, wiederverwendbare Konsumgüter: Die Palette reicht von Möbeln über Elektrogeräte, Haushaltswaren jeglicher Art, Fahrräder, Spielsachen und Büchern, CDs und LPs bis hin zu Kleidung aus zweiter Hand. Die Waren stammen vorwiegend aus Haushaltsauflösungen. Zusätzlich wurde ein Spendenschalter im MARKTHAUS selber eingerichtet – etwa jeder zehnte Kunde liefert beim Kauf gleich wieder „neue“ gebrauchte Produkte dort ab. Auch Rest- oder Sonderposten von fabrikenen Waren finden sich im Angebot. Ergänzt wird das Sortiment durch Ökolebensmittel und Naturwaren wie Textilien oder Kinderspielzeug.

Die Produkte

Zum MARKTHAUS gehören neben der Verkaufshalle auch eine Änderungsschneiderei, eine Elektrowerkstatt und eine Schreinerei. Hier werden die Möbel, Geräte und Waren geprüft und vor dem Verkauf gegebenenfalls wieder in Stand gesetzt. Reparaturaufträge von Kunden nimmt man aber nur begrenzt an, da wegen der befristeten Beschäftigungsverhältnisse keine Kontinuität bei den Mitarbeitern sichergestellt werden kann. Zu den weiteren Dienstleistungen, die das soziale Öko- und Secondhand-Kaufhaus anbietet, zählt neben Transporten, Entrümpelungen und Wohnungsaufösungen auch der Verleih von Geschirr und Spülmaschinen für Feste und Veranstaltungen jeder Art.

Dienstleistungen

Eine Besonderheit des MARKTHAUSES ist sein Kulturprogramm. Ob Zaubervorstellungen für Kinder oder ständig wechselnde Ausstellungen zu sozialpolitischen Themen, Kunst oder Handwerk – die Betreiber lassen sich immer wieder neue Ideen einfallen, um bisherige Kunden zu binden und neue zu gewinnen. Zwischen Originalmöbeln und Haushaltsgegenständen aus den 50er Jahren konnte man schon mit Marie Marx über das Frauenbild in den Fünfzigern oder mit weiteren Zeitzeugen über die damalige Friedensbewegung diskutieren. Auch unter dem Motto *Hula-Hoop und Petticoat* ließ man die alten Zeiten aufleben. Weitere Angebote vermitteln handwerkliche Fähigkeiten: In einem Fliesen-Workshop beispielsweise wurde gezeigt, wie aus zerbrochenen Fliesen und Spiegelscherben Tischplatten, Spiegelrahmen oder andere dekorative Gegenstände entstehen.

Kultur und Kreatives

Im Gegensatz zu Geschäften in der Innenstadt Mannheims gibt es zum MARKTHAUS kaum Laufkundschaft. Trotzdem ist die Lage des ehemaligen Siemensgebäudes im Mannheimer Gewerbegebiet Neckarau günstig, da es in unmittelbarer Nachbarschaft einiger Filialen von

Die Lage des Markthauses

Handelsketten liegt und über einen großen Parkplatz verfügt. Über eine Straßenbahnhaltestelle in nur 10 Fußgängerminuten Entfernung ist die Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr gegeben. Die Betreiber wollen in Verhandlungen mit den Mannheimer Verkehrs- und Versorgungsbetrieben (MVV) erreichen, dass eine Buslinie das Gewerbegebiet besser anbindet. Solange dies nicht geschieht, ist geplant, einen Shuttle-Service zum Beispiel für Behinderte, ältere Personen oder unmotorisierte Kunden mit vollen Einkaufstaschen zur Straßenbahnhaltestelle einzurichten.

Wer nutzt das Markthaus?

Insgesamt sind die Betreiber des MARKTHAUSES mit der Kundenresonanz zufrieden. Anders als ursprünglich gedacht, spricht man zwar weniger den „ökologischen Mittelstand“ an, aber die Betreiber stellten sich schnell auf die neuen Zielgruppen ein. Die Kundschaft ist bunt gemischt: Einkommensschwache Gruppen finden sich darunter ebenso wie Gutverdienende, Flohmarktgänger und Jugendliche auf der Suche nach Designerstücken aus den 70ern und Senioren, die zwischen gediegenen alten Gebrauchsgegenständen und antiquarischen Büchern stöbern.

Finanzierung

Zu Beginn des Projektes wurde die Finanzierung weitgehend vom Arbeitsamt übernommen, neben der Bezuschussung der ABM-Stellen gehörten dazu vor allem eine Anschubfinanzierung und ein Overhead-Anteil, der am Anfang auch dafür verwendet wurde, das MARKTHAUS zu einem behindertengerechten Arbeitsort umzubauen. Zusätzliche finanzielle Unterstützung leisten die Stadt Mannheim, der Daimler-Chrysler-Strukturfonds und die Gewerkschaft HBV. Zusätzlich konnten Mittel des Europäischen Strukturfonds (ESF) akquiriert werden. Im Jahr 1999 verteilte sich die Finanzierung wie folgt: 56 Prozent des Ertragsanteils wurden vom Arbeitsamt geleistet, und immerhin 35 Prozent waren bereits eigenerwirtschaftete Deckungsbeiträge. Erst an dritter Stelle liegt die Stadt Mannheim mit einem Anteil von 9 Prozent, ein Drittel davon stammt aus dem Daimler-Chrysler-Strukturfonds. Ziel des MARKTHAUSES ist es, die Zuschüsse durch gewerbliche Leistung weiter zu reduzieren.

Wie geht es weiter?

Pläne gibt es im Markthaus immer. Um die wirtschaftliche Unabhängigkeit zu fördern, sollen nicht nur neue Kunden durch weitere Aktionen und Projekte angesprochen werden, sondern es ist mittelfristig auch vorgesehen, das Dienstleistungsspektrum weiter auszubauen.

Kontakt:

MARKTHAUS - Das soziale Öko- und Secondhand-Kaufhaus
Stefanie Münch
Wattstr. 21-23
68308 Mannheim
Tel.: 0621/83368-0, E-mail: markthaus@aol.com

Initiativen für Ausbildung und Beschäftigung

Landkreis Heilbronn:

Wahl zum Ausbildungsbetrieb 2000

Mit dem Wettbewerb um den Ausbildungsbetrieb des Jahres 2000 verfolgt der Landkreis Heilbronn zwei Ziele: Zum einen soll die Qualität der Ausbildung verbessert werden, um den Auszubildenden eine bessere Ausgangsposition auf dem Arbeitsmarkt zu verschaffen. Zum anderen erhalten die Unternehmen eine Möglichkeit, ihre Ausbildungsqualität positiv darzustellen, und damit nicht nur das Image des Betriebes aufzuwerten, sondern auch letztendlich das der Region.

Ziel

Das Konzept hat die Agenda-Arbeitsgruppe „Wirtschaft und Arbeit“ Heilbronn entwickelt, die Idee brachte ursprünglich die Gewerkschaft auf. Etwa 20 Personen arbeiten regelmäßig dort mit – von Vertretern der Stadt Heilbronn über die regionale Wirtschaftsförderungs-Gesellschaft, die IHK und HWK, die Gewerkschaft IG Metall bis zu interessierten Bürgerinnen und Bürgern.

So ging man vor

Die Wirtschaftsförderungs-Gesellschaft entwickelte dazu zunächst einen zweiseitigen Fragebogen, den interessierte Unternehmen ausfüllen können. Dabei sollen sie vor allem die Punkte in ihrem Ausbildungskonzept hervorheben, die über die vorgegebenen Regeln und Vorgaben hinausgehen - beispielsweise, wenn ein Betrieb sich bemüht, die Ausbildung von Frauen und Mädchen in typischen Männerberufen zu fördern. Die Verfasser des Fragebogens legten dabei Wert auf eine offene Formulierung der Fragen anstelle von Multiple-Choice-Tests, um einen besseren Einblick in die Aktivitäten der Betriebe zu erhalten. Der Fragebogen ist zweigeteilt: Den ersten Teil müssen die Ausbildungsbetriebe beantworten, den zweiten Teil die Auszubildenden. Es werden nur Rückmeldungen ausgewertet, die von beiden Parteien beantwortet wurden.

Für die Teilnahme am Wettbewerb wurde über verschiedene Wege geworben: Man trat an die Presse, verteilte Handzettel an die Berufsschulen und auf Messen, bei denen sich die Betriebe, Auszubildenden oder Absolventen vorstellen. Die Handzettel werden außerdem allen Anschreibern der Wirtschaftsförderungs-Gesellschaft an die Unternehmen beigelegt. Außerdem ist vorgesehen, regelmäßig – mindestens einmal im Monat – über die Fortschritte an die Presse zu berichten.

Wie wurden die Betriebe motiviert?

Bis zur Halbzeit des Projektes haben sich ca. 30 Betriebe gemeldet. Nicht alle kommen direkt aus dem Landkreis Heilbronn, daher hat man die regionalen Grenzen des Wettbewerbs inzwischen bei Bedarf auch auf benachbarte Gemeinden erweitert. Einsendeschluss war der 13. Oktober 2000, bis Ende des Jahres erfolgt die Prämierung.

Wie geht es weiter?

Der Arbeitskreis wählte eine achtköpfige Jury. Dazu zählen Vertreter der Wirtschaftförderungs-Gesellschaft, der IHK und HWK, der Direktor der Kreisberufsschule Heilbronn/Neckarsulm, ein Vertreter der Gewerkschaft, ein Ausbilder und eine Auszubildende. Diese Gruppe wertet die Fragebögen aus und setzt sich bei Bedarf mit den Betrieben in Verbindung, um mögliche Fragen zu klären. Gute Chancen auf den Preis haben diejenigen Betriebe, deren Ideen besonders kreativ und innovativ sind.

Der in Aussicht gestellte Preis ist ein Zertifikat, das der Baubürgermeister als Schirmherr der Aktion dem Sieger persönlich überreicht.

Die Auslobung eines Ausbildungsbetriebes des Jahres 2000 ist eines von zwei Projekten, die im Arbeitskreis zur Lokalen Agenda 21 in Heilbronn zum Thema Wirtschaft und Agenda 21 laufen. Das andere befasst sich mit dem Aufbau eines Netzwerkes für Existenzgründer und Unternehmen.

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Raum Heilbronn
Werner Kolb
Raum Heilbronn GmbH
Weipertstr. 8-10
74076 Heilbronn

Pleidelsheim: Initiative zur Schaffung von Ausbildungsplätzen

Mit der Initiative zur Schaffung von Ausbildungsplätzen sollten die Betriebe in Pleidelsheim informiert werden, welche öffentliche Unterstützung sie nutzen können, wenn sie schwervermittelbaren Arbeitslosen die Chance eines Berufseinstiegs geben. Oft fehlt den Betrieben dieses Wissen, und selbst, wenn sie darüber verfügen, ist die Hemmschwelle recht groß, sie zu nutzen – wenn man nicht einen zusätzlichen Antrieb erhält. Dazu sollte die Initiative dienen.

Ziel

Mit dem Thema Ausbildungsplätze konnte man auch zu Beginn des Agenda-Prozesses deutlich machen, dass sich die Lokale Agenda 21 nicht nur mit Umweltthemen, sondern auch mit sozialen und ökonomischen Fragen befasst.

Die Idee für das Projekt entstand im Gespräch zwischen dem Bürgermeister von Pleidelsheim und dem Bund der Selbstständigen. Zur Vorbereitung wurde ein Arbeitskreis gegründet, an dem der Bürgermeister sowie Vertreter der Verwaltung, des Gemeinderates und des Bundes der Selbstständigen teilnahmen. Als positiv erwies sich dabei, dass der teilnehmende Gemeinderatsvertreter im IB (Internationaler Bund für Sozialarbeit) Bildungszentrum der Gemeinde Asperg auch beruflich mit Fragen der Integration von Langzeitarbeitslosen in die Arbeitswelt beschäftigt war. Der Arbeitskreis kooperierte eng mit dem zuständigen Arbeitsamt.

Wie das Projekt entstand

Für den ersten Informationsabend lud der Bund der Selbstständigen alle Betriebe in Pleidelsheim ein. Insgesamt wurden 250 Anschreiben versandt. Der Vertreter des IB Bildungszentrums Asperg und ein Mitarbeiter des Arbeitsamtes Ludwigsburg informierten die Betriebe dann im Verlauf des Abends über die Möglichkeiten und Programme für Betriebe, Zuschüsse und Unterstützung vor allem für die Ausbildung oder Einstellung schwervermittelbarer Personen zu erhalten. Dabei bestätigte sich die Vermutung, dass die Förderinstrumentarien der Arbeitsämter in den Betrieben tatsächlich kaum bekannt sind.

So ging man vor

Nach dem Informationsabend trafen die ersten Rückmeldungen von interessierten Betrieben zunächst bei der Gemeindeverwaltung ein und wurden an das Arbeitsamt weitergeleitet. Insgesamt war der Abend sehr erfolgreich: Insgesamt wurden 9 neue Ausbildungs- und Arbeitsplätze eingerichtet – in einer Gemeinde mit 6500 Einwohnern, davon 2300 sozialpflichtig Beschäftigten, ein gutes Ergebnis.

Erfolge

Einige Wochen später fasste die Gemeindeverwaltung noch einmal nach: Alle neuen Ausbildungs- und Arbeitsplätze waren inzwischen besetzt. Eine solche individuelle Initiative vor Ort wäre vom Arbeitsamt kaum leistbar gewesen. Einer der Initiatoren in der Gemeinde

Pleidelsheim wertete daher die Lokale Agenda 21 als eine gute Anknüpfungsmöglichkeit, um lokale Potenziale auszuschöpfen.

Wie geht es weiter? Bei der Initiative handelte es sich zunächst um eine einmalige Aktion. Der Arbeitskreis ruht derzeit. Grundsätzlich sieht man auch kaum noch den Bedarf, sich um neue Stellen in Pleidelsheim zu sorgen, denn die Arbeitslosenquote ist sehr gering und das Verhältnis zwischen Arbeitsplätzen und sozialpflichtig Beschäftigten fast ausgewogen. Handlungsbedarf sieht man dagegen eher darin, Langzeitarbeitslose persönlich zu betreuen und unterstützen, indem beispielsweise auch hier Informationsveranstaltungen angeboten werden. Derzeit überlegt man aber noch, welches Vorgehen hier am sinnvollsten erscheint.

Kontakt:

Frau Bartenbach
Umweltamt
Marbacher Str. 5
74385 Pleidelsheim

Tel.: 07144/ 264-27
Fax: 07144/ 264-26

Anhang:

Ansprechpartner

Landesanstalt für Umweltschutz

Agenda-Büro
Postfach 21 07 52
76157 Karlsruhe
Telefon (0721) 983 1406 / Telefax: (0721) 983 1414
e-mail: agendabuero@lfuka.lfu.bwl.de
Homepage: www.lfu.baden-wuerttemberg.de

Adressen 

Zum Thema Öko-Audit:
Gewerbedirektor
Werner Franke
Telefon (0721) 983 1465 / Telefax: (0721) 983 1414
e-mail: werner.franke@lfuka.lfu.bwl.de

Ministerium für Umwelt und Verkehr Baden-Württemberg

Referat 21
Ministerialrat
Stefan Frey
Telefon (0711) 126 2664 / Telefax: (0711) 126 2881
Kernerplatz 9
70182 Stuttgart
e-mail: stefan.frey@uvm.bwl.de

Umweltexperten der Handwerkskammern

Baden-Württembergischer
Handwerkstag
Heilbronner Str. 43
70191 Stuttgart
Tel.: 0711/1657-404
Fax: 0711/1657-444
e-mail:
[ASchulze@BWHT.S.Shuttle.d](mailto:ASchulze@BWHT.S.Shuttle.de)
[e](mailto:ASchulze@BWHT.S.Shuttle.de)

Fax: 0761/21800-50
e-mail:
umwsew@handwerkskammer-freiburg.de

Handwerkskammer Freiburg
Dipl.-Ing. agr.
Wolfram Seitz-Schüle
Bismarckallee 6
79098 Freiburg
Tel.: 0761/21800-0

Handwerkskammer Heilbronn
Dipl.-Wirt.-Ing.
Uwe Schopf
Allee 76
74072 Heilbronn
Tel.: 07131/791-0
Fax: 07131/791-200
e-mail: info@hwk-heilbronn.de

Handwerkskammer Karlsruhe
Dipl.-Ing. (FH)
Joachim Walter
Friedrichsplatz 4-5
76133 Karlsruhe
Tel.: 0721-1600-0
Fax: 0721-1600-199

Handwerkskammer Konstanz
Dipl.-Forstw. Peter Schürmann
Webersteig 3
78462 Konstanz
Tel.: 07531/205-0
Fax: 07531/16468
e-mail:
Handwerkskammer@HWK-KONSTANZ.de

Handwerkskammer Mannheim
Michael Rieger
B 1, 1-2
68159 Mannheim
Tel.: 0621/18002-0
Fax: 0621/18002-57
e-mail: handwerkskammer@t-online.de

Handwerkskammer Reutlingen
Dipl.-Ing. (FH)
Brigitte Rilling
Hindenburgstr. 58
72762 Reutlingen
Tel.: 07121/2412-0
Fax: 07121/2412400
e-mail: handwerk@hwk-reutlingen.de

Handwerkskammer Region
Stuttgart
Dr. Hans-Georg Wyrstcil
Heilbronner Str. 43
70191 Stuttgart
Tel.: 0711/1657-0
Fax: 0711/1657-222
e-mail: info@hwk-stuttgart.de

Handwerkskammer Ulm
Dipl.-Ing.
Elisabeth Maeser
Olgastr. 72
89077 Ulm
Tel.: 0731/1425-0
Fax: 0732/1425-500

Umweltexperten der Industrie- und Handelskammern

Adressen 

Baden-Württembergischer Industrie- und Handelskammertag
Jägerstr. 40
70174 Stuttgart
Tel.: 0711/225500-60
Fax: 0711/225500-77
e-mail:
ihktbawue@stuttgart@ikh.de

IHK Bodensee-Oberschwaben
Dr. Bernhard Retzlaff
Lindenstr. 2
88250 Weingarten
Tel. 0751/409-143
Fax: 0751/409-1705

e-mail:
retzlaff@weingarten.ikh.de

IHK Heilbronn-Franken
Dr. Agnes Michenfelder
Rosenbergstr. 8
74072 Heilbronn
Tel. 07131/9677-307
Fax: 07131/9677-227
e-mail:
michenfelder@heilbronn.ikh.de

IHK Hochrhein-Bodensee
Dr. Uwe Böhm
E.-Fr.-Gottschalk-Weg 1

79650 Schopfheim
Tel. 07622/3907-218
Fax: 07622/3907-252
e-mail: Boehm@konstanz.ihk.de

IHK Karlsruhe
Annika Jeshen
Lammstr. 13-17
76133 Karlsruhe
Tel. 0721/174-174
Fax: 0721/174-144
e-mail: weller@karlsruhe.ihk.de

IHK Nordschwarzwald
Umweltberatung
Oliver Laukel
Dr. Brandenburg-Str. 6
75173 Pforzheim
Tel. 07231/201-155
Fax: 07231/201255
e-mail: laukel@pforzheim.ihk.de

IHK Ostwürttemberg
Dr. Rudolf Behrendt
Ludwig-Erhard-Str. 1
89520 Heidenheim
Tel. 07321/324-127
Fax: 07321/324-169
e-mail:
behrendt@heidenheim.ihk.de

IHK Region Stuttgart
Heinz Osswald
Jägerstr. 40
70174 Stuttgart
Tel. 0711/2005-310
Fax: 0711/2005-429
e-mail: osswald@stuttgart.ihk.de

IHK Reutlingen
Dr. Albrecht Walcher
Hindenburgstr. 54
72762 Reutlingen
Tel. 07121/201-184
Fax: 07121/201-4184

e-mail:
walcher@reutlingen.ihk.de

IHK Rhein-Neckar
Klaus Peter Engel
Hans-Böckler-Str. 4
69115 Heidelberg
Tel. 06221/9017-93
Fax: 06221/9017-44
e-mail:
engelk@hdmannheim.ihk.de

IHK Schwarzwald-Baar-
Heuberg
Peter Schwanhäuser
Romäusring 4
78050 Villingen-
Schwenningen
Tel. 07721/922-170
Fax: 07721/922-193
e-mail:
schwanhaeuser@villingen.ihk.de

IHK Südlicher Oberrhein
Federführung Umwelt
Dr. Elisabeth Saken
Schnewlinstr. 11-13
79098 Freiburg
Tel. 0761/3858-267
Fax: 0761/3858-266
e-mail: reif@freiburg.ihk.de

IHK Ulm
Werner Kühl
Olgastr. 101
89073 Ulm
Tel. 0731/173-170
Fax: 0731/173-174
e-mail: kuehl@ulm.ihk.de

Literatur

Basislektüre zur Agenda 21

Basisdokumente

Agenda 21: „Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro, Agenda 21“. Beim Bundesumweltministerium unter Artikelnummer 1012 kostenlos erhältlich. (Für Download vom World Wide Web siehe S. 1)

Hauff, Volker (1987): Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung

Lokale Agenda 21 und Wirtschaft

Literatur zum Nachlesen, Nachschlagen, Vertiefen

Bundesumweltministerium: Kongress "Nachhaltige Entwicklung in den Kommunen – Lokale Agenda 21 und Beteiligung der Wirtschaft" 2./3. März 1999 in Leipzig auf der Terratec. Dokumentation. Als Download erhältlich unter: <http://www.bmu.de>, Pfad: Downloads, Lokale Agenda 21

Bundesverband für Umweltberatung e.V. – bfub (Hrsg.) (1999): Praxisbeispiele zur Lokalen Agenda 21. Aktivitäten der Kommunen und Beteiligung der Wirtschaft auf lokaler und regionaler Ebene. Bremen

Deutsches Institut für Urbanistik – DifU – (Hrsg.): Ökologisch orientierte Wirtschaftspolitik – ein neues kommunales Handlungsfeld. Berlin

Douthwaite, R. und Diefenbacher, Hans (1998): Jenseits der Globalisierung – Handbuch für lokales Wirtschaften. Mainz

Forschungsstätte der Evangelischen Studiengemeinschaft e.V. (FEST) (1997): Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung im regionalen Bereich. Heidelberg

Germanwatch e.V. (1996) (Hrsg.): Wege zur Lokalen Agenda 21: Möglichkeiten zum Engagement der Sparkassen. Hauptgeschäftsstelle: Germanwatch e.V., Kaiserstr. 201, D-53113 Bonn, Tel. 0228/60492-0, Fax: -19, <http://www.apc.de/germanwatch/start/sitemap.htm>

ifeu-Institut für Energie- und Umweltforschung (2000): Umweltberatung in der Region – Standortvorteile für den betrieblichen Umweltschutz? Zu beziehen bei: ifeu-Institut, Wilckensstr. 3, 69120 Heidelberg, Tel.: 06221/4767-0; Fax: -19. <http://www.ifeu.de>

International Chamber of Commerce – ICC –: ICC-Charta für eine langfristig tragfähige Entwicklung – Grundsätze des Umweltmanagements. Als Download erhältlich unter <http://www.icc-deutschland.de>

Industrie- und Handelskammer und Handwerkskammer für München – Oberbayern (Hrsg.) (1999): Beitrag der Münchner Wirtschaft zur lokalen Agenda 21. München

Magistrat der Stadt Wien (1999) (Hrsg.): Integration betrieblicher Umweltschutzmaßnahmen in eine nachhaltige Stadtentwicklung, Wien

NABU, DLV (1999 a): Verzeichnis der Regionalinitiativen. 230 Beispiele zur nachhaltigen Entwicklung. Ansbach. Bezug: DVL, Eyber-Str. 2, 91522 Ansbach, Tel.: 0981/9504-247, Fax: 0981/9504-246

NABU, DLV (1999 b): Aktionsleitfaden für Regionalinitiativen. Ansbach. Bezug: s.o.

Pröhl, Marga (Hrsg.) (1998): Kommunale Wirtschaftsförderung: Internationale Recherchen und Fallbeispiele. Gütersloh

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie und Büro für Kommunal- und Regionalplanung – BKR – Aachen (1997): Zukunftsfähiges Wirtschaften im Raum Aachen – Bausteine einer nachhaltigen Regionalwirtschaft. Hrsg. von der Aachener Stiftung Kathy Beys, Aachen

Nachhaltigkeit und Unternehmen

Akademie für Technikfolgenabschätzung (Hrsg.) (1999): Nachhaltigkeit im Handwerk. Bezug: TA-Akademie, Industriestr. 5, 70565 Stuttgart, Tel.: 0711/9063-0, Fax: 0711/9603-299

Ax, Christiane (1997): Das Handwerk der Zukunft. Leitbilder für ein nachhaltiges Wirtschaften. Basel, Boston, Berlin. Im Buchhandel

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband – DEHOGA – (Hrsg.): So führe ich einen umweltorientierten Betrieb. Hotel- und Gaststättenverband Baden-Württemberg e.V., Augustenstr. 6, 70178 Stuttgart, Tel.: 0711/619880, Fax: 0711/616444

future e.V. (2000): „Nachhaltigkeit. Jetzt!“ . München

Global Reporting Initiative – GRI – (2000): Sustainability Reporting Guidelines. Als Download erhältlich unter <http://www.globalreporting.org/GRISteeringCommitteeMembers.htm>

Graz, Umweltamt (2000): Ökoprotit Nutzungsrecht. Erhältlich bei:

Magistrat Graz, Umweltamt, Kaiserfeldgasse 1/IV, A – 8010 Graz,
Tel.: +43/316872-4340, Fax: +43/ 316872-4309

HMWVL – Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (Hrsg.) (1998): Zukunftsfähige Unternehmenspolitik in Hessen

Procter & Gamble (1999): Sustainability-Report. Die Zukunft gestalten. Deutsche Kurzfassung. <http://www.pg.com/99sr>

Royal Dutch Shell (1998): Profits and Principles – does there have to be a chance? The Shell Report 1998. Royal Dutch/Shell Group of Companies, Shell Centre, York Road, GB– London, SE1/BR

Wilkahn (2000): Wilkahn Mehrwerte. Zu beziehen bei Wilkening und Hahne GmbH & Co., Postfach 2035, 31844 Bad Münder, Tel.: 05042/99-0, Fax: -226

Weleda (2000): Transparenz. Nachhaltigkeitsbericht mit Umwelterklärung 1999. Weleda AG, Postfach 1320, 73503 Schwäbisch Gmünd. Tel.: 07171/91 94 14

Publikationen und Leitfäden der Landesanstalt für Umweltschutz

Darüber hinaus gibt die Landesanstalt für Umweltschutz zahlreiche Leitfäden und Arbeitsmaterialien zum betrieblichen Umweltschutz heraus.

- Umweltmanagement in Textilpflegebetrieben. 1995, DM 21
- Umweltmanagement in der metallverarbeitenden Industrie. 1995, DM 21
- Umweltorientierte Unternehmensführung in kleinen und mittleren Unternehmen und in Handwerksbetrieben. 1995, kostenlos
- Umweltmanagement für Krankenhäuser. 1996, DM 21
- Umweltmanagement für Energieerzeugung und -verteilung. 1997, DM 21
- Umweltmanagement für Verkehrsbetriebe. Leitfaden zur Anwendung der EG-Öko-Audit-Verordnung. 1996, DM 21
- Umweltmanagement und Arbeitnehmerbeteiligung. 1997, DM 21
- Umweltmanagement für kommunale Verwaltungen, DM 18
- Anwendung von Produktökobilanzen in Unternehmen, 1998, DM 18
- Arbeitsmaterialien zur Einführung von Umweltkennzahlen. 1999, kostenlos
- Betriebliches Material- und Energieflussmanagement, 1999, DM 18

Bezug bei der: Verlagsauslieferung der LfU bei der JVA Mannheim. Druckerei, Herzogenriedstr. 111, 68169 Mannheim. Fax: 0621/398370

- Umweltmanagement im Einzelhandel. 1996, DM 15
- Umweltmanagement im Großhandel. 1996, DM 21

Bezug bei der: IHK Hochrhein-Bodensee, Postfach 1224, 79650 Schopfheim, Tel.: 07622/39070