

Der weite Weg ins grüne Büro

VON JESSICA VON BLAZEKOVIC - AKTUALISIERT AM 01.03.2019 - 15:04



In Deutschland arbeiten 18 Millionen Menschen im Büro – und verbrauchen Tonnen an Ressourcen. Es geht auch anders. Aber wird das nicht schrecklich teuer?

Im Magnolienweg 23 in Aschaffenburg steht ein Haus, das dem Straßennamen alle Ehre macht: Vor dem Eingang begrüßt ein kleines Kräuterbeet den Besucher, gleich daneben gibt es einen liebevoll mit Schilf bepflanzten Teich. Drinnen scheinen die Sonnenstrahlen durch große Fensterscheiben, oben auf dem Dach wird ihre Energie von Solarpaneelen aufgesogen. Kleine und große Topfpflanzen säumen die Flure, in den Räumen sorgen Massivholzmöbel für eine warme Atmosphäre.

Das Bürogebäude des Bio Verlags, der seit mehr als 30 Jahren das mit fast einer Million Exemplaren auflagenstärkste deutsche NaturkostMagazin „Schrot & Korn“ herausbringt, ist eine kleine Oase, mitten im tristen Gewerbegebiet. Auch auf dem Papier ist das Büro des Verlags „grün“: In dem vom Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) jedes Jahr ausgelobten **Wettbewerb „Büro & Umwelt“** belegten die Aschaffener gerade den zweiten Platz in der Kategorie der Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern.

Mit seinen Bemühungen für einen umweltfreundlichen und nachhaltig gestalteten Arbeitsplatz steht der Bio Verlag indes nicht allein. In der „Green Office“-Studie des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) räumten deutschsprachige Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit in den eigenen vier Wänden einen großen Stellenwert ein: 86 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, in Zukunft einen

stärkeren Fokus auf die umweltfreundliche Gestaltung von Büroarbeit legen zu wollen.

Das vielleicht nachhaltigste Bürogebäude der Welt

Zwar haperte es noch bei der Ausführung: Konkrete Maßnahmen waren nur bei rund der Hälfte der Unternehmen schon umgesetzt worden. Als Gründe für die Zurückhaltung wurden ein erhöhter Investitionsaufwand und mangelndes Fachwissen angeführt. Dennoch konstatierten die Forscher, dass die umweltfreundliche Gestaltung von Büroarbeit in den kommenden Jahren „deutlich zunehmen“ werde. Motivationstreiber seien neben Unternehmensimage und Kosteneinsparung auch der Beitrag zur Umwelt- und Ressourcenschonung.

Dieter Brübach, Vorstandsmitglied bei B.A.U.M, sieht deutsche Unternehmen auf einem guten Weg: „Immer mehr Betriebe nehmen das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus, aus Überzeugung oder nach intensiver Betrachtung wirtschaftlicher Aspekte.“ Das sei auch dringend notwendig, schließlich würden 18 Millionen Menschen in Deutschland den Großteil ihres Tages im Büro verbringen – und eine enorme Menge an Ressourcen verbrauchen. So nutzen die Deutschen im Jahr durchschnittlich 250 kg Papier pro Kopf. Im Jahr 2017 fielen zudem 60,4 Millionen Tintenpatronen und 16,6 Millionen Tonerkartuschen an. Vergangenes Jahr waren in deutschen Unternehmen und Behörden knapp 35,3 Millionen Computer im Einsatz, fast ein Viertel mehr als noch im Jahr 2010. Die Bürogeräte allein verursachen 41 Prozent des Stromverbrauchs im Büro.



Eine der größten Stellschrauben für einen nachhaltigen Arbeitsplatz ist das Bürogebäude selbst. Ein Paradebeispiel dafür ist das „The Edge“ in Amsterdam. Dem Bürokomplex der Beratungsfirma **Deloitte** wird nachgesagt, das nachhaltigste Bürogebäude der Welt zu sein. Das Gebäude verbraucht 70 Prozent weniger Energie als vergleichbare Immobilien und hat unterm Strich sogar eine positive Energiebilanz.

Kleine und große Tricks

Das Dach und die südliche Fassade bilden die mit rund 6000 Quadratmetern größte Photovoltaikanlage eines Bürogebäudes in Europa. Auf dem Dach wird auch Regenwasser gesammelt, um damit die Toiletten zu spülen und Grünflächen zu bewässern. Im Inneren des Gebäudes überwachen 30.000 Sensoren Bewegung, Auslastung, Beleuchtung, Raumfeuchte und Temperatur für eine maximale Energieeffizienz.

Nicht jedes Unternehmen kann sich freilich ein so ausgeklügeltes Gebäude leisten, selbst wenn es mittel- bis langfristig Einsparungen bei Strom- und Wasserverbrauch und bei den Heizkosten verspricht. Der Investitionsaufwand ist erst einmal gigantisch; „The Edge“ war stolze 75 Millionen Euro teuer. Doch auch ein schon laufender Bürobetrieb kann mit wenigen Handgriffen nachhaltig gestaltet werden, wie das Beispiel des Bio Verlags zeigt.

Zurück also von Amsterdam nach Aschaffenburg. Hier steht Marion Morgner über einer Kiste mit Bürobedarf und erklärt, wie sogar die Auswahl der Stifte und Kleber einen Unterschied machen kann. Morgner ist die Nachhaltigkeitsbeauftragte des Bio Verlags und kennt sie alle, die kleinen und die großen Tricks für das nachhaltige Büro. „Über die vergangenen drei Jahre haben wir alle Bestellungen für Büromaterial ausgewertet. So konnten die optimalen Zeitpunkte im Jahresverlauf ermittelt werden. Jetzt werden Bestellungen gebündelt“, sagt Morgner. Denn weniger Bestellungen bedeuteten eben auch weniger Pakete, Verpackung und Transport und damit eine bessere CO₂-Bilanz.

Ein Wald aus Siegeln

Nachfüllbare, wasserlösliche Faser- und Filzstifte, Öko-Kleber in wiederbefüllbaren Gebinden, Druckbleistifte anstatt Holzbleistifte: Vom Radiergummi bis hin zum Papierkorb hat der Verlag seine Beschaffungskriterien für Büromaterial in einem Handbuch festgelegt und dabei Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte explizit berücksichtigt. „Unsere Dienstleister sind außerdem so instruiert, dass ein Produkt erst mal alle möglichen Filter durchläuft, bevor es uns überhaupt erreicht“, sagt Nathalie Ganter, Organisationsassistentin im Bio Verlag. Ist der Artikel schadstofffrei? Gibt es mindestens noch zehn Jahre lang Ersatzteile? Ist das Material zertifiziert? Wer sich diese Fragen stelle, habe schon viel erreicht, sagt Ganter.

Apropos Zertifizierung: Wie im Lebensmittelbereich auch, gilt es, sich bei der Gestaltung des nachhaltigen Büros in einem Wald aus Siegeln zurechtzufinden. Monika Missalla-Steinmann, Referentin für Öffentlichkeitsarbeit der vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft geförderten Fachagentur für Nachwachsende Rohstoffe (FNR) nennt ein paar der wichtigsten: „Der Blaue Engel, zum Beispiel für Elektrogeräte, die FSC- oder PEFC-Zertifikate für Papier und Waren aus Holz und Nature Plus für Bauprodukte.“ Wer auch seinem Betrieb ein Gütesiegel aufkleben möchte, kommt an dem European Management Scheme (EMAS), dem EU-Label für nachhaltiges Umweltmanagement, nicht vorbei. Auch der Bio Verlag ist seit dem Jahr 2018 EMAS-zertifiziert.

Um die Gutachter zu überzeugen, hat der Verlag seine Nachhaltigkeitsbemühungen noch einmal angezogen. Zum Beispiel im Reinigungsbereich: „Wir verwenden jetzt lediglich drei umweltfreundliche Reinigungsprodukte und Dosierhilfen, um den Verbrauch zu minimieren“, sagt Ganter. In den Toiletten wurden Stoffhandtücher durch Handtuchrollen ersetzt, das spare Waschvorgänge. Bei Neuanschaffungen von Elektrogeräten oder Möbeln werde darauf geachtet, dass die Produkte leicht repariert oder aufgerüstet werden können – „Refurbishment“ nennt sich das neudeutsch. Wird doch einmal etwas ausgemistet, landet es nicht im Müll, sondern bei bastelfreudigen Mitarbeitern.

Auch große Unternehmen engagieren sich

Für die Angestellten hat der Verlag Fahrradstellplätze am Aschaffener Bahnhof angemietet; wer mit dem Auto kommt, tut das, wenn möglich, in einer Fahrgemeinschaft. „Der Nachhaltigkeitsgedanke ist bei jedem im Kopf fest verankert“, sagt Ganter. Im Verlagsgebäude gibt es eine Vorschlagsliste, in die Mitarbeiter ihre Ideen für ein noch umweltbewussteres Arbeiten eintragen können. Regelmäßig finden Workshops statt, zuletzt zum Thema „spritsparendes Autofahren“. Für manche Maßnahmen braucht es Ganter zufolge aber auch einen langen Atem: „Im Streben nach Nachhaltigkeit ist nichts banal, schnell ist da selten etwas gemacht.“

Dass freilich nicht jeder Betrieb so umweltbewusste Mitarbeiter hat, wie ein auf Bio-Themen spezialisierter Verlag, weiß Dieter Brübach: „Der Mensch ist von Natur aus bequem. Deshalb sind die Unternehmensführung und die Beschaffer gefordert, den Rahmen vorzugeben.“ So wie zum Beispiel bei Metro: Das deutsche Großhandelsunternehmen zeigt, dass Nachhaltigkeit beileibe nicht nur ein Thema für kleine und qua Geschäftstätigkeit umweltbewusste Betriebe ist.

Neben einem Nachhaltigkeitsbericht für den Geschäftsbetrieb, der für die meisten Unternehmen mittlerweile eine Selbstverständlichkeit ist, gibt es weitere Initiativen. Um junge Nachwuchsführungskräfte für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren, hat der Konzern ein Förderprogramm ausgerufen. Anderthalb Jahre lang werden dort nachhaltige Projekte konzipiert und implementiert. Seit Dezember vergangenen Jahres ist zudem die „grüne“ Suchmaschine Ecosia auf allen Rechnern des Metro-Campus in Düsseldorf vorinstalliert. Die Suchmaschine steckt 80 Prozent ihres durch Werbeeinnahmen generierten Gewinns in Aufforstungsprojekte.

Mehrkosten oder Einsparungen?

Von solchen Anstößen hält auch Brübach viel. Er nennt als Beispiel den Drucker: Ist dieser auf den beidseitigen Druck schon voreingestellt, könne so der „innere Schweinehund“ der Angestellten überlistet werden. „Beim Papier gestaltet sich der Einstieg vergleichsweise einfach“, sagt auch Missalla-Steinmann. Doppelseitiger Druck, eine Ablage für Schmierpapier, der Hinweis „Think before you print“ in E-Mails, recyceltes und zertifiziertes Papier, auch für den Briefversand – wer den Büroalltag nachhaltiger gestalten möchte, sollte beim Papier anfangen.

Missalla-Steinmann rät Unternehmen, die in den eigenen vier Wänden umweltfreundlicher werden möchten, zunächst zu einer Bestandsaufnahme: Welche Produkte werden am häufigsten bestellt? Wo kann eingespart werden? Welche Alternativen gibt es? Eine Alternative zu Kunststoffmobiliar, die die FNR empfiehlt, sind biobasierte Materialien: „Ganz vorne steht natürlich das Holz, aber auch Kork, Naturfaser-Bodenbeläge und Linoleum sind gute Alternativen, weil sie die begrenzte Ressource Öl schonen, nachwachsen und CO₂ gebunden halten“, sagt Missalla-Steinmann. Auf der [Website der FNR](#) können sich Einrichtungen und Unternehmen über das „nachwachsende Büro“ informieren und sich durch eine nachhaltige Produktwelt klicken.

Ein Blick auf die Preise zeigt aber auch, dass manch ökologischer Gegenstand deutlich teurer ist als „konventionelle“ Artikel. Müssen Unternehmen, die umweltbewusst arbeiten wollen, also draufzahlen? „Der Preis wird umweltschonenden Produkten immer vorgeworfen“, sagt Missalla-Steinmann. Dabei werde vergessen, dass die Sachen in der Herstellung oft noch aufwendiger seien, aber dafür eine längere Lebensdauer hätten. So sieht es auch Brübach: „Ist die Ausstattung hochwertig, steigt auch die Motivation und das Wohlbefinden der Angestellten.“ Und überhaupt: „Der Blick auf den reinen Einkaufspreis sagt nicht viel aus. Das Gebot der Wirtschaftlichkeit besagt eigentlich, die Kosten über die gesamte Lebensdauer eines Produkts zu betrachten. So kann in vielen Fällen sogar Geld gespart werden“, sagt Brübach.

Beim CO₂-Ausgleich wird es teuer

Generalisierbare Berechnungen, ob eine nachhaltige Büroausstattung nun Mehrkosten oder Einsparungen verursacht, seien schwer aufzustellen, sagt Missalla-Steinmann. Doch sie verweist auf das Land Berlin, das seit einigen Jahren bei der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen ökologische Kriterien ansetzt. Eine Berechnung des Öko-Instituts zeigte schließlich, dass das Land den Haushalt so jährlich um 38 Millionen Euro entlasten kann. Die Studie untersuchte die Potentiale von 15 Produktgruppen und Dienstleistungen, die von der öffentlichen Hand häufig und in größeren Mengen beschafft werden. Die Forscher kommen zu dem Schluss, „dass durch die umweltverträgliche Beschaffung im Land Berlin sowohl relevante ökologische als auch deutliche ökonomische Einspareffekte erzielt werden können“.

Der Bio Verlag geht noch einen Schritt weiter – und dann wird es doch ziemlich teuer. Das Unternehmen kompensiert seinen CO₂-Fußabdruck mit Ausgleichszertifikaten – freiwillig. So wird etwa für jede Dienstreise mit dem Auto ein stattliches Sümmchen fällig. Mit dem Nebeneffekt, dass über jede CO₂-lastige Aktivität zweimal nachgedacht wird. „Der CO₂-Ausgleich ist ein großer Posten in unseren jährlichen Ausgaben, er liegt im fünfstelligen Bereich“, sagt Morgner. Für sie sei es eine Selbstverständlichkeit, diese Kosten in Kauf zu nehmen. Das ist folgerichtig für einen Öko-Verlag, der sich nicht dem Vorwurf aussetzen will, Wasser zu predigen und Wein zu trinken. Morgner formuliert es etwas diskreter: „Das muss man unternehmerisch einfach mit einkalkulieren.“