



KLIMASCHUTZ: NEUE IDEEN FÜR VERBÄNDE

Klimaschutz ist ein Megathema der nächsten Jahrzehnte und mit weitreichenden Transformationsprozessen in Wirtschaft und Gesellschaft verbunden. Verbände sind je nach Branche unterschiedlich von dem Thema betroffen. Unabhängig davon stellt sich für jeden Verband die praktische Frage, wie man das Thema Klimaschutz in Richtung seiner Mitglieder kommuniziert und welche neuen Angebote man als Verband zum Klimaschutz entwickeln kann.

Wolfgang Saam

KLIMASCHUTZ ALS MEGATREND

Klimaschutz ist einer der großen Megatrends unserer Zeit und eine fundamentale Aufgabe der nächsten Dekaden. Von der jungen Generation ausgehend setzt sich der Handlungsdruck zum Erhalt unserer Lebensgrundlage auf der Erde zunehmend durch und die Dringlichkeit wird von Forschung respektive Natur bestätigt. Wissenschaftler warnen, dass sich Atmosphäre und Ökosysteme wandeln und Schaden nehmen.

Ein Blick zum Nordpol oder das Absterben der Korallenriffe zeigen, wie schnell Ökosysteme durch den Klimawandel gestört werden können. Neben den bereits erfahrbaren Auswirkungen haben der Klimawandel und die mit ihm zusammenhängenden gesellschaftlichen Debatten auch die Spielregeln in Wirtschaft und Politik verändert: Internationale Konzern-Chefs wie Siemens-CEO Joe Kaeser sehen sich intensiver gesellschaftlicher Beobachtung ausgesetzt, welche Klimafolgen ihre Geschäftsentscheidungen haben, und nehmen diese Aspekte in ihre Entscheidungsmatrix auf. Diese Entwicklungen werden auch von Verbänden intensiv

wahrgenommen, da sie vor der Frage stehen, wie man bestehende Aktivitäten der ökologischen Nachhaltigkeit ausweiten oder das Klima-Thema erstmals in seine verbandlichen Aktivitäten integrieren kann.

WIE STEHT'S MIT DEM KLIMASCHUTZ IN VERBÄNDEN?

Klimaschutz ist für eine ganze Reihe von Verbänden kein neues Thema. Verbände, für deren Mitglieder Energie von strategischer Bedeutung ist oder deren Unternehmen Technologiehersteller sind, haben den Klimaschutz seit Langem auf dem Schirm. Die Art, wie man das Thema in der jeweiligen Verbandsorganisation ausgestaltet, ist dabei so vielfältig wie die Motivlage der einzelnen Verbände: Einige Verbände gründen beispielsweise themenspezifische Interessenvertretungen und reagieren damit auf die Sorgen ihrer Mitglieder bezogen auf steigende Energiepreise oder neue Energiegesetzgebungen.

Andere reagieren auf derartige Entwicklungen, indem sie ihre Mitglieder bei betriebspraktischen Veränderungen zugunsten einer besseren ökologischen

Performance unterstützen – mit positiven Nebeneffekten für das Image der gesamten Branche. Verbände, deren Mitglieder die technologischen Lösungen für Energieeffizienz und die Energiewende herstellen, bündeln oftmals ihr Know-how und stehen als Experten des Themas bei Branchenleitmessern oder im Kontext von exportfördernden Instrumenten zur Verfügung.

Auch für endverbraucherorientierte Verbände gewann der Klimaschutz an Bedeutung, als er in der Mitte der Gesellschaft angekommen war und sich ein wachsender Trend zu verantwortungsvollen Konsumprodukten bei Verbrauchern zeigte.

Schon in den 1980er-Jahren gab es die Gründung erster Verbände, die sich explizit dem Umweltschutz widmeten, wobei eine starke Dynamik in der verbandlichen Organisation mit Klimaschutzbezug insbesondere ab 2009 festzustellen ist. In diesen Zeitraum fällt auch die Gründung der Organisation Klimaschutz-Unternehmen e. V.

Dabei darf man jedoch nicht übersehen, dass für die Mehrheit der Verbände, ganz gleich ob Branchen-, Wirtschaftsberufsständische oder Sozialverbände, die Themen ökologische Nachhaltigkeit



Baumspendenaktion zum 10-jährigen Jubiläum von Klimaschutz-Unternehmen e. V.
© Klimaschutz-Unternehmen e. V.

und Klimaschutz nicht von strategischer Bedeutung sind und sich dem normalen Prioritätenwettbewerb stellen müssen.

War es das also für den Klimaschutz in Verbänden? Ein klares Nein. Hat das Thema Potenzial, verstärkt von Verbänden/Institutionen aufgegriffen zu werden? Ein klares Ja – und das aus einem einfachen Grund: Klimaschutz ist ein Gewinner-Thema, es lässt sich in die Praxis übersetzen und bietet Verbänden damit zahlreiche Chancen.

KLIMASCHUTZ ALS VERBANDSAKTION

Klimaschutz kann ein Thema sein, das von Verbänden für neue Aktionen oder projektartig aufgegriffen und mit Verbandsveranstaltungen und Mitgliederaktionen verbunden werden kann. In Arbeitskreisen oder auf Mitgliederversammlungen können hierfür gemeinsam Ideen entwickelt werden, was für den Verband, seine Mitglieder und die Zielgruppen der Verbandsarbeit sinnvoll ist. Ein passender Aufhänger für einmalige oder

projektartige Aktionen hilft, das Thema kommunikativ zu begleiten – dafür gibt es eine ganze Reihe von Möglichkeiten: Der Tag der jährlichen Earth Hour, die Woche der Nachhaltigkeit der Vereinten Nationen, der sog. „Earth Overshot Day“, der Tag des Baumes oder der Zeitraum der jährlichen UN-Weltklimakonferenz bieten Möglichkeiten, die Bandbreite von Ressourcenschonung, Nachhaltigkeit bis hin zu Energie- oder CO₂-Einsparmöglichkeiten zielgruppengenau auszuspielen. Doch welche Formate sind hier für Verbände Erfolg versprechend und mit überschaubarem Aufwand durchführbar? Einige Beispiele aus unserer eigenen Praxis bei Klimaschutz-Unternehmen e.V. und weiteren verbandlichen Organisationen sollen im Folgenden als Inspiration dienen.

AKTIONSWOCHE

Klimaschutz-Unternehmen e. V hat die jährliche UN-Weltklimakonferenz seit 2017 zum Anlass genommen, eine Aktionswoche zum betrieblichen Klimaschutz

mit den Mitgliedsunternehmen durchzuführen. Unser Verband stellte seinen Mitgliedsunternehmen ein digitales Klimaquiz zur Verfügung, das mit attraktiven Gewinnen versehen war. Das Klimaquiz wurde über Newsletter und Social-Media-Kanäle an Mitarbeiter, Kunden und Stakeholder herangetragen und war der Kick-off der Aktionswoche. Unterstützt durch weitere Kommunikations- und Marketingmaßnahmen des Verbandes führten eine Vielzahl an Klimaschutz-Unternehmen Aktionen im Betrieb durch, von speziellen Angeboten in den Kantinen über Energiespartipps für Mitarbeiter bis hin zu Betriebsführungen im produzierenden Gewerbe. Einige Mitgliedsunternehmen führten sogar Großaktionen im Bereich der nachhaltigen Mobilität durch. Phoenix Contact, weltweit tätiger Elektrotechnik-Hersteller aus Blomberg, richtete einen Tag der Elektromobilität aus, der mit einem attraktiven Rahmenprogramm sowie Testfahrt-Möglichkeiten 800 Mitarbeitende am Wochenende auf das Betriebsgelände lockte. (Youtube-Video: <https://t1p.de/7zzm>)

Prof. Dr. Olesch, Geschäftsführer Personal bei Phoenix Contact, meint: „Unser Tag der Elektromobilität, der im Kontext der Aktionswoche der Klimaschutz-Unternehmen ausgerichtet wurde, war ein voller Erfolg und ist lebhaftes Beispiel unseres Engagements für eine nachhaltige Zukunft. Klimaschutz-Unternehmen e. V. bietet uns hierfür zahlreiche Impulse.“

Die Aktionswoche samt Klimaquiz wurde im Rahmen des Förderprojekts „Klimaschutz gewinnt“ der Nationalen Klimaschutzinitiative entwickelt und seit 2017 durchgeführt. Sie war von Beginn an auch dazu gedacht, weiteren Interessenten aus Verbänden zugänglich zu sein. Verbände, die das Klimaquiz anlässlich der UN-Weltklimakonferenz 2020 für eigene Aktionen nutzen möchten, sind eingeladen, sich bei uns zu melden.

Solche auf die konkrete Unternehmenspraxis bezogenen Aktionen für Klimaschutz wirken für Mitglieder motivierend, erleichtern einen einfachen Einstieg in das Thema im Sinne eines „Plug-in-and-Play“ und werden letzten Endes als erweiterter Punkt im Serviceangebot des Verbands wahrgenommen. Das wachsende Interesse, aber auch die dazugehörige Skepsis

rund um die Elektromobilität ist von Kammern und Verbänden in dieser Weise aufgegriffen worden: So bietet die IHK Aachen in Mobilitätstestwochen die komplette Bandbreite der Elektromobilität zum Ausprobieren – ein Modell, das durchaus als Blaupause für Branchen-, Berufs- und Sozialverbände taugt. Als Opt-In-Angebot werden solche Angebote selbst bei denjenigen Mitgliedern, die nicht teilnehmen können, als interessanter Punkt im Verbandsportfolio wahrgenommen und ermöglichen es den teilnehmenden Mitgliedern ihrerseits, sich als Akteur zu präsentieren, der den gesellschaftlichen Kontext aktiv gestaltet.

ENERGIEEFFIZIENZ: NETZWERKE UND BRANCHENINITIATIVEN

Eine Vielzahl von Verbänden hat sich an der von der Bundesregierung 2014 angestoßenen Aktion „Initiative Energieeffizienz-Netzwerke“ beteiligt, die bundesweit 500 Netzwerke als Zielmarke ausgegeben hat (www.effizienznetzwerke.de). Die Netzwerke basieren auf der nachgewiesenen Praxiserfahrung, dass sich im strukturierten Austausch Effizienzpotenziale

Rufus F., 23 Jahre, ledig, keine Kinder, Berufseinsteiger als Verbandsreferent:

„Ich möchte gerne etwas von der Welt sehen. In ein paar Jahren möchte ich mit einem alten VW-Bus die Welt umrunden.

Da habe ich meinen früheren Sozialkundelehrer drum beneidet. Toll, dass das hier im Verband auch möglich ist!“

Mit Ihrem Lebensarbeitszeitkonto heute ansparen und bei Bedarf flexibler sein.

Musterberechnungen finden Sie auf www.dgvm.de/laz



Thomas Eismar, Ihr Experte von der Pension Consult Beratungsgesellschaft und Ansprechpartner für Ihr leistungsstarkes DGVM Plus Vorsorgemanagement.

Telefon: 0611 2361-3481

Nutzen auch Sie unsere Kompetenz – wir freuen uns, von Ihnen zu hören!

DGVM PLUS Vorsorgemanagement
thomas.eismar@dgvm-plus.de
www.dgvm-plus.de



besser heben lassen und damit Prozesse optimiert und Energiekosten für Firmen gesenkt werden können. In den Energieeffizienznetzwerken arbeiten Kammern, Energieversorger, Verbände und kommunale Klimaagenturen in koordinierender Funktion mit, wobei Verbände des produzierenden Gewerbes deutlich überrepräsentiert sind.

Einige Verbände starten auch eigene Nachhaltigkeitsinitiativen, wie z. B. der Verband der chemischen Industrie (VCI), der mit Chemie eine Nachhaltigkeitsinitiative aufgebaut hat. Barbara Eschke

von Worlée-Chemie, ein Mitgliedsunternehmen des VCI, berichtet von ihrer Erfahrung mit dem Nachhaltigkeitscheck, der durch die Initiative zur Verfügung gestellt wird: „Die Durchführung des Chemie-Nachhaltigkeitschecks im Jahr 2014 war für uns die Initialzündung, die Leistungen aus den drei Säulen der Nachhaltigkeit aus den verschiedenen Unternehmensbereichen zu bündeln und unsere Nachhaltigkeitsperformance systematisch weiterzuentwickeln. Die Initiative unterstützt uns seitdem hervorragend in unserer Arbeit.“

ERNEUERBARE ENERGIEN DURCH EINKAUFSGEMEINSCHAFTEN STÄRKEN

Energieeinkaufsgemeinschaften sind für Verbände ein geeignetes Instrument, um die Verhandlungsposition ihrer Mitglieder bei der Energiebeschaffung zu stärken und für die beteiligten Unternehmen günstigere und langfristig stabile Preise für Strom und Gas auszuhandeln. Interessant sind Energieeinkaufsgemeinschaften insbesondere für Verbände, die viele Mitglieder mit relativ kleiner Betriebsgröße haben, da hier der Serviceeffekt durch die Nachfragebündelung besonders stark zum Tragen kommt. Über den Rahmenvertrag mit dem Energiepartner erhalten Verbandsmitglieder bessere Vertragsbedingungen, Sonderkonditionen und können in Full-Service-Modellen auch Markt- und Analysedaten sowie das gesamte Energiebeschaffungsmanagement mit Rechnungsprüfung und Fristenkontrolle dem Energiepartner übergeben.

Denkt man dieses Modell über die reinen Preis- und Serviceeffekte hinaus, sind Energieeinkaufsgemeinschaften auch ein probates Mittel für Verbände, um einen positiven Einfluss auf den deutschen Energiemix auszuüben. Zum einen schon durch die Auswahl eines Energiepartners mit starkem regenerativen Profil oder zum anderen durch explizite Vorgaben zu Art und Umfang von erneuerbaren Energien im eingekauften Strom.

VERANSTALTUNGS-ORGA: WO IST DIE GRÜNE STELSCHRAUBE?

Verbände richten eine Vielzahl von Veranstaltungen aus: Was läge also näher, als hier den grünen Schraubenschlüssel anzusetzen und an der Nachhaltigkeits-Stellschraube zu drehen? Bereits in der Konzeption der Veranstaltung kann man einschlägige Leitfäden konsultieren oder direkt spezialisierte Agenturen anfragen. Die Verköstigung ist traditionell ein sensibles Thema, denn bekanntlich gehen die Geschmäcker auseinander,



Klimaschutz-Unternehmen e. V. ist ein branchenübergreifendes Unternehmensnetzwerk der deutschen Wirtschaft, das sich mit innovativen Lösungen für das Erreichen der klimapolitischen Ziele Deutschlands einsetzt. Der Verband wurde auf Initiative des Bundesumweltministeriums (BMU), des Bundeswirtschaftsministeriums (BMWi) und des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) 2009 im Rahmen eines Förderprojekts gegründet und ist seit 2019 als Verein organisiert. Die Mitglieder des Klimaschutz-Unternehmen e. V. haben ihre Vorreiterrolle in einem anspruchsvollen Aufnahmeverfahren mit externer Prüfung belegt. Klimaschutz-Unternehmen e. V. entwickelt praxistaugliche Klimaschutzlösungen als sog. „Erfolgsrezepte“ (www.klimaschutz-unternehmen.de/erfolgsrezepte/) und versteht sich mit Angeboten wie der Aktionswoche und dem Klimaschutztag als Lösungsanbieter auch für Verbände, für die aktuell ein Schulungsprogramm entwickelt wird.



Tag der Elektromobilität bei Phoenix Contact im Rahmen der Aktionswoche 2017
© Phoenix Contact

„Unser Tag der Elektromobilität, der im Kontext der Aktionswoche der Klimaschutz-Unternehmen ausgerichtet wurde, war ein voller Erfolg und ist lebhaftes Beispiel unseres Engagements für eine nachhaltige Zukunft. Klimaschutz-Unternehmen e. V. bietet uns hierfür zahlreiche Impulse.“

Prof. Dr. Olesch, Geschäftsführer Personal bei Phoenix Contact

aber warum nicht den Versuch wagen, traditionelle Roastbeef-Fans charmant dafür zu begeistern, dass die Ökobilanz von Geflügel wesentlich besser ist und dass vegetarische Gerichte keineswegs etwas mit Genussverzicht zu tun haben? Essen im Freien ist schön, doch Heizpilze können grundsätzlich kritisch auf ihre Notwendigkeit hinterfragt werden – ein besseres Sinnbild von Energieverschwendung und Ineffizienz findet man schließlich kaum.

Im Reiseverhalten der Teilnehmer steckt bei klassischen Verbandsveranstaltungen oftmals der größte „CO₂-Fußabdruck“. Welche Möglichkeiten gibt es hier, sich klimafreundlich aufzustellen? Schon die Wahl des Veranstaltungsorts hat entscheidenden Einfluss, vor allem in der Frage, ob eine Anreise mit dem Zug möglich ist. Steht der Ort der Veranstaltung fest, kann in der Einladung auf eine klimafreundliche Anreise hingewiesen werden und die Art der Anreise und Unterbringung für die Berech-

nung des gesamten CO₂-Fußabdrucks erfasst werden. Ab einer gewissen Veranstaltungsgröße kann bei der Deutschen Bahn ein „Veranstaltungsticket“ für Teilnehmer vereinbart werden, das mit günstigen Konditionen weitere Anreize zur Nutzung der Bahn liefert. Für die verbliebenen Gesamtemissionen der Veranstaltung kann dann Kompensation eine Möglichkeit sein, um den Kongress klimaneutral zu stellen. Ein genauer Blick auf die Standards und Wertigkeit der Kompensation wäre wichtig, denn nicht jedes günstige Zertifikat erfüllt auch seinen Zweck. Kompensation über Baumpflanzaktionen sind eine beliebte Sache, da sie das Thema greifbar machen und den Gemeinschaftssinn im Verband stärken. Unser Verband kompensiert die CO₂-Emissionen seiner Veranstaltung zum 10-jährigen Jubiläum mit der Organisation „Plant for the Planet“ und pflanzte Bäume am Berliner EUREF-Campus, der als Innovationsschmiede und Schaufenster für grüne Technologien in Berlin Maßstäbe gesetzt hat.

BÄUME PFLANZEN ALS BRANCHENAKTION

Auch bei der inhaltlichen Organisation einer Verbandsveranstaltung lassen sich Aspekte von Klimaschutz und gesellschaftlicher Verantwortung aufgreifen und als gemeinsame Aktion durchführen. So startete der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. (BDD) auf seinem Branchenkongress im Oktober 2019 eine Baumpflanzaktion. Gemeinsam mit den Mitgliedsunternehmen konnten innerhalb von fünf Monaten bereits 78.000 Bäume gesammelt werden. Jochen Clausnitzer, Geschäftsführer des BDD, erläutert den Hintergrund und die Durchführung der Aktion „Bäume Durch Direktvertrieb“: „Wir möchten den Zusammenhalt unserer Branche demonstrieren und zeigen, dass es sehr einfach sein kann, etwas für den Klimaschutz zu tun. Das Schöne an der Aktion ist, dass jedes Unternehmen seinen individuellen Weg finden kann, sich daran zu beteiligen. So sind wir sofort auf viel Begeisterung gestoßen. Auf unserem Verbandskongress waren die Mitglieder eingeladen, sich persönliche Ziele zu setzen und diese offiziell zu verkünden. Wir werden alle gespendeten Bäume am 25. April 2020, dem Tag des Baumes, symbolisch an Plant-for-the-Planet übergeben, die im Anschluss die Pflanzung übernehmen.“

NACHHALTIGE WIRKSAMKEIT MIT UMWELTMANAGEMENTSYSTEMEN

Eine der nachhaltigsten Wirkungen, wie in Verbänden eine ökologische Entwicklung befördert und das Klima geschützt werden kann, ist die Einführung von Umweltmanagementsystemen. Seit Mitte der 90er-Jahre hat sich das europäische Umwelt-Audit-System EMAS (Eco Management and Audit Scheme) als effektives Instrument des Umweltmanagements etabliert. Es basiert auf der Idee, über die Einhaltung der gesetzlichen Regelungen hinaus die eigene Umweltleistung kontinuierlich zu verbessern. Bestandsaufnahme, Programm und turnusmäßiger Soll-Ist-Vergleich gehören

„Die Durchführung des Chemie³-Nachhaltigkeitschecks im Jahr 2014 war für uns die Initialzündung, die Leistungen aus den drei Säulen der Nachhaltigkeit aus den verschiedenen Unternehmensbereichen zu bündeln und unsere Nachhaltigkeitsperformance systematisch weiterzuentwickeln. Die Initiative unterstützt uns seitdem hervorragend in unserer Arbeit.“

Barbara Eschke von Worlée-Chemie, ein Mitgliedsunternehmen des VCI

zu einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP), durch den dieser Prozess gewährleistet wird.

Eine interessante Option bilden Umweltmanagementsysteme wie EMAS oder die ISO-Norm für Umweltmanagement 14.001 für diejenigen Verbände, die neben der eigenen Geschäftsstelle über Zweckbetriebe, Beteiligungen oder verbandsnahe Unternehmungen Einfluss auf Organisationen ausüben können, die nennenswerte Energieverbräuche und ökologische Fußabdrücke aufweisen. Das ist zum Beispiel für Sozialverbände relevant, die über ihre Sozial- und Gesundheitsunternehmen Impulse mit großer Multiplikatorwirkung in ihre Strukturen geben können.

AKTIVITÄTEN IN DER GESCHÄFTSSTELLE

Doch auch Verbände, die im Wesentlichen nur über die Struktur einer überschaubaren Geschäftsstelle mit weniger als sechs Mitarbeitern verfügen, können etwas für den Klimaschutz tun: Zwar sind sie im Regelfall Mieter in einer Immobilie und verfügen über keinen nennenswerten Fuhrpark oder eine Kantine. Aber Stellschrauben, an denen man für den Klimaschutz drehen kann, gibt es dennoch zahlreiche. Der Grundgedanke von Umweltmanagementsystemen lässt sich auch für kleinere Strukturen adaptiert aufgrei-

fen, etwa indem Fragen der nachhaltigen Geschäftsprozesse jedes Quartal oder Halbjahr in einer gesonderten Besprechung thematisiert werden. Hier gibt es die Möglichkeit, auch die persönliche Motivation und den Ideenreichtum vieler Mitarbeiter zu nutzen, schließlich sind die zu behandelnden Themen recht nah am privaten Alltag. Eine Skizze möglicher Handlungsfelder:

1. IT und Elektrogeräte

IT-Infrastruktur, Datenhosting, Elektrogeräte und stromführende Versorgungssysteme einem Erst-Check zur Energieeffizienz unterziehen und eine Prioritätenliste nach Einsparpotenzial und Risiko für Kernprozesse des Verbandes erstellen.

2. Beschaffung

Auf Ökostrom umstellen und seine Qualitätskriterien genau beachten. Wichtiges Kriterium ist, dass der Anbieter nennenswert in den Zubau neuer Anlagen erneuerbarer Energien investiert. Weitere Beschaffungsthemen gehen auch in Ressourcenfragen (Papier, Reinigungsmaterial u. a.), betreffen aber auch die Standards, nach denen Druckaufträge vergeben werden (FSC-Papier, klimaneutraler Druck u. a.). Am Markt gibt es darauf spezialisierte Unternehmen. Eine einfache Maßnahme ist auch die Einführung von Trinkwassersprudlern für Mitarbeiter und Kunden.

3. Anlagevermögen

Bei nennenswertem Finanzanlagevermögen gibt es die Möglichkeit, mit dem aktuellen Finanzdienstleister ins Gespräch zu gehen, inwieweit ökologische Standards überhaupt in der Anlagestrategie berücksichtigt werden. Alternativen am Markt existieren grundsätzlich, selbst im Privatkundenbereich sind Banken mit explizit ökologisch-sozialem Profil mittlerweile recht verbreitet.

4. Reiseverhalten

Videokonferenzen sind echte Alternativen und sparen nicht nur CO₂, sondern vor allem auch kostbare Arbeitszeit. Die Dienstreiserrichtlinie kann einem Check unterzogen werden, ob die Wahl klima-

freundlicher Reisemittel des ÖPNV prioritär geregelt ist. Bei der Auswahl der Hotels sollte es in den meisten Zielregionen kein Problem sein, Anbieter mit nachhaltigem Profil zu finden.

KLIMASCHUTZ IN VERBÄNDEN – QUO VADIS?

Insgesamt gibt es viel Potenzial, das Thema Klimaschutz in Verbänden proaktiv zu entwickeln. Wichtig ist, überhaupt anzufangen und diesen Bereich gemeinschaftlich mit allen verbandlichen Akteuren voranzutreiben. Je konkreter der Ansatz ist und je mehr praktische Relevanz er für Mitglieder sowie Zielgruppen hat, desto höher sind die Erfolgsaussichten und die Freude aller Mitwirkenden an diesen Projekten. ■

AUTOR

WOLFGANG SAAM



arbeitet seit über zehn Jahren in verbandlichen Strukturen in den Themenfeldern Klimaschutz sowie Energie- und Umweltpolitik. Er studierte Politikwissenschaft und Public Policy an den Universitäten Freiburg, Ann Arbor (USA) und Potsdam. Der Diplom-Verwaltungswissenschaftlicher (Universität Potsdam) begann seine berufliche Laufbahn beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag und seit Gründung 2013 Geschäftsführer von Klimaschutz-Unternehmen e. V.

→ saam@klimaschutz-unternehmen.de

→ www.klimaschutz-unternehmen.de

Eine der **leistungsfähigsten Druckereien** bundesweit
Ausgefallene Produktionen für Seminare, Messen und Events!

Schauen Sie mal rein: www.druckcenter.de

Hier geht es direkt zu unserer Webseite mit vielen Produktvideos

