

Genossenschaftliche Handlungsmöglichkeiten in Zeiten des Klimawandels  
Klimaschutz – Diversity – Beteiligung

*DOKUMENTATION DES WORKSHOPS  
„Klima schützen und Erfolg im Geschäft“*



**23  
Aug  
2013**

**13.00 Uhr Beginn**

**Begrüßung mit Mittagsimbiss**  
*Dr. Claudia Neustiß, compassorange  
Dr. Gabriele Schambach, GenderworkS*

**Klimaschutz im eigenen Kleinunternehmen**  
*Orsine Mieland,  
Aufsichtsratsvorsitzende der WeiberWirtschaft eG,  
Inhaberin der Tischlerei Abitare*

**Solidarische Stadt – Genossenschaftliche  
Handlungsmöglichkeiten in Zeiten des  
Klimawandels**  
*PD Dr. Heike Walk, Zentrum für Technik und  
Gesellschaft (ZTG), Technische Universität Berlin*

**Nachhaltiges, vorsorgendes und  
fürsorgendes Wirtschaften:  
FrauenUNTERNEHMEN Green Economy**  
*Ulrike Röhr, LIFE – Bildung, Umwelt,  
Chancengleichheit e.V.*

**Identifikation von Erfolgsfaktoren und  
Innovationspotenzialen im Kontext von  
Klimaschutz für Ihr Unternehmen.**

**17.00 Uhr Ende**



## Vorbemerkungen

Der hier dokumentierte Workshop wurde im Rahmen des Forschungsprojekts „Solidarische Stadt“ in Zusammenarbeit mit der Weiberwirtschaft eG und LIFE e.V. „FrauenUNTERNEHMEN Green Economy“ durchgeführt. Konzept und Moderation übernahmen compassorange GmbH – Die Agentur für zeitgemäße Personal- und Organisationsentwicklung und genderworkS. Das Forschungsprojekt „Solidarische Stadt - Genossenschaftliche Handlungsmöglichkeiten in Zeiten des Klimawandels“ wird am Zentrum Technik und Gesellschaft (ZTG) der TU Berlin koordiniert und im Rahmen der sozial-ökologischen Forschung vom BMBF gefördert. Im Rahmen des Projekts wurden sieben Genossenschaften untersucht, die auf unterschiedlichen Feldern tätig sind (Wohnen, Mobilität, Konsum, Energie). Eine der exemplarisch betrachteten Genossenschaften und Praxispartner\_innen ist die Weiberwirtschaft eG. Ziel des Forschungsprojektes ist es, die Bedeutung solidarischer Gruppenbeziehungen und Formen kollektiven Handelns für gesellschaftliche Lern- und Emanzipationsprozesse zu erforschen und zu klären, welche Möglichkeiten für verstärkte Klimaschutzaktivitäten sich für Städte aus einer Zusammenarbeit mit Genossenschaften ergeben können. Für Kommunen und Genossenschaften sollen auf dieser Basis Handlungsempfehlungen entstehen.

Das Projekt befasst sich auch mit den Beteiligungsstrukturen und Beteiligungschancen in Genossenschaften für die spezifischen Handlungsmöglichkeiten von Genossenschaften im Klimaschutz. Dazu wurden in verschiedenen Genossenschaften partizipative Workshops angeboten. Mit dem letzten Workshop, der gezielt an Unternehmerinnen in der und im Umfeld der Weiberwirtschaft gerichtet war, sollten Impulse zum individuellen- und kollektiven Umsetzen von Klima schützenden Maßnahmen gesetzt werden. In der vorliegenden Dokumentation werden das methodische Vorgehen und die Ergebnisse der Veranstaltung dokumentiert.

Wir danken an dieser Stelle der Weiberwirtschaft eG und dem Aufsichtsrat (Orsine Mieland) sowie LIFE e.V. (Ulrike Röhr) für die gute Zusammenarbeit und hoffen, durch die im letzten Workshop angeregten Diskussionen langfristige Impulse in die Genossenschaft und damit auch in das lokale Umfeld getragen zu haben.



## 1. Das Workshopthema

Klimaschutz ist als Querschnittsaufgabe in der Gesellschaft angekommen. Nicht nur die Politik und die großen Unternehmen stehen unter Zugzwang sondern auch kleine und mittlere Unternehmen und jede\_r Einzelne kann Maßnahmen ergreifen. Diese stehen jedoch (unter Umständen) in einem Spannungsfeld aus finanziellem und zeitlichem Mehraufwand einerseits und andererseits als qualitativer und in der Öffentlichkeit wirksamer Erfolgsfaktor. Gemeinsam suchten die Teilnehmerinnen nach Anregungen, um das Innovationspotenzial von Klimaschutzenden Maßnahmen für ihre Unternehmen nutzbar zu machen. Dabei dienten die Ergebnisse des Forschungsprojekts „Solidarische Stadt“ als Ausgangspunkt, um zu diskutieren, welche erfolgreich praktizierten Maßnahmen als eine „best-practice“ identifiziert und in den verschiedenen Branchen modifiziert werden können. Auch über Hürden und Möglichkeiten diese zu überwinden wurde sich ausgetauscht, um auf einer lokalen Ebene der Weiberwirtschaft gemeinschaftliche Maßnahmen zu entwickeln.

## 2. Teilnehmerinnen:

Der abschließende Workshop wurde gezielt an Unternehmerinnen der Weiberwirtschaft und ihr näheres Umfeld gerichtet. Dadurch entstand eine branchenübergreifende Runde von Handwerk (Mode und Tischlerei), Mobilität (Frauenfahrschule) hin zu wissenschaftlichen Institutionen und Dienstleistungsunternehmen im Wissens- und Kommunikationssektor. Dieses Umfeld gab die Möglichkeit des kreativen Austauschs, der erlaubte über die branchenspezifischen Zwänge und Schwierigkeiten hinweg über mögliche Potenziale nachzudenken.



### 3. Einführungsvorträge

Die Begrüßung in den Räumen der Weiberwirtschaft übernahm **Orsine Mieland**, Aufsichtsratsvorsitzende der WeiberWirtschaft e.G. und Unternehmerin mit eigener Tischlerei. Sie zeigte auf, welche Möglichkeiten für nachhaltiges Wirtschaften die Genossenschaft bereits genutzt hat. Dazu zählen in den baulichen Maßnahmen die Dämmung der Dach- und Außenflächen sowie die Entsiegelung der Böden in den Innenhöfen. Daneben werden die Gebäude mit Strom aus eigener Sonnenenergie versorgt. Bei diesen Maßnahmen zeigt sich für die Genossenschaftlerinnen nicht nur ein ökologischer- sondern auch ein finanzieller Nutzen, da die Nebenkosten damit geringer ausfallen.

Durch die Ausführungen zu Maßnahmen in der eigenen Tischlerei wurde aber auch deutlich, welchen Konflikten sich Unternehmerinnen ausgesetzt sehen, wenn beispielsweise der Ökostrom preislich deutlich über jenem aus „herkömmlichen“ Quellen liegt. Die Weite der Möglichkeiten zum Klimaschutz zeigte sich in Orsine Mielands Unternehmen von der Trennung von Stromkreisen zur Ersparnis im Energieverbrauch bis hin zur Beschaffung nachhaltiger Hölzer.

Anschließend verdeutlichte **Heike Walk** vom Zentrum für Technik und Gesellschaft der TU Berlin sowie Leiterin und Gesamtkoordinatorin des Forschungsprojekts, mit den Ergebnissen der Untersuchung von verschiedenen Genossenschaften in Deutschland,



warum Genossenschaften ein vielfältiges Potenzial haben, klimaschützende Maßnahmen durchzusetzen. Dazu zählt u.a. eine partizipative Mitgliedschaft, in der Risiken auf die einzelnen Genossenschafts-mitglieder verteilt sind. Durch den Blick auf die Ergebnisse von drei beispielhaft gewählten weiteren Genossenschaften aus den Bereichen Mobilität, Wohnen und Konsum (Lebensmittel) wurde sichtbar, welche weiteren Möglichkeiten bestehen können, um sozial- und ökologisch nachhaltige Projekte auf den Weg zu bringen.

### Ergebnisse: Unterschiedliche Maßnahmen für Klimaschutz

- **Technische:** Einbau neuer Technik (Dämmung, Erneuerbare Energien, Wasserwiederaufbereitung, etc.)
- **Soziale:** Information, Beratung, Weiterbildung und partizipative Veranstaltungen
- **Politische:** Netzwerkbildung, Lobbying, Nutzung von Programmen



Das vom Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt geförderte Projekt „FrauenUNTERNEHMEN Green Economy“ setzt sich mit der Frage auseinander, ob Frauenunternehmen ein Motor für nachhaltiges und klimaschonendes Wirtschaften sind. Es wird in enger Kooperation mit der WeiberWirtschaft eG durchgeführt. **Ulrike Röhr** erläutert eingangs, dass Klimaschutz und grüne Ökonomie erfolgreicher umgesetzt werden können, wenn sie von eindimensionalen Lösungsansätzen hin zu multiplen Ansätzen und entsprechendem Nutzen ausgeweitet werden. Das bedeutet in erster Linie, verstärkt soziale Aspekte, und dabei vor allem die Aspekte der Geschlechtergerechtigkeit und der Care-Arbeit, einzubeziehen.

In dem o.g. Projekt wurde zunächst eine Online-Befragung von Unternehmerinnen durchgeführt um herauszufinden, welche umwelt- und klimaschützenden Maßnahmen in deren Unternehmen bereits durchgeführt werden, wo die Hürden und Hinderungsgründe liegen und wie diese überwunden werden können. Es zeigte sich, dass die Unternehmerinnen ein großes Interesse an umweltschonendem und gerechtem Wirtschaften haben und vor allem in den Handlungsfeldern des Klimaschutzes sehr aktiv sind oder aktiv werden wollen (grundsätzliche Ressourcenschonung, papierloses Büro,



Ökostrombezug, Nutzung von ÖPNV). Als Haupthinderungsgrund für fehlende Umsetzung in einzelnen Handlungsfeldern wurden die Kosten genannt. Hier sollte mit der Informations- und Aufklärungsarbeit angesetzt werden, weil zumindest die ggf. höheren Anschaffungskosten durch geringere Kosten in der Nutzungsphase kompensiert werden können. Gezeigt hat sich in der Befragung aber auch, dass durch die tendenziell eher kleine Zahl an MitarbeiterInnen in Frauenunternehmen beim nachhaltigen Umgang mit den eigenen Ressourcen – z.B. Zeitverfügbarkeit und der Gesundheit – Verbesserungs- und Unterstützungsbedarf besteht.

Die Ergebnisse der Befragung können [hier](#) heruntergeladen werden.







#### 4. Ideenphase:

Nach der inspirierenden Einführungsphase, in der nicht nur die Breite des Themenfeldes eröffnet wurde, sondern bereits einige Problemstellungen und Fragen der Unternehmerinnen angeschnitten werden konnten, fand in der sich anschließenden intensiven Arbeit in Kleingruppen eine weitere Fokussierung auf zwei Fragen statt:

1. Runde: Welche Erfolgsfaktoren können identifiziert werden?

A word cloud of success factors. The most prominent words are 'Qualitätssteigerung' (Quality Improvement) in orange, 'Integrität' (Integrity) in dark red, 'Kohärenz' (Coherence) in dark red, 'Strahlungskraft von Labeln' (Radiance of Labels) in dark red, 'Einkaufsverhalten der KundInnen ändert sich' (Buying behavior of customers changes) in dark red, 'langfristige Kosten sparen' (Save long-term costs) in dark red, 'Innovationspotenzial' (Innovation potential) in orange, 'positives Marketing' (Positive marketing) in dark red, 'Seriosität' (Seriousness) in dark red, and 'neue Netzwerke' (New networks) in dark red.

2. Welche Hürden stehen auf dem Weg der Umsetzung?

A word cloud of barriers. The most prominent words are 'geringe Sensibilisierung der KundInnen' (Low awareness of customers) in dark red, 'komplizierte Versteuerung ökologischer Produkte' (Complicated taxation of ecological products) in dark red, 'hohe Kosten für professionelles Marketing' (High costs for professional marketing) in dark red, 'wenig Akzeptanz von hohen Preisen' (Low acceptance of high prices) in dark red, 'hohe Investitionskosten' (High investment costs) in dark red, 'Bequemlichkeit' (Convenience) in orange, and 'zeitlicher Aufwand' (Time effort) in orange.

Und wie können diese überwunden werden?

A word cloud of solutions. The most prominent words are 'gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit' (Joint public relations work) in dark red, 'Transparenz' (Transparency) in dark red, 'Vorträge' (Lectures) in dark red, 'Führungen anbieten' (Offer tours) in dark red, 'Informationen zu Fördermöglichkeiten teilen' (Share information on funding opportunities) in dark red, 'KundInnenkooperationen unterstützen um hohe Preise bezahlbar zu machen' (Support customer cooperations to make high prices affordable) in dark red, 'Einkaufskooperationen' (Buying cooperations) in dark red, 'politischen Druck durch Kooperationen aufbauen' (Build political pressure through cooperations) in dark red, 'Glaubwürdigkeit in die Nachhaltigkeit der Produkte stärken' (Strengthen credibility in the sustainability of products) in dark red, 'gemeinsame Nutzung von Produktionsgeräten' (Joint use of production equipment) in dark red, 'Vermarktung des Produkt als Investitionsgut' (Marketing the product as an investment good) in dark red, 'direkten Kontakt zur Kundschaft' (Direct contact with the customer base) in dark red, 'Klientel gegenseitig nutzen' (Mutually benefit clients) in dark red, and 'Label nutzen' (Use labels) in dark red.



Durch die verschiedenen Arbeitskontexte der Unternehmerinnen konnte von speziellen Fragen und Ansätze heraus eine Übertragung auf andere Praxen.

## **5. konkrete Ideen für die Umsetzung in der Weiberwirtschaft**

Innerhalb der Ideenphase in den Kleingruppen wurden, neben einer Verallgemeinerung der branchenübergreifenden Ansätze nachhaltigen Wirtschaftens, mehrere konkrete Ideen und Lösungsansätze für die direkte Umsetzung in der WeiberWirtschaft entwickelt und diskutiert:

Aufgrund der gemeinschaftlichen Nutzung des Gewerbehofes der Weiberwirtschaft bietet sich für eine ressourcenschonende Arbeitsplatzgestaltung die gemeinsame Nutzung von Produktionsgeräten und Büroausstattung (z.B. Drucker, Bohrmaschine) an. Zudem könnte eine gemeinsame Beschaffung von Büromaterialien den Unternehmerinnen die Kaufentscheidung von ökologischen Alternativen vereinfachen und kostengünstiger gestalten. Zum Aufbau einer solchen gemeinsamen „Einkaufsgemeinschaft“ könnten Fördermittel unterstützend wirken, die Überprüfung einer möglichen Beantragung soll erfolgen. Im Hinblick auf das „soziale Klima“ könnte der Aufbau einer Kooperation zwischen den Unternehmerinnen, um sich im Krankheitsfall gegenseitig zu unterstützen, einen erheblichen positiven Beitrag zur Work-Life-Balance von Kleinunternehmen und Soloselbstständigen leisten.

In der gesamten Diskussion zeigte sich: Das Gründerinnen- und Unternehmerinnenzentrum bietet als gemeinsamer Standort unterschiedlichster Unternehmen eine ganz besonders gute und interessante Ausgangssituation für eine nachhaltige Unternehmensgestaltung. Um dieses Potenzial des nachhaltigen Wirtschaftens in der Weiberwirtschaft voll ausschöpfen zu können, bedarf es einer verstärkten Vernetzung und Kommunikation der Unternehmerinnen untereinander. Hierfür sollte der Raum zum gemeinsamen Denken und Austauschen von best practice-Beispielen geschaffen und weitere Unternehmerinnen in die Diskussion einbezogen werden.





## 6. Feedback

In einer Feedbackrunde mit der „Blitzlicht“-Methode wurden die Eindrücke der Teilnehmerinnen erfasst.

### Positiv

Möglichkeit zum Austausch und zum Vernetzen

Produktive aber lockere Arbeitsatmosphäre

Neue Ideen mit der Hoffnung, dass diese weiter umgesetzt werden

### Negativ

Ungünstiger Terminplanung (während der Arbeitszeit/ zu lang)

Befürchtung, dass die Ideen nicht weiterverfolgt werden können (zeitlicher Aufwand)