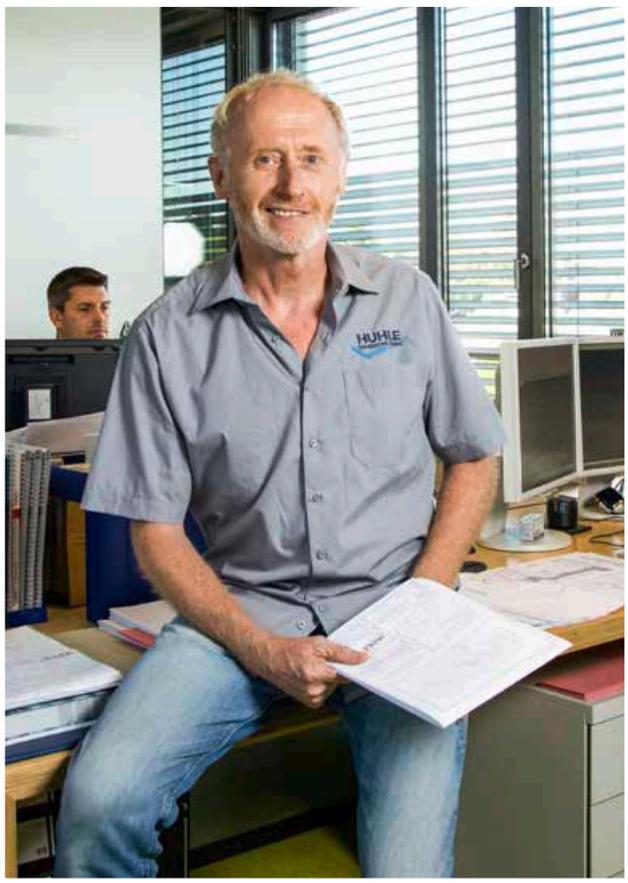


Machen sich stark für mehr Energieeffizienz im laufenden Betrieb: Günter Huhle, Geschäftsführer Stahlbau Huhle (unten), Markus Böhm, Geschäftsführer WJW Wiesbadener Jugendwerkstatt, Bereichsleiterin Denise Nettlenbusch (rechts) sowie Ursula Kuhn, Pfarrerin der Evangelischen Lutherkirchengemeinde Wiesbaden (ganz unten).



Fotos: Jochen Günther

Foto: Ev. Luthergemeinde Wiesbaden

Gemeinsam fürs Klima

Wie gehen Energieeffizienz und Nachhaltigkeit? Firmen, Betriebe und Unternehmen, die Antworten suchen, erhalten sie seit mehr als 20 Jahren bei dem Umweltmanagement-Programm ÖKOPROFIT der Stadt Wiesbaden. Drei Teilnehmer erzählen, wie sie Ressourcen schonen, weniger Energie verbrauchen und den Klimaschutz fördern.



Im Rahmen von ÖKOPROFIT hat die Domäne Mechtildshausen unter anderem eine E-Ladestation für Besucherinnen und Besucher installieren lassen (oben) und seinen Wäschetransport von Plastik- aus Baumwollsäcke umgestellt (oben links).



Domäne Mechtildshausen. Nachhaltig denken und handeln, Lebensmittel nach ökologischen Grundsätzen anbauen, Tierschutz – all das gehörte immer schon zu den Leitlinien des Betriebs der Domäne. Daher war der Schritt bei ÖKOPROFIT mitzumachen für Geschäftsführer Markus Böhm nicht weit. „Wir wollten unseren ökologischen Fußabdruck weiter verbessern und analysieren, wie wir auch in Sachen Klimaschutz und Energieeffizienz vorankommen. ÖKOPROFIT bot uns die Perspektiven.“ Gerade als Einsteigerbetrieb (siehe auch Kasten Seite 6) versprach man sich viel davon. Und setzte viel gleich im ersten Jahr 2021 schon um. Alle Fäden liefen bei Denise Nettlenbusch zusammen, die ein Projektteam bildete. So sollten möglichst zahlreiche der gewonnenen Erkenntnisse aus den Workshops und den Vor-Ort-Beratungen von ÖKOPROFIT in Projekte kanalisiert und umgesetzt werden. Als Handlungsfelder hatte man beispielsweise die Mobilität, den Energieverbrauch und auch die Biodiversität, das heißt, die biologische Vielfalt der auf dem Landgut heimischen Pflanzen, erkannt. Die größte Maßnahme war der Austausch der Wärmeerzeugungsanlage im Getreide- und Käselager, der den Einsatz von 300 000 Kilowattstunden Gas im Jahr überflüssig machte und der Umwelt den Ausstoß von 60 300 Kilogramm des Treibhausgases CO₂ ersparte. „Uns gefiel an dem Programm aber auch, dass man schon mit kleinen Dingen Großes bewegen kann“, betont Markus Böhm. Daher schafften sie wiederverwend-

bare Baumwollsäcke für den Transport der Wäsche an. Früher waren sie aus Plastik. „Dies hat enorme Mengen Kunststoff eingespart, denn täglich fällt viel Wäsche an – in der Küche, in der Molkerei und auch beim landwirtschaftlichen Betrieb“, erklärt der Geschäftsführer. Außerdem verbesserte die Domäne ihre Biodiversität durch das Anlegen von Blühstreifen sowie einer Blumenwiese, kaufte sich Wertstofftonnen und ließ Wallboxen und eine E-Tankstelle von ESWE Versorgung installieren.

In den nächsten Jahren soll es weitergehen mit dem Austausch der Leuchtstoffröhren in der Gemüsehalle gegen LED-Lampen oder der Anschaffung eines mobilen Hühnerstalls für die 12 000 Legehennen der Domäne. Dessen Dach wird aus Solarzellen bestehen.

Stahlbau Huhle. Von einem Einsteigerbetrieb kann man bei der Firma Stahlbau Huhle wahrlich nicht sprechen. Sie ist seit 22 Jahren dabei und zählt mit fünf anderen Wiesbadener Unternehmen zu den Gründungsfirmen. „Uns war damals schon unsere Verantwortung für die Stadt und die Gesellschaft bewusst“, erinnert sich Geschäftsführer Günter Huhle an die Anfänge. „Dauerhaft wollten wir uns mit Themen wie Klimaschutz und Nachhaltigkeit aus-

einandersetzen.“ Heute beschäftigen sich drei Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens, neben ihrer eigentlichen Tätigkeit, genau damit. Sie hinterfragen Arbeitsprozesse und befinden sich in ständigem engen Austausch mit ÖKOPROFIT-Fachleuten. „Egal welche Effizienzfragen wir haben, wir erhalten stets eine kompetente Antwort“, erzählt Günter Huhle zufrieden. Die Motivation für sein Handeln ist unter anderem die Frage, wie Ökonomie und Ökologie in Einklang zu bringen sind. Braucht die Firma beispielsweise neue Rechner, müssen sie energieeffizient sein. Steht die Anschaffung eines neuen Firmenwagens für den Fuhrpark an, sollte er möglichst elektrisch betrieben sein – an der eigenen E-Ladesäule „tanken“ bereits zwei Elektroautos. „Ich denke auch an Wasserstoff. Falls das möglich und wirtschaftlich ist, machen wir es“, erklärt Günter Huhle.

2009 hat Stahlbau Huhle vier Solaranlagen auf den Firmendächern in Betrieb genommen, die 60 Prozent des Eigenbedarfs decken. Bei den Brennvorgängen im Betrieb wird mit Druckluft gearbeitet. Dabei entstanden bisher immer wieder Energieverluste. Der Einbau elektronisch angesteuerter Druckluftventile hat das Problem nun behoben. „Wenn Nachhaltigkeit ein natürliches Verhalten wird, dann haben wir es geschafft“, so Günter Huhle. „Um dies zu erreichen, beziehen wir aktiv unsere Auszubildenden mit ein. Sie beschäftigen sich unter fachlicher Begleitung in regelmäßigen Workshops mit Fragen wie beispielsweise „Was kostet das Leben?“ und nehmen teil an internen Wettbewerben, wie zum Thema Ressourceneffizienz. Dabei geht es nicht nur darum Potenziale aufzudecken, sondern auch alle für nachhaltiges Verhalten zu sensibilisieren.“

Evangelische Lutherkirchengemeinde. Die Themen Klima- und Umweltschutz haben für eine kirchliche Gemeinde noch einmal eine ganz anderen Stellenwert. Denn es geht darum, Gottes Schöpfung zu bewahren. Daher [Lesen Sie weiter auf Seite 06](#) >

Bei Stahlbau Huhle ist ressourcenschonende Abfalltrennung ein wichtiger Bestandteil der Ausbildung (rechts). Moderne Schweißgeräte helfen die Effizienz in der Produktion zu verbessern (ganz rechts).





Fotos: Ev.-Luthergemeinde Wiesbaden

Blick in den Kircheninnenraum der Luthergemeinde (ganz links). Installierte Heizungssensoren sorgen für einen optimalen, anlassbezogenen Energieverbrauch.

Fortsetzung von Seite 05

war Ursula Kuhn, Pfarrerin der evangelischen Lutherkirchengemeinde gleich begeistert, als sie von ÖKOPROFIT erfuhr. „Das passte zudem prima zu den Nachhaltigkeitsleitlinien, denen die evangelische Kirche in Deutschland inzwischen folgt“, erinnert sie sich. „Uns gefiel besonders der Vernetzungsgedanke, durch den unterschiedliche Unternehmen und Betriebe hier zusammenkommen, sich austauschen und voneinander profitieren.“ So kam Ursula Kuhn in Kontakt mit einem ÖKOPROFIT-Unternehmen, das der Gemeinde während der Corona-Auflagen half. „Wir ließen Sensoren im Kirchenraum und in den Gemeinderäumen montieren, um die CO₂ und Aerosol-Konzentration zu messen und um beispielsweise festzustellen, wie viele Gemeindemitglieder relativ gefahrlos Gottesdienste oder Konzerte besuchen konnten.“ Diese Sensoren sollen nun auch in der kommenden Heizperiode zur Hei-

zungssteuerung dienen. Entsprechend der Personenzahl und anlassbezogen soll sich die Heizung automatisch regulieren, damit nicht unnötig Energie verbraucht wird. „Ohne ÖKOPROFIT und unseren Kontakt zu dem Partnerbetrieb hätten wir das so nicht umgesetzt“, sagt Ursula Kuhn. In den meisten Gemeinderäumen sind programmierbare Heizkörperthermostate installiert, die den Verbrauch jetzt schon senken und per App anwählbar sind. Statt Papier laufen die meisten Verwaltungsakte digital, Leuchtstoffröhren werden gegen LEDs ersetzt und der Warmwasserboiler arbeitet nur, wenn er gebraucht wird. Das nächste Thema soll die 20 Jahre alte Heizanlage sein. Ursula Kuhn: „Wir wollen mit ÖKOPROFIT schauen, was technisch möglich und ökologisch sinnvoll ist. Mehr Nachhaltigkeit und Energieeffizienz zu erzielen, sind die wichtigsten Projekte der Gemeinde derzeit.“



ÖKOPROFIT KURZGEFASST

Das Beratungsprogramm des Umweltamts der Landeshauptstadt besteht seit 22 Jahren. Wiesbaden war damals die erste hessische Stadt, die sich dem bundesweiten Programm anschloss. Gedacht ist es als Angebot und gleichzeitig als Netzwerk für Unternehmen und Einrichtungen zum Einstieg in den betrieblichen Umwelt- und Klimaschutz. Dazu gibt es ein ÖKOPROFIT-Einsteigerprogramm und für Fortgeschrittene, die ihr Engagement fortsetzen wollen, den ÖKOPROFIT-Klub. Der Wissens- und Erfahrungsaustausch läuft über Workshops und Beratungen vor Ort. Daraus lassen sich Anregungen ableiten für Maßnahmen, die der Energie- und Ressourceneffizienz dienen. Für jedes Programmjahr können sich Teilnehmer beim Umweltamt bewerben. Aktuell findet die 15. Runde statt. Für die 16. laufen derzeit die Bewerbungen. Interessenten, die mitmachen wollen, können sich über die folgende Internetseite beim Umweltamt melden: www.wiesbaden.de/oekoprofit



„Alle können ihren Beitrag leisten“

Interview mit Evelyne Wickop, Leitung Produktbereich Umweltmanagement im Umweltamt Wiesbaden, Projektleiterin ÖKOPROFIT

visavis: Mehr als 20 Jahre gibt es das Programm ÖKOPROFIT in Wiesbaden. Wie erklären Sie sich den Erfolg?

Evelyne Wickop: Das Erfolgsgeheimnis besteht aus mehreren Faktoren: Zum einen die Praxisnähe des Umwelt- und Klimamanagement-Programms mit dem Wissenstransfer in den Workshops und der Zusammenarbeit mit Stadt, Projektpartnern und Experten. Zum anderen die Beratungen im Betrieb und der Austausch in einem branchenübergreifenden starken Netzwerk für Energieeffizienz, Klimaschutz und nachhaltiges Wirtschaften. Und natürlich die öffentlichkeitswirksame Zertifizierung.

Wie machen Sie das Programm für Neueinsteiger weiter attraktiv?

Indem wir mit dem bundesweit etabliertem Programm immer in Bewegung bleiben. ÖKOPROFIT bietet einen professionellen und vertrauensvollen Rahmen bei der Verbesserung der betrieblichen Umwelt-, Klima- und Nachhaltigkeitsleistungen mit passgenauen Angeboten und wird kontinuierlich erweitert um Aspekte wie Klimastrategien, Nachhaltigkeitsmanagement oder Biodiversität.

Muss man bei Unternehmen und Betrieben noch Überzeugungsarbeit für mehr Umwelt- und Klimaschutz leisten?

Wenn wir auf über 22 Jahre Tätigkeit zurückblicken, hat schon ein Bewusstseinswandel stattgefunden. Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und Klimaschutz sind inzwischen

feste Bausteine von Firmenstrategien.

Dabei sind es längst nicht mehr nur ökonomische

Gründe, sondern klimafreundliches und nachhaltiges Handeln geschieht zunehmend aus Überzeugung.

Welche neuen Zielgruppen wollen Sie künftig ansprechen?

Nachdem viele Teilnehmenden anfangs aus der Industrie, dem Dienstleistungsbereich oder dem Gesundheits- und Sozialwesen kamen, sind wir inzwischen mit zahlreichen Branchen im Gespräch. ÖKOPROFIT ist für alle interessant – ob Handwerk, Hotellerie, Handel, Kreativwirtschaft oder kulturelle Einrichtungen. Die Botschaft und unser Ansporn ist: Alle können ihren Beitrag leisten.



Ein Teil des Redaktionsteams der visavis.

Seitenweise Teamarbeit

visavis wird 20. Anlässlich des runden Geburtstags gewährt die Redaktion einen Blick hinter die Kulissen und sagt, woher eigentlich der Name kommt.



Fotos: Sylvie Tricot

Die Redaktionstreffen sind von einer guten und kreativen Stimmung geprägt. Petra Stoiber neben Frank Rolle, Pressesprecher von ESWE Versorgung.

Wiesbaden tanzt. Ob zu Flamenco-Gitarren oder zu Hip-Hop-Beats. Unter der Überschrift „Let's dance“ startete vor 20 Jahren die Titelseite der ersten Ausgabe des Kundenmagazins visavis. Bis heute sind – gezählt mit dieser Ausgabe – 83 Ausgaben mit insgesamt 1328 Seiten erschienen. Doch wie hat alles eigentlich angefangen? ESWE Versorgung war damals auf der Suche nach einer Agentur, die für den Energiedienstleister ein Kundenmagazin entwickeln könnte. Initiator war Ralf Schodlok, der im Frühjahr 2001 als kaufmännisches Vorstandsmitglied zu ESWE Versorgung wechselte. Gefunden wurde die Agentur in Frankfurt, genauer gesagt im Vorort Harheim bei der Kommit Frankfurt GmbH, einer Tochter des Münchener Trurnit Verlags.

Den Namen für das neue Kind hatte man schnell gefunden. Es sollte visavis heißen. Einmal um auszudrücken, dass sich das Magazin wie „das Geschäft Ihres Vertrauens um die Ecke, wie der gute Nachbar, der immer für Sie da ist, wenn Sie ihn brauchen“ und „als Partner, der Sie in allen Fragen berät und Ihnen gleichzeitig wertvolle Tipps gibt“ verstand, wie es im Editorial der ersten Ausgabe hieß. Und zum anderen eben auch als Spiel mit dem Namen der Stadt, für die das

Magazin gemacht ist. Allerdings hätte eine Variante „Wies-a-vis“ sicher für Verwirrung bei den Leserinnen und Lesern gesorgt. Um die Eigenständigkeit des Namens zu betonen und möglichen urheberrechtlichen Streitigkeiten mit anderen Magazinen, die die korrekte französische Schreibweise „vis-à-vis“ verwendeten, aus dem Weg zu gehen, etablierte sich „visavis“. Natürlich versuchte es dennoch ein Magazin und strengte Rechtsmittel an, doch konnte die Klage erfolgreich abgewiesen werden.

Themenfindung online. Die rund 10-köpfige Redaktion, die über die Themen bestimmt, setzt sich aus Vertretern der Presse- und Öffentlichkeitsabteilung, des Vertriebs und des Einkaufs von ESWE Versorgung sowie der blattmachenden Agentur zusammen, die inzwischen trurnit GmbH heißt. Vor Corona traf man sich 4-mal jährlich, jeweils vor jeder Ausgabe in großer Runde in einem Konferenzraum bei ESWE Versorgung. Inzwischen hat sich die Themenfindung verstärkt auf das digitale Team-Werkzeug Videokonferenz verlegt. Um schneller zum Ergebnis zu kommen, recherchiert die Agentur Themen vor. Sie werden als Vorschläge in der Runde diskutiert und um weitere Ideen aus dem Redakti-



Die Magazinhalte bestimmt das Redaktionsteam gemeinsam.

onskreis ergänzt. Das letzte Wort zu den Magazinhalten liegt bei ESWE Versorgung. Die Produktion, das heißt, die Recherche der Themen aus digitalen oder Print-Quellen, die Interviews für die Porträts, sei es telefonisch oder vor Ort, die Beauftragung des Fotografen und mehr liegt in den Händen der Agentur. Ist das Heft fertig, lesen es die Redaktionsmitglieder und geben es schließlich frei für den Druck. Den organisiert wiederum die Agentur. Am Ende geht das Heft in die Postverteilung und wird an die Haushalte ausgeliefert. Nach anderthalb Monaten starten die Planungen für die nächste Ausgabe.