

Handlungsleitfaden zur Arbeit mit Unternehmen

Als Abfallberater*in haben Sie die Chance, Unternehmen in Ihrer Region als Partner zu gewinnen und gemeinsam ein starkes Zeichen für Mülltrennung und Ressourcenschutz zu setzen. Dieser Leitfaden gibt Ihnen hierfür praktische Tipps.

Zielgruppenanalyse

Verschaffen Sie sich einen Überblick, welche Unternehmen in Ihrer Kommune Sie ansprechen möchten. Dabei können Sie sowohl Branchen mit hohem Wertstoffaufkommen (z. B. Einzelhandel, Gastronomie) als auch Betriebe mit Vorbildcharakter oder besonderen Nachhaltigkeitsambitionen in den Blick nehmen.

Prüfen Sie, über welche Kanäle und Multiplikatoren Sie die Zielgruppe am besten erreichen. Das können beispielsweise die IHK, Wirtschaftsförderungen, Branchenverbände, Gewerbevereine oder auch grüne Netzwerke in Ihrer Region sein. Beachten Sie hierzu das nachfolgende Dokument „Ideen für Kommunikationswege und Multiplikatoren zur Ansprache von Unternehmen“.

Nutzenargumente sammeln

Um Unternehmen als Unterstützer zu gewinnen, sammeln Sie vorab überzeugende Argumente. Machen Sie sich bewusst, welche Vorteile sich für Betriebe durch eine Teilnahme ergeben, z. B.:

- Imagegewinn durch Übernahme von Verantwortung und aktiven Umweltschutz
- Sensibilisierung und Motivation der Mitarbeiter*innen für nachhaltiges Verhalten
- Optimierung der betrieblichen Abfallwirtschaft und ggf. Kosteneinsparungen
- Vernetzung und Austausch mit anderen engagierten Unternehmen
- Sichtbarkeit durch Öffentlichkeitsarbeit der Aktion (Presse, Social Media)

Kontakt aufnehmen

Wenn Sie geeignete Unternehmen oder Multiplikatoren identifiziert haben, gilt es nun, den Kontakt herzustellen.

- **Persönliches Anschreiben** (Post oder E-Mail): Stellen Sie hier die Aktion inklusive Möglichkeiten zur Teilnahme und deren Ziele kurz und prägnant vor. Stellen Sie die Vorteile für das Unternehmen in den Vordergrund. Sie können hierfür das Musteranschreiben nutzen.
- **Telefonisches Nachfassen**: Nach etwa einer Woche können Sie telefonisch nachhaken. Fragen Sie nach, ob das Schreiben eingegangen ist und ob Interesse an weiteren Informationen besteht. Vereinbaren Sie einen Termin für ein persönliches Gespräch.
- **Informationsgespräch vor Ort**: Hier können Sie das Konzept der Aktion vorstellen. Gehen Sie auf die spezifische Situation und etwaige Fragen ein. Nutzen Sie anschauliches Infomaterial und betonen Sie den praktischen Nutzen.

Unternehmen begleiten

Stehen Sie dem Unternehmen auch bei der Umsetzung als Ansprechpartner zur Seite:

- Analysieren Sie gemeinsam den Status Quo und identifizieren Sie Optimierungspotenziale.
- Informieren und schulen Sie die Mitarbeiter*innen in Bezug auf Mülltrennung.
- Unterstützen Sie mit Infomaterialien, Behälterkennzeichnungen etc. Dafür stehen umfangreiche Materialien der Initiative „Mülltrennung wirkt“ zur Verfügung.
- Vermitteln Sie ggf. Kontakte zu Entsorgungsunternehmen oder anderen Dienstleistern.

Bleiben Sie in regelmäßigem Austausch und stehen Sie auch weiterhin für Rückfragen zur Verfügung.

Ideen für Kommunikationswege und Multiplikatoren zur Ansprache von Unternehmen

Als Abfallberater*in stehen Ihnen vielfältige Möglichkeiten zur Verfügung, um Unternehmen für bessere Mülltrennung zu sensibilisieren. Neben der direkten Ansprache von Unternehmen empfiehlt sich der Angang von Multiplikatoren und Netzwerken. Hier einige Möglichkeiten, wie Sie vorgehen können bzw. welche Multiplikatoren Sie ansprechen können:

Regionale Industrie- und Handelskammern (IHKs)

Die IHKs Ihrer Region geben ein Magazin für die Mitgliedsunternehmen heraus und organisieren regelmäßig Informationsveranstaltungen, Workshops und Unternehmertreffen zu verschiedenen Themen. Bieten Sie der IHK eine Zusammenarbeit an, um das Thema „Mülltrennung im Unternehmen“ im Magazin zu thematisieren oder bei Events auf die Agenda zu setzen. Mögliche Formate sind z. B. Vorträge von Ihnen als Expert*in oder Infostände bei Veranstaltungen. Dafür können Sie beispielsweise das Foliendeck von „Mülltrennung wirkt“ nutzen.

Auch die branchenspezifischen Netzwerke und Arbeitskreise der IHKs sind gute Plattformen, um mit Unternehmen in Kontakt zu kommen. Stellen Sie dort das Angebot vor und werben Sie für mehr Aufklärungsarbeit zu richtiger Mülltrennung im Unternehmen.

Ergänzend können Sie zielgruppenrelevante Artikel und Praxistipps in den Newslettern oder Fachzeitschriften der Netzwerke platzieren. Manche IHKs thematisieren Umweltbelange der Unternehmen konkret, z. B. auf ihrer Internetseite. Stellen Sie dort die Angebote und Materialien rund um das Thema Mülltrennung vor. „Mülltrennung wirkt“ stellt dafür passende Inhalte bereit.

Auch eine Listung Ihrer Beratungsleistungen in der Datenbank der IHK ist sinnvoll. So finden Unternehmen, die dort nach Unterstützung suchen, schnell zu Ihnen. Bei Umweltbeauftragten-Schulungen und ähnlichem können Sie zudem direkt für bessere Abfalltrennung werben.

Branchenverbände und -initiativen

Neben den IHKs gibt es oft weitere Verbände und Initiativen auf regionaler oder Landesebene, in denen Unternehmen organisiert sind. Recherchieren Sie relevante Zusammenschlüsse z. B. für den Einzelhandel, das Gastgewerbe oder das produzierende Gewerbe. Oft finden sich dort engagierte Unternehmen, die für Nachhaltigkeitsthemen besonders aufgeschlossen sind.

Bieten Sie auch hier Ihre Expertise an, sei es durch Fachartikel in Verbandsmedien, mit Vorträgen bei Branchentreffs oder durch die Bereitstellung von Infomaterialien. „Mülltrennung wirkt“ stellt dafür passende Inhalte bereit. Manche Verbände haben eigene Umweltinitiativen oder vergeben Umwelt- und Nachhaltigkeitspreise – ideale Anknüpfungspunkte für Ihr Anliegen.

Kommunale Wirtschaftsförderung

Ein weiterer guter Kanal, um Zugang zu Unternehmen zu finden, sind die Wirtschaftsförderungen Ihrer Region. Denn auch dort hat man ein Interesse daran, ortsansässige Betriebe für mehr Umweltschutz zu gewinnen. Stellen Sie die Aktion in den Unternehmens-Newslettern und auf den Webseiten der Wirtschaftsförderung vor. Nutzen Sie Veranstaltungen wie Unternehmensfrühstücke oder Jour fixes, um für Ihr Thema zu werben.

Kreishandwerkerschaften und Handwerkskammern

Sprechen Sie auch gezielt Handwerksbetriebe an. Bitten Sie die Kreishandwerkerschaften und Handwerkskammern, Ihre Themen und Termine in deren Veranstaltungs- und Medienangebote aufzunehmen. Nutzen Sie dafür die Inhalte von „Mülltrennung wirkt“ für kurze Artikel und Praxistipps für deren Mitgliederzeitschriften und Rundschreiben. Und nutzen Sie Innungstreffen oder Stammtische zum direkten Austausch mit Handwerksunternehmen vor Ort.

Erfolgreich umgesetzte Praxisbeispiele

Ein besonders wirksames Instrument, um Unternehmen zu motivieren, sind gut aufbereitete Praxisbeispiele von Vorreitern. Denn oftmals orientieren sich Entscheider*innen an Lösungen, die sich in Betrieben ähnlicher Größe und Branche bereits bewährt haben.

Machen Sie vorbildliche Mülltrennung sichtbar, indem Sie in der lokalen Presse oder in Social-Media-Beiträgen Best-Practice-Beispiele vorstellen. Lassen Sie die handelnden Personen mit O-Tönen zu Wort kommen und beschreiben Sie ihren Weg zu weniger Abfall.

Lokale und regionale Medien

Medienarbeit kann generell helfen, Unternehmen zu erreichen und für die Aktion zu gewinnen. Gehen Sie mit interessanten Aufhängern wie Aktionen vor Ort, besonderen Beratungsangeboten oder herausragenden Praxisbeispielen auf die Wirtschaftsredaktionen Ihrer Lokal- und Regionalzeitungen zu.

Bieten Sie Interviews mit Ihnen oder teilnehmenden Unternehmen an. Und versorgen Sie die Fachpresse aus dem Umweltbereich mit fundierten Hintergrundbeiträgen zum Thema Mülltrennung im Gewerbe. Je breiter Ihr Anliegen medial gestreut wird, desto mehr Unternehmen fühlen sich angesprochen.

Direkte Ansprache und persönliche Kontakte

Nutzen Sie nicht zuletzt auch Ihre eigenen Netzwerke und die persönliche Ansprache. Aktivieren Sie in größeren Betrieben Ihre Kontakte im Facility Management oder in der Nachhaltigkeitsabteilung. Denn dort sitzen oft die treibenden Kräfte, um interne Abfallprojekte anzustoßen. Auch aus beruflichen Kontexten wie Vorträgen oder Messen ergeben sich immer wieder Anknüpfungspunkte für Ihre Akquise.

Je mehr Firmen Sie als Mitstreiter gewinnen, desto größer der Effekt. Und mit jedem Unternehmen, das seine Abfälle besser trennt, kommen Sie dem Ziel einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft in Ihrer Region einen Schritt näher.