

Auf dem Weg zu grünen Museumsmitarbeiter:innen

Ein Leitfaden für mehr Klimaschutzbewusstsein



Idee & Konzept
Angelika Kronreif

Juli 2024

Dieser Leitfaden ist als Abschlussprojekt im Rahmen des Lehrgangs
Klimajournalismus und Nachhaltigkeitskommunikation (2023/24)
an der FH Joanneum in Graz entstanden.

Inhaltsverzeichnis

<u>1. EINLEITUNG</u>	<u>3</u>
<u>2. BEVOR ES LOSGEHT – DAS SIND DIE GRUNDVORAUSSETZUNGEN</u>	<u>4</u>
COMMITMENT	4
RESSOURCEN	4
<u>3. UNSER GREEN TEAM – SO ORGANISIEREN WIR UNS</u>	<u>5</u>
NACHHALTIGKEITS-BEAUFTRAGTE:R (NHB)	5
GREEN TEAM	5
<u>4. DIE REISE INS GRÜNE BEGINNT – SO NEHMEN WIR ALLE MIT</u>	<u>7</u>
AUFTAKT: KLIMATAG	7
WORKSHOPS FÜR ALLE ABTEILUNGEN	8
KLIMAFahrPLAN	9
<u>5. KLIMASCHUTZ IM ARBEITSALLTAG – SO BLEIBEN WIR DRAN</u>	<u>10</u>
JÄHRLICHER KLIMATAG	10
KLIMABOTSCHAFTER:INNEN	11
KLIMA-STAMMTISCH	11
NEUER (KLIMA)WEIN IN ALT(BEKANNT)EN SCHLÄUCHEN	11
ANREIZE VOM ARBEITGEBER	12
<u>6. VONEINANDER LERNEN – SO VERNETZEN WIR UNS</u>	<u>13</u>
IM HAUS	13
MUSEEN & PLATTFORMEN	14
WEITERE PARTNER	14
<u>7. SCHLUSSBEMERKUNGEN</u>	<u>15</u>
<u>8. ANHANG</u>	<u>16</u>
INFOS & RESSOURCEN	16
GLOSSAR	16

1. Einleitung

Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind *die* zentralen Themen unserer Zeit. Um den massiv fortschreitenden Klimawandel und die Biodiversitätskrise aufzuhalten, braucht es eine **umfassende grüne Transformation** in allen Bereichen unserer Gesellschaft. Museen können dabei zu wichtigen **Verbündeten** werden, um unseren Planeten auch für zukünftige Generationen in einer lebenswerten Form zu bewahren.

Klimaschutz geht nur **gemeinsam** – daher beginnt die grüne Transformation bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Museums. Je mehr sich die Menschen in ihren täglichen Arbeitsabläufen, in ihren Überlegungen und Handlungen dieses Themas **bewusst** sind und sich ihm verpflichtet fühlen, desto mehr werden sie auch eigene Ideen einbringen und gemeinsam nachhaltige Lösungen finden – und desto größer wird schließlich ihr beruflicher **ökologischer Handabdruck**. So kann Klimaschutz und Nachhaltigkeit im Museum effektiv gelebt und praktiziert sowie nach außen **glaubwürdig** kommuniziert werden.

Der folgende **Leitfaden** für Museumskommunikator:innen zeigt die wichtigsten **organisatorischen Voraussetzungen** und **komunikativen Maßnahmen** auf, die notwendig sind, damit sich ein nachhaltiges Klimabewusstsein bei allen Museumsmitarbeiter:innen entwickeln kann. Darüber hinaus liefert er zahlreiche Ideen und Anregungen, wie man durch regelmäßige **Kommunikation** sowie durch **Mitarbeiter:innen-Partizipation** Klimaschutz und Nachhaltigkeit im Museum langfristig gut verankern kann.

2. Bevor es losgeht - das sind die Grundvoraussetzungen

Wenn es keine Unterstützung und kein OK von ganz oben gibt, wird es ganz schwierig.

Ohne ein klares Bekenntnis der Geschäftsführung funktioniert es nicht - es klappt nicht von unten oder von der Seite. Es müssen auch Entscheidungen getroffen werden können, die teurer sind, einen Mehraufwand bedeuten oder länger dauern.

(Aus MA-Interviews, Juni 2024)

Commitment



Grundvoraussetzung für die grüne Transformation im Museum ist ein **klares Bekenntnis der Geschäftsführung zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit.**¹ Dieses Commitment wird schriftlich festgehalten und veröffentlicht, zum Beispiel im **Mission Statement**, also dem Unternehmensleitbild, auf der Museums-Website. Zu den dort formulierten **Werten** in Bezug auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit verpflichten sich sowohl die Geschäftsführung als auch alle Mitarbeiter:innen - und diese Werte bilden den zentralen **Kompass** auf dem Weg zum grünen Museum.

Ressourcen



Darüber hinaus ist eine weitere, nicht minder wichtige Voraussetzung die **Bereitstellung ausreichender finanzieller und personeller Ressourcen** durch die Geschäftsführung und/oder übergeordnete Stellen (zB Ministerium) - sowohl für die Organisation des Transformationsprozesses als auch für die optimale kommunikative Begleitung und nicht zuletzt für die Umsetzung der Maßnahmen. Engagement für Klimaschutz und Nachhaltigkeit im Museum ist **kein Ehrenamt**, sondern findet im Rahmen der bezahlten Arbeitszeit statt und wird von der Geschäftsführung wertgeschätzt und unterstützt.

¹ Wir gehen für diesen Leitfaden davon aus, dass es so ein Commitment gibt. Sollte hier noch Überzeugungsarbeit notwendig sein, so liefert etwa die Plattform ErWiN (Erfahrungs- und Wissensspeicher für Nachhaltigkeit) der *Employees for Future* wertvolle Tipps sowie Zahlen, Daten & Fakten zum Thema „Wie überzeuge ich Entscheider:innen?“: https://erwin.employeesforfuture.org/Hauptseite#Phase_1

3. Unser Green Team - so organisieren wir uns

Ein Green Team soll kein exklusiver Kreis sein, sondern es muss ein Basisprojekt werden, an dem alle mitarbeiten können und wollen.

Gut wäre es, eine Stabstelle zum Thema Klimaschutz einzuführen, an die sich alle direkt und vertrauensvoll mit Ideen und Verbesserungen wenden können. Es ist nicht wichtig, von wem eine Idee kommt, sondern dass es eine gute Idee ist, die wir machen wollen.

(Aus MA-Interviews, Juni 2024)

In der grünen Transformation brauchen wir klare organisatorische Zuständigkeiten. Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind Querschnittsaufgaben, daher bietet sich eine **Abteilungs-übergreifende Organisationsform** an. Idealerweise wird bereits strukturell eingeplant, dass die Kommunikation nicht nur top-down passiert, sondern jederzeit auch bottom-up möglich ist. Darüber hinaus ist es sowohl für die Mitarbeiter:innen als auch für die Geschäftsführung wichtig, dass es eine:n **Hauptansprechpartner:in** in der Organisation gibt, wenn es ums Thema Klimaschutz geht.

Nachhaltigkeits-Beauftragte:r (NHB)



Diese Position ist als **Stabstelle** direkt bei der Geschäftsführung angesiedelt und steht somit außerhalb der Unternehmenshierarchie. Der/die NHB ist die **zentrale Ansprechperson** für alle Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsthemen im Museum und fungiert als Schnittstelle zwischen der Geschäftsführung und dem Green Team (s.u.), das der/die NHB leitet.

Der/die NHB **berät die Geschäftsführung** in allen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsfragen und arbeitet eng mit der internen und externen **Kommunikationsabteilung** zusammen. Sie/er ist zudem koordinierend zuständig für die Erstellung einer **CO2-Bilanz** für das Museum sowie für die **Nachhaltigkeitsberichterstattung**.

Green Team



Das Green Team besteht aus besonders **Klimaschutz-affinen Personen; aus jeder Abteilung/Sammlung** wird eine Person entsandt. Hier sollte man unbedingt darauf achten, ob es im Museum bereits **informelle Gruppen** gibt, die sich für das Thema Nachhaltigkeit

engagieren. Diese sollten auf jeden Fall in das Green Team mit eingebunden werden (siehe dazu auch Kapitel 6).

Das Green Team trifft sich regelmäßig, zB einmal im Monat, um über Klimaschutz- und Nachhaltigkeits-Themen zu **beraten**. Seine Mitglieder werden – ähnlich wie beim Betriebsrat – für die Dauer der Treffen von der Arbeitszeit freigestellt. Die Leitung des Green Teams übernimmt der/die NHB des Museums.

Zu den **Hauptaufgaben** des Green Teams gehört die regelmäßige **Kommunikation** von Klimaschutz-Themen *in* die Abteilungen/Sammlungen und *aus* den Abteilungen/Sammlungen zurück ins Green Team. Als **Klimabotschafter:innen** übernehmen die Mitglieder eine wichtige, gemeinschaftsstiftende Funktion und fördern so das Klimaschutz-Bewusstsein im Haus.

Darüber hinaus erarbeitet das Green Team in Absprache mit den Abteilungen/Sammlungen und der Geschäftsführung die **Klimaschutz- und Nachhaltigkeits-Strategie** des Museums sowie die jährlichen **Zielvorgaben** und **Maßnahmenvorschläge**. Die Ziele orientieren sich an den Vorgaben des Österreichischen Umweltzeichens, können jedoch auch darüber hinaus gehen. Für die regelmäßige **Evaluation** der Ziele ist ebenfalls das Green Team zuständig.

Gemeinsam mit der **internen Kommunikation** organisiert das Green Team den jährlichen **Klimatag** für alle Mitarbeiter:innen sowie regelmäßige **Workshops** für alle Abteilungen/Sammlungen (s.u.) und weitere **kommunikative Maßnahmen** zur Förderung von mehr Klimabewusstsein im Museum.

4. Die Reise ins Grüne beginnt - so nehmen wir alle mit

Als Einstieg brauchen wir ein positives Ereignis, z.B. einen Thementag zum Klimaschutz - im Rahmen dessen wird auch das neue Gremium/Green Team vorgestellt.

Am meisten würde mich motivieren, wenn ich Informationen bekomme, was ich Gutes dazu beitragen kann!

(Aus MA-Interviews, Juni 2024)

Auftakt: Klimatag



Zum Auftakt der gemeinsamen Reise in Richtung grünes Museum veranstaltet das Green Team einen **Klimatag**, zu dem alle Mitarbeiter:innen eingeladen sind. Einen ganzen Tag lang können sie sich Zeit nehmen, die grundlegenden Aspekte von **Klimaschutz und Nachhaltigkeit** allgemein und speziell im Museum anhand von verschiedenen Programmpunkten (Vorträge, Workshops, Podiumsdiskussionen, Infostationen, Filmvorführungen etc.) **kennen zu lernen** und miteinander und mit dem Green Team sowie mit externen Expert:innen zu diesen Themen ins Gespräch zu kommen.

Ziel ist es, Information anzubieten und Vernetzung zu fördern, um so mehr Motivation für Klimaschutz zu initiieren und das eigene Involvement zu erhöhen.

Ideen für **Programmpunkte**:

➊ **Panel:** Das Green Team stellt sich vor: Wer sind wir, was machen wir?

➋ **Workshop:** Sensibilisierung zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit im Museum: Was hat das alles mit uns zu tun?

➌ **Präsentation:** Unsere CO2-Bilanz: Wo sind die „großen Brocken“? Was bedeuten Scope 1, 2, 3? Wo wollen wir hin?

➍ **Infostation:** Das Österreichische Umweltzeichen: Was haben wir dafür getan, was müssen wir noch tun?

➎ **Vortrag:** Was ist der ökologische Fußabdruck – und was ist der ökologische Handabdruck?

- **Workshop:** So könnt ihr aktiv werden: Nachhaltigkeits-Tipps für den (Berufs)Alltag
- **(Online-)Panel:** Best Practice Beispiele aus anderen Museen: zB Hamburg 11:0, Climate Museum UK etc.
- **Filmvorführungen:** zB *Minimalism - A Documentary About the Important Things* / *Before the Flood* / *Tomorrow - die Welt ist voller Lösungen*
- **Präsentation:** So geht's weiter: Vorstellung des Workshops-Plans im 1. Jahr und weiterer geplanter Formate
- Mögliche **Gastredner:innen:** Klima- und Nachhaltigkeitsforscher:innen, Nachhaltigkeits-Manager:innen aus anderen Museen/Unternehmen, Klimabilanzierer:innen, etc.



Zur Verpflegung gibt es am Klimatag **vegan/vegetarisches Catering** – inklusive der Information dazu, warum dies eine einfache, gesunde und effektive Klimaschutzmaßnahme sein kann. Auf Wunsch erhalten die Mitarbeiter:innen die **Rezepte** zum Nachkochen.



Am Klimatag wird ein **gratis Fahrradservice** für alle Mitarbeiter:innen angeboten. Zudem gibt es Tipps für sicheres Radfahren in Wien und Infos zu den gesundheitlichen Benefits des Radelns. Dies soll die Motivation erhöhen, beim Arbeitsweg in Zukunft aufs Fahrrad umzusteigen.

Workshops für alle Abteilungen



Im ersten Jahr werden mit allen Abteilungen/Sammlungen regelmäßige **Workshops** abgehalten. Hier werden die **konkreten Ziele, Maßnahmen und Umsetzungsstrategien** im Bereich der einzelnen Abteilungen erarbeitet und festgehalten – diese fließen dann in die **Gesamt-Nachhaltigkeitsstrategie** des Museums ein.

Die Workshops finden alle zwei Monate statt; koordiniert und organisiert werden sie vom NHB bzw. vom Green Team-Mitglied der jeweiligen Abteilung. Die Einbeziehung von **externen Fach-Expert:innen** für bestimmte Themenfelder in den Abteilungen ist ebenfalls möglich.

Zielführend könnte es sein, sich für die Planung und Begleitung dieser initialen Workshops **Unterstützung von externen Expert:innen** wie zB der Agentur Glacier² zu holen, die viel Erfahrung in der Einführung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien in Unternehmen haben.

Klimafahrplan



Im Rahmen des letzten Workshops präsentieren die Abteilungen/Sammlungen dem Green Team die erarbeiteten **Ergebnisse** in mündlicher und schriftlicher Form. Sobald aller Ergebnisse eingelangt sind, berät das **Green Team** über eine mögliche und sinnvolle **Priorisierung** der konkreten Maßnahmen und erstellt in Absprache mit der Geschäftsführung den **Klimafahrplan**.

Dieser enthält folgende Elemente:

- ➊ Die **konkreten Ziele** für jede Abteilung/Sammlung sowie für das Museum allgemein.
- ➋ Die **strategischen Maßnahmen** zur Erreichung dieser Ziele.
- ➌ Den **Zeitplan** zur Erreichung dieser Ziele, zB innerhalb der nächsten drei Jahre.

Der Klimafahrplan wird beim darauffolgenden Klimatag allen Mitarbeiter:innen **präsentiert** und anschließend im Intranet **veröffentlicht**. Er dient den einzelnen Abteilungen als **Leitfaden** für die Erreichung ihrer festgelegten Ziele und untermauert das **Commitment** der Geschäftsführung, die für die Umsetzung erforderlichen zeitlichen und budgetären Ressourcen zur Verfügung zu stellen. Die **Rahmenziele und Strategie** des Klimafahrplans können auch in die Formulierung des **Mission Statements** des Museums miteinfließen (s.o.), und somit auch auf der Website des Museums veröffentlicht werden.

² <https://glacier.eco/>

5. Klimaschutz im Arbeitsalltag - so bleiben wir dran

Maßnahmen funktionieren dann gut, wenn es nicht nur einen allgemeinen Klima-Benefit gibt, sondern wenn sie auch für jede:n Einzelne:n einen Benefit haben, zum Beispiel mehr Fahrrad-Abstellplätze. Die Menschen brauchen Win-Win Erlebnisse: Es ist auch gesundheitlich gut, wenn ich mehr mit dem Rad fahre.

Laufende Information ist das einzige, wie man die Leute abholen kann.

E-Mails bringen's irgendwie nicht so - das kommt nicht an. Besser funktionieren analoge Meetings.

Klimaschutz und Nachhaltigkeit sollten bei allen get-togethers im Museum thematisiert werden, zum Beispiel auch bei der Weihnachtsfeier-Rede. Es ist besser, permanent darüber zu sprechen, als nur bei großen Schritten ein E-Mail zu verschicken

(Aus MA-Interviews, Juni 2024)

Um Klimabewusstsein dauerhaft und nachhaltig im Museum zu verankern ist es wichtig, den Mitarbeiter:innen **regelmäßige** Möglichkeiten zu bieten, sich zu Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsthemen zu **informieren**, ihre Ideen einzubringen, sich **auszutauschen** und eigene **Erfolge** sichtbar zu machen. Möglichkeiten dazu gibt es unzählige, und im Laufe der Zeit können stets weitere Formate entwickelt werden.

Hier einige Ideen und Anregungen, um die **Kommunikation** und die **Partizipation** und somit das Klimabewusstsein zu verbessern:

Jährlicher Klimatag



Der Klimatag findet einmal im Jahr an einem bestimmten Tag statt, zB am **Earth Day** (22. April). Jedes Jahr steht eine bestimmte **Abteilung** oder **Sammlung im Fokus**, die gemeinsam mit dem Green Team die Programmpunkte organisiert und gestaltet. Das gratis **Fahrradservice** ist fixer Bestandteil des Klimatags.

Am Klimatag werden **Ergebnisse** aus dem Klimafahrplan präsentiert und **Erfolge** gefeiert sowie Ausblicke auf die kommenden **Ziele** und Herausforderungen gegeben. Im Zentrum steht das **Gemeinschaftsgefühl** und der Teamgeist - es darf gelacht, gegessen, getrunken und gefeiert werden!

Klimabotschafter:innen



Die Mitglieder des Green Teams halten die regelmäßige **Kommunikation** und den **Austausch zu Klimathemen** am Laufen, indem sie als Botschafter:innen zwischen ihren **Abteilungen** und **Sammlungen** und dem **Green Team** fungieren. So können sie Ideen, Anregungen und Verbesserungsvorschläge in die Green Team-Meetings einbringen, und umgekehrt wichtige Infos und Updates aus dem Green Team direkt in die Abteilungen reporten.

Klima-Stammtisch



In regelmäßigen Abständen, zum Beispiel alle zwei Monate, findet der Klima-Stammtisch statt. Dieser ist ein Angebot an alle Mitarbeiter:innen, sich **After Work** in lockerer Atmosphäre mit Kolleg:innen zu treffen und zu **Klimathemen** auszutauschen. Der Stammtisch steht immer unter einem bestimmten **Motto** und wird abwechselnd von Mitgliedern des Green Teams organisiert. Je nach Thema können auch Kolleg:innen aus anderen Museum oder externe Expert:innen eingeladen werden, die zu Beginn einen **kurzen Impulsvortrag** geben.

Idealerweise kann der Klimastammtisch in einem **Raum innerhalb des Museums** stattfinden, das hätte mehrere **Vorteile**: ruhigere Atmosphäre, Gruppengröße kann variieren, kein Konsumzwang, Getränke werden selbst mitgebracht oder über das Green Team organisiert. Sollte kein entsprechender Raum zur Verfügung stehen, kann der Stammtisch auch in einem (Stamm-)Lokal außerhalb des Museums oder - wenn es das Wetter erlaubt - in Form eines Picknicks im Park organisiert werden.

Neuer (Klima)Wein in alt(bekannt)en Schläuchen



In jeder Organisation gibt es bereits **gut etablierte Kommunikationskanäle**: vom internen Newsletter über das Intranet bis hin zum klassischen „schwarzen Brett“ und zur Weihnachtsfeier-Rede der Geschäftsführung. All diese Kanäle kann man auch in der grünen Transformation optimal nutzen, um regelmäßig **Infos zum Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit** im Museum gut und effektiv zu verbreiten.

Wichtig ist eine gute Aufbereitung und Redaktion des **Contents**. Hier können spannende und motivierende neue **Kommunikations-Ideen** entstehen:

Climate Info Pool	Green Box für Klimaideen	Kurze Motivations-Clips
Sammelseite im Intranet mit aktuellen und weiterführenden Infos zum Klimaschutz: zB das Klima-Buch des Monats, Websites zu wichtigen Klimathemen für Museen, interessante Klima-Podcasts, aktuelle Veranstaltungen usw.	Eine Box für gute Ideen und Verbesserungsvorschläge. Die Box kann entweder physisch aufgestellt werden oder als Rubrik im Intranet. Wichtig ist, dass die Ideen-Abgabe (auch) anonym erfolgen kann. Die Ideen werden im Green Team besprochen.	Kompakte 1-minütige Videos mit Klimaschutz-Tipps für den Alltag – von Kolleg:innen für Kolleg:innen. Die Clips können als wöchentlicher Motivationstipp via Newsletter abonniert werden. Der Tipp der Woche steht auf der Intranet-Startseite. ³

Veggie Friday	Die Klima-Sprechstunde	Persönlicher CO2-Rechner
Jeden Freitag verzichten wir dem Klima zuliebe auf tierische Lebensmittel. Im Intranet/Newsletter gibt es Tipps für vegane Rezepte, Gastro- oder Lieferserviceangebote. Die Betriebskantine (falls vorhanden) bietet an diesem Tag nur veganes Essen an.	Einmal in der Woche bietet der/die NHB für alle Mitarbeiter:innen eine Klima-Sprechstunde an; entweder in seinem/ihrem Büro oder per Telefon oder Video-Call, je nach Präferenz. Hier ist ein direkter face-to-face Austausch zu Klimathemen, -problemen oder -ideen möglich.	Motivations-Boost für Zwischendurch: Im Intranet haben Mitarbeiter:innen jederzeit ihren aktuellen CO2-Fuß- oder Handabdruck im Blick. Die Bilanz ergibt sich aus Daten, die man regelmäßig eintragen kann (Mobilität, Ernährung, Engagement), so werden auch kleine Erfolge schnell sichtbar!

Darüber hinaus gibt es natürlich zahlreiche weitere Ideen, die Kommunikation rund um Klimaschutz und Nachhaltigkeit am Laufen zu halten. Mit der Zeit können (zB auch im Rahmen eines **Ideen-Wettbewerbs**) immer wieder neue Initiativen entstehen.

Anreize vom Arbeitgeber



Besonders motivierend ist es für Mitarbeiter:innen, sich für klimafreundliches Verhalten zu entscheiden, wenn vom Arbeitgeber zusätzliche **Anreize** kommen. Vorschläge für solche Incentives werden im Green Team erarbeitet und der Geschäftsführung präsentiert, die dann über die einzelnen Maßnahmen entscheidet. Solche motivierenden Angebote können sein:

³ Gute Beispiele kann man sich auch hier bei der Agentur Glacier holen, die im Rahmen ihrer [Climate Academy](#) für Mitarbeiter:innen u.a. auch kurzweilige Clips mit Klimaschutz-Tipps für den Arbeitsalltag anbieten.

- ⌚ Jede:r Mitarbeiter:in bekommt jedes Jahr das **KlimaTicket** oder die Jahreskarte der Wiener Linien kostenlos zur Verfügung gestellt.⁴
- ⌚ Pro Jahr hat jede:r Mitarbeiter:in die Möglichkeit, bis zu drei Arbeitstage für **Volunteer-Tätigkeiten** zu verwenden. Diese kann im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit stattfinden, oder auch im Rahmen sozialer/karitativer Projekte.
- ⌚ Es werden mehr **Fahrrad-Abstellplätze** sowie eine permanente Self-Service-Box für Fahrräder (mit Fahrradpumpe etc.) und eine Ladestation für E-Bikes eingerichtet.
- ⌚ Alle gemeinsamen **Museums-Aktivitäten** (zB Betriebsausflug, Weihnachtsfeier oder Sommerfest) werden nach Kriterien des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit konzipiert, organisiert und durchgeführt.

6. Voneinander lernen - so vernetzen wir uns



Gerade wenn es um Klimaschutz und Nachhaltigkeit geht ist es wichtig, sich gut mit anderen zu vernetzen, um sich **austauschen** zu können und so voneinander zu **lernen**. Netzwerke sind hier auf unterschiedlichen Ebenen und mit unterschiedlichen Partnern sinnvoll.

Im Haus

Am einfachsten ist es, zunächst im eigenen Museum nach Klima-Verbündeten zu suchen. Das können etwa Mitglieder des **Betriebsrats** sein, die sich bereits mit Klimathemen beschäftigt haben, bzw. ist der Betriebsrat natürlich generell ein wichtiger Partner in der grünen Transformation. Zudem gibt es vielleicht auch schon **Gruppen von Kolleg:innen**, die sich in ihren Fachbereichen bereits zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit **engagiert** und zusammengeschlossen haben. Wie bereits oben erwähnt (Kapitel 3), sind diese Kolleg:innen eine wertvolle Unterstützung für das Green Team.

⁴ Gut zu wissen: Arbeitgeber:innen haben die Möglichkeit, ihren Beschäftigten das KlimaTicket **steuerfrei** als ein begünstigtes Öffi-Ticket zur Verfügung zu stellen oder die Kosten steuerfrei zu ersetzen, siehe: <https://www.oesterreich.gv.at/themen/mobilitaet/klimaticket.html>.

Museen & Plattformen

Wichtig ist es auch, sich gut mit anderen Museen zu vernetzen – sowohl **lokal** in der eigenen Stadt oder im eigenen Land, als auch **international**. Dies kann über bestehende Museums-Plattformen geschehen, die sich ebenfalls bereits zunehmend mit Nachhaltigkeits-Themen beschäftigen (zB ICOM, Museumsbund, NEMO), oder auch über eigene Initiativen.

Gemeinsame **Projekte und Veranstaltungen** fördern den Austausch und somit auch das Klimabewusstsein in den jeweiligen Institutionen. Folgende Formate können angedacht werden:

- ➊ International: Ein **Green Museum Summit** einmal im Jahr, jeweils von/in einem anderen Museum veranstaltet (vgl. Communicating the Museum/ICOM oder European Museum Conference/NEMO)
- ➋ Lokal: regelmäßige **Netzwerktreffen** der NHBs und Mitglieder der Green Teams aus allen Museen (und anderen Kultureinrichtungen) einer Stadt
- ➌ Lokal: konkrete **Nachhaltigkeits-Projekte**, an denen alle Museen einer Stadt gemeinsam arbeiten und die auch eine Außenwirkung haben (zB 17 Museen x 17 SDGs), die von den Green Teams der jeweiligen Museen (und anderen Kultureinrichtungen) zusammen erarbeitet und organisiert werden

Weitere Partner

Sinnvoll ist es auch, sich mit anderen **Kulturinstitutionen** einer Stadt, wie etwa Theatern, Festivals oder Konzerthäusern zu vernetzen. Neben dem Wissens- und Erfahrungsaustausch hat ein gemeinsames **Klima-Kultur-Netzwerk** auch den Vorteil, gegenüber politischen Entscheidungsträger:innen geeint auftreten zu können, wenn es um Forderungen und Förderungen für mehr Klimaschutz und Nachhaltigkeit geht.

7. Schlussbemerkungen

Das Thema Klimaschutz ist relevant, egal ob man dafür oder dagegen ist.

Einige sehen es als wichtig, einige als nicht so sehr. Es ist relevant, weil es auch ein internes Thema ist, es geht um viel, um Ressourcen, um Geld, etc.

Das Thema kommt nicht aus den Museen selber heraus, aber es ist ein gesellschaftliches Problem, das auch die Museen betrifft - und jedes Museum wird in Zukunft in dem Bereich auf gute Ergebnisse schauen.

Das Engagement könnte sein, dass man von seinem gewohnten Komfort etwas zurückschraubt (zB weniger ausdrucken, keine Dienstreisen per Flug etc.) - und das mit dem Gedanken der Nachhaltigkeit. Das ist ein lohnendes Engagement!

(Aus MA-Interviews, Juni 2024)



Dieser Leitfaden ist als Rahmenplan und Ideensammlung gedacht, um Museumskommunikator:innen und NHBs eine Hilfestellung zu geben, wie es organisatorisch und kommunikativ gelingen kann, das

Klimabewusstsein bei Museumsmitarbeiter:innen nachhaltig zu erhöhen und so grünes Engagement zu fördern. Als **work-in-progress** kann und soll der Leitfaden jederzeit um neue Ideen und Formate ergänzt werden, die im Laufe des Prozesses gemeinsam entwickelt werden.

Wie in jedem Change-Prozess ist es auch im grünen Transformationsprozess wichtig, eine aktive **Feedback- und Fehlerkultur** zu leben, also regelmäßige Feedback- und Verbesserungsschleifen einzubauen, in denen man sich konstruktiv und ehrlich mit den Fragen beschäftigt: Was hat gut funktioniert, was wollen wir beibehalten - und was hat nicht so gut funktioniert und wollen wir ändern?

Wenn wir alle den Gedanken von Klimaschutz und Nachhaltigkeit in unsere täglichen Arbeitsabläufe integrieren, wenn es für uns **selbstverständlich** wird, diese Themen immer und in allen Aspekten mitzudenken und mitzuberücksichtigen und wenn wir uns gemeinsam dafür verantwortlich fühlen, durch unser Tun einen Unterschied zu machen - dann hat dieser Leitfaden sein Ziel erreicht und das Klimabewusstsein ist angekommen.

Viel Erfolg bei der Umsetzung!

8. Anhang

Infos & Ressourcen

Bayerisches Landesamt für Umwelt – Mitarbeitermotivation für umweltbewusstes Verhalten

https://bit.ly/Leitfaden_Mitarbeitermotivation

Deutscher Museumsbund – Klimabilanzen in Kulturinstitutionen

<https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2022/12/210526-ksb-klimabilanzen-publikation.pdf>

Deutscher Museumsbund – Leitfaden Klimaschutz im Museum

<https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2023/05/dmb-leitfaden-klimaschutz.pdf>

Employees for Future – Roadmap für mehr Nachhaltigkeit in Unternehmen

<https://erwin.employeesforfuture.org/Hauptseite>

Manual Klimakultur – Praktische Handreichungen zum Kulturwandel (Lurz/Schlag/Wolkinger)

<https://www.kulturklima.at/project/manual-klimakultur/>

NEMO Guidelines – Climate Protection in Museums

https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/Publications/NEMO_Working-Group_SAC_Climate_protection_in_museums_12.23.pdf

Glossar

ICOM = International Council of Museums

MA = Mitarbeiter:innen

NEMO = Network of European Museum Organizations

NHB = Nachhaltigkeitsbeauftragte:r

SDGs = Sustainable Development Goals (der Vereinten Nationen)

Kontakt

Mag. Angelika Kronreif

angelikakronreif@hotmail.com