

Umweltfreundliche Verhaltensweisen und nachhaltiger Konsum am Arbeitsplatz

# Nachhaltiges Verhalten wirkt ansteckend

Kann am Arbeitsplatz Nachhaltigkeit gelernt werden? Neue Ergebnisse belegen, dass sich die Situation in Unternehmen gut eignet, um das Alltagsverhalten umweltfreundlicher und nachhaltiger zu gestalten. Denn betriebliche Maßnahmen in den Bereichen Ernährung, Gesundheit und Mobilität wirken im Privaten weiter.

Von Ulrike Seebacher, Manfred Klade, Wilma Mert, Monika Bauer und Irmgard Schultz

Die Nachhaltigkeitsforschung richtete ihr Augenmerk bisher weitgehend auf den Konsum von Privatpersonen beziehungsweise Haushalten (Tukker et al. 2010). Doch die Trennung zwischen Arbeitsplatz und dem privaten Leben ist eine künstliche. So weist beispielsweise Jackson darauf hin, dass Konsument(inn)en meist zugleich Arbeitnehmer(innen) sind und er vermutet, dass umweltfreundliches Verhalten am Arbeitsplatz und zu Hause zusammenhängen (Jackson 2005). Betriebliche Angebote als eine Möglichkeit, um nachhaltige Verhaltensweisen zu erlernen und einzuüben, wurden bisher nur in wenigen Studien thematisiert.

So untersuchte zum Beispiel Hargreaves umweltfreundliches Verhalten am Arbeitsplatz (Hargreaves 2008). Dabei ging er von der Prämisse aus, dass Verhalten wesentlich durch Kontext beziehungsweise durch das Setting bestimmt wird, in dem Verhalten stattfindet (1). Hargreaves begleitete die Kampagne Environmental Champions und stellte dabei fest, dass sich selbst gebildete Teams von Arbeitnehmer(inne)n gut eignen, um am Arbeitsplatz Stromverbrauch oder Abfallaufkommen zu reduzieren (2). Dabei erwiesen sich mikrosoziale Interaktionen, gegenseitige Beratung und kollegiales Feedback als wesentliche Triebfedern für umweltfreundliches Verhalten am Arbeitsplatz (Nye/Hargreaves 2010).

## Sozialisation am Arbeitsplatz

Für Muster ist der Arbeitsplatz für die Sozialisation und die gemeinsame Weiterbildung ein ähnlich wichtiges Setting wie Schulen oder Universitäten, da dieser tägliche Routinen bestimmt und Bezugsgruppen vorgibt. Da Unternehmen ihre Arbeitnehmer(innen) aber nicht als Ressourcen verbrauchende Konsument(inn)en begreifen, nehmen sie diesen Aspekt auch nicht bewusst auf, indem sie gezielt umwelt- und ressourcenfreundliches Verhalten von Mitarbeiter(inne)n stärken. Betrieb-

liche Angebote für Arbeitnehmer(innen) sind oft als belohnende Anreize gedacht, um deren Engagement oder Loyalität zu stärken oder innovatives Potenzial anzuregen. Muster vermutet, dass solche Anreizsysteme gut geeignet wären, um bei Arbeitnehmer(inne)n nachhaltige Verhaltensweisen beziehungsweise Konsummuster einzuüben und zu stärken. Sie regt an, Angebote zu gestalten, welche sich auch auf die Verhaltensweisen der Arbeitnehmer(innen) auswirken können. Potenzial sieht sie dabei insbesondere bei den Essgewohnheiten und dem Mobilitätsverhalten (Muster/Schrader 2009; 2011). Über derartige CSR-Maßnahmen wirken Unternehmen auf den nachhaltigen Konsum der eigenen Mitarbeiter(innen) ein (Muster 2011).

## Nachhaltiges Verhalten fördern

Doch wie können engagierte Unternehmen umweltfreundliche Verhaltensweisen und nachhaltigen Konsum bei Mitarbeiter(inne)n tatsächlich fördern? Diese für die Praxis relevante Frage untersuchte ein interdisziplinär zusammengesetztes Team, bestehend aus vier Institutionen in Österreich und Deutschland, im Forschungsprojekt „Nachhaltig Handeln im privaten und beruflichen Alltag“, kurz: Nachhaltig Handeln (3). Das Projekt kooperierte mit Betrieben und analysierte, ob und wie deren Praktiken bei Mitarbeiter(inne)n ankommen und deren Handeln am Arbeitsplatz und auch zu Hause beeinflussen. Das Projekt wurde im Rahmen der Programmlinie „proVISION – Vorsorge für Natur und Gesellschaft“ vom österreichischen Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung gefördert.

Nachhaltig Handeln führte bei vier Unternehmen unterschiedlicher Branchen, Größe und geografischer Lage empirische Untersuchungen in Form von Fallstudien durch. Mithilfe von Fokusgruppen, Kreativworkshops, zwei Workshops mit Lehrlingen und einer Fragebogenerhebung wurde in den Partnerunternehmen analysiert, wie nachhaltiges Handeln erfolgreich umgesetzt werden kann. Vorweg erhob man den Status quo betrieblicher good practice Beispiele, sortierte die recherchierten Angebote für Mitarbeiter(innen) in die Handlungsfelder Bewegung und Gesundheit, Ernährung, Mobilität und Work Life Balance und befragte Unternehmensverantwortliche in zehn ausgewählten Unternehmen.

Das Forschungsteam definiert nachhaltiges Verhalten in Anlehnung an die Österreichische Strategie für eine Nachhaltige Entwicklung wie folgt (ASSD 2002). Nachhaltiges Handeln im beruflichen und privaten Alltag zeichnet sich aus durch ökologisch und sozial bewusstes Ernährungs-, Bewegungs- und Mobilitätsverhalten und sorgsamem Umgang mit Ressourcen und

Energie. Nachhaltiges Handeln schont nicht nur die Umwelt, sondern stärkt auch das individuelle Wohlbefinden und das soziale Umfeld. Nachhaltiges Verhalten kann im Alltag umgesetzt werden, ist dauerhaft lebbar und ökonomisch leistbar.

Bestehende Angebote und Maßnahmen von Unternehmen fördern das Ausbilden nachhaltiger Routinen. Diese Effekte lassen sich gezielt verstärken, indem man Synergien nutzt. Zum einen haben bei der Berufsausbildung und in der Erwerbsarbeit gewonnene Erfahrungen und praktizierte Handlungsweisen ein hohes Potenzial, um im Privaten weiterzuwirken. Zum anderen lassen sich Umwelt- und Gesundheitsnutzen in etlichen Handlungsfeldern des beruflichen und privaten Alltags miteinander verbinden. Wie dies gelingen kann, veranschaulichen die beiden folgenden Abschnitte.

### Den Übertragungseffekt zwischen Berufs- und Privatleben nutzen

Wenn der Arbeitsplatz also ein geeigneter Ort ist, um umweltfreundliches Verhalten zu lernen und zu üben, dann stellt sich als weitere Frage, wie dabei erzielte Lerneffekte Konsumverhalten und Lebensstil insgesamt beeinflussen. Damit ist vor allem deren Ausstrahlen in das private und nicht berufliche Lebensumfeld gemeint. Derartige Übertragungseffekte, der sogenannte Spillover, werden in Soziologie und Wirtschaftswissenschaften beschrieben. Spillover bezeichnet das Phänomen, dass Probleme, Gewohnheiten und Verhaltensweisen von einem Lebensbereich in den anderen, hier vom Beruf in das Privatleben und umgekehrt, mitgenommen werden können. Für die Existenz solcher Effekte gibt es in Bezug auf nachhaltige Lebensweisen bisher allerdings kaum Belege. Røpke zitiert Untersuchungen, die man aus ökologischer Sicht als negativen Spillover interpretieren kann (Røpke 2004). Mitarbeiter(innen) berichteten, dass sie Annehmlichkeiten wie Klimaanlage im Dienstwagen, Mikrowellenherde in Küchen, Handys und Computer zuerst am Arbeitsplatz kennengelernt und dann in ihr privates Umfeld übernommen haben. Die Ergebnisse von Nachhaltig Handeln belegen jedoch auch einen Spillover mit positiven Effekten.

Insgesamt brachten die Recherchen eine Vielzahl unterschiedlicher Angebote für Mitarbeiter(innen) zutage. Vor allem Ernährung ist ein wichtiges Thema. Es gibt Betriebskantinen, die regionale und biologische Zutaten verwenden oder die Gerichte auch zum Mitnehmen anbieten. Individuelle Ernährungsberatung, Kochkurse oder Aktionen wie Bio-Wochen sind weitere Beispiele aus dem Angebotsspektrum. Spillover-Effekte ins Privatleben werden vor allem bei Maßnahmen wie Kochkursen, Ernährungsberatung und Obstkorb im Betrieb berichtet. Oft findet ein zusätzlicher Crossover statt, indem Arbeitskolleg(inn)en und familiäres Umfeld die Verhaltensänderungen ebenfalls aufgreifen und angeregt werden, wie Statements aus den Fokusgruppen belegen.

*„Wichtig ist, dass ich das zuhause auch selbst praktiziere und auch meinem Kind zeige.“*

*„Jetzt ist es am Abend auch mal so, dass ich statt dem Wurstbrot Obst esse.“*

*„Es entsteht eine Kettenreaktion, ich gehe und hol mir einen Apfel, der andere tut es auch.“*

Auch für betriebliche Mobilitätsangebote finden sich einige gute Beispiele. Dazu gehören die Förderung des Radverkehrs durch überdachte Unterstellplätze, Duschen und Reparatur-Service, Ticket-Zuschuss für öffentliche Verkehrsmittel, Videokonferenzen als Ersatz für Geschäftsreisen. Allerdings gibt es im Vergleich zu anderen Handlungsfeldern deutlich weniger Maßnahmen, denn hier stellt oft die Infrastruktur eine Barriere dar. Wegen eingeschränkter Parkflächen erhöhte ein im städtischen Bereich angesiedeltes Unternehmen die Gebühren für die Parkplätze auf dem betriebseigenen Gelände und subventionierte im Gegenzug übertragbare Zeitkarten für den öffentlichen Verkehr. Die Mitarbeiter(innen) beobachteten bei sich und ihren Kolleg(inn)en Veränderungen im Mobilitätsverhalten und berichteten über die beobachteten Vorteile beim Umstieg vom Auto auf den öffentlichen und Rad-Verkehr. Die übertragbaren Zeitkarten werden auch in der Freizeit verwendet und am Wochenende an Familienmitglieder oder Nachbarn weitergegeben.

*„Auch in der Nachbarschaft borgen wir uns gegenseitig die Karte. Man kann also auch die anderen motivieren, mit den Öffentlichen nach Graz zu fahren.“*

Gesundheit ist ein wesentlicher Aspekt individuellen Wohlbefindens und kann somit als Teil von Nachhaltigem Handeln gesehen werden. Auch dazu stellen die untersuchten Betriebe eine Vielfalt an Angeboten bereit. Dazu gehören Sportinfrastruktur, Sportveranstaltungen, Beratung, Dienstleistungen wie Massagen, Workshops und Seminare. Als eine besonders interessante Initiative sei beispielhaft „Bewegung für einen guten Zweck“ der Firma Fahnengärtner genannt (5). Die Mitarbeiter(innen) zeichnen sämtliche Aktivitäten auf, bei denen sie sich in der Freizeit aktiv und bewusst bewegen. Diese Bewegungsminuten werden addiert und am Ende des Jahres gibt es während der Weihnachtsfeier eine Auszeichnung für jene Mitarbeiter(innen) mit den am meisten zurückgelegten Kilometern oder den meisten Bewegungsminuten. Die Bewegungseinheiten werden in einen Geldbetrag umgewandelt, der vom Unternehmen für einen wohltätigen Zweck gespendet wird. Neben der Förderung der Gesundheit wird Bewusstsein dafür geschaffen, wie viel Bewegung man im Alltag hat. Die Mitarbeiter(innen) sehen einen dreifachen Nutzen in der Maßnahme. Sie fördern die eigene Gesundheit, entlasten die Umwelt und unterstützen einen guten Zweck. Zusätzlicher Anreiz ist der Wettbewerbsgedanke.

*„Ich wusste vorher gar nicht, dass ich so viel Bewegung mache. Es ist toll, das zu sehen. Außerdem finde ich es toll, dass das Geld jemand in unserer Region bekommen hat, weil es auch bei uns Leute gibt, die bedürftig sind oder eine Unterstützung brauchen.“*

Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Qualitätskriterium von Projekten der betrieblichen Gesundheitsförderung. Darunter ist eine in Organisationsentwicklung und Personalentwicklung verankerte Gesundheitspolitik des Unternehmens zu verstehen.

Zu den Faktoren, die zu sozialer und ökonomischer Nachhaltigkeit von betrieblicher Gesundheitsförderung führen, zählen Ressourcen freigeben, Maßnahmen in bestehende Verfahrensweisen und Systeme implementieren, das mittlere Management einbinden, Ziele eindeutig formulieren, Mitarbeiter(innen) im Sinne der Partizipation und des Empowerments informieren und einbeziehen.

Es fällt auf, dass die ökologische Dimension von Nachhaltigkeit in der betrieblichen Gesundheitsförderung bisher keine Rolle spielt. Cunningham et al. stellen fest, dass sich Verhaltensinterventionen in den Bereichen Gesundheit und Sicherheit auf der einen Seite und im Nachhaltigkeits- und Umweltbereich auf der anderen Seite bisher kaum gegenseitig beeinflussen und inspirieren (Cunningham et al. 2010). Die Autoren schlagen daher vor, das Wissen über umweltbezogene Interventionen auch in den Bereich Gesundheit und Sicherheit zu übertragen. McCartney und Hanlon stellen umgekehrt die Frage, was Gesundheitsexpert(inn)en zu nachhaltiger Entwicklung beitragen können, und kommen zu dem Schluss, dass diese ihre Erfolgsbilanzen und Erfahrungen einbringen könnten und dies ganz im Sinne ihres Grundauftrages ist, die Gesundheit und das Wohlbefinden der Bevölkerung zu schützen (McCartney/Hanlon 2009). Beide Beiträge zeigen, dass sich die Gesundheitswissenschaften der Lücke zwischen Nachhaltigkeitsforschung und betrieblicher Gesundheitsförderung bewusst und Kooperationen gewünscht sind, um voneinander zu lernen und die jeweiligen Ziele gegenseitig zu unterstützen.

## Gesundheit und Nachhaltigkeit

Nachhaltig Handeln untersuchte zum ersten Mal betriebliche Gesundheitsförderung im Zusammenhang mit den für nachhaltigen Konsum relevanten Handlungsfeldern Ernährung, Mobilität und Work-Life-Balance. Denn wie die Literatur zeigt, ist umweltgerechtes Verhalten nicht von seinem sozialen Kontext und dessen Rahmenbedingungen zu trennen (Nye/Hargreaves 2010; Jackson 2005).

Mobilität und Ernährung sind von erheblicher Umweltwirkung, während die Kategorien der betrieblichen Gesundheitsförderung überwiegend mit sozialen Wirkungen assoziiert werden (Tukker et al. 2010). Diese künstliche Trennung greift aber zu kurz und berücksichtigt nicht, dass im Alltagsverhalten beide Handlungsfelder miteinander verknüpft sind. So bedingen Fahrten mit dem Auto zum Kindergarten negative Auswirkungen auf die Umwelt, obwohl sie formal dem Handlungsfeld Work-Life-Balance, also der Gesundheitsförderung, zugewiesen sind. Fährt man dagegen mit dem Rad zu Arbeit, verbessert das nicht nur Gesundheit und Fitness, sondern auch die Kohlenstoffdioxid-Bilanz.

Beim Thema Ernährung sind die Synergien zwischen betrieblicher Gesundheitsförderung und Umweltschutz am stärksten ausgeprägt. Nachhaltige Ernährung, die umweltverträglich, gesundheitsförderlich, ethisch verantwortlich, alltagsadäquat gestaltet ist und soziokulturelle Vielfalt ermöglicht, erfordert

vorsorgeorientiertes Handeln und muss Gesundheit und Umwelt gleichermaßen im Blick haben. Empfehlungen für eine gesunde Ernährung, zum Beispiel Ausgewogenheit, Vielfalt und biologische Lebensmittel, transportieren die ökologische Dimension mit, nehmen aber nicht explizit darauf Bezug. Die Tatsache, dass ein Fünftel des Gesamtverbrauchs an Energie sowie aller Treibhausgasemissionen Österreichs auf das Konto der Ernährung geht, wird in Beratung und Information über Ernährung nicht weitergegeben.

Neben Ernährung ist Bewegung eine erfolgreiche Intervention der Gesundheitsförderung. Die Bedeutung regelmäßiger Bewegung für die Gesundheit ist wissenschaftlich unumstritten und die Bevölkerung ist sich dessen auch bewusst. Dennoch steigt die Tendenz, sich zu wenig zu bewegen, insbesondere bei älteren Menschen, Frauen und Menschen mit geringem Haushaltseinkommen. Aus Daten des betrieblichen Mobilitätsmanagements geht hervor, dass das Auto im Nahverkehr das dominierende Verkehrsmittel ist. Wird der motorisierte Individualverkehr durch Alternativen wie öffentliche Verkehrsmittel, Fahrrad fahren oder zu Fuß gehen ersetzt, ist dies vorteilhaft für die Umwelt und gleichzeitig ein Baustein nachhaltiger Gesundheitsförderung. Die Synergien in den betrieblichen Konzepten für Bewegung und Mobilität wären also sinnvoll für Unternehmen und Mitarbeiter(innen).

Der Blick für den gegenseitigen Nutzen von Gesundheitsförderung und Umweltschutz ist besonders für das Handlungsfeld Mobilität zu stärken. Deutlich wird, dass ein Mobilitätsverhalten, das an der Schnittstelle zwischen Berufs- und Privatleben ansetzt und damit die Gesundheit positiv beeinflusst, unterstützende Rahmenbedingungen wie zum Beispiel Beratung durch Mobilitätsexperten und -expertinnen, an den öffentlichen Verkehr angepasste Arbeitszeiten, Pendlernetzwerke, überdachte Fahrradabstellplätze, Duschen oder monetäre Anreize benötigt.

Die empirischen Ergebnisse von Nachhaltig Handeln legen nahe, Umweltaspekte in die Angebote der betrieblichen Gesundheitsförderung aufzunehmen, da diese institutionell gut in den Betrieben verankert sind. Im Rahmen von Gesundheitszirkeln machen sich Mitarbeiter(innen) und betriebliche Funktionsträger(innen) gemeinsam Gedanken über die Gesundheitsressourcen und Probleme im Unternehmen und entwickeln Lösungen, wie man die Arbeit gesundheitsschonender gestalten kann. Wird der Gesundheitszirkel zum Nachhaltigkeitszirkel erweitert, bietet er eine gute Möglichkeit auch die ökologische Dimension von Gesundheit im Unternehmen zu integrieren.

## Fazit

Nachhaltiges Handeln ist ökologisch und sozial bewusstes Ernährungs-, Bewegungs- und Mobilitätsverhalten verbunden mit einem sorgsamem Umgang mit Ressourcen und Energie. Unternehmen können solches Handeln unterstützen, indem sie ihren Mitarbeiter(inne)n alltagstaugliche Unterstützungen bie-

ten und Möglichkeiten eröffnen, nachhaltigere Verhaltensweisen einzuüben. Die Angebote sollten dauerhaft in der Unternehmenskultur verankert werden und neben der Vermittlung von Wissen auch Reflexion und gegenseitigen Austausch zulassen.

Konkret können Unternehmen nachhaltiges Verhalten der Mitarbeiter(innen) durch Informations- oder Lernangebote fördern, etwa durch Kurse, soziale Events, Schulungen oder Trainings. Verhalten und Verhältnisse bedingen einander und erfolgreiche Interventionen setzen auf der Verhaltensebene und auf der Verhältnisebene zugleich an. Passende Verhältnisse lassen sich beispielsweise durch finanzielle Anreize, Freistellungen für Aktivitäten, Arbeitsgruppen, Managementstrukturen oder bereitgestellte Infrastruktur und Ausstattung schaffen.

## Erfolgsfaktoren

Die Erfolgsfaktoren, die Nachhaltig Handeln für die Feinplanung von Maßnahmen in Erfahrung brachte, lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Mitarbeiter(innen) einbeziehen. Diese kennen am besten die Interessen und Motive ihrer Kolleg(inn)en. Dieser Mitbestimmungsprozess ist am erfolgreichsten, wenn es feste Teams und bewährte Strukturen, wie beispielsweise Gesundheitszirkel, Umweltschulungen oder ähnliches gibt.
- Maßnahmen über längere Zeit laufen lassen. So können die Mitarbeiter(innen) neue, gesundheitsförderliche und umweltfreundliche Routinen ausbilden und verfestigen.
- Vielfältige Angebote für unterschiedliche Zielgruppen anbieten. Viele Betriebe bieten ein vielfältiges Maßnahmenangebot. Zwar werden nicht alle Angebote im gleichen Ausmaß genutzt, aber durch die Vielfalt an Angeboten ist für jede(n) etwas dabei und die einzelnen Aktivitäten verstärken sich gegenseitig. Es bewährt sich, sowohl Gruppenveranstaltungen anzubieten, welche den sozialen Zusammenhalt stärken, als auch Aktivitäten, die alleine, zuhause oder individuell wahrgenommen werden können.
- Maßnahmen mit individuellem Mehrwert für die Mitarbeiter(innen) schaffen. Betriebliche Maßnahmen kommen gut an, wenn Mitarbeiter(innen) einen direkten individuellen Nutzen haben. Dieser kann finanziell, durch neue Information, mehr körperliches Wohlbefinden, Spaß in der Gemeinschaft oder Entlastung bei Alltagsaufgaben sein. Der ökologische Nutzen gewinnt an Bedeutung, wenn er mit den eigenen alltäglichen Bedürfnissen einhergeht.
- Mögliche Hemmnisse schon bei der Planung bedenken. Besonders schwierig für die Planung von Maßnahmen ist die Frage, zu welchen Uhrzeiten, außerhalb oder während der Arbeitszeit, Angebote und Maßnahmen stattfinden sollen. Anfahrtswege aus unterschiedlichen Richtungen, unterschiedliche Arbeitszeiten, Kombination mit privaten Wegen oder der Wunsch nach individueller Zeitplanung sind zu berücksichtigen.
- Gegenseitige Vorbildwirkung beachten. Vorgesetzte sollten mit gutem Beispiel voran gehen. Das ist bekannt und wur-



Abbildung 1: Der Leitfadens hilft, Aktivitäten für Mitarbeiter(innen) einzuführen.

de auch in den beteiligten Unternehmen lobend hervor gehoben. Häufig unterschätzt man jedoch, dass das Vorbildverhalten der Kolleg(inn)en einen noch größeren Erfolgsfaktor darstellt. Nimmt der Kollege das vegetarische Menü, nutzt die Kollegin das Elektromoped, wirkt das ansteckend.

- Angebote regelmäßig und über verschiedene Medien kommunizieren. Die Kommunikation nachhaltigen Handelns richtet sich nach innen und nach außen. Intern geht es darum, die Mitarbeiter(innen) regelmäßig über Angebote, Auswertungen und neue Vorhaben zu informieren und Erfolge zu feiern. Nach außen gilt es Kund(inn)en, Lieferant(inn)en und die Region zu informieren, Medien aufmerksam zu machen oder an Wettbewerben teilzunehmen.

## Empfehlungen für die Praxis

Diese Empfehlungen sind auch Teil des Leitfadens „Nachhaltig Handeln im beruflichen und privaten Alltag. So bewältigen Ihre MitarbeiterInnen den Alltag zufrieden, gesund und umweltbewusst“. Der Leitfaden dient als Argumentationshilfe, mitarbeiterbezogene Aktivitäten einzuführen und zu erweitern. Er liefert Anregungen für konkrete Maßnahmen und enthält getestete Arbeitsmaterialien und weitere Informationen.

Das Setting in Unternehmen hat sich als ein vielversprechender Ansatz erwiesen, um nachhaltige Lebensweisen zu erlernen und einzuüben. Betriebe können damit einen Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung in ihrem Verantwortungsbereich leisten.

## Anmerkungen

- (1) Der Begriff Setting stammt aus der Gesundheitsförderung und bezieht sich auf Orte oder soziale Zusammenhänge, in denen sich der Alltag →

von Menschen abspielt, und die einen wichtigen Einfluss auf ihre Gesundheit haben. Dazu gehören zum Beispiel Arbeitsplatz, Wohnumfeld, Schule oder Freizeiteinrichtungen.

- (2) „Environmental Champions“ ist ein von einem Netzwerk von NGOs (Global Action Plans – GAP) initiiertes Programm für Verhaltensänderungen.
- (3) Projektpartner waren: IFZ – Interuniversitäres Forschungszentrum für Technik, Arbeit und Kultur (Projektleitung), ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung, IfGP – Institut für Gesundheitsförderung und Prävention GmbH, UBZ – Umwelt-Bildungs-Zentrum Steiermark. Informationen zum Projekt im Internet: [www.ifz.tugraz.at/nachhaltighandeln](http://www.ifz.tugraz.at/nachhaltighandeln)
- (4) Weitere Informationen im Internet: [www.fahnen-gaertner.com/de/xundi.html](http://www.fahnen-gaertner.com/de/xundi.html)

**Literatur**

ASSD: The Austrian Strategy for Sustainable Development. An Initiative of the Federal Government. 2002. Internet: [www.nachhaltigkeit.at](http://www.nachhaltigkeit.at)

Cunningham, T.R. / Galloway-Williams, N. / Scott Geller, E.: Protecting the planet and its people: How do interventions to promote environmental sustainability and occupational safety and health overlap? In: Journal of Safety Research 41, 5/2010. S. 407-416.

Hargreaves, T.: Making pro-environmental behavior work: An ethnographic study of practice, process and power in the work place. Ph.D.thesis. University of East Anglia, Norwich 2008.

Jackson, T.: Motivating sustainable consumption. A review of evidence on consumer behaviour and behavioural change. 2005.

McCartney, G. / Hanlon, P.: What can health professionals contribute to the challenge of sustainability? In: Public Health 123, 12/2009. S. 761-764.

Muster, V.: Companies promoting Sustainable Consumption of Employees. In: Journal of Consumer Policy, 34/2011. S. 161-174.

Muster, V. / Schrader, U.: Green Work-Life-Balance: A New Perspective for Green Human Resource Management. In: German Journal of Research in Human Resource Management. 25/2011. S. 140-156.

Muster, V. /Schrader, U.: Förderung des nachhaltigen Konsums von Mitarbeitern. In: Ökologisches Wirtschaften, 2/2009. S 12-13.

Nye, M. / Hargreaves, T.: Exploring the social dynamics of proenvironmental behaviour change. In: Journal of Industrial Ecology 14/2010. S 137-149.

Röpke, I.: Work-related consumption drivers and consumption at Work.

In: Reisch, L.A. / Röpke, I. (Hrsg.): The Ecological Economics of Consumption. Edward Elgar 2004. S 60 - 75.

Tukker, A./ Cohen, M. J./ Hubacek, K./ Mont, O.: The Impact of Household Consumption and Options for Change. In: Journal of Industrial Ecology, 14/2010. S 13-30.

**AUTOREN + KONTAKT**

**Ulrike Seebacher** ist Senior Research Partnerin des Interuniversitären Forschungszentrums für Technik, Arbeit und Kultur (IFZ) in Graz und leitete das proVISION Projekt „Nachhaltig Handeln im beruflichen und privaten Alltag“.



Ulrike Seebacher, IFZ, Schlögelgasse 2, 8010 Graz, Österreich. Tel.: +43 664 73309644, E-Mail: [uli.seebacher@gmx.at](mailto:uli.seebacher@gmx.at)



**Manfred Klade** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am IFZ und dort Leiter des Forschungsbereichs Ökologische Produktpolitik.

Manfred Klade, Tel.: +43 664 88796966, E-Mail: [klade@ifz.tugraz.at](mailto:klade@ifz.tugraz.at)



**Wilma Mert** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am IFZ.

Wilma Mert, Tel.: +43 664 88796967, E-Mail: [mert@ifz.tugraz.at](mailto:mert@ifz.tugraz.at)



**Monika Bauer** ist Senior Consultant im Bereich Public Health am Institut für Gesundheitsförderung und Prävention (IfGP).

Monika Bauer, IfGP, Haideggerweg 40, 8044 Graz, Österreich. Tel.: +43 50 2350-37942, E-Mail: [monika.bauer@ifgp.at](mailto:monika.bauer@ifgp.at)



**Irmgard Schultz** ist Sozialwissenschaftlerin im Bereich Energie und Alltagshandeln am Institut für Sozial-ökologische Forschung (ISOE) in Frankfurt am Main.

E-Mail: [schultz@isoe.de](mailto:schultz@isoe.de)

**Briefe zur Interdisziplinarität**  
 Geistes-, Natur-, Ingenieur- und Sozialwissenschaften, Kunst & Handwerk im Dialog

im oekom verlag, München. Mehr Informationen unter [www.oekom.de/briefe-zur-interdisziplinaritaet](http://www.oekom.de/briefe-zur-interdisziplinaritaet)



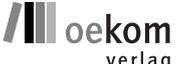
08

Dezember 2011

Schwerpunkt  
in Heft 08:  
Kleines Einmaleins inter-  
und transdisziplinärer  
Forschungskooperation



Andrea von Braun Stiftung  
voneinander wissen



oekom verlag

Briefe zur Interdisziplinarität ist eine Publikation der Andrea von Braun Stiftung, Düsseldorf. Mehr Informationen zur Stiftung und ihren Zielen finden Sie unter [www.avbstiftung.de](http://www.avbstiftung.de)

## **Lizenzhinweis**

Die Beiträge in *Ökologisches*Wirtschaften werden unter der Creative-Commons-Lizenz "CC 4.0 Attribution Non-Commercial No Derivatives" veröffentlicht. Im Rahmen dieser Lizenz muss der Autor/Urheber stets genannt werden, das Werk darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert und außerdem nicht kommerziell genutzt werden.

Die digitale Version des Artikels bleibt für zwei Jahre Abonnent/innen vorbehalten und ist danach im Open Access verfügbar.