

Der Nachhaltigkeitswettbewerb 2024

der DRK-Blutspendedienste Baden-Württemberg – Hessen & Nord-Ost



Deutsches
Rotes
Kreuz

DRK-Blutspendedienst
Nord-Ost
gemeinnützige GmbH



Deutsches
Rotes
Kreuz

DRK-Blutspendedienst
Baden-Württemberg – Hessen
gemeinnützige GmbH

Dipl.-Geogr. Martin Oesterer, Dipl.-Wirtschaftsing. Wolfgang Rüstig, Dipl.-Volkswirt Oliver Gebauer

Gesucht: „Grüne“ Ideen

Der Nachhaltigkeitswettbewerb beim DRK-Blutspendedienst

Die Motivation zur Durchführung eines Nachhaltigkeitswettbewerbs

Die Gründe für nachhaltige Strategien für Organisationen und Unternehmen liegen auf der Hand. Neben den positiven Auswirkungen von ökologischen, ökonomischen und sozialen Maßnahmen und Strategien auf Organisationen und Gesellschaft fordern vielfältige Interessensgruppen schon seit geraumer Zeit

nachhaltige Anstrengungen von den Blutspendediensten ein: Kunden ebenso wie Spendewillige, Helferinnen und Helfer des Roten Kreuzes oder Bewerberinnen bzw. Bewerber. Darüber hinaus gehören die DRK-Blutspendedienste zu den Organisationen, die zukünftig einen Nachhaltigkeitsbericht verpflichtend anzufertigen haben¹ (auch wenn die Umsetzung der europäischen Richtlinie CSRD in Deutschland bislang – Stand Juli 2025 – noch nicht erfolgte).

Für den DRK-Blutspendedienst Baden-Württemberg – Hessen ergeben sich daraus folgende Handlungsfelder:

1. Wahrnehmen der **wirtschaftlichen Verantwortung**: Nachhaltiger Einsatz von Ressourcen und Budgets in allen Bereichen der Wertschöpfungskette des Blutspendedienstes.
2. Wahrnehmen einer **gesellschaftlichen Verantwortung**: Formulierung und Umsetzung von Prozessen und Handlungsweisen, die von den oben aufgeführten Interessensgruppen als vorbildlich wahrgenommen werden.
3. Vorbereitungen für eine **Nachhaltigkeitsberichtserstattung** treffen, die alle relevanten Anforderungen an das erforderliche Berichtswesen abdeckt.

Vor diesem Hintergrund entschloss sich die DRK-Blutspendedienst Baden-Württemberg – Hessen gGmbH (inkl. ihrer Tochterorganisationen) im Sommer 2024, einen internen Nachhaltigkeitswettbewerb auszurichten. Im Rahmen dieser Aktion sollten – unter Beteiligung eines möglichst großen Teils der Belegschaft – Ideen identifiziert werden, die geeignet sind, als Nährboden für nachhaltige Handlungsfelder zu dienen. Der Eingang umsetzbarer Ideen war dabei ebenso bedeutsam wie das Partizipationsangebot an die Belegschaft. Außerdem sollte ein prinzipielles Bewusstsein für nachhaltige Verhaltensweisen geschaffen werden.

Der vorliegende Artikel soll beispielhaft skizzieren, wie eine Organisation in der Größe des DRK-Blutspendedienstes mittels eines Wettbewerbs nachhaltige Potenziale identifizieren kann.

Die Organisation des Wettbewerbs

Zur effizienten Steuerung des Wettbewerbs (Definition, Umsetzung, Bewertung) wurde in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung des DRK-Blutspendedienstes eine Nachhaltigkeits-Jury ins Leben gerufen. Dabei wurde Wert daraufgelegt, dass sowohl regional als auch in Bezug auf die Fachbereiche eine möglichst hohe Diversität abgedeckt wurde. So wurden einerseits Mitarbeitende aus den Bereichen Werbung, Materialwirtschaft, Personal, kaufmännische Leitung, Compliance und IT gebeten, in der Jury mitzuwirken. Andererseits wurden Kolleginnen und Kollegen aus beiden Verbundteilen (Baden-Württemberg – Hessen und Nord-Ost) berücksichtigt.

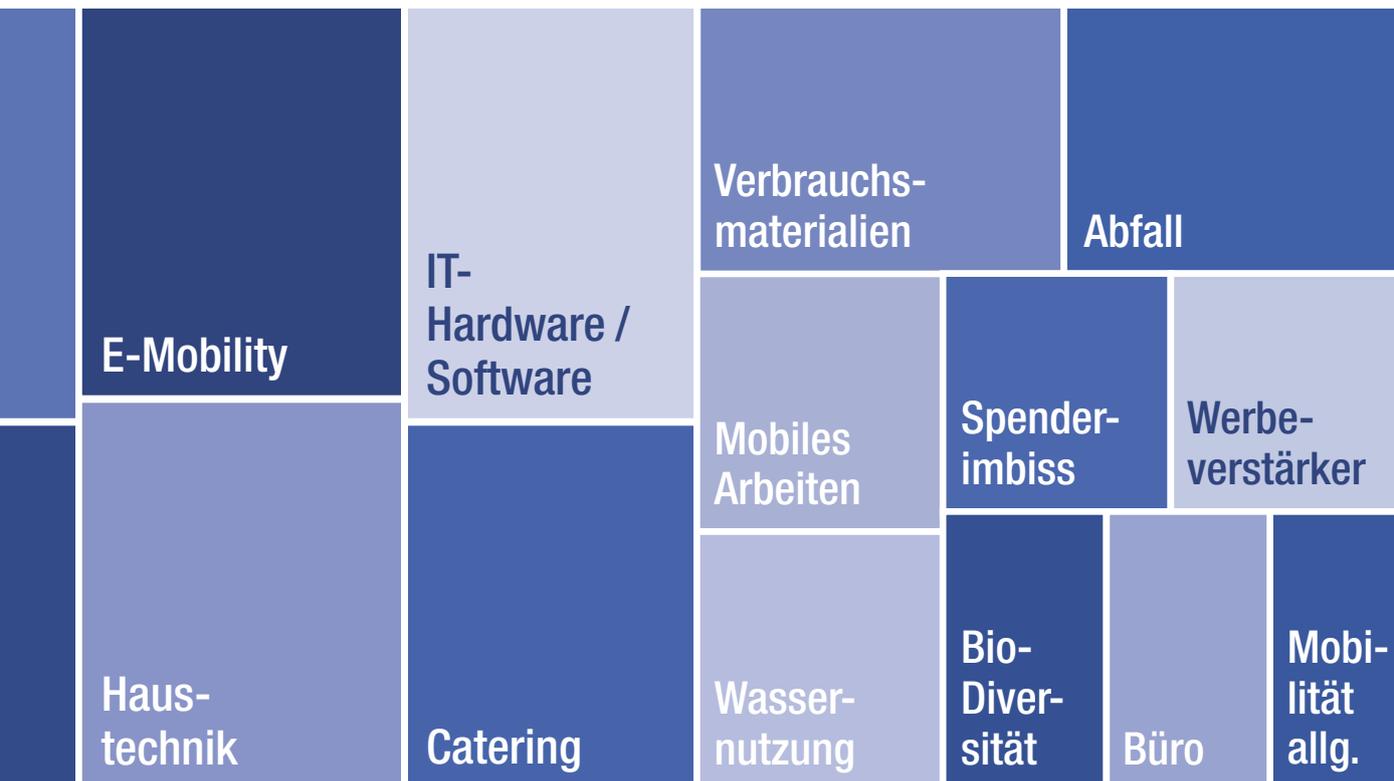


Abbildung 1: Die als nachhaltige Handlungsfelder identifizierten Themen des Wettbewerbs

Die Jury legte folgende Eckpunkte fest:

- Zeitraum für die Einreichungen: Der Wettbewerb fand in den Monaten Juli und August 2024 statt – ein ausreichend großer Zeitraum, um auch bei mehrwöchigen Sommerurlauben genügend Zeit für die Ausarbeitung von Einreichungen zu ermöglichen.
- Format der Einreichungen: Die Teilnehmenden wurde darum gebeten, ihre Vorschläge (Titel, Kurzbeschreibung des Themas, Verbesserungspotenziale) niedrigschwellig per E-Mail an ein eigens für den Wettbewerb eingerichtetes Postfach zu senden.
- Motivationselemente: Um zusätzlich zur intrinsischen Motivation zu einer Teilnahme zu ermuntern, wurden Einkaufsgutscheine ökologisch agierender Versandhändler ausgelobt. Darüber hinaus wurde angekündigt, dass der Blutspendedienst (um auch bereits durch die Aktion selbst ein nachhaltiges Zeichen zu setzen) für jede teilnehmende Person eine Baumpflanzung über den Partner *PLANT-MY-TREE*® in Auftrag geben wird.

Über diverse interne Kommunikationswege (Intranet, E-Mail, Mitarbeiterzeitung, Aushänge an den schwarzen Brettern, Präsentationen in Abteilungssitzungen etc.)



wurde der Nachhaltigkeitswettbewerb angekündigt. Neben den logistischen Eckpunkten wurde darauf hingewiesen, dass bewusst ein Schwerpunkt auf den ökologischen Aspekt von Nachhaltigkeit gelegt wurde. Dass jede Idee, groß und klein, realitätsnah oder utopisch, willkommen ist. Und dass selbstverständlich keine Umsetzungsgarantie gegeben werden kann.

Die gewonnenen Erkenntnisse

Mit Stichtag 1. September 2024 wurden 184 abgegebene Ideen gezählt. Der Großteil davon stammte von einzelnen Mitarbeitenden, allerdings bildeten sich an einzelnen Standorten auch Teams, die ihre erarbeiteten Ideen en bloc einreichten.

Wie oben skizziert, wurde dazu ermuntert, kreativ und ohne gedankliche Barrieren über Themen nachzudenken. Aber selbstverständlich wurden auch Ideen begrüßt und evaluiert, die augenscheinlich wenig innovativ wirkten. Folglich konnten die Rückläufer jeweils einer der vier Kategorien zugeordnet werden:

1. Selbstverständlichkeiten im individuellen Handeln (z. B. „Treppe statt Aufzug“)
2. Nachhaltige Potenziale, die bereits erkannt wurden und sich in Umsetzung befinden (z. B. Reduzierung der Printeinladungen im Bereich der Spenderwerbung oder die Einführung eines digitalen Spenderfragebogens)
3. Themenfelder, die als strategisches Thema bereits identifiziert wurden, zu denen jedoch bislang nicht bedachte Aspekte eingebracht wurden (z. B. „E-Lastenbikes bei städtischen Bluttransporten“ als Beitrag zu „E-Mobility“)
4. Innovative Denkanstöße (z. B. die Initiative „E-Mail Expiration Date“)

Bei der Konsolidierung der Vorschläge wurden von der Jury außerdem zwei Dimensionen beachtet:

Zum einen erfolgte eine Zuordnung auf hierarchischer Ebene: Welche Themen setzen strategische Unternehmensentscheidungen voraus, welche Aspekte liegen im Verantwortungsbereich der einzelnen Fachabteilungen und wo kann das einzelne Individuum einen nachhaltigen Beitrag leisten?

Die Autoren



Dipl.-Geogr. Martin Oesterer

Bereichsleiter Spenderbeziehungsmanagement
DRK-Blutspendedienst Baden-Württemberg – Hessen
gGmbH
m.oesterer@blutspende.de



Dipl.-Wirtschaftsing. Wolfgang Rüstig

Kaufmännischer Geschäftsführer
DRK-Blutspendedienst Baden-Württemberg – Hessen
gemeinnützige GmbH
w.ruestig@blutspende.de



Dipl.-Volkswirt Oliver Gebauer

Compliance-Beauftragter
DRK-Blutspendedienst Baden-Württemberg – Hessen
gemeinnützige GmbH
o.gebauer@blutspende.de



Direkt zum Beitrag:
[www.drk-haemotherapie.de/
beitraege/45-nachhaltigkeit](http://www.drk-haemotherapie.de/beitraege/45-nachhaltigkeit)

Zum anderen erfolgte eine Strukturierung nach Prozessen, die wiederum auf allen drei hierarchischen Ebenen Maßnahmen zur Folge haben können. Insgesamt konnten 16 Cluster identifiziert werden (siehe **Abbildung 1**), beispielhaft ein Auszug der Themen mitsamt einzelner Schlagworte:

1. **Weniger CO₂-Äquivalente² durch Einsparung bzw. Wiederverwertung von Papier**
Reduzierung der Printeinladungen³, Nutzung von Recycling-Umschlägen, Digitalisierung von internen Prozessen, Einführung des digitalen Blutspendefragebogens.
2. **Nachhaltigkeit in der Organisation verankern**
Einführung von Nachhaltigkeitsbeauftragten an den Standorten, konzernweiter Nachhaltigkeitsrat, „grüne“ Teamevents, Partizipation am „Aktionstag Nachhaltigkeit“ (<https://gemeinschaftswerk-nachhaltigkeit.de/aktions-tage>).
3. **E-Mobility und nachhaltiges Reiseverhalten:**
Schrittweise Umstellung des Fuhrparks auf Elektrofahrzeuge, innerstädtischer Transport von Blutprodukten per Lastenfahrrad, Zug statt Flug, Incentivierung von Fahrgemeinschaften.
4. **„Green IT“**
nachhaltig agierende Suchmaschinen, Reduzierung von CO₂e durch bedachte E-Mailverteiler, „Off“ statt „Stand-By“, E-Mail Expiration Date (www.zeroarbon.email/de) in der Einladungskommunikation.

Vielfalt ist Trumpf: Nachhaltige Potenziale allerorten

Ein Beitrag zur Biodiversität durch Insektenhotels, Nutzung von Windenergie an den Standorten, Vermeidung von Verpackungsmüll durch den Zukauf größerer Gebinde, Spenderimbiß bestehend aus lokalen Lebensmitteln, zurück zum Pflaster bei der Blutspende (anstelle eines Verbandes), Heftgeräte ohne Metallklammern, nachhaltige Werbegeschenke, Baumpflanzaktionen als zusätzliche Motivation in der Spenderakquise: Die durch den Wettbewerb zusammengetragenen Ideen waren inspirierend und in Summe durchaus geeignet, den ökologischen Fußabdruck des DRK-Blutspendedienstes deutlich zu reduzieren. Sei es durch persönliche Verhaltensänderungen der Mitarbeitenden, Prozessänderungen bzw. Maßnahmen in den Fachbereichen – oder durch strategische Kurskorrekturen der Geschäftsführung. Welche der Ansätze (mit welchem Einfluss) tatsächlich in die Praxis überführt werden, wird in regelmäßigen Abständen nachverfolgt und bewertet werden.

Als Erkenntnis aus der Planung und Durchführung eines Nachhaltigkeitswettbewerbs sollten schließlich folgende Aspekte festgehalten werden:

1. **Jede und jeder kann einen nachhaltigen Beitrag leisten.** Folglich muss bei Aktionen wie diesen die gesamte Belegschaft miteinbezogen werden – als Zeichen der Wertschätzung und als Chance für „Ideen-Diversität“.
2. **„Spinnen“ muss erlaubt sein.** Kreative Ansätze dürfen durch inhaltliche Einschränkungen, Barrieren oder Vorgaben nicht behindert werden. Dieses setzt voraus, dass den Teilnehmern Anonymität zugesagt wird.
3. Viermal am Tag die Treppe statt den Aufzug spart in einem Monat knapp 5 kg CO₂e⁴. Der E-Mail-Footprint eines normalen Bürotags entspricht einer Autostrecke von 11 km⁵. 8 % mehr E-Mail-Empfänger (statt Brief) bei den Einladungen zur Blutspende⁶ spart 7 t CO₂e. **Zahlen wie diese können „grüne“ Potenziale transparent und greifbar machen.** Allerdings sollten parallel dazu Vergleichswerte herangezogen werden, wie bspw. die Treibhausgasemissionen pro Kopf oder ein Verweis auf die Ziele des Pariser Klimaabkommens).
4. Im Namen jedes Teilnehmers ließ der Blutspendedienst einen Baum pflanzen. Die zahlreichen, positiven Reaktionen auf die im Nachgang verschickten digitalen Baumpflanz-Zertifikate waren ein deutliches Zeichen, dass **Incentivierung nicht immer mit ausgelobten Preisen einhergehen muss.**
5. **Der Schwerpunkt** des beschriebenen Nachhaltigkeitswettbewerbs **lag auf der ökologischen Komponente** des Themenkomplexes. Das bedeutet nicht, dass soziale und ökonomische Komponenten (Chancengleichheit, Wahrung von Menschenrechten, Wertschöpfungskette, richtlinienkonformes Verhalten etc.) von nicht ebenso großer Bedeutung und selbstverständlich gleichberechtigte Teile einer umfassenden Nachhaltigkeitsberichtserstattung sein müssen. ■



Abbildung 2: Für jede Teilnehmerin und jeden Teilnehmer wurde ein Baum gepflanzt



Hilfreiche Downloads und weitere Informationen zu diesem Beitrag finden Sie in der hämo-App, z. B.

-  Literaturhinweise
-  Weitere Beiträge zu diesem Thema
-  Weitere Infos zu den Autoren