

**MISSION  
POSSIBLE**



**SPIELEND CO<sub>2</sub> GESPART!**

Mission Possible - Kampagne

# HANDLUNGS- LEITFADEN

IHRE ANLEITUNG FÜR KLIMASCHUTZ UND  
ENERGIESPAREN IN BÜROGEBÄUDEN

EINE INITIATIVE VON





## Inhalt

- Hessen Aktiv: Die Klima-Kommunen ..... 3**
  - Vorbereitete Maßnahmen: Wir bereiten vor, Sie setzen um ..... 3
  - Flexibel, kostenlos und mit lokaler Wirkung ..... 4
- Mission Possible – Spielend CO<sub>2</sub> gespart..... 4**
  - Zielgruppe der „Mission Possible“-Kampagne ..... 4
  - Fünf Ziele der „Mission Possible“-Kampagne ..... 4
  - Vier Themenschwerpunkte der „Mission Possible“-Kampagne ..... 5
  - Sieben Kampagnen-Bausteine für Ihre maßgeschneiderte Kampagne ..... 6
  - So erhalten Sie die Materialien ..... 6
  - Damit Ihnen die Planung leichter fällt ..... 7
- Bausteine der Kampagne im Detail ..... 7**
  - Baustein 1: Kampagnen-Auftakt mit Teaser-Aufklebern..... 8
    - Teaser-Aufkleber ..... 8
    - Auftaktmailings ..... 8
  - Baustein 2: Themenwochen mit oder ohne Quiz und Themenposter ..... 9
    - E-Mail-Vorlagen mit und ohne Energiesparquiz .....10
    - Themenposter – die dauerhafte Gedankenstütze .....12
  - Baustein 3: Klima- und Energierundgang .....14
  - Baustein 4: Online-Lernmodul „Klimaschutz und Energiesparen im Bürogebäude“ .....15
  - Baustein 5: Challenges .....18
  - Baustein 6: Wettbewerb „Schnitzeljagd“ .....19
  - Baustein 7: Konzept zum Green Nudging .....21

**MISSION  
POSSIBLE**



AGENT POWELL



AGENT WHEELER



AGENTIN HEATHER



AGENTIN APPLE

**SPIELEND CO<sub>2</sub>  
GESPART!**

<b>Planung und Kampagnendurchführung .....</b>	<b>23</b>
Ihre Kampagne auf einen Blick .....	23
Organisatorische Grundlagen .....	26
Zeitplanung .....	27
Beschaffung und Verortung .....	28
Umsetzungszeitraum .....	28
Monitoring und Nachbereitung .....	29
<b>Nutzungsbedingungen .....</b>	<b>31</b>
<b>Ihre Meinung ist uns wichtig .....</b>	<b>32</b>

## Hessen Aktiv: Die Klima-Kommunen

Das Land Hessen unterstützt die hessischen Kommunen bei den Herausforderungen des Klimawandels in vielfacher Hinsicht. Das Bündnis „Hessen aktiv: Die Klima-Kommunen“ bietet hierfür eine zentrale Plattform. Es ist ein Netzwerk hessischer Städte, Gemeinden und Landkreise für den Klimaschutz und die Anpassung an die Folgen des Klimawandels. Die fachliche Betreuung des Bündnisses liegt bei der **Fachstelle für die Klima-Kommunen, die bei der LEA LandesEnergieAgentur Hessen GmbH** angesiedelt ist.

Gemeinsames Ziel ist es, den Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen zu reduzieren und sich an verändernde klimatische Bedingungen anzupassen. Das Bündnis bringt die Kommunen zusammen und fördert den Wissenstransfer. Die Mitgliedskommunen werden in Fragen rund um den Klimaschutz und die Klimaanpassung aktiv beraten. Sie haben Zugang zu unterschiedlichen Veranstaltungen und vielfältigen weiteren Angebotsbausteinen, zu denen auch die „Vorbereiteten Maßnahmen“ zählen. Alle Angebote des Klima-Kommunen-Bündnisses finden Sie gesammelt auf der Homepage: [www.klima-kommunen-hessen.de](http://www.klima-kommunen-hessen.de).

### Vorbereitete Maßnahmen: Wir bereiten vor, Sie setzen um

Im Rahmen des Angebots „Vorbereitete Maßnahmen“ arbeitet die Fachstelle der Klima-Kommunen unterschiedliche Unterstützungsleistungen aus, die Sie als Kommune direkt und mit verhältnismäßig geringerem Aufwand verwenden können.

Beispiele dafür sind:

- vorgestaltete Kommunikationsmaterialien,
- vorbereitete E-Mail-Kampagnen oder
- vorkonzipierte Aktionsideen.

Die „Mission Possible“-Kampagne ist eine solche Maßnahme: eine vielseitige, flexible und anpassbare Baustein-Kampagne, die einfach in den kommunalen Alltag integriert werden kann. Kommunen haben die Wahl, ob sie alle Bausteine nutzen oder nur jene, die zu ihren spezifischen Bedürfnissen passen. Die Kampagne kann so an Kapazitäten und Bedürfnisse in der Kommune angepasst werden.

### Flexibel, kostenlos und mit lokaler Wirkung

Die vorbereiteten Maßnahmen stehen allen Mitglieds-Kommunen kostenlos zur Verfügung. Die Kommunen setzen diese eigenständig um und können dabei ihre eigene Identität und den lokalen Bezug in den Vordergrund stellen. Das stärkt die Akzeptanz vor Ort und macht die Kommune zum sichtbaren Initiator und Vorbild im Klimaschutz.

Die Fachstelle der Klima-Kommunen bleibt dabei unterstützend im Hintergrund und steht mit fachlichem Know-how zur Seite. Weitere Informationen finden Sie unter [www.klima-kommunen-hessen.de](http://www.klima-kommunen-hessen.de).

### Mission Possible – Spielend CO<sub>2</sub> gespart

Die Kampagne „Mission Possible – Spielend CO<sub>2</sub> gespart“ sensibilisiert Mitarbeitende in Bürogebäuden für einen bewussten Umgang mit Energie und Ressourcen. Dieses Engagement spielt eine entscheidende Rolle, um sowohl kommunale als auch hessenweite Klimaziele zu erreichen und bis 2045 klimaneutral zu werden.

### Zielgruppe der „Mission Possible“-Kampagne

Die Kampagne richtet sich primär an Mitarbeitende kommunaler Verwaltungen, ist aber auch für Unternehmen mit Büroflächen geeignet. Kommunen können die Materialien flexibel einsetzen und ortsansässige Unternehmen aktiv einbinden.

### Fünf Ziele der „Mission Possible“-Kampagne

- **Aufklärung:** Vermittlung von Wissen rund um Klimaschutz und Energiesparen im Büroalltag.
- **Verhaltensänderung:** Förderung nachhaltiger und eigenverantwortlicher Handlungen.
- **Vorbehalte abbauen:** Vorbehalte durch transparente Kommunikation und positive Beispiele reduzieren.
- **Motivation:** Durch einen spielerischen und aufgelockerten Ansatz wird der Zugang zu den Themen erleichtert.

MISSION  
POSSIBLE



SPIELEND CO<sub>2</sub>  
GESPART!

- **Gemeinschaft stärken:** Die Kampagne vermittelt, dass jeder Beitrag zählt und die Summe aller kleinen Maßnahmen Großes bewirken kann.

Mit motivierten und sensibilisierten Mitarbeitenden tragen Sie nicht nur zur Reduzierung von Energiekosten und Emissionen bei, sondern positionieren Ihre Kommune als Vorbild und Impulsgeber für klimabewusstes Handeln.

## Vier Themenschwerpunkte der „Mission Possible“-Kampagne

Die Kampagne deckt die folgenden Bereiche des Nutzerverhaltens in Bürogebäuden ab:

1. Strom und Material
2. Küche und Catering
3. Mobilität und Transport
4. Raumklima und Wärme

Diese Themen werden durch vier Agentinnen und Agenten grafisch repräsentiert, die den spielerischen Charakter der Kampagne unterstreichen.

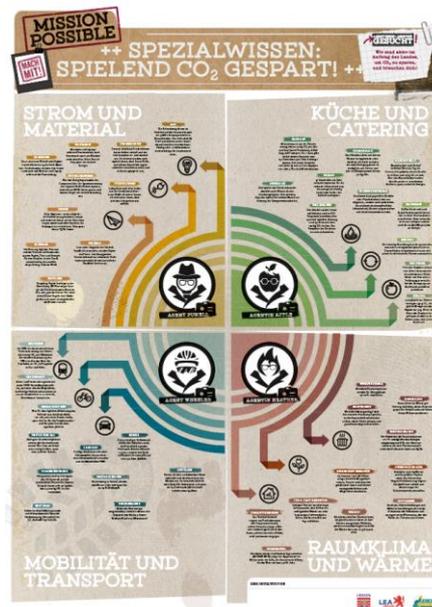


Abb. 1: Kampagnenthemen und Agentendarstellung (Übersichtsposter)

## Sieben Kampagnen-Bausteine für Ihre maßgeschneiderte Kampagne

Die Kampagne „Mission Possible“ besteht aus sieben flexibel einsetzbaren Bausteinen. Diese können individuell kombiniert werden, sodass sie optimal zu den Bedürfnissen und Kapazitäten Ihrer Kommune passen. Egal, ob Sie alle Bausteine nutzen oder nur ausgewählte Elemente integrieren möchten – jede Maßnahme trägt dazu bei, die Aufmerksamkeit für das Thema Klimaschutz und Energiesparen zu steigern.

### Folgende Bausteine stehen zur Verfügung:

5. **Kampagnen-Auftakt mit Teaser-Aufklebern:** Schaffen Sie Aufmerksamkeit für den Kampagnenstart.
6. **Themenwochen mit E-Mail-Vorlagen, Energiespar-Quizen und Postern:** Vermitteln Sie Energiespartipps zu den vier Themen auf interaktive Weise. Inkl. Abschluss-Mail zur Verstetigung und Feedback-Einholung.
7. **Klima- und Energierundgang:** Machen Sie Einsparpotenziale vor Ort erlebbar.
8. **Online-Lernmodul:** Bieten Sie eigenständiges Lernen mit Zertifikatsabschluss.
9. **Challenges:** Regen Sie Mitarbeitende an, sich eigene Energiesparziele zu stecken und fördern Sie den Teamgeist.
10. **Wettbewerb „Schnitzeljagd“:** Motivieren Sie zu nachhaltigem Verhalten und festigen Sie spielerisch das neue Wissen.
11. **Green Nudging:** Setzen Sie kleine Impulse für die Verstetigung nachhaltigen Verhaltens.

**Bitte beachten Sie:** Alle Materialien stehen Mitgliedskommunen des Bündnisses kostenfrei zur Verfügung. Alle Materialien liegen als digitale Vorlagen vor. Je nach Auswahl der Bausteine können für die Umsetzung, bspw. für den Druck von Kampagnenmaterialien, dennoch Kosten anfallen.

### So erhalten Sie die Materialien

- Besuchen Sie die Webseite der Klima-Kommunen und füllen Sie das Bestellformular aus (Link: <https://www.klima-kommunen-hessen.de/mission-possible.html>).
- Nach Bestätigung erhalten Sie einen Download-Link zu allen benötigten Materialien.



Damit Ihnen die Planung leichter fällt

Die Mission Possible-Kampagne wird durch eine Vielzahl von unterstützenden Materialien ergänzt, die Ihnen die Planung, Durchführung und Nachbereitung erleichtern.

Diese Planungshilfen stehen Ihnen zur Verfügung:

- **Präsentation zur Kampagnenübersicht "Mission Possible\_Einführung"**: Eine Power-Point-Präsentation für den Einstieg.
- **Kampagnenfahrplan „Kampagnenfahrplan\_Mission Possible\_Vorlage“**: Ihr zentraler Planungsleitfaden. Beinhaltet Zeitpläne, To-Dos, Verantwortlichkeiten und Materialverortung.
- **Feedbackvorlage „MissionPossible\_Feedback\_Mitarbeitende“**: Ein einfacher Weg, um systematisch Rückmeldungen der Mitarbeitenden zu erfassen.
- **Formular "Feedback an LEA Hessen"**: Ein strukturiertes Formular zur Bewertung der Kampagne und zur Identifikation von Verbesserungspotenzialen.

Im Kapitel "Planung und Kampagnendurchführung" erhalten Sie noch weitere Tipps und Hinweise zur Kampagnenplanung und der Nutzung der Planungshilfen.

### **Wir unterstützen Sie!**

Die Fachstelle der Klima-Kommunen steht Ihnen bei der Planung und Umsetzung jederzeit beratend zur Seite. Kontaktieren Sie uns unter: [klimakommunen@lea-hessen.de](mailto:klimakommunen@lea-hessen.de).

## Bausteine der Kampagne im Detail

Jeder Baustein ist so gestaltet, dass er flexibel einsetzbar ist. Sie können einzelne Elemente auswählen oder die gesamte Kampagne umsetzen. Auch bei der Reihenfolge und den Inhalten sind Sie flexibel. So kann die Kampagne auf Ihre Kommune maßgeschneidert werden!

Um Ihnen die Auswahl zu erleichtern, stellen wir die Bausteine mit klaren Informationen zu Ziel, Aufwand, Materialien und Umsetzung vor. Nutzen Sie die Übersicht, um eine maßgeschneiderte Kampagne für Ihre Kommune zu entwickeln.



### Baustein 1: Kampagnen-Auftakt mit Teaser-Aufklebern

Dieser Baustein dient als Auftakt der Kampagne und der Ankündigung bei der Zielgruppe. Die Mitarbeitenden werden in zwei Schritten auf die Kampagne aufmerksam gemacht. Die Bestandteile dieses Bausteins sind Teaser-Aufkleber und Auftakt-Mailings.

#### **Ziel:**

Aufkleber: Aufmerksamkeit schaffen und Mitarbeitende neugierig auf die Kampagne machen. Energiespartipps dauerhaft präsent halten und die Mitarbeitenden an die Inhalte der Kampagne erinnern.

Mails: Ankündigung der Kampagne und Erläuterung von Hintergrund, Zeitplan und Aktivitäten. „Agentenhandbuch“ und optionale Dokumente als Anhänge zur Erläuterung der gewählten Bausteine.

#### Teaser-Aufkleber

##### **Aufgaben für die Verantwortlichen:**

- Aufkleber an gut sichtbaren Orten eine Woche vor dem offiziellen Kampagnenstart im Gebäude anbringen (z. B. in Ausgängen, Toiletten, Küchen, Meetingräumen oder in Fluren.)
- Tipp: Variieren Sie die Motive und Größen der Aufkleber, z. B. ein größerer Aufkleber an der Ausgangstür und mehrere kleinere in der Küche.)

##### **Dauer und Aufwand:**

- Das Anbringen der Teaser-Aufkleber kann zwischen 30–60 Minuten pro Liegenschaft in Anspruch nehmen.
- Für diese Phase sollten mindestens 1–2 Wochen eingeplant werden, damit die Zielgruppe die Aufkleber auch bei unterschiedlichen Anwesenheitszeiten wahrnimmt.

#### Auftaktmailings

##### **Aufgaben für die Verantwortlichen:**

- Mail-Vorlage „Wir sind dabei“ ein paar Tage vor Kampagnenstart versenden. Bitte die flexiblen Anhänge („Agentenhandbuch“) gemäß der eigenen Bausteinauswahl wie in der Vorlage vermerkt der Mail anfügen – sie erläutern der Zielgruppe das geplante Angebot.



- Zweite Mail-Vorlage: „Es geht los!“ einen Tag vor dem offiziellen Kampagnenstart versenden, z.B. an einem Freitag, wenn die Kampagne montags beginnt.

**Dauer und Aufwand:**

- Die Durchführung dauert ca. 15-30 Minuten für das Versenden der Mails mit den entsprechenden Anhängen.



Abb. 2: Teaser-Aufkleber mit allen Agentinnen und Agenten

## Baustein 2: Themenwochen mit oder ohne Quiz und Themenposter

Dieser Baustein ist das Kernelement der Kampagne und basiert auf einer Reihe von Mailing-Vorlagen. Diese können flexibel an das jeweilige Kampagnenkonzept angepasst werden. Die Themenposter sorgen für eine sichtbare und langfristige Präsenz der Einsparpotenziale in den Büroflächen, um die Inhalte der Kampagne nachhaltig zu verankern.

**Ziel:** Die Mitarbeitenden über spezifische Einsparpotenziale informieren und zur Umsetzung motivieren.



**Hinweise zur Flexibilität:** Die Themenwochen widmen sich wöchentlich einem Hauptthema, begleitet von täglichen Mails zu spezifischen Unterthemen. Alternativ können alle Unterthemen gesammelt in einer Mail verschickt, zentral im Intranet hochgeladen oder gezielt auf bestimmte Einsparbereiche zugeschnitten versendet werden. Das Quiz ist optional, und die Mailtexte lassen sich individuell anpassen, während die PDF-Anhänge unverändert bleiben.

### E-Mail-Vorlagen mit und ohne Energiesparquiz

#### **Inhalte der E-Mail-Vorlagen:**

1. Energiespartipps:
  - Vier Hauptthemen, jeweils mit fünf Mails, die die Inhalte in Unterthemen strukturieren. Die Mailtexte führen thematisch kurz zu den Einspartipps in den Anhängen hin und sind anpassbar.
  - Passende PDF-Anhänge („Mission Files“): Grafisch aufbereitete Einsparpotenziale; Inhalte sind fixiert und an die Themenwochenstruktur angepasst.
2. Energiespar-Quiz (als Option, muss nicht durchgeführt werden):
  - Als motivationsfördernde Aktionsidee am Ende jedes Hauptthemas (z. B. immer freitags).
  - Fragen basieren auf den Inhalten der PDF-Anhänge (Mission Files). Die Antworten ergeben einen Lösungscode; es können auch mehrere Antworten korrekt sein. Eine Einreichungsanleitung ist im Quiz-PDF enthalten.
  - Zusätzliche Materialien: Schablone mit korrekten Antworten zur schnellen Auswertung durch die Verantwortlichen.
  - Gewinnideen: materiell: thematisch passende Gegenstände; nicht-materiell: verlängerte Mittagspause.

#### **Aufgaben für die Verantwortlichen:**

- Mailings vorbereiten und versenden:
  - Inhalte aus den vorgefertigten Mail- und PDF-Vorlagen anpassen (nur falls notwendig).



- Mail-Vorlagen entsprechend der gewünschten Durchführungsvariante auswählen:
  - Variante mit Energiespar-Quiz: Diese Vorlagen sind um den Hinweis zum Quiz und das passende PDF in der jeweils letzten Wochen-Mail ergänzt.
  - Variante ohne Quiz (stattdessen mit Wettbewerb „Schnitzeljagd“): Diese Mailvorlagen können auch genutzt werden, wenn weder Quiz noch Schnitzeljagd durchgeführt werden soll.
- Fristen für Quiz-Einreichungen kommunizieren:
  - Zeitpunkt für die Einsendung der Quiz-Lösungscodes festlegen und mitteilen.
  - Gewinnspiel-Preise vorbereiten (z. B. Sachpreise oder nicht-materielle Anreize).

### **Dauer und Aufwand:**

- Mailings: Anpassung und Versand der Mails: ca. 15–30 Minuten pro Themenwoche.
- Quiz-Auswertung: Prüfung der Einsendungen anhand des Lösungscodes: geringer Aufwand (wenige Minuten pro Einreichung).

# MISSION POSSIBLE



## SPIELEND CO<sub>2</sub> GESPART!

Senden

Betreff Q01/1 – Mission Possible – Willkommen an Bord

LEA\_MissionFiles\_Strom-Material\_01.pdf  
3 MB



Bereit für die Mission Possible? Herzlich willkommen an Bord!

Mein Name ist Powell und ich bin Top-Agent der Spezialeinheit „Strom und Material“. Meine Aufgabe ist es, innerhalb der kommenden Woche alle wichtigen Informationen jeden Morgen unter dem Code „Mission Possible – Spielend CO<sub>2</sub> gespart!“ via E-Mail-Postfach zugestellt wird.

Das erste MissionFile zum Thema „Strom und Material“ enthält wertvolles Wissen zur umweltfreundlichen Einstellung von Geräten sowie zum effizienten Handling von Con

Die Bitte ist, sich ab heute täglich etwas Zeit dafür zu nehmen, um sich mit allen Hinweisen vertraut zu machen und diese für den Alltag zu verinnerlichen. Am Freitag wird Aussicht, ich zähle auf das gemeinschaftliche Engagement und den Erfolg unserer gemeinsamen Sache!

Danke für die Kooperation, auf gute Zusammenarbeit!

Top-Agent Powell  
Spezialeinheit „Strom und Material“



Bereit für den **FAKTENCHECK!**  
In 10 Minuten das eigene Agenten-Wissen testen!

### MOBILITÄT UND TRANSPORT

**MISSION POSSIBLE**

+++ Top-Agent Wheeler wünscht bestes Gelingen und ein gutes Ergebnis! +++

Anhand dieser Trainingseinheit lässt sich schnell und einfach herausfinden, wie gut wir vorangekommen und gemeinsam unterwegs sind. Es braucht lediglich ein paar Minuten einen wachen Kopf, um den eigenen Kurs und die Spurensicherheit zu testen. Die Einheit zeigt den eigenen Fortschritt auf und sichert die Chance auf einen Esstapenstag.

Die Kennziffern bzw. Buchstaben der richtigen Antworten (auch mehrere möglich!) chronologisch in die Lösungsskizze eintragen und den so ermittelten Code per E-Mail an die Abteilungsleiter zurückschicken. Das Mitquizzeln ist wünschenswert, aber freiwillig.

**1. WAS WÄRE DIE KLIMAFREUNDLICHSTE MOBILITÄTSFORM FÜR EINEN ARBEITSWEG VON 10KM?**

Alleinige Nutzung des eigenen PKW  
 ÖPNV  
 Fahrgemeinschaft zu dritt mit einem PKW  
 Fahrrad

**2. MITHILFE WELCHER ANPASSUNGEN KÖNNEN BEI AUTOFAHRTEN SPRIT UND CO<sub>2</sub> EINGESPART WERDEN?**

Hochtouriges Fahren  
 Niedertouriges Fahren  
 Fahren mit geringerer Geschwindigkeit  
 Häufiges Abbremsen zur Reduzierung der Geschwindigkeit  
 Abschalten des Motors bei Haltephasen ab 20 Sekunden  
 Den Reifendruck verringern

**3. WIE HOCH IST DER VERBRAUCH EINES MITTELKLASSEWAGENS DIREKT NACH DEM KALTSTART HOCHGERECHNET AUF 100 KILOMETER?**

20 Liter pro 100 km  
 30 Liter pro 100 km  
 40 Liter pro 100 km

**4. WIE VIEL CO<sub>2</sub> JÄHRLICH LÄSST SICH VERMEIDEN, WENN EIN AUTO FÜR EINEN 30 KM LANGEN ARBEITSWEG ZU ZWEIT STATT ALLEIN GENUTZT WIRD?**

Bis zu 3.000 kg  
 Bis zu 2.500 kg  
 Bis zu 1.000 kg

**5. WELCHE AUSSAGE IST KORREKT: BEI EINER WARTZEIT VON MEHR ALS 20 SEKUNDEN...**

Lohnt es, den PKW-Motor abzuschalten, um Energie zu sparen.  
 Sollte der PKW-Motor weiterlaufen, da das Ein- und Ausschalten mehr Energie verbraucht.

**6. WIE VIEL CO<sub>2</sub>-EMISSIONEN ERZEUGT EIN DURCHSCHNITTLICHER PKW PRO KILOMETER?**

1 kg  
 20 g  
 200 g

LÖSUNGSCODE:

Zur Teilnahme bitte hier den Lösungscode (in der Reihenfolge der Fragen) eintragen und per E-Mail senden. Viel Glück!

Abb. 3: Mail-Vorlage und Energiespar-Quiz als PDF-Anhang

## Themenposter – die dauerhafte Gedankenstütze

Die Aushangorte der Poster können flexibel angepasst werden, etwa an Orten mit hoher Mitarbeitendenfrequenz oder an wechselnden Stellen. Für eine ansprechende Darstellung sollten die Poster in hochwertigem Druck und ausreichender Größe erstellt werden. Es besteht die Möglichkeit, Poster bei Bedarf nachzudrucken oder digital zur Verfügung zu stellen.

### Inhalte der Themenposter:

1. Einzelposter (Format A1):
  - Vier Poster jeweils einem der Hauptthemen der Kampagne gewidmet.
  - Im Kampagnenzeitraum thematisch passend ausgehängt.

MISSION  
POSSIBLE



SPIELEND CO<sub>2</sub>  
GESPART!

## 2. Gesamtposter (Format A0):

- Enthält alle Tipps zu den vier Hauptthemen auf einen Blick.
- Dient der langfristigen Erinnerung nach Abschluss der Kampagne.

### Aufgaben für die Verantwortlichen:

- Einzelposter:
  - Poster wöchentlich oder entsprechend der Kampagnentaktung an zentralen Orten platzieren. Beispiele: Eingangsbereiche, Teeküchen, Aufzüge oder Etagenzugänge.
  - Auf eine gut sichtbare Platzierung achten, um möglichst viele Mitarbeitende zu erreichen.
- Gesamtposter:
  - Nach Abschluss der Kampagne Poster an dauerhaften, zentralen Stellen aufhängen, z. B. in Teeküchen, Besprechungsräumen oder Bürozimmern.
  - Alternativ: Poster auf mehrere Räume oder Standorte verteilen.

### Dauer und Aufwand:

- Einzelposter aufhängen: Ca. **15–30 Minuten** je Liegenschaft pro Woche für die Aktualisierung der Poster je Liegenschaft.
- Gesamtposter platzieren: Ca. **15–30 Minuten** je Liegenschaft nach Kampagnenende.

# MISSION POSSIBLE



## SPIELEND CO<sub>2</sub> GESPART!



Abb. 4: Themenposter zu „Raumklima und Wärme“

### Baustein 3: Klima- und Energierundgang

Der Baustein verbindet praxisnahe Wissensvermittlung mit interaktiven Elementen, um die Mitarbeitenden aktiv in die Kampagne einzubinden.

**Ziel:** Mitarbeitende sollen durch einen interaktiven Rundgang in den Büroräumen die wesentlichen Energiesparpotenziale vor Ort kennenlernen und für klimabewusstes Verhalten im eigenen Alltag sensibilisiert werden.

**Konzept:** Der Klima- und Energierundgang umfasst vier Stationen, die den Hauptthemen der Kampagne zugeordnet sind. Jede Station bietet prägnante Energiespartipps und Einstiegsmöglichkeiten zur Mitarbeiterereinbindung, um das Wissen spielerisch und praxisnah zu vermitteln. Detaillierte Ausführungen finden Sie im zugehörigen Konzept.



### Ablauf und Aufgaben für die Verantwortlichen:

#### Vorbereitung:

- Ankündigung des Rundgangs und ggf. organisatorische Fragen klären (z.B. Gruppen organisieren). Hierfür kann die E-Mail-Vorlage zur Information der Mitarbeitenden zum Rundgang genutzt werden.
- Erstellung der vier Stationen mit Stationsblättern, die Einspartipps und Einstiegsfragen enthalten.
- Positionierung der Stationen an passenden Orten im Büro (z. B. in der Teeküche, am Drucker).
- Optional: Organisation von Mithelfenden, die den Rundgang leiten.

#### Durchführung:

- Die Teilnehmenden durchlaufen die Stationen, beantworten Einstiegsfragen und diskutieren mögliche Einsparpotenziale.
- Moderierte Erklärungen und interaktive Elemente (z. B. Quizfragen) fördern die Einbindung.

#### Nachbereitung:

- Ggf. Sammlung von Feedback zum Rundgang.
- Optional: Übergabe eines Informationspakets mit allen Tipps und Hinweisen für die Mitarbeitenden.

#### Zeitraum:

- Durchführung zu Beginn der Kampagne, um die Themen einzuleiten und Neugier zu wecken.
- Dauer des Rundgangs: ca. 1 – 1,5 Stunden. Planung vorab ca. 6 Stunden.

#### Vorteile:

- Fördert den direkten Praxisbezug durch Anwendung in den Büroräumen.
- Aktiviert die Mitarbeitenden durch Interaktion und Diskussion.
- Kann flexibel angepasst und auch mehrfach durchgeführt werden.

## Baustein 4: Online-Lernmodul „Klimaschutz und Energiesparen im Bürogebäude“

Das Online-Lernmodul vermittelt die zentralen Inhalte der Kampagne auf eine flexible und interaktive Weise und eignet sich sowohl für die Nutzung während der Kampagne als auch für eine

MISSION  
POSSIBLE



SPIELEND CO<sub>2</sub>  
GESPART!

langfristige Einbindung in den Arbeitsalltag. Detaillierte Ausführungen finden Sie im zugehörigen Konzept.

**Ziel:** Mitarbeitende eigenständig und nachhaltig zu Klimaschutz- und Energiesparthemen informieren und motivieren.

### **Inhalte des Online-Lernmoduls:**

Aufbau:

- Drei Level, die nacheinander freigeschaltet werden und vertiefende Inhalte bieten.
- Kombination aus erklärenden Videosequenzen und interaktiven Elementen.
- Szenen aus einem kommunalen Büroalltag zur praxisnahen Vermittlung von Einsparpotenzialen.

Lernformat:

- Gesamtzeit: ca. 45 Minuten.
- Pausierbar: Der individuelle Fortschritt wird gespeichert.
- Integrierte Selbstlernkontrolle am Ende zur Festigung der Inhalte.

Zertifikat: Teilnahmezertifikat nach erfolgreichem Abschluss zum Download verfügbar.

### **Aufgaben für die Verantwortlichen:**

Bereitstellung:

- Link zur Lernplattform „Ilias“ an alle Mitarbeitenden weiterleiten.
- Kurze Erläuterung zu den Inhalten und der Registrierung (s. unten).

Kommunikation:

- Im Rahmen der Kampagnendurchführung kann eine E-Mail-Vorlage für die Information der Mitarbeitenden zum Online-Lernmodul genutzt werden.
- Wenn das Online-Lernmodul unabhängig von der Kampagne angeboten werden soll, können Mitarbeitende gesondert über den Zweck und Nutzen des Lernmoduls informiert werden, z. B. per Mail oder in Team-Meetings.
- Optional: Integration des Lernmoduls ins Onboarding neuer Mitarbeitender oder in das Intranet.



### Vorteile des Online-Lernmoduls:

- Flexibilität:
  - Einsatz sowohl im Kampagnenzeitraum als auch langfristig.
  - Einsatz des Lernmoduls unabhängig von einer Kampagnendurchführung möglich aufgrund des eigenständigen Brandings
  - Eigenständige Bearbeitung in individuellem Tempo.
- Praxisnähe: Anschauliche Szenen aus dem Arbeitsalltag.
- Langfristige Nutzung: Ideal für neue Mitarbeitende oder als regelmäßige Auffrischung.

### Dauer und Aufwand:

- Registrierung: Eigenständig durch die Teilnehmenden in ca. 5 Minuten.
- Bearbeitung des Moduls: Ca. 45 Minuten je Mitarbeitende.

### Registrierung:

#### Plattform „Ilias“:

- Datenschutzkonform und etabliert im öffentlichen Sektor.
- Keine Freischaltung durch Verantwortliche notwendig.
- Fortschritte der Teilnehmenden können aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht eingesehen werden.

#### Schritte zur Registrierung:

- Auf der Log-In-Seite den Button „Neues Benutzerkonto registrieren“ nutzen.
- Einmalige Erstellung eines Accounts mit Passwort.
- Automatisierte Mail zur Bestätigung und Freischaltung des Zugangs.
- Nach erfolgreichem Log-In ist das Lernmodul auf der Startseite verfügbar.

# MISSION POSSIBLE



## SPIELEND CO<sub>2</sub> GESPART!

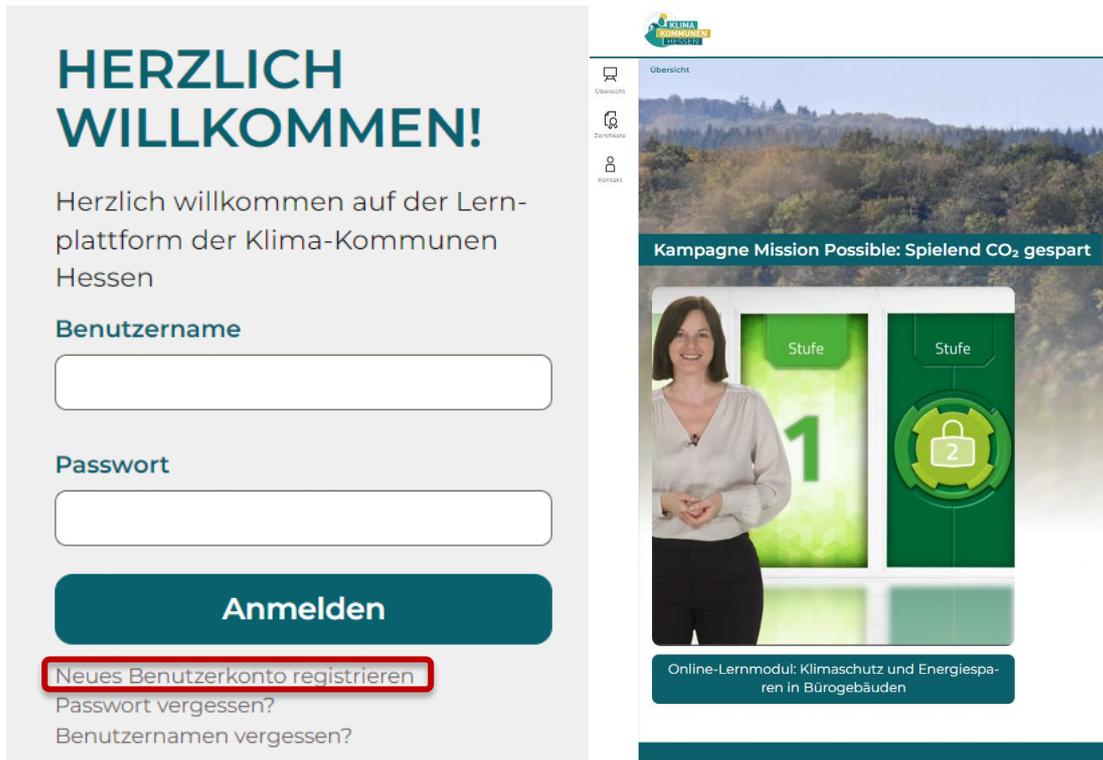


Abb. 5: Startseite mit Log-In und Registrierungsmöglichkeit sowie Startbildschirm der Plattform mit Abruf des Lernmoduls

## Baustein 5: Challenges

Dieser Baustein fördert durch Einzel- und Team-Challenges die Verstetigung nachhaltiger Verhaltensweisen im Arbeitsalltag. Die Challenge kann während oder auch nach der Kampagne umgesetzt werden und ist flexibel in der Laufzeit, z.B. über einen Monat oder dauerhaft.

**Ziel:** Klimabewusstes Verhalten langfristig zu integrieren und den Teamgeist zu stärken.

**Konzept:** Die Mitarbeitenden treten in Einzel- oder Team-Herausforderungen an, um Energie zu sparen und nachhaltige Gewohnheiten zu etablieren. Kleine Belohnungen für die besten Teams oder Einzelpersonen (z. B. nachhaltige Giveaways oder öffentliche Anerkennung im Intranet) dienen als Anreiz. Detaillierte Ausführungen und Anregungen für die Belohnungen finden Sie im zugehörigen Konzept.



### Aufgaben für die Verantwortlichen:

- Vorbereitung:
  - Auswahl der Challenge-Variante
  - Beschaffung von Material falls benötigt sowie ggf. für die Belohnungen
  - Festsetzung der „Spielregeln“
- Umsetzung:
  - Verortung und Aufbau der Challenge
  - Kommunikation an die Mitarbeitenden
  - Prüfung des Fortschritts bei der Aufgabenerfüllung
  - Vergabe der Belohnung nach erfolgreicher Aufgabenerfüllung

**Dauer und Aufwand:** Variieren je nach gewählter Variante, ca. 3-5 Stunden.

### Vorteile:

- Förderung des Teamgeists: Gemeinsam Erfolge erzielen und klimabewusstes Verhalten stärken.
- Langfristige Wirkung: Übertragung des erlernten Wissens in den Arbeitsalltag.
- Motivation: Spielerische Ansätze und Anreize erhöhen die Akzeptanz und Beteiligung.

## Baustein 6: Wettbewerb „Schnitzeljagd“

Dieser Baustein kombiniert spielerische Elemente mit Wissenstests, um die vermittelten Inhalte der Kampagne zu festigen und Mitarbeitende langfristig zu motivieren.

**Ziel:** Die Kampagneninhalte spielerisch zu wiederholen und klimabewusstes Verhalten in den Büroalltag zu integrieren.

**Konzept:** Die Mitarbeitenden werden zu Energie-Detektivinnen und -Detektiven und suchen im Bürogebäude versteckte Kärtchen mit Quizfragen zu den Hauptthemen der Kampagne. Detaillierte Ausführungen finden Sie im zugehörigen Konzept.

### Ablauf & Aufgaben für die Verantwortlichen:

Vorbereitung:



- 45 Fragekärtchen werden an thematisch passenden Orten im Büro „versteckt“ (z. B. Frage zum Kühlschrank im Kühlschrank), ohne dass die Mitarbeitenden dies bemerken. Die Verortung sollte frühzeitig bei einer Begehung festgelegt werden.
- Fragen basieren auf den in der Kampagne behandelten Energiespartipps.
- Anbringung mit Tesafilm oder Aufhängung über integrierte Lochstanzung.
- Ankündigung des Wettbewerbs und des Vorgehens. Hierfür kann die E-Mail-Vorlage zur Information der Mitarbeitenden genutzt werden.

#### Teilnahme:

- Teilnehmende suchen die Kärtchen und tragen die Antworten auf einem Lösungsbogen ein.
- Fragen können durch das vermittelte Wissen oder durch Nachlesen beantwortet werden.

#### Auswertung:

- Die korrekten Antworten ergeben einen Lösungscode, den die Teilnehmenden per E-Mail einreichen und anhand dessen die Einreichungen durch Verantwortliche geprüft werden.

#### Gewinnspiel:

- Gewinnerinnen und Gewinner werden aus den korrekten Einsendungen ausgelost.
- Kleine Preise (materiell oder immateriell) dienen als Motivation. Anregungen hierfür finden Sie im Konzept zu den Challenges.

#### Zeitraum:

- Der Wettbewerb sollte nach Abschluss der Kampagne stattfinden, damit das Wissen festigt wird – idealerweise ein bis zwei Wochen danach. Der Wettbewerb dauert ca. eine Woche.

#### Vorteile:

- Spielerische Zusammenfassung und Lernkontrolle.
- Aktivierung der Mitarbeitenden durch Bewegung im Büro und die Suche nach den Kärtchen.

#### **Dauer und Aufwand:**

Circa 1,5 Stunden je Liegenschaft/Etage (größenabhängig) für Begehung und Anbringung, zzgl. Kommunikation und Auswertung der Lösungsbögen.

MISSION  
POSSIBLE



SPIELEND CO<sub>2</sub>  
GESPART!

**Achtung:** Die Fragen im Wettbewerb bauen auf den Inhalten der Kampagne auf, sodass er nur in Kombination mit den Mailings durchgeführt werden kann. Zudem doppelten sich die Fragen zwischen den wöchentlichen Energiesparquizen und dem Wettbewerb, sodass sinnvollerweise nur eines von beiden Elementen integriert wird.



Abb. 6: Wettbewerbskärtchen in der Front- und Rückansicht

## Baustein 7: Konzept zum Green Nudging

Der Baustein nutzt einfache psychologische Prinzipien, um klimafreundliches Verhalten im Büroalltag der Mitarbeitenden zu fördern.

**Ziel:** Durch gezielte „Nudges“ (sanfte Anstupser) soll klimabewusstes Handeln im Büroalltag (automatisch) unterstützt und verstetigt werden.

**Konzept:** Green Nudging setzt auf kleine, auffällige und unauffällige, Erinnerungsmechanismen, die den Mitarbeitenden helfen, sich umweltfreundlich und energieeffizient zu verhalten. Eine zentrale Methode sind „Nudging-Aufkleber“, die an strategischen Stellen im Büro platziert werden, um



gewünschte Verhaltensweisen zu fördern. Detaillierte Ausführungen finden Sie im zugehörigen Konzept.

### **Ablauf & Aufgaben für die Verantwortlichen:**

#### Vorbereitung:

- Auswahl und Druck der vorbereiteten Nudging-Aufkleber
- Ggf. Erstellung von weiteren Nudging-Aufklebern mit kurzen, prägnanten Botschaften, die zu klimafreundlichem Handeln auffordern.
- Auswahl von Orten im Büro, an denen die Aufkleber sinnvoll platziert werden können (z. B. an der Kaffeemaschine, am Drucker, neben dem Lichtschalter).
- Ggf. Ändern der Default-Einstellungen an Druckern, Kaffeeautomaten, PCs etc.
- Ggf. ändern der Reihenfolge an Auswahloptionen, z.B. Sortierung der Dienstfahrzeuge nach Umweltfreundlichkeit.
- Ggf. Anschaffung von Infotafeln, damit Mitarbeitende dort ihre eigenen Erinnerungstützen aufschreiben können.

#### Umsetzung:

- Anbringung der Aufkleber an den ausgewählten Stellen.
- Optional: Einführung durch die Verantwortlichen, um die Wirkung der Nudges zu erklären und das Bewusstsein für klimafreundliches Verhalten zu schärfen.

#### Nachbereitung:

- Beobachtung der Veränderungen im Verhalten und Feedback durch die Mitarbeitenden.
- Möglichkeit, die Aufkleber und Infotafeln nach einer gewissen Zeit zu ersetzen oder anzupassen.

#### Zeitraum:

- Kann zu jeder Zeit während der Kampagne oder auch dauerhaft im Büro eingesetzt werden.
- Dauer: kontinuierlich über den gesamten Zeitraum der Kampagne oder länger.

#### Vorteile:

- Niedrigschwellige Intervention zur Förderung nachhaltigen Verhaltens ohne Druck.
- Erinnert auf einfache Weise an klimafreundliche Entscheidungen im Alltag.
- Fördert die langfristige Integration von klimabewusstem Handeln in den Büroalltag.

**Dauer und Aufwand:** ca. 1 Stunde pro Liegenschaft



Abb. 7: Nudging-Aufkleber zum Thema „Geräte abschalten“

## Planung und Kampagnendurchführung

### Ihre Kampagne auf einen Blick

Nachfolgend stellen wir Ihnen beispielhaft einen Ablauf aus den notwendigen Vorüberlegungen, dem tatsächlichen Umsetzungszeitraum der Kampagne und der Nachbereitung vor, der Ihnen als Orientierung dienen kann. Der Ablauf berücksichtigt die Nutzung aller vorgestellten Bausteine, um als möglichst umfassendes Beispiel zu dienen. Anpassungsmöglichkeiten sind im weiteren Verlauf zu den einzelnen Aspekten beschrieben. Bevor Sie Elemente versenden bzw. nutzen, sollten Sie stets nochmal prüfen, dass diese in Inhalt und Formulierung zu Ihrem Vorhaben und Gegebenheiten passen.



### Organisatorische Grundlagen

- Budget festlegen
- Bausteine auswählen
- Zeitplan erstellen
- Team & Verantwortlichkeiten festlegen
- Freigabe zur Umsetzung einholen

### Beschaffung & Verortung

- Verortung prüfen und Anzahl des benötigten Materials festlegen
- Druckausführungen beauftragen
- Vor Woche 1 (z.B. freitags): Anbringung der Teaser-Aufkleber

### Umsetzung – Woche 1 & 2

- Mind. einwöchiger Zeitraum zur Wahrnehmung der Aufkleber
- Ankündigung der Kampagne inkl. Startzeitpunkt und geplanter Bausteine mit Zeitplan (Versand der Mail „Wir sind dabei“ mit Agentenhandbuch)
- Tag vor Kampagnenstart Versand der Mail „Es geht los“
- Vorabkommunikation wo notwendig bei ausgewählten Bausteinen, z.B. Terminkoordination Klima- und Energierundgang

### Umsetzung – Woche 3

- Thema „Strom und Material“
- Versand der fünf Mailings inkl. Anhängen
  - Aufhängen des passenden Themenposters
  - Durchführung des Klima- und Energierundgangs

### Umsetzung – Woche 4

- Thema „Mobilität und Transport“
- Versand der fünf Mailings inkl. Anhängen
  - Aufhängen des passenden Themenposters
  - Vorabinform und Bereitstellung des Online-Lernmoduls



### Umsetzung – Woche 5

#### Thema „Raumklima und Wärme“

- Versand der fünf Mailings inkl. Anhängen
- Aufhängen des passenden Themenposters
- Aufbau und Einführung der Challenge (z.B. passend zum Vorwochenthema Mobilität)

### Umsetzung – Woche 6

#### Thema „Küche und Catering“

- Versand der fünf Mailings inkl. Anhängen
- Aufhängen des passenden Themenposters
- Green Nudging:
  - Einführung und Erläuterung der Voreinstellungen
  - Gemeinsame Anbringung der Nudging-Aufkleber
  - Anbringung und Erläuterung der Info-Tafel
- Freitags:
  - Anbringung des Übersichtsposters
  - Ankündigung und Vorabinformation zum Wettbewerb „Schnitzeljagd“
  - Unbeobachtete Anbringung der Wettbewerbskärtchen

### Umsetzung – Woche 7

#### Wettbewerb „Schnitzeljagd“

- Durchführung des Wettbewerbs

### Umsetzung – Woche 8

#### Auswertung und Abschluss

- Auswertung des Wettbewerbs und Verkündung der Gewinnenden
- Offizieller Abschluss der Kampagne inkl. Feedbackerhebung

### Monitoring

- Erhebung der Energieverbräuche über einen definierten Zeitraum zur Erfolgskontrolle und Vergleich zu alten Daten

## Organisatorische Grundlagen

Zu Beginn der Kampagnenplanung steht die Entscheidung über das verfügbare Budget. Hierbei sollten Sie sowohl Druckkosten für Print-Materialien als auch mögliche Kosten für materielle Preise bei Wettbewerben oder geringfügige Materialkosten für Challenges berücksichtigen. Da viele Bausteine digital genutzt werden können, bleiben die Ausführungskosten meist überschaubar.

Bei der Auswahl der Bausteine ist es wichtig, dass die Botschaften und Inhalte über verschiedene Kanäle wiederholt und transportiert werden, um das Wissen zu verfestigen und für Abwechslung zu sorgen. Es ist sinnvoll, zwischen digitalen und Print-Materialien sowie aktiven Inhalten, wie z. B. einem Klima- und Energierundgang, zu unterscheiden. Der Aufwand variiert dabei je nach Baustein, wobei das Online-Lernmodul und Mailvorlagen relativ wenig Aufwand erfordern, während Wettbewerbe und Rundgänge mehr Vorbereitungszeit benötigen. Ebenso muss der räumliche Kontext berücksichtigt werden, um eine einheitliche Ausspielung der Kampagne in mehreren Liegenschaften zu gewährleisten.

### Praktische Unterstützung:

Nutzen Sie die „**Kampagnenfahrplan\_Mission Possible\_Vorlage**“, um einen umfassenden Überblick über die Kampagnenmaterialien zu erhalten. Diese Allround-Tabelle hilft Ihnen:

- die Bausteine zeitlich zu planen,
- To-Dos und Verantwortlichkeiten festzulegen, und
- die Verortung der Materialien zu dokumentieren.

Der Kampagnenfahrplan bietet eine zentrale Strukturierungsgrundlage, die alle Aspekte der Planung vereint und den Einstieg in die Kampagne erleichtert.

Zusätzlich können Sie die bereitgestellte **Präsentation zur Kampagnenübersicht „Mission Possible\_Einführung“** nutzen, um sich einen schnellen und ersten Überblick zu verschaffen. Die Präsentation enthält:

- eine Einführung in die Kampagne,
- eine Übersicht der Bausteine und
- wichtige Fragen zur Planung.

## Zeitplanung

Für den Kampagnenzeitraum gibt es verschiedene Ansätze. Der klassische Wochenansatz sieht vor, dass jedes Thema eine Woche umfasst, mit täglichen E-Mails und ein bis zwei zusätzlichen Aktivitäten. Alternativ kann auch ein kürzerer Zeitraum gewählt werden, etwa eine Aktionswoche, in der jedem Thema an einem einzelnen Tag Aufmerksamkeit gewidmet wird. In jedem Fall sollte die Planung der Verantwortlichkeiten klar definiert werden, insbesondere wenn mehrere Liegenschaften beteiligt sind. Hierfür kann eine Matrix zur Aufgabenverteilung hilfreich sein, ebenso wie die rechtzeitige Berücksichtigung interner Freigabeprozesse.

### Praktische Unterstützung:

Die „**Kampagnenfahrplan\_Mission Possible\_Vorlage**“ hilft auch hier, den Zeitplan übersichtlich zu erstellen und Verantwortlichkeiten klar zuzuweisen.

#### Beispielhafter Ablauf Kommune 1 (7 Wochen)

- Planung und Vorbereitung (1 Woche): Kampagnenfahrplan erstellen, Materialien beschaffen, Aufgaben koordinieren.
- Kampagnen-Auftakt (1 Woche): Teaser-Aufkleber platzieren, Auftaktmail versenden.
- Themenwochen mit Themenpostern und Quiz (4 Wochen): Tägliche Mails und Aktionen je Thema. Jeden Freitag gibt es als Themenabschluss ein Quiz. Themenposter hängen an öffentlich zugänglichen Orten. Zum Ende des Zeitraums erinnern Nudging-Aufkleber an gewünschtes Verhalten.
- Abschluss und Evaluation (1 Woche): Gewinner auslosen, Feedback einholen.

#### Beispielhafter Ablauf Kommune 2 (9 Wochen)

- Planung und Vorbereitung (1 Woche): Kampagnenfahrplan erstellen, Materialien beschaffen, Aufgaben koordinieren.
- Kampagnen-Auftakt (1 Woche): Teaser-Aufkleber platzieren, Auftaktmail versenden.
- Themenwochen mit Themenpostern, Klima- und Energierundgang und Online-Lernmodul (4 Wochen): Zu Beginn findet ein Klima- und Energierundgang statt. Dann erhalten Mitarbeitende tägliche Mails mit Energiespartipps zu den vier Themen. Themenposter hängen an öffentlich zugänglichen Orten. Das Online-Lernmodul kann zu einem beliebigen Zeitpunkt gespielt werden.



### Beschaffung und Verortung

Der nächste Schritt ist die Beschaffung der benötigten Materialien. Dazu gehört bspw. Material und ggf. Preise für die Challenges oder Drucksachen wie Poster, Aufkleber und Wettbewerbsunterlagen. Hierbei sollte auch auf die Qualität des Materials geachtet werden, insbesondere bei Aufklebern, für die eine Druckerei genutzt werden sollte. Es ist auch wichtig, die Verortung der Materialien in den Liegenschaften im Vorfeld bei einer Begehung festzulegen, damit während der Durchführung klar ist, wo alles platziert werden soll. Achten Sie darauf, dass alle Zielgruppenangehörigen Zugang zu den Materialien haben, z.B. wenn es unterschiedliche Etagen gibt. Denken Sie auch an nachhaltige Beschaffungspraktiken.

**Nachhaltigkeitstipp:** Auch die Beschaffung kann nachhaltig gedacht werden. Die „Kompetenzstelle für Nachhaltige Beschaffung“ bietet hierzu kostenfreie Schulungen an, die Sie und Ihr Team nutzen können. Die Schulung eignet sich gut als Ergänzung und weiterführender Aspekt der Kampagne. Alle Infos finden Sie hier:

[https://www.nachhaltige-beschaffung.info/DE/Schulungen/schulungen\\_node.html](https://www.nachhaltige-beschaffung.info/DE/Schulungen/schulungen_node.html)

### Praktische Unterstützung:

Die „**Kampagnenfahrplan\_Mission Possible\_Vorlage**“ unterstützt auch bei der Planung der Verortung der Materialien in den Liegenschaften.

### Umsetzungszeitraum

Mit der individuellen Auswahl der Bausteine bleiben auch die Reihenfolge und der Umsetzungszeitraum flexibel. Der Start der Kampagne beginnt mit der Anbringung der Teaser-Aufkleber, die mindestens eine Woche vor dem offiziellen Kampagnenbeginn angebracht werden sollten. Die Kampagne kann dann durch eine offizielle Ankündigung, etwa per E-Mail (vgl. Vorlage) oder im Rahmen eines Team-Meetings, eingeführt werden. Den Mitarbeitenden sollte auf jeden Fall ein Zeitplan mitgegeben werden, damit sie über das Angebot und dessen Ablauf Bescheid wissen.



Zu Beginn der Themenwochen werden dann die Mailvorlagen und begleitende Materialien wie Poster verschickt und verteilt beziehungsweise aufgehängt. Je nach Bausteinauswahl können ergänzende Informationen zum Ablauf etc. in den Mails oder auf einer Intranetseite eingebunden werden. Die konkrete Umsetzung der Wettbewerbe, der Green Nudging-Maßnahmen und des Rundgangs erfordert etwas Vorbereitungszeit.

### **Feedback von Mitarbeitenden:**

In einer der letzten vorbereitenden Kampagnenmails wird auf die Möglichkeit hingewiesen, Rückmeldungen über das Dokument „**MissionPossible\_Feedback\_Mitarbeitende**“ einzuholen. Diese Excel-Vorlage ermöglicht es den Verantwortlichen, systematisch Feedback zur Kampagne und den wahrgenommenen Energieeinsparungen zu sammeln.

**Tipp:** Ihnen fehlt noch eine Aktion zu Ihrer Kampagne? Werden Sie kreativ! Zusätzliche Aktivitäten lassen sich ganz einfach einbinden und auch Mitarbeitende können sich bei der Organisation einbringen: Denkbar sind z.B. ein „Klima-Frühstück“, zu dem jede und jeder eine nachhaltige Komponente beisteuert; „Fahrrad-Checks“ in der Mittagspause, bei denen gemeinsam mal wieder die Fahrräder auf Vordermann gebracht werden; ein „Mittagspausenkino“ mit einer Auswahl thematisch passender Dokumentationen und Filme; ein „Repair-Café“ am Nachmittag, bei dem sich die Mitarbeitenden gegenseitig bei der Reparatur alter Gegenstände helfen oder auch ein „Tauschregal“, das gemeinsam gebaut und befüllt werden kann.

## Monitoring und Nachbereitung

Eine Erfolgskontrolle ist entscheidend. Schon vor Kampagnenbeginn sollten Sie sicherstellen, dass Energieverbrauchsdaten vorhanden sind, um nach Abschluss der Kampagne die Einsparungen bewerten zu können. Nutzen Sie das Dokument „**Feedback an LEA Hessen**“, um Ihre Erfahrungen und Verbesserungsvorschläge zur Kampagne strukturiert weiterzugeben. Dieses Feedback ist essenziell, um zukünftige Materialien zu optimieren.

MISSION  
POSSIBLE



AGENT POWELL



AGENT WHEELER



AGENTIN HEATHER



AGENTIN APPLE

SPIELEND CO<sub>2</sub>  
GESPART!

### **Kommunikation der Ergebnisse:**

Teilen Sie die Ergebnisse der Kampagne, z. B. in einer internen Mitteilung oder einer öffentlichen Pressemeldung. Dies stärkt die Akzeptanz und macht Ihre Kommune zum Vorbild im Klimaschutz.

**Tipp:** „Tue Gutes und sprich darüber!“ – Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre erfolgreichen Maßnahmen auch kommunizieren, sowohl intern als auch gegenüber der Öffentlichkeit.



## Nutzungsbedingungen

Um die Materialien nutzen zu können, müssen Sie bei der Bestellung die Nutzungsbedingungen akzeptieren. Diese sind nachfolgend zur Information aufgeführt.

1. Die durch die LEA LandesEnergieAgentur Hessen GmbH (nachfolgend „Bereitsteller“) im Auftrag des Hessischen Ministeriums für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat zur Verfügung gestellten Medien dürfen von hessischen Kommunen, Landkreisen, sowie deren Zusammenschlüssen (nachfolgend „Empfänger“) und von hessischen Unternehmen kostenfrei ausschließlich zweckgebunden für die Umsetzung von deren Kampagnen oder Öffentlichkeitsarbeit hinsichtlich der Themen Energieeffizienz, Energiesparen und Klimaschutz in Hessen genutzt werden.
2. Eine Weitergabe der zur Verfügung gestellten Medien an Dritte außerhalb der in (1) genannten Zwecke ist nicht gestattet.
3. Eine Nutzung der zur Verfügung gestellten Medien für andere als die in (1) genannten Zwecke ist nicht gestattet. Die zur Verfügung gestellten Medien dürfen nicht für politische Arbeit und/oder Wahlwerbung genutzt werden.
4. Die zur Verfügung gestellten Medien können teilweise vom Empfänger individualisiert werden. Der Empfänger verpflichtet sich, die Individualisierung ausschließlich zweckgebunden auf die in (1) genannten Zwecke auszurichten. Die Individualisierbarkeit der zur Verfügung gestellten Medien darf durch den Empfänger nicht für andere Zwecke missbraucht werden.
5. Der Empfänger verpflichtet sich, an geeigneter Stelle darauf hinzuweisen, dass die Erstellung der Vorlagen für die Medien durch das Land Hessen finanziert wurde. Wenn der Empfänger die Materialien bei Unternehmen in der eigenen Kommune oder dem eigenen Landkreis bewerben möchte, muss der Verweis auf das Land Hessen ebenfalls erfolgen.
6. Der Empfänger verpflichtet sich, zeitnah innerhalb von zwei Kalendermonaten nach der Durchführung der Kampagne oder Öffentlichkeitsarbeit gemäß (1) einen Kurzbericht und den ausgefüllten Feedbackbogen an den Bereitsteller abzuliefern. Das Beifügen von Bildmaterial zum Kurzbericht mit Eindrücken von der Umsetzung der Kampagne ist wünschenswert. Die Darstellung ist in Stichworten auf einer Seite ausreichend.
7. Der Bereitsteller sowie die Hessische Landesregierung schließen jegliche Haftung und Gewährleistung für Schäden aus, die im Zusammenhang mit der Nutzung der zur Verfügung gestellten Medien entstehen können.

MISSION  
POSSIBLE



SPIELEND CO<sub>2</sub>  
GESPART!

8. Bei Verstoß des Empfängers gegen diese Nutzungsbedingungen erlischt das Nutzungsrecht an den zur Verfügung gestellten Medien. Der Empfänger hat die Medien dann an den Bereitsteller zurückzugeben und seine digitalen Kopien zu löschen.
9. Der Bereitsteller behält sich das Recht vor, die Nutzungsrechte an den zur Verfügung gestellten Medien jederzeit zu widerrufen. In diesem Fall wird der Empfänger schriftlich informiert. Der Empfänger hat dann unmittelbar die Medien an den Bereitsteller zurückzugeben und seine digitalen Kopien zu löschen.
10. Die etwaige Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieser Nutzungsbedingungen berührt nicht die Gültigkeit der übrigen Inhalte der Nutzungsbedingungen.
11. Sollten Streitigkeiten aus der Nutzung der überlassenen Medien entstehen, so vereinbaren die Parteien als Gerichtsstand Wiesbaden.

## Ihre Meinung ist uns wichtig

Wir, die Fachstelle der hessischen Klima-Kommunen, haben alle Bausteine der „Mission Possible“-Kampagne mit unseren Partnerinstitutionen und -unternehmen mit viel Engagement und großer Motivation für Sie erarbeitet. Wir freuen uns, wenn Sie die Materialien verwenden und damit einen weiteren Beitrag zur Einsparung von CO<sub>2</sub>-Emissionen in Hessen leisten.

Um zukünftige Vorlagen noch besser auf Ihre Bedarfe anpassen zu können, sind Ihre Rückmeldungen sehr hilfreich. Melden Sie uns gerne per Anruf oder E-Mail, falls Ihnen etwas auffällt oder Sie Verbesserungsvorschläge haben. Natürlich freuen wir uns genauso über positive Erfahrungen. Falls Sie Ideen für weitere Bausteine haben, geben Sie uns gerne Bescheid. Kontakt: [klimakommunen@lea-hessen.de](mailto:klimakommunen@lea-hessen.de)

Vielen Dank!

Ihre Fachstelle „Hessen aktiv – Die Klima-Kommunen“ bei der LEA LandesEnergieAgentur Hessen GmbH

MISSION  
POSSIBLE



SPIELEND CO<sub>2</sub>  
GESPART!

## Impressum

Handlungsleitfaden „Mission Possible“-Kampagne

### HERAUSGEBER:

**LEA LandesEnergieAgentur Hessen GmbH**  
Mainzer Straße 118  
65189 Wiesbaden  
[www.lea-hessen.de](http://www.lea-hessen.de)



### WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN:

Bündnis „Hessen aktiv: Die Klima-Kommunen“  
[www.klima-kommunen-hessen.de](http://www.klima-kommunen-hessen.de)



Wiesbaden, 2025

### HINWEIS:

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessischen Landesregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerberinnen und -bewerbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Europa- und Kommunalwahlen. Missbräuchlich sind insbesondere eine Verteilung dieser Druckschrift auf Wahlveranstaltungen oder an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.