

GREENTEAMS

NETZWERK



Geschäftsleitung & andere Stakeholder überzeugen

Wie ihr eure Argumente strategisch auswählt und wirksam präsentiert

 **GREENTEAMS
NETZWERK**

Das Programm „Nachhaltig wirken – Förderung gemeinwohlorientierter Unternehmen“ mit seinen Projekten wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Europäische Union über den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) gefördert.

Mit der Durchführung der Fördermaßnahme beauftragt:

Gefördert durch:



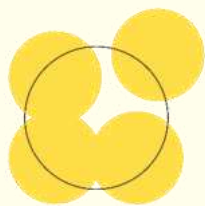
Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



Kofinanziert von der
Europäischen Union

 **IBYKUS**

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Geschäftsleitung & andere Stakeholder überzeugen

Wie ihr eure Argumente strategisch auswählt und wirksam präsentiert

Die Geschäftsleitung für euer Green Team zu gewinnen, ist ein wichtiger Hebel für eure Wirkung – aber oft auch eine echte Herausforderung. Nicht jede Führungskraft ist von Nachhaltigkeit sofort begeistert. Aber oftmals sind sie interessiert an Zukunftsfähigkeit, Effizienz, Innovationskraft oder Mitarbeitendenbindung. Deshalb ist es hilfreich nach gemeinsamen Zielen Ausschau zu halten, die eure Stakeholder überzeugen können.

Diese Anleitung hilft euch, euer Gegenüber besser zu verstehen, die passenden Argumente zu wählen und euren Pitch gezielt aufzubauen – ob in einer Präsentation, einem Gespräch oder einem kurzen Papier.

Inhalt

01. Zielgruppe analysieren: Wen wollt ihr überzeugen – und warum?	4
02. Argumente gezielt auswählen	5
03. Argumente erzählen – nicht aufzählen	5
04. Präsentation vorbereiten (oder einfach gut ins Gespräch gehen)	6
05. Was noch möglich ist – wenn ihr weitergehen wollt.....	6
06. Jetzt seid ihr dran – setzt euch zusammen!	7
07. Hier geht's zur Liste mit ausgewählten Argumenten	8

01. Zielgruppe analysieren: Wen wollt ihr überzeugen – und warum?



Bevor ihr Argumente auswählt, nehmt euch Zeit, um euer Gegenüber wirklich zu verstehen.

Fragen zur Analyse:

- Wer ist euer konkreter Ansprechpartner (Name, Rolle, Funktion)?
- Was sind aktuell wichtige Themen auf dieser Führungsebene?
- Wofür macht sich die Person stark – Innovation, Effizienz, Employer Branding?
- Was sind mögliche Sorgen oder Engpässe (z. B. Kosten, Berichtspflichten, Fachkräftemangel)?
- Gibt es aktuelle Projekte oder Strategien, an die ihr andocken könnt?



Tip: Sprecht mit Kolleg:innen, die näher dran sind – z. B. Assistenz, HR, Strategieabteilung.



02. Argumente gezielt auswählen



Unten findet ihr eine Liste mit Argumenten, aber statt alles aufzuzählen, wählt 2–4 **passende Argumente**, die gut zur Führungsperspektive passen.

Leitfragen zur Auswahl:

- Welche Punkte zeigen am besten, dass Green Teams ein echtes Problem lösen?
- Wo entsteht ein Mehrwert für das Unternehmen – sichtbar, nachvollziehbar, konkret?
- Welches Argument macht deutlich: „Wir helfen euch, besser zu werden“ statt „Ihr macht etwas falsch“?



Tipp: Stellt euch bei jedem Argument die Frage: „*Was hat die Geschäftsleitung konkret davon?*“

03. Argumente erzählen – nicht aufzählen



Ein guter Pitch lebt nicht nur von Zahlen, sondern von **Bildern und Geschichten**. Nutzt kurze Beispiele und erzählt, was euer Green Team bereits macht oder plant.

So wird aus einem Argument:

„Green Teams fördern Employer Branding.“

eine Mini-Story:

„In unserem letzten Aktionstag zur Fahrradmobilität hatten wir 120 Mitarbeitende aus vier Abteilungen dabei. Die Bilder davon wurden im Intranet über 1000-mal aufgerufen – und HR hat das Feedback bekommen, dass sich Bewerber:innen auf LinkedIn genau dafür interessiert haben.“





Tip: Nutzt die Sprache eurer Zielgruppe. Führungskräfte denken oft in Kategorien wie: Risiko, Ertrag, Effizienz, Strategie, Wirkung, Kultur.

04. Präsentation vorbereiten (oder einfach gut ins Gespräch gehen)



Ihr braucht keine Hochglanz-Folien – aber Klarheit und Sicherheit.

Ein einfacher Aufbau für eine Präsentation oder ein Gespräch:

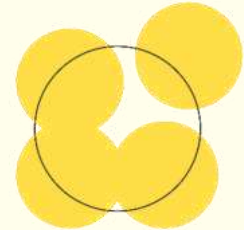
1. Warum wir hier sind (z. B. „Wir glauben, dass wir mit unserem Engagement einen echten Mehrwert schaffen können – für die Organisation.“)
2. Wer wir sind (Kurzvorstellung eures Green Teams)
3. Was wir tun (konkrete Aktivitäten, Wirkung)
4. Warum das für das Unternehmen relevant ist (ausgewählte Argumente)
5. Was wir jetzt brauchen (z. B. Unterstützung, Budget, Legitimation)

05. Was noch möglich ist – wenn ihr weitergehen wollt

- **Mehr Wirkung durch Storytelling:** Lernt, wie man mit Emotionen und Bildern Geschichten erzeugen kann, die wirklich überzeugen.
- **Messbarkeit nutzen:** Auch kleine Zahlen (z. B. Teilnehmende bei Aktionen, Umfragewerte, Projektideen) machen Wirkung sichtbar.
- **Allianzen bilden:** Holt HR, Kommunikation, Nachhaltigkeit oder Azubibetreuer:innen o.ä. mit ins Boot.
- **Pitch-Übung im Green Team:** Übt den Vortrag – intern, locker, mit Feedback. Vergesst nicht den Spaß dabei. Green Teams Arbeit darf Spaß machen, sie sollte nicht das nächste To-Do auf deiner Liste sein.

06. Jetzt seid ihr dran – setzt euch zusammen!

Ihr müsst nicht alles perfekt vorbereiten. Aber ihr könnt **strategisch klug** und mit klarem Ziel loslegen. Nutzt die Argumente unten als Werkzeugkasten – nicht als Pflichtlektüre. Wählt gemeinsam 2–3 Punkte, überlegt passende Beispiele und geht mutig ins Gespräch.



Green Teams sind nicht Bittsteller – sie sind Möglichmacher.

Ihr helft, die Zukunftsfähigkeit eures Unternehmens zu sichern. Das lohnt sich – für euch, eure Kolleg:innen und für das große Ganze. Ihr dürft also selbstbewusst damit vortreten, denn eure Anliegen sind von Bedeutung.



07. Hier geht's zur Liste mit ausgewählten Argumenten



Warum sich ein Green Team für unser Unternehmen lohnt

1. Verankerung im Kerngeschäft: Nachhaltigkeit ist Zukunftsfähigkeit

Klimakrise, Biodiversitätsverlust, Ressourcenknappheit und geopolitische Instabilität sind keine Randthemen – sie gehören laut *Global Risks Report* des Weltwirtschaftsforums (WEF, 2024) zu den **Top-4-Risiken für die Weltwirtschaft in den nächsten zehn Jahren**. Unternehmen stehen vor der Frage: Wie bleibt man erfolgreich in einer sich wandelnden Welt? Die Antwort liegt in einem Geschäftsmodell, das aktiv zur Lösung dieser Krisen beiträgt – durch **Ressourceneffizienz, Kreislaufwirtschaft, regionale Wertschöpfung und soziale Resilienz**. Green Teams fördern genau dieses Verständnis im Unternehmen. Sie bringen Perspektiven aus dem Arbeitsalltag ein, identifizieren Verbesserungsmöglichkeiten und unterstützen die Ausrichtung des Unternehmens auf langfristige Stabilität und Innovationsfähigkeit. Nachhaltigkeit ist kein Zusatz, sondern eine unternehmerische Notwendigkeit – und Green Teams sind ein Motor für diesen Wandel von innen.

(World Economic Forum (2024): *Global Risks Report*)

(Deloitte (2023): *Sustainability in Business* – 75 % der Führungskräfte sehen in Nachhaltigkeit ein zentrales Zukunftsthema für die Wettbewerbsfähigkeit ihres Unternehmens.)

2. Potenzial aktivieren

Rund 56 % der deutschen Mitarbeitenden sind laut Umfragen bereit, sich am Arbeitsplatz für Nachhaltigkeit einzusetzen – davon tun es bereits 37 % aktiv. Green Teams bieten diesem intrinsisch motivierten Personenkreis eine strukturierte Plattform, sodass Engagement nicht ungenutzt bleibt – sondern gezielt für Unternehmensziele eingesetzt werden kann.

[\(Umweltbewusstseinsstudie 2022 UBA, BMUV\)](#)

3. **Nachhaltigkeitsstrategie wirksam umsetzen**

Nur eine motivierte Belegschaft kann strategische Nachhaltigkeitsvorhaben in den Alltag tragen. Green Teams schaffen Bewusstsein und tragen dazu bei, dass sich Nachhaltigkeit als gelebte Praxis etabliert – ein entscheidender Hebel, um ambitionierte Strategien in konkrete Ergebnisse zu übersetzen. ([Boiral, Paillé & Raineri \(2015: 12f\)](#))

4. **Nachhaltigkeitsabteilung entlasten**

In Zeiten erhöhter Berichtspflichten wie CSRD sind Nachhaltigkeitsabteilungen stark ausgelastet. Green Teams übernehmen eigenständig Projekte zur Müllvermeidung, Mobilitätsoptimierung oder Employee Engagement – und beschleunigen so den Wandel im Unternehmen. ([report.telekom.com](#))

5. **Mitarbeitende binden, Ort für Identifikation bieten und Engagement ermöglichen**

Unternehmen, die echte Nachhaltigkeit leben, verzeichnen bis zu 16 % höhere Mitarbeiterzufriedenheit – ein entscheidender Faktor gegen die aktuell steigende Fluktuation und Gleichgültigkeit vieler Beschäftigter. Green Teams bieten aktiv gestaltbare Rollen, was die Bindung und Identifikation stärkt. ([cultureamp.com](#), [gallup.com](#))

6. **Employer Branding und Talente gewinnen**

Mitarbeitende in Green Teams signalisieren authentisches Nachhaltigkeitsengagement – ein starkes Gegengewicht zu Greenwashing. ERG-ähnliche Strukturen erhöhen die Bewerberattraktivität: Studien zeigen, dass Unternehmen mit aktivierten Mitarbeiter*innen zu 26 % mehr Bewerbungen u. a. von Frauen erhalten. ([cultureamp.com](#), [mckinsey.com](#))

7. **Unternehmenskultur und Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit nachhaltig stärken**

Green Teams sind Organisationsentwicklung live. Dabei fungieren sie als Keimzellen für kulturellen Wandel – sie erproben neue Formen der Zusammenarbeit, fördern bereichsübergreifendes Engagement und entwickeln das Unternehmen von innen heraus weiter. Sie sind lebendige Praxis für agile Strukturen und regeneratives Arbeiten.

8. Frühwarnsystem und Innovationsmotor

Durch ihre Nähe zu Mitarbeitenden registrieren Green Teams früh, welche Nachhaltigkeitsthemen wirklich bewegen. Sie können agil und risikolos Vorstöße in weniger formelle Bereiche wie regenerative Geschäftsmodelle wagen – ein idealer Innovationsmotor für die formale Nachhaltigkeitsabteilung. (report.telekom.com)

9. Gute Geschichten fürs Marketing

Green-Teams-Projekte wie Recyclinginitiativen, Mobilitätsaktionen oder grüne Büroinitiativen schaffen sichtbare Erfolgsgeschichten. Diese „Good Stories“ stärken interne Wertschätzung und liefern Content für Nachhaltigkeits-Reporting, Social Media & Employer Branding – mit hohem Impact bei geringen Kosten. (report.telekom.com, forbes.com)

10. Grundlage für messbare Nachhaltigkeit schaffen (Scope 0)

Auch ohne direkte CO₂-Bilanzierung wirken Green Teams: Ihr Beitrag liegt im Aufbau von Bewusstsein, Motivation und Handlungsimpulsen („Scope 0“). Indikatoren wie Teilnahmezahlen oder Ideenreichweite liefern datenbasierte Argumente dafür, dass echte Veränderung stattfindet – Basis jeder weiteren Emissionsreduktion.

Weiterbildungsangebote



Noch mehr **Leitfäden, Tools** und **Microlearnings** zu verschiedenen Themen findet ihr übersichtlich und zum kostenlosen Download auf unserer [„Lernen“-Seite](#).

Außerdem erscheinen hier regelmäßig neue Termine für **Webinare, Workshops** und **Weiterbildungen**, zu denen ihr euch direkt anmelden könnt.

Einfach den QR-Code scannen:



Für alle, die mehr wissen und wirksamer handeln wollen.

Das Green Teams Netzwerk ist ein Projekt der Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft, planetgroups und NELA. Next Economy Lab. Es wird im Rahmen des Europäischen Sozialfonds Plus (ESF Plus) vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert.

© [Green Teams Netzwerk], [2025] – CC BY-NC 4.0