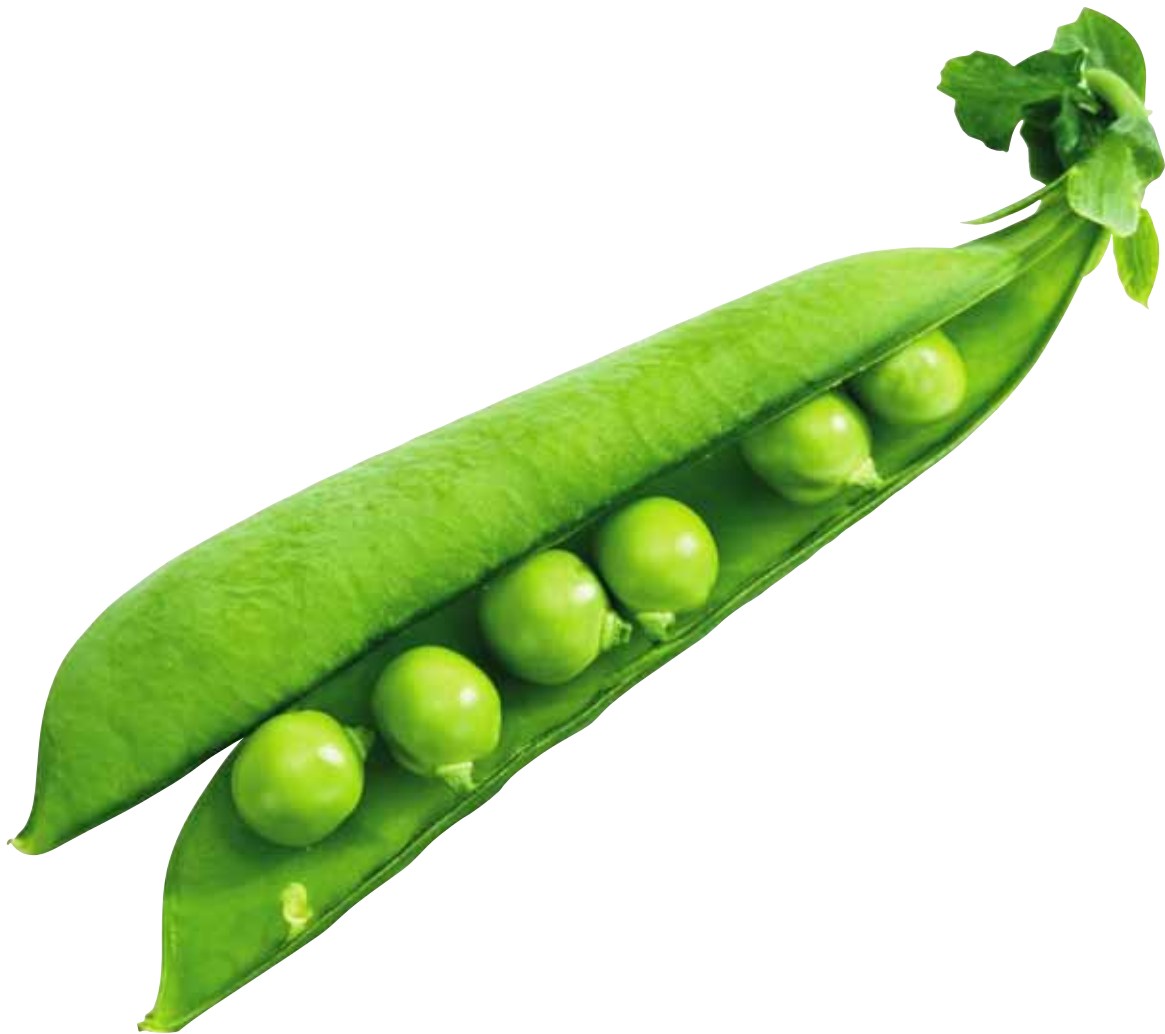


# Grüne Aussichten



Der Logica-Umweltbericht 2009

## WIR TUN WAS

---

### WAS WIR IHNEN SAGEN MÖCHTEN

Wir tun etwas für die Umwelt! Ach was, werden Sie sagen: Was kann ein Beratungs- und IT-Dienstleistungsunternehmen da schon machen? Bäume pflanzen? Batterien sammeln? Warum nicht. Aber wir haben uns noch mehr vorgenommen. Wir sind Tag für Tag aktiv und wollen unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz Schritt für Schritt verbessern.

Denn jedes Mal, wenn wir zum Telefonhörer greifen, einen Bericht kopieren oder einen Kaffee kochen, verbrauchen wir Strom. Das sind zwangsläufig Auswirkungen auf die Umwelt. In jeder Seite Papier, die wir ausdrucken, steckt ein Teil von einem Baum. Und wenn wir einen Geschäftspartner in München oder Hamburg besuchen, verbrauchen wir Benzin oder Kerosin.

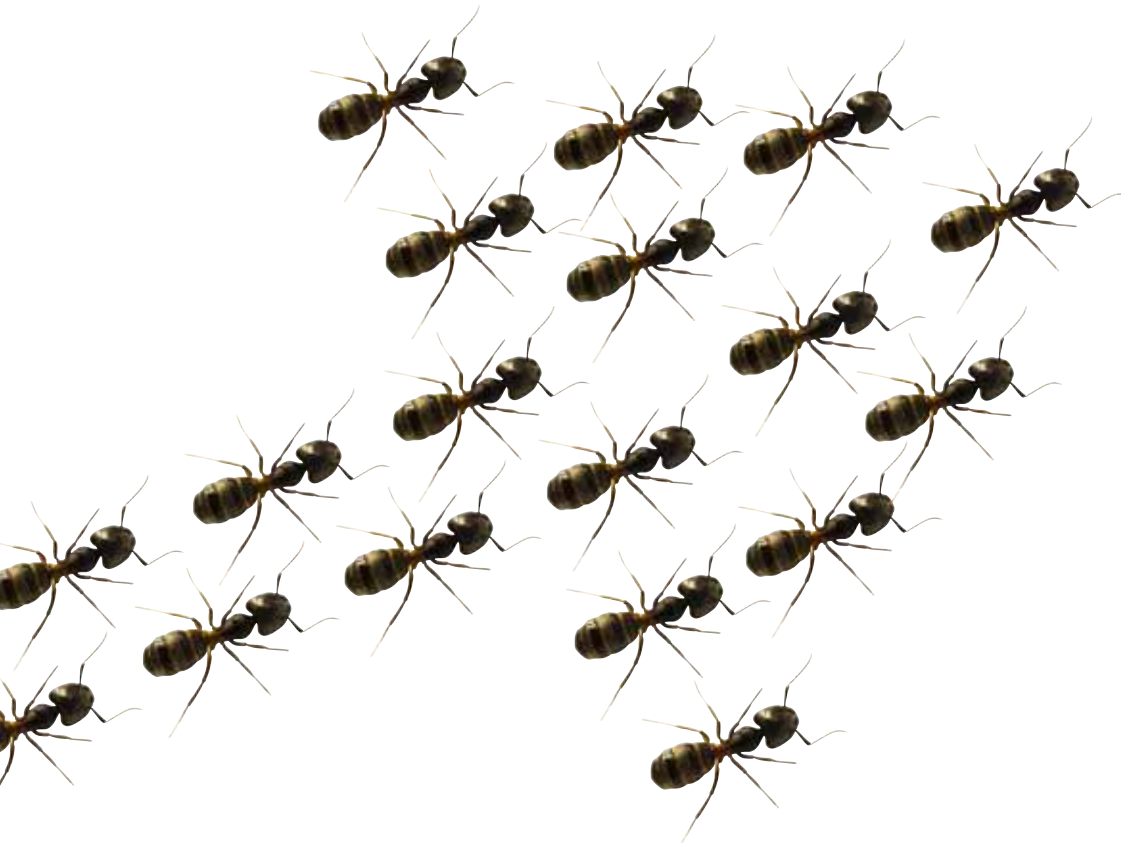
Die Liste könnte man fortsetzen: Was machen wir mit unseren Abfällen, wie umweltfreundlich sind unsere Firmenfahrzeuge, wie sorgfältig gehen wir mit unserem Trinkwasser um?

Logica mit Standorten in 39 Ländern und rund 39.000 Mitarbeitern hat für die Unternehmensgruppe weltweit umweltpolitische Leitlinien entworfen. Wir folgen dabei dem „R<sup>3</sup>“-Prinzip: Reduce, Re-use, Recycle.

**Reduce:** Wir wollen den Verbrauch von Energie zurückfahren – im Büro, unterwegs oder beim Kunden.

**Re-use:** Wir wollen Arbeitsmittel (Server, Drucker) gemeinsam nutzen und auf Einweggegenstände (Geschirr oder Besteck) verzichten.

**Recycle:** Wir wollen auf erneuerbare Energiequellen umstellen und wertvolle Rohstoffe durch Mülltrennung bewahren.



Vorsätze sind gut, Handeln ist besser. Deshalb haben wir uns konkrete Ziele für die kommenden Jahre gesteckt:

- Wir reduzieren im Vergleich zu 2008 unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen bis zum Jahr 2020 um 50 Prozent.
- Wir steigern das Bewusstsein für die ökologische Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen spürbar.
- Wir setzen Maßstäbe bei der Müllvermeidung und -trennung.
- Wir führen im gesamten Unternehmen das Papier zu 100 Prozent der Wiederverwertung zu.

Alle Umweltaktivitäten in der Organisation werden von unserem Umweltausschuss koordiniert. Er überprüft mindestens einmal im Jahr die Leitlinien und macht dem Vorstand des Unternehmens neue Vorschläge.

Die sicherlich ehrgeizigen Ziele werden erreicht durch:

- die Förderung des Umweltbewusstseins unserer Mitarbeiter sowohl zu Hause als auch am Arbeitsplatz,
- den Einsatz von Mitarbeitern, die sich um die Umsetzung der umweltpolitischen Leitlinien kümmern,
- den Aufbau von Partnerschaften mit Lieferanten und Kunden, um die schädlichen Einflüsse auf die Umwelt gemeinsam zu reduzieren,
- den gezielten Einsatz von elektronischen Kommunikationsmedien (z. B. Video- und Telefonkonferenzen), um unnötige Reisen zu vermeiden,
- den sparsamen Verbrauch von Energie und Wasser,
- Initiativen zur Abfallvermeidung und zum Recycling von Verbrauchsgütern wie Papier, Toner und Computerzubehör.

Dass sich unser Unternehmen auf einem guten Weg befindet, zeigen viele Auszeichnungen in den vergangenen Jahren. Richtig stolz sind wir auf das gute Abschneiden beim Carbon Disclosure Project (CDP) im Herbst 2009: Unter 350 börsennotierten Unternehmen belegte Logica unter den IT-Firmen den ersten Platz. Die Auszeichnung bekamen wir für die Vollständigkeit und Transparenz unserer Angaben. Dass wir auf dem richtigen Weg sind und uns öffentlich für den Klimaschutz engagieren, zeigt aber auch unsere Unterschrift unter das Kopenhagen-Kommuniqué, mit der wir ein stärkeres Engagement für den Klimaschutz auch von Regierungsseite fordern.

## DAS SIND FAKTEN!

### WAS WIR SCHON GESCHAFFT HABEN

Zahlen sagen – manchmal – mehr als Worte. Deshalb wollen wir einfach mal den CO<sub>2</sub>-Ausstoß von Logica weltweit von 2008 und 2009 gegenüberstellen. Wir meinen: Da hat sich was getan! Außerdem hat die Unternehmensgruppe für die beiden Jahre die ersten 20 Plätze einer internen CO<sub>2</sub>-Rangliste unter unseren Länderstandorten ermittelt. Deutschland hat sich mit einer Reduktion von 10,95 Prozent von Platz 15 im Jahr 2008 auf Platz 6 im Jahr 2009 verbessert.

TABELLE: CO<sub>2</sub>-BERICHT DEUTSCHLAND

Bereiche	CO <sub>2</sub> -Ausstoß 2008 (t)	CO <sub>2</sub> -Ausstoß 2009 (t)
<b>1. Transport (Firma)</b>		
Firmen- und Leasingwagen	3.814	3.255
Brennstoffe	246	151
Klimaanlage	70	110
Zwischensumme	4.130	3.517
<b>2. Energie</b>		
Strom	4.522	4.219
Fernheizung	0	0
Zwischensumme	4.522	4.219
<b>3. Reisen (Mitarbeiter)</b>		
Privatwagen	4.011	3.984
Flugreisen	651	145
Bus/Bahn	60	63
Zwischensumme	4.721	4.192
<b>Gesamtsumme</b>	<b>13.374</b>	<b>11.927</b>

## EIN AUSGEZEICHNETER WEG

---

### WARUM WIR EIN WENIG STOLZ AUF UNS SEIN KÖNNEN

„Wir sind sehr stolz.“ Oliver Mark, Umweltschutzbeauftragter von Logica in Deutschland, sprach offen aus, was wir alle im Herbst 2009 gedacht haben. Denn wir belegten den ersten Platz unter den IT-Firmen auf einer Umwelt-Rangliste des „Carbon Disclosure Project“ (CDP)!

CDP ist eine Non-Profit-Organisation, die im Jahr 2000 in London gegründet wurde. Das Ziel: mehr Transparenz bei den klimaschädlichen Treibhausgas-Emissionen. Einmal im Jahr verteilt CDP Fragebögen an Unternehmen. Gesammelt werden Daten zu CO<sub>2</sub>-Emissionen, Klimarisiken und Reduktionszielen. Wobei die Unternehmen, also auch Logica, freiwillig an dieser Untersuchung teilnehmen.

CDP verwaltet die mittlerweile weltweit größte Datenbank von unternehmensbezogenen Treibhausgas-Emissionen. CDP verwaltet aber auch Informationen darüber, mit welchen Strategien die Unternehmen auf den Klimawandel reagieren. Die Organisation ist übrigens unabhängig und wird u. a. durch Sponsoren und Mitgliedsbeiträge finanziert.

Logica erhielt die besondere Auszeichnung für die die Vollständigkeit und Transparenz seiner Angaben. Damit wurden die intensiven Bemühungen unseres Unternehmens belohnt. Oliver Mark: „Logica hat hart daran gearbeitet, die Auswirkungen auf die Umwelt sowohl in den internen Abläufen als auch in den Produkten und Lösungen für unsere Kunden zu reduzieren.“

Natürlich freuen wir uns, dass die Auszeichnung durch CDP nicht die einzige gewesen ist. Es gab in den vergangenen Jahren eine Reihe weiterer Anerkennungen:

- „Greenest Company“: 2008 und 2009 durch die britische Wochenzeitung „Sunday Times“
- „techMark“ 2009: Nachhaltigkeitspreis
- „Green Business Award“ 2009: Business Travel Award (Erstplatzierung), Emissions Reduction and Ambition Award (Highly Commended), Reporting and Account Award (Finalist)
- „Best European Greenest Outsourcers“: durch „Black Book of Green Outsourcing“ (Platz 3)

Außerdem unterzeichnete Logica das Kopenhagen-Kommuniqué vor der Weltklimakonferenz im Dezember 2009. Gemeinsam mit rund 600 anderen demonstrierte unser Unternehmen damit seine Entschlossenheit, für den Umweltschutz einzutreten. Dann haben wir den „UN Global Compact“ unterschrieben – den weltweiten Pakt zwischen den Vereinten Nationen und interessierten Unternehmen, um die Globalisierung sozialer und ökologischer zu gestalten. Schließlich sind wir im „FTSE4Good Sustainability Index“ gelistet.

## 14 PUNKTE FÜR DIE UMWELT

---

### WAS WIR IN DEUTSCHLAND TUN UND TUN WERDEN

Im Norddeutschen sagt man „Gripsch“, im Rheinland ist es die „Kitsche“ und in Schwaben der „Butze“: So viele Bezeichnungen gibt es für das Kerngehäuse eines Apfels. Das auch Sie wahrscheinlich nicht mitessen. Doch wohin dann mit dem „Krotze“ (hessisch)? Klar: Ab in den Biomüll. Ein kleiner Schritt zum Schutz der Umwelt, zugegeben. Aber es ist ein Schritt – getreu unserem „R<sup>3</sup>“-Prinzip, das auch in Deutschland gilt: Reduce, Re-use, Recycle.

Um uns selber zu motivieren, stecken wir uns für jedes Jahr bestimmte Ziele. 2009 standen im Mittelpunkt: die Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen durch unsere Arbeit, die Ermittlung von Verbrauchswerten in unseren Büros sowie die Kommunikation nach innen und außen.

Für 2010 haben wir einen verbindlichen 14-Punkte-Plan – übrigens für alle unsere Standorte in der Welt – aufgesetzt. Der Plan gilt zunächst bis Mitte 2011.

### DER 14-PUNKTE-PLAN

- 1 doppelseitiger Papierausdruck in allen Büros
- 2 energieeffiziente Geräte
- 3 umweltfreundliche Firmenwagen
- 4 Energiemanagement-Systeme an allen Standorten
- 5 mindestens 20 Prozent Energie aus nicht-fossilen Brennstoffen
- 6 Verringerung des Energieverbrauchs in den Gebäuden
- 7 Förderung von umweltfreundlichen Reisemöglichkeiten oder Alternativen
- 8 Einführung von Wasserspar-Programmen
- 9 Verbesserung der Effizienz von Heizungs- und Klimaanlage
- 10 Umweltpapier für alle internen und externen Druckerzeugnisse
- 11 Ersatz von Einweg- durch Mehrweggeschirr
- 12 Recycling von Papier, Kunststoffen, Glas und Metall
- 13 Zertifizierung nach ISO 14001 (internationale Norm für Umweltmanagement)
- 14 Auswertung von Verbrauchsdaten (Energie, Wasser, Abfall, Reisen)



Um diesen umfangreichen Plan abarbeiten zu können, haben wir unsere „Hausaufgaben“ für die nächsten anderthalb Jahre in vier Themengebiete unterteilt.

#### „Grüne“ Gebäude und Büros

Um unsere Verbrauchswerte zu reduzieren, müssen wir sie erst einmal kennen. Deshalb haben wir an allen Standorten eine Befragung durchgeführt. Zu Größe und Bauweise der Gebäude, Dachform und -belag, zum Umgang mit Müll, Regenwasser und Sonnenenergie, zu Heizungs- und Klimaanlage.

Um die gesammelten Informationen optimal auswerten zu können, haben wir eine virtuelle Instrumententafel entwickelt, auf der alle Daten übersichtlich angeordnet sind.

#### „Grüne Flotte“

Damit unsere Firmenwagen nach und nach umweltfreundlicher werden, haben wir ein Bonus-Malus-System eingeführt. Wenn ein Mitarbeiter ein neues Firmenfahrzeug bestellt, dessen CO<sub>2</sub>-Ausstoß unter 160 Gramm liegt, bekommt er je Gramm einen Euro im Monat mehr für die Ausstattung. Wenn er aber ein Fahrzeug mit einem CO<sub>2</sub>-Ausstoß über 180 Gramm ordert, verringert sich der Zuschuss für den Wagen.

Darüber hinaus wollen wir den Umstieg auf Busse und Bahnen fördern. Und wir wollen, wo immer möglich, zum Beispiel Video- oder Telefonkonferenzen einberufen. Damit eine Reise gar nicht erst nötig wird.

#### „Grüner“ Müll

Jeder noch so kleine Schritt hilft unserer Umwelt. So macht es Sinn, wenn wir in den Büros leere Tonerkartuschen oder Batterien sammeln, damit sie recycelt werden. Genauso macht es Sinn, wenn wir Papier gesondert sammeln oder unsere Essensreste in die Biotonne werfen.

#### „Grüne“ IT

Gemäß unserem 14-Punkte-Programm wurde die Standardeinstellung der rund 200 Netzwerkdrucker an unseren deutschen Standorten geändert. Gedruckt wird jetzt grundsätzlich beidseitig, Farbdrucker wechseln in schwarzweiß, alle Drucker, soweit einstellbar, nutzen den Tonersparmodus. Geplant ist die Einführung des „Follow-me-Printing“. Das bedeutet: Der Drucker wird nur dann tätig, wenn er mit einer Zugangskarte aktiviert wird.

Unser Bemühen um eine energieeffiziente Hardware führte auch zu einem Wechsel des Lieferanten.



## WIR BLEIBEN IN BEWEGUNG

---

### WAS WIR 2009 GEMACHT HABEN UND WAS WIR ERREICHT HABEN

Ein Meeting steht an. Eine gute Gelegenheit, dem Rechner ein Erholungsschläfchen zu gönnen. Schicken wir ihn doch einfach in den Suspend-Modus. Und leisten so nebenbei einen kleinen Beitrag zum Energiesparen. Wir haben uns 2009 bemüht, bei unseren Mitarbeitern, aber auch bei unseren Kunden das Bewusstsein für die „kleinen Schritte“ zum Schutz der Umwelt zu schärfen.

### „WOCHE DES UMWELTBEWUSSTSEINS“

Die Vorgabe war eindeutig: An diesem Donnerstag war jeder aufgefordert, zweimal darüber nachzudenken, ob ein Ausdruck wirklich notwendig ist. Denn dieser Tag war zum „Weniger-Druck-Donnerstag“ ausgerufen worden. Weltweit! An allen unseren Standorten. Ende 2009 haben wir zum zweiten Mal eine „Woche des Umweltbewusstseins“ durchgeführt. Und jeder der fünf Arbeitstage stand unter einem anderen Motto.

Da gab es den „Recycling-Montag“, den „Öko-Reisen-Dienstag“, den „Energiespar-Mittwoch“ und schließlich den „Schalt-mal-ab-Freitag“. Jeder von uns hatte in dieser Woche die Chance, ganz persönlich etwas für die Umwelt zu tun. An seinem Arbeitsplatz, aber auch zu Hause.

Unterstützt wurde die Kampagne durch eine ganze Reihe von Maßnahmen. Dazu zählten Poster, Filme, Web-Seminare sowie eine eigens eingerichtete Seite im Intranet mit „Top Tipps“ für eine „grünere“ Umwelt. Außerdem konnte sich jeder Mitarbeiter an einem Wettbewerb beteiligen, bei dem die besten umweltfreundlichen Projekte im Privatleben, für Kunden oder im Unternehmen ausgezeichnet wurden.

Damit nicht genug: Vor Ort fanden zusätzlich zahlreiche Aktionen statt. Da wurden Handy- oder Kleidersammlungen veranstaltet. Oder Umweltfilme gezeigt und kleine Werbegeschenke wie wiederverwendbare Taschen und Trinkbecher verteilt.

Welche Energiemengen in dieser Woche eingespart wurden, zeigen beispielhaft die Berichte aus drei Ländern. Unsere Standorte auf den Philippinen konnten im November 2009 ihren Stromverbrauch um 23 Prozent reduzieren. Schweden berichtete von einem 16-prozentigen Rückgang im Papierverbrauch. Und aus Großbritannien kam die Meldung, dass am „Weniger-Druck-Donnerstag“ im Vergleich zum Vorjahrestag 10.000 Blatt Papier weniger bedruckt wurden.

Besonders erfreulich fanden wir die Rückmeldungen der Mitarbeiter. 54 Prozent sagten, dass eine Umweltwoche auch im Jahr 2010 eine großartige Sache wäre. 96 Prozent waren der Meinung, dass Logica einen sehr positiven oder positiven Beitrag zur Umwelt geleistet hätte. Und 80 Prozent erklärten, dass sie nach der „Woche des Umweltbewusstseins“ ihr Energiesparverhalten ändern würden.

### „GREEN-AGENDA-KUNDENTAG“

Ebenfalls äußerst erfolgreich verlief in Deutschland unser erster „Green-Agenda-Kudentag“. Im Oktober 2009 hatten wir unsere Kunden für einen Vormittag ins Main Airport Center in Frankfurt eingeladen. Renommierte Experten aus der Umwelt- und IT-Szene sprachen vor einem interessierten Teilnehmerkreis über grüne Strategien, Technologien und Prozesse.

Wichtig war uns bei der Organisation des Kundentags die Nachhaltigkeit. So gab es keine gedruckten Einladungen, keine Broschüren oder Informationsblätter. Dafür bekamen die Teilnehmer Vorträge und Materialien auf einem Holz-USB-Stick. Eine Idee, die richtig gut ankam. Ebenso wie die Bio-Shirts. Als Veranstaltungsort hatten wir bewusst das Airport Center gewählt, damit die Teilnehmer mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen konnten. Und der anspruchsvolle Bio-Imbiss stammte aus der Region.

### IDEENWETTBEWERB ZU OSTERN

Wie kreativ unsere Mitarbeiter sind, hat unser Ideenwettbewerb zu Ostern 2009 gezeigt. Gesucht wurden Vorschläge, wie Logica noch umweltbewusster handeln kann. Der Startschuss fiel passenderweise am „Grün“-Donnerstag. Das Motto lautete „Ent-Spannung“. Viele interessante Ideen gingen bei uns ein. Einige der vorgeschlagenen Projekte haben wir auch schon verwirklicht: das Bonus-Malus-System beim Firmenwagenkauf zum Beispiel, oder der im Jahre 2010 eingeführte Duplex-Druck.



## SO GEHT ES WEITER

---

### WAS WIR IN DER ZUKUNFT VORHABEN

Wir haben schon viel erreicht. Auch in Deutschland. Wir haben zum Beispiel den CO<sub>2</sub>-Ausstoß von 2008 auf 2009 um elf Prozent reduziert. Das ist Platz 6 unter 39 Ländern! Aber natürlich kein Grund, die Hände in den Schoß zu legen. Im Gegenteil. Wir werden unsere Bemühungen noch verstärken.

#### „SMART OFFICE“

Wir wollen alle Möglichkeiten ausschöpfen, um unsere Arbeit so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. Zum einen ziehen wir 2010 in neue Büros in Bremen und Mannheim um, die eine besonders energiesparende Ausstattung erhalten.

Zum anderen haben wir bereits jetzt unsere Arbeitsplätze noch flexibler gestaltet und so genannte „Smart Offices“ eingerichtet: Büros in den eigenen vier Wänden. Natürlich nur freiwillig und auch nur dann, wenn die Tätigkeit uneingeschränkt von zu Hause aus erledigt werden kann.

Was wollen wir damit erreichen? Eine ganze Menge! Wir sparen Zeit und Kosten, weil die An- und Abfahrt zum Unternehmen wegfällt. Der Umwelt tut die „CO<sub>2</sub>-Atempause“ gut. Die Mitarbeiter profitieren von der zeitlichen und örtlichen Flexibilität: Die Work-Life-Balance wird verbessert. Und wir profitieren wiederum von der daraus entstehenden größeren Motivation.

### MESSBARKEIT UND TRANSPARENZ DER NACHHALTIGKEIT

Wir sind der Meinung, dass allein schon die Erfassung der Daten einer Organisation helfen kann, Bereiche für Verbesserungen zu erkennen. Deshalb wollen wir im Laufe des Jahres ein geeignetes Tool einführen, das Nachhaltigkeit für alle messbar und transparent macht. Der nächste Schritt: den Gedanken der Nachhaltigkeit in den Köpfen der Mitarbeiter zu verankern.

#### „GREEN AGENDA“

Der Kunde steht bei uns im Mittelpunkt. Das gilt auch bei unseren Bemühungen um den Umweltschutz. So investieren wir in innovative Umweltschutztechnologien und Umweltdienstleistungen. Die nutzen wir selber, bieten sie aber auch unseren Kunden an. Zu den Produkten gehören u. a. webbasierte Systeme zum Management von Energieeffizienz und „Smart Metering“, also eine intelligente Verbrauchserfassung, um den Energiekonsum genau und transparent darzustellen.



## COPYRIGHT STATEMENT

---

Copyright © 2010 Logica

All rights reserved. This document is protected by international copyright law and may not be reprinted, reproduced, copied or utilised in whole or in part by any means including electronic, mechanical, or other means without the prior written consent of Logica.

Whilst reasonable care has been taken by Logica to ensure the information contained herein is reasonably accurate, Logica shall not, under any circumstances be liable for any loss or damage (direct or consequential) suffered by any party as a result of the contents of this publication or the reliance of any party thereon or any inaccuracy or omission therein. The information in this document is therefore provided on an "as is" basis without warranty and is subject to change without further notice and cannot be construed as a commitment by Logica.

**Logica**  
Am Limespark 2  
65843 Sulzbach (Taunus)  
Germany  
T: +49 6196 7742-0  
green.de@logica.com

[www.logica.de](http://www.logica.de)

CODE 939 0310

---

Als Serviceanbieter für Business und Technologie bietet Logica mit 39.000 Mitarbeitern weltweit Consulting, Systemintegration und Outsourcing an. In langfristig angelegter Zusammenarbeit mit den großen Unternehmen Europas entwickelt Logica ein Kundenverständnis, das die nachhaltige Integration von Menschen, Business und Technologie in innovative, wertschöpfende Lösungen ermöglicht. Das Unternehmen ist an den Börsen in London und Amsterdam (LSE: LOG; Euronext: LOG) gelistet. Weitere Informationen sind unter [www.logica.de](http://www.logica.de) verfügbar

.....  
AUSTRALIA / BELGIUM / BRAZIL / CANADA / CZECH REPUBLIC / DENMARK / EGYPT / ESTONIA / FINLAND / FRANCE  
GERMANY / HONG KONG / HUNGARY / INDIA / INDONESIA / KUWAIT / LUXEMBOURG / MALAYSIA / MOROCCO  
NETHERLANDS / NORWAY / PHILIPPINES / POLAND / PORTUGAL / RUSSIA / SAUDI ARABIA / SINGAPORE / SLOVAKIA  
SPAIN / SWEDEN / SWITZERLAND / TAIWAN / UKRAINE / UNITED ARAB EMIRATES / UK / USA