

Nachhaltiges Wirtschaften zählt
inzwischen zur Firmenphilosophie
vieler erfolgreicher Unternehmen

ZUR NACHAHMUNG EMPFOHLEN

Nachhaltigkeit ist das Gebot der Stunde. Doch wie kann es gelingen, das eigene Unternehmen nachhaltig zu führen? Wir haben mit Unternehmerinnen aus verschiedenen Branchen gesprochen, die sich dieser Herausforderung stellen – mit großem Erfolg.

Text ANKE BRACHT

Als Laura und ich das Unternehmen 2006 von unserer Mutter erbten, war der Weg zur Nachhaltigkeit durch ihr Engagement bereits vorgezeichnet“, sagt Maren Grondey. Gemeinsam mit ihrer Schwester führt sie das Familienunternehmen Siemer Verpackungen in Ronnenberg bei Hannover in vierter Generation. „Es ist unsere Intention, das nachhaltigste Unternehmen in unserem Segment zu sein“, sagt die Geschäftsführerin und berichtet von den Maßnahmen, die zum Ziel führen sollen. „Wir sind ein klimaneutrales Unternehmen – und zwar in allen Bereichen, von den

Gebäuden über den Fuhrpark bis hin zu Geschäftsreisen.“ Einfach umzusetzende Maßnahmen wie stromsparende LED-Leuchtmittel in der gesamten Produktion, recyceltes Toilettenpapier oder Steckdosen mit Schalter zur Stromabstellung zählen bei den „Jungen Schachteln“, wie ihre Unternehmensmarke heute heißt, ebenso zum Gesamtkonzept wie Fairtrade-Arbeitskleidung für die Mitarbeiter*innen, Fairtrade-Kaffee aus einer hannoverschen Rösterei und Bio-Snacks aus der Region. Die Standarddruckfarben sind Cradle-to-Cradle-zertifiziert, die Druckplatten werden chemiearm entwickelt und die Inves-

tion in modernste Mess- und Regeltechnik schlägt mit einer Reduzierung von Makulaturmengen von 25 Prozent zu Buche. Zudem haben die Schwestern 2019 in Kompressoren mit Wärmerückgewinnung investiert. Das alles klingt nach einem gewaltigen Kraftakt, aber die Geschäftsführerin winkt ab. „Es ist für uns selbstverständlich“, so Grondey, „wir leben privat ja auch so.“ Gelebte Nachhaltigkeit ist eine permanente Herausforderung: Das ist Maren und Laura Grondey bewusst. Sie setzen auf Workshops mit ihren 33 Mitarbeiter*innen, um immer wieder das Bewusstsein für das Thema zu schärfen, sind Unterstützer der Gemeinwohl-Ökonomie und engagieren sich bei „Fridays for Future“. Neuestes Projekt ist die naturnahe Gestaltung des Betriebsgeländes, mit Dachbegrünung und viel Platz für Blütenpflanzen für Insekten. Spruchreif sei es noch nicht, sagt Maren Grondey, aber sie denke auch an einen Hühnerstall. Und klingt dabei richtig glücklich.

Nachhaltigkeit steht auch bei Vanessa Weber ganz oben auf der Agenda. Die Chefin von Werkzeug Weber aus Aschaffenburg führt das 26-köpfige Familienunternehmen seit 2002 und in vierter Generation. Nebenbei hat sie sich noch eine Karriere als Keynote-Speakerin aufgebaut. „Machen statt quatschen“, lautet ihr Motto. „Wir haben schon vor Jahren unsere Beleuchtung auf LED-Tageslicht umgestellt, das macht wach und frisch und spart Strom“, berichtet Vanessa Weber. „Wir beziehen Obst von regionalen Bauern als Pausensnacks und nutzen für den Versand, wenn möglich, Kartonagen, die wir direkt vom Hersteller erhalten.“ Von Wasserflaschen hat sich das Unternehmen ebenfalls verabschiedet: „Das Aschaffener Leitungswasser ist ausgezeichnet“, sagt Vanessa Weber. Seit 2012 engagiert sie sich für das Erreichen der Klimaziele und für Nachhaltigkeit – und hat ihren eigenen Lifestyle diesen Zielen angepasst. Statt Auto nimmt sie das E-Bike, die Bahn oder fährt bei Kolleg*innen mit, das Reisen in Vor-Coronazeiten hatte sie ebenfalls eingeschränkt. Online-Meetings und Homeoffice waren für sie und ihr Team schon vor März 2020 selbstverständlich. Und sie lässt ihren Mitarbeiter*innen Raum, sich ebenfalls zu engagieren. So ist die Teilnahme an Demonstrationen und ehrenamtlichem Engagement durchaus erwünscht. „Wir wollen ein positives Unternehmerbild vermitteln, und Sichtbarkeit und Reichwei-

te zu bekommen ist für dieses Ziel wichtig“, stellt die Geschäftsführerin fest. Deshalb geht ihr Engagement deutlich über das eigene Unternehmen hinaus. Sie ist bei den Wirtschafts-junioren aktiv und unterstützt das deutschlandweite Klimaprojekt „Plant for the Planet“ in ihrer Heimatstadt Aschaffenburg. Bei der jährlich stattfindenden eintägigen Akademie nähern sich 8- bis 13-jährige Schülerinnen und Schüler dem Thema Klimakrise und nehmen an einer Baumpflanzaktion teil. In diesem Jahr ist die Aktion für den 17. Oktober geplant. 12.000 gespendete Bäume sollen gepflanzt werden. „Wenn jeder etwas macht, ist der Impact einfach größer“, sagt Vanessa Weber, „es muss ja nicht alles perfekt sein, jeder kleine Schritt zählt.“ Der nächste könnte allerdings in puncto Aufmerksamkeit für ihre Sache ein großer sein: Sie ist für den Next Generation Award 2020 nominiert, der am 31. August im Rahmen der VdU-Jahresversammlung in Rostock-Warnemünde vergeben wird.

Auch beim Straßenbauunternehmen Storz in Tuttlingen ist Nachhaltigkeit ein großes Thema – und das nicht erst seit heute. „Storz ist ein Familienunternehmen, und nachhaltiges Wirtschaften ist seit der Gründung 1927 fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie“, sagt Geschäftsführerin Susanne Gräfin Kesselstatt. „Gerade weil wir als Straßenbauer*innen in die Umwelt eingreifen und Flächen versiegeln, fühlen wir uns verpflichtet, den ökologischen Fußabdruck so gering wie möglich zu halten.“ Der schonende Umgang mit der Natur, Energieeffizienzsteigerung, Einsatz von Recycling und die Minimierung von Emissionen kommen im Nachhaltigkeitskonzept von Storz ebenso zum Tragen wie der Einsatz modernster Technik, umweltfreundliche Bauverfahren und optimierte Bauprozesse. „Die Sensibilisierung und Schulung unserer Mitarbeiter*innen ist uns ein weiteres wichtiges Anliegen“, so Gräfin Kesselstatt, „da Änderungen im Verhalten ein hohes Einsparungspotenzial mit sich führen.“ In Addition zur Umwelt- und Energiepolitik hat sich die Unternehmensgruppe Storz 2012 dazu verpflichtet, ein betriebliches Energiemanagement-System nach DIN EN ISO 50001 einzuführen. Dies beinhaltet einen jährlichen Maßnahmen- und Aktionsplan. „Das Resultat kann sich sehen lassen“, freut sich die Geschäftsführerin, „in diesem Zeitraum konnten wir in unserer Unternehmensgruppe rund 5600 Tonnen CO₂ einsparen.“ Zu den Maßnahmen, die auch weiterhin eine gute Emissionsbilanz sicherstellen, zählen modernste Motorentech-



Vanessa Weber



Maren Grondey

Fotos © Don Pablo/Shutterstock; Werkzeug Weber/Bettina Broggisser-Geiser; Siemer Verpackungen

nologie bei Fahrzeugen und Baumaschinen oder Telematiksysteme für den Transport – und die Digitalisierung: „Für viele ist Digitalisierung im Straßenbau noch ferne Zukunft, bei uns gehört sie mehr und mehr zum Baustellenalltag. Mit unserer Digitalisierungsstrategie Storz Bauen 4.0 verfolgen wir das Ziel, alle wesentlichen Bauprozesse durch die Vernetzung effizienter und effektiver zu gestalten und somit auch CO₂ zu reduzieren.“ Bei Storz habe man beim Thema Nachhaltigkeit die gesamte Wertschöpfungskette im Blick, denn, davon ist Susanne Gräfin Kesselstatt überzeugt: „Überall gibt es Rädchen, an denen man drehen kann.“

Wie sich ein Modeunternehmen klimaneutral führen lässt, zeigt Eva Corsten. Die hat 2010 LUPACO gegründet, ein Label für Outdoor-Mode. Die Idee dazu hatte sie, als sie für ihren ältesten Sohn keine Regenbekleidung fand, die sowohl atmungsaktiv als auch modisch war. Heute bietet sie in ihrem Onlineshop und im LUPACO Concept Store in München auch Outdoor-Kleidung für Erwachsene an. Seit 2019 ist das Unternehmen klimaneutral: „Wir arbeiten generell nur mit zertifizierten Materialien und Produktionsstätten“, sagt die Geschäftsführerin, „suchen nach neuen – recycelten – Stoffen, achten auf klimafreundliche Transporte. Unsere Mitarbeiter*innen und wir kommen zu Fuß oder per Rad zur Arbeit oder arbeiten im Homeoffice. Außerdem haben wir dazu verpflichtet, eine Initiative in Brasilien zu unterstützen, die gegen die weitere Abholzung des Urwalds kämpft.“ Die Initialzündung für ein klimaneutrales Unternehmen sei die Kontaktaufnahme durch die Klimainitiative StarnbergAmmersee gewesen, dort lebt Eva Corsten mit ihrer Familie. „Mit Unterstützung dieser Initiative können Privatpersonen und Firmen ihre Klimabelastung auf einfache Art berechnen, Minderungsmaßnahmen definieren und umsetzen und die verbleibende Menge an Emissionen durch Engagement bei internationalen Klimaschutzprojekten auszugleichen.“ So versendet LUPACO Ware an Kunden mit DHL Go Green; das Modeunternehmen verzichtet wo möglich auf Plastik. Jedes Unternehmen könne sich nachhaltig orientieren, macht Eva Corsten anderen Unternehmer*innen Mut: „In meinen Augen ist es das Wichtigste,



Eva Corsten



Anna Alex



Susanne Gräfin Kesselstatt

Bewusstsein für den Klimaschutz innerhalb der Firma zu schaffen und die Mitarbeiter*innen aufzuklären. Ist die Dienstreife wirklich notwendig, oder reicht eine Videokonferenz? Muss ich das Dokument wirklich ausdrucken? Was esse ich? Welche Materialien kann ich wiederverwenden?“ Eva Corsten weiß aus Erfahrung mit LUPACO: „Es gibt unendlich viele kleine Schritte, die eine große Wirkung erzielen können. Dies sollte aber über die Arbeit auch in den privaten Bereich übertragen werden. Daher ist Aufklärung für mich das stärkste Tool.“

Diesen Satz würde Anna Alex wohl unterschreiben. Die Gründerin von Outfittery hat im Januar 2020 gemeinsam mit Helpling-Gründer Benedikt Franke Planetly an den Start gebracht. Das Climatech-Start-up will Unternehmen dabei unterstützen, ihren CO₂-Austausch zu regulieren. Den Kohlendioxid-Fußabdruck zu analysieren, zu reduzieren und auszugleichen ist bislang fast immer Sache spezieller Beratungen, die sich vor allem an größere Unternehmen wenden. Die Plattform Planetly geht der Lösung des CO₂-Problems mit Software und Datenauswertungen nach und ist damit für größere wie für kleinere Unternehmen interessant. „Wir sind kein Beratungsunternehmen, wir stellen Tools zur Verfügung, die für Transparenz sorgen“, sagt die Gründerin. Die Kund*innen nutzen Planetly gegen eine monatliche Gebühr im Software-as-a-Service-Modell (SaaS): Nach der Dateneingabe und -auswertung erhalten sie wissenschaftlich basierte, automatisiert erstellte Empfehlungen zur CO₂-Reduktion und im weiteren Schritt Vorschläge zu Projekten, mit denen kompensiert werden kann, was sich nicht vermeiden lässt. Ein sich ständig wiederholender Prozess, der zu positiven Veränderungen bei der CO₂-Bilanz führt. „Was wir nicht messen, können wir nicht managen“, sagt Anna Alex. Doch genau das sei die Aufgabe, und sie würde immer mehr an Bedeutung gewinnen. Das Managen der Nachhaltigkeit: Eine Herausforderung, der sich Unternehmer*innen verschiedenster Branchen bereits heute erfolgreich stellen. ■

Fotos © Michael Schmitzenbaumer; Planetly; Storz

Für alle externen und internen Prozesse:
Unterschreiben Sie in Sekundenschnelle.
Digital und rechtssicher!

