



NACHHALTIGKEIT

UMWELTFREUNDLICH - SOZIAL VERANTWORTLICH - EFFIZIENT



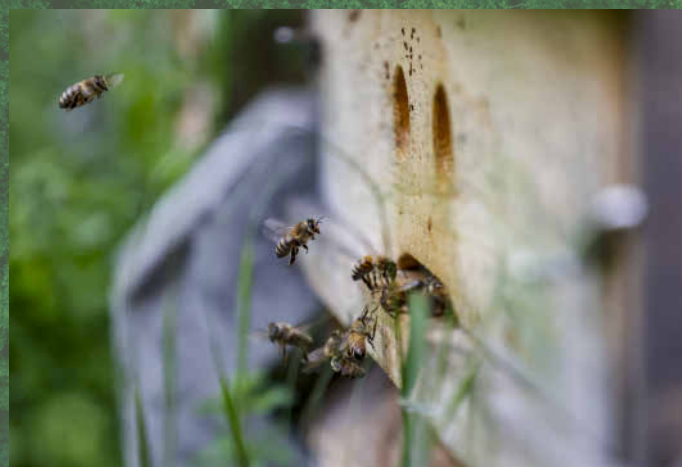
Grüner Austausch

Beim Round Table der VRM trafen sich Vertreter der regionalen Wirtschaft und Bundespolitiker Omid Nouripour, um gemeinsam Wege in eine nachhaltige Zukunft zu diskutieren.



Vielfalt der Arten

Um dem Aussterben verschiedener Tier- und Pflanzenarten entgegenzuwirken, können Unternehmer einiges tun. Mögliche Maßnahmen beginnen bereits bei der Gestaltung des Firmengeländes.



KI für die Umwelt

Von Energieeffizienz über erneuerbare Energien bis hin zum Recycling: Künstliche Intelligenz kann bereits heute in vielen Bereichen für mehr Nachhaltigkeit eingesetzt werden.





Brigitte Rudolph
Geschäftsleitung
Sonnenkönig

„Bei Sonnenkönig zählt nicht nur, was wir tun – sondern wie. Wir setzen auf ganzheitliche Energielösungen: PV-Anlagen, Speicher, Wärmepumpen, E-Mobilität. Mit regionalen Teams, kurzen Wegen und CO2-armen Materialien aus Europa leben wir Nachhaltigkeit konsequent. Denn wer lokal verwurzelt ist, denkt langfristig – und handelt verantwortungsvoll.“



Peter Germann
Geschäftsführer
Scherer GmbH & Co. KG

„Wir, die Scherer GmbH & Co. KG Mainz, sind Teil der Unternehmensgruppe Scherer, einem Automobilhandelsunternehmen mit 37 Betrieben an 23 Standorten. Mit unserem täglichen Handeln und unseren Entscheidungen leisten wir den bestmöglichen Beitrag zu umwelt- und ressourcenschonenden Prozessen. Wir tragen dazu bei, dass sich die Mobilitätsbedürfnisse unserer Kunden sauberer und nachhaltiger gestalten.“



Viola Köster
Leiterin Personal & Zentrale Dienste
AMC Deutschland

„Nachhaltigkeit ist für mich ein grundlegender Wert, der jeden Bereich unseres Lebens durchdringen sollte. Als Personalleiterin eines Unternehmens für nachhaltiges Kochequipment und Mutter sehe ich es als meine Verantwortung, sowohl beruflich als auch privat die Umwelt zu schützen und Ressourcen zu schonen. Wir bei AMC fördern bewusstes Handeln, um mit nachhaltigem Kochequipment langfristig eine lebenswerte Welt für nachfolgende Generationen zu erhalten.“



Die Teilnehmer des Round Table der VRM zur Nachhaltigkeit (von links nach rechts): Christiane Seelgen, Prokuristin/VP Business Development bei der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH, Clemens Petzold, Head of Marketing DACH bei Panasonic Marketing Europe GmbH, Bernhard A. Moser, Inhaber von Moser Caravanning GmbH, Tobias Goldbrunner, Chefredakteur Nachrichten der VRM, Melanie von Hehl, Geschäftsführerin Media Sales bei der VRM, Markus Prüßmann, Geschäftsführer von Solardirekt24 GmbH, Omid Nouripour, Vizepräsident des Deutschen Bundestages, Peter Germann, Geschäftsführer bei Scherer GmbH & Co. KG Mainz, Brigitte Rudolph, Geschäftsführerin von Sonnenkönig - Spezialist für Solar & Energiespar-Technik GmbH & Co. KG, Viola Köster, Leiterin Personal & Zentrale Dienste bei AMC Deutschland, Elmar Haudel, Technischer Projektleiter Campus Transformation bei Opel Vauxhall & Stellantis Germany, Patrick Bertman, Head of Corporate Development bei DB Cargo.

Foto: Lukas Görlach

(red). Die Herausforderungen für die neue Bundesregierung – sie sind gewaltig. Das weiß kaum einer so gut wie Omid Nouripour. Schließlich war er mitten drin, als die letzte Regierung scheiterte. Als Co-Vorsitzender der Grünen. Mittlerweile ist der Frankfurter Vizepräsident des Deutschen Bundestages. Und gab beim „Round Table Nachhaltigkeit“ der VRM Einblicke in eben jene Baustellen der aktuellen Zeit. Die wichtigste Botschaft von Nouripour an die Teilnehmer lautete dabei: „Ich könnte es mir in der Opposition leicht machen und sagen: Das ist die schlechteste Regierung und die schlechteste Wirtschaftsministerin aller Zeiten. Aber das hilft nichts, gar nichts.“ Zwar unterliefen der schwarz-roten Regierung nahezu täglich handwerkliche Fehler, allerdings hätte auch diese die 100-Tage-Frist verdient – auch wenn man in Zeiten wie diesen eigentlich keine 100 Tage habe. Umso mehr betonte Nouripour: „Deshalb finde ich: Es gehört sich nicht, draufzudreschen. Die Zeiten sind so ernst, dass wir ihnen helfen müssen, wo wir können.“

Beim alljährlichen „Round Table Nachhaltigkeit“ der VRM war Nouripour der Main-Speaker, mehrere Unternehmer aus der Region stellten dem Grünen-Politiker anschließend Fragen zur Nachhaltigkeit – und anderen spannenden Themen. Dabei stand natürlich auch der aktuelle Koalitionsvertrag im Fokus. Dieser gebe an sich nicht viel her, „erst recht nicht im Klimabereich“. Dass das 500 Milliarden Euro schwere Infrastrukturpaket auf den Weg gebracht wurde, findet Nouripour wichtig, er warnt aber vor falschen Erwartungen: „Man muss von der ersten Sekunde an verstehen, dass das Geld nicht dafür da ist, damit der Bund Geld ausgibt, eine Plakette draufgeklebt wird und dann jemand aus der Bundesregierung kommt und sagt: Schau, wir haben eure Brücke gerettet. Genauso wird es nicht funktionie-

ren.“ Allen im Kabinett wünscht er, „dass sie deutlich ambitionierter die Probleme angehen, als es im Koalitionsvertrag niedergeschrieben ist“.

Wie wichtig Nachhaltigkeit im Alltag ist, unterstrichen auch die Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Region. „Mit unserem täglichen Handeln und unseren Entscheidungen leisten wir den bestmöglichen Beitrag zu umwelt- und ressourcenschonenden Prozessen. Wir tragen dazu bei, dass sich die Mobilitätsbedürfnisse unserer Kunden sauberer und nachhaltiger gestalten“, erklärte Peter Germann, Geschäftsführer Scherer GmbH & Co. KG Mainz. Diese ist Teil der Unternehmensgruppe Scherer, einem Automobilhandelsunternehmen mit 37 Betrieben an 23 Standorten. Ein großer Fokus gelte natürlich der E-Mobilität.

Spannende Themenfelder sind natürlich zum Beispiel auch Photovoltaik und Wärmepumpen. Bei Sonnenkönig zähle dabei nicht nur, „was wir tun – sondern wie“, sagte Brigitte Rudolph, Geschäftsführerin von Sonnenkönig, Spezialist für Solar & Energiespar-Technik GmbH & Co. KG. Man setze auf ganzheitliche Energielösungen: PV-Anlagen, Speicher, Wärmepumpen, E-Mobilität. „Mit regionalen Teams, kurzen Wegen und CO2-armen Materialien aus Europa leben wir Nachhaltigkeit konsequent. Denn wer lokal verwurzelt ist, denkt langfristig – und handelt verantwortungsvoll“, so Rudolph.

„Nachhaltigkeit ist für mich ein grundlegender Wert, der jeden Bereich unseres Lebens durchdringen sollte“, berichtete Viola Köster von AMC Deutschland. Als Personalleiterin eines Unternehmens für nachhaltiges Kochequipment und Mutter „sehe ich es als meine Verantwortung, sowohl beruflich als auch privat die Umwelt zu schützen und Ressourcen zu schonen.“

„Wir müssen helfen, wo wir können“

Beim Round Table der VRM führen Unternehmer aus der Region spannende Gespräche mit dem Vizepräsidenten des Bundestags Omid Nouripour.



Omid Nouripour stellt sich in der VRM den Fragen der Teilnehmer.
Foto: Lukas Görlach



Markus Prüßmann
Geschäftsführer
Solardirekt 24 GmbH

„Nachhaltigkeit bedeutet für uns, seit 2007 aktiv zur Energiewende beizutragen. Durch die Installation von Photovoltaik, Solarthermie und Wärmepumpen ermöglichen wir unseren Kunden eine umweltfreundliche, unabhängige und langfristig wirtschaftliche Energieversorgung. So gestalten wir die Zukunft mit – sauber, effizient und verantwortungsvoll.“



Bernhard A. Moser
Inhaber
Moser Caravanning GmbH

„Wir alle müssen unsere Umwelt schonen und dazu beitragen, dass die Energiewende gelingt. Für unser Unternehmen ist es wichtig, sehr aufmerksam mit Nachhaltigkeit umzugehen. Je sensibler wir das tun, umso mehr sehen wir die Potenziale, die sich uns damit bieten. Wenn wir vorbildlich und vorausschauend auf Nachhaltigkeit setzen, werden unsere Kunden uns folgen.“



Der Grünen-Politiker Omid Nouripour hält zu Beginn des Round Tables eine Keynote.

Foto: Lukas Görlach



Freundliche Begrüßung: Melanie von Hehl, Geschäftsführerin der VRM-Media Sales, empfängt Omid Nouripour. Foto: Lukas Görlach

Wir bei AMC fördern bewusstes Handeln, um mit nachhaltigem Kochequipment langfristig eine lebenswerte Welt für nachfolgende Generationen zu erhalten.“

Markus Prüßmann, Geschäftsführer Solardirekt 24 GmbH, erläuterte: „Nachhaltigkeit bedeutet für uns, seit 2007 aktiv zur Energiewende beizutragen. Durch die Installation von Photovoltaik, Solarthermie und Wärmepumpen ermöglichen wir unseren Kunden eine umweltfreundliche, unabhängige und langfristig wirtschaftliche Energieversorgung.“ So gestaltet man die Zukunft mit – sauber, effizient und verantwortungsvoll.

„Wir alle müssen unsere Umwelt schonen und dazu beitragen, dass die Energiewende gelingt. Für unser Unternehmen ist es wichtig, sehr aufmerksam mit Nachhaltigkeit umzugehen“, sagte Bernhard A. Moser, Inhaber der Moser Caravaning GmbH. „Je sensibler wir das tun, umso mehr sehen wir die Potenziale, die sich uns damit bieten. Wenn wir vorbildlich und vorausschauend auf Nachhaltigkeit setzen, werden unsere Kunden uns folgen.“ Der Sektor Caravaning boomt be-

kanntlich. Die Fahrzeuge bestehen immer mehr aus nachhaltigem Material, auch das Heizen eines kleinen Raumes sei sparsamer als das Heizen eines Hotelzimmers.

Christiane Seelgen, Prokuristin/VP Business Development von Wiesbaden Congress & Marketing GmbH, weiß, dass Nachhaltigkeit auch auf Veranstaltungen eine große Rolle spielt. Sie schilderte: „Für uns als WICM ist Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Sowohl bei nachhaltigen Events in unseren Veranstaltungshäusern, bei Outdoorformaten wie dem Theatrum oder der Rheingauer Weinwoche, als auch im touristischen Umfeld steht ein strukturiertes und effizientes Nachhaltigkeitsmanagement im Fokus.“ So helfe man seinen Kunden und Gästen, dies ebenfalls zu leben und Wiesbaden als nachhaltige Stadt zu genießen. Ob bei Ankündigungen oder vor Ort.

Spannende Ziele verfolgt auch Opel im Bereich Nachhaltigkeit – sowohl bei Fahrzeugen als auch im Arbeitsbereich. „Nachhaltigkeit ist ein ganzheitliches Thema. Bei Stellantis verfolgen wir einen 360-Grad-Ansatz, vom Bereich Circular Economy bis zur Elektromobilität. Wir überprüfen ständig unseren CO2-Fußabdruck, modernisieren unsere Standorte, reduzieren die Emissionen und verringern den Flächenverbrauch. Beispiel Rüsselsheim: Hier schaffen wir gerade unsere nachhaltige, grüne Firmenzentrale: den grEEN-

campus“, sagte Elmar Haudel, Technischer Projektleiter von Campus Transformation bei Opel Vauxhall & Stellantis Germany.

Clemens Petzold, Head of Marketing DACH bei Panasonic Heating & Ventilation Air-conditioning Europe, erläuterte: „Nachhaltigkeit bedeutet für uns, durch das Zusammenspiel von Gesellschaft, Politik und Industrie eine echte Win-Win-Win-Situation zu schaffen: gut für die Umwelt, den Geldbeutel und die Wirtschaft.“ Die Wärmepumpe sei dabei ein Schlüsselbaustein, um die Energiewende wirtschaftlich sinnvoll und gesellschaftlich tragfähig zu gestalten.

Interessante Einblicke gab Patrick Bertman, Head of Corporate Development bei DB Cargo. Ein Zug könne zum Beispiel so viel Material befördern wie 52 LKW. „Nachhaltigkeit bedeutet für mich, schon heute die richtigen Weichen für morgen zu stellen. Mit klimafreundlicher Logistik auf der Schiene leisten wir bei DB Cargo unseren Beitrag für eine ressourcenschonende Wirtschaft und lebenswerte Zukunft – verantwortungsvoll, innovativ und mit dem anspruchsvollen Ziel, bis 2040 klimaneutral zu sein“, meinte Bertman.



Angeregter Austausch: Die Teilnehmer haben auch vor und nach dem Round Table noch jede Menge spannende Gesprächsthemen. Foto: Lukas Görlach



Christiane Seelgen
Prokuristin/VP Business Development
Wiesbaden Congress & Marketing GmbH

„Für uns als WICM ist Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Sowohl bei nachhaltigen Events in unseren Veranstaltungshäusern, bei Outdoorformaten wie dem Theatrum oder der Rheingauer Weinwoche, als auch im touristischen Umfeld steht ein strukturiertes und effizientes Nachhaltigkeitsmanagement im Fokus. So helfen wir unseren Kunden und Gästen, dies ebenfalls zu leben und Wiesbaden als nachhaltige Stadt zu genießen.“



Patrick Bertman
Head of Corporate Development
DB Cargo

„Nachhaltigkeit bedeutet für mich, schon heute die richtigen Weichen für morgen zu stellen. Mit klimafreundlicher Logistik auf der Schiene leisten wir bei DB Cargo unseren Beitrag für eine ressourcenschonende Wirtschaft und lebenswerte Zukunft – verantwortungsvoll, innovativ und mit dem anspruchsvollen Ziel, bis 2040 klimaneutral zu sein.“



Melanie von Hehl
Geschäftsführerin
VRM Media Sales GmbH

„Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil der VRM-DNA. Als Medienhaus sehen wir uns auch in diesem Kontext der Region gegenüber verpflichtet und veranstalten bereits zum dritten Mal einen Round Table zum Thema „Nachhaltigkeit“. Wir freuen uns, wichtige Akteure und Unternehmen nicht nur inhaltlich zu begleiten, sondern mit diesem besonderen Format die Vernetzung untereinander zu ermöglichen, zu fördern und auszubauen.“

Fotos: Lukas Görlach



Elmar Haudel
Technischer Projektleiter,
Campus Transformation
Opel Vauxhall & Stellantis Germany

„Nachhaltigkeit ist ein ganzheitliches Thema. Bei Stellantis verfolgen wir einen 360-Grad-Ansatz, vom Bereich Circular Economy bis zur Elektromobilität. Wir überprüfen ständig unseren CO2-Fußabdruck, modernisieren unsere Standorte, reduzieren die Emissionen und verringern den Flächenverbrauch. Beispiel Rüsselsheim: Hier schaffen wir gerade unsere nachhaltige, grüne Firmenzentrale, den grEEN-campus.“



Clemens Petzold
Head of Marketing DACH
Panasonic Heating & Ventilation Air-conditioning Europe

„Nachhaltigkeit bedeutet für uns, durch das Zusammenspiel von Gesellschaft, Politik und Industrie eine echte Win-Win-Win-Situation zu schaffen: gut für die Umwelt, den Geldbeutel und die Wirtschaft. Die Wärmepumpe ist dabei ein Schlüsselbaustein, um die Energiewende wirtschaftlich sinnvoll und gesellschaftlich tragfähig zu gestalten.“



Durch eine Dachaufstockung in Holzbauweise können mehrgeschossige Wohnhäuser zusätzliche Wohnfläche bekommen. Im Bild ein Beispiel aus der früheren Bundeshauptstadt Bonn. Foto: djd/PEFC/Kollaxo

(djd/red). Das Zimmererhandwerk und die Fertighausbranche setzen schon seit vielen Jahren mit vorgefertigten Bauelementen auf den Baustoff Holz. Inzwischen hat auch der industrielle mehrgeschossige Wohnungsbau das nachwachsende, klimafreundliche Baumaterial für

sich entdeckt. Die ressourcenschonenden Eigenschaften führen zu einer positiven Klimabilanz – vor allem dann, wenn zertifiziertes Holz verbaut wird, etwa erkennbar am PEFC- oder am FSC-Siegel. In PEFC- oder PSC-zertifizierten Wäldern wird die Holzernte stark einge-

schränkt und reglementiert, eine ökologisch nachhaltige Bewirtschaftung erhält die Artenvielfalt und stärkt den klimastabilen Wald. Aktuelle Schätzungen des UN Environment Programme (UNEP) und der Global Alliance for Buildings and Construc-

Warum Häuser mit Holz bauen?

So kann die Bauweise mit dem nachhaltigen Baustoff das Klima schonen und die Wohnungsnot lindern

tion (GlobalABC) zufolge ist der Bau- und Gebäudesektor für etwa 32 Prozent des weltweiten Energieverbrauchs und für 34 Prozent der globalen Emissionen verantwortlich. Baumaterialien wie Zement und Stahl tragen demnach etwa 18 Prozent zu den CO₂-Emissionen bei und sorgen für reichlich Bauabfälle.

hatte ergeben, dass bundesweit zwischen 2,3 und 2,7 Millionen Wohnungen durch Aufstockung und Umnutzung verschiedener Gebäudetypen – darunter Wohngebäude, Büro- und Verwaltungsgebäude sowie Einzelhandel, Discoun-ter und Märkte – geschaffen werden könnten.

Holz reduziert den CO₂-Ausstoß erheblich

Damit in der Baubranche der CO₂-Ausstoß deutlich verringert wird, fordern Expertinnen und Experten schon lange eine stärkere Nutzung von Holz als Baustoff. Im Vergleich zur Massivbauweise, bei der Materialien wie Stahlbeton und Ziegel auf der Baustelle zusammengefügt werden, verkürzt die Modulbauweise mit Holz die Bauzeit. Zudem kann zertifiziertes Holz den CO₂-Ausstoß erheblich reduzieren und anders als mineralische Baustoffe lässt es sich leichter wiederverwenden beziehungsweise nachnutzen.

Die Holzbauweise kann zugleich ein wesentlicher Faktor bei der Linderung der Wohnraumknappheit sein. Denn mit Holz lässt sich schneller und leichter die Aufstockung eines mehrgeschossigen Gebäudes vornehmen als mit anderen Materialien. Eine groß angelegte Studie der TU Darmstadt aus dem Jahr 2019

Prominente Beispiele innovativer Holzbauweise

Rund um den Globus lassen sich zahlreiche bekannte Beispiele für die Holz- und Mischbauweise finden. Die Londoner ABBA-Arena etwa ist eine futuristische Struktur aus Stahl und zertifiziertem Brettspertholz, vollständig demontierbar und wurde speziell für den sogenannten zirkulären Gebrauch konstruiert. Seit Mai 2022 können Fans in der Arena eine ABBA-Show besuchen, in der die Pop-Ikonen der 80er-Jahre als Avatare auf der Bühne stehen. Ein bekanntes Beispiel aus Deutschland ist das Holzhochhaus SKAIO in Heilbronn mit zehn Geschossen. 2020 erhielt es den Deutschen Nachhaltigkeitspreis. In Berlin entstand vor zwei Jahren das bis dahin größte modulare Holz-Hybrid-Bauprojekt Deutschlands, auch in Wolfsburg sind zwei sogenannte Woodscrapers, zwölfgeschossige Hochhäuser in Holzbauweise, zu bestaunen.

INTERVIEW

Von Andrea Früauff



Brigitte Rudolph
Geschäftsführerin
Sonnenkönig, Spezialist für
Solar & Energiespar-Technik



Was versteckt sich hinter dem Namen „Sonnenkönig“?

Der Name „Sonnenkönig“ ist für uns mehr als nur ein Markenname – er ist ein Versprechen. Wir stehen für hochwertige, maßgeschneiderte Energielösungen, die unsere Kunden unabhängig, zukunftssicher und energieeffizient machen. Seit 2006 planen und installieren wir Photovoltaikanlagen, Wärmepumpen, Infrarotheizungen und Klimasysteme – immer mit dem Fokus auf Qualität, Langlebigkeit und exzellenten Service. Unser Unternehmen hat sich bewusst im Premiumsegment positioniert, weil wir überzeugt sind: Wer in eine nachhaltige Energiezukunft investiert, sollte das mit einem Partner tun, der die nötige Kompetenz hat.

Welchen Beitrag leistet Ihr Unternehmen zur Energiewende und zu nachhaltigem Klimaschutz?

Wir starten mit ehrlicher Kompetenz – und enden mit begeisterten Kunden. Wir statten Privimmobilien sowie regionales Gewerbe mit modernen Lösungen aus und zeigen unseren Kunden, wie sie ihre Energieversorgung auf erneuerbare Technologien umstellen. Dabei kombinieren wir PV-Anlagen mit intelligentem Energiemanagement, Wärmepumpen und Speichersystemen, binden Sek-

torenkopplung ein – und senken so nicht nur CO₂-Emissionen, sondern auch laufende Energiekosten. Und jede Anlage ist ein aktiver Beitrag zur Energiewende.

Warum halten Sie es generell für gewinnbringend für ein Unternehmen, sich für das Klima und die Umwelt einzusetzen?

Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern eine Haltung. Wer sich als Unternehmen glaubwürdig für Umwelt- und Klimaschutz engagiert, zeigt Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, kommenden Generationen und nicht zuletzt den eigenen Mitarbeitenden. Unsere Kunden achten zunehmend auf Herkunft, Qualität und Wirkung von Produkten und Dienstleistungen. Für uns ist das Engagement für Umwelt und Klima deshalb nicht nur Herzenssache, sondern auch ein klarer Wettbewerbsvorteil. Es schafft Vertrauen – und das ist die Grundlage für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg.

Beim Round Table der VRM kommen Vertreter zum Teil sehr unterschiedlicher Unternehmen zusammen. Was denken Sie, wie kann der Austausch Ihres Unternehmens mit Firmen aus anderen Branchen Nachhaltigkeit fördern?

Wir freuen uns auf den Austausch, denn echte Nachhaltigkeit entsteht oft dort, wo unterschiedliche Perspektiven aufeinandertreffen.

Wie sehen Sie die Zukunft von „Sonnenkönig“ – gibt es eine Vision?

Ganz klar: Wir wollen weiter wachsen – aber mit Haltung und Augenmaß. Unsere Vision ist es, die erste Adresse in der Region zu bleiben, wenn es um hochwertige Lösungen für nachhaltige Energiekonzepte geht. Dabei setzen wir auf exzellente Technik, ein starkes Team und echten Kundenservice. Gleichzeitig wollen wir als Arbeitgeber ein Umfeld schaffen, in dem Menschen sich wohlfühlen, entwickeln und stolz auf ihre Arbeit sein können. Die Energiewende ist ein Generationenprojekt – und wir wollen mit Sonnenkönig zeigen, wie man sie wirtschaftlich erfolgreich und menschlich sinnvoll gestalten kann. Und für mich persönlich ist es auch eine Herzensangelegenheit: Ich sehe in jedem erfolgreichen Projekt ein Stück gelebte Zukunft.

Foto: Lukas Görlich

Sonnenkönig
Ihr Spezialist für Solar & Energiespar-Technik

Die Krone setzt man sich nicht auf. Man installiert sie.

Am Gliener 9 & 22 * 55268 Nieder-Olm

www.sonnenkönig.de

Wenn Photovoltaik – dann Sonnenkönig.
Wenn Wärmepumpe – dann Sonnenkönig.
Wenn Klimaanlage – dann Sonnenkönig.
Wenn Elektromobilität – dann Sonnenkönig.
Wenn Speichertechnik – dann Sonnenkönig.

Sicher durch die Energiewende

Eine Alarmsicherung für moderne Umwelttechnologie im Haushalt kann sinnvoll sein

(djd). Nachhaltige und klimaschonende Technologien wie Photovoltaikanlagen und Wallboxen, Wärmepumpen, E-Bikes und E-Automobile sind aus vielen modernen Haushalten nicht mehr wegzudenken. Doch mit der neuen Technik entstehen auch neue Risiken. „Brandgefahren durch Akkus, Diebstahl von Wärmepumpen-Außenteilen oder Kohlenstoffmonoxid-Vergiftungen durch Heizsysteme können ernsthafte Bedrohungen darstellen“, warnt Oliver Wild, Sicherheitsexperte bei einem Hersteller für elektronische Sicherheitstechnik und Alarmanlagen.

Smarte Sicherheit für ein gutes Gefühl

Moderne Gefahrenmelderzentralen kombinieren verschiedene Funktionen

von Meldern und Sensoren, die auch vor neuen Gefahren für die Umwelttechnologien schützen. Um das eigene Zuhause optimal abzusichern, empfiehlt Oliver Wild daher einen fachmännischen Sicherheitscheck.

Akkubrände frühzeitig erkennen

Akkus von E-Bikes, E-Autos und anderen Geräten sowie Photovoltaikanlagen mit hohen Spitzenspannungen bergen Brandrisiken. Bei Überladung oder Beschädigung von Akkus etwa droht ein thermisches Durchgehen – also ein sich selbst verstärkender Wärme produzierender Prozess –, das Feuer auslösen kann. Rauchwarnmelder sind essenziell, um schnell reagieren zu können.

Besonders empfehlenswert sind smarte Gefahrenmelderzentralen, die eine frühzeitige Erkennung von Rauch und Temperaturanstiegen ermöglichen und im Ernstfall schnell Alarm auslösen.

Wärmepumpen vor Diebstahl schützen

Übrigens: Wärmepumpen und hochwertige E-Bikes sind wegen ihrer Energieeffizienz beliebt – aufgrund ihres großen Werts leider auch bei Dieben. Eine Gefahrenmeldeanlage mit Bewegungsmeldern und Sensoren bietet Schutz. Smarte Systeme alarmieren frühzeitig bei Übergriffen. Sie können zusätzlich mit Beleuchtungssystemen oder Sirenen gekoppelt werden, um potenzielle Täter abzuschrecken.

Mehr Sicherheit für wertvolle Umwelttechnik: Gefahrenmeldeanlagen bieten zuverlässigen Schutz gegen Diebstahl.

Foto: djd/TELENOT/Shutterstock/aerogondo2



INTERVIEW

von Anna Merkelbach



Clemens Petzold
Head of Marketing
Panasonic Heating & Ventilation, A/C Europe

Panasonic

heating & cooling solutions

Herr Petzold, Sie sind Head of Marketing für den international tätigen Elektronikkonzern Panasonic im Bereich Heiz-, Kühl- und Lüftungstechnik in der DACH-Region. Mit diversen Nachhaltigkeitsinitiativen – wie dem „Green Impact“-Programm – ist Ihr Unternehmen bestrebt, nicht nur seinen eigenen CO2-Fußabdruck zu minimieren, sondern auch den der Gesamtgesellschaft. Können Sie Beispiele nennen, wie genau Ihr Unternehmen das erreichen möchte?

Schon Unternehmensgründer Konosuke Matsushita legte Wert darauf, zum gesellschaftlichen Fortschritt und Wohl der Menschen beizutragen. In dieser Tradition steht unser Green Impact Plan. Bis 2050 wollen wir mindestens 300 Millionen Tonnen CO2 einsparen oder vermeiden – durch Reduktion eigener Emissionen und umweltschonende Technologien. In der Europazentrale in Wiesbaden und in unserem Trainingscenter in Ottobrunn nutzen wir zum Beispiel große Photovoltaik (PV)-Systeme, um die Gebäude zu versorgen. Unser Wärmepumpen-Werk in Pilsen, Tschechien, wird dieses Jahr offiziell als Netto-Null-Fabrik ausgelobt. Dass wir in Europa produzieren, ist natürlich auch ein großer Pluspunkt. Außerdem tragen wir zur Dekarbonisierung der Gesellschaft bei, da unsere Geräte erneuerbare Energien nutzen, mit umweltschonenden Kältemitteln arbeiten, eine branchenführende Ener-

gieeffizienz erreichen und mit Solaranlagen kombiniert werden können.

Ihr Unternehmen stattet nicht nur Neubauten, sondern zum Teil auch historische Gebäude mit moderner, nachhaltiger Heiz-, Kühl- und Lüftungstechnik aus. Welche Voraussetzungen müssen Ihrer Einschätzung nach gegeben sein, damit nachhaltige Heiz-, Kühl- und Lüftungstechnik eingesetzt werden kann?

Nahezu alle Gebäude – selbst Altbauten und denkmalgeschützte Objekte – lassen sich mit unseren modernen Wärmepumpen, die das klimafreundliche Kältemittel R290 nutzen, oder Klimaanlage ausstatten. Sogar eine historische Burg konnten wir erfolgreich umrüsten. Viele Vorurteile, etwa der Bedarf an Fußbodenheizung oder kompletter Dämmung, treffen nicht zu. Oft reichen einfache Maßnahmen aus. Besonders unkompliziert ist der Einstieg mit Luft-Luft-Wärmepumpen (Klimaanlagen): Sie sind kostengünstig, schnell installiert und heizen und kühlen effizient auch einzelne Räume – zwei Drittel der Nutzer in Deutschland nutzen bereits beide Funktionen, in Skandinavien sogar über 90 Prozent.

Die neue Bundesregierung hat angekündigt das als „Heizungsgesetz“ bekannt gewordene Gebäude Energie Gesetz (GEG) in seiner derzeitigen Form abzuschießen und den angeblichen Zwang zur Wärmepumpe zu beenden. Was bedeutet das für Ihr Unternehmen – und wie stehen Sie zu dieser politischen Kursänderung?

Wir glauben an die Wärmepumpe als starkes Produkt – nicht, weil sie vorgeschrieben ist, sondern weil sie für Kundinnen und Kunden wirtschaftlich, zuverlässig und zukunftssicher ist. Eine Wärmepumpe ist dann erfolgreich, wenn sie zu einem fairen Preis angeschafft und über Jahrzehnte hinweg günstig und energieeffizient betrieben werden kann. Politik sollte nicht einzelne Technologien vorschreiben, sondern die richtigen Rahmenbedingungen schaffen, um CO2 zu senken. Dazu gehören ein schneller Netzausbau, digitale Stromnetze und flexible Tarife, von denen auch Haushalte ohne PV-Anlage profitieren. So lässt sich nicht nur der Wärmepumpenholchlauf, sondern die gesamte Energiewende voranbringen.

Foto: Lukas Görlich

Panasonic

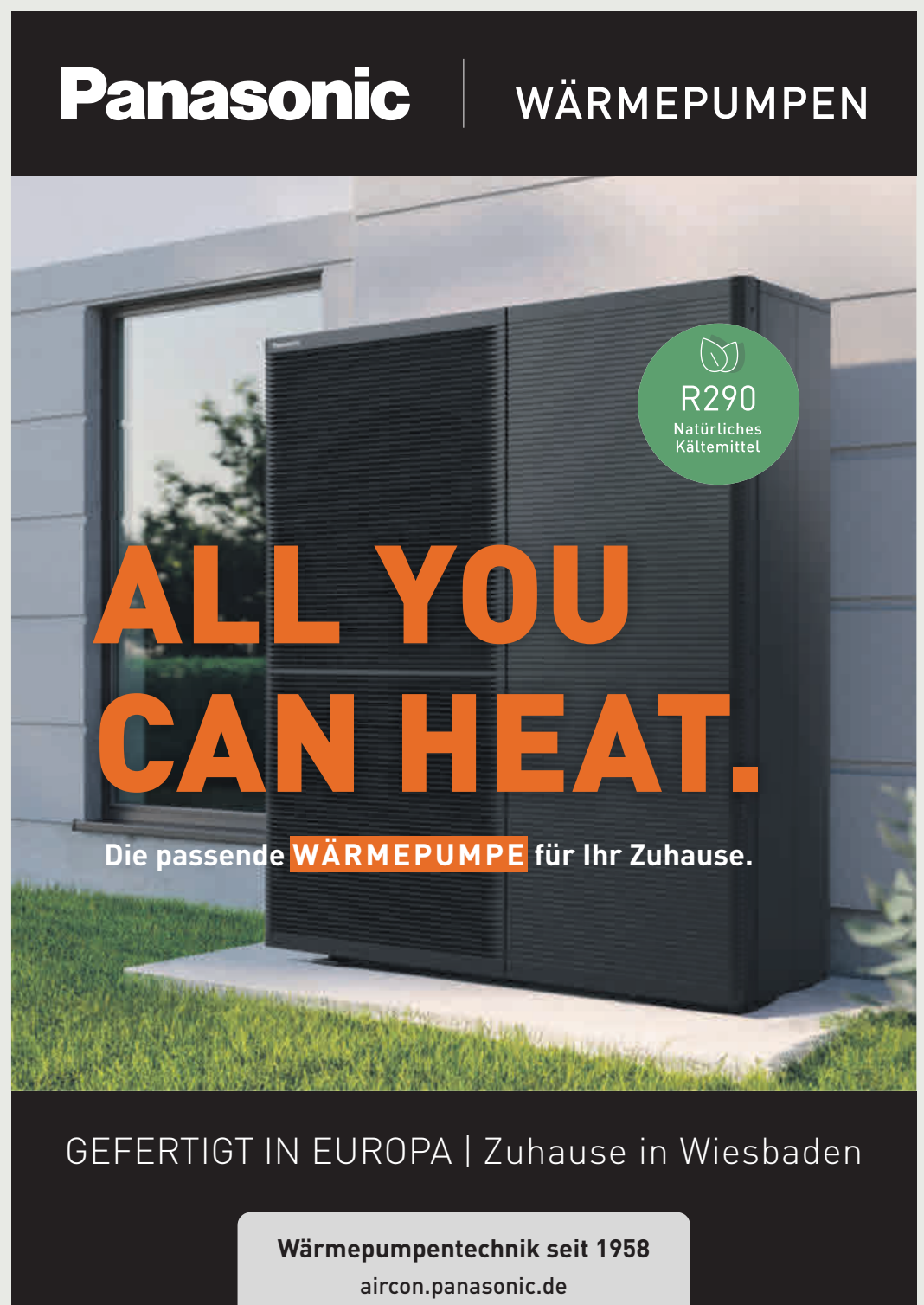
WÄRMEPUMPEN

ALL YOU CAN HEAT.

Die passende **WÄRMEPUMPE** für Ihr Zuhause.

GEFERTIGT IN EUROPA | Zuhause in Wiesbaden

Wärmepumpentechnik seit 1958
aircon.panasonic.de



Nachhaltigkeit ist mehr als Umweltschutz und Energiesparen

Welche Unternehmen sind von der Nachhaltigkeitsberichterstattungspflicht betroffen?



In Deutschland wird die EU-Richtlinie Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), die Firmen verpflichtet, einen Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen, bis 2028 schrittweise eingeführt.

Foto: doidam10 - stock.adobe

(frü). Nachhaltigkeit spielt eine immer wichtiger werdende Rolle in Unternehmen. Dabei geht es um mehr als Umweltschutz oder die Einsparung von Energie. Nachhaltigkeit heißt nicht nur, ökologisch und ökonomisch sinnvoll zu handeln, sondern auch sozial. Eine nachhaltige Unternehmenskultur beinhaltet auch die Einhaltung von Menschenrechten, die Förderung von Chancengleichheit

und die Schaffung von fairen Arbeitsbedingungen.

Soziale Verantwortung von Unternehmen

Viele Unternehmen achten in ihrer Geschäftstätigkeit schon lange auf Nachhaltigkeit – mit verbindlichen Leitlinien, nachhaltigen Produkten und zukunftsorientierten Tourismuskonzepten.

hat sich in den vergangenen zehn Jahren verändert: Immer mehr Firmen legen schriftlich dar, wie sie ihre Leistungen nach einem ökonomisch, ökologisch und sozial verantwortlichen Leitbild ausrichten. Seit dem Geschäftsjahr 2017 sind bestimmte börsennotierte Großunternehmen dazu verpflichtet, wesentliche Nachhaltigkeitsinformationen in Form eines Nachhaltigkeitsberichts offenzulegen.

Sinn und Zweck der Nachhaltigkeitsberichte

Zweck der Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen ist, Transparenz über die nachhaltigkeitsbezogenen Risiken und Chancen für die Geschäftstätigkeit der Unternehmen, aber auch über die Auswirkungen eines Unternehmens auf Mensch und Umwelt herzustellen. Die Idee dahinter ist, Unternehmen Nachhaltigkeitsleitbilder entwickeln zu lassen, damit sie ökologische, soziale und ökonomische Herausforderungen erkennen und kontinuierlich daran arbeiten können, sich zukunftsfähig und langfristig tragfähig aufzustellen.

Umsetzung der EU-Richtlinie in nationales Recht

Am 5. Januar 2023 ist die neue EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD) in Kraft getreten. Das EU-Recht verpflichtet alle Großunternehmen und börsennotierten Unternehmen – mit Ausnahme börsennotierter Kleinunternehmen – Informationen über die Risiken und Chancen offenzulegen, die sich aus sozialen und ökologischen Fragen und den Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf Mensch und Umwelt ergeben. Dies hilft Anlegern und der Öffentlichkeit, die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen zu bewerten, und ist Teil des europäischen Green Deal. In Deutschland wird die Pflicht zur Nachhaltigkeitsberichterstattung schrittweise eingeführt.

Wer ist ab wann berichterstattungspflichtig?

Die CSRD löst die bisher geltende NFRD (Non Financial Reporting Directive) ab und erweitert sie deutlich. Die durch die NFRD-Richtlinie eingeführten Vorschriften bleiben in Kraft, bis die Unternehmen die neuen CSRD-Vorschriften anwenden müssen. Die Berichtsansforderungen der CSRD gelten für das Geschäftsjahr 2024 zunächst für einen eingeschränkten Kreis von Unternehmen, der dann sukzessive erweitert wird. Die CSRD gilt ab 2024 für alle Unternehmen, die bereits der NFRD unterliegen. Ab 2025 sind von der CSRD dann alle größeren Unternehmen betroffen, die zwei dieser drei Kriterien erfüllen:

- durchschnittliche Anzahl an Mitarbeitenden im Geschäftsjahr von über 250

- Bilanzsumme von mehr als 25 Millionen Euro
- Nettoumsatz von mehr als 50 Millionen Euro.

Die neuen Reporting-Vorschriften werden abhängig vom Profil des Unternehmens in vier Schritten zur Anwendung kommen. Die Pflicht gilt für Geschäftsjahre, die am oder nach den aufgeführten Terminen beginnen:

1. Januar 2024: für Unternehmen, die bereits der CSRD-Richtlinie unterliegen (Berichterstattung im Jahr 2025 über das Geschäftsjahr 2024)

1. Januar 2025: für große Unternehmen, die derzeit nicht der CSRD-Richtlinie unterliegen (Berichterstattung im Jahr 2026 über das Geschäftsjahr 2025)

1. Januar 2026: für börsennotierte KMU, sofern sie nicht von der Möglichkeit des Aufschubs bis 2028 Gebrauch machen (Berichterstattung im Jahr 2027 über das Geschäftsjahr 2026)

1. Januar 2028: für Nicht-EU-Unternehmen, die unter die CSRD-Berichtspflicht fallen (Berichterstattung im Jahr 2029 über das Geschäftsjahr 2028);

Zentrale Neuerungen der CSRD

Erweiterte, vereinheitlichte Berichtspflicht: Unternehmen müssen künftig umfassender und nach einheitlicheren Maßstäben berichten. Durch eine stärkere Quantifizierung der Berichtsinhalte im Wege von Kennziffern sollen außerdem die Messbarkeit und Vergleichbarkeit der Angaben gestärkt werden.

Neues Verständnis von Wesentlichkeit

Die CSRD verankert die sogenannte doppelte Wesentlichkeit. Demnach sind Unternehmen verpflichtet, sowohl über die Auswirkungen des eigenen Geschäftsbetriebs auf Mensch und Umwelt als auch über die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsaspekten auf das Unternehmen zu berichten. Bislang musste nur dann über Sachverhalte berichtet werden, wenn beide Wesentlichkeitsaspekte zuträfen.

Wirkung nach außen und nach innen

Ein fundierter und detaillierter Nachhaltigkeitsbericht bietet für ein Unternehmen mehrere Vorteile: Einerseits deckt er die Informationsbedürfnisse von Finanzmärkten, Kunden und Kundinnen und politischen Akteurinnen und Akteuren ab und sorgt damit für Transparenz nach außen. Zum anderen wirkt strategische Berichterstattung auch nach innen: Der Geschäftsführung dient sie als zentrales Instrument zur Steuerung aller Prozesse im Nachhaltigkeitsmanagement; gleichzeitig rückt der Stellenwert von Corporate Social Responsibility (CSR) ins Bewusstsein der Mitarbeitenden.

Vorteile für das Unternehmen

Mit der Darstellung von Zielen und Programm inklusive der Berichterstattung über die im Berichtszeitraum (nicht) erfüllten Ziele erfahren die Lesenden, welche Prioritäten und konkreten Maßnahmen das Unternehmen aus seiner Nachhaltigkeitsstrategie ableitet und inwiefern es sich diesbezüglich verbessert hat. Ein guter Bericht informiert übersichtlich und vollständig über die für den Berichtszeitraum gesetzten relevanten nachhaltigkeitsbezogenen Zielsetzungen. Diese Bestrebungen sind aus der Nachhaltigkeitsstrategie abgeleitet, überprüfbar formuliert, mit zeitlichen Vorgaben belegt und, wo möglich, quantifiziert. Zu zentralen Zielen werden relevante Maßnahmen vorgestellt.

Weitere Informationen zum Thema

Weitere Informationen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung findet man unter anderem auf www.csr-in-deutschland.de, www.umweltbundesamt.de/umweltberichterstattung-csrd und auf der EU-Website ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/qanda_25_615.

Was ist die Omnibus-Verordnung?

Nach der Verabschiedung verschiedener unternehmerischer Sorgfaltspflichten zur Gestaltung nachhaltiger Lieferketten hat die EU-Kommission mit ihrem am 26. Februar 2025 verabschiedeten Omnibus-Paket vorgeschlagen, diese mit dem Ziel der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit wieder abzuschwächen und die Anwendung um zwei Jahre zu verschieben. Ziel der Omnibus-Verordnung ist es, den bürokratischen Aufwand für Unternehmen, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), zu reduzieren. Das ist geplant: Unter anderem sollen weniger Unternehmen von der Nachhaltigkeitsberichterstattung CSRD betroffen sein und die EU-Lieferkettenrichtlinie CSDDD soll später mit weniger Anforderungen umge-

setzt werden als ursprünglich geplant. Die Berichtspflichten sollen nur noch für Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten und einem Umsatz von über 50 Millionen Euro oder einer Bilanzsumme von mehr als 25 Millionen Euro gelten. Somit wären nur noch 20 Prozent der bisher betroffenen Unternehmen berichterstattungspflichtig. Für große Unternehmen, die die CSRD noch nicht umgesetzt haben, sowie für börsennotierte KMU (sogenannte zweite und dritte Welle) wird die Berichtspflicht um zwei Jahre verschoben. Der Omnibus-Verordnungsvorschlag wird momentan vom Europäischen Rat und vom Europäischen Parlament diskutiert. Änderungen sind in diesem Prozess deshalb noch möglich.

INTERVIEW

Von Andrea Früauff



Christiane Seelgen
Prokuristin
Wiesbaden Congress & Marketing GmbH



RheinMain
CongressCenter

Foto: Lukas Görlach

Was genau kann man sich unter der „Wiesbaden Congress & Marketing GmbH (WICM)“ vorstellen?

Die Wiesbaden Congress & Marketing GmbH vermarktet die Stadt Wiesbaden und die Destination WIESBADEN RHEINGAU als touristisches Ziel im In- und Ausland. Darüber hinaus betreiben wir das RheinMain CongressCenter (RMCC), das Kurhaus Wiesbaden mit Konzertmuschel/Kurpark und das Jagdschloss Platte. Ebenso organisieren wir städtische Veranstaltungen wie das Theatrum, den Sternschnuppenmarkt oder Wochenmärkte. Ein zentraler Aspekt ist unser Engagement für Nachhaltigkeit – mit verbindlichen Leitlinien, nachhaltigen Produkten und zukunftsorientierten Tourismuskonzepten.

Das RheinMain CongressCenter ist eines der modernsten und nachhaltigsten Kongresshäuser in Deutsch-

land. Wie sieht die Umsetzung konkret aus, was gehört alles dazu, etwa bei einer Veranstaltung?

Das RMCC ist als nachhaltiges Gebäude konzipiert und trägt seit seiner Eröffnung 2018 das DGNB-Zertifikat in Diamantstatus. Die Planung umfasst unter anderem nachhaltige Baumaterialien, eine Photovoltaikanlage, energieeffiziente Haustechnik sowie die optimale Lage nahe Bahnhof und Innenstadt. Durch die modulare Architektur sind flexible Raumlösungen möglich, die Ressourcen wie Energie gezielt schonen. Digitale Wegeleitsysteme ersetzen Einmalbeschilderungen. Mit Partnern setzen wir auf nachhaltiges Mobiliar, Catering und Mülltrennung. Ein Nachhaltigkeitsmanager sowie geschulte Teams unterstützen Kundinnen und Kunden von der Planung bis zur Nachbereitung – etwa durch Mobilitätsberatung für umweltfreundliche Anreisen.

Warum halten Sie es generell für gewinnbringend für ein Unternehmen, sich für das Klima und die Umwelt einzusetzen?

Viele Kundinnen und Kunden bevorzugen Anbieter, die Verantwortung übernehmen und nachhaltige Angebote machen. Umweltbewusstsein ist für uns ein Wettbewerbsvorteil – durch transparente Maßnahmen können wir uns klar positionieren. Nachhaltigkeit ist nicht nur Haltung, sondern strategische Notwendigkeit, um auf künftige regulatorische Entwicklungen vorbereitet zu sein und sich langfristig erfolgreich zu behaupten.

Beim Round Table der VRM kommen Vertreter unterschiedlicher Unternehmen zusammen. Was denken Sie, wie kann der Austausch mit Firmen aus anderen Branchen Nachhaltigkeit fördern?

Solche Formate bieten wertvollen Wissenstransfer. Unterschiedliche Branchen

haben verschiedene Ansätze, zum Beispiel zu Kreislaufwirtschaft, nachhaltigem Reisen oder Lieferketten. Durch Erfahrungsaustausch entstehen neue Impulse für die eigene Arbeit, Herausforderungen werden aus anderen Perspektiven betrachtet. So lassen sich Lösungen schneller entwickeln und umsetzen.

Wie sehen Sie die Zukunft der Tourismus- und Veranstaltungsbranche, gibt es eine Vision?

Technologie und Nachhaltigkeit werden künftig eng verknüpft sein. Die Branche wird hybrider, individueller und flexibler. Der Fokus liegt auf einzigartigen Erlebnissen, die Rücksicht auf Umwelt und Gesellschaft nehmen. Reisende und Teilnehmende wollen selbstbestimmt, verantwortungsvoll und inspiriert unterwegs sein – genau hier setzen wir mit unseren Angeboten an.

Die Umwelt als Lebensgrundlage des Menschen unterstützen

Blühwiesen und Co.: Was Unternehmen für mehr Artenvielfalt tun können

(anme). Die Artenvielfalt auf diesem Planeten ist merklich bedroht. Auf der Roten Liste gefährdeter Arten der Weltnaturschutzorganisation IUCN stehen derzeit 47.187 gefährdete von insgesamt 169.420 untersuchten Tier-, Pflanzen- und Pilzarten. Um das Artensterben aufzuhalten, können bereits kleine Maßnahmen Großes bewirken. Auch für Unternehmer gibt es verschiedene Möglichkeiten, zu handeln. Doch nicht jedem ist unbedingt klar, was genau er tun kann und wo er damit am besten anfangen sollte.

Worum geht es bei der Förderung von Artenvielfalt?

Artenvielfalt ist die Vielfalt von Pflanzen- und Tierarten innerhalb einer bestimmten Region. Der Begriff wird häufig gleichgesetzt mit Biodiversität. Allerdings ist Artenvielfalt eigentlich nur ein Teilaspekt der Biodiversität, die einen größeren Zusammenhang beschreibt – und zwar zwischen: der Vielzahl der Arten, der genetischen Besonderheiten innerhalb der Arten und der Vielfalt der Lebensgemeinschaften.

Bei der Förderung der Artenvielfalt geht es laut Umweltschutzingenieur Oliver Nehrass darum, Bedingungen zu schaffen, damit die Natur sich in alle Richtungen ausbreiten kann – Orte, an denen Lebensraum und Nahrung für verschiedene Pflanzen- und Tierarten zur Verfügung stehen. Dabei schaffe Strukturvielfalt die gewünschte Artenvielfalt. Struktur bedeutet in diesem Sinne ein Lebensraumangebot. Und viele unterschiedliche Lebensraumangebote ermöglichen wiederum vielen unterschiedlichen Arten, sich niederzulassen und auszubreiten. Nehrass ist Nachhaltigkeitsbeauftragter bei der VRM und kümmert sich dort unter anderem genau darum: um die Schaffung von diversen Lebensräumen zur Förderung der Artenvielfalt.

Warum ist Artenvielfalt generell wichtig?

„Die Umwelt ist unsere Lebensgrundlage“, sagt Oliver Nehrass. Ressourcen – wie Wasser oder Energie – würden aus

den Ökosystemen bezogen, die eben durch die unterschiedlichen Tier- und Pflanzenarten stabilisiert werden. Ist eine Art erst mal ausgestorben, könne sich ein Ökosystem dadurch unwiderruflich verändern – und niemand sei in der Lage, genau vorauszusagen, inwiefern. Nehrass' Fazit: „Wenn wir unsere Ökosysteme nicht schützen, dann könnten wir unsere Lebensgrundlage irgendwann verlieren.“

Was bringt es Unternehmen, Artenvielfalt zu fördern?

Neben dem wichtigsten Aspekt der Erhaltung der Lebensgrundlage für die Menschheit kann es für Unternehmen auch politische Gründe geben, die Artenvielfalt zu fördern. Oliver Nehrass nennt in dem Zusammenhang gesetzliche Vorgaben, wie zum Beispiel die sogenannte Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) – also eine Richtlinie der EU, die Unternehmen zum Teil zur Nachhaltigkeitsberichterstattung verpflichtet.

Zum anderen können Maßnahmen zur Arterhaltung, die Unternehmen vor Ort durchführen – etwa durch einen bunten Garten als Pausenraum auf dem Firmengelände –, laut Nehrass auch einen positiven Effekt auf das Wohlbefinden und die Gesundheit der Mitarbeitenden haben. Verschiedene Studien – die beispielsweise das Bundesamt für Naturschutz oder auch Forscher des Max-Planck-Instituts durchgeführt haben – zeigten bereits, dass das Verweilen in der Natur helfen kann, die Konzentration zu fördern und Stress abzubauen.

Was können Unternehmen konkret für die Artenvielfalt tun?

Besitzt man als Firma ein eigenes Grundstück, gibt es laut Oliver Nehrass viele Möglichkeiten, dort tätig zu werden. Je nach Platz und Standort, sind verschiedene Maßnahmen denkbar. „Gerade in intensiv genutzten Kulturlandschaften oder urbanen Gebieten ist es besonders wertvoll, den Tieren und Pflanzen Hotspots der Artenvielfalt anzulegen“, sagt der Nachhaltigkeitsbeauftragte.



Um die Biodiversität zu fördern, wurden Anfang April alte Streuobstsorten auf dem VRM-Gelände gepflanzt. Foto: Anna Merkelbach

Auf dem Gelände der VRM am Mainzer Stadtrand beispielsweise hat man, umgeben von Ackerland, einen großen Garten angelegt. Dort finden Besucher Blühwiesen, seltene Kulturobstbäume, Totholzhaufen, Vogelhecken und -häuser, Insektenhotels und einen Bienenstock – all diese Elemente fördern die Artenvielfalt auf unterschiedliche Weise. Denn sie bieten vielfältige Lebensräume für Tiere und Pflanzen und verhindern so das Aussterben dieser. Blühwiesen beispielsweise sind wichtig für Wildbienen, die in Deutschland stark bestandsgefährdet sind.

Auch die Dächer der VRM sind zum Teil begrünt – eine Maßnahme, die Firmeninhaber ohne großen Garten ebenso auf verschiedene Weise umsetzen können, so Nehrass. Bereits eine pflegeleichte extensive Dachbegrünung mit Sedum, Kräutern, Gräsern und Wildblumen kann als weiteres Lebensraumangebot für Insekten und andere Lebewesen zur Artenvielfalt beitragen. Eine intensive Dachbegrünung ist ebenfalls denkbar, jedoch deutlich pflegeintensiver und schwerer, da hierbei ein richtiger Garten auf dem Dach entsteht. Ein solcher Dachgarten ist eine Form der Dachbegrünung, die sich besonders an städtischen Standorten mit wenig Grünflächen lohnen kann – denn sie ermöglicht es Unternehmern, ihren Mitarbeitern auch mitten in der Stadt einen eigenen Pausenraum draußen im Grünen anzubieten. Vereine wie der Naturschutzbund (Nabu) schlagen außerdem vor, Mitarbeiter bei der Pflege der Gärten zu beteiligen und Infotafeln aufzustellen, um so für das Thema Artenvielfalt zu sensibilisieren.

Etwas, das auch der Nachhaltigkeitsbeauftragte Oliver Nehrass bei seiner Arbeit immer mitdenkt: Im VRM-Garten kann man beispielsweise einem Infopfad folgen, der aufklärt über die unterschiedlichen Pflanzen- und Tierarten sowie die artenvielfaltfördernden Maßnahmen vor Ort. Nehrass plant zudem stetig neue Elemente und Aktionen, um die Artenvielfalt zu fördern, wie: diverse Sensibilisierungsveranstaltungen, ein Sand- und ein Staudenbeet oder kleine Steinhaufen als Lebensräume für verschiedene Tierarten.

Bevor man aber einfach anfängt, solche Maßnahmen auf dem Firmengelände umzusetzen, sei es erst einmal wichtig, sich die Ausgangslage anzuschauen und mögliche Anknüpfungspunkte zur Verbesserung zu suchen, so Nehrass. Unternehmen, die gerne sofort etwas bewirken möchten, könnten in einem ersten Schritt zum Beispiel auf Pestizide bei ihren Pflanzen verzichten. „Oder den englischen Rasen zu einer Blumenwiese oder einem Kräuterrasen wachsen lassen. Denn ein englischer Rasen ist für die meisten Insekten wie eine Wüste“, sagt Nehrass. Auch andere Maßnahmen zur Begrenzung negativer Auswirkungen auf die Umwelt, wie das Reduzieren von Lichtverschmutzung vor Ort durch den Einsatz moderner Beleuchtungstechnik, können bereits einen positiven Einfluss auf die Tierwelt und somit auf die Artenvielfalt haben.

Wer keinen eigenen Nachhaltigkeitsbeauftragten im Unternehmen hat, der kann sich unter anderem an externe Dienstleister wenden, die für das Firmengelände ein Artenvielfaltkonzept erstellen. Nehrass empfiehlt, sich Hilfe beim Nabu oder beim Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND) zu suchen. Auch Garten-

baubetriebe in der Umgebung könnten bei vielen Fragen und natürlich ebenso bei der Umsetzung unterstützen. Lernen kann man zudem von Unternehmensnetzwerken, die sich für Artenvielfalt einsetzen.

Welchen Netzwerken können sich Firmen anschließen?

Das Bundesprogramm Unternehmen Biologische Vielfalt (UBI) zum Beispiel bündelt nach eigenen Angaben Wissen, Netzwerke und Lösungen von Verbänden und Unternehmen, die sich für Biodiversität – und somit für Artenvielfalt als Teilaspekt – stark machen. Wer sich auf der UBI-Webseite (www.unternehmen-biologische-vielfalt.de) durchklickt, findet mitunter Leitfäden und Checklisten, um als Unternehmer die allgemeine Biodiversität zu unterstützen. Außerdem kann man sich dort über Förderprogramme wie das KfW-Umweltprogramm informieren, die bei der Schaffung eines naturnahen Firmengeländes gegebenenfalls finanziell unter die Arme greifen. Nicht zuletzt finden sich auf der Webseite zahlreiche Austausch- und Weiterbildungsangebote für Verbände und Unternehmen im Themenbereich Biodiversität.

Das Projekt wird durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) und das Bundesamt für Naturschutz (BfN) gefördert. Die fünf wichtigsten Projektpartner sind: die ‚Biodiversity in Good Company‘ Initiative, die Bodensee-Stiftung, die DIHK Service GmbH, der Global Nature Fund sowie das Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP).

Das Projekt wird durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) und das Bundesamt für Naturschutz (BfN) gefördert. Die fünf wichtigsten Projektpartner sind: die ‚Biodiversity in Good Company‘ Initiative, die Bodensee-Stiftung, die DIHK Service GmbH, der Global Nature Fund sowie das Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP).

INTERVIEW

Von Anna Merkelbach



Florian Huettl
CEO Opel & Vauxhall,
Managing Director
Stellantis Germany



Foto: Stellantis

Herr Huettl, Sie sind Chief Executive Officer (CEO) von Opel und Vauxhall und leiten das Deutschlandgeschäft des Mutterkonzerns Stellantis. Als weltweit produzierender Automobilkonzern hat sich Stellantis zum Ziel gesetzt, die CO2-Emissionen stetig zu reduzieren. Was bedeutet das?

Unser aktueller Plan sieht vor, den CO2-Ausstoß stetig und nachhaltig Richtung Null zu reduzieren. Dabei betrachten wir alle Quellen von Treibhausgasemissionen – von Fahrzeugen über die Lieferkette bis hin zu Industrie und Standorten.

Wie will Ihr Unternehmen das gesteckte Ziel erreichen? Können Sie ein paar Beispiele nennen?

Als Autobauer zunächst mit CO2-neutraler Mobilität. Wir sind überzeugt, dass E-Mobilität der einzig gangbare Weg zu sauberen Fahrzeugen ist. Darum haben wir investiert und im Jahr 2024 mit der Marke Opel einen wichtigen Meilenstein erreicht:

Opel ist der erste deutsche Autohersteller, der für jedes seiner Modelle eine komplett batterieelektrische Variante anbietet. Dies ist möglich auf Basis der Multi-Energy-Plattform von Stellantis, die auch im Werk Rüsselsheim eingesetzt wird. So produzieren wir hier alle Antriebsvarianten des Opel Astra sowie des DS4 auf einer Linie – und reagieren maximal flexibel auf die Kundennachfrage.

Was tut Ihr Unternehmen außerdem, um nachhaltiger zu werden?

Der Weg zur Klimaneutralität umfasst unsere gesamte Wertschöpfungskette. Wir haben bei Stellantis in der Elektromobilität einen umfassenden 360-Grad-Ansatz gewählt: Dieser fängt bei zahlreichen Kooperationen mit Rohstofflieferanten zur Sicherstellung der Versorgung mit knappen Ressourcen an und hört bei unseren umfangreichen Bemühungen im Bereich Kreislaufwirtschaft nicht auf. Wir überprüfen unseren weltweiten CO2-Fußabdruck mit dem

Ziel, unsere Standorte zu modernisieren, CO2-Emissionen zu reduzieren und unseren Flächenverbrauch deutlich zu verringern. Im Rahmen unserer globalen Strategie gestalten wir derzeit den Standort Rüsselsheim grundlegend um. Wir schaffen hier einen modernen, umweltfreundlichen Standort, den grEEn-campus, der die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter, unseres Unternehmens und des Standorts erfüllt.

Wie genau soll der „grEEn-campus“ zu den Nachhaltigkeitszielen des Mutterkonzerns Stellantis beitragen?

Der grEEn-campus wird mit Photovoltaikanlagen ausgestattet, um den Strombedarf der Bürogebäude weitgehend zu decken. Wir sind dort ökologisch nachhaltig unter anderem durch ressourcenschonendes Bauen, energieeffiziente Dämmung und effiziente Wärmepumpentechnologie, Regen- und Gebrauchswassernutzung oder Biodiversität durch die Begrünung der Fassaden. Selbstverständlich wird eine mo-

derne Ladeinfrastruktur gemäß der E-Mobilitätsstrategie des Unternehmens eingerichtet. Damit wird der Standort Rüsselsheim einen entscheidenden Beitrag zum Ziel von Stellantis leisten, sich CO2-neutral aufzustellen. Unsere Kalkulationen zeigen ein Einsparungspotential von mehr als 80 Prozent im Vergleich zu den Gebäuden, die durch den grEEn-campus ersetzt werden. Vergleichbare Projekte gibt es an Stellantis-Standorten in Frankreich und Italien.

Warum halten Sie es generell für gewinnbringend für Konzerne wie Stellantis, sich für das Klima und die Umwelt einzusetzen?

Stellantis will eine Vorreiterrolle bei der Bekämpfung des Klimawandels einnehmen. Denn wir sind davon überzeugt, dass die Zukunft unseres Unternehmens von unserer Fähigkeit abhängt, die Freiheit der Mobilität mit Lösungen zu schützen, die gleichzeitig innovativ, sauber, sicher und erschwinglich sind.

„Too Good To Go“

So einfach funktioniert das Lebensmittelretten per App

(mag). Die App „Too Good To Go“ verspricht eine nachhaltige Lösung gegen Lebensmittelverschwendung. Ob Brötchen vom Vortag von der Bäckerei um die Ecke oder ein übrig gebliebenes Tagesgericht vom nahe gelegenen Restaurant – Nutzerinnen und Nutzer können übrig gebliebene Lebensmittel, die ansonsten im Müll landen würden, zu stark reduzierten Preisen erwerben. Auch Supermärkte beteiligen sich, indem sie nicht verkaufte, aber noch genießbare Produkte wie Obst, Gemüse oder Milchprodukte anbieten.

Nach dem Herunterladen der App sehen Verbraucher auf einen Blick, welche Geschäfte in ihrer Umgebung teilnehmen. Diese bieten sogenannte Magic Bags an – Überraschungstüten, deren Inhalt variiert, aber immer aus übrig gebliebenen Lebensmitteln des Tages besteht.

Die Funktionsweise der App ist einfach und benutzerfreundlich gestaltet. Zunächst erstellen Anwender ein Konto und geben ihren Standort an, um die teilnehmenden Geschäfte in der Nähe zu sehen. Jedes Geschäft listet die verfügbaren Magic Bags mit einem kurzen Hinweis auf die Art der Lebensmittel, die enthalten sein könnten (etwa Backwaren, warme Mahlzeiten oder frisches Obst und Gemüse).

Abholung meist kurz vor Ladenschluss

Nutzer können die Bags direkt in der App reservieren und bezahlen. Die Preisspanne für die Überraschungstüte variiert je nach Geschäft und den enthaltenen Lebensmitteln. In der Regel liegen die Preise zwischen etwa zwei und fünf Euro. Zu einer festgelegten Abholzeit holen die Kunden ihre Tüte im jeweiligen Geschäft ab. Diese Zeiten sind meist kurz vor Ladenschluss, da dann am ehesten übrig gebliebene Lebensmittel anfallen. Am Abholzeitpunkt angekommen, zeigt der Kunde die Reservierung in der App vor und erhält die Lebensmittel. Dieser Prozess stellt sicher, dass die Lebensmittel frisch bleiben und nicht unnötig lange lagern. Ein zusätzlicher Vorteil der App ist die Möglichkeit, positive Bewertungen und Kommentare zu hinterlassen, wodurch andere Nutzer von guten Erfahrungen profitieren können. Außerdem trägt die App dazu bei, das Bewusstsein für Lebensmittelverschwendung zu schärfen und nachhaltigere Konsumgewohnheiten zu fördern.

Immer mehr Geschäfte in kleinen Gemeinden nehmen teil

Die App ist sowohl für Android als auch für iOS verfügbar und kann

kostenlos heruntergeladen werden. Es fallen keine zusätzlichen Kosten an, außer dem Preis für die reservierten Beutel. Bezahlt werden kann in der App mit verschiedenen Zahlungsmitteln, darunter

Kreditkarte, PayPal und Apple Pay. In Deutschland beteiligen sich zahlreiche Städte und Gemeinden an der Initiative. Bekannte Standorte sind unter anderem Großstädte wie Berlin und Hamburg sowie München

und Köln. Auch mittelgroße Städte wie Stuttgart, Düsseldorf, Dortmund und Essen nehmen teil. Ferner sind zunehmend auch kleinere Städte und Gemeinden in ganz Deutschland vertreten.



„Too Good To Go“ ist eine innovative App, die es Nutzern ermöglicht, überschüssige Lebensmittel von Restaurants und Geschäften zu einem reduzierten Preis zu kaufen.
Foto: Marcus Brandt/mag

INTERVIEW

Von Andrea Früauff



Markus Prübmann
Geschäftsführer
Solardirekt24 GmbH

solardirekt24.de

öl bohren, aber fast jeder kann mittels einer PV-Anlage sich und andere mit unschlagbar günstiger Energie versorgen.

Beim Round Table der VRM kommen Vertreter unterschiedlicher Unternehmen zusammen. Wie kann der Austausch mit Firmen aus anderen Branchen Nachhaltigkeit fördern?

Bei einer Einspeisevergütung von acht Cent kann heute kaum noch von einer Subvention gesprochen werden. Wünschenswert wäre es, die Einspeisevergütung komplett zu streichen und durch Marktmodelle zu ersetzen. Ohne bürokratischen Aufwand sollte der kleine Produzent seinen Strom verkaufen oder verschenken können. Hierfür bedarf es einer partiellen Abschaffung der Netzdurchleitungsentgelte, ein Blick auf die Vorgehensweise in Österreich liefert Ansätze und Ideen. Warum nicht den eigenen Nachbarn zur wechselseitigen Freude mit Solarstrom versorgen?

Wie sehen Sie die Zukunft der Solardirekt GmbH, gibt es eine Vision?

Die Entwicklung der Batterietechnologie vergleiche ich gerne mit den Anfängen der Gutenbergschen Bleiletern bis hin zum industriellen Offsetdruck. Die Batteriefertigung erfährt ähnliche Wandlungen des Fertigungsprozesses, den Austausch teurer Inhaltsstoffe gegen günstigere. Bereits jetzt erlebt die Speicherbranche ein exponentielles Wachstum, verursacht durch unglaubliche Reduzierungen der Herstellungskosten. Ein Ende ist nicht absehbar. Dies wird zu erfreulichen Umwälzungen des gesamten Energiemarktes führen.

Der weltweite Zubau an Erzeugungskapazitäten war letztes Jahr weit über 90 Prozent regenerativ, unter zehn Prozent verteilen sich auf Kohle, Gas und Atom. Dies ist hierzulande wenig bekannt. Weiterhin wenig bekannt ist der aktuelle Zubau an PV in Deutschland, dieser liegt bei ein bis zwei Gigawatt (GW) monatlich. Kilowatt, Megawatt, Gigawatt – wer kann das schon in einer Meldung mal eben einordnen? Die elektrische Leistung eines Atomkraftwerkes liegt bei einem GW. Ja richtig, wir bauen ein bis zwei Atomkraftwerke in Form von PV jeden Monat.

Die Hauptgründe liegen im kommerziellen Bereich, regenerative Energie ist schlicht billiger als alles andere. Daher ist diese Entwicklung auch nicht aufzuhalten, egal wie viel altes Geld in fragwürdige Lobbyarbeit fließt – und das lässt mich optimistisch und glücklich in die Zukunft schauen.

Foto: Lukas Görlich

Sichern auch Sie sich die Energie der Sonne ...



Unser Dach kann Strom!

... mit einer Solaranlage von solardirekt24!

- Photovoltaik
- Solarthermie*
- Wärmepumpen*
- regionaler Partner
- zeitnahe Montage
- alles aus einer Hand

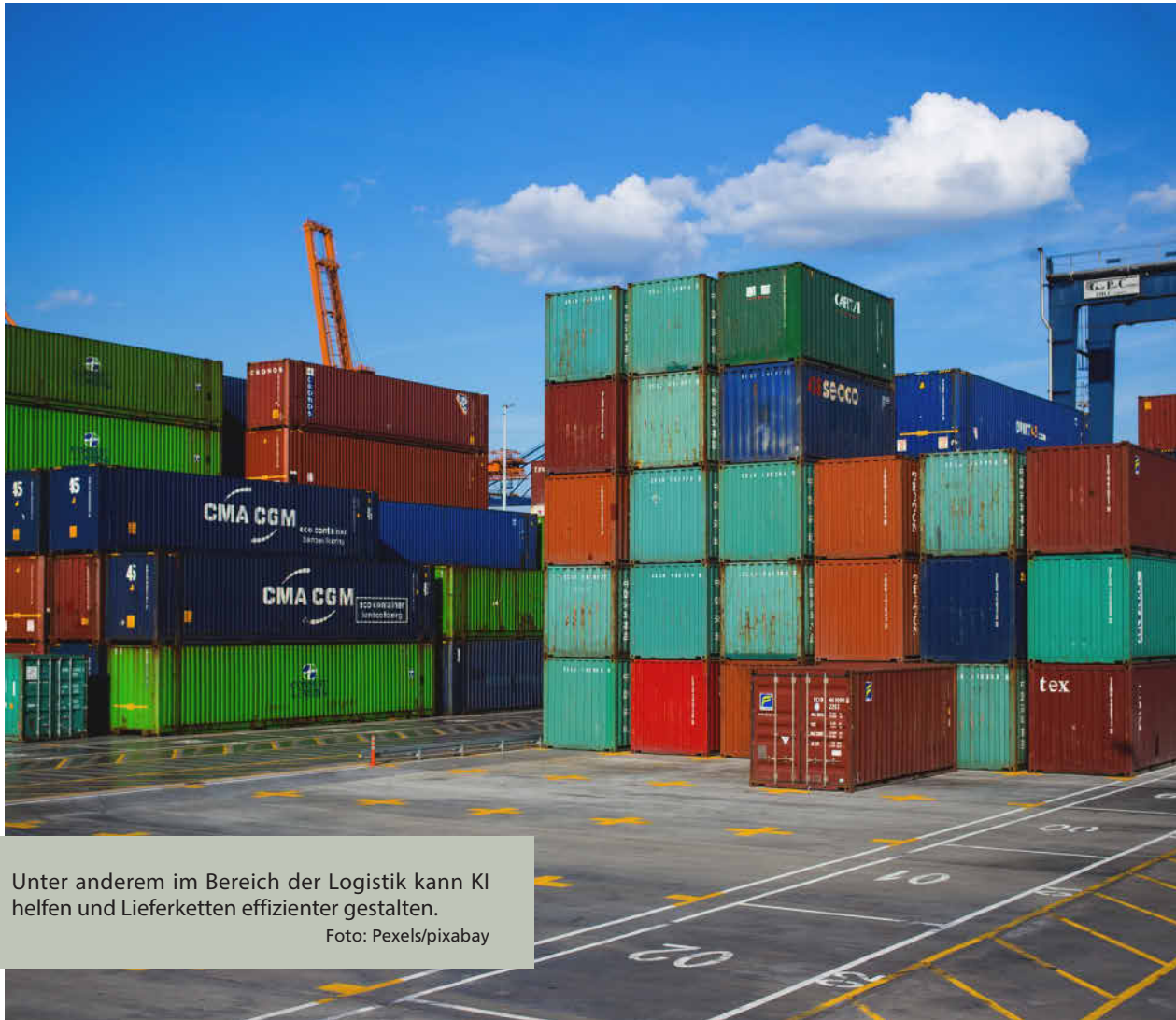
* staatl. Förderung min. 50%



Jetzt beraten lassen & Angebot anfordern
 >>> **06732 608 99 99** <<<<
 info@solardirekt24.de

solardirekt24
Ihr Solarpartner in Wörrstadt

solardirekt24 GmbH • Spiesheimer Weg 22 • 55286 Wörrstadt
 © 06732 608 99 99 • info@solardirekt24.de • www.solardirekt24.de



Unter anderem im Bereich der Logistik kann KI helfen und Lieferketten effizienter gestalten.

Foto: Pexels/pixabay

Von Energieeffizienz über erneuerbare Energien bis hin zum Recycling

Wie kann KI positiv für die Umwelt eingesetzt werden?

(cn). Künstliche Intelligenz bringt in vielen Bereichen Fortschritt, vereinfacht Prozesse und ermöglicht Dinge, die früher undenkbar waren. Auch im Bereich der Umwelt kann KI auf verschiedene Weisen eingesetzt werden und so beispielsweise dabei helfen, Ressourcen effizienter zu nutzen, Emissionen zu reduzieren, den Straßenverkehr zu opti-

mieren oder die Landwirtschaft nachhaltiger zu gestalten. Eine intelligente Steuerung von Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage sowie optimierte Produktionsprozesse in der Industrie können überdies dafür sorgen, den Energieverbrauch in Wohngebäuden, Firmen, Fabriken und weiteren Gebäuden zu reduzieren.

Kühlung von Rechenzentren und Energiereduktion

KI-Technologien können dafür eingesetzt werden, Rechenzentren zu optimieren. Algorithmen analysieren kontinuierlich Temperatur-, Feuchtigkeits- und Luftstromdaten, um die Kühlung von Servern zu steuern. Dadurch kann der Energieverbrauch für die Kühlung deutlich gesenkt werden. Erfolge von etwa 40 Prozent wurden bereits verzeichnet. Rechenzentren sind für einen erheblichen Teil des globalen Energieverbrauchs verantwortlich, sodass diese Lösung signifikante Auswirkungen auf den CO₂-Ausstoß hat.

Energieoptimierung der Frankfurter Skyline

Auch in der Rhein-Main-Region gibt es Erfolge dieser Art, beispielsweise in Frankfurt am Main. Dort wird KI zur Optimierung des Energieverbrauchs in großen Bürogebäuden eingesetzt. KI-Algorithmen steuern Heizung, Lüftung und Klimaanlage in Echtzeit, basierend auf der Auslastung des Gebäudes und den Wetterprognosen.

Effizientere Gestaltung von Windkraftanlagen

Im Bereich erneuerbare Energien wird KI verwendet, um die Leistung von Windturbinen und Solaranlagen zu optimieren. Forscher an der Technischen Universität (TU) Kassel haben beispielsweise ein KI-gestütztes System entwickelt, das Windgeschwindigkeiten vorhersagt und die Turbinenausrichtung

von Windkraftanlagen automatisch an die Windrichtung anpasst. So wird der Energieertrag erhöht.

Höhere Recycling-Quoten durch Robotereinsatz

Beim Abfallmanagement hilft KI mithilfe von Bildverarbeitungsprogrammen und maschinellem Lernen, Abfälle unterschiedlichster Materialien effizienter zu sortieren. Dies sorgt für eine höhere Recyclingrate. Es gibt außerdem Systeme, die vorhersagen, wann bestimmte Container geleert werden müssen, um unnötige Fahrten der Müllfahrzeuge zu vermeiden, was wiederum CO₂ spart.

Nachhaltige Landwirtschaft dank Drohnen und Sensoren

In der Landwirtschaft wird KI genutzt, um den Einsatz von Wasser, Düngemitteln und Pestiziden zu minimieren. Mithilfe von Drohnen, Sensoren und KI-gestützten Analysetools können Landwirte genauere Informationen über den Zustand ihrer Felder erhalten, darunter Informationen zur Bodenfeuchtigkeit, Temperatur und Pflanzenentwicklung. Mit KI-gestützten Vorhersagemodellen lässt sich der optimale Zeitpunkt für die Bewässerung und die Bekämpfung von Schädlingen bestimmen. So werden weniger Ressourcen verwendet und eine nachhaltigere Produktion erzielt. Auch auf den Weinfeldern im Rheingau finden KI-Technologien erfolgreich ihren Einsatz.

KI-Wissen und Projektbegleitung für Unternehmen

Was das Thema Ressourcen angeht, gibt es vom Bundesumweltministerium eine Initiative namens Green-AI Hub Mittelstand, die sich spezifisch mit der Einsparung von Ressourcen in kleinen und mittelständischen Unternehmen durch den Einsatz von KI befasst. Der Green-AI Hub vermittelt Unternehmen Wissen zum Thema KI und zeigt, wie Material effizient genutzt und eingespart werden kann. Er bringt KI-Entwickler und ausgewählte Unternehmen zusammen und setzt mit ihnen KI-Pilotprojekte um. Zahlreiche Projekte betreffen den Bereich der industriellen Produktion, aber auch die Logistik und weitere Bereiche profitieren. Der Code, der aus diesen Projekten resultiert, wird frei zugänglich auf GitHub veröffentlicht, sodass auch andere Unternehmen von den Erfahrungen profitieren können. Der Green-AI Hub bietet zudem Online-Tools an, um KI-Potenziale entlang der Wertschöpfungskette im Unternehmen zu erkennen und zu nutzen, und lädt mit dem Green-AI Hub Mobil dazu ein, KI live vor Ort zu erleben. Auch auf zahlreichen Vorträgen, gestaltet Diskussionsrunden und Workshops. Start-ups bietet er eine Plattform, innovative Lösungen vorzustellen und sich mit passenden Akteuren zu vernetzen. Weitere Informationen zum Green-AI Hub finden Unternehmen unter www.green-ai-hub.de.

Vorhersage von Klimarisiken und -katastrophen

Im Bereich des Katastrophenschutzes kann KI dabei helfen, Veränderungen

schneller zu erkennen und früher zu warnen, indem Umweltdaten in Echtzeit analysiert und ausgewertet werden. Untersucht werden können beispielsweise die Luft- und Wasserqualität, Temperaturveränderungen und der Zustand von Ökosystemen.

Durch die Analyse großer Datenmengen hilft KI generell dabei, Klimamodelle präziser aufzusetzen und die Auswirkungen des Klimawandels besser zu verstehen. Dies kann dazu beitragen, fundiertere Entscheidungen über Klimaschutzmaßnahmen zu treffen, was wiederum Städteplanern und Landwirten bei ihrer Arbeit hilft.

Das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) nutzt solche KI-gestützte Modelle zur Analyse von Klimarisiken in der Region. Es untersucht den Einfluss des Klimawandels auf die Landwirtschaft, Wasserwirtschaft und die städtische Infrastruktur. In Zusammenarbeit mit Kommunen und Unternehmen können so nachhaltige Lösungen entwickelt werden, um rascher und effizienter auf bevorstehende Extremwetterlagen, wie Starkregen oder Dürre, reagieren zu können.

Überwachung des Luftqualitätsindex

In einigen Städten wird KI zur Überwachung der Luftqualität eingesetzt. In Zusammenarbeit mit der Stadt Wiesbaden und der Hessischen Agentur für Umwelt und Naturschutz (HUEN) wurde beispielsweise ein intelligentes System entwickelt, das die Luftverschmutzung in Echtzeit überwacht. Sensoren und KI-Algorithmen helfen dabei, die Auswirkungen von Verkehr und Industrieemissionen präzise zu analysieren und frühzeitig Warnungen auszugeben. Das System hat dazu beigetragen, den Luftqualitätsindex besser vorherzusagen und gegebenenfalls Gegenmaßnahmen zu treffen, um den Index zu verbessern.

Intelligente Steuerung von Verkehrsströmen

Im Bereich des Straßenverkehrs kann KI genutzt werden, den Verkehrsfluss in Städten zu optimieren. In Mainz werden so beispielsweise Sensoren und Kameras eingesetzt, um den Verkehr in Echtzeit zu überwachen und die Ampelsteuerung dynamisch anzupassen. So werden Verkehrsströme – vor allem in Stoßzeiten – effizienter geleitet und der Verkehr gerät weniger ins Stocken. Das Projekt hat den CO₂-Ausstoß in der Stadt durch seltener auftretende Staus gesenkt, was wiederum zur Verbesserung der Luftqualität beiträgt. Mainz ist eine der ersten Städte in Rheinland-Pfalz, die solche fortschrittlichen KI-Technologien zur Verkehrssteuerung implementiert hat. Dies sind nur einige Beispiele, die zeigen, dass und wie Künstliche Intelligenz dazu beiträgt, Ressourcen effizienter zu nutzen, den CO₂-Ausstoß zu verringern und nachhaltigere Praktiken in verschiedenen Sektoren zu fördern. Natürlich ist die Technologie selbst nicht ohne Herausforderungen, insbesondere in Bezug auf den Energieverbrauch der KI-Systeme, aber mit klugen Anwendungen und stetiger Weiterentwicklung kann sie einen bedeutenden Beitrag zur Umweltschonung leisten und das Leben nachhaltig verbessern.

INTERVIEW

Von Anna Merkelbach



Patrick Bertman
Head of Corporate
Development
DB Cargo



Foto: Lukas Görlach

Herr Bertman, Sie sind Head of Corporate Development bei DB Cargo. Der DB-Konzern will bis 2040 klimaneutral sein. Welche Rolle spielt DB Cargo auf diesem Weg?

Der Schienengüterverkehr ist ein zentraler Hebel, um die Klimaziele zu erreichen. Der Verkehrssektor ist für rund 22 Prozent der Treibhausgasemissionen in Deutschland verantwortlich – und liegt noch immer hinter den eigenen Klimaschutzziele klar zurück. DB Cargo hingegen spart schon heute durch seine Verkehrsleistung jährlich rund 6 Millionen Tonnen Treibhausgasemissionen ein. Mit täglich über 2.600 Zügen in 18 Ländern sind wir Rückgrat der klimafreundlichen Logistik in Europa. Und: Jeder einzelne Zug ersetzt bis zu 52 Lkw. Die Verlagerung von Transporten auf die Schiene spart mehr als 80 Prozent Treibhausgasemissionen im Vergleich zum Transport auf der Straße ein.

Ein Beispiel für klimafreundliche Technik ist der Biokraftstoff HVO. Wie

funktioniert dieser und welche Bedeutung hat er für Sie?

HVO, also hydriertes Pflanzenöl, wird aus Abfallstoffen wie Altspeiseöl hergestellt – ohne zusätzliche Anbauflächen und ohne Konkurrenz zur Nahrungs- oder Futtermittelproduktion. Der Biokraftstoff ist außerdem frei von Palmöl. Bei HVO fallen nahezu keine Emissionen an und es ist sofort einsetzbar – ganz ohne Umrüstung an den Lokomotiven. Gerade dort, wo Strecken noch nicht elektrifiziert sind, ersetzt HVO fossilen Diesel als saubere Brückentechnologie. Damit lassen sich bis zu 90 Prozent der Emissionen einsparen. HVO ist ein wichtiger Bestandteil unserer Flottendekarbonisierung – neben Hybrid- und Zweikraftloks sowie dem Assistenzsystem LEADER, das energieeffizientes Fahren unterstützt. Bis Ende 2025 wollen wir in Deutschland rund 10 Millionen Liter HVO einsetzen. Das entspricht mehr als 30 Prozent unseres gesamten Kraftstoffbezugs.

Nachhaltigkeit ist mehr als Emissionsreduktion. Was tut DB Cargo darüber hinaus?

Wir investieren in lärmarme Technologien, ressourcenschonende Produktionseinheiten, Digitalisierung und Automatisierung, leise Bremsen – und in unsere Mitarbeitenden. Außerdem bieten wir Weiterbildungen in verschiedenen Bereichen zu umweltbewusstem Handeln und fördern die Diversität im Unternehmen. Gleichzeitig unterstützen wir unsere Kunden durch nachhaltige Lieferketten mit Climate+, einem TÜV-zertifizierten Angebot, das Vermeidung, Reduktion und Kompensation von Emissionen miteinander verbindet.

Beim Round Table der VRM begegnen sich Branchen mit ganz unterschiedlichen Perspektiven. Wie wichtig ist dieser Austausch?

Er ist unverzichtbar. Unsere Kunden – von der Automobil- bis zur Stahlindust-

rie – stehen unter wachsendem Druck, ihre indirekten Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Der Erfolg von Unternehmen in der Zukunft hängt immer stärker von grünen Logistikketten und nachhaltigen Produktionsprozessen ab. Genau dafür sind wir der richtige Partner, da wir bereits alle Weichen auf Nachhaltigkeit gestellt haben. Der Dialog mit anderen Branchen eröffnet neue Lösungen – sei es für mehr Transparenz, multimodale Konzepte oder eine gemeinsame Nachhaltigkeitsstrategie.

Wie sieht für Sie die Zukunft der Logistik idealerweise aus?

Klimaneutral, digital vernetzt und auf Schiene und Straße optimal kombiniert. Mit über 4.200 Zugangspunkten, einem europaweiten Netzwerk und einem breiten Branchenportfolio sind wir bereit. Die Zukunft gehört der grünen Logistik. Und wir machen sie möglich – Zug um Zug.



Auch Menschen, die nicht am Meer wohnen, machen gerne mal einen Spaziergang am Strand – wer dafür zum Beispiel an die Nordsee, statt in die Karibik, reist, kann die Umwelt damit schonen. Foto: Stefan Sauer/dpa

Nachhaltig in den Urlaub

Ob von langer Hand geplant oder spontan: So bleibt der ökologische Fußabdruck beim Reisen klein

(mag). Es muss nicht immer eine Fernreise sein, um dem Alltag zu entfliehen und sich zu erholen. Reisen innerhalb Deutschlands und Europas bieten zahlreiche Möglichkeiten für entspannte Urlaubstage voller Kultur. Die Verbraucherzentrale Bayern hat einige Tipps für nachhaltige Urlauber parat. Bei der Planung eines nachhaltigen Urlaubs sind zwei Dinge besonders wichtig: die Anreise und die Unterkunft. „Die Bahn ist auf jeden Fall von der Umweltbilanz die beste Option, wenn es darum geht, ebenso innerhalb Deutschlands und Europa ein Ziel oder Urlaub zu machen“, sagt Nikolaus Hoening von der Verbraucherzentrale Bayern. Viele europäische Urlaubsziele sind gut mit dem Zug erreichbar.

Der Nachtzug spart nicht nur CO2 ein

Für längere Strecken empfiehlt er Nachtzüge, wodurch nicht nur Zeit, sondern auch die Kosten für eine Hotelübernachtung gespart wird. Je nach Startpunkt lassen sich auch viele Reiseziele im Ausland erreichen.

Für die Auswahl der Unterkunft bieten Umweltlabels wie Viabono oder die Euro-Blume Orientierung. Diese Zertifizierungen kennzeichnen Hotels, Ferienwohnungen und Campingplätze, die besonders nachhaltig arbeiten, so Hoening. Hier werden Kriterien wie Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Abfall und auch Lebensmittelverschwendung untersucht. Hoening empfiehlt außerdem einen Blick auf die Webseite der Hotels zu werfen, um zu gucken: Was bietet das Hotel an? Inwieweit ist Nachhaltigkeit dem Hotel ein Anliegen? „Urlaub in Europa und Deutschland kann man leichter umwelt- und klimafreundlich gestalten“, sagt Nikolaus Hoening. Plant man nun doch eine Fernreise, empfiehlt sich, dass lieber ein wenig länger, dafür weniger häufig zu tun. Also nicht für einen Fünf-Tage-Trip einen langen Flug und eine negative Ökobilanz auf sich zu nehmen, sondern dann viel Urlaub machen mit weniger Flug.

Vor Ort: Umweltfreundlich unterwegs sein

Vor Ort gibt es viele Möglichkeiten, den Urlaub umweltfreundlich und ak-

tiv zu gestalten. Wie wäre es mit einer Fahrradtour? „Das umweltfreundlichste ist natürlich, wenn man viel mit dem Rad unterwegs ist“, sagt Hoening. Dank zahlreicher Online-Übersichten und E-Bike-Verleihstationen lassen sich Radtouren auch leicht planen und umsetzen. Und: Oft gibt es in Zügen die Möglichkeit, das Fahrrad mitzunehmen.

Auch beim Essen kann man laut der Verbraucherzentrale Bayern nachhaltig genießen: Regionale Spezialitäten bieten nicht nur einen Einblick in die Kultur des Urlaubsortes, sondern kommen auch meist ohne lange Transportwege aus und das Geld bleibt optimalerweise in der Urlaubsregion.

Tipps für Kurzentschlossene mit Fernweh

Auch bei Spontan-Urlaube gibt es Tipps, um die Nachhaltigkeit nicht zu vernachlässigen. Hoening empfiehlt, vor allem nahe gelegene Ziele zu wählen, besonders wenn es sich um Kurzurlaube handelt. Ein Vorteil: Nahe Rei-

seziele ersparen lange Staus und stressige Autofahrten.

Bei kurzfristigen Reisen lohnt es sich, die Ökobilanz der Unterkünfte zu beachten – auch da können Umweltlabel wie Viabono helfen. Hoening vergleicht die Bilanz eines Fünf-Sterne-

Hotels inklusive eines All-You-Can-Eat-Bufferets, bei dem mehr angeboten wird, als gegessen wird, und es somit zur Lebensmittelverschwendung kommen kann, mit einem Campingplatz, „wo natürlich die Ökobilanz die allerbeste ist“.

Nachhaltig auf der Camperfahrt

(red). Schon auf dem Weg zum Campingplatz können Wohnmobiliten und Campervan-Besitzer etwas für die Umwelt tun – und zwar, indem sie den Kraftstoffverbrauch ihres Fahrzeugs minimieren. Der ADAC hat einige wertvolle Tipps, wie das am besten gelingt:

1. Den Frischwassertank nur minimal befüllen. Auf dem Campingplatz kann dieser dann komplett aufgefüllt werden. Und: Den Schmutzwassertank vor der Abfahrt leeren.
3. Überlegen, welche Kleidungsstücke und Utensilien man für die Reise wirklich braucht. Je weniger Gegenstände man mitnimmt, desto mehr Last spart man ein.

Die Vorräte an Lebensmitteln am besten auf ein Minimum beschränken und vor Ort einkaufen. Auch die Mitnahme von Getränken kann schnell ins Gewicht fallen und den Kraftstoffverbrauch erhöhen. 4. Auch während der Fahrt können Camper ihren Verbrauch minimieren: Dafür sollten sie vorausschauend fahren und mit möglichst konstantem Tempo, zu früh schalten und häufiges Bremsen oder Beschleunigen sollten sie vermeiden. Auch optimaler Reifendruck und geöffnete Fenster statt einer laufenden Klimaanlage schränken den Spritverbrauch ein – und entlasten den Geldbeutel genauso wie die Umwelt.

INTERVIEW

Von Andrea Früauff



Bernhard Moser
Geschäftsführer
Moser Caravaning GmbH



Foto: Lukas Görlach

Was unterscheidet die Moser Caravaning GmbH von anderen Wohnmobil- und Wohnwagen-Händlern?

Moser Caravaning in Mainz-Hechtsheim ist ein über 66 Jahre etabliertes Handelsunternehmen in der Caravaning Branche. In der jetzigen Führung in der zweiten Generation haben wir uns immer den veränderten Bedingungen in unserem Umfeld angepasst. Wir sind vorausschauend unterwegs und haben über die Jahre den Betrieb stetig erweitert und vergrößert. Bereits 1974 konnte unser Unternehmen mit einer 300 Quadratmeter großen Ausstellungshalle aufwarten, was ein Novum in unserer Branche war. Damit haben wir es geschafft, unsere Kunden im Radius von 200 Kilometern zu erreichen. Unsere Ansiedlung in der Nähe des Flughafens hat uns außerdem Kunden aus dem europäischen Ausland beschert.

Welchen Beitrag leistet Ihr Unternehmen zur Energiewende und zu nach-

haltigem Klimaschutz?

Wir hatten immer zukunftsorientierte Visionen in der Planung. Bei einem Erweiterungsbau 2007 haben wir eine Photovoltaikanlage aufs Dach installiert. Wir haben Regenwasser über eine Zisterne aufzufangen, um umweltschonend unterwegs zu sein. 2018 haben wir unsere Firmen-PKW mit vollelektrischem Antrieb ausgestattet. Ein weiterer Neubau soll mit einer Wasserwasch-Rückgewinnungsanlage ausgestattet und zusätzliche Photovoltaikmodule installiert werden.

Warum halten Sie es generell für gewinnbringend für ein Unternehmen, sich für das Klima und die Umwelt einzusetzen?

Wir alle müssen unsere Umwelt schonen und alles uns Mögliche dazu beitragen, dass eine Energiewende herbeigeführt wird.

Für uns Unternehmen ist es wichtig, sehr aufmerksam mit der Nachhaltigkeit um-

zugehen. Je sensibler wir sind, umso mehr sehen wir die Potenziale, welche sich uns bieten.

Unsere Kunden beobachten genau wie wir die Nachhaltigkeit umsetzen und werden ihre Investitionen dann in unserem Betrieb tätigen. Wenn wir vorbildlich und vorausschauend auf Nachhaltigkeit setzen, werden unser Kunden uns ebenfalls folgen.

Wie sehen Sie die Zukunft der Caravaning- und Campingbranche? Gibt es eine Vision?

In unserer Branche gibt es seit 2024 eine Auszeichnung mit dem „Grünen C“. Der Nachhaltigkeit wollen wir weiteren Vorschub leisten, um diese Auszeichnung für 2025/2026 zu erhalten. Unsere Urlaubsform ist bereits nachhaltig und schont Ressourcen gegenüber zum Beispiel Flugreisen. Unsere Produkte haben eine Lebensdauer bis zu 30 und mehr Jahren. Unser Winterurlaub erfordert nur

wenige Quadratmeter Beheizung. Das ist deutlich nachhaltiger als große Gebäude, wie Hotels, zu erwärmen. Je mehr Caravaning-Urlaube, desto nachhaltiger ist der Energieverbrauch.

Meine Vision ist, noch zu bewirken, dass für die mittelschweren Wohnmobile die Motoren für synthetische Kraftstoffe zum Einsatz kommen. Dann hätten wir schnell eine CO2-Gleichung mit einem Null-Ergebnis. Ich verstehe leider nicht, dass die Regierungen eine solche Lösung nicht auf dem Plan haben.

Für leichtere Reisemobile zwischen 3,5 und 3,8 Tonnen wird es möglicherweise eine Motorentechnik mit Batteriebetrieb geben können, aber da braucht es noch einige Entwicklungsschritte, bis unsere Caravaning-Branche von diesen Basisfahrzeugen profitieren kann.

Unser hoheitliches Ziel ist es immer, uns den Anforderungen des Marktes und den Gegebenheiten anzupassen. Nichts ist konstanter als die Veränderung.

Was Mülltrennen bewirkt

Hintergründe und praktische Tipps fürs Recycling verschiedener Abfälle

(red). „60 Prozent der Kunststoffe und weit über 90 Prozent der Metalle, die in Deutschland in der gelben Tonne landen, werden recycelt und für neue Produkte benutzt. Und auch beim Glas und bei PET-Flaschen liegen wir bei einer Recyclingquote von deutlich über 90 Prozent“, sagt Philip Heldt, Experte für Umwelt und Ressourcenschutz bei der Verbraucherzentrale (VZ) NRW. „Der beste Müll ist natürlich immer der, der gar nicht erst entsteht. Aber durch Recycling werden Rohstoffe im Kreislauf gehalten und jede Menge Energie wird eingespart. Verbraucher:innen leisten dazu durch richtige Mülltrennung und -entsorgung einen wichtigen Beitrag“, so Heldt. Diese Tipps der Verbraucherzentrale zeigen, worauf es dabei ankommt:

Schrott erkennen und abgeben

Nicht nur Fernseher, Föhne und Fritteusen sind Elektrogeräte. Auch in vielen anderen Produkten stecken inzwischen fest verbaute elektr(on)ische Zusatzfunktionen. Ob Kinderturnschuhe mit blinkenden LED-Lichtern, E-Zigaretten oder klingende Grußkarten: Durch ihr Innenleben werden auch Gegenstände, die man gar nicht auf den ersten Blick als Elektrogeräte erkennt, laut VZ nach Gebrauch zu E-Schrott, der separat im Wertstoffhof oder im Handel zurückgegeben werden muss. Denn auch sie enthielten wertvolle Rohstoffe wie Gold, Silber oder Kupfer sowie gefährliche Bauteile und Stoffe wie Blei, Flammschutzmittel oder Lithium-Batterien, wie das Umweltbundesamt erklärt.

Das Gleiche gelte für die vielen „smarten“ Gadgets vom Heizungsthermostat bis zur intelligenten Sportkleidung, die Körperdaten misst und ans Smartphone sendet. Die Faustregel der Verbraucherschützer: Alles, was einen Stecker, eine Batterie / einen Akku oder ein Kabel hat, gehört in die Elektrosammlung.

Keine Trinkgläser in den Glascontainer

Altglas kann laut Verbraucherzentrale immer wieder eingeschmolzen und zur Herstellung neuer Glasverpackungen genutzt werden. Das Recycling spare Rohstoffe und viel Energie, denn Altgläser schmelzen bei niedrigeren Temperaturen als der Quarzsand, aus dem neues Glas hauptsächlich besteht. Damit der Kreislauf gut funktioniert, ist es den Experten nach aber wichtig, dass keine Fremdstoffe wie Kristallglas, Glasvasen, Fensterscheiben oder Glasschalen im Altglascontainer landen. Denn diese hätten eine andere Zusammensetzung als Getränkeflaschen oder Konservengläser und störten den Recyclingprozess, ebenso Keramik- oder Porzellanscherben. Auch das getrennte Sammeln nach Weißglas beziehungsweise Farben hat laut Verbraucherschützern seinen Sinn: Um klare, durchsichtige Glasbehälter herzustellen, dürften nicht zu viele grüne oder braune Scherben im Ausgangsmaterial enthalten sein. Nicht unbedingt nötig sei es hingegen, Deckel und Korken zu entfernen. Sie würden in den Anlagen maschinell vom Glas getrennt. Das koste allerdings zusätzliche Energie. Idealerweise entsorgt man laut VZ also Deckel in der gelben Tonne und Naturkorken in der Korksammlung.

Verpackungsmaterialien möglichst sorgfältig trennen

Verkaufsverpackungen werden über den gelben Sack oder die gelbe Tonne, mancherorts auch über die Wertstofftonne entsorgt. Und auch wenn es manchmal lästig sein mag: Fürs Recycling ist es den Verbraucherschützern nach wichtig, dass die verschiedenen Materialien getrennt werden. Denn das könne keine Maschine leisten. Die Verbraucherzentrale liefert auch konkrete Beispiele: Der Aluminiumdeckel sollte vom Joghurtbecher aus Plastik abgezogen, die eventuell vorhandenen Papiermanschetten abgetrennt und ins Altpapier gegeben werden. Tüben und Deckel sollten ebenfalls einzeln weggeworfen, Folien von Plastikflaschen abgezogen werden.

Batterien niemals in den Hausmüll

Per Gesetz gilt: Leere Batterien und ausgemusterte Akkus müssen zurückgegeben werden, der Handel stellt dafür Sammelboxen zur Verfügung. Der Hausmüll ist tabu. Dennoch wird laut Verbraucherzentrale die festgelegte Sammelquote von derzeit 50 Prozent nur knapp übertroffen (2023: 50,4 Prozent). Fast die Hälfte aller verkauften

Batterien werde also nicht recycelt oder unsachgerecht entsorgt. Für die Umwelt berge das die größte Gefahr, aber auch für den Menschen: Häufig kommt es laut VZ durch explodierende Batterien zu Bränden in Müllfahrzeugen oder Entsorgungsanlagen. Und: Batterien enthalten zum Beispiel Metalle wie Aluminium, Eisen, Nickel, Blei, Zink, Kobalt, Kupfer und Mangan. Diese könnten zurückgewonnen und für die Herstellung neuer Batterien und Akkus verwendet werden.

Auch Bioabfall kann wertvoll sein

Biomüll getrennt zu sammeln und zu verwerten, ist den Verbraucherschützern nach wirtschaftlich und aus Umweltgründen sinnvoll. Entweder würden die pflanzlichen Abfälle zu Humus kompostiert oder zu Biogas vergoren. In der Restmülltonne hingegen sei der Biomüll verloren und gehe in die Müllverbrennung. Was außer pflanzlichen Küchen- und Gartenabfällen im Biomüll entsorgt werden darf (beispielsweise Speisefett oder tierische Lebensmittelabfälle), regeln die Kommunen. Genaue Informationen liefern die Websites der Entsorger oder die Abfallberatung.



Recycling fängt bei der korrekten Mülltrennung an.
Foto: Verbraucherzentrale NRW/WSF

INTERVIEW

Von Andrea Früauff



Peter Germann
Geschäftsführer
Scherer GmbH & Co. KG
Mainz



Foto: Lukas Görlach

Die Scherer-Gruppe ist ein rheinland-pfälzisches Familienunternehmen im Automobilhandel mit Sitz in Simmern, das 1937 gegründet wurde. Sie sind Geschäftsführer in Mainz, wo Ihr Unternehmen drei Standorte hat. Wie wird bei Ihnen der Nachhaltigkeitsgedanke umgesetzt?

Hier liegt unser Schwerpunkt auf Ressourceneinsparung. Durch umfangreiche Umrüstungen konventioneller Leuchtstoffröhren auf LED-Beleuchtung in allen Betriebsbereichen, der Reduzierung von Beleuchtungszeiten sowie dem Austausch alter Waschanlagen konnten deutliche Einsparungen bei den Verbräuchen erzielt werden. In beiden Standorten wurden alte Heizungsanlagen gegen neue und effizientere ersetzt. Durch eine gezielte Mülltrennung sowie die Anschaffung einer eigenen Papierpresse konnte beim Thema Entsorgung entsprechend optimiert werden. Wir digitalisieren zunehmend Prozesse im Service und Vertrieb, werden hier-

bei effizienter und sparen Papier ein. Für den Ausbau der Elektromobilität investieren wir permanent in Ladeinfrastruktur, Werkstattausrüstung sowie technisches Training, um den Servicestandards gerecht zu werden. Im Vertrieb schulen wir die Verkäufer zum Thema Elektromobilität, um Kunden und Interessenten eine bestmögliche, fachliche Beratung im Verkaufsgespräch zu gewährleisten.

Die Transformation des Antriebs für Fahrzeuge treibt die Automobilbranche um. Wie ist die Nachfrage in Ihren Autohäusern nach E-Fahrzeugen?

Wir sehen die Nachfrage nach elektrisch betriebenen Fahrzeugen grundsätzlich politisch gesteuert und das geht dann oft mit Verunsicherung und zögernden Entscheidungen einher (Thema Kaufprämie). Die Nachfrage nach E-Fahrzeugen bei den von uns vertretenen Marken ist in 2025 gegenüber Vorjahr und im Vergleich zu Verbrennerfahrzeugen gestie-

gen. Der Zuwachs ist auch getrieben durch unterstützende Verkaufsfördermaßnahmen der Hersteller.

Warum halten Sie es generell für gewinnbringend für ein Unternehmen, sich für das Klima und die Umwelt einzusetzen?

Wir sehen das grundsätzlich als unternehmerische Verantwortung, wissen aber auch, dass der Erfolg nur dann gewährleistet ist, wenn alle mitmachen. Hierbei müssen sich Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit nicht ausschließen. Die Automobilwirtschaft steht in Sachen Klima und Umwelt im Besonderen im Fokus. Letztlich ist eine positive Außendarstellung auch wichtig für das Image der Branche.

Beim Round Table der VRM kommen Vertreter unterschiedlicher Unternehmen zusammen. Wie kann der Austausch mit Firmen aus anderen

Branchen Nachhaltigkeit fördern?

Ein Gedankenaustausch zu einzelnen Nachhaltigkeitsthemen erachten wir grundsätzlich als sehr inspirativ, und weshalb sollte man nicht auch gute Ideen auf das eigene Unternehmen adaptieren?

Wie sehen Sie die Zukunft des Automobilhandels?

Die Transformation zu alternativen Antrieben hat lange begonnen und wird sich weiter rasant entwickeln. Parallel dazu hat auch ein Wandel der Vertriebswege stattgefunden, als eine Mischung aus Online-Vertrieb und stationärem Handel. Wir stellen aber auch fest, dass der Kunde, insbesondere beim Thema E-Mobilität, die Beratung im Handel vor Ort präferiert. Das Thema Auto wird an „emotionaler Bedeutung“ und an Status verlieren, alternative Mobilitätsangebote werden an Bedeutung gewinnen, insbesondere in Städten und Metropolen.

Für die Umwelt lokale Geschäfte stärken

Mit Stadtgutscheinen können Beschenkte regional und damit nachhaltig und klimafreundlich einkaufen

(djd/red). Spätestens seit der Pandemie ist Online-Shopping für viele Menschen in Deutschland zur alltäglichen Routine geworden. Im Gegenzug leiden viele Innenstädte unter hohen Leerständen. Unter Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekten keine positive Entwicklung, denn der Einkauf im regionalen Handel hat gegenüber dem Online-Shopping in dieser Beziehung viele Vorteile.

Viele halten nachhaltiges Schenken für wichtig

Zum einen sind beim regionalen Einkauf meist die Fahrtwege kürzer als

beim Online-Kauf – dadurch wird weniger CO2 produziert. Vor allem doppelte oder dreifache Wege durch fehlgeschlagene Auslieferungen und etwaige Retouren fallen beim regionalen Einkauf eher weg. Zum anderen fällt beim Einkauf vor Ort in der Regel deutlich weniger Verpackungsmüll an als beim Online-Handel. Außerdem spricht die Frische und Qualität der Waren – zum Beispiel bei Lebensmitteln wie Schokolade – für die Beschaffung in der Region. Und last but not least unterstützt man damit die lokale Wirtschaft und trägt dazu bei, dass die Innenstädte in der eigenen Region lebendige Orte bleiben – was wiederum dafür sorgt, dass



Wer persönlich vor Ort einkauft, kann unter Umständen viel Verpackungsmüll einsparen.

Foto: Pexels - Polina Tankilevitch

die Einkaufswege kurz bleiben und im Idealfall mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder dem Fahrrad zurückgelegt werden können.

Auch beim Schenken gewinnt das Thema Nachhaltigkeit immer mehr an Bedeutung, das zeigt eine aktuelle Umfrage von Wunschgutschein. Darin sind 81 Prozent der Befragten der Meinung, dass es heute wichtiger denn je ist, nachhaltig zu schenken. Für 31 Prozent ist das Verschenken von lokalen Produkten eine gute Möglichkeit, um umweltfreundlich zu handeln. Und auch der Einkauf in den Geschäften der Region ist für ein Viertel der Befragten eine nachhaltige Option.

Ein Gutschein für die eigene Region

Gutscheine werden als Geschenkidee immer beliebter, da hier große Flexibilität gegeben ist und Fehlkäufe oder umständliches Umtauschen vermieden werden. Sie haben auch einen persönlicheren Charakter als Bargeld – gerade, wenn sie sich mit einer Grußkarte personalisieren lassen. Immer beliebter werden Gutscheine, die nicht an ein bestimmtes Geschäft gebunden sind. Solche Gutscheine für Geschäfte und Erlebnisse in der eigenen Stadt oder Region gibt es bei zahlreichen Anbietern – auch einige Gewerbevereine in Städten der Rhein-Main-Region haben ihre jeweils eigene Version des Stadtgutscheins. Manche Anbieter bieten sogar Gutscheine

an, die alle in Deutschland verfügbaren Stadtgutscheine unter einem Dach vereinen.

Mit so einem Gutschein können die Beschenkten Restaurants, Geschäfte und tolle Angebote in ihrer Wunschregion erkunden und somit ihre Vielfalt genießen. Gleichzeitig werden mit diesem Geschenk lokale Unternehmen nachhaltig unterstützt. Oft sind diese Gutscheine zum Beispiel in den teilnehmenden Geschäften erhältlich.

Nachhaltige Pakete

(djd/red). Wer sich doch mal etwas liefern lassen muss, sollte auf die Versanddetails achten. Um Emissionen bei Lagerung und Transport zu senken, haben viele Logistikunternehmen Nachhaltigkeitspläne mit konkreten Zielen erarbeitet – bis hin zu elektrischen Fahrzeugen für die sprichwörtliche letzte Meile. Mit Angeboten wie GoGreen Plus beispielsweise können Verbraucher selbst zu mehr Nachhaltigkeit beitragen. Damit erhält man zwölf Monate lang alle Pakete und Warenpostsendungen mit DHL emissionsreduziert. Auch die Nutzung von Packstationen oder die Auslieferung an Filialen sorgt dafür, unnötige Transportkilometer einzusparen.



Foto: Pexels - Sarah Chai

INTERVIEW

Von Andrea Früauff



Viola Köster
Leiterin Personal & Zentrale Dienste
AMC Deutschland



Foto: Lukas Görlach

Die Alfa Metalcraft Corporation Handelsgesellschaft mbH (AMC) steht für hochwertiges Edelstahl-Kochgeschir, mit dem man weniger Energie braucht als mit Standard-Töpfen und -Pfannen. Was ist das Besondere an AMC-Kochsystemen?

Das Besondere an unserem Kochsystem ist, dass wir nicht nur hochwertige Töpfe und Pfannen als Einzelprodukte anbieten, sondern zusätzlich mehrere Spezialdeckel und smartes Kochzubehör, die sich je nach Bedarf flexibel miteinander kombinieren lassen. Durch den Einsatz der verschiedenen Deckel werden die Töpfe beispielsweise zum Schnellgarer oder Dämpfer. So bereiten wir beispielsweise mit unserem Schnellkochdeckel Secuquick softline ein super zartes Gulasch in nur 35 Minuten zu – und benötigen dabei 72 Prozent weniger Energie als mit einem gewöhnlichen Kochtopf.

Wie setzen Sie Ihren Slogan „Besser essen. Besser leben.“ und den Nachhaltigkeitsgedanken konkret bei AMC um?

Nicht nur unsere Produkte stehen für „Besser essen. Besser leben.“. So wird in unseren Verpackungen so weit wie möglich auf Kunststoffe verzichtet. Die Lieferung zum Kunden mit unserem Partner DHL erfolgt außerdem gemäß der „Go Green Plus“-Standards und so mit reduziertem CO2-Bedarf. Darüber hinaus schauen wir auch im alltäglichen Miteinander im Büro darauf, dass wir die Umwelt nicht unnötig belasten. Unser Umweltteam gibt immer wieder Impulse und trägt zur Umsetzung konkreter Maßnahmen bei. Auch unsere Azubis setzen regelmäßig konkrete Nachhaltigkeitsprojekte um. Beispielsweise haben sie ein Insektenhotel gebaut und das Dach unseres Raucherbereichs begrünt. Unsere Mitarbeitenden erhalten viele Anregungen für nachhaltiges Verhalten im Berufs-, aber auch im Privatleben. Wer auf dem Weg zur Arbeit das Auto stehen lassen mag, profitiert vom Jobrad-Angebot,

und mit öffentlichen Verkehrsmitteln sind wir mit Bus und Bahn bestens angebunden. AMC steht einfach für Nachhaltigkeit, weil wir dies zur Erfüllung unseres Slogans als essenziell ansehen.

Warum halten Sie es generell für gewinnbringend für Unternehmen, sich für das Klima und die Umwelt einzusetzen?

Unsere Teilnahmen beim Umweltprogramm Ökoprofit haben gezeigt, dass Umweltziele und Kostenoptimierung Hand in Hand gehen können. Durch die Einführung umweltfreundlicher Prozesse können wir Ressourcen effizienter nutzen und Abfall reduzieren, was langfristig Kosten senkt. Das Engagement für Klima und Umwelt stärkt außerdem das Markenimage und die Reputation. Denn Kunden und Geschäftspartner bevorzugen zunehmend Unternehmen, die sich aktiv für Nachhaltigkeit einsetzen. Dies kann also zu einer höheren Kundenbindung und

einem Wettbewerbsvorteil führen. Auch viele Arbeitnehmer suchen nach Unternehmen, die einen positiven Einfluss auf die Umwelt haben. So ziehen wir engagierte und talentierte Fachkräfte an und steigern die Zufriedenheit und Produktivität der Mitarbeiter. Außerdem verbindet das Engagement für die Umwelt im Team und trägt somit unsere Unternehmenskultur.

Wie kann der Austausch mit Firmen aus anderen Branchen Nachhaltigkeit fördern?

Durch den Austausch lernt man voneinander, bekommt wertvolle Einblicke in andere Unternehmen und deren Ansätze und erweitert nicht zuletzt das eigene Netzwerk zu Experten zu diesem Thema. Der Austausch mit Firmen aus anderen Branchen ermöglicht eine ganzheitliche Betrachtung von Nachhaltigkeitsfragen und fördert kreative, effektive und weitreichende Lösungen.

Abschlussarbeit zu Nachhaltigkeit durch Social Media prämiert

Junge Wissenschaftlerin forscht zum Einfluss von Influencern auf das Konsumverhalten ihrer Follower

(red). Für die wissenschaftliche Arbeit zu einem praktischen Thema hat der Vorstand der Verbraucherzentrale NRW Wolfgang Schuldzinski den mit 2.500 Euro dotierten „Förderpreis Konsum & Verbrauchswissenschaften“ an die Absolventin der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf Gesa-Maire Zienert überreicht. Der Preis wurde mit Unterstützung der Verbraucherschutzstiftung NRW im Rahmen des 18. Workshops Verbraucherforschung des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung der Verbraucherzentrale NRW (KVF NRW) verliehen.

Nachhaltigkeitsinfluencer mit Einfluss

Gesa-Marie Zienert, M. A., erhielt die Auszeichnung für ihre Masterarbeit im Rahmen des Studiengangs Politische Kommunikation: „Nachhaltigkeit in den Mainstream bringen: Wie Social-Media-Influencer:innen zur För-

derung nachhaltiger Konsumentscheidungen beitragen können“. Darin untersucht sie, ob und wie unterschiedliche Faktoren die Wahrnehmung und Einstellungen von Followern und Followerinnen in den sozialen Medien beeinflussen. Sie widmet sich auch der Frage, ob die Glaubwürdigkeit von Influencerinnen und Influencern leidet, wenn sie sich durch Werbung sponsoren lassen. Die Laudatio auf die Preisträgerin hielt die Professorin Dr. Kathrin Loer von der Hochschule Osnabrück. Die Politikwissenschaftlerin ist als Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats des KVF NRW an der Auswahl der preiswürdigen Arbeiten beteiligt. In ihrer Rede hob Loer aus den Ergebnissen der Studie hervor, „dass sogenannte Öko-Influencer eine höhere Glaubwürdigkeit genießen als Lifestyle-Influencer, was ihre Wirkung auf das Thema Nachhaltigkeit positiv beeinflusst. Darüber hinaus weist die Arbeit darauf hin, dass die Kennzeichnung eines Posts als gesponsert – im Gegensatz zu oft



Wolfgang Schuldzinski, Vorstand der Verbraucherzentrale NRW, überreicht Gesa-Marie Zienert eine Urkunde als Preisträgerin des Förderpreises Konsum & Verbrauchswissenschaften.
Foto: VZ NRW/Mathias Kehren, Dipl. Fotodesigner

ihren Qualifikationsarbeiten für drei Kategorien bewerben. Die Auszeichnungen für Bachelor- und Masterarbeiten sowie Dissertationen stehen für Bewerberinnen von NRW-Hochschulen offen. Für den Sonderpreis für herausragende Qualifikationsarbeiten im Bereich des Verbraucherschutzes und der Verbraucherarbeit können sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem gesamten Bundesgebiet bewerben.

Kontakt

Weitere Informationen erhalten oder eine Bewerbung senden über:

Dr. Christian Bala
Kompetenzzentrum Verbraucherforschung
der Verbraucherzentrale NRW
E-Mail:
christian.bala@verbraucherzentrale.nrw
Telefon: 0211 91380-1350

vertretenen Annahmen – keinen signifikanten Unterschied in seiner Wirkung erzeugt.“

Wissenschaft mit Relevanz für die Praxis

Loer betonte in ihrer Laudatio zudem, dass die Arbeit nicht nur grundlegende wissenschaftliche Erkenntnisse liefere, sondern auch praxisrelevant sei und wertvolle Empfehlungen für die Verbraucherpolitik biete: „Die Autorin schließt mit konkreten Hinweisen darauf, wie Marketing und Verbraucherkommunikation im digitalen Raum zukünftig gestaltet werden könnten, um eine authentische und wirksame Ansprache zu gewährleisten. Diese Erkenntnisse sind

wertvoll für alle, die sich mit der Gestaltung einer nachhaltigen Verbraucherpolitik beschäftigen und fördern die Diskussion um digitale Verantwortung und Nachhaltigkeit im Social-Media-Bereich.“

Bewerbungen für 2025 einsenden

Das KVF NRW lobt jährlich die „Förderpreise Konsum & Verbrauchswissenschaften“ aus. Junge Forscherinnen und Forscher können sich mit

GEG
Gebäudedienste

Friedrichstraße 11
55237 Lonsheim
0 67 34 / 91 57 - 0
geg-gruppe.de

Digital statt gedruckt. Für eine verantwortungsvolle Zukunft.

Mit dem Wechsel von der gedruckten Zeitung zum Digitalpaket der Allgemeinen Zeitung oder der Wormser Zeitung genießen Sie weiterhin alle vertrauten Inhalte – ergänzt durch viele praktische Vorteile:

- ✓ E-Paper schon am Vorabend ab 19:30 Uhr verfügbar
- ✓ Zugriff auf ältere Ausgaben im großen Zeitungsarchiv
- ✓ Inklusive Prisma und aller Werbeprospekte
- ✓ Wöchentliches Rätselheft und Magazine – z. B. stern oder Brigitte
- ✓ Alle Artikel in Web & App jederzeit lesbar – auch unterwegs

~~64,90 €~~ **29,90 €**

Wechseln Sie jetzt zum Digitalpaket und sichern Sie sich den einmaligen Vorzugspreis von nur 29,90 €*. Damit sparen Sie über 50%!



allgemeine-zeitung.de/wechselangebot
wormser-zeitung.de/wechselangebot
06131 484950

Ein Angebot der VRM GmbH & Co. KG, Erich-Dombrowski-Str. 2, 55127 Mainz.
*gilt für die ersten 6 Monate, danach gilt der aktuelle Bezugspreis von monatlich 39,90 €, vorbehaltlich Preisanpassung.



NACHHALTIGER LEBEN: RICHTEN WIR EUCH BEQUEM EIN.

100 JAHRE SEGMÜLLER

inkl. Kopfteilverstellung

~~1899.-**~~
999.-
Polstergarnitur

5 JAHRE GARANTIE
Nachhaltig zertifiziert mit folgenden Siegeln: B C

verschiedene Bezugstoffe zum individuellen Preis

Polstergarnitur „Novara“ Cordbezug, inkl. Kopfteilverstellung, best. aus: Sofa 2-Sitzer mit Armlehne links und Umbauecke mit offenem Abschluss rechts, Stellmaß ca. 319x215 cm. 3731582 Ohne Dekokissen.

5 JAHRE GARANTIE
Nachhaltig zertifiziert mit folgenden Siegeln: C

inkl. Topper

~~1499.-**~~
1199.-
Boxspringbett

verschiedene Bezugstoffe zum individuellen Preis

Boxspringbett „Lugo“ in Ausf. Stoff, Boxunterbau Bonellfederkern, Tonnen- Taschenfederkern-Matratze mit 5 Zonen, Topper, Kopfteile und Füße, Liegefläche ca. 180x200 cm. Ohne Deko. 3840748

5 JAHRE GARANTIE
Nachhaltig zertifiziert mit folgenden Siegeln: C

~~379.-**~~
299.-
3 Stuhl

Speisezimmer „Floyd“ bestehend aus:
 1 Esstisch Platte Balkeneiche massiv, Gestell in Balkeneiche massiv und Roh-eisen schwarz, B/H/T ca. 140x75x90 cm. 2967401 ~~1499.-~~ 1199.-
 2 Eckbank, Bezug in Stoff, B/T. ca. 203 x 163 cm, 2967427. ~~1999.-~~ 1699.-
 3 Stuhl, Bezug in Stoff, Gestell in Eisen schwarz, 2967425

5 JAHRE GARANTIE
Nachhaltig zertifiziert mit folgenden Siegeln: B C

Passepartoutrahmen mit Beleuchtung gegen Mehrpreis erhältlich.

~~1349.-**~~
999.-
Schrank

Schwebetürenschränk „Denver“ 3-trg., Ausf. graphit, Mitteltür in Bianco-Eiche Nachbildung mit Lamellenoptik, Griffleisten graphit, B/H/T ca. 250x217x67 cm. Ohne Passepartout. 3753045 Gesamtpreis für das abgebildete Modell inkl. optionaler Zusatzausstattung 1547.-

BESIEGELTE NACHHALTIGKEIT IM SORTIMENT

Wir bieten in allen Sortimentsbereichen vielfältige umweltfreundlich produzierte Einrichtungslösungen an – und täglich werden es mehr! Unsere nachhaltigen Produkte zeichnen sich durch die Einhaltung unterschiedlichster umweltrelevanter, qualitativer und sozialer Kriterien aus. Von der Verwendung von Holz aus nachhaltiger Waldwirtschaft oder Textilien aus biologisch erzeugten Naturfasern bis hin zum Einsatz recycelter Rohware.

Jedes nachhaltige Produkt ist zur einfachen Orientierung mit folgendem Icon gekennzeichnet:



Nähere Informationen zu den Nachhaltigkeitsiegeln unter www.segmuller.de/nachhaltigkeitssiegel

64331 Weiterstadt
Im Rödling 2,
Tel.: 06150/136-0

Öffnungszeiten
Mo bis Fr: 10:00 bis 20:00 Uhr
Samstag: 09:30 bis 20:00 Uhr

251172 | Promotion Team Friedberg, Segmüller Einrichtungshaus der Hans Segmüller Polstermöbelfabrik GmbH & Co. KG, Münchner Straße 35 86316 Friedberg • Alle Preise sind Abholpreise • Preise gültig bis 21.06.2025 • **Bisheriger Preis



MÖBELKAUF GANZ OHNE RISIKO
Wir gewähren Ihnen auf alle mit unserem Siegel gekennzeichneten und neu erworbenen Möbel „5 Jahre Garantie“ in voller Überzeugung, Ihnen eine gesicherte Qualität zu gewährleisten. Für ein gutes Gefühl beim Möbelkauf!

SEGMÜLLER