

Nachhaltigkeit 2024: Darauf schaut das Top-Management

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

23/11/2023 Nachhaltigkeit lebt von hoher Glaubwürdigkeit und solider Realisation. Wie unterschiedlich Unternehmen verschiedener Branchen ihre kurzfristigen Vorhaben und ihr Vorgehen priorisieren müssen, zeigt dieser Überblick.

Galt der „Umweltbericht“ in manchen Unternehmen noch bis vor einigen Jahren eher als Pflichtübung, ist Nachhaltigkeit heute ein wichtiger Bestandteil von Unternehmensführung, Leitbild und Strategie. Das spiegelt sich in aktivem Handeln im Tagesgeschäft wider. Und das Spektrum der Nachhaltigkeit umfasst weit mehr als reine Umweltthemen. Es beschreibt eine Gesamthaltung, die sich an verantwortlicher Zukunftssicherung in jeder Form orientiert. Im wirtschaftlichen Kontext, im Arbeitsleben generell und in der globalen Gesellschaft insgesamt.

Transparenz ist gefragt – gegenüber Mitarbeitenden, Kundschaft, Geschäftspartnern und Gesellschaft.

Nicht nur die europäische Gesetzgebung hat zum 1. Januar 2024 die Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung verschärft. Auch Banken, Investoren und weitere Stakeholder verlangen nach Informationen, wollen deutliche Fortschritte sehen. Großunternehmen, aber auch kapitalmarktorientierte Mittelstandsunternehmen in Europa müssen nach European Sustainability Reporting Standards berichten und Daten entlang der gesamten Wertschöpfungskette aufwendig erheben.

Dabei gleicht kaum ein Fall dem anderen. Zu unterschiedlich sind Geschäftszweck, Spezialisierung, Größe und Format der einzelnen Unternehmen. Auch die strategischen Zielzeiträume variieren. Was aber lässt sich schon bald umsetzen und sichtbar machen? Wie kreativ und wie attraktiv lässt sich nachhaltiges Wirken in Wirtschaft und Industrie gestalten? Die Redaktion des Porsche Consulting Magazins hat in Deutschland 17 Unternehmerinnen und Unternehmer aus unterschiedlichsten Branchen nach ihren wichtigsten Vorhaben und Zielen für das Jahr 2024 gefragt. Die Antworten lesen Sie hier. Das Resultat zeigt: Die Unternehmen sind hoch engagiert und sie haben sich in puncto Nachhaltigkeit schon auf kurze Sicht weit mehr vorgenommen, als es die reine Berichtspflicht erfordert.

Melanie Kehr, Mitglied des Vorstands, KfW Bankengruppe: „Förderung auf messbare Wirkung ausrichten“

„Die jüngst veröffentlichte Halbzeitbilanz des UN-Generalsekretärs zur Erreichung der Sustainable Development Goals ist mehr als ernüchternd, beispielsweise was den Klimaschutz oder die Nahrungssicherheit angeht. Förderbanken werden in Zukunft meines Erachtens eine noch größere Rolle spielen, um die notwendigen Entwicklungen mit voranzutreiben. Die Mittel dafür sind knapp, weshalb es umso wichtiger wird, Förderung gezielt auf messbare Wirkung auszurichten. Als KfW haben wir uns im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsprogramms tranSForm deshalb für 2024 vorgenommen, die Messung der Wirkungen unserer neuen Finanzierungen weiter zu verbessern – eine ganz besondere Herausforderung besteht dabei darin, die für eine wirkungsorientierte Steuerung erforderlichen Daten in ausreichender Qualität bereitzustellen. Dieser Herausforderung haben wir uns gestellt: Das Projekt tranSForm entwickelt gemeinsam mit der IT ein zukunftsfähiges Wirkungsmanagement und Reporting unter Nutzung moderner Cloud-Technologien.“

Dr. Stefan Kreisz, Vorsitzender der Geschäftsführung, Erdinger Weißbräu: „Nachhaltigkeit in einer Charta der Geschäftsführung fest verankert“

„Lebensfreude schenken – das ist der Antrieb von Erdinger Weißbräu. Dafür pflegen wir noch traditionelles Brauhandwerk und verpflichten uns zu einer kompromisslosen Qualitätsphilosophie. Für Umwelt und Gesellschaft erwächst daraus eine besondere Verantwortung. Denn nur in einer intakten Natur mit einer gewissenhaften Landwirtschaft und einer unversehrten Wasserversorgung werden wir weiterhin die besten Zutaten zum Brauen unserer Biere bekommen. Nachhaltigkeit haben wir deshalb

mit einer Charta der Geschäftsführung fest in der gesamten Brauerei verankert. Zweifellos wird das Bierbrauen an sich trotz des Einsatzes modernster Technik und laufender Verbesserungen der Anlagen weiterhin sehr energieintensiv sein. Daher sind zum einen der Wechsel von fossilen zu regenerativen Energieträgern und zum anderen die Transformation der gesamten Branche für eine Verringerung der CO_2-Äquivalente die größten Herausforderungen und zugleich Ziele der nächsten Jahre."

Dr. Prisca Havranek-Kosicek, Finanzvorständin, Jenoptik: „Auch nicht-finanzielle Aspekte in Geschäftsmodell und Strategie integrieren"

„Nachhaltigkeit steht weiterhin ganz oben auf unserer Agenda. In zahlreichen Projekten treiben wir die Integration nicht-finanzieller Aspekte aus den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance in bestehende Prozesse und damit in unser Geschäftsmodell und die Unternehmensstrategie voran.

Was unsere Nachhaltigkeitsziele angeht, so können wir stolz darauf sein, dass wir einige teilweise schon 2022 und damit früher als geplant erreicht haben. Derzeit erarbeiten wir ein neues Ziel-Set, das auch Ziele zur weiteren Emissionsreduktion enthält. Zudem ermitteln wir erstmals die sogenannten ‚Scope 3'-Emissionen unserer vor- und nachgelagerten Lieferkette.

Neue gesetzliche Reporting-Anforderungen heben die bisherige Nachhaltigkeitsberichterstattung auf ein Niveau gleichauf mit der Finanzberichterstattung. Wir arbeiten aktuell mit Hochdruck an der Implementierung der EU-Taxonomie sowie der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) mit den European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Die Wesentlichkeitsanalyse ist dabei ein Baustein, den wir bereits 2023 umgesetzt haben. Im Ergebnis dieser Analyse können wir feststellen, dass Umweltaspekte, allen voran die Reduktion von Emissionen, für uns weiterhin im Fokus stehen, auch wenn Jenoptik nicht zu den emissionsintensiven Branchen zählt. Darüber hinaus haben allerdings die sozialen Aspekte deutlich an Relevanz gewonnen und wir werden Themen wie Recruiting, Mitarbeiterbindung und Diversität sowie die Einhaltung von Menschenrechts- und Umweltstandards in der Lieferkette künftig noch stärker priorisieren."

Dr. Manfred Knof, Vorstandsvorsitzender Commerzbank: „Kredite und Anlagen auf Netto-Null"

„Wir erleben gerade einen historischen Umbruch, und der stellt Unternehmen vor gewaltige Transformationsaufgaben. Als Commerzbank begleiten wir unsere Kundinnen und Kunden in Deutschland und international auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit. Das reicht von strategischer ESG-Beratung über nachhaltige Anlagen bis hin zu Sustainable Finance. Der wichtigste Treiber ist sicherlich der Ausbau von erneuerbaren Energien. Unsere Kundinnen und Kunden können sich auf unsere mehr als 30-jährige Expertise als einer der größten Finanzierer von erneuerbaren Energien in Europa verlassen. Wir leben das auch selbst vor, mit unserer eigenen Commerzbank-Net-Zero-Verpflichtung. Bis 2050

werden wir unser gesamtes Kredit- und Anlageportfolio auf Netto-Null steuern, unsere eigenen Emissionen bereits bis 2040. Es ist Zeit, was zu bewegen – für Industrie und Wirtschaft und damit auch für die Commerzbank an der Seite unserer Kundinnen und Kunden."

Jörg-Uwe Goldbeck, Geschäftsführender Gesellschafter Goldbeck: „Wirtschaftlich und nachhaltig bauen"

„Wir haben intensiv an unserer Nachhaltigkeitsstrategie gearbeitet. Unsere ESG-Roadmap beinhaltet klare Ziele und Maßnahmen auf Corporate, Produkt- und Projekt-Ebene. Eines unserer wesentlichen Ziele in 2024 und darüber hinaus ist die weitere Dekarbonisierung unserer Unternehmensprozesse und unserer Goldbeck-Produkte – zum Beispiel über unser neues Konzept ‚Blue Building', das es deutlich einfacher macht, wirtschaftlich und gleichzeitig nachhaltig zu bauen. Wir streben die frühzeitige CO_2-Bilanzierung unserer Projekte und die Intensivierung und Digitalisierung unserer Nachhaltigkeitsberatung über den gesamten Lebenszyklus von Immobilien an. Unser Nachhaltigkeitsberichtswesen stellt dabei größtmögliche Transparenz sicher, deshalb werden wir uns im ESG-Datenmanagement weiter professionalisieren. Forschung, Entwicklung und Kooperationen im Bereich nachhaltiger Baustoffe setzen wir fort. Zu unserer Strategie gehört aber auch, die Transformation innerhalb unseres Unternehmens voranzutreiben."

Dr. Teresa Schlichting, Chief Strategy Officer, Riverty: „Faire Produkte und soziale Verantwortung"

„Corporate Responsibility war ein zentraler Ausgangspunkt für die Entwicklung unserer Unternehmensstrategie und vision, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Über 25 Millionen Menschen haben allein im Zeitraum von Oktober 2022 bis September 2023 die Services von Riverty genutzt – damit geht eine enorme Verantwortung gegenüber unseren Kundinnen und Kunden einher. Unser Ziel ist daher eine menschenzentrierte Ausrichtung, die in all unseren Produkten und Interaktionen zum Ausdruck kommt. Gleichzeitig verstehen wir unsere unternehmerische Verantwortung ganzheitlich – von fairen Produkten über soziale Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden und der Gesellschaft bis hin zu ökologischer Nachhaltigkeit. So arbeiten wir beispielsweise daran, unsere digitalen Produkte inklusiver zu gestalten. Wir bieten kostenlose Angebote zu finanzieller Bildung. Und um Emissionen zu senken, setzen wir Anreize für grünere Dienstreisen. Inspiriert von den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen streben wir danach, Corporate Responsibility in jeden Aspekt unseres Handelns zu integrieren."

Jens Sprotte, Vice President Marketing & Strategy Alstom: „Gespeicherte Energie macht unabhängiger"

„Die Ressourcenknappheit und der Klimawandel zwingen uns zum Umdenken und legen den Fokus auf

nachhaltiges Wirtschaften. Alstom ist weltweit führend bei innovativen alternativen Mobilitätslösungen für die Schiene und damit Impulsgeber für mehr Nachhaltigkeit in der Mobilität.

Für uns spielt die Nutzung erneuerbarer Energien bei der Fertigung der Alstom-Züge eine wichtige Rolle. Auch in 2024 werden wir die Produktion CO_2-neutral durchführen. Darüber hinaus werden moderne Alstom-Züge so konstruiert, dass sie weniger Energie verbrauchen, zum Beispiel durch Einsatz von Leichtbaumaterialien und energiesparenden Antriebstechniken sowie einer aerodynamischen Gestaltung. Das minimiert den Ressourcenverbrauch und CO_2-Ausstoß.

Weitere wichtige Faktoren sind die Digitalisierung und Automatisierung von Zügen und der Infrastruktur. Mit einem digitalisierten Schienennetz und einem hohen Automatisierungsgrad des Bahnverkehrs können bis zu 35 Prozent mehr Züge auf demselben Gleis fahren und gleichzeitig rund 30 Prozent der Energie eingespart werden. Alstom leistet mit seinen beiden Denkfabriken in Braunschweig und Berlin einen wichtigen Beitrag für die Digitalisierung der Schiene.

Im Rahmen eines ganzheitlichen, nachhaltigen Ansatzes ist aus unserer Sicht auch der Einsatz von stationären Energiespeichern im Stadtverkehr elementar. Hier bringt unser ‚GUW+'-System erheblichen Mehrwert: Das Stromnetz in städtischen Gebieten wird nachhaltig stabilisiert, indem überschüssige Bremsenergie der Stadtbahnen gespeichert und im Bedarfsfall wieder in den Betrieb zurückgespeist wird. Das unterstützt Städte dabei, ihre Abhängigkeit von externen Energiequellen zu verringern."

Heidi Weber-Mühleck, geschäftsführende Gesellschafterin, WeberHaus: „Wir möchten auch unseren sozialen Fußabdruck verbessern"

„Nachhaltigkeit muss zur Selbstverständlichkeit werden, für uns alle. Für WeberHaus ist Nachhaltigkeit seit Jahren ein fundamentaler Eckpfeiler unseres unternehmerischen Handelns. Wir arbeiten intensiv daran, unseren ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren, indem wir nachhaltige Baumaterialien einsetzen sowie die Energieeffizienz unserer Häuser und Unternehmensstandorte verbessern. Doch Nachhaltigkeit bedeutet für uns viel mehr: Wir möchten auch unseren sozialen Fußabdruck verbessern. Die Zufriedenheit, Entwicklung und Ausbildung unserer Mitarbeitenden stehen im Mittelpunkt unserer Bemühungen. Darüber hinaus unterstützen wir gezielt Projekte in den Bereichen Integration, Bildung und Sport an unseren Standorten. Und schließlich ist es uns ein ganz besonderes Anliegen, unser Familienunternehmen zukunftssicher zu machen. Zuletzt haben wir mit unserer Strategie 30/70 – in 2030 feiert WeberHaus den 70. Geburtstag – diesbezüglich einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung gemacht."

Dr. Holger Engelmann, Vorsitzender des Vorstands, Webasto: „Die Transformation zu mehr Nachhaltigkeit vorantreiben“

„Make individual mobility more enjoyable and sustainable by advancing technology and people“ – unser Purpose bringt zum Ausdruck, wie Webasto den wachsenden Anforderungen an ökonomische, ökologische und soziale Verantwortung gerecht werden will. Gemeinsame Anstrengungen und mutige Entscheidungen sind nötig, um deutlich nachhaltigere Lösungen für die klimaneutrale Mobilität der Zukunft zu schaffen. Wir haben bereits 2016 die Elektromobilität als einen Zukunftsmarkt für uns erkannt. Nun begreifen wir die kreative Suche nach Lösungen zur Erreichung unserer ambitionierten Klimaziele als Chance.

Unser Jahr 2024 wird im Zeichen der Dekarbonisierung stehen: Rund um den Globus setzen mehr als zehn Standorte mit hohem Einsparpotenzial ihre effektivsten Maßnahmen um, etwa die Umstellung auf grüne Energieversorgung, die Steigerung ihrer Energieeffizienz und die Sensibilisierung der Mitarbeitenden für das Thema Energiesparen. Unser globales Kompetenzzentrum für Batterieentwicklung in Schierling ist mit seiner Batteriefertigung, die zu 100 Prozent mit Grünstrom fährt, und seinem Energiespeichersystem aus hunderten von Second-Life-Batteriemodulen eine der Blaupausen für unseren Ansatz, nachhaltige Produkte und zukunftsträchtige Arbeitsplätze zu schaffen – und die Transformation zu mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen voranzutreiben.“

Dr. Hadi Saleh, CEO CeramTec Gruppe: „Jeder Schritt zählt“

„Die keramische Industrie ist eine energieintensive Industrie. Unsere Produkte werden im Rahmen des Fertigungsprozesses über lange Zeit hohen Temperaturen ausgesetzt, das kostet Energie. Dadurch werden aber unter anderem auch die enormen Festigkeiten von Hochleistungskeramik erreicht. Patienten, die zum Beispiel ein künstliches Hüftgelenk mit Keramikkomponenten erhalten, profitieren davon.

Aber Lösungen aus Hochleistungskeramik spielen auch für die Energiewende eine wichtige Rolle. So kommen sie auch in Wind□, Wasser- und Photovoltaik-Kraftwerken zum Einsatz. Wir arbeiten daran, unseren Energieeinsatz zu verringern und fossile Energieträger perspektivisch zu ersetzen. Klare Nachhaltigkeitsziele sollen uns auf dem Weg helfen.

Wir verzeichnen eine anhaltend hohe Nachfrage nach Hochleistungskeramik für medizinische Anwendungen, speziell für den Gelenkersatz. Dem tragen wir Rechnung und werden unsere bestehende Fertigung im oberfränkischen Marktredwitz in den kommenden Jahren unter anderem um eine weitere Medizintechnik-Produktionshalle ergänzen. Made in Germany wird es auch weiterhin für Medizintechnik aus dem Hause CeramTec heißen, das ist ein starkes Signal.

Bei diesem Neubauprojekt schauen wir genau hin: Wo können wir erneuerbare Energien einsetzen oder

sie selbst gewinnen? Wie können wir Abwärme nutzen, wo Produktionsanlagen intelligent konsolidieren? Jeder Schritt zählt!

Gute Lösungen für mehr Nachhaltigkeit zu finden, braucht klares Commitment, starke Teams und auch politische Unterstützung, damit die Energiewende auch für den Mittelstand verträglich gestaltet werden kann."

Petra Sandner, Chief Sustainability Officer, Helaba: „Kompetente Begleitung bei echter Transformation"

„Nachhaltigkeit ist fester Bestandteil unserer Werteorientierung und gehört zum Kern unseres Geschäfts. Denn als Landesbank Hessen-Thüringen tragen wir nicht nur Verantwortung für das Gemeinwohl. Wir sind ebenso aus tiefer Überzeugung einer nachhaltigen Perspektive verpflichtet, die den Ausgangspunkt jeder Kundenbeziehung bildet.

Unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung zeigt auch im Jahr 2023, dass wir in der Helaba alle Dimensionen der Nachhaltigkeit im Blick haben. Vom Sustainable Lending Framework bis zum Social-Volunteering-Programm setzen wir uns in ganz unterschiedlichen Bereichen für die Nachhaltigkeit ein. Diesem ganzheitlichen Ansatz bleiben wir auch in 2024 treu, denn nur so können wir glaubwürdig auf eine echte Transformation hinwirken und unsere Kunden kompetent begleiten. Themen wie der Übergang zur Kreislaufwirtschaft, der Schutz von Biodiversität und die Dekarbonisierung sind beziehungsweise bleiben im Jahr 2024 relevant – insbesondere im Dialog mit unseren Kunden.

Insgesamt fünf übergeordnete Ziele in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung leiten unser Handeln in der Nachhaltigkeit. Anhand von dazugehörigen KPIs haben wir Zielwerte festgelegt und messen unseren Fortschritt, beispielsweise bei nachhaltigen Finanzierungen."

Stephan Tahy, CEO Duravit: „Disruptiver Wandel in der Keramikproduktion"

„Die Herstellung von Keramik gehört zu den energieintensiven Branchen. Wir bei Duravit haben uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, bis 2045 CO_2-neutral zu produzieren, und verfolgen seit Jahren zahlreiche Maßnahmen, die auf dieses Ziel einzahlen.

Allerdings brauchen wir einen disruptiven Wandel in der Keramikproduktion, der das Problem des CO_2-Ausstoßes bei der Nutzung von Erdgas an der Wurzel anpackt. Diese Transformation gehen wir mit unserer neuen Produktionsstätte in Kanada an, wo wir das erste klimaneutrale Keramikwerk der Welt bauen und Gas durch Strom aus Wasserkraft ersetzen.

Damit zeigen wir der Branche, was möglich ist und wie die Transformation in Richtung nachhaltiger

Produktion auch bei sehr hohem Energiebedarf funktionieren kann. Denn der CO_2-Footprint bei der Produktion ist auch für immer mehr Kundinnen und Kunden ein relevanter Faktor.

Die Top-Platzierung beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2023 bestätigt unseren Weg und spornt uns an, diesen auch in Zukunft konsequent weiterzugehen."

Per Ledermann, CEO Edding Gruppe: „5 Millionen Schulstunden für Kinder in Uganda"

„Mit unserer ‚profit-for'-Strategie möchten wir zeigen, dass wir als traditionelles Familienunternehmen nachhaltig zu einer besseren Welt beitragen können. Die Basis dafür bilden ökologische, soziale, ökonomische sowie interne Nachhaltigkeitsziele. In den nächsten drei Jahren wollen wir durch konkrete Einsparungsprojekte unter anderem in der Produktion und bei Verpackungen mindestens 3.000 Tonnen CO_2-Emissionen einsparen. Für das Jahr 2024 haben wir uns deshalb vorgenommen, bei unserem bekanntesten Produkt, dem edding 3000, das Material der Stifthülsen von herkömmlichem Aluminium auf Post-Consumer-Recycling-Aluminium (PCR) umzustellen. Außerdem übernehmen wir ab 2024 die vertriebliche Verantwortung für das gesamte Schreibwarensortiment der Social-Impact-Marke ‚Share'. Was mich besonders freut: Jedes verkaufte Schreibwarenprodukt von Share ermöglicht eine Unterrichtsstunde für Kinder in Uganda. So können wir in den kommenden drei Jahren voraussichtlich fünf Millionen Schulstunden für Kinder finanzieren."

Dr. Anne Lamp und Johanna Baare, Gründerinnen Traceless Materials: „Kunststoffabfall vermeiden, Teamkultur stärken"

Dr. Anne Lamp: „2024 wird ein wichtiges und aufregendes Jahr für uns bei Traceless. Wir werden mit dem Bau unserer ersten Industrieanlage beginnen, mit der wir unser Biomaterial endlich in großen Mengen produzieren können. Mit unserer umweltschonenden Technologie wandeln wir pflanzliche Reststoffe der Getreideverarbeitung in eine plastikfreie Kunststoffalternative um. Mit der Jahresproduktion von mehreren tausend Tonnen Traceless-Material vermeiden wir nicht nur die gleiche Menge an Kunststoffabfall, sondern sparen in der Produktion und Entsorgung 89 Prozent Energie und 91 Prozent der Treibhausgasemissionen ein im Vergleich zu herkömmlichem Kunststoff."

Johanna Baare: „Ein weiteres Nachhaltigkeitsziel ist, unser schnell wachsendes Team verantwortungsvoll und werteorientiert aufzubauen. In 2024 werden wir ein innovatives Leadership-Konzept implementieren, das auf Wertschätzung, gegenseitiger Befähigung und Zusammenarbeit basiert. Denn wir wissen, dass wir unsere Mission nur mit einer starken Teamkultur erreichen können."

Wim ten Brinke, Geschäftsführer Ten Brinke Group: „Grün muss das neue Gold werden“

„Unser Ziel für 2024 ist es, die Roadmap unserer ESG-Strategie konsequent umzusetzen, neue strategische Partner für unseren Nachhaltigkeitspfad zu gewinnen und – allem voran – weitere beispielhafte Projekte zu realisieren, gemeinsam mit und für unsere Kundinnen und Kunden. Schließlich stehen wir als Projektentwickler nicht nur in der Verantwortung, das eigene Bauunternehmen nachhaltig zu führen, sondern auch tatsächlich klimafreundliche Immobilien zu entwickeln und zu bauen. Wichtige Meilensteine haben wir bereits erreicht: Für die neu geschaffene Position des Sustainable Business Development Director haben wir Nicole Wallner gewinnen können. Sie wird an der Spitze unseres neuen ESG-Kernteams die laufenden und zukünftigen Aktivitäten auf diesem Feld zusammenführen. Dazu zählt unter anderem die Entwicklung von KPIs, um unsere Fortschritte transparent und messbar zu machen. Der Carbon Footprint der Ten Brinke Company soll zukünftig unsere eigene Benchmark sein, an der wir realistische Ziele für die Dekarbonisierung unserer Aktivitäten ausrichten. Grün muss das neue Gold werden!“

Richard Enning, Vorstand Mr. Wash Autoservice: „Autopflege mit der Energie der Sonne“

„Als Chef eines Familienunternehmens und als naturverbundener Hochseesegler liegen mir Klimaschutz und Nachhaltigkeit besonders am Herzen. In unseren 38 deutschen Autowaschfabriken reinigen wir insgesamt bis zu 60.000 Fahrzeuge an einem Tag, außen und innen. Dabei setzen wir auf höchste Qualität. Die gleichen strengen Maßstäbe legen wir bei der Nachhaltigkeit an. Wir nutzen Wasser, Wärme, Waschmittel und Energie höchst effizient. Jedes Jahr werden wir dabei noch besser. Unseren Strom erzeugen wir an vielen unserer Standorte bereits selbst – mit Photovoltaikanlagen auf den Dächern.

Allein durch unsere Photovoltaikanlage in der Hauptstadt Berlin, die so groß ist wie 42 Tennisplätze, sparen wir im Jahr 730 Tonnen CO_2 ein. Und scheint die Sonne einmal nicht, beziehen wir ausschließlich zertifizierten Ökostrom. Im Jahr 2024 werden wir bei der Nutzung der Solarenergie weitere große Schritte vorangehen. Vorbild ist unsere im Sommer 2023 eröffnete Autowaschfabrik in Mülheim an der Ruhr. Es ist vermutlich die weltweit erste Großwaschanlage, bei der die installierte Leistung an Solarstrom ausreicht, um den Betrieb mit der gesamten notwendigen elektrischen Energie zu versorgen.“

Info

Text erstmalig erschienen im Porsche Consulting Magazin.

MEDIA ENQUIRIES



Jan Boris Wintzenburg

Director Communications and Marketing
Porsche Consulting GmbH
+49 (0) 152 3911 8663
jan_boris.wintzenburg@porsche-consulting.com

Bildunterschriften

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: Melanie Kehr, KfW, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Melanie Kehr ist seit 2019 Mitglied des Vorstands der deutschen Förderbank Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW).

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild.png
Titel: KfW Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Die Kreditanstalt für Wiederaufbau zählt zu den führenden Förderbanken der Welt und refinanziert sich mehrheitlich über die internationalen Kapitalmärkte.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_2.jpg
Titel: Dr. Stefan Kreisz, Erdinger Weißbräu, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Der promovierte Braumeister Dr. Stefan Kreisz arbeitet seit 2015 bei Erdinger Weißbräu und wurde im April 2023 zum Vorsitzenden der Geschäftsführung berufen.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_3.jpg
Titel: Erdinger Weißbräu Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Erdinger, gegründet im Jahr 1886, ist die weltweit größte deutsche Weißbierbrauerei in Familienbesitz und liefert ihre bayerische Spezialität in mehr als 100 Länder.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_4.jpg
Titel: Dr. Prisca Havranek-Kosicek, Jenoptik, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Dr. Prisca Havranek-Kosicek ist seit April 2023 Finanzvorständin der Jenoptik AG. Sie engagiert sich aktiv für Technologien zur Reduzierung des CO_2-Ausstoßes.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_1.png
Titel: Jenoptik Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Als global agierender Technologiekonzern ist Jenoptik in den zwei auf Photonik basierenden Divisionen Advanced Photonic Solutions und Smart Mobility Solutions aktiv.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_5.jpg
Titel: Dr. Manfred Knof, Commerzbank, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Der Bankmanager und Jurist Dr. Manfred Knof ist seit 2021 Vorstandsvorsitzender der Commerzbank AG.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_2.png
Titel: Commerzbank Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Die Commerzbank ist die führende Bank für den Mittelstand und Partner von rund 26.000 Firmenkundenverbünden sowie knapp 11 Millionen Privat- und Unternehmerkunden in Deutschland.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_6.jpg
Titel: Jörg-Uwe Goldbeck, Goldbeck, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Familienunternehmer Jörg-Uwe Goldbeck ist Geschäftsführender Gesellschafter der Goldbeck GmbH, die hauptsächlich im gewerblichen und öffentlichen Hochbau tätig ist.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_3.png
Titel: Goldbeck Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Zum Leistungsangebot von Goldbeck gehören Logistik- und Industriehallen, Bürogebäude, Schulen, Parkhäuser und Wohngebäude – von der Planung bis zur schlüsselfertigen Übergabe.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_7.jpg
Titel: Dr. Teresa Schlichting, Riverty, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Dr. Teresa Schlichting treibt seit Januar 2021 als Chief Strategy Officer die Transformation des FinTech-Unternehmens Riverty voran.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_4.png
Titel: Riverty Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Riverty gehört zum Medienkonzern Bertelsmann. Das FinTech mit 5.000 Mitarbeitenden in 13 Ländern betreut 25 Millionen Konsumenten – mit einer Milliarde Finanztransaktionen jährlich.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_8.jpg
Titel: Jens Sprotte, Alstom, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Jens Sprotte ist Vice President Marketing & Strategy beim Schienenfahrzeughersteller Alstom und verantwortlich für den mit Wasserstoff betriebenen Nahverkehrszug Coradia iLint.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_9.jpg
Titel: Alstom Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Alstom ist ein führender Schienenfahrzeughersteller aus Frankreich. In Deutschland baut Alstom den weltweit ersten emissionsfreien Regionalzug Coradia iLint, betrieben mit Wasserstoff.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_10.jpg
Titel: Heidi Weber-Mühleck, WeberHaus, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Heidi Weber-Mühleck ist geschäftsführende Gesellschafterin von WeberHaus. Ihr Vater Hans Weber gründete das Unternehmen 1960 als junger Zimmermeister.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_5.png
Titel: WeberHaus Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Das 1960 gegründete Familienunternehmen WeberHaus, hervorgegangen aus einer Zimmerei, errichtete bis heute mehr als 40.000 Ein- und Mehrfamilienhäuser in Fertigbauweise.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_11.jpg
Titel: Dr. Holger Engelmann, Webasto, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Dr. Holger Engelmann ist seit 2008 für die Webasto SE tätig und wurde im Jahr 2013 zum Vorsitzenden des Vorstands berufen.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_6.png
Titel: Webasto Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Als Systempartner der Mobilitätsbranche entwickelt und produziert Webasto innovative Dachsysteme, Heiz- und Kühllösungen sowie Batteriesysteme.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_12.jpg
Titel: Dr. Hadi Saleh, CeramTec Gruppe, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Dr. Hadi Saleh ist seit 2018 Vorsitzender der Geschäftsführung der CeramTec Gruppe.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_7.png
Titel: CeramTec Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: CeramTec ist seit 1903 Anbieter und Hersteller von technischer Hochleistungskeramik und mit seinen weltweit rund 3.700 Mitarbeitenden an Produktionsstandorten in Europa, den USA und Asien aktiv.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_13.jpg
Titel: Petra Sandner, Helaba, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Petra Sandner ist seit Februar 2021 Chief Sustainability Officer der Helaba Gruppe (Landesbank Hessen-Thüringen). Nachhaltigkeit im Bankgeschäft und dazu passende Finanzierungen für Kunden gehören zu ihren Themen.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_8.png
Titel: Helaba Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Die Helaba Landesbank Hessen-Thüringen ist eine internationale Geschäftsbank, Förderbank für Hessen und Sparkassenzentralbank für Sparkassen in den deutschen Bundesländern Hessen, Thüringen, Nordrhein-Westfalen und Brandenburg.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_14.jpg
Titel: Stephan Tahy, Duravit, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Stephan Tahy, seit 2020 CEO der Duravit AG, verfolgt mit dem Unternehmen eine ambitionierte Klimamission.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_9.png
Titel: Duravit Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Duravit, im Jahr 1817 im Schwarzwald gegründet, ist als weltweit renommierter Hersteller von Design-Bädern bekannt, der auf ressourcenschonende Produktion setzt.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_15.jpg
Titel: Per Ledermann, Edding, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Per Ledermann, CEO der Edding Gruppe, ist Sohn des Hamburger Unternehmensgründers, der mit seinen Schreibgeräten weltbekannt wurde.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_10.png
Titel: Edding Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Seit 1960 erfolgreich mit Permanentmarkern, produziert Edding heute Schreibgeräte für zuhause, Büro, Medizin und Industrie – ergänzt um innovative digitale Anwendungen.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_11.png
Titel: Johanna Baare, Dr. Anne Lamp (l-r), Traceless Materials, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Die Gründerinnen des erfolgreichen Start-ups Traceless: Johanna Baare (COO) und Dr. Anne Lamp (CEO, rechts).

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_12.png
Titel: Traceless Materials Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Das Hamburger Start-up Traceless Materials erzeugt aus Getreideresten ein Granulat, das Kunststoff ersetzt und von der Industrie zu Endprodukten verarbeitet wird.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_16.jpg
Titel: Wim ten Brinke, Ten Brinke Gruppe, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Geschäftsführer Wim ten Brinke erzielt mit seinem Bauunternehmen Ten Brinke Group und 24 Niederlassungen in Europa einen Jahresumsatz von mehr als einer Milliarde Euro.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_13.png
Titel: Ten Brinke Gruppe Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Als Bauunternehmen konzeptioniert, plant, steuert und realisiert Ten Brinke mit 1.300 Mitarbeitenden in 24 Niederlassungen europaweit Hochbauprojekte für Gewerbe, Wohnen und Bildung.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_17.jpg
Titel: Richard Enning, Mr. Wash, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Richard Enning ist Vorstand des Familienunternehmens Mr. Wash Autoservice AG.

Pfad: Nachhaltigkeit 2024/Bilder/Bild_14.png
Titel: Mr. Wash Logo, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Das Familienunternehmen Mr. Wash betreibt in Deutschland 38 innovative Autowaschfabriken, in denen jährlich mehr als acht Millionen Autos außen und innen gereinigt werden.

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2023/unternehmen/porsche-consulting-nachhaltigkeit-2024-34468.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/28d05303-e2d1-4163-a1c9-ca24bcdf5f44.zip

Externe Links
https://www.porsche-consulting.com/de/home/