

Nachhaltigkeit ist Kerngeschäft

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

30/06/2023 Boehringer Ingelheim als forschendes Pharmaunternehmen zeigt, wie ein global tätiger Konzern das Thema Nachhaltigkeit mit viel Engagement in einer lebendigen Unternehmenskultur verankern kann – und zwar in allen Abteilungen und bei allen 53.000 Mitarbeitenden.

Große Fahnen wehen imposant über dem Haupteingang von Boehringer Ingelheim im Landkreis Mainz-Bingen, ganz im Westen Deutschlands. Sie tragen das Logo der weltbekannten Firma. Daneben würde gut das Wort „Nachhaltigkeit" passen. Denn kaum ein Unternehmen in Deutschland setzt so tiefgreifend darauf wie dieser Konzern, der seinen Stammsitz unweit des Rhein-Stroms und der Weinberge von Rheinland-Pfalz und Hessen hat. Anschauliche Beispiele zeigen das Engagement: Ende 2023 geht in Ingelheim ein neues Biomasseheizkraftwerk in Betrieb, das den Standort zu 80 Prozent mit nachhaltigem Strom versorgen und den CO_2-Ausstoß verringern wird. Als Energieträger dient Altholz – Abfall, der nicht anderweitig verwertet werden kann. Lars Murawski, Vice President für Umwelt, Gesundheit, Sicherheit und Nachhaltigkeit, nennt das Projekt einen „Quantensprung".

Umweltschutz lässt sich schmecken

Schon seit geraumer Zeit gibt es in den Personalrestaurants des 1885 von Albert Boehringer gegründeten Unternehmens kein Einweg-Kunststoffgeschirr mehr. Das Fleisch stammt aus artgerechter Haltung. Und allein in der hauseigenen Gastronomie für Mitarbeitende werden 20 Prozent der ursprünglichen CO_2-Emissionen vermieden. Dafür wurde sie nicht nur von der Initiative „Food & Health" als „Beste Kantine Deutschlands" ausgezeichnet, sondern erhielt auch erstmals das Zertifikat „GreenCanteen". Und schließlich glänzt das Pharmaunternehmen auch durch nachhaltige Gestaltung von Konferenzen und Meetings. Das Konzept „Green Meetings" beginnt mit der Anreise der Teilnehmenden vorzugsweise mit öffentlichen Verkehrsmitteln und der Auswahl des Veranstaltungsortes, der auf Energieeffizienz und den schonenden Umgang mit Tagungsmaterialien achtet. Auch bei Kongressen oder Ausstellungen wurde schon „grün" gedacht und gehandelt – vom Messebau mit nachhaltigen Materialien über die Vermeidung von Einwegverpackungen bis zum Verzicht auf Werbegeschenke.

Boehringer Ingelheim ist der erste Pharmakonzern, der vom deutschen Bundesumweltministerium in den Kreis der Klimaschutz-Unternehmen aufgenommen wurde. Zweifelsfrei zu Recht, denn er arbeitet seit Jahren daran, Nachhaltigkeit auf allen betrieblichen Ebenen zu verankern. Dazu gehören zum Beispiel die kontinuierliche Weiterentwicklung energieeffizienter Gebäudetechnik mit nachhaltiger und intelligent gesteuerter Klimatisierung, das Beschaffen und Erzeugen von Grünstrom, der achtsame Umgang mit Wasser, die Planung einer schrittweisen Umstellung des Fuhrparks auf Elektrolieferfahrzeuge und eine intelligente „grüne" Logistik. Die ist verbunden mit immer ehrgeizigeren Zielsetzungen für das Reduzieren der Anfahrtskilometer, die Lieferanten des Konzerns zurücklegen.

Die Liste der weiteren Aktivitäten zur stetigen Verbesserung der Nachhaltigkeit ist lang. Die Investitionen in dieses Thema gehen in die hundert Millionen Euro. Eine wichtige Säule ist das globale Programm „More Green", das Netzwerk für ökologische Nachhaltigkeit von Boehringer Ingelheim. „More Green" umfasst eine Vielzahl von Aktivitäten, die auf den Schutz des Planeten, seiner Ressourcen und Lebewesen abzielen. Ein besonderer Fokus liegt darauf, bis zum Jahr 2030 CO_2-neutral in den Unternehmensabläufen zu werden und die Emissionen in der Lieferkette zu reduzieren, die Kreislaufwirtschaft zu verbessern und den sogenannten Wasserfußabdruck zu reduzieren. Das gilt für alle Standorte.

Wichtig dabei: Das Programm „Sustainable Development – For Generations" ist keineswegs eine späte Antwort auf den dringenden Ruf nach mehr Umweltschutz und Verantwortung. Ganz im Gegenteil: Boehringer Ingelheim kann nachweisen, dass sich der Konzern seit dem Gründungsjahr 1885 in seinem Handeln kontinuierlich an Nachhaltigkeit und der Schonung von Ressourcen orientiert.

53.000 Menschen – ein gemeinsames Ziel

„Wir beteiligen uns daran, die Welt zu einem besseren Ort für heutige und zukünftige Generationen zu

machen und ideale Voraussetzungen für einen gesunden Planeten zu schaffen", sagt Lars Murawski. Das klingt wie ein Ideal. Es ist mehr: Denn dieser Vorsatz wird deutlich sichtbar im Alltag des Konzerns gelebt, der rund 53.000 Menschen weltweit beschäftigt. „Als forschendes Pharmaunternehmen sind der Umweltschutz und nachhaltiges Handeln von besonderer Bedeutung, weil es einen direkten Zusammenhang zwischen unserem Kerngeschäft und dem Klimaschutz gibt", betont Vice President Murawski. „Die Gesundheit von Menschen und Tieren zu verbessern, kann nur mit einer gesunden Umwelt gelingen – ein gesünderer Planet bedeutet gesündere Menschen und Tiere."

Hier kommt die Kür vor der Pflicht

Neben der großen Motivation, die direkt aus dem Unternehmen kommt, treiben auch die steigenden regulatorischen Anforderungen an Pharmaunternehmen die mehr als 350 Mitarbeitenden von Boehringer Ingelheim im Bereich EHS (Environment, Health, Safety) an. Das wachsende Interesse von Regierungen und internationalen Institutionen an der Verbesserung der Nachhaltigkeit führt zu immer neuen Gesetzen, Vorschriften sowie Pflichten zur umfangreichen Berichterstattung. In den kommenden Jahren werden Steuern und Abgaben für die Branche voraussichtlich weiter steigen. Und Beschränkungen bei der Produktanwendung könnten zunehmen. „Wir versuchen immer vor der Welle zu sein", unterstreicht Murawski das Bestreben des Unternehmens, möglichst frühzeitig und unabhängig von staatlichen Auflagen nachhaltig zu agieren.

Das bestätigt Dr. Tim Dereymaeker, Associate Partner ESG & Sustainability bei Porsche Consulting: „Boehringer Ingelheim ist auf diesem Feld ein starkes Vorbild. Jedes Unternehmen sollte die Risiken minimieren, die aus den steigenden EHS-Anforderungen erwachsen, um nachhaltige Werte fürs Unternehmen, für die Gesellschaft und Umwelt zu schaffen. Und: Um künftige Kosten zu reduzieren. Nachhaltigkeit ist in allen Industrien zu einer entscheidenden Herausforderung geworden – strategisch und operativ. Ich befürchte, Unternehmen, die nicht nachhaltig agieren, können über kurz oder lang kaum überleben."

Boehringer Ingelheim ist das bewusst. „Nachhaltigkeit gehört zu unserer Unternehmenskultur", sagt Lars Murawski, „wir wollen unseren Impact so klein wie möglich halten. Das gilt für die Entwicklung und Herstellung unserer Produkte ebenso wie für unseren beruflichen Alltag an allen Standorten." Ihm und seinem Team, zu dem auch Annette Eckes, Senior Manager Circular Economy in der Konzernzentrale, und Ingo Weiss, Head of Global Environment & Sustainability Management, gehören, ist es wichtig, die Mission zu unterfüttern, „unsere Ideen auch zu leben". Ein Erfolgsrezept sei, Innovationen für mehr Nachhaltigkeit nicht nur top-down, sondern auch bottom-up zu fördern: „Die Mitarbeitenden an allen Standorten sollen und können Ideengeber und Treiber neuer Entwicklungen sein. Dafür ist Durchgängigkeit und Transparenz notwendig, für die wir in Ingelheim als Zentrale des globalen EHS-Netzwerks sorgen." Das funktioniert. „Es ist erstaunlich, welche Power in unseren Mitarbeitenden steckt", lobt Murawski.

Porsche Consulting unterstützt Nachhaltigkeit

Seit Anfang 2021 unterstützt ein interdisziplinäres Team von Porsche Consulting Boehringer Ingelheim auf dem Weg zur Nachhaltigkeit. Die Anfangsphase der Zusammenarbeit wurde für Analysen und Bestandsaufnahmen genutzt, um den Status quo konzernweit transparent zu machen. Wie hoch sind die CO_2-Emissionen des Unternehmens? Wie viel Wasser wird verbraucht? Wo entstehen die größten Abfallmengen? Nach sechs- bis achtwöchiger Projektarbeit folgten Vorschläge für einen Maßnahmenkatalog, der zur Entscheidung vorgelegt wurde. „Zu solchen Projekten gehört bei uns immer auch die Berechnung des Business-Case", sagt Dr. Tim Dereymaeker, Nachhaltigkeitsexperte bei der Managementberatung Porsche Consulting.

Boehringer Ingelheim hat sich beim Thema Nachhaltigkeit aus mehreren Gründen für Porsche Consulting entschieden. Neben der langen erfolgreichen Klientenbeziehung auf anderen Feldern, etwa dem Qualitätsmanagement, gehören dazu die „Erfahrungen mit Transformationen im EHS-Bereich in anderen Unternehmen und Branchen", so Vice President Lars Murawski. „Wir sind überzeugt, dass wir aus der vergleichenden Analyse von Prozessen und Ergebnissen viel lernen können." Stichwort: Benchmarking. „Die Sicht von außen, die externe Berater haben, bringt uns immer weiter."

Auf ein gutes Zusammenspiel komme es vor allem an, so Dr. Tim Dereymaeker: „Ohne die Einbeziehung aller Mitarbeitenden eines Unternehmens laufen selbst die bestgemeinten Konzepte in der Praxis ins Leere." Porsche Consulting arbeite deshalb nach dem Credo: „Wir nehmen alle mit – von Mitarbeitenden an der operativen Basis bis hinauf zu den Top-Entscheidern im Vorstand." Für die Umsetzung wurden auf Empfehlung der Managementberater überall bei Boehringer Ingelheim: „Botschafter" eingesetzt, die als Multiplikatoren die Menschen im Großunternehmen fürs Mitmachen aus Überzeugung gewinnen. „Mit dieser Maßnahme und weiteren haben wir es geschafft, Tempo in die Entwicklung zu bringen", resümiert Dereymaeker.

Zu den Plänen für die nahe Zukunft gehört der Ausbau des Projekts Green Fleet ebenso wie die Optimierung der externen Berichterstattung, beispielsweise das ESG-Reporting mit detaillierten Kennzahlen. Dereymaeker: „Nachhaltiges Agieren intern und extern rechnet sich. Es stärkt die Reputation bei Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitenden, Regierungen, Institutionen und anderen Stakeholdern – Partnern, von denen der langfristige Erfolg eines Unternehmens abhängt."

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 ist Kerngeschäft/Bilder/Bild_1.jpg
Titel: Lars Murawski, Vice President für Umwelt, Gesundheit, Sicherheit und Nachhaltigkeit bei Boehringer Ingelheim, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: „Wir beteiligen uns daran, die Welt zu einem besseren Ort für heutige und zukünftige Generationen zu machen“, sagt Lars Murawski, Vice President für Umwelt, Gesundheit, Sicherheit und Nachhaltigkeit bei Boehringer Ingelheim.

Pfad: Nachhaltigkeit ist Kerngeschäft/Bilder/Bild_2.jpg
Titel: Dr. Tim Dereymaeker, 2023, Porsche Consulting
Bildunterschrift: Dr. Tim Dereymaeker ist Associate Partner ESG & Sustainability bei Porsche Consulting

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2023/unternehmen/porsche-consulting-nachhaltigkeit-ist-kerngeschaeft-32964.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/41acb42b-d61b-4414-b22e-1a893dc50b8e.zip

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