



Sven Volkert
Geschäftsführer
Bürgschaftsbank Hessen GmbH

„Die Transformation der hessischen Wirtschaft hin zu einem nachhaltigen Geschäftsmodell wird uns als Bürgschaftsbank in vielerlei Hinsicht sehr fordern. Sie bietet uns aber auch eine sehr gute Möglichkeit, uns als bedeutender monetärer Wirtschaftsförderer zu positionieren und gleichzeitig unserem Förderauftrag nachzukommen.“



Nicolai Köhler
Geschäftsführer
Haus der Küchen – Köhler KG

„Nachhaltigkeit ist schon mehrere Jahre für uns sehr wichtig! Wir nehmen unsere Verantwortung für die nächsten und zukünftigen Generationen ernst. Immobilien wurden schon immer mit geringem Energieverbrauch gebaut. Beleuchtung in allen Häusern, LED, Digitalisierung der Arbeitsprozesse, papierlos werden – hier haben wir schon 80 Prozent realisiert, bis 2026 sollen es 100 Prozent sein. Das nächste Ziel der nächsten Jahre ist es, CO₂-neutral zu werden – bis in die letzte Herstellerkette.“



Matthias Simon
Geschäftsführer
Print Pool GmbH

„Ressourcen schonen und Kreisläufe nutzen, die größte Aufgabe in unserer Zeit, mehr Nachhaltigkeit und positiven Wandel für den Klimaschutz. Wir glauben an ökologisch wertvolle und nachhaltige Drucksachen. In der Zeit von Klimawandel und dessen Folgen auf unserem Planeten.“



Michael R.P. Hedtke
Geschäftsführender Gesellschafter
Autohaus Hedtke GmbH & Co. KG

„Wir sind offen und bereit für stete Veränderungen, weil wir wissen, dass darin die höchsten Chancen für den Fortbestand unserer Unternehmen liegen; Ressourcen schonendes und nachhaltiges Tun und Handeln gehört deshalb zu unserer DNA!“



Spannender Austausch: In der Mainzer Event-Location „The Pier“ diskutieren Geschäftsführer und Vorstände mit Volker Wissing über das Thema Nachhaltigkeit.

Fotos: Sascha Kopp

„Ohne Nachhaltigkeit geht es einfach nicht“

Beim „1. Round-Table“ der VRM richtet Bundesminister Volker Wissing den Blick mit Unternehmern in die Zukunft

„Wir sind an einem Punkt angelangt, an dem feststeht, ohne Nachhaltigkeit geht es einfach nicht.“ Die Botschaft von Volker Wissing ist klar und deutlich. Der Bundesminister für Digitales und Verkehr hat es sich daher nicht nehmen lassen, mit einem Impulsvortrag den ersten „Round-Table“ der VRM zur Nachhaltigkeit zu eröffnen. Gemeinsam mit insgesamt 13 Unternehmern aus der Region, darunter zahlreiche Geschäftsführer und Inhaber, diskutierte Wissing anschließend mehr als zwei Stunden in „The Pier“ in der Mainzer Innenstadt über das bedeutende Thema. Im Fokus: die Digitalisierung und Mobilität. Wichtige Aspekte beim Streben nach mehr Nachhaltigkeit in Deutschland. Wissing sieht das Land auf einem guten Weg. Wohlwissend, welche Herausforderungen noch warten.

Deshalb betont der FDP-Politiker: Digitalisierung müsse von Anfang an nachhaltig gestaltet werden – und nicht im Nachhinein. Nur so ließen sich nachträgliche, aufwendige und sehr teure Transformationsprozesse hin zur Nachhaltigkeit vermeiden. „Wir müssen die Energieversorgung für die Digitalisierung regenerativ mit erneuerbaren Energien hinbekommen. Und wir müssen nachhaltige Arbeitsplätze und einen nachhaltigen Ordnungsrahmen schaffen“, hebt Wissing hervor.

Der Minister fordert insbesondere einen nachhaltigen Umgang mit Daten. „Das heißt nicht, möglichst wenige Daten zu erheben. Daten sind der Rohstoff für Start-ups und ihre Projekte, für digitale Ideen und Geschäftsmodelle.“

Derzeit sei es leider so, dass viele Daten – oftmals sogar die gleichen – verstreut bei unter-



„Es braucht eine neue, mutige Datenkultur“, fordert Volker Wissing, Bundesminister für Verkehr und Digitalisierung.



Gibt Einblick in die Pläne der Mainzer Stadtwerke: Vorstand Dr. Tobias Brosze.

schiedlichen Akteuren lägen. „Oder sie werden fünf- oder sogar zehnmals immer wieder erhoben, obwohl das an anderer Stelle längst geschehen ist. Das ist alles andere als innovationsfreundlich. Und es ist auch nicht effizient und nachhaltig“, moniert Wissing. Das Speichern von Daten benötige schließlich Speicherkapazitäten – und vor allem viel Energie. Die Lösung laut Wissing: „Um ein nachhaltiges Datenmanagement zu erreichen, helfen Datenräume und -plattformen. Sie ermöglichen das Verknüpfen dezentraler Datenbestände und tragen dazu bei, dass Daten schnell und einfach gefunden werden können.“

Es brauche eine neue, mutige Datenkultur, so der Minister. „Bei der das Nutzen und Teilen von Daten der Normalfall und nicht die Ausnahme sind. Und Bedenken nur dann greifen, wenn sie wirklich begründet sind. Doch davon sind wir in Deutschland noch weit entfernt.“ In Indien zum Beispiel gäbe es kaum mehr einen Straßenhändler, der noch Rupien entgegennehme. „Fast alle nutzen digitalen Zahlungsverkehr. Man hat es dort geschafft, in kurzer Zeit alles durchzudigitalisieren. Während wir in Deutschland darüber diskutieren, was alles nicht geht, werden andere Länder disruptiv umgestaltet“, kritisiert Wissing.

Ein weiteres zentrales Thema an diesem spannenden Nachmittag: Künstliche Intelligenz. Wissing betont: „Für deren Nutzung werden Daten ganz besonders gebraucht.“ Der Politiker verweist auf eine Umfrage des Digitalverbandes Bitkom: „72 Prozent der befragten Unternehmen gehen davon aus, dass KI eine große Bedeutung für die künftige Wettbewerbsfähigkeit hat, aber nur 15 Prozent nutzen KI in eigenen



Dr. Max Fries
CEO
MagnoTherm Solutions GmbH

„Für eine für alle lebenswerte Zukunft brauchen wir innovative Lösungen, die den Paradigmen der Nachhaltigkeit und Effizienz gerecht werden. Mit unserer magnetischen Kühltechnologie bieten wir genau das für den Lebensmittel-einzelhandel – perspektivisch auch für Energieversorger, womit zwei sehr wirkmächtige Hebel für die grüne Transformation in Bewegung gesetzt sind.“



Dr. Tobias Brosze
Vorstand
Mainzer Stadtwerke AG

„Als kommunales Unternehmen fühlen wir uns allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit verpflichtet und versuchen, in unseren Themenfeldern ökologisch tragfähig, sozial gerecht und wirtschaftlich effizient zu handeln. Dabei sehen wir unsere Rolle aktuell darin, die Bürgerinnen und Bürger sowie die Landeshauptstadt Mainz bei der Erreichung der Klimaschutzziele bestmöglich zu unterstützen.“



Martin Eich
Leiter Unternehmenskommunikation
& Nachhaltige Entwicklung
Mainzer Volksbank eG

„Sowohl als regionales Unternehmen als auch als finanzieller Partner für unsere Kunden, sehen wir eine Verantwortung darin, eine zukunftsfähige und generationengerechte Gesellschaft mitzugestalten. Das bedarf Engagement und gemeinsames Handeln ebenso wie Mut und Begeisterung.“



Simon Rottloff
Geschäftsführer
Wiesbaden Congress &
Marketing GmbH

„In der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH und in der TriWiCon ist uns die Zusammenarbeit mit regionalen und wertekonformen Partnern ein ebenso zentrales Anliegen wie die Definition von Nachhaltigkeit als kontinuierlichem Entwicklungsprozess, der durch unternehmensinterne Nachhaltigkeitsinitiativen und -projekte strategisch bearbeitet wird. Zentrale Lage, viel Grün, kurze Wege und gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln: Die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden hat ohnehin beste Voraussetzungen, um dem Anspruch an Nachhaltigkeit für den Geschäfts- wie auch Reisetourismus zu genügen.“



Dominik Russler
Geschäftsführer
Rheingau-Taunus Kultur
& Tourismus GmbH

„Das Thema Nachhaltigkeit steht bei uns im Unternehmen ganz oben auf der Agenda. Dabei steht neben der Entwicklung einer Nachhaltigkeit in unserem eigenen Unternehmen auch die bei unseren Leistungsträgern der Region, den Gastronomen und Hoteliers im Rheingau und in Wiesbaden im Fokus. Hierfür arbeiten wir mit dem Zertifizierer TOUR CERT zusammen, in dessen Zertifizierungsprozess die teilnehmenden Unternehmen nach diversen Kriterien durchleuchtet und Potentiale aufgezeigt werden, die die wirtschaftliche Tätigkeit nachhaltig gestalten. Unser langfristiges Ziel ist die Ausgestaltung einer nachhaltigen touristischen Destination WIESBADEN RHEINGAU.“



Die Teilnehmer des „Round-Table“ der VRM im „The Pier“ (vordere Reihe, von links nach rechts): Tobias Goldbrunner (VRM-Chefredakteur und Moderator), Guido Kirchhoff (Kao), Volker Wissing (Bundesminister für Verkehr und Digitales), Michael R. P. Hedtke (Autohaus Hedtke GmbH); (2. Reihe von unten, von links nach rechts) Matthias Simon (Print Pool GmbH), Dominik Russler (Rheingau-Taunus Kultur & Tourismus GmbH), Michael Bachmann (FriedWald GmbH), Matthias Bender (BB Ökobau & Service GmbH); (3. Reihe von unten, von links nach rechts) Simon Rottloff (Wiesbaden Congress & Marketing GmbH), Sven Volkert (Bürgerschaftsbank Hessen GmbH), Nicolai Köhler (Haus der Küchen - Köhler KG), Dr. Tobias Brosze (Mainzer Stadtwerke AG); (hintere Reihe, von rechts nach links) Klaus-Wolfgang Pagel (VRM - Leiter Strategie und Organisation), Ralf Hocke (COPETRI), Melanie von Hehl (VRM - Geschäftsführerin Media Sales), Dr. Max Fries (MagnoTherm Solutions GmbH), Martin Eich (Mainzer Volksbank eG).

Unternehmen.“ Deshalb müsse man sich „ganz verstärkt mit KI beschäftigen“. Gleichzeitig sagt Wissing: „Wir müssen aber aufpassen, dass wir mit KI nicht die Vertrauensgrundlage zerstören. Die Technik muss uns dienen und nicht umgekehrt. Dafür brauchen wir praxistaugliche, einfach umsetzbare Regeln.“

Auch im Bereich der Mobilität, zum Beispiel beim ÖPNV, gehe es „nur mit KI und Digitalisierung“. Es braucht enge Verzahnung und bessere Planung. Es ist zum Beispiel nicht nachhaltig, wenn bei knapper werdenden Ressourcen viele Busse leer fahren“, so Wissing. „Mit einem Papierfahrtschein kann man keine Daten erheben. Die brauchen wir aber, um den ÖPNV effizienter und nachhaltiger zu machen.“ Die Digitalisierung des ÖPNV werde auch durch das Deutschlandticket vorangetrieben. „Mit ihm wurde das Bahnfahren für die Menschen bezahlbarer und unkomplizierter.“ Mit elf Millionen abgeschlossenen Abonnements sei das ein „echtes Erfolgsmodell“, findet Wissing.

Nachhaltigkeit als Basis des unternehmerischen Erfolgs – das ist auch den Teilnehmern des „VRM-Round-Tables“ wichtig. Einige Firmen haben Nachhaltigkeit längst in den Zielvereinbarungen ihrer Mitarbeiter verankert, andere sehen bei dem Thema einen Hebel, um den Fachkräftemangel in Angriff zu nehmen. „Nachhaltigkeit ist heute eine wirtschaftliche, gesellschaftliche und zunehmend auch rechtliche Verantwortung eines jeden Unternehmens“, erklärt Guido Kirchhoff, President Global Operations von Kao. „Für Kao gehört das Bemühen, ein besseres Leben für die Menschen im Einklang mit der Natur zu schaffen, seit über 130 Jahren zu unserer DNA – und dieses Ziel setzen wir konsequent mit unseren Marken wie Guhl, Goldwell oder Molton Brown um.“ Michael R.P. Hedt-



Vor allem die Aspekte Digitalisierung und Mobilität standen im Fokus.



Im Dialog: Volker Wissing (2.v.l.) und Guido Kirchhoff (links), President Global Operations von Kao.

ke, Geschäftsführender Gesellschafter des Autohaus Hedtke, sagt: „Wir sind offen und bereit für stete Veränderungen, weil wir wissen, dass darin die höchsten Chancen für den Fortbestand unserer Unternehmen liegen.“ Ressourcenschonendes und nachhaltiges Tun und Handeln gehöre deshalb „zu unserer DNA“.

Für Nicolai Köhler, Geschäftsführer aus dem Haus der Küchen (Köhler KG), ist das Ziel der nächsten Jahre klar: „Wir wollen CO₂-neutral werden – bis in die letzte Herstellerecke.“ Dr. Max Fries, CEO von MagnoTherm Solutions, blickt ebenfalls nach vorne: „Für eine für alle lebenswerte Zukunft brauchen wir innovative Lösungen, die den Paradigmen der Nachhaltigkeit und Ef-

izienz gerecht werden. Mit unserer magnetischen Kühlungstechnologie bieten wir genau das für den Lebensmittel-einzelhandel – perspektivisch auch für Energieversorger.“ Und Matthias Simon, Geschäftsführer von Print Pool, weiß: „Ressourcen schonen und Kreisläufe nutzen – das ist die größte Aufgabe in unserer Zeit. Wir brauchen mehr Nachhaltigkeit und positiven Wandel für den Klimaschutz.“

Sven Volkert, Geschäftsführer der Bürgerschaftsbank Hessen, ist überzeugt, dass Nachhaltigkeit „eine sehr gute Möglichkeit bietet, uns als bedeutenden monetären Wirtschaftsförderer zu positionieren und gleichzeitig unserem Förderauftrag nachzukommen.“ Martin Eich, Leiter Unternehmens-

kommunikation & Nachhaltige Entwicklung bei der Mainzer Volksbank, hebt hervor: „Sowohl als regionales Unternehmen als auch als finanzieller Partner für unsere Kunden, sehen wir eine Verantwortung darin, eine zukunftsfähige und generationengerechte Gesellschaft mitzugestalten.“ Dr. Tobias Brosze, Vorstand der Mainzer Stadtwerke, sagt: „Als kommunales Unternehmen fühlen wir uns allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit verpflichtet und versuchen, in unseren Themenfeldern ökologisch tragfähig, sozial gerecht und wirtschaftlich effizient zu handeln.“ Michael Bachmann, Geschäftsführer der FriedWald GmbH, beschreibt sein Erfolgsmodell so: „FriedWald bietet den Menschen eine zeitgemäße und naturnahe Bestattungsalternative im Wald. Durch die auf mindestens 99 Jahre festgelegte Laufzeit unserer Bestattungswälder leisten wir einen wichtigen Beitrag zum Erhalt ökologisch wertvoller Bäume und Waldflächen, die gleichzeitig wirtschaftlich erfolgreich genutzt werden.“

Auch Städte beschäftigt das Thema. „Zentrale Lage, viel Grün, kurze Wege und gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln: Die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden hat ohnehin beste Voraussetzungen, um dem Anspruch an Nachhaltigkeit für den Geschäfts- wie auch Reisetourismus zu genügen“, berichtet etwa Simon Rottloff, Geschäftsführer Wiesbaden Congress & Marketing GmbH. Dominik Russler, Geschäftsführer der Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH, schildert: „Das Thema Nachhaltigkeit steht bei uns im Unternehmen ganz oben auf der Agenda. Dabei steht neben der Entwicklung einer Nachhaltigkeit in unserem eigenen Unternehmen auch die bei unseren Leistungsträgern der Region, den Gastronomen und Hoteliers im Rheingau und in Wiesbaden im Fokus.“



Matthias Bender
Geschäftsführer
BB Ökobau & Service GmbH

„Die BB Ökobau und Service GmbH steht schon mit ihrem Firmennamen für Nachhaltigkeit ein. Unser Ziel ist es, mit unseren Lehm-Projekten und ökologischen Materialien ein gesundes nachhaltiges Raumklima für unsere Kunden zu schaffen.“



Michael Bachmann
Geschäftsführer
FriedWald GmbH

„FriedWald bietet den Menschen eine zeitgemäße und naturnahe Bestattungsalternative im Wald. Durch die auf mindestens 99 Jahre festgelegte Laufzeit unserer Bestattungswälder leisten wir einen wichtigen Beitrag zum Erhalt ökologisch wertvoller Bäume und Waldflächen, die gleichzeitig wirtschaftlich erfolgreich genutzt werden. So können wir als Dienstleister Menschen Hilfestellung und Trost bieten und zur nachhaltigen Waldnutzung beitragen, das ist für unsere Mitarbeitenden sinnstiftend und erfüllend.“



Guido Kirchhoff
President Global Operations
Kao

„Nachhaltigkeit ist heute eine wirtschaftliche, gesellschaftliche und zunehmend auch rechtliche Verantwortung eines jeden Unternehmens. Für Kao gehört das Bemühen, ein besseres Leben für die Menschen im Einklang mit der Natur zu schaffen, seit über 130 Jahren zu unserer DNA – und dieses Ziel setzen wir konsequent mit unseren Marken wie Guhl, Goldwell oder Molton Brown um.“



Ralf Hocke
CEO & Co-Founder
COPETRI – Bridging Perspectives

„Nachhaltigkeit ist mehr als ein Trend, es ist eine Notwendigkeit und einer der Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit von Unternehmen. Deshalb geben wir dem Thema bewusst eine Plattform - teilen Wissen, Best Practices und Inspiration, so zum Beispiel auf der COPETRI CONVENTION oder der COPETRI DIGION. Intern versuchen wir unter anderem unseren CO₂ Footprint kontinuierlich zu verkleinern.“