

Langlebigkeit von Produkten erhöhen
Die Hermann Bantleon GmbH in Ulm produziert Schmierstoffe. Kein Umfeld, das sofortige Assoziationen zu Klimaschutz aufkommen lässt. Zu Unrecht: Rund 30 Prozent der weltweit verbrauchten Energie ist auf Reibung und Verschleiß zurückzuführen, weiß Rainer Janz, Bereichsleiter für Produkt- und Qualitätsmanagement bei Bantleon. Die richtigen Schmierstoffe helfen dabei, Reibung zu verringern und somit die Lebensdauer von Maschinen, Bauteilen und Produkten zu erhöhen. Dadurch müsse weniger nachproduziert werden, was im Umkehrschluss zu einer positiven Ressour-

cenbilanz führe: In der Branche, in der wir uns bewegen, sehen wir uns als positiven Nachhaltigkeitstreiber. So unterhalte Bantleon seit 20 Jahren ein serviceorientiertes Fluid-Management-Konzept. Diese Dienstleistung am flüssigen Medium sorgt für Prozess- und Rechtssicherheit und halte zudem die eingesetzten Medien so lange wie möglich im Prozess. Diese Gedankengänge wirkten zum damaligen Zeitpunkt in der Branche eher befremdlich, schließlich verbrauche der Kunde dadurch weniger Öl und kaufe somit weniger. Bantleon ist Mitbegründer der Nachhaltigkeitsinitiative des Branchenverbandes VSI (Verband Schmierstoff-Industrie e.V.) und trat als eines der ersten Unternehmen der Allianz für Entwicklung und Klima bei. Mit dem Bantleon Forum wurde 2017 zudem eine Plattform für Informationen, Schulungen und Austausch geschaffen. Ferner hat das Unternehmen seine Standorte klimaneutral gestellt: Was wir nicht vermeiden oder verringern können, wird sinnvoll kompensiert. Hierzu wurde die anfallende CO₂-Menge durch Projekte in Entwicklungs- und Schwellenländern kompensiert, die zur

Rainer Janz, Bereichsleiter für Produkt- und Qualitätsmanagement bei der Hermann Bantleon GmbH, sieht sein Unternehmen als positiven Nachhaltigkeitstreiber in der Branche.

„Insbesondere bei jungen Fachkräften nimmt das Thema Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert ein.“

**RAINER JANZ, BEREICHSLEITER FÜR
PRODUKT- UND QUALITÄTSMANAGEMENT
BEI BANTLEON IN ULM**

Wiederaufforstung, Wasser- und Energieversorgung oder Ausbildung und Arbeitsplatzgewinnung dienen. Daneben unterstützt die Firma zahlreiche Projekte auf regionaler Ebene. So lobt Bantleon zusammen mit anderen Partnern den Ulmer Jugendpreis „Für eine bessere Zukunft“ aus. In der Nähe von Illerrieden hat die Firma

ein Blühareal mit rund 1.500 Quadratmetern geschaffen. Zwei Bienenvölker wurden dort angesiedelt, die firmeneigenen Honig produzieren. Ein kleiner Lehrpfad informiert über die Bedeutung der Artenvielfalt. Das Projekt rief begeisterte Nachahmer auf den Plan, viele Privatleute, kleinere Unternehmen und Vereine haben sich an dem Blühwiesenprojekt beteiligt. Mittlerweile beträgt die Gesamtfläche über 7.000 Quadratmeter. Am Bantleon-Standort im Norden Ulms sollen weitere Blühflächen entstehen. Rainer Janz führt einen wichtigen Aspekt an: „Klima- und Ressourcenschutz kosten Geld, das ein Unternehmen erstmal erwirtschaften muss. Dafür sind im Wesentlichen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verantwortlich.“ So nimmt die Sensibilisierung der Belegschaft einen hohen Stellenwert ein. „Wir bieten neben öffentlichen Veranstaltungen auch interne Workshops an, damit jeder das Thema aktiv mitgestalten kann.“ Daneben informieren Medien wie Firmenzeitschrift und Newsletter über entsprechende Projekte. Im Rahmen einer Mitarbeiterbefragung wurde das Thema „Nachhaltigkeit & Verantwortung“ umfangreich behandelt, um „jeden Mitarbeiter individuell abzuholen“. Lohn all dieser Bestrebungen: Bantleon wurde als eines der 200 nachhaltigsten Unternehmen in Baden-Württemberg ausgezeichnet. Was gleichzeitig die Attraktivität als Arbeitgeber erhöht: „Insbeson-

dere bei jungen Fachkräften nimmt das Thema Nachhaltigkeit einen sehr hohen Stellenwert ein.“

Die Nachfrage steigt – gerade jetzt

Nicht nur junge Arbeitnehmer begeistert das Thema. Klimaschutz habe gerade durch die Krise nochmals an Bedeutung gewonnen, konnten die befragten Unternehmen beobachten. So freuen sich Sebastian Ziesel und Bernd Bosch darüber, dass in der Corona-Zeit die Nachfrage nach ihren Energiemanagement-Systemen zugenommen hat. „Die Menschen haben diese Themen schon lange auf dem Schirm und nun endlich Zeit, sich intensiver damit zu befassen.“ Es mussten sogar zusätzliche Mitarbeiter angestellt werden, um die Anfragen zu bewältigen.

„Alles, was authentisch und natürlich ist, wird an Wert gewinnen“, ist sich Julica Renn sicher. Obwohl sie mit ihrem klimapositiven Bio-Hotel bereits an der Spitze umweltfreundlicher Unternehmen angekommen ist, legt Familie Renn nach. Zum Beispiel mit ihrem ersten „Raw-Wein“, der naturbelassen ohne Schwefel hergestellt wird. Eine weitere Win-Win-Situation für Mensch, Gesundheit und Klima.

*Diana Wieser ist Inhaberin von
adWORDising. Journalismus &
Werbetext, Ulm*