

AT

AGRAR TECHNIK

ERFOLG. MACHEN.

Januar 2025



Vorbildcharakter:

Wenn die Nachhaltigkeit zum Wirtschaftsfaktor wird

dlv

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Angebotsmanagement

RECHT

Nichterreichbarkeit

ERFOLG VOR ORT

Zu Besuch bei der KLG GmbH



Hier ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Lippenbekenntnis

Nachgefragt in der Branche | Ob Recycling, Solar-Strom oder umweltfreundliche Materialien – auch in der Landtechnik-Branche gibt es viele Ideen, wie die Produktion in den Unternehmen „grüner“ werden kann. Dabei wird auch deutlich, dass die Nachhaltigkeit mehr als ein Trendthema ist, das stiefmütterlich und ohne Konzept verfolgt werden sollte.

Bis zum Jahr 2045 möchte Deutschland treibhausgasneutral sein. In puncto Stromverbrauch ist es das Unternehmen Baier & Michels an seinem Standort Ober-Ramstadt schon seit Anfang 2023. Bis 2040 strebt der Zulieferer und OEM-Ausstatter die Klimaneutralität an. Für den Stromverbrauch in der Produktion gilt dies bereits für den Reifenhersteller Continental, der Konzern strebt die CO₂-Klimaneutralität bis 2040 an. Auch die Agravis möchte ihren benötigten Strom zumindest in Teilen zukünftig selbst produzieren. Und der Hersteller Schäffer hat schon Photovoltaik auf den Dächern der Maschinenfabrik installiert. Naheliegende Ideen, könnte jetzt jeder denken. Denn auch auf privaten Hausdächern sind immer öfter Photovoltaik-Platten zu entdecken.

Und doch sind viele Unternehmen in puncto Nachhaltigkeit schon weiter und denken umfassender, als es viele Privathaushalte machen, wie unsere Nachfrage in der Branche ergab. Da werden besondere Rohstoffe eingesetzt oder spezielle Verfahren in der Produktion getestet. Da werden Abfälle gemindert und Kreisläufe optimiert. Und da werden Mitarbeitende mitgenommen, um die Nachhaltigkeit auch im Privaten zu etablieren. Wir stellen Initiativen vor, beleuchten die Projekte und fragen nach, welche Rolle der Umweltschutz in den Unternehmen spielt.

„B&M goes green“ – das soll bei Baier & Michels, das Verbindungstechnik sowie Verschluss- und Dichtsysteme auch für Land- und Forstmaschinen herstellt, kein Lippenbekenntnis bleiben. „Unsere Antriebsfeder ist ganz klar auch die wirtschaftliche Komponente. Wir wollen damit mutig sein und aus der grauen Masse hervorstechen“, sagt Steffen Redlingshöfer. Er ist Bereichsleiter für Qualität und Umwelt, Nachhaltigkeitsbeauftragter und Mitglied der Geschäftsleitung. Vor einigen Jahren kam im Unternehmen, das zum Würth-Konzern gehört, die Idee auf, Langdrehteile nicht mehr konventionell herzustellen. Denn da-

● AUF DEN PUNKT

- Viele Unternehmen setzen bereits auf Solarstrom, um ihre teils sehr hohen Stromkosten für die Produktion zu decken. Dahinter stehen also nicht nur idealistische Gründe für den Umweltschutz.
- Unternehmen wie Baier & Michels und Continental haben ihre Fertigung unter die Lupe genommen, um dabei weniger Abfall zu produzieren oder diesen zu recyceln
- Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten wächst laut der befragten Unternehmen. Das schlägt sich auch im steigenden Sortiment von elektrisch-betriebenen Maschinen wider.
- Nachhaltigkeit und Umweltschutz können – richtig und konsequent umgesetzt – auch dafür sorgen, dass innovative Unternehmen eine Vorbildrolle einnehmen und zukunftsfähige Geschäftsmodelle aufbauen.

bei wird die Kontur des gewünschten Teiles ausgefräst, was zu einem hohen Schrottannteil führte. Bei der B&M-Ecco-Tec werden die Langdrehteile umgeformt, was zur vollständigen Ausnutzung des eingesetzten Rohmaterials führt.

Fußabdruck der Produkte

So lassen sich laut Redlingshöfer Elemente wie zum Beispiel Schrauben, aber auch Schneckenwellen und Kugelbolzen mit einem spürbar reduzierten CO₂-Fußabdruck produzieren – vor allem durch die enorm hohen Taktzahlen, die vollständige Ausnutzung des eingesetzten Rohmaterials und den häufigen Wegfall einer Wärmebe-

handlung, die bei herkömmlichen Produktionsverfahren als energieintensiver Prozessschritt für die eingesetzten Stähle notwendig ist. „Klar ist in diesem Zusammenhang: Der Product Carbon Footprint, PCF, beeinflusst immer stärker die Kaufentscheidung der Kunden – und hier setzt Baier & Michels ein deutliches Ausrufezeichen“, so der Nachhaltigkeitsbeauftragte.

Dabei startete das Thema 2017 relativ niederschwellig mit einem externen Energieaudit. Im Unternehmen entstand damals der Wunsch, sich in diesem Punkt einmal unter die Lupe nehmen zu lassen, erinnert sich Redlingshöfer. Damals wurden unter anderem alle Energieverbräuche kontrolliert. Aber die Beratungsfirma gab auch Maßnahmen mit, um die festgestellten Verbräuche zu reduzieren. So wurde im Anschluss unter anderem die Beleuchtung auf LED umgerüstet. Außerdem begann schon damals die Planung für eine PV-Anlage auf dem Dach. So ein Energieaudit sei ein sehr guter Einstieg, um in das Thema zu starten, findet der Nachhaltigkeitsbeauftragte.

Relevant für viele Bereiche

Mittlerweile nimmt die Nachhaltigkeit aber mehr Raum ein: angefangen bei Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie der Ermittlung und Bewertung sozialer Risiken in der Lieferkette über Eigenstromproduktion und nachhaltige Mobilität bis hin zu Produktdesign, Gefahrenstoffmanagement und nachhaltigem Bauen. Redlingshöfer nennt dafür auch einige konkrete Maßnahmen. So wird die Abwärme der Maschinen genutzt, um die Halle zu heizen. Es gibt einen geschlossenen Wasserkreislauf beim Waschen der Schrauben. Dadurch werde weniger Wasser verbraucht und Öle mit einer selbstentwickelten Ölaufbereitungsanlage aus dem Wasser geholt und bis zu fünf Mal wiederverwendet. Die Kreislaufwirtschaft spiegelt sich auch im „Cradle-to-Cradle“-Designprinzip wider. Die Baier & Michels-Produkte würden mit der Absicht entworfen und hergestellt, die Komponenten am Ende des



Steffen Redlingshöfer, Bereichsleiter Qualität und Umwelt und Nachhaltigkeitsbeauftragter bei B&M

Lebenszyklus für neue Produkte zu verwenden. „Unser Ziel als Unternehmen ist eine drastische Reduzierung bei der Nutzung neuer Ressourcen“, erklärt Redlingshöfer.

Er agiert dabei aber nicht allein, sondern stimmt sich mit den entsprechenden Fachkolleginnen und -kollegen innerhalb des Würth-Konzerns ab. Er betont aber auch, dass es wichtig war, dafür eine eigene Position innerhalb von B&M zu schaffen. „Denn in Abstimmung mit dem Teams Human Resource und Unternehmenskommunikation lassen sich Impulse, Themen und Initiativen jetzt noch gezielter und wirksamer anstoßen.“

Kommunikation als Werkzeug

Tue Gutes und sprich darüber gelte gerade auch bei der Nachhaltigkeitskommunikation, weiß der Experte. Über das Intranet würden News, Fotostrecken oder Interviews in der Belegschaft kommuniziert und so auch über die jeweiligen Fortschritte berichtet. „Es geht dabei unter anderem um den Energieverbrauch im Allgemeinen, den Ausbau der Solaranlage im Speziellen, wir stellen den Leitfaden für ein ‚Green Office‘ vor und beleuchten dabei einzelne Aspekte, etwa Entsorgungsstrategien, Raumnutzung und Papierreduktion – übrigens ist der ‚grüne‘ Ansatz im Büro auch Gegenstand unserer firmeninternen E-Learnings für die Beschäftigten“, sagt der Nachhaltigkeitsbeauftragte.

Flankiert wird das Thema mit besonderen Mitarbeiter-Events. Es gibt Tage, an denen die Mitarbeitenden dazu aufgefordert werden, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu kommen. Das Unternehmen verfügt über



Der Standort im sonnigen Portugal macht es möglich, dass Continental die Reifen nach Möglichkeit vollständig elektrifiziert und CO₂-neutral produziert.

ein 2.000 Quadratmeter großes Lavendelfeld, auf dem eine Pflanzparty veranstaltet wurde. Eine Wildblumenwiese bietet ein Zuhause für Bienen und andere Insekten. Dort sind ein passionierter Imker aus Rohrbach – der sich auch um den hauseigenen Honig kümmert – und die Auszubildenden unterwegs. Die jungen Mitarbeitenden haben außerdem Insektenhotels gebaut.

Dabei würde gerade die jüngere Generation darauf achten, wie sich der (zukünftige) Arbeitgeber in Sachen Nachhaltigkeit positioniert. Und das Engagement zahlt sich laut Redlingshöfer offenbar aus: „Nicht nur in sozialen Medien sorgen unsere Nachhaltigkeits-/CSR-Themen für vergleichsweise viele substanzielle und dabei positive Reaktionen. Auch im direkten Austausch, gerade mit Mitarbeitenden und Kunden, spüren wir: Die Herausforderungen und Lösungen in Bezug auf Nachhaltigkeit/CSR bewegen und sind immer wieder auch ein Gesprächsöffner.“

Langlebig ist nachhaltig

„Wir stellen am Markt eine deutlich steigende Nachfrage nach nachhaltigeren Produkten fest. Das trifft auch auf den landwirtschaftlichen Bereich zu“, sagt Julia Reinhold. Sie ist Head of Marketing Communications Commercial Specialty Tires bei dem Reifenspezialisten aus Hannover. Man nutze Nachhaltigkeit auch, um den Kunden einen Mehrwert zu bieten und sich vom Wettbewerb zu differenzieren. „Maßgeschneiderte und langlebige Lösungen, die die Effizienz auf dem Feld steigern, den Ackerboden schonen und langfristige Kos-

ten sparen, sind immer gefragter“, erklärt Reinhold weiter.

Die Nachhaltigkeit zieht sich deswegen durch die gesamte Wertschöpfungskette: vom Design der Produkte über die Beschaffung der Materialien, über die Produktion und Nutzungsphase bis hin zur Nachnutzung der Reifen. Dabei kommen laut der Marketingverantwortlichen innovative Materialien wie das patentierte Nylon-Karkassenmaterial zum Einsatz. Verschiedene Marktanforderungen haben auch Eingang in das aktuelle Reifendesign der Landwirtschaftsreifen gefunden, erklärt die Pressesprecherin. Die geforderten Eigenschaften: maximale Bodenschonung, geringer Kraftstoffverbrauch sowie hohe Langlebigkeit und Ressourcenschonung. „Die so genannte N.flex-Technologie wurde beispielsweise speziell entwickelt, um Aufprallenergie zu absorbieren und den Reifen anschließend wieder in seine ursprüngliche Form zu bringen. Diese Flexibilität und Robustheit sorgt für langlebige Reifen, die auch unter härtesten Bedingungen ihre Leistung behalten. Zusätzlich reduziert die breitere Aufstandsfläche Bodenverdichtung, schützt die Pflanzenproduktion und senkt Betriebskosten – ein entscheidender Vorteil für Landwirte, die Effizienz und Nachhaltigkeit im Blick haben“, so Reinhold.

Der Konzern stellt sich und seine Produkte dabei auch immer wieder auf den Prüfstand. Eine Herausforderung ist dabei aktuell das Recycling. Denn was bei Kunststoffen, Glas oder Papier schon normal ist, birgt bei Reifen aufgrund der Vielzahl an Materialien und den hohen Sicherheitsan-



Dieser Elektrokessel in der Reifenproduktion in Lousado von Continental kann Dampf aus Ökostrom statt aus Erdgas erzeugen. So wird CO₂-neutral produziert.

forderungen Probleme. Einige Bestandteile, wie beispielsweise der Stahl oder die Lauffläche, könnten bereits heute durch mechanisches Recycling wieder voneinander getrennt werden. Bei der Gummimischung sei dies schwieriger und erfordere chemische Zwischenschritte. Bei der sogenannten Pyrolyse könnten Gummimischungen in einige ihrer Ausgangsstoffe getrennt werden. Das betrifft vor allem Öl, Gas und Kohlenstoff. Pyrolyse-Öl kann zum Beispiel für neue Rohmaterialien genutzt werden.

„Um das Recycling von Altreifen durch Pyrolyse weiter zu optimieren, arbeiten wir unter anderem mit Pyrum Innovations zusammen. Pyrum zersetzt unsere Altreifen in Industrieöfen durch ein spezielles Pyrolyseverfahren in einzelne Bestandteile“, sagt Reinhold. Auf diesem Weg könnten Rohstoffe, die in Altreifen enthalten sind, extrahiert und recycelt werden. „Bereits heute wird recycelter Ruß in allen Gabelstaplerreifen eingesetzt, die im Continental-Reifenwerk in Korbach hergestellt werden. Damit kommen wir unserer Ambition näher, den Anteil nachwachsender und recycelter Materialien in unseren Reifen bis 2030 auf über 40 Prozent zu erhöhen.“

Produktion optimiert

Ein weiteres Ziel ist die CO₂-Neutralität bis 2040. Das hat man im Reifenwerk im portugiesischen Lousado schon erreicht. Möglich wird dies durch die Erzeugung von Dampf mit Hilfe eines Kessels, der rein elektrisch betrieben wird. Continental nutzt dafür sowohl selbst erzeugten Solarstrom

Das zeigt, dass unser Engagement für Nachhaltigkeit nicht nur gesellschaftlich wichtig ist (...).

Julia Reinhold
Pressesprecherin Continental

als auch regenerativen Strom aus dem Netz. In der Reifenindustrie entfällt ein Großteil des Energieverbrauchs auf diesen Arbeitsschritt und die Erhitzung der Reifen, die sogenannte Vulkanisation. Durch die Wärmeenergie wird der Rohkautschuk zu einem flexiblen und elastischen Gummi. Mit einer jährlichen Produktionskapazität von 18 Millionen Reifen ist das Werk in Lousado eine sogenannte Mega-Plant. In Lousado scheint die Sonne durchschnittlich sieben Stunden pro Tag. Im Winter sind es durchschnittlich vier Stunden. Zum Vergleich: In Berlin scheint die Sonne im Winter nur 1,8 Stunden pro Tag.

Als Ergebnis jahrelanger Bemühungen hat Continental Tires nach eigenen Angaben im Vergleich zum Branchendurchschnitt eine führende Position beim Ener-

gieverbrauch pro Tonne produzierter Reifen erreicht. Das ist das Ergebnis eines internen Benchmarkings von Continental mit dem durchschnittlichen Energieverbrauch der weltweit führenden Reifenhersteller. Allein im Jahr 2023 reduzierte der Reifenbereich von Continental seinen jährlichen Energiebedarf dank 160 Energiesparprojekten um insgesamt rund 150 Gigawattstunden. Dies entspricht rechnerisch ungefähr dem durchschnittlich jährlichen Strombedarf von 12.500 Einfamilienhäusern. Erreicht wird dies zum Beispiel durch Wärmedämmung.

Der Reifenhersteller sieht ein enormes Potenzial in der Weiterentwicklung nachhaltiger Technologien und Prozesse. Laut der Continental-Studie „Landwirtschaft im Wandel“ legen Landwirte Wert auf die Nachhaltigkeit ihres Betriebs und bevorzugen ressourcenschonende Lösungen. „Im Fokus unseres Landwirtschaftsreifen-Geschäfts stehen daher technologisch anspruchsvolle und langlebige Reifen, die sich positiv auf die Gesamtbetriebskosten auswirken, sowie digitale Lösungen, die nicht nur die Effizienz steigern, sondern auch zu mehr Nachhaltigkeit beitragen. Auch die Schnittfestigkeit und Haltbarkeit der Reifen spielt in diesem Zusammenhang eine Rolle.“

Dabei bedient der Hersteller zwei Interessensgruppen. Der Endkunde und damit in vielen Fällen der Landwirt möchte eben mit den Reifen Bodenschäden minimieren, Kraftstoff sparen und mit seinem Fahrzeug bei jedem Wetter auf jedem Untergrund fahren. Aber auch Maschinenhersteller und damit die OEMs würden laut Reinhold einen besonderen Wert auf den Anteil nachhaltigerer Materialien, CO₂-Neutralität und umweltfreundliche Lieferketten legen. „Das zeigt, dass unser Engagement für Nachhaltigkeit nicht nur gesellschaftlich wichtig ist, sondern auch bei unseren Kunden auf großes Interesse stößt.“

Elektrische Antriebe für Landtechnik

Auf Interesse stieß auf der Fachmesse EuroTier in Hannover auch das neueste Modell eines emissionsfreien Elektroladers aus dem Hause Schäffer. Der 16e basiert auf dem Konzept des sehr kompakten Hofladers 1622 und hat einen Elektromotor mit 9,6 kW. Es ist bereits das dritte elektrische Modell des Herstellers aus Erwitte in Nordrhein-Westfalen. „Hinzu kommen innovative Effizienzsysteme, die zur Reduzierung des Treibstoffbedarfs unserer Diesellader beitragen und damit die Emissionen der Lader reduzieren“, zählt Betriebsleiter Friedhelm Brede weiter auf. Damit meint er das lastbasierte Absenken des Hubarms sowie der EcoMode, der durch das Absenken

der Drehzahl zur Reduzierung des Treibstoffbedarfs beiträgt. Alle Schänner-Lader aus dem aktuellen Produktprogramm sind für HVO-Diesel freigegeben.

Aber nicht nur die Produktpalette wird bei dem Hersteller in Richtung Nachhaltigkeit optimiert. Auch der Produktionsprozess wurde unter die Lupe genommen, um Energie und Ressourcen effizienter zu nutzen. Das Recycling- und Abfallmanagement wurde optimiert und außerdem Photovoltaikanlagen auf den Werksgebäuden installiert. Brede verspricht allerdings, dass es bei den jetzigen Maßnahmen nicht bleiben wird. Man sehe „großes Potenzial“ in der weiteren Reduzierung des Energieverbrauchs und der Emissionen. Zudem wolle Schänner weiterhin innovative und nachhaltige Produkte entwickeln, die den Anforderungen der Kunden gerecht werden und gleichzeitig die Umwelt schonen. „Wir haben positive Rückmeldungen von unseren Kunden und Mitarbeitenden erhalten, die unser Engagement für Nachhaltigkeit schätzen und unterstützen“, so Brede weiter.

Abteilung unterstützt im Konzern

Auch bei Agravis stellt man fest, dass nachhaltige Produkte und Dienstleistungen verstärkt gefordert und von der Kundschaft nachgefragt werden. Die Mitarbeitenden würden hinter dieser nachhaltigen Ausrichtung stehen und diese unterstützen. „Angesichts der wachsenden gesellschaftlichen und politischen Aufmerksamkeit für ökologische und soziale Themen wurde Nachhaltigkeit zu einem zentralen Handlungsfeld“, erklärt die zuständige Teamleiterin Katharina Rudack. Das Thema sei ein integraler Bestandteil, um den Konzern aus Münster



Fotograf: Schaffer

Schänner präsentiert mit diesem elektrischen Hoflader 16e das dritte Modell mit elektrischem Antrieb. Auch andere Landtechnik-Hersteller stellen Maschinen abseits der herkömmlichen Antriebe vor.

zukunftsicher aufzustellen. Die Ausrichtung wird vom Bereich Dienstleistungen und Nachhaltigkeit gesteuert. Darüber hinaus beraten die Fachleute die Teilbereiche der Geschäftssparten, sind mit den Beteiligten im engen Austausch, unterstützen bei Projekten und koordinieren die Berichterstattung.

Der Konzern setzt sich für eine nachhaltige Lieferkette ein, um sicherzustellen, dass Produkte und Dienstleistungen entlang des gesamten Prozesses ökologisch verträglich und sozial verantwortungsvoll sind. Auch wirtschaftlich macht sich das Engagement nach eigenen Angaben bezahlt. Der Stromverbrauch sank von 80.036 MWh in 2022 auf 77.775 MWh in 2023. Jährlich erzeugt das Agrarhandels- und

Dienstleistungsunternehmen an unterschiedlichen Standorten circa 4,4 Millionen kWh Solarstrom. Bis 2025 soll dieser Anteil weiter ausgebaut werden. Dann soll der Konzern 20 Prozent seines Strombedarfs selbst zu produzieren.

Gesetzliche Pflichten

Dabei setzt die Agravis die Ziele nicht nur aus eigenem Antrieb um. Der Konzern muss sich unter anderem an das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG), die EU-Verordnung über Entwaldungsfreie Produkte (EUDR) sowie die Berichtspflicht nach CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) halten. „Mit ihren Maßnahmen, Projekten und Zielen zahlt die Agravis auf diese Verpflichtung ein, die sie selbst als Handelsunternehmen und Lieferant erfüllen muss, dies aber umgekehrt auch von ihren Zulieferern verlangt“, so Rudack.

Die Nachhaltigkeit fließt also bei vielen Unternehmen schon in die Philosophie ein. Der Branchenüberblick zeigt, dass damit auch gesellschaftliche und regulatorische Vorgaben erfüllt werden. Steffen Redlingshöfer von Baier & Michels betont aber in diesem Zusammenhang, dass neben den Herausforderungen auch die Chancen groß sind. So könnten Firmen als Vorbild mit zukunftsfähigen Geschäftsmodellen punkten und neue Märkte erobern. „Die Bedeutung von Nachhaltigkeit äußert sich in unterschiedlichen Facetten des Firmenalltags: vom Risikomanagement über den Markenwert bis hin zur Kundenbindung und Mitarbeiterzufriedenheit“, sagt Redlingshöfer. ■



Fotograf: Agravis

Symbolbild: Der Agravis-Bereich Dienstleistungen und Nachhaltigkeit steuert die nachhaltige Ausrichtung des Konzerns. Darüber hinaus beraten die Fachleute die Teilbereiche der Geschäftssparten.

Mareike.Fangmann@dlv.de