

Fokus auf CO₂-Reduktion

Nachhaltigkeit | Auch an den Zulieferern geht das Thema Nachhaltigkeit nicht vorbei. Wir haben bei den Unternehmen nachgefragt, welche Maßnahmen sie zur CO₂-Reduktion und Ressourcenschonung ergreifen.



Foto: ZF

Immer wichtiger: Auch Zulieferer müssen Nachhaltigkeits-Anforderungen erfüllen.

Nachhaltigkeit liegt im Trend und ist für die Unternehmen wichtig. Es wird aber auch von Banken und Investoren und nicht zuletzt von den Autoherstellern selbst gefordert. Auch Versicherungen wie die Allianz wollen, dass Kfz-Schäden künftig vermehrt repariert statt durch Neuteile behoben werden. Durch sogenannte grüne Reparaturme-

thoden würde ein erheblicher Beitrag geleistet, um CO₂-Emissionen zu reduzieren.

Klimaneutral werden

Wir wollten wissen, was die Zulieferer und Teilehersteller konkret für Anstrengungen unternehmen, um den Nachhaltigkeitszielen gerecht zu werden. ZF misst laut eigenen Angaben der nachhaltigen und umweltfreundlichen Gestaltung von Wirtschaftsprozessen höchste Priorität zu. Bis 2040 will ZF vollständig klimaneutral werden. Das Aftermarket-Geschäft spielt bei der Erreichung dieses Ziels eine gewichtige Rolle, teilte der Konzern mit. Die Digitalisierungs-Roadmap von ZF zielt darauf ab, die Transparenz bei der Beschaffung von Rohstoffen zu erhöhen und damit eine schnelle Reaktion auf Störun-

gen in der Lieferkette zu ermöglichen. Nachhaltig hergestellte Produkte seien ein Element der „Green Aftermarket Roadmap“ des Unternehmens. Beispiele hierfür sind laut ZF Produkte wie TRW-Bremsbeläge, die in einem kohlenstoffneutralen Prozess hergestellt werden, und wiederaufgearbeitete Ersatzteile wie Sachs-Kupplungen. ZF versuche, die CO₂-Emissionen über alle Produktionsprozesse hinweg zu reduzieren – angefangen beim Erzeugen der für die Produktion benötigten Energie, zum Beispiel durch selbst betriebene Blockheizkraftwerke oder Photovoltaikanlagen.

Bei Continental möchte man bis spätestens 2050 gemeinsam mit seinen Partnern 100 Prozent Klimaneutralität erreichen. Konkret bedeutet das beispielsweise, dass Continental bis spätestens 2040 die Produktion klimaneutral umgestalten möchte. Bereits seit drei Jahren bezieht das Unternehmen ausschließlich grünen Strom für die Standorte und konnte so die eigenen Emissionen um 70 Prozent senken. In der Produktion sollen für bestehende Materialmischungen Alternativen gefunden werden, sodass bei gleicher

Kurzfassung

Die Nachhaltigkeit macht auch vor den Zulieferern nicht halt. Neben CO₂-Einsparungen in der Produktion werden die verwendeten Rohstoffe näher unter die Lupe genommen. Auch die Wiederaufbereitung wird wichtiger.



Foto: ZF

Aus Alt mach Neu: Die Wiederaufbereitung von Teilen liegt im Trend und wird zunehmen.

„Re-Manufacturing ist einer unserer Eckpfeiler. Wir bereiten jedes Jahr eine Million Produkte auf.“

Christophe Périllat, Valeo



Foto: Rowe Marketing

Durch den Einsatz recycelter Materialien lassen sich bei Verpackungen Ressourcen schonen.

Leistungsfähigkeit weniger Ressourceneinsatz nötig ist. Auch der Ersatz von Rohstoffen durch biobasierte Alternativen wie beispielsweise organische Fasern oder Bio-Polymere für Riemen oder Naturkautschuk aus Löwenzahn sowie Silica aus Reisschalenasche in Reifen sind ein Thema. Recycling und Re-Manufacturing stehen bei Continental in der Produktentwicklung ebenfalls hoch im Kurs.

Re-Manufacturing

Bosch berücksichtigt die Nachhaltigkeits-Anstrengungen laut eigenen Angaben über die gesamte Wertschöpfungskette – vom Material- und Wareneinkauf beziehungsweise von der Fertigung an den Bosch-Standorten über die Nutzungsphase der verkauften Produkte bis hin zu deren Lebensende. Auf dem Aftermarket möchte das Unternehmen aktiv zur Ressourcenschonung beitragen, indem Fahrzeuge in Bewegung gehalten werden und ihre Lebensdauer verlängert wird. Auch in die Produktion hat Bosch investiert und die Werke mit 31 neuen Fotovoltaikanlagen allein im Jahr 2022 ausgestattet. Zusammen mit den bereits vorhandenen Anlagen produziert Bosch rund 121 GWh an erneuerbarer Energie.

Die Nachhaltigkeitsstrategie von Schaeffler im Automotive Aftermarket erstreckt sich über die verschiedensten Bereiche im Unternehmen – von der Logistik und dem Supply-Chain-Management über die Digitalisierung bis hin zu Materialien, Produktangeboten und ressourcenschonenden Reparaturlösungen für alle Antriebsformen. Das Ziel ist es, die Produkte so zu gestalten, dass sie während ihrer Nutzungsdauer noch einfacher repariert und am Ende ihrer Lebensdauer wiederaufbereitet oder recycelt werden können.

Auch Mahle hat eine unternehmensweite CO₂-Strategie, um spätestens bis 2040 CO₂-Emissionen in der eigenen Produktion weitgehend zu vermeiden und Restmengen zu neutralisieren. Der Zulieferer setzt auch auf erneuerbare Energien in der Produktion und im Recycling.

Bei Valeo ist das Thema Re-Manufacturing ein großes Thema. „Re-Manufacturing ist ein Eckpfeiler der Strategie von Valeo. Heute bereiten wir jedes Jahr eine Million Produkte wieder auf und bis 2030 werden wir dieses Volumen verdoppeln“, sagt Christophe Périllat, Chief Executive Officer von Valeo. Das Unternehmen hat sich zudem verpflichtet, bis 2050 zur CO₂-Neutralität beizutragen. Bis 2030 sollen die Emissionen von Valeo in der gesamten Wertschöpfungskette im Vergleich zu 2019 um 45 Prozent gesunken sein. Dies schließt auch die Emissionen der Zulieferer, der eigenen betrieblichen Aktivitäten und der Endnutzung der Produkte von Valeo über deren gesamte Lebensdauer mit ein. Der nächste wichtige Meilenstein ist die Verbesserung der Kreislaufwirtschaft im Aftermarket.

Alexander Junk

Nachhaltigkeit bei Bosch

Bosch hat die Schwerpunkte des Nachhaltigkeitsmanagements im Zielbild „Neue Dimensionen – Nachhaltigkeit 2025“ zusammengefasst. Darin werden sechs Themenfelder beschrieben:

- **Klimaschutz**
Das Unternehmen möchte den Ausbau erneuerbarer Energien vorantreiben und kontinuierlich nach Energieeffizienz streben.
- **Gesundheit**
Bosch will dafür sorgen, dass Mensch und Umwelt durch Produktionsprozesse keinen Schaden nehmen.
- **Menschenrechte**
Bosch möchte Verantwortung übernehmen und hat die Achtung der Menschenrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Blick.
- **Wasser**
Für Bosch ist Wasser eine Ressource, mit der sparsam umgegangen werden muss. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf Regionen mit Wasserknappheit.
- **Kreislaufwirtschaft**
Bosch will seinen ökologischen Fußabdruck verkleinern und strebt danach, gesellschaftlichen Nutzen zu schaffen.
- **Diversität**
Vielfalt, Gerechtigkeit und Inklusion sind für Bosch ein Schlüssel zum Geschäftserfolg. Auch ein Beitrag zum Gemeinwohl gehört dazu.