

[HOMEStory]



Beim Klimaschutz läuft's rund –
der Weg zur grünen Werkstatt

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und nukleare Sicherheit

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



DER MITTELSTANDSVERBUND



Beim Klimaschutz läuft's rund – der Weg zur grünen Werkstatt

„Wir lösen Ihre Probleme“ – das hat sich die Verbundgruppe für den Reifenfachhandel Goodyear Retail Systems GmbH (GRS) auf die Fahne geschrieben. Mehr als ein Slogan? Wir haben innerhalb unserer Reihe „Homestorys“ einmal selbst mit den Klimaprofis gesprochen und gefragt, wie Autos und Nachhaltigkeit eigentlich zusammenpassen. Schnell wurde dabei klar: Eine Branche will hoch hinaus – nicht nur auf der Hebebühne.

Ressourcenschutz und Nachhaltigkeit: Die wenigsten Menschen werden diese Begriffe mit einer Autowerkstatt in Verbindung bringen. Stattdessen schießt der Geruch von Motoröl oder Gummi in die Nase, man denkt an hohe Reifenstapel, Felgen, Schraubschlüssel oder das Zischen der Druckluft-Kompressoren. Auf den ersten Blick also keine Spur von der „grünen“ Werkstatt.

Aber auf den zweiten. Denn Energie wird täglich für nahezu sämtliche Arbeitsabläufe im Kfz-Betrieb benötigt – ob für Druckluft, Licht, Wärme oder die IT. Und genau da liegen Einsparpotenziale verborgen, die gefunden werden wollen.

Im Projekt Klimaverbund haben sich Vertreterinnen und Vertreter verschiedener Verbundgruppen vernetzt, um mit ihrer „Schwarmintelligenz“ und kollektiv die gemeinsamen Ziele Klimaschutz und Ressourceneffizienz im Mittelstand voranzubringen. Die Verbundgruppe für den Reifenfachhandel GRS ist eine der 15 Verbundgruppen, die sich am Projekt beteiligen – und hat direkt „ja“ gesagt, als DER MITTELSTANDSVERBUND das Projekt ins Leben rief.

Der Klimaverbund ist als Multiplikatoren-Projekt angelegt. Es geht darum, kleine und mittlere Unternehmen für einen effizienten Umgang mit Energie und Ressourcen zu sensibilisieren, Verschwendung zu vermeiden, Abfall zu reduzieren, nicht nur CO₂, sondern auch Kosten zu sparen und damit ihre Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit zu sichern. Gefördert wird das Projekt von der Na-

tionalen Klimaschutzinitiative (NKI) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klima (BMWK).

GRS WEISS, WO DER REIFEN DRÜCKT

Dass es nicht nur auf den guten und sicheren Reifen ankommt, sondern auch Nachhaltigkeit längst in der Branche angekommen ist – das ist bei Goodyear Retail Systems GmbH (GRS) schon gelebter Alltag. Die Verbundgruppe weiß genau, wo der Reifen drückt und wie die Werkstatt der Zukunft aussehen muss.

Für das kommende Jahr hat die Fachhandelsgruppe einen bunten Blumenstrauß an Maßnahmen gebunden. Neben der Digitalisierung hat sie sich vor allem den Klimaschutz und Unterstützung der Betriebe bei der Nachfolge und den Auswirkungen des demografischen Wandels auf die Fahne geschrieben. Keines dieser Themen ist neu – aber die damit verbundenen Herausforderungen dürften schon bald deutlich spürbarer werden als bisher. Vor allem Klimaschutz und demografischer Wandel treffen dabei mehr denn je aufeinander. Und beide haben etwas gemein: Nur wenn wir jetzt handeln, können wir die Folgen noch begrenzen.

Handeln will der Verbund unbedingt: Über 900 Betriebe haben sich der Kooperation inzwischen angeschlossen und erhalten professionellen Support in den Bereichen Verkauf, E-Commerce, Marketing, Weiterbildung, Warenwirtschaft und Unternehmensführung. Und nun auch in Sachen Nachhaltigkeit.

EINKLANG IM DREIKLANG – FÜR JEDEN PARTNER DAS PASSENDE KONZEPT

Die GRS hat im Laufe der Jahre drei Konzepte entwickelt, die auf die unterschiedlichen Bedürfnisse von Unternehmern der Branche zugeschnitten sind. Mit Premio Reifen + Autoservice, Quick Reifendiscout und der Handelsmarketing-Initiative (HMI) bietet der Verbund gleich drei verschiedene Konzepte für unterschiedliche Ansprüche an.

Und das mit viel Tradition: Seit 40 Jahren verbinden die Goodyear Retail Systems GmbH hohe Beratungskompetenz mit fundierten Kenntnissen aus dem Kfz- und Reifenmarkt. Vor allem die Kombination aus inhabergeführten Meisterbetrieben, die lokal etabliert sind und sich stark engagieren, und einer leistungsstarken Zentrale bilden hier die Grundlage für den Erfolg.

REDUKTION VOR KOMPENSATION – PREMIO UND QUICK AUF DEM WEG ZUR KLIMANEUTRALITÄT

„Da müssen wir jetzt aktiv ran“, appelliert Anne Reck, Manager Public Relations Retail bei GRS. Die Kommunikationsspezialistin sieht die Klimakrise als eine gesamtgesellschaftliche und generationenübergreifende Aufgabe – hier sei jeder

aufgefordert, aktiv zu werden. „Besonders die angeschlossenen Betriebe der Konzepte Premio Reifen + Autoservice und Quick Reifendiscout stehen bei uns seit letztem Jahr im Fokus der Klimaschutzoffensive.“

Gesagt, getan: „Wir wollen unsere Premio-Partner auf dieser „Klimareise“ begleiten und das Erscheinungsbild der Marke neu aufsetzen“, erzählt Michael Ammann, Manager Marketing EU Central bei GRS und zuständig für das Marketing von Premio Reifen + Autoservice.

Gemeinsam mit dem Unternehmen Climate Partner berechnet die Premio-Zentrale im ersten Schritt alle CO₂-Emissionen eines jeden Betriebes, die in der Prozesskette unvermeidlich entstanden sind. Dabei werden die CO₂-Treiber vor Ort dokumentiert und Stellschrauben mit Änderungspotential zusammen mit dem Unternehmer definiert. Einen Teil der Emissionen gleicht dieser über anerkannte Klimaschutzprojekte aus. Sogar eine zusätzliche Kampagne wurde dafür ins Leben gerufen: Für jeden verkauften Goodyear Reifensatz wurde in der Umrüstsaison zusammen mit dem Hersteller eine Tonne CO₂ kompensiert.

„Das soll aber nicht heißen, dass sich der jeweilige Partner dann darauf ausruhen kann. Er ist gefordert, auch im Betrieb aktiv Einspar-Maßnahmen



**BRINGEN WIR DIE
SACHE INS ROLLEN!**

**MISSION
KLIMA**
VERMEIDEN · REDUZIEREN · KOMPENSIEREN

**Wir kompensieren für Sie
4.900 gefahrene Kilometer.***

Beim Kauf von 4 **GOODYEAR** Reifen.

*Entspricht 1 Tonne CO₂, die Premio und Goodyear in Zusammenarbeit mit ClimatePartner beim Kauf von 4 PKW-Reifen der Marke Goodyear über Klimaschutzprojekte kompensieren. Alle Informationen finden Sie unter premio.de/co2_aktion

premio
Reifen + Autoservice

umzusetzen und uns seine CO₂-Reduktion im nächsten Jahr transparent zu machen. Seine Bemühungen sollen ja Früchte tragen. Und Reduktion geht bei uns vor Kompensation.“, betont Michael Ammann fokussiert – immer mit dem Ziel vor Augen, als Premio bis zum Jahr 2025 klimaneutral zu werden.

„Wir wollen allen Partnern eine Unterstützung und eine Beratung durch die Klimaprofis zusichern. Das Bewusstsein in unserer Gruppe ist da, bei dem einen mehr, bei dem anderen noch ausbaufähig – aber: Man kommt um das Thema nicht mehr herum und das ist gut so!“, betont Ammann.

Natürlich sind viele auf ihr Tagesgeschäft fokussiert – aller Anfang ist schwer. Und so wurde Ammann zu Beginn seiner „Klima-Mission“ nicht von allen Franchise-Partnern mit offenen Armen empfangen – auch das gehört zur Geschichte dazu. Und auch das ist Teil eines langfristigen Prozesses. Gerade der Dschungel aus Fördermitteln kann erst einmal abschrecken. „Da ist eine Landkarte viel wert.“, weiß Ammann. Die und auch den richtigen Förderkompass hat die Gruppe parat

und bietet ihren Franchise-Partnern jederzeit Unterstützung und Orientierung – mit Rücken-deckung, stetigen Updates und Jour fixes des MITTELSTANDSVERBUNDES.

„Bei uns reifte schon länger der Gedanke, unsere Mitarbeitenden auf einem hohen Niveau schulen zu lassen. Da kam das Projekt Klimaverbund des MITTELSTANDSVERBUNDES genau zum richtigen Zeitpunkt. Wir haben direkt „ja“ gesagt und uns riesig über das Angebot des Verbandes gefreut. Unsere gewonnene Expertise wollen wir aber nicht einfach nur im stillen Kämmerlein horten, sondern möglichst viele in unserer Gruppe daran teilhaben lassen.“, ergänzt Ammann. Nach langen Gesprächen und einiger Überzeugungsarbeit ziehen jetzt viele an einem Strang. Auch, weil das eine das andere nicht ausschließt – im Gegenteil. Ökologie und Ökonomie gehen viel öfter Hand in Hand, als es zunächst den Anschein macht.

WENN ES ANS PORTEMONNAIE GEHT

Deshalb erwischt Peter Wegener, Leiter Quick Reifendiscout (GRS), seine Partner auf einem anderen Fuß. „Wir haben im ersten Schritt einen Fragebogen für unsere Partner entwickelt und anhand ihrer Strom- und Heizkosten, ihrer Firmenfahrzeug-Aufstellung und anhand der Mobilität der Mitarbeitenden einen ganz persönlichen CO₂-Footprint berechnet.“ Auf der Quick-Tagung im September wurde es dann richtig ernst: „Als wir von unseren Plänen erzählten, war die Bereitschaft zunächst eher ernüchternd – ein Drittel war begeistert, der Rest winkte ab, so Wegener. Bis es ans Portemonnaie ging – „Da wurden plötzlich alle aufmerksam.“ Die Stromkostenabrechnung fürchtet in diesem Frühjahr wohl jeder. „Wir haben drei Szenarien zum Verlauf der Energiekosten entwickelt – bei rund 1 % des gesamten Umsatzes eine nicht ganz uninteressante Größe. „Da wurden die restlichen zwei Drittel plötzlich ganz still. Das Rattern in den Köpfen konnte man förmlich hören.“, schmunzelt Wegener.

„100 % klimaneutral“, lautet das Ziel bei Quick. Und aus dem Ziel wurde ein Versprechen. Doch das

UNSER WEG ZUR KLIMANEUTRALITÄT:
*Wir kompensieren bereits heute
100% unserer CO₂ Emissionen!*

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG UNSERER PARTNER
GOODYEAR DUNLOP FULDA SAVA BRIDGESTONE VBC

quick.de

Gemeinsam nachhaltig

ist noch nicht alles, holt Wegener aus. „Bis zum Ende des nächsten Jahres werden wir zu 100 % auf Ökostrom umstellen – gewonnen ausschließlich aus Wind- und Wasserkraft, Solar und Biogas. Und Wegener will im wahrsten Sinne des Wortes noch höher hinaus: „Auf unsere Dächer bauen wir Solaranlagen“.

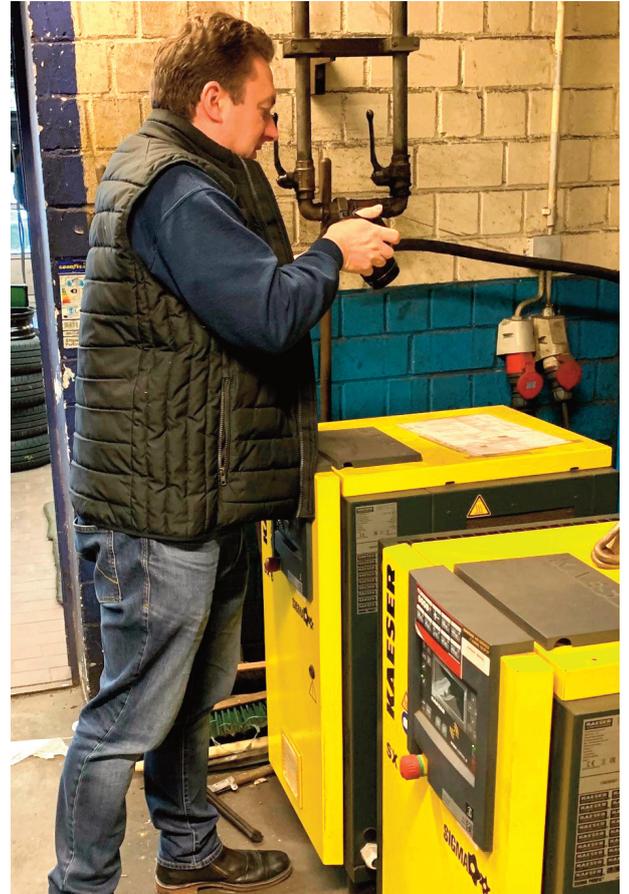
Damit auch wirklich jede(r) in den Prozess einbezogen wird, „werden wir allen Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, CO₂-effizienter zur Arbeit zu kommen. Außerdem soll bis zum 30. Juni 2022 jeder unserer Franchise-Partner ein Energieberatungsgespräch geführt haben.“ Dafür gibt’s sogar was obendrauf: Dank eines Bonus-System bekommen alle, die mitmachen, einen Zuschuss.

Bis zum Endkunden will Wegener die Kampagne kommunizieren. Und das offen und ehrlich. Denn natürlich wird vom Kunden alles genau beäugt. „Das ist unser Verbrauch, das wollen wir noch erreichen, in diese Projekte investieren wir. Lückenlose Aufklärung ist das A und O.“ Monatliche Updates sollen die Fortschritte transparent machen. Von der Werkstatt über die einzelnen Mitarbeitenden, die GRS-Zentrale bis hin zum Verbraucher: Am Ende profitieren also alle. Vor allem aber das Klima.

„DA BEKOMMEN ALLE GROSSE OHREN“ – NACHHALTIGKEIT STECKT AN

In der Theorie klingt vieles einfach – in der Praxis sieht es manchmal anders aus. „Deshalb werden wir unseren Werkstätten auf unserer Händler-Kommunikationsplattform, dem GRS Partner.net“, Best Practice-Beispiele aufzeigen und zum Nachahmen animieren“, erzählt Wegener.

Ein ganz aktuelles Erfolgserlebnis hat er direkt parat: Ein Partner konnte seinen Stromverbrauch im Lager durch den Einsatz von rund 150 LED-Leuchten drastisch senken. Da sich LED-Lampen optimal mit Bewegungsmeldern kombinieren lassen, hat der Kfzler auch diese noch eingebaut. 80 % der Energiekosten spart er damit ein. Und das bei einer



Klimaprofi Thorsten Brückner nimmt die Partnerwerkstätten genau unter die Lupe. Gerade beim Druckluftkompressor schlummern Einsparpotenziale.

Investition von etwa 300 Euro. Wenig Aufwand, großer Effekt. „Da bekommen plötzlich alle große Ohren“, sagt Wegener.

Nicht nur Nachhaltigkeit steckt hier also an, auch die Motivation und die Freude am Thema überträgt sich im Gespräch rasch.

WENN LUFT BARES GELD KOSTET

Thorsten Brückner ist immer ganz nah dran am Geschehen und einer der „Klimaprofis“ bei Good-year Retail Systems GmbH (GRS). Er hat gemeinsam mit den Autoserviceberatern Reinhold Keil und Roman Vogelsang die Ausbildung absolviert. 17 „Klimaprofis“ haben die Abschlussprüfung des Qualifizierungsprogramms bestanden und sind in ganz Deutschland in verschiedenen Branchen unterwegs, um Unternehmen für Klimaschutz, Energieeffizienz und einen schonenden Umgang mit Ressourcen fit zu machen.

Und nun besuchen die drei Kollegen ihre Reifenfachhandelsbetriebe in ganz Deutschland. „Wir nehmen unsere Partner an die Hand und gehen die Werkstatt ab“, erzählt Thorsten Brückner. Was er dabei so alles findet? Neben der Heizungsanlage werden auch elektrische Geräte, das Druckluftsystem und die Beleuchtung unter die Lupe genommen, da in diesen Bereichen typischerweise die größten Optimierungspotenziale liegen.

Ein Druckluft-Kompressor kann eigentlich nur eines – das aber besonders gut: Luft ansaugen, verdichten und mit hohem Druck wieder abgeben. Klingt erstmal unspektakulär? Doch aufgepasst! Ob das Befüllen von Reifen, das Fortpusten von Staub bei der Reinigung von Maschinen und Werkstatt oder der Antrieb zahlreicher mechanischer Werkzeuge: Ohne Druckluft würden viele Prozesse in Werkstätten vermutlich stillstehen.

25 Druckluft-Entnahmepunkte hat eine Werkstatt durchschnittlich. Wenn davon mindestens 15 undicht sind, es überall zischt und pfeift, ist das nicht nur unangenehm fürs Ohr, sondern auch unangenehm beim Blick auf die Stromrechnung. Denn Druckluft ist ein ganz schöner Energiefresser. Da kommt die Beratung der Klimaprofis gerade richtig.

„Man muss einfach anfangen“, weiß auch Anne Reck. Dann kämen die Nachfragen plötzlich von ganz allein. Die Partner interessierten sich nicht

nur fürs Stromsparen, sondern inzwischen auch fürs Papiersparen. „Habt Ihr da Unterstützungsmaßnahmen oder Ideen?“, hört Reck aktuell häufiger. Mit dem GRS-eigenen Warenwirtschaftssystem tiresoft 3, das bereits schon viele Geschäftsprozesse und die Wertschöpfungskette des Betriebes digital abbildet, erleichtert der Verbund nicht nur den Arbeitsalltag der Reifenfachbetriebe, sondern spart auch Berge an Druckerpapier.

„Adé heißt es auch für den klassischen Print-Handzettel“, wirft Peter Wegener von Quick ein. „Statt der fünf Millionen Druck-Exemplare planen wir derzeit eine elektronische Alternative.“ Klitzekleine Bausteine im Alltag, die großes bewirken.

„ALS ZENTRALE MÜSSEN WIR GLAUBWÜRDIG SEIN“

„Als Zentrale müssen wir uns aber genauso an die eigene Nase fassen. Wie sieht denn eigentlich unser CO₂-Fußabdruck aus?“, hinterfragt Ammann selbstkritisch. „Wir können nicht mit dem moralischen Zeigefinger um die Ecke kommen und unsere Partner antreiben, wenn wir nicht selbst auch vor unserer eigenen Haustür kehren und glaubwürdig mit dem Thema umgehen.“ Als Vorbild voranzugehen, hat sich die Verbundgruppe auch fest auf die Agenda für das kommende Jahr geschrieben. Damit es klappt mit der „grünen Werkstatt“ – und um zu zeigen, dass Nachhaltigkeit und der Vertrieb von Reifen eben doch zusammenpassen.

AUS GDHS WIRD GRS

Die Veränderungen kommen nicht nur von innen, sondern auch von außen, denn GD Handelsysteme (GDHS) hat sich einen neuen Namen gegeben und heißt seit dem 13. Dezember 2021 Goodyear Retail Systems GmbH (GRS). Hintergrund ist die Gesellschaftsumbenennung aller Europäischen Goodyear Dunlop Gesellschaften zu reinen Goodyear Gesellschaften.

Seit letztem Jahr lenkt und unterstützt die GRS als Cluster Retail EU Central mit Know-how die angeschlossenen Betriebe in den 5 Ländern Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien und den Niederlanden – jetzt also endlich unter der neuen verbindenden Dachmarke.