

100 %
sozial und
klimaneutral



Schoepe Display hat sich zum Ziel gesetzt, ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltig zu agieren.

Foto: Choat – stock.adobe.com

Schoepe Display mit weitreichendem Corporate-Social-Responsibility-Audit

Verantwortung für Klima und Gesellschaft

Umweltbewusstes Handeln, ökologische und soziale Nachhaltigkeit sowie Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks bestimmen zunehmend die Aktivitäten in Markenartikelindustrie und Handel. Bei Schoepe Display lebt man Verantwortung für die Umwelt bereits länger vor und geht nun mit einem Corporate-Social-Responsibility-Audit noch einen Schritt weiter.

Greta Thunberg und die Fridays-for-Future-Bewegung haben Gesellschaft und Politik sowie Markenartikelindustrie und Handel deutlich vor Augen geführt, dass in Sachen Umweltschutz mehr unternommen werden muss. Und es ist unverkennbar, dass das Tempo hin zu ökologischerem Handeln anzieht und entsprechende Change-Prozesse beschleunigt werden. Bei Schoepe Display setzt man sich seit Langem sehr detailliert damit auseinander und hat frühzeitig einen Weg zur Vereinbarkeit von Ökologie und Ökonomie eingeschlagen. Im Interview mit dem Magazin display erläutern Andreas Grathwohl, Geschäftsführer Schoepe Display, und Sonja Sauerzapfe, Projektleiterin Corporate Social Responsibility (CSR), die Hintergründe dazu.

DISPLAY: Herr Grathwohl, Nachhaltigkeit ist großes Thema. Wir kennen Schoepe Display als ein Unternehmen, das in ökologischen Fragen eine Vorreiterrolle in unserer Branche einnimmt.

ANDREAS GRATHWOHL: Danke für diese Einleitung! Ja, wir von Schoepe Display haben bereits vor

Jahren Umwelt- und soziale Aspekte in unserem täglichen Handeln berücksichtigt. Oftmals ist es ja so, dass Zertifizierungen in den Bereichen Qualitätsmanagement, Umweltmanagement und dergleichen von Kundenseite getrieben werden. Unser Grundverständnis bei Schoepe Display ist da ein wenig anders: wenn wir etwas für gut und richtig erachten, dann wollen wir es schnell und pragmatisch umsetzen, um die Branchen-Benchmark etwas höher zu legen – intern nennen wir das „Grüne Displays für den blauen Planeten“. So haben wir beispielsweise 2003 das Qualitätsmanagementsystem nach DIN EN ISO 9001 installiert. Darauf folgten das Umweltmanagementsystem DIN EN ISO 14001 ab 2013 und das Energiemanagementsystem nach DIN EN ISO 50001 in 2016. Hinzu haben wir frühzeitig internationale Industrie- und Produktnormen bei uns eingeführt, wie der nahezu einhundertprozentige Einsatz von Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft (FSC) ab 2010 oder unsere Sedex-Mitgliedschaft (Supplier Ethical Data Exchange) zu ethischer und sozialer Nachhaltigkeit ab 2011. Im Jahr 2019 sind wir einen deutlichen Schritt weitergegangen und

haben ein CSR-Audit in Anlehnung an die DIN ISO 26000 durchgeführt. Dieses Audit sind wir aus der inneren Überzeugung angegangen, es besser machen zu wollen. Die Entscheidung hierfür ist bereits im Jahr 2018 im Management gefallen. Und ganz nebenbei: Seit 2020 produziert Schoepe Display komplett CO₂-neutral.

DISPLAY: Beeindruckend! Aber was bedeutet das für einen produzierenden Betrieb?

ANDREAS GRATHWOHL: Erst einmal eine riesige Anstrengung, weil wirklich alles beleuchtet und hinterfragt werden muss. Das kann ich am Beispiel CO₂-Neutralität gut aufzeigen: Schoepe Display als Unternehmen produziert CO₂-neutral. Ein Fakt, der uns von allen anderen Display-Unternehmen im Markt unterscheidet. In der Regel wird nämlich nur ein einzelner Auftrag mittels Kauf von CO₂-Ausgleichszertifikaten kompensiert. Das bedeutet jedoch, dass das produzierende Unternehmen selbst weiterhin, wie gehabt, CO₂ und andere Schadstoffe emittiert und somit die Umwelt weiter belastet – es ändert sich nichts. Zudem stelle ich schon die Frage, ob CO₂-Kompensationen, die zirka 25 Euro je Tonne CO₂ kosten, wirklich das leisten, was sie versprechen. Für mich gleicht diese Art von partiellem CO₂-Ausgleich einem Green Washing, das das eigentliche Problem nicht löst. Laut Umweltbundesamt verbraucht die Menschheit die Natur etwa 1,75 mal schneller als die Ökosysteme sich regenerieren können. Und dieser Faktor liegt in Westeuropa natürlich deutlich höher – in Deutsch-



„Schoepe Display als Unternehmen produziert zu einhundert Prozent CO₂-neutral. Ein Fakt, der uns von allen anderen Display-Unternehmen im Markt unterscheidet.“

Andreas Grathwohl,
Geschäftsführer Schoepe Display

land beispielsweise bei drei, in den Vereinigten Staaten bei über sieben. Wenn wir also als Menschheit unsere Lebensgrundlage erhalten wollen, müssen wir uns alle in dem Maße anpassen, dass wir nicht mehr verbrauchen als regenerierbar ist. Und das ist für ein produzierendes Unternehmen wie Schoepe Display natürlich eine große Herausforderung. Aber sie ist machbar!

DISPLAY: Wie sieht das konkret aus?

SONJA SAUERZAPFE: Man durchforstet jeden einzelnen Produktionsprozess bis hin zur Arbeit des Vertriebsaußendienstes. Das geht so weit, dass die Klimaanlage in der Produktion genau untersucht wird hinsichtlich des eingesetzten Kältemittels, Analyse der Dichtigkeit des Systems beziehungsweise Verbrauch an Kältemittel und die Umrechnung in ein CO₂-Äquivalenz. Dabei kann man stellenweise sehr schnell deutlich weniger klimaschädliche Alternativen finden. Das heißt, CO₂-Neutralität ist zwar mit Aufwand verbunden, aber an anderer Stelle kommt es durch Ressourcenschonung auch zu erheblichen Einsparungen. Dennoch schaffen wir es als Schoepe Display nicht aus eigener Kraft komplett CO₂-neutral zu agieren. Hierfür müssen wir für die Emissionen, die wir heute noch nicht reduzieren können, CO₂-Ausgleichszertifikate in Anspruch nehmen. Da wir mit unserem Handeln auch lokal die Um-

welt schädigen, sind wir davon überzeugt, auch lokal einen Ausgleich schaffen zu müssen. Deswegen beteiligen wir uns in der Region an Renaturierungsmaßnahmen von Mooren als Methan- und CO₂-Speicher in Brandenburg über das MoorFutures Projekt der Flächenagentur Brandenburg. Das ist zwar deutlich teurer als international betriebene CO₂-Kompensation, ist unserer Ansicht nach aber auch wirklich nachhaltig.

DISPLAY: Das betrifft den Punkt klimaneutrales Agieren. Was hat es mit dem CSR-Audit auf sich?

ANDREAS GRATHWOHL: Das CSR-Audit umfasst neben Umweltaspekten auch Aspekte wie soziale Nachhaltigkeit, Arbeitsbedingungen, faire Betriebs- und Geschäftspraktiken. Kurzum, wie interagiert das Unternehmen Schoepe Display mit seinem direkten Umfeld, sei es die Gemeinde, die Mitarbeiter, die Kunden, die Natur und so weiter. Die Felder abseits von Energie und Umwelt waren für uns deutlich schwieriger während der Auditierung zu erfassen – im Bereich Umwelt hatten wir ja bereits Managementsysteme etabliert. Nun galt es für die anderen Bereiche Kennzahlen zu entwickeln. Es wurden Workshops mit zehn Prozent der Mitarbeiter durchgeführt. Bei diesen wurden 137 konkrete Verbesserungsvorschläge erarbeitet. Diese werden wir vom Management hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit bewerten müssen, aber vieles wurde bereits umgesetzt und einiges wird in den kommenden Jahren eingeführt.

DISPLAY: Was bedeutet CSR und wie wird dies eingeführt?

ANDREAS GRATHWOHL: Für die CSR-Auditierung in Anlehnung an die DIN EN ISO 26000 haben wir mit der Gesellschaft für Nachhaltigkeit (GfN) aus Bremen einen durchaus streitbaren Auditor engagiert. Die GfN hat die erfolgreiche Durchführung des „audit-gesellschaftliche-verantwortung (agv)“ zertifiziert. Diese behandelt die sieben Kernthemen der ISO 26000 mit ihren Handlungsfeldern und damit ganzheitlich die Nachhaltigkeit von Ökonomie, Ökologie und Sozialem. Das war uns wichtig, weil wir ein wirklich effektives Managementsystem für gesellschaftliche Verantwortung (CSR) implementieren wollen. Was die Messung, Reduzierung und Kompensation von Treibhausgasen angeht, orientieren wir uns am Greenhouse Gas Protocol. Hier arbeitet man mit einem Stufenmodell: Scope 1 umfasst die direkt zum Unternehmen gehörenden Aspekte, wie Arbeitsbedingungen in Produktion und Verwaltung, direkte Schadstoffemissionen und so weiter. Scope 2 beinhaltet alle dem Unternehmen vorgelagerten Aktivitäten, also Einkauf von Waren, Energie, Dienstleistungen und Transport. Beim Scope 3 geht es um die Akteure der vor- sowie nachgelagerten Bereiche. Das heißt, wir beziehen unsere Zulieferer in unsere Betrachtung ein und schauen, ob diese ebenfalls CO₂-neutral sowie sozial und ethisch korrekt agieren. Zum anderem fließt in unsere Betrachtung dann mit



„CO₂-Neutralität sowie soziale und ökonomische Nachhaltigkeit sind zwar mit Aufwand verbunden, aber an anderer Stelle kommt es durch Ressourcenschonung auch zu erheblichen Einsparungen.“

Sonja Sauerzapfe,
Projektleiterin CSR-Audit Schoepe Display

ein, wie unser Produkt – also Displays – zum Kunden und schlussendlich an den POS kommen. Scope 1 und 2 haben wir bereits realisiert. Ab 2021 implementieren wir dann Scope 3.

DISPLAY: Das hört sich nach einer sehr komplexen Aufgabe an.

ANDREAS GRATHWOHL: Definitiv! Ganz wichtig ist das Mindset aller Beteiligten – auf Lieferantenseite sowie auf Kundenseite – um die nötigen Anpassungen im Scope 3 voranzutreiben – beispielsweise im IT-Bereich für den entsprechenden Informationsaustausch. Dazu gesellen sich Themen wie Work Life Balance bei Mitarbeitern. Möchte ich mit oder in dem Unternehmen arbeiten? Kann ich das in meinem Umfeld erzählen? Bin ich stolz darauf? Arbeite ich gerne mit dem Unternehmen? Darauf wird es ankommen! Wichtig ist mir dabei: Wir von Schoepe Display schwimmen da nicht auf einer Welle, sondern haben uns bereits langfristig Gedanken gemacht und frühzeitig Managementprozesse eingeführt. Aber, diese Aufgabe ist kein Sprint, sondern ein Marathonlauf, weil so viele Akteure eingebunden werden müssen. Und nur weil wir von Schoepe Display jetzt klimaneutral sind, haben wir unser Ziel noch nicht erreicht.

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch. <<