



Angela Vitz-Schiergens
Vertriebsleiterin und Prokuristin,
Hotset GmbH, Lüdenscheid

Eine sinnstiftende Wirkung – auch für die Persönlichkeit

Die Idee, dass unser eigenes Handeln sich nicht in kurzfristigen Egoismen erschöpft, sondern einen Beitrag leisten kann zum behutsamen Umgang mit unseren Ressourcen und zum Erhalt unseres Planeten, hat für mich eine starke sinnstiftende Wirkung – nicht zuletzt auch für die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit. Umweltschutz und Ressourcenschonung sind daher seit Jahren unternehmerische Leitlinien von hotset. Das bezieht sich aber nicht nur auf unsere eigenen internen Prozesse. Es gilt in hohem Maße auch für die Entwicklung intelligenter Komponenten, Systeme und Lösungen, die unsere Kunden im Werkzeug- und Formenbau oder in der Kunststofftechnik in die Lage versetzen, ihre Produkte energieeffizient und energiesparend zu realisieren.

Dass nachhaltiges Handeln gleichzusetzen ist mit wirtschaftlichen Einbußen ist dabei ein Irrglaube! Alle von uns entwickelten Produkte und Systeme ermöglichen es dem Anwender, sowohl seine Verfahren wirtschaftlicher und energiesparender zu betreiben als auch die Qualität seiner Erzeugnisse dauerhaft zu verbessern. Die Prinzipien des sparsamen und gezielten Einsatzes von Energie und der verfahrenstechnisch präzisen Temperaturführung findet sich wieder in nahezu allen unseren Produkt- und Systemlösungen.

Unsere wirtschaftliche Haltung zeigt sich aber auch an vielen Stellen im Unternehmen. Von hoher Relevanz ist für uns u. a. die Auswahl von hochwertigen Werkstoffen und Halbzeugen, von denen wir wissen, dass sie unseren Heizelementen, Heiz-

patronen und Thermosensoren eine lange Lebensdauer verleihen. Denn auch das bedeutet Nachhaltigkeit: Keine billigen Wegwerfprodukte herzustellen, sondern Kunden mit qualitativ hochwertigen Komponenten auszurüsten, die vor der Rückführung in Recyclingkreisläufe viele Jahre zuverlässig im Einsatz sind.

Über alle Branchen hinweg und unabhängig von Ausnahmeständen orientieren sich immer mehr produzierende Firmen an den Prinzipien eines nachhaltigen Wirtschaftens. In letzter Konsequenz liegt dies auch in der Logik der Märkte: Je mehr Anwender umwelt- und ressourcenschonend gefertigte Produkte wollen, desto stärker ist der Druck auf den Hersteller, die Ökobilanzen seiner Erzeugnisse zu verbessern – und dies glaubwürdig offenzulegen. Die Märkte befinden sich hier im Transformationsprozess. Ich bin sicher, dass die Frage nach dem ökologischen Fußabdruck eines Produkts in Zukunft großen Einfluss auf dessen Markterfolg haben wird – spätestens, wenn die «Fridays-for-Future-Generation» ihre Plätze in den Chefetagen der Wirtschaft einnimmt.

Die Corona-Krise führt uns derzeit deutlich vor Augen, dass es mit etwas Fantasie und Kreativität sehr gut gelingen kann, mit Ressourcen sparsamer, zurückhaltender und gemeinnütziger umzugehen. Die Frage sei also erlaubt: Ist es nicht oft der Überfluss per se, der unserer Umwelt schadet? Wäre in punkto Nachhaltigkeit nicht schon viel gewonnen, wenn wir aus dem «immer mehr von viel zu viel» ein «genug vom meisten» machen? So ließe sich kompromisslos «grünes Denken» endlich auch praktisch leben.

