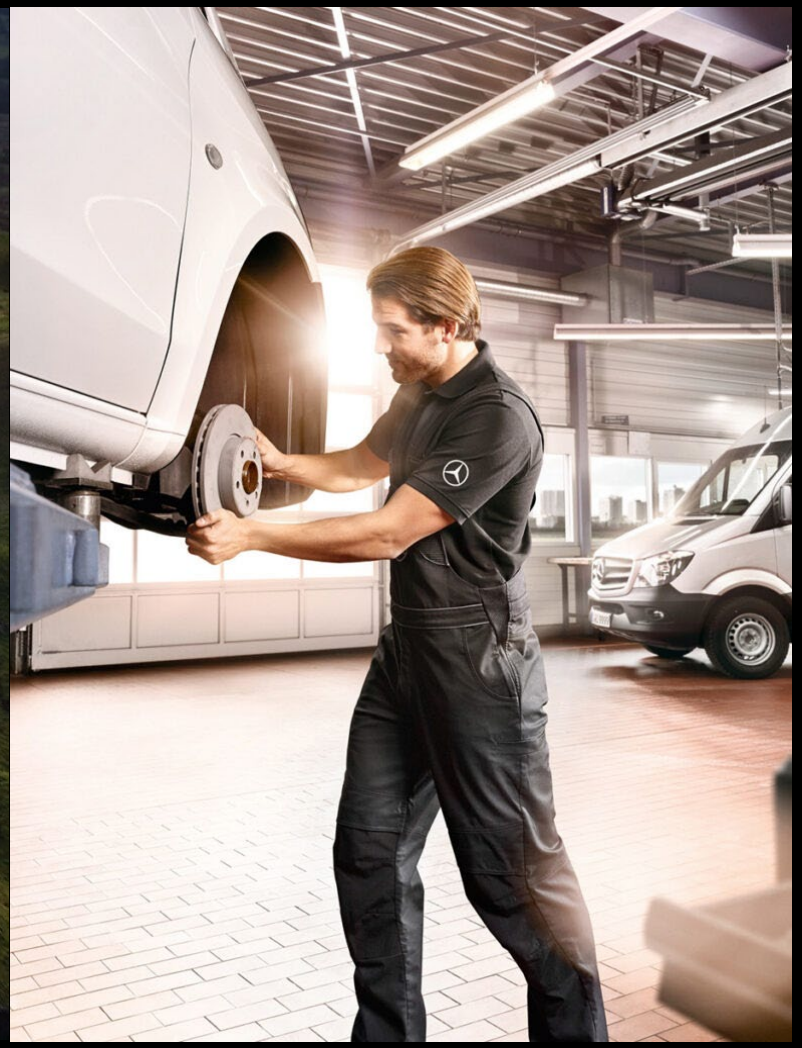
Nachhaltigkeit im Retail erleben – von der Strategie bis zum Kunden und zurück

Mercedes-Benz

Wir lieben Geschwindigkeit, Kurvenverhalten und auch Bremsen.



About me

Benjamin Walde

Wirtschaftsingenieur

Trainee Programm Mercedes-Benz AG

Kommunikation & Digitalisierung im After-Sales

Produktmanager Elektromobilität Mercedes-Benz Vans

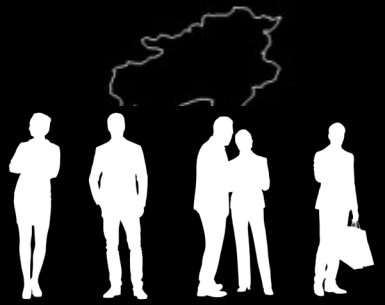
Leiter Nachhaltigkeit Mercedes-Benz Own Retail

Aufbau der Mercedes-Benz Vertriebsstufen in Deutschland

KONZERNZENTRALE

MBVD

DIREKTVERTRIEB



VERTRIEBSDIREKTION

VERTRAGSPARTNER

VERTRAGSWERKSTATT

Own Retail

Independent Retail

Die sechs Fokusfelder der Nachhaltigkeit von Mercedes-Benz

Die sechs Fokusfelder der Nachhaltigkeit von Mercedes-Benz

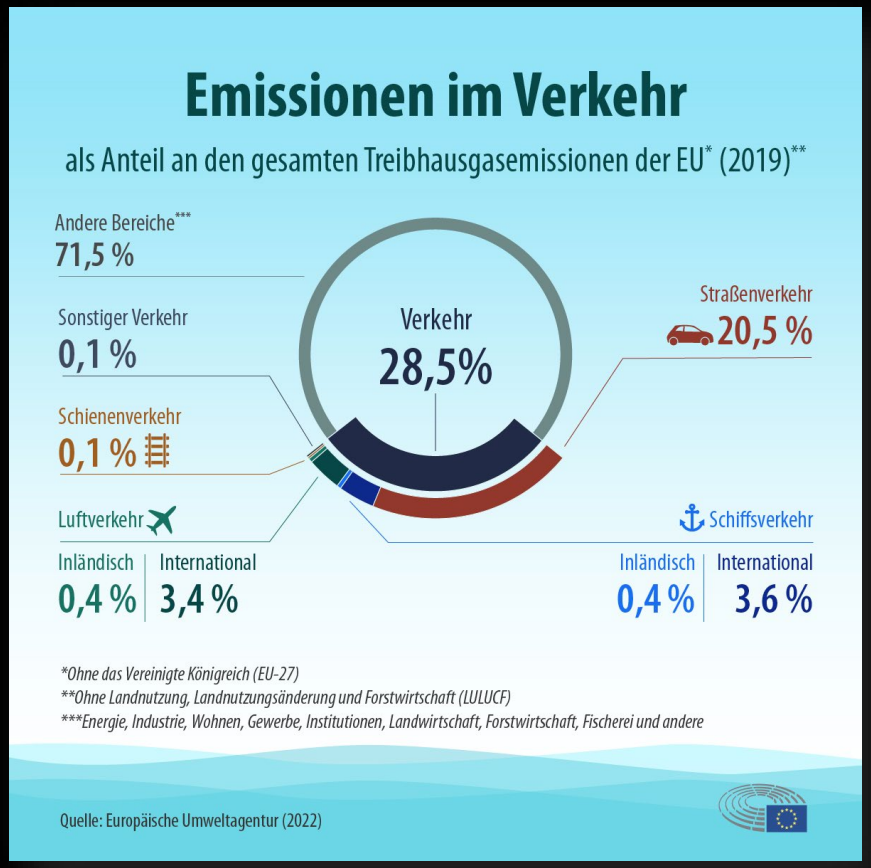
Wir lieben Geschwindigkeit, Kurvenverhalten und auch Bremsen.

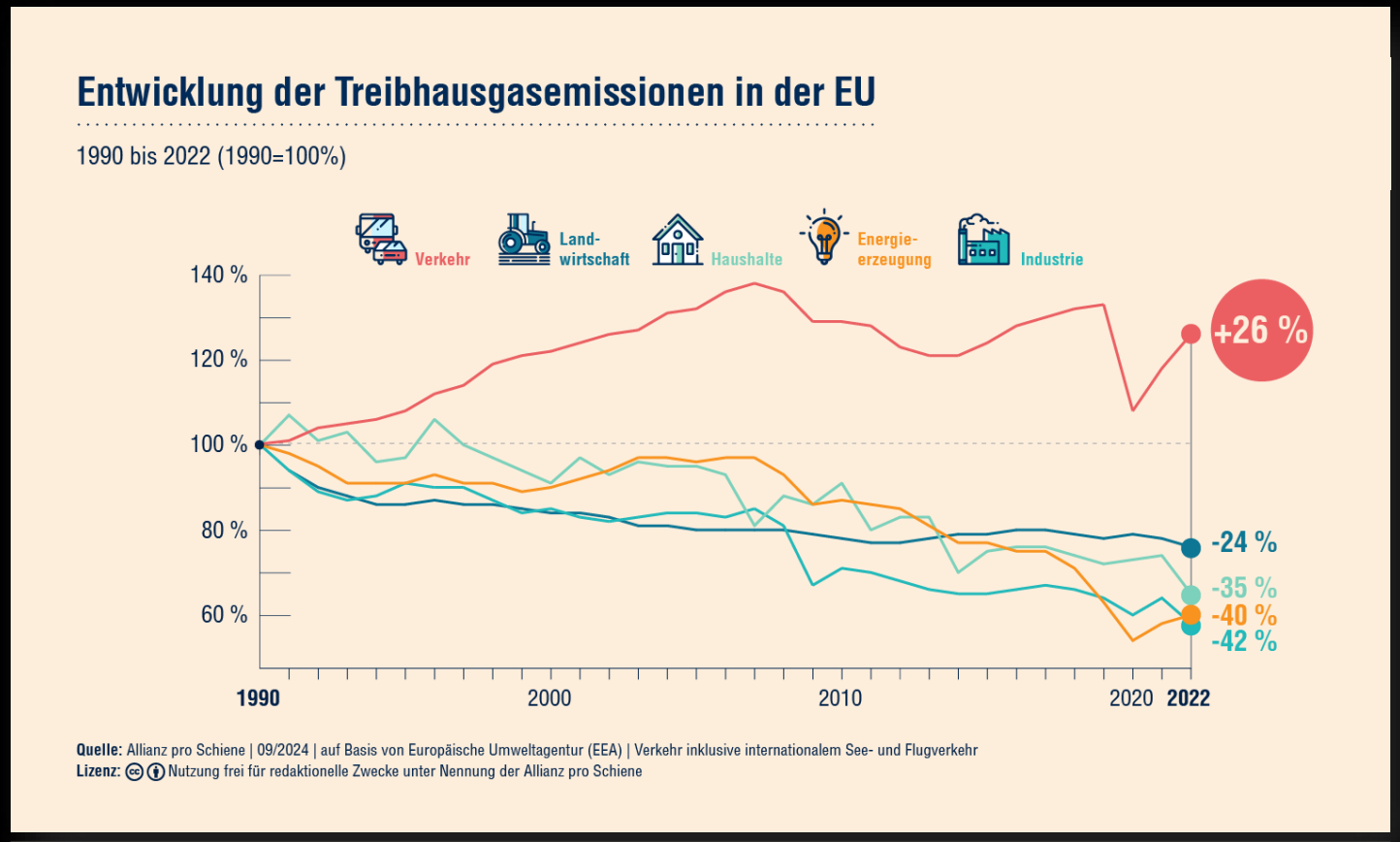
Systemisch denken: Nachhaltiges Management hilft Unternehmen, besser in unwägbaren Situationen zu steuern, auf Unvorhergesehenes zu reagieren und Effizienzen zu steigern.

Dekarbonisierung

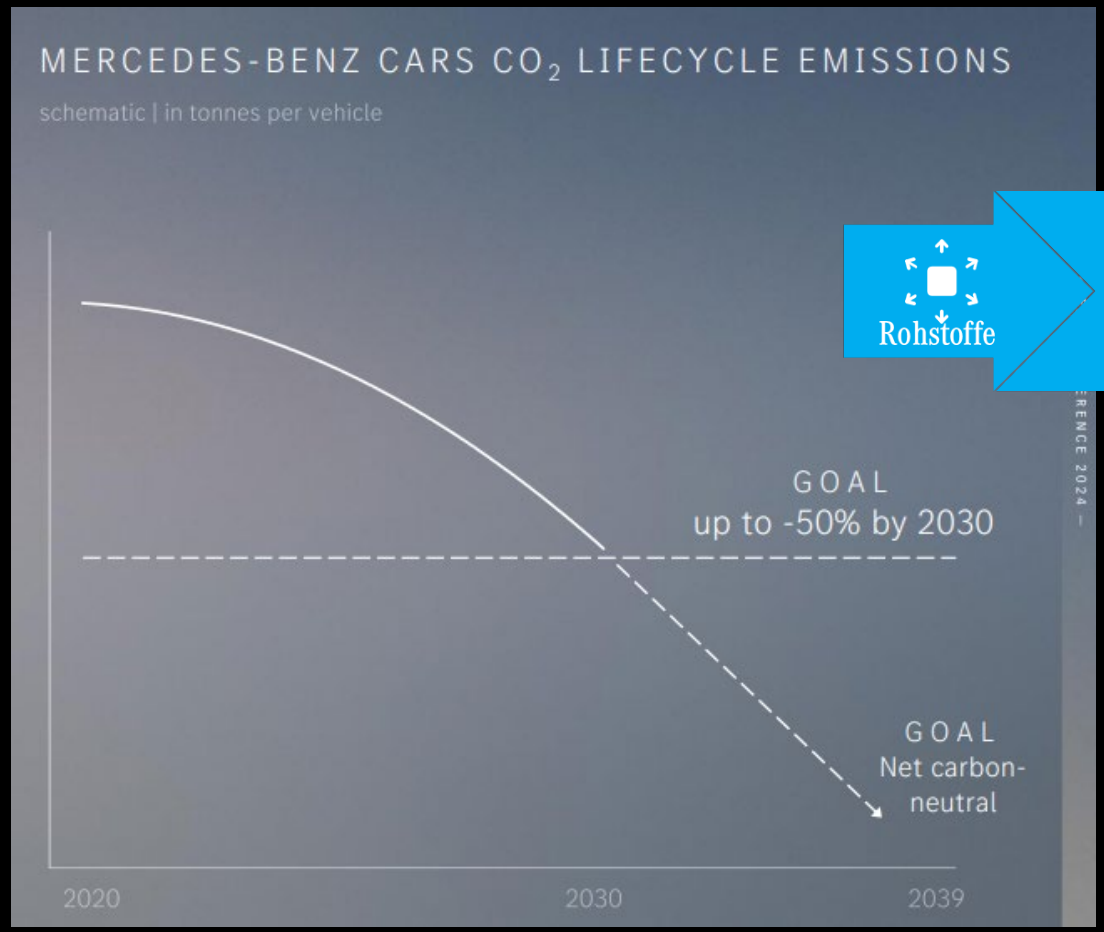
Prinzipdarstellung/ principle sketch

→ Trend - die Emissionen im Verkehrssektor müssen stärker sinken.





Ambition 2039: Eine bilanziell CO_2 - neutrale Neufahrzeugflotte entlang der gesamten Wertschöpfungskette & dem gesamten Lebenszyklus.



*Bilanziell CO_2-neutral bedeutet, dass nicht vermiedene oder reduzierte CO_2-Emissionen bei Mercedes-Benz durch zertifizierte Ausgleichsprojekte kompensiert werden.

Der neue CLA setzt neue Maßstäbe in der Elektromobilität.

Im Handel setzen wir mit unserer Ambition 2039 einen Fokus auf die Verbesserung der Gebäudestruktur und interner Prozesse.

- Seit 2022 bilanziell CO_2 neutral (Grünstrom und Carbon Offsetting)
- Permanente energetische Einsparziele und Sanierungen
- Erste net-zero Niederlassung Köln-Frechen

Prozesse

- Energieärmere Lackiertechniken
- Umstellung auf Elektrowerkzeuge
- Interne eFahrzeuge

*Bilanziell CO_2-neutral bedeutet, dass nicht vermiedene oder reduzierte CO_2-Emissionen bei Mercedes-Benz durch zertifizierte Ausgleichsprojekte kompensiert werden.

Menschen

Finde Verbündete: Schreibt gemeinsam die richtigen Geschichten für die Nachhaltigkeit.

Nachhaltigkeit muss vorgelebt werden, um Stakeholder zu überzeugen.

Organisationsstruktur

Führungskräfte

Belegschaft

Kunden

„Wir leben Nachhaltigkeit in allen Geschäftsprozessen“

CoC - Managementgremium

Multiplikatorennetzwerk

Emobility Storys –
Nachhaltigkeit erlebbar machen

Beispiel 1: Die Rolle und das Aufgabenfeld der Vertriebsberatung wandelt sich im Zuge der Elektrifizierung.

Konventioneller Antrieb

- Preis
- Qualität
- Sicherheit
- Zuverlässigkeit
- Digitalisierung

Neue Beratung “Emobility““

- TCO und Regulatorik
- Mythos: Batterie
- Hochvolt-Komponenten
- Elektrische Reichweite
- Ladeinfrastruktur @home @public
- CO_2 Emissionen & Recycling

Schulungsangebote

Produktschulungen & Fahren

Produktexperten

Experten Webcasts

Von Kollegen für Kollegen

Erfinde dich in der Kommunikation immer wieder neu:
Ändere deine Perspektive und lass dich inspirieren.

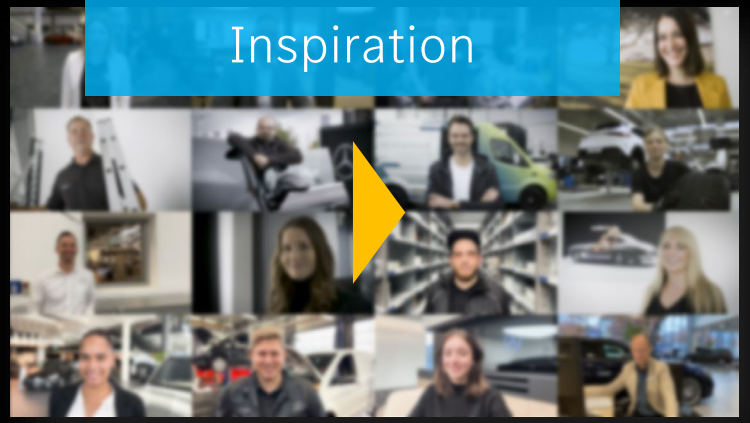
Beispiel 2: Verschiedene Kommunikations-Initiativen, um verschiedene Perspektiven zu erfahren und ins Handeln zu kommen.

Wissenschaft

Verhalten

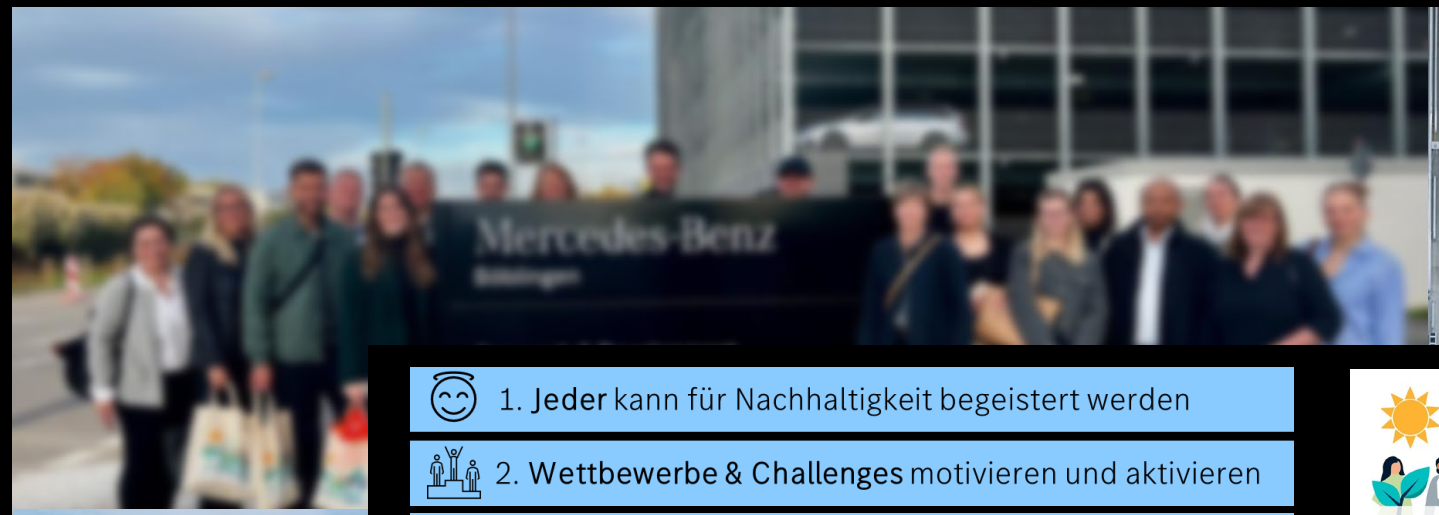
Kunst

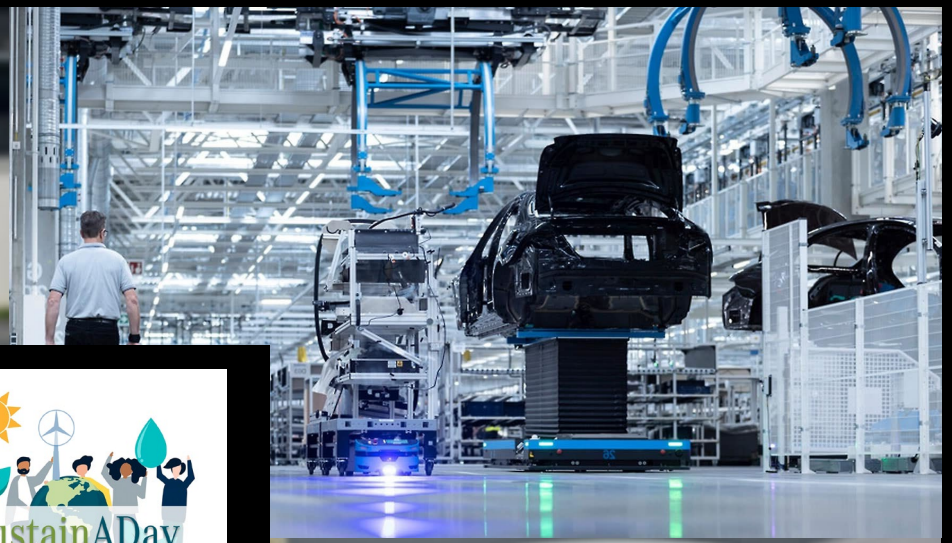
Inspiration



Teamspirit

Beispiel 3: Mit Events begeistern - „SustainADay“ 2024

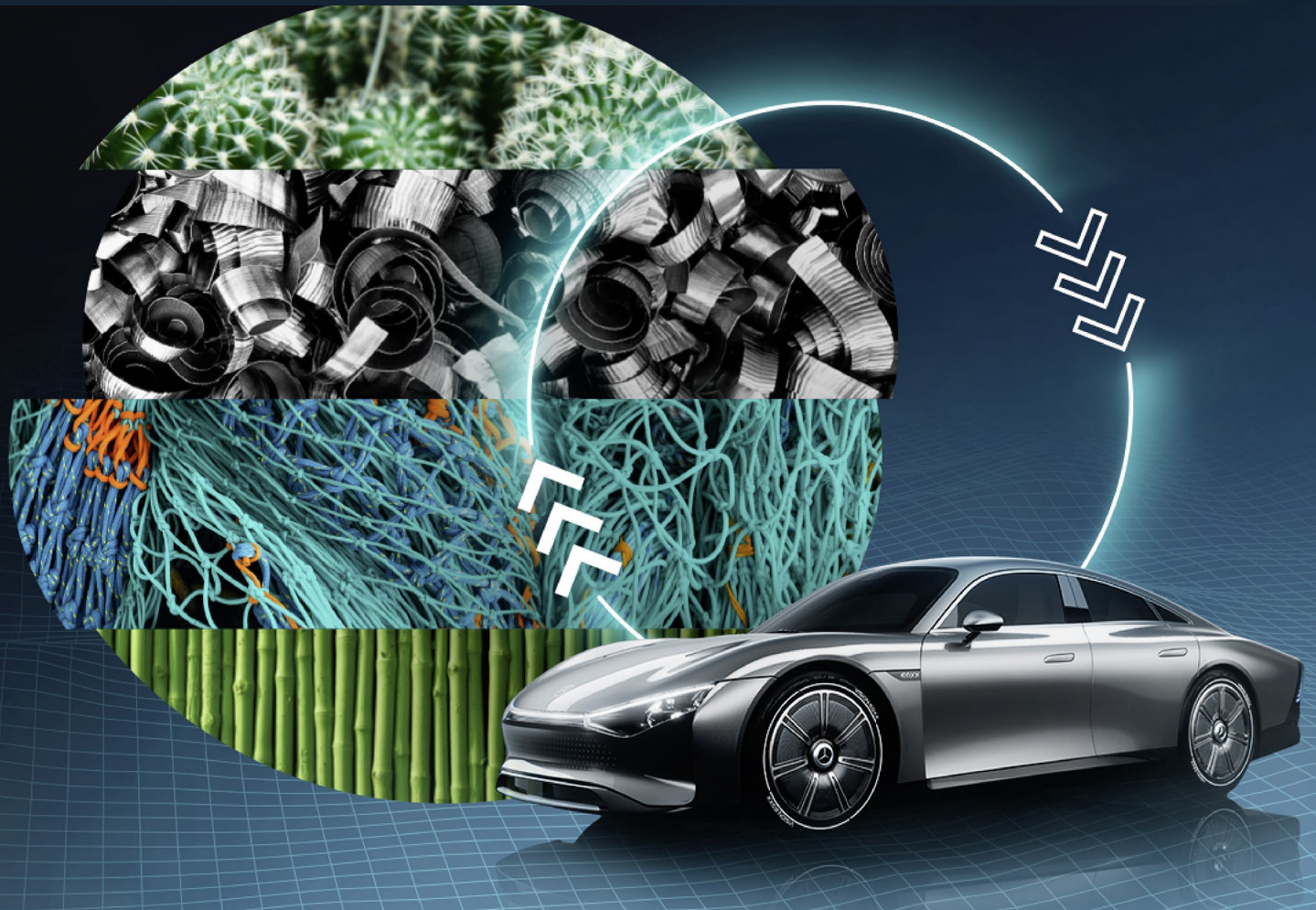




1. **Jeder** kann für Nachhaltigkeit begeistert werden
2. **Wettbewerbe & Challenges** motivieren und aktivieren
3. **Führungskräfte** sind wichtige Vorbilder
4. **Interaktive Schulungen & Workshops** bringen NH näher
5. **Digitalisierung** ist ein wichtiger Treiber
6. Nachhaltigkeit am Standort **sichtbar machen**

SustainADay

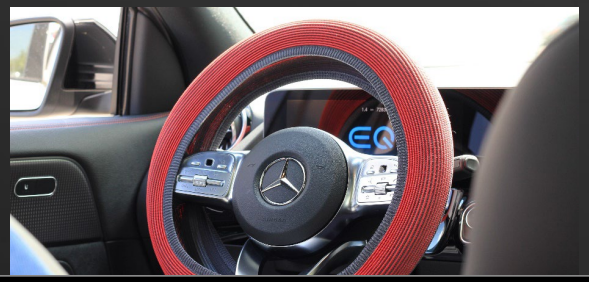
Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft



Beispielhafte Darstellung

Ressourcenschonung und Kreislaufwirtschaft im Retail sind ein fester Bestandteil.

Re-use



Mehrwegschoner in der Werkstatt

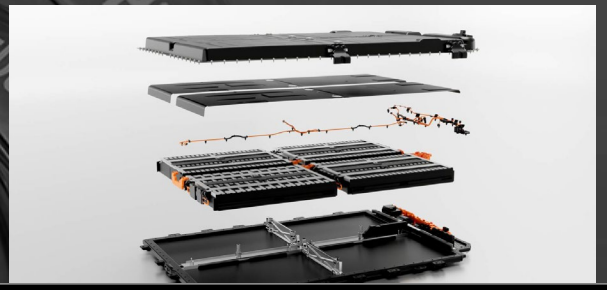
Verpackungsmaterial aus Altkarton

Reduce

Digitale Prozesse zur Papierreduktion

Repair

Recycle



Neue Geschäftsfelder: Batteriereparatur, Second Life, Recycling

Mit Urban Mining die Kreislaufwirtschaft vorantreiben

Quelle: 360° Umweltcheck Mercedes-Benz CLA

- **Denke systemisch:** Nachhaltiges Management hilft Unternehmen, besser in unwägbaren Situationen zu steuern, auf Unvorhergesehenes zu reagieren und Effizienzen zu steigern.

- **Finde Verbündete**: Sei Vorbild. Schreibt gemeinsam die richtigen Geschichten für die Nachhaltigkeit.

- **Erfinde dich in der Kommunikation immer wieder neu:** Ändere deine Perspektive und lass dich inspirieren.

- **Kenne deinen Purpose:** Mein Umfeld und ich kennen meine Gründe, warum ich mich für Nachhaltigkeit einsetze.

Vielen Dank