

Innovatives Beleuchtungskonzept in der City Galerie Aschaffenburg: ca. 60% Energie gespart



Fotos (4): DI-Gruppe

DI-Gruppe

Nachhaltigkeit beginnt im Herzen

Mit innerem Antrieb, freudiger Motivation, Überblick und Perspektivwechsel gelingen kreative, erfolgreiche ESG-Lösungen.

Homöostase bezeichnet die Selbstregulation von lebenden Systemen und wird sowohl beim Menschen als auch in der Natur schon lange von Wissenschaftlern dokumentiert. Organismen können sich

nach einer äußeren Störung komplett aus sich heraus regenerieren. Unter einer Voraussetzung: Sie werden in Ruhe gelassen oder im besten Falle dabei unterstützt. Erkennen und Achtsamkeit für unser (Nicht-)Tun sind hier gefragt.

Offenbar sind wir alle in den letzten Jahren diesbezüglich nicht agil genug gewesen. Daher ist die politische „Motivation“, die uns nun auch in unserer Branche sehr fordernd zum Umdenken und Handeln zwingt, scheinbar nötig.

Was hier technisch-spröde in Form von ESG (Environment, Social, Governance) und sich in Entwicklung befindlichen Taxonomien daherkommt, definiert zunächst Zielkorridore (siehe das be-



Benedikt Jagdfeld
Inhaber und Geschäftsführer
DI-Gruppe/DI Management GmbH



Bild oben: Erfolgreich umgestellt: die Fahrzeugflotte der DI-Gruppe fährt größtenteils hybrid oder elektrisch
Bild rechts: Nahversorgungscharakter gestärkt im Forum Köpenick: REWE qualitativ und quantitativ upgegradet



rühmte 1,5-Grad-Ziel oder die Vorgaben zur CO₂-Reduzierung). Und es gliedert die möglichen Handlungsfelder über die drei Großbuchstaben E, S, G.

GENERATIONEN-VERANTWORTUNG Diese äußere „Motivation“ ersetzt jedoch keinesfalls die innere, und sie nimmt uns auch die Umsetzung nicht ab. Naturgemäß fällt Familien(-unternehmen) die innere Motivation leicht - sie erklären das Thema oft zur Chefsache. Denn sie haben die nächste Generation, der sie diese Erde und mithin ihr Unternehmen übergeben wollen, vor Augen. Und wollen sich nicht fragen lassen: „Was habt ihr denn damals falsch gemacht?“ Da ist das Herz schnell angesprochen, aber ohne Kopf und Verstand geht es nicht, um der Verantwortung auch Kreativität folgen zu lassen. Und genau darauf kommt es an: Kreativität und höhere Perspektive bezüglich Nachhaltigkeit.

SUBSTANZ-AUFBAU UND -ERHALT Die nachhaltigste Immobilie ist die, die lange in gutem und energetisch hochwertigem Zustand existieren darf. Das beginnt bereits beim Bau und der Verwendung qualitativer, langlebiger und wenig ressourcenverbrauchender Materialien (Stichwort „graue Energie“). Idealerweise umgibt sie den Menschen auch mit einem angenehmen Wohlfühlklima und spricht damit auch den Buchstaben „S“ für Social im ESG an (Stichwort Holzbauweise).

Es kommt aber auch auf die regelmäßige Wartung, Pflege und Anpassung solcher Immobilien an aktuelle Technologien in der TGA an. Weiteres Stichwort: energetische Gebäudesanierung. Das vermutlich unscheinbarste Beispiel ist das Upgrade von Leucht- und Klimatechnologien, wodurch mal eben der Energieverbrauch – und damit am Ende auch die CO₂-Produktion – um bis zu 60 Prozent redu-

ziert werden können. Und da ist noch nicht die Rede von PV-Anlagen, Dachbegrünung, Fassaden-dämmung, Abwasserrückgewinnung, Angebot von Ladestationen etc.

PFLEGE UND UMNUTZUNG Auch die Revitalisierung und Aufwertung von Immobilien wie Shopping-Centern an veränderte Kundenanforderungen ist ein Akt der Nachhaltigkeit, denn mit überschaubarem Einsatz wird die Immobilie erhalten und zukunftsfit gemacht.

Der nächste große Hebel – und hier ist echte Kreativität gefragt – ist der Umgang mit der inhaltlichen Nutzung der Immobilie. Wenn Shoppingverhalten sich ändert, können Betreiber ihre Gebäude – als Angebots-Plattform – ebenfalls modifiziert nutzen. Abholstationen sind eine der einfachsten und geläufigsten Formen, die wir im letzten Jahr verstärkt genutzt haben, mit vielfachen Effekten auch für den Lieferverkehr in Städten. Manchen Centern hilft es, noch weiter zu gehen und (je nach Standort und Positionierung) zum Beispiel den Nahversorgungscharakter oder den Entertainmentansatz auszubauen, um die Immobilie attraktiv zu halten.

Wieder andere haben ihren aktuellen Nutzungs-Lebenszyklus durchschritten, sind aber in der Substanz erhaltungswürdig. Dann wird – wie von der DI-Gruppe bereits verschiedentlich vorgestellt – aus dem Hotel die Universität, aus dem Warenhaus der Kindergarten, aus dem Büroturm das Studentenwohnheim. Dies ist mit der „hohen Perspektive für Nachhaltigkeit“ gemeint: wenn wir den Begriff „shoppen“ erweitern auf „leben“ und eine Assetklassen-übergreifende Expertise einbringen, kann die Nachhaltigkeitsklaviatur über mehrere Ebenen viel freier und erfolgreicher gespielt werden.

Benedikt Jagdfeld