

## **Reinhard Schneider**

### **Geschäftsführender Gesellschafter der Werner & Mertz GmbH.**

Reinhard Schneider (Jahrgang 1968) studierte Betriebswirtschaft mit dem Schwerpunkt Absatz und Handel an der Universität St. Gallen. Nach sechsjähriger Marketingtätigkeit, u.a. als Produktmanager bei Nestlé/Schweiz, übernahm er 2000 den Vorsitz der Geschäftsführung von Werner & Mertz und ein Jahr später die Leitung der Consumersparte im Unternehmen. Zuvor hatte Schneider seit 1992 die Entwicklung des Mainzer Familienunternehmens aus dem Aufsichtsrat heraus verfolgt. Reinhard Schneider ist Geschäftsführender Gesellschafter des Familienunternehmens Werner & Mertz, bekannt durch seine Marken emsal, Erdal, Green Care Professional und FROSCH - Deutschlands nachhaltigste Marke 2009.

„Nachhaltigkeit muss in allen unternehmerischen Entscheidungen erlebbar sein! Nur dann kann aus den üblichen Marketingversprechen echtes nachvollziehbares Engagement eines Unternehmens glaubhaft werden und so tiefes Vertrauen beim Verbraucher aufgebaut werden“ erklärt Reinhard Schneider.

Nach dieser Überzeugung handelt der Manager in seinem Unternehmen und bei seiner Mitarbeit beim Bundesvorstand des IKW (Industrieverband Körperpflege und Waschmittel) und als Mitglied des Wirtschaftssenats des BVMW (Bundesverband Mittelständische Wirtschaft). Reinhard Schneider ist außerdem Vorstandsmitglied des Mittelstands-Ausschusses des IKW und Vorsitzender der Energiekommission des BVMWs.

## **Persönliche Daten des**

### **Vorsitzenden der Geschäftsführung von Werner & Mertz**

#### **Reinhard Schneider**

Geburtsdatum: 1. Mai 1968

Geburtsort: Mainz

Studium: Betriebswirtschaft mit Vertiefung Absatz und Handel

Abschluß: Lic. Oec. HSG

Studienort: Universität St. Gallen, Schweiz

Beruflicher Weg: u.a. Hipp – Gruppe , Schweiz

Nestle Schweiz Vevey

seit 2000 Geschäftsführender Gesellschafter u. Leiter

Consumersparte der Werner & Mertz GmbH Mainz

Familie: Verheiratet und Vater einer Tochter und eines Sohnes

Hobbies: Tauchen, Windsurfen, Segeln

#### Statement von Reinhard Schneider:

„Nachhaltigkeit erlebbar machen – das ist unser Ziel. Es wird in Zukunft immer wichtiger werden, über das eigentliche Produkt hinaus Informationen über die generelle Herstellerphilosophie zu vermitteln, um Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu dokumentieren. Ein glaubhaftes Ökoprodukt kann nur von einem Unternehmen stammen, das Nachhaltigkeit konsequent in seinem Handeln umsetzt. Das regelmäßiges Erreichen anspruchsvoller Ökozertifizierungen und ein ernst gemeintes Engagement, neben den ökologischen auch soziale Nachhaltigkeitsthemen voranzutreiben, ist ein weiterer Baustein unserer Philosophie.“