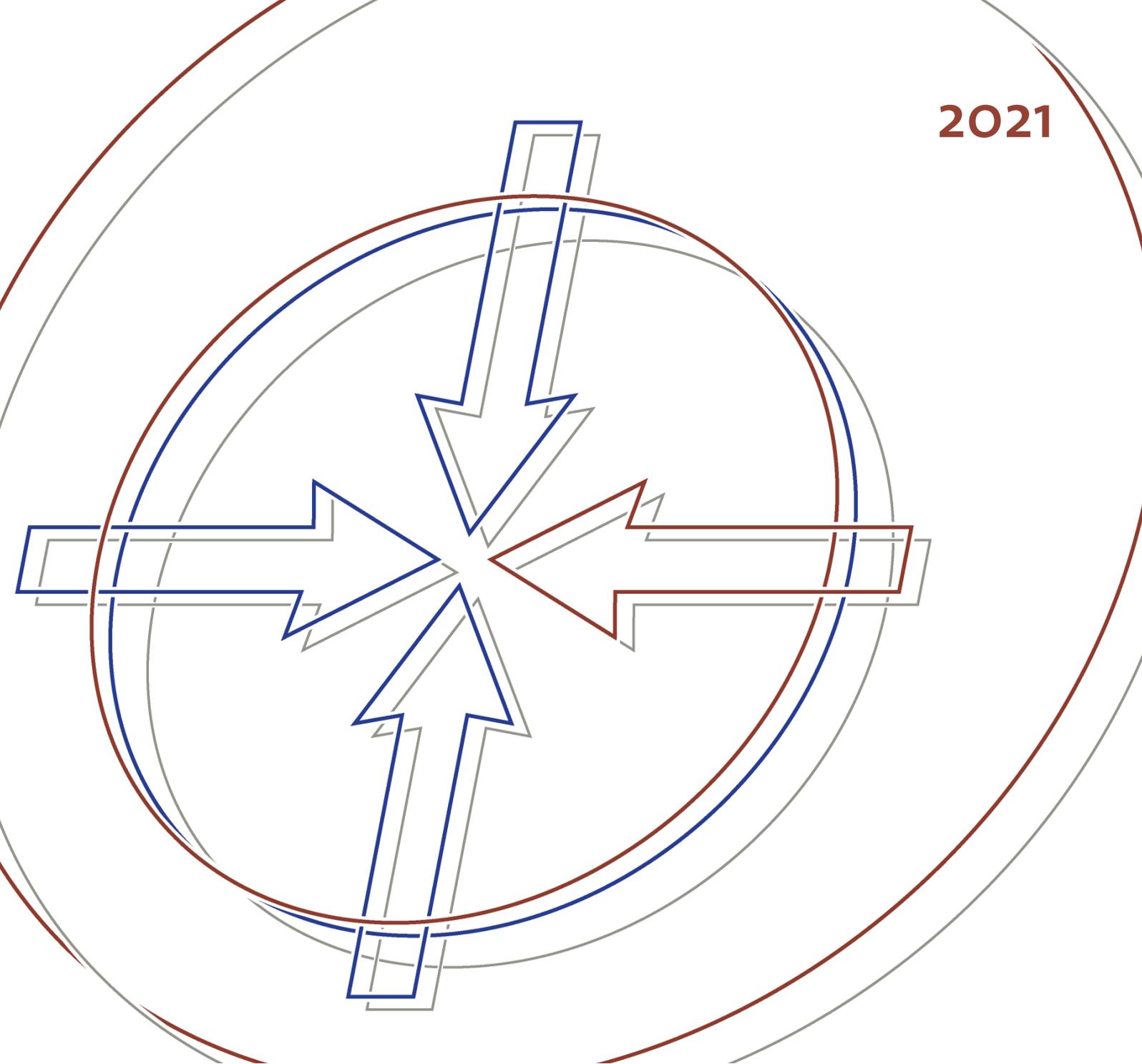


2021



BVL⁷

**tt transport
logistic**

the leading exhibition

TRANSPORT LOGISTIC FACHFOREN

4. - 6. Mai 2021

Whitepaper „Nachhaltigkeit in Logistik
und Supply Chain Management“



1 NO POVERTY

4 QUALITY EDUCATION

5 GENDER EQUALITY

6 CLEAN WATER AND SANITATION

THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

10 REDUCED INEQUALITIES

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

15 LIFE ON LAND

Nachhaltigkeit in Logistik und Supply Chain Management

Management Summary

Wenn es um Nachhaltigkeit geht, sind die Akteure in Logistik und Supply Chain Management beides: Treiber und Getriebene. Zum einen liegt es in ihrer DNA, effizient und damit nachhaltig zu arbeiten – hier liegt viel Potenzial im intelligenten Zusammenspiel von Produktion und Logistik. Zum anderen wirken auf sie als Gestalter der Lieferketten äußere Einflüsse, insbesondere von Kunden und Behörden. Sie drängen auf immer nachhaltigere Lösungen, und zwar in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – der ökologischen, der ökonomischen und der sozialen. Dabei liegt der Fokus zurzeit besonders auf dem Klimaschutz. Anlässlich der Session „CO₂-Einsparung in der Logistik – ein Ding der Unmöglichkeit?“ im Rahmen der transport logistic Online vom 4. bis zum 6. Mai 2021 gibt die BVL einen Überblick über den Status nachhaltigen Handelns in Logistik und Supply Chain Management.

Dazu wurden Hintergründe, Fakten und Best-Practice-Beispiele zum Thema im vorliegenden Whitepaper zusammengestellt. Es gibt einen kurzen Einblick in die Entwicklung der Nachhaltigkeit und beschreibt, was eine Lieferkette zu einer nachhaltigen Lieferkette macht und welche der 17 UN-Ziele für eine nachhaltige Entwicklung für den Wirtschaftsbereich Logistik besonders relevant sind. Auszüge aus Video-Interviews mit Experten aus Praxis und Forschung verschaffen einen Eindruck davon, was sich in Kultur, Organisation und Strategie von Unternehmen ändern muss, um tatsächlich nachhaltig handeln zu können. Nicht zuletzt zeigen nachahmenswerte Praxisbeispiele aus Industrie, Handel und Logistikdienstleistung, dass der Wirtschaftsbereich dabei ist, sich nachhaltig und zukunftsfähig aufzustellen.



Nachhaltigkeit in Logistik und Supply Chain Management

Was ist Nachhaltigkeit?

Häufig scheint es, als sei das Thema Nachhaltigkeit erst ein Phänomen der letzten Jahre und Jahrzehnte. Der Ruf nach ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltigem Handeln wird stetig lauter. Die digitale Transformation erfordert beispielsweise neue Geschäftsmodelle, um ökonomisch langfristig erfolgreich zu sein. „Fridays for Future“ öffnete so manchem Kritiker des Klimawandels die Augen und der Fachkräftemangel erfordert gezielte Maßnahmen für mehr soziale Nachhaltigkeit. Dennoch ist das Konzept der Nachhaltigkeit bereits Jahrhunderte – wenn nicht sogar Jahrtausende – in den Köpfen der Menschheit. Auf den Punkt gebracht hat es der heute noch vielzitierte Brundlandt-Report im Jahr 1987. Dieser Bericht besagt, dass die Bedürfnisbefriedigung heutiger Generationen die Bedürfnisbefriedigung zukünftiger Generationen nicht riskieren darf.¹

Nachhaltiges Gestalten schließt also drei Dimensionen ein: erstens die ökonomische, zweitens die ökologische und drittens auch die soziale. Mit einer nachhaltig aufgestellten Wirtschaftsplanung stellen Entscheider in Logistik und Supply Chain Management sicher, dass ihr Betrieb auch Krisenzeiten übersteht und damit Jobs und Perspektiven für die Menschen in der jeweiligen Region sichert. Mit effizienteren Prozessen, die beispielsweise dabei helfen, Leerfahrten zu vermeiden, können nicht nur Kosten gespart werden, sondern – besonders in Kombination mit zum Beispiel alternativen Antrieben für Nah- und Fernverkehr – auch der CO₂-Ausstoß minimiert und die Umwelt geschont werden. Und nachhaltige Konzepte für das Personalmanagement steigern Motivation, Zufriedenheit und Gesundheit und binden so Talente und damit Know-how in Unternehmen.²

Besonders heutzutage hat genau dieser Gedanke des nachhaltigen Umgangs stark an Relevanz gewonnen. Wie Porsche Consulting in einem Whitepaper schreibt, habe besonders die Corona-Pandemie gezeigt, dass Nachhaltigkeit in Form stabiler Wertschöpfungsketten und sozialer Verantwortung ein entscheidender unternehmerischer Erfolgsfaktor ist. Nachhaltiges Handeln beeinflusst die Unternehmensreputation und wirkt sich

positiv auf den Unternehmenswert aus. Soziale Verantwortung, Umwelt- und Klimaschutz sind mit wirtschaftlichem Erfolg in Einklang zu bringen, um die Herausforderungen unserer Zeit zu meistern.“³

Nachhaltige Logistik – (wie) geht das? Zwischen Treiber und Getriebenen

Logistiker sind im Hinblick auf die Nachhaltigkeit beides: Treiber und Getriebene. Als wichtiges Glied jeder Lieferkette wirken ebenso von außen Kunden und Behörden auf sie ein, wie es einen natürlichen inneren Antrieb ihrerseits gibt, nachhaltig zu arbeiten – nämlich durch Effizienz.

Und gerade in der Logistik – in Kooperation mit Industrie und Handel – gibt es nahezu „unendlich viele Möglichkeiten“, nachhaltiger zu handeln, weiß auch Holger Lösch, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes der Deutschen Industrie. Einige davon nennt er im Video-Interview:



<https://www.youtube.com/watch?v=2fBlv4js4Ik>

Was eine Lieferkette nachhaltig macht

Geringere Umweltbelastung

Nur in einem intakten ökologischen System können Unternehmen langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein. Entsprechend wichtig ist es, Umweltbelastungen wann immer möglich zu vermeiden und natürliche Ressourcen zu schonen. So schaffen immer mehr Unternehmen einen natürlichen Ausgleich für ihre Logistikflächen, die den Boden versiegeln. Zum Beispiel in Form von Regenwassersammelbecken oder Insektenwiesen. Oder sie senken Emissionen, indem sie den Einsatz von Fahrzeugen mit erneuerbaren Antrieben

forcieren und zugleich ihr Fuhrpark- und Transportmanagement optimieren, um unnötige Fahrten zu vermeiden und damit Treibstoff zu sparen.

Soziale Aspekte

Wirtschaftlicher Erfolg bildet die Grundlage jedes unternehmerischen Handelns. Und doch bezieht sich jedes unternehmerische Handeln auf den Menschen – er ist Führungskraft, Mitarbeiter, Partner und nicht zuletzt Kunde. Gesundheit und Zufriedenheit sind darum ein hohes Gut in der unternehmerischen Verantwortung. Das schließt die Beschäftigten des eigenen Betriebs ebenso ein wie die Arbeitsbedingungen bei internationalen Partnern und Unternehmern. Nachhaltig arbeitende Unternehmen prüfen die Einhaltung von ethischen Standards wie Menschenrechten entlang der Supply Chain. Die Überalterung der Gesellschaft gehört zu den größten Herausforderungen in Deutschland. Diese Entwicklung schlägt sich bereits seit einigen Jahren im Arbeitsmarkt nieder und verschärft sich zusehends. Auch in der Logistik ist absehbar, dass sich für manche Berufsausbildungen nicht ausreichend junge Menschen begeistern werden. Darum ist es wesentlich für eine nachhaltige Unternehmensstrategie, die Personalentwicklung zu fördern und die betriebliche Ausbildung langfristig zu stärken. Dessen werden sich auch Logistikdienstleister bewusst und verzeichnen in den letzten Jahren einen kontinuierlich wachsenden Zustrom an Auszubildenden – so die Ausbildungsstatistik des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK):



<https://www.dihk.de/resource/blob/18684/1362b4c14234f5bb78cf0856f8559153/statistik-ausbildung-2019-data.pdf>

Stabiles Finanzmanagement

Die Logistik ist eine wichtige Funktion in Industrie und Handel und unterliegt darum den Schwankungen der wirtschaftlichen Entwicklung in diesen Bereichen – eine Herausforderung für die Logistikdienstleistungsunternehmen, die diese Funktion als externer Partner übernehmen. Solche finanzwirtschaftlichen Risiken wirken sich zudem

auf die Zukunftsfähigkeit der Betriebe aus. Ein stabiles Finanzmanagement richtet sich darum nicht allein nach dem Umsatz, sondern berücksichtigt auch weitere Faktoren wie beispielsweise eine heterogene Kundenstruktur und ein sorgfältiges Lieferantenmanagement.

Nachhaltiges Wachstum gelingt nur, wenn Produktion, Logistik und IT an einem Strang ziehen. Nur in diesem magischen Dreieck können auf nachhaltige Weise neue Leistungen sowie innovative Technologien entstehen, bestehende Produkte weiterentwickelt und Prozesse permanent optimiert werden.

Nachhaltigkeit im Sinne der Vereinten Nationen

Insgesamt 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung haben die Vereinten Nationen im Rahmen der Agenda 2030 formuliert. Fünf dieser Sustainable Development Goals (SDG) erscheinen für die Logistik besonders relevant:

Hochwertige Bildung, SDG 4

Logistik ist personalintensiv, komplex und technologiegetrieben. Eine zukunftsorientierte Personalentwicklung mit umfassenden Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten ist entscheidend für einen langfristigen Geschäftserfolg.

Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, SDG 8

Logistiker erleichtern den globalen Handel und unterstützen so wirtschaftliches Wachstum. Der Schutz der Menschenrechte und angemessene Arbeitsbedingungen gehören zum Verantwortungsbereich jedes Unternehmens.

Nachhaltige Städte und Gemeinden, SDG 11

Die Städte und ihre Bevölkerungen wachsen. Intelligente Logistiklösungen sichern in dieser Entwicklung die Lebensqualität.

Maßnahmen zum Klimaschutz, SDG 13

Transport verursacht Emissionen. Smarte Logistikkonzepte und neue Technologien halten diese möglichst gering.

Partnerschaft zur Erreichung der Ziele, SDG 17

Offene Dialoge, soziale Engagements und eine konstruktive Mitarbeit in relevanten Verbänden schaffen ein Gemeinschaftsgefühl, das die Nachhaltigkeitsbemühungen eines jeden einzelnen Partners deutlich verstärken kann.²

Diskussion über ökologische Nachhaltigkeit in der Logistik beim Workshop des Netzwerks Logistics4Future.

BVL-Initiative

Logistics4Future

Auch die Logistiker der Zukunft arbeiten unermüdlich an Konzepten und Ideen für eine nachhaltige und zukunftsfähige Logistik und haben die Initiative Logistics4Future ins Leben gerufen. Sie fordern unter anderem ein vernetztes Denken aller Akteure zur Erreichung der langfristigen Schonung von Ressourcen. Auch die transparente Dekarbonisierung der Supply Chains, um diese kurz- und langfristig klimaneutral zu gestalten, sowie die Transformation der Logistik zum einem fairen, gesundheitsfördernden und diversen Arbeitsumfeld gehören zu ihren Forderungen, um die Logistik nachhaltiger zu gestalten.⁴

Mehr zu ihren Forderungen und Statements:



<https://www.youtube.com/watch?v=SMLYTFZGCAw>

Menschen nicht vergessen

Neben Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern auch die Bevölkerung in den Wandel der Logistik einzubeziehen, ist ein entscheidender Faktor für dessen Gelingen. Besonders in Hinblick auf die digitale Transformation gilt es, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abzuholen und mitzunehmen. Denn Digitalisierung und Menschen stehen sich nicht gegenseitig im Wege. Im Gegenteil – das erläuterte Christoph Bornschein von der Digitalagentur TLGG: „Solche Technologien haben das Potenzial, Menschen menschlicher zu machen, indem Maschinen menschenunwürdige Arbeiten übernehmen.“ Beispielsweise, indem Automatisierungstechnologien die Arbeit im Lager ergonomischer gestalten oder eine digitale Rastplatzvermittlung Fahrern stressfrei Ruhezeiten ermöglicht.⁵ Das Videointerview:



<https://www.youtube.com/watch?v=x0dPFTJHOfQ>



„Nachhaltigkeit ist ein Team-Sport“

Damit die gesamte Wertschöpfungskette nachhaltig wird, müssen alle Beteiligten an einem Strang ziehen – über Unternehmens-, Branchen- und Ländergrenzen hinweg. „Nachhaltigkeit ist ein Team-Sport“, beschrieb Christoph Bornschein die Notwendigkeit der Zusammenarbeit. Wie das funktionieren kann, zeigen nicht nur kollaborative Systeme zum Datenaustausch, um Kapazitäten und Ressourcen zu teilen, oder Netzwerke wie das European Freight & Logistic Leaders Forum mit dem Ziel, Stakeholder entlang der gesamten Supply Chain zu vernetzen. Auch die Auswahl der Lieferanten nach Kriterien der Nachhaltigkeit hilft. Denn nur mit Partnern, die dieselben Ziele verfolgen, können diese realisiert werden. Dass sich hier etwas tut, beschrieb Jakub Piotrowski. Demnach achten, so der Leiter Nachhaltigkeit und Digitalisierung bei der BLG Logistics Group, immer mehr Kunden auf Nachhaltigkeitsaspekte bei der Auswahl ihrer Logistikpartner – ein deutliches Zeichen, dass die Bemühungen der Logistik Resonanz finden!

Um erfolgreich mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen zu erreichen, muss besonders die Unternehmensleitung das tatsächlich wollen, betonte Michael Hetzer, Geschäftsführung der Elobau GmbH & Co. KG, auf dem Kongress in seinem Vortrag „Nachhaltige Unternehmensführung – eine Herzensangelegenheit“. Er hat der BVL im Nachgang noch einige Fragen im Videointerview beantwortet:



<https://www.youtube.com/watch?v=63xQKPyeqZY>

Gelebte Nachhaltigkeit: Best practices

„Nachhaltigkeit muss man wollen“ lautete ein Satz auf dem Deutschen Logistik-Kongress 2020. Viele Unternehmen auch aus dem Wirtschaftsbereich Logistik sprechen von Nachhaltigkeit – mit Blick auf die Gestaltung ihres Geschäftsmodells, den Umgang mit der Umwelt oder mit den eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Und viele leben Nachhaltigkeit.

KI von PSI verkürzt Kommissionierwege

Steigende Auftragszahlen im E-Commerce waren der Auslöser für das Projekt. Nun verkürzt ein Algorithmus die Kommissionierwege für den polnischen Bekleidungshersteller LPP.

PSI entwickelte eine KI-Lösung, die die Pickliste für jeden einzelnen Auftrag spezifisch optimiert. Dabei beachtet der Algorithmus die Lagertopologie inklusive möglicher Quergänge oder Abkürzungen, die Artikelpositionen, die Inhalte des Auftrags und sowohl räumliche als auch zeitliche Start- und Endpunkte der Pickroute. So simuliert er die ideale Route durch das Lager, bevor der Kommissionierer überhaupt losgeht.

„ Die optimale Route kann dabei auch mal im Zickzack verlaufen, wenn das in der Simulation angezeigt wird. (Rüdiger Stauch)

Ebenfalls in die Berechnung einbezogen werden die Verfügbarkeiten des Personals und des Equipments. Die Lösung mit den kürzesten Wegen kann sowohl eine einstufige Kommissionierung als auch ein Multipickverfahren sein. Eben genau das, was für die jeweilige Pickliste die effizienteste Abwicklung ermöglicht. Und das Ergebnis überrascht selbst PSI.

„ Bereits in der ersten Phase haben wir durch diese KI-basierte Simulation eine Wegeverkürzung um bis zu 32 Prozent erreicht. (Rüdiger Stauch)

Kürzere Wege bedeuten weniger Zeit und damit einen ökonomischen Vorteil. Aber die Lösung punktet noch mit einem zweiten Zeitfaktor, so Stauch:

„ Durch die Einbindung neuronaler Netze findet die Künstliche Intelligenz eine optimierte Lösung 100-fach schneller als ein gewöhnliches Lagerverwaltungssystem. (Rüdiger Stauch)

Und nicht nur das: Mithilfe dieser neuronalen Netze lernt die KI und kann so ihre Routenberechnung in Hinblick auf Weg, Zeit und Ressourcen kontinuierlich optimieren. Je mehr Daten dem Algorithmus zur Verfügung stehen, desto besser ist natürlich auch das Ergebnis. Dabei passt sich das Sys-

tem dynamisch an neue Daten an, beispielsweise bei einer Änderung der Lagertopologie. Und das in Echtzeit. Ökonomischer Vorteil und Flexibilitätsgarant somit in einem. ⁶

Website:



<https://www.psi.de/de/home/>

Video „PSI Warehouse Management System (WMS) in LPP“:



<https://www.youtube.com/watch?v=Yx8tALjPtqI>

Holz als Werkstoff bei LiGenium

Das Chemnitzer StartUp LiGenium GmbH ist im positivsten Sinne auf dem Holzweg.

Ob als Transportrollenbahn, als Lastenaufzug oder als Werkstückträger: Holz macht eine gute Figur. Davon ist Christoph Alt überzeugt. Und die Fakten geben ihm recht. Denn durch den Einsatz von Holz für beispielsweise fördertechnische Lösungen lassen sich Leichtbau, reduzierte Betriebskosten und Nachhaltigkeit verbinden.

„ Holz schlägt Stahl. (Christoph Alt)

Denn der Einsatz von Holz hat einige Vorteile. So lässt sich durch die Verwendung von Holz das Gewicht – beispielsweise eines Transportwagens – halbieren und das bei gleicher Belastbarkeit.

„Durch die Reduzierung des Gewichts je nach Anwendungsgebiet um bis zu 50 Prozent lassen sich nicht nur die Transportkosten senken. Schließlich bedeutet weniger Gewicht auch weniger Verbrauch. Auch ergonomisch ist der Einsatz von Holz sinnvoll. Arbeitsschutz ist also quasi inklusive“, erklärt Alt.

Und Holz kann noch mehr: So überzeugt der Rohstoff durch seine natürliche Funktion als thermischer Isolator oder die Tatsache, dass Holz keine WLAN- oder Funksignale dämpft (Elektromagnetische Verträglichkeit) – ein klarer Vorteil für die Echtzeitüberwachung der Supply Chain.

Aber vor allem in puncto ökologischer Nachhaltigkeit hat der Werkstoff Holz bei LiGenium einen Stein im (Holz-)Brett. Besonders der CO₂-Ausstoß lässt sich durch die Verwendung von Holz als Alternative zu Stahlkonstruktionen deutlich verringern. Das erklärt Christoph Alt anhand einer Rechnung: „Allein für die Erzeugung einer Tonne Stahl werden 1,34 Tonnen CO₂ emittiert. Da wurde der Stahl aber noch keinen Millimeter transportiert. Dagegen wird bei der Herstellung der von LiGenium vorrangig verwendeten Holzwerkstoffe auf eine Tonne nur 800 Kilogramm CO₂ ausgestoßen. Ein noch viel positiverer Effekt auf den ökologischen Fußabdruck entsteht durch die Eigenschaft von Holz, Kohlenstoff zu speichern. So verbirgt sich in einer Tonne Holz 500 Kilogramm gebundener Kohlenstoff, für den zwei Tonnen CO₂ im Vorfeld aufgenommen wurden – die sogenannte CO₂-Senke.“

Diese Rechnung besticht. So auch der Fakt, dass sich durch die Gewichtsreduzierung nicht nur die oben erwähnten direkten Transportkosten senken lassen. Durch weniger Gewicht und weniger Verbrauch reduziert sich natürlich auch der CO₂-Ausstoß beim Transport. Eine runde Sache!

Dass der nachhaltige Umgang mit der Umwelt, den Finanzen und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bei LiGenium nicht nur einfach ein Trend ist, zeigt Christoph Alt mit seinem Glaubenssatz.

» **Nachhaltigkeit muss faktisch belegbar sein.** (Christoph Alt)

Er verkörpert keine leeren Versprechungen, sondern lässt die Zahlen sprechen. „Wir könnten auch etwas aus Holz bauen, das nicht nachhaltig ist“, betont der Diplom-Ingenieur. Gut, dass LiGenium das eben nicht tut!⁷

Website:



<https://www.ligenium.de/>



Ob als Transportrollenbahn, als Lastenaufzug oder als Werkstückträger: Holz macht eine gute Figur.

Gemeinsam.topfit mit der REWE Group

Rund 260.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland leisten jeden Tag ihren Beitrag zum Erfolg der REWE Group. Da ihr Wohlergehen für das Unternehmen so bedeutsam ist, hat die Gruppe ihren Beschäftigten einen prominenten Platz in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie gewidmet. Es war dem Unternehmen wichtig, nicht nur über soziale Nachhaltigkeit zu sprechen und diese „irgendwie“ in der Unternehmenskultur zu verankern, sondern auch ein konkretes Projekt zu starten. Das unternehmensweite Onlineportal „Gemeinsam.topfit“ animiert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Fitness und zeigt, wie ein solches Projekt erfolgreich unternehmensweit umgesetzt werden kann.

Die dezentrale Struktur der REWE Group, ebenso wie die Vielfalt der Tätigkeitsfelder über die verschiedenen strategischen Geschäftseinheiten (REWE, Penny, toom Baumarkt, DER Touristik) hinweg, stellten in der Vergangenheit für die Umsetzung nachhaltiger Gesundheitsförderungskonzepte eine große Herausforderung dar. Ziel ist es, mit Gemeinsam.topfit eine zeitgemäße Form der betrieblichen Gesundheitsförderung anzubieten, die orts- und zeitunabhängig ist, die individuelle Mitarbeiterbedarfe stärker als bisher berücksichtigt und neue Zielgruppen erreicht.

Aus diesem Grund haben wir vor zwei Jahren begonnen, mit unserem Kooperationspartner top-fit.service Deutschland und mit Unterstützung der DAK Gesundheit unser Onlineportal ‚Gemeinsam.topfit‘ zu etablieren, sagt Bianca van Wijnen, Funktionsbereichsleiterin Gesundheit und Innovation bei der REWE Group.

Dass dieses Vorhaben in solch einer dezentralen Struktur und mit rund 260.000 Beschäftigten keine leichte Angelegenheit sein kann, ist selbsterklärend. Zusätzlich herausfordernd sind die vielen verschiedenen Tätigkeitsbereiche – beispielsweise in der Logistik, den Filialen oder der Verwaltung.

» **Wir wollen mit unserem Onlineportal so viele Mitarbeiter wie möglich erreichen und jedem einzelnen relevante Inhalte bieten, egal ob er oder sie im Lager oder im Büro arbeitet und unabhängig davon, wo er sich gerade befindet.** (Bianca van Wijnen)

» **Wir wollen mit unserem Onlineportal so viele Mitarbeiter wie möglich erreichen und jedem einzelnen relevante Inhalte bieten, egal ob er oder sie im Lager oder im Büro arbeitet und unabhängig davon, wo er sich gerade befindet.** (Bianca van Wijnen)

Digital zu mehr Klimaschutz

Um möglichst viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anzusprechen, bietet das Onlineportal, das auch als App verfügbar ist, ganz verschiedene Themenschwerpunkte. Von Ernährungstipps über Bewegungsübungen bis zu Entspannungstechniken ist alles dabei. Herzstück ist aber das tätigkeitsspezifische „Job.Fit“-Modul. Hier finden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterhaltsame sowie lehrreiche Videos über gesundheitsfördernde Maßnahmen – speziell auf ihren Tätigkeitsbereich zugeschnitten.

» Das kommt gut an. In manchen Tätigkeitsbereichen haben wir bereits eine Nutzungsquote von über 86 Prozent erzielt. (Bianca van Wijnen)

Und auch die Logistikerinnen und Logistiker bei Rewe, die zu Beginn noch verhalten reagierte, zeigen mittlerweile großes Interesse an dem Programm.

Ein Grund dafür sind sicherlich auch die im Rahmen dieses Programmes ausgebildeten „Topfit-Macher“ – Beschäftigte aus verschiedenen Bereichen, die als Ansprechpartner und Motivatoren für ihre Kolleginnen und Kollegen fungieren. Die Plattform wird stetig ausgebaut, dabei können die Beschäftigten selbst Themengebiete dafür vorzuschlagen. Das stimmt optimistisch, dass die Nutzungsquoten weiter steigen. Im Jahr 2019 gewann das Onlineportal sogar die Goldene Hand – den Präventionspreis der BGHW.⁸

Weniger als acht Jahre bleiben noch, um das 1,5-Grad-Ziel einzuhalten: Auf der Website der „Leaders for Climate Action“ zählt ein Ticker diesen Zeitraum erbarmungslos nach unten. Im Sommer 2019 haben mehr als 100 Digitalunternehmerinnen und Digitalunternehmer aus Deutschland diese Klimaschutz-Initiative gegründet. Sie wollen nach eigener Aussage damit „sowohl selbst ein Zeichen setzen als auch unsere Entscheidungsträger auffordern, klare Weichen für effektiven Klimaschutz in Deutschland zu stellen“.

Neben schnellem, konsequentem Handeln der Politik und dem Ausbau erneuerbarer Energien fordern sie unter anderem die sofortige Einführung einer lenkungswirksamen CO₂-Bepreisung in Deutschland. Die Initiative wendet sich bewusst an Führungskräfte, die sich persönlich für das Thema einsetzen und ihren ökologischen Fußabdruck sowie den ihrer Unternehmen optimieren wollen. Sie unterstützen sich gegenseitig auf ihrem Weg durch den Wandel. Gleichzeitig sollen sie sich durch das Engagement bei den „Leaders for Climate Action“ auch ihrer Vorbildfunktion noch einmal bewusster werden. Die Mitglieder sind Gründer sowie Geschäftsführer von Startups, Konzernen und Agenturen.

Einer von ihnen ist Albrecht von Sonntag, Geschäftsführer der Shopping- und Vergleichsplattform Idealo: „Wir können unsere gemeinsame Kraft als Internet-Unternehmer beispielsweise nutzen, indem wir uns für eine klimafreundlichere Nutzung digitaler Devices einsetzen“, beschreibt er eine Idee, die die Gruppe diskutiert.

» Content-Anbieter sollten darüber Transparenz schaffen oder sich gegenseitig dazu verpflichten, dass alles, worüber sie die Kontrolle haben, auf Ökostrom umgestellt wird. (Albrecht von Sonntag)

In seinem Unternehmen ist das Thema seit rund zehn Jahren implementiert: Durch Energiesparmaßnahmen sowie die Nutzung von Ökostrom, seit 2019 auch durch Kompensation, arbeitet Idealo CO₂-neutral. Auch der private CO₂- Fußabdruck aller Mitarbeiter wird zu 50 Prozent kompensiert – Idealo nennt das Konzept „Überlebensversicherung“. Zudem

setzt sich das Unternehmen für die Wiedervernässung eines Moors in Mecklenburg-Vorpommern ein.

Von Sonntag ist überzeugt, dass Klimaschutz psychologisch betrachtet eine Art „Erlaubnis“ braucht: „Unsere Gesellschaft ist im Kopf sicher schon viel weiter, als wir das medial wahrnehmen. Die Klimakrise ist uns doch allen seit langer Zeit bewusst. Doch der Einzelne denkt, er muss sich noch so verhalten, wie er es bislang gewohnt ist. Als Herdentiere müssen wir uns erst gegenseitig die Erlaubnis geben, fortan anders zu denken, also von der klassisch kapitalistischen Route der vergangenen Jahrzehnte abzuweichen und zu sagen: 2020 machen wir etwas Neues, denn jetzt steht wirklich viel auf dem Spiel.“ Dasselbe gelte für die Politik:

» Die Fridays-for-Future-Bewegung hat die Erlaubnis an die Politik gegeben, den Themen Umwelt und Klima deutlich mehr Raum zu geben – schließlich sind ihre Mitstreiter die Wähler der Zukunft. (Albrecht von Sonntag)

Als Plattform zum Vergleichen von Preisen fördert Idealo den Kauf von Konsumgütern – und damit eine Klimasünde. Albrecht von Sonntag sieht die Aufgabe des Unternehmens jedoch darin, den Käufer mit den Informationen zu versorgen, die er für die beste Kaufentscheidung braucht: „Dann kauft er vielleicht eher eine Bohrmaschine von guter Qualität, die viele Jahre hält, und verleiht sie noch an Nachbarn.“ Auch über Nachhaltigkeitsaspekte will Idealo aufklären, doch die entsprechenden Daten sind bisher schwer zu bekommen:

» Wenn Politik und Wirtschaft den Konsumenten die Verantwortung übergeben, muss es auch eine Pflicht zur Transparenz geben. Die Politik sollte steuernd eingreifen und die Spielregeln vorgeben, zum Beispiel in Form eines Ampelsystems, das beispielsweise die Recycling-Fähigkeit eines Produkts ausweist. (Albrecht von Sonntag)

Beim Einfluss, den eine Initiative wie „Leaders for Climate Action“ haben kann, ist von Sonntag optimistisch: „Er ist nicht berechenbar, aber deshalb sollte man ihn nicht unterschätzen. Ich habe schon erlebt, wie kleine Impulse eine enorme Wirkung entfaltet haben.“ Er sieht die Organisation auch als starke Stimme neben den klassischen Wirtschaftszweigen: „Wir vertreten Unternehmen mit sehr starken Wachstumsraten – wir sind ein Wirtschaftsmotor, hinter dem viele Arbeitsplätze stehen, viel Geld und ein starkes Netzwerk. Wir sind ein wichtiger Teil der Zukunft der deutschen Wirtschaft.“⁹

Mit Big Data auf Öko-Kurs

» Nichts ist zur Kompensation von CO₂ geeigneter als Wald. (Klaus-Michael Kühne)

Es werde derzeit geprüft, ob Kühne + Nagel in den nächsten Jahren bis zu 100 Millionen Euro in Waldkäufe und Wiederaufforstungsprogramme investieren wird, um den eigenen CO₂-Ausstoß zu kompensieren, kündigte der Ehrenpräsident der Kühne + Nagel International AG Mitte Februar 2020 bei einem Treffen mit Bundesentwicklungsminister Dr. Gerd Müller am Standort Hamburg an: „Wir wollen nicht nur Zertifikate kaufen, sondern eigene Projekte anstoßen.“ Das erste Vorhaben seiner Kühne-Stiftung läuft bereits: 15 Millionen Euro fließen beispielsweise in ein Projekt zur Anpflanzung neuer Bäume in den Wäldern Neuseelands.

Seit Ende 2019 ist der Logistikkonzern Mitglied der Allianz für Entwicklung und Klima, eines vom Ministerium Müllers gemeinsam mit der Privatwirtschaft initiierten Bündnisses für den Klimaschutz. Ziel der Allianz ist es, nicht nur die freiwillige Kompensation von CO₂ in Deutschland zu fördern, sondern vor allem die Agenda 2030 mit ihren 17 Nachhaltigkeitszielen konsequent umzusetzen. Den Beitritt zur Allianz nennt Minister Müller ein „Mega-Signal“ an den Wirtschaftsbereich Logistik.

Hintergrund: Inzwischen sind zwar weit über 500 Unternehmen, darunter auch Konzerne wie SAP und Bosch oder Mittelständler wie Seifert Logistics, sowie Behörden und Organisationen Teil der Allianz – Logistikdienstleistungsunternehmen machen sich allerdings noch rar.

Kurz vor dem Beitritt lancierte Kühne + Nagel im Rahmen der New Yorker Klimawoche zudem sein „Net Zero Carbon“-Programm. Seit Anfang des Jahres 2020 kompensiert das Unternehmen damit seinen eigenen CO₂-Ausstoß komplett. Das sind nach eigenen Angaben rund 250.000 Tonnen, die noch nicht über erneuerbare Energien abgedeckt werden können.

Das Programm umfasst die drei Aktionsfelder Erkennung, Reduktion und Kompensation von CO₂. Neben verschiedenen Klimaprojekten beteiligt sich das Unternehmen an naturbasierten Kompensationsprojekten, bei denen CO₂ der Atmosphäre entnommen wird. Die so erzielten Emissionsgutschriften entsprechen den höchsten internationalen Standards, so der Konzern. Und: Schon seit mehreren Jahren vermittele Kühne + Nagel seinen Mitarbeitern umweltbewusstes Verhalten. So würden beispielsweise immer mehr Dienstreisen durch Videokonferenzen ersetzt.

Bis 2030 sollen sämtliche Transporte auch der Logistikpartner im Netzwerk aus Cargo-Fluggesellschaften, Reedereien und Straßentransporteurs klimaneutral sein. „Ein erheblicher Anteil lässt sich über eine Reduktion des CO₂-Ausstoßes durch effizientere Verkehrsmittel erreichen, sowie über Bio-Brennstoffe und Kompensationen“, erläutert Otto Schacht. Er ist Mitglied der Geschäftsleitung der Kühne + Nagel International AG, verantwortlich für den Bereich Seefracht und einer der Treiber für die Umweltprogramme des Unternehmens. Er verweist auf die firmeneigene Plattform „Sea Explorer“.

» Von Hamburg aus machen wir die Welt sauberer. (Otto Schacht)

Für seine Kunden schafft Kühne + Nagel auf diese Weise mithilfe von Big Data Grundlagen für die Entscheidung, wie sie ihre Waren am besten transportieren können.

Wir sammeln dafür am Tag 200 Millionen Datensätze“, berichtet Schacht. „Das Informationsangebot ist ständig gewachsen; inzwischen können unsere Kunden aus dem Programm auch Umweltdaten der Schiffe ablesen, beispielsweise, ob sie mit Abgasreinigungsanlagen ausgerüstet sind.“

Zu jedem Containerfrachter lässt sich der CO₂-Ausstoß für den transportierten Standardcontainer per Balkendiagramm darstel-

len – mit erstaunlichen Ergebnissen: „Auf ein und derselben Strecke stoßen manche Schiffe bis zu 300 Prozent mehr CO₂ aus als andere!“

Alle Seefracht-Sammelsendungen (LCL) von Kühne + Nagel werden nach Angaben von Schacht bereits seit Jahresbeginn 2020 klimaneutral verschifft, die zusätzlichen Kosten für die Kompensation seien in die Preise eingerechnet. „Wir sind bisher der einzige Logistikdienstleister, der das anbietet“, betont er. Bei Vollcontainerladungen (FCL) biete man ebenfalls CO₂-neutrale Transporte über Kompensation oder teilweise mit Biotreibstoffen an. „Klimaschutz gibt es nicht umsonst“, sagt Schacht. „Aber wir stellen fest, dass die ersten Kunden aus der ganzen Welt bereit sind, dafür zu bezahlen.“

Auch Entwicklungshilfeminister Müller haben die Pläne des Logistikriesen überzeugt: „Herr Kühne und Kühne + Nagel lösen eine Bewegung aus. Sie sind Pioniere und die Vorreiter grüner Logistik.“ Das hat sein Ministerium mit dem Unternehmen übrigens gemeinsam: Nicht das Umwelt-, sondern das Entwicklungshilferessort ist nach Angaben eines unabhängigen Gutachters das erste klimaneutrale Ministerium.¹⁰

Die nachhaltige letzte Meile

Bereits 2012 begann UPS mit einer neuen Gestaltung der City Logistik. Angefangen in Hamburg mit vier mobilen Mikrodepots, von welchen die Mitarbeiter die Pakete emissionsarm zu Fuß oder mithilfe von elektrisch unterstützten Lastenrädern an den Empfänger zustellten, bis zu einem Konzept, welches mittlerweile in mehr als 50 Städten eingeführt wurde. Heutzutage verwendet UPS für seine umweltverträgliche Lösung für den städtischen Lieferverkehr rund 100 solcher Lastenräder. Jedoch ist dieses Konzept nicht nur eine Entlastung des Stadtverkehrs, es trägt auch zur Reduzierung der Schadstoffe bei. In Frankfurt werden durch das dortige Mikrodepot täglich durchschnittlich 3 Fahrzeuge eingespart. Wenn man von einer jährlichen Leistung von 300 Tagen pro Fahrrad ausgeht, kommt man damit auf rund 25 Tonnen eingespartes CO₂.¹¹

Von der Straße auf die Schiene

Doch nicht nur den Straßenverkehr hat UPS revolutioniert. Seit 2003 verwendet das Unternehmen das CDA-(Continuos Descent Approach) Landeverfahren, bei welchem der Pilot in einen steilen, kontinuierlichen Sinkflug übergeht, anstatt sonst praktizierte Verfahren der stufenweisen Senkung der Flughöhe anzuwenden. Durch das CDA-Ladeverfahren können die Emissionen um ganze 34 Prozent reduziert werden.

Doch dies ist nicht der einzige Ansatz Emissionen im Luftraum einzusparen. Anfang 2020 gab UPS bekannt, über seine Tochterfirma UPS Flight Forward in die Integration von Drohnen zu investieren. Das Unternehmen plant bereits 2024 das globale Logistiksystem durch die elektrisch angetriebenen Lufttaxis zu verändern. Die sogenannten Lufttaxis mit einer Frachtkapazität von 635 Kilogramm, einer Reichweite von 400 Kilometern und einer Geschwindigkeit von 147 Knoten sollen vorerst bemannt, später aber auch autonom unterwegs sein. UPS plant außerdem auf seinen eigenen Grundstücken Ladestationen anzubringen, welche sowohl von Lufttaxis als auch Elektrofahrzeugen genutzt werden können. Außerdem sollen die Batterien nach einer bestimmten Laufzeit eine zweite Chance als immobiler Energiespeicher an Ventiports erhalten.

Juan Perez, der Chief Information und Engineering Officer von UPS, sagte „Hier geht es um Innovation mit dem Fokus auf Rendite für unser Geschäft, unsere Kunden und die Umwelt. Diese neuen Flugzeuge werden betriebliche Effizienzen in unserem Unternehmen schaffen, Möglichkeiten für neue Dienstleistungen eröffnen und als Grundlage für zukünftige Lösungen dienen, um das Emissionsprofil unseres Flug- und Bodenbetriebs zu reduzieren.“¹²

Rund 20 Prozent der globalen CO₂-Emissionen entstehen durch Landwirtschaft und die Herstellung von Nahrungsmitteln. „Deswegen ist es für uns als einen der weltweit führenden Lebensmittelhersteller auch eine Pflicht, durch unser unternehmerisches Handeln einen positiven Beitrag für Gesellschaft und Umwelt zu leisten“, sagt Bastian Diegel. Er arbeitet bei Barilla Deutschland in Köln als Customer Service & Demand Planning Senior Manager Central Europe und ist gleichzeitig verantwortlich für das Thema Nachhaltigkeit. Barilla ist nach eigenen Angaben in Deutschland Marktführer in den Kategorien Pasta und Saucen sowie mit der Marke Wasa in der Kategorie Knäckebrot. In den 28 Produktionsstätten, die Hälfte davon in Italien, werden jährlich fast zwei Millionen Tonnen Nahrungsmittel produziert. „Durch unsere Mission ‚Good for You, Good for the Planet‘ verfolgen wir bereits seit über zehn Jahren einen ganzheitlichen Ansatz beim Thema Nachhaltigkeit“, so Diegel. „Wir verstehen uns in vielen Bereichen als Vorreiter, so ist unsere Marke Wasa als erster deutscher Kategoriemarktführer seit 2019 über die gesamte Wertschöpfungskette CO₂-neutral. Das Beispiel Wasa hat uns aber auch gezeigt, welche bedeutende Rolle der Logistik beim Thema CO₂-Neutralität zukommt.“ Der Nachhaltigkeitsansatz umfasst daher auch die komplette Supply Chain. Über 9.000 Vertragsbauern haben sich dem Programm für nachhaltige Landwirtschaft bereits angeschlossen. Diese

liefern, meist in unmittelbarer Nähe zu den Barilla-Werken, die Rohstoffe für die in Italien für den Verkauf in Deutschland hergestellten Ware. Sie wird zunächst am größten Produktions- und Lagerstandort am Hauptsitz in Parma konsolidiert. Von dort aus belieferte Barilla bislang ausschließlich auf der Straße das lokale Lager Langenau bei Ulm, wo ein Logistikdienstleister die Kommissionierung und den Transport zu den Kunden übernimmt. Seit März 2020 wird die Relation Italien–Deutschland im Rahmen eines neuen Logistikkonzepts intermodal, also zum größten Teil auf der Schiene, betrieben. Nachhaltigkeitsmanager Diegel erläutert, warum das Unternehmen nicht eher auf eine solche Lösung umgestiegen ist: „Das lag an den vielen Herausforderungen für eine erfolgreiche Realisierung.“ So existiert weder in Parma noch in Langenau ein Gleisanschluss bis ins Lager. Zudem trennen beide Standorte über die kürzeste Straßenverbindung nur 560 Kilometer. „Vor- und Nachlauf zur Schienenverbindung müssen daher kurz sein, um überhaupt eine nennenswerte Einsparung an Tonnenkilometern über die Straße zu erreichen.“ Eine Recherche ergab, dass zwischen Norditalien und Süddeutschland nur wenige Relationen im kombinierten Verkehr bestanden, die zudem im optimalen Fall lediglich eine Halbierung der Strecke über die Straße hätten bewirken können. Diegel: „Damit war klar, dass wir unsere eigene Verbindung schaffen mussten.“

Seit März 2020 wird die Relation Italien – Deutschland von Barilla im Rahmen eines neuen Logistikkonzepts intermodal, also zum größten Teil auf der Schiene, betrieben.



Ausblick

Mit dem Schienenverkehrsdienstleister GTS Group fand Barilla einen mittelständischen, ebenfalls familiengeführten Partner für das Bahnprojekt. Gemeinsam entwickelte man ein maßgeschneidertes Logistikkonzept. Seit Anfang März fahren mittlerweile drei Züge pro Woche zwischen dem Terminal Fontevivo vor den Toren Parmas und dem Duss-Terminal in Ulm mit einem ausgeklügelten Containerlogistiksystem und kurzen Vor- und Nachläufen auf der Straße. Bastian Diegel hat vier KPIs für eine erste Bewertung des Projekts identifiziert – die alle positiv ausfallen: Das Ziel, die CO₂-Emissionen um über 70 Prozent zu reduzieren, konnte durch den hohen Bahnanteil erreicht werden. Die Lieferpünktlichkeit, gemessen beim Eintreffen der Waren im Lager Langenau, überstieg die Erwartung von 95 Prozent deutlich. Zusatzkosten, beispielsweise durch Wartezeiten, fielen in den ersten Monaten nach Projektstart – trotz Corona-Pandemie – nicht an. Und auch die betriebswirtschaftliche Bewertung passt: „Die Kosten bewegen sich inflationsbedingt genau im budgetierten Kostenrahmen.“¹

Der Wirtschaftsbereich Logistik hat eine intrinsische Motivation, sich nachhaltig aufzustellen. Dies zeigt sich nicht nur durch Maßnahmen wie der Umrüstung von Fuhrparks und Pilotprojekte zu alternativen Antrieben, den Einsatz neuer Technologien, sondern auch durch die Verbindungen und vor allem den Austausch zwischen unterschiedlichsten Unternehmen, welche jedoch alle das gleiche Ziel verfolgen. Die Nachhaltigkeit in der Logistik voran zu treiben.

Viel ist bereits geschehen und wir sind uns sicher: Die Bedeutung der Nachhaltigkeit wird weiter zunehmen! Und dabei liegt es auch an uns in der Rolle der Endkunden, der jede logistische Leistung auslöst, diese Entwicklung zu unterstützen. Denn die Nachhaltigkeit logistischer Leistungen hängt oft vom Preis ab, den wir bereit sind zu zahlen.

Quellen

1. WCED (1987): The Brundlandt Report: Our Common Future
2. BVL (2020): Nachhaltiges Handeln in der Logistik
<https://spark.adobe.com/page/f1wdcymJJZCA/>
3. Porsche Consulting (2020): White Paper: Erfolgsfaktor Nachhaltigkeit
<https://www.porsche-consulting.com/de/medien/publikationen/detail/white-paper-erfolgsfaktor-nachhaltigkeit/>
4. BVL (2020): Logistics4Future: Forderungen und Statements
<https://www.bvl.de/verein/bvl-fuer-studierende/logistics4future/forderungen-und-statements>
5. BVL (2020): „Nachhaltigkeit muss gewollt sein“
<https://spark.adobe.com/page/1mzZtM0dAYbw8/>
6. BVL (2020): KI verkürzt Kommissionierwege
<https://spark.adobe.com/page/xVnZ43PkbDqnD/>
7. BVL (2020): Holz als Werkstoff bei LiGenium
<https://spark.adobe.com/page/xBQLPFnKiQsu3/>
8. BVL (2020): Gemeinsam.topfit mit der REWE Group
<https://spark.adobe.com/page/zWxydQr725Kc1/>
9. BVL (2020): Digital zu mehr Klimaschutz
<https://spark.adobe.com/page/BDR7F8GpQEmOq/>
10. BVL (2020): Mit Big Data auf Öko-Kurs
<https://spark.adobe.com/page/qp353dFvxcz3P/>
11. Logistra (2018): City Logistik: UPS spart Transporter und Sprit mit Mikrodepots und Lastenräder
<https://logistra.de/news/nfz-fuhrpark-lagerlogistik-intralogistik-city-logistik-ups-spart-transporter-und-sprit-mit-mikrodepots-und-lastenraedern-13892.html>
12. Aerobuzz (2021): UPS will ab 2023 eVTOL-Flugtaxi für Frachtflüge nutzen
<https://aerobuzz.de/general-aviation-news/ups-will-ab-2024-evtol-flugtaxi-fuer-frachtfluege-nutzen/>
13. BVL Magazin Vier (2020): Aller guten Dinge sind Vier (Seite 17)
https://www.bvl.de/files/1951/1988/1989/BVL-Magazin_Vier_2020.pdf

Fotos/Illustrationen:

Masum (S. 2, 3), Michel Iffländer (S. 5), LiGenium (S. 7), Barilla (S. 10)

Bundesvereinigung Logistik e.V.

Schlachte 31
28195 Bremen
T 0421 / 173 84 0
bvl@bvl.de

www.bvl.de

Messe München GmbH

transport logistic
Am Messesee 2
81823 München

www.transportlogistic.de