

LOGISTIK.NRW GREENPAPER
NACHHALTIGKEIT IN DER LOGISTIK
MÄRZ 2022

Bild Adobe



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



LOGISTIK.NRW GREENPAPER

NACHHALTIGKEIT IN DER LOGISTIK

ist ein facettenreiches Thema mit immenser Bedeutung. Nicht nur der Druck seitens der Verlager wächst, sondern auch der Gesetzgeber spielt hier zunehmend eine große Rolle.

Nachhaltigkeit ist dabei „mehr als CO₂“. Sie muss sich auch im Geschäftsmodell, in der Unternehmens-Strategie, in den zunehmend digitaleren operativen Abläufen sowie der in- und externen Kommunikation widerspiegeln.

Strategisch geplant wird Nachhaltigkeit zu einem elementaren Erfolgsfaktor einer zukunftssicheren Markt- und Markenpositionierung.

Vorwort

Beim Thema Nachhaltigkeit fühlen sich viele Entscheider:innen in Transport- und Logistikunternehmen, angesichts stetig steigender und komplexer Anforderungen nicht ausreichend gerüstet.

Um eine Orientierungshilfe zu geben, hat sich das Kompetenznetz Logistik.NRW, in Zusammenarbeit mit Herzig Marketing diesem Thema praxisnah angenommen.

Das Ihnen hier vorliegende GreenPaper wird mit der Zeit immer weiter entwickelt, eine Arbeit, bei der wir Ihre Fragen, Anregungen und Ideen gerne berücksichtigen wollen. Im März 2022 wollen wir eine Veranstaltungsreihe starten, die Ihnen Gelegenheit zur Information und Erfahrungsaustausch bietet sowie die Basis für die weitere Vertiefung der Themen darstellt. Eine Termininfo erfolgt zeitnah.

Wir freuen uns auf Ihren Input, Ihre Response und Ihre Mitarbeit im Netzwerk!

INHALT

01	<u>Impuls</u>	4
	Was ist Nachhaltigkeit? Basiswissen (SDG, GRI und DNK)	5
	Nachhaltigkeit in allen Bereichen der Logistik (Gebäude, Transport, Flächenverbrauch, IT, Energie, Mitarbeiterpartizipation...)	10
02	<u>Warum nachhaltige Logistik?</u>	11
	Kundendruck und Gesetzspflicht	12
	Vermarktungstechnische Aspekte /Tender	13
	Rechtliche Aspekte (Ausweitung Berichtspflicht Corporate Sustainability Report)	14
03	<u>Was kann man konkret tun/umsetzen?</u>	15
	Praxisbeispiele	16
04	<u>Step by Step</u>	20
	Nachhaltigkeit -> richtig kommunizieren	21
	Dos and Dont´s	24
05	<u>Angebote für Mitglieder</u>	25
	Beratung	26
	Netzwerk-Support	26
	Informations- und Veranstaltungsangebote	26

Impuls



WAS IST NACHHALTIGKEIT? BASISWISSEN (SDG, GRI UND DNK)

Das international anerkannte Drei-Säulen-Modell formuliert, dass eine nachhaltige Entwicklung nur durch das gleichzeitige und gleichberechtigte Umsetzen von umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Zielen erreicht werden kann.

Die drei Säulen

- **Ökologie**
- **Ökonomie**
- **Soziales**

bedingen dabei einander.

Eine Reduzierung des Begriffs Nachhaltigkeit auf nur einen der Teilbereiche ist unzulässig.

Ganz ähnlich, wie bei der digitalen Transformation, fühlen sich viele Entscheider angesichts der Vielfalt und unterschiedlichen Verwendung zentraler Begriffe nicht ausreichend sattelfest.

Nachfolgend eine kurze Erklärung zu den wichtigsten Begrifflichkeiten...



NACHHALTIGKEIT

Der Begriff *Nachhaltigkeit* wird sehr oft auf das Thema Umweltschutz reduziert. Das international anerkannte **Drei-Säulen-Modell** bedeutet jedoch, dass eine nachhaltige Entwicklung nur durch das **gleichzeitige und gleichberechtigte** Umsetzen von umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Zielen erreicht werden kann.

Die drei Säulen

- **Ökologie**
- **Ökonomie**
- **Soziales**

bedingen dabei einander.

SDG - SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Die 17 Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen sind der global verbindliche Nachhaltigkeitsrahmen für alle UN-Mitgliedsstaaten.

DNK - DEUTSCHER NACHHALTIGKEITSKODEX

Mit dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) können Unternehmen die Anforderungen des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) zu nichtfinanziellen Informationen erfüllen.

CSR - CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Unter "Corporate Social Responsibility" oder kurz CSR ist die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen als Teil des nachhaltigen Wirtschaftens zu verstehen. CSR ist der Beitrag, den Unternehmen zur Nachhaltigkeit leisten können. Der Begriff bezeichnet die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft.

EMAS - EUROPÄISCHES UMWELTMANAGEMENTSYSTEM

Mit dem europäischen Umweltmanagementsystem Eco-Management and Audit Scheme sind Unternehmen in der Lage, Ressourcen intelligent einzusparen. EMAS stellt sicher, dass alle Umweltaspekte von Energieverbrauch bis zu Abfall und Emissionen rechtssicher und transparent umgesetzt werden.

ISO 9001 - Qualitätsmanagement

ISO 14001 - Umweltmanagement

ISO 14064 - Bilanzierung der Treibhausgasemissionen

Zur Erstellung des Corporate Carbon Footprints (CCF). Inhaltlich stark angelehnt an das Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol).

CCF - CORPORATE CARBON FOOTPRINT

Scope 1 – 3

Differenzierung der einbezogenen Emissionsquellen

Scope 1-Emissionen

Emissionsquellen innerhalb der betrachteten Systemgrenzen, etwa unternehmenseigenen Kraftwerken oder Fahrzeugflotten.

Scope 2-Emissionen

entstehen bei der Erzeugung von Energie, die von außerhalb bezogen wird, dies sind vor allem Strom und Wärme

Scope 3-Emissionen

sind sämtliche übrigen Emissionen, die durch die Unternehmenstätigkeit verursacht werden aber nicht unter der Kontrolle des Unternehmens stehen, zum Beispiel bei Zulieferern, Dienstleistern, Mitarbeitern oder Endverbrauchern.

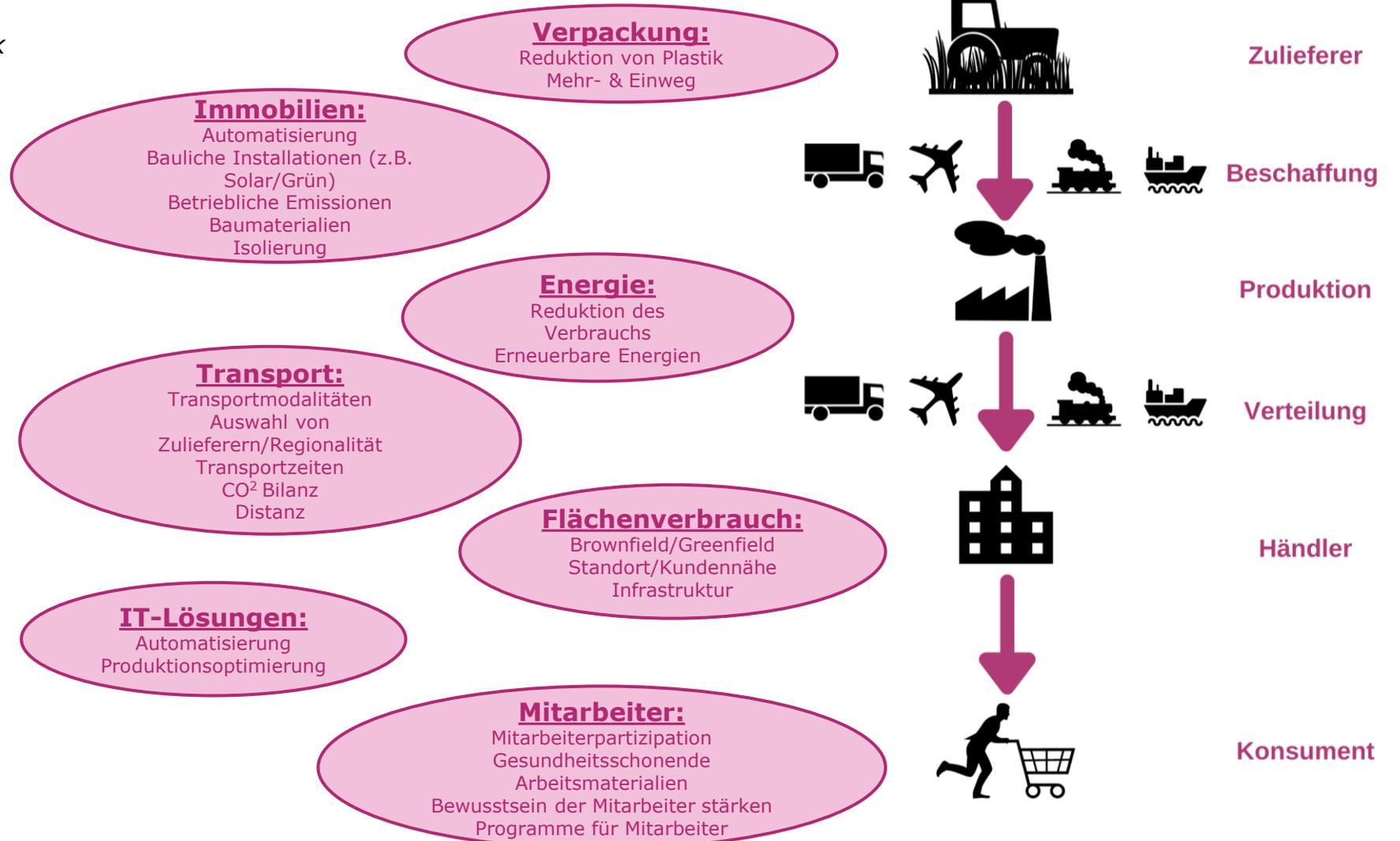
NACHHALTIGKEIT IN ALLEN BEREICHEN DER LOGISTIK

Wer an Nachhaltigkeit in der Logistik denkt, hat wahrscheinlich zunächst das Bild von Autobahnen voller LKW vor Augen.

CO²-Reduktionen sind als Thema in aller Munde, aber dabei geht es um viel mehr als den reinen Transportweg.

Wichtige Bereiche im Thema Nachhaltigkeit sind auch die Logistikgebäude, der Flächenverbrauch, IT-Lösungen, erneuerbare Energieträger, Mitarbeiterpartizipation und vieles mehr.

Entlang der gesamten Supply Chain gibt es einiges zu beachten und viele Möglichkeiten, nachhaltiger zu sein und Ressourcen in vielerlei Formen einzusparen.





Warum Nachhaltige Logistik?

Bild von Adobe

KUNDEN-, WETTBEWERBS- UND DIGITALISIERUNGSDRUCK

Der Druck seitens Kunden steigt

Laut einer BVL Studie erhalten schon jetzt mind. 25% der LDL Anfragen für einen nachhaltigen Transport. Für die Zukunft werden sogar bis zu 60% häufig bzw. sehr häufig erwartet. Laut Aussagen der Verlader setzen etwa 25% schon jetzt Nachhaltigkeit für die Vergabe von (sehr) vielen Transportaufträgen voraus, zukünftig werden bis zu 65% erwartet.

[bvl-trends.de/wp-content/uploads/2020/07/BVLD20-TUS-Auswertung-1.pdf](https://www.bvl-trends.de/wp-content/uploads/2020/07/BVLD20-TUS-Auswertung-1.pdf)

Der Wettbewerbsdruck steigt

Neue Player, beispielsweise digitale Transportplattformen, drängen auf den Markt. Zusätzlich werden Kunden (z.B. Amazon) oder Carrier (z.B. Maersk) zu Wettbewerbern. Nachhaltigkeit ist ein strategischer Wettbewerbsfaktor für Sales, HR und nicht zuletzt Compliance.

Der Digitalisierungsdruck steigt stetig

In einer Studie der Managementberatung Candidus sehen 73 % der Befragten einen hohen Digitalisierungsdruck, um im Wettbewerb bestehen zu können – vor allem global. Für die nächsten 5 Jahre liegt dieser Anteil sogar bei 91 %. Darin enthalten sind Chancen und Herausforderungen im Zusammenhang mit nachhaltigem Lieferkettenmanagement

Digitalisierung Mittelstand-Erfolgsfaktoren für Digital Supply Chain Excellence <https://candidus.com/>

VERMARKTUNGSTECHNISCHE ASPEKTE / TENDER

Kontraktlogistik-, Speditions- und Transport-KMU haben ganz besondere vertriebliche Herausforderungen.

Zum einen werden nachhaltige Aspekte in Anfragen und Tendern immer stärker gewichtet. Sales und Tender Management müssen auf diese Fragen gute Antworten liefern können.

Setzen sie konsequent genug auf soziale und ökologische Veränderung? Nutzen sie alle Vorteile effizient digitalisierter Prozesse für mehr ökonomische Stabilität? Wie bleiben sie zukunftsfähig?

Parallel zu den Anforderungen seitens der Verlager steigen auch die Anforderungen seitens der bestehenden und zukünftigen Mitarbeiter. Dies stellt Transport- und Logistikunternehmen vor neue Herausforderungen bei der Vermarktung als Arbeitgeber, Stichworte Personalmarketing und Employer Branding.

BERICHTSPFLICHT - RECHTLICHE ASPEKTE

CSR - Corporate Sustainability Report

Ausweitung der Berichtspflicht auf...

...alle großen Unternehmen

Als groß gelten Unternehmen, die am Bilanzstichtag mind. zwei der drei Merkmale erfüllen:

Bilanzsumme: mind. 20 Mio. €

Nettoumsatzerlöse: mind. 40 Mio. €

Durchschn. Zahl der während des Geschäftsjahres Beschäftigten: mind. 250

...alle an der Börse gelisteten Unternehmen, ausgenommen Kleinstunternehmen

Als Kleinstunternehmen definiert werden Unternehmen, die am Bilanzstichtag mind. zwei der drei Merkmale erfüllen:

Bilanzsumme: max. 350 000 €

Nettoumsatzerlöse: max. 700 000 €

Durchschn. Zahl der während des Geschäftsjahres Beschäftigten: max. 10



Was kann man konkret tun / umsetzen?

PRAXISBEISPIEL – ÖKOLOGISCHES VERTEILZENTRUM LORSCH VON ALNATURA

Beschreibung & Funktion

Alnatura hat in Lorsch ein Verteilerzentrum nach dem Prinzip „Ökologische Logistikgebäude“ errichtet. Dies bedeutet im konkreten Fallbeispiel eine Vielzahl an Maßnahmen: Dachbegrünung zur natürlichen Kühlung/Isolation, Wärmeschutzverglasung, LED-Lampen in Kombination mit hohen Fenstern zur optimalen Tageslichtnutzung, hausinterne Wasseraufbereitung von Regenwasser und Verdunstungskühlung, regelmäßige Wartung von Motoren und Anlagen, Energierückspiegelung durch Nutzung von Abwärme und Verlustwärme, intelligente Steuerungskonzepte bei Licht, Warehouse-Management und Energieplanung.



Anwendungsfälle

Das Prinzip der „Ökologische Logistikgebäude“ ist besonders für Neubauten von Logistikzentren, aber auch Modernisierungsmaßnahmen gedacht.

Die Anwendungsbereiche erstrecken sich vom Design der Supply Chain, über die richtige Standortfindung, den Footprint im Lebenszyklus, die betriebliche Nutzung und die Bauplanung.

Chancen/Benefits

- Reduzierung von Heizkosten
- Reduzierung von Stromverbrauch
- Reduzierung des Wasserverbrauchs
- Sendungsbündelung
- Reduzierung von Notfalllieferungen
- Grünflächenerhaltung
- Ausgleich bis Überkompensation von Emissionen
- Ressourcen-Schonung in Bauphase

PRAXISBEISPIEL – ALTERNATIVE LKW-ANTRIEBE

Beschreibung & Funktion

Die Mobilität der Zukunft soll umweltfreundlicher werden. Laut einer Studie der Unternehmensberatung Boston Consulting, sollen bis zum Jahre 2030 knapp 35% der Leicht-LKW (bis 6 Tonnen) und ca. 26% der LKW (ab 15 Tonnen) durch alternative Antriebe angetrieben werden. Für die verschiedenen Alternativen gibt es aktuell noch einige Vor- und Nachteile, die bei einer Umstellung zu beachten sind. Welche Variante sich durchsetzen wird, ist aktuell noch nicht klar, weshalb Neuanschaffungen für die Unternehmen eine schwierige Entscheidung darstellen.



Bild von Peter Abelmann

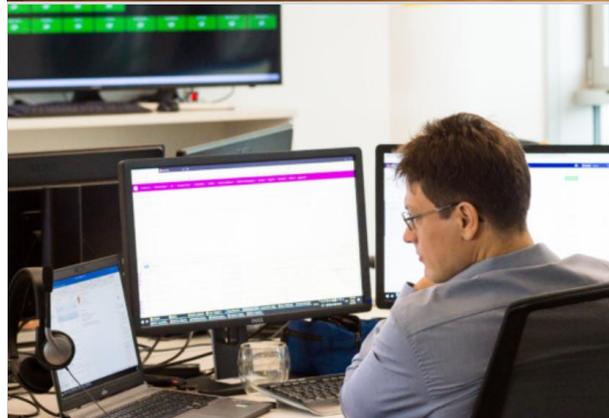
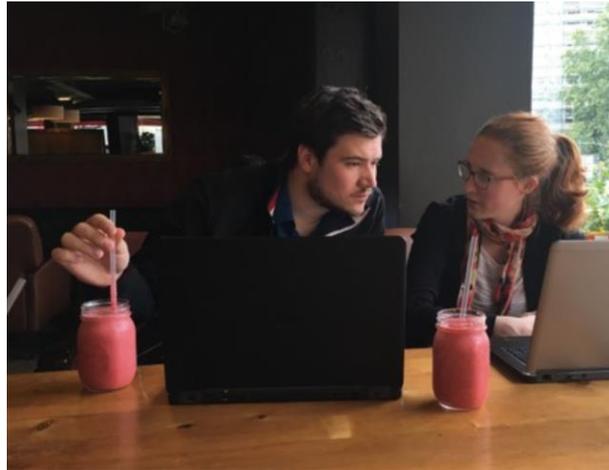
Antriebsalternative	Vorteile	Nachteile
LNG (Flüssiggas)	<ul style="list-style-type: none"> - Reduzierung von Feinstaub - Gute Infrastruktur an Tankstellen 	<ul style="list-style-type: none"> - Keine Reduzierung der CO²-Emissionen
Wasserstoff- und Brennstoffzellentechnologie	<ul style="list-style-type: none"> - Reduzierung der CO²-Emissionen - Weniger Wartung - Staatliche Förderung - Umweltzonentauglich 	<ul style="list-style-type: none"> - Kaum bis keine Tankstellen verfügbar - (nach Industrie) nur geringe Verfügbarkeit - Sehr teuer
Elektromotoren	<ul style="list-style-type: none"> - Reduzierung der CO²-Emissionen - Weniger Wartung - Staatliche Förderung - Lärmreduktion - Umweltzonentauglich 	<ul style="list-style-type: none"> - Wenig geeignete Ladestationen - Sehr teuer - Nur auf Kurzstrecken
Oberleitungs-Systemen	<ul style="list-style-type: none"> - Reduzierung der CO²-Emissionen - Weniger Wartung - Staatliche Förderung - Lärmreduktion - Umweltzonentauglich 	<ul style="list-style-type: none"> - Umstellung der Infrastruktur sehr zeit- und kostenintensiv - Nur festgelegte Strecken sind fahrbar

PRAXISBEISPIEL – KAPAZITÄT MENSCH

Beschreibung & Funktion

In jedem Unternehmen ist und bleibt der Faktor Mensch eine nicht zu unterschätzende Ressource, die besonders nachhaltig genutzt werden sollte.

Ein ergonomisch eingerichteter Arbeitsplatz, der Einbezug von Mitarbeitern und ein gutes Arbeitsklima sind das A und O. Viele Unternehmen setzen bereits auf unternehmenseigene Fitnesskurse, Physio- und Massage-Therapeuten, frisches Obst, ergonomische Stühle bzw. Fahrersitze, große bis mehrere Bildschirme, höhenverstellbare Schreibtische oder Werkzeugbänke, rückschonende Hubwagen und eine noch vieles mehr. Es gibt Aktionen, bei denen die Mitarbeiter angehalten werden mit dem Rad zur Arbeit zu fahren, oder statt dem Aufzug die Treppe zu nutzen.



Anwendungsfälle

Unternehmen, die nicht vollautomatisiert funktionieren, sondern sehr stark von Mitarbeitern abhängig sind.

Kurz – JEDES Unternehmen!

Chancen/Benefits

- Reduzierung von Krankheitszeiten
- Steigerung der Motivation der Mitarbeiter
- Teambuilding
- Mitarbeiter werden angehalten mehr auf sich zu achten
- Wertschätzung der Mitarbeiter

PRAXISBEISPIEL – DIGITALISIERUNG DER SUPPLY CHAIN

Beschreibung & Funktion

Es gibt viele Möglichkeiten und Systeme eine Supply Chain zu digitalisieren und optimieren. Das Unternehmen Setlog hat beispielsweise eine Inbound-Logistik spezialisierte Supply-Chain-Management Software entwickelt, die alle Prozesse der Supply Chain abbildet und digitales Management auf einer zentralen Plattform ermöglicht. Das System OSCA (Online Supply Chain Accelerator) hilft den Überblick aller Daten und Informationen in Echtzeit zu behalten. Zusätzlich werden alle Änderungen, Probleme und Updates live angezeigt. Mit dieser Software wird die zentrale Steuerung aller Prozesse einer Supply Chain abgesichert.



Anwendungsfälle

Eine Digitalisierung der Supply Chain ermöglicht vor allem Transparenz und in diesem Fall besonders die Überwachung in Echtzeit. Immer wieder kommt es zu ungeplanten Verzögerungen Lieferketten, auf welche hierdurch rechtzeitig reagiert werden kann.

Chancen/Benefits

- Nachhaltiges Wirtschaften mit Recourcen
- Bündelung von Informationen
- Schnellere Reaktionszeiten
- Effiziente Steuerung des Datenbestandes
- Schnellere Kommunikation
- Mehr Transparenz über Prozesse
- Reduzierung und Digitalisierung manueller Arbeit
- Lückenloses Monitoring
- Senkung und Kontrolle der Transportkosten



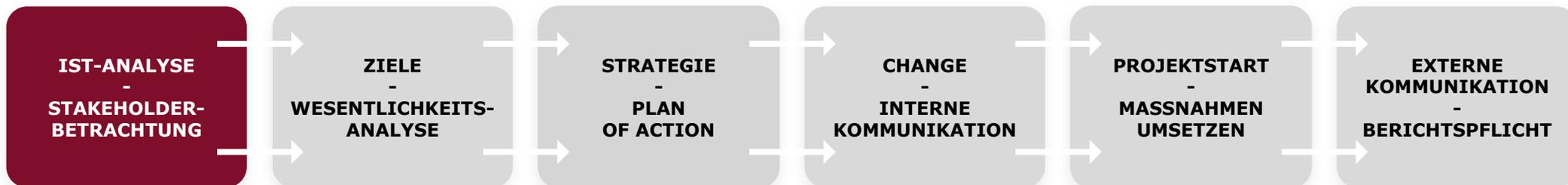
Step by Step

Bild von Fotolia

NACHHALTIGKEIT ÜBERGREIFEND ANALYSIEREN

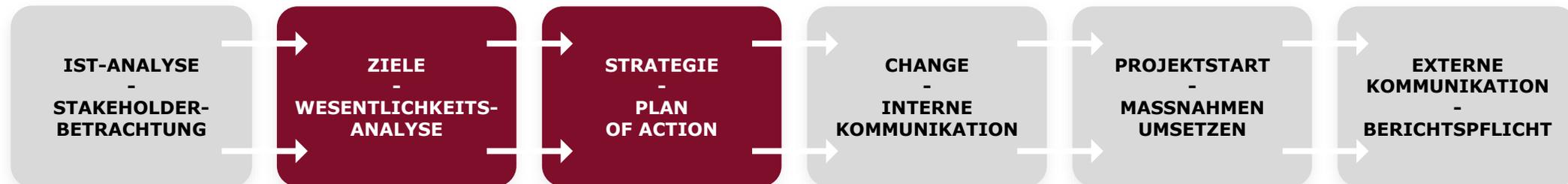
Der Weg zu einem nachhaltigen Unternehmen stellt insbesondere logistische KMU vor oft unüberwindbar scheinende Herausforderungen. Wo anfangen? Wie umsetzen? Wer soll was, wann tun? Was muss man tun, was sollte man unterlassen?

Beginnen Sie immer mit einer sorgfältigen Bestands-Analyse als Ausgangspunkt für die weitere „Routenplanung“ auf Ihrem Weg zu einem nachhaltigen Transport-, Speditions- oder Logistikunternehmen.



PASSENDE ZIELE SETZEN UND EINE STRATEGIE FESTLEGEN

Haben Sie sich mittel- und langfristige Ziele gesetzt?
 Qualitative und/oder quantitative Ziele zeitlich definiert?
 Wie soll der Erreichungsgrad später gemessen und kontrolliert werden?
 Wie sieht die Strategie für die operative Umsetzung aus?

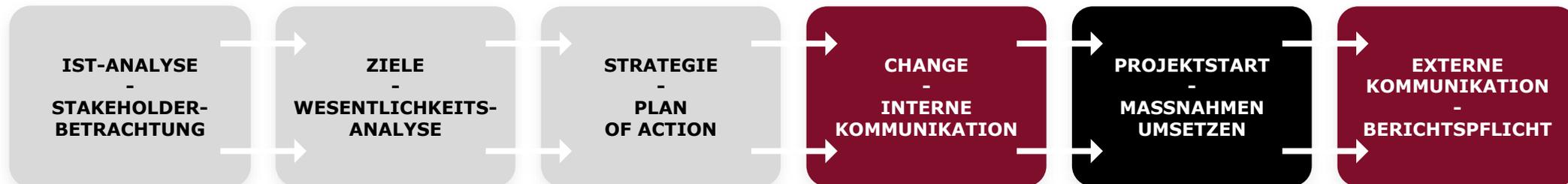


NACHHALTIGKEIT RICHTIG KOMMUNIZIEREN

Nachhaltigkeit bedeutet Change. Deshalb ist eine offene, transparente Kommunikation mit Mitarbeitern aller Ebenen unverzichtbar.

Die Anforderungen zu einer umfassenden integrierten Berichterstattung werden ziemlich sicher steigen und steigen. Allein solche regulatorischen Entwicklungen zwingen die Unternehmen aus dem Transport- und Logistiksektor dazu, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Dazu zählen zunehmend auch Aspekte, die ein Unternehmen nicht selbst verantwortet oder vertraglich gestalten kann, auf die es aber einen Einfluss hat.

Das ist nicht nur „Aufwand“, sondern auch Chance: Von einer offenen Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit profitiert die Zusammenarbeit mit Mitarbeitern, Kunden und allen anderen Stakeholdern. Das gesamte Unternehmen wird besser „gesehen“, sowohl als Unternehmens-, als auch als Arbeitgebermarke.



DOS AND DONT ´S

DOs

Nachhaltigkeit heißt Zukunft denken.
Zukunft denken heißt strategisch denken.

DON´T ´s

- CSR - Projektstart ohne klare Verantwortlichkeiten und Ressourcenplanung
- Fehlende Strategie – Ohne eigenständige Nachhaltigkeits-Strategie gelingt es oft nicht, Nachhaltigkeit im Unternehmen zu verankern.
- Unklare Ziele - Unternehmen setzen sich aus Unsicherheit, keine, zu hohe oder zu wenig ambitionierte Ziele.
- Zu starker Fokus auf Einzellösungen in „erprobten operativen Bereichen“.
- Zukünftige Entwicklungen und Chancen bleiben oft unberücksichtigt.
- Zu wenig interne und externe Kommunikation, insbesondere werden Stakeholder nicht ausreichend betrachtet und beachtet.
- Unzureichende Transparenz - Verlässliche Daten (z.B. Emissionen) entlang der Supply Chain fehlen oder werden nicht genutzt.



Angebote für Mitglieder

BERATUNG

HERZIG bietet Netzwerk-Mitgliedern eine logistikerfahrene Beratung, die hilft, Nachhaltigkeitsprojekte sauber aufzusetzen und erfolgreich umzusetzen. Dabei arbeitet die Kölner Fachagentur eng mit Kompetenzpartnern aus den Bereichen Digitalisierung, Prozessoptimierung und Zertifizierung zusammen. Um eine individuell abgestimmte Nachhaltigkeits-Strategie zu entwickeln, unterstützen wir insbesondere KMU mit der gebündelten Kraft von erfahrenen Logistikspezialisten. Diese siloübergreifende Kompetenz hilft, Chancen, aber auch Risiken zu erkennen, branchen- und regulative Änderungen zu meistern und in operative Prozesse und Mitarbeiterstrukturen zu übersetzen.

NETZWERK-SUPPORT

Das Kompetenznetz Logistik.NRW hat viele Themenspezifische Netzwerke, die sich in regelmäßigen Foren treffen und austauschen. Nachhaltigkeit ist in allen unseren Netzwerken ein wichtiges und immer wiederkehrendes Thema. Weiter gibt es einen Logistiker-Austausch, der alle 2 Wochen mittwochs digital stattfindet.

Unsere Mitglieder unterstützen sich gegenseitig bei Fragen und Projekten.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an Janine Elter (j.elter@logit-club.de) oder an Peter Abelmann (p.abelmann@logit-club.de).

INFORMATIONEN- UND VERANSTALTUNGSANGEBOTE

Im März 2022 startet eine Veranstaltungsreihe, die Ihnen Gelegenheit zur Information und Erfahrungsaustausch bietet sowie die Basis für die weitere Vertiefung der Themen darstellt. Termininfos erfolgen zeitnah.

Auf Basis dieser Veranstaltungen und der Interaktion mit den Teilnehmenden werden die Themen dieses Papers weiter ausgearbeitet und vertieft werden.

KONTAKT



Bild von Glenn Carstens-Peters auf Unsplash

LOG-IT Club e.V.
Janine Elter

Mallinckrodtstraße 320
44147 Dortmund

Tel 0172-6895980

j.elter@logit-club.de

www.kompetenznetzlogistik-nrw.de

www.logit-club.de

LinkedIn:

www.linkedin.com/company/log-it-club-e-v

Twitter: @LogistikNRW

**HERZIG Marketing
Kommunikation GmbH**
**Heike Herzig /
Werner Geilenkirchen**

Hansaring 61
50670 Köln

Tel 02234 9899050

wg@herzigmarketing.de

www.herzigmarketing.de

LinkedIn:

www.linkedin.com/company/herzig-marketing-kommunikation-gmbh/



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW

Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

