LOG-IT Club
Kompetenznetz Logistik.NRW

Verband Verkehrswirtschaft und Logistik Nordrhein-Westfalen e. V.

HERZIG
Marketing for Logistics

Logistik.NRW
Kompetenznetz

LOGISTIK.NRW GREENPAPER

NACHHALTIGKEIT IN DER LOGISTIK

OKTOBER 2022

Bild Adobe

EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft,
Industrie, Klimaschutz und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

LOGISTIK.NRW GREENPAPER

NACHHALTIGKEIT IN DER LOGISTIK
ist ein facettenreiches Thema immenser Bedeutung. Nicht nur der Druck seitens der Verlader 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. Die seit März 2022 laufende Webinar-Reihe 30 Minuten für mehr Nachhaltigkeit bietet die Gelegenheit zur Information und zum Erfahrungsaustausch.

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

Logistik.NRW Kompetenznetz & HERZIG Marketing for Logistics

INHALT

01	Impuls	4
	Was ist Nachhaltigkeit? Basiswissen (SDG, GRI und DNK)	5
	Nachhaltigkeit in allen Bereichen der Logistik (Gebäude, Transport, Flächenverbrauch, IT, Energie, Mitarbeiterpartizipation…)	10
02	Warum nachhaltige Logistik?	11
	Kunden-, Wettbewerbs- und Digitalisierungsdruck	12
	Vermarktungstechnische Aspekte /Tender	13
	Berichtspflicht (CSRD)	14
03	„30 Minuten für mehr Nachhaltigkeit“	16
	Die Webinar-Reihe im Überblick	17
04	Step by Step	29
	Der Weg zu einem nachhaltigen Unternehmen	30
05	Angebote für Mitglieder	34
	Beratung	35
	Netzwerk-Support	35
	Informations- und Veranstaltungsangebote	35
	Kontakt	36

Impuls

Bild von Fotolia

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.

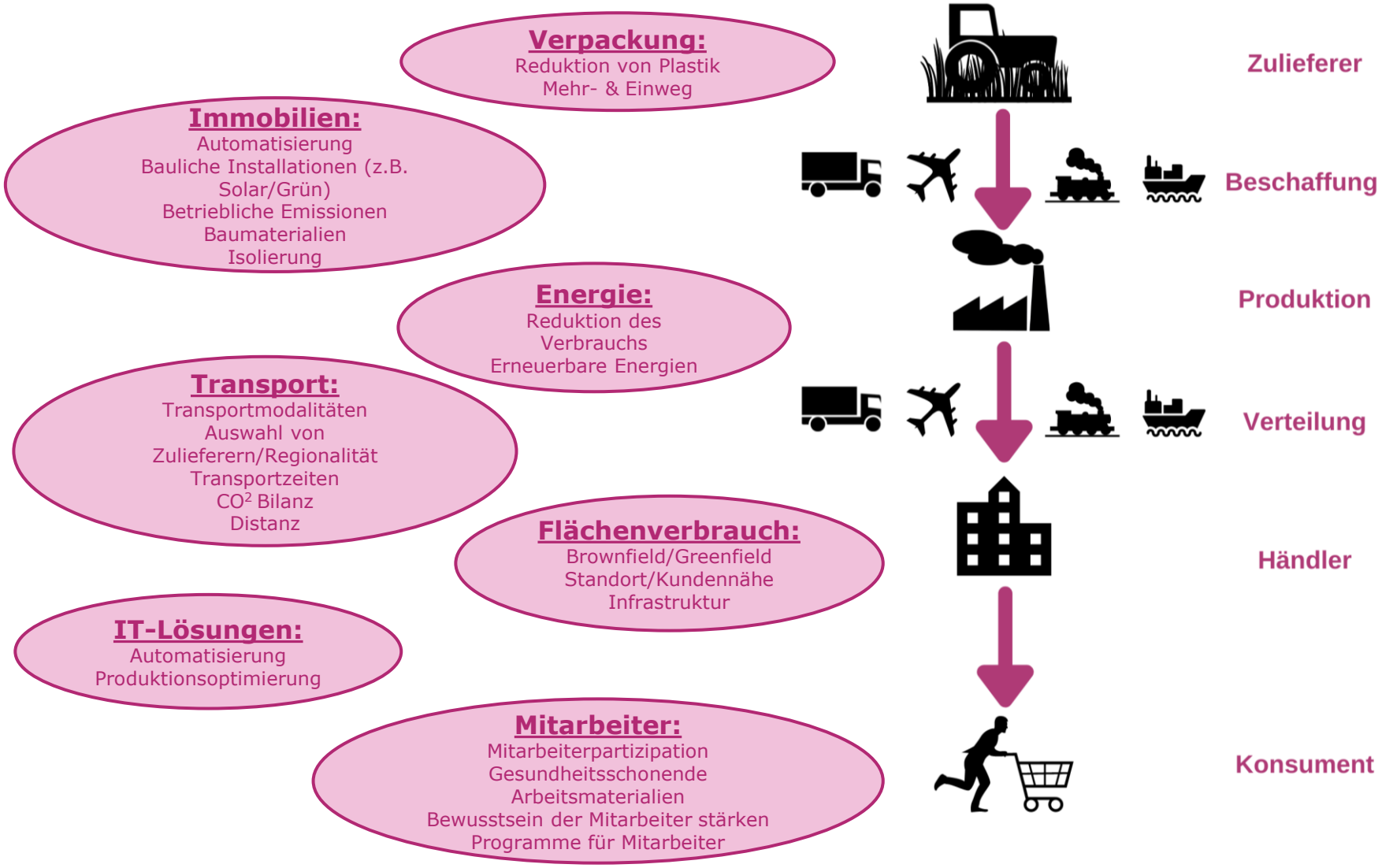
NACHHALTIGKEIT IN ALLEN BEREICHEN DER LOGISTIK

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

CO^2-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

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 Verlader 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 - CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE (CSRD)

Stand: 30.06.2022

Juli 2022
Formale Bestätigung: CSRD

Bis Ende Juni 2023
Verabschiedung der sektor-übergreifenden EU-Bericht-standards als delegierter Rechtsakt.

Bis Ende Juni 2024
Verabschiedung der sektor-spezifischen EU-Berichts-standards, sowie der Standard für KMU und Nicht-EU-Unternehmen.

Ab Januar 2025
Veröffentlichung der Geschäftsberichte zum Berichtsjahr 2024.

Betrifft Unternehmen, die bereits berichtspflichtig im Sinne des CSR-RUG sind.

Ab Januar 2026
Veröffentlichung der Geschäftsberichte zum Berichtsjahr 2025.

Betrifft Große Unterneh-men, die bisher nicht berichtspflichtig im Sinne des CSR-RUG sind.

Ab Januar 2027
Veröffentlichung der Geschäftsberichte zum Berichtsjahr 2026.

Betrifft Börsennotierte KMU, kleine und nicht komplexe Kreditinstitute sowie firmeneigene (Rück)-Versicherungsunternehmen

Ab Januar 2029
Veröffentlichung der Geschäftsberichte zum Berichtsjahr 2028.

Betrifft Nicht-EU-Unter-nehmen mit EU-Niederlas-sungen oder EU-Tochterunternehmen.

Quelle: DNK - ein ausführliches Infoblatt finden sie hier https://www.Deutscher-nachhaltigkeitskodex.De/de-de/home/DNK/CSR-RUG

BERICHTSPFLICHT - CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE (CSRD)

Ab Januar 2025

Veröffentlichung der Geschäftsberichte zum Berichtsjahr 2024.

Das betrifft Unternehmen, die bereits berichtspflichtig im Sinne des CSR-RUG sind.

• Haftungsbeschränkte Unternehmen, die sowohl

1) groß sind, d.h. 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,

2) kapitalmarktorientiert sind, als auch

3) im Jahresdurchschnitt **mehr als 500 Mitarbeiter*innen** beschäftigen.

• Kreditinstitute und Versicherungsunter-nehmen, sofern sie die Kriterien 1 und 3 erfüllen.

Ab Januar 2026

Veröffentlichung der Geschäftsberichte zum Berichtsjahr 2025.

Das betrifft Große Unternehmen, die bisher nicht berichtspflichtig im Sinne des CSR-RUG sind.

• Haftungsbeschränkte Unternehmen, Kreditinstitute und Versicherungsunter-nehmen, 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

Ab Januar 2027

Veröffentlichung der Geschäftsberichte zum Berichtsjahr 2026.

Das betrifft Börsennotierte KMU, kleine und nicht komplexe Kreditinstitute sowie firmeneigene (Rück) –Versicherungs-unternehmen.

• Ausgenommen von der Berichtspflicht für börsennotierte KMU sind Kleinstunter-nehmen,
die definiert werden als 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

Ab Januar 2029

Veröffentlichung der Geschäftsberichte zum Berichtsjahr 2028.

Das betrifft Nicht-EU-Unter-nehmen mit EU-Niederlassungen oder EU-Tochter-unternehmen.

• Auch Nicht-EU-Unternehmen fallen in den Anwendungsbereich der CSRD,
- wenn diese einen Nettoumsatz von über 150 Mio. € innerhalb der EU erzielen
- und mindestens eine EU-Niederlassung oder EU-Tochterunternehmen haben.

Stand: 30.06.2022

Quelle: DNK - ein ausführliches Infoblatt finden sie hier https://www.Deutscher-nachhaltigkeitskodex.De/de-de/home/DNK/CSR-RUG

„30 Minuten für mehr Nachhaltigkeit“

Bild Adobe

FOLGE 1 - INTRO-VERANSTALTUNG

Kontakt:

HERZIG Marketing Kommunikation GmbH

Heike Herzig / Werner Geilenkirchen

Hansaring 61
50670 Köln

Tel 02234-9899050
info@herzigmarketing.de
www.herzigmarketing.de

- Nachhaltigkeit in a nutshell
- Warum nachhaltige Logistik?
  1. Der Druck seitens Kunden steigt
  2. Der Wettbewerbsdruck steigt
  3. Der Digitalisierungsdruck steigt stetig
  4. Die Berichtspflicht
- Die wichtigsten Begriffe kurz erklärt
- Was können KMU tun? – Ein mutmachendes KMU-Erfolgsbeispiel

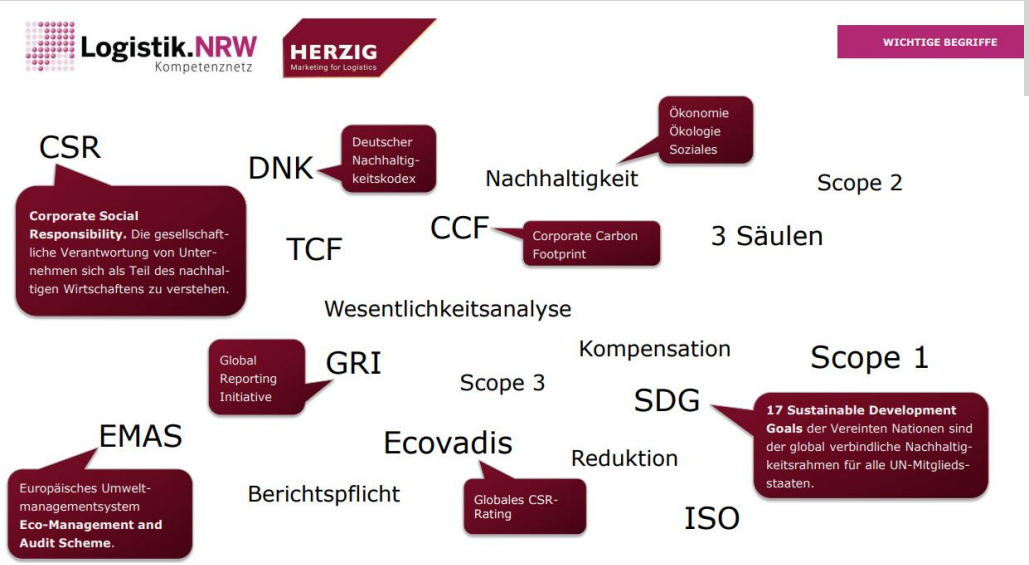


Bild von HERZIG Marketing

FOLGE 2 - RICHTIG STARTEN - WAS TUN? WAS NICHT!

Kontakt:

HERZIG Marketing Kommunikation GmbH

Heike Herzig / Werner Geilenkirchen

Hansaring 61
50670 Köln

Tel 02234-9899050
info@herzigmarketing.de
www.herzigmarketing.de

- Welche Fehler sollte man unbedingt vermeiden?
  1. Priorisieren
  2. Strategie
  3. Ziele
  4. Transparenz
  5. Umsetzung
- Erste Schritte auf dem Weg zur langfristigen CSR-Strategie (CSR-Projekt: Vom IST zum SOLL und zum ersten Bericht)
- Stakeholderanalyse und mehr

Bild von HERZIG Marketing

FOLGE 3 - NACHHALTIGER WERDEN MIT DER BAHN

Kontakt:

DB Cargo AG

Christian Pietzka

Königstraße 57
47051 Duisburg

Tel 020330171276
Mobil 015233125200
www.dbcargo.com/rail-de-de

- Bisher erreichte Ziele in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft
- Nachhaltigkeitsziele in Deutschland und Europa

- Nutzung und Vorteile der Schiene
- Nachhaltigkeitsziele der Deutschen Bahn
- Praxisbeispiele

Bild von DG Cargo AG

FOLGE 4 - REALTIME VISIBILITY

Kontakt:

project44 GmbH

Jonas Korinth

Theresienhöhe 30
80339 München

Tel 0176-62-95-63-16
jkorinth@project44.com
www.project44.de

- Woher kommen die Emissionen
- Wie messe ich am besten die Daten der Supply Chain?
- Emissionsbasierte Entscheidungsprozesse?
- Emissions Visibillity
- Emissionsbasierte Workflow-Lösung
- Erreichen der Nachhaltigkeitsziele
  1. Daten
  2. Reporting
  3. Aktion

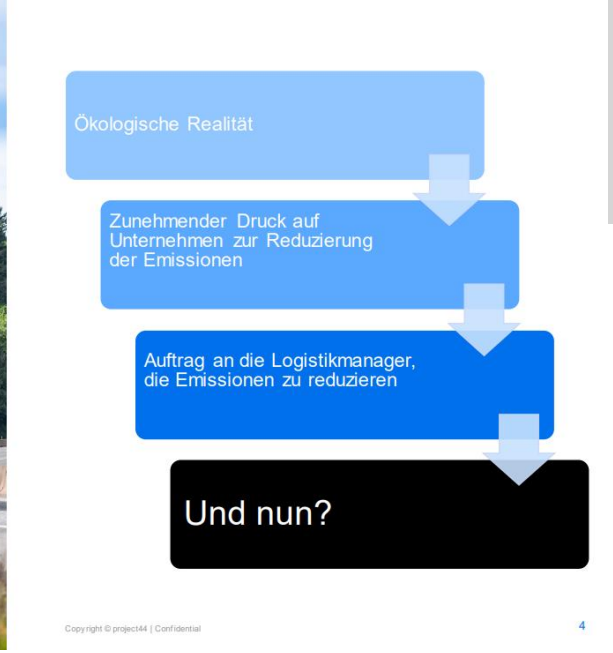


Bild von project44

FOLGE 5 - RESSOURCEN SCHONEN DURCH MEHRWEGLADUNGSTRÄGER + PROZESSOPTIMIERUNG

Kontakt:

EKUPAC GmbH

Ekart Kuhn

Rösrather Str. 2-16
51107 Köln

Tel 0221-86-14-28
ek@ekupac.de
www.ekupac.de

- Re-duce – Re-use
- Mehrweg statt Einweg am Beispiel ESPRIT

- Aktuelle Beispiele für Mehrwegladungsträger

Bild von EKUPAC GmbH

FOLGE 6 - NACHHALTIGE HALLEN BEI GOLDBECK

Kontakt:

GOLDBECK West GmbH
Niederlassung Bochum

Tanja Stautner

Office 51°7
Alte Wittener Str. 50
44803 Bochum

Tel 0234 324 18 – 209
tanja.stautner@goldbeck.de
www.goldbeck.de

- Interne Nachhaltigkeitsziele von GOLDBECK (Klimaneutralität bis 2023)
- Erstellung der CO2-Bilanz des Bauwerks
- Zertifizierung der Nachhaltigkeit
- Fördermöglichkeiten
- Beispiele für Möglichkeiten in nachhaltigen Hallen

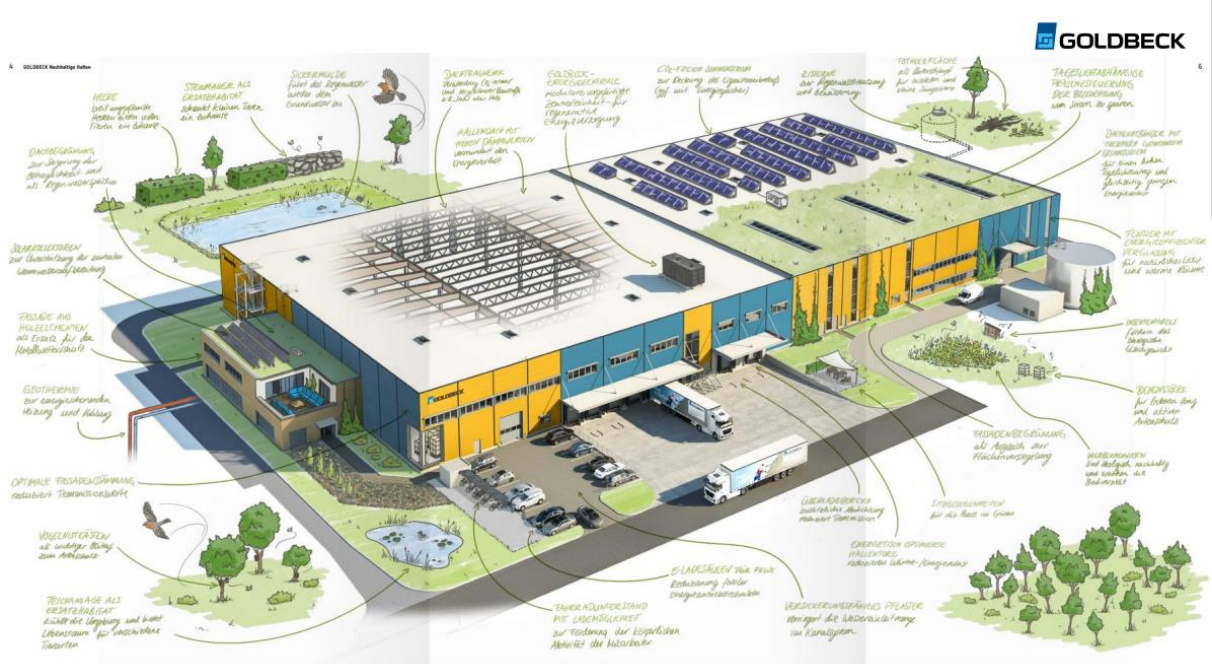


Bild von GOLDBECK GmbH

FOLGE 7 - FINANZEN ALS NACHHALTIGKEITSMOTOR

Kontakt:

Grant Thornton

Frau Dr. Claudia Schrimpf-Dörges /
Herrn Dr. Alexander Budzinski

Johannstraße 39
40476 Düsseldorf

Tel 0211 9524 8605 / -8515
claudia.schrimpfdoerges@de.gt.com /
alexander.budzinski@de.gt.com
www.grantthornton.de

- Warum ESG?
- Künftige Regulatorik
- Grüne Covenants
- ESG Kriterien und Unternehmenswerte
- Ertragsauswirkungen von ESG
- ESG Themen rechtzeitig einbeziehen
- Finanzen als Nachhaltigkeitsmotor

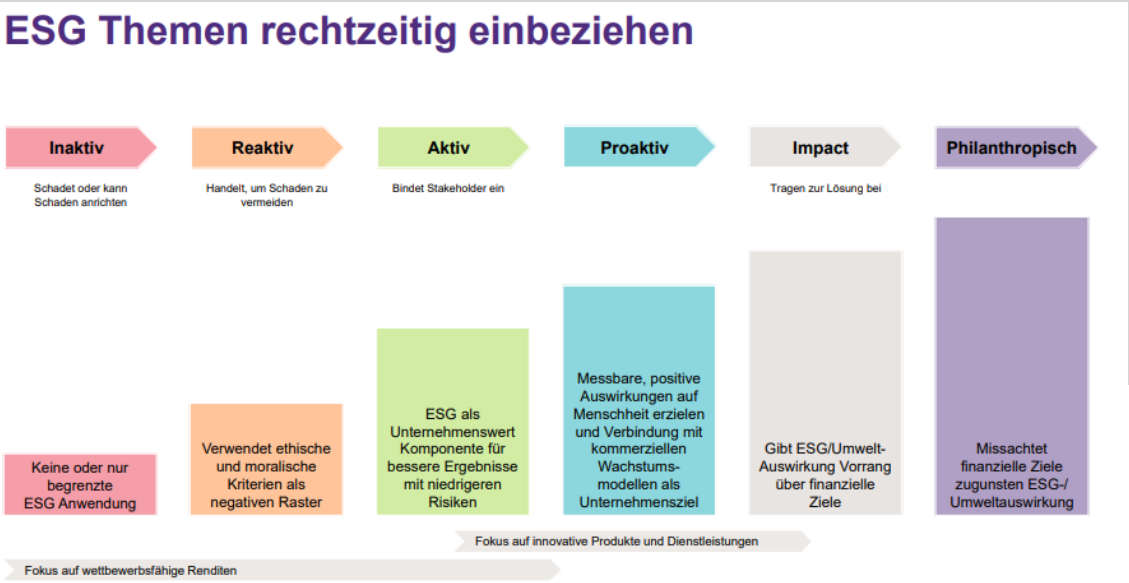


Bild von Grant Thornton

FOLGE 8 - ESG & LIEFERKETTENGESETZ, WAS BEDEUTET DAS FÜR DEN SPEDITEUR?

Kontakt:

KPMG AG

Ulrich Balke / Jens Hartke

Hansaring 61
50670 Köln

Tel 0151 1766 1337 / 0511 8509-5274
ubalke@kpmg.com / jhartke@kpmg.com
www.kpmg.de

- Regulatorik – Steigende Anforderungen
- Key Facts zum „Sorgfaltspflichtengesetz“
- Menschenrechts- und
- Umweltbezogene Risiken im Sinnedes LkSG
- Die Lieferkette im Sinne des LkSG
- LkSG – Vorbereitende Tätigkeiten bis 2023 oder 2024
- LkSG – Lückenanalyse

Bild von KPMG

FOLGE 9 - CARBON FOOTPRINTING UND KLIMABILANZIERUNG IN DER LOGISTIK

Kontakt:

FORLOGIC
(Steinbeis-Beratungszentrum Forwarding and Logistics Center)

Prof. Dr. Dirk Lohre

Eschborner Landstraße 42-50
(Gebäude A – 5.OG)
60489 Frankfurt am Main

Tel 07131/207 345 7
dirk.lohre@forlogic.de
www.forlogic.de

- Ziele auf politischer Ebene
- Relative Emissionsentwicklung in Deutschland nach Sektoren 1990 – 2045
- Carbon Footprinting
- Was wird eigentlich gemessen?
- Corporate Carbon Footprint (GHG und ISO 14064)
- Was ist ernsthaft?
- Praxisbeispiel Emissionen Transportnetzwerk

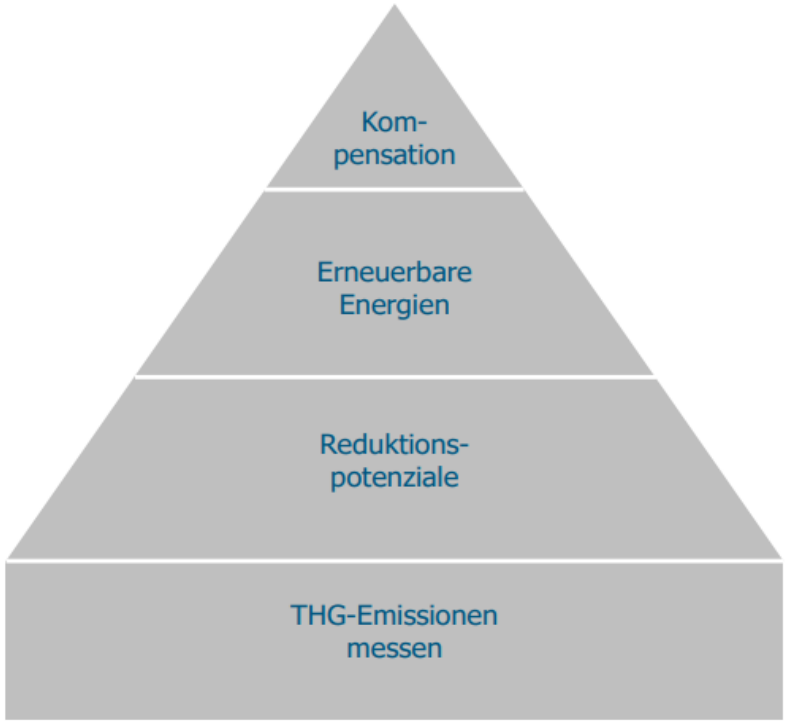


Bild von FORLOGIC

FOLGE 10 - WESENTLICHKEITSANALYSE MIT SDGS

Kontakt:

HERZIG Marketing Kommunikation GmbH

Heike Herzig / Werner Geilenkirchen

Hansaring 61
50670 Köln

Tel 02234-9899050
info@herzigmarketing.de
www.herzigmarketing.de

- Strategisch vorgehen!
  1. IST-Situation analysieren
  2. Wesentliche Themen erkennen
  3. Strategie und Ziele bestimmen

Bild von HERZIG Marketing

FOLGE 11 - EMISSIONEN MESSEN & NACHHALTIGKEIT MANAGEN - EIN ERFOLGSBEISPIEL -

Kontakt:

WAVES S.à r.l.
Florian Bender

9, rue du Laboratoire
L-1911 Luxemburg

Tel 0151-20283425
florian.bender@waves.lu
www.waves-sustainability.com

GEORGI GmbH & Co. KG
Benjamin Herr

www.georgi-transporte.com

- Problemstellung – Das Unternehmen GEORGI
- Ziele & Ansatz
- Vorgehen - Warum WAVES?
- Umsetzung
- Ergebnisse

- Ziele für die Zukunft

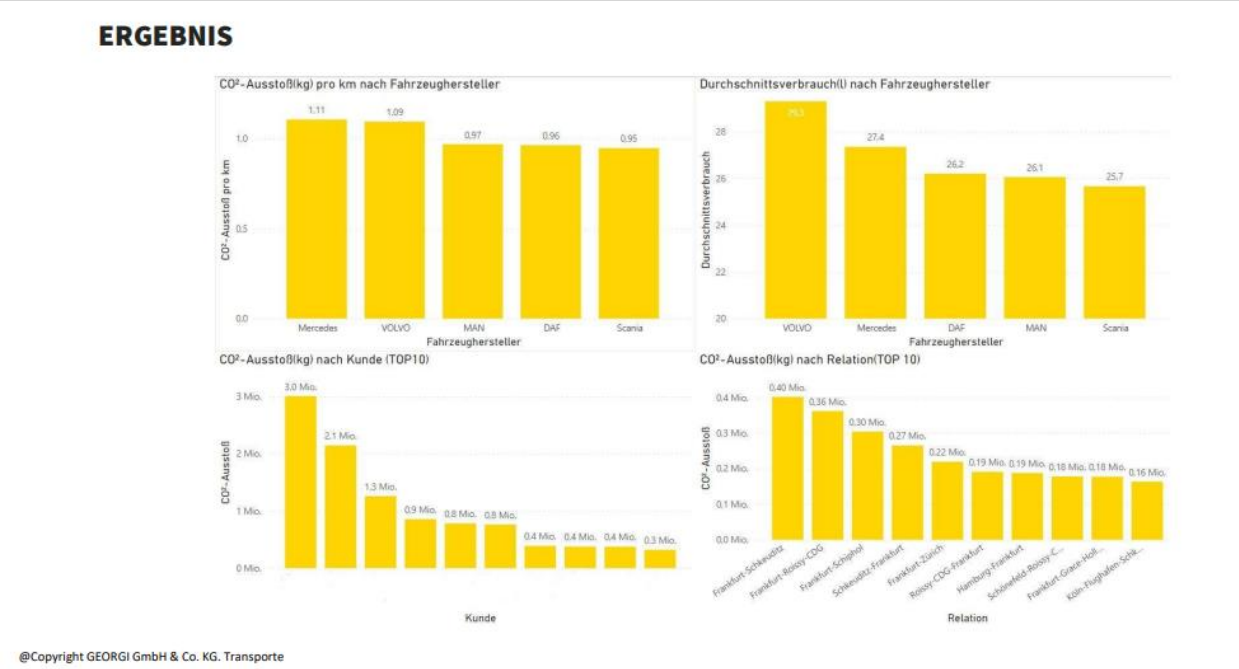


Bild von GEORGI GmbH & Co. KG

FOLGE 12 - SENKUNG DER BETRIEBSKOSTEN UND DES CO^2 AUSSTOßES IN LOGISTIKHALLEN

Kontakt:

ETAPART AG

Markus Meyer

Etapartstraße 1
03253 Tröbitz

Tel 003 53 26-983-34
markus.meyer@etapart.de
www.etapart.de

- Heizen wie die Sonne – Infrarot Dunkelstrahler
- Vermeidung des Warmluftpolsters unter der Decke
- Beispiele für Hallenheizungs- und Lüftungsanlagen

Hallenheizungs- und Lüftungsanlagen nach den Anforderungen der Energiesparverordnung 2016 (EnEV) und des Erneuerbare-Energien-Wärmegesetz (EEWärmeG).

Nichtwohngebäude: höher 4m, größer 50m² u. 12 °C bis 19°C

A: Einsatz **erneuerbarer Energien**, oder

B: **Senkung Primärenergiebedarf** gegenüber Referenzgebäude (Potsdam)

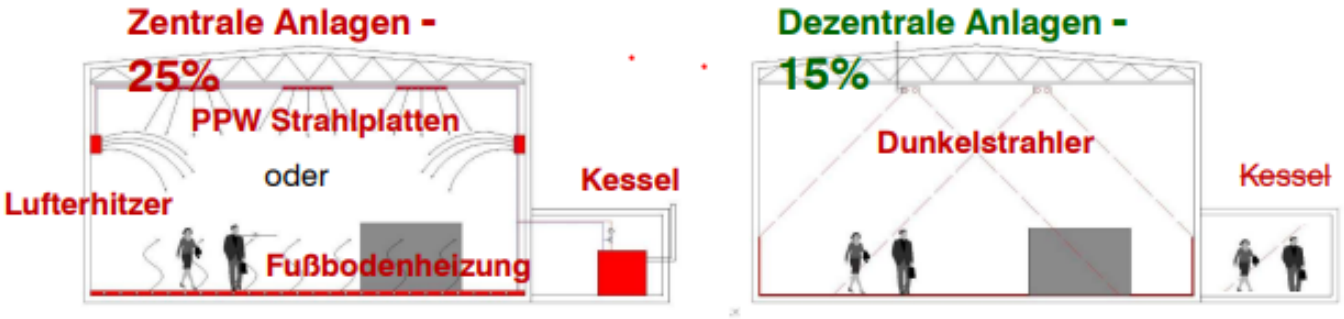


Bild von ETAPART

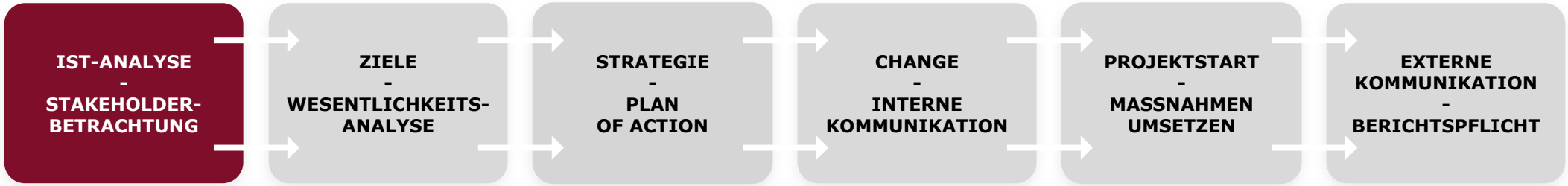
Step by Step

Bild von Fotolia

NACHHALTIGKEIT ÜBERGREIFEND ANALYSIEREN

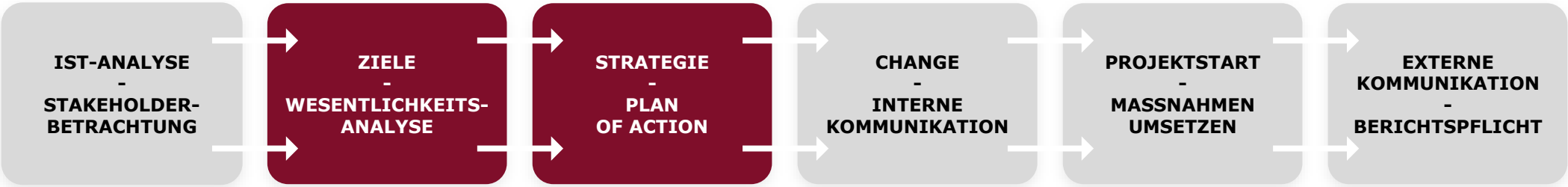
Der Weg zu einem nachhaltigen Unternehmen stellt insbesondere logistische KMU vor oft unüberwindbar scheinende Herausforderungen. Wo anfangen? Wie umsetzen? Wer soll was, wann tun? Was muss man tun, was sollte man unterlassen?

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?

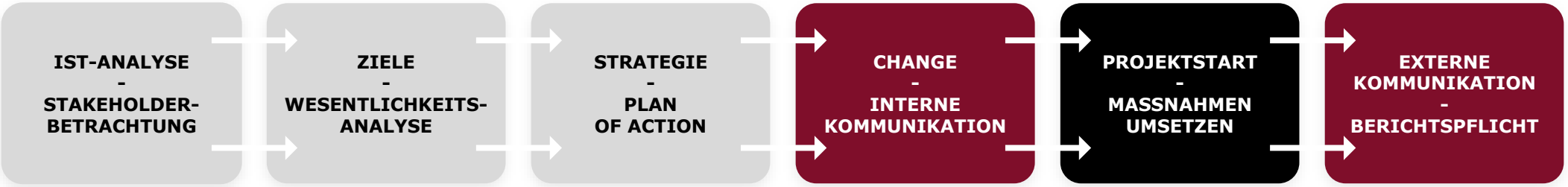


NACHHALTIGKEIT RICHTIG KOMMUNIZIEREN

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

Die Anforderungen zu einer umfassenden integrierten Berichterstattung steigen. Die regulatorischen Entwicklungen zwingen alle Unternehmen aus dem Transport- und Logistiksektor dazu, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Dazu zählen 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 CSR-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

Bild von fotolia

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.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an Heike Herzig (hh@herzigmarketing.de) oder an Werner Geilenkirchen (wg@herzigmarketing.de).

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).

INFORMATIONS- UND VERANSTALTUNGSANGEBOTE

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.

Die seit März 2022 laufende Webinar-Reihe 30 Minuten für mehr Nachhaltigkeit bietet die Gelegenheit zur Information und zum Erfahrungsaustausch.

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, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen