

# Der Zukunft verpflichtet

**STRATEGIE** Das Prinzip Nachhaltigkeit wird auch in der Chemiebranche immer wichtiger. Viele Hersteller und Dienstleister haben sich bereits darauf eingestellt.

Es gibt heutzutage kaum eine Branche, die sich nicht das Thema „Nachhaltigkeit“ auf die Fahne geschrieben hat. In der Diskussion um diesen fast schon inflationär eingesetzten Ausdruck geht es dabei meist um Ökologie und Klimaschutz. Doch das greift zu kurz. Viele Branchen verstehen unter Nachhaltigkeit ein viel umfassenderes Konzept.

So zum Beispiel die Chemiebranche in der Initiative „Chemie3“, die vom Verband der chemischen Industrie (VCI), der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) und vom Bundesarbeitgeberverband Chemie (BAVC) ins Leben gerufen wurde. Nachhaltigkeit gilt hier als Verpflichtung gegenüber jetzigen und künftigen Generationen sowie als Zukunftsstrategie, in der die Faktoren wirtschaftlicher Erfolg, soziale Gerechtigkeit und ökologische Verantwortung verknüpft sind.

Selbst im Hinblick auf die Logistik, die ebenfalls von diesem Konzept erfasst wird, geht es nicht nur um ökologische Aspekte wie CO<sub>2</sub>-Einsparungen. So hat der VCI-Ausschuss Logistik eine

Checkliste für die Unternehmen entwickelt, mit der die Firmen selbst bewerten können, welche Relevanz die unterschiedlichen Aspekte der Nachhaltigkeit für sie haben. Die Checkliste erfasst zum Beispiel die Bereiche Standortlogistik, das Lager oder die Analyse der Warenströme. So können die Unternehmen unter anderem prüfen, ob soziale Einrichtungen



wie Wasch- und Ruheräume für Fahrer bestehen, wie es um den Lärmschutz bestellt ist und ob Natur- und Landschaftsräume geschützt sowie Anstrengungen unternommen werden, die Emissionen in der Logistik zu reduzieren. „Mit Blick auf die Logistikdienstleister können die Chemieunternehmen einschätzen, ob diese zum Beispiel die Kriterien der unterschiedlichen VCI-Anforderungsprofile zum Verkehr erfüllen, moderne Fahrzeuge nutzen und ob das Personal geschult wird. Wir haben den Eindruck, dass dieses Instrument von unseren Mitgliedsunternehmen sehr intensiv genutzt wird“, erklärt Monika von Zedlitz, Pressesprecherin des Chemieverbands.

### Faktor zur Imagebildung

Auch die Logistikdienstleister befassen sich seit Langem mit dem Thema Nachhaltigkeit. Und das nicht nur, weil die Kunden aus der chemischen Industrie dies vorantreiben. „Das Prinzip Nachhaltigkeit ist ein genereller Trend, dem sich keine Branche entziehen kann. Dabei spielen viele Motive eine Rolle, nicht nur der Wunsch der Kunden“, erklärt Jörg Roth, Leiter des Referates Gefahrgutlogistik, Sicherheit, Umwelt und Technik beim Deutschen Speditions- und Logistikverband (DSLIV). Die Einsparung von Kohlendioxid und damit die Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs dürfte dabei für die Transportbranche das wichtigste Motiv für den Trend zur „grünen Logistik“ sein. Denn das schont nicht nur die Umwelt, sondern senkt auch die Kosten und ist – richtig kommuniziert – ein wichtiger Faktor zur Imagebildung.

Seit dem vergangenen Jahr können Unternehmen den Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen ihrer Transporte nach dem EU-weit einheitlichen Standard DIN EN 16258 ermitteln. Auf der Grundlage der gewonnenen Daten lassen sich Einsparpotenziale und Verbesserungsmöglichkeiten identifizieren. Aktive Unterstützung erhalten die Unternehmen dabei vom DSLIV. „Als einer der ersten Verbände haben wir einen Leitfaden für die praktische Umsetzung der DIN EN 16258 entwickelt“, so Roth.

Doch auch ohne Norm gibt es zahlreiche Fortschritte hin zur „grünen Logistik“. So konnte der Hamburger Logistiker Hoyer zwischen 2009 und 2012 seine CO<sub>2</sub>-Emissionen um rund 20 Prozent reduzieren, vor allem durch die Konzentration auf das Geschäftsfeld der intermodalen

Verkehre. Und das Unternehmen hat ehrgeizige Ziele: Bis zum Jahr 2020 soll der Kohlendioxidanteil pro Tonnenkilometer um weitere 25 Prozent gesenkt werden.

### Ökonomisch, ökologisch und sozial

Verantwortlich für das Thema ist bei Hoyer die Abteilung safety, health, environment and quality, die im vergangenen Jahr den ersten „HOYER Sustainability Report“ mit Kennzahlen zu Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit herausgab. Darüber hinaus beteiligt sich der Dienstleister im Bereich Transport, Reinigung und Lagerung an dem „Responsible Care Program“ der chemischen Industrie und ist aktives Mitglied der Transportlogistik-Plattform „Green Freight Europe Initiative“. „So werden ökonomische, ökologische und soziale Aspekte der Nachhaltigkeit gleichermaßen berücksichtigt“, heißt es aus dem Hause Hoyer. Mit seinem Bemühen um Nachhaltigkeit ist Hoyer nicht allein. Bereits im Jahr 2010 beschäftigte sich die Nachhaltigkeitsbeauftragte der Spedition Kube & Kubenz, Carolyn Kleinjohann, in ihrer Bachelorarbeit mit unternehmensinternen Maßnahmen und Kennzahlen nachhaltiger Logistik des Speditors. Die Bundesvereinigung Logistik zeichnete sie dafür mit dem Thesis Award aus.

### Nicht nur die Großen

„Größere Logistikunternehmen sind bei diesem Thema in der Öffentlichkeit sichtbarer. Doch Nachhaltigkeit ist kein Alleinstellungsmerkmal der Großen“, so Jörg Roth vom DSLIV. Bestes Beispiel ist die mittelständische Spedition Fritz aus Heilbronn: Durch den Einsatz von Photovoltaikanlagen und emissionsarmen Fahrzeugen, die Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs durch Fahrerschulungen oder die Optimierung der Fahrzeugauslastung konnte die Spedition die CO<sub>2</sub>-Emissionen senken. Dies hat das Unternehmen auf der Grundlage zahlreicher Zertifizierungen wie ISO 14001 und CargoLine



## Eine lange Tradition

Im Jahr 2013 feierte der so modern erscheinende Begriff Nachhaltigkeit, englisch sustainability, bereits seinen 300. Geburtstag. Der Rechts- und Staatswissenschaftler Hans Carl von Carlowitz (1645-1714) verfasste in seiner Eigenschaft als Leiter des Sächsischen Oberbergamtes im Jahr 1713 das erste geschlossene Werk über Forstwirtschaft, in dem erstmals von „nachhaltende(r) Nutzung“ die Rede ist. Gemeint ist damit eine Nutzung von Ressourcen, bei der die Beständigkeit und die natürliche Regenerationsfähigkeit eines Systems im Vordergrund stehen. Und dieses Handlungsprinzip dürfte bereits wesentlich älter sein als die erste urkundliche Erwähnung und lässt sich zum Beispiel für das Münsterland in der Markenordnung zu Anfang des 14. Jahrhunderts nachweisen.

Partner nachgewiesen und wurde dafür mit dem Dekra Award 2013 in der Kategorie „Green Logistics“ ausgezeichnet.

### Kaum höhere Preise möglich

Auch die Kundenwünsche sind ein wichtiger Treiber für das Bemühen um Nachhaltigkeit in der Logistikbranche. Nach einer aktuellen Logistikstudie der Managementberatung Horvarth und Partners vergleichen die Kunden längst nicht mehr nur die Preise, sondern achten immer mehr auf ökologische und soziale Faktoren. Knapp die Hälfte der 48 befragten Logistikunternehmen sieht daher Nachhaltigkeit als entscheidenden Faktor für die eigene Wettbewerbsfähigkeit. 84 Prozent glauben, dass das Thema künftig eine hohe oder sehr hohe Bedeutung haben werde. Und 70 Prozent der Befragten waren bereits mit Anfragen zu nachhaltigen Dienstleistungen konfrontiert. Allerdings lassen sich durch vorbildliche „Green Logistics“ keine höheren Preise rechtfertigen. Nur jeder Dritte gab an, für ausgesuchte nachhaltige Leistungskomponenten tatsächlich höhere Marktpreise durchsetzen zu können. Und wenn Preisaufschläge möglich seien, so blieben diese unterhalb der Zwei-Prozent-Marke.

### Dagmar Ziegner

Fachjournalistin, Schwerpunkt Logistik

**Bis 2020 will die Spedition Hoyer den Kohlendioxidanteil um weitere 25 Prozent senken.**