

„Zukunftstrend Nachhaltige Logistik“: Aussagen von Experten aus Wissenschaft und Industrie

A. Denny Ellerman, ehemaliger Leiter des Center of Energy and Environmental Policy Research am Massachusetts Institute of Technology (MIT), sagt, dass die Festsetzung von Preisen für Emissionen zu einer nachhaltigeren Nutzung der Ressourcen führen wird:

„Das gemeinsame und charakteristische Merkmal marktbasierter Methoden besteht darin, für Emissionen einen Preis festzusetzen. [...] Wie bei von Natur aus knappen Gütern sorgt das Vorhandensein eines Preises dafür, dass Nutzer – sowohl Produzenten als auch Konsumenten – sparsamer mit ihnen umgehen.“

Robert de Souza von der Universität Singapur, Zhou Rong vom Sustainable Supply Chain Centre Asia Pacific und Laura Bolton von DHL Supply Chain zeigen in einem gemeinsam erstellten Beitrag die Rolle und Verantwortung der schnell wachsenden asiatischen Wirtschaft auf:

„Die schnelle Industrialisierung asiatischer Länder wird einen starken Anstieg der CO₂-Emissionen mit sich bringen. Daher besteht in Asien, insbesondere im Bereich Transport und Logistik, ein zunehmender Bedarf an klimafreundlichen Lösungen [...] In China werden zwar nur 5,5 Prozent aller Kraftfahrzeuge des Landes in der Transportbranche eingesetzt, es entfallen aber dennoch über 30 Prozent des gesamten chinesischen Erdölverbrauchs auf diesen Sektor.“

Otfried Höffe, Professor für Philosophie an der Universität Tübingen, fordert einen kulturellen Wandel hin zu einem energiesparenden Lebensstil:

„Was wir brauchen ist eine wirkliche Kehrtwende, einen regelrechten kulturellen Wandel von einem energieintensiven hin zu einem energiesparenden Lebensstil. Hier bewegen sich die Überlegungen allzu oft im Kreis, vom Klima zur Energie und wieder zum Klima. In Wirklichkeit brauchen wir jedoch ein Quadrat, dessen vier Ecken aus Klima, Energie, politischer Abhängigkeit/Unabhängigkeit und nationaler Wirtschaft bestehen.“

Detlef Sprinz, Wissenschaftler am Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung, glaubt

an eine „Sandwich-Lösung“ mit starken Anreizen zur Innovation als realistische Möglichkeit zum Umgang mit dem Klimawandel.

„Eine Kombination aus Top-Down- und Bottom-Up-Methoden – die „Sandwich-Lösung“ – für den Umgang mit dem Klimawandel kann eine realistische Option für die absehbare Zukunft sein [...]. Für den Transportsektor kann [dies] die Festsetzung einer weltweiten Obergrenze für den Sektor bedeuten, verbunden mit Innovationen auf Unternehmens- und Branchenebene. [...] Durch dezentrale Anreize für das Experimentieren mit sozialen, wirtschaftlichen und technologischen Innovationen, können wir uns den Unternehmergeist zunutze machen.“

Lars Siebel, Leiter Global Purchasing Logistics der Henkel AG & Co. KGaA, erläutert, wie nachhaltige Logistikanbieter für ein globales Unternehmen eine Wertsteigerung bewirken können:

„Besonders interessant für Henkel sind [*Logistik-*] Anbieter mit einem umfassenden betrieblichen Carbon-Accounting-System. Die Feststellung der CO₂-Bilanz ist für uns deshalb besonders wertvoll, weil wir dadurch unsere Wertschöpfungsketten verstehen und Emissionsherde und weiteres Verbesserungspotenzial identifizieren. Dies hilft uns dabei, die Vorteile neuer Projekte mit unseren Business Partnern zu besprechen und auf zunehmende Datenanfragen der Industrie- und Einzelhandelskunden zu reagieren.“

Rainer Wend, Leiter des Zentralbereichs Politik und Nachhaltigkeit bei Deutsche Post DHL, weist darauf hin, dass Nachhaltigkeitskompetenz nicht nur intern Vorteile bietet, sondern Logistikanbietern auch ermöglicht, ihren Kunden zu mehr Nachhaltigkeit zu verhelfen:

„Mit der Erfahrung, die wir gewonnen haben, als wir unsere eigenen Geschäftsprozesse nachhaltiger gestaltet haben, helfen wir unseren Kunden bei der Einführung von Geschäftsmodellen mit geringen CO₂-Emissionen. Deutsche Post DHL hat als erstes Logistikunternehmen CO₂-neutrale Versandprodukte angeboten und seine Innovationen gebündelt, um nachhaltige Lösungen für die Branche zu entwickeln.“

Petra Kiwitt, Executive Vice President DHL Solutions & Innovations bei Deutsche Post DHL, erläutert, wie die Umsetzung eines umfassenden Konzepts für innerstädtische

Logistik das Zusammenspiel zahlreicher Akteure erforderlich macht:

„Manche der zuvor beschriebenen Maßnahmen können zwar von einzelnen Kunden oder Logistikanbietern umgesetzt werden, die innerstädtische Logistik ist jedoch ein Musterbeispiel dafür, dass Kunden des Logistikanbieters - Einzelhändler, Behörden, Stadtverwaltung - und Logistikanbieter eng zusammenarbeiten und sich im Voraus abstimmen müssen.“