



FIT FÜR
VERÄNDERUNG



Nachhaltigkeit als Herausforderung in Wertschöpfungsketten und Logistik



Das Thema Nachhaltigkeit rückt immer stärker in den Fokus unsere Gesellschaft. Unternehmen, Lieferanten und Kunden machen Ihre Kaufentscheidung für ein Produkt, immer öfter vom nachhaltigen Einsatz und Umgang von Ressourcen abhängig.

Corporate Social Responsibility

Die gesellschaftliche und soziale Verantwortung von Unternehmen

Die Aufgabe spiegelt sich entlang der kompletten Wertschöpfungskette und Logistik wieder:

Produktion oder Dienstleistung

- zu entwerfen,
- herzustellen,
- zu verkaufen,
- Auszuliefern oder
- zu betreuen

Wirtschaft unterliegt stetigem Wandel

1 Produktion

Nutzen weniger lokale und regionale Wirtschaftskreisläufe



internationalen Wertschöpfungsketten

Anzahl und Breite der Produkte und Unternehmen steigt weiter



Schwefeldioxid

Ein Beispiel

15 größten Seeschiffe der Welt stoßen
jährlich mehr Schwefeldioxid aus ...



... als alle 760 Millionen Autos weltweit!



Schwefeldioxid

Ein Beispiel



- Schweröl enthält 3500 Mal so viel Schwefel wie im europäischem Straßenverkehr erlaubt ist
- 40.000 Handelsschiffe weltweit
- Kreuzfahrtschiffe nutzen auch Schweröl
- 80% haben keine Abgasreinigung

Produktions- und Logistikstrategien

... sind immer direkt und indirekt, gemein- und gesamtwirtschaftlich relevant



Ökonomischen Folgen

- Stau und Engpässe in unseren Verkehrssystemen
- Steigende Energiekosten



Soziale Folgen

- Zunahme von Verkehrsunfällen
- Schlechtere Arbeitsbedingungen



Ökologischen Folgen

- Ressourcenverbrauch
- Luft- und Lärmemission
- Flächenverbrauch für Anlagen und infrastruktur

Produkte

Mit hohen Ressourcen, Energiebedarf oder Bedingungen

Landwirtschaft

- Fleischproduktion
- Biotreibstoff

Textilherstellung

- Färben
- Arbeitsbedingungen

Elektronik

- Handyproduktion
 - Edelmetalle
 - Arbeitsbedingung

Ziel

Herausforderung für Unternehmen, Strategien und Konzepte entwickeln, die die



ökonomischen,



sozialen und



ökologischen Folgen

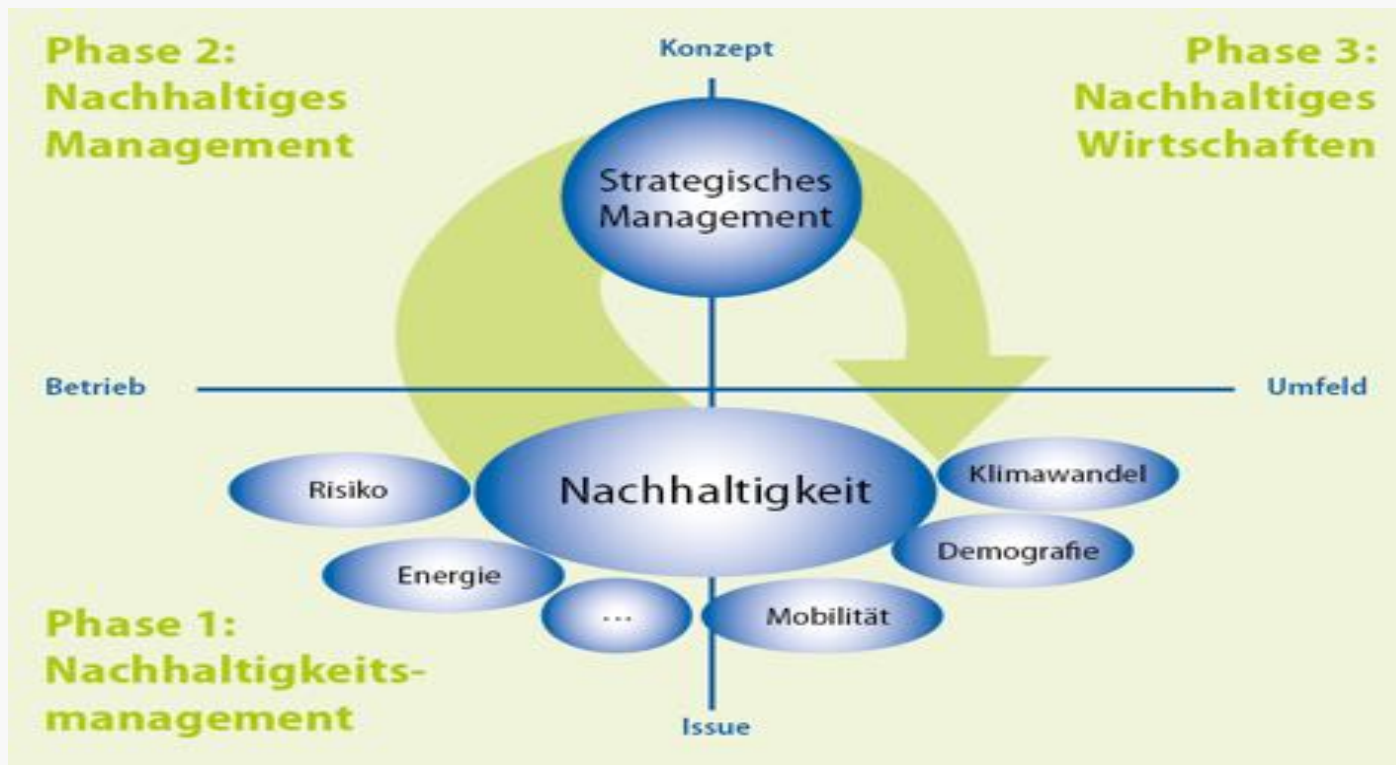
positiv beeinflussen bzw. reduzieren

Nachhaltigkeit ist ein Lernprozess

- Erhält seine Dynamik aus den thematischen und Einbindung von Anspruchsgruppen
- Unternehmen müssen Ihre Ziele und Anstrengung in die Netzwerke einbringen
- Nur so kann Nachhaltigkeit effizient und erfolgreich umgesetzt werden!

Phasenmodell

Der ZNU nach Dr. Christian Geßner

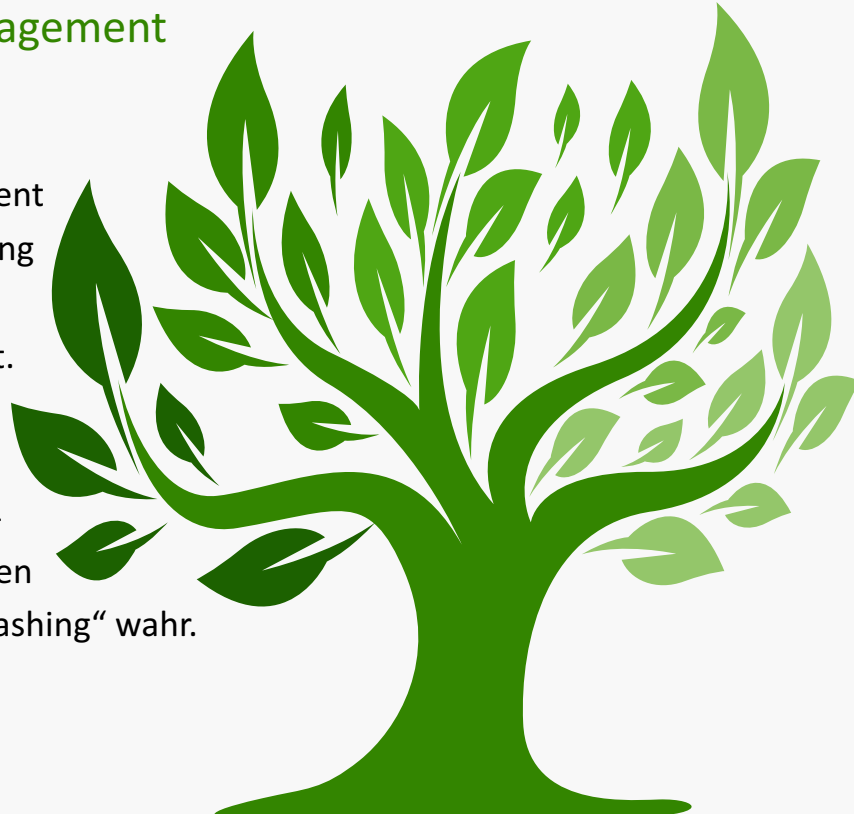


Phase 1

Nachhaltigkeitsmanagement

Bislang wurde das Nachhaltigkeitsmanagement als PR wirksame Darstellung von Projekten eines Unternehmens betrachtet.

Fehlt die Einbindung in systematischen und langfristigen Projekten, nehmen wir es heute als „green washing“ wahr.



- **Klimawandel**
wird durch die Rahmengesetzgebung und/ oder Anforderungen von Verlager/ Empfänger immer relevanter
- **EU Ziel**
Die verkehrsbedingten Emissionen bis 2050 um 60% gegenüber 1990 senken
- **Transparenz**
Umsetzen von Maßnahmen die dem gerecht werden können: z.B: Fuhrpark
- **Beispiel**
 - DP: Elektrofahrzeuge
2016 = 2000 Stück, 2017 = Ziel, Anzahl verdoppeln
 - Letzte Meile: Einsatz von Lastenfahrräder

Phase 2

Nachhaltiges Management

Gemeint ist die strategische Nachhaltigkeit, welches in allen Bereichen des Management systematisch integriert wird.

Aus eigener Kraft können nicht alle Anforderungen und Ziele umgesetzt werden.

Es werden Kooperationen mit Netzwerken, Lieferanten und Kunden benötigt!

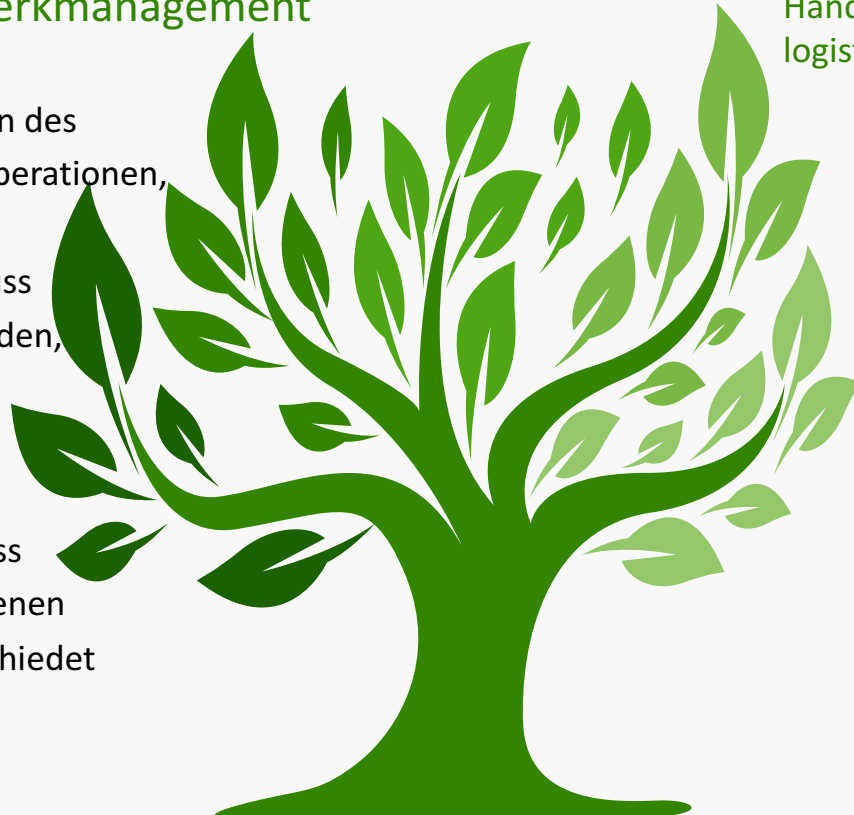


- **Umweltmanagement Systeme**
Wie z.B. EMAS, ISO 14001, andere
- **Nachhaltigkeitsberichterstattung**
Wie z.B. GRI, DNK, IÖW, andere
- **Berücksichtigung**
Der ökonomischen, ökologischen und sozialen Ziele gleichermaßen
- **Leitbild**
 - Welches Nachhaltigkeit beinhaltet
 - Runterbrechen auf alle unternehmerischen Ebenen
 - Berücksichtigen, nicht in Abhängigkeit von Partner zu sein

Phase 3a

Nachhaltiges Netzwerkmanagement

Leitideen über die Grenzen des Unternehmens in die Kooperationen, Kunden und Lieferanten zu tragen. Gemeinsam muss darüber nachgedacht werden, wie die gesetzlichen Anforderungen erreicht werden können. Das kann auch heißen, dass man sich von lieb gewonnenen Errungenschaften verabschiedet



Handlungsspielraum durch neue logistischer Warenflussmodelle

- Optimierung von Kooperationen
 - Transport- und Lagernetzwerke
- Verbesserung der Auslastung
- Reduzierung der Fahrzeugleistungen
- Optimierung der Produktions- und Standortstrukturen
 - Transportleistungen insgesamt reduzieren

Phase 3b

Nachhaltiges Wirtschaften

Hier soll berücksichtigt werden, dass das Leitbild nachhaltiger Entwicklung für alle Akteure einer Volkswirtschaft gleichermaßen gilt. Das heißt, ein rationaler Umgang mit knappen Ressourcen, damit auch zukünftige Generationen Ihre Bedürfnisse befriedigen können.



Unternehmens Verantwortung

- unternehmerische Verantwortung
- Auswirkungen unternehmerischen Handelns auf die Gesellschaft

Ziel

Ergebnisse aus Netzwerkmanagement veröffentlichen und gemeinsam mit Experten neue Strategien und Maßnahmen entwickeln, die den Klimawandel bekämpfen.

Ökologische Maßnahmen



- Energieeffizienz von nicht erneuerbaren Ressourcen hat ein zentrales Thema in der Logistik.
- Negative Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesundheit.
- Ziel ist eine verbesserte Energiebilanz, die z.B. erreicht wird durch:
 - verbesserte Energieversorgung
 - Reduzierung des Wärmebedarfs
 - Einsatz alternativer Energieträger

Maßnahmen

- Fuhrparkumstellung, alternative Antriebsformen
- Routenoptimierung
- Alternative Verkehrsträger
- Optimierung der Kapazitätsauslastung
- Unternehmensübergreifende Kooperationsmodelle

Ökonomische Maßnahmen



Wichtige Bestandteile sind die Integration der Kriterien

- Supply-Chain-Management und
- Innovationsmanagement.

Beide erweitern die Möglichkeiten des einzelnen Unternehmens.

Weitere Maßnahmen

- Nachhaltige Ausschreibungspraxis für Zulieferer und Dienstleister
- Umfassende Nachhaltigkeitskommunikation im Markt
- Einführung von Zertifizierungen, z.B. Umweltmanagement, DNK



Soziale Maßnahmen



Globalisierung stellt neue Kompetenzanforderung. Interkulturelle Kompetenz und Kommunikation, Führung auf Distanz oder Fremdsprachen. Noch immer ist der Ruf nach fehlenden Fachkräften nicht zu überhören.

Maßnahmen

- Aus- und Weiterbildung
- Förderung von Menschenrechten innerbetrieblich sowie in allen Supply-Chain-Beziehungen
 - Schutz- und Sorgfalt, Gleichbehandlung, bürgerliche und politische Rechte
- Kundenorientierung
 - Kundengesundheit
 - Datenschutz
 - Faire Wettbewerbs- und Geschäftspraktiken
- Ethikmanagement (betrieblich und Netzwerk orientiert)
- Corporate Citizenship
 - Kooperationen mit Schulen, Universitäten, Verbandsarbeit, soziales Engagement in der Region



Conclusion

Nachhaltigkeit stellt Unternehmen heute und morgen vor große Herausforderungen. Die politischen Rahmenbedingungen werden anspruchsvoller. Exemplarische dafür genannt


- Agenda 2030 der UNO
- Emission Ziel der EU bis 2050 um 60% zu senken
- EU Richtlinie zum nicht finanziellen Reporting/ Nachhaltigkeitsberichtspflicht


Wollen Unternehmen ihre langjährigen Geschäftsbeziehungen nicht gefährden oder gar verlieren, sind sie aufgefordert, sich jetzt Gedanken über Nachhaltigkeit zu machen und erste relevante Umsetzungen zu initiieren.


Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



 Ludwigstraße 8
80539 München, Germany

 + 49.89.2 06 02 11 20
+ 49.172.8 47 72 78

 kb@fit-für-veränderung.com
www.fit-für-veränderung.com

 + 49.89.2 06 02 16 10

