

„Wir alle teilen die Verantwortung, unseren Planeten für die gegenwärtigen und zukünftigen Generationen schützen zu müssen“

Bei DHL Group nimmt Nachhaltigkeit einen so großen Stellenwert ein, dass der Konzern vor einigen Monaten, im April, sein größtes Kundeneignis in der Unternehmensgeschichte veranstaltet hat: den „Era of Sustainable Logistics Global Summit“. Über 1.000 Vertreter und Interessierte aus den verschiedensten Branchen trafen sich in Valencia, um über sauberere und grünere Lieferketten zu diskutieren. Dieser Gipfel ist Teil einer kontinuierlichen Reise für DHL Group, ihre Kunden und die Branche hin zu konsequenter Nachhaltigkeit.

Katja Busch, Chief Commercial Officer und Leiterin des Bereichs DHL Customer Solutions & Innovation (CSI), gibt Einblicke in die Ergebnisse des globalen Gipfels und eines neu dazu veröffentlichten Berichts, sowie in die Sichtweisen des Konzerns und seiner Kunden zum Thema Nachhaltigkeit.

Nachhaltigkeit gewinnt in allen Branchen zunehmend an Bedeutung. Was zeichnet Ihr Unternehmen in Bezug auf Ihr Engagement für nachhaltige Praktiken aus?

Katja Busch: Zunächst einmal war Nachhaltigkeit schon immer ein Schwerpunkt der DHL Group. Im Jahr 2017 haben wir uns als erstes Logistikunternehmen weltweit das Ziel gesetzt, unsere CO₂-Emissionen bis 2050 auf Netto-Null zu reduzieren. Unsere Reise hin zur Nachhaltigkeit begann jedoch lange bevor wir einen formellen Fahrplan dafür erstellt hatten. Bereits 2007 waren wir das erste Post- und Paketdienstleistungsunternehmen in Deutschland, das eine klimaneutrale Zustelloption - GoGreen - anbot. Und wir sind weiterhin entschlossen, kontinuierlich innovative Nachhaltigkeitslösungen für unsere internen Abläufe sowie die Lieferketten unserer Kunden zu etablieren.

Können Sie uns bitte einige Ihrer wichtigsten Ergebnisse nennen, die die DHL Group bisher auf ihrem Weg zu einer nachhaltigen Logistik erzielt hat?

Katja Busch: Seit der Vorstellung unseres Nachhaltigkeits-Fahrplans im Jahr 2017 haben wir zahlreiche bedeutende Meilensteine erreicht. Dazu gehören die Einführung von über 30.000 Elektrofahrzeugen weltweit, die Sicherung von über 830 Millionen Litern nachhaltiger Flugkraftstoffe (SAF) und die Erreichung von Kohlenstoffneutralität in über der Hälfte unserer DHL Supply Chain-Einrichtungen (52,1%).

Wir sind auch stolz darauf, dass wir es unseren Großkunden ermöglichen, mit unseren GoGreen Plus-Services, als nachhaltige Alternativen für alle unsere Kernprodukte, umweltfreundliche Lieferketten aufzubauen. Wir sind fest davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit eine gemeinsame Reise ist und freuen uns, dass viele unserer Kunden diese Vision mit uns teilen.

Als Leiterin von DHL CSI betreuen Sie die Top 100 Kunden innerhalb der DHL Group. Welche Hauptherausforderungen sehen Ihre Kunden, wenn es darum geht, ihre Lieferketten nachhaltiger zu gestalten?

Katja Busch: Eine der Hauptherausforderungen ist, dass es nicht für jeden Fall nachhaltige Lösungen gibt oder diese noch nicht in ausreichendem Maße verfügbar sind. Ein Beispiel ist das zuvor bereits erwähnte Sustainable Aviation Fuel (SAF), das derzeit bei der Produktion der aktuellen Nachfrage nicht hinterherkommt, um den Marktanforderungen gerecht zu werden. Darüber hinaus äußern Kunden auch den Wunsch nach aufschlussreichen und inspirierenden Ansätzen zu mehr Nachhaltigkeit und suchen nach innovativen Ideen und bewährten Praktiken, die sie in ihren Lieferketten umsetzen können. Eine weitere bedeutende Herausforderung besteht in der Komplexität der Schaffung nachhaltiger Lieferketten für verschiedene Industriezweige. Jede Branche hat ihre eigenen Hürden in Bezug auf Logistik, Ressourcenmanagement und Abfallreduktion.

Die Dringlichkeit von nachhaltigem Handeln wird durchaus verstanden, aber viele Kunden tun sich schwer damit, wo und wie sie am besten beginnen können.

Wie und wo kann die DHL Group ihre Kunden bei ihren Nachhaltigkeitsstrategien und ihren Zielen am besten unterstützen?

Katja Busch: Zwei wichtige Punkte zeichnen uns aus und machen uns in der Branche einzigartig. Erstens sind wir in 220 Ländern und Territorien vertreten, was es uns ermöglicht, Kunden und ihre Lieferketten weltweit zu unterstützen. Zweitens bieten wir ein umfassendes, grünes Produkt- und Lösungsportfolio, das uns befähigt, unseren Kunden dabei zu helfen, Emissionen in jedem logistischen Segment ihrer Wertschöpfungskette zu reduzieren, beispielsweise durch die Dekarbonisierung von Logistikdienstleistungen mit nachhaltigem Kraftstoff oder Energiequellen und Technologien mit geringem Kohlenstoffgehalt.

Neben diesen beiden Alleinstellungsmerkmalen sehen wir zunehmend, dass Zusammenarbeit ein entscheidendes Element für unsere Kunden beim Erreichen von Nachhaltigkeitszielen ist. Sie erkennen die Bedeutung der Zusammenarbeit mit Partnern, Interessengruppen und sogar Wettbewerbern, um nachhaltige Praktiken in der gesamten Lieferkette umsetzen zu können. Wir sind daher fest entschlossen, unsere Kunden bei der Erreichung ihrer Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen, indem wir maßgeschneiderte Lösungen anbieten, bewährte Praktiken miteinander teilen und gemeinsame Initiativen vorantreiben. Nur zusammen können wir transformative Veränderungen erzielen und Lieferketten nachhaltiger gestalten.

Der "Era of Sustainable Logistics Global Summit" ist ein Beleg für Ihr Engagement auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit. Wie haben die Kunden auf diese Initiative reagiert?

Katja Busch: Ich freue mich, sagen zu können, dass das Feedback überwältigend positiv war. Unsere Kunden haben es besonders geschätzt, dass wir die Initiative ergriffen und den Weg zur Bearbeitung

dieses hochkomplexen, aber dringenden Themas beschriften haben. Sie schätzen zudem, dass DHL eine Plattform für Branchenexperten, Laien, NGOs und weitere Akteure geschaffen hat, um die Kraft der gemeinsamen Anstrengung zu nutzen, wie es die ehemalige UN-Botschafterin Patricia Espinosa Cantellano ausdrückte: „Nicht eine einzige Person, Organisation oder Regierung kann dies allein bewältigen.“

Ein Faktor, der bei unseren Kunden großen Anklang fand, war das Gefühl der Dringlichkeit und Verantwortung, das während des Gipfels vermittelt wurde. Die Aussage „Wenn nicht wir, wer dann? Und wenn nicht jetzt, wann dann?“ wurde von vielen Teilnehmenden bejaht und hat die Notwendigkeit sofortiger Maßnahmen zur Bewältigung von Nachhaltigkeitsproblemen unterstrichen. Ein weiterer Aspekt, der bei unseren Kunden auf positive Resonanz gestoßen ist, war die kooperative und informative Natur der Konferenz. Sie lobten das hohe Maß an Transparenz und den Austausch von Wissen, was zu einer außergewöhnlichen und produktiven Erfahrung beitrug.

Insgesamt bestätigt die anerkennende Reaktion unserer Kunden die Bedeutung von Zusammenarbeit bei der Weiterentwicklung nachhaltiger Prozesse. Wir alle teilen die Verantwortung, unseren Planeten für die gegenwärtigen und zukünftigen Generationen schützen zu müssen. Gemeinsam können wir eine echte und dauerhafte Wirkung im Bereich der Nachhaltigkeit erzielen.

Ich habe erfahren, dass Sie heute auch einen Bericht veröffentlichen, der einen umfassenden Überblick über die Diskussionen bei der Konferenz, die wichtigsten Erkenntnisse und umsetzbare Strategien für nachhaltige Logistik enthält. Was können Leser von diesem Bericht erwarten?

Katja Busch: Ich freue mich sehr, „The Report“ vorzustellen zu können. Dieser wurde in Zusammenarbeit mit onepoint5, einem führenden Nachhaltigkeitsdenkzentrum unter der Leitung von Patricia Espinosa Cantellano, verfasst. „The Report“ bietet den Lesern umsetzbare Strategien für nachhaltige Logistik, hebt wichtige Erkenntnisse aus den Diskussionen unseres jüngsten globalen Gipfels hervor und bietet zweckmäßige Ansätze für Unternehmen, verantwortungsbewusste Praktiken zu übernehmen. Der Bericht führt die Leser durch einen 5-Schritt-Prozess, um sicherzustellen, dass eine erfolgreiche Nachhaltigkeitsstrategie integraler Bestandteil ihrer Gesamtgeschäftsstrategie wird. Vom einfachen Transport bis zum komplexen Supply Chain Management, die Leser lernen realisierbare Lösungen zur Reduzierung von Umweltauswirkungen und für eine nachhaltige Zukunft kennen. Ich bin überzeugt, dass dieser Bericht eine glaubwürdige und wertvolle Quelle für eine Veränderung zum Positiven ist und eine großartige Zusammenfassung der Ergebnisse unseres globalen Gipfels darstellt.

„The Report“ ist ab heute verfügbar unter: [EoSL Whitepaper - DHL - Global](#)