

NR. 4/2011
APRIL

eine marke der
specialmedia.com

www.bl.co.at

BUSINESS LOGISTIC

iPad-Ausgabe
erhältlich unter

Kiosk

amano
media

INNOVATION

Andreas Ebert, GF Aberle Automation
über Umweltschutz, Investitionen und Luxus

„Vom Tüftler zur Hightech-Schmiede“



10 | Business+Finanzen

Transportbranche:
Besser als ihr Ruf

30 | Best Practice

Innovation: Nichts
ist undenkbar

41 | Transport+Infrastruktur

transport logistic:
München kocht

■ GAST-KOLUMNE

Genügend Energie für die Logistik?

„Green logistics: Hype oder Muss?“, „Sustainability in Intralogistics“, „Klimaveränderungen erzwingen Umdenken in der Logistik“... Dies sind nur einige wenige der **Veranstaltungsmottos** von **Logistikmessen** der letzten Zeit. Doch was steckt wirklich hinter diesen bereits inflationär verwendeten Schlagwörtern? Und: Sind **Unternehmen gewappnet** für diese neuen **Herausforderungen**? Ein Beitrag von Gregor Gluttig

Fakt ist: Green Logistics hat Konjunktur. Wir befinden uns zweifellos in einem energietechnischen Wandel. Atomkraft als alleinige Alternative zu fossilen Energieträgern geriet spätestens durch die Katastrophe in Fukushima ins Wanken. Nicht zuletzt zeigt das „Ergrünen“ sämtlicher Parteien beispielsweise im Nachbarland Deutschland, dass diese Form der Energiegewinnung mittelfristig politisch kaum darstellbar ist. Enorme Erdgas-pipeline-Projekte wie Nabucco oder Nord Stream helfen Europa sich von Abhängigkeiten einzelner Länder zu lösen. Volle Einsatzbarkeit dieser Projekte wird sich jedoch erst in zehn bis 15 Jahren einstellen. Auch Erdöl gilt bereits seit Jahrzehnten bekannterweise als Hebel für wirtschaftlichen und politischen Einfluss von oftmals instabilen Staaten. Milliardeninvestitionen aller OEMs in die Entwicklung von sinnvoll einzusetzenden Batterietechniken in KFZ zeigen die Brisanz dieses Themas: Wer hier die Nase vorn hat, gilt automatisch als Autobauer der Zukunft. Selbst Projekte zur Nutzung erneuerbarer Energiequellen scheitern an den derzeit noch verlustträchtigen und teuren Stromtransporten sowie an mangelnder Akzeptanz der Bevölkerung.

Unbeackerte Felder

Für jeden ist klar und bereits auch deutlich spürbar: Energie wird knapper und folglich teurer. Während Konzerne die Bereiche Green Logistics und Energieeffizienz zumindest auf strategischer Ebene positioniert haben, ist bei der hiezulande am öftesten auftretenden Unternehmensstruktur, den KMUs, dieses Feld zwar bekannt, aber weitgehend unbearbeitet. Durch Erneuerungen von LKW- und Staplerflotten, Investitionen in energieautarke Gebäude u.ä. lassen sich in wirtschaftlich unsicheren Zeiten keine kurzfristigen Gewinne machen. Das Gespenst „Wirtschaftskrise“ sitzt zu tief in unseren Köpfen.

Sparen durch Banalitäten

Studien zufolge liegen in der Logistik die größten Einsparungspotenziale bei Banalitäten, die keiner oder nur geringer Investitionen bedürfen: Sprit sparendes Fahren, Abdrehen von Lichtquellen in nicht genutzten Lagerbereichen, Erhöhung Doppelspiele von RGBs und Stapler, Reduzierung unnötiger Transporte etc. Diese Maßnahmen haben nicht nur ökologische, sondern gleichzeitig auch unmittelbar spürbare monetäre Auswirkungen. Die Gefahr des Schei-



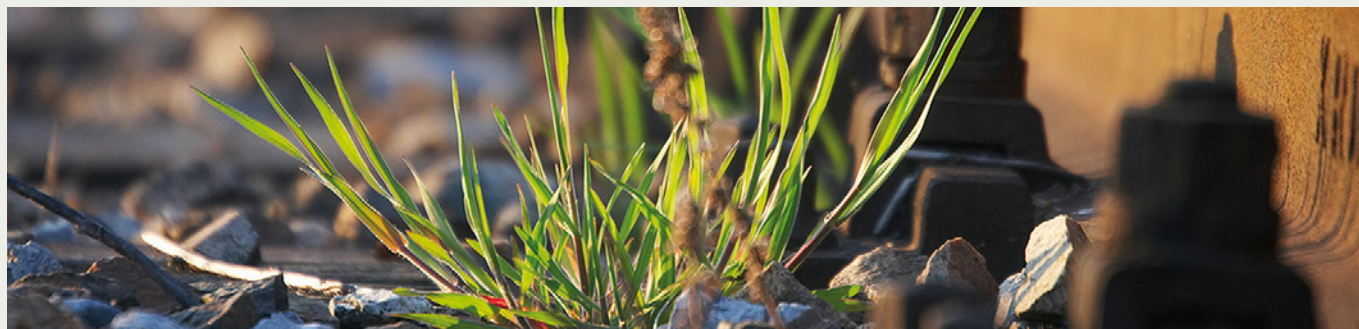
Gregor Gluttig ist Consultant beim Vorarlberger Beratungsunternehmen xvise, einem Tochterunternehmen der Spedition Gebrüder Weiss.

terns oder Einschlafens solcher Initiativen ist allerdings groß. Aus diesem Grund ist es wichtig im eigenen Unternehmen die größten Emittenten und Energieverbraucher durch eine umfassende Erstanalyse zu identifizieren. Darauf aufbauend sollte ein Monitoring installiert und dafür verantwortliche Mitarbeiter festgelegt werden. Nur durch eine solche Institutionalisierung lassen sich Einsparungen auch über einen längeren Zeitraum generieren.

Kalkulieren, kalkulieren, kalkulieren

Die kommende Energieknappheit und -verteuerung lässt sich schwer verhindern. Einer langfristig anhaltenden Preiseskalation kann jedoch durch intelligentes Energiesparen in jedem einzelnen Unternehmen vorgebeugt werden. Nur so kann oben angeführten Projekten zur nachhaltigen Energiegewinnung die noch notwendige Zeit gegeben werden, um ihre Wirksamkeit zu entfalten. Fünf vor Zwölf ist zumindest noch nicht zu spät.

Herzlichst
Gregor Gluttig
(gregor.gluttig@xvise.com)



Im KMU-Bereich wird viel über „Green“ gesprochen aber wenig umgesetzt. Dabei fängt „Green“ bei Banalitäten an.