

NR. 10/2011
OKTOBER

eine marke der
specialmedia.com

www.bl.co.at

BUSINESS LOGISTIC

CONVENIENCE

Ch. Erlach (Jungheinrich) und M. Hutschinski (Sochor)
über neue Logistikkonzepte im Baustoffhandel

„Unser Sorglospaket für Baukunden“

JUNGHEINRICH

12 | **Business+Finanzen**

**Prognose:
Auf einem Auge blind**

32 | **Best Practice**

**Kick-back: Stau
vor der Rampe**

40 | **Transport+Infrastruktur**

**Fashion:
Alles auf einmal**

■ GAST-KOLUMNE

„Nachhaltigkeit“ – ein Modewort

Die Logistik ist beim nachhaltigen Wirtschaften vielfach Vorreiter. Doch in vielen Branchen ist „Nachhaltigkeit“ nicht mehr als eine Verkaufsmasche.



„Green“ ist vieles, ob es aber auch nachhaltig und nicht nur ein Verkaufsgag ist, stellt sich erst bei genauem Hinsehen heraus.

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ als Synonym für umweltfreundliches Verhalten und Agieren hält in den letzten Jahren in vielen Bereichen der Wirtschaft Einzug. Ölpreise auf Rekordniveau und die Reglementierungen des CO₂-Ausstoßes haben hier sicher Anteil daran, dass sich immer mehr Unternehmen dieses Themas annehmen. Wirklich öffentliche Aufmerksamkeit hat die Nachhaltigkeit aber vor allem dem Wandel der Automobilindustrie in Richtung E-Antrieb zu verdanken – dabei gibt es eine Branche, die unter anderem schon längst in dieser Richtung agiert – die Logistik.

Logistik als Vorreiter

Die verstärkte F&E im Bereich der E-Motoren in der Automobilindustrie ist zweifelsohne eine erfreuliche. Als einer der wirklichen Vorreiter kann hier jedoch die Logistik gesehen werden, wo der Einsatz von Elektromotoren in Flurförderfahrzeugen, Regalbediengeräten, usw. bereits seit vielen Jahren Standard ist und die Effizienz der Geräte dabei permanent verbessert wird. Auch die Entwicklung zusätzlicher, alternativer Antriebsmöglichkeiten wird stark vorangetrieben, wie zum Beispiel die wasserstoffbetriebene Stapler-Flotte eines führenden österreichischen Unternehmens beweist.

Nachhaltigkeit am Bau

Auch in der Planung und im Bau von Logistik- und Industriegebäuden wird verstärkt dem Nachhaltigkeitsdenken Aufmerksamkeit geschenkt. So steht beispielsweise im oberösterreichischen Eberstalzell bereits ein Produktions-



Gerald Wolf ist Consultant bei xvise, einer Tochter der Gebrüder Weiss. (gerald.wolf@xvise.com)

gebäude in Passivhaus-Bauweise, im Tiroler Wörgl wurde kürzlich durch ein Vorarlberger Speditionsunternehmen die erste klimaneutrale Logistikhalle Österreichs in Betrieb genommen sowie in einen eigenen Windpark investiert, der mehr Strom liefert als das Unternehmen verbraucht. Dadurch generiert die Logistik nicht nur einen Umweltnutzen sondern auch Einsparungspotenziale durch verringerte Kostenbelastung.

Nachhaltigkeit als Verkaufsmasche

Viele Unternehmen versuchen jedoch auch, sich das positive Image der Nachhaltigkeit durch fadenscheinige Aktionen nutzbar zu machen, welche bei genauerer Betrachtung dem „grünen Gedanken“ jedoch widersprechen. Nachhaltigkeit darf sich aber nicht nur als Marketinginstrument auf die Fahne gehieft werden – es sollte vom Management vorgegeben und im Unternehmen auch durchgängig gelebt werden. Nur dann kann jedes Potenzial ausgeschöpft und der Umweltgedanke gelebt werden – denn Nachhaltigkeit darf nicht nur Mode sein, sondern muss dauerhaft verankert werden.

Herzlichst Ihr
Gerald Wolf