

## Christian Schober über Nachhaltigkeit in der Logistik

Nachhaltigkeit.

Ein Begriff unserer Zeit, der – so habe ich den Eindruck – mit unterschiedlichen Inhalten und Erwartungen besetzt ist. Googelt man das Wort „Nachhaltigkeit“ erkennt man die Probleme der genauen Begriffsdefinition. Viele Menschen verstehen darunter wohl vor allem Umweltschutzthemen. Das ist zwar richtig – aber eben nicht alles. Reduzieren wir den Begriff Nachhaltigkeit aber alleine auf ökologische Themen, stellt sich die Frage, **wie nachhaltig Logistik überhaupt sein kann**, oder? Und dann auch noch Transportlogistik...

Die Segnungen der Transportlogistik, die eine schier unbegrenzte Verfügbarkeit von Waren aller Art ermöglicht, erscheint vielen Privatpersonen als selbstverständlich – man ist diesen Service gewohnt (online oder im Laden). Dieser Service bleibt zunächst ja ohne negative Folgen für den Einzelnen und – es schmerzt mich das zu schreiben – es kostet auch scheinbar nichts oder nur sehr wenig.

Die Verantwortung für die Transporte hat also das mündige, versendende Wirtschaftsunternehmen. Sowohl in Industrie als auch im Handel führt mehr Umsatz zu mehr Transport. Doch kann man mit mehr Umsatz und mehr Gewinn Nachhaltigkeitsthemen im Transport übertünchen? Ist Nachhaltigkeit egal, wenn man mehr mehr verdient?

Diese Diskussion muss so gar nicht geführt werden – denn man kann es als Versender ja besser machen. Der Anspruch ist zwar nicht der „grüne“ und emissionslose Transport – das wird so schnell nicht gelingen. Aber Maßnahmen zur erheblichen „Schadensbegrenzung“ gibt es schon. Und hier sollten die Versender und „Inverkehrbringer“ ansetzen: Keine Kleinstsendungen im Speditions- oder Paketversand verschicken, Transporte bündeln, lieber 2 x die Woche voll fahren statt täglich halb leer, Fahrzeuge – egal ob LKW, Sprinter oder Schiffscontainer – voll laden, statt Luft umherzufahren. Den richtigen Verkehrsträger wählen ... und die richtige Transportgeschwindigkeit. LKW nicht leer fahren lassen sondern im Rundlauf, Mehrwegtransportbehälter statt Einweg, weniger Verpackungs- und Füllmaterial und und und...

Denken Sie an das Motto von SCHOBER wenn es um Transportkosten geht: **„Die günstigste Sendung ist die, die gar nicht transportiert wird“**... oder zumindest nicht als Alleinlieferung, als Sonderfahrt, im Flugzeug, in sinnlosem Verpackungsmaterial und so weiter. **Lassen Sie Ihren Umsatz transportieren – klar, was sonst – aber arbeiten Sie an der Vermeidung der Verschwendung!** Dann klappt es sowohl mit dem Image als auch mit der Betriebswirtschaft.

Beste Grüße aus München, Ihr Christian Schober

[www.christianschober.de](http://www.christianschober.de)