

Ein T-Shirt reist um die Welt

Wie der „CO₂-Fußabdruck“ hilft, die Umweltauswirkungen von Logistik transparent zu machen und effektiv gegenzusteuern.

Von Susanne Frank

Öko-Bilanzierung oder Life-Cycle-Assessment sind sperrige Begriffe, die auf Anhieb keine große Neugier wecken. Wie gut, dass es nun den „Carbon Footprint“ gibt, den „CO₂-Fußabdruck“. Im Grunde geht es darum, eine Umweltbilanz für ein Produkt zu erstellen und die Emissionen zu ermitteln, die während des gesamten Lebensprozesses eines Produkts entstehen. Der Einfachheit halber wird ein CO₂-Wert als Emissionswert ausgewiesen, der neben den Kohlendioxidemissionen alle Treibhausgase einbezieht. Für die Messung werden dabei neben der reinen Produktion der Bestandteile auch Lagerung, Kühlung, Distribution, Recycling und Entsorgung berücksichtigt.

Bekannteste Beispiele für einen solchen Carbon Footprint sind die Chipstüten von Walkers, die auf ihrer 34,5 Gramm-Packung einen Wert von 75 Gramm CO₂ ausweist. Auch deutsche Firmen nehmen sich die britische Carbon-Trust-Initiative zum Vorbild und starten Carbon-Footprint-Pilotprojekte. Angesichts dieser medienwirksamen Initiativen gerät manchmal in den Hintergrund, dass einige Unternehmen schon seit Jahren die Umweltauswirkungen ihrer Produkte und Standorte messen. Zu den Unternehmen, die sich seit vielen Jahren mit dem Thema CO₂-Emissionen beschäftigen, gehört die Otto Group mit ihrem Stammsitz in Hamburg. Sie nimmt seit 1994 ihre Wertschöpfungsketten unter die Öko-Lupe. Mit Erfolg: Bereits 2005 betrug die transportbedingten CO₂-Emissionen 50 Prozent weniger als zu Beginn der Messung. Bis 2020 sollen die an den Standorten und bei Transporten anfallenden Emissionen um weitere 50 Prozent gesenkt werden.

Ein T-Shirt wird seziert. Unterstützt wird die Otto Group von ihrem Tochterunternehmen Sustain Consulting. Das Hamburger Beratungsunternehmen mit 20 Mitarbeitern weltweit hat beispielhaft den Carbon Footprint eines T-Shirts berechnet, das von China nach Deutschland per Luftfracht transportiert wurde.

Sustain-Geschäftsführer Dr. Michael Arretz berichtet, dass dabei die gesamte Wertschöpfungskette betrachtet und der Energieverbrauch über alle Produktionsstufen hinweg ermittelt wurden. „Kein einfacher Prozess und eine mühselige Arbeit“, gibt Arretz zu. „Bei der Herstellung des T-Shirts wurde der Baumwollanbau und das Spinnen der Baumwolle zu Garn ebenso berücksichtigt wie das Einfärben und schließlich die Distribution.“

Das Ergebnis der Bilanzierung: Für ein T-Shirt, das zirka 330 g wiegt, ist der CO₂-Aufwand für Herstellung und Transport rund 20-mal größer als sein Eigengewicht: Zwischen 6 und 7 kg CO₂ fallen dafür an. Der Transport verursacht dabei rund ein Viertel.

Fußabdruck dient Steuerung. Warum ist es alle Mühen wert, einzelne Produkt- und Lieferketten zu untersuchen, um den Carbon Footprint zu berechnen? Arretz sieht den Sinn solcher Vorhaben nicht in der Anbringung eines Labels, das den CO₂-Ausstoß ausweist. Auch der Verbraucher kann mit einem solchen Wert erst einmal nichts anfangen, sofern er keine Vergleichsmöglichkeiten hat. Der Effekt des Carbon Footprint ist eher interner Natur: Durch eine Bilanzierung kann ein Unternehmen erkennen, wo die größten CO₂-Verursacher lauern und Maßnahmen zur Reduzierung besser fokussieren. Die Messungen bilden dabei die Basis, aus denen sich gezielte Maßnahmen ableiten lassen.

So offenbarte der CO₂-Fußabdruck des T-Shirts, dass der Baumwollanbau, das Färben und der Transport die meisten Emissionen verursachten. Gerade beim Transport gibt es Möglichkeiten, klimaschonender zu handeln: „Verfrachte ich das T-Shirt per Schiff von China nach Deutschland, können rund 80 Prozent der Transportemissionen eingespart werden, und der Transport ist ungleich billiger“, erläutert Arretz die mögliche Handlungsalternative, die durch Messergebnisse un-

termauert wird. Da der reine Seetransport viel länger dauert, ist Arretz ein Befürworter des kombinierten Luft-/Seetransports: „Hierbei kann etwa die Hälfte an Emissionen eingespart werden, und die Kostenersparnis beträgt 45 Prozent.“

Grüne Logistik ist im Kommen. „Die Globalisierung wird eher zu- als abnehmen, der Bedarf an Transportdienstleistungen wird also ebenfalls in den kommenden Jahrzehnten steigen. Daher ist es umso wichtiger, dass diese Transportdienstleistungen grüner werden“, fordert Arretz. Auch Markus Meißner, Leiter Business Development des Logistiksoftwareherstellers AEB GmbH, glaubt: „Kein Unternehmen kann es sich mehr leisten, die Logistik auszuklammern, wenn es um die Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien geht.“

Unternehmen, die hier vorbildlich handeln (wollen), sehen sich der Aufgabe gegenüber, unternehmensübergreifend die Zusammenarbeit mit ihren Supply-Chain-Partnern zu suchen. „Je mehr Prozesse ausgelagert sind, desto schwieriger wird es, abzugrenzen, wer für die jeweiligen Emissionen verantwortlich ist – dies macht die Berechnung eines Carbon Footprint zu einer echten Herausforderung“, sagt Arretz.

Er sieht den Handel in der Rolle des Impulsgebers, der Veränderungsprozesse anstößt. So ging sein Unternehmen damals auf die beteiligten Transportdienstleister zu und ließ sich die Informationen zu Distanz, Volumen und Spritverbrauch geben. Vermehrt sehen sich die Logistikdienstleister selbst in der Pflicht, aktiv zu werden. Denn wenn es darum geht, einen aktiven Part zugunsten des Klimaschutzes

zu übernehmen, sind alle Beteiligten an einer Supply Chain gefordert: Logistiker, Hersteller, Handelsunternehmen ebenso wie Softwareanbieter.

Software wird CO₂ ausweisen. Schon lange setzen global agierende Unternehmen auf Software, um ihre Supply Chains zu überwachen und zu steuern. „Neu ist der Anspruch, dass hiermit künftig auch der ‚Grünheitsgrad‘ eines Transports transparent gemacht werden soll“, berichtet Meißner. Er ist sich sicher, dass durch die Integration von Ökobilanzierungs-Software in SCM-Systeme künftig auch „ökologische Kennzahlen“ bereitgestellt werden. Was bisher der Effizienzsteigerung und Wirtschaftlichkeit gedient hat, bekommt nun eine grüne Note. „Maßnahmen wie Sendungskonsolidierung, -bündelung und optimierte

Routenplanung helfen, Lkw und Container besser auszulasten und Transporte gar zu vermeiden.“ Damit dienen sie dazu, CO₂-Emissionen zu senken. Meißner prophezeit, dass der Logistikmanager der Zukunft mit einem Mausclick erkennen möchte, wie sich eine mögliche Routen- oder Transportmitteländerung nicht nur auf den Preis, sondern auch auf die CO₂-Emissionen auswirkt. Der „Carbon Footprint“ ist der erste, aber wichtige Schritt, um diesem Ziel ein Stück näherzukommen. DVZ 25.9.2008



Foto: privat
Susanne Frank,
Corporate Communications
AEB GmbH.