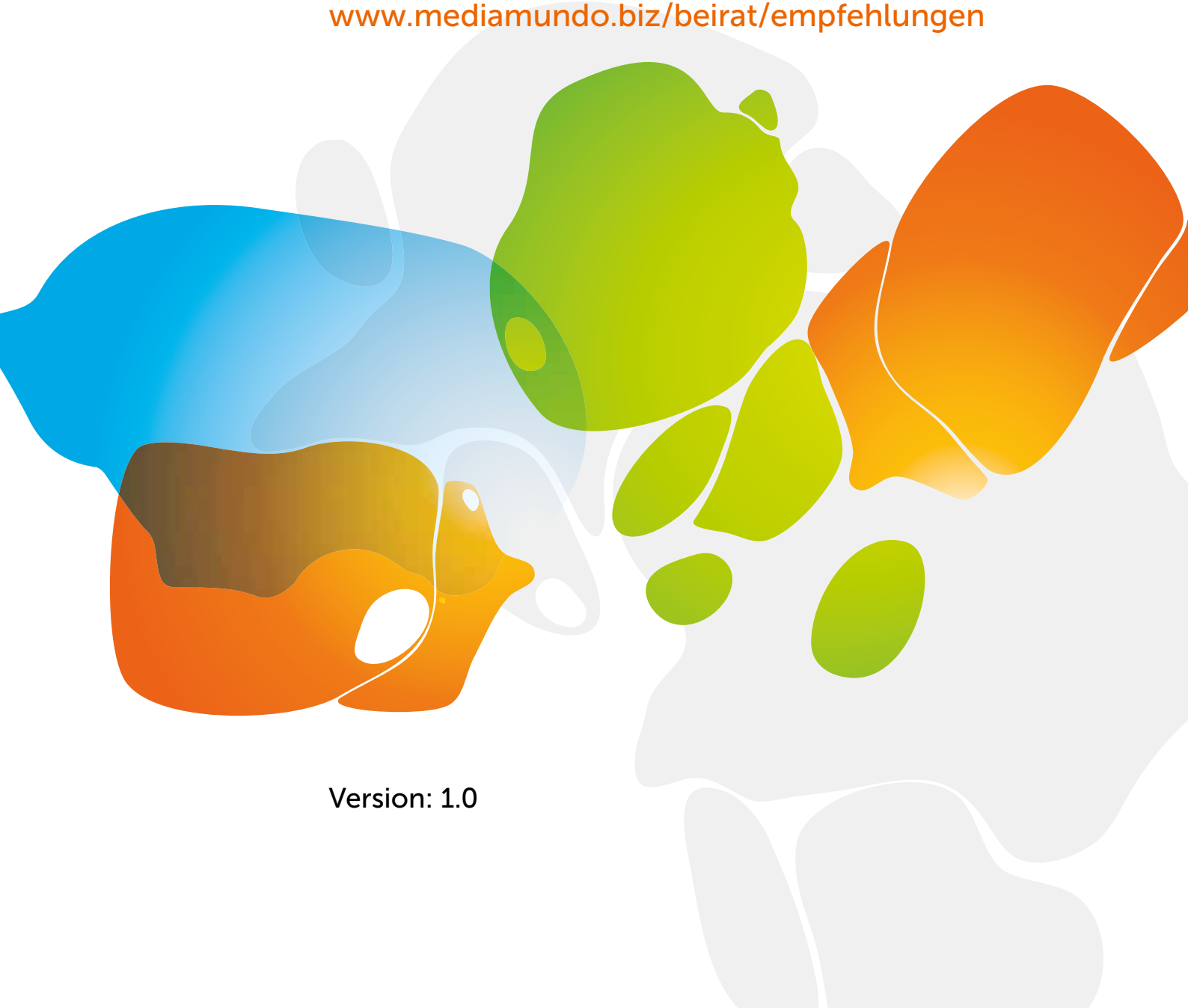




**Media Mundo**  
**Beirat für nachhaltige**  
**Medienproduktion**

**Empfehlung 3:**  
**Green Logistics**

[www.mediamundo.biz/beirat/empfehlungen](http://www.mediamundo.biz/beirat/empfehlungen)



Version: 1.0



## Empfehlung 3:

### Green Logistics

Version 1.0

#### Vorbemerkungen

Das Bewusstsein für eine Gestaltung logistischer Prozesse entsprechend den Kriterien der Nachhaltigkeit, insbesondere auch der ökologischen Nachhaltigkeit, hat in den vergangenen Jahren zugenommen. Entsprechende Initiativen werden häufig unter dem Schlagwort „Green Logistics“ zusammengefasst. Mit der vorliegenden Media Mundo-Empfehlung zum Thema Green Logistics werden Ansatzpunkte im Rahmen der Logistik von Print- und Werbemedien dargestellt, die Einsparpotenziale in und entlang den Prozessen sowie in der gesamten Logistikkette mit allen beteiligten Personen und Ressourcen ermöglichen sollen.

#### I. Empfehlung

- 1) Der Verkehrssektor hat einen maßgeblichen Anteil am Verbrauch fossiler Energieträger und den damit einhergehenden Belastungen für Mensch und Umwelt<sup>1</sup>. Ziel aller Maßnahmen muss die dauerhafte Vermeidung von Treibhausgasemissionen und anderen Umweltbelastungen sein.
- 2) Die Logistikstrategie muss Bestandteil der Planung und Gestaltung der Medienprozesskette und der Unternehmenskultur sein. Dies gilt sowohl für die technologische als auch die planerische Ebene als Teil des Nachhaltigkeitskonzepts.
- 3) Sowohl die **Auftraggeber-** als auch die **Auftragnehmerseite** werden separat betrachtet.  
Einerseits gilt es, den Auftraggeber für Green-Logistics-Maßnahmen zu sensibilisieren, Akzeptanz zu schaffen sowie Planung und Konzeption darauf abzustimmen. Andererseits gilt es, die richtigen Dienstleister für die korrekte und transparente operative Umsetzung zu gewinnen.
- 4) **Transparenz** ist wichtig. Ergebnisse müssen klar dokumentiert werden, nachvollziehbar und überprüfbar sein. Die **Dokumentation**, zum Beispiel in Form eines Einsparungsberichts, ist Pflicht! Dieser Bericht gibt darüber Aufschluss, ob und in welchem Umfang Umweltbelastungen vermieden, reduziert und ausgeglichen wurden.
- 5) Der Anspruch an die Handlungen der Unternehmen sowie der durchgeführten Kompensationsmaßnahmen beruht ebenso auf ökologischen als auch auf wirtschaftlichen und sozialen Aspekten. Das entspricht den Grundsätzen einer Corporate Social Responsibility (CSR).  
Im Rahmen dieser Empfehlung wird allerdings der Schwerpunkt auf die CO<sub>2</sub>-Emissionen und deren Vermeidung bzw. Kompensation gelegt.

6) Green Logistics muss klaren Prinzipien folgen, um für die Umwelt ebenso wie für Unternehmen, Verbraucher und die Öffentlichkeit einen echten Mehrwert zu schaffen. Die wichtigsten Prinzipien sind die Vermeidung, Reduktion und wenn möglich Kompensation von schädlichen Umweltauswirkungen. Der Fokus liegt auf der dauerhaften **Vermeidung** von Treibhausgasemissionen und anderen Umweltbelastungen. <sup>2 3 4</sup>

Beispielhaft ist die Umsetzung folgender Maßnahmen zu empfehlen:

- Grundlegende Entscheidung für Distributed Printing (dezentrales Drucken) unter Einsatz nachhaltiger Rohstoffe und Materialien von tatsächlich benötigten Produkten und somit Reduktion des Transportaufkommens
- Gezielte Auswahl von Transport- und Speditionsunternehmen, die klimakompensiert agieren
- Allgemeine Prozessoptimierungen, um Ressourcen in allen Prozessen effizient einzusetzen
- Sendungsbündelung / Distributions- bzw. Verteilungsoptimierung
- Zielgerichteter Einsatz von Verpackungen und Füllmaterial
- Bevorzugung von Mehrwegsystemen gegenüber Einwegverpackungen
- Anschaffung eines modernen und sparsamen Fuhrparks (EURO6-Norm, Einsatz von Biodiesel, etc.)
- Einsatz alternativer Fahrzeugkonzepte (z.B. Hybrid-Antrieb, Elektromobilität)
- Einsatz von Telematikdiensten
- Verlagerung des Güterverkehrs auf die Schiene
- Recyclingbewusstsein beim Materialeinkauf
- Einsatz von „Green IT“-Lösungen
- Angebot klimaneutraler Dienstleistungen für Kunden (Kompensationsmodelle nach Gold-Standard)

7) Bei der Auswahl und Beauftragung von Dienstleistern sollte darauf geachtet werden, dass in den Unternehmen ein systematisches Umweltmanagement (z.B. EMAS oder ISO 14001) betrieben wird. <sup>5 6</sup>

8) Eine wichtige Bedeutung hat die Kommunikation und die Informationsverfügbarkeit entlang und in den logistischen Prozessen. Nur durch einen guten Informationsaustausch können Ressourcen effizient und rechtzeitig geplant und eingesetzt werden oder im Bedarfsfall geeignete Maßnahmen ergriffen werden, um Ineffizienzen auszumerzen.

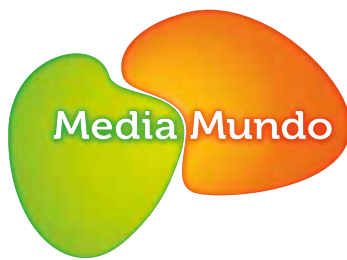


## Empfehlung 3:

### Green Logistics

Version 1.0

- 9) Das glaubhafte Engagement eines Logistikunternehmens im Bereich „Green Logistics“ drückt sich darin aus, dass es in der Unternehmenskultur sowie als Teil der Unternehmensvision und Unternehmensmission fest verankert ist.
- 10) Das Thema „Green Logistics“ muss alle relevanten Unternehmensbereiche umfassen. Neben dem Fuhrpark, der IT-Infrastruktur und der Beschaffungspolitik zählen hierzu insbesondere eine ressourcenschonende Gestaltung und Optimierung von Prozessen.<sup>7</sup>
- 11) Reduktion, Vermeidung und Kompensation transportbedingter Treibhausgasemissionen stellen einen wichtigen Baustein für eine ökologisch nachhaltige Gestaltung von Logistikprozessen dar. Erfolgt ein Ausgleich unvermeidbarer Treibhausgasemissionen, so sollte dies transparent und zuverlässig geschehen.<sup>8,9</sup>
- 12) Die Erzeugung und effiziente Nutzung regenerativer Energiequellen zur Strom- und Wärmeversorgung von Lagerhäusern und Logistikzentren ist ebenfalls ein entscheidendes Kriterium für die Beurteilung von Maßnahmen, die unter dem Schlagwort „Green Logistics“ zusammengefasst werden.



## Empfehlung 3:

### Green Logistics

Version 1.0

### Erläuterung

## II. Erläuternde Anmerkungen

1) Deutschland werden 16% der CO<sub>2</sub>-Emissionen durch den Verkehr verursacht. Vgl. Climate Analysis Indicators Tool (CAIT UNFCCC) Version 4.0. (Washington, DC: World Resources Institute, 2011).

2) Als Basis für die Vermeidung und Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes dient im ersten Schritt die Ermittlung des tatsächlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoßes im Rahmen der Erstellung einer Klimabilanz des eigenen Unternehmens sowie der vor- und nachgelagerten Prozesse.

3) Die genannten Maßnahmen stellen nur eine Auswahl an möglichen Ansatzpunkten dar und sind jeweils individuell im Unternehmen zu betrachten.

4) Um den vorhandenen CO<sub>2</sub>-Ausstoß darüber hinaus zu verringern und das Bewusstsein bei den handelnden Personen zu schaffen und aufrechtzuerhalten, bedarf es zusätzlicher Maßnahmen zur Reduzierung. Beispielhaft können folgende Maßnahmen genannt werden:

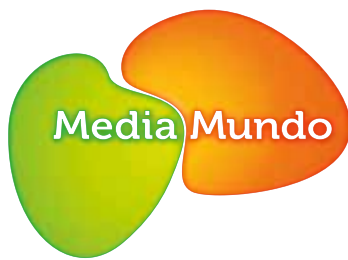
- Durchführung von Öko-Trainings für die eigenen Fahrer zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes
- Gezielte Schulung und Entwicklung von Zulieferern und Sub-Unternehmern
- Energiegewinnung aus regenerativen Quellen und Nutzung der selbst produzierten Energie für eigene Zwecke

In diesem Schritt gilt es zu beachten, dass es im Wesentlichen die vielen kleinen – oftmals alltäglichen - Dinge sind, die einen großen Beitrag zur weiteren und nachhaltigen CO<sub>2</sub>-Reduzierung leisten. Um dieses Bewusstsein und die daraus resultierenden Handlungen dauerhaft festzusetzen, bedarf es permanenter Schulung und auch Kontrolle der Maßnahmen sowie der Beteiligten.

5) Logistikketten sind heutzutage international, komplex und selten werden alle Tätigkeiten von ein und demselben Unternehmen erbracht. Aus diesem Grund ist bereits die Auswahl von Leistungspartnern entlang der Logistikkette / Supply Chain ein entscheidender Faktor für die „grüne Logistik“.

6) Bei der Auswahl und Beauftragung von Partnern und Dienstleistern sollte darauf geachtet werden, dass die Unternehmen gleichgerichtete Maßnahmen, Ziele, etc. verfolgen und entsprechend großen Wert auf Umweltaspekte legen.

7) Der überwiegende Anteil des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes wird logistiktypisch durch den Fuhrpark verursacht. Darüber hinaus sollte auch der Verlader / Kunde in die ressourcenschonende Gestaltung der Prozesse einbezogen werden (Stichwort: auftragsbezogene Produktion vs. Produktion für das Lager).



## Empfehlung 3:

### Green Logistics

Version 1.0

### Erläuterung

8) Die Herstellung von Klimaneutralität sollte nur erfolgen, wenn bereits im Vorfeld Maßnahmen unternommen wurden, um den bestehenden Ausstoß an CO<sub>2</sub> soweit wie möglich zu vermeiden und im weiteren Verlauf nachhaltig zu reduzieren.

9) Weiterführende Informationen und Anforderungen zur Kompensation unvermeidbarer Treibhausgasemissionen finden Sie in der Media Mundo Empfehlung „Vorgehensweise klimakompensierte Druckproduktion (Version 1.0)“  
[www.mediamundo.biz/beirat/empfehlungen](http://www.mediamundo.biz/beirat/empfehlungen).

### III. Unter fachlicher Mitarbeit von:

**ClimatePartner GmbH**  
Ainmillerstraße 22  
D-80801 München  
[www.climatepartner.com](http://www.climatepartner.com)

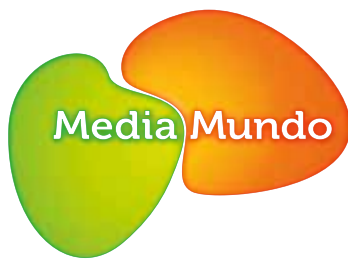
ClimatePartner 

**Spedition Fahrner GmbH**  
Cresbacher Straße 6  
D-72280 Dornstetten  
[www.fahrnerlogistics.com](http://www.fahrnerlogistics.com)



**Star Distribution GmbH**  
Otto-Lilienthal-Straße 5  
D-71034 Böblingen  
[www.star-distribution.com](http://www.star-distribution.com)

STAR DISTRIBUTION



Im Media Mundo Beirat für nachhaltige Medienproduktion sind wichtige Umweltverbände sowie Vertreter von Wirtschaft und Politik vertreten.

## Empfehlung 3:

Green Logistics

Version 1.0

## Media Mundo Beirat für nachhaltige Medienproduktion

**Dieter Ebert**  
Bereichsleiter  
Druckhaus Berlin-Mitte GmbH  
Schützenstraße 18  
D-10117 Berlin  
Tel. +49 30/20 353-205  
debert@druckhaus-berlin-mitte.de  
www.druckhaus-berlin-mitte.de



**Joachim Erlach**  
Vorstand  
Epple Druckfarben AG  
Gutenbergstraße 5  
86356 Neusäß  
Tel. +49 8 21/46-03 1 51  
joachim.erlach@epple-druckfarben.de  
www.epple-druckfarben.de



**Heike Fischer**  
Beraterin  
Initiative Pro Recyclingpapier  
Carmerstraße 8  
D-10623 Berlin  
Tel. +49 30/315 1818-90  
heike.fischer@papiernetz.de  
www.papiernetz.de

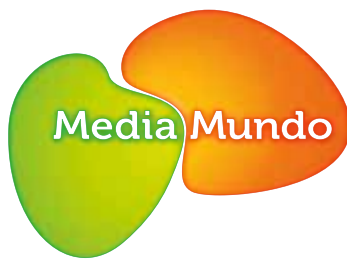


**Benjamin Hillscher** STAR PUBLISHING  
Consultant Print and Media  
Star Publishing GmbH  
Otto-Lilienthal-Straße 5  
D-71034 Böblingen  
Tel. +49 7031/6288 130  
Benjamin.Hillscher@Star-Cooperation.com  
www.star-publishing.com

**Moritz Lehmkuhl** ClimatePartner<sup>o</sup>  
Geschäftsführer  
ClimatePartner GmbH  
Ainmillerstraße 22  
D-80801 München  
Tel. +49 89/1 22 28 75-18  
mlehmkuhl@climatepartner.com  
www.climatepartner.com

**Rainer Litty**  
Produktionsleiter  
WWF Deutschland  
Rebstöckerstraße 55  
D-60326 Frankfurt/M.  
Tel.: +49 69/7 91 44-2 13  
litty@wwf.de  
www.wwf.de





## Empfehlung 3:

Green Logistics

Version 1.0

## Media Mundo Beirat für nachhaltige Medienproduktion

**Rüdiger Maaß**

Geschäftsführer

Fachverband Medienproduktioner e.V.

Waldbornstraße 50

D-56856 Zell/Mosel

Tel. +49 65 42/54 52

r.maass@f-mp.de

www.f-mp.de



**Oliver Schuh**

Vorstandsmitglied AGD

die gebrauchsgrafiker

Neue Straße 20

D-21435 Stelle

Tel. +49. 4174. 71 22 33

o.schuh@agd.de

www.agd.de



**Almut Reichart**

Umweltbundesamt

www.uba.de



**Jörg Sommer**

Vorstandsvorsitzender

Deutsche Umweltstiftung

Burg Guttenberg

D-74855 Neckarmühlbach

Tel. +49 6 26 62 37 95 40-0

joerg.sommer@deutscheumweltstiftung.de

www.deutscheumweltstiftung.de



**Alexander Rossner**

Nachhaltigkeitsberater

Ludwigstraße 63

D-82380 Peißenberg

a.rossner@gmail.com

**Dr. Uwe Sayer**

Geschäftsführer

FSC Deutschland

Postfach 58 10

D-79026 Freiburg

Tel. +49 761/38653-56

uwe.sayer@fsc-deutschland.de

www.fsc-deutschland.de



**René Theiler**

Projektleiter Technik und Umwelt

Verband der Schweizer Druckindustrie

Schosshaldenstrasse 20

CH-3006 Bern

Tel. +41 31 351 15 11

Rene.Theiler@vdsd.ch

www.vsd.ch

