Fortsetzung von Seite 41

Die Belieferung der „letzten Meile" mit Elektrofahrzeugen bietet das größte Emissions-Einsparungspotential. Diese relativ kurzen Strecken können mit der aktuellen Batterietechnik bewältigt werden.

In einem zweiten Schritt wurde ein Auftragsabwicklungsprozess entwickelt, der so gestaltet wurde, dass das Vertragsverhältnis zwischen Kunde und Lieferant in der gewohnten Form erhalten bleibt. Ein gemeinsamer Fahrerpool der beteiligten Unternehmen stellt sicher, dass kein Kunde von einem ihm völlig fremden Fahrer-Duo beliefert wird.

In der dritten Projektphase wurde ein zweimonatiger operativer Modellversuch zum Test der Auftragsabwicklungsprozesse durchgeführt werden, zunächst mit einem konventionellen 12 Tonner-Lkw. Am Vortag der Auslieferungstour gehen bis mittags die Be-

Transport: Noch wird mit einem konventionellen Lkw ausgeliefert.

stellungen der Kunden bei den Lieferanten ein. Anschließend werden die Aufträge für die Innenstadt über eine eigens entwickelte Web-Applikation in die Tourenplanungssoftware eingespielt. Bei den Projektpartnern werden diese Bestellungen separat kommissioniert und auf einen Lkw-Anhänger verladen.

Am Tag der Auslieferung fahren die Gliederzüge zum X-Dock und stellen die Anhänger dort ab. Die Zugmaschine setzt ihre eigene Tour im Großraum Nürnberg fort. Die Ware wird von den Anhängern auf das X-Dock-Fahrzeug umgeschlagen und ausgeliefert. Nach Rückkehr von der Innenstadttour erfolgt der Umschlag des Leerguts zurück auf die Anhänger. Diese werden von der Zugmaschine auf ihrem Rückweg wieder abgeholt.

Nachdem der Modellversuch die Umsetzbarkeit des Konzeptes bewiesen hat, werden für einen dauerhaften und wirtschaftlichen Betrieb weitere Projektpartner zur Erhöhung der Liefermenge in die Nürnberger Innenstadt benötigt. Erste Gespräche wurden bereits aufgenommen. Mittelfristig ist der Umstieg auf umweltfreundliche Elektrofahrzeuge angedacht und die Übertragung des Konzepts auf andere Branchen.

Ralf Bogdanski/Daniel Link/lz 41-11

Ralf Bogdanski ist Professor an der Georg-Simon-Ohm-Hochschule Nürnberg. Daniel Link ist dort Wissenschaftlicher Mitarbeiter.

Kraft Foods und Krombacher wollen verlagern

Nahrungsmittelhersteller nutzen neutrales Beratungsangebot des SPC – Wein per Schiff und Lkw aus Spanien zum Discounter

Bonn. Das vom Bundesverkehrsministerium unterstützte Short Sea Shipping Inland Waterway Promotion Center (SPC) hilft dabei, Transporte auf Binnenschiff und Bahn zu verlagern. Kraft Foods und Krombacher nutzen dessen Kompetenz.

„Wir wollen dafür sensibilisieren, dass der Kunde künftig dem Transportweg bei der Kaufentscheidung mehr Beachtung schenkt", erklärt Markus Nölke, Geschäftsführer des SPC. „Es muss stärker hinterfragt werden, welchen Weg die Ware bis auf den Teller zurückgelegt hat." Das „Short Sea Shipping Inland Waterway Promotion Center" ist eine neutrale Plattform, die das Ladungsvolumen sowie Transport-Relationen auf Verlagerungsmöglichkeiten untersucht. Nölke und sein Team haben das Ohr am Verlader und zeigen Transportalternativen auf.

Mit dem Bundesverkehrsministerium als größtem Unterstützer der Öffentlich Privaten Partnerschaft sowie 40 weiteren Förderern verfügt die Plattform über eine weitverzweigte Kompetenz, die bundesweit genutzt wird. „Unsere bisherigen Aktivitäten in der Lebensmittelindustrie bestätigen uns, dass der Bedarf nach Transportverlagerung groß ist", bestätigt Nölke. Aktuell sei er mit einem deutschen Nahrungsmittelproduzenten sowie einer regionalen Kooperation von Lebensmittelherstellern im Gespräch, deren Namen er (noch) nicht nennen darf.

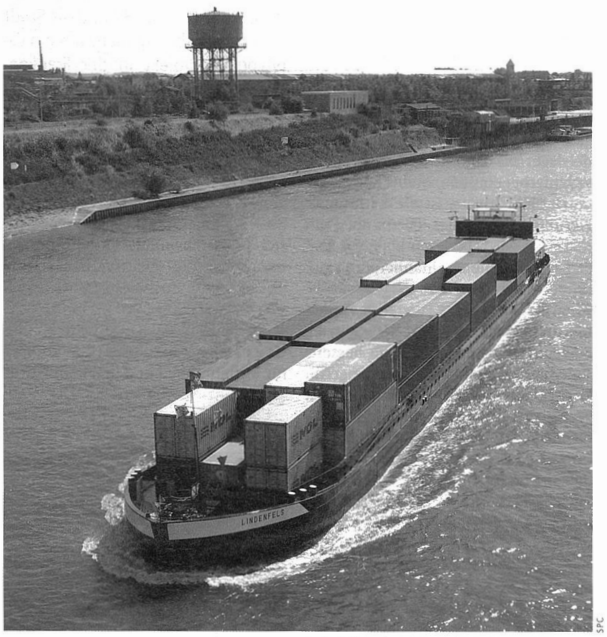
Einer der die Kompetenz des SPC bereits seit längerem nutzt ist Konsumgüterhersteller Kraft Foods. SPC-Projektmanager Christian Betchen überprüfte für Kraft das Ladungsaufkommen von 18 000 Lkw-Komplettladungen mit Schokolade, Kaffee und anderen Lebensmitteln auf multimodale Lösungen. Das Ergebnis: Er identifizierte zehn verlagerungsfähige Relationen, auf denen pro Jahr etwa 5 000 Lkw verkehren. Das war 2008 und wurde ansatzweise realisiert.

„Heute steht die gesamte Europalogistik auf dem Prüfstand", sagt Jürgen Otersen, Logistikmanager des Konzerns für das Deutschland, Österreich und die Schweiz, zum aktuellen Stand. Mittlerweile umfasst das jährliche Transportaufkommen von Kraft Foods Europa 8 Millionen Paletten. Der zweitgrößte Lebensmittelkonzern der Welt hat hochgesteckte Umweltziele. Auf Basis 2010 sollen bis 2015 weltweit mindestens 15 Prozent der CO_2 Emissionen reduziert werden. Die Straßentransporte will Kraft um insgesamt 80 Mio. Lkw-Kilometer herunterfahren. Über die aktuelle Umsetzung sagt Otersen: „Wir sind am Anfang des Weges und dankbar für Einrichtungen wie das SPC."

Kraft Foods hat seine Transporte neu ausgeschrieben: die ersten Ergebnisse der Europa-Ausschreibung liegen vor. Die Kernpunkte darin sind die Neustrukturierung des kompletten Netzwerks, Konsolidierung der Lagerstandorte sowie Überprüfung aller Transportlinien inklusive einer Analyse des multimodalen Potenzials. Das Projekt umfasst 59 eigene Werke, die gleiche Anzahl externer Produktionswerke sowie 110 Lagerstandorte in Europa. Aufgrund der geografischen Lage der Standorte sind kombinierte Transporte mit Lkw und Bahn, teilweise unter Einbeziehung von Short-Sea-Transporten angedacht.

In Kürze startet Kraft Foods ein modales Pilotprojekt: Dabei wird per Nachtzug vom Berliner Kaffeewerk Ware zum Kundenlager im Raum Dortmund transportiert. Jährlich sollen durch diese Verlagerung 36 000 Lkw-Kilometer und etwa 30 Tonnen CO_2 eingespart werden. Seit Ende 2008 besteht schon ein intermodaler Verkehr zwischen dem Kraft Foods-Schokoladenwerk im österreichischen Bludenz und einem Kundenlager in der Nähe von Wien.

Weg von der Straße möchte auch die Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg. Doch die vorhandene Infrastruktur macht es dem dortigen Logistikleiter Michael Kröhl schwer, die angestrebte Nachhaltigkeit in die Tat umzusetzen. „Die nächste schiffbare Wasserstraße ist 100 km vom Produktionsstandort Kreuztal im Siegerland entfernt. Für einen Bahnverkehr mangelt es in der Region an einem leistungsfähigen Terminal für kombinierten Verkehr", zeigt SPC-Projektmanager Betchen die Probleme auf. Dennoch findet der SPC-Berater Lösungsszenarien, insbesondere für die Relation mit dem größten Einzelladungsaufkommen zwischen dem Werk und



Ware im Fluss: Das Binnenschiff wird als Verkehrsträger interesssanter.

dem 550 km entfernten Berlin. Seine Handlungsempfehlungen: Beiladungen auf bestehende Zugverbindungen, die allerdings einen längeren Lkw-Vorlauf erfordern, oder alternativ der Bau eines Werksgleises. „Bei einem Aufkommen von täglich 200 Lkw-Komplettladungen im Warenausgang lohnt es sich über kombinierten Verkehr nachzudenken", so Betchen.

Beispiele wie diese zeigen, dass sich die Verlader zunehmend selbst verpflichten, nachhaltige Verkehre zu etablieren. Mittelfristig wird dieses Umdenken nach Verkehrsverlagerung keine freiwillige Leistung bleiben. Mit dem jüngst vorgelegten EU-Verkehrsweißbuch haben die EU-Verkehrspolitiker festgelegt, wohin sie die Gütertransporte künftig lenken wollen. Dort ist verankert, dass bis 2030 etwa 30 Prozent und bis 2050 mehr als 50 Prozent des Straßengüterverkehrs auf Strecken über 300 Kilometer auf die Schiene sowie See- und Binnenschifffahrt verlagert werden soll. Denn diese Verkehrsträger verfügen im Gegensatz zur Straße noch über ausreichende Ressourcen.

Von Kapazitätsengpässen auf der Straße weiß SPC-Mitglied Knut Sander, Geschäftsführer der Münchner Spedition Kukla, zu berichten. Er hat für einen Kunden - ein deutscher Weinimporteur - über 800 Lkw-Komplettladungen pro Jahr aus der spanischen Region La Mancha in die Zentrallager eines großen deutschen Discounters zu organisieren. Das entspricht etwa 40 Mio. Tonnenkilometer jährlich. „Nur war in Spanien in Folge der Wirtschaftskrise kein ausreichend zuverlässiger Lkw-Laderaum für die gut 2 000 km Straßenstrecke nach Norden verfügbar", sagt Sander. Folglich musste eine neue Transportlösung gesucht werden, mit der die Ware innerhalb von vier Tagen zugestellt werden konnte. So lautete die Laufzeitvorgabe des Discounters. Logistiker Sander überzeugte seinen Kunden von einem entschleunigten Konzept, das auf eine Kombination von See-, Binnenschiff und im Nachlauf dem Lkw beruht. „Im Hauptlauf wird die Ware heute von Cartagena nach Rotterdam und Hamburg mit Umladung nach Braunschweig verschifft." Von dort werden dem Empfänger die 40-Fuß-Container mit 30 Palettenstellplätzen per Lkw zugestellt. Das letzte Teilstück zum Zentrallager des Discounters verbleibt so wie der 120 km lange Vorlauf zum Verschiffungshafen Cartagena auf der Straße.

Die jährliche CO_2-Ersparnis für dieses Projekt beträgt nach der Berechnung der Experten des SPC etwa 2 000 Tonnen pro Jahr. Die Münchener Spedition Kukla wickelte im Short Sea-Verkehr im vergangenen Jahr etwa 60 000 TEU im Kurzstreckenseeverkehr ab. *Stephanie Lützen/lz 41-11*

Stephanie Lützen ist freie Mitarbeiterin beim Short Sea Shipping Promotion Center.

Neutrale Plattform

Das Short Sea Shipping Inland Waterway Promotion Center (SPC) ist eine Öffentlich-Private Partnerschaft des Bundesverkehrsministeriums, einiger Bundesländer sowie von Logistikunternehmen. Ziel der Non-Profit-Institution ist es, Industrie, Handel und Speditionen für die Verkehrsträger Schiff und Bahn zu sensibilisieren und mit den Beteiligten multimodale Konzepte zu entwickeln. Die seit der Gründung (2001) erzielten Reduzierungen summieren sich auf über eine Milliarde Tonnenkilometer und 60 000 Tonnen CO_2-Emissionen, wobei nur „Erstverlagerungen" erfasst werden.
www.shortseashipping.de.

Die Wenigsten tun konkret etwas

Fraunhofer SCS erhebt erstmals Nachhaltigkeitsindex für Logistikdienstleister – KEP-Branche zeigt sich transparent

Nürnberg. Fraunhofer SCS hat im Mai 2011 den „Nachhaltigkeitsindex für Logistikdienstleister" veröffentlicht. Trotz Medienhype ist das Thema noch längst nicht in der Branche angekommen, lautet die Bilanz.

Der Nachhaltigkeitsindex wird in zwei Schritten gebildet. Zunächst wird ein Transparenz-Index ermittelt, der misst, wie transparent die Logistikunternehmen über ihre Umwelt-Aktivitäten berichten. Um das beurteilen zu schnittlich transparent, so ein Ergebnis der Untersuchung. Die Paket-Dienstleister haben eine hohe öffentliche Wahrnehmung und sehen sich daher einem starken Druck zu transparenter Kommunikation ausgesetzt. Die Branche insgesamt beschäftigt sich schon seit langem mit dem Thema Nachhaltigkeit und setzt dafür auch hohe Marketingbudgets an. Der Trans-

Lediglich 20 Prozent der Unternehmen konnten über relevante Maßnahmen berichten

tet, die die Unternehmen ergreifen, um zu umweltverträglicheren Prozessen zu gelangen. So konnten Standards identifiziert sowie zukünftige Entwicklungen und Innovationen herausgearbeitet werden. Wichtigstes Ergebnis hierbei: Lediglich rund 20 Prozent der Unternehmen waren in der Lage über relevante Maßnahmen zu berichten. Etwa 40 Prozent zeigten

Die Ergebnisse überraschen, weil im Vergleich zur Aufmerksamkeit, die das Thema erfährt, lediglich ein kleiner Teil der Dienstleister aktiv an einer Verbesserung der nachhaltigen Situation arbeitet. Es gibt jedoch auch positive Unternehmensbeispiele, die auch ohne Branchenstandards oder (gesetzliche) Vorgaben konsequent innovative Dienstleistungen umsetzen. Ein Nicht-Erscheinen von Unternehmen im Nachhaltigkeitsindex ist nicht zwangsläufig gleichbedeutend mit einer negativen Bewertung