



Auf dünnem Eis

Windig – zuviel Luft in der CO₂-Debatte

Der VW-Skandal ist seit einiger Zeit ein viel diskutiertes Thema. Der Autokonzern hat durch seine kleine Software ein trügerisches Saubermann-Image aufgebaut und sich dadurch Marktvorteile verschafft. In der Rechtsprechung wird von einer „arglistigen Täuschung“ gesprochen, die hohe Strafen über den entstandenen Schaden hinaus nach sich ziehen könnte.

Viele Produkte oder Dienstleistungen werden mit dem Prädikat „CO₂-neutral“ oder „umweltfreundlich“ beworben. Im Zuge der VW-Affäre sollten solche Aussagen kritisch betrachtet werden. Die Verpackungs- und Transportindustrie trägt eine große Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt: Allein 23 % der globalen energiebezogenen Treibhausgasemissionen entstehen in der Transportindustrie. Was tut die Branche für den Umweltschutz?

Die Deutsche Post DHL Group hat mit GoGreen ein hauseigenes Umweltschutzprogramm geschaffen, das von 2007 bis 2020 die CO₂-Effizienz um 30 % verbessern will. DHL GoGreen investiert u.a. in Fahrräder, Elektro-, Hybrid-Fahrzeuge, CO₂-Zertifikate und finanziert ein eigenes Umweltprojekt in Lesotho - eine Kooperation mit der gemeinnützigen Klimaschutzorganisation atmosfair. DHL koppelt - wie VW - Umweltschutz an das Firmenimage: Laut DHL soll die Marktposition gestärkt werden, indem soziale und Umweltschutzthemen im täglichen Kerngeschäft berücksichtigt werden. Auch Kunden, die mit DHL GoGreen versenden, zeigen ihr Umweltengagement und profitieren vom grünen Image.

Alles gut, aber warum liest man meistens von CO₂-Effizienz? Geht es nicht ganz einfach um die konkrete Vermeidung von CO₂, oh-

ne den Umweg der Kompensation? Durch den ressourcenschonenden Umgang z.B. mit Transportvolumen entsteht erst gar kein CO₂. Ich möchte das am Beispiel einer Paketsendung einer Online-Versandapotheke verdeutlichen. Die Sendung wirbt auffällig mit dem CO₂-neutralen Versand durch DHL GoGreen.

Die bestellten Schüssler Salze, die mein Arzt empfohlen hatte, werden mit einem Fahrzeug mit Verbrennungsmotor angeliefert. Ich kann nicht überprüfen, wie dieser CO₂-Ausstoß kompensiert wird und muss an dieser Stelle DHL vertrauen. Aber ich kann das Transportvolumen genauer unter die Lupe nehmen. Passt die Größe der Ware zur Größe des Pakets?

Die kleine Dose mit dem Mineralsalz wurde mit einem Wellpapp-Spannfolientray sicher verpackt und hat ein Volumen von knapp 0,2 Liter. Die Transportverpackung hat jedoch ein Volumen von über 13 Liter und ist damit 65 mal größer als die Ware. Ganz klar überdimensioniert! Was sagt die CO₂-Bilanz? Mit einer kleineren Transportverpackung könnte der Ausstoß an Kohlenstoffdioxid um 70% reduziert

werden. Die Umweltbilanz: Bei 150.000 „über-großen“ Paketsendungen werden 10.000 qm Waldfläche zusätzlich für den CO₂-Ausgleich benötigt. Sicher kann nicht für jedes zu versendende Produkt der ideale Transportkarton vorrätig sein. Ich weiß aber aus meinen Beratungen, dass im Bereich der Online-Versandapotheken Kartonagen mit einem Volumen von 3-4 Liter durchaus üblich sind.

Eine Studie, die bezogen auf die Größe der Transportverpackungen untersucht, wieviel CO₂ vermieden werden kann, wäre hoch interessant. Mein Appell an die Paketdienste: Berechnen Sie nach Transportvolumen. Mein Appell an die Versandhändler: Lassen Sie die Luft raus aus Ihren Verpackungen!

www.baumann-excellence.de



Jörg Baumann
Aus der Praxis - für die Praxis