## Studie: Mehr als zwei Drittel der Logistikunternehmen setzen auf Nachhaltigkeit

Studie: Mehr als zwei Drittel der Logistikunternehmen setzen auf Nachhaltigkeit<br /><br />69 Prozent der Unternehmen in der Transport- und Logistikbranche stufen die organisatorische Einbindung von Nachhaltigkeit in die Geschäftsprozesse als überdurchschnittlich wichtig ein. Das müssen sie auch, denn ihre Auftraggeber legen bei der Auswahl ihrer Logistiklieferanten zunehmend Wert auf Klimaschutz, Sozialstandards und Ressourcenschonung. Das sind Ergebnisse des "Managementkompass Nachhaltige Wertschöpfung" von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut.<br />Der Gedanke des nachhaltigen Wirtschaftens etabliert sich in der Transport- und Logistikbranche. 72 Prozent der befragten Fach- und Führungskräfte sehen langfristiges Denken und Handeln als Teil ihrer globalen Wertschöpfungskette. "Nachhaltigkeit bezieht sich dabei auf ökonomische, ökologische und soziale Aspekte", sagt Uwe Denningmann, Senior Executive Manager Verkehr und Logistik bei Steria Mummert Consulting. Drei von vier Geschäftsführer und Vorstände aus der Transport- und Logistikbranche garantieren bereits die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards, so die Studienergebnisse. "Ein zentraler Aspekt dabei ist die Senkung der CO2-Emmissionen", weiß Logistikexperte Denningmann.<br />Der Druck kommt oftmals von den Geschäftspartnern. "Handelsunternehmen legen großen Wert auf grüne Partner", sagt Denningmann. Es geht ihnen dabei weniger darum, Analysten und Investoren zufrieden zu stellen. Aus Sicht der meisten deutschen Unternehmen (68 Prozent) ist die Gewährleistung von Umwelt- und Sozialstandards in globalen Wertschöpfungsketten vor allem für das Unternehmen selbst und die Endverbraucher wichtig. In der Logistikbranche hingegen verlagern sich die Schwerpunkte. Für sie hat die Kommunikation gegenüber Analysten und Investoren große Bedeutung - vor allem hinsichtlich der eigenen Umweltorientierung.<br />Grüne Logistik ist sehr gefragt. Über die Hälfte der Transportunternehmen haben ihr Nachhaltigkeitsmanagement bereits organisatorisch eingebunden. 53 Prozent der Logistikunternehmen nehmen zudem nachhaltigkeitsorientierte Kundenzielgruppen in ihre Marketingstrategie mit auf. Und sie berichten auf Konferenzen und in Presseerklärungen regelmäßig über ihre Aktivitäten rund um Umweltschutz, Sozialstandards und Ressourcenschonung. "Nachhaltigkeit wird zunehmend zum Schlüssel des Erfolgs für die Logistik", sagt Logistikexperte Denningmann. Denn rund 60 Prozent aller befragten Unternehmen in Deutschland investieren bereits in die Verbesserung der Nachhaltigkeit.<br />Hintergrund<br />Der "Managementkompass Nachhaltige Wertschöpfung" bietet Kompaktwissen für Manager. Er zeigt, wie sich Unternehmen nachhaltiger ausrichten, um damit ihre Reputation zu sichern und sich neue Zielgruppen und Erlösquellen zu erschließen. Er beinhaltet zudem die wichtigsten Ergebnisse der gleichnamigen Potenzialanalyse. Mittels einer Online-Befragung vom 20. bis zum 26. Juni 2012 wurden 244 Fach- und Führungskräfte aus allen Branchen der deutschen Wirtschaft befragt.<br />Über Steria Mummert Consulting<br />Steria Mummert Consulting bietet Business-Services, die unter Einsatz modernster Informationstechnologie Unternehmen wie Behörden ein effizienteres und profitableres Arbeiten ermöglichen. Als Teil der Steria Gruppe verbindet das Unternehmen die tiefgehende Kenntnis der Geschäftsmodelle seiner Kunden mit einer umfassenden internationalen Expertise in IT und Business Process Outsourcing. Mit seinem kooperativen Beratungsstil begleitet Steria Mummert Consulting seine Kunden bei ihren Transformationsprozessen, stellt so sicher, dass sie sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und ihre Erfolgsposition nachhaltig verbessern können. Das Unternehmen zählt heute zu den zehn führenden Business Innovation/Transformation Partnern in Deutschland. 20. 000 Steria-Mitarbeiter in 16 Ländern stehen hinter den Systemen, Services und Prozessen, die Tag für Tag die Welt in Gang halten, und berühren dabei das Leben von Millionen Menschen weltweit. 1969 gegründet, unterhält Steria heute Standorte in Europa, Indien, Nordafrika und Südostasien. Der Umsatz des Unternehmens betrug im Jahr 2011 1,75 Milliarden Euro. 21 Prozent* des Kapitals sind im Besitz der Steria-Mitarbeiter. Die Gruppe, mit Hauptsitz in Paris, ist an der Euronext Paris gelistet. *Inkl. Trust für Mitarbeiter-Aktien in UK.<br /><br />c/o Faktenkontor GmbH<br />Hans-Henny-Jahnn-Weg 29<br />22085 Hamburg<br />Deutschland<br />Telefon: +49 [0] 40/22703-0<br />Telefax: +49 [0] 40/22703-7961<br />Mail: info@faktenkontor.de<br />URL: http://www.steria-mummert.de <br /><img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=515685" width="1" height="1">

### Pressekontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

### Firmenkontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Warum nennt sich eine PR-Agentur Faktenkontor? Weil Fakten über Kommunikationserfolge entscheiden. Journalisten suchen Fakten. Entscheider suchen Fakten. Kunden suchen Fakten. Wer harte Nachrichten, Entscheidungsgrundlagen und Nutzwertargumen-tationen sowie spannende Geschichten liefert, setzt sich durch. Deshalb basiert unsere Kommunikationsarbeit für Pressestelle und Vertrieb unserer Kunden auf harten gründlich erhobenen Fakten.In hanseatischer Tradition nennen wir uns Faktenkontor. Das Kontor steht für hanseatisches Kaufmannstum, ein Selbstverständnis auf das sich unsere Kunden im täglichen Miteinander unbedingt verlassen können.Wie entstand das Faktenkontor? Das Faktenkontor ist aus der Unternehmensberatung Mummert Consulting hervorgegangen. Anfang 2006 firmierte die am 1. Januar 2003 gegründete Mummert Communications in Faktenkontor um.