



Die nachhaltigste Verbindung zwischen zwei Punkten ist der Kreis: DHL Studie ruft zum gemeinsamen Start in Kreislaufwirtschaft auf

- **Mode- und Unterhaltungselektronik: Größte Auswirkungen aber auch Chancen**
- **Paradigmenwechsel notwendig: Ganzheitlicher Ansatz erforderlich**
- **Logistikindustrie als wichtiger Treiber: Sie steuert Waren- und Informationsfluss**

Bonn, 25. Januar 2022: Umweltschäden und Anzeichen des Klimawandels werden immer sichtbarer. Wachsende Abfallberge bedrohen unsere natürlichen Ökosysteme und die Gesundheit der Menschen. Gesellschaft und Wirtschaft sind aufgerufen, die Zukunft nachhaltiger zu gestalten. Dabei sorgt die Nachhaltigkeit im Kern dafür, dass globale Produktions- und Konsumverhaltensmuster mit den Umweltzielen vereinbar sind. Um zu helfen, sowohl die Klimakrise als auch andere ökologische Herausforderungen wie Wasserverbrauch und Entstehung von Abfall zu lösen, hat DHL ein neues White Paper „Delivering on Circularity“ veröffentlicht, das sich ausführlich damit befasst, wie die Kreislaufwirtschaft dabei helfen kann, solche Herausforderungen zu meistern.

„Einfach gesagt, geht es bei der Kreislaufwirtschaft um die folgenden fünf Worte, die mit R beginnen: Reduce, Repair, Resell, Refurbish und Recycle. Das heißt, wir müssen reduzieren, reparieren, weiterverkaufen, aufbereiten und wiederverwenden und die Lieferketten entsprechend neu gestalten, um den Übergang in eine echte Kreislaufwirtschaft zu schaffen“, so Katja Busch, Chief Commercial Officer bei DHL. „Innovative Logistiklösungen können die Kreislaufwirtschaft voranbringen. Sie sind wichtige Treiber, um bessere Waren- und Informationsflüsse zu ermöglichen. Dies gilt insbesondere, wenn es um die Optimierung von Produktionsmengen und -materialien, die Verlängerung von Produktlebenszyklen, die Einführung neuartiger Nutzungsmodelle oder die Entwicklung neuer Lösungen für das Recycling von Altprodukten geht.“

Mode und Unterhaltungselektronik mit erheblichen ökologischen Auswirkungen

Die entscheidendsten Anstöße bei der Forcierung der Kreislaufwirtschaft könnten aus der Mode- und Unterhaltungselektronikbranche kommen. Branchenführer beteiligen sich bereits jetzt aktiv an einem Paradigmenwechsel hin zur Kreislaufwirtschaft, kündigen ehrgeizige Ziele an und starten eine breite Palette an Initiativen. Die potenziell positiven Auswirkungen, die die Kreislaufwirtschaft in diesen beiden Branchen haben könnte, sind erheblich. Ungefähr 20 Prozent der hergestellten Kleidung wird niemals getragen und Smartphones werden oft nach zwei oder drei Jahren ausgetauscht. Beide Sektoren erzeugen zusammen über sechs Prozent der globalen Treibhausgasemissionen. Für die Produktion elektronischer Geräte werden viele nicht erneuerbare Ressourcen wie Seltene Erden und Metalle benötigt. Außerdem sind diese Branchen für einen erheblichen Flächenverbrauch (vergleichbar mit mehr als der Fläche von Deutschland und Schweiz zusammen), einen signifikanten Wasserverbrauch (vergleichbar mit 40 Prozent des jährlichen Wasserverbrauchs der US-amerikanischen Bevölkerung) und eine beachtliche Abfallerzeugung (vergleichbar mit ungefähr 50

Prozent der jährlichen europäischen Abfallmenge) verantwortlich. Da 80 Prozent der Emissionen eines durchschnittlichen Mode- oder Unterhaltungselektronikartikels während der Produktion anfallen, ist es unerlässlich, dass die Lebensdauer der Produkte so weit wie möglich verlängert wird.

„Der Wechsel hin zu einem an der Kreislaufwirtschaft orientierten Verbraucherverhalten ist ein entscheidender Faktor für den erfolgreichen Übergang zur Kreislaufwirtschaft. Das Verbraucherverhalten erhöht die Anzahl der Waren, die in den Kreislauf zurückfließen, und signalisiert den Markenunternehmen eine erhöhte Nachfrage nach zirkulären Produkten. Der Trend zu einer nachhaltigeren Nachfrage wächst“, so Carsten Lützenkirchen, Senior Vice President bei DHL Customer Solutions & Innovation. „Neuartige zirkuläre Geschäftsmodelle verändern und erweitern nicht nur Produkt- und Dienstleistungsportfolien, sondern haben auch eine positive Auswirkung auf das Bewusstsein und die Bereitschaft von Kunden, sich hier zu beteiligen. Es handelt sich um eine klassische Situation, bei der beide Seiten gewinnen, und bei der die Nachhaltigkeit Wachstum und Innovation antreibt.“

Die Kreislaufwirtschaft birgt ein immenses Potenzial für CO₂-Neutralität und Umwelt

„Die Kreislaufwirtschaft zielt darauf ab, die Art und Weise, wie Waren heute produziert, verkauft und benutzt werden, zu erneuern und die Rohstoffe von morgen zu recyceln. Wir benötigen innovative Lösungen und Technologien, um das volle Potenzial des Konzepts auszuschöpfen und das Modell fest zu etablieren“, fügt Katja Busch hinzu. „Natürlich ist es schwieriger, Lieferketten für bedarfsgesteuerte Produktions- und Recyclingzyklen einzurichten und den massiven Datenfluss zu managen, aber um unsere gemeinsamen ambitionierten Umweltziele zu erreichen, müssen wir dies angehen. Wir bei DHL freuen uns darauf, uns mit allen Beteiligten in der Kreislaufwirtschaft zusammenzutun und als Antreiber und Ermöglicher für die neuen Waren- und Informationsflüsse in diesem neuen Lieferkreislauf zu dienen.“

Im Verlauf der Wertschöpfungskette eines Produkts hat DHL drei wichtige Treiber und zehn Elemente ausgemacht, die einen erfolgreichen Übergang von Lieferketten auf Lieferkreisläufe ermöglichen. Die Palette reicht von innovativen Materialien und neuem Design bis zur On-Demand-Produktion, intelligenten Produktretouren, wiederverwendbarer Verpackung, Konzepten für neue Verwendungszwecke und Wertstoffsammlung und -Recycling. Vor allem müssen den Verbrauchern Anreize für ihr Verhalten zugunsten der Kreislaufwirtschaft geboten werden. Außerdem müssen die Lieferketten neu gestaltet und Transparenz und Steuerung ermöglicht werden, damit die Kreislaufwirtschaft realisiert werden kann. Eine konzertierte Aktion aller Beteiligten kann die Umstellung auf Kreislaufwirtschaft lohnend und erfolgreich machen. In Bezug auf Emissionseinsparungen scheint die Kreislaufwirtschaft vergleichsweise bequem und wirkungsvoll zu sein. Erreicht man eine Umstellung auf 50 Prozent Kreislaufwirtschaft werden so viele Treibhausgasemissionen eingespart, als wenn Streaming-Nutzer weltweit fünf Jahre lang auf das Anschauen von Videos verzichten.



Handlungsbedarf aller Stakeholder erforderlich

Wenn alle Beteiligten Verantwortung übernehmen und einen sich gegenseitig verstärkenden Kreislauf in Gang setzen, kann Kreislaufwirtschaft zur Realität werden. Der erfolgreiche Übergang zur Kreislaufwirtschaft ist sicherlich eine kollektive Aufgabe und Anstrengung, aber die Marktführer in der Logistikindustrie spielen dabei eine tragende Rolle. Die Kreislaufwirtschaft verändert die Art und Weise, wie Materialien und Produkte transportiert werden - von einer geraden Linie hin zu einem regenerativen Kreis – dabei ist eine effiziente Steuerung des Warenflusses das Kernstück der Logistik.

– Ende –

Hinweis an die Redaktionen:

Das vollständige White Paper steht Ihnen in englischer Sprache unter folgendem Link zur Verfügung: www.dhl.com/delivering-circularity.

Medienkontakt

Deutsche Post DHL Group
Media Relations
Sabine Hartmann
Tel.: +49 228 182-9944
E-Mail: pressestelle@dpdhl.com

Im Internet: dpdhl.de/presse

Folgen Sie uns: twitter.com/DeutschePostDHL

DHL – The logistics company for the world

DHL ist die weltweit führende Marke in der Logistik. Mit unseren DHL-Divisionen bieten wir ein einzigartiges Logistikportfolio – von der nationalen und internationalen Paketzustellung über Transport- und Fulfillment-Lösungen im E-Commerce, den internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit rund 400.000 Mitarbeiter*innen in über 220 Ländern und Territorien weltweit verbindet DHL sicher und zuverlässig Menschen und Unternehmen und ermöglicht so globalen nachhaltigen Handel. Mit einer einzigartigen Präsenz in Entwicklungs- und Schwellenländern und spezialisierten Lösungen für Wachstumssektoren

Pressemitteilung



wie „Technology“, „Life Sciences & Healthcare“, „Engineering, Manufacturing & Energy“, „Auto-Mobility“, und „Retail“ ist DHL „The logistics company for the world“.

DHL ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL Group. Die Gruppe erzielte 2020 einen Umsatz von mehr als 66 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt Deutsche Post DHL Group die Null-Emissionen-Logistik an.