



Nachhaltigkeit bleibt oberste Priorität: DHL Express veröffentlicht Global Sustainability Survey 2024

- eBook „Sustainability Matters: DHL Express' Global Survey on Small Businesses“ bietet Einblicke kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU)
- Nachhaltigkeit hat für KMU oberste Priorität und ist eine Notwendigkeit, um Wachstum zu fördern, Kunden anzuziehen und langfristige Investitionen zu sichern
- 53% der KMU würden nur 1-3% ihres Betriebsbudgets in Nachhaltigkeitsmaßnahmen investieren
- Sicherstellung der internen und kundenseitigen Akzeptanz bleibt große Herausforderung für KMU

Bonn, 02.12.2024: Nachhaltigkeit ist für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) zu einer strategischen Notwendigkeit geworden, die ihren langfristigen Wert und ihre Glaubwürdigkeit erheblich beeinflusst, wie eine aktuelle internationale Umfrage von DHL Express zeigt. Um die wachsende Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Lieferkette besser zu verstehen, führte DHL Express eine detaillierte Umfrage unter 5.000 Entscheidungsträgern von KMU in 11 Märkten durch: Großbritannien, Frankreich, Deutschland, den Niederlanden, Australien, China, Singapur, Japan, Mexiko, Kanada und Indien. Die Unternehmen, die an der Studie teilgenommen haben, stammen aus neun Sektoren: Einzelhandel, Konsumgüter, freiberufliche Dienstleistungen, Maschinenbau, Mode, Technologie, Chemie, Biowissenschaften und Gesundheitswesen sowie Finanzdienstleistungen. Sie lieferten wertvolle Erkenntnisse, die KMU dabei helfen, sich in einem sich stetig wandelnden Umfeld zurechtzufinden und neue Chancen zu nutzen. Das daraus resultierende eBook zeigt die Auswirkungen von Nachhaltigkeit auf KMU und die wachsende Priorität, die sie in ihren Lieferketten hat.

„Nachhaltigkeit steht heute bei vielen Unternehmen ganz oben auf der Tagesordnung. Aber die Herausforderung, eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln und umzusetzen, kann oft überwältigend erscheinen – viele Befragte gaben an, nicht zu wissen, wo sie anfangen sollen. Durch die Zusammenarbeit mit einem vertrauenswürdigen Logistikunternehmen wie DHL Express, das für sein Portfolio an emissionsreduzierten Versandlösungen bekannt ist, können sich KMUs so positionieren, dass sie überlebensfähig und wettbewerbsfähig bleiben und langfristiges Wachstum sicherstellen“, sagt Michiel Greeven, Executive Vice President Global Commercial bei DHL Express.



Hohe Relevanz, geringe Investitionsbereitschaft

Mindestens zwei Drittel der KMU in allen befragten Branchen gaben an, dass Nachhaltigkeit für sie entweder „sehr wichtig“ oder „äußerst wichtig“ ist. Der Finanzdienstleistungssektor und der Modesektor stimmten dieser Einschätzung am stärksten zu, wobei 81 % der Befragten in jeder Gruppe diese Antwort gaben. Trotz des weit verbreiteten Verständnisses für die Bedeutung des Themas sind die meisten KMU zurückhaltend, wenn es um die Bereitstellung von Mitteln für nachhaltige Initiativen geht. Die meisten (53 %) sind nur bereit, 1-3 % ihres Betriebsbudgets in nachhaltige Praktiken zu investieren. Nur 9 % der KMU wollen mehr als 5 % investieren, während 16 % gar nichts investieren wollen.

Interne und kundenseitige Akzeptanz bleibt große Herausforderung

Während der weltweite Durchschnitt der Kunden, die bereit sind, mehr für einen nachhaltigen Versand zu investieren, bei nur 23 % liegt, ist das Vertrauen bei den KMU in Indien und China deutlich höher: 51 % bzw. 47 % glauben, dass ihre Kunden dazu bereit wären. Auf die Frage nach den Herausforderungen bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsziele gaben die meisten KMU in allen Märkten an, dass sie die interne und kundenseitige Akzeptanz sicherstellen müssen. Besonders ausgeprägt ist dies in Deutschland, wo 74 % der KMU vor dieser Herausforderung stehen.

Modeindustrie und Finanzdienstleistungssektor unter nachhaltigsten Branchen

Obwohl die Modeindustrie in Bezug auf die Nachhaltigkeit ihrer Lieferkette oft unter besonderer Beobachtung steht, befürworten die meisten KMU der Modeindustrie Nachhaltigkeit. 81 % der Befragten in diesem Sektor gaben an, dass dies „sehr wichtig“ oder „äußerst wichtig“ für ihr Unternehmen sei, und mehr als drei Viertel (78 %) glauben, dass das Angebot nachhaltiger Lieferoptionen ihr Markenimage verbessern könnte (in gewissem/großem/sehr großem“ Umfang). KMU im Finanzdienstleistungssektor geben am ehesten an, dass Nachhaltigkeit für ihr Unternehmen „äußerst wichtig“ ist (43 %). Dieser Sektor ist am ehesten bereit, Betriebsbudgets für Nachhaltigkeitspraktiken bereitzustellen (88 %), und ist am ehesten der Ansicht, dass das Angebot nachhaltiger Lieferoptionen zu größerem geschäftlichem Erfolg führen könnte (47 % „in großem/sehr großem“ Ausmaß).

DHL Express priorisiert Nachhaltigkeit

DHL Express arbeitet kontinuierlich an der Verbesserung der Nachhaltigkeit seiner Betriebsabläufe und Dienstleistungen und trägt damit zu den Nachhaltigkeitszielen der DHL Group bei, die jährlichen Treibhausgasemissionen auf unter 29 Millionen Tonnen zu senken, 66% der Fahrzeuge für die letzte Meile zu elektrifizieren und den Anteil emissionsreduzierter Kraftstoffe bis 2030 auf über 30% zu erhöhen. Darüber hinaus können DHL Express-Kunden mit dem GoGreen Plus-Service Maßnahmen



ergreifen, um ihre Scope-3-Emissionen durch den Einsatz von SAF (Sustainable Aviation Fuel) in der DHL Express-Luftfrachtflotte zu reduzieren. Basierend auf dem „Book and Claim“-Ansatz werden die erzielten Einsparungen (Scope 3) in Form von Zertifikaten an die Kunden weitergegeben.

Nachhaltigkeit wird die Branche in den nächsten zehn Jahren verändern. Dieses umfassende eBook wurde entwickelt, um KMU dabei zu helfen, umsetzbare Schritte zu unternehmen, um die Nachhaltigkeit ihrer Logistik zu verbessern und alle Herausforderungen zu meistern, die sich aus den Erwartungen ihrer Kunden ergeben. Als globaler Marktführer in der Logistikbranche unterstützt DHL Express weltweit Tausende von KMUs in einer Vielzahl von Branchen und ist bestrebt, die richtigen Werkzeuge, Strategien und Erkenntnisse bereitzustellen, um KMUs bei ihren nachhaltigen Praktiken zu unterstützen. **Das eBook kann [hier](#) heruntergeladen werden.**

– Ende –

Sie finden die Pressemitteilung zum Download sowie weiterführende Informationen unter group.dhl.com/pressemitteilungen (wenn nicht zutreffend, bitte löschen!)

Medienkontakt

DHL Group
Media Relations
Dirk Heinrichs

Tel.: +49 228 182-9944
E-Mail: pressestelle@dhl.com

Im Internet: group.dhl.com/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, dem internationalen Expressversand sowie Straßen-, Luft- und Seefrachttransport bis zum Supply-Chain-Management. Mit



rund 395.000 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 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 DHL Group. Die Gruppe erzielte 2023 einen Umsatz von mehr als 81,8 Milliarden Euro. Mit nachhaltigem Handeln sowie dem Engagement für Gesellschaft und Umwelt leistet der Konzern einen positiven Beitrag für die Welt. Bis 2050 strebt DHL Group die netto Null-Emissionen-Logistik an.