

PRESSEMITTEILUNG

GLS veröffentlicht zweiten Nachhaltigkeitsbericht

Amsterdam, 21. Januar 2016. Der europaweit tätige Paketdienst GLS hat heute seinen zweiten Nachhaltigkeitsbericht „ThinkGLS. ThinkResponsible.“ herausgegeben.

Der Bericht informiert über das Engagement in allen GLS-Landesgesellschaften und orientiert sich an den internationalen Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Im Berichtszeitraum, den Geschäftsjahren 2013/14 und 2014/15, entwickelte die GLS Gruppe ihre Corporate Responsibility-Strategie weiter, verbesserte ihre Ökobilanz in vielen Bereichen und intensivierte ihr soziales Engagement.

„Nachhaltigkeit ist einer unserer Kernwerte“, erklärt Rico Back, CEO der GLS. „Wir haben unser Engagement fortgeführt und breiter aufgestellt, was auch im neuen Nachhaltigkeitsbericht deutlich wird. Es geht darum, Verantwortung zu übernehmen und dabei Ökonomie, Ökologie und Soziales miteinander zu vereinbaren.“

Umwelt-Erfolge in Wachstumszeiten

Die Umweltmaßnahmen der Gruppe reichen von klimaschonenden Fahrzeugen, IT-gestützter Transportplanung und Öko-Depots bis hin zu „grünen“ Projekten in allen Unternehmensbereichen. Trotz des Netzerbaus um 21 neue Depots und etwa 1.000 Lkw sowie der Erhöhung des Paketvolumens um fast 15 Prozent¹, konnte GLS Verbesserungen unter anderem in folgenden Bereichen erzielen:

- Der Verbrauch von Heizenergie sank um knapp 9 Prozent.¹
- Der Wasserverbrauch ging um etwa 23 Prozent zurück.¹
- Der Anteil umweltschonender Transportfahrzeuge (mind. Euro 4-Norm) stieg von etwa 77 auf 84 Prozent. Etwa 44 Prozent erfüllen die Euro 5-Norm.¹
- Deutsche Kunden verschickten im Geschäftsjahr 2014/15 über sechs Millionen Pakete mit dem klimafreundlichen *ThinkGreenService*² – zehnmal so viel wie 2013/14.

¹ Veränderung im Geschäftsjahr 2014/15 im Vergleich zum Geschäftsjahr 2012/13

² Beim Transport entstehende Emissionen werden durch Klimaschutzprojekte kompensiert.

Soziale Verantwortung: viele neue Initiativen

GLS-Standorte in ganz Europa unterstützen mit kostenlosen Transporten, persönlichem Einsatz oder Spenden zahlreiche Projekte vor Ort. Zum Beispiel veranstaltet GLS Germany an jedem Standort einen Freiwilligentag. GLS Belgium sponsert die Fußball-Nationalmannschaft und vergibt Freikarten für die Spiele an benachteiligte Menschen; GLS Ireland transportiert Spendenpakete für eine Kinderhilfsorganisation, GLS Poland für eine Krebsstiftung.

Im Zentrum des Engagements stehen außerdem die Mitarbeiter. Länderspezifische Aus- und Weiterbildungsangebote sowie Mitarbeiterbefragungen tragen dazu bei, die Attraktivität der Arbeitsplätze zu sichern und zu steigern. Mit den Transportunternehmern und ihren Zustellfahrern arbeiten die GLS-Gesellschaften partnerschaftlich zusammen. Depot-Dialoge, gemeinsame Events und Partnerprogramme gehören dazu.

Im Dialog mit Interessierten

Der GLS-Nachhaltigkeitsbericht erscheint alle zwei Jahre. „Indem wir umfassend und transparent über die Entwicklungen der GLS Gruppe informieren, möchten wir Kunden, Mitarbeiter, Transportpartner und die Öffentlichkeit zum Dialog mit uns anregen und so unsere Kommunikation intensivieren“, so Rico Back.

Das Dokument steht auf der GLS-Website (<https://gls-group.eu/DE/de/gls-gruppe/nachhaltigkeit>) zum Lesen bereit.

Die GLS Gruppe in Europa

GLS, General Logistics Systems B.V. (Hauptsitz Amsterdam), realisiert zuverlässige, hochwertige Paketdienstleistungen für über 220.000 Kunden in Europa und bietet zusätzlich Express- und Logistikleistungen. „Qualitätsführer in der europäischen Paketlogistik“ ist der Leitsatz der GLS. Dabei legt GLS Wert auf nachhaltiges Handeln. Mit eigenen Gesellschaften und Partnern deckt die Gruppe 37 europäische Staaten ab und ist über vertraglich gesicherte Allianzen mit der ganzen Welt verbunden. 39 zentrale Umschlagplätze und 688 Depots stehen GLS zur Verfügung. Mit ihrem straßenbasierten Netz ist GLS einer der führenden Paketdienstleister in Europa. Über 14.000 Mitarbeiter und ca. 19.000 Fahrzeuge sind täglich für GLS im Einsatz. Im Geschäftsjahr 2014/15 transportierte GLS 436 Millionen Pakete und erzielte einen Umsatz von 2,1 Milliarden Euro.