

Fachkräftemangel

„Die Wirtschaftsmacher“: Jetzt zeigen die Intralogistiker Flagge

Mit SSI Schäfer, Still und dem Veranstalter der LogiMAT gewinnen „Die Wirtschaftsmacher“ namhafte Unterstützer aus der Intralogistik. Ziel der Initiative ist, das Image der Logistik in der Öffentlichkeit zu fördern.



Die Initiative „Die Wirtschaftsmacher“ wächst weiter. Ziel ist, das Image der Logistik in der Öffentlichkeit zu fördern. | Bild: Get the Point GmbH

20.12.2018 | Tobias Schweikl

Die Initiative „Die Wirtschaftsmacher“ wächst weiter. Immer mehr Organisationen und Unternehmen schließen sich der Initiative deutscher Logistiker an. Zuspruch und Unterstützung kommt nun verstärkt auch aus dem Bereich der Intralogistik.

So hat im Dezember die Euroexpo Messe- und Kongress-GmbH einen „Letter of Interest“ unterzeichnet. Der Veranstalter der LogiMAT, einer der bedeutendsten internationalen Fachmessen für Intralogistiklösungen und Prozessmanagement, wird die Kampagne ideell und finanziell unterstützen.

Mit den Intralogistik-Anbietern SSI Schäfer und Still schlossen sich im Dezember 2018 weitere Schwergewichte der Branche den „Wirtschaftsmachern“ als finanzielle Unterstützer an.

Peter Kazander, Geschäftsführer der Euroexpo Messe- und Kongress-GmbH, begründet das Interesse der Intralogistiker an der Kampagne so: „Wer glaubt, dass die fortschreitende Automatisierung und Digitalisierung den Mangel an Mitarbeitern auffangen kann, der irrt. Es wird eine Verschiebung bei den Jobprofilen geben. Qualifikation spielt eine immer größere Rolle. Aber sich darauf zu verlassen, dass die Technik allein es schon richten wird, wäre naiv und so denkt auch kein Intralogistiker.“ Einen Lösungsweg sieht Kazander in der verstärkten Werbung um Talente:

„Es führt kein Weg daran vorbei: Wir müssen junge Menschen für die Logistik begeistern. Und dafür ist die Kampagne „Logistikhelden“ ein erster, kreativer Ansatz. Wir wünschen uns, dass viele Intralogistiker mitmachen und die Kampagne aktiv unterstützen so wie wir!“

Weitere Unterstützer

Zu den neu hinzugekommenen ideellen Trägern gehören das Logistik-Cluster Schwaben und das „House of Logistics and Mobility“ (HOLM) am Frankfurter Flughafen. Als finanzielle Unterstützer haben außerdem die Logistikdienstleister Hellmann Worldwide Logistics, Müller - Die Lila Logistik und die Westdeutsche Getränke Logistik (Veltins) wie auch die Beratungsunternehmen A'PARI Consulting und die Logistikplaner von Logsol einen „Letter of Interest“ unterzeichnet. Auch der Trailer-Hersteller Kögel gehört zu den Unterstützern der Initiative.

Bereits im November 2018 hatte sich mit Kühne + Nagel einer der großen Logistikkonzerne für die Unterstützung der Kampagne entschieden. Holger Ketz, Geschäftsführer Kühne + Nagel Deutschland ab 1. Januar 2019, sieht dabei vor allem folgende Aspekte:

„Als drittgrößter Wirtschaftszweig in Deutschland genießt die Logistik einen nach wie vor eher unterdurchschnittlichen Ruf. Dieser wird weder dem Spektrum der Logistik, noch der Bedeutung des Wirtschaftssektors gerecht. Kühne + Nagel stellt den Menschen stets in den Mittelpunkt. Somit unterstützen wir proaktiv die Logistikhelden-Kampagne, um zu zeigen, wie vielseitig Logistik ist und bei uns gelebt wird. Das Ansehen der Logistik in der Öffentlichkeit muss sich eindeutig verbessern und wir werden gemeinsam mit allen „Wirtschaftsmachern“, unseren Beitrag dazu leisten.“

Mehr als 60 Partner machen schon mit

Hierbei können die „Wirtschaftsmacher“ aus dem Vollen schöpfen: Das Spektrum der Unterstützer umfasst nahezu alle Facetten der Logistikwirtschaft. Inzwischen beteiligen sich auch zahlreiche

logistikahe Verbände, Vereine, Medien und Unternehmen, insgesamt zählt die Initiative bereits rund 60 Partner.

Sie haben finanzielle Unterstützung zugesichert und engagieren sich zudem als Multiplikatoren. Dazu gehören Konzerne wie Airbus, BMW oder VW, Handelsunternehmen wie EDEKA oder Globus, Logistikdienstleister wie BLG, Duvenbeck, ITG, Kühne + Nagel, LOXXESS, Meyer Logistik, Seifert Logistics oder ZUFALL, Softwareunternehmen wie AEB, PSI, Siemens oder Timocom, aber auch Verbände und Netzwerke wie die Air Cargo Community Frankfurt, der BdKEP, die BVL, die Initiative Logistikimmobilien (Logix), der SLV oder das Stückgutnetzwerk System Alliance und weitere Unternehmen und ideelle Träger aus unterschiedlichen Bereichen.

Startschuss war zum Deutschen Logistikkongress 2018

Frauke Heistermann, Sprecherin der „Wirtschaftsmacher“, zeigt sich mit dem großen Interesse sehr zufrieden: „Auch nach dem offiziellen Launch der Initiative auf dem 35. Deutschen Logistik Kongress im Oktober in Berlin hält das starke Interesse an. Die vielen Neuzugänge, die aus den unterschiedlichsten Bereichen kommen, lassen nur einen Schluss zu: Die Zeit für die erste übergreifende Image-Kampagne ist reif!“

Ziel der Initiatoren ist es, im ersten Quartal 2019 eine angemessene Finanzierung auf die Beine zu stellen, damit die Kampagne wirksam in der Fläche ausgerollt werden kann. „Dieses Ziel werden wir auch erreichen. Wir freuen uns über jeden weiteren Unterstützer, der zusammen mit den vielen anderen Unternehmen einen Beitrag zum Imagewandel leisten möchte!“

Über die Website der Initiative (www.die-wirtschaftsmacher.de) melden sich mehrere Interessenten pro Woche. Dort finden sie alle nötigen Informationen und können den „Letter of Interest“ als Absichtsbekundung herunterladen.

Quelle

LOGISTRA - Fachmagazin für Nutzfahrzeug-Fuhrpark und Lagerlogistik

<https://logistra.de/node/15161>

Copyright

© 2019, Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen auf Datenträgern jeglicher Art sind verboten.
HUSS-VERLAG GmbH · 80912 München · Tel. +49 (0)89 / 32391-0 · Fax -416 · www.logistra.de