

13. November 2019

Presseinformation

Wie Mut den Wirtschaftsbereich Logistik beflügelt

Der Deutsche Logistik-Kongress vom 23. bis 25. Oktober 2019 stand unter dem Motto „Mutig machen“. Doch was bedeutet Mut für Deutschlands drittgrößten Wirtschaftsbereich? Welchen Herausforderungen gilt es mutig zu begegnen? Experten gaben auf dem Kongress in Berlin Einblicke, was die Logistik mit Mut erreichen kann.

Das weltpolitische Geschehen sorgt für Skepsis auf den Märkten. Handelshemmnisse erschweren den internationalen Handel. Fachkräfte fehlen in der Logistik nach wie vor an vielen Stellen. Im städtischen Raum stockt zunehmend der Verkehr. Gleichzeitig beschleunigt beispielsweise das Wachstum des E-Commerce den Warenumsatz. Lieferketten werden zunehmend komplexer und der digitale Wandel findet entlang der gesamten Wertschöpfungskette statt. Was diese aktuellen Herausforderungen für den Wirtschaftsbereich Logistik gemeinsam haben? Unternehmen und Mitarbeiter brauchen Mut, um ihnen zu begegnen.

Besonders der Gamechanger Digitalisierung erfordert beherztes Anpacken. „Mut ist der zentrale Baustein für die Gestaltung des digitalen Wandels“, eröffnete Alexander Birken, CEO des E-Commerce-Riesen Otto, die Vorträge am ersten Kongresstag. Das bedeute auch, sich von Althergebrachtem zu verabschieden, das vielleicht bisher ein Erfolgsgarant war. Neue Technologien zu implementieren sei ein essentieller Schritt, um mit den aktuellen Entwicklungen mitzuhalten. Es erfordere den Mut, in zukunftsweisende Projekte zu investieren. Angela Titzrath, Vorstandsvorsitzende der Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA), weiß, was das heißt: Die HHLA prüft in Kooperation mit dem Fraunhofer-Center für Maritime Logistik gerade die Möglichkeit, Container im Hamburger Hafen per Drohne zu transportieren. „Bei uns lernen Boxen fliegen – und wir meinen das Ernst“, so Titzrath, „denn Mut spornt zu Innovationen an.“

Bei allen Veränderungen, Innovationen und Trends steht für die knapp 150 Rednerinnen und Redner und die rund 3.200 Besucherinnen und Besucher des Deutschen Logistik-Kongresses 2019 fest: Die Logistik ist nach wie vor ein People's Business. „Wir haben es mit Menschen zu tun“, bringt es Christoph Pieper vom Automobilzulieferer Winkelmann auf den Punkt. „Wir müssen unsere Mitarbeiter mitnehmen, sie zu Transformationsprozessen ermutigen und ihre Ängste davor, was Transformation mit ihren Jobs macht, ernstnehmen.“ Das, so Alexander Birken von der Otto Group, gehe nur mit dem Mut auch seitens der Führungskräfte zum ehrlichen Dialog.

Mehr Positionen von Menschen aus Logistik und Supply Chain Management sowie Einblicke in die Welt des Muts finden Sie auf der Website der Aktion „Mutig machen“ – darunter ein Interview mit einer Mut-Trainerin, Geschichten über Pioniere sowie ein Überblick über besonders innovative Logistikkonzepte, die wohl ihrer Zeit voraus waren.

www.bvl.de/mutig-machen

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an

Anna Ewald, Mainblick – Agentur für Strategie und Kommunikation GmbH,
Tel.: 069 / 489 812 90, Mail: anna.ewald@mainblick.com

Anja Stubbe, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, BVL
Tel.: 0421 / 173 84 23, Mail: stubbe@bvl.de

Die 1978 gegründete Bundesvereinigung Logistik (BVL) e. V. ist eine gemeinnützige, neutrale und überwiegend ehrenamtliche Organisation. Als Plattform für Manager der Logistik in Industrie, Handel und Dienstleistung, für Wissenschaftler und Studierende bildet sie mit heute mehr als 11.200 Mitgliedern eine Brücke zwischen Wirtschaft und Wissenschaft und ist Podium für den nationalen und internationalen Gedankenaustausch zwischen Führungskräften aus Logistik und Supply Chain Management.