

PRESSEMITTEILUNG

#Fortomorrow - Forto setzt neue Maßstäbe in der Branche und möchte bis 2025 alle Transporte 100% klimaneutral anbieten

- Das Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, seine Transporte bis 2025 auf 100% klimaneutral umzustellen.
- Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil von Fortos Unternehmensvision und wird durch zahlreiche Initiativen für Mitarbeiter und Kunden untermauert.
- "Unsere Industrie bietet große Potenziale, wenn es darum geht, einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft zu leisten. Wir sehen es als Teil unserer Verantwortung, einen ersten Schritt zu machen und Vorreiter einer nachhaltigen Transformation unserer Branche zu sein" so Michael Wax, CEO von Forto.

Berlin, April 2021

Forto, einer der führenden Anbieter von digitalisierten Speditions- und Supply-Chain-Lösungen, engagiert sich für Nachhaltigkeit in der Logistik und möchte seinen Kunden globale Lieferketten auf Basis klimaneutraler Transporte ermöglichen. "Vollkommen nachhaltigen Handel zu etablieren, ist tief in der DNA von Forto verwurzelt. Wir sind überzeugt, dass dies am besten über die Verbindung von innovativer Technologie mit zuverlässiger Logistik zu erreichen ist. Wir möchten den weltweiten Wohlstand fördern und gleichzeitig die Nachhaltigkeit im Handel erhöhen. Mit automatisierten Transporten und nachhaltigen Versandlösungen ermöglichen wir allen Unternehmen, Handel zu treiben, dabei Arbeitsplätze zu sichern und zu schaffen und dafür zu sorgen, dass die Menschen in Zukunft ein besseres Leben führen können – ökonomisch und ökologisch", so Michael Wax, CEO von Forto.

Unter "#fortomorrow" (eine Zusammensetzung aus "Forto" und "Tomorrow") vereint das Unternehmen vielfältige Initiativen und Werte für eine bessere Zukunft in Gesellschaft und Industrie. Ein Pfeiler dieser Initiative ist die Investition in Nachhaltigkeit. Ein Beispiel ist das 1+1-Ansatz-Programm, bei dem das junge Unternehmen die CO₂-Kompensation jedes Kunden verdoppelt, um Transporte nachhaltig klimafreundlicher zu gestalten. Eine der größten Hemmnisse für Unternehmen, nachhaltigere Entscheidungen in der Logistik zu treffen, ist mangelnde Transparenz. Forto begegnet dieser Herausforderung mit seinem innovativen Technologie-Ansatz, der Transparenz bis auf Produktebene schafft. Schlüssel dazu sind die proprietäre Order-Management-Lösung FortoX sowie die Bereitstellung detaillierter CO₂-Emissionsberichte.

Forto arbeitet mit dem Berliner Unternehmen Planetly zusammen, um den CO₂-Fußabdruck der von den Kunden gebuchten Transporte zu messen, zu analysieren und durch die Behebung von Ineffizienzen zu reduzieren. Zusätzlich ermöglicht es Fortos seinen Kunden, nicht vermeidbare Emissionen durch sorgfältig ausgewählte Klimaprojekte auszugleichen. Alle von Forto angebotenen Projekte sind nach den höchsten internationalen Standards wie Gold Standard oder Verified Carbon Standard zertifiziert.

Das Unternehmen glaubt fest an eine Welt des freien und fairen Handels und möchte die Vorteile des globalen Handels mit einer nachhaltigen Art des Warentransports verbinden. Es gibt keine Industrie oder Technologie in der Wirtschaftsgeschichte, die einen ähnlichen Effekt auf die Verbesserung des Lebensstandards hatte als der globale Handel. Forto hat sich das Ziel gesetzt, den Welthandel fit für das nächste Jahrhundert zu machen und Lieferketten zukunftsfest zu gestalten.

Diesen Anspruch lebt Forto von innen nach außen. Seit seiner Gründung ermittelt und kompensiert das Unternehmen seinen CO₂-Fußabdruck und hat seine interne Aufstellung vom ersten Tag an CO₂-neutral gestaltet. Mit Ökostrom, Bio-Lebensmitteln und einer eigenen Reiserichtlinie bezieht Forto seine Mitarbeiter mit ein, ein nachhaltigeres Arbeitsumfeld zu gestalten. Außerdem hat das Unternehmen ein Programm aufgesetzt, bei dem unter anderem Vertriebs- und Betriebsleiter als Anreiz für eine bestimmte Leistung – wie zum Beispiel abgefertigten Sendungen – Bäume gepflanzt bekommen. "Wir glauben, dass die größte Veränderung dadurch entsteht, dass man die kleinen Dinge konsequent tut. Wir alle wissen, dass es ein Spannungsfeld zwischen Wohlstand und Nachhaltigkeit gibt, aber mit Hilfe unseres persönlichen Engagements können wir zeigen, wie wir beides gleichermaßen erreichen können", ergänzt Michael Ardel, COO bei Forto.

Der nächste große Schritt ist die *Time for climate action campaign*, die von den "Leaders for Climate Action" Ende April initiiert wird. Gemeinsam mit globalen Marken wie Spotify, Delivery Hero oder FlixBus nutzt die Kampagne die Ressourcen ihrer gesamten Community, um 50 Millionen Menschen und tausende Unternehmen für den Klimaschutz zu begeistern und zu gewinnen. Forto wird sich bei dieser Kampagne beteiligen, um das Bewusstsein für die Relevanz des globalen Transports und die Logistik mit Blick auf mehr Nachhaltigkeit zu erhöhen und ihr Ziel zu unterstreichen, ihre Transportsparte bis 2025 zu 100% klimaneutral zu aufzustellen.

PR contact:

Forto GmbH | Alexandra Holzwarth | Senior PR Manager | press@forto.com | www.forto.com

Über Forto

Forto wurde 2016 als FreightHub von Erik Muttersbach, Michael Wax mit dem Ziel gegründet, einen digitalen Spediteur für Verlager des 21. Jahrhunderts zu entwickeln. Aus dem ursprünglichen Fokus auf die Seeschifffahrt zwischen Deutschland und Asien wurde schnell ein Anbieter von umfassenden technologischen Dienstleistungen. Ihre intuitive Plattform deckt die gesamte Prozesskette ab, von Angebot, Buchung, Dokumentenverwaltung, Tracking und Tracing bis hin zur proaktiven Freistellung Bearbeitung und Analyse der Lieferkette. In vier Jahren wuchs das Berliner Unternehmen auf über 400 Mitarbeiter mit 10 Büros und mehr als 2.500 Kunden weltweit. Insgesamt sammelte das Unternehmen seit der Gründung 126 Millionen US-Dollar ein und änderte im Frühjahr 2020 seinen Namen in Forto.