

Waschzettel: Die Wirtschaftsmacher

1. Die Wirtschaftsmacher

„Die Wirtschaftsmacher“ ist eine Initiative deutscher Logistiker, bestehend aus derzeit über 100 Unternehmen, Medien und ideellen Trägern wie Verbänden und Vereinen sowie dem Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI). Ziel der 2018 gegründeten Initiative ist es, die öffentliche Wahrnehmung von Bedeutung und Funktion der Logistik zu verbessern.

Einige Fakten zum Wirtschaftsbereich Logistik:

- Die Logistik ist mit rund 3,2 Millionen Erwerbstätigen (rund 9 Prozent der gesamten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland) sowie einem jährlichen Umsatz von 279 Milliarden Euro der drittgrößte Wirtschaftsbereich Deutschlands (Schätzung 2019).
- Rund 50 Prozent der Beschäftigten entfallen auf ca. 80.000 überwiegend mittelständisch geprägte Logistikdienstleistungsunternehmen. Die andere Hälfte ist in Industrie und Handel beschäftigt.
- Rund 1,43 Millionen Menschen arbeiten in Logistik- und Distributionszentren in Deutschland.
- Deutschland ist „Logistikweltmeister“ im weltweiten „Logistics Performance Index“ der Weltbank aus dem Jahr 2018.
- Logistik bietet eine Vielfalt an Jobs und beruflichen Perspektiven, die nur wenigen bekannt ist. Der Bereich zählt über 200 Ausbildungsberufe und 110 Studiengänge.
- Die Logistik ist zu einem wichtigen inländischen Wachstumsfaktor geworden. In den vergangenen 20 Jahren haben sich die Umsätze im Wirtschaftsbereich Logistik verdoppelt. Zum Vergleich: Die Umsätze im verarbeitenden Gewerbe haben um lediglich 50 Prozent zugenommen.
- Laut Fraunhofer SCS sind rund die Hälfte aller deutschen Logistikregionen von einem akuten Fachkräftemangel in den Bereichen der Lagerwirtschaft und des Güterumschlags betroffen. Dies zeigt sich unter anderem in einer höheren Anzahl an offenen Stellen im Vergleich zu den regionalen Erwerbslosen mit entsprechender Berufsqualifikation. Hinzu kommt der demographische Wandel aufgrund des Alters vieler Berufskraftfahrerinnen und -fahrer. Das anhaltende Wachstum des E-Commerce und weitere Faktoren werden diesen Mangel perspektivisch verschärfen.
- Nach Schätzungen des Bundesverbandes Spedition und Logistik (DSL) und des Bundesverbandes Güterverkehr, Logistik und Entsorgung (BGL) fehlten vor Corona zwischen 45.000 und 60.000 Berufskraftfahrer/innen. Jedes Jahr gehen etwa 30.000 Berufskraftfahrer/innen in den Ruhestand, während nur etwa halb so viele nachfolgen. Zwischenzeitlich gab es Bestrebungen, das Berufsbild als Mangelberuf zu deklarieren.
- Laut der Studie „Fachkräftemangel 2019“ im Auftrag der ManpowerGroup zählt der Berufskraftfahrer zu den zehn am schwierigsten zu besetzenden Stellen.
- Eine Ende 2019 durchgeführte Studie von Expense Reduction Analysts, dem Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) und der EBS Universität für Wirtschaft und Recht zeigt, dass ganze 60 Prozent der Logistikdienstleistungsunternehmen aufgrund eines akuten Fachkräftemangels wichtige Stellen nicht besetzen können und dadurch in ihrer Leistungsfähigkeit eingeschränkt werden.
- Die [Ergebnisse einer Befragung](#) der Bundesvereinigung Logistik (BVL) zum Thema Fachkräfte aus dem Jahr 2017 belegen, dass die Personalverantwortlichen die Arbeitsbedingungen und/oder die Bezahlung als Hauptursache (64%) für den Mangel an qualifizierten Mitarbeitern ausgemacht haben. Knapp die Hälfte (48%) berichtet, dass offene Stellen auch mal unbesetzt blieben.

Bedeutung und Herausforderungen der Logistik während der Covid-19-Pandemie

- Logistiker transportieren auch während der Covid-19-Pandemie unter anderem Lebensmittel, Medikamente, Hilfsgüter und dringend benötigte Ersatzteile. Der große, positive Zuspruch aus der Bevölkerung für die Aufrechterhaltung der Lieferketten und die Arbeit der zahlreichen Beschäftigten in diesem Sektor zeigt, wie wichtig Logistik für die gesamte Volkswirtschaft ist. Sie gilt als unbedingt systemrelevant.
- Die Herausforderungen an den gesamten Wirtschaftsbereich sind mannigfaltig, wie die Bundesvereinigung Logistik (BVL) in einem aktuellen [Experten-Papier](#) aufzeigt. Laut der Autoren gehört neben der Sicherstellung funktionierender globaler Lieferketten über alle Verkehrsträger hinweg vor allem die Abfederung der Auswirkungen der Corona-Krise auf die Situation der Beschäftigten zu den vordringlichen Handlungsfeldern. Hier sei die Politik gefordert, entsprechende Rahmenbedingungen zu schaffen.
- Logistikdienstleistungsunternehmen sind in besonderer Weise gefordert, die Arbeitssicherheit für ihre Beschäftigten in diesen Zeiten sicherzustellen. Dazu gehört beispielsweise die gründliche Reinigung von Fahrerkabinen in Lkw, Loks und Binnenschiffen bei Schichtwechsel, aber auch die regelmäßige Desinfektion von Handhelds, Scannern und Tablets, die im Lager und während des Zustellprozesses im Fahrzeug zum Einsatz kommen.
- Das internationale Marktforschungsunternehmen Nielsen sieht in seiner [Untersuchung über die Auswirkungen von Covid-19 auf den deutschen Handel](#) die Chance für eine Wachstumswelle im Online-Lebensmittelhandel. Entsprechende Entwicklungen seien in China und Australien zu sehen gewesen. Die Krise biete demnach eine Möglichkeit, langfristig mehr Kunden zum Online-Einkauf zu führen – sofern Logistik und Lagerbestände dies erlaubten.
- Das Ifo-Beschäftigungsbarometer ist im März auf 93,4 Punkte gefallen (Februar: 98,0 Punkte). Damit verzeichnet das Institut den größten Rückgang seit 2002. Der Einschnitt lässt erahnen, wie problematisch diese Entwicklung – falls sie weiterhin anhält – für die als systemrelevant eingestufte Logistik und somit für die Versorgung mit Waren und Gütern des täglichen Bedarfs ist.
- Trotz der aktuellen Lage funktioniert der Güterverkehr auf der Schiene unverändert. Deutsche Bahn (DB) und Österreichische Bundesbahne (ÖBB) melden auch grenzüberschreitend derzeit keine Einschränkungen (Stand: März 2020).

Logistik ist bunt und vielfältig – für Berufseinsteiger und Berufserfahrene

Die Initiative „Die Wirtschaftsmacher“ hat sich zum Ziel gesetzt, die Bedeutung, Leistung und Attraktivität der Logistik sowie der dazugehörigen Berufsbilder und Studiengänge stärker in der öffentlichen Wahrnehmung zu positionieren. Konkrete Teilziele umfassen dabei:

- **Aufmerksamkeit für den Wirtschaftsbereich Logistik zu schaffen und zu erhöhen,**
- **die Relevanz der Logistik für die deutsche Wirtschaft hervorzuheben und zu stärken,**
- **die Attraktivität der Logistik als Berufsfeld für potenzielle sowie für bestehende Arbeitnehmer/innen herauszustreichen.**

Die Initiative bündelt und verstärkt gezielt die Kräfte von Interessenvertretungen, Logistikdienstleistungsunternehmen sowie Industrie und Handel. Durch Synergieeffekte gelingt es ihr, mehr Sichtbarkeit und Reichweite zu erzielen als jeder Akteur für sich allein. Nur gemeinsam kann ein Bild von Logistik kommuniziert werden, das ihrer zentralen und essenziellen Rolle für Wirtschaft und Gesellschaft gerecht wird.

Zu den Unterstützern der „Wirtschaftsmacher“ zählen:

- Konzerne wie BMW oder VW, Handelsunternehmen wie EDEKA,
- Logistikdienstleister wie BLG, Duvenbeck, Kühne + Nagel, LOXXESS, Meyer Logistik, Seifert Logistics oder ZUFALL,
- Softwareunternehmen wie AEB, PSI, Siemens Digital Logistics, aber auch
- Verbände und Netzwerke wie die Air Cargo Community Frankfurt, die Bundesvereinigung Logistik e.V. (BVL), der Bundesverband Paket und Expresslogistik (BIEK), der Bundesverband Spedition und Logistik (DSLVL), das Deutsche Verkehrsforum, die Initiative Logistikimmobilien (Logix), das Stückgutnetzwerk System Alliance, der Verband der Automobilindustrie (VDA),
- das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI),
- Hochschulen und Institutionen wie Fraunhofer IML, die Hochschule Fulda, die Hochschule Mittelhessen oder die International School of Management (ISM),
- Medienpartner der einschlägigen Fachpresse, sowie weitere Unternehmen und ideelle Träger aus unterschiedlichen Bereichen.

2. Kampagnen

„Logistikhelden“

Mit der auf der „transport logistic“-Messe im Juni 2019 gelaunchten „Logistikhelden“-Kampagne hat die Initiative „Die Wirtschaftsmacher“ erstmals eine deutschlandweite, unternehmensübergreifende Imagekampagne des gesamten Wirtschaftsbereichs Logistik gestartet, um dem akuten Fachkräfte- und Nachwuchsmangel aktiv entgegen zu wirken.

Das Herzstück der Kampagne bilden authentische Logistikerinnen und Logistiker aus verschiedenen Berufen und Altersgruppen sowie mit unterschiedlichen Lebensläufen. Das berufliche Spektrum ist groß und die Geschichten, die die insgesamt 14 „Logistikhelden“ erzählen, sind bunt.

„Logistik ist bunt und vielfältig“

Im Jahr 2020 stärkt die Initiative unter dem Titel „Logistik ist bunt und vielfältig“ insbesondere das Bild des Wirtschaftsbereichs als systemrelevanter Funktionsträger und attraktiver Arbeitgeber. Dazu sind vor allem in sozialen Netzwerken wie Facebook, LinkedIn, XING, Twitter und Instagram kleinere Kampagnen wie #keinTagOhneLogistik und #LogistikgegenCorona zu sehen. Auch ein weiteres Fotoshooting mit ca. 16 authentischen „Logistikhelden“ ist geplant. Zudem werden auf der Kampagnenwebsite www.die-wirtschaftsmacher.net 20 Berufe vorgestellt und verschiedene Themenhefte zum Download angeboten, zum Beispiel zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder zur Logistik als „Herz-Kreislauf-System der Wirtschaft“.

Die gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen, vor denen die Logistik steht, verlangen eben nicht nur nach innovativen Produkten und Technologien, sondern vor allem nach Menschen. Die „Logistikhelden“ leisten einen wesentlichen Beitrag im Rennen um den Nachwuchs- und Fachkräftemangel, indem sie die Vielfalt an Beschäftigungsmöglichkeiten greifbar machen. Sie veranschaulichen, wie vielschichtig, komplex und abwechslungsreich die Tätigkeiten im Wirtschaftsbereich Logistik wirklich sind. Vor allem aber begeistern sie für die Logistik und die Menschen, die sich jeden Tag und mit voller Leidenschaft für Lagerung, Transport und Supply-Chain-Management engagieren.

Die Herausforderungen, vor denen die moderne Logistik steht, sind zahlreich

- der Fach- und Arbeitskräftemangel (nicht nur die Lkw-Fahrer),
- das anhaltende Wachstum des Onlinehandels (E-Commerce),
- Verkehr, Lärm und Emissionen in den Ballungszentren,
- der zunehmende Flächenmangel allem voran in stadtnahen, verkehrsgünstigen Lagen,
- die fortschreitende Digitalisierung logistischer Leistungsbereiche und Geschäftsmodelle (Stichwort künstliche Intelligenz (KI), Internet of Things (IoT) und Industrie 4.0), die den Wirtschaftsbereich nachhaltig verändert,
- ...und letztlich die fehlende Akzeptanz in der breiten Öffentlichkeit!

Aus der Vielfältigkeit der Herausforderungen entstehen eine Fülle von Tätigkeitsfeldern, Berufsbildern und -chancen im Logistikbereich, von denen junge, talentierte Nachwuchskräfte oder Wechselwillige kaum etwas wissen oder ahnen.

Logistik wird somit hinsichtlich der Vielfalt und Attraktivität an beruflichen Möglichkeiten und Perspektiven stark unterschätzt. Kaum jemand weiß um die umfassenden Beschäftigungsmöglichkeiten in der Logistik oder um die vielversprechenden Karriereaussichten mit einem abgeschlossenen Logistikstudium. Mit ihren übergreifenden Aktionen positionierten sich die „Wirtschaftsmacher“ im Wettbewerb um Nachwuchs- und Fachkräfte und wollten für die Aufgaben in der Logistik begeistern.

3. Mögliche Themenfelder

- Logistische Funktionen, Zahlen und Fakten
 - Was leistet die Logistik – auch und gerade in Zeiten von Covid-19?
- Ausbildungsberufe, Studiengänge, Karrierechancen, Beispiele
- Porträts und Reportagen über „Logistikhelden“
- Logistische Funktionen anhand spannender Fallbeispiele:
 - Logistik für den wachsenden eCommerce
 - Lebensmittellogistik in entlegenen Gebieten, z.B. auf Inseln
 - Produktionslogistik, z. B. in der Automobilindustrie
 - Medizinlogistik, z. B. Pharmaindustrie mit besonderen Anforderungen an Rückverfolgbarkeit, Temperaturführung, Sicherheit etc.
 - Logistik zu besonderen Anlässen wie Weihnachten, Ostern, Halloween etc.
 - Festival-Logistik
 - Fan-Artikel-Logistik
 - Schwertransporte
 - ...
- Interviews, Statements, O-Töne von Initiativen-, Verbands- und Unternehmensvertretern, BMVI
- Hintergründe zur Entstehung der Initiative und Bedeutung für den gesamten Wirtschaftsbereich

Informationen im Netz: www.die-wirtschaftsmacher.net

Rückfragen an

Uwe Berndt – Mainblick – Agentur für Strategie und Kommunikation GmbH

Tel.: 069 / 48981290; Mail: uwe.berndt@mainblick.com

Jens Tosse – teamtosse GmbH

Tel.: 089 / 414175290; Mail: jens.tosse@teamtosse.de