

Christian Schober über das Management von Logistikdienstleistern

In den letzten Wochen wurde in der Fachpresse darüber berichtet, dass ein bekannter, großer Logistikdienstleister in der Firmenzentrale 100 Stellen abbauen würde.

Dies führte an der ein oder anderen Stelle im Netz und in der Presse zu Verwunderung, aber auch zu Häme und Äußerungen der Genugtuung.

All dies ist nicht angebracht.

Zwar war im ursprünglichen Artikel der Logistikdienstleister zitiert worden, dass man „nun“ die IT und die Ausstattung der Umschlagsläger modernisieren würde. Dies könnte man natürlich als „zu spät“ ansehen und dem Management vorwerfen, dies nicht permanent getan zu haben, praktisch als Daueraufgabe. Aber es gibt viele Gründe im Management eines Logistikdienstleisters mit Investitionen zurückhaltend zu sein – auch deshalb, weil diese zu einer Strategie passen müssen, die man dort ggf. über ein paar Jahre hinweg gar nicht hatte.

Auch ist der Abbau von Stellen in der Zentrale nicht zu kritisieren. Zum einen ist in jedem Unternehmen permanent zu hinterfragen, welche Arbeitsprozesse wertschöpfend sind und letztlich vom Kunden bezahlt werden und zudem müssen die Möglichkeiten der Digitalisierung durch das Unternehmen genutzt werden. Denn dort, wo es digitale Lösungen und vereinfachte Arbeitsprozesse gibt, bezahlt auch der Kunde nicht mehr dafür.

Der Abbau von Stellen wird oft als etwas „Böses“ angesehen und auch so in der Öffentlichkeit dargestellt. Entscheidungen, die die Kosten reduzieren, werden oft dem Diktat der Gewinnmaximierung zugeordnet. Sicher gibt es das, in der Mehrheit sind die Entscheidungen jedoch getrieben vom Ziel des Managements das Unternehmen zu erhalten – langfristig. Und wer langfristig überleben will muss eine ganz einfache Regel beherrschen: **Gib nicht mehr Geld aus, als Du hast!**

Beste Grüße, Christian Schober