

## EXPERTENGESPRÄCH

# „Das Image muss attraktiver werden“

Die Logistik hat nach wie vor mit dem Fachkräftemangel zu kämpfen. Wie er entsteht, welche Auswirkungen er hat und was zu tun ist, haben steirische Logistikexperten ausführlich diskutiert.

Die Anforderungen an die Logistik nehmen laufend zu. Die gesamte Branche wächst vor allem dank des zunehmenden Internet-Handels kontinuierlich, hat aber auch ein Imageproblem. Es kommt hinzu, dass die Altersstruktur der heute in Arbeit Befindlichen eine drastische Problemverschärfung in den kommenden Jahren verspricht. Aus diesem Grund haben sich vier Experten des steirischen Logistiksektors im Styria Media Center versammelt, um angeregt über die wichtigen Zukunftsfragen zu diskutieren:

## Wie kann man dem Fachkräftemangel entgegenwirken?

**FRANZ BAUER-KIESLINGER:** Was braucht heute ein junger Mitarbeiter? Er will in einer sexy Umgebung eine sexy Herausforderung haben. Das Unternehmen soll ganz oben mitmischen. Von der Logistikbranche hat man jedoch eher noch ein Bild vor Augen, in dem Leute im Lager arbeiten oder als Lkw-Fahrer tätig sind.

Das ist aber von der Realität ganz weit weg, da sich in den letzten 30 Jahren enorm viel verändert hat. **HELMUT ZSIFKOVITS:** Es geht viel mehr um die Macht der Profilbildung. Ich hatte gerade eine Studie über die begehrtesten Arbeitgeber Deutschlands in der Hand. Unter den ersten 25 scheint kein Logistik-Unternehmen auf. Offensichtlich fehlt eine Marke Logistik. Es gibt kein Branding, wie es in anderen Branchen der Fall ist. Das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie hat die Initiative gestartet, „Austrian Logistics“ als Marke zu etablieren. Das ist gut und wichtig, denn im öffentlichen Bewusstsein ist die Logistik noch nicht zeitgemäß verankert.

## Der Fachkräftemangel wird ja immer wieder als Chance für die Frauen genannt. Warum gibt es nach wie vor so wenige Frauen in der Branche?

**INGO SPÖRK:** Wir haben etwa 22 Prozent. Wir wollen diese Zahlen natürlich ins Positive verändern

und auch ein Umfeld schaffen, dass das nicht nur leere Versprechungen sind. Kinderbetreuung sowie Home-Office und flexible Arbeitszeiten sind da erst der Anfang. Aber auch immer mehr Väter nehmen erfreulicherweise die Möglichkeit wahr, in Väterkarenz zu gehen.

**MARTIN TSCHANDL:** Im Wirtschaftsingenieurwesen haben wir 30 bis 40 Prozent Frauenanteil, 30 Prozent bei den Berufsbegleitenden, 40 Prozent bei den Vollzeitstudierenden. Und hier ist interessant zu beobachten, was die jungen Damen motiviert, den Logistikzweig einzuschlagen. Es ist die Internationalität. Während sich junge Männer eher für technische Themen wie Robotics oder 3D-Druck interessieren, sind es bei den Frauen die Kommunikation und die internationalen Erfahrungen.

## Welche Skills muss ich mitbringen, wenn ich eine Karriere im Logistiksektor starten möchte?

**SPÖRK:** Es ist schwer, einen jun-

## Die engagierte Expertenrunde besprach die Nachwuchsprobleme einer Zukunftsbranche

JÜRGEN FUCHS

gen Menschen für eine spezielle Branche zu begeistern. Wir suchen Menschen mit einer guten technischen Grundausbildung. Leute, die ein Technikstudium absolviert haben. Egal, ob Elektrotechnik, Maschinenbau, Industrielogistik oder Wirtschaftsingenieur. Wir brauchen Menschen, die dann einen Zugang zur Logistikbranche finden.

**ZSIFKOVITS:** In der Ausbildung haben wir bestimmt das Problem, dass mehr als die Hälfte der Jugendlichen nicht weiß, welchen Beruf sie ausüben will, da es die-

sen noch nicht gibt. Wir müssen also mehr oder weniger für etwas ausbilden, was wir zu diesem Zeitpunkt selbst noch nicht kennen. Man muss also sehr stark in eine grundlagennahe Ausbildung gehen, Basisfähigkeiten vermitteln und nicht so spezifisch auf eine bestimmte Technik oder Software ausbilden. Das ist unsere große Herausforderung.

**TSCHANDL:** Richtig. Ich denke auch, dass Logistik ein Wort ist, das sich nicht so gut verkaufen lässt. Bei Medizin sagt auch niemand, das er diesen Beruf wegen

des Studiums wählt. Vielmehr, weil es hier das Bild eines helfenden und sozial hoch anerkannten Berufes gibt. Man muss also das Image über attraktive Berufe in den Logistik-Unternehmen aufbauen. Ausbildungen sollen unterstützen.

## Wie kann man aber das Image verbessern?

**BAUER-KIESLINGER:** Man muss den Begriff Logistik mit dem Schwerpunkt Technologien anreichern. Das ist für die Jugend dann ungleich interessanter. Und zu-

dem bedarf es Aufklärungsarbeit, weil es hier das Bild eines helfenden und sozial hoch anerkannten Berufes gibt. Man muss also das Image über attraktive Berufe in den Logistik-Unternehmen aufbauen. Ausbildungen sollen unterstützen.

**SPÖRK:** Es ist wichtig zu zeigen, dass Logistik Hochtechnologie ist. Und noch wichtiger: Logistik

ist ein Wachstumsmotor, mit dem die Steiermark einen Hotspot hat. Hightech-Unternehmen haben sich hier angesiedelt, weil wir auch die passenden Ausbildungsstätten haben.

**BAUER-KIESLINGER:** Ein Unternehmen muss heute viel mehr tun. Es muss vor allem auch ein soziales Umfeld anbieten. Man darf nicht vergessen, was wir da teilweise von Mitarbeitern verlangen, wenn sie mehrere Monate auf eine Baustelle gehen. Das heißt, das Unternehmen ist verpflichtet, diesen Umstand aufzufangen.



„Wir suchen Menschen mit guter technischer Grundausbildung, die dann einen Zugang zur Logistik finden.“

**Ingo Spörk,**  
Vice President Human Resources, KNAPP AG



„Logistik-Unternehmen sind verpflichtet, ihren Mitarbeitern auch ein soziales Umfeld anzubieten.“

**Franz Bauer-Kieslinger,**  
CEO der SSI Schäfer IT Solutions GmbH



„Vor allem die Internationalität motiviert junge Frauen zu einer Karriere in der Logistik-Branche.“

**Martin Tschandl,**  
Institutsleiter Industrial Management FH Joanneum



„Offensichtlich fehlt eine Marke Logistik. Es gibt kein Branding, wie es in anderen Branchen der Fall ist.“

**Helmut Zsifkovits,**  
Lehrstuhlinhaber an der Montanuniversität Leoben

