

Alpensped

Gas geben bei der Transformation

Das Logistikunternehmen Alpsped nimmt seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der Entwicklung seiner neuen Strategie mit.



FOTO: ALPSPED

VON KIRA HINDERFELD

Wir lieben Zusammenarbeit“: So lautet der Name, den der Mannheimer Logistikdienstleister Alpsped, Vorreiter in Sachen grüner Logistik, seinem 2017 begonnenen Transformationsprojekt gegeben hat. Unter Transformation versteht man einen grundlegenden Wandel in den Strukturen einer Organisation, mit dem man auf Veränderungen des Umfeldes – wie technologische Entwicklungen, neue politische oder gesellschaftliche Gegebenheiten – mehr als nur reagiert, sondern sie idealerweise sogar antizipiert. Wer will schon gern das Schicksal gewisser ehemaliger Global Player teilen, die wichtige Entwicklungen verschlafen und dem Wettbewerb das Feld kampflos überlassen haben.

Die Herausforderungen, denen sich Logistiker in diesen volatilen Zeiten gegenübersehen, sind zahlreich. Frachtraum- und Fahrermangel und die

In einem Workshop diskutierten die Mitarbeitenden von Alpsped gemeinsam über die Zukunft des Unternehmens.

3
MILLIONEN

Beschäftigte zählt die Logistikbranche in Deutschland.

dadurch resultierenden steigenden Frachtkosten beeinträchtigen Margen. Corona deckte die Fragilität der Lieferketten auf. Die geopolitische Situation in Osteuropa und der in der Ukraine tobende Krieg bringen langjährige Geschäftspartner in Schwierigkeiten und angestammte Märkte und Gebiete ins Wanken.

„Am Anfang unseres Transformationsprozesses wollten wir erarbeiten, in welche Richtung sich unser Familienunternehmen vor diesem Hintergrund entwickeln sollte: unsere Vision. Und davon abgeleitet die Strategien, wie wir das erreichen wollen“, schildert Geschäftsführer Christian Faggin das Vorgehen. Da mit diesen theoretischen Begriffen nicht jeder Praktiker sofort etwas anfangen kann, wurde ein Strategie-Team gebildet, das in verschiedenen Workshops und mit Unterstützung durch externe Spezialisten Vorschläge für eine Vision und darauf aufbauend strategische Ziele entwarf.

„Obwohl uns das Thema sehr wichtig war, sind wir anfangs nicht so schnell vorangekommen wie gehofft, denn die Probleme im Zuge der Coronapandemie und die damit verbundenen Einschränkungen haben unseren Zeitplan über den Haufen geworfen“, gibt Faggin zu. Aber im Sommer 2022 war es soweit, dass sich die komplette Belegschaft in einem weiteren großen Workshop gemeinsam einen ganzen Tag lang intensiv mit den Vorschlägen beschäftigte.

Jedes der zuvor identifizierten fünf Handlungsfelder – zum Beispiel Finanzen oder Digitalisierung – wurde zu einem „Marktplatz“, der nacheinander von jedem besucht wurde. Die Zustimmung zur vorgelegten Vision und den Strategiezielen wurde einfach daran gemessen, wie weit entfernt von der Tafel sich die Personen im Raum aufstellten. „Am Anfang waren das 60 oder 70 Prozent“, schildert Faggin. „Dann gab jeder Einzelne seinen persönlichen Input, alles wurde gemeinsam überarbeitet. Und dann lag die Zustimmung plötzlich bei 90 Prozent.“

Die Vision: Das Familienunternehmen wird den eingeschlagenen nachhaltigen Weg noch konsequenter weitergehen, um seinen Wettbewerbsvorteil nicht zu verlieren. Alpsped will seinen Partnern nicht nur Transportlösungen, sondern Mehrwerte, wie etwa Beratung in Nachhaltigkeit und IT, anbieten. Gemeinsam wurden jährliche Wachstumsziele unter anderem für Deckungsbeitrag, Umsatz, Rendite, Frachtraum und Neukunden definiert und Fristen zur Erreichung der jeweiligen Ziele gesetzt. Zukunftsweisende Dienstleistungen sollen massiv ausgebaut und mit vielen Einzelmaßnahmen wie Weiterbildungs- und Schulungsangeboten die Attraktivität als Arbeitgeber erhöht werden. ■



Logistik mit Verantwortung. Sei dabei!

Wir stehen für
Nachhaltigkeit,
soziales Engagement
und attraktive Arbeitsbedingungen.




Internationale Logistik



www.alpensped.de/wir/karriere