MöbelLogistik

2022/05

SONDERHEFT

DIE NEUE AMÖ

MODERN, MUTIG, KLAR: SO TRETEN WIR AUF

Bildquelle: Frey & Klein internationale Spedition GmbH

amoe

Offizielles Organ des Bundesverbandes Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.
und der Gruppe internationaler Möbelspediteure e.V. (GIM)

“WO EIN WILLE IST, IST EIN WEG.

Motto von Andreas’ Großmutter Elisabeth

IN DIESEM HEFT:

DIE NEUE AMÖ

von Andreas Eichinger

Unsere diesjährige Jahrestagung in Hamburg war für die Zukunft der AMÖ richtungsweisend. Erfahren Sie die Hintergründe ...

Seite 5

RÜCKBLICK ZUR JAHRESTAGUNG

von Andreas Eichinger

... und wie es bei der Delegiertenversammlung weiterging ...

Seite 6-8

DREI HASHTAGS

von Andreas Eichinger

Was verbirgt sich hinter: #alleskönner, #problemlöser, #zukunftsgestalter ...

Seite 9

GOLD UND PURPUR

Interview mit Michael Wolf

Michael Wolf unterstützt die AMÖ als kreativer Kopf. Im Interview sprechen wir über das Känguru, das neue AMÖ-Logo, und warum unsere neuen Farben perfekt zu uns passen ...

Seite 10-13

GEMEINSAM DEN BLICK SCHÄRFEN

Interview mit Frank Schäfer und Andreas Eichinger

Über gegenseitiges Kennenlernen und was für den Weg der neuen AMÖ wichtig ist ...

Seite 15-17

DAFÜR WOLLEN WIR STEHEN

von Andreas Eichinger

Die Leitgedanken der neuen AMÖ ...

Seite 18-19

DIE NEUE AMÖ STICHT HERVOR

von Daniel Waldschik und Oliver Kröll

Schon länger arbeiten die AMÖ und der WGL zusammen. Die Chemie stimmt. Die Kooperation soll deshalb mehr als nur ein Experiment sein ...

Seite 20-25

SCHÄTZENSWERTES

Stimmen aus der Geschäftsstelle

Das macht mir an meiner Arbeit in der AMÖ Freude ...

Seite 26-27

WIND UND STEINE

Wir haben uns in der Branche umgehört, wie der Umbruch der AMÖ wahrgenommen wird ...

Seite 28

Veranstaltungen **29**

Kontakt zur AMÖ **29**

Impressum **29**

Anzeige

Ein Unternehmen der
R+V Versicherungsgruppe

KRAVAG-Logistic-Police für AMÖ-Mitglieder

Der Versicherungsschutz für Umzugsunternehmen

- Verkehrshaftung
- Betriebshaftpflicht
- Umwelthaftpflicht
- Umzugstransportversicherung

DIE NEUE AMÖ.

Unsere diesjährige Jahrestagung und auch die Delegiertenversammlung liefen nicht im althergebrachten Sinne ab. Stattdessen haben wir auf der Jahrestagung gemeinsam in Gruppen gearbeitet. Wir haben uns mit den Problemen von Unternehmen, die wir als AMÖ vertreten, auseinandergesetzt, Ursachen solcher Probleme ergründet und Lösungs- bzw. Gegenmaßnahmen erdacht. Gleichzeitig ging es darum, abzuleiten, wo und wie die neue AMÖ dabei unterstützen kann. Es ging darum, Prioritäten zu setzen und auch das Bewusstsein für die eigene Handlungsfähigkeit als Unternehmer:in wiederzuerlangen.

Die diesjährige Jahrestagung war etwas Besonderes. Sie war nicht nur ganz anders als die vorherigen, sie war der Auftakt für alles, was nun folgt. Ich denke, wir müssen die Zeit, die wir gemeinsam auf Veranstaltungen miteinander verbringen, nutzen. Nutzen, um Probleme und ihre Ursachen zu ergründen und Lösungen zu entwickeln. Nutzen, um uns auszutauschen und zu diskutieren. Nutzen, um neue Wege zu erdenken, die wir dann auch gemeinsam konsequent gehen. Und wenn diese Wege einmal im Nirgendwo enden, dann müssen wir den Mut haben, umzukehren oder eine neue Bresche zu schlagen. In Verbindung mit der auf die Jahrestagung folgenden Delegiertenversammlung, die immer allen AMÖ-Mitgliedern offen steht, gilt es auch, Bilanz zu ziehen und einen Ausblick zu geben, welche Schwerpunkte wir in den kommenden zwölf Monaten angehen werden. Genau das haben wir am 6. und 7. Oktober in Hamburg getan.

Ab 2024 wird die AMÖ-Jahrestagung im Frühjahr stattfinden. Im kommenden Jahr 2023 sehen wir uns im Herbst auf unserer Messe moelo. Auf den AMÖ-Jahrestagungen wird es fortan immer Anteile mit Workshops geben, aber eben auch Impulse entlang der thematischen Stränge, die Sie auf unserer diesjährigen Jahrestagung gemeinsam entwickelt haben. Nun ist das Fundament gebaut und wir haben gemeinsam ein gutes Gefühl dafür entwickelt, was zentrale Themen sind, und wo und wie wir Sie als AMÖ optimal unterstützen können.

Auf der Delegiertenversammlung haben wir an die Ergebnisse der Jahrestagung angeknüpft. Im Anschluss an den obligatorischen Rückblick haben wir uns intensiv ausgetauscht. Natürlich insbesondere über die geplante Wirtschaftsorganisation.

Mich freut es sehr, dass das Votum für die Gründung der Wirtschaftsorganisation, deren hundertprozentiger Eigentümer die AMÖ sein wird, so überwältigend positiv war! Ebenso ausgetauscht haben wir uns über die Schwerpunkte für das kommende Jahr. Natürlich wollen und werden wir die Wirtschaftsorganisation nun mit Leben

füllen. Wir arbeiten bereits mit Hochdruck daran und Sie dürfen gespannt sein, welche Leistungen wir im kommenden Jahr für Sie auflegen werden.

Ausgetauscht haben wir uns auch darüber, dass wir gemeinsam im kommenden Jahr eine stärkere Präsenz in Politik und Gesellschaft aufbauen wollen. Meine Überzeugung ist, dass wir dafür einen neuen Außenauftritt brauchen. Wir brauchen einen Außenauftritt, der zur Wertigkeit der Leistungen der durch uns vertretenen, Mitgliedsunternehmen passt. Einen Außenauftritt der nicht beliebig wirkt, sondern auffällt. Mir ist wichtig, darauf hinzuweisen, dass wir in einem ersten Schritt das Corporate Design und die Wortmarke der AMÖ weiterentwickelt haben. Wie es danach weitergeht und ob wir auch die Bildmarke – das Känguru – anpassen, wird sich zeigen.

Diese Ausgabe der MöbelLogistik liegt bereits im neuen Gewand in Ihren Händen. Sie soll Sie über das Fundament, das wir in Hamburg gelegt haben, informieren und auch die nächsten Schritte aufzeigen. Sollten Sie nur die Jahrestagung besucht haben, dann erfahren Sie hier auch, wie es am darauffolgenden Tag während der Delegiertenversammlung weiterging. Und natürlich bekommen Sie einen Eindruck davon, wie wir ab sofort nach außen auftreten werden. Nach und nach bauen wir nun alle Kanäle und Medien entsprechend um. Seien Sie gespannt!

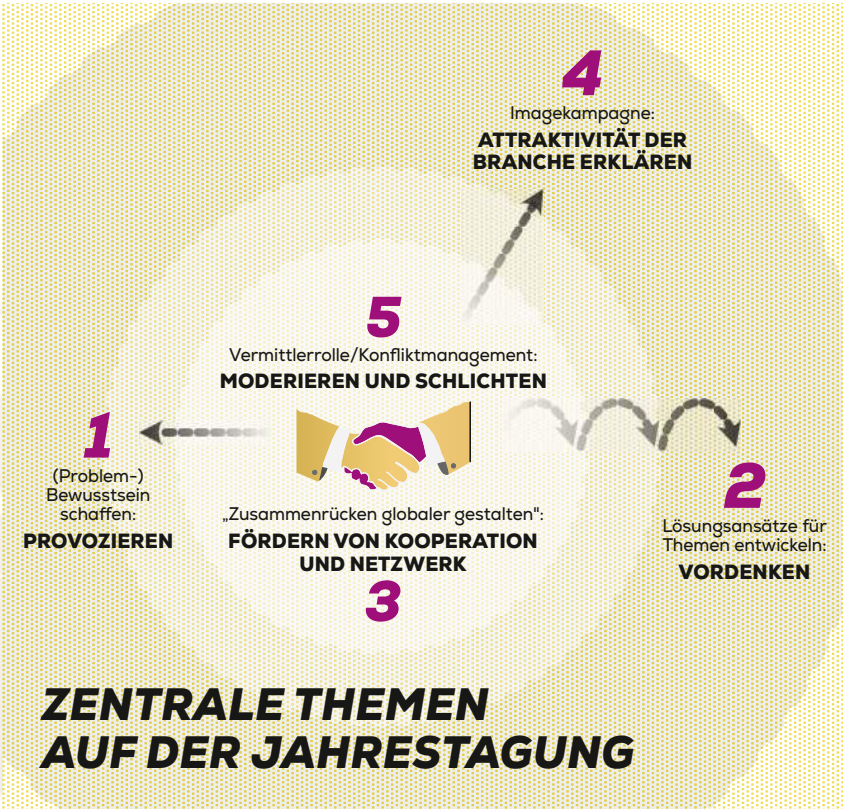
Viel Spaß beim Lesen (und Betrachten!) wünscht Ihnen Ihr

Andreas Eichinger
Hauptgeschäftsführer

RÜCKBLICK ZUR JAHRESTAGUNG UND WIE ES BEI DER DELEGIERTEN-VERSAMMLUNG WEITERGING.

Von Andreas Eichinger

Nach den Monaten der Beschränkungen infolge des Coronavirus haben wir in diesem Jahr wieder eine Jahrestagung veranstalten können. Sie fand vom 6. bis zum 7. Oktober 2022 in Hamburg statt. Begonnen haben wir am 6. Oktober mit der Jahrestagung selbst, die in diesem Jahr keine Tagung im üblichen Sinne war.



Stattdessen haben wir gemeinsam einen Tag lang über die Themen und Probleme unserer Branche nachgedacht, Handlungsoptionen ausgelotet und Möglichkeiten aufgezeigt, wo wir als Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V. tätig werden können, um unsere Unternehmerinnen und Unternehmer bestmöglich zu unterstützen. Ziel war es, auf dieser Jahrestagung das Fundament zu legen, auf dem wir gemeinsam die neue AMÖ aufbauen. Wir haben das vergangene Jahr genutzt, um genau dafür die Voraussetzungen zu schaffen.

Geprägt war das vergangene Jahr von der Intensivierung des Austausches mit unseren Mitgliedsunternehmen, von der Intensivierung des Austausches mit unseren Landesverbänden und auch vom Tätigen notwendiger Investitionen in Struktur und Technik der Geschäftsstelle in Hattersheim. Ich habe des Öfteren in der Möbellogistik darüber berichtet, welche Erkenntnisse ich in den vielen Gesprächen mit Unternehmerinnen und Unternehmern gewonnen habe und welche Initiativen und Ideen daraus entstanden sind.

Zum Ende des Jahres 2022 werde ich rund 170 Unternehmen besucht haben, aber mit noch viel mehr Unternehmerinnen und Unternehmern auf den vielen Veranstaltungen, die ich besucht habe, gesprochen haben. Manche Themen, die in diesen Gesprächen genannt wurden, waren immer wieder die selben. Es gab aber auch – je nach Nische, in der das jeweilige Unternehmen tätig ist – Themen, die eher individueller Natur waren. Genau das ist die Herausforderung für die AMÖ. Zum einen muss sie Kollektivleistungen erbringen, die allen Mitgliedsunternehmen zugute kommen, zum anderen muss sie sehr individuelle Erwartungen erfüllen. Genau das wurde auch auf der Jahrestagung offenbar.

Mich freut es, dass die Jahrestagung 2022 ausverkauft war. Entsprechend war auch die Atmosphäre, als wir im Elbkuppelsaal des Hotel Hafen Hamburg unsere Arbeit in Gruppen begannen. Es war laut. Nicht optimal. Aber es war auch geschäftig wie in einem Bienenstock. Man hat gemerkt, mit welcher Energie und mit welcher Leidenschaft die anwesenden Unternehmerinnen und Unternehmer als auch die Vertreterinnen und Vertreter der Landesverbände zu Werke gingen. Eine zentrale Erkenntnis des Tages war, dass die Markteintrittsbarrieren in unserer Branche – wenn es nicht eine sehr spezifische Nische betrifft – niedrig sind. Natürlich ist das im Sinne der etablierten Unternehmen nicht optimal. Sicherlich geht das in der Branche insgesamt auch zulasten der Qualität, da ja kaum eine besondere Eignung nachgewiesen werden muss. Wir als AMÖ-Spediteure stehen für Qualität. Wir sind daran interessiert, für unsere Kundinnen und Kunden hochqualitative und bestmögliche Leistungen zu erbringen. Dafür nehmen wir in einem Marktumfeld wie diesem auf uns, dass wir nicht mit jedem Anbieter um jeden Preis konkurrieren können.

Bildquelle: altnetic media

Was waren die zentralen Erkenntnisse?

Ganz konkret gab es sechs Forderungen unserer Mitglieder an die AMÖ:

Erstens, die Erwartung unserer Mitglieder ist, dass die AMÖ Bewusstsein schafft. Insbesondere dann, wenn es um Probleme und Trends geht. D.h. dass die AMÖ ihre Mitglieder und die Branche insgesamt immer auch provozieren und konfrontieren muss. Auch wenn beispielsweise aktuell die Themen Kostenentwicklung und Arbeitskräfte virulent sind, müssen wir als AMÖ immer wieder darauf hinweisen, dass es noch weitere tiefergehende Trends, die unsere Mitgliedsunternehmen betreffen, gibt. Diese Trends sind kurzfristig oft nicht wahrnehmbar. Sie entwickeln sich schleichend (vgl. mein Editorial in der letzten Ausgabe der MöbelLogistik).

Zweitens, die Erwartungshaltung unserer Mitgliedsunternehmen ist auch, dass die AMÖ Lösungen aufzeigt. Lösungen für spezifische Probleme, aber auch für den Umgang mit Megatrends. Das bedeutet, dass die AMÖ vordenken muss. Das bedeutet aber auch, dass dieses Vordenken nicht im luftleeren Raum geschehen sollte. Insbesondere dann, wenn man wie wir an der Entwicklung von Lösungen interessiert ist, die dann auch umsetzbar sind und die Wettbewerbsvorteile mit sich bringen.

Drittens, traditionell ist unsere Branche von Kooperationen und Netzwerken geprägt. Schon in Zeiten des Bahnmöbelwagens war es wenig sinnvoll bei einem Umzug von Hamburg nach München sein eigenes Team mit nach München zu schicken. Stattdessen wurde mit einem Unternehmen in München kooperiert, das für die Abholung des Bahnmöbelwagens zuständig war und ihn am Zielort entlud. Die Erwartung unserer Mitglieder ist, dass wir als AMÖ in der Branche Kooperationen und Netzwerke fördern.

Viertens, die aktuellen Probleme vieler Mitgliedsunternehmen, Arbeitskräfte zu gewinnen, zeigen, dass wir unsere Branche und ihre Attraktivität erklären müssen. Unsere Mitglieder erwarten, dass wir als AMÖ auch hier koordinierend und begleitend tätig werden. Auch eine Imagekampagne wünschen sie sich.

Fünftens, auch weiterhin erwarten unsere Mitgliedsunternehmen von uns, dass wir als Vermittler auftreten und aufkommende Konflikte moderieren und schlichten. Dies gilt nicht nur für Konflikte zwischen Mitgliedsunternehmen und Verbrauchern (Schlichtungsstelle), sondern auch für Konflikte zwischen Mitgliedsunternehmen (Schiedsgericht). Darüber hinaus besteht diese Erwartung auch an anderer Stelle wie beispielsweise in der Neumöbellogistik in Bezug auf Themen zwischen Möbelherstellern, Möbellogistikern und Möbelhändlern.

Sechstens mit seinem Satz „Immer dann, wenn das einzelne Unternehmen nicht mehr weiterkommt, kommt die AMÖ ins Spiel." hat Frank Landerbarthold die Erkenntnisse der Jahrestagung treffend zusammengefasst. In einer volatilen Welt wie dieser, die gleichzeitig von gleichzeitig stattfindenden Megatrends geprägt wird, lassen sich viele Themen auf Ebene des einzelnen Unternehmens nicht mehr lösen. Wird dies dennoch versucht, kann dies schnell zu Überforderung des Unternehmens führen. Gleichzeitig lassen sich Zielkonflikte nicht mehr unbedingt lösen. Dies bedeutet, dass wir so etwas wie Paradoxiekompetenz entwickeln müssen, um auch sich widerstrebende Ziele zeitgleich aushalten zu können. Schwarz gegen weiß ist einfach, aber in einer Welt wie der heutigen unwahrscheinlich und wenig hilfreich.

> **IMMER DANN, WENN DAS EINZELNE UNTERNEHMEN NICHT MEHR WEITERKOMMT, KOMMT DIE AMÖ INS SPIEL.**

Als AMÖ nehmen wir die an uns gestellten Erwartungen gerne an. Wir sind bereit, die von uns erwartete Rolle auszufüllen und mit unserer Energie und unserer Erfahrung dazu beizutragen, dass unsere Unternehmerinnen und Unternehmer sich idealerweise auf das fokussieren können, was sie am besten können: Die Probleme ihrer Kunden lösen und natürlich auch, ihr Unternehmen leiten und entwickeln.

Gleichzeitig sind wir darauf angewiesen, dass Sie sich mit uns austauschen. Darauf angewiesen, dass Sie mitarbeiten. Darauf angewiesen, dass Sie sich einbringen. Darauf angewiesen, dass Sie mit uns um die beste Lösung ringen. Klar dürfte sein, dass wir heute nicht mehr in der Lage sind, Lösungen zu entwickeln, die 120-prozentiger Natur sind. In Zeiten wie diesen gilt es viel mehr zu experimentieren und sich schrittweise einer adäquaten Lösung anzunähern. Wir brauchen Sie, um dafür zu sorgen, dass das, was wir tun, auch für Sie sinnvoll ist. Wir brauchen Sie als unser Korrektiv.

Am Freitag fand dann unsere diesjährige Delegiertenversammlung statt. Und auch sie fand in einem neuen Rahmen statt. Wir begannen mit einem Rückblick, in dem Frank Schäfer als Präsident der AMÖ und ich berichteten, was im vergangenen Jahr geschehen ist, welche Themen wir als AMÖ angepackt haben und was wir erreicht haben. Es ging natürlich auch darum, wie wir finanziell gewirtschaftet haben. Die zweite Hälfte des Tages war dann von einem Ausblick geprägt. Hier haben wir an die Ergebnisse des Vortages angeknüpft und dargelegt, wie wir als AMÖ uns nun orientieren und aufstellen wollen um ihre Erwartungen erfüllen zu können.

Hintergründe zum Aufbau einer Wirtschaftsorganisation der AMÖ:

Geprägt war der Tag auch von der Diskussion um die Gründung einer Wirtschaftsorganisation. Als AMÖ stehen wir vor der Herausforderung, dass sich die Nutzen- und Mehrwerterwartungen unserer Mitglieder immer stärker voneinander unterscheiden. Dies liegt insbesondere daran, dass zwar die meisten Unternehmen ihre Wurzeln in der Umzugslogistik haben, aber sich viele im Verlauf der Zeit gänzlich anderen Nischen zugewendet haben.

Als Beispiele sind zu nennen: Selfstorage, Akteneinlagerung, Aktenaufbereitung, Aktendigitalisierung, Aktenvernichtung, Neumöbel- und Distributionslogistik, Betriebsverlagerungen, Maschinentransporte, Krankenhauslogistik usw.. Unternehmen, die sich diesen Geschäftsbereichen zuwenden, haben an die AMÖ ganz andere Erwartungen als reine Umzugslogistiker.

Als Verband sind wir gefordert, die Erwartungen aller unserer Mitglieder zu erfüllen. Im Verband selbst geht das nur eingeschränkt. Hintergrund ist, dass wir als Verband Kollektivleistungen erbringen müssen, die allen unseren Mitgliedern zugute kommen. Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb ist nur in einem sehr eingeschränkten Rahmen möglich – dies hat insbesondere steuerrechtliche Gründe. Mit der Gründung einer Wirtschaftsorganisation trennen wir nun ganz klar den Bereich der Kollektivleistung (Verband) vom Bereich individueller Leistung (Wirtschaftsorganisation). Das überwältigende Votum der Delegierten für die Einrichtung einer Wirtschaftsorganisation erlaubt es uns nun, konsequent diesen Weg weiter zu beschreiten.

In einem ersten Schritt werden wir nach Gründung der Wirtschaftsorganisation den bereits bestehenden wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb des Verbandes in die Wirtschaftsorganisation einbringen. Ein Beispiel: Die AMÖ betreibt eine Versicherungsagentur. Mit der Gründung der Wirtschaftsorganisation wird diese nun in die GmbH eingebracht. In einem zweiten Schritt ist es angedacht, Ihnen mit unseren Kooperationspartnern interessante Mehrwerte zu bieten. Dies können Angebote zu günstigeren Konditionen, aber auch Exklusivangebote sein. Lassen Sie sich überraschen, was wir mit verschiedenen Partnern planen. Ein dritter möglicher Schritt ist es dann, auch neue eigene Leistungen als Wirtschaftsorganisation zu erbringen. Dies wird sicherlich nicht bereits zu Beginn der Fall sein. Es macht ja keinen Sinn, eine neu zu gründende Organisation mit viel Personal aufzubauen. Es geht nun erstmal darum, das Fundament zu legen. Klar ist, dass wir behutsam vorgehen, dass wir für Sie interessante Mehrwerte bieten wollen und dass wir uns auch nicht übernehmen wollen. Vielmehr sehen wir die Wirtschaftsorganisation als Chance, um die bereits jetzt exzellente Zusammenarbeit mit unseren Kooperationspartnern und auch den Landesverbänden weiter zu intensivieren und ihnen bundesweit Leistungen anbieten zu können, von denen derzeit vielleicht nur wenige Mitglieder in einem bestimmten Bundesland profitieren. Als Verbandsfamilie – damit meine ich die Gemeinschaft der Bundes- und Landesverbände – haben wir bereits jetzt viel im Portfolio, das gebündelt noch viel mehr Sinn macht und Ihnen so noch viel mehr Nutzen stiften kann.

Während des Ausblicks haben wir auch über die Ziele der AMÖ für das Jahr 2023 gesprochen. Zwei Themen möchte ich herausgreifen. Zum einen, das Ziel, die Wirtschaftsorganisation mit Leben zu füllen. Ich bin bereits darauf eingegangen, wie wir die Wirtschaftsorganisation aufbauen wollen und welche Ziele wir mit ihr haben. Klar ist, dass wir das neue Vehikel nun auch nutzen müssen. Zum anderen möchte ich hervorheben, dass ein wesentliches Ziel des kommenden Jahres auch sein wird, unsere Präsenz in Politik und Gesellschaft zu erhöhen. Dies ist unabdingbar,

Bildquelle: altnetic media

um die Interessen unserer Mitgliedsunternehmen optimal vertreten zu können. Es ist aber auch unabdingbar, um letztlich die Wertschätzung, die unsere Branche verdient, in der Gesellschaft zu erreichen. Kaum jemandem ist bewusst, welche Leistungen Sie als Mitgliedsunternehmen der AMÖ tagein, tagaus erbringen. Kaum jemandem ist bewusst, wie vielfältig diese Leistungen sind. Ich behaupte, dass jeder in seinem Leben mindestens einmal mit einem AMÖ-Spediteur zu tun hat. Sei es, weil der eigene private Umzug anstand, sei es, weil der Umzug der Organisation, in der jemand arbeitet, anstand oder sei es, weil eine Untersuchung in einem CT erforderlich wurde, der von einem AMÖ-Spediteur transportiert und installiert wurde. Ich wünsche mir, dass wir diese Botschaften gemeinsam in die Gesellschaft tragen. Nur dann werden wir als attraktiv wahrgenommen werden, nur dann wird man in Berlin und Brüssel auf uns hören und nur dann werden wir auch Erfolg im Wettbewerb um Arbeits- und Fachkräfte haben können.

Bildquelle: altnetic media

#alleskönner #problemlöser #zukunftsgestalter

DREI HASHTAGS.

Von Andreas Eichinger

In den letzten Wochen nutze ich auf LinkedIn drei Hashtags: Alleskönner, Problemlöser und Zukunftsgestalter. Warum tue ich das? Ich denke, dass diese drei Hashtags, die Leistung unserer Mitgliedsunternehmen und die Unternehmen selbst sehr gut beschreiben.

In meinen vielen Gesprächen sagte mir einmal ein Unternehmer, dass er immer dann angerufen werde, wenn die durch die Kunden angeforderten Leistungen sehr speziell sein oder kein klares Gewerk für sie existiere. Aus weiteren Gesprächen weiß ich, dass oftmals Anfragen zugesagt werden, aber zum Zeitpunkt der Zusage noch keine klare Lösung für die gestellte Aufgabe besteht.

Für mich sind unsere Mitgliedsunternehmen wahre **#alleskönner** und wenn sie etwas einmal nicht können, dann wissen sie ganz sicher, wen sie anrufen und involvieren können, um das geforderte Leistungspaket doch noch anbieten zu können. Beleg dafür sind nicht nur die zahlreichen Kooperationen unserer Mitgliedsunternehmen mit anderen Handwerksbetrieben oder untereinander.

Kooperation ist überhaupt ein gutes Stichwort. Unsere Branche lebt von der Kooperation. Das war schon zu Zeiten des Bahnmöbelwagens so und ist auch heute noch so. Und ich denke, dass auch das unsere Branche auszeichnet. Es ist etwas anderes, ob man andere Unternehmen in seiner eigenen Branche nur als Wettbewerber wahrnimmt (und sie bis aufs Messer bekämpft) oder ob man genau weiß, dass man sich mindestens zweimal im Leben sehen wird. Und zwar dann, wenn man Entladehilfen an einem fernen Ort benötigt oder auf die Fernverkehrslinien eines anderen AMÖ-Mitgliedsunternehmens angewiesen ist.

Zum **#problemlöser**: Tagein, tagaus lösen unsere Mitgliedsunternehmen verschiedenste Probleme ihrer Kunden. Sie finden immer eine Lösung. Dabei sind sie wahre Improvisationstalente. Auch hier spielt natürlich die Kooperation mit anderen Unternehmen oder Handwerksbetrieben eine große Rolle. Aber auch, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Mitgliedsunternehmen echte Problemlöser sind. Sie verfügen über verschiedenste Ausbildungen und Erfahrungen in den unterschiedlichsten Bereichen. Das macht es ihnen einfach, die unterschiedlichsten Probleme zu lösen. Es ist schon etwas besonderes, wenn man nicht nur nach „Schema F" arbeitet (oder nur Standards anwendet), sondern jeden Tag seinen Kopf anstrengen muss, um Lösungen zu finden. Um eine tonnenschwere Maschine mit wenigen Millimetern Luft auf allen Seiten in eine existierende und sündhaft teure Fertigungsstraße einzubringen, um einen Flügel aus dem fünften Stock eines Altbauhauses ohne Fahrstuhl oder Außenaufzug nach unten zu bewegen oder um wertvollste Kunstwerke adäquat zu verpacken und um den halben Globus sicher zu einer neuen Ausstellung zu bringen.

Mit allen Leistungen, die die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Mitgliedsunternehmen jeden Tag erbringen, gestalten Sie die Zukunft ihrer Kunden. Angefangen beim „einfachen" Umzug, den ich selbst in meinem Leben 18 mal mit erleben durfte, bis hin zum Aufbau einer neuen Fertigungsstraße. Oder ihrer Verlagerung. Im ersten Fall gestaltet das Unternehmen, welches einen Umzug durchführt, die Zukunft der Umziehenden. Das Unternehmen sorgt dafür, dass diejenigen, die umziehen, einen idealen Start am neuen Wohnort haben. Es sorgt dafür, dass das neue „Nest" bereitet ist. Und ich weiß aus eigener Erfahrung, dass es ein riesiger Unterschied ist, ob dieses „Nest" in tadellosem Zustand bereitet ist oder wenn es zigfache Schäden zu dokumentieren gibt und diese mit Umzugsunternehmen und Versicherung zu bearbeiten und schließlich zu beheben gilt. So etwas kann sehr zehrend sein. Erst recht, wenn der Umzug ins Ausland geht und man, wie ich das Gefühl hatte, dass es niemanden so richtig interessiert wie die entstandenen Schäden nun behoben werden können. Um eines klarzustellen: Das betreffende Unternehmen war und ist kein AMÖ-Mitglied.

Im Fall der Verlagerung einer Fertigungsstraße oder der Einbringung eines CT-Gerätes in eine radiologische Praxis gestalten unsere Unternehmen ebenso die Zukunft der Organisation, für die sie arbeiten. So sind unsere Mitglieder echte **#zukunftsgestalter**!

GOLD UND PURPUR – DIE PERFEKTE UNTERMALUNG.

Interview mit Michael Wolf

Michael Wolf zählt seit geraumer Zeit zum neuen Kreativteam der AMÖ. Der 53-Jährige ist gelernter Buch- und Offsetdrucker, hat zwei Söhne im Alter von sieben und 21 Jahren, und lebt mit seiner Partnerin in Schwaig bei Nürnberg. In unserem Gespräch lerne ich – auch zwischen Zeilen – noch mehr über den Menschen Michael Wolf kennen, als ich bei unseren früheren Treffen schon erfahren habe. Wie tickt der ehemalige Art Director einer Werbeagentur? Worin sieht er die Stärken der neuen AMÖ? Und warum pflastert ausgerechnet er den Weg der neuen AMÖ mit?

Daniel: Michael, wir arbeiten seit einiger Zeit gemeinsam an der Innen- und Außendarstellung der neuen AMÖ. Lass uns zum Einstieg über deinen beruflichen Background sprechen. Du hast als Art-Director in einer mittlerweile ziemlich großen Werbeagentur gearbeitet und deine Teams und Mandanten zum Erfolg geführt. Mit Werbefilmen, Flyern, Katalogen, Plakaten, du hast Kampagnen entwickelt und gesteuert – im Grunde alles, was zum Portfolio einer klassischen Werbeagentur zählt. Wenn wir uns deine vielen Schritte in der Welt der kreativen Werbung und Kommunikation anschauen: Wo finden wir deine ersten Fußabdrücke?

Michael: Im Buch- und Offsetdruck tatsächlich. 1985 hab' ich meine Ausbildung gemacht, damals, zur Zeit der ersten „Monsters of Rock"-Festivals.

Daniel: Auf solche Themen spring ich natürlich direkt an. Musik ist – also zumindest für mich – ein ganz ganz wichtiger Teil, wenn ich kreativ arbeite und zum Beispiel Artikel verfasse. Für die ersten „Monsters of Rock"-Festivals war ich als 1980-Geborener zwar leider noch zu jung. Dafür habe ich Bands wie Judas Priest, Iron Maiden, Machine Head und Sepultura vor nicht allzu langer Zeit live auf der Bühne gesehen. Die Jungs haben's immer noch drauf. Bist du denn für eines dieser Festivals irgendwie tätig gewesen? Oder eine Band?

Michael: Leider nein. Lust drauf hätt' ich gehabt. Am liebsten im Hintergrund direkt mit den Musikern. Aber das hat damals nicht geklappt.

Daniel: Du hast zwei Kinder, wohnst in Schwaig bei Nürnberg (Grüße an dieser Stelle an meinen Herzensclub, den 1. FCN, falls das dort einer lesen sollte). Irgendwelche Hobbys?

Michael: Tanzimprovisation. Was ich auch gerne mache: Menschen beobachten. Nachdenken. Philosophieren.

Daniel: Tanzimprovisation finde ich spannend. In Berlin hast du mir erzählt, du wolltest nach Brasilien auswandern und in die Capoeira-Szene eintauchen. Selbst gemacht auch – Capoeira?

Michael: Jaja, auch selbst gemacht.

Daniel: Erzähl mir keinen …

Michael: Ja, doch, wirklich. Aber natürlich nicht so perfekt wie man es zum Beispiel aus dem Internet kennt. Also keine Rückwärtssaltos aus dem Stand, unter jemandem Durchfegen oder irgendwas dieser Art – das hab' ich nicht geschafft. Spannend damals war für mich, die Kultur Südamerikas, also auch die Rastakultur, kennenzulernen. Das war damals für mich eine Art Streetworker-Projekt. Dort wird Kampfsport, wie es Capoeira mit seinen feinen tänzerischen Elementen ja ist, viel genutzt, um mit ärmeren Menschen zu arbeiten und Straßenkindern eine Heimat bzw. Zugehörigkeit zu geben.

Daniel: Wann war das?

Michael: Um die Jahrtausendwende muss das gewesen sein. So mit Ende 20, Anfang 30. Über einen längeren Zeitraum, weil ich auswandern wollte. Ein Haus hab' ich dort auch gebaut. Nicht so, wie man es von hierzulande kennt. Mit Holz und einem Segeltuch als Dach. Fenster und Türen gab's aber. (lacht)

Daniel: Umziehen ist dir offensichtlich nicht fremd. Gab es in deinem Leben irgendwelche Berührungspunkte mit der AMÖ?

Michael: Klar, als Kind! Spannend in diesem Zusammenhang: Durch die Arbeit mit der AMÖ habe ich mich wieder daran erinnert. Ich war damals mit meinem Vater in Regensburg in der Nähe vom Bahnhof Obst holen. Dort hatte es samstags immer einen Direktverkauf gegeben. Da standen dann die Zulieferer mit ihren Fahrzeugen, und da hab' ich dann zum ersten Mal das Känguru gesehen.

Daniel: Wann war das circa?

Michael: Seit wann gibt's das Känguru?

Daniel: Seit 1975, damals, so steht es in der AMÖ-Historie, feierlich enthüllt von Dr. Bernhard Grzimek.

Michael: Das kommt hin. Vermutlich gehöre ich sogar tatsächlich zu den Menschen, die die erste Ausrollwelle des Känguru hautnah miterlebt haben. Ich fand das Logo als Kind echt klasse. Es wirkte so sympathisch. Auch deswegen hat es mich mit Stolz erfüllt, als Andreas auf mich zukam und gefragt hat, ob ich mir vorstellen könnte, für die AMÖ tätig zu sein. Für mich gab es da kein langes Überlegen. Die Herzensberührung von damals war gleich wieder spürbar.

Daniel: Das ist es dann, was Markenzeichen und

Logos ausmacht, nämlich wenn du dich auch später, im Alter noch daran erinnerst. „So wertvoll wie ein kleines Steak.“, „Sie baden gerade Ihre Hände drin.“ „Super, Ingo!“ „Die wecken den Tiger in dir!“ – Ich wette, so mancher Leser und so manche Leserin weiß sofort, wen bzw. was ich meine, und hat eine bestenfalls positive Erinnerung daran. Sollst du denn dem traditionellen AMÖ-Känguru zu neuem Glanz verhelfen?

Michael: Vorerst nicht. Die Frage ist schließlich auch, was es braucht, damit es gut gelingt. Wie du schon sagst, das Känguru hat Tradition, und es ist in dieser Form bei vielen Menschen mit positiven Emotionen behaftet. Zudem bringt es eine gewisse Kultur mit sich. Schnell einfach neu machen ist da für mich nicht der passende Weg. Da braucht es schon Sorgsamkeit und Fingerspitzengefühl – in der Neuinterpretation ebenso wie in der Kommunikation.

Daniel: Wobei die Frage erlaubt sein muss: „Wie emotional sind die Verbraucher:innen, insbesondere die jüngeren, da heute noch drin?“ Ich persönlich kannte das Känguru gar nicht, als ich mich vor fast fünf Jahren bei der AMÖ beworben hatte. Lass mich offen sein: Ich mag es. Ich verstehe, was es als Symbol transportieren soll. Optisch allerdings ist es, finde ich, völlig aus der Zeit gefallen.

Michael: Zumindest von der Darstellungsform, da gebe ich dir recht. Hier bedarf es schon einer Neuinterpretation in die Neuzeit, aber eben mit bestimmten Gefühlen verwoben, auch denen, für die das „alte“ Känguru steht. Die Frage ist, wie uns die Übersetzung gelingen kann: Was bedeuten die Emotionen von damals eigentlich heute bzw. was können sie auch zukünftig bedeuten?

Daniel: Ich stelle mir das mega schwierig vor. Allein schon mit Blick auf die Mitgliedsunternehmen. Manche von ihnen gibt es so lange, da haben gefühlt die Urahnen der Gründungsfeier der damaligen DMTG beigewohnt, dann hast du junge Unternehmen, die gerade frisch am Markt sind. Die jüngeren unter ihnen haben andere Emotionen zum Känguru als diejenigen, die in ihren Familienunternehmen damit aufgewachsen sind und seit 50 Jahren damit arbeiten. Und dann prallen da noch unterschiedliche Wertevorstellungen aufeinander, die in Einklang gebracht werden müssten – oder zumindest so verbunden, dass sich viele im Känguru wiederfinden. Was mich beruhigt: Genau dafür haben wir mit dir einen Psychosozialen Berater an unserer Seite …

Michael: Das kann in diesem Übersetzungsprozess in der Tat eine Rolle spielen. Der von dir angesprochene Prozess, also die gemeinsamen Werte, tauchen immer wieder in Kulturwandel oder Transformationen auf – und das sollte man auch nicht so einfach ausblenden. Gleichwohl braucht es die Weiterentwicklung, um die Identifikation der Jüngeren mit einem Symbol oder einem Logo sicherzustellen. Noch beschäftigt uns ein neues Känguru-Logo nicht vordergründig. Aber wenn es dazu kommt, werden wir bei diesem Transformationsprozess mit Blick auf die Historie der AMÖ auch aufmerksam sein und behutsam vorgehen. Viel zuhören. Gespräche führen. Impulse, Ideen und Anregungen aufnehmen, an die wir heute noch gar nicht denken.

Daniel: Irgendwem stößt man immer vor den Kopf. Verschieben wir das Thema und kommen zum nächsten. Im Vorfeld des Gesprächs heute habe ich versucht, mehr über dich zu erfahren. Du bist Grafikdesigner, Facilitator, Kommunikationsgestalter, Organisationsberater, Psychosozialer Berater, Psychosystemischer Coach, Künstler und noch vieles mehr. Was genau machst du und mit wem? Und wie kommt das deiner kreativen Arbeit zugute?

Michael: Die schwierigste Frage in meinem Leben – vielen Dank!

Daniel: … nich‘ dafür!

Michael: Was ich im Laufe meines Wirkens mitbekommen habe, dass es in Umsetzungsphasen von neuen Projekten und tollen Vorhaben auch immer wieder zu Missverständnissen kommen kann. Zum Beispiel sind manchmal Vordenker schneller, als Beteiligte, die an der Umsetzung mitwirken „sollen“. Oder bisherige Leistungen einzelner Beteiligter findet geringe Wertschätzung und wird womöglich sogar als störend oder nicht mehr gewollt betrachtet. Auch ein unterschiedliches Verstehen der Dinge kann einem Projekt Steine in den Weg legen … In solchen Spannungsfeldern zwischen Aufklärung, Erklärung, Menschen zueinander bringen kann ich mich sehr gut bewegen. Mit dem Ohr an den Beteiligten das es braucht, damit Projekte realisiert werden können. So eine Art kreativer, lösungsorientierter Diplomat. Dafür muss ich selbst immer wieder ein Spannungsfeld aushalten lernen. Eine Mischung aus fundiertem „Nichtwissen“ als Haltung und parallel dazu ein „Wissen“ wie es weitergehen kann. Dabei vertraue ich drauf, dass ich richtige Fragen stelle und Ideen habe, die zum Ziel bringen. Was mir in einer solchen Arbeit hilft, sind meine umfangreichen grafischen Fähigkeiten. Durch diese kann ich „Unterschiedlichem“ Form geben, weiterentwickeln, zusammenbringen und integrieren. „Das neue Projekt“ oder „Das tolle Vorhaben“ kann so immer sichtbarer und stimmiger werden. Und etwas kraftvolles ist am entstehen. In der Gestaltung am Computer arbeite ich alleine, brauche aber wie ein Boxer meine Sparringspartner, wenn es darum geht, die Dinge zu entwickeln. Ist das einigermaßen verständlich?

Daniel: Für mich auf jeden Fall! Ich habe dich als ungemein kreativen Kopf kennengelernt und es macht unheimlich Spaß, mit Dir – bzw. im Team

auch mit Andreas – zu denken. Du inspirierst mich. Unsere Gespräche und Workshops spornen mich an. Woraus ziehst du selbst deine Inspiration?

Michael: Neugierde! Was mich hier und jetzt mit antreibt, wie es gelingen kann das Image der Branche insgesamt aufzuwerten. Damit verbunden ist die Frage, was es dazu braucht, und das müssen wir gemeinsam herausfinden. Diese Herausforderung beflügelt mich. Bestenfalls, so wie auf der Jahrestagung in Hamburg passiert, gehen wir Herausforderungen gemeinsam mit denjenigen an, um die es geht: mit den Unternehmerinnen und Unternehmern in der AMÖ. Wie schaffen wir es, etwas Wertvolles zu erschaffen, etwas, das Stolz macht und mit Stolz getragen ist? Was macht einen modernen Bundesverband aus? Mit Blick auf die neue Internetseite: Wie schaffen wir Interaktion? Welche Inhalte und welche Funktionen braucht es genau?

Durch Fragen dieser Art erschien es mir sinnvoll, ein Design zu kreieren, welches Freiraum lässt. Raum, in den etwas hineinwachsen kann. Parallel dazu ist es mir wichtig, schon zu Beginn einen Rahmen geben zu können, über welchen die „neue" AMÖ wertvoll, modern und beweglich wirken kann.

Wenn ich etwas mit erschaffen kann, durch das Gemeinschaft entsteht und etwas, das Stolz entfacht – So etwas ist mir Inspiration.

Daniel: Ein Thema, dass den Teilnehmerinnen und Teilnehmern auf der AMÖ-Jahrestagung teilweise schon aufgefallen ist, aber ebenso den aufmerksamen Leser:innen der MöbelLogistik nicht entgangenen sein wird: Unser Weg zu unserem neuen Corporate Design. Warum ist das deiner Meinung nach wichtig?

„WIR WISSEN, WER WIR SIND, WOHER WIR KOMMEN, UND WOHIN WIR WOLLEN. DAS WIRD UNSER ZUKÜNFTIGER AUFTRITT KLAR SIGNALISIEREN.

Michael: Das alte Corporate Design der AMÖ ist handwerklich sauber gemacht, keine Frage. In Gesprächen durch Andreas mit vielen Unternehmerinnen und Unternehmern wurde dabei immer wieder deutlich, wie sehr das Image der gesamten Branche aufgefrischt werden müsse. Wir mussten uns also fragen: Ist so, wie die AMÖ aufgetreten ist, auftreten will, oder auftreten muss, der Auftritt eines modernen Bundesverbandes?

Daniel: Ich finde das alte Corporate Design okay, aber es ist auch ein Stück weit arg steril, formal und vielleicht auch zu historisch. Die Farben orange und gelb, die im Logo und an anderen Stellen als Akzente eingesetzt werden, stehen traditionell für Umzug und Neumöbellogistik. Meinetwegen! Aber wer weiß das heute noch, und wem ist das überhaupt aufgefallen? Was das Corporate Design ganz und gar nicht ist: mutig! Das ist total schade, denn Mut ist eine Eigenschaft, die ganz viele unserer Unternehmerinnen und Unternehmer längst bewiesen haben oder beweisen. Ihnen tun wir es als Bundesverband inzwischen gleich und legen ein anderes, neues Selbstbewusstsein an den Tag. Wir wissen, wer wir sind, woher wir kommen, und wohin wir wollen. Das wird unser zukünftiger Auftritt klar signalisieren …

Michael: Nochmal kurz zurück zu dem, was ich vorgefunden habe: Das war sortiert, es war aufgeräumt, und man hat es leicht hinnehmen können. Es war grafisch nicht anstößig. Grundsätzlich passt das auch zu einem Verband. Aber das Mutige, den Diskurs anregen, klare Signale aussenden, um vielleicht auch mal ein „Aber" zu erzeugen oder eine Konfrontation auszulösen, das fehlt.

Daniel: … aber das ändern wir ja jetzt! Kannst du zur neuen Farbgestaltung etwas sagen: Welche Farben setzen wir ein? Wofür stehen sie etc.?

Michael: Für das neue Corporate Design verwenden wir die Farben Gold und Purpur. Purpur setzt als momentane Akzentfarbe ein klares Statement. Damit fallen wir auf. Damit heben wir uns ab.

Das Goldgelb soll die Exklusivität und den Wert der AMÖ widerspiegeln. Da braucht's glaub' ich keine Erklärung, was in dieser Farbe steckt.

Daniel: Ich finde das sehr clever gewählt, weil damit unsere Tätigkeit und Rolle als Bundesverband perfekt untermalt ist. Wir wollen und müssen, Purpur vor Augen, ja ebenfalls Akzente setzen, beispielsweise durch besondere Mehrwerte für unsere Mitglieder oder als Anreize für potenzielle neue Mitglieder, in der politischen Kommunikation oder gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern. Mit Gold assoziiere ich unser neues Selbstbewusstsein: „Wir sind der Bundesverband! Wir sitzen mit den politischen Entscheidern am Tisch! Wir haben die Kompetenz!" Zugleich steht es als Farbe unter anderem für Leidenschaft. Leidenschaft, mit der die Unternehmer:innen und ihre Mitarbeiter:innen täglich ihre Dienstleistungen erbringen. Es steht für die Errungenschaften der Verbandsfamilie sowie jedes einzelnen Unternehmens, es steht für Qualität, für Selbstwert, ist Farbe des Erfolgs und motiviert uns Menschen seit jeher, unsere Potenziale auszuschöpfen. Niemand, zumindest kein Profisportler,

nimmt an einem Wettkampf teil und will „nur“ Silber gewinnen.

Ganz ehrlich: Ich bin von der Farbkombi überzeugt. Total extravagant. Aber hey, Extravaganz ist im Grunde ja nichts anderes als bewusst abweichend zu sein und dadurch aufzufallen. Lasst uns mutig sein! Lasst uns als moderner Bundesverband extravagant sein!

amoe

WAS SEHEN SIE?

Worüber wir noch gar nicht gesprochen haben: Wir haben ein neues Logo! Was stellt das Logo für dich dar?

Michael: Nüchtern betrachtet zwei Vierecke, ein Rechteck und einen Unterstrich. Länger betrachtet spiegelt es den Arbeitsbereich vieler Mitglieder wider, die in der Horizontalen, in der Vertikalen und in der Diagonalen transportieren. Auch einen Möbellift kann man im Logo „sehen“, wenn man will. Eine Person, die einen Karton trägt, während ein anderer Karton auf dem Boden steht. Der Fantasie sind wenig Grenzen gesetzt, und das ist auch das, was aus meiner Sicht ein passendes Logo für das, was der Bundesverband vor hat, ausmacht. Ich empfinde das neue Logo schlichtweg leichter, offener und angelehnter an die Tätigkeitsbereiche vieler Mitgliedsunternehmen als die bisher genutzte Bildmarke.

Daniel: Du meinst die Raupe?

Michael: Raupe?

Daniel: Ich seh‘ in dem AMÖ-Schriftzug eine Raupe, ja. Von links nach rechts kriechend. Das A ist der nachgezogene und das M der mittige Körper. Die Ö-Pünktchen sind die Augen und das O ein vor Schreck oder Erstaunen aufgerissener Mund. Wer das jetzt liest, bekommt das Bild nie wieder aus dem Kopf …

Michael: Was siehst du denn im neuen Logo?

Daniel: Das, was du erkennst, sehe ich auch. Man könnte auch sagen, dort sind zwei 20-Fuß- und ein 40-Fuß-Container abgebildet, und auch einen Gabelstapler kann man darin erkennen. Was ich persönlich auch sehe, ist ein stilisiertes mathematisches Wurzel-Zeichen. Das in Verbindung damit, wie wir, insbesondere Andreas, die Mitglieder in die Verbandsarbeit einbezieht, sind wir im Grunde bei den Anfängen der AMÖ – gegründet als Kooperationsgemeinschaft: Der eine unterstützt den anderen. Man lehrt sich gegenseitig. Man lernt voneinander. Man braucht sich! Direkt dazu: Was war dein Eindruck von der Jahrestagung in Hamburg?

Michael: Spannend. Sehr spannend. Mir hat die Offenheit der Leute sehr gefallen. Und das diejenigen unter ihnen, die zum Beispiel sehr kritische Fragen oder auch Sorgen geäußert hatten, doch immer irgendwie bestrebt waren, ihren Blick auf die Dinge so zu verändern, dass wir zu guten Ergebnissen gekommen sind. Dabei haben wir gar nichts großartiges getan, als uns auszutauschen, unsere Gedanken zu teilen, unsere Ängste, Probleme, miteinander zu kommunizieren. Dass bei Ihnen das Gefühl vorhanden zu sein schien, dass sie mit ihren Unsicherheiten nicht alleine sind, und, fast wichtiger, mit der AMÖ jemand an ihrer Seite ist, der ihnen zuhört und sie ernst nimmt. Da war Vertrauen da!

Viele haben sich unter der Jahrestagung sicher etwas anderes vorgestellt, vielleicht weil sie es von früher her anders kannten. Sich dann in einer Workshop-Situation wiederzufinden ist da sicher nicht für alle einfach. Umso schöner, dass sich die Unternehmerinnen und Unternehmer darauf eingelassen und sich in der Gruppenarbeit aktiv eingebracht haben. Ich habe kein einfaches Abnicken wahrgenommen, sondern alle Teilnehmenden haben konstruktiv an „ihrem Verband“ mitgewirkt.

Daniel: Glaubst du es war wichtig in diesem Zusammenhang, den Unternehmer:innen die harte Realität vor Augen zu führen, etwa durch die Erschaffung des fiktiven Kontrahenten?

Michael: Ich tue mich mit dem Begriff „harte Realität“ ein wenig schwer in der Zuordnung. Ich würde aber sagen, letztlich braucht man ja irgendeine Art als Einstieg, um ins miteinandner Arbeiten und den gemeinsamen Dialog zu kommen. Und darüber haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ja feststellen können: „Ich bin nicht allein!“ Es gibt gemeinsame oder ähnliche Probleme, die man sich zuerst erzählen und eingestehen sollte, ehe man nach und nach Lösungsansätze entwickelt, bis das Problem behoben werden kann. Auch dazu braucht es Mut. Vielleicht ist es für manche auch nicht einfach gewesen, eigene Schwächen zu offenbaren, falls sich solche gezeigt haben sollten. Aber das Aussprechen solcher Tatsachen und dem Teilen mit anderen, kann eben halt dann auch Lösungen entstehen lassen.

Ich bin überzeugt, wenn wir, wenn die AMÖ, wenn die Unternehmerinnen und Unternehmer den Weg, auf dem sich der Bundesverband gerade befindet, mutig weitergeht, kann etwas wirklich Großes entstehen. Das mag am Ende nicht allen gefallen. Aber das muss es ja auch nicht. Wichtig ist, dass man dann im Austausch bleibt. Denn nur so können neue, bessere Dinge entstehen. Und ich versuche dies weiter zu gestalten.

Anzeige

LOGISTIKSERVICE

ohne TransPak

mit TransPak

AUCH IN SCHWIERIGEN ZEITEN EIN STARKER PARTNER

Produkte + Service + Beratung
www.umzugsbedarf-transpak.de

Vorsprung durch Service!

TransPak
VERPACKUNGSMITTEL BUNDESWEIT

Bildquelle: AMÖ

GEMEINSAM DEN BLICK SCHÄRFEN.

AMÖ-Präsident Frank Schäfer und Andreas Eichinger über ihre erste Begegnung, wiedererlerntes Lernen, und warum die Beteiligung der Mitgliedsunternehmen für den neuen Weg der AMÖ so wichtig ist.

Daniel Waldschik: Herr Schäfer, Sie haben Andreas früher als alle anderen kennengelernt, nämlich schon mit den ersten Gesprächen während der Auswahl des neuen Hauptgeschäftsführers. Ihr erster Eindruck?

Frank Schäfer: Das ist richtig. Die Vita von Andreas und sein Auftreten in den ersten Gesprächen haben mein Interesse geweckt. Andreas stach mit einigen anderen aus dem Kreis möglicher Kandidaten für die Position des Hauptgeschäftsführers heraus. Meine Kollegen im Präsidium und ich hatten insgesamt einen sehr positiven Eindruck von ihm, der uns bewogen hat, tiefere Gespräche mit ihm zu beginnen. Ich hatte den Eindruck, dass mit ihm ein Wandel in der AMÖ möglich ist. Erhofft habe ich mir, dass er eine Modernisierung des Verbandes einleitet.

Daniel Waldschik: Sie und Andreas haben sich dann mehr und mehr kennengelernt, schnell eine persönliche Ebene gefunden und – aus meiner Wahrnehmung heraus – recht zügig eine enge Bindung entwickelt. Unter solchen Voraussetzungen lassen sich gerade schwierige Herausforderungen oft positiver angehen, offener, weil der Umgang miteinander meistens ehrlicher ist.

Frank Schäfer: Eines möchte ich vorweg betonen: Ehrlichkeit erwarte ich grundsätzlich. Das hat für mich nichts damit zu tun, ob eine persönliche Ebene zueinander besteht oder nicht. Was mir jedoch sehr wichtig war und ist, ist ein direkter Draht zueinander, um Dinge unverkrampft besprechen zu können. Ich denke, uns beiden ist es gelungen, in sehr kurzer Zeit ein freundschaftliches Verhältnis aufzubauen. Das erleichtert natürlich viel. Gleichzeitig sind wir beide im Umgang miteinander höchst professionell. Wir sind, wenn wir miteinander sprechen, stets fokussiert und manches Mal reicht es uns, einfach kurz zwei Minuten miteinander zu telefonieren. Wir besprechen die Themen kurz und knapp, ziehen Dinge nicht unnötig in die Länge und treffen dann auch sehr schnell gemeinsam Entscheidungen. Das wäre ohne ein gutes Verhältnis miteinander und ein Verständnis füreinander nicht möglich. Wichtig ist natürlich auch, dass wir ein sehr gutes Verständnis dafür haben, wer von uns beiden welche Rolle innehat.

Andreas Eichinger: Vielen Dank, Frank. Ich sehe es genauso wie Du und ich freue mich sehr darüber, dass wir beide über so vieles miteinander sprechen können. Wenn wir uns zu zweit treffen, dann spielen in unseren Gesprächen natürlich auch Themen eine Rolle, die nichts mit der AMÖ oder der Branche zu tun haben. Auch das ist wichtig, weil wir uns auf vielen Ebenen begegnen können. Ich möchte noch hinzufügen, dass es, wenn es um die Modernisierung des Verbandes geht, aus meiner Sicht unerlässlich ist, Entscheidungen schnell zu treffen und dann auch umzusetzen. Ebenso wichtig ist es, die Umsetzung von Entscheidungen nicht unnötig in die Länge zu ziehen.

Frank Schäfer: Ja, wir beide, Andreas, hatten von Anfang an einen sehr, sehr intensiven Austausch. Das war natürlich auch der Tatsache geschuldet, dass Andreas ein Newcomer in unserer Branche war. Aber eben nicht nur …

Hinzu kommt, dass Andreas ohne Altlasten in diese Position kam. Er hat einen viel freieren Blick auf die Dinge und er gräbt sozusagen nicht ständig in der Vergangenheit und ist so in seinen Einschätzungen und Entscheidungen nicht gehemmt.

Daniel Waldschik: Andreas, in meiner schwäbischen Zweitheimat gibt es die Redewendung „Oim da Roschd ra do" – jemandem den Rost runtermachen. Nett ausgedrückt: Jemandem die Meinung sagen. Wie deutlich musstest du gegenüber dem Präsidium werden, dass der Verband insgesamt aufpoliert werden muss, und man dabei auch wortwörtlich den Rost runtermachen muss, der die „Maschinerie AMÖ" hemmt – also, perspektivisch, auch strukturelle Veränderungen notwendig sind?

Andreas Eichinger: Ich habe schon während der ersten Gespräche die Dinge immer schnell auf den Tisch gelegt und meine Beobachtungen geteilt. Das war schon vor meiner Unterschrift so und das ist auch jetzt so. Es hilft ja niemandem, wenn man

um den heißen Brei herumredet. Damit kann man viel Zeit verschwenden und sich auch unnötig belasten. Mein Gefühl war, dass die Themen, die ich ansprach, und die Gedanken, die ich teilte, dem Präsidium nicht fremd waren. Sprich: Ich musste nicht deutlich werden.

Daniel Waldschik: Wie war das damals für Sie zu hören, Herr Schäfer – einmal aus Sicht als AMÖ-Präsident und einmal aus der unternehmerischen Brille? Waren Sie überrascht, dass Andreas die Dinge so schnell auf den Punkt bringen konnte?

Frank Schäfer: Zuallererst ist es mir wichtig zu sagen, dass es für mich keinen Zwischenraum zwischen meinen Rollen gibt. Wir sind ein Unternehmerverband. Und für mich als Unternehmer ist es wichtig, dass die Verbandslandschaft so funktional ist, dass sie mir in meinem Betrieb auch nützt. Mein Anspruch als AMÖ-Präsident – das habe ich auch gesagt als ich zur Wahl angetreten bin – ist es, etwas für die Mitglieder zu tun.

Darüber, dass Andreas von Anfang an Themen offengelegt und Beobachtungen geteilt hat, waren wir im Präsidium nicht negativ überrascht. Wir waren vielmehr positiv gestimmt und dankbar für die Offenlegung der Themen. Andreas hat ja auch mit seinem Blick von außen viele Dinge bestätigt, die wir vielleicht auch schon im Hinterkopf hatten. Mit der schonungslosen Offenlegung der Themen hat unsere Zusammenarbeit aus meiner Sicht eine ganz besondere Dynamik bekommen. Im Grunde genommen ist es doch immer wichtig, das Kind beim Namen zu nennen, Probleme offenzulegen, sie anzugehen. Nichts erledigt sich von alleine.

Bildquelle: Frank Schäfer

Daniel Waldschik: Andreas hat einen ungetrübten Blick auf uns, die AMÖ. Dazu kommen Arbeitsweisen, wie sie für viele von uns völlig neu waren. Wie sehr haben die neuen Methoden Ihren Blick auf die Probleme, vor denen wir standen und stehen, verändert, oder sogar geschärft, und Ihre Arbeit und Ihre Entscheidungen im Präsidium beeinflusst?

Frank Schäfer: Die Methoden und Arbeitsweisen, die Andreas nutzte und auch jetzt ja noch nutzt, haben aus meiner Sicht unseren Blick geschärft. Natürlich war vieles neu für uns bzw. wir haben diese Denk- und Arbeitsweisen lange nicht mehr praktiziert. Wir im Präsidium haben ja schon einen gewissen Abstand zu Schule, Universität und dergleichen. Wir haben eher herkömmlich gearbeitet. Ich denke, die Methoden, die Andreas uns (wieder) beigebracht hat, haben Entscheidungen beschleunigt, weil die Analyse konkreter war als dies vielfach mit anderen Maßnahmen zur Analyse von Problemen der Fall ist.

Andreas Eichinger: Aus meiner Sicht haben die Methoden auch den Vorteil, dass sich jeder einbringen kann und es am Ende der Workshops ein gemeinsames Bild gibt.

Frank Schäfer: Ja, man arbeitet intensiver miteinander und es ist tatsächlich ein gemeinsames Erarbeiten von Erkenntnissen und Positionen, das mehrt das Verständnis für die Sache und auch das Verständnis für die Sichtweisen anderer.

Daniel Waldschik: Workshops, wie Sie sie im Präsidium mit Andreas gemacht haben, haben wir in ähnlicher Form auf der Jahrestagung in Hamburg gemacht. Was waren so die Reaktionen, die Sie mitbekommen haben bzw. gab es direkt Feedback, das an Sie herangetragen wurde, Herr Schäfer?

Frank Schäfer: Ja, es gab Rückmeldungen! Für viele war die Herangehensweise von Andreas erstmal ungewohnt. Letztlich aber zielführend. Viele waren über die Ergebnisse überrascht, über das, was da so herauskommt. Insbesondere wenn wir mit Post-its gearbeitet haben. Es ergibt sich dann ja erst mit der Zeit ein Bild. Ich finde es sehr spannend zu sehen wie aus Worten Analysen werden, die dann zu Strategien führen.

Daniel Waldschik: Andreas, auch die Zusammenarbeit mit den Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern der Landesverbände der AMÖ hat ein anderes Level erreicht. Die Atmosphäre wirkt auf mich entspannter, offener, und die Zusammenarbeit insgesamt viel lockerer als vor deiner Zeit. Was ist da passiert?

Andreas Eichinger: Ich kann nur darüber sprechen wie es aus meiner Sicht jetzt ist. Die Vergangenheit habe ich ja nicht miterlebt. Ich denke, dass wir von Anfang an offen miteinander umgegangen sind, dass wir auch sehr respektvoll miteinander umgegangen sind. Auch mit vielen Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern hat sich in sehr kurzer Zeit, ein sehr persönliches und vertrauensvolles Verhältnis ergeben.

Ich glaube auch, dass unsere Herangehensweise, die ja anders zu sein scheint, neugierig auf das macht, was da kommt, und eben auch Lust auf's Mitmachen macht. Das hilft sicher. Und ich bin sehr dankbar, dass wir einen so direkten und unverkrampften Umgang miteinander haben!

Daniel Waldschik: Mein Eindruck ist: Die Verbandsfamilie – damit meinen wir ja die Landesverbände und den Bundesverband – ist heute viel mutiger als noch vor ein paar Monaten. Dabei ist ganz viel von dem, was wir vorhaben, noch gar nicht umgesetzt. Wie sehen Sie das, Herr Schäfer, und hast du dafür eine Erklärung, Andreas?

Frank Schäfer: Ja, das sehe ich auch so. Ich glaube aber, dass dies nicht ausschließlich eine Quintessenz des Wandels innerhalb der AMÖ ist.

Das sind auch Früchte des Veränderungsprozesses, den wir in den vergangenen Jahren angestoßen haben. Ich denke, dass es gelungen ist, die Verbändelandschaft näher aneinander heranzuführen. Und auch die Notwendigkeit, die wir klar sehen, dass wir gemeinsam ein stärkeres und klareres Dienstleistungsangebot anbieten müssen, so dass wir als Verbände auch in der Zukunft attraktiv sind.

Andreas Eichinger: ... unser gutes Verhältnis miteinander unterstützt das, denke ich. Ich bin auch sehr dankbar darüber, dass ich seitens der Kolleginnen und Kollegen in den Landesverbänden einen so hohen Vertrauensvorschuss bekommen habe. Dafür bin ich wirklich sehr dankbar. Und ich habe das Gefühl, dass auch geschätzt wird, wie sehr ich mich mit den Mitgliedern, der Branche und der AMÖ auseinandersetze, wie sehr ich mich interessiere und einbringe.

Frank Schäfer: Das alles ist natürlich gepaart mit einem Stück Hoffnung, dass wir die Zukunft gemeinsam gut gestalten!

Daniel Waldschik: Auf der ebenfalls in Hamburg tagenden Delegiertenversammlung haben die Vertreterinnen und Vertreter aus den Mitgliedsunternehmen mehrheitlich für richtungsweisende Entscheidungen gestimmt. Für alle, die die aus meiner Sicht sehr gute Diskussion nicht persönlich erlebt haben: Warum ist es wichtig, dass die AMÖ eine eigene Wirtschaftsorganisation bekommt? Und: Wie sind hier die Schritte? Was gibt es schon konkret zu berichten?

Frank Schäfer: Die Diskussion war nicht leicht, aber sie wurde sehr leidenschaftlich geführt. Sie war offen. Alle, die etwas sagen wollten, wurden gehört.

Andreas Eichinger: Die Dinge liegen nun auf dem Tisch.

Frank Schäfer: Ein ordentlich geführter Diskurs ist mir weit lieber als stumme Zustimmung. Weder das Präsidium noch ich sind allwissend und können alles erkennen. Ohne Beiträge der Unternehmerinnen und Unternehmer können die Dinge zwangsläufig immer nur in eine Richtung gehen. Es ist wichtig, dass wir immer auch andere Dinge und Sachverhalte beleuchten, die vielleicht gerade nicht im Fokus stehen und die dann in die Meinungsbildung einfließen.

Andreas Eichinger: Wir brauchen die Wirtschaftsorganisation aus vielen Gründen. Wir wollen den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb, also den individuell auf die Unternehmen zugeschnittenen Teil, vom ideellen Teil trennen. Der ideelle Teil betrifft die eigentliche Arbeit eines Verbandes, die allen zu Gute kommt. Die Diversität unserer Mitglieder bringt andere Erwartungen an uns als Verband mit sich. Das müssen wir adressieren, wenn wir zukünftig noch eine Rolle spielen wollen.

Wir beginnen im kommenden Jahr mit der Überführung des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebes der AMÖ in die neu gegründete GmbH und werden dann sehr schnell auch weitere Kooperationsleistungen anbieten. Da möchte ich noch nicht viel verraten, aber wir haben viel vor und es wird sicher spannend, unseren Weg im kommenden Jahr zu verfolgen. Klar ist, dass wir von Anfang an, die großen Erwartungen an uns, bedienen müssen. Oder dass wir zumindest Ideen kommunizieren müssen, wie wir diesen Erwartungen begegnen wollen.

Daniel Waldschik: Einer meiner Jugendhelden, Michael Jordan (Chicago Bulls) sagte einmal: „Talent gewinnt Spiele, aber Teamwork und Intelligenz gewinnen Meisterschaften." Ich finde, dass passt ganz gut zu dem Weg, auf dem wir uns befinden. Andreas, was schätzt du, wie lange der Prozess, die neue AMÖ aufzubauen, dauern wird?

Andreas Eichinger: Für mich ist das ein fortwährender Prozess. Es gibt kein Ende, er wird nie abgeschlossen sein. Unser Umfeld verändert sich rasant und wir müssen alles tun, um insgesamt flexibler zu werden. Nur so wird es möglich sein, den Veränderungen des Umfeldes begegnen zu können. Und die Veränderungen und Herausforderungen sind ja fortwährend neue. Manches ist bekannt, aber dann ist oftmals noch keine Lösung gefunden worden.

Bildquelle: atbeauc media

Eines ist klar: Wenn die Strukturen so bleiben wie sie sind, dann sind manche Entscheidungen nur im Jahresrhythmus zu treffen. Das ist etwas, was wir für die Herausforderungen, vor denen wir stehen, nicht gebrauchen können. Nur mit Flexibilität und Schnelligkeit wird es uns gelingen, den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen zu begegnen. Nur mit Flexibilität und Schnelligkeit wird es uns gelingen, irgendwann nicht zum alten Eisen zu gehören. Nur mit Flexibilität und Schnelligkeit wird es uns gelingen, relevant zu bleiben.

Um es klar zu sagen: Als Verbandsfamilie sind wir stark und wir haben sehr viel Potenzial. Und ich bin sehr zuversichtlich, dass wir gemeinsam die anstehenden Veränderungen meistern werden, um unsere Mitglieder noch besser bedienen zu können. Ich denke, das Fundament ist gelegt. Jetzt gilt es, gemeinsam darauf zu bauen!

Frank Schäfer: Ja, es gibt viel zu tun, packen wir es gemeinsam an!

DAFÜR WOLLEN WIR STEHEN.

Von Andreas Eichinger

Wenn ich die Mitgliedsunternehmen der AMÖ beschreibe, dann spreche ich oft von Dichotomie. Was meine ich damit? Ich meine damit, dass sich unter den Mitgliedsunternehmen eine Gruppe befindet, die nach wie vor nah an ihren Wurzeln operiert. Sie ist fast ausschließlich in der Umzugslogistik tätig, führt häufig nur Privatumzüge durch oder hat zumindest in diesem Segment ihren Schwerpunkt. Die zweite Gruppe bilden Unternehmen, in denen sich das Geschäftsmodell teilweise sehr weit von diesen Wurzeln entfernt hat. Die Nischen, die diese Unternehmen bearbeiten, sind extrem unterschiedlich. Privatumzüge spielen keine oder eine untergeordnete Rolle.

Es gibt kaum Marktsegmente, in denen beide Gruppen gemeinsam tätig sind. Keine Schnittmenge. Dichotomie ist der mathematische Fachbegriff für genau dieses Phänomen. Das Wort beschreibt zwei Gruppen, die einander ohne Schnittmenge gegenüberstehen. Beide Gruppen haben sehr individuelle Anforderungen und Erwartungen an die AMÖ. In der Gruppe der Umzugslogistiker sind diese noch vergleichsweise ähnlich. In der Gruppe der – ich nenne sie oft – Speziallogistiker, können die individuellen Anforderungen und Erwartungen völlig unterschiedlich sein. Zumal sie sehr unterschiedliche Nischen bearbeiten.

Dies stellt uns als Verband vor Herausforderungen. Als Verband, der nah an seinen Mitgliedern sein will, müssen wir auf die unterschiedlichen Anforderungen und Erwartungen unserer Mitglieder eingehen. Wir können und wollen sie nicht ignorieren.

Aus genau diesem Grund gründen wir auch die Wirtschaftsorganisation. Wir brauchen sie, um näher auf die individuellen Bedürfnisse und Erwartungen unserer Mitglieder eingehen zu können. In einem Verband ist dies nur eingeschränkt möglich, weil ein Verband Kollektivleistungen erbringen muss, die all seinen Mitgliedern zugute kommen. Sind Leistungen individualisiert, dann befinden wir uns im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb und der darf nur in einem eingeschränkten Rahmen durch einen Verband erbracht werden.

Wir wollen nah an unseren Mitgliedern sein.

Gemeinsam bilden Bundes- und Landesverbände eine starke Verbandsfamilie. Wir arbeiten daran, Synergiepoteziale zu heben und gemeinsam noch schlagkräftiger zu werden. Wir verstehen, schätzen und respektieren uns. Und wir reden sehr offen und direkt miteinander. Dabei sind wir – nicht nur in den Strukturen – sehr unterschiedlich.

Mancher Landesverband vereint als Gesamtverband Sparten aller Bundesverbände, mancher vertritt regional ausschließlich Unternehmen, die Mitglied der AMÖ sind. Auch in dieser Diversität liegt unsere Kraft. Sie erlaubt uns, Themen aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln zu begleiten. Sie erlaubt uns ein echtes Ringen um die beste Lösung.

**Wir sind eine starke Verbandsfamilie.
Wir wissen das.**

Als Branche und als Verbandsfamilie sind wir uns einer langen Geschichte und Tradition bewusst. Die AMÖ und ihre Vorläufer existieren seit 1881. Unsere Geschichte ist Fundament für das, was wir heute tun. Auf ihr bauen wir auf. Immer stand die Kooperation im Vordergrund. Kooperation zeichnet unsere Mitgliedsunternehmen aus. Sie sehen sich nicht nur als Wettbewerber. Sie sind auch darauf angewiesen, miteinander zu kooperieren. Nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen, weil es wenig Sinn macht als Hamburger Unternehmen nur auf sein eigenes Personal bei der Entladung eines Umzuges in München zu setzen. Ausschlaggebend sind auch die unterschiedlichen Spezialisierungen unserer Mitgliedsunternehmen, die Kooperationen sinnvoll machen, oder Großprojekte wie der Bonn-Berlin-Umzug, die ein einzelnes Unternehmen nicht leisten könnte.

Diesen Gründungsgedanken der Kooperation schätzen wir auch noch heute und fühlen uns ihm verpflichtet. Dies bedeutet für uns, dass uns ein Miteinander immer wichtiger ist als ein Gegeneinander. Wichtig ist uns, dass sich diese Haltung nicht nur innerhalb der AMÖ zeigt, sondern auch nach außen.

Wir glauben fest daran, dass Kooperation mehr bewirkt als Konfrontation.

Das heißt nicht, dass wir nicht einmal auch konfrontativ auftreten, aber am Anfang soll immer erst die Bereitschaft zur Kooperation stehen. Diese Haltung haben wir verinnerlicht, sie prägt uns. Sie macht uns aus.

Als Verband müssen und wollen wir mit den Anforderungen der Zeit gehen. Nicht nur die Märkte, die unsere Mitgliedsunternehmen bearbeiten, haben sich im Verlauf der Zeit diametral verändert. Auch unser Umfeld hat sich sehr stark verändert. Um als Verband im Sinne seiner Mitglieder auftreten und handeln zu können, ist es unabdingbar, zu wissen, was unsere Mitglieder bewegt. Dies setzt einen intensiven Austausch voraus. Auf der Jahrestagung Anfang Oktober in Hamburg haben wir uns gemeinsam ganz offen ausgetauscht und wir haben gemeinsam den Grundstein für die weitere Ausrichtung der AMÖ gelegt. Aus unserer Sicht war das genau der richtige Weg. Zuzuhören – und dies unvoreingenommen – , nachzufragen, zu verstehen und dann gemeinsam Schlüsse ziehend.

Wir wollen den intensiven Austausch mit unseren Mitgliedern.

Wir wollen die Branche insgesamt und natürlich vor allem unsere Mitglieder voranbringen. Das bringt mit sich, dass wir als AMÖ vordenken und provozieren müssen. Dass wir Themen von allen Seiten beleuchten und intensiv besprechen müssen. Das bringt auch mit sich, dass wir nicht starr an unserer Meinung festhalten, sondern, dass wir bereit sind, sie zu ändern.

Wenn sich die Dinge ändern, dann überprüfen wir unsere Meinung und ändern sie gegebenenfalls.

Wir wollen, dass die Branche und unsere Mitgliedsunternehmen als attraktiv wahrgenommen werden.

Als attraktiv für jemanden, der Arbeit sucht, und attraktiv für jemanden, der Probleme zu lösen hat. Der Probleme zu lösen hat, deren Lösung unsere Erfahrung und Expertise erfordern. Wir wollen, dass die Leistungen unserer Mitgliedsunternehmen als das verstanden werden, was sie tatsächlich sind. Sie sind Voraussetzung für die Gestaltung der Zukunft von Verbraucherinnen und Verbrauchern und auch von Organisationen. Ich habe den Eindruck, dass dies kaum jemanden bewusst ist. Oft fühle ich mich an den alten Spruch „Der Strom kommt aus der Steckdose“ erinnert. Fast alle Menschen, mit denen man spricht, nehmen die Leistung der Logistiker als gegeben hin. Dies muss anders werden!

Wir wollen dazu beitragen, dass wir in Gesellschaft und Politik präsenter sind.

Wir wollen, dass in der Gesellschaft und Politik ein Bewusstsein für den Wert der Leistung, die Sie mit ihren Unternehmen tagein, tagaus erbringen, verankert ist. Dazu müssen wir als Verband und auch als Unternehmen präsenter werden. Nicht nur in Berlin und Brüssel. Sondern auch in der Stadt, im Ort und in der gesellschaftlichen Diskussion.

Die Herausforderung wird sein, dabei nicht ins polemische oder zynische abzugleiten. Mit Sprüchen wie „Ohne Lkw keine Kekse.“ erreichen wir nichts. So etwas mag lustig erscheinen, ist es im ersten Augenblick vielleicht auch, aber tatsächlich ist dieser Spruch überheblich und wirkt altklug.

Um in der Gesellschaft präsenter zu sein, wollen wir Nähe schaffen und nicht Distanz.

Die Herausforderung wird auch sein, dass wir als Verbandsfamilie und Unternehmen in Vorleistung gehen müssen. Wir müssen gute Arbeit leisten. Erst wenn wir das immerzu tun, können wir ein Bewusstsein für den Wert unserer Leistung in der Gesellschaft schaffen. Und erst dann, wenn dieses Bewusstsein in der Gesellschaft vorhanden ist, wird sich die Wertschätzung für uns als Branche und auch die Zahlungsbereitschaft für unsere Leistungen nachhaltig verändern.

Auch als AMÖ und Verbandsfamilie müssen wir in Vorleistung gehen. Wir müssen Kampagnen entwickeln, deren Erfolg ungewiss ist. Ein Allheilmittel wird es nicht geben. Wir müssen experimentieren. Und erst wenn unsere Botschaften verstanden wurden, werden Sie als Unternehmerin oder Unternehmer spüren, ob die Kampagne erfolgreich war oder nicht. Wir brauchen einen langen Atem. Wir brauchen frische Ideen und eine Herangehensweise, die Nähe schafft und nicht Distanz.

Wir wollen experimentieren, um neue Lösungen zu finden. Wir sind bereit, Unsicherheiten auszuhalten und uns auch einzugestehen, wenn ein Experiment einmal nicht funktionierte.

WER WIR SEIN KÖNNTEN.

- Was wäre wenn allen Menschen bekannt wäre, dass wir Alleskönner sind? Dass wir zahlreiche Fähig- und Fertigkeiten in den verschiedensten Gebieten vereinen? Dass das, was wir tun, attraktiv ist? Und dass es nicht nur Muskelkraft, sondern auch „Kraft im Kopf“ braucht, um diese Leistungen zu erbringen?
- Was wäre wenn unsere Rolle als Problemlöser breit anerkannt wäre? Wenn alle Menschen sofort wüssten, wen sie anrufen können, wenn sie ein vermeintlich unlösbares logistisches Problem haben? Wen sie anrufen können, wenn es für dieses logistische Problem keine bereits bekannte Lösung gibt? Wenn es jemanden braucht, die mutig genug sind, sich dem Problem zu stellen und eine Lösung zu finden?
- Was wäre wenn allen Menschen bewusst wäre, dass wir mit allem, was wir tun, die Zukunft gestalten und ihr ein neues Fundament geben? Dass wir nicht nur Kartons oder Geräte von A nach B transportieren? Sondern dass wir dafür sorgen, dass die Zukunft auf neuem Fundament beginnen kann?
- Und was wäre wenn die Qualität unserer Leistungen immer die richtige wäre?
- Was wäre wenn auch wir stets Kooperation der Konfrontation vorziehen würden? Wenn wir stets Nähe statt Distanz erreichen wollen würden?
- Und was wäre wenn uns all dies stets bewusst wäre?
- Wenn wir das erlauben und gemeinsam dafür einstehen, dann werden wir gemeinsam ein anderes Gefühl haben, wenn wir morgens aufstehen. Dann werden wir geschätzt und anerkannt werden. Und das wird etwas mit uns machen.

Die AMÖ ist die Heimat der Alleskönner, Problemlöser und Zukunftsgestalter.

Bildquelle: WGL GmbH

DIE NEUE AMÖ STICHT HERVOR.

Gespräch mit Oliver Kröll, Daniel Waldschik, Gunnar Persson, Andreas Eichinger

AMÖ und WGL (Wirtschaftsdienst Güter und Logistik GmbH) arbeiten seit längerer Zeit intensiv an einer Kooperation, wir haben uns auch persönlich schätzen gelernt, der Slogan des WGL „Einfach mal liefern …" bringt es auf den Punkt. Auch Andreas redet ja immerzu davon, dass man experimentieren müsse und nicht einhundertzwanzigprozentige Lösungen entwickeln könne, sprich: Die Chemie scheint zu stimmen. Oliver Kröll und Daniel Waldschik haben mit Gunnar und Andreas gesprochen.

Daniel: Gunnar, der WGL betreut bereits über 2.000 Logistiker bundesweit. Wie seht Ihr die Lage innerhalb der Logistikbranche?

Gunnar: Aktuell steht die gesamte Logistikbranche vor einer Ihrer größten Herausforderungen. Das fängt beim Fachkräftemangel an und geht über die Verfügbarkeit von Mobilität weiter. Wir kennen Spediteure, die bekommen Ihre Aufträge nicht erfüllt, da sie keine Fahrer für ihre Fahrzeuge haben. Ebenfalls kennen wir solche die auf Ihre Fahrzeuge seit Monaten warten. Eine weitere Herausforderung ist die Verunsicherung bei den alternativen Antrieben.

Wir begreifen diese Herausforderungen als Chance und haben verstanden, dass wir nur gemeinsam mit leistungsfähigen Partnern und ernstzunehmenden Interessenvertretern der Branche, den Unternehmen selbst die Zukunft gestalten können.

Wir haben alle tagtäglich mit Produkten zu tun und damit direkt oder indirekt auch mit Logistik. Die Logistikbranche ist der drittgrößte Wirtschaftsbereich in Deutschland. Sie ist eine systemrelevante Industrie, die viele Branchen und Segmente miteinander vereint und Wissen aus vielen Fachbereichen zusammenbringt. Dieses Wissen gilt es zu bündeln, um gemeinsam die Zukunft zu gestalten. Die AMÖ und der WGL sind bereit, diesen Weg gemeinsam zu gehen.

Vorteile für die Unternehmer und Mitarbeitenden zu schaffen, tun sich schwer aufgrund dieser Thematik.

Einen Öltanker wendet man nicht einfach so auf ein paar Metern.

Daniel: Und was ist aus Deiner Sicht in der AMÖ jetzt anders? Auch im Vergleich zu den übrigen Verbänden ...

“NUR GEMEINSAM KÖNNEN WIR DIE ZUKUNFT GESTALTEN.

Daniel: Wie habt Ihr die AMÖ wahrgenommen?

Gunnar: Aufgrund unserer Historie verfolgen wir die Arbeit der Verbände innerhalb der Logistikbranche sehr genau. Sollen diese doch die Interessen der Unternehmen gegenüber der Politik vertreten. Politische Entscheidungen betreffen am Ende vom Hersteller bis hin zum Unternehmer immer alle. Ich lasse jetzt die Außendarstellung einzelner Verbände und die Diskrepanz in der öffentlichen Wahrnehmung mal dahingestellt.

Zur Frage: Die AMÖ haben wir als Interessenverband der Möbel- und Speziallogistiker wahrgenommen. Viele Mitglieder der AMÖ arbeiten in spannenden Nischen. Aber dennoch: Erst einmal ist die AMÖ einfach ein weiterer Verband ...

Daniel: Erst einmal?

Gunnar: (lacht) Ich möchte es mal so formulieren: Es gibt verschiedene Verbände in Deutschland, die sich als Interessenvertreter der Logistikunternehmen gegenüber der Politik positionieren. Ich möchte auch gar nicht in Abrede stellen, dass einzelne Bestrebungen erst durch diese Verbände Gehör in der Politik finden. Ein gutes Beispiel dazu ist die Forderung zur Bekämpfung von Sozialdumping und fairer Wettbewerbsbedingungen im Straßengüterverkehr. Hier wurden die Logistikunternehmen viel zu lange im Regen stehen gelassen.

In meiner Wahrnehmung gibt es aber viele Themen, die allein politisch nicht lösbar sind. Die aktuelle Fahrpersonalsituation im deutschen Güterkraftverkehrsgewerbe ist ja seit Jahren wiederholt Gegenstand der öffentlichen und politischen Diskussion. Dabei ist gerade der Fahrermangel hausgemacht. Hier hätten Unternehmen und Verbände gemeinsam schon vor langer Zeit gegensteuern müssen. Die Verbände halten an alten Strukturen fest. Selbst fähige Leute, die bestrebt sind, Verbandsarbeit neu zu denken und wirkliche

Die AMÖ hat durch Andreas jemanden in der Führungsspitze, der in multinationalen Konzernen Logistik gelebt hat und sein Know-how von der Basisarbeit bis hin zur Politik auf EU-Ebene in den Verband einbringt. Natürlich gehören dazu bei allen Beteiligten auch immer der Wille und der Mut zur Veränderung. Dass die Mitgliedsunternehmen und der Verband diese Veränderung gemeinsam miteinander gestalten, spricht eine klare Sprache. Eure Mitglieder beweisen Mut und setzen Vertrauen in Eure Arbeit.

Und genau das ist es unter anderem, was die AMÖ, in unserer Wahrnehmung, von allen anderen Verbänden unterscheidet.

Nach intensiven Gesprächen mit Andreas sind wir sehr schnell zu dem Schluss gekommen, dass die AMÖ einer der wenigen Verbände ist, der momentan durch Innovations- und Tatkraft hervorsticht. Die AMÖ hat es geschafft, innerhalb kürzester Zeit und unter Involvierung ihrer Mitglieder, eine Transformation hinzulegen, die selbst für ein Wirtschaftsunternehmen beachtenswert wäre.

Oliver: Andreas, viele Transformations- und Change-Prozesse bringen nicht die gewünschten Ergebnisse oder scheitern sogar. Worauf kommt es bei einem Transformationsprozess bei einem so großen und seit 140 Jahren etablierten Verband Deiner Erfahrung nach an?

Andreas: Ganz wichtig ist es immer, das, was ist, was vorgefunden wurde, zu würdigen. Nicht von außen zu kommen und zu sagen: Wir laufen jetzt alle links- statt rechtsherum. Was sollen denn dann die Menschen in der Organisation, die zwanzig Jahre rechtsherum gelaufen sind, denken? Dass sie zwanzig Jahre alles falsch gemacht haben? Im Zweifelsfall wissen das die Menschen doch ohnehin. Also: Ich denke, dass es wichtig ist, alle einzubeziehen und sich erstmal zurückzuhalten. Das ist schwer für Menschen wie

mich, die viel Energie haben und Dinge gestalten wollen. Aber es ist ein ganz, ganz wesentlicher Teil des Transformationsprozesses. Nur so kann Transformation überhaupt und auch nachhaltig gelingen.

Wichtig ist es auch, die Mitglieder zu involvieren. Denn um sie geht es ja. Und nur für sie existiert die AMÖ. Ich kann mir viel überlegen, aber wenn das, was ich mir überlege, an den Erwartungen der Mitglieder vorbei geht, dann ist doch alles umsonst. Unsere Mitglieder sind unser Korrektiv.

Mir persönlich sind noch zwei weitere Dinge wichtig: Tempo nicht nur im Lancieren von Ideen vorzuleben, sondern auch in der Umsetzung. Daran scheitert es doch häufig auch. Ideen werden diskutiert und diskutiert, am Ende ist von der Ursprungsidee nicht mehr viel übrig und wenn sie dann überhaupt noch umgesetzt wird, muss sie scheitern, weil sie nicht mehr bahnbrechend und neu ist. Da ist es sehr wichtig, den Kolleginnen und Kollegen das Gefühl zu vermitteln, dass sie mutig sein und auch Fehler machen dürfen. Wir lernen nun alle gemeinsam und sind sehr offen und sprechen über Fehler und auch darüber, wie es besser ginge. Da hilft Humor natürlich weiter.

Und schließlich finde ich es wichtig, klar und direkt zu kommunizieren. Das kenne ich so aus der Zeit, in der ich in Dortmund aufgewachsen bin. Da hat niemand ein Blatt vor den Mund genommen und dennoch haben die Menschen hinterher ein Bier zusammen getrunken. Ich glaube, dass es immens wichtig ist, Dinge offen anzusprechen, Missstände nicht zu tolerieren und klar zu sagen, dass man dies auch von den Mitgliedern erwartet. Nur so kann Vertrauen entstehen und sich etwas entwickeln. Es ist auch wichtig auf den unterschiedlichsten Kanälen erreichbar zu sein und nicht nur per E-Mail … Einen gewissen Aufwand zu betreiben, Menschen kennenzulernen und das Interesse für sie und ihre Themen ist natürlich auch essenziell.

Und bei alledem ist es wichtig, Ruhe zu bewahren und nicht alles gleichzeitig anzugehen. Letzteres fällt mir sehr schwer … (lacht)

Daniel: Gunnar, das dürfte Euch ja nicht fremd sein. Ich persönlich nehme den WGL als sehr umtriebig wahr, bei dem sehr viele Rädchen gedreht werden und sehr viel entstanden ist und entsteht.

Gunnar: Das ist richtig. Für uns steht der Kunde im Fokus. Da wir die Themen aus Kundensicht angehen, können wir ganzheitliche Lösungen anbieten, die unseren Kunden weiterhelfen. Unternehmen, die Fahrzeuge beschaffen, gibt es viele. Unser Ansatz ist es, unsere Kunden bei vielen Prozessen zu entlasten und gemeinsam mit unseren Partnern individuelle Lösungen zu liefern. Am meisten lernen wir durch unsere Kunden.

Das führt dazu, dass wir uns permanent reflektieren und weiterentwickeln. Dazu gehörte es in der Vergangenheit auch, sich von dem einen oder anderen Partner zu trennen. Mit unseren Partnern heute verbindet uns gegenseitiges Vertrauen, den Willen, Sachen gemeinsam voranzutreiben und langfristige Engagements. Letzten Endes geht es darum eine Win-Win Situation für alle Parteien zu generieren und einen echten Mehrwert für den Kunden zu bieten.

„DIE ZEIT DER EINZELKÄMPFER IST VORBEI.

Oliver: Andreas, wie hast Du die AMÖ wahrgenommen, als Du im letzten Jahr die Geschäftsführung des Verbandes übernommen hast?

Andreas: Da ich selbst oft umgezogen bin kannte ich die AMÖ und das Känguru. Sprich: Dass die AMÖ der Verband der Umzugslogistiker ist, das wusste ich. Nicht bewusst war mir, dass sich in der Mitgliedschaft so viele Unternehmen verbergen, die so spannende Nischen besetzen.

Mir war sehr klar, dass es darum ging, die AMÖ zukunftsfähig aufzustellen. Mir war sie bekannt, aber meinem Freundes- und Bekanntenkreis überhaupt nicht. Das AMÖ-Zertifikat und die Außendarstellung schienen mir als häufigem Kunden von Umzugslogistikern auch überarbeitungsbedürftig.

Gehofft habe ich, dass die Menschen, für die der Verband arbeitet, zu mir passen. Dass sie eine gewisse Haltung haben, Offenheit und Tatkraft vorleben. Kurz: Dass sie mit Leidenschaft bei der Sache sind. Das kannte ich aus dem Luftverkehr. Dort ist es, was die Leidenschaft anbelangt, ganz genauso. Nach rund 170 Besuchen bei AMÖ-Spediteuren kann ich nun sagen, dass ich nicht enttäuscht wurde. Durchweg sehr spannende Menschen, mit denen man es auch abends beim Essen oder an der Theke auf ein Bier gut aushalten kann. (lacht)

Gehofft habe ich auch, dass in der AMÖ-Geschäftsstelle Potenziale schlummern und die Kolleginnen und Kollegen, den Weg, den ich vorzeichne, unterstützen würden. Und, ja, auch da wurde ich nicht enttäuscht. Ich bin sehr dankbar über das Team in Hattersheim. Dass es mir erlaubt hat, ein Teil von ihm zu werden, dass alle mit mir an einem Strang ziehen und dass sie sich einbringen. Ich glaube, da ist in sehr kurzer Zeit ganz viel entstanden. Und, für mich etwas sehr, sehr Wichtiges: Wir lachen viel zusammen und haben Humor. Humor erleichtert so vieles!

Oliver: Und was sind Deiner Meinung nach aktuell die größten Herausforderungen für die AMÖ-Mitglieder?

Andreas: Da würde ich klar zwischen aktuell virulenten – und damit sehr spürbaren – Herausforderungen und eher langfristigen Herausforderungen, die vielleicht nicht immer auf den ersten Blick erkennbar sind, unterscheiden. Natürlich spielen die Kostenentwicklungen eine Rolle und die aktuelle Unsicherheit zur politischen und wirtschaftlichen Lage. Die Auftragslage ist bei den meisten Mitgliedsunternehmen (noch) sehr gut, aber wie wird es 2023? Das treibt viele um. Und wer will und kann darauf heute eine Antwort geben? Ich kann mir viele Szenarien für nächstes Jahr vorstellen. Es kann in alle Richtungen gehen.

„NUN IST ES AN DER ZEIT, KOOPERATIONEN AUSZUBAUEN UND SYNERGIEPOTENZIALE ZU HEBEN.

Was die eher langfristigen Themen anbelangt, spielen aus meiner Sicht Themen wie die zukünftige Rolle des Menschen in der Logistik, der Arbeitskräftewettbewerb und beispielsweise die Digitalisierung eine Rolle. Nachzudenken ist auch darüber, wie Unternehmensnachfolgen besser gelingen können, um möglichst viele Unternehmen zu erhalten. Ich denke aber, dass jetzt schon klar ist, dass das Angebot mittelfristig knapper sein wird, dass Spediteure in einer ganz anderen Rolle sein werden, noch mehr auswählen können, mit wem sie zusammenarbeiten. Das meine ich in Bezug auf die Kunden! Das wird für viele Kunden – gerade in der Neumöbellogistik – sicher sehr ungewohnt werden …

Daniel: Gunnar, deckt sich das auch mit Eurer Wahrnehmung?

Gunnar: Absolut. Eine Prognose für 2023 abzugeben, ist wie ein Schuss ins Blaue. Das unterstreicht nochmals die Wichtigkeit von guten und starken Partnerschaften.

Die Logistikbranche ist die drittgrößte Branche in unserem Land. Allerdings sind die Erträge niedrig. Wie Andreas angemerkt hat, spielt die Kostenentwicklung eine große Rolle.

Auf diese Faktoren haben wir so gut wie keinen Einfluss, bieten aber den Unternehmen Services, zur Prozess- und Kostenoptimierung.

Eine der größten Herausforderungen für den Sektor sehen wir darin, dass wir innerhalb der nächsten 8 Jahren die Treibhausgase in Deutschland gegenüber 1990 um 55 Prozent verringern müssen. Dies wird auf „herkömmlichen" Weg kaum zu erreichen sein. Es bedarf also neuer Ideen der Mobilität und deren konkrete Umsetzung. Da erleben wir mitunter noch eine große Unsicherheit aber auch Vorbehalte gegenüber neuen Technologien und alternativen Möglichkeiten. Hier gilt es die Unternehmen auf diesem Weg einzubinden und zu unterstützen.

Die Digitalisierung spielt sicher ebenfalls eine große Rolle, auch wenn viele Unternehmen da inzwischen gut aufgestellt sind.

Oliver: Danke für das Stichwort, Gunnar. Andreas, welche Rolle spielt die Digitale Transformation innerhalb der AMÖ?

Andreas: Zielst Du auf die AMÖ selbst oder ihre Mitglieder ab? In beiden Bereichen spielt sie aus meiner Sicht eine wesentliche Rolle. Auch wenn nach wie vor unklar ist, was sie überhaupt bedeutet. Wir haben genau darüber eine Diskussion angestoßen und auch einen neuen Ausschuss Digitalisierung geschaffen, der Anfang kommenden Jahres seine Arbeit beginnen wird. Und natürlich ist das auch ein Thema, dass wir gemeinsam mit unserer Wirtschaftsorganisation und ausgewählten Partnern verstärkt besetzen wollen. Wir tun gemeinsam sehr viel, um unsere Mitglieder hier weiter voranzubringen.

Oliver: Gerade die Logistikbranche ist noch immer häufig Vorurteilen ausgesetzt. Viele davon entsprechen einem Bild dieses Wirtschaftsbereichs, das teilweise seit langem überholt ist – zum Beispiel, wenn es um Karriere, Nachhaltigkeit oder auch die vermeintliche Innovationslosigkeit geht. Wie bekommt man Nachwuchs in die Branche?

Andreas: Ich glaube, dass da ganz viele Facetten eine Rolle spielen. Die alten Rezepte funktionieren nur noch eingeschränkt oder gar nicht mehr. Das berichten mir viele Unternehmerinnen und Unternehmer. Wir müssen uns da anders aufstellen und mutiger sein.

Hinzu kommt auch, dass in Bezug auf die AMÖ-Spediteure eigentlich niemand weiß, wie facettenreich und abwechslungsreich die Tätigkeit dort

sein kann. Wie attraktiv sie ist. Klar, das ist nicht für jede/n, aber wenn man Spaß daran hat, neben der körperlichen Arbeit auch seinen Kopf anzustrengen und Probleme zu lösen, dann ist man bei unseren Mitgliedern richtig. Wir werden genau das nun adressieren und verstärkt in der Öffentlichkeit auftreten. Ich sehe es als Aufgabe der Verbandsfamilie – das sind die Landes- und Bundesverbände – dies in die Öffentlichkeit zu tragen. Natürlich müssen auch alle Unternehmen mithelfen, die Branche attraktiver wirken zu lassen. Und: Ich sage bewusst nicht, dass sie nicht bereits attraktiv ist, aber das weiß eben niemand.

Und ich glaube auch, dass die vermeintliche Innovationslosigkeit ein klares Vorurteil ist. Ich denke jetzt an Unternehmen wie Streff in Luxemburg – (noch) kein AMÖ-Mitglied (lacht) –, Peter Suhrbier in Rostock, Harder in Neu-Ulm, Hagmann in Ulm oder Kühne in Dortmund. Beispiele, die zeigen, wie innovativ die AMÖ-Spediteure sind. Und ich könnte da noch viele mehr aufzählen.

„ES BEDARF NEUER IDEEN.

Zudem gibt es in Deutschland ca. 100 Studiengänge für Logistik. Dazu zählen beispielsweise Supply Chain Management, Wirtschaftsingenieurwesen Logistik, Verkehrslogistik, Informationslogistik sowie BWL mit Schwerpunkt Logistik. Aber auch ohne Studiengang findet sich innerhalb der Logistikbranche eine Vielfalt an Jobs und beruflichen Perspektiven. Ich habe damals Wirtschaftswissenschaften studiert. Auch da gab es schon den Schwerpunkt Verkehrswesen (inkl. Logistik).

Oliver: Was hat es mit der Kooperation mit dem WGL auf sich?

Andreas: Ehrlich gesagt weiß ich gar nicht mehr genau wie wir uns überhaupt gefunden haben. Ich glaube, dass ich irgendwann Dich, Oliver, am Telefon hatte und dass ich kurz darauf zu Euch nach Mendig gekommen bin. Gunnar kannte ich bereits von diversen virtuellen Terminen. Wir haben dann schnell gemerkt, dass wir miteinander können, dass wir Energie und Lust haben, etwas gemeinsam auf die Beine zu stellen. Imponiert hat mir auch, dass wir nun einfach mal gemacht haben und dass ohne langwierige Diskussionen, wer für was verantwortlich ist. Wir reden sehr direkt miteinander, sind absolut fokussiert. Und das alles ist von viel Humor begleitet. Es macht einfach Spaß mit Euch!

Natürlich ist auch klar, dass dabei etwas entstehen soll, was sowohl für Euch als auch für uns passt. Und unsere Mitglieder sitzen ja auch immer indirekt mit am Tisch. Denn darum, für sie etwas Sinnvolles auf die Beine zu stellen, geht es ja schließlich. Das verlieren wir gemeinsam nie aus den Augen.

Daniel: Was bringt die Kooperation für beide Partner?

Gunnar: Unser Unternehmen arbeitet zu 100 Prozent digital und die Logistikbranche ist da, gerade in Deutschland, auf einem sehr guten Weg. Wir selbst verfügen aber nicht über genügend Wissen, was die Position von Supply Chain Services in einem digital und nachhaltig transformierten Logistiksystem angeht. Wertschöpfung wird an vielen Stellen erst durch die Logistik ermöglicht. Wir müssen also, gemeinsam mit unseren Partnern, definieren, was Logistik zu nachhaltiger Wertschöpfung beiträgt und wie Supply Chains des nachhaltigen Wirtschaftens funktionieren. Hier bauen wir sehr auf die Erfahrungen von Andreas, der AMÖ und ihrer Mitglieder. Am Ende partizipieren an diesem Wissen alle. Nur gemeinsam können wir die Zukunft gestalten. Die Zeit der Einzelkämpfer ist vorbei.

Andreas: Gemeinsam die Zukunft gestalten. Das trifft es, Gunnar. Damit sind wir bei den Wurzeln der AMÖ. Seit der Gründung der DMTG (Verein Deutsche Möbeltransportgesellschaft) 1881 in Kassel, hat sich der Verband stetig weiterentwickelt. Kooperation war und ist sein Kern. Nun ist es an der Zeit, Kooperationen auszubauen und Synergiepotenziale – auch außerhalb der Verbandsfamilie – zu heben!

Daniel: Gunnar, welche Vorteile ergeben sich für die AMÖ-Mitglieder durch die Kooperation mit Euch?

Gunnar: Die AMÖ-Spediteure sind für uns Logistikhelden. Ihr benutzt diese Terminologie selbst und ich finde, das trifft auf alle Logistikdienstleister zu. Ohne Logistik läuft nichts!

Gerade innerhalb Eurer Branche gibt es so viele Nischen. Eure Mitglieder sind Alleskönner, Problemlöser und Zukunftsgestalter in einem. Der WGL ist Bindeglied und Dienstleister zwischen den Logistikhelden und unseren Partnern. Wir unterstützen unsere Kunden kostenfrei bei den Themen Fahrzeugbeschaffung, Fahrzeugfinanzierung, Langzeitmiete, Fördermittelberatung und Ladeinfrastruktur, bis hin zur Werkstattausrüstung.

Für Mitglieder der AMÖ wird es eine Reihe von exklusiven Vorteilen geben, die wir zeitnah gemeinsam kommunizieren.

Wir freuen uns auf eine langfristige und gemeinsame Partnerschaft mit der AMÖ.

SCHÄTZENSWERTES.

DARUM ARBEITEN WIR, DAS AMÖ-TEAM IN HATTERSHEIM, GERNE IM BUNDESVERBAND MÖBELSPEDITION UND LOGISTIK.

Andreas Eichinger

Als ich anfing dachte ich, wie Viele, dass AMÖ-Spediteure, Kartons von A nach B transportieren. Vielleicht noch einen Flügel aus dem 5. Stock eines Altbaus ohne Aufzug in einen Lkw bewegen und selbstverständlich darauf achten, dass nichts kaputt geht. Ich bin selbst achtzehn Mal umgezogen und habe viele Umzüge erlebt.

Später habe ich verstanden, dass das, was ich privat gesehen habe, nur ein kleiner Ausschnitt dessen ist, was ich heute als Servicekern bezeichnen würde. Tatsächlich leisten AMÖ-Spediteure hinter den Kulissen weit mehr.

Sie organisierten und führten den Umzug der Bundesregierung von Bonn nach Berlin durch. Sie bringen W-Lan- und Handyempfang in Altbauten oder organisieren die komplette Logistik für den G7-Gipfel auf Schloss Elmau. Um nur einige Dinge zu nennen.

AMÖ-Spediteure sind wahre Problemlöser. Immer dann, wenn neue Themen aufkommen, kommen sie zum Zug.

Sie sind Alleskönner. AMÖ-Spediteure bringen CTs und MRTs in radiologische Praxen in engen Innenstädten, sie verlagern den Standort ganzer Produktionsbetriebe, bauen neue tonnenschwere Maschinen in eng geplante Fertigungsstraßen ein, oder stellen mit dem temperaturgeführten Transport von Gemälden die nächste Kunstausstellung sicher.

Sie sind Zukunftsgestalter. Mit allem, was AMÖ-Spediteure leisten, gestalten sie die Zukunft ihrer Kundinnen und Kunden – seien es Verbraucher oder Organisationen.

Jede logistische Leistung fordert neues Wissen, neue Branchenkenntnisse. AMÖ-Spediteure müssen rein in die Materie und neue Wege finden. Und: Das können sie auch!

Farsad Saghafi

Es warten jeden Tag andere Aufgaben und Themen auf mich, weshalb kein Arbeitstag dem vorigen gleicht. Dies macht meinen Job bei der AMÖ wirklich abwechslungsreich und vielfältig. Gerade jetzt, wo wir dabei sind uns neu aufzustellen und weiterzuentwickeln, ist mein und unser Berufsalltag von einer Dynamik geprägt, mit der das Arbeiten Freude bereitet.

Manuela Higgen

Unsere Mitgliedsunternehmen sind durch unterschiedliche Menschen geprägt. Durch diese Vielfalt und einen starken Wettbewerb am Markt vertreten wir eine sehr besondere und abwechslungsreiche Branche.

Die Menschen sind offen, locker und direkt, das mag ich sehr. Es ist immer „Bewegung“ drin. Ständig gibt es neue Herausforderungen, für die es oft schnelle Lösungen zu finden gilt. Dadurch wird es nie langweilig.

Tanya Phillips

Seit fast 12 Jahren bin ich in der Branche tätig. Für mich ist jeder Tag eine Herausforderung, im positiven Sinne allerdings. Langeweile? Kennen wir hier nicht. Kein Tag gleicht dem anderen, fast täglich lerne ich Neues hinzu, da die Branche so unfassbar breit gefächert ist. 90 Prozent der Anrufe, die ich erhalte, sind mit Problemen von Mitgliedsunternehmen verbunden. Für mich ist es erfüllend, diese erfolgreich zu lösen und unser Mitglied zufriedenzustellen. Wir arbeiten zu 100 % lösungsorientiert und geben unser Bestes für unsere Mitgliedsunternehmen. Auch das Betriebsklima ist toll; jeder Kollege, und auch der Chef, informiert und unterstützt den anderen, wir arbeiten transparent. „Gemeinsam“ wird bei uns, bei der AMÖ, großgeschrieben.

Das sind nur einige der Gründe, kurz und knapp zusammengefasst, die mich jeden Morgen gerne zur Arbeit gehen lassen. „Jackpot“ kann ich nur sagen.

Dr. Ellen Troska

Ich arbeite gerne für unsere Mitglieder, weil sie mich immer wieder mit neuen Themen und Fragen herausfordern. Es macht Spaß, Menschen helfen zu können, und Langeweile kommt bestimmt nie auf.

Regina Koch

Vor meiner Bewerbung habe ich noch nie was vom Bundesverband Möbelspedition – AMÖ – gehört. Die Person, die mich auf die offene Stelle aufmerksam gemacht hat, hatte vor Ihrem Eintritt ebenfalls den Bundesverband nicht gekannt.

Nach Eintritt war ich erstaunt über die hohe Zahl an Mitgliedern, die über die Zeit weniger geworden sind. Mittlerweile kommt Bewegung in den Verband, auch um den Bekanntheitsgrad zu steigern. Gerne bin ich dabei, um den Wandel mitzutragen.

Christine Mann

Was macht die Logistik so spannend?

Die anspruchsvolle Arbeit, denn es wird nie langweilig in der Logistik. Fast jeden Tag wird man vor eine Herausforderung gestellt, muss schnell denken und sich an wechselnde Umstände anpassen. Gerade die letzten drei Jahre haben uns dies deutlich vor Augen geführt und mir gezeigt, wie stark der Zusammenhalt in der Logistikbranche, der Verbandsfamilie sowie innerhalb der AMÖ ist und welche Hebel in Bewegung gesetzt wurden damit es in Zeiten von Pandemie und Krieg weitergeht. Wir leben und arbeiten in sehr aufregenden Zeiten: wirtschaftliche Hürden, Digitalisierung, technologische Fortschritte wie z. B. mobile Apps, saubere Dieseltechnologie, E-Lkw, die sich stetig verändernden Bedürfnisse von Verbraucher:innen … Die Logistik ist mannigfaltig und so vieles hängt von ihr ab!

Warum bin ich gerne bei der AMÖ?

Ich schätze die Menschen hier sehr und habe das Gefühl, dass ich ebenfalls geschätzt werde. Jede/r hat seinen Arbeitsbereich und doch verschieben sich die Rollen auch ein wenig je nach Situation. Ich arbeite gerne bei der AMÖ, weil kein Tag wie der andere ist und wir täglich mit neuen Situationen konfrontiert werden. Ich kann kreativ sein und Eigeninitiative einbringen. Mir gefällt die „geht nicht, gibts nicht“ Kultur und das Miteinander. In stürmischen Zeiten wie diesen bauen wir uns gegenseitig auf und bewältigen vieles mit Humor. Der respektvolle Umgang miteinander. Die Arbeit, die wir hier jeden Tag verrichten, macht einen Unterschied für die Menschen „da draußen“, seien es unsere Mitglieder, die Fachverbände und letztendlich die Verbraucher:innen. Teil eines großen Ganzen zu sein und jeden Tag zu sehen, was sich um uns herum verändert und verbessert, verleiht ein gutes Gefühl. Einen Chef zu haben, der auf Augenhöhe kommuniziert, menschlich und fair ist und einem erlaubt, sich zu entfalten.

Daniel Waldschik

Bevor ich vor nun bald fünf Jahren zur AMÖ kam, hatte ich mit Themen rund um die Möbellogistik nichts am Hut. Wir bekamen mal ein Sofa geliefert, ja. Aber mehr auch nicht.

Mein Vorstellungsgespräch hatte ich damals mit Dierk Hochgesang und, als Vertreter des AMÖ-Präsidiums, mit Stefan Klein (Frey & Klein Internationale Spedition GmbH). Ich wusste das im Vorfeld, und habe mich, um gut vorbereitet zu sein, über beide informiert. Ein Bild blieb mir in Erinnerung: Stefan Klein mit verschränkten Armen vor seinem gelben Lkw stehend.

Dann saß er mir gegenüber, dieser (Herr Klein, das meine ich voller Respekt!) bullige Hühne, der auch im Sitzen massiven Eindruck gemacht hat. Wortkarg, kernig, der Typ „Ein Mann, ein Wort!“, der sich in Ruhe alles ganz genau anhört, die richtigen Fragen stellt, und, wenn er was sagt, das Richtige sagt. Mit einer, so empfand ich es, außerordentlich herzlichen Ausstrahlung, freundlich und zugewandt, trotz seiner Erscheinung nicht einschüchternd. Ein angenehmeres Bewerbungsgespräch habe ich bislang noch nie erlebt.

Stefan Klein, wie ich kennengelernt habe und schätze, steht für mich seither als Sinnbild des Unternehmers, für den und mit dem ich gerne zusammenarbeite.

Ich habe ab dem ersten Tag in der AMÖ schnell erfahren, wie viele hart arbeitende, aufgeschlossene, zielstrebige, liebenswürdige und wertschätzende Macher und Anpacker vom Wesen eines Stefan Klein es in unserer Gemeinschaft gibt. Das gilt für Unternehmerinnen ebenso wie für die Mitarbeiter:innen in den Landesverbänden. Ich denke an eine Susie von Verschuer, einen Andrea Marongiu. Alle aufzuzählen sprengt den Rahmen.

Arbeit ist immer dann am schönsten, wenn sie sinnstiftend ist und von den Menschen, für die sie ist, wertgeschätzt wird. Sie ist erfolgreicher, wenn die Vorgesetzten und das Team, mit dem man arbeitet, harmonieren. Sie ist motivierender, wenn Kritik nicht unfair ist, und sogar Fehler erlaubt sind. Wenn man als Gemeinschaft das große Ganze im Blick hat und sich nicht im (auch politischen bzw. die eigenen Interessen wahrenden) klein-klein verliert.

Wir wissen, dass in der AMÖ noch nicht alles optimal ist. Das wollen wir ändern – zielstrebig. Daran arbeiten wir – fokussiert. Die Jahrestagung hat für unsere Arbeit in der Geschäftsstelle wertvolle Sichtweisen und Input geliefert. Nicht zu vergessen: die J'AMÖ-Tagung. In der Geschäftsstelle und als AMÖ-Verbandsfamilie legen wir einen neuen Mut und ein neues Selbstbewusstsein an den Tag. Ich fühle mich den Menschen, mit denen ich zu tun habe, plötzlich noch näher. Die Stimmung wirkt insgesamt lockerer, befreiter. Das gilt zugleich für die Zusammenarbeit mit den Landesverbänden. Manches, was früher geradezu undenkbar war, geht heute wie von selbst – naja, zumindest etwas leichter. Und schneller.

Wir haben spürbar Fahrt aufgenommen. Es wird aus meiner Sicht gerade erst deutlich, wie viel Potenzial in uns als Gemeinschaft noch schlummert; in der, wie sie manche von außen despektierlich bezeichnen, „kleinen AMÖ“. Ich bin auch klein. Neben Stefan Klein sogar sehr. So what? Was zählt, ist unsere Haltung. Wir sind nur so klein, wie wir uns machen (lassen).

WIND UND STEINE.

WIR HABEN UNS IN DER BRANCHE UMGEHÖRT, WIE DER UMBRUCH DER AMÖ WAHRGENOMMEN WIRD.

Andreas Kölling,
confern Möbeltransportbetriebe GmbH

„Neue Besen kehren gut", oder „der Neue hat frischen Wind hereingebracht" - diese Aussagen kennen wir alle und sie treffen sehr oft auch zu. Im Fall der AMÖ und insbesondere bezogen auf den neuen Hauptgeschäftsführer Andreas Eichinger ist es sicherlich nicht übertrieben, anstatt von „frischen Wind" von einem „ausgewachsenen Sturm" zu sprechen. Gefühlt wurde in Rekordzeit so ziemlich jeder Stein angepackt und umgedreht, was allerdings auch die Gefahr birgt, sich hier und da zu verzetteln. Herausheben möchte ich ein neues Format, dass aktuell noch viel zu wenig Aufmerksamkeit erfährt: Die AMÖ-TEA Time, der Talk mit Ellen und Andreas, als regelmäßige virtuelle Plattform für einen direkten Austausch. Wann immer es meine Zeit zulässt, genieße ich den offenen, kollegialen Dialog mit den Kollegen. Dem gesamten AMÖ-Team wünsche ich weiterhin viel Kraft und Erfolg für die vielen, wichtigen Projekte und wir freuen uns darauf, dabei unterstützen zu können.

Guido Borning,
Verband des Verkehrsgewerbes Rheinland e.V.

Zukunft gemeinsam gestalten; sich gemeinsam den Herausforderungen der Zukunft stellen und dabei auch über den Tellerrand schauen – genau aus dieser Idee heraus, geht die AMÖ neue Wege und bindet dabei die vielfältigen Potenziale innerhalb der Verbandsfamilie mit ein! Ich bin begeistert und freue mich sehr darüber, Teil dieses Prozesses sein zu dürfen!

Bernhard Storck,
BERNHARD STORCK JR. GMBH

Ich sehe die Entwicklung im Bundesverband sehr positiv. Zugegeben, als Dierk Hochgesang seinen Abschied aus der AMÖ bekanntgegeben hatte, war die Ungewissheit, wie es weitergehen wird, schon da. Bei Andreas' Besuch in meinem Unternehmen haben wir uns dann auch privat kennengelernt und gemeinsam Gedanken zu vielen unterschiedlichen Dingen ausgetauscht. Das hat mir gefallen. Und ich habe auch das Gefühl, dass die AMÖ-Geschäftsstelle insgesamt lockerer geworden ist – offener, zugewandter, nicht mehr so formell. Seine Art, wie er Dinge angeht und umsetzt, seine Machart, ist eben eine völlig andere. Das haben wir auf der Jahrestagung in Hamburg feststellen können. Was dort passiert ist, fand ich überaus positiv. Bei der gemeinsamen Gruppenarbeit haben sich zum Beispiel Unternehmerinnen und Unternehmer kennengelernt und zusammengearbeitet, die sich vielleicht so nie gefunden hätten. Dadurch hat es Andreas geschafft, die Grüppchen, die sich sonst immer gebildet hatten, aufzubrechen.

Lukas Brüggemann,
Umzug Hitzke GmbH Co. KG

Die „neue" AMÖ macht wieder Spaß! Ich fühle mich, die Bedürfnisse der J'AMÖ und die der Unternehmerinnen und Unternehmer wieder ernst genommen. Man merkt, dass deutlich frischerer Wind weht, und eine hohe Motivation da ist, den Verband attraktiv und zukunftsfähig zu machen. Die Unternehmerinnen und Unternehmer werden viel eingebunden und können, ja sogar müssen mitbestimmen. Dadurch haben sie die Chance auf einen „neuen" Verband, bei dem Sie nicht nur Mitglied sind, sondern auch aktiv entscheiden, wohin die Reise geht. Gerne weiter so!

Romina Weis,
HABERLAND Möbelspedition GmbH

Mir ist die „alte" AMÖ fremd, da ich erst seit zwei Jahren für die Branche tätig bin. Nichtsdestotrotz fühle ich mich in der Verbandsfamilie gehört, verstanden und supportet! Neben dem regelmäßigen wertvollen Austausch untereinander, begeistert mich die Initiative, fernab vom „klassischen Netzwerken" zukunftsgerichtete Projekte gemeinsam in Angriff zu nehmen und damit einen Mehrwert für die gesamte Branche zu schaffen.

Alex Kiefer,
Frey & Klein Internationale Spedition GmbH

Andreas klopft ordentlich den alten Staub aus dem Teppich. Er nimmt sich viel Zeit für Gespräche mit den Dinos in der Branche, hat sich aber auch der J'AMÖ angenommen, die wir gerade neu aufstellen und deren Positionen er sehr stark auch gegenüber dem Präsidium vertritt. Perspektivisch muss der Bundesverband auf das enorme Potenzial der jungen Menschen in der Branche bauen. Und nicht, wie in der Vergangenheit, nur auf die Alteingesessenen setzen. Es gibt noch sehr viele Baustellen. Trotzdem ist die neue AMÖ unter Andreas auf dem richtigen Weg. Mein Eindruck ist, dass weniger um den heißen Brei geredet wird, sondern es werden endlich mal klare Entscheidungen getroffen.

Federico Drago, mymovingpartner GmbH

Die „neue AMÖ" mit Andreas Eichinger an der Spitze bringt wahnsinnig viel frischen Wind in die Branche. Andreas schaut nicht nur, was wichtig für die Mitgliedsunternehmen der AMÖ ist, welche Bedarfe sie haben, sondern packt die Themen mit seinem Team auch sofort an. Die Digitalisierung ist nun erfreulicherweise eines der Fokusthemen der AMÖ. Wir arbeiten in diesem Themenfeld sehr eng zusammen und freuen uns darüber, dass wir nun gemeinsam an innovativen Plattform- und Softwareprodukten für die Umzugslogistiker arbeiten.

Bildquelle: Pixabay

VERANSTALTUNGEN

19. 04. 2023	**DELEGIERTENVERSAMMLUNG**	Rhein-Main
16.–18. 06. 2023	**JAMOE-TAGUNG**	Montabaur
27.–28. 09. 2023	**MESSE MOELO**	Essen
28. 09. 2023	**DELEGIERTENVERSAMMLUNG**	Essen

IHR KONTAKT ZUR AMÖ

Die Geschäftsstelle der AMÖ, besteht aktuell aus einem achtköpfigen Team, das sich täglich für die Bedürfnisse der AMÖ-Mitgliedsunternehmen einsetzt.

Andreas Eichinger
Hauptgeschäftsführer
+49 6190 98 98 10
eichinger@amoe.de

Manuela Higgen
Assistentin der Geschäftsführung
+49 6190 98 98 13
higgen@amoe.de

Regina Koch
Buchhaltung
+49 6190 98 98 16
koch@amoe.de

Christine Mann
Marktanalystin
+49 6190 98 98 14
mann@amoe.de

Tanya Phillips
Teamassistenz
+49 6190 98 98 15
phillips@amoe.de

RA Farsad Saghafi
Syndikusrechtsanwalt
+49 6190 98 98 12
saghafi@amoe.de

Dr. Ellen Troska
stellv. Hauptgeschäftsführerin
+49 6190 98 98 11
troska@amoe.de

Daniel Waldschik
Pressesprecher
+49 6190 98 98 17
waldschik@amoe.de

IMPRESSUM

Die Möbellogistik ist das offizielle Organ des Bundesverbandes Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V. und der Gruppe internationaler Möbelspediteure e.V. (GIM). Die Möbellogistik erscheint in sechs Ausgaben pro Jahr. Der Bezugspreis ist durch den Mitgliedsbeitrag abgegolten.

Herausgeber:
Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.
Schulstr. 53
65795 Hattersheim/Main
+49 6190 98 98 0
E-Mail: info@amoe.de
www.amoe.de

Chefredaktion:
Daniel Waldschik (dwa)
+49 6190 98 98 17
moebellogistik@amoe.de

Redaktion:
Andreas Eichinger (aei)
Dr. Ellen Troska (etr)
Farsad Saghafi (sag)

Anzeigenverwaltung:
Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.
Daniel Waldschik
+49 6190 98 98 17
waldschik@amoe.de
Es gilt die jeweils aktuelle Anzeigenpreisliste auf www.amoe.de

Druck:
WIRmachenDRUCK GmbH
Mühlbachstraße 7, 71522 Backnang
Versand: CP-Werbung, Dresden
ISSN 0014-6838

Art-Direktion:
Michael Wolf
Bureau für Kommunikation + Design
Tuchergartenstr. 2b
90571 Schwaig b. Nürnberg
mail@grundgang.de
www.grundgang.de

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen, daher besteht auch kein Anspruch auf Ausfallhonorare. Mit dem Autorenhonorar gehen die Verwertung-, Nutzungs- und Vervielfältigungsrechte an die AMÖ über, insbesondere auch für elektronische Medien. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Verfassers wieder, nicht unbedingt die Meinung der Redaktion. Nachdruck oder elektronische Verwertung von Beiträgen nur mit schriftlicher Genehmigung der AMÖ.

Anzeigen

MoviNeo
die Umzugssoftware

MoviNeo – Ihre Umzugssoftware.

Eine Software für maximale Unterstützung Ihres Arbeitsalltags.

Für Desktop und mobile Endgeräte.
Echter Service und kostenlose Updates.
Von Insidern entwickelt.

movineo.de — Hotline 06104 68951-0

NeoMetrik GmbH
Philipp-Reis-Str. 4 – 8
63150 Heusenstamm
info@neometrik.com
www.neometrik.com

ROLDO RENT

ARCHIVBOX

SICHERHEITS-CONTAINER

UMZUGSEQUIPMENT EINFACH MIETEN

- für Profis
- zuverlässig und nachhaltig
- mit RFID-Materialverwaltung

SCANALYTIC
BY ROLDO RENT

Alle Mietprodukte und Details finden Sie auf www.roldorent.de
02251 149 62-0 info@roldorent.de

Unterweisungs-Manager
Unterweisungen effizienter gestalten mit der Onlineplattform für webbasiertes E-Learning

unterweisungs-manager.de/logistik
UV Universum Verlag

Who let the dogs out

FREY & KLEIN

- **Jede Woche UK & Schweiz**
- **Zolllager vorhanden**

frey-klein.com

Frey & Klein
Internationale Spedition GmbH
55469 Simmern, T +49 6761 9058-0
info@frey-klein.com

halteverbot-beantragen.de

Moerser Landstraße 555 - 557
D-47802 Krefeld
Fon: +49 (2151) 789 23 82
Fax: +49 (2151) 789 23 81
email: info@halteverbot-beantragen.de

Einzigartig! printlogin.de
Shop mit Designer

Umzugsaufkleber Aufkleber, Etiketten!
Bestellen und gestalten bei voller Kontrolle. Langer GmbH

GROUPAGE IN DIE USA

HENK INTERNATIONAL
0211 99 80 70
groupage@henk-international.de

Anton RÖHR
LOGISTIC-GROUP
www.anton-roehr.de

mymovingpartner

IHR PARTNER
FÜR DEN
DIGITALEN VERTRIEB

Umzugsrechner für Privat- / Gewerbeumzüge und Lager

Videobesichtigung und digitale Kalender

Vermittlung von Aufträgen über mymovingpartner.com

Jetzt QR-Code scannen und Produktdemo vereinbaren!

Anzeige

Unterweisungs-Manager

Unterweisungen effizienter gestalten mit der Onlineplattform für webbasiertes E-Learning

Unterweisungs-Manager + Arbeitsschutz-Center

Bei Kombination des Unterweisungs-Managers mit dem Arbeitsschutz-Center profitieren Sie zusätzlich von mehr als 1.000 editierbaren Arbeitsschutz-Vorlagen, etwa für Betriebsanweisungen und Unterweisungen. Die Vorlagen des Arbeitsschutz-Centers können Sie in den Unterweisungs-Manager integrieren und so Ihr Unterweisungsportfolio erweitern.

www.unterweisungs-manager.de

UV Universum Verlag

Anzeigen

BESUCHEN SIE UNS AUF
AMOE.DE

amoe