



Auch die traditionsreiche Kölner Peter Huppertz Logistik GmbH hat einen Weg gefunden, mit der Krise umzugehen. Dem 111 Jahre alten Unternehmen kommt nun zugute, dass Geschäftsführer Dr. Peter Huppertz die Devise „Wir müssen uns anpassen!“ bereits vor drei Jahren ausgegeben hat. Das Stichwort lautet: „Lean Logistics“. Mithilfe von sogenannten „Wertstromanalysen“ wird jeder Prozess auf sein Verbesserungspotenzial hin überprüft. Über die komplette Prozesskette der Logistik wird zum Beispiel untersucht, wie oft und wie weit eine Palette wirklich bewegt werden muss. Doch „lean“, also schlank, soll auch das Personal eingesetzt werden. Mit anderen Worten: flexibel. Das

ehrgeizige Ziel von Huppertz, der ebenfalls in der IHK-Vollversammlung und im Verkehrsausschuss aktiv ist: so viele Mitarbeiter wie möglich mehrfach zu qualifizieren. „Wir schulen seit Jahren unser Personal sehr intensiv“, erläutert Huppertz, „mit dem Ziel, sie an möglichst vielen Stellen der logistischen Kette einsetzen zu können.“

Nicht nur dort. „Die Entwicklung zu einem führenden Dienstleister für Prozessoptimierungen kommt auch unseren Kunden zugute“, ist Huppertz überzeugt. Denn diese seien vom Rückgang der Transportvolumina ja gleichermaßen

betroffen, also auch empfänglich für Effizienzsteigerungen. Prozessoptimierung als zusätzliche Erwerbsquelle, lautet die Geschäftsstrategie.

Deshalb will Huppertz heute auch keine Leute entlassen. „Wir wären ja dumm, auf dieses immense Know-how zu verzichten.“ Immer mehr Mitarbeiter seien inzwischen umfassende „Lean-Logistics-Spezialisten“ – und die brauche man sowohl in als auch nach der Krise.