



## Standpunkt

### In Vertrauen investieren

Was macht ein Logistikunternehmen einzigartig? Was unterscheidet es von seinen Wettbewerbern? Da fallen den meisten zunächst die Netzabdeckung oder flexible und zuverlässige Prozesse ein. Diese Herausforderungen zu bewältigen, erfordert auf Seiten der Logistikunternehmen immense Investitionen in materielle Ressourcen und entsprechendes Know-how. Doch diese Betrachtung ist zu eng. Denn setzt man den Fokus auf die Beziehung der Logistiker zu ihren Kunden,



**Jochen Becker**

Foto: GGS

kommt unmittelbar der Faktor „Vertrauenswürdigkeit“ hinzu.

Basierend auf wissenschaftlichen Erkenntnissen setzt sich das Vertrauen der Kunden in diesen Geschäftsbeziehungen aus drei verschiedenen Komponenten zusammen. Zunächst einmal die Kompetenzwahrnehmung: Kann und ist der Logistiker bereit, sich auf meine Bedürfnisse und Herausforderungen einzustellen? Die zweite Komponente ist das Wohlwollen: Trifft der Logistiker stets Entscheidungen, die zu meinem Wohl als Kunde sind? Und drittens: die Integrität. Nimmt mein Logistikpartner seine gesellschaftlichen Verpflichtungen ernst? Teilt er mit mir als Kunde die gleichen Wertvorstellungen?

Für einen Logistiker ergeben sich aus diesen Erkenntnissen neue Perspektiven, sich vom Wettbewerb zu differenzieren und sich aus der Preisfalle zu befreien. Seine Dienstleistungen werden dadurch persönlich und damit weniger austauschbar. Aber so einfach es auf den ersten Blick scheinen mag, Vertrauen entsteht nicht über Nacht – Vertrauen entwickelt sich über die Zeit hinweg als Resultat vieler einzelner, positiver Interaktionen.

**Dr. Jochen Becker, Assistant Professor an der GGS und Leiter Investment Lab Heilbronn**