„Ich hoffe, dass der DLC weiterhin Plattform für viele Frauen aus den unterschiedlichsten Bereichen der Logistik sein wird", sagt Höfinger.

„Wir stehen vor einer Transformation"

KULTUR: Petra Höfinger, Geschäftsführerin von Art for Art und Vorständin im DamenLogistikClub, spricht über Herausforderungen in ihrer Branche und Chancen für Frauen in der Logistik.

Welche Herausforderungen sehen Sie in der Logistik von Kunst und Theaterproduktionen?
Im Grunde genommen gibt es die gleichen Anforderungen wie in allen Logistik-Bereichen: Bestimmte Güter müssen zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort verfügbar sein. Eine besondere Herausforderung im Theaterbetrieb stellen ihre Protagonisten dar, die oft andere Arbeitsweisen haben, als wir es aus der klassischen Wirtschaft gewohnt sind. Die Freiheit der Kunst setzt oftmals fixe Vereinbarungen und Pläne außer Kraft.

Welche Rolle spielt die Digitalisierung für Sie?
Ein spannendes Thema, denn Ausstattungen für Theater- und Opernproduktionen sind als Prototypen zu verstehen. Die bekannten Vorteile einer Standardisierung können nicht einfach erzielt werden, denn jeder Auftrag, ein Bühnenbild zu produzieren, ist unterschiedlich und einzigartig. Wir fertigen in unseren hochspezialisierten Werkstätten mit über 250 Mitarbeitern Kostüme und Dekorationen für alle Bühnen der Österreichischen Bundestheater. Dabei muss sichergestellt sein, dass die großen Aufbauten in üblichen Lkw transportiert werden können. Zahlreiche Bühnenbilder werden über Jahre oder sogar Jahrzehnte bespielt und müssen oft hin und her transportiert sowie zwischengelagert werden. Die Lagerung der Einzelkomponenten erfolgt je nach Beschaffenheit offen auf speziellen Palettenwagen oder in großen Holzcontainern.

ART for ART verfügt über rund 60.000 m² konditionierte Lagerhallen im Kulissenlager in Haringsee (NÖ), wo die Aufbewahrung von Bühnendekorationen erfolgt, die aktuell nicht auf dem Spielplan stehen. Die in der aktuellen Saison spielenden Dekorationen werden im Kulissenlager Arsenal in Wien deponiert und laufend von und zu den Spielstätten verbracht. Unsere spezielle Logistik erfordert exaktes Detailwissen über die Lagerorte und Anzahl der Einzelboxen, worüber aktuell nur wenige Fachkräfte aus der rund 40-köpfigen Abteilung Logistik und Transport verfügen. Gerade hier stehen wir vor einer wichtigen Transformation, einer Digitalisierungsoffensive.

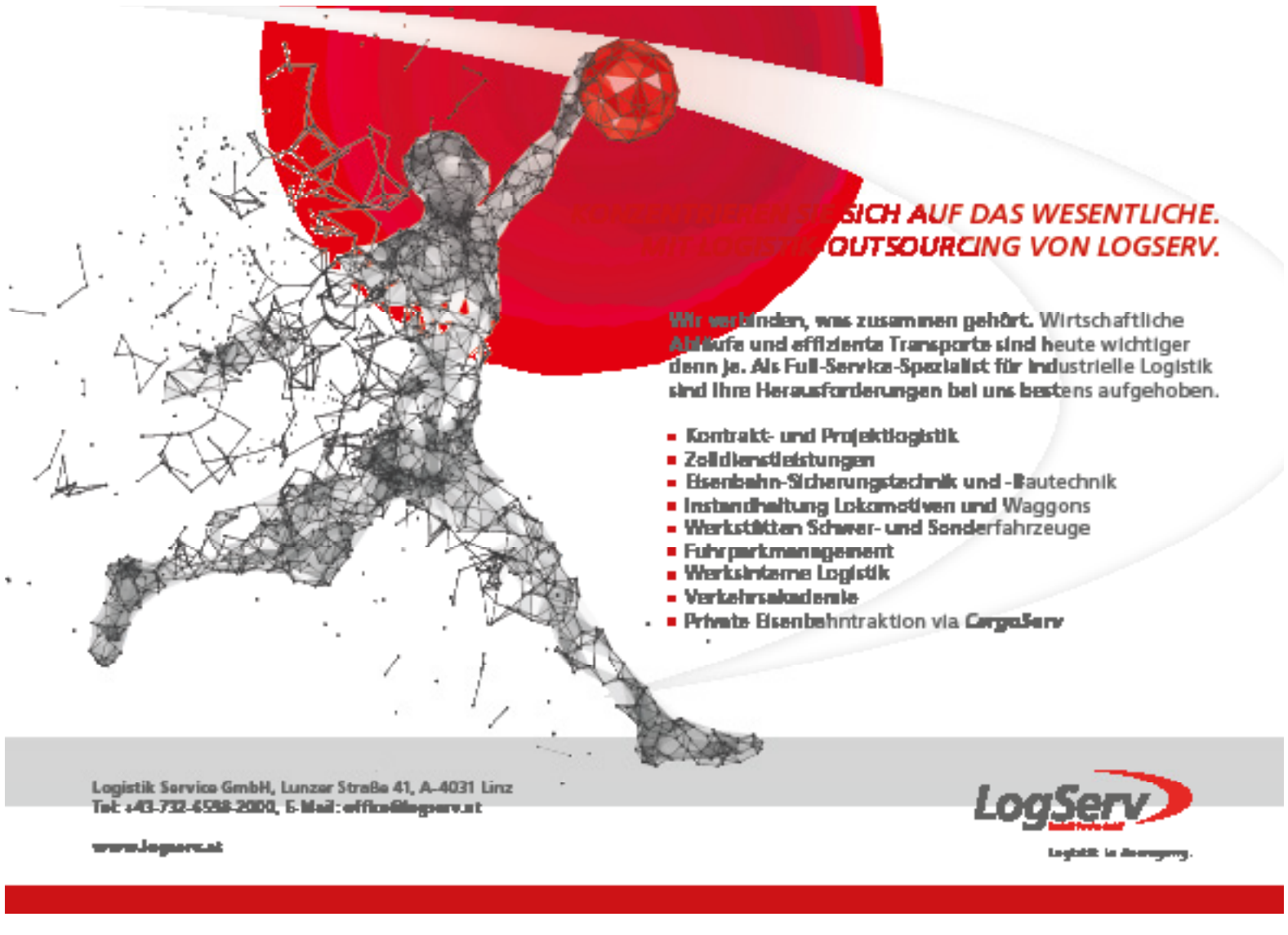
Im Bereich Kostüme befinden wir uns bereits in den Startlöchern. Wesentliche Informationen über jedes Kostüm (Schnitte/verwendete Materialien/Herstellungskosten etc.) werden digital verfügbar sein, um von der Herstellung bis zur Ausmusterung alle nötigen Daten auf Knopfdruck parat zu haben. Auch im Kostümwesen handelt es sich um tausende Einzelteile, die einer Theaterproduktion zugeordnet sind.

Im übernächsten Schritt wird die Digitalisierung auch im Bereich der Bühnendekorationen erfolgen. Neben den wesentlichen Herstellungsdaten sollen dazu die Lagerplätze (via GPS) automatisiert verwaltet werden. Hier erwarten wir Effizienzsteigerungen, besonders in der Administration von Logistik und Lagerei.

Wie würden Sie ihren Management-Stil beschreiben?
„Teamwork makes the dream work" – dieser Leitspruch beschreibt ganz gut, wie ich Management im Sinne von guter Mitarbeiterführung verstehe. Nur im Team entstehen die besten Ideen, was nicht heißt, dass es keine klaren Verantwortungen gibt. Ich schätze und fördere engagierte Mitarbeiter mit Gestaltungswillen, die ihre Aufgabe als Leidenschaft verstehen.

Was kann Ihrer Meinung nach helfen, die Zahl der Managerinnen in Logistik- und Transportunternehmen zu erhöhen?
Wenn ich den Bereich Logistik größer und globaler denke, dann stehen jungen Frauen heute viele Möglichkeiten offen – auch dank guter Ausbildungsangebote – und diese werden durchaus gesehen und wahrgenommen, gerade in großen, internationalen Unternehmen. Die Attraktivität kleinerer regionaler Firmen ist in diesem Sinne sicher noch ausbaufähig, auch in Hinsicht auf Möglichkeiten der Kinderbetreuung und smarter Arbeitszeitmodelle. Hier müssen sich die Unternehmen vermehrt umorientieren.

Der DamenLogistikClub macht Frauen in der Logistik sichtbar. Was hat Sie motiviert, Mitglied des Clubs zu werden?
Als junge Führungskraft wurde ich geprägt von guten Vorbildern, bedeutende Erfahrungen durfte ich unter tollen Chefinnen sammeln. Ein wichtiges Learning war, immer im Gespräch mit anderen zu bleiben und Erfahrungen – gute wie weniger gute – auszutauschen, zu reflektieren und zu diskutieren. Der DamenLogistikClub bietet neben interessanten Vorträgen und Veranstaltungen gerade auch die Möglichkeit dieses Gedankenaustausches unter Managerinnen und Expertinnen. Das ist großartig! Ich hoffe, dass der DLC weiterhin Plattform für viele Frauen aus den unterschiedlichsten Bereichen der Logistik sein wird.

Könnte der DLC mehr für junge Frauen in der Logistik tun?
Diese Frage beantworte ich mit ja – doch es ist paradox, denn die größte Herausforderung für den DLC ist es, für diese Zielgruppe sichtbar zu sein, um mehr junge Frauen als Mitglieder zu gewinnen. Nur durch Austausch kann Vernetzung stattfinden. Plattformen wie der DLC eröffnen Chancen, Jobmöglichkeiten und Zugang zu interessanten Branchenthemen.

Mit unserem Mentoringprogramm sind wir in Kooperation mit der FH des BFI Wien ganz nah dran an den Studierenden, die am Beginn einer Karriere im breit gefächerten Bereich der Logistik stehen.