
PRESSEMITTEILUNG

Forto erweitert sein Führungsteam: Kenneth de Spiegeleire, Barzel Segal und Christopher North kommen an Bord.

- Mit einer Gesamtsumme von über 70 Millionen US-Dollar an eingesammelten Investorengeldern schließt Forto das erfolgreichste Jahr seit Gründung ab.
- Forto ernennt Kenneth de Spiegeleire (ehemals Dropbox, Cisco und Vodafone) als neuen Revenue Leader sowie Barzel Segal (Workday und Mindjet) als Senior Vice President of Engineering und Christopher North (Amazon und Shutterfly) als strategischen Berater.
- Die Neuzugänge unterstreichen das Ziel, einer der führenden Anbieter von digitalen Speditions- und Supply Chain Lösungen zu werden.

Berlin, 1. Dezember 2020

Forto ist eine der führenden europäischen digitalen Speditionen mit 10 globalen Niederlassungen. Erst vor kurzem hatte das in Berlin ansässige Startup seine Finanzierungsrunde von über 50 Millionen US-Dollar bekannt gegeben. Damit belaufen sich die Investitionen in das Unternehmen im Jahr 2020 auf insgesamt 70 Millionen US-Dollar. Nun ernennt Forto Kenneth de Spiegeleire (ehemals Dropbox, Cisco und Vodafone) als neuen Revenue Leader sowie Barzel Segal (Workday und Mindjet) als SVP of Engineering und Christopher North (Amazon und Shutterfly) als strategischen Berater.

De Spiegeleire war früher CCO von Particle, einem Top 20 IoT-Start-up (Forbes) und etablierte Dropbox Business in Europa. Er stellte über 100 kaufmännische Mitarbeiter pro Jahr ein und akquirierte die ersten 500 europäischen Geschäftskunden vor dem Börsengang. Zuvor baute er auch Ciscos \$600M Enterprise Services and Solutions Business aus und ist nun zu Forto gestoßen, um die Bereiche Vertrieb, Marketing und Kundenerfolg deutlich auszubauen.

Barzel Segal war zuvor Senior Director of Software Engineering, Machine Learning & Search bei Workday, dem führenden Anbieter von cloud-basierter Software für Rechnungswesen, Personalverwaltung und Unternehmensplanung, bevor er als Senior Vice President of Engineering zu Forto wechselte. „Ich bin der tiefen Überzeugung, dass die Digitalisierung der Logistik einen enormen Einfluss auf die Nachhaltigkeit sowie den globalen Zugang zu Wohlstand haben kann“ so Segal.

Christopher North, ehemaliger Geschäftsführer von Amazon UK und ehemaliger CEO von Shutterfly, kam im April 2020 als strategischer Berater von Amazon zu Forto. Als "eine der mächtigsten Akteure des britischen Einzelhandels" (The Guardian) führte er Amazon UK durch eine Periode des 14-fachen

Wachstums auf fast 10 Milliarden Dollar Umsatz und ist "hoch erfreut, das talentierte Führungsteam bei der Verwirklichung seiner Vision der Transformation der Speditionsbranche zu unterstützen".

"Wir freuen uns sehr, solch erfahrene Führungskräfte im Team zu haben, die eine Schlüsselrolle bei der Entwicklung und Umsetzung der Geschäftsstrategien von Forto spielen werden, um unser Wachstum weiter voranzutreiben. Alle drei verfügen über eine nachgewiesene Erfolgsbilanz und werden uns dabei helfen, unser dreistelliges Wachstum auszubauen, unser Produkt weiterzuentwickeln und unsere internationale Präsenz zu erweitern" sagt Managing Director und Gründer Michael Wax, der das Unternehmen gemeinsam mit Mitgründer Erik Muttersbach und Dr. Michael Ardelte leitet.

Forto steht an der Spitze einer neuen Generation von bahnbrechenden Logistikunternehmen und nutzt seine digitale Plattform, um die Effizienz, Transparenz und Zuverlässigkeit internationaler Lieferketten, insbesondere zwischen Asien und Europa, zu vereinfachen und zu erhöhen. "Ich bin unglaublich beeindruckt davon, wie Forto die Entwicklung kundenorientierter, datengesteuerter Produkte und Dienstleistungen vorangetrieben hat, die die Logistik der Zukunft grundlegend verändern können", so der neue Revenue Leader Kenneth De Spiegeleire.

Mit der Ergänzung des Management-Teams signalisiert Forto klar seine Absicht, die Führung bei der Schaffung einer schnelleren, einfacheren und nachhaltigeren digitalen Lieferkette zu übernehmen und damit den Supply Chain Management Markt zu besetzen, dessen Wert bis 2027 auf 650 Milliarden US-Dollar geschätzt wird (laut Boston Consulting Group). Innovation kann in einem volatilen Markt eine Herausforderung sein. Aus diesem Grund hat Forto stark in die Entwicklung seines digitalen Angebots und seine Expansion nach Asien investiert. Forto unterstützt damit nicht nur seine mehr als 2.500 Kunden bei ihren globalen Transporten, sondern ermöglicht ihnen zudem, von zukünftigem Wachstum zu profitieren - trotz der Herausforderungen, die durch COVID-19 und die Volatilität des Seefracht Marktes entstehen.

PR contact:

Forto GmbH | Alexandra Holzwarth | Senior PR Manager | press@forto.com | www.forto.com

Über Forto

Forto wurde 2016 als FreightHub von Erik Muttersbach, Michael Wax und Ferry Heilemann mit dem Ziel gegründet, einen digitale Spedition für Verlader des 21. Jahrhunderts zu entwickeln. Von seinem ursprünglichen Schwerpunkt auf der Seeschifffahrt zwischen Deutschland und Asien, entwickelte es sich schnell zu einem Anbieter umfassender technologischer Dienstleistungen. Die intuitive Plattform deckt die gesamte Prozesskette ab, von Angebot, Buchung, Dokumentenverwaltung, Tracking und Tracing bis hin zur proaktiven Freistellung Abwicklung und Analyse der Supply Chain. In vier Jahren wuchs das Berliner Unternehmen auf über 350 Mitarbeiter mit 10 Niederlassungen und mehr

als 2.500 Kunden weltweit. In diesem Frühjahr nahm das Unternehmen seit seiner Gründung 126 Millionen US-Dollar auf und änderte im Frühjahr 2020 seinen Namen in Forto.