

# CargoTime

DAS MAGAZIN DER  CargoLine

Höchstleistung sichern

## Wie Werte für Dynamik sorgen



Wie die Spedition Koch International auf den Trichter kam. [▶ Seite 8](#)

### Für OUTDOORCHEF unterwegs



Inwiefern Lkw-Fahrer Georg Münch die Puppen tanzen lässt. [▶ Seite 15](#)

### Kasper auf dem Bock



Wie CargoLine den Umweltschutz transparent macht. [▶ Seite 16](#)

### Grüner Fußabdruck

# Zwei starke Partner für eine starke Branche.

 EIKONA

 ANAXCO

Die Transport- und Logistik-Branche bewegt die gesamte Wirtschaft, ohne sie würde nichts funktionieren.

Wir alle sind längst abhängig von perfekt organisierten Warenflüssen. Egal ob zu Land, zu Wasser oder in der Luft: ohne die Logistik hätten wir überall mit Versorgungsengpässen zu kämpfen.

So, wie sich die Welt ohne Logistik nicht mehr drehen würde, bewegt sich in der Logistik nichts ohne IT.

EIKONA und ANAXCO verstehen sich als flexible und starke Partner für eine starke Branche.

## EIKONA bietet alles, was Sie brauchen.

- Web-Auftragserfassung für Verlager / Spediteure
- Schnittstellenmanagement / Datenkonverter
- Webbasierte Dispositions-Software
- Hub-Lösungen
- Handytracking
- AVIS-Plattform
- Zeitfenstermanagement für Empfänger
- Frachtenbörse
- Track & Trace
- Behältermanagement

## ANAXCO macht Schluss mit Mixed-IT.

- ERP-Software zur Planung, Optimierung, Steuerung und Überwachung von Transportabläufen
- Transportmanagement
- Warehousemanagement
- Finanzmanagement
- CR-Management
- Business Intelligence

**Weitere Informationen:** [www.eikona.de/transport-und-logistik](http://www.eikona.de/transport-und-logistik) und [www.anaxco.de/erp](http://www.anaxco.de/erp)

**Liebe Leser,**

in der letzten Ausgabe berichteten wir darüber, wie und warum die Werte von Firmen „gedeihen“ müssen. Und welch ungewöhnlichen Weg die CargoLine mit den Mitarbeitern ihrer Partnerunternehmen einschlug, um gemeinsam zu beschreiben, was uns auszeichnet. Die Resultate dieses Strategieprozesses möchten wir Ihnen gerne auf den folgenden Seiten vorstellen. Darüber hinaus haben wir unseren Werten und Zielen eine eigene Broschüre gewidmet, die dieser Ausgabe beiliegt.

Warum befassen wir uns mit diesem Thema so intensiv? Weil Werte und Ziele ein Unternehmen stark machen wie kaum etwas anderes. Weil sie unseren Arbeitsalltag und damit die Zusammenarbeit mit unseren Partnern und Kunden bestimmen. Weil sie uns zu einem attraktiven Unternehmen für Kunden und Mitarbeiter machen können.

Selbstverständlich finden Sie in der aktuellen CargoTime auch viele andere spannende Themen. Auf Seite 8 starten wir mit Ihnen in die Grillsaison und entführen Sie – gemeinsam mit unserem Partner Koch International – bis nach Asien. Kurz darauf geht es ins Gondwanaland. Wohin bitte? Genau – in den einstigen Urkontinent unserer Erde. Dessen Miniaturausgabe findet sich mitten im Leipziger Zoo, wo Carl Stahl gemeinsam mit der Spedition Wackler ein gigantisches Stahlnetz errichtete.

300 Kilometer weiter – in Eichenzell – können Sie dann mit unseren Fahrern im neuen Europahub der CargoLine frühstücken. Hier begegnet man gelegentlich auch Georg Münch, den wir Ihnen „hautnah“ auf Seite 15 vorstellen. Wer sich für Umweltschutz interessiert, wird gleichfalls fündig: Prof. Dr. Dirk Lohre erläutert, auf welchen Eckpfeilern das extrem transparente System basiert, mit dessen Hilfe die CargoLine ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ermittelt (Seite 16). Dem widmen wir uns mit viel Akribie. Genau wie unserem Werteprozess.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!



**Jörg Peter Struck**  
Geschäftsführer

**FOKUS****Mit Leidenschaft alles geben** ▶ 4

Ob beim Kaffee, in der Mittagspause oder in speziellen Veranstaltungen: Zwei Monate lang definierte die CargoLine unter Einbeziehung ihrer Mitarbeiter die Werte und Ziele des Netzwerks. Ein spannender Prozess, dessen Ergebnisse sich sehen lassen können.

**Offen, kreativ und spielerisch** ▶ 7

Dr. Jan Sass, Partner der Unternehmensberatung Lautenbach Sass, verrät, wie Firmen ihre Leitsätze finden und was notwendig ist, um diese im Arbeitsalltag umzusetzen.

**PRAXIS****Auf den Trichter gekommen** ▶ 8

Mehr als 50.000 hochwertige Grills kommissioniert und transportiert der CargoLine-Partner Koch International jährlich für seinen Kunden OUTDOORCHEF. Bei Bedarf liefert er die Ware sogar nach Korea.

**Stahlnetz schützt Urkontinent** ▶ 10

Im Leipziger Zoo kann man den einstigen Urkontinent Gondwana aus nächster Nähe erleben. Wichtiges Element ist ein riesiges Netz von Carl Stahl, einem international erfolgreichen Mittelständler. Er fand in der Spedition Wackler den passenden Logistikpartner.

**IN KÜRZE** ▶ 12

▶ Herzlichen Glückwunsch, Geberit! ▶ BTG schafft Platz für weiteres Wachstum ▶ CONMETALL und Hostmann-Steinberg vertrauen Köster & Hapke ▶ Interfracht ganz kämpferisch ▶ Smarte Sendungsverfolgung ▶ Kaderschmiede CargoLine ▶ Schlüssel überzählig verladen

**INTERNATIONAL****Wiedervereinigung in Eichenzell** ▶ 14

Am 1. März wurde der Industriepark Rhön zur internationalen Drehscheibe: Neben dem Zentralhub befindet sich hier nun auch das Europahub der Kooperation.

**HAUTNAH****Kasper auf dem Bock** ▶ 15

Lkw-Fahrer, Puppenspieler oder Kinderbuchautor? John-Mitarbeiter Georg Münch hat viele Facetten. Und eine spannende Lebensgeschichte dazu.

**STRATEGIE****CargoLine hinterlässt grünen Fußabdruck** ▶ 16

Bei der Ermittlung von Treibhausgasen nimmt die CargoLine es sehr genau. Deshalb entwickelte sie ein hochkomplexes Analysesystem, das künftig transparente Aussagen zur CO<sub>2</sub>-Bilanz der Kooperation liefert. Bei seinem Aufbau half Prof. Dr. Dirk Lohre.

**AKTUELLES****Informationssicherheit auf hohem Niveau** ▶ 18

Seien es Hacker, Stromausfälle oder Festplatten-Crashes: Sensible Daten müssen vor vielen Gefahren geschützt sein. Als erste Stückgutkooperation implementierte die CargoLine ein hoch effizientes Informationssicherheitssystem analog ISO/IEC 27001.

**Übersicht CargoLine-Partner** ▶ 20**IMPRESSUM****HERAUSGEBER**

CargoLine GmbH & Co. KG  
Atricom Bürohaus  
Lyoner Str. 15  
60528 Frankfurt  
Tel. +49 69 951550-0  
Fax +49 69 951550-30  
info@cargoline.de  
www.cargoline.de

**V.I.S.D.P.**

Jörg Peter Struck,  
Geschäftsführer  
CargoLine GmbH & Co. KG

**REDAKTION**

Sandra Durschang  
(verantwortlich)

**kiosk:mediendienste:**

Ludwig Janssen,  
Marion Kamp,  
Stefan Kreuzberger

**KONTAKT REDAKTION**

sandra.durschang@cargoline.de

**GESTALTUNG**

kiosk:mediendienste:  
Wolfgang Scheible

**DRUCK**

F&W Mediencenter GmbH,  
83361 Kienberg

**FOTOS**

Titel: F1online  
S. 4: Fotolia/hannamonika

S. 5: CargoLine  
S. 6: CargoLine  
S. 7: Lautenbach Sass  
S. 8/9: DKB/OUTDOORCHEF  
S. 10/11: Zoo Leipzig  
S. 12: Geberit, BTG, F1online,  
CargoLine  
S. 13: Köster & Hapke, Interfracht,  
Spetra  
S. 14: CargoLine, John Spedition  
S. 15: John Spedition  
S. 16: iStockphoto/Darren Falkenberg,  
Dirk Lohre  
S. 18: iStockphoto/Rüstem Gürlür



# Mit Leidenschaft alles geben

Zwei Monate haben die Mitarbeiter darüber diskutiert, welche Werte CargoLine prägen und wie diese mit Leben gefüllt werden können. Fast 3.000 Karten mit Meinungen und Anregungen wurden dazu ausgefüllt und ausgewertet.

► CargoLine-Geschäftsführer Jörn Peter Struck ist ebenso überrascht wie die Gesellschafter der Kooperation. Zwar haben sie sich eine intensive Diskussion über die Werte des Unternehmens erhofft und viel dafür getan. Dass sie allerdings so breit und ausführlich geführt wurde, damit hatten sie nicht gerechnet. An 48 nationalen und internationalen Standorten haben Mitarbeiter und Geschäftsführung über Ziele und Werte der CargoLine diskutiert – nicht nur auf eigens dafür vorgesehenen Veranstaltungen, sondern auch beim Kaffee, in der Mittagspause oder am Rande von Routinebesprechungen.

#### Definition auf breiter Basis

Vorausgegangen war eine intensive Beschäftigung der CargoLine-Gesellschafter mit Werten im Allgemeinen, ihrer Präzisierung und der Entwicklung von Zielen für die mittelständische Logistikkooperation (siehe CargoTime 2/2011). Die Diskussion hat die Kommunikationsberatung Lautenbach Sass moderierend begleitet (siehe Interview auf Seite 7). Im Ergebnis definierten die Gesellschafter fünf Werte als Oberbegriffe: Partnerschaftlichkeit, Verantwortung, Leistungsstärke, Zuverlässigkeit und Innovationskraft. Zu diesen sollte sich durch die Mitarbeiter später noch ein sechster Wert gesellen: Leidenschaft. (Mehr zur Präzisierung und Umsetzung dieser Werte erfahren Sie in der Beilage zu dieser Ausgabe der CargoTime.)

Von vornherein war den Führungsgremien der CargoLine klar, dass man Unternehmenswerte nicht von oben „verordnen“ kann. „Sie werden in der alltäglichen Arbeit nur dann umgesetzt, wenn alle Mitarbeiter sich aktiv damit auseinandersetzen und identifizieren“, so Struck. Im ersten Schritt waren daher die Mitarbeiter gefragt, drei Fragen zu jedem Wert auf eigens angefertigten Postkarten zu beantworten. Wie wichtig er für sie ist? Was er für das Netzwerk bedeutet? Was ihrer Ansicht nach

noch zu tun ist, damit er wirklich gelebt wird? Mit einer Blankokarte bestand darüber hinaus die Möglichkeit, einen persönlichen Wert zu nennen und dazu ebenfalls besagte Fragen zu beantworten.

Als Sammelstelle für die Meinungen diente ein Wert(e)transporter in Form eines Lkw-Modells mit CargoLine-Logo. Alles in allem kamen hier fast 3.000 Karten zusammen. Beachtliche 79 Prozent enthielten ausformulierte Kommentare und auf 40 Prozent gaben die Mitarbeiter vertrauensvoll ihren Namen an.

#### Was den Mitarbeitern wichtig ist

Aus Sicht der Beschäftigten ist **Zuverlässigkeit** der wichtigste Wert. Entscheidende Kriterien dafür sind ihres Erachtens Termintreue, Schnelligkeit und gute Zusammenarbeit. Das erwartet übrigens auch die verladende Wirtschaft: Mehr als 90 Prozent sind davon überzeugt, dass ein gutes Logistikunternehmen sich durch zuverlässige Auftragsabwicklung auszeichnet.

**Leistungsstärke** wird von den CargoLinern vor allem mit Wettbewerbsfähigkeit, guter Zusammenarbeit, Kundenorientierung und Sorgfalt in Verbindung gebracht.

**Partnerschaftlichkeit** zeigt sich für sie durch Teamwork unter den Netzwerkpartnern und Kollegen sowie ein respekt- und vertrauensvolles Miteinander.

#### Verantwortung

ist ein Anspruch im Umgang mit Kollegen, Partnerunternehmen und Kunden. Dieser Wert bedeutet für die Mitarbeiter gute Zusammenarbeit, die Einhaltung

von Leistungsversprechen und Kundenorientierung.

**Innovationskraft** wird von den CargoLinern vor allem mit Produktentwicklung und verbesserter Wettbewerbsfähigkeit in Verbindung gebracht.

Schließlich nannten die Teilnehmer als neuen Wert **Leidenschaft** am häufigsten. Was in diesem Fall bedeutet, den Kunden des Verbundes engagiert die bestmögliche logistische Qualität und Zuverlässigkeit zu bieten.

#### Werte sind Grundlage, um Ziele zu erreichen

Die Einbeziehung aller Mitarbeiter in die Definition der Werte war umso wichtiger, da sie „nachhaltig unser Verhalten beeinflussen und damit auch Grundlage für das Erreichen unserer strategischen Ziele sind“, so Struck. Besagte Ziele haben die Gesellschafter im Rahmen der Wertediskussion folgendermaßen formuliert:

- Die Stabilität des Logistiknetzes langfristig absichern.
- Die Internationalisierung vorantreiben und den Verbund mit gleichberechtigten Partnern erweitern. ►





Gaston Petersen, Geschäftsführer des gleichnamigen Kieler CargoLine-Partners, ...

- Eine mittelständisch geprägte Unternehmenskultur entwickeln und anbieten.
- Gesellschaftlich, ökologisch und wirtschaftlich nachhaltig handeln.
- Optimale Kostentransparenz erreichen und einen hohen Qualitätsstandard bewahren.
- Die Marke CargoLine noch bekannter und attraktiver machen.

Wie die Unternehmenswerte dazu beitragen, diese Ziele zu erreichen, erläutert Struck am Beispiel von „Partnerschaftlichkeit“. Diese Maxime ist zwar nicht exklusiv für CargoLine, hat für die Kooperation jedoch eine besondere Bedeutung: Jedes Partnerunternehmen hängt von der Leistung der anderen ab: Wenn jeder die Sendungen der Kunden eines Partners wie die seiner eigenen Kunden behandelt, kommen Sendungen pünktlicher und mit noch weniger Beanstandungen bei den Kunden an.

Werte und Ziele bilden unter dem Motto „Gemeinsam in die Zukunft“ das Leitbild von CargoLine. Damit reagiert der Verbund auch auf Veränderungen im Marktumfeld. Denn aus Studien und eigenen Erfahrungen ist bekannt, dass Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit alleine nicht mehr ausreichen, um sich im Wettbewerb zu behaupten. Auch

kann ein solches Leitbild zur Mitarbeitergewinnung und -bindung beitragen.

**Werte müssen im Alltag gelebt werden**

Die Umsetzung von gemeinsamen Werten ist ein Prozess, der Geduld und Zeit erfordert. Dessen sind sich die CargoLine-Partnerunternehmen bewusst. Als sichtbares Zeichen haben sie auf der letzten Partnersversammlung jeweils zu ihrem Logo die Werte unterschrieben und sich damit verpflichtet, sie in ihren Betrieben umzusetzen. Mindestens eine Kopie dieses Leitbildes hängt nun an prominenter Stelle in jedem Partnerunternehmen.

„Mit diesem symbolischen Akt ist es allerdings nicht getan“, so CargoLine-Geschäftsführer Jörn Peter Struck. Unternehmerpersönlichkeiten und Führungskräfte selbst spielen bei der Umsetzung von Werten eine zentrale Rolle. „Wenn die Mitarbeiter durch unsere Führungskräfte nicht praktisch erleben, was zum Beispiel Partnerschaftlichkeit oder Leidenschaft im Arbeitsalltag bedeuten, glauben sie auch keiner Unterschrift und keinem Plakat.“

Die Kommunikationsberatung Lautenbach Sass hatte deshalb einen umfangreichen Aktionsplan entwickelt, um die Werte

möglichst breit und intensiv zu diskutieren. Dazu gehörten ein erklärendes Schreiben, das Ende 2011 jeder Gehaltsabrechnung beigelegt wurde, sowie eine grafisch und inhaltlich anspruchsvolle Präsentation für die Führungskräfte in den Partnerunternehmen, die ihren jeweils spezifischen Bedingungen angepasst werden konnte und sollte. Tipps zur Präsentation, eine Checkliste für Diskussionen sowie häufig gestellte Fragen und Antworten zur Wertediskussion ergänzten die Präsentation. „Die Materialien der Systemzentrale waren eine sehr gute Vorbereitung auf unsere internen Ver-



... und Norbert W. Höflich (Jeschke, Hamburg) bei der Unterzeichnung des CargoLine-Leitbildes.

anstaltungen und Diskussionen“, bestätigt Anita Breit, Geschäftsführerin von Nellen & Quack in Mönchengladbach.

Ferner richtet CargoLine für alle Mitarbeiter einen Bereich zur weiteren Diskussion und Umsetzung der Werte in der E-Learningplattform ein. Die Arbeit damit wird auch Bestandteil des verbindlichen „CargoLine-Führerscheins“ werden, welcher allen Partnern als Qualifikationsmaßstab für ihre Mitarbeiter dient.

Grundsätzlich kommt es den Verantwortlichen der Kooperation vor allem darauf an, nicht in Routine zu verfallen, sondern immer wieder gute Beispiele für die Präzisierung sowie Verankerung der CargoLine-Werte zu finden und diese gemeinsam zu leben. Und natürlich zu veranschaulichen – beispielsweise in der CargoTime. ◀



# Offen, kreativ und spielerisch

CargoTime sprach mit Dr. Jan Sass, der die Ziele- und Wertediskussion bei CargoLine moderierte und begleitete. Er berichtet über seine Erfahrungen und erklärt, warum die Umsetzung von Werten Zeit braucht.

## ► Herr Sass, was war der Ausgangspunkt für die Wertediskussion bei CargoLine?

*Jan Sass:* Die Kooperation ist in den letzten Jahren sehr erfolgreich gewachsen. Mit dieser positiven Entwicklung stellen sich zwangsläufig neue Fragen. Die wichtigste ist: Was hält den größer gewordenen Verbund zusammen? Gemeinsame Werte können dazu beitragen, Probleme in der Zusammenarbeit anzugehen und weiterhin erfolgreich am Markt zu sein.

## Haben Werte einen tatsächlichen Nutzen für Unternehmen?

Studien und unsere Erfahrungen zeigen, dass Werte einen betriebswirtschaftlichen Nutzen haben. Sie prägen das Handeln, setzen Leitplanken, sind Grundlage für strategische Entscheidungen und damit für Unternehmen ein wichtiger Erfolgsfaktor. Allerdings nur, wenn sie zum Unternehmen passen und glaubwürdig sind. Denn: Werte sind immer öffentlich, und Kunden messen ihre Dienstleistung daran. Wenn sie nur als Plakat an der Wand hängen, aber im Alltag nicht gelebt werden, provoziert das Fragen und sorgt für Misstrauen.

## Was ist zu tun, um Werte im Arbeitsalltag umzusetzen?

Einen wichtigen Schritt ist CargoLine bereits gegangen: möglichst viele Mitarbeiter

in die Entwicklung von Werten einzubeziehen. Die Teilnahme an den Diskussionen und an der Kartenaktion war erstaunlich hoch. Auch die Vielzahl der qualifizierten Kommentare und Anregungen ist ungewöhnlich. Schließlich ist die Tatsache, dass sehr viele Mitarbeiter ihren Namen angegeben haben, ein Indiz für ein sehr offenes und vertrauensvolles Klima im Verbund.

Das erlebten wir übrigens auch bei den Diskussionen im Gesellschafterkreis. Wir haben den Prozess offen, kreativ und spielerisch angelegt und waren erstaunt, dass

**»» Gemeinsame Werte können dazu beitragen, Probleme in der Zusammenarbeit anzugehen und weiterhin erfolgreich am Markt zu sein. ««**

alle Beteiligten das mitgemacht haben. Die Gesellschafter sind zum Beispiel mit entsprechenden Kostümierungen in die Rolle eines Ritters oder Piraten geschlüpft, um über die Werte eines ganz anderen Milieus nachzudenken und sich Anregungen zu verschaffen.

## Welche Rolle spielen Führungskräfte bei der Umsetzung?

Eine zentrale Rolle. Wenn Führungskräfte die Werte eines Unternehmens nicht vorleben und sich nicht sichtbar dafür einsetzen, bleiben sie für Mitarbeiter ohne Bedeutung. Werte werden von Menschen vermittelt und nicht durch Broschüren oder Plakate.



Dr. Jan Sass ist geschäftsführender Partner der Unternehmensberatung für Kommunikation Lautenbach Sass. Der promovierte Germanist beschäftigt sich vor allem mit den Themen Strategieentwicklung und Evaluation von Kommunikationsprozessen.

## Ist die Arbeit mit dem Formulieren von Werten getan?

Werte im Alltag umzusetzen, ist ein mühsamer und langfristiger Prozess. Es kann Jahre dauern, bis sie so stark verankert sind, dass sie das Handeln der Mitarbeiter bestimmen. Anfangs sind sie ja noch sehr allgemein und abstrakt. Um sie zu konkretisieren und lebendig zu halten, muss man immer wieder neue Anlässe finden, um darüber zu sprechen.

Man darf auch nicht übersehen, dass möglicherweise andere, auch neue Strukturen oder Arbeitsweisen notwendig sein können, um sie umzusetzen. Welche das für CargoLine sind, wird die Zukunft zeigen. Dafür ist Offenheit gefragt. ◀

# Auf den Trichter gekommen

Die Zahl der passionierten Grillfreunde nimmt weiterhin stark zu. Ein beträchtlicher Teil ihrer Bratrostes trägt das ovale Logo von OUTDOORCHEF, eine Marke des Schweizer Unternehmens DKB. Für deren Kommissionierung samt Zubehör sowie die pünktliche Lieferung an einen anspruchsvollen Fachhandel zeichnet der CargoLine-Partner Koch International verantwortlich.

► Gehören Sie auch zu dem Drittel aller Deutschen, die in der warmen Jahreszeit oft oder sehr oft grillen? Oder gar zu der immer größer werdenden Gruppe an Brutzelfans, die ihre Freunde selbst im Winter gerne zum stimmungsvollen Barbecue im Schnee einladen? Der kontinuierlich steigende Branchenumsatz sowie die zunehmende Anzahl entsprechender Vereine und Veranstaltungen belegen, dass diese Art der Essenzubereitung kein kurzlebiger Trend ist. Und „Fire & Food“ sowie „GrillMagazin“ sind nur zwei Beispiele von stylischen Zeitschriften für eingelebte Fans des Outdoorcookings.

## Fettarmer Spaß

Lange schon hat Grillen sein Schrebergarten- und Camping-Image abgelegt. Kein Wunder: Die gemütliche Zubereitung von Fleisch, Fisch und Gemüse in geselliger Runde macht Spaß und fördert die Gemeinschaft. Außerdem sind die Speisen besonders fettarm und figurfreundlich, da sie gegart werden. Für ein gutes Gerät kann man bis zu 1.200 Euro ausgeben. Dabei fällt die Wahl nicht

selten auf ein Produkt der Marke OUTDOORCHEF, welche das Schweizer Unternehmen DKB mithilfe des CargoLine-Partners Koch International aus Osnabrück in Deutschland, Benelux und weiteren Ländern über den Fachhandel vertreibt.

## Einzigartiges System

Seit Markteinführung in Deutschland im Jahre 2000 steigt der Absatz der OUTDOORCHEF-Erzeugnisse kontinuierlich an. Alonso Quilez, Head of Sourcing & Supply bei DKB Household, führt dies vor allem auf zwei Eigenschaften zurück: „Unsere Kugelgrills verfügen über ein einzigartiges, weltweit patentiertes Trichtersystem. Dieses ermöglicht einen vielfältigen Einsatz, weil je nach Position des Trichters gegrillt, gegart, gebacken oder gekocht werden kann. Gleichzeitig bietet diese Technik einen wirksamen Schutz vor gesundheitsschädlichem Fettflammenbrand und Rauch.“ Außerdem, so fügt er mit einem Augenzwinkern

hinzu, führten die eher weichen und kompakten Formen der Produkte zu einer hohen Akzeptanz bei Frauen. Auch wenn diese das Grillen in der Regel nach wie vor ihren Männern überließen, so hätten sie doch ein deutliches Mitspracherecht bei der Anschaffung.

Die Logistik hat DKB in Europa fast vollständig ausgelagert, um sich ganz auf seine Kernkompetenzen zu konzentrieren: das Führen und den weltweiten Vertrieb namhafter Marken wie OUTDOORCHEF, HEAT, Cole & Mason sowie Zyliss – der eine oder andere Leser mag sich noch an die Zwiebelschneider-Werbung „Zick, Zick, Zyliss“ aus den 70ern erinnern. Darüber hinaus nimmt das Schweizer Unternehmen innerhalb der Marken Produkt- und Designentwicklungen vor.

## 350 bis 380 Grills pro Tag

Mit dem CargoLine-Partner Koch International arbeitet DKB Household seit rund zwei Jahren zusammen: „Als wir OUTDOORCHEF 2009 übernahmen, lagen die Transporte und das komplette Warehousing für weite Teile Europas bereits in der Hand von Koch. Für unsere ‚Haushaltshelfer‘ war hingegen ein anderer Dienstleister zuständig. Um Komplexität herauszunehmen und Schnittstellen zu reduzieren, haben wir beides Koch anvertraut“, erläutert Quilez. „Denn im Tagesgeschäft gilt es, den hohen Anforderungen des Fachhandels gerecht zu werden. Dies bedeutet eine zeitnahe, sichere und effiziente Abwicklung der Aufträge, eine zuverlässige Planung und hohe Verfügbarkeit im saisonalen Geschäft.“

Seit die Spedition für OUTDOORCHEF Lagerung, Kommissionierung, Ersatzteilbeschaffung und -versand sowie Transport übernahm, herrscht bei ihr von März bis





Juli Hochbetrieb. „Schätzungsweise 50.000 Gas-, Holzkohle- und Elektro-Kugelgrills brachten wir 2011 in den Handel, einige davon sogar nach Südkorea! Diese haben wir vor dem Versand mit Zubehör wie Gusseisenplatten, Pizza- und Brotbacksteinen, Zangen, Kohle und Kochbüchern kommissioniert“, erklärt Thorsten Roux, Projektleiter Logistik von Koch International. Allein seit Saisonstart vor einem Monat machte der Dienstleister durchschnittlich 350 bis 380 Grills pro Tag versandfertig, die über das Netzwerk der CargoLine transportiert wurden. Insgesamt rechnet er für 2012 damit, rund 63.000 Grills abzufertigen.

Besonders viel zu tun gibt es immer während einer Fußball-WM und -EM oder bei unerwartet schönem Wetter: „Zu den Stan-

dardbestellungen des Fachhandels und den Terminaufträgen kommen dann sogenannte Ad-hoc-Aufträge. Jeder dieser Aufträge ist individuell, wird per DFÜ übermittelt und muss noch am selben, spätestens aber am Folgetag abgearbeitet werden“, so Roux.

#### Logistik nach Maß

Neben der Transport- und Kontraktlogistik für OUTDOORCHEF wickelt das Osnabrücker Unternehmen auch die Logistik für die Haushaltshelfer von DKB ab – seien es Pfeffer- und Salzmühlen von Cole & Mason oder „Flavour Shaker“ von Starkoch Jamie Oliver. „Im Sortiment dieses Kunden ist immer sehr viel Bewegung drin. Das macht unseren Mitarbeitern richtig Spaß“, kommt Roux ins Schwärmen. Damit Kommissionierung und Versand zur vollsten Zufriedenheit von DKB und seinem Fachhandel ausgeführt werden, hat die Spedition allerdings auch investiert und technische

Voraussetzungen geschaffen wie durchgängige Scannung, Online-Sendungsrecherche und die von DKB Household sehr rege genutzte Bestandsabfrage.

#### In the HEAT of the moment

Nicht nur bei den Produkten, auch bezüglich der Fachhandelsbetreuung steht DKB unter hohem Wettbewerbsdruck. Deshalb etablierte das Unternehmen Anfang des Jahres bei all seinen Dienstleistern weltweit ein Key-Performance-Indicator-System (KPI). Dieses greift zunächst im Logistikbetrieb und wird künftig auch die Transporte abdecken. Davor fürchten muss sich der CargoLiner aber keineswegs. „Wir fühlen uns bei der Spedition gut aufgehoben. Nach wie vor zeigt sie eine hohe Bereitschaft, sich mit uns weiterzuentwickeln – sowohl im Hinblick auf Produktlinien beziehungsweise das Volumen als auch hinsichtlich der Optimierung bestehender Prozesse“, freut sich Quilez. „Außerdem gefällt uns die offene, transparente Art der Zusammenarbeit.“

Da ist es kein Wunder, dass DKB Household dem Osnabrücker CargoLine-Partner seit 2012 auch Lager, Kommissionierung und Distribution für die High-end-Barbecues der Marke HEAT anvertraut.

Allen Freunden der Outdoor-Essenzubereitung kann man da für die aktuelle Saison beruhigt „Gut Glut“ wünschen. ◀

### DKB DIETHELM KELLER BRANDS

DKB Diethelm Keller Brands ist ein Unternehmen der 1860 gegründeten Diethelm-Keller-Gruppe mit Sitz in Zürich (Schweiz). Der Holding gehören insgesamt vier Geschäftseinheiten an, die in den Branchen Marktforschung, Haushaltsutensilien und Reisen tätig sind. Sie unterhält eigene Büros in 40 Ländern und ist in weiteren 51 durch Franchises präsent. Knapp 26.000 Mitarbeiter erwirtschafteten 2010 einen Umsatz von rund 11,5 Milliarden Schweizer Franken. In Deutschland vertreibt DKB Household Marken wie OUTDOORCHEF, HEAT, Cole & Mason und Zyliss. [www.dkbrands.com](http://www.dkbrands.com)

### KOCH INTERNATIONAL

Der CargoLine-Gründungsgesellschafter Koch International GmbH & Co. KG bietet eine breite Dienstleistungspalette vom europaweiten Stückguttransport über See- und Luftfracht bis hin zur kompletten Lagerlogistik. Das in vierter Generation familiengeführte Unternehmen mit Sitz in Osnabrück unterhält mehr als 50.000 Quadratmeter Lagerflächen. Gut 700 Mitarbeiter erwirtschafteten 2011 einen Umsatz von 92 Millionen Euro. [www.koch-international.de](http://www.koch-international.de)

# Stahlnetz schützt Urkontinent

Vor sechs Jahren vollzog die mittelständische Firma Carl Stahl bei der Wahl ihres Transportdienstleisters eine strategische Kursänderung. Fortan setzte sie auf den CargoLine-Partner Wackler in Göppingen. Eine erfolgreiche und gegenseitig inspirierende Zusammenarbeit auf Augenhöhe entstand.

► Ein katzen großes Totenkopffäffchen erklimmt in Windeseile die Spitze eines Papayabaums, vertreibt einen verärgert krächzenden blauen Ara, hält kurz inne und springt – ins Leere. Einen Sekundenbruchteil später endet die Bewegung abrupt, und der kleine Urwaldbewohner hängt wie fixiert an irgendetwas im leicht bedeckten Himmel. Erst beim genaueren Hinsehen erkennt man ein filigranes Netz, das sich in 35 Metern Höhe über das zwei Fußballstadien große „Gondwanaland“ im Leipziger Zoo spannt. Die im Juli 2011 eröffnete Tropenerlebniswelt vermittelt den Besuchern bei einer Wanderung auf dem an Stahlseilen hängenden Baumwipfelpfad eine einzigartige Illusion von Wildnis unter freiem Himmel. Und dies mit einer Auswahl von 300 Tieren und 17.000 tropischen Pflanzen aus Afrika, Asien und Lateinamerika, die einst im riesigen Urkontinent Gondwana vereint waren.

Die natürlich geformten, dreidimensionalen Tiergehege fügen sich nahezu unsichtbar in die tropische Dschungellandschaft ein. Möglich wurde dieses architektonische Vorzeigeprojekt nur durch die Stahlnetz- und Seilkonstruktionen der Firma Carl Stahl aus Süßen. „Wir planen die Architektur um die Zoogehege herum, produzieren dann die Netze in verschiedenen Maschenweisen und Farben. Schließlich bringen wir die Mate-

rialien vor Ort und montieren sie. Andere Tätigkeiten, wie Stahlbauarbeiten, vergeben wir an Dritte. Damit sind wir ein Komplettanbieter für Zoogehege“, erklärt Controlleingeleiter Tobias Kehrer von Carl Stahl. Besagtes Material transportiert die Spedition Wackler. Und das ist eine logistische Herausforderung, denn es gibt keine zentrale Rampe, die man einfach anfährt und dort alles abladen kann. Wichtig ist daher genaues Timing: Kurz vor dem Transport stimmt sich die Spedition telefonisch mit dem Bauleiter ab, damit Monteure und Tiere nicht lange warten müssen. „Keine Angst, die werden erst aus dem Käfig gelassen, wenn wir sicher

sind, dass alles dicht ist und hält“, ergänzt Kehrer schmunzelnd.

## Mittelständler gesucht

Die spektakulären Netz- und Sicherheitskonstruktionen machen allerdings nur rund zehn Prozent des Umsatzes der Firma Carl Stahl aus. Mit Abstand den größten Anteil hat die Hebeteknik mit ihren tonnenschweren Ketten, Schäkeln und Traversen inne, gefolgt vom Bereich „TechnoCables“ – Spezialkabel für die Automobilindustrie und die Medizintechnik. Derartige Produkte sind weltweit gefragt. So ist der Konzern auf vier Erdteilen vertreten und erwirtschaftete in 2011, dem erfolgreichsten Geschäftsjahr seit Firmengründung, rund 250 Millionen Euro Umsatz.

## ► CARL STAHL

Das bis heute in Familienbesitz befindliche Unternehmen begann 1880 in Süßen als kleine Seilerei mit Produkten für die Landwirtschaft. Der Konzern beschäftigt weltweit 1.385 Mitarbeiter an 52 Standorten und erwirtschaftete 2011 rund 250 Mio. Euro Umsatz. Als stark diversifiziertes Unternehmen arbeitet es in den Bereichen Hebeteknik, Architektur, TechnoCables sowie Absturzschutzsysteme und unterhält eine eigene Akademie für Fachseminare und Weiterbildung.  
[www.carlstahl.de](http://www.carlstahl.de)

## ► WACKLER SPEDITION & LOGISTIK

Das 1846 gegründete Speditionsunternehmen in Göppingen mit Niederlassung in Dresden ist Gründungsmitglied und Gesellschafter der CargoLine. Die mittelständische und inhabergeführte Firmengruppe beschäftigt 700 Mitarbeiter und verfügt über eine Lagerkapazität von über 60.000 Quadratmeter mit 55.000 Euro-Paletten-Stellplätzen und über 300 Wechselbrücken.  
[www.wackler.de](http://www.wackler.de)





Allein in Europa verfügt Carl Stahl über 38 Standorte. Nahezu alle Landverkehre übernimmt hier die Spedition Wackler und organisiert den Transport zu den Überseekunden inklusive den gesamten Ausfuhranmeldungen und dem Bereitstellen externer Lagerlogistik. Und das nun schon seit 2006. Bis zu diesem Jahr handelten die einzelnen Carl-Stahl-Standorte eigenständig und beauftragten verschiedene Logistikunternehmen. Dies führte zu unterschiedlichen Preisen und Leistungen, zeitraubenden Diskussionen und ärgerlichen Missverständnissen. „Aufgrund der Vielzahl der Spediteure wurden die Prozesse in der Abwicklung immer undurchsichtiger“, erinnert sich Kehrer. „Fast jedes Land hatte seine eigene Spedition, was zu einer besonderen Herausforderung bezüglich der Verpackung und Bereitstellung der Ware, aber auch bei der Rechnungsbearbeitung wurde.“ Erklärter Wunschpartner war daher ein mittelständisches Unternehmen mit persönlicher Ansprache, ähnlichen Strukturen wie Carl Stahl und kurzen Wegen. Damit konnte die Spedition Wackler, welche im knapp fünf Kilometer entfernten Göppingen sitzt, dienen. So fiel nach einer zentralen Ausschreibung die Entscheidung rasch auf den CargoLine-Partner.

#### Einheitliche Preise und Leistungen

Nun haben alle Sendungen mit derselben Leistung auch den gleichen Preis, sind verein-

heitlich und transparent. Der Logistiker Andreas Härle von Wackler betreut seit Jahren persönlich den Großkunden. Er beschreibt den täglichen Service: „Wir haben in Süßen dauerhaft eine Wechselbrücke platziert, die im Laufe des Tages von Stahl-Mitarbeitern gefüllt wird. Am Nachmittag liefern wir Vorprodukte an, die wir von den Standorten aus dem ganzen Bundesgebiet und Europa erhalten, nehmen im Gegenzug die Wechselbrücke mit der fertigen Ware mit und liefern sie aus.“ Dieser Ablauf erleichtert die internen Prozesse bei Carl Stahl, sagt Kehrer: „Früher musste man immer verschiedene Flächen für die Speditionsfirmen frei halten. Jetzt haben wir eine einzige Brücke als zusätzliche externe Ladefläche und Platz gespart.“

Damit alles schnell und reibungslos klappt, nutzen Wackler und Carl Stahl seit einigen Jahren eine DFÜ und Barcode. „Wir melden alles elektronisch bei der Spedition an, sodass sie schon im Voraus weiß, welche Waren für welche Destinationen bestimmt sind – noch bevor der Lkw auf den Hof fährt“, erläutert Kehrer. Wenn das Fahrzeug andockt, hat Wackler sämtliche Sendungsdaten auf dem Scanner und kann sofort problemlos entladen. Anders geht es in der kurzen Zeit auch gar nicht: „Pro Brücke haben wir bis zu zwölf Sendungen mit mehreren Paletten, die dann innerhalb von weniger als einer Stunde in alle Himmelsrichtungen ver-

teilt werden müssen. Immerhin sind wir ja deutschland-, europa- und weltweit aktiv“, schildert Kehrer.

#### Sich gemeinsam entwickeln

Nicht immer klappte in der Vergangenheit alles reibungslos. „Bei Problemen haben wir uns zusammengesetzt und Lösungen gefunden“, sagt Kehrer. „Durch die Hinweise von Wackler konnten wir unsere Prozesse verbessern. Und umgekehrt haben wir bei Wackler das eine oder andere Thema befeuert.“ Ein gutes Beispiel hierfür ist das „Fahrer-Avis“, welches die Spedition im letzten Jahr einführte. Andreas Härle erläutert: „Wir können die Ankunftszeit präziser bestimmen, wenn der Fahrer von unterwegs ein bis drei Stunden vorher die Ware telefonisch avisiert.“ Früher wurde das vom Büro aus gemacht und dann erst der Fahrer losgeschickt. Gab es auf dem Weg Verzögerungen, war die pünktliche Anlieferung nicht mehr möglich und der Kunde ungehalten. Auch auf Wunsch der Firma Carl Stahl hin ist nun dieser Service zum Standard geworden. „Das Wichtigste für mich ist, dass man sich gemeinsam weiterentwickelt“, unterstreicht Kehrer. „Unsere Anforderungen und Kunden ändern sich. Da braucht man einen Partner, der innovativ und flexibel ist.“ Andreas Härle sieht das genauso: „Wir haben die gleiche Denke und begegnen uns auf Augenhöhe.“ ◀

## Herzlichen Glückwunsch, Geberit!



► CargoLine gratuliert der Geberit-Gruppe und der Geberit Logistik GmbH ganz herzlich zum Gewinn des Deutschen Logistik-Preises der Bundesvereinigung Logistik (BVL)! Ausgezeichnet wurde der Pfullendorfer Sanitärtechnikspezialist für die äußerst gelungene, tief greifende Umwandlung seiner ursprünglich dezentral organisierten Logistik zu einer Kernfunktion des Unternehmens. Die feierliche Überreichung des Preises fand im Rahmen des 28. Deutschen Logistik-Kongresses in Berlin statt. Mit Stolz erfüllt uns in diesem Zusammenhang, dass unser Partner Lebert in Baienfurt gemeinsam mit fünf weiteren Transportdienstleistern seit 2006 für Geberit tätig ist. Aus ursprünglich 70 Spediteuren hatte sich

das Sanitärunternehmen bewusst für diese sechs entschieden, da die Leistungsfähigkeit ihrer Transportnetzwerke in den verschiedenen Zielregionen sowie ihr Leistungsportfolio besonders überzeugten. Mehr zur Zusammenarbeit zwischen Geberit und Lebert können Sie im Artikel „Verbindungen, die passen“ nachlesen (CargoTime 1/2011, Seiten 8-10). ◀



## Kaderschmiede CargoLine

► Gemeinsam mit der Lobraco-Akademie schnürte unsere Kooperation erneut ein attraktives Wissenspaket. So können die rund 6.500 CargoLine-Mitarbeiter in 2012 auf 70 exakt auf sie zugeschnittene Präsenzschnulungen sowie 17 E-Learning-Kurse zur Weiterbildung zugreifen. Das Angebot reicht von Produktschulungen über Fachseminare, die sich gezielt beispielsweise an gewerbliche Mitarbeiter, Fuhrparkleiter, den Service oder an Verkäufer richten, bis hin zu Trainings, welche soziale und kommunikative Aspekte (Soft Skills) fördern. Ein besonderes Augenmerk liegt in diesem Jahr auf Seminaren im Bereich Kontraktlogistik, dem zweiten Standbein der CargoLine.



Angesichts der bislang vorliegenden Anmeldungen sind wir auf dem besten Wege, die stolze Zahl von rund 850 Teilnehmern aus dem Vorjahr zu übertreffen! Dieses rege Interesse freut uns sehr, trägt der Besuch der Seminare doch auch dazu bei, unsere im September 2011 formulierten Ziele zu erreichen (siehe Seite 5 sowie Beilage). ◀

## BTG schafft Platz für weiteres Wachstum

► Spatenstich mal anders: Gemeinsam mit Mitarbeitern statt mit Honorarioren gab der CargoLine-Partner BTG Feldberg im Herbst 2011 den Startschuss für die Errichtung eines neuen und größeren Umschlaglagers mit Verwaltung und Werkstatt. Der Neubau entsteht auf einer Erweiterungsfläche des Industrieparks Bocholt, direkt an der Abfahrt der B67n, gut 1.000 Meter vom jetzigen Standort entfernt. Auf einem 45.000 Quadratmeter großen Grundstück baut der inhabergeführte Transport- und Logistikdienstleister für knapp zehn Millionen Euro eine 6.000 Quadratmeter umfassende Umschlag-

anlage mit 75 Toren, eine dreigeschossige Verwaltung mit Sozialräumen und Reservefläche von 2.400 Quadratmetern sowie eine Werkstatt. Hier angegliedert sind eine Lkw-Tankstelle und ein Lkw-Waschplatz für die 50 eigenen wie auch für fremde Lastzüge. Die Logistikarbeiten führt BTG am alten Standort weiter. Um auch hier dem kontinuierlichen Wachstum Rechnung zu tragen, wandelt die europaweit tätige, rund 200 Mann starke Firma das alte Umschlaglager in ein zusätzliches Logistiklager um. Die Neu- und Umbauarbeiten werden voraussichtlich im Mai 2012 abgeschlossen sein. ◀



## Smarte Sendungsverfolgung



lassen? Mit der geräteunabhängigen Web-App von CargoLine kein Problem! Gehen Sie im Browser Ihres Smartphones einfach auf <http://app.cargoline.de>, und schon haben Sie Zugriff auf das CargoLine-weite Sendungsverfolgungssystem, die Kontaktdaten sämtlicher Partner sowie Informationen zur Kooperation. Jetzt und überall! ◀

► Sie sind unterwegs und wollen schnell prüfen, wo sich die Sendung befindet, die Sie oder Ihr Kunde erwarten? Oder nachschlagen, wie die Telefonnummer „Ihres“ CargoLine-Partners lautet und sich verbinden



## CONMETALL und Hostmann-Steinberg vertrauen Köster & Hapke

► Wenn Handwerker im Fachhandel zu einer Kelle der Marke „CONNEX“ oder „CORNAT“-Design-Waschtischen greifen können, ist das auch das Verdienst der Spedition Köster & Hapke. Seit 1. Oktober 2011 zeichnet der CargoLine-Partner mit Sitz in Sehnde für den Transport der Metall- und Sanitärprodukte des Unternehmens CONMETALL verantwortlich. Der Systemlieferant für Bau- und Heimwerkermärkte vertreibt seine Sortimente, welche auf Abruf bereitstehen, aus dem Logistikzentrum in Celle. Die 26.000 Lagerartikel werden mit einer Zuverlässigkeit von mehr als 98,5 Prozent geliefert. Dies verlangt auch von Köster & Hapke sowie dem gesamten CargoLine-Netzwerk höchste Präzision bei der Abwicklung der Transporte. Neben rund 1.800 Sendungen, die der Sehndener Transport- und Logistik-

dienstleister monatlich deutschlandweit verteilt, obliegt ihm auch der monatliche Versand von durchschnittlich 550 Lieferungen europaweit.

### Binationale Zusammenarbeit

Zudem betreut Köster & Hapke seit Mitte 2011 gemeinsam mit dem niederländischen CargoLiner Rotra den Druckfarbenhersteller Hostmann-Steinberg (Celle) und dessen Tochter HST Benelux. Mit modernsten Fertigungsstraßen produzieren die zur hubergroup gehörenden Unternehmen Druckfarben für Zeitungen, Prospekte, Zeitschriften, Etiketten, Verpackungen, Tragetaschen, Getränkedosen und mehr. Täglich verteilen Köster & Hapke sowie Rotra 30 bis 50 Sammelgut-Sendungen in die Benelux-Länder. Zum Aufgabenumfang gehörte auch, ein gemeinsames Vertragswerk für zwei Jahre zu gestalten. ◀



Robert Pot [HST Benelux (hubergroup)], Michael Lukasewitz und Olaf Köpper (beide Hostmann-Steinberg, Celle) (sitzend v. l. n. r.) mit Simone Egbers (Rotra, stehend links), Lutz Gimbel und Sabine Fügner (beide Köster & Hapke) bei der Vertragsunterzeichnung.

## Interfracht ganz kämpferisch



► Simon Ammann und Roger Federer sind nicht die einzigen Top-Sportler der Schweiz: Mit vollem Einsatz kämpften erneut mehr als die Hälfte der Interfracht-Mitarbeiter sowie Mitinhaber Roland Fürer darum, im hausinternen Zehnkampf auf dem Siebertreppchen zu stehen. Blasen, Muskelkater oder gar ein gebrochener Mittelfußknochen taten dem Vergnügen und dem Ehrgeiz der Teilnehmer keinen Abbruch!

Die zehn Disziplinen – Badminton, Bowling, Gokartfahren, Golfen, Laufen, Minigolfen, wahlweise Pokern oder Jassen (ein typisches Schweizer Kartenspiel), Squashen, Tischtennis und Einkaufs-Orientierungslauf mit Pizzabacken – wurden auf Vorschlag der Mitarbeiter ausge-

wählt und gemeinsam in ihrer Freizeit absolviert. Für das Endergebnis waren die jeweils fünf besten Resultate pro Teilnehmer relevant. Am 16. Dezember 2011 durften dann Claudia Boschung und Jacob Krügel als glückliche Zehnkampf-Gewinner die Champagnerkorken im Rahmen einer ausgelassenen Feier knallen lassen.



Doch nicht nur die Sieger waren glücklich: „Es war wieder eine tolle Gelegenheit, Kollegen aus anderen Abteilungen besser kennenzulernen und als Gemeinschaft weiter zusammenzuwachsen“, stellte beispielsweise Interfracht-Speditionsleiter Thomas Werthmüller fest. ◀

## Schlüssel überzählig verladen



Markus Langer und ein erleichterter Isret Ahmetovic bei der Schlüsselübergabe.

► Beim Erhalt der Nachricht wurde Isret Ahmetovic, Lagerfachmitarbeiter von Spetra in Großbeeren, ganz blass: Der Lkw mit Sammelgut für den CargoLine-Partner Sander war eben im knapp 250 Kilometer entfernten Rostock entladen worden – und mit ihm Isrets Schlüsselbund, den er beim Beladen unbemerkt verloren hatte! Ohne ihn konnte er weder sein Auto bewegen noch seine Wohnung aufschließen. Was nun?

Seine Kollegin Janine Fistler hing sich sofort ans Telefon und überlegte gemeinsam mit Dana Görlitz und Elke Stein von Sander, wie man den Schlüsselbund am schnellsten wieder nach Berlin bringen könne. Glücklicherweise belud bei Sander gerade Markus Langer seinen Lkw – mit Destination Berlin. Dieser erklärte sich sofort bereit, den Schlüssel mitzunehmen, und drückte ihn wenige Stunden später einem erleichterten Isret

Ahmetovic in die Hand: „Ich bin allen total dankbar, dass sie mir meinen Schlüssel so schnell wiederbeschafft haben. Es ist wirklich super, dass es bei CargoLine solche Kollegen gibt. Das war echtes Teamwork!“

Toll, wenn Werte (siehe Seite 5 und Beilage) nicht nur auf dem Papier bestehen! ◀



# Wiedervereinigung in Eichenzell

**Anfang März 2012 zog das Europahub der CargoLine von Hauneck wieder nach Eichenzell. Das bündelt Kräfte und beschleunigt die Abwicklung der gestiegenen Sendungsmengen. Betrieben wird der ausbaufähige Standort von der John Spedition, wie auch das Zentralhub in unmittelbarer Nachbarschaft.**

► Der Industriepark Rhön in Eichenzell bei Fulda entwickelt sich zu einem geschäftigen internationalen Drehpunkt. Denn hier sitzt das neue Europahub der CargoLine, das im freundlichen Ambiente Trucker aus ganz Europa willkommen heißt. Der Standort ist nicht nur ansprechend, sondern auch sehr praktisch. Denn nur wenige Meter weiter befindet sich das Zentralhub der Kooperation.

Das war nicht immer so: 2008 hatte man das Europahub aus Kapazitätsgründen aus dem Zentralhub ausgegliedert, nach Hauneck ausgelagert und an den Dienstleister Druide Logistik vergeben. Dies war allerdings von Anfang an nur als Zwischenlösung gedacht. Die Argumente für die Wiederverlegung des Europahubs nach Eichenzell benennt CargoLine-Geschäftsführer Jörn Peter Struck: „Aufgrund der weiter gestiegenen Sendungsmengen und der engen Taktung unserer Hubzüge ist ein einziger Standort heute sinnvoller.“ So wird die Sendungsabwicklung beschleunigt, da die nächtlichen Shuttles zwischen zwei Standorten entfallen. Schließlich haben die Lkws nationale und internationale Fracht zusammengeladen. Außerdem bietet das neue Europahub mit seinen 48 Toren und 3.500 Quadratmetern Umschlagfläche ausreichend Platz für die

internationalen Sendungen sowie Raum für Wachstum und weitere Destinationen.

Anfang 2011 wurde der gemeinsame Betrieb beider Hubs ausgeschrieben. Dabei fiel die Wahl auf den CargoLine-Partner John. „Zugunsten von John sprach die seit 15 Jahren zuverlässige Arbeit als Betreiber unseres Zentralhubs. Außerdem erfüllte dieser Bewerber unseren Kriterienkatalog am besten“, erklärt Struck. Im Zuge dieser Entscheidung wird Eichenzell als Logistik-Zentrum noch weiter ausgebaut, denn auch der CargoLine-Partner Miltzer & Münch wird dort ansässig sein. Er wickelt Sendungen ab, deren Ziel oder Abgangsort das erweiterte Osteuropa, die GUS-Staaten, der Maghreb oder der Nahe und Mittlere Osten sind. Neben Miltzer & Münch fahren derzeit 21 internationale Partner aus 15 Ländern täglich das Europahub an. Weitere 14 Destinationen laufen über sogenannte Gates bei Partnerunternehmen.

## Mit neuer Technik und menschlichem Know-how

Wie schon im Zentralhub arbeitet John auch im Europahub mit Scannern zur Datener-

fassung eines Packstücks. Neu hinzu kommt eine Videoanlage, die den Status des Stückguts mit der Lage in der Halle verknüpft. 30 Tage wird der Dienstleister die Daten vorhalten, damit er auf eventuelle Nachfragen präzise und zügig Antwort geben kann. Um diesen hohen Anspruch zu erfüllen, bedarf es des entsprechenden Know-hows. Dazu sucht die Spedition qualifizierte Menschen, während die bereits Beschäftigten permanent weitergebildet werden. Allein im Jahr 2011 wurde jeder Mitarbeiter im Schnitt mehr als 20 Stunden geschult. Dies sieht John-Geschäftsführerin Birgit Bergemann als Grundvoraussetzung für den anspruchsvollen Hubbetrieb mit Gefahrgut und termingebundenen Verkehren – und dient darüber hinaus der Bindung ans Unternehmen. Um gutes Personal zu finden, setzt Bergemann auch auf eine positive Außenwirkung. So lassen sich ihre Auszubildenden schon mal in Abendgarderobe ablichten, gemäß dem Motto: Logistik ist kein Schmutteljob.

Dieser Gedanke stand auch Pate bei der Gestaltung des Aufenthaltsraums für die Lkw-Fahrer aus ganz Europa. In modernem, freundlichen Ambiente können sie sich vor der Rückfahrt ausruhen. Automaten mit Kaffee und Brötchen halten zudem Stärkungen bereit, bis auch der letzte Fahrer morgens um 2 Uhr das Europahub verlassen hat und vorübergehend Ruhe einkehrt. ◀



Warten auf ihren Einsatz im Europahub: die Schnellläufer des CargoLine-Partners John.

# Kasper auf dem Bock

Zu den Gründern der CargoLine gehört die John Spedition in Eichenzell. Ein Urgestein ihrer rund 200-köpfigen Belegschaft ist der engagierte und vielseitig interessierte Lkw-Fahrer, Puppenspieler und Kinderbuchautor Georg Münch.

► Beständig ziehen Mittel- und Begrenzungstreifen vorbei. Die dunklen Schemen von Bäumen und Lärmschutzzäunen wechseln sich in ermüdender Reihenfolge am Straßenrand ab. Nachts ist nicht viel los auf der Autobahn. Normalerweise würde man jetzt im Fahrerstand Radiomusik erwarten, vielleicht Johnny Cash. Aber bei Georg Münch läuft das Diktiergerät mit, während er laut Geschichten von Hexen, Räufern und dem Kasperle erzählt. „Ich bin nie mit Cowboystiefeln herumgefahren und mit dem Geldbeutel an der Kette.“ Nein, dem typischen „Truck-Driver“-Klischee entspricht Georg Münch wirklich nicht. Dabei fährt der 60-Jährige seit 32 Jahren für die John Spedition, fast genauso lange, wie er verheiratet ist. Wie viele Kilometer er in den ganzen Jahren bei seinen Fahrten in Deutschland und den angrenzenden Ländern zurückgelegt hat, weiß er nicht genau: „Urkunden habe ich jedenfalls für drei Millionen.“

## Eine Urlaubsentdeckung

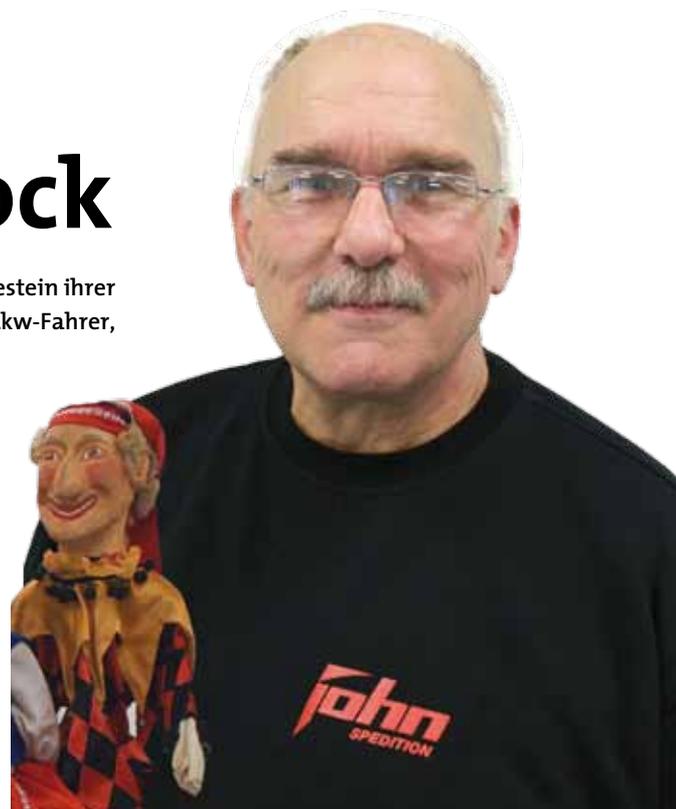
Seit nunmehr 23 Jahren machen die Münchs mit ihrer Tochter regelmäßig Urlaub an der Nordsee in der Nähe von St. Peter-Ording. Dort besuchten sie einst ein Puppentheater, und Georg Münch kam mit der Puppenspielerin ins Gespräch. Seine damals dreijährige Tochter erkannte sofort: „Das kann mein Papa auch.“ Und sie behielt recht: Der Lkw-Fahrer ließ sich ein Puppenhaus mit zwei Quadratmetern Spielfläche und 13 Puppen bauen. Zudem musste ein Anhänger angeschafft werden. Gesamtinvestition damals: 20.000 DM.

Münch lässt seine Kasperlestücke allesamt in seiner Heimat, der Rhön, spielen und

richtet sich an Kinder von fünf bis 95. „Schließlich macht abendliches Vorlesen nur Spaß, wenn es auch dem Papa oder Opa gefällt“, so Münch. Und seine Stücke kommen an: Als die Firma John 1993 die neue Speditionsanlage in Eichenzell in Betrieb nimmt, unterhält er die Festgäste mit seinem Puppenspiel. Von Kollegen und Kunden wird er seitdem freundschaftlich nur noch „Kasper“ genannt. Bei einer anderen Aufführung spricht ihn ein örtlicher Verleger auf die selbst geschriebenen Stücke an. 1997 erscheint daraufhin sein erstes Kinderbuch „Rhöner Hexen-, Räuber- und Kasperlegeschichten“.

## Mit Engagement und Zivilcourage

In die Geschichten fließen Erlebnisse seiner Familie und aus seinem eigenen Leben ein. 2002 schreibt er „Antonia, das Gänsemädchen“, in dem eine kleine schlaue Gans 499 andere Gänseküken vor dem Tod bewahrt. Georg Münch ist in Alzey in der Nähe des KZs Osthofen aufgewachsen, das durch Anna Seghers Roman „Das siebte Kreuz“ traurige Berühmtheit erlangte. Sein Vater war Frontoffizier – seine Mutter wurde von der eigenen Schwester als Hörerin eines Feindsenders denunziert und angeklagt, später aber freigesprochen. Die Familie beschäftigt das Nazi-Thema noch immer. Georg Münch verarbeitet nicht nur die Erfahrungen von Unterdrückung und Mut in seinen Geschichten, sondern ist zudem Mitglied des Fördervereins der Gedenkstätten Buchenwald und Mittelbau-Dora. Seine Tochter setzt sich wissenschaftlich mit dem Nationalsozialismus auseinander. Sie forscht in ihrem Masterstudiengang an der Universität Frankfurt zum aktuellen Thema „Frauen in der Neonaziszene“. Der en-



John-Mitarbeiter Georg Münch ist in der Freizeit Puppenspieler und schreibt Kinderbücher.

gagierte Vater wiederum wurde von seiner Tochter ins „Vaterhaus“ genannte Frauenhaus in Fulda eingeladen. Dort hilft er alleinerziehenden Frauen, die vor häuslicher Gewalt geflohen sind.

Wann der passionierte Radsportler Zeit für all diese Aktivitäten findet, bleibt sein Geheimnis. Fest steht, dass er seinen 60. Geburtstag zum Anlass nahm, kürzerzutreten. So will er sich von seinem Puppenspiel-Hobby langsam verabschieden. „Stehen Sie mal eine Dreiviertelstunde aufrecht mit den großen Puppen an den Armen. Die wiegen immer mehr – zum Schluss meinen Sie, Sie hielten einen Schwertransport.“ Schwere Sachen für die John Spedition fährt er allerdings weiterhin, fast täglich auf der Strecke Schweinfurt – Nürnberg. ◀

# CargoLine hinterlässt grünen

Mitte des Jahres wird CargoLine die Erhebung ihres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks (Carbon Footprint) abgeschlossen und eine Matrix zur Berechnung der verursachten Emissionen pro Sendung erstellt haben. Über die dabei anfallenden Herausforderungen, die Transparenz von Daten sowie entsprechende Zertifizierungen sprach CargoTime mit Prof. Dr. Dirk Lohre vom Steinbeis Beratungszentrum Spedition und Logistik in Heilbronn. Er begleitet den Prozess in der Stückgutkooperation.

► **Prof. Dr. Lohre, wie vergleichbar sind die Methoden unterschiedlicher Transport- und Logistikdienstleister zur Ermittlung ihres Carbon Footprint?**

*Dirk Lohre:* Es gibt wenige anerkannte Methoden, aber zahlreiche Wege, um CO<sub>2</sub>-Werte zu erhalten. Viele Berechnungen sind zudem nicht transparent. Daher gibt es im Moment leider keine Vergleichbarkeit.

**Wie vermeidet man den Verdacht des Greenwashings?**

Umweltschutz ist oft nur ein Abfallprodukt konkreter Einsparungen, was schnell offensichtlich wird. Wenn man sich jedoch langfristig mit dem Thema beschäftigt und seine Umsetzung lebt, wird ein Schuh daraus: Erfasst ein Unternehmen seine Emissionen, kann es die Reduzierung um einen bestimmten Prozentsatz fest anpeilen. Dieses Ziel kann es durch eine bessere Auslastung der Lkw oder spritsparendes Fahren überzeugend erreichen. Und nebenbei auch noch Geld sparen. Die Glaubwürdigkeit steigt mit der Dauer des Prozesses.



Prof. Dr. Dirk Lohre

**Kann es sich ein Transport- und Logistikdienstleister heute noch leisten, seinen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck nicht zu messen?**

Sagen wir so: Niemand kann es sich leisten, sich nicht mit dem Thema zu beschäftigen, auch wenn dem momentan kein konkreter

**Worin unterscheidet sich das System, welches CargoLine anwendet, von anderen Berechnungsmethoden?**

CargoLine ermittelt den Corporate beziehungsweise Network Carbon Footprint, kurz CCF oder NCF, nach DIN EN 14064. Dies zwingt die Kooperation zu Transparenz, was Kunden eine hohe Nachvollziehbarkeit bietet, Vertrauen schafft und ihr hilft, die Ernsthaftigkeit ihrer Bemühungen zu beweisen. Nicht zuletzt auch deshalb, weil ein finanzielles Investment dahintersteckt. Deutschlandweit gibt es erst fünf bis sechs Logistikdienstleister, die nach DIN EN 14064 validiert sind.

**Umweltschutz messbar machen**

Kann sich ein Transport- und Logistikunternehmen heute noch leisten, nicht ökologisch zu denken? CargoLine hat diese Frage für sich mit einem klaren Nein beantwortet und im September 2011 die kooperationsweite Ermittlung der Treibhausgasemissionen beschlossen (Network Carbon Footprint, NCF). Unter Anleitung von Prof. Dr. Dirk Lohre, Leiter des Heilbronner Steinbeis Beratungszentrums Spedition und Logistik, erhebt die Kooperation ein Treibhausgas-Inventar nach ISO 14064 beziehungsweise Greenhouse Gas Protocol (GHG). Das THG-Inventar soll im Sommer durch einen unabhängigen Zertifizierer validiert werden.

Auf dieser Basis entwickelt CargoLine anschließend eine CO<sub>2</sub>e-Sendungstabelle, welche für die gesamte Kooperation Gültigkeit besitzt. Ein speziell entwickeltes Tool wird es den CargoLine-Partnern ermöglichen, diese Tabelle systembezogen, partner- oder kundenindividuell zu nutzen, indem sie jeweils relevante Werte entsprechend verändern. Die so ermittelten Daten ergeben die tatsächlich verursachten Emissionen einer Sendung mit spezifischen Gewichts- und Entfernungsmerkmalen (Product Carbon Footprint, PCF). Sie sind deutlich realistischer als Emissionsangaben, bei denen der Corporate oder Network Carbon Footprint auf die Gesamtzahl an Sendungen pauschal verteilt wird.



# Fußabdruck

Aktionsplan folgt. Doch der Druck nimmt zu. Diejenigen, die sich bereits heute mit dem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck beschäftigen, werden in puncto Glaubwürdigkeit Vorteile haben.

## Was sind die Herausforderungen bei der Erhebung?

Die Subunternehmer davon zu überzeugen, die erforderlichen Daten regelmäßig zu ermitteln. Diese haben oftmals kein Interesse daran, weil sie dadurch transparenter werden. Dem hingegen sind bei CargoLine die Partner homogener als erwartet und es herrschen gute Voraussetzungen im Bereich IT.

## Gibt es Unschärfen in den Daten?

Im Gegenteil: CargoLine erhebt sehr aufwendig Echtwerte für den Verbrauch. Manche Mitbewerber begnügen sich damit, ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck auf Basis von Referenzwerten zu erstellen, wie sie zum Beispiel im Handbuch für Emissionsfak-

toren HBEFA stehen.

## Auf welche Maßeinheit haben Sie sich geeinigt und warum?

Der Normentwurf für die DIN EN 16258 sieht Tonnenkilometer als Verrechnungsgrundlage vor, erlaubt aber in begründeten Fällen davon abzuweichen. Genau dies tun wir bei CargoLine, weil wir lieber verursachergerecht und damit prozessorientiert vorgehen. Zur Ermittlung berücksichtigen wir im Nahverkehr zum Beispiel über den Stopp auch einen Sendungsgrößen-unabhängigen Teil. Denn gerade im Nahverkehr verhält sich der Ausstoß nicht proportional zum Sendungsgewicht!

## Wie gehen Sie mit den Verkehren von Partnern um, die gleichzeitig in zwei Kooperationen tätig sind?

## Größtmögliche Transparenz

Um die tatsächlich anfallenden Emissionen möglichst genau abzubilden und der Heterogenität der Partner in Bezug auf Umschlagtechnik, Tonnage, Gebietsstruktur, Fuhrparkgröße und -zusammensetzung, Energieverbrauch und Unternehmensgröße Rechnung zu tragen, hat CargoLine sich zudem gegen die gängige Praxis entschieden, die Emissionen auf Basis theoretischer Referenzwerte zu ermitteln. Stattdessen hat sie die Erhebung von Echtwerten beschlossen und diese in drei Bereiche unterteilt: Transporte, also Nahverkehr sowie verschiedene Hauptlaufvarianten einschließlich Überhänge und Sonderfahrten, die Administration in der Systemzentrale und in den Partnerbetrieben sowie stationäre Prozesse, also Umschlag in den Hubs wie auch in den Partnerdepots. Dabei berücksichtigt der Verbund auch die Emissionen der Subunternehmer. Ergebnis ist eine äußerst umfassende, realistische und transparente Ermittlung.

## Verbesserungen sichtbar machen

Die Erhebungsinstrumente wurden zunächst mit 18 CargoLine-Referenzunternehmen entwickelt, erprobt, optimiert und anschließend auf das gesamte Netzwerk ausgerollt. Erstes Ziel ist die Validierung nach ISO 14064 im Sommer 2012, gefolgt von der Veröffentlichung der Sendungswerte gemäß DIN EN 16258 nach deren Einführung Ende 2012. Nachfolgend wird die Kooperation die Werte nutzen, um Optimierungen messbar zu machen.

## ► PROF. DR. DIRK LOHRE

Dirk Lore, Jahrgang 1969, seit 2006 an der Hochschule Heilbronn. Professur für Verkehrslogistik und logistische Dienstleistungen, Studiengang Verkehrsbetriebswirtschaft und Logistik, aktuell Studiendekan des Studiengangs. Seit 2007 Direktor des Instituts für Nachhaltigkeit in Verkehr und Logistik (INVL) im Studiengang. 2010 Gründung des Steinbeis Beratungszentrums für Spedition und Logistik mit Sitz in Heilbronn.

Im ersten Schritt berücksichtigen wir alle Sendungen einer Fahrt, im zweiten Schritt rechnen wir den Anteil der CargoLine-Sendungen heraus.

## Inwieweit entspricht der CargoLine-CO<sub>2</sub>-Fußabdruck internationalen Normen?

Die Treibhausgas-Bilanz, die wir im Sommer vorlegen können, wollen wir nach ISO 14064 validieren lassen. Dies dient aber auch der Vorbereitung auf die DIN EN 16258, die voraussichtlich im Dezember 2012 in Kraft treten und die Ermittlung des Product Carbon Footprint (PCF) regeln soll, also der verursachten Emissionen pro Sendung. ♦

*\*CO<sub>2</sub>e ist die Abkürzung von CO<sub>2</sub> equivalent (bzw. CO<sub>2</sub>-Äquivalent). Die Einheit gilt als international anerkanntes Maß für die Klimawirksamkeit von Treibhausgasen. Sie steht für eine metrische Tonne Kohlendioxid oder alternativ die Menge eines anderen Treibhausgases, welches in seiner Klimawirksamkeit einer Tonne CO<sub>2</sub> entspricht.*



# Informationssicherheit auf hohem Niveau

In unserer digitalisierten Welt können ein einziger Stromausfall, ein Festplatten-Crash, Hacker oder gar enttäuschte Mitarbeiter einem Unternehmen Schäden in Millionenhöhe verursachen. Abhilfe schafft ein Informationssystem analog ISO/IEC 27001, wie es CargoLine als erste Stückgutkooperation implementiert hat.

► Microsoft, Sony, Telekom: Sie alle wurden schon Opfer von Datendieben – und bilden doch nur die Spitze des Eisbergs. Erst im Januar 2012 riet das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) allen Internetnutzern, ihre Computer auf Befehl mit der Schadsoftware „DNS-Changer“ zu überprüfen. Diese ermöglicht Cyberkriminellen betrügerische Aktivitäten und könnte die Onlinenutzung komplett lahmlegen.

Doch Internetkriminelle stellen nicht die einzige Gefahr dar. Um ihre Daten dauerhaft zu schützen und den reibungslosen Sendungsablauf zu gewährleisten, haben die CargoLine-Partnerunternehmen durch Abarbeiten einer 400 Fragen langen Checkliste umfassende und einheitliche Informationssicherheits-Maßnahmen im Einklang mit ISO/IEC 27001 implementiert. Die entsprechende interne Zertifizierung wurde im März 2012 ausgestellt. CargoLine ist damit die erste Stückgutkooperation, die nach diesem hohen Standard arbeitet.

**Trotz Hochwasser kein Land unter** Vorausgegangen war 2009 die Selbstverpflichtung der CargoLine-Partner, jederzeit eine hohe Informationssicherheit und die Hochverfügbarkeit der erforderlichen IT-Systeme sowie deren Integrität und Ver-

traulichkeit sicherzustellen. Dazu tätigten sie in den vergangenen drei Jahren deutliche Investitionen. Beispielsweise sind Ersatzstromkreise vom Hauptstromkreis nun baulich so getrennt, dass im Falle eines Brandes oder Hochwassers im Bereich der Hauptstromleitung das Back-up unbeeinträchtigt funktionieren kann. Der Virenschutz wurde deutlich erhöht, die Datensicherung verfeinert und teilweise ausgelagert. Zudem entwickelte man für diverse Notfallszenarien konkrete Maßnahmen.

Folgende Prozesse hat die Stückgutkooperation unter permanente Überprüfung gestellt:

- die Auftragsfassung und -abwicklung inklusive Disposition und Dokumentenerstellung,
- die Datenkommunikation mit Kunden, Partnern und Lieferanten,
- die Abwicklung inklusive Hallenscannung
- den Sendungsein- und -ausgang.

Die Untersuchung umfasst die erforderlichen IT-Plattformen und deren Betrieb sowie das Storage- und Back-up-Management. Ebenso dazu gehören die interne Netzwerkinfrastruktur, bestehend aus aktiven Netzwerkkomponenten wie Router und

Firewalls, das VPN zum Rechenzentrum Niederaula sowie das zur Betreuung gehörige Monitoring und Management. Ferner ist jeder Mitarbeiter dazu angehalten, Sicherheitsvorfälle umgehend zu melden. Verstöße gegen diese Vorgaben werden geahndet.

## Regelmäßige Audits

Interne Teams und regelmäßige Sicherheits-Audits garantieren die Umsetzung der Informationssicherheit. Die Audits führen Prüfer des unabhängigen Ingenieurbüros IDTM von Reinhard F. Reichl durch. Dieses ist auf professionelles Datenschutzmanagement nach dem Bundesdatenschutzgesetz sowie die Umsetzung der ISO/IEC 27001 spezialisiert, welche das BSI als besonderes Qualitätsmerkmal einschätzt. Die Prüfer verifizieren Aktualität, Vollständigkeit und Wirksamkeit der Maßnahmen. Bei Bedarf passen sie diese unter Berücksichtigung der Bedrohungslage beziehungsweise der verbleibenden Restrisiken an.

## Zertifizierung zahlt sich aus

Zeit und Kosten, welche die zertifizierten Unternehmen investieren, rentieren sich jedoch. Denn neben dem Datenschutz und dem Vertrauensplus gegenüber Kunden profitieren sie unter anderem von einer erleichterten Teilnahme an Ausschreibungen, verkürzten Audits von Wirtschaftsprüfern und erfüllen bereits wichtige Voraussetzungen, um als Authorised Economic Operator (AEO) anerkannt zu werden. Eine Zertifizierung analog ISO/IEC 27001 lohnt sich also auch für Verladern. ◀



www.lmva.de

## Kontraktlogistik von CargoLine: Leistung wie für Sie gemacht.

Darf es etwas mehr als Lagern sein? Beim Thema Kontraktlogistik verbinden wir maßgeschneiderte logistische und logistiknahe Dienstleistungen mit den Vorzügen eines eigenen Netzwerks und mittelständischer Flexibilität. Europaweit, in einheitlich hoher Qualität sowie mit einem breiten Portfolio spezifischer Tätigkeiten und Lagerausstattungen für unterschiedliche Branchen. Kurz, Sie erhalten bei uns immer genau so viel Kontraktlogistik, wie Sie brauchen. CargoLine. Am Stück. Gut.

[www.cargoline.de](http://www.cargoline.de)

  
**CargoLine**  
LogisticsNetwork

# Am Stück. Gut. Europaweit.

## Einer unserer Partner ist garantiert in Ihrer Nähe.

### ► 0....

L. Wackler Wwe. Nachf. GmbH  
01723 Wilsdruff  
Tel. 035204 285-0

Spedition Balter und Zimmermann  
GmbH  
07554 Korbußen  
Tel. 036602 591-0

Finsterwalder Transport und  
Logistik GmbH  
06112 Halle/Saale  
Tel. 0345 1228-0

### ► 1....

SPETRA Spedition & Logistik GmbH  
Berlin  
14979 Großbeeren  
Tel. 033701 31-0

Hans Sander GmbH & Co. KG  
18146 Rostock  
Tel. 0381 66772-0

### ► 2....

KG Bursped Speditons-GmbH & Co.  
22113 Hamburg  
Tel. 040 73123-0

Jeschke Spedition GmbH  
21129 Hamburg  
Tel. 040 73354-0

Gaston Petersen Spedition GmbH  
24145 Kiel  
Tel. 0431 696097-0 + 69267

BHS Spedition und Logistik GmbH  
28197 Bremen  
Tel. 0421 5952-0

### ► 3....

Carl Köster & Louis Hapke  
GmbH & Co. KG  
31319 Sehnde  
Tel. 05132 822-0

Spedition Kunze GmbH  
33602 Bielefeld  
Tel. 0521 58305-0

John Spedition GmbH  
36124 Eichenzell  
Tel. 06659 972-0

Friedrich Zufall GmbH & Co. KG  
Internationale Spedition  
37079 Göttingen  
Tel. 0551 607-0

herotrans Speditons GmbH  
39167 Hohe Börde  
Tel. 039204 879-0

### ► 4....

Nellen & Quack Logistik GmbH  
41066 Mönchengladbach  
Tel. 02161 669-0

BTG Feldberg & Sohn GmbH  
& Co. KG  
46395 Bocholt  
Tel. 02871 9970-0

Heinrich Koch Internationale  
Spedition GmbH & Co. KG  
49076 Osnabrück  
Tel. 0541 12168-0

### ► 5....

LFS Schmitz GmbH  
53842 Troisdorf  
Tel. 02241 255808-0

Hellmann Worldwide Logistics  
GmbH & Co. KG  
55268 Nieder-Olm  
Tel. 06136 7662-5

Gustav Helmuth GmbH & Co. KG  
55543 Bad Kreuznach  
Tel. 0671 8808-0

Spedition Balter GmbH & Co. KG  
56218 Mülheim-Kärlich  
Tel. 02630 9861-0

Leopold Schäfer GmbH, Spedition  
57290 Neunkirchen  
Tel. 02735 789-0

Schmidt-Gevelsberg GmbH  
Internationale Spedition  
58332 Schwelm  
Tel. 02336 499-0

### ► 6....

KISSEL Spedition GmbH  
63811 Stockstadt/Main  
Tel. 06027 4038-0

Robert Müller GmbH  
66740 Saarlouis  
Tel. 06831 899-0

Mannheimer Transport-Gesellschaft  
Bayer GmbH  
68169 Mannheim  
Tel. 0621 3221-0

### ► 7....

L. Wackler Wwe. Nachf. GmbH  
73037 Göppingen  
Tel. 07161 806-0

Fritz GmbH & Co. KG  
74078 Heilbronn  
Tel. 07131 1573-0

Spedition Kunze GmbH  
76689 Karlsdorf-Neuthard  
Tel. 07251 9292-0

Klumpp + Müller Kehler  
Kraftverkehr GmbH & Co. KG  
77694 Kehl  
Tel. 07851 8700-0

Maier Spedition GmbH  
78224 Singen  
Tel. 07731 828-0

CargoLine Aldingen  
c/o CargoLine GmbH & Co. KG  
Tel. 069 951550-0

Streck Transportges. mbH  
79108 Freiburg  
Tel. 0761 1305-0

A.S. Speditons-GmbH  
79585 Steinen/Baden  
Tel. 07627 702-0

### ► 8....

Hinterberger GmbH & Co. KG  
Spedition u. Logistik  
84503 Altötting  
Tel. 08671 5064-0

Kochtrans Patrick G. Koch GmbH  
85375 Neufahrn  
Tel. 08165 40381-0

Honold International GmbH  
& Co. KG  
86156 Augsburg  
Tel. 0821 71006-0

Lebert & Co. GmbH, Intern. Spedition  
88255 Baienfurt  
Tel. 0751 4001-0

Franz Lebert & Co., Intern. Spedition  
GmbH & Co. KG  
87437 Kempten  
Tel. 0831 702-0

Franz Lebert & Co., Intern. Spedition  
GmbH & Co. KG  
89155 Erbach  
Tel. 07305 174-0

### ► 9....

Amm GmbH & Co KG Spedition  
90451 Nürnberg  
Tel. 0911 64258-0

Streit cargo systems GmbH  
93083 Obertraubling  
Tel. 09401 9629-0

Spedition Georg Graßl GmbH  
94447 Plattling  
Tel. 09931 9157-0

amm logistics GmbH  
95176 Konradsreuth  
Tel. 09292 958-0

Schäflein Spedition GmbH  
97520 Rötthlein  
Tel. 09723 9069-0

### ► Internationale Partner mit Hub-Anbindung

G. Englmayer Spedition GmbH  
A-2333 Leopoldsdorf b. Wien  
Tel. +43 (0) 2235 73073-0

G. Englmayer Spedition GmbH  
A-4600 Wels  
Tel. +43 (0) 7242 487-0

Jöbstl Gesellschaft m.b.H.  
A-8142 Wundschuh  
Tel. +43 (0) 3135 501-0

Transport GILLEMOT N. V.  
B-1910 Kampenhout  
Tel. +32 (0)16 66 47 00

M&M Militzer & Münch  
BG Co. Ltd.  
BG-1336 Sofia  
Tel. +359 2 984 57 10

Interfracht Speditons AG  
CH-4133 Pratteln  
Tel. +41 (0) 61 378 18 18

Lebert AG  
CH-8280 Kreuzlingen  
Tel. +41 (0) 71 67722-00

Spedition Maier AG  
CH-8262 Ramsen  
Tel. +41 (0) 52 7428-100

Raben Logistics Czech a.s.  
CZ-251 01 Říčany Jazlovce  
Tel. +42 02 22 80 22 22

Raben Logistics Czech a.s.  
CZ-627 00 Brno  
Tel. +42 0515 905 553

Otto Hansen & Co. a/s  
DK-7100 Vejle  
Tel. +45 7942 9999

Englmayer Hungária Kft.  
H-2051 Batorbágy  
Tel. +36 23 530870

Brigl Spedition  
I-39100 Bozen  
Tel. +39 0471 246 111

GRUBER Logistics SpA  
I-37139 Verona  
Tel. +39 045 85 15 500

Larioexpress Forwarding & Logistics Srl  
I-22070 Montano Lucino (CO)  
Tel. +39 031 3389111

Stante srl  
I-00040 Pomezia (RM)  
Tel. +39 06 91 85 72 60

Rotra Forwarding BV  
NL-6984 AA Doesburg  
Tel. +31 (0) 313 480199

Lazar Logistik Sp. z o.o.  
PL-43-187 Orzesze  
Tel. +48 (0) 32 32 41 940

Geodis UK Ltd.  
UK-High Wycombe,  
Buckshire HP12 3TW  
Tel. +44 (0) 1494 446541



CargoLine GmbH & Co. KG  
Atricom Bürohaus  
Lyoner Str. 15  
60528 Frankfurt  
Tel. +49 69 951550-0  
Fax +49 69 951550-30  
info@cargoline.de  
www.cargoline.de