


CargoTime

1/2016

Das Magazin der  CargoLine



LOGISTIK 4.0

Viel Lärm um nichts?

Logistikexperte Professor Peter Klaus
im Gespräch mit Jörn Peter Struck

Der Berg ruft

Wie Schneekoppe und Schäflein
gemeinsam neue Wege beschreiten

Blühende Wirtschaft

Wodurch Persien-Pionier M & M
den Handel mit dem Iran erleichtert

Der neue Standard

Warum CargoLine High-Cube-
Wechselbrücken einsetzt



Perfekten Service erkennt man ab sofort an diesem Zeichen.

Mit Conti360° Fleet Services bekommen Sie einen professionellen Reifen-Rundum-Service:

Von der perfekten Auswahl der Reifen und ihrer korrekten Montage über ständige Kontrolle, umfassende Reifen-Reports und schnelle Hilfe bei einer eventuellen

Reifenpanne bis hin zu einem reibungslosen Karkassenmanagement. Und zwar europaweit zu verlässlicher Qualität und einheitlichen Preisstrukturen.

Liebe Leser,

ob Industrie 4.0 oder Logistik 4.0 – kaum eine Branchenveranstaltung vergeht ohne diese Begriffe. Aber warum sind sie so beliebt? Und welchen Nutzen offenbaren sie? Darüber habe ich mit dem Logistikexperten Prof. Peter Klaus angeregt diskutiert (Seite 6). Unser Fazit: Obwohl Wissenschaft und Praxis manchmal weit auseinanderliegen, finden sich viele interessante Ansätze. Einige davon setzt CargoLine bereits erfolgreich um!

Wenn wir schon über Modewörter reden: „Glutenfrei“ gehört sicherlich dazu. Ob Sie es glauben oder nicht: Auch immer mehr Hunde vertragen keinen Weizen bzw. kein Gluten. Mit ihren reizarmen Hundekuchen namens „Keksdieb“ stießen Manuela und Michael Verhage daher in eine Marktlücke. Wie die Leckerlis an den Hund kommen, erfahren Sie auf Seite 13. Gesundes gibt es selbstverständlich auch für den Homo sapiens: Seit fast 90 Jahren konzentriert sich die deutsche Traditionsfirma Schneekoppe auf Nahrungsmittel aus Getreide und Saaten. Sie beschreitet den Weg Richtung Zukunft unter anderem mit einem Onlineshop, den die Spedition Schäflein abwickelt (Seite 10).

Zahlreiche Unternehmen im Iran mussten jahrelang mit völlig veralteter Technik arbeiten. Doch dank der Lockerung des Wirtschaftsembargos geht es wieder voran. Unser Nahostpartner Militzer & Münch, ein Pionier in Sachen Iran-Transporte, ist darauf bestens vorbereitet und in der Lage, Unternehmen mit Exporten in das Land fachkundig zu beraten (Seite 16). International geht es gleichfalls bei ZUFALL in Göttingen zu, wo die Spanierin Arantza Losada eine Ausbildung zur Speditionskauffrau absolviert (Seite 22). Und richtig spannend wird es, wenn die CargoLine ihren Partner des Jahres kürt (Seite 14). Eine echte Überraschung – mehr sei hier nicht verraten!

Zu guter Letzt möchte ich Ihnen noch die Rubrik „Strategie“ ans Herz legen (Seite 18). Hier beschreiben wir, wie unsere Kooperation die roten Zahlen unseres Münchner Partners Kochtrans mit vereinten Kräften in eine schwarze Null verwandelte. Ganz ohne Logistik 4.0 übrigens.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!



Jörn Peter Struck
Vorsitzender der Geschäftsführung



IMPRESSUM

Herausgeber

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

V.i.S.d.P.

Jörn Peter Struck
Vorsitzender der Geschäftsführung
CargoLine GmbH & Co. KG

Redaktion

Sandra Durschang
(verantwortlich)
kiosk:mediendienste:
Ludwig Janssen
Marion Kamp
Stefan Kreutzberger

Kontakt Redaktion

sandra.durschang@cargoline.de

Gestaltung

kiosk:mediendienste:
Wolfgang Scheible

Druck

F&W Medientcenter GmbH
83361 Kienberg

Fotos

Titel: rangizzz/Shutterstock, Montage
kiosk:mediendienste
Seite 3: Felix Schmitt
Seite 7: Carlos Caetano/Shutterstock
Seite 8, 9: CargoLine
Seite 10: Oksana Kuzmina/Shutterstock
Seite 11: Schneekoppe
Seite 12: Brigl AG, Paul Sherwood/Irish
Exporters Association
Seite 13: Michael Verhage/Keksdieb,
Verkehrsrundschau
Seite 14: CargoLine, Alex Fischer/
vor-ort-foto.de
Seite 15: Fahrzeugwerk Bernard Krone
GmbH & Co. KG
Seite 16: Alenq
Seite 19: Anup Shah/Corbis
Seite 20: Kochtrans, Erich Baumgärtel
Seite 21: CargoLine
Seite 22: ZUFALL logistics group
Seite 23: Continental



- 6 | FOKUS
Logistik 4.0: Nur heiße Luft?
 Inwiefern können Kunden und Unternehmen von Logistik 4.0 bereits heute profitieren? Was erwartet sie in Zukunft? Und wie realistisch sind sich selbst steuernde Paletten und Container? Diesen und weiteren Fragen gehen der emeritierte Universitätsprofessor Peter Klaus und der Vorsitzende der CargoLine-Geschäftsführung, Jörn Peter Struck, gemeinsam auf den Grund.
- 10 | PRAXIS
Wenn der Berg ruft
 Schneekoppe, der bekannteste deutsche Vertreter von Reformkost, hat manche Berg- und Talfahrt hinter sich. Bei seiner Neuausrichtung unterstützt ihn die Spedition Schäflein – sowohl „on the road“ als auch online.
- 12 | IN KÜRZE
 > 90 Jahre Brigl, zehn Jahre CargoLine > „Logistikdienstleister des Jahres“ Geodis Ireland
 > Zahlen 2015 > Leckeres für Vierbeiner > Superimage > Tag der Kontraktlogistik
 > Cargoliner fahren Spende für Bärenherz ein > Kiesel Spedition erstmals „Partner des Jahres“
- 15 | AKTUELLES
Hochstapeln mit CargoLine
 Nach Speed-Dating und Praxistest tauscht die Kooperation ihren bisherigen Wechselbrückenpool gegen High Cubes aus: Sie erlauben eine durchgängige Doppelstockverladung und damit eine größere Ladekapazität.
- 16 | INTERNATIONAL
Iranischer Frühling
 Mit der Lockerung der Sanktionen rollen die Lkw von Militzer & Münch wieder Richtung Iran. Der Persien-Pionier verrät, welche Handelspotenziale die Republik bereithält und was sie so besonders macht.
- 18 | STRATEGIE
Eine starke Gemeinschaft
 Was tun, wenn ein Partnerunternehmen an einem bedeutsamen Standort wie München strauchelt? CargoLine entschloss sich zur Übernahme und schuf damit einen Präzedenzfall in der Branche. Ein Bericht aus dem Nähkästchen.
- 22 | SOZIALES
Adelante – Vorwärts!
 In Spanien ist jeder zweite Jugendliche ohne Job. Arantza Losada zog es daher nach Deutschland. Bei ZUFALL in Göttingen absolviert sie eine Ausbildung zur Kauffrau für Spedition und Logistikdienstleistungen.
- 23 | TRANSPORT & LOGISTIK
Wenn's rundlaufen soll
 Ob Pannendienst oder Reifenmanagement: Die Conti360° Fleet Services greifen europaweit. Ein modular aufgebautes Angebot – nicht nur für Cargoliner.
- 24 | PARTNERKARTE

Logistik 4.0: Nur heiße Luft?

Ob Industrie 4.0 oder Logistik 4.0, beides ist in aller Munde. Doch worum geht es dabei eigentlich? Der emeritierte Universitätsprofessor für Betriebswirtschaftslehre und Logistik, Peter Klaus, und Jörn Peter Struck, Vorsitzender der CargoLine-Geschäftsführung, diskutieren, was davon realistisch und sinnvoll für Kunden und Logistikdienstleister ist. Das Fazit: Neben viel heißer Luft gibt es eine Menge interessanter Ansätze.

Auf Kongressen und in der Fachpresse wird intensiv über „Logistik 4.0“ diskutiert. Was müssen wir uns darunter vorstellen?

Prof. Peter Klaus: Ausgangspunkt ist die Idee von „Industrie 4.0“, eine sich selbst steuernde Produktion: Dinge lernen, miteinander zu kommunizieren, und finden Schritt für Schritt eigenständig ihren Weg durch Wertschöpfungsnetzwerke bis zur Fertigstellung. Erstmals wurde der Begriff auf der Hannover Messe 2011 verwendet und 2012 von der Bundesregierung als „Zukunftsprojekt“ aufgegriffen. Weil Industrie 4.0 ohne die Veränderung logistischer Prozesse nicht möglich ist, wurde „Logistik 4.0“ kreiert, mit dem die entsprechende Automatisierung und Selbststeuerung logistischer Abläufe beschrieben werden soll.

Jörn Peter Struck: Es gibt allerdings eine große Diskrepanz zwischen unserem Alltagsgeschäft und der sehr akademischen Diskussion über Logistik 4.0: Sie hat wenig mit den aktuellen Anforderungen unserer Kunden zu tun. Zudem wird häufig unterschlagen, welche intelligenten und zukunftsweisenden Lösungen wir in der Logistik bereits leben.

Wer oder was treibt die Diskussion über Logistik 4.0 voran?

Prof. Peter Klaus: Manchmal kann ich mich des Eindrucks nicht erwehren, dass selbst ernannte „4.0“-Experten die Illusion erwecken wollen, ein neues und geheimnisvolles Erfolgsrezept zu kennen, um damit Beratungsaufträge und Fördermittel zu akquirieren. Ich denke deswegen ziemlich kritisch über den inflationären Gebrauch des Zusatzes „4.0“.

Können Sie der Debatte nichts Positives abgewinnen?

Prof. Peter Klaus: Doch. Auf jeden Fall sind die Diskussionen über Industrie 4.0 und Logistik 4.0 ein zeitgerechter Weckruf an Wirtschaft und Unternehmen, die Chancen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien nicht zu unterschätzen, sondern sie zu nutzen. Wenn man sich zum Beispiel intensiver mit der Selbststeuerungsidee befasst, dann ist die Vorstellung von der intelligenten Palette nicht weit, die sich selbst durch eine Umschlagshalle routet, mit den Staplern und Mitarbeitern so kommuniziert, dass deren Wege und Einsatzzeiten optimiert werden. Oder denken Sie an die systematische Analyse

der massenhaften Informationen, die zum Beispiel in den Millionen Auftragsdaten eines Netzwerks wie CargoLine stecken. Sie könnten für intelligente und präzisere Vorhersagen für die am nächsten Tag benötigten Fahrzeug- und Personalkapazitäten genutzt werden – nach Güterarten und Relationen, vielleicht vernetzt mit Wetter- und Lkw-Dispositionsdaten – um damit Servicequalität und Effizienz zu verbessern. Da fängt es für mich an, dass die „4.0“-Diskussion Substanz bekommt.

Sind sich selbst steuernde Paletten und Container realistisch?

Jörn Peter Struck: Das ist eine faszinierende Vorstellung, die technisch vielleicht irgendwann möglich sein wird. Zuerst vielleicht durch den intelligenten Container auf dem Weg von Asien zu uns. Was drin ist und wo er sich gerade befindet, wissen wir ja heute schon. Aber: Er muss seinen Weg durch ganz unterschiedliche Kulturen und Rechtssysteme finden, vielleicht muss er durch ein Krisen- oder Kriegsgebiet. Neben solchen Problemen in der globalisierten Welt gibt es aber auch ganz konkrete Hindernisse für den Container. Was passiert zum Beispiel, wenn der Zoll ihn öffnet? Auf derartige Fragen müssen noch Antworten gefunden werden.

Aber in der Automobilindustrie gibt es doch bereits sich selbst steuernde Prozesse?

Prof. Peter Klaus: Stimmt. Jedes entstehende Auto, das sich auf einem Fließband entlangbewegt, hat einen elektronischen Datenträger, der den Mitarbeitern und Robotern Station für Station sagt, welche Teile zu greifen und welche Montagehandgriffe für dieses individuell konfigurierte Produkt auszuführen sind. Es fragt sich quasi selbst durch die Produktion.

Jörn Peter Struck: Von solch hochgradig automatisierten Abläufen sind wir in der alltäglichen Spedition noch recht weit entfernt – obwohl Vernetzung und Integration von Daten zwischen Kunden und Dienstleistern, beispielsweise auch in der Kontraktlogistik, bereits heute eine Menge zum beiderseitigen Nutzen beitragen. Ich würde gern noch >





Peter Klaus (links), emeritierter Universitätsprofessor für Betriebswirtschaftslehre und Logistik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, im Gespräch mit Jörn Peter Struck, dem Vorsitzenden der CargoLine-Geschäftsführung.

ein Szenario aufzeigen: Wenn heutzutage eine Sendung beschädigt wird, bringt der Fahrer sie zurück in die Spedition. Dort wird sie gescannt und eingelagert. Derweil muss die Spedition mit dem Verlager telefonisch klären, wer die Beschädigung verursacht hat und was mit der Sendung passieren soll. In Zukunft könnte der Versender automatisch über die Beschädigung informiert werden, die Sendung würde in ein vorher festgelegtes Lager transportiert und gleichzeitig ein Ersatz bereitgestellt und ausgeliefert.

Ein weiteres Stichwort in der Diskussion über Logistik 4.0 sind aktuellste Informationen bis hin zu vorseilenden Daten. Wie weit ist die Branche damit?

Jörn Peter Struck: Wir haben sehr viel in unser Track-&-Trace-System Cebra 3.0 investiert, wissen immer in Echtzeit, wo unsere Fahrzeuge sind oder welche Sendungen sich in welchem Auflieger befinden. Darüber hinaus haben wir in sehr vielen Projekten der Kontraktlogistik Schnittstellen zum Warenwirtschaftssystem unserer Kunden geschaffen. Wünschenswert wären zudem vorseilende Informationen, um unsere Prozesse noch besser auf die Anforderungen unserer Kunden abstimmen zu können. Allen wäre zum Beispiel geholfen, wenn wir zuverlässig wüssten, welche und wie viele Sendungen in zwei Tagen zu erwarten sind. Bis vor wenigen Jahren konnten wir solche Unsicherheiten gut lösen, weil die Schwankungen nicht so groß waren. Wegen der Individualisierung und Kurzfristigkeit der Kundenanforderungen gibt es heutzutage aber keine planbare Logik mehr. Kapazitäten und Tou-



ren können wir viel schlechter kalkulieren. Dafür brauchen wir mehr Informationen.

Prof. Peter Klaus: Ein Schlüssel für die intelligente, effizientere und umweltfreundlichere Güterlogistik der Zukunft wird eine engere Vernetzung mit den Daten der Verlager sein. In den USA habe ich Beispiele gesehen, wo Logistikunternehmen in Verhandlungen mit großen Kunden gesagt haben: „Wenn ihr uns in eure Daten reinschauen lasst und wir dadurch wissen, dass in der nächsten Woche fünf Prozent mehr oder neun Prozent Sendungen weniger von euch kommen werden, können wir X Prozentpunkte bei der Rentabilität rausholen. Wir können dann vorseilend planen und unsere Ressourcen besser und umweltfreundlicher nutzen.“ Es wird damit möglich, über den passiven und reaktiven Umgang mit Daten hinauszugehen, mit den Verlagern preisliche Anreize zu vereinbaren und damit kostentreibende Monatsende-Lagerauffüllungen oder Vertriebsaktionen zu vermeiden; Güterströme können so geglättet und besser geplant werden. Aber ich gebe zu: Das ist noch Zukunftsmusik und dazu müssen noch viele Hürden überwunden werden.

Warum ist es nicht schon heute möglich, mehr Informationen zwischen Kunden und Spedition auszutauschen?

Jörn Peter Struck: Die Aufgabe ist sehr komplex, weil es um Eingriffe in IT-Systeme geht, aber auch um Datenschutz und um betriebswirtschaftlich sensible Informationen. Außerdem ist die Bereitschaft, etwas zu verändern, nicht besonders groß, wenn die logistischen Prozesse zufriedenstellend laufen.

Prof. Peter Klaus: Eben, solche Veränderungen sind wohl nur über Preisanreize durchzusetzen. Und über einen gewissen Leidensdruck. Erst dann wird man sich zusammensetzen und gemeinsam festlegen, welche logistischen und anderen Informationen auf welchem Weg weitergegeben werden können, um Abläufe weiter zu optimieren.

Jörn Peter Struck: Auch das möchte ich gern mit einem praktischen Beispiel veranschaulichen: Heute passiert es nicht selten, dass wir gleichzeitig mit fünf anderen Spediteuren bei einem Unternehmen

anliefern wollen und auf einen Platz an der Rampe warten müssen, weil der Empfänger überrascht ist, was an diesem Tag alles zugestellt wird. Durch den Austausch von vorausseilenden Informationen könnte man das besser planen. Nicht nur wir, sondern auch unsere Kunden könnten ihre Prozesse und Ressourcen optimaler nutzen, Lagerbestände und Kapitalbindung reduzieren und dabei Geld sparen – oder zumindest dafür sorgen, dass die Kosten für die Logistik nicht steigen. Das Problembewusstsein dafür nimmt zu.

Das Internetgeschäft vieler Cargoline-Kunden erzwingt doch geradezu den Austausch von Daten und Informationen ...

Jörn Peter Struck: Stimmt. Viele unserer Kunden haben inzwischen einen B2C-Vertriebskanal über eine eigene Internetseite. Wir können uns dort einklinken, Lieferoptionen vorgeben und die Auswahl in unser System übernehmen. Damit meine ich nicht nur Zustellzeiten, sondern ebenso die Buchung von zusätzlichen Services wie die Zwei-Mann-Anlieferung. Wir helfen unseren Kunden aber nicht nur bei der logistischen Abwicklung ihres Internetgeschäfts, sondern entwickeln für sie auch individuelle Lösungen, zum Beispiel in der Kontraktlogistik. Wenn Sie so wollen, sind das auch konkrete Schritte in Richtung Logistik 4.0.

Prof. Peter Klaus: CargoLine verfolgt einen guten Weg, vor allem bei der Ausrichtung der mittelständischen Kooperation an der mittelständischen Industrie und Wirtschaft. Ich sehe in der weiteren branchen- und regionalspezifischen Ausrichtung sowie in der Kontraktlogistik große Chancen.

Apropos B2C, welche Anforderungen werden hier an eine zukunftsweisende Logistik gestellt?

Jörn Peter Struck: Beim B2B-Stückgut haben wir bisher eine sehr homogene Kundenstruktur mit ähnlichen Abnahmeverfahren. Die Prozesse dafür sind stark standardisiert – erwartet werden aber immer mehr individuelle Lösungen. Letzteres gilt ebenso für den B2C-Markt. Die Entwicklungen überschneiden sich also, wobei wir aus unseren Erfahrungen mit B2B im Bereich B2C profitieren: So können wir Privatkunden schon heute verschiedene Zeitfenster für die Anlieferung anbieten und sie per SMS oder E-Mail avisieren. Das ist auch wichtig, denn das B2C-Geschäft ist längst kein reines Paketgeschäft mehr. Der Onlinehandel mit Möbeln beispielsweise ist heutzutage völlig normal. Das bestellte Sofa kann ich aber nicht beim Nachbarn abgeben oder in eine Paketbox legen. Lösungen wie unsere E-Mail-Avisierung werden für solche Lieferungen dankbar angenommen.

Prof. Peter Klaus: Die Grenzen zwischen den Welten von B2B und B2C verschwimmen mehr und mehr. Die Entwicklung wird sich weiter polarisieren: Auf der einen Seite werden mehr Standardprodukte zu günstigen Konditionen nachgefragt. Auf der anderen Seite sind zunehmend auch hoch individuelle Sonderwünsche zu erfüllen, für die es entsprechende Zahlungsbereitschaft bei den Auftraggebern gibt.



Sollte jede mittelständische Spedition oder Kooperation in das B2C-Geschäft einsteigen?

Prof. Peter Klaus: Ich wäre da sehr vorsichtig. Wahr ist, dass immer mehr Groß- und Zwischenhandlungsstufen, die klassische B2B-Auftraggeber waren, aus den Versorgungsketten herausfallen. Damit verlagern sich logistische Aufgabenstellungen vermehrt in die B2C-affinen Systeme: kleinteilig, orts- und kundennah, mit intensiven anstelle von minimierten Zeit- und Serviceanforderungen am Point of Delivery. Da wird es für regionale mittelständische Spediteure die eine oder andere neue B2C-Nische geben, die sich mit guten logistischen Ideen erfolgreich nutzen lässt. Aber B2C und „4.0“ sind keine Erfolgsgaranten. Im Zweifel rate ich mittelständischen Logistikunternehmen dazu, sich auf das Kerngeschäft des klassischen Stückguts zu konzentrieren. Das ist ein sich ausreifender und konzentrierender Markt. Aber die Unternehmen, die eine exzellente, fokussierte Leistung erbringen, können dort weiterwachsen und gedeihen.

Jörn Peter Struck: Das beschreibt unsere Strategie sehr treffend. In unserem Kerngeschäft, dem B2B-Stückgut, und in der Kontraktlogistik sind wir sehr nah an unseren Kunden. Gemeinsam erarbeiten wir für sie passende Lösungen. Auch im B2C-Geschäft wollen wir Mehrwerte bieten. Wir machen aber auch die Erfahrung, dass nicht alles angenommen wird, was der Markt angeblich fordert, zum Beispiel bei der Abendzustellung für Privatkunden: Wir liefern derzeit über das gesamte Netzwerk hinweg pro Tag nur einige wenige Sendungen in den Abendstunden aus.

Prof. Peter Klaus: Man muss nicht jedem „Hype“ nachlaufen.

Jörn Peter Struck: Aber die Augen und Ohren für neue Anforderungen und Entwicklungen offenhalten. Egal unter welchem Schlagwort man es verpackt und wie die Technologie dahinter aussieht: Wir sehen unseren Mehrwert für den Kunden darin, ihm eine verlängerte Werkbank zu sein und mit maßgeschneiderten Konzepten auf seine Bedürfnisse zu reagieren. Gern auch mit Logistik 4.0. <

Industrie 4.0

Die Kennzeichnung 4.0 soll die vierte industrielle Revolution deutlich machen. Die erste wird mit der Mechanisierung durch Wasser- und Dampfkraft beschrieben und die zweite durch die Fließbandfertigung. Die dritte industrielle Revolution ist durch den Einsatz der Mikroelektronik und den Übergang in die Computerisierung gekennzeichnet. Eine einheitliche und verbindliche Definition des Begriffs Industrie 4.0 gibt es nicht. Er meint grundsätzlich die sich komplett selbst steuernde Produktion: Dinge lernen, miteinander zu kommunizieren und eigenständig zu agieren. Über Sensoren teilen Maschinen zum Beispiel mit, was mit ihnen passieren soll. Zugleich reagieren sie in Echtzeit auf Veränderungen.

Keine Industrie 4.0 ohne Logistik 4.0

Im Zusammenhang mit Industrie 4.0 wird das Umgestalten der Lieferketten mit dem Begriff Logistik 4.0 diskutiert. Logistik 4.0 vernetzt und integriert unternehmensübergreifende Prozesse in der gesamten Lieferkette. Längerfristige Vision ist die vollständige Automatisierung und Selbststeuerung logistischer Prozesse. Genannt werden als Beispiele intelligente Behälter und Ladungen, die mit Menschen und Maschinen kommunizieren, eigenständige Entscheidungen treffen, ihre Umgebungsbedingungen überwachen und autonom ihren eigenen Transport organisieren, sowie Datenintegration und vorausseilende Daten, um logistische Prozesse zu optimieren. Die notwendigen Daten dafür sind jederzeit und überall verfügbar.

Wenn der Berg ruft

Der bekannteste deutsche Vertreter von Reformkost, Schneekoppe, baut seinen Vertrieb neu auf. Dabei helfen ihm eine konsequente Bio-Orientierung und der fränkische Logistikpartner Schäfflein. Neben Lager und Versand wickelt er auch das gesamte B2C-Internetgeschäft und den Displaybau ab.

Wer kennt ihn nicht, den wohl berühmtesten Ruf der deutschen Werbegeschichte: „Schneeeeeeeekoppe!“ Seit den siebziger Jahren des letzten Jahrhunderts hat er sich dem kollektiven Ohr eingeprägt und der gleichnamigen Marke mit dem verschneiten Gipfel im Logo nach eigenen Angaben einen Bekant-

heitsgrad von 80 Prozent beschert. Das bereits 1927 gegründete Unternehmen steht für gesunde Nahrungsmittel und Spezialernährung – auch schon lange vor dem Bioboom. Von Leinöl und Saaten über Müsli und Energieriegel bis hin zu gluten- und laktosefreien Artikeln oder Diäthilfen reicht die 120 Produkte umfassende Palette. Doch trotz ih-



Ob Leinöl oder gluten- und laktosefreies Früchtemüsli: Seit fast 90 Jahren ist Schneekoppe ein Synonym für gesunde Ernährung.

res guten Rufs und der breiten Aufstellung musste die Firma in ihrer Geschichte einige Tiefschläge hinnehmen: Nach dem Wegfall der Drogeriemarktkette Schlecker als Vertriebsweg, erschwerten Regelungen für den Verkauf von Diabetiker-Lebensmitteln und mehreren Eigentümerwechseln meldete das Unternehmen 2014 Insolvenz an. Mit starkem Willen, neuen Konzepten und nicht zuletzt neuen Partnern gelang ihm im Sommer 2015 jedoch der Neustart. Anfang August vergab Schneekoppe nach einem Ausschreibungsverfahren die gesamte Logistik und die Abwicklung des Onlineshops an den CargoLine-Partner Schäflein im fränkischen Rötthlein.

Mehr Bio, weniger Kakao

„Es geht nicht weiter wie bisher, aber unseren Grundsätzen bleiben wir treu“, sagt Anke Daberkow, Leiterin der kaufmännischen Organisation und Prokuristin bei Schneekoppe. Sie arbeitet seit nunmehr 21 Jahren für das Unternehmen – einige nennen sie daher gern auch „Frau Schneekoppe“, erzählt sie lachend.

Schneekoppe lässt all seine Produkte exklusiv und teilweise nach eigenen Rezepturen von Lieferanten herstellen. Anke Daberkow geht es nun darum, die Produktpalette künftig noch mehr an den Bereichen Bio und Vegan auszurichten. „Wir haben schon immer auf Geschmacksverstärker und künstliche Zusatzstoffe verzichtet und wollen den zertifizierten Bio-Anteil in diesem Jahr sehr ambitioniert erhöhen“, erklärt sie. „Wir setzen uns bei Schneekoppe immer hohe Gipfel und arbeiten daran, sie zu erklimmen“, bemerkt die Prokuristin dazu. Die weitere konsequente Ausrichtung des Portfolios hin zur Premium-Bio-Marke wird allerdings von Regularien beeinflusst: Aufgrund einer neuen Diätverordnung beispielsweise flogen auch Schokoladen für Diabetiker aus dem Sortiment. Dadurch entfiel allerdings die Notwendigkeit gekühlter Transporte, was wiederum Kosten einspart.

Gegenseitiges Vertrauen

Bei einer optimistischen Zukunftsplanung kommt es auch auf starke Partner an, die bereit sind, den eingeschlagenen Weg mitzugehen. „Wichtig ist gegenseitiges Vertrauen. Schäflein hat uns dieses Vertrauen in stürmischen Zeiten entgegengebracht, das rechnen wir ihnen sehr hoch an“, betont Daberkow. Der Wechsel des Logistikpartners und der Umzug des Lagers verliefen reibungslos. In kurzer Zeit wurden der IT-Bereich neu angepasst und die Waren umgelagert. „Unsere Kunden haben den Wechsel gar nicht bemerkt“, erinnert sich Daberkow zufrieden. „Solch einen komplexen Prozess innerhalb von nur sechs Wochen auf die Beine zu stellen war schon eine echte Leistung. Wir haben das gemeinsam mit Schäflein komplett hinkommen. Am Tag des Echtstarts ist dann alles ordnungsgemäß verpackt rausgegangen. Hut ab!“

Jeder Kunde ist anders

Nicht weniger komplex ist das tägliche Geschäft von Schäflein für Schneekoppe, berichtet Thorsten

Schmied. Er ist seit vier Jahren Verkaufsleiter Spedition bei dem fränkischen Logistikdienstleister und war von Anfang an bei der Planung und Umsetzung des Auftrags dabei. Schäflein nimmt die Ware von den Lieferanten entgegen, lagert, kommissioniert und verpackt sie und liefert sie über das CargoLine-Netzwerk in Deutschland, Österreich und weiteren Ländern Europas aus. Und das nicht zu knapp: Täglich sind gut 35 Sendungen im Gewicht von zehn Tonnen auf 70 Paletten unterwegs. Hauptsächlich beliefert die Spedition den stationären Handel mit seinen Zentrallagern und Supermärkten. Schäfleins IT-Spezialisten haben dazu ein eigenes Lagerverwaltungssystem programmiert, das speziell an den Bedürfnissen des Kunden ausgerichtet ist. „Es erfasst Artikelstammdaten wie Gewichte, Mindesthaltbarkeitsdaten, Restlaufzeiten und Volumina, damit das Produkt im Lager richtig angelegt werden kann“, erläutert Schmied. „Da jeder Empfänger jedoch individuelle Anforderungen im Hinblick auf die Labels und Auszeichnungen hat, war es eine große Herausforderung, alle Daten zusammenzubekommen und unseren Mitarbeitern in der Kürze beizubringen.“

Auch bei der fachgerechten Palettenbestückung ist der CargoLiner gefordert. „Das ist kein Standardgeschäft“, bemerkt Schmied. „Die Produkte sind extrem empfindlich. Da gibt es beispielsweise Leinöle in Glasflaschen, druckempfindliche Fruchtriigel in kleinen Kästchen oder Müslis in Tütenverpackungen. Die Ware wird in der Verkaufsverpackung transportiert und ist ansonsten nur noch foliert. Oft ist sie nicht stapelbar – oder es werden sortenreine Paletten gewünscht. Man muss also sehr sorgsam sein, damit alles heil und korrekt beim Kunden ankommt.“

Flexibel und schnell

Neben der Lagerung und dem Transport von Waren für den klassischen Handel kümmert sich das Schäflein-Team auch um weitere logistische Aufgaben. „Wir brauchen halt einen zentralen Ansprechpartner, der für uns sämtliche fachlichen Belange umsetzt – vom Displaybau über spezielle Etikettierungen bis hin zum Onlineshop“, so Anke Daberkow. Das Internetgeschäft ist ein wachsender und zugleich arbeitsintensiver Bereich, denn die Bestellungen der Endkunden müssen in verschiedenen großen Paketen individuell und ausreichend geschützt zusammengestellt werden. Hinzu kommen entsprechende Begleitpapiere, öfter auch Gutscheine und zum Jahresende die Weihnachtskarte. „Wir wickeln alles innerhalb von 24 Stunden ab und versenden dann über einen Paketdienstleister“, erklärt Schmied.

Die Zusammenarbeit der Partner klappt hervorragend, sagt Daberkow. So soll es natürlich auch bleiben. Für die Zukunft wünscht sie sich daher einen weiterhin regen Austausch – und dass immer eine gute Lösung gefunden wird. <

Schneekoppe

... wurde 1927 von Fritz Klein als Versandhandel im Riesengebirge gegründet. Die ersten Produkte waren Leinsamen und Leinöl. In den 1960er Jahren brachte der Naturkosthändler die ersten Müslis auf den deutschen Markt. Unter der Führung von Geschäftsführer Markus Klein zählt das Sortiment 120 Produkte, die exklusiv von Lieferanten für Schneekoppe gefertigt werden. Das Unternehmen mit Sitz in Buchholz in der Nordheide beschäftigt 14 Mitarbeiter in Deutschland und Österreich. www.schneekoppe.com

Schäflein

... trägt den Namen seines Gründers Alfons Schäflein. Das 77 Jahre alte Familienunternehmen mit Sitz im fränkischen Rötthlein transportiert jährlich 250.000 Tonnen Waren auf rund 750.000 Paletten bei einem Jahresumsatz von über 120 Millionen Euro. In der Firma arbeiten insgesamt 1.000 Menschen in allen Sparten der Logistik bis hin zum Aufbau von IT-Infrastrukturen und Shopsystemen. Das Umschlagterminal der Spedition in Rötthlein ist 24 Stunden an sechs Tagen in der Woche in Betrieb. www.schaflein-spedition.de



90 Jahre Brigl, zehn Jahre CargoLine

In Südtirol wird man nicht alt, geschweige denn müde. Stattdessen misst man Lebensjahre in erlebten Frühlingen. So stand es zumindest am 19. September 2015 liebevoll auf den Torten, die die Mitarbeiter der Brigl Gruppe überwiegend selbst gebacken hatten. Denn an diesem Tag feierte die Firma gleich zwei Jubiläen: 90 Jahre Brigl und zehn Jahre Zugehörigkeit zur CargoLine.

Gut 120 Gäste – Mitarbeiter, Fuhrunternehmer und ihre Familien – nahmen an dem Grillfest teil, zu dem Evi Mitterhofer, Präsidentin der Brigl Gruppe, eingeladen hatte.

„Dieser harmonische Tag spiegelt unser gutes Arbeitsklima wider, das sich auch in der geringen Fluktuation zeigt: Jahr für Jahr ehren wir Mitarbeiter für bis zu 45 Jahre Betriebsreue“, erklärt Andreas Goggi, Geschäftsführer der Spedition Brigl, stolz.



Perfektes Wochenende

Das i-Tüpfelchen war die Einladung der Familie Mitterhofer zu einem Wochenendausflug im Oktober, den der Vorstandsvorsitzende der Brigl Gruppe, Renzo Marras, persönlich organisiert hatte. Nach dem Besuch der EXPO Mailand verbrachten die Kollegen den Samstagabend mit gutem Essen, Musik und Tanz am Lago Iseo. Am Sonntag ging es dann nach Bootstour über den See und Einkehr in einem Agriturismo (Landgut) wieder zurück nach Bozen. Alle waren begeistert von dem persönlichen Engagement, das Renzo Marras und die Familie Mitterhofer eingebracht hatten, und werden sich noch lange an den Ausflug erinnern. <

„Logistikdienstleister des Jahres“ Geodis Ireland



V.l.n.r.: Tom Hayes T.D., Susan Lally (Geodis), Robert Cashman (Geodis), John Lynch (Rosslare Europort) und Hugh Kelly (Präsident der Irish Exporters Association).

Am 13. November 2015 wurde Geodis Ireland von der bedeutenden Irischen Exporteurvereinigung (Irish Exporters Association, IEA) in Dublin zum „IEA-Logistikdienstleister des Jahres“ gekürt. Das Unternehmen setzte sich in der Endrunde gegen fünf andere namhafte Transport- und Logistikdienstleister durch.

Die Jury zeigte sich beeindruckt von den zahlreichen Maßnahmen, mit denen Geodis seine Kunden optimal bedienen und in ihrem Wachstum unterstützen will. So arbeitet das Unternehmen heute nach den Methoden des Lean Management und der 5S-Methode*. Darüber hinaus ließ es sich als „Investor in People“ zertifizieren, also als Unternehmen, in dem Personalentwicklung und Themen wie Nachhaltigkeit, Work-Life-Balance und soziale

Verantwortung einen hohen Stellenwert genießen. Zu guter Letzt würdigte die Jury die Investitionen von Geodis in Anlage und Infrastruktur sowie die Einführung neuer Produkte als sichtbare Belege dafür, dass der irische CargoLine-Partner auf die Anforderungen seiner Kunden vorbildlich eingeht.

Die Preisverleihung fand zum 15. Mal in Folge statt und zog mehr als 500 namhafte Unternehmen und Gäste an. Dazu gehörten unter anderem der irische Minister für Landwirtschaft, Ernährung und Meereslebewesen, Tom Hayes T.D., als Hauptredner, die Senatorinnen Mary White und Catherine Noone sowie Botschafter und Würdenträger des Ministeriums für Auswärtige Angelegenheiten und Handel. Durch den Abend führte der frühere irische Landwirtschaftsminister Ivan Yates. <

* Die 5S-Methode (im Deutschen auch 5A genannt) bezeichnet ein systematisches Vorgehen, das Effizienz, Qualität, Ordnung und Sauberkeit sowie Sicherheit am eigenen Arbeitsplatz und in der Arbeitsumgebung optimieren soll (s. auch CargoTime Ausgabe 2/2012 auf www.cargoline.de/cargotime).

Gesundes Wachstum

Auch im Jahr 2015 konnten die CargoLine-Partner ihre Mengen im Sendungsausgang steigern (plus 2,9 Prozent), die Zahl der täglichen Direktverkehre erhöhen (plus 6,3 Prozent) und noch mehr jungen Menschen eine Ausbildung bieten (plus 1,7 Prozent).

Sendungen im Netzwerk	12,24 Mio.
– davon europäische Landverkehre	2,84 Mio.
Umsatz 2015	1,41 Mrd. Euro
Anzahl der Franchisenehmer, insgesamt	47
– davon Gesellschafter	16
Mitarbeiter	7.305
– davon Auszubildende	845
Anzahl der täglichen Direktverkehre europaweit	1.595
– davon in Deutschland	1.350
Anzahl der Pool-Wechselbrücken	3.012
Anzahl der Lkw	4.638

Leckeres für Vierbeiner

Bei Keksdieb-Leckerli werden sogar die mäkeligsten Vierbeiner schwach. 19 appetitliche und zugleich gesunde Sorten wie Apfelmus und Kräuter stehen ihnen zur Auswahl. Für den Weg der handgefertigten Knabbereien von der Backstube zum Zoofachgroßhändler zeichnet die Rostocker Sander Spedition verantwortlich.

Ein bisschen hart sind sie, die Leckerli von Keksdieb, eben so, wie es Hundezähne brauchen. Davon abgesehen könnte das Gebäck in jedem Reformhaus für Zweibeiner stehen: Es wird aus 100 Prozent natürlichen Zutaten in Lebensmittel- oder Apothekenqualität hergestellt – ohne Zucker, Salz, Aromen, Konservierungsstoffe und andere chemische Zusätze. Weil auch immer mehr Hunde keinen Weizen vertragen, backen die Keksdieb-Erfinder Manuela und Michael Verhage ihre Leckerli aus Dinkelmehl und Haferflocken. Sogar eine getreidefreie Serie aus Buchweizenmehl bieten sie an.

Kekse sind das bessere Gemüse

„Unsere beiden spanischen Bodegueros stehen auf rohes Fleisch. Doch ein Hund benötigt auch Ballaststoffe und Vitamine. Da Maja und Chicco kein Obst und Gemüse mögen und wir industriell gefertigten Keksen aufgrund der vielen Zusätze kritisch gegenüberstehen, haben wir unsere eigenen proteinreichen, aber fettarmen Leckerli entwickelt. Die fanden dann nicht nur unsere beiden Genießer gut, sondern auch die Tiere befreundeter Hundebesitzer. So wagten wir 2011 mit ‚Keksdieb‘ einen beruflichen Neuanfang“, erinnert sich Michael Verhage.



Keksdieb-Erfinder und Existenzgründer-Sonderpreisträger Manuela und Michael Verhage in ihrer Profibackstube.

Während Ehefrau Manuela den Backofen zum Glühen brachte, klapperte Michael Verhage alle Zoofachhändler rund um den damaligen Wohnort Wermelskirchen im Bergischen Land ab. Bald schon kamen die Verhages mit der Produktion kaum mehr nach. Eine Profibackstube musste her – und mit ihr ein gelernter Bäcker in einem größeren Haus, das das Ehepaar in der Nähe von Stralsund fand.



Genuss ohne Reue

Selbst anspruchsvolle oder an Industriekekse gewöhnte Hunde finden unter den 19 Geschmacksrichtungen wie Anis, Apfelmus, Käse, Karotten, Kräuter, Petersilie, Ingwer und Sanddorn schnell ihre Lieblingsorte. „Wichtig ist, dass man immer mal etwas Neues kreiert. Auch merken wir saisonale und regionale Unterschiede. Da heben sich Hundekekse nicht von anderen Lebensmitteln ab. So werden unsere glutenfreien Leckerli besonders im Herbst nachgefragt. Und während die Sorte Buttermilch-Kokos in Köln hervorragend läuft, finden sich in München dafür kaum Abnehmer“, schmunzelt Verhage. Zur Abrundung des Programms bietet Keksdieb über Buchenholz geräucherte Hundewieener aus reinem Rindfleisch an, ohne Haut, Innereien oder Gewürzmischung, außerdem „Fitis“, Leckerli aus 98 Prozent Muskelfleisch in neun Sorten wie Rind, Lamm und Ente, die die Verhages von zuverlässigen Herstellern beziehen.

„Pro Tag stellen wir derzeit 600 bis 700 Tüten Hundekekse her. Das entspricht circa zwei Tonnen Ware pro Monat“, freut sich Michael Verhage. Seit dem Umzug an die Ostsee arbeitet Keksdieb mit der Spedition Sander in Rostock zusammen, die die palettierte Ware und maßgeschneiderte Holzdisplays über das CargoLine-Netzwerk an Zoofachgroßhändler in Deutschland, Österreich und der Schweiz liefert. Der Direktversand an Zoohandlungen läuft über einen Paketdienst.

„Dass wir letztes Jahr den Existenzgründer-Sonderpreis der Ostsee-Zeitung gewonnen haben, spornt uns ungeheuer an. Als Nächstes werden wir wohl jemanden für Verpackung und Versand einstellen müssen, um alle Bestellungen zu wuppen, zumal wir uns von der Teilnahme an der INTERZOO 2016 neue internationale Kontakte und Neukunden erhoffen“, wagt Verhage einen Blick in die nahe Zukunft. Hundebesitzer und ihre Vierbeiner werden darüber höchst erfreut sein. <

www.keksdieb.de

<https://de-de.facebook.com/keksdieb.de>

Superimage

Alle zwei Jahre im Februar erwartet die Logistikbranche gespannt die Ergebnisse des Image-Rankings der Zeitschrift Verkehrs Rundschau. CargoLine hatte 2016 wieder allen Grund, sich zu freuen: Mit Platz fünf in der Kategorie „Spedition & Kontraktlogistik“ gelang ihr die bisher beste Platzierung im Ranking überhaupt. Noch dazu ließ sie wieder einmal alle anderen Stückgutkooperationen und zahlreiche namhafte Großunternehmen hinter sich.

IMAGE AWARD

2 0 1 6

TRANSPORT + LOGISTIK

Das Ranking spiegelt das Image und die Bekanntheit der circa 100 führenden Anbieter von logistischen Produkten und Dienstleistungen in Deutschland wider. Zur Ermittlung befragte das unabhängige Lüdinghausener Marktforschungsinstitut Kleffmann im Auftrag der Zeitschrift gut 400 Logistikentscheider in deutschen Industrie- und Handelsunternehmen (Kunden und Nicht-Kunden). <

CargoLine-Tag der Kontraktlogistik Outsourcing als Win-win-Situation

27. September 2016
in Osnabrück
Details erfahren Sie von Ihrem CargoLine-Partner!



CargoLiner fahren Spende für Bärenherz ein

„Bärenherz gibt Familien, deren Kind lebensverkürzend und unheilbar erkrankt ist, durch eine umfassende Betreuung ein Stück Lebensqualität zurück. Wir freuen uns, Sie mit dieser Spende erneut dabei zu unterstützen.“ Mit diesen Worten übergab Jörn Peter Struck, Vorsitzender der CargoLine-Geschäftsführung, der stellvertretenden Geschäftsführerin der Bärenherz Stiftung, Anja Eli-Klein, Mitte Februar 2016 einen Scheck über 1.030 Euro.

500 Euro davon machten die CargoLine-Partner möglich: Für jeden originalgetreuen CargoLine-Bärenherz-Modell-Lkw, den sie 2015 von der Systemzentrale erwarben, wurden fünf Euro für die Wiesbadener Stiftung beiseitegelegt. Darüber hinaus kam ihr wie jedes Jahr die Kaffeekasse der Systemzentralen-Mitarbeiter – 530 Euro – zugute.

Langfristige Verbundenheit

CargoLine engagiert sich bereits seit 2006 für die Bärenherz Stiftung, die unter anderem die gleichnamigen Kinderhospize in Wiesbaden und Leipzig finanziell fördert (www.baerenherz.de). Dort bekommen Kinder und Jugendliche, deren Lebenserwartung stark reduziert ist, pflegerische und medizinische Versorgung als Kurz- oder Langzeitpflege. Darüber hinaus leistet die Einrichtung eine individuelle Betreuung der Eltern und Geschwisterkinder auch über den Tod des Kindes hinaus.



Wer Bärenherz ebenfalls Gutes tun möchte, kann den Modell-Lkw im Format 1:87, der neben dem CargoLine-Logo unter anderem das Maskottchen und den Schriftzug der karitativen Einrichtung zeigt, auf www.cargoline.de/baerenherz erwerben. <

Kissel Spedition erstmals „Partner des Jahres“



V. l. n. r.: Stellvertretend für ihre Unternehmen nahmen die Geschäftsführer Michael Moritz (HARTMANN International), Michael Kissel (Kissel Spedition) und Wolfram Fritz (Fritz Gruppe) die Pokale für den „CargoLine-Partner des Jahres“ entgegen.

Welch gelungene Überraschung: Mit einem deutlichen Punktevorsprung entschied die Kissel Spedition (Stockstadt am Main) das alljährliche CargoLine-Qualitätsranking erstmals für sich. „Kissel ist ein typischer Hidden Champion. Seit seiner Gründung 1979 wächst das Familienunternehmen beständig und mit kontinuierlich guter

Leistung. Das spiegelt sich im gleichmäßig erfolgreichen Abschneiden in allen Bewertungskategorien des 2015er Rankings wider“, unterstreicht Jörn Peter Struck, Vorsitzender der CargoLine-Geschäftsführung.

Engagement zahlt sich aus

Platz zwei ging an die Fritz Gruppe (Heilbronn), die HARTMANN International (Paderborn) in einem spannenden Kopf-an-Kopf-Rennen auf den dritten Rang verwies. Die Fritz Gruppe, im Vorjahr noch auf Platz 12, punktete vor allem durch eine überdurchschnittlich gute Leistung im Bereich Beschaffungslogistik und das Engagement in den Gremien der Kooperation. Dass HARTMANN International als Neuling gleichfalls der Sprung aufs Treppchen gelang, beweist für Struck, dass der Wechsel der Spedition Ende 2014 von einer kleineren Kooperation zur CargoLine richtig war.

Zur Ermittlung der „Partner des Jahres“ wertet das Netzwerk über zwölf Monate hinweg Kennzahlen aus wie die Auslieferquote in vorgegebener Qualität und Zeit, die prozentuale Steigerung der Sendungszahlen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, die Qualität des Schnittstellen-Scannings zur Packstückverfolgung sowie die Mitarbeit in Arbeitskreisen und Entscheidungsgremien der Kooperation. Die Preisverleihung fand im Rahmen der Franchisenehmer-Vollversammlung am 15. März in Seeheim-Jugenheim statt. <

Hochstapeln mit CargoLine

Never change a running system? Das sah der Arbeitskreis „Innovation“ der CargoLine anders und empfahl den Austausch der bisherigen Standard- gegen High-Cube-Wechselbrücken. Nach Speed-Dating und Praxistest folgt nun schrittweise die Umstellung.

Mit den schmutzigen Speditionen im sonntäglichen Abendkrimi „Tatort“ haben die CargoLine-Betriebe wenig gemein. Stattdessen finden in freundlichen Büros und sauberen Hallen zertifizierte Abläufe statt. Zur kontinuierlichen Prozessverbesserung investiert die Kooperation sogar in einen Arbeitskreis „Innovation“. Der schlug 2014 vor, den bisherigen Wechselbrückenpool des Verbunds sukzessive gegen High Cubes auszutauschen. Die sind 7,82 statt 7,45 Meter lang und erlauben die durchgängige Doppelstockverladung mittels eines flexiblen zweiten Ladebodens. Die Ladekapazität steigt so um mehrere Stellplätze je Zug an. Damit könne CargoLine besser mit der steigenden Zahl von Sendungen im Netzwerk und den sich wandelnden Kundenanforderungen umgehen.

Heißes Date

Doch würden sich die High Cubes nahtlos in bestehende Prozesse einfügen? Ein Praxistest sollte Klarheit schaffen, immerhin galt es, gegebenenfalls mehr als 3.000 Wechselbrücken auszutauschen. Um zu klären, auf welchen Relationen ein solcher Test sinnvoll wäre, fanden sich die Speditions- und Verkehrsleiter der einzelnen CargoLine-Partnerbetriebe zu einem Speed-Dating zusammen. Die persönlichen Vorlieben eines jeden Teilnehmers waren dort allerdings kein Thema. Vielmehr bekam jedes Unternehmen jeweils 15 Minuten Zeit, High-Cube-relevante Daten mit den Kollegen auszutauschen.

Auf Herz und Nieren

In der Folge maßen neun CargoLine-Partner über drei Monate hinweg zwölf Parameter bei der Nutzung von 7,45-Meter-Einheiten auf zwölf Hauptläufen. Dazu gehörten unter anderem die verladene Kilogramm pro Lademeter im Sendungsausgang, der Verbrauch pro Relation in Litern, die Anzahl der gemeldeten Beschädigungen von Ware im Sendungseingang, die Abweichung der Abfahrtszeit und die benötigte Zeit zur Entladung des Sendungseingangs. Anschließend führten sie die Messung derselben Parameter drei Monate lang auf denselben Strecken bei Nutzung von High Cubes durch. Darüber hinaus gaben die Fahrer, Disponenten und Lademeister ihre persönlichen Eindrücke und das erhaltene Kundenfeedback wieder.

Effizient und ökologisch

Das Ergebnis war eindeutig: Die effektive Nutzung des Doppelstocks und mehr Volumen wurden bestätigt.

Gleichzeitig reduziert die flexibel einsetzbare zweite Ladeebene Transportschäden, da die obere Ware nicht auf die untere drückt. Durch den kürzeren Abstand zwischen Zugmaschine und Wechselbrücke entstehen weniger Luftverwirbelungen als bei klassischen Einheiten, der Luftwiderstand sinkt also – und damit der Kraftstoffverbrauch. Mehr Sendungen werden so ökologischer transportiert.

Umstellung bereits begonnen

Trotz teils notwendiger Investitionen – beispielsweise für Doppelstockameisen, Kombifahrzeuge mit hydraulischen Rahmen und Schulungen der Lagermeister, um die unfallsichere Lastverteilung zu trainieren und die Be- und Entladezeit zu minimieren – waren die CargoLiner dank der Testergebnisse schnell überzeugt.

Als Fazit beschlossen die Franchisenehmer auf ihrer Sitzung im September 2015, die 7,82 Meter langen High-Cube-Einheiten innerhalb der nächsten fünf Jahre zum neuen Standardsystem der CargoLine zu machen. Mit Stichtag 30. April 2016 sind bereits 260 Exemplare mit dem auffälligen roten CargoLine-Logo auf weißem Grund auf Deutschlands Straßen unterwegs – vielleicht auch schon in Ihrer Nähe. <



Iranischer Frühling

Ein ganzes Jahrzehnt war die einstige Industrienation durch Wirtschaftssanktionen vom Weltmarkt abgeschnitten. Nun rollen die Lkw wieder Richtung Iran. CargoLine verlässt sich dabei auf seinen Partner Militzer & Münch: Als Persien-Pionier kennt er die Lage vor Ort ganz genau.

Es war vergleichsweise ruhig geworden um das große Land. Schließlich hatte das Wirtschaftsembargo der EU die Handelsbeziehungen mit dem Iran regelrecht stillgelegt. Nach Einigung im Atomstreit ist es nun endlich so weit: Die ökonomischen Beziehungen blühen wieder auf, und das Land kann seinen ganz eigenen Frühling erleben.

Damit offenbaren sich große Potenziale für europäische Unternehmen, deren Produkte für den iranischen Markt interessant sind. Ob im Bereich Gesundheit, Agrarwirtschaft, Fahrzeug- und Maschinenbau, Umwelt- und Energietechnik, Gas- und Ölindustrie oder Wasseraufbereitung: Das Land hat einen enormen Nachholbedarf. „Die iranische



Ziel von 15 bis 20 Millionen Pilgern und Touristen pro Jahr: der Imam-Reza-Schrein in Maschhad.

Regierung will die lokale Produktion und Wertschöpfung deutlich erhöhen. Dabei beziffert sie den Investitionsbedarf bis 2023 auf rund 1.000 Milliarden US-Dollar. Ein Drittel davon soll durch ausländische Mittel gedeckt werden“, weiß Simon Fundel. Er arbeitet seit sieben Jahren für den CargoLine-Partner Militzer & Münch (M&M) und hält sich regelmäßig im Iran auf. Seit März dieses Jahres verantwortet er die Bereiche Research und Consulting sowie Handel und Vertrieb für M&M-Schwester-gesellschaften in der islamischen Republik.

Die Lage „gecheckt“

Zu den Schwestern von M&M gehört auch die PTB Group: Sie ist die Nummer eins der iranischen Logistiker (siehe Kasten). „Gemeinsam mit den Kollegen von PTB haben wir uns gezielt auf die Lockerung der Sanktionen vorbereitet“, erklärt Simon Fundel. „So reiste unter anderem eine M&M-Delegation aus Deutschland, der Schweiz, Bulgarien, der Ukraine und Russland nach Teheran, um sich vor Ort über Abläufe und Regularien auszutauschen, neue Transportrouten zu diskutieren, das Zollterminal zu besichtigen und die Rolle der Bahn als weiterem Verkehrsträger neben Lkw, Flugzeug und Schiff zu untersuchen.“ Auch mit den Kunden ist man im engen Austausch. Sie haben viele Fragen – beispielsweise zur Außenwirtschaft, zur Finanzierung oder dem Zahlungsverkehr. „Wir beraten sowohl Unternehmen, die früher bereits Handel mit dem Iran getrieben haben, als auch solche, die hier Neuland betreten. Dazu gehören nicht nur große Konzerne, sondern auch mittelständische Betriebe“, erklärt Simon Fundel.

„Made in Germany“ ist „in“

Mit den aufkommenden Geschäftsbeziehungen wird der Bedarf an Transporten steigen – auch, wenn dies zurzeit noch nicht spürbar ist. „Das Finanzsystem läuft erst langsam wieder an, und viele iranische Unternehmen haben ihre Aufträge zurückgestellt, da sie auf bessere Preise spekulieren“, erklärt Fundel. Dennoch ist er optimistisch. „Dank der guten Erfahrungen ist gerade ‚Made in Germany‘ im Iran sehr beliebt.“ Das

zeigen auch die Zahlen: Mit einem Handelsvolumen von 4,4 Milliarden Euro war die islamische Republik 2005, also kurz vor Einsetzen der Sanktionen, der wichtigste Exportmarkt im Nahen und Mittleren Osten für die deutsche Wirtschaft.

Alles „easy“?

Allerdings ist der Iran von politisch teilweise instabilen Ländern umgeben; das Auswärtige Amt warnt zudem vor Konflikten in den Grenzgebieten. Sind vor diesem Hintergrund sichere Transporte überhaupt möglich? „Trotz seiner Grenzen zu Afghanistan, Irak und Pakistan ist das Land sehr stabil“, meint Fundel. Zudem weiß Militzer & Münch aufgrund seiner langjährigen Transporte in Richtung Iran, wie sie zuverlässig zu bewerkstelligen sind: Schließlich ist das Unternehmen hier seit 55 Jahren als Logistikdienstleister unterwegs und gilt als ausgewiesener Eurasienexperte. „Über unsere Schwesterfirma und CargoLine-Partner M&M Bulgarien beispielsweise haben wir den Iran erfolgreich an den Hub in Sofia angebunden. So können wir über das Netzwerk Stückgutsendungen, Teilpartien und Komplettladungen verladen, womit die Laufzeit bis Teheran etwa zehn bis zwölf Tage beträgt“, sagt Simon Fundel.

Gemeinsames Essen statt Telefonkonferenz

Der M&M-Manager ist auch persönlich sehr angetan vom Iran: „Ich rate jedem, den Iran zu besuchen, um sich eine eigene Meinung zu bilden. Die Nation hat sehr viel zu bieten, und die Menschen sind sehr zuvorkommend. Auch besteht ein großes Bedürfnis, den Kollegen aus dem Ausland die eigenen Traditionen, Kulturstätten und das Essen näherzubringen. Einladungen privat nach Hause, um die Familie kennenzulernen, werden häufig ausgesprochen.“ Simon Fundel wird zukünftig noch häufiger vor Ort sein. Schließlich weiß er aus Erfahrung, „dass ein gemeinsames Essen dort eine sehr gute Möglichkeit ist, Geschäfte vorzubereiten oder zu beschließen. Telefonkonferenzen hingegen nicht.“

Militzer & Münch und PTB

Seit Oktober 2009 ist Militzer & Münch (M&M) der CargoLine-Partner für Osteuropa, die GUS-Staaten, den Maghreb sowie den Nahen und Mittleren Osten. Gut 50 Jahre zuvor rollte bereits der erste Lkw von M&M durch den Iran. 1961 gründete der Logistiker das iranische Schwesterunternehmen PTB. Mit mehr als 600 Mitarbeitern, 15 Niederlassungen sowie 24.000 Quadratmetern überdachter und 300.000 Quadratmetern offener Lagerfläche, Zollabwicklung und eigenen Terminalbetrieben mit Schienenanbindung ist die PTB Group der führende Logistikdienstleister Irans. www.mumnet.com

Der Iran

Die Regierung

Im Sommer 2013 wurde Dr. Hassan Rohani zum Präsidenten des Iran gewählt. Er gilt als moderat und machte eine verbesserte Wirtschaftslage und die Aufhebung des Nuklear-Embargos zu seinen Zielen. Ihnen ist er mit der Lockerung der EU-Wirtschafts- und Finanzsanktionen im Januar 2016 einen bedeutenden Schritt nähergekommen.

Das Land

Der Iran ist etwa viermal so groß wie Deutschland und liegt zwischen dem Kaspischen Meer und dem Persischen Golf. Der Großteil der islamischen Republik ist geprägt von Wüsten und hohen Gebirgen. Zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen Irans zählen laut Auswärtigem Amt die Öl- und Gasindustrie, die petrochemische, die Kfz- und die Metallindustrie sowie die Landwirtschaft.

Die Menschen

Die größte Volksgruppe unter den 78,1 Millionen Iranern stellen mit mehr als 50 Prozent die Perser dar. 99 Prozent der Bevölkerung sind Muslime – davon 90 Prozent Schiiten (in anderen islamischen Ländern leben überwiegend Sunniten). Die iranische Bevölkerung ist überdurchschnittlich jung und vergleichsweise gut ausgebildet. Das gilt auch für Frauen: Die Frauenquote im Head Office des M&M-Partners PTB beispielsweise liegt bei über 50 Prozent.

Die Infrastruktur

Das Straßennetz im Iran ist im Vergleich zum Schienennetz bestens ausgebaut. Fernstraßen wie die Autobahn Teheran – Isfahan von Norden nach Süden sind auf dem neusten Stand. Auch von Ost nach West gibt es sehr gute mehrspurige Straßen.

Die Geschäftskultur

- > Korrespondenzsprache ist Persisch, häufig Englisch, gelegentlich Deutsch.
- > Persisch-Kenntnisse sind von großem Vorteil.
- > Das iranische Wochenende ist am Donnerstag und Freitag.
- > Iraner sind nicht immer pünktlich, erwarten aber Pünktlichkeit.
- > Kurzfristige Änderungen aller Absprachen sind normal.
- > Die Tagesordnung wird oft nicht eingehalten.
- > In einer Gesellschaft sollte man die „Ranghöchsten“ zuerst reden lassen und die Damen zuvorkommend behandeln.
- > Es kommt gut an, wenn man lächelt und trotz Selbstbewusstseins Bescheidenheit ausstrahlt.
- > Korrespondenz allein führt in der Regel nicht zum Erfolg. Der persönliche Kontakt ist entscheidend.
- > Iraner ziehen Geschäftsessen Telefonkonferenzen vor.

Eine starke Gemeinschaft

Flächendeckung und Netzwerkstabilität sind das A und O eines Transportverbunds. Doch was tun, wenn der Partner an einem Standort unvermittelt ersetzt werden muss? CargoLine hat mit der Übernahme von Kochtrans in München und der Fortführung als Tochterunternehmen einen Präzedenzfall geschaffen. Möglich wurde er durch den branchenweit unüblichen Schulterabschluss der Gesellschafter.

A BX, Südkraft und Wincanton gibt es nicht mehr, Ascherl wurde von Noerpel übernommen – am Standort München haben sich schon viele Transport- und Logistikdienstleister die Zähne ausgebissen. Denn die mit 1,5 Millionen Einwohnern drittgrößte Stadt Deutschlands benötigt wohl viele Güter, verfügt aber selbst kaum über verladende Industrie. Teure Mieten sowie hohe Löhne und Gehälter machen es Spediteuren zudem schwer, profitabel zu arbeiten.

Dass dem nicht zwangsläufig so sein muss, beweist CargoLine. Die Stückgutkooperation übernahm 2011 die Gesellschafteranteile ihres damals defizitären Münchner Partnerunternehmens Patrick G. Koch GmbH und verwandelte innerhalb von nur vier Jahren rote Zahlen in eine solide schwarze Null.

Positiv anders

Zum ersten Mal hatte eine Kooperation damit gewagt, dauerhaft Eigentümer zu werden – ein Schritt, der dem Wesen eines Franchiseverbunds eigentlich klar widerspricht. Während ein Speditionskonzern seine Niederlassungen bei Bedarf finanziell unterstützt oder neue aus dem Boden stampft und das Gesamtergebnis wichtiger ist als das ein-

zelner Depots, bietet eine Kooperation wie CargoLine ihren Partnern zwar einen einheitlichen Handlungsrahmen. Die Unternehmen sind normalerweise jedoch wirtschaftlich und rechtlich unabhängig; die Gewinne, die sie erwirtschaften, verbleiben in den einzelnen Betrieben. Die Verbundzentrale verfügt üblicherweise weder über die finanzielle Ausstattung noch die Manpower, Standorte zu betreiben.

Doch die CargoLiner waren aus Erfahrung klug geworden: „In Köln beispielsweise, wie München ein in speditioneller Hinsicht schwieriger Standort, haben wir 2007 nach der Insolvenz unseres dortigen Partners ein eigenes Depot betrieben. Das haben wir nach kurzer Zeit verkauft, weil wir das Führen eines Tochterunternehmens nicht als Kernaufgabe sahen. Ein Fehler: Den neuen Eigentümern fehlte der lange Atem, die Wende zu schaffen, andere Firmeninteressen standen zudem im Vordergrund. In München sollte uns das nicht wieder passieren“, erinnert sich Jörn Peter Struck, Vorsitzender der CargoLine-Geschäftsführung.

Aus Erfahrung klug

Denn auch in München hatte CargoLine zunächst Pech: Nach dem Verkauf des Kooperationspartners ABX Unterschleißheim an einen >





Erich Baumgärtel (links) mit einem Teil seines Teams: eine Mannschaft, die weiß, wie Stückgut funktioniert.

Logistikkonzern wurde Kochtrans 2009 neuer Partner. Der allerdings geriet durch die allgemein schlechte Konjunktur und falsche Planungen in eine finanzielle Schieflage. Also beteiligte CargoLine sich 2010 mit 51 Prozent am Unternehmen, um den Standort abzusichern. „Ehrlich gesagt hatten wir keine andere Wahl, denn Kochtrans war zu diesem Zeitpunkt der einzig passende unabhängige Mittelständler in der Region“, gesteht Struck. „Allerdings: Wenn wir schon finanzielle Unterstützung leisten, wollen wir auch ein Mitspracherecht bei allen Entscheidungen haben.“ Folglich machte CargoLine trotz der defizitären Lage bei Kochtrans von ihrem Vorkaufsrecht Gebrauch und erwarb 2011 die übrigen 49 Prozent vom Alteigentümer.

Bei der Entscheidung half, dass Erich Baumgärtel 2010 als Geschäftsführer zu Kochtrans stieß. Baumgärtel, der zuvor eine Speditionsniederlassung in München geleitet hatte und den lokalen Stückgutmarkt wie seine Westentasche kennt, ging behutsam, aber konsequent vor, um zumindest die Rentabilitätsschwelle zu erreichen: „Egal ob in Administration oder Produktion: Er hat es geschafft, die Mitarbeiter mit seinem Enthusiasmus anzustecken“, freut sich Struck. „Jeden Bereich, jeden Prozess haben sie akribisch auf seine Produktivität hin untersucht und Qualitätsmängel abgestellt. Die vorhandenen Kunden wurden auf Ertrag geprüft, die Akquise neuer Kunden intensiviert.“

Nachgefragt bei Erich Baumgärtel, Geschäftsführer bei Kochtrans

Was hat Sie 2010 daran gereizt, Geschäftsführer bei Kochtrans zu werden?

Es ist das, was ich „von der Pike auf“ gelernt habe. Mittelstand entspricht meiner persönlichen Einstellung, Mentalität und Philosophie, zudem hat die Chemie zwischen meinem Kogeschäftsführer Walter Götz und mir, aber auch zwischen Jörn Peter Struck und mir vom ersten Tag an gestimmt. Die Zugehörigkeit der Kochtrans zu einer der größten und wettbewerbsfähigsten Stückgutkooperationen spielte ebenfalls eine Rolle.

In welchem Zustand haben Sie das Unternehmen vorgefunden?

Durch eine etwas chaotische Zwischenphase, in der zu viele Köche den Brei verdorben haben, hatten die Mitarbeiter ein wenig den Glauben an sich selbst verloren. Aber ich war überzeugt davon – und das hat sich auch bestätigt –, bei Kochtrans eine Mannschaft vorzufinden, die weiß, wie Stückgutspedition funktioniert, die stabile Kundenbeziehungen und respektable Sendungsausgangsmengen hat und mit der die Schwierigkeiten im Sendungseingang kurzfristig in den Griff zu bekommen sind.

Wie viel Spielraum hatten Sie bei der Restrukturierung?

Die Verantwortlichen bei CargoLine und die Mitarbeiter von Kochtrans haben rasch erkannt, dass ich die Aufgabe mit Bedacht angehe. Nachdem wir uns in der Geschäftsleitung und bei CargoLine zudem sehr schnell einig waren, wie wir in ruhiges Fahrwasser kommen, hatte ich relativ freie Hand. Wir haben die Vorschläge unterbreitet, die Argumente, die für oder gegen ein Projekt gesprochen haben, und daraufhin wurde entschieden, umgesetzt und kontrolliert.



Warum hat aus Ihrer Sicht der Turnaround in München geklappt?

Wichtig war, dass die Geschäftsleitung von Kochtrans und die Verantwortlichen der Kooperation hinsichtlich der Ziele übereinstimmten. Die umzusetzenden Maßnahmen habe ich dann sehr eng mit Herrn Struck abgestimmt. Die CargoLiner waren zudem mutig genug, in Kochtrans zu investieren, beispielsweise 2012 in ein Hochregallager. Wir von Kochtrans dagegen

haben gehalten, was wir versprochen haben. Sowohl qualitativ als auch im Hinblick auf unsere Ergebnisentwicklung. Die Mitarbeiter hatten jedes Jahr ein erreichbares Ziel vor Augen, das motiviert umgesetzt wurde, wir haben in Aus- und Weiterbildung investiert und vor allem haben wir an die Kochtrans geglaubt!

Was gefiel Ihnen an der Unterstützung durch CargoLine?

CargoLine hat der Kochtrans und mir die Zeit gegeben, die notwendig ist, einen solchen Restrukturierungsprozess umzusetzen. Außerdem haben uns die Verantwortlichen bei CargoLine spüren lassen, dass sie Vertrauen in das Unternehmen Kochtrans und in mich haben, den Turnaround zu schaffen. <

Masochisten oder Engel?

Einfach war es dennoch nicht: Während die Kosten für Personal, Subunternehmer und Miete in München stets deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt liegen, drücken die vorhandenen Transportüberkapazitäten auf die Preise. Dazu kamen Altlasten aus dem Krisenjahr 2009. Insgesamt ein großer Batzen Geld, den zu schultern die 16 Gesellschafter der CargoLine jedoch zugesichert hatten. Wie wenig selbstverständlich das ist, zeigt die Reaktion anderer Kooperationen: „Dafür zollen die uns Respekt“, weiß Struck aus Gesprächen mit anderen Verbundgeschäftsführern. „In keinem anderen Netzwerk gibt es einen solchen Zusammenhalt unter den Partnern, zumal wir hier nicht von Konzernen mit entsprechender finanzieller Ausstattung sprechen, sondern von Mittelständlern. Wenn etwas schiefgeht, trifft das 16 Unternehmen direkt im Geldbeutel.“

Entsprechend groß war die Motivation aller Beteiligten, die Wende zu schaffen. Inzwischen hat Kochtrans bei seinen Aus- und Eingangssendungen ein Verhältnis von 40 zu 60 erreicht, worauf Baumgärtel zu Recht stolz ist. Mit 24,1 Millionen Euro Jahresumsatz, von denen 19,5 Millionen auf das Stückgutgeschäft entfallen, erreichte das Kochtrans-Team Ende 2015 erstmals eine „schwarze Null“. Damit rückt das Ziel, den Standort München langfristig abzusichern, ein ganzes Stück näher.

Eintagsfliege oder Blaupause?

Ob das Modell auch auf andere Standorte übertragbar ist, wird sich zeigen: Seit Anfang 2015 ist der Verbund Eigentümer der TLT Berlin in Potsdam. Auch hier hat er nach kurzer Zeit der Beteiligung die übrigen Anteile vom Altgesellschafter erworben. Jörn Peter Struck selbst fungiert als Geschäftsführer, als Niederlassungsleiter kam Frank Michel an Bord: „Unser Modell kann nur funktionieren, wenn die leitenden Personen im Sinne der CargoLine agieren. Das sind wir unseren Gesellschaftern als Geldgebern und unseren Kunden schuldig“, betont Struck.

In seiner kurzen Zeit bei TLT hat der Berliner Stückgutexperte Michel schon einiges bewegt: „Wir haben den Nahverkehr umstrukturiert, um die Stoppquoten zu erhöhen, durch die Neuaufteilung der Halle konnten wir die Ladezeiten der Fahrzeuge um bis zu 50 Prozent verringern, die EDV wurde an die Anforderungen angepasst, eine veränderte Linienstruktur hat die Fixkosten um 45 Prozent reduziert, wir haben Prozesse geschult, konnten neue Kunden gewinnen und vieles mehr. Vor allem aber war mir wichtig, die Mitarbeiter mitzunehmen und ihnen Leitplanken in der täglichen Arbeit zu geben. Also haben wir in einzelnen Abteilungen Strukturen und Verantwortlichkeiten geschaffen. Außerdem haben wir erstmals in der Geschichte der TLT ein Rampenfest und ein Weihnachtessen abgehalten.“

Wie in München soll es nach den Plänen der 16 Gesellschafter auch in Potsdam gelingen, den Verlust kontinuierlich zu reduzieren. Ziel ist es, bereits in diesem Jahr einzelne Monate mit schwarzen Zahlen abzuschließen und ab 2017 die Unterstützung der CargoLiner abzubauen.

„Das finanzielle Engagement unserer Gesellschafter soll keine Dauerlösung werden“, erklärt Struck. „Für unsere Kunden ist es jedoch wichtig zu wissen, dass wir mit allen Mitteln die Flächendeckung gewährleisten.“ <

Nachgefragt bei Stefan Seils, CargoLine-Beiratsvorsitzender



Was sind die Kriterien, die die CargoLiner an eine Übernahme anlegen?

Für uns steht die Netzwerksicherheit im Vordergrund. Damit ziehen wir die Übernahme eines Standortes nur in Betracht, wenn es uns dort nicht gelingt, einen anderen Kollegen für die Mitarbeit im CargoLine-Verbund zu gewinnen.

Gibt es eine finanzielle Schmerzgrenze für die Gesellschafter?

Sicherlich gibt es die immer. Bisher sind wir jedoch glücklicherweise an sie noch nicht herangekommen.

Wie viel Überzeugungsarbeit mussten Sie als Beiratsvorsitzender leisten, um die CargoLine-Gesellschafter zur Übernahme von Kochtrans und TLT zu bewegen?

Da auch Bursped Gesellschafter ist, musste ich genauso wie die anderen Gesellschafter von der Notwendigkeit und der Zukunftsfähigkeit überzeugt werden. Wir haben die Frage jeweils kurzfristig im Kreis der Gesellschafter besprochen und dann rasch entschieden. Das ist der Vorteil im Mittelstand: Wir diskutieren – auch streitig –, entscheiden dann aber schnell und einvernehmlich.

Kann TLT eine Erfolgsstory wie Kochtrans werden?

Ja. Die Erfahrung zeigt, dass sich die Stabilisierung der Qualität positiv auf die Abläufe auswirkt. Das ist die Voraussetzung, um das finanzielle Ergebnis zu verbessern. Daraufhin kann ein Betrieb in Ruhe das Kundengeschäft ausweiten. So gilt es zwar eine Durststrecke zu überstehen, sie ist zeitlich und finanziell jedoch überschaubar. Und es braucht eine gute Mannschaft, die den Betrieb wirklich in allen Belangen nach vorn bringen will.

Wie viel Freiheit muss CargoLine dem TLT-Niederlassungsleiter Frank Michel geben?

Jeder Standortverantwortliche braucht zunächst das Vertrauen seiner Vorgesetzten oder Gesellschafter. Er muss die Freiheit haben, seine Mannschaft zumindest überwiegend selbst aufzustellen, damit er stets die entsprechende Unterstützung erfährt. Und wie bei jedem anderen Betrieb auch muss die Bereitschaft bestehen, neue Wege zu beschreiten, neues Geschäft anzugehen und auch die damit verbundenen Risiken auf sich zu nehmen. Nur so kann sich ein Betrieb entwickeln.

Welche Vorgaben gibt es für ihn seitens CargoLine?

Wir verfügen über sehr gute Kennzahlen aus unseren Strukturdaten und sind in der Lage, genaue Budgets zu erstellen. Da wir sie monatlich exakt abgleichen, Abweichungen analysieren und auf höchster Ebene besprechen, können wir sehr schnell notwendige Verbesserungen einleiten und die damit verbundenen Potenziale heben. Die enge Begleitung der Standortverantwortlichen besteht also zum einen in Hilfe und Unterstützung, zum anderen in der kritischen Nachkontrolle getroffener Entscheidungen. <

Adelante – Vorwärts!

Die Spanierin Arantza Losada absolviert bei der ZUFALL logistics group in Göttingen ihre Ausbildung zur Kauffrau für Spedition und Logistikdienstleistung. Das Erlernen der deutschen Sprache ist für sie eine wesentliche Voraussetzung für die Integration.

In Spanien ist jeder zweite Jugendliche zwischen 15 und 24 Jahren ohne Job. In Deutschland hingegen können Ausbildungsplätze oft nicht besetzt werden. Die Industrie- und Handelskammer in Göttingen hat daher das Spanien-Projekt Adelante! (Vorwärts) ins Leben gerufen und in Zusammenarbeit mit der Volkshochschule umgesetzt. Seit über zwei Jahren befinden sich nun mehrere junge Spanier und Spanierinnen in Südniedersachsen in der dualen Berufsausbildung. Auch die ZUFALL logistics group in Göttingen beteiligt sich an diesem Programm und übernahm im Frühjahr 2013 die damals 25-jährige Arantza Losada nach einem dreimonatigen Praktikum in die Ausbildung zur Kauffrau für Spedition und Logistikdienstleistung. „Eigentlich sollten damals neun Lehrlinge eingestellt werden, mit Arantza wurden es dann zehn. Aber das wollten wir so, denn sie hat uns durch ihre Leistungen, ihr Engagement und die Freude an der Arbeit überzeugt“, sagt Dorte Watermann, Abteilungsleiterin Aus- und Weiterbildung beim Unternehmen.

Direkter Kontakt mit Fahrer und Kunden

Arantza Losada kommt aus dem Baskenland im Nordwesten Spaniens. Sie hatte dort bereits zwei Ausbildungen absolviert – die erste im Bereich Verwaltung und Finanzen, die zweite im Verkehrsmanagement. Ein Anruf ihrer Schule machte sie auf das Adelante-Programm aufmerksam, bei dem sie sich prompt bewarb. Bei ZUFALL wurde sie dann an der ersten Station ihrer Ausbildung in der Abteilung Nahverkehr in Göttingen eingesetzt. „Die ersten Wochen meiner Ausbildung waren anstrengend, weil ich nicht alles verstanden habe“, erinnert sie sich. „Die Theorie war nicht so schlimm, die ist in Spanien genauso. Aber das Reden in der Praxis fiel mir zunächst schwer. Schließlich konnte ich nur einige Brocken Deutsch: ‚Hallo! Wie geht es? Tschüs!‘ Ansonsten habe ich auf Englisch kommuniziert und mich mit Händen und Füßen verständigt, obwohl das nicht gewünscht war. Man ermunterte mich immer wieder, Deutsch zu sprechen.“ Und das war wohl auch gut so, denn trotz der anfänglichen Schwierigkeiten hatte sie nach relativ kurzer Zeit die ihr fremde Sprache erlernt.

Zu ihren Aufgaben gehört nun die Abfertigung der Fahrerdokumente ab dem frühen Morgen. Sie prüft sie auf Vollständigkeit und ergänzt fehlende elektronische Daten. Dabei spricht Frau Losada täglich direkt mit den Disponenten und Fahrern und vereinbart telefonisch mit den Kunden die Zustell- und Abholtermine. Dazu stimmt sie sich entsprechend mit den Fachabteilungen ab. „Verständigungsprobleme hat sie keine mehr“, sagt Dorte Watermann zufrieden. „Wenn sie mal etwas nicht versteht, fragt sie einfach freundlich nach.“

Zweite Heimat

Angesichts der aktuellen Migrationsdebatte in Deutschland wünscht sich Arantza Losada vor allem eins: echte Verständigung. „Meiner Meinung nach sollte man den Leuten noch mehr helfen, Deutsch zu lernen, damit sie sich hier auch zu Hause fühlen. Das ist der erste Schritt für eine Zukunft in Deutschland“, spricht sie aus eigener Erfahrung. Mittlerweile ist Deutschland zur zweiten Heimat der jungen Spanierin geworden und ihre Kollegen und Kolleginnen bei der ZUFALL logistics group schon fast so etwas wie Familie. Auch sonst fühlt sie sich hier wohl. „Ich liebe es zu reisen und habe in Deutschland bereits viele große Städte besucht. Hamburg gefällt mir dabei besonders gut. Es erinnert mich im Flair an meine Heimatstadt Vitoria-Gasteiz.“ Neben der Ausbildung trifft sie sich mit Freunden und geht regelmäßig zum Zumba-Kurs in ein Fitness-Center. Das Wichtigste für sie ist aber nun die Abschlussprüfung: Die will sie natürlich mit einem guten Ergebnis bestehen. <



Wenn's rundlaufen soll

„Wir und letztendlich auch unsere Kunden profitieren vom zuverlässigen Einsatz unserer Lkw“, stellt Uwe Lachmann, Speditionsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung von HARTMANN International fest. Er verweist in diesem Zusammenhang auf den Flottenservice Conti360° Fleet Services von Continental, der für die erforderliche Mobilität die entsprechenden Dienstleistungen erbringt.

Manchmal haben Kleinigkeiten eine große Wirkung. Ein zu geringer Reifenluftdruck sorgt für höheren Kraftstoffverbrauch, eine schnellere Abnutzung an den Außenkanten der Laufflächen und damit für schnelleren Verschleiß. Die hierdurch entstehende Erwärmung des Reifens kann letztlich zum Ablösen der Karkasse und damit zum Totalausfall führen. Ein weiteres Beispiel ist die oftmals unbemerkte minimale Fehlausrichtung der Spur. Werden diese Abweichungen jedoch rechtzeitig erkannt und korrigiert, lassen sich die Laufleistung eines Reifens um zehn Prozent steigern und bis zu drei Prozent Kraftstoff einsparen. Unternehmen, die über eigene Lkw verfügen, können also allein durch einen regelmäßigen und professionellen Flottenservice unnötige Kosten von vornherein vermeiden. Dies ist einer von vielen Gründen, warum CargoLine-Partner HARTMANN International an seinen Standorten Paderborn und Ibbenbüren seit vielen Jahren mit Conti360° Fleet Services von Continental und dem angeschlossenen Servicenetz von Vergölst zusammenarbeitet.

Wieder schnell auf der Straße – garantiert

Das Serviceprogramm von Continental hatte seinen Auftakt bereits 1978. Damals offerierte das Unternehmen als erster Anbieter einen europäischen Reifenpannendienst, der heute in 37 Ländern abgerufen werden kann. Rund 7.000 Servicepartner leisten an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr schnelle Hilfe. So garantiert Conti360° eine maximale Standzeit von drei bis vier Stunden, abhängig vom jeweiligen Land. Neben dem Pannendienst wird umfassendes Reifenmanagement geboten: Hier hat der Fuhrparkbesitzer die Wahl zwischen einem Vertrag, bei dem die Kosten fallweise berechnet werden, also beispielsweise pro Reifen, und einem, bei dem nach Kilometern abgerechnet wird. Beide Verträge sind modular aufgebaut und damit an die Bedürfnisse des Kunden anpassbar.

Einheitliche Standards senken das Risiko

Zu besagten Modulen zählen unter anderem die Reifenkontrolle und das fachgerechte Montieren von neuen oder runderneuernten Continental-Reifen: entweder bei einem Conti360°-Partner oder direkt am Standort der Fahrzeuge – sogenannte Service-Mobile machen dies möglich. Uwe Lachmann, Speditionsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung von HARTMANN International, sieht „in dem einheitlichen Standard beim Reifenservice und Einkauf, der unabhängig vom Stand-



Mit dem ContiPressureCheck™-Handgerät wird der Luftdruck geprüft.

ort des Fuhrparks ist, einen klaren Vorteil. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis ist stimmig und der finanzielle Aufwand gut kalkulierbar.“

Bei der Kontrolle der Reifen werden sie im Hinblick auf Druck, Profiltiefe, Laufleistung, Verschleiß und Schäden geprüft und die Ergebnisse in einem Protokoll festgehalten. Sollte das Profil der Reifen zum Ende der Nutzungsdauer abgefahren sein, übernimmt Continental das Abholen der Karkassen, inspiziert sie, bewertet ihre Wiederverwendbarkeit und kauft sie an oder entsorgt sie fachgerecht.

Alles aus einer Hand

In gemeinsamer Abstimmung mit der betriebseigenen Werkstatt nimmt HARTMANN das komplette 360°-Portfolio in Anspruch. „Für uns ist das optimal, denn alles kommt aus einer Hand. Zudem sind unsere fest eingesetzten Frachtführer in das Reifenkonzept eingebunden, was den Lkw-Einsatz kalkulierbar macht“, sagt Uwe Lachmann. Vorteile, die mittlerweile auch andere CargoLiner und ihre Fuhrunternehmer nutzen.

www.conti360.com/de

Transportlogistik. Kontraktlogistik. Europaweit. Einer unserer Partner ist garantiert in Ihrer Nähe.

► 0....

L. Wackler Wwe. Nachf. GmbH
01723 Wilsdruff
Finsterwalder Transport und Logistik GmbH
06112 Halle/Saale

Spedition Balter und Zimmermann GmbH
07554 Korbußen

► 1....

TLT Berlin GmbH
14478 Potsdam
Hans Sander GmbH & Co. KG
18146 Rostock
Transporte & Logistik Theurer GmbH
19077 Lübesse

► 2....

Jeschke & Sander Spedition GmbH
21129 Hamburg
KG Bursped Speditions-GmbH & Co.
22113 Hamburg
Petersen Mordhorst Logistics GmbH
24145 Kiel
Hans Sander Güterlinien Nah- und Fernver-
kehr, Spedition und Lagerung GmbH & Co. KG
25524 Itzehoe
moresco logistic GmbH
26789 Leer-Brinkum

BHS Spedition und Logistik GmbH
28197 Bremen

► 3....

Carl Köster & Louis Hapke GmbH & Co. KG
31319 Sehnde
HARTMANN International GmbH & Co. KG
33106 Paderborn
John Spedition GmbH
36124 Eichenzell
Friedrich Zufall GmbH & Co. KG
Internationale Spedition
37079 Göttingen
CargoLine Magdeburg
c/o CargoLine GmbH & Co. KG

► 4....

Nellen & Quack Logistik GmbH
41066 Mönchengladbach
BTG Feldberg & Sohn GmbH & Co. KG
46395 Bocholt
Heinrich Koch Internationale Spedition
GmbH & Co. KG
49090 Osnabrück

► 5....

CargoLine Köln
c/o CargoLine GmbH & Co. KG
Gustav Helmrath GmbH & Co. KG
55543 Bad Kreuznach
Spedition Balter GmbH & Co. KG
56218 Mülheim-Kärlich
Leopold Schäfer GmbH, Spedition
57290 Neunkirchen
Schmidt-Gevelsberg GmbH
Internationale Spedition
58332 Schwelm

► 6....

Kissel Spedition GmbH
63811 Stockstadt am Main
Hofmann Internationale Spedition GmbH
64584 Biebesheim am Rhein

CargoLine Saarlouis
c/o CargoLine GmbH & Co. KG
Mannheimer Transport-
Gesellschaft (MTG) Bayer GmbH
68169 Mannheim

► 7....

L. Wackler Wwe. Nachf. GmbH
73037 Göppingen
Fritz GmbH & Co. KG
74078 Heilbronn
HDLV GmbH
76189 Karlsruhe
Klumpff + Müller GmbH & Co. KG
77694 Kehl

CargoLine Aldingen
c/o CargoLine GmbH & Co. KG
Streck Transportges. mbH
79108 Freiburg

► 8....

Hinterberger GmbH & Co. KG
Spedition u. Logistik
84503 Altötting
Kochtrans Patrick G. Koch GmbH
85375 Neufahrn
CargoLine Augsburg
c/o CargoLine GmbH & Co. KG
Franz Lebert & Co., Internationale Spedition
GmbH & Co. KG
87437 Kempten
Lebert & Co. GmbH Internationale Spedition
88255 Baienfurt
Honold International GmbH & Co. KG
89231 Neu-Ulm

► 9....

Amm GmbH & Co KG Spedition
90451 Nürnberg
Streit + Co Internationale Spedition GmbH
93083 Obertraubling
Spedition Georg Graßl GmbH
94447 Plattling
amm logistics GmbH
95176 Konradsreuth
Schäflein Spedition GmbH
97520 Röhlein
AXTHELM + ZUFALL GmbH & Co. KG
99428 Nohra

► Internationale Partner

G. Englmayer Spedition GmbH
A-4600 Wels
Jöbstl Gesellschaft m.b.H.
A-8142 Wundschuh
Rotra Forwarding NV
B-1910 Kampenhout
M&M Militzer & Münch BG Co. Ltd.
BG-1336 Sofia
Interfracht Speditions AG
CH-4133 Pratteln
Lebert AG
CH-8280 Kreuzlingen
Raben Logistics Czech s.r.o.
CZ-251 01 Říčany Jažlovice
LEMAN International System Transport A/S
DK-2670 Greve
SALVAT LOGISTICA S.A.
E-08040 Barcelona

Ziegler France, Région Nord
F-59223 Roncq (Lille)
Ziegler France, Région Alsace Lorraine
F-67720 Hoerdts (Strasbourg)

Dimotrans Group
F-69330 Pusignan
OTEC International
F-94456 Limeil-Brévannes
FREJA Transport & Logistics Oy
FI-20100 Turku

M&M Militzer & Muench S.A.
GR-19300 Aspropyrgos
Englmayer Hungária Kft.
H-2051 Biatorbágy
Englmayer Zagreb d.o.o.
HR-10000 Zagreb

Stante srl
I-00040 Pomezia (RM)
S.I.T.A.M. S.r.l.
I-20010 Cornaredo (MI)
GRUBER Logistics SpA
I-37139 Verona
Brigl AG, Internationale Spedition
I-39100 Bozen

Geodis Ireland Limited
IR-Dublin 15
AD Services UAB
LT-06229 Vilnius
Cargomax SIA
LV-1012 Riga
Nortrail – Norsk Trailer Express AS
N-0614 Oslo

Rotra Forwarding BV
NL-6984 AA Doesburg
Lazar Logistik Sp. z o.o.
PL-43-187 Orzesze
Lusocargo (Sul) Transitários, Lda.
PT-2671-901 Loures (Lissabon)

M&M MILITZER & MUNCH ROMANIA SRL
RO-077096 Jud. Ilfov

TransFargo AB
SE-202 12 Malmö
Jöbstl d.o.o.
SLO-1231 Ljubljana-Črnuče
Ekol Lojistik A.S.
TR-34934 Sultanbeyli / Istanbul
Geodis UK Ltd.
UK-High Wycombe
Buckinghamshire HP12 3TW



Cargoline

Logistics Network

CargoLine GmbH & Co. KG
Lyoner Straße 15
60528 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 951550-0
info@cargoline.de
www.cargoline.de