

CargoTime

DAS MAGAZIN DER  CargoLine



Unternehmenskulturen
**Wie Werte
gedeihen**



Weshalb Qualität und Service für Münzing Chemie so wichtig sind. [▶ Seite 8](#)

Glatter geht's nicht



Warum Annett Gretscher gern mit 400 Pferdestärken unterwegs ist. [▶ Seite 15](#)

Traumberuf



Was der neue CargoLine-Beirat bewegen will. [▶ Seite 16](#)

Gemeinsam voran

Innovativ

Individuell

Zuverlässig



Wechselsysteme



Kühl-Sattelaufleger



Reparaturen & Ersatzteile



Die **Unternehmensgruppe BRÜGGEN** hat sich in ihrer langjährigen Geschichte vom Zulieferbetrieb zum innovativen Entwickler und Hersteller kompletter Nutzfahrzeuge und Wechselsysteme entwickelt und zählt heute zu den ersten Adressen des europäischen Nutzfahrzeugbaus. Die Unternehmensgruppe fertigt als Kompetenzpartner der Firma **KRONE** in zwei hochmodernen Werken qualitativ hochwertige Transportlösungen für anspruchsvolle Kunden. Ebenfalls hat man sich als Lieferant für Ersatz- und Zubehörteile, als Partner bei Reparaturen an Wechselsystemen und Kühlfahrzeugen **sowie als Full-Service-Anbieter für Wechselsysteme am Markt etabliert.**



Liebe Leser,

Werte beeinflussen entscheidend unsere Ziele, Mittel und Handlungsweisen. Das beginnt auf der persönlichen Ebene in der Familie und im Freundeskreis, lenkt unser tägliches Arbeiten und bestimmt auf globaler Ebene das Verhältnis der Wirtschaft zu Gesellschaft und Umwelt. Werden diese Werte außer Kraft gesetzt – Stichwort „Casino-Kapitalismus“ – hat dies katastrophale Folgen für die Volkswirtschaft.

Werte wie Zuverlässigkeit, Verantwortung und Partnerschaftlichkeit sind daher für uns wichtiger denn je. Damit sie allerdings täglich in den Unternehmen von allen gelebt werden, dürfen sie nicht von oben vorgegeben sein. Ganz bewusst haben wir mit unserem „Wert(e)transporter“ daher eine breite erfolgreiche Diskussion bei allen Partnern und ihren Mitarbeitern angeregt. Welche ungewöhnlichen Wege wir dabei noch beschritten haben, lesen Sie in unserem Fokusthema.

Gerne nehmen wir Sie anschließend mit in die Kräuter- und Pflanzenwelt des Schweizer Familienunternehmens Rausch, dessen Haar- und Körperpflegemittel der CargoLine-Partner Lebert zu Apotheken, Drogerien und Pharmaunternehmen in ganz Europa liefert. Außerdem führt Sie unser Heft mit einem Abstecher nach Heilbronn, wo der Additiv-Spezialist Münzing Chemie gemeinsam mit dem CargoLine-Partner Fritz für glatte Papieroberflächen und blasenfreie Lacke sorgt, von der orientalischen Seidenstraße nach Schwelm.

Darüber hinaus haben Sie Gelegenheit, eine Kraftfahrerin aus Leidenschaft sowie unsere Beiratsvorsitzenden Stefan Seils und André Biwer kennenzulernen. Letztere gewähren unter anderem einen (Aus)Blick in das Jahr 2013, wenn die CargoLine ihr 20-jähriges Jubiläum feiert. Eins ist klar: Ohne besagte Werte würden wir wohl kaum so lange bestehen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!



Jörn Peter Struck
Geschäftsführer

**FOKUS****Von Piraten lernen?**

➤ 4

Welche Werte machen ein Unternehmen aus? Und wie verankert es diese nachhaltig in seiner Belegschaft? CargoLine ist aktuell dabei, diese Fragen im Rahmen eines Strategieprozesses für sich zu beantworten. Dazu bezieht die Kooperation ihre Mitarbeiter ein und beschreitet manch ungewohnten Weg.

Logistik ganz persönlich

➤ 7

Unser österreichischer Partner Englmayer „lebt“ seit Jahren erfolgreich seine Firmenphilosophie. Geschäftsführer Gerald Ematinger verrät, wie die Spedition das macht.

PRAXIS**Glatter geht's nicht**

➤ 8

Der Additiv-Spezialist Münzing Chemie sorgt weltweit für glattes Papier und innovative Produkte. CargoLine-Partner Fritz hilft ihm tatkräftig dabei.

Verwurzelt in der Schweiz

➤ 10

Von der unberührten Natur lebt das Schweizer Familienunternehmen Rausch. Seine Kräuter-Pflegemittel und Vital-Kapseln gelangen dank Logistikdienstleister Lebert zu Kunden in ganz Europa.

IN KÜRZE

➤ 12

➤ Mit Milsped auf den Balkan ➤ Partner des Jahres ➤ CargoLine auf der Couch ➤ Balter sorgt für Hygiene ➤ Fleißige Grünschnäbel
➤ Neuer Beirat spiegelt Internationalisierung wider

INTERNATIONAL**Von der Seidenstraße nach Schwelm**

➤ 14

Ein usbekischer Transportunternehmer bildete sich bei CargoLine-Partner Schmidt-Gevelsberg weiter. Nun setzt sich der Netzwerkgedanke auch auf der Seidenstraße fort.

HAUTNAH**Ein Leben zwischen zwei und 400 Pferdestärken**

➤ 15

Eine Frau in einer von Männern dominierten Welt: Kraftfahrerin Annett Gretscher fährt fast jede Nacht zu unserem Hub nach Eichenzell. Für sie ein Traumjob!

STRATEGIE**Gemeinsam durch dick und dünn**

➤ 16

Die Branche hat die Folgen der Finanzkrise überstanden. Dank solider Werte steht der CargoLine-Verbund im Wettbewerbsvergleich hervorragend da: CargoTime im Gespräch mit den Beiratsvorsitzenden Stefan Seils und André Biwer.

AKTUELLES**„Secondhand“ ohne Qualitätsverlust**

➤ 18

Die verladende Wirtschaft verlangt nach maschinen-tauglichen Paletten. Diese müssen aber nicht zwangsläufig neu sein, belegen Fachleute aus der Logistikpraxis.

Übersicht CargoLine-Partner

➤ 20

IMPRESSUM**HERAUSGEBER**

CargoLine GmbH & Co. KG
Waldstraße 37/18
63128 Dietzenbach
Tel. 06074 8508-0
Fax 06074 8508-30
info@cargoline.de
www.cargoline.de

V.I.S.D.P.

Jörn 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: iStockphoto - Elenathewise
S. 3: CargoLine

S. 4: iStockphoto - Mari
S. 5: RCP Photo - Fotolia.com
S. 6: Interfracht, Balter Logistics
S. 7: Englmayer
S. 8: iStockphoto - natalie-claude
S. 9: Münzing Chemie
S. 10, 11: Rausch
S. 12: Milsped, CargoLine/Jens Meisert
S. 13: Fritz-Gruppe, CargoLine,
Balter Logistics
S. 14: Schmidt-Gevelsberg,
iStockphoto - WorldWidelimages
S. 16, 17: iStockphoto - kervinen,
CargoLine
S. 18: Paki Logistics

Von Piraten lernen?

Viele Unternehmen haben Werte für sich definiert. Häufig werden sie verordnet und ausschließlich für Imagezwecke genutzt. Cargoline geht einen anderen Weg: Das Netzwerk bezieht die Mitarbeiter in die Diskussion um Werte und die zukünftige strategische Ausrichtung ein.



► Stellen Sie sich Folgendes vor: Im 18. Jahrhundert – nach der Kolonialisierung Amerikas und im „Goldenen Zeitalter“ der Piraterie – sind Sie Hauptmann auf einem Piratenschiff, das viele Jahre überaus erfolgreich war. Ihre Männer hatten immer eine gute Beute und waren zufrieden mit Ihrer Führung. Seit einiger Zeit tummeln sich jedoch immer mehr Piratenbanden an den Küsten der Karibik und Südamerikas. Die meisten Schiffe, auf die Ihre Besatzung trifft, sind bereits geplündert. Ihre Männer sind zunehmend unzufrieden. Die ersten gingen beim letzten Landgang bereits von Bord und haben sich anderen Piratengruppen angeschlossen.

Spielerisch über Werte nachdenken

CargoLine-Geschäftsführer Jörn Peter Struck erzählt diese Geschichte gerne: Die Gesellschafter waren Anfang des Jahres aufgefordert, darüber nachzudenken, welche Werte eine erfolgreiche Kooperation auszeichnen und was für ihre Umsetzung notwendig ist. Weil eine Diskussion über Werte sehr abstrakt ist, wählten die Gesellschafter den „Umweg“ über Piraten, um anhand dieses konkreten Beispiels eigene Werte für die Kooperation herauszuarbeiten. Auch wenn Piraterie heutzutage weltweit geächtet ist und das Transport- und Logistikwesen zweifellos anderen Regeln folgt.

In dieser Art spielerisch über Werte nachzudenken, setzt viel Fantasie und Kreativität frei. „Selbst wenn Werte für Piraten im 18. Jahrhundert nicht auf ein modernes Logistikunternehmen übertragen werden können, war dieser Umweg sehr anregend“, meint Struck. Mehr als 100 Begriffe wurden gesammelt, auf CargoLine bezogen und Schritt für Schritt zusammengefasst. Herausgekommen sind fünf zentrale Werte, die zukünftig CargoLine weit in allen Partnerbetrieben gelten sollen:

- Partnerschaftlichkeit
- Verantwortung
- Leistungsstärke
- Zuverlässigkeit
- Innovationskraft

Mit dem Wert(e)transporter unterwegs

Die fünf Oberbegriffe dienen nur als erste Anhaltspunkte. Sie sind weder von der Kooperationszentrale noch von den Gesellschaftern definitiv vorgegeben oder formuliert. Vielmehr geht es darum, sich in den Partnerunternehmen über die Stichworte auszutauschen und die Anregungen möglichst vieler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu einzuholen. Auf Postkarten sollen sie drei Fragen zu jedem der Werte beantworten: Wie wichtig ist er? Was bedeutet er für das Netzwerk? Was ist dafür noch zu tun? Auf einer zusätzlichen Karte besteht darüber hinaus die Möglichkeit, einen ganz persönlichen eigenen Wert zu nennen und ebenfalls besagte Fragen dazu zu beantworten. Auf Grundlage der Antworten werden die Werte anschließend exakt beschrieben.

Für die Abgabe der ausgefüllten Karten steht ein Wert(e)transporter bereit – ein Modell-Lkw, der von Standort zu Standort „fährt“ und an prominenter Stelle platziert wird.

CargoLine-Geschäftsführer Jörn Peter Struck und die Gesellschafter sind davon überzeugt, dass nur über die Einbeziehung möglichst vieler Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sich „wahre“ Unternehmenswerte entwickeln lassen. „Nur wenn sich alle mit unseren Werten auseinandersetzen und identifizieren, können wir sie auch gemein-

sam im Arbeitsalltag leben und glaubwürdig vertreten.“ Glaubwürdigkeit ist für ihn und die Gesellschafter ein wichtiges Stichwort. Denn Unternehmenswerte sind nur dann sinnvoll, wenn sie der Realität und dem Alltag entsprechen. „Deswegen müssen wir auch hinterfragen, wo wir bei den einzelnen Werten stehen und was wir tun müssen, um sie zu erreichen.“

Werte individuell und unverwechselbar präzisieren

Dass eine solche Einbindung der Mitarbeiter in einen Wertefindungsprozess noch längst keine Selbstverständlichkeit ist, zeigt eine relativ aktuelle Kienbaum-Studie*: Wohl haben viele Firmenlenker erkannt, dass Werte eine immer größere Bedeutung





Rege Teilnahme an der Wertediskussion in den Partnerbetrieben wie Interfracht ...

für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen haben, und sie deshalb in ihrem Leitbild fixiert. Allerdings sind diese Werte nur mäßig in den Firmen verankert, so ein Ergebnis der Untersuchung: Ein knappes Drittel bewertet die Umsetzung der definierten Werte als gut, 48 Prozent halten sie für teilweise gelungen, 19 Prozent erkennen deutliche Schwächen. Die Studie belegt darüber hinaus, dass es kaum eine spezifische Bestandsaufnahme der Unternehmenskultur gibt. Und: Aus den wenigen Erkenntnissen werden nur selten Maßnahmen zur Verbesserung abgeleitet und umgesetzt.

Umso wichtiger ist Struck und den Gesellschaftern, die fünf Wertebegriffe, die derzeit noch sehr allgemein sind und von vielen Unternehmen in Anspruch genommen werden könnten, durch die Mitarbeiter selbst für das Netzwerk individuell sowie möglichst unverwechselbar präzisieren zu lassen. „Damit alle sich darin wiederfinden und die Werte entsprechend leben können und vor allem wollen.“

Unternehmenswerte und strategische Ziele

„Jedes Unternehmen hat Werte, nach denen es seine Arbeit ausrichtet – ob es will

oder nicht, ob sie bewusst sind oder nur unterschwellig gelebt werden“, meint Struck. Diejenigen, die ihre Werte bewusst leben, können diese gezielt nutzen, um sich beim Kampf um die besten Köpfe vom Wettbewerb abzuheben. Unternehmen sind allerdings nur dann dauerhaft erfolgreich, wenn



... und Balter Logistics.

sie gemeinsame Werte langfristig verfolgen, sie für ihre strategischen Ziele und den unternehmerischen Erfolg nutzbar und zum Maßstab der gemeinsamen Arbeit machen.

Deswegen richtet sich die Kooperation parallel zur Wertediskussion auch strategisch neu aus. Denn seit der letzten Strategiefestlegung vor etwa sechs Jahren haben sich Branche, Marktumfeld und Kundenanforderungen grundlegend verändert. Ausgehend davon wurden unter anderem Netzsicherheit und Netzstabilität, die optimale Einbindung der europäischen Partner, Ausbau der Kontraktlogistik und Nachhaltigkeit als Ziele formuliert. Eine neue Unternehmenskultur mit gemeinsam entwickelten und tatsächlich gelebten Werten ist selbstverständlicher Bestandteil der strategischen Neuausrichtung.

„Diese Ziele können wir nur umsetzen, wenn sich die Mitarbeiter auf allen Ebenen damit identifizieren und entsprechend handeln“, so Struck. Die offene und kritische Diskussion über die Werte von CargoLine und darüber, wie sie erreicht werden können, soll dazu einen wichtigen Beitrag leisten. „Letztendlich werden auch unsere Kunden davon profitieren, wenn wir als Kooperation ein homogenes und stimmiges Bild vermitteln und sie uns an unseren Werten messen können.“

Seien Sie also schon heute gespannt auf die nächste Ausgabe der CargoTime, in der wir Ihnen das Ergebnis der Wert(e)transporter-Tour präsentieren werden. ◀

* Kienbaum-Studie: Unternehmenskultur 2009/2010 – Rolle und Bedeutung, Februar 2010

Logistik ganz persönlich

Der CargoLine-Partner Englmayer in Wels (Österreich) definierte bereits vor einigen Jahren Werte für das eigene Unternehmen. Gerald Ematinger, Mitglied der Geschäftsleitung, erläutert, worum es dabei geht, und wie sie umgesetzt werden.

► **Herr Ematinger, Englmayer verfügt seit einigen Jahren über eigene Werte. Welche sind das?**

Unter dem Slogan „Logistik ganz persönlich“ entwickelten wir Werte wie „kundenorientiertes Denken und Handeln“, „Streben nach Qualität“, „Zuverlässigkeit“, „Leistungsbereitschaft“, „Nachhaltigkeit“ und „Wirtschaftlichkeit“.

Welche Ziele verfolgen Sie damit?

Unsere Dienstleistungen im europäischen Landverkehr werden immer vergleichbarer im Hinblick auf tägliche Abfahrten, Transitzeiten und Kosten. Es war klar, dass wir uns mit den Vorteilen des Mittelstands wie beispielsweise Kundennähe vom Wettbewerb abheben können. Unsere Werte sollen den Kunden diese Vorzüge deutlich machen.

Wie sorgen Sie dafür, dass die Werte im Arbeitsalltag umgesetzt werden?

Alle neuen Mitarbeiter werden mit unseren Grundwerten vertraut gemacht. Wir vermitteln sie aber auch in unserem Englmayer-College, in regelmäßigen Schulungen und Fortbildungen. Außerdem wird jede Kundenreklamation im Hinblick auf unsere Werte geprüft und selbstverständlich mit den Beteiligten ausgewertet. Kundenbefragungen sind ein weiteres Instrument um zu überprüfen, ob unsere Werte auch in der Praxis umgesetzt werden.

Warum braucht CargoLine auch noch eigene Werte?

Ihre 70 Partner in Deutschland und Europa tragen gemeinsam Verantwortung für die Umsetzung der Kundenwünsche. Wir müssen alle dafür stehen, dass es nicht nur um den jeweils eigenen Kunden geht, sondern um Leistung, Qualität und Verantwortung für CargoLine als Ganzes. Deswegen sollten wir ein gemeinsames Bild vermitteln. Dafür brauchen wir gemeinsame Werte.

Wie stehen Sie persönlich zu Oberbegriffen wie „Partnerschaftlichkeit“ und „Zuverlässigkeit“?

Zuverlässigkeit schafft Vertrauen bei den Kunden. Daraus entwickeln sich langfristige Partnerschaften. Nur mit Partnerschaftlichkeit können wir uns entwickeln und gemeinsam in Europa erfolgreich sein.

Was muss CargoLine Ihres Erachtens noch tun, damit die Werte erfüllt werden?

Der wichtigste Schritt wurde mit der allgemeinen Formulierung der Werte schon getan. Nun müssen wir dafür sorgen, dass sie mit einer breiten Diskussion ausgefüllt werden und anschließend auch im Arbeitsalltag zu Konsequenzen führen. ◀



Ist von der Wertediskussion in Unternehmen überzeugt: Gerald Ematinger, Mitglied der Geschäftsleitung G. Englmayer Spedition GmbH.

►► **Unsere Werte machen den Kunden unsere Vorzüge deutlich** ◀◀

Glatter geht's nicht

Wie sich ein mittelständisches Unternehmen durch Spezialisierung, Kundenfokussierung und Innovation selbst auf internationalem Parkett behaupten kann, beweist der Additiv-Spezialist Münzing Chemie. In Kontraktlogistik und Transport unterstützt ihn dabei der CargoLine-Partner Fritz GmbH & Co. KG.

► Mit der Erfindung von Dokumenten-Management-Systemen und E-Books sowie der sprunghaften Verbreitung des Internets und von E-Mails schien Papier in Form von prall gefüllten Aktenordnern, Zeitungen, Büchern oder Briefen ausgedient zu haben. Doch weit gefehlt: Der Papierverbrauch nimmt weiter zu und lag in Deutschland zuletzt bei rund 250 Kilogramm je Einwohner und Jahr. Denn nach wie vor vertrauen viele Menschen Ausgedrucktem eher als einer Datei, möchten sie die Zeitung am Frühstückstisch oder das Buch am Strand nicht missen und ist ein Liebesbrief, womöglich gar handgeschrieben, deutlich persönlicher als eine E-Mail.

Creating Additive Value

Dass Schreibgeräte über glatte Papieroberflächen gleiten und Zeitungs-Druckmaschinen bis zu 18.000 Bogen Papier pro Stunde verarbeiten können, ist unter anderem das Verdienst des Heilbronner Unternehmens Münzing Chemie und seiner Produkte, sogenannte Additive wie Plastifizierer, Verdicker, Flockungsmittel und Entschäumer. Diese beeinflussen das Verformungs- und Fließverhalten von Materie bei der Metallbearbeitung sowie bei der Herstellung von Papierbeschichtun-

gen, viskosen Stoffen, Produkten der Bauchemie oder Ähnlichem derart, dass beispielsweise keine Luftblasen oder durch sie bedingte Löcher entstehen. Ergebnis ist eine optimierte Produktqualität und -funktionalität, die sich auch im Firmenleitspruch „Creating Additive Value“ ausdrückt.

Die Beschreibung der Syntheseprozesse, die das international agierende Unternehmen durchführt, versetzt den Betrachter der Firmenwebsite zurück in den eigenen Chemieunterricht: Mithilfe von Verfahren wie Veresterung, Polymerisation, Polyaddition und -kondensation oder Sulfonierung entwickelt Münzing Chemie maßgeschneiderte Produkte für spezifische Anwendungen. Rund ein Fünftel der Belegschaft – ein für die Branche außergewöhnlich hoher Prozentsatz – arbeitet dazu weltweit im Bereich Entwicklung und Anwendungstechnik.

Seiner Zeit voraus

Pioniergeist und Innovationsdrang zeichneten schon den Firmengründer aus, Friedrich Michael Münzing. Der 1807 geborene Sohn eines Landwirts eignete sich autodidaktisch die Fachkenntnisse zur Herstellung verschiedener Chemikalien an. 1830

produzierte er im Rahmen eines Wettbewerbs erstmals Schwefelsäure synthetisch nach dem Bleikammerverfahren. Mit dem Preisgeld von 5.000 Gulden gründete er noch im selben Jahr die erste württembergische Schwefelsäurefabrik, aus der das Unternehmen Münzing Chemie hervorging.

Heute ist das in sechster Generation familiengeführte Unternehmen in mehr als 30 Ländern Europas, Amerikas und Asiens aktiv. Organisches Wachstum steht bei der Expansion im Vordergrund. Ist es strategisch sinnvoll, kauft Münzing allerdings auch Unternehmen zu wie Ultra Additives in Clover, South Carolina, USA im Jahr 2000 oder 2010 L. P. Bader in Rottweil, ein Hersteller von Wachstsdispersionen.

Kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Die auf der Website des Unternehmens transparent dargestellte Strategie umfasst

► MÜNZING CHEMIE

Im Jahre 1830 gegründet, ist Münzing Chemie GmbH eines der ältesten Chemieunternehmen Deutschlands. Firmensitz des in sechster Generation familiengeführten Unternehmens, das sich als Spezialist für Entschäumer, rheologische Additive sowie von Netz- und Dispergiermitteln weltweit einen Namen gemacht hat, ist Heilbronn. Entwicklungsteams, anwendungstechnische Labors und Verkaufsniederlassungen befinden sich in über 30 Ländern Europas, Amerikas und Asiens. Im Geschäftsjahr 2010 erwirtschaftete das Unternehmen mit 100 Mitarbeitern 50 Millionen Euro Umsatz.
www.munzing.com

Blasenfrei dank Additiven.



zeitgemäß mehr als die Herstellung qualitativ hochwertiger und innovativer Produkte. Ein ausgeprägter Umweltschutz, gutes Betriebsklima, Investitionen in die Zukunft sowie die kontinuierliche Verbesserung von Produkten und Abläufen tragen ebenfalls dazu bei, sich vom Wettbewerb zu differenzieren. Insbesondere am kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) hat der CargoLine-Partner Fritz GmbH & Co. KG (Heilbronn) einen erheblichen Anteil. Denn Münzing stellt sehr hohe Ansprüche an seine Lieferbereitschaft und -qualität. Deshalb startete das Unternehmen im Rahmen des Total Quality Management (TQM) „Perfect Order“: Am Monatsende werden alle Sendungen, die eine Kundenreklamation auslösen, gemeinsam mit dem Heilbronner Transport- und Logistikunternehmen bewertet. Ist die Fehlerquote größer als eins, geht dies zu Lasten der Spediteursvergütung.

Die Reklamationen finden sich auch als Grundlage in den regelmäßigen KVP-Gesprächen wieder. „Dieser Prozess war anfangs mühselig, doch er hat sich gelohnt. Sowohl Münzing als auch wir konnten sehr effiziente Abläufe etablieren, die sich auch für den Kunden auszahlen“, erklärt Günter Gruber, Geschäftsleitungs-Mitglied der Fritz GmbH & Co. KG. Der Transport-

► FRITZ SPEDITION

Fritz GmbH & Co. KG ist Sammelgut-spezialist und ein Tochterunternehmen der Fritz-Gruppe mit Sitz in Heilbronn. 1938 gegründet, beschäftigt die Gruppe rund 520 Mitarbeiter, die im Jahr 2010 rund 63 Millionen Euro umsetzten. Fritz GmbH & Co. KG ist spezialisiert auf Kontraktlogistik für die Automobil- und Chemiebranche sowie Lebensmittel- und Stückguttransporte. Seit Januar 2011 ist die Spedition CargoLine-Gesellschafter. www.fritz-gruppe.de



Pioniergeist und Innovationsdrang zeichnen Münzing Chemie seit mehr als 180 Jahren aus.

und Logistikdienstleister und seine Mutter, die Fritz-Gruppe, arbeiten bereits seit mehr als 20 Jahren für das Chemieunternehmen. Aus der ursprünglich rein praktischen Entscheidung – Münzing und Fritz saßen damals nur wenige Meter voneinander entfernt – entwickelte sich eine sehr umfassende und partnerschaftliche Zusammenarbeit. „Aufgrund ähnlicher Unternehmensstrukturen werden erforderliche Entscheidungen schnell herbeigeführt. Darüber hinaus bestehen kurze Kommunikationswege im Tagesgeschäft sowie bei Servicetätigkeiten wie Frachtenofferten oder Sendungsverfolgung. Diese erledigt Fritz kompetent und kundenorientiert“, lobt Björn Fortvingel, Head of Supply Chain Management bei Münzing.

Transport und Logistik aus einer Hand

Fritz wickelt täglich nationale und europaweite Transporte inklusive Gefahrgut und frostempfindliche Produkte als Stückgut über CargoLine sowie im Teilladungsbereich ab. Auch die Durchführung von Komplettladungen ist keine Seltenheit. Die

größte Herausforderung stellt dabei die absolute Einhaltung der Terminvorgaben dar, welche die Münzing-Kunden machen.

Neben dem Transport hat das Chemieunternehmen bedeutende Bereiche aus der Kontraktlogistik ausgegliedert. „Wir holen die fertige Ware bei Münzing ab, transportieren diese in unser Lager und behalten sie dort, bis wir den Auftrag zur Kommissionierung und zum Versand erhalten“, erläutert Gruber. „Bei der Auslagerung erstellen wir das entsprechende Versandetikett mit den Verarbeitungshinweisen und dem Produkt-Barcode sowie der global eindeutigen 18-stelligen NVE für den Transport.“

Björn Fortvingel möchte seinen Dienstleister nicht missen: „Qualität, Service und Zuverlässigkeit nehmen einen großen Stellenwert in unserer Firmenphilosophie ein. Da die Spedition Fritz diese Qualitätskriterien uns gegenüber jeden Tag hervorragend und zu fairen Konditionen erfüllt, ist sie ein ausgezeichnete Partner für unser Unternehmen.“ ◀



Verwurzelt in der Schweiz

„Wo Kräuter draufsteht, sind auch Kräuter drin.“ Dieser Maxime ist das Schweizer Familienunternehmen Rausch seit mehr als 120 Jahren treu. Zu seinem Erfolg trägt die Spedition Lebert bei.

► Wir schreiben das Jahr 1890. Friseurmeister Josef Wilhelm Rausch entwickelt aus Kräuterextrakten und -tinkturen ein Haarwasser und avanciert damit zum Hoflieferanten der Fürstin von Hohenzollern. Kurze Zeit später sorgt er mit der weltweit ersten flüssigen Haarwaschseife für Furore: dem „Champooing“. Im Jahr 1903 folgt sein Rezept für Kamillenshampoo, auf dem noch heute die beliebten Kamillenrezepturen von Rausch basieren. „Nur die echte Kamille enthält entzündungshemmende, beruhigende Wirkstoffe“, erklärt Marco Baumann. Er ist heute alleiniger Inhaber der Firma, die sein Vater 1949 kaufte.

Natur nutzen – Natur schützen

Von seinem Vater erbt Marco Baumann auch seine Leidenschaft für die Kräuter-



Hochwertige Rohstoffe natürlichen Ursprungs sind für Marco Baumann, Geschäftsführer von Rausch, das ‚A‘ und ‚O‘.

und Pflanzenwelt. „Frühmorgens hieß es bei uns oft, Brennesseln sammeln, Spitzwegerich suchen oder Hauswurzbeete jäten. Seitdem erfüllen mich Kräuterdüfte und Pflanzensäfte mit tiefer Bewunderung.“ Diese Passion ist wortwörtlich zu spüren – sei es in Form von Haar- und Körperpflegespezialitäten oder den Schweizer Kräuter Vital Kapseln, welche das Unternehmen seit Kurzem anbietet. In ihnen stecken 23 Wirkstoffe sowie zwölf Jahre Entwicklungszeit. So widmet sich ein Team hoch qualifizierter Mitarbeiter ausschließlich der Erforschung neuer Produkte sowie deren Qualitätssicherung. Ihr Ziel ist, nur diejenigen Stoffe aus Blüten, Blättern, Rinden, Wurzeln oder ganzen Pflanzen zu gewinnen, die eine nachhaltige und natürlichsanfte Wirkung garantieren. Auf Chemie wird, wo immer möglich, verzichtet. Stattdessen vertraut man auf hauseigene, schonende Extraktionsverfahren.

Auch bei der Ernte stehen Sorgfalt und Umweltschutz an der Tagesordnung: Sämtliche Kräuter stammen aus kontrolliert biologischem Anbau und werden sorgfältig von Hand verlesen. Ergebnis sind naturnahe Pflegeprodukte, Schweizer Spitzenqualität sowie eine hohe Kundenzufriedenheit. Sie basiert auf Vertrauen, welches auch die Zusammenarbeit mit Lebert prägt. Der CargoLine-Partner mit Stammsitz in Kempten verfügt über eine Dependence in Kreuzlingen am Bodensee, wo Rausch ebenfalls beheimatet ist. „Neben der Nähe zu unserem Firmenstandort waren und sind die Qualität, Leistung sowie Liefertreue entscheidend für die Zusammenarbeit“, beschreibt Marcel Lardi, Leiter Beschaffung, Produktion & Logistik von Rausch, die Partnerschaft. „Wir sind wirklich sehr zufrieden.“ Zwar führe seine Firma immer mal wieder den Vergleich mit günstigeren Anbietern heran, doch letztendlich bleibt man sich aus genannten Gründen treu. Und das nun schon seit 15 Jahren.

► RAUSCH

Der Grundstein von Rausch wurde 1890 von Josef Wilhelm Rausch gelegt. 1949 übernahm Josef Baumann-Widmer den Betrieb. Damals zählte er drei Mitarbeiter – 1995 waren es bereits 100 Beschäftigte. Seit 2006 wird das Familienunternehmen von Marco Baumann als alleinigem Inhaber in zweiter Generation geführt. Die Rausch AG Kreuzlingen vertreibt ihre Produkte in 26 Ländern und erfreut sich mehrfacher internationaler Auszeichnungen. Allein in Deutschland gewann sie acht Mal in Folge die Goldmedaille als bester Apothekenpartner im Sortiment „Haarpflege“. www.rausch.ch





Mal persönlich – mal bürokratisch

„Zunächst holen wir die fertigen Kartons als Sammelpaletten bei Rausch ab. Dann gehen sie per Sammelverzollung zu unserem Lager nach Konstanz, wo wir die Kartons abpacken, je nach Auftrag sortieren, belabeln und distribuieren“, erzählt Christian Kugler, Vertriebsmitarbeiter von Lebert. Er kennt alle Zahlen und Details. „Pro Tag verzeichnen wir rund 65 Paket- und 15 Sammelgutsendungen, die an Großhändler, Drogerieketten, Apotheken und Pharmaunternehmen in ganz Europa gehen.“ Eine gewisse Herausforderung stellen Sendungen an Vertriebsmitarbeiter von

Rausch dar, weil diese oft unterwegs und daher auf Lieferungen mit fixem Datum und fixer Uhrzeit angewiesen sind. Ohne individuelle Vereinbarungen sowie den direkten Kontakt zu den Ansprechpartnern würde hier gar nichts funktionieren. Gleiches gilt für Transporte zu beziehungsweise von Messen, Tagungen oder Schulungsveranstaltungen innerhalb Europas.

nach Deutschland indes findet bereits heute rein virtuell via ATLAS statt (Automatisiertes Tarif- und Lokales Zoll-Abwicklungssystem). Doch ob manuell oder virtuell: Hier ist gleichfalls jede Menge Sorgfalt angesagt. Ähnlich wie beim Umgang mit den sensiblen Kräutern. Auch wenn Letzteres – zugegebenermaßen – sinnlicher ist. ◀

Weniger individuell, dafür umso bürokratischer geht es bei der Zollabwicklung zu. So muss Lebert für den Export die Schweizer Ausfuhrdeklaration (Form 11.030 d) ausfüllen und dabei spezielle Zolltarifnummern berücksichtigen. Während derzeit alles noch händisch in Papierform ausgeführt wird, erfolgt die Abfertigung ab 2012 auf elektronischem Wege: über das Schweizer Zollmodul NCTS (New Computerized Transit System). Die Einfuhrdeklaration



LEBERT

Die Ursprünge von Lebert liegen in Kempten. Hier wurde die Unternehmensgruppe 1954 gegründet. Heute verfügt Lebert über zwei weitere Standorte in Deutschland (Erbach und Baienfurt) sowie zwei in der Schweiz (Kreuzlingen und Appenzell). Seinen Sitz in Kreuzlingen hat der Transportdienstleister seit 2002. Dort bewirtschaften 44 Mitarbeiter und sechs Auszubildende eine Umschlagfläche von 1.500 Quadratmetern sowie doppelt so große Logistikflächen. Neben Rausch zählen Kunststoff Schwanden AG, Würth Logistics AG und Aldi Suisse AG zu den namhaften Kunden der Kreuzlinger Spedition. www.lebert.com



Zum 120-jährigen Jubiläum verkaufte Rausch seinen Klassiker, das Kamillen-Shampoo, in einer Nachbildung der Originalflasche. Pro verkaufter Flasche ging je ein Schweizer Franken zu Gunsten der Schweizer Berghilfe.

Mit Milsped auf den Balkan

Seit Mai 2011 organisiert die serbische Transport- und Logistikgruppe Milsped die Sammlung und Distribution von Sendungen mit Ausgangs- oder Zielorten in Serbien und dem Kosovo, Albanien, Mazedonien, Montenegro sowie Bosnien und Herzegowina. Damit ist CargoLine in der Lage, diese Länder vier Mal pro Woche und mit kürzerer Laufzeit als bisher zu bedienen. Als Gate dienen die Partner Lebert in Kempten und Schmidt-Gevelsberg in Schwelm.



Mit rund 730 Mitarbeitern verteilt auf 29 Büros in Serbien und Montenegro sowie 38 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2010 ist die Milsped Group ein bedeutender Anbieter von Transport- und Logistikdienstleistungen innerhalb Ex-Jugoslawiens. Das inhabergeführte Unternehmen passt dank seiner mittelständischen Prägung sehr gut in die Struktur der Stückgutkooperation. Slowenien und Kroatien bedient weiterhin der österreichische CargoLine-Partner Jöbstl.

Neuer Beirat spiegelt Internationalisierung wider



V. l. n. r.: Ewald Kaiser, Rolf Lorenz, Stefan Seils als Vorsitzender, André Biber als stellvertretender Vorsitzender sowie Anton Galster bilden den neuen CargoLine-Beirat.

Am 9. Juni wählten die CargoLine-Unternehmen turnusgemäß ihren Beirat. Ergebnis: Für die kommenden drei Jahre setzt dieser sich erneut aus den Gesellschaftervertretern André Biber (Geschäftsführer und Mitgesellschafter Lebert, Kempten), Rolf Lorenz (Geschäftsführer Schmidt-Gevelsberg, Schwelm), Stefan Seils (geschäftsführender Gesellschafter Bursped, Hamburg) sowie dem Franchisenehmer-Beauftragten Anton Galster (Geschäftsführer Finsterwalder, Halle) zusammen. Passend zur verstärkt europäischen Ausrichtung der Kooperation wählten die CargoLine-Gesellschafter mit Ewald Kaiser (CEO M&M Militzer & Münch, St. Gal-

len) erstmals einen internationalen Partner in den Beirat. Der erfahrene Stratege blickt auf eine lange Karriere im grenzüberschreitenden Landverkehr zurück.

Zum Vorsitzenden des Gremiums, zu dessen Aufgaben die strategische Entwicklung der Kooperation sowie die Beratung und Unterstützung der Geschäftsführung gehören, wurde erneut Stefan Seils ernannt, André Biber zu seinem Stellvertreter. Der aktuelle Beirat will sowohl die Netzsicherheit als auch die stärkere Einbindung der europäischen Partner weiter vorantreiben (siehe dazu auch das Interview mit Stefan Seils und André Biber auf Seite 16/17).

Partner des Jahres



V. l. n. r.: Stellvertretend für ihre Unternehmen nahmen Stefan Seils (geschäftsführender Gesellschafter, Bursped), Rolf Lorenz (Geschäftsführer, Schmidt-Gevelsberg) sowie André Biber (Geschäftsführer und Mitgesellschafter, Lebert Kempten) die Auszeichnungen als „Partner des Jahres“ entgegen.

Mit einem Sendungsanstieg von 13,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr bei branchenweitem Frachtraum- und Fachkräftemangel hatten die CargoLine-Partnerunternehmen 2010 alle Hände voll zu tun! Dass Qualität und Engagement trotz dieser Bedingungen nicht gelitten haben, zeigt die Auswertung des alljährlichen Partner-Rankings: Die von den Top 10 der Partner insgesamt erreichte Punktzahl lag knapp sechs Prozent über den bereits sehr guten Werten von 2009. Spitzenreiter war Schmidt-Gevelsberg mit Sitz in Schwelm, im Vorjahr auf Rang fünf. Auf dem zweiten Platz folgte Bursped aus Hamburg. Dritter wurde Lebert in Kempten – Sieger von 2003 und 2008.

Die drei Erstplatzierten eint, dass sie die Anzahl ihrer internationalen Sendungen überdurchschnittlich steigern konnten. Darüber hinaus profitierten sie weiterhin von den Fortbildungs- und Qualitätssicherungsmaßnahmen, welche sie im konjunkturbedingt ruhigeren Vorjahr umsetzten.

Zur Ermittlung der Partner des Jahres bewertet CargoLine alljährlich Leistungen wie die Auslieferquote in vorgegebener Qualität und Zeit, die prozentuale Steigerung der Sendungszahlen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sowie das Engagement der Mitarbeiter in Arbeitskreisen und Entscheidungsgremien der Kooperation.

CargoLine auf der Couch



Fleißige Grünschnäbel



► Wer ins Heilbronner Industriegebiet „Böllinger Höfe“ einbiegt, erwartet eines sicherlich nicht: ein blühendes Biotop. Geschaffen wurde es von den Azubis der Fritz-Gruppe. Diese veröffentlichte im April 2011 ihren ersten – unter Leitung von Prof. Dirk Lohre (Institut für Nachhaltigkeit und Logistik, Hochschule Heilbronn) – erstellten Umweltbericht. Das in diesem Zusammenhang angestoßene Umweltprojekt soll die Wahrnehmung der jungen Mitarbeiter für ökologische Zusammenhänge schärfen.

Unter teils hartem körperlichen Einsatz der „Fritz-GRÜNSchnäbel“ entstand so ein langfristig angelegter, dynamischer Schutzraum für Pflanzen und Tiere. Mit der Unterstützung von Kollegen, die Mitglied des örtlichen Naturschutzverbandes NABU

sind, pflanzten die Azubis insbesondere solche Laubsträucher, die Vögeln Nahrung, Schutz und geeignete Nestbaumöglichkeiten bieten. Für Insekten wurde eine künstliche Nist- und Überwinterungshilfe geschaffen. Moose, Farne, Blütenpflanzen, Eidechsen und Spinnen finden derweil in einer extra gebauten Natursteinmauer ein Zuhause.

„Wir waren sehr davon angetan, mit welchem Eifer und Wissen unsere ‚GRÜNSchnäbel‘ an die Planung und Umsetzung des Projekts herangingen“, freut sich Günter Gruber, Mitglied der Geschäftsleitung des CargoLine-Gesellschafters Fritz GmbH & Co. KG. „Selbst für sonst eher lästige Aufgaben wie das Gießen in der Anpflanzphase fanden sich immer Freiwillige.“ ◀

► Mit einem deutlichen Plus an qualifizierten Gesprächen war die diesjährige Branchenleitmesse „transport logistic“ ein voller Erfolg für CargoLine. Einer der Höhepunkte des Messeauftritts war das Interview der DVZ mit dem Geschäftsführer der Kooperation, Jörn Peter Struck, auf dem berühmten Roten Sofa der Fachzeitschrift. Neben Fragen zum Stückgutmarkt allgemein war DVZ-Redakteur Robert Kümmerlen beson-

ders an der Strategie interessiert, mit der CargoLine ihre Kontraktlogistikaktivitäten ausbauen und bewerben möchte. Zum Interview gelangen Sie über unsere Website oder per QR-Code hier:



Balter sorgt für Hygiene

► Ob Toilettenpapier oder Papierhandtücher, Wischtücher oder Schutzanzüge: Kimberly-Clark Professional* stellt viele seiner Produkte, die auch unter Markennamen wie Kleenex* und Scott* erhältlich sind, in Koblenz her. Dort befindet sich auch das große Distributionscenter, welches Balter Logistics seit Mai für das Unternehmen bewirtschaftet. Ergänzend zu diesem Auftrag hat Kimberly-Clark Professional* die Zusammenarbeit mit dem CargoLine-Partner im Bereich Transporte verlängert. Ziel ist, die Effizienz in der Logistikkette zu steigern und den Kundenservice zu optimieren.

24 Stunden Lager-Komplettservice

Balter bewirtschaftet das Distributionscenter mit 37 Mitarbeitern an 362 Tagen pro Jahr im Drei-Schicht-Betrieb. Neben dem klassischen Lagergeschäft und der Kommissionierung beinhaltet dies die komplette Dokumentenerstellung, Zoll- und Retourenabwicklung, Bestandskontrolle, Wartungsarbeiten und vieles mehr. Darüber hinaus wird die gesamte Produktion des Koblenzer Werks rund um die Uhr über SAP eingelagert.

Grenzüberschreitend unterwegs

Die Hygieneartikel transportiert Balter zu Großhändlern in Deutschland, Österreich, Belgien und der Schweiz. Darüber hinaus kommissioniert die Spedition Aufträge für Kimberly-Clark Professional*-Gesellschaften in Frankreich, Italien, der Schweiz, Spanien, Großbritannien, Zentral- und Osteuropa, Israel sowie Island. Weitere Aufgaben umfassen die Abwicklung von Bahnwaggons aus der Schweizer Produktionsstätte sowie diverse Umschlagaktivitäten.

„Wir haben großen Wert darauf gelegt, einen Logistik-Dienstleister zu finden, der unsere kontinuierlichen Verbesserungsprozesse unterstützen oder gar neue initiieren kann und der unsere Nachhaltigkeitsvorgaben vollumfänglich mitträgt“, erklärt Gerd Schuhmann, Logistics Manager D/A/CH von Kimberly-Clark Professional*. „Balter war uns in den vergangenen 20 Jahren ein zuverlässiger und mitdenkender Dienstleister für Transporte. So fiel die Entscheidung leicht, den Transportauftrag zu verlängern und darüber hinaus die Bewirtschaftung des Distributionscenters an ihn zu übergeben.“ ◀



V. l. n. r.: Michael Kuhn (Geschäftsführer Kimberly-Clark Professional*), Frank Weidenfeller (Geschäftsführer Balter Logistics), Gerd Schuhmann (Logistics Manager D/A/CH, Kimberly-Clark Professional*) sowie Willi Thiel (Geschäftsführer Balter Logistics) bei der Vertragszeichnung.

Von der Seidenstraße nach Schwelm

Im Rahmen eines internationalen Weiterbildungsprogramms gewährte CargoLine-Partner Schmidt-Gevelsberg einem usbekischen Transportunternehmer einen umfassenden Einblick in die deutsche Logistikplanung und -verwaltung.

► Die uralten orientalischen Handelsplätze Samarkand und Bucharra sowie die Hauptstadt Taschkent erinnern an die Märchen aus 1001 Nacht. Sie sind aber auch ein gutes Beispiel für frühe logistische Meisterleistungen: Schließlich verlief durch Usbekistan einst die historische Seidenstraße. Damals dienten die Städte zusammen mit den Karawansereien zum Schutz vor Überfällen, als Versorgungsstation und Warenumserschlagplatz. In der seit 1991 unabhängigen ehemaligen Sowjetrepublik ist die öffentliche Infrastruktur hingegen heutzutage nicht gut ausgebaut.

Transport und Logistik liegen größtenteils immer noch in staatlicher Hand. Private Speditionsunternehmer gibt es indes nur wenige. Einer von ihnen ist der 36-jährige Rustam Kasimov, Vater von vier Kindern. Er unterhält 50 Mercedes-Lkw, 25 Baustellenfahrzeuge, eine eigene Werkstatt sowie drei Logistikhallen mit einer Fläche von insgesamt 4.500 Quadratmetern. Zu seinen Kunden zählen so bekannte internationale Firmen wie Nestlé, Coca Cola und General Motors. Auf Einladung der Deut-

schen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) absolvierte er kürzlich ein einjähriges „International Leadership Training“ in Deutschland. So gab die GIZ 15 Teilnehmern aus Zentralasien die Möglichkeit, vielfältige Kontakte zu deutschen Unternehmen, Institutionen, wissenschaftlichen Einrichtungen und zivilgesellschaftlichen Organisationen aufzubauen. Im Rahmen des Trainings erlernten sie innerhalb von zwölf Monaten die deutsche Sprache und wurden mit der Kultur des Landes vertraut. Außerdem absolvierten die Fachleute ein zweimonatiges Praktikum in einem deutschen Betrieb.

Vom Netzwerkgedanken inspiriert

Im Fall von Herrn Kasimov wählte die GIZ einen Praktikumsplatz beim CargoLine-Partner Schmidt-Gevelsberg in Schwelm, der aufgrund seiner Größe ein äußerst breites Leistungsspektrum bietet. Hier erhielt der usbekische Unternehmer Einblick in alle Abteilungen: vom Im- und Export über die nationale Spedition bis zur Abfertigung und Disposition. Er beobachtete Nachtentladun-

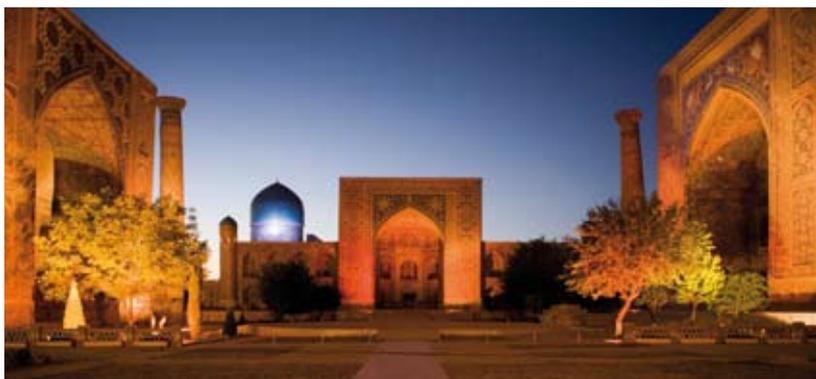


Rustam Kasimov, usbekischer Speditionsunternehmer, ist vom Netzwerkgedanken fasziniert.

gen, fuhr auf einer Nachtfahrt mit und erlebte die Arbeitsabläufe in einem Hub. „Besonders beeindruckten ihn die Wechselbrücken, denn die gibt es in Usbekistan noch nicht“, erinnert sich Verwaltungsleiter Klaus-Peter Böhme. Seine Neugier, sein freundliches Wesen und die reibungslose Zusammenarbeit mit Rustam Kasimov führten sogar zu einer einmonatigen Verlängerung des Praktikums. Diese Zeit verbrachte er ausschließlich in der Verwaltung bei Herrn Böhme, wo er viel über Abrechnungen und das deutsche Tarifwesen erfuhr. „Unser konsequent digitales Rechnungswesen faszinierte ihn sehr“, sagt der Verwaltungsleiter.

Auch kulturelle Unterschiede wurden durch den Aufenthalt in Deutschland bewusst. So sei dem Gast vor allem das starre Hierarchieverständnis der Usbeken aufgefallen. „Dort sprechen nur die Chefs miteinander. Unsere flachen Hierarchien und familiären Strukturen haben Herrn Kasimov – der ja selber Chef ist – sehr gefallen.“ Ferner ist der Netzwerkgedanke, der das deutsche Transportunternehmen und seine Partner prägt, in Usbekistan eher fremd. Doch offensichtlich hat er Rustam Kasimov überzeugt: Er will dort nun ein Speditionsnetzwerk aufbauen. ◀

Samarkand, an der Seidenstraße liegend, ist eine der ältesten Städte der Welt.



Ein Leben zwischen zwei und 400 Pferdestärken

Mit Dienstleistungen wie NightLineEurope NextDay offeriert Cargoline Lieferungen einen Werktag nach Abholung – direkt beim Empfänger im Ausland. Dieser Service ist jedoch nur dank Menschen wie Annett Gretscher möglich: einer Kraftfahrerin aus Leidenschaft.

► Wenn sie mit der Arbeit beginnt, haben andere Feierabend. Punkt 18.30 Uhr geht es los: Dann dreht Annett Gretscher den Zündschlüssel – nicht von irgendeinem Kleinwagen, sondern von einem 40-Tonner. Darauf ist sie stolz. Zu Recht: Schließlich liegt der Frauenanteil bei Kraftfahrern im einstelligen Prozentbereich – so die Schätzung des ‚Bundesverbandes Güterkraftverkehr Logistik und Entsorgung‘ (BGL). Konkrete Zahlen gibt es keine. Doch was bewegt Frauen dazu, in dieser männerdominierten Welt zu arbeiten?

Angefangen hat alles mit einem PS

Was sie einmal als kleines Mädchen werden wollte, weiß Annett Gretscher nicht mehr. Doch ihre Liebe für Bewegung und Pferdestärken prägte sie vermutlich schon früh. „Ich bin gelernte Pferdewirtin“, erzählt sie. „Über einen Bekannten meiner Eltern bin ich dazu gekommen, Kleintransporter zu fahren. Das habe ich zehn Jahre lang gemacht, bis ich gemeinsam mit meinen Kollegen arbeitslos wurde.“ Als das Arbeitsamt ihr einen Lkw-Führerschein finanziert, bewirbt sie sich bei der Spedition Balter & Zimmermann in Korbußen – nahe der thüringischen Stadt Gera. Nach einer zweiwöchigen Trainingseinheit stellt der Transportdienstleister sie fest ein.

Seit Juli 2010 pendelt die junge Frau nun jeden Tag von ihrer Wohnung 43 Kilometer bis nach Korbußen und von dort aus weitere 260 Kilometer nach Eichenzell.

Hier liegt der Zentral-Hub der CargoLine, welcher mit seiner Umschlagsfläche von 6.500 Quadratmetern und seinen 66 Ladetoren Dreh- und Angelpunkt für die Partner des Stückgutnetzwerks ist. „Für die Fahrt zum Hub brauche ich ziemlich exakt 3 Stunden und 10 Minuten. Dann verbringe ich noch mal drei Stunden an der Rampe, wo das Sammelgut aus- und eingeladen wird, bis ich mich wieder auf den Rückweg mache.“

Ob hochwertiges Porzellan des Thüringer Unternehmens Kahla oder Karten- und Brettspiele der Spielkartenfabrik Altenburg, die 32-jährige bringt mit ihrem 40-Tonner alles von A nach B. Der Job gefällt ihr. Auch wenn’s anfangs nicht immer einfach war und Fremde oft erstaunt reagieren, sobald sie erfahren, welchen Beruf sie hat. „Was, so ein großes Auto fährst du?“ ist häufig die Reaktion. Ja, so ein großes Auto fährt sie. Und zwar sehr gerne: „Nach meinen Touren mit dem Kleintransporter habe ich mir mit dem Lkw-Fahren einen Traum erfüllt“, gibt sie zu. Deshalb machen ihr weder schräge Blicke noch Transporte zu später Stunde viel aus. In ihrem vorherigen Job arbeitete sie im Übrigen auch nachts. „Das ist für mich kein Problem. Aber ohne meine Mutter wäre all das nicht möglich. Sie kümmert sich morgens um meinen achtjährigen Sohn.“ Für die Kraftfahrerin heißt es nach getaner Arbeit erst mal: hinlegen und in den Schlaf finden. Gegen 15 Uhr steht sie wieder auf: Ein neuer Tag beginnt.



Der Traum von der Ice Road

Lässt so ein durchstrukturiertes Leben überhaupt Platz für Hobbys? Annett Gretscher scheint ihn zu finden. Immerhin hat sie neben ihrer Familie noch zwei Pferde, denen sie sich in ihrer Freizeit widmet. Und sollte sie irgendwann mal ganz viel Zeit haben, weiß sie auch schon, wie sie die verbringen will. „In Kanada die Ice Road fahren“, sagt die sonst eher stille Frau lachend. „Irgendwann mache ich das auch.“ Natürlich mit dem Lkw. ◀

Gemeinsam durch dick und dünn

Am 9. Juni wählten die Gesellschafter der CargoLine einen neuen Beirat (siehe auch Seite 12). CargoTime sprach mit Stefan Seils, der als Vorsitzender des Gremiums wiedergewählt wurde, und seinem Stellvertreter André Biwer über gemeisterte Baustellen, die Bedeutung von Werten sowie die künftige Ausrichtung der Kooperation.

► **Herr Seils, welche Bilanz ziehen Sie nach Ihrer ersten Amtszeit als Beiratsvorsitzender?**

Stefan Seils: Nachdem wir jetzt die Folgen der globalen Finanzkrise überstanden haben, eine durchweg positive. Wenngleich auch CargoLine und ihre Partnerbetriebe während dieser Zeit so manche „Baustelle“ zu bewältigen hatten. Selbstkritisch müssen wir uns eingestehen, dass uns die reine Individualität nicht immer geholfen hat, sondern dass ein System wie das unsere Schutz und Hilfe für jeden Einzelnen bedeutet.

Gibt es aus dieser Amtsperiode etwas, das Sie besonders hervorheben möchten?

Stefan Seils: Ja, den eisernen Zusammenhalt aller CargoLine-Partner trotz wirtschaftlich wirklich sehr schwierigen Zeiten. Damit meine ich nicht nur den finanziellen, sondern insbesondere den inneren, partnerschaftlichen Zusammenhalt.

► STEFAN SEILS

Stefan Seils, Jahrgang 1958, kam am 1. Januar 1991 als geschäftsführender Gesellschafter zur Bursped-Gruppe. Dazu gehören neben Bursped in Hamburg auch die beiden CargoLine-Betriebe Köster & Hapke (Hannover) und BHS (Bursped/Hartrodt/Schmidt, Bremen) sowie Bursped Logistik (internationales Chartergeschäft) und die für Mercedes-Benz in Bremen tätige Lorel (Bursped/Würfel). Der Volljurist, der nach seinem zweiten Staatsexamen zwei Jahre als Anwalt tätig war, ist verheiratet und hat drei Töchter.

Für jeden stand immer die Kooperation im Vordergrund.

Herr Biwer, dies ist Ihre vierte Amtszeit als Beirat. Was reizt Sie immer noch an der Aufgabe?

André Biwer: Wenn ich auf die vergangenen drei Amtsperioden zurückblicke und die hervorragende Entwicklung der CargoLine der letzten zehn Jahre sehe, ist dies Anreiz genug, weiterhin als Beirat zu arbeiten. Die konsequente Verfolgung unserer Strategie sowie für die absehbaren Veränderungen in der Speditionslandschaft gewappnet zu sein, sehe ich als wichtigste Aufgabe und besondere Herausforderung.

Was möchten Sie konkret bewegen?

André Biwer: Die CargoLine befindet sich in einem Migrationsprozess hin zu einem internationalen Netzwerk. Dieses strategische Ziel zu erreichen, ist für uns ein wesentlicher Baustein der Zukunftssicherung. Deshalb werde ich den Bereich „International“ nach Kräften unterstützen.



Stefan Seils hat die CargoLine vor drei Jahren im Interview mit einem Esel verglichen – genügsam, ausdauernd, leistungsbereit, präzise und gutmütig. Stimmen Sie ihm zu?

André Biwer: (lacht) Auf das Eis der Zoologie werde ich mich nicht begeben! Mit diesem Vergleich hat er für nachhaltige Erinnerung gesorgt, wir durften den „Donkey“ speziell im englischsprachigen Raum detailliert erklären. Die Attribute jedoch, die Herr Seils definierte, kann ich voll und ganz bestätigen. Störrisch oder lahm wie mancher Esel sind wir jedoch keinesfalls – ganz im Gegenteil!

Wie sehen Sie CargoLine derzeit aufgestellt im Vergleich zum Wettbewerb?

Stefan Seils: Eindeutig stehen wir mit auf den Champions-League-Plätzen. In den letzten fünf bis sechs Jahren haben wir uns kontinuierlich nach vorne gearbeitet und müssen uns weder qualitativ noch quantitativ hinter unseren Marktbegleitern verstecken.



André Biber: Meiner Ansicht nach sind wir im Vergleich zu anderen Netzwerken inzwischen sogar ganz oben angelangt. Wir dürfen uns aber nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen, sondern müssen die Netzwerkentwicklung, unsere Leistungsfähigkeit, Stabilität und unser Produktportfolio weiter ausbauen.

Die CargoLine bewirbt seit diesem Jahr den Bereich Kontraktlogistik als eigenes Geschäftsfeld. Ist das sinnvoll für eine Stückgutkooperation?

André Biber: Kontraktlogistik ist ein integrativer Bestandteil der logistischen Gesamtlösungen, die der Markt von uns fordert. Viele Partnerbetriebe der CargoLine agieren heute schon erfolgreich in diesem Bereich. Daher ist es mehr als sinnvoll, unser Know-how zu bündeln und im Gesamtnetzwerk zu vermarkten.

Welche Konsequenzen haben sich durch die Krise 2009 ergeben?

Stefan Seils: Dass wir flexibel sein müssen,

dass wir uns nicht auf Erreichtem ausruhen und dass wir den Glauben an ein gutes System auch in schwierigen Zeiten nicht verlieren dürfen. Und die Erkenntnis, dass Fleiß, Zuverlässigkeit und Anstand auch in wirtschaftlich schweren Zeiten wichtige Werte sind.

Apropos Werte: Derzeit führt CargoLine eine Wertediskussion durch. Wie stehen Sie dazu?

André Biber: Gerade in unserem Geschäft lässt sich vieles, bei Weitem jedoch nicht alles, über Prozessdefinitionen und Handbücher regeln. Einheitliche Handlungsmaximen führen letztendlich zu einer optimalen Netzwerkleistung und individuellem Erfolg der CargoLine-Unternehmen. Die Integration aller Mitarbeiter in diese Diskussion ist ein aufwendiger, aber zweckmäßiger Weg.

Stefan Seils: Wertmaßstäbe haben schon immer mittelständisches Handeln geprägt. Davon dürfen wir uns niemals abbringen lassen! Werte im Umgang mit anderen, mit unserer Umwelt und auch in Bezug auf uns selbst sind ein unverzichtbarer und integraler Bestandteil jeder erfolgreichen Unternehmung.

Was versprechen Sie sich davon?

Stefan Seils: Eine Besinnung auf Werte führt dazu, dass wir die Bedürfnisse anderer besser erfüllen: Also unseren Kunden einen optimalen Service anbieten und dass sich die hier arbeitenden Menschen wohlfühlen. Das entspricht auch den Zielen, welche

sich unser Beirat für die kommenden drei Jahre gesetzt hat. Darüber hinaus streben wir natürlich an, dass alle Betriebe wirtschaftlich gesund und erfolgreich sind.

Vor zwei Jahren wurde unter allen Mitarbeitern bereits eine Zufriedenheitsumfrage durchgeführt. Spüren Sie in Ihrem Hause Veränderungen, die dadurch angestoßen wurden?

André Biber: Die Mitarbeiterbefragung war meiner Meinung nach ein voller Erfolg. Sie brachte Reflexion und Motivation gleichzeitig – mit durchaus überraschenden Ergebnissen. Im Rahmen der Auswertung und Diskussion mit unserer Belegschaft wurden viele Verbesserungspotenziale vor allem im Bereich der Kommunikation definiert und umgesetzt.

2013 wird die CargoLine ihr 20-jähriges Jubiläum feiern. Welchen Stellenwert nehmen die großen Kooperationsnetzwerke dann ein?

Stefan Seils: Die Anzahl mittelständischer Kooperationen nimmt ab. Der enorme wirtschaftliche Druck zwingt selbst Konzerne wie zuletzt Wincanton, sich aus dem sehr schwierigen Markt der Stückgutverkehre zurückzuziehen. Die verbleibenden Kooperationen werden gerade für kleine und mittelständische Kunden, aber auch für große Verlager, die auf einen individuellen Service angewiesen sind, immer größere Bedeutung erlangen. ◀

▶ **ANDRÉ BIBER**

Der gelernte Speditionskaufmann und Verkehrsfachwirt André Biber (51) trat 1987 in die Spedition Franz Lebert & Co. (Kempten) ein. Dort verantwortete er unter anderem die internationale Abteilung sowie die Bereiche Verkauf und Qualitätswesen. 2003 wurde er zum Geschäftsführer berufen und 2008 in den Gesellschafterkreis aufgenommen. Heute leitet er als Sprecher der Geschäftsführung operativ die Lebert-Betriebe in Kempten und Erbach. In der Lebert-Gruppe zeichnet er für die Bereiche internationales Netzwerk, Kontraktlogistik, Vertrieb und Marketing verantwortlich.



„Secondhand“ ohne Qualitätsverlust

Mit der zunehmenden Automatisierung der Supply Chain verlangt die verladende Wirtschaft verstärkt nach maschinentauglichen Paletten. Diese müssen jedoch nicht zwangsläufig neu sein: Unter bestimmten Voraussetzungen genügen auch reparierte sortierte Europaletten höchsten Ansprüchen.

► Seit einiger Zeit steigt die Nachfrage nach Neupaletten an. Industrie und Handel sind vielfach der Ansicht, dass diese den heutigen Marktbedürfnissen sowie der zunehmenden Automatisierung logistischer Anlagen und Systeme besser gerecht werden als reparierte sortierte Europaletten.

Umdenken senkt Kosten und schont die Ressourcen

Dabei ist die maschinentaugliche und gebrauchte 3-Sterne-Europalette von Paki Logistics durchaus eine Alternative. Dieser besonders hochwertig sortierte und instandgesetzte UIC-tauschfähige Ladungsträger wurde für den Einsatz in Hochregallagern optimiert. Frei von Öl-, Farb- oder Verpackungsresten und ausgezeichnet mit dem Gütesiegel „Der Blaue Engel“ für ihre ressourcenschonenden Eigenschaften unterstützt diese Palette Industrie und Handel bei der Umsetzung ihrer umweltrelevanten Ziele. Darüber hinaus ist sie auch wirtschaftlich eine interessante Alternative: Im Vergleich zu Neupaletten ist sie jeweils rund 1,00 Euro günstiger. Bei einem Jahresdurchsatz von etwa 100.000 Paletten beläuft sich die Ersparnis damit auf stolze 100.000,00 Euro jährlich!

Definition grundlegender Sortierkriterien

Um eine hohe Qualität dieser 3-Sterne-Europalette langfristig sicherstellen zu kön-

nen, entwickelte Paki gemeinsam mit dem Beratungsunternehmen XMC Management Consultants GmbH einen strengen Standard für maschinentaugliche Gebrauchtpaletten. Dafür wurden sowohl technische Aspekte, organisatorische Abläufe als auch Qualitätskriterien beim Palettentausch schrittweise betrachtet, bewertet und in einem umfassenden Anforderungskatalog zusammengefasst.

Neben Maßen und Toleranzen definierten Paki und XMC auch die Grenzen der Gebrauchsfähigkeit einer Europalette in mechanisierten oder automatischen Lagersystemen nach VDI 3655. Parallel listeten sie konkrete Mängel, die zu Störungen führen können. Damit konnten sie explizit festlegen, in welchen Fällen Paletten als nicht (mehr) tauschfähig gelten und somit aus dem Kreislauf genommen werden müssen.

Theoretische Anforderungen im Praxistest

Dem vorausgegangen waren Gespräche mit Herstellern und Betreibern von lager- und fördertechnischen Einrichtungen, um die theoretischen Normanforderungen mit denen aus der Praxis abzugleichen. In einem zweiten Schritt überprüften Paki und XMC die ermittelten Anforderungen in einem „Feldversuch“ mit einem namhaften Speiseeis-Produzenten. In dessen automatisiertem Hochregallager werden im Sommer



Die reparierte sortierte Europalette ist wirtschaftlich eine interessante Alternative, weiß Christian Kühnhold, Geschäftsführer Paki Logistics.

wöchentlich mehr als 3.000 UIC-tauschfähige Europaletten umgeschlagen. Auf Basis der protokollierten Ergebnisse passte Paki die Qualität der Paletten, die in seinem Pooling Partners Netzwerk zum Einsatz kommen, sukzessive an die Erfordernisse im vollautomatischen Lagerbetrieb an.

Standardisierung mit Signalwirkung

Reparierte sortierte Paletten können bei sorgfältig geprüfter Qualität also sehr wohl die Anforderungen von Industrie und Handel erfüllen. Damit ergeben sich für diese sowohl ökologisch als auch ökonomisch wertvolle Alternativen. ◀

www.paki-logistics.de

Von Dipl.-Wirtsch.-Ing. Christian Kühnhold, Geschäftsführer Paki Logistics GmbH (Ennepetal), und Prof. Dr.-Ing. Günter Truskiewitz, Geschäftsführer XMC Management GmbH (Münster) / Professur für Projektmanagement und Systemplanung, SRH Hochschule für Logistik und Wirtschaft (Hamm)



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


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 Speditions-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 Speditions 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....

Hellmann Worldwide Logistics

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

Gustav Helmrath 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

Hermann Maier Spedition KG

78224 Singen
Tel. 07731 828-0

CargoLine Aldingen

c/o CargoLine GmbH
Tel. 06074 8508-0

Streck Transportges. mbH

79108 Freiburg
Tel. 0761 1305-0

A.S. Speditions-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 Röhlein
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 Miltitzer & Münch BG OOD

BG-1336 Sofia
Tel. +359 2 984 57 10

Interfracht Speditions 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 Jazlovice
Tel. +42 02 22 80 22 22

Raben Logistics Czech a.s.

CZ-627 00 Brno
Tel. +42 02 22 80 22 22

Otto Hansen & Co. a/s

DK-7100 Vejle
Tel. +45 7942 9999

Englmayer Hungaria 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 8572 60

Rotra Forwarding BV

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

Lazar Spółka z o.o.

PL-43-187 Orzesze-Zawisc
Tel. +48 (0) 32 32 41 940

Geodis UK Ltd.

UK-High Wycombe,
Bucks HP12 3TW

Tel. +44 (0) 1494 446541



CargoLine GmbH & Co. KG

Waldstraße 37/18
63128 Dietzenbach

Tel. 06074 8508-0

Fax 06074 8508-30

info@cargoline.de

www.cargoline.de