

CargoTime

2/2015

Das Magazin der  CargoLine

BESSER VERZAHNT

Wie E-Commerce die Logistik beeinflusst

Janine Schamberger

Wie eine junge Frau in einer „Männerdomäne“ Karriere macht

Un, deux, trois

Wie CargoLine mit drei neuen Partnern ganz Frankreich abdeckt

Geordnet zum Erfolg

Wie es der Kooperation gelingt, Ideen in Projekte umzuwandeln



Trailer Services
TRAILERMADE SOLUTIONS

Ihr Servicepartner

STRESSFREI MIETEN

SERVICE NACH MASS

Kontaktieren Sie uns
Servicenummer 01805 79 99 98*
E-Mail: tip-services-de@tipeurope.com

www.tipeurope.com

*0,14 €/Minute aus dem deutschen Festnetz, abweichende Preise aus dem Mobilfunknetz

Liebe Leser,

es geht so einfach: Mit nur wenigen Klicks ist eine neue CD oder ein Buch bestellt. Doch die Zeiten, in denen sich Onlineshopping auf handliche Produkte beschränkte, sind längst passé. Fahrräder, Sofas, Waschmaschinen – im Internet wird alles geordert. Doch wie kommen große und sperrige Güter eigentlich zu ihren Käufern? Und welche Erwartungen verbinden sie mit ihrem digitalen Einkauf? Derartigen Fragen geht der „Fokus“ (ab Seite 6) auf den Grund. Außerdem lassen wir Sie teilhaben an den Einschätzungen des Experten Professor Dr. Ingmar Ickerott und unseren eigenen Erfahrungen mit B2C. Immerhin nehmen Sendungen an Endverbraucher mittlerweile rund zwölf Prozent bei CargoLine ein. Diese wickeln wir in Form eines innovativen Konzepts ab, bei dem Verlässlichkeit ganz oben steht.

Übrigens: Ohne besagte Verlässlichkeit geht im B2B-Bereich gleichfalls gar nichts. Das wissen auch CargoLiner Kissel und die Fritz Gruppe. Sie transportieren Kerzen beziehungsweise Produkte für Heim- und Handwerker, die unversehrt und just in time beim Kunden ankommen müssen. Näheres dazu verraten die Seiten 10 bis 13.

Des Weiteren bietet diese Ausgabe Gelegenheit, zwei Mitarbeiter „hautnah“ kennenzulernen: Janine Schamberger von der Spedition Schäflein, die sich als jüngste Umschlaghallenleiterin innerhalb unserer Stückgutkooperation behauptet, und Waldemar Fast. Trotz seines fortgeschrittenen Alters von 63 Jahren trainiert er regelmäßig Kinder und Jugendliche im Ringen. Für den ehemaligen Profi und seinen Arbeitgeber – die John Spedition – eine Ehrensache.

Auf Seite 18/19 und Seite 20/21 stehen derweil strategische Hintergründe im Blickfeld. Hier erfahren Sie, wer unsere neuen Partner in Frankreich sind und warum eine strenge Geschäftsordnung nicht im Widerspruch zu Kreativität stehen muss.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre und wie immer – 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 Mediencenter GmbH
83361 Kienberg

Fotos

Titel: Merlinul - Shutterstock
Seite 3: Felix Schmitt
Seite 7: Eugenio Marongiu - Shutterstock - Montage kiosk:mediendienste
Seite 9: Max Griboedov - Shutterstock, Ingmar Ickerott
Seite 10, 11: Richard Wenzel GmbH & Co. KG
Seite 13: GÜDE GmbH & Co. KG
Seite 14: Petra Pettmann/vor-ort-foto.de, Bernd Höppner
Seite 15: storm - Fotolia.com, Susanne Bartel, Rotra Forwarding BV
Seite 16: Dimitri Ismer/Barmbek-Uhlenhorst, Marzena Seidel, John Spedition GmbH
Seite 17: Schäflein Spedition GmbH
Seite 18: Mihai-Bogdan Lazar - Shutterstock, Iakov Kalinin - Shutterstock, ventdusud - Shutterstock
Seite 21: renaschild - Fotolia.com
Seite 22: Waldemar Fast/ASV 1908 e. V. Fulda
Seite 23: TIP Trailer Services Germany GmbH

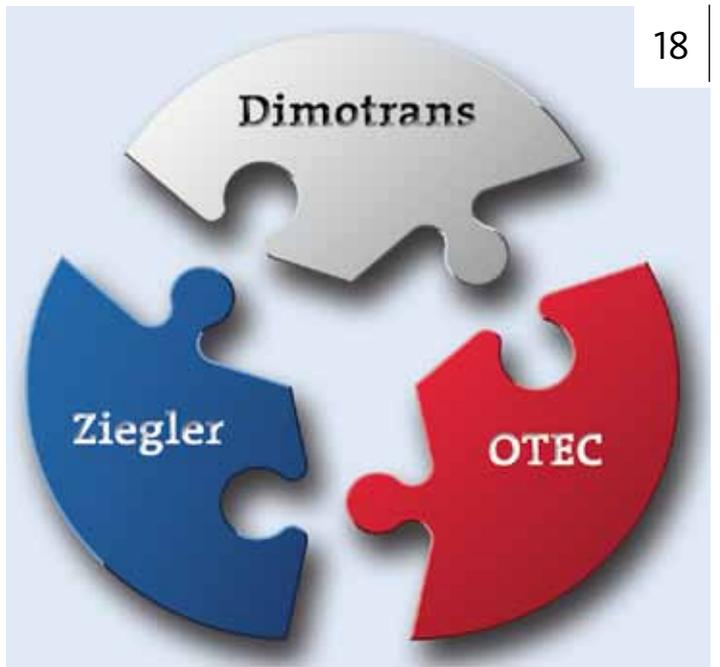
6



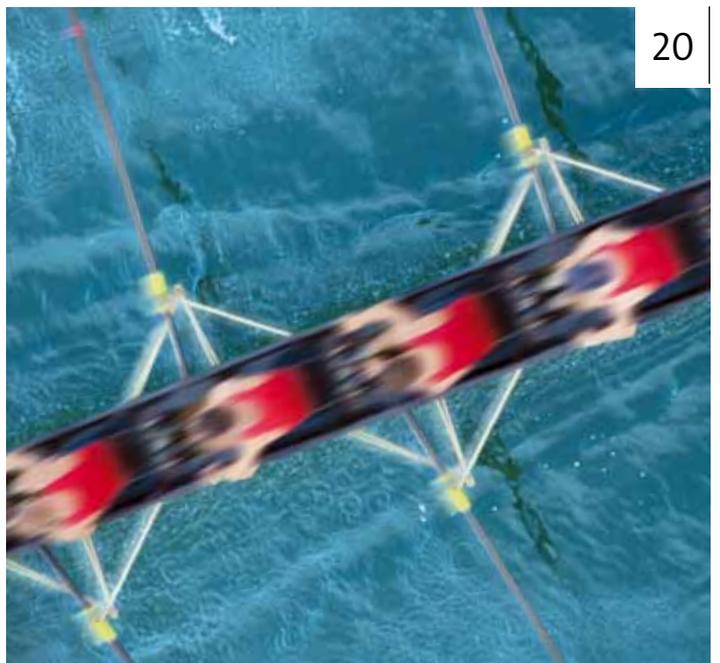
17



18



20



- 6 | FOKUS
B2C fordert neue Logistikkonzepte
 Ob individuelle Kundenwünsche, eine exakte Avisierung oder das wiederholte Zustellen von Waren: Die Abwicklung privater Sendungen bringt manche Herausforderungen mit sich. Durch eine enge Zusammenarbeit zwischen Onlinehändler und Stückgutdienstleister sowie das intelligente Verzahnen von B2B- und B2C-Prozessen lassen sie sich meistern.
- 9 | **Logistik im Zeitalter des E-Commerce**
 Warum ist Onlineshopping eigentlich so beliebt? Welchen Einfluss hat es auf die Logistikbranche? Und wie können sich Dienstleister hier behaupten? Experte Professor Dr. Ingmar Ickerott kennt die Antworten.
- 10 | PRAXIS
Kerzen für jeden Geschmack
 Der erfolgreiche Hersteller Richard Wenzel geht wortwörtlich mit der Zeit: Seinen Trendscouts und Cargoliner Kessel sei Dank. Letzterer transportiert die Kerzen von Wenzel bei Bedarf auch nachts.
- 12 | **Mit dem richtigen Gerät gibt's immer was zu tun**
 Sei es ein Bohrhammer oder ein 200-Kilogramm-Holzspalter: Produkte der Firma Güde werden kurzfristig bestellt und ebenso kurzfristig ausgeliefert. Ein großes Lager und die Fritz Gruppe machen es möglich.
- 14 | IN KÜRZE
 > Kessel ist neuer Gesellschafter > Internationale Partner des Jahres > Fit mit Schneekoppe
 > Boomender Ausbildungsbereich > „Apparter“ Messeauftritt > Rotra setzt grünen Fußabdruck > Uwe Seeler und Lotto King Karl zu Gast > John Spedition: Das Tor zu Europa wird 70
- 17 | HAUTNAH
Kompetenz ist keine Frage des Alters
 Wie wird man im Alter von nur 26 Jahren Leiterin einer Umschlaghalle? Janine Schamberger, Mitarbeiterin der Spedition Schäflein, zeigt, wie's geht.
- 18 | INTERNATIONAL
Un, deux, trois
 Obwohl der französische Logistikmarkt von Big Playern dominiert wird, entschied sich Cargoline dort bewusst für drei mittelständisch geprägte Partner. Eine bodenständige Allianz mit Perspektive.
- 20 | STRATEGIE
Geordnet zum Erfolg
 Wenn 70 Partner vorn mitspielen wollen, bedarf es klarer Strukturen. Aber auch Raum für Eigeninitiative und Kreativität.
- 22 | HAUTNAH
Immer auf der Matte
 Kinder und Jugendliche brauchen Selbstbewusstsein: Der ehemalige Profiringer Waldemar Fast verhilft ihnen dazu – wenn er nicht gerade Lkw entlädt.
- 23 | TRANSPORT UND LOGISTIK
Verringerte Lkw-Standzeiten dank engmaschigem Servicenetz
 Pannen und Reparaturen kosten Zeit und Geld. Um sie zu vermeiden, setzen Transportdienstleister wie Cargoline unter anderem auf einen Wechselbrücken-Pool und Wartungen von TIP Trailer Services.
- 24 | PARTNERKARTE

B2C fordert neue Logistikkonzepte

Neue technische Möglichkeiten und das Kaufverhalten der „Generation Y“ verändern den Handel grundlegend. Das stellt auch weitreichende Anforderungen an die logistischen Prozesse beim E-Commerce.

Geschätzte 516.000 Onlineshops konkurrieren in Deutschland um Kunden. Bisher sind vor allem Bekleidung, Bücher, Büro- und Haushaltsartikel sowie Unterhaltungselektronik und Elektroartikel im Angebot. Aber auch immer mehr Baumärkte oder Handelsunternehmen nutzen das Internet als Vertriebsweg für ihre sperrigen Produkte. Die Wachstumsrate in Deutschland war in den letzten Jahren immer zweistellig und wird – so die Prognosen – weiter hoch bleiben. Rund 51 Millionen Menschen wickeln derzeit etwa zehn Prozent ihres Einkaufs über das Internet ab und geben durchschnittlich 530 Euro im Jahr dafür aus.

Schon heute verkaufen Onlineshops nicht mehr nur Schuhe: Intelligente Shopping-Assistenten vermessen den Fuß und simulieren Passform sowie Aussehen am Bildschirm. Im Ladengeschäft kann man sich derweil im digitalen Spiegel das passende Jackett zur Hose virtuell „anziehen“. Der Markt wird immer digitaler und geht in Richtung Multi-Channel: Während Einzelhändler mit ihren Shops und Apps in das Internet drängen, experimentieren Onlinehändler mit Filialen in den Städten. Hinzu kommen neue Webplattformen, die lokalen Händlern anbieten, deren Produkte zu verkaufen.

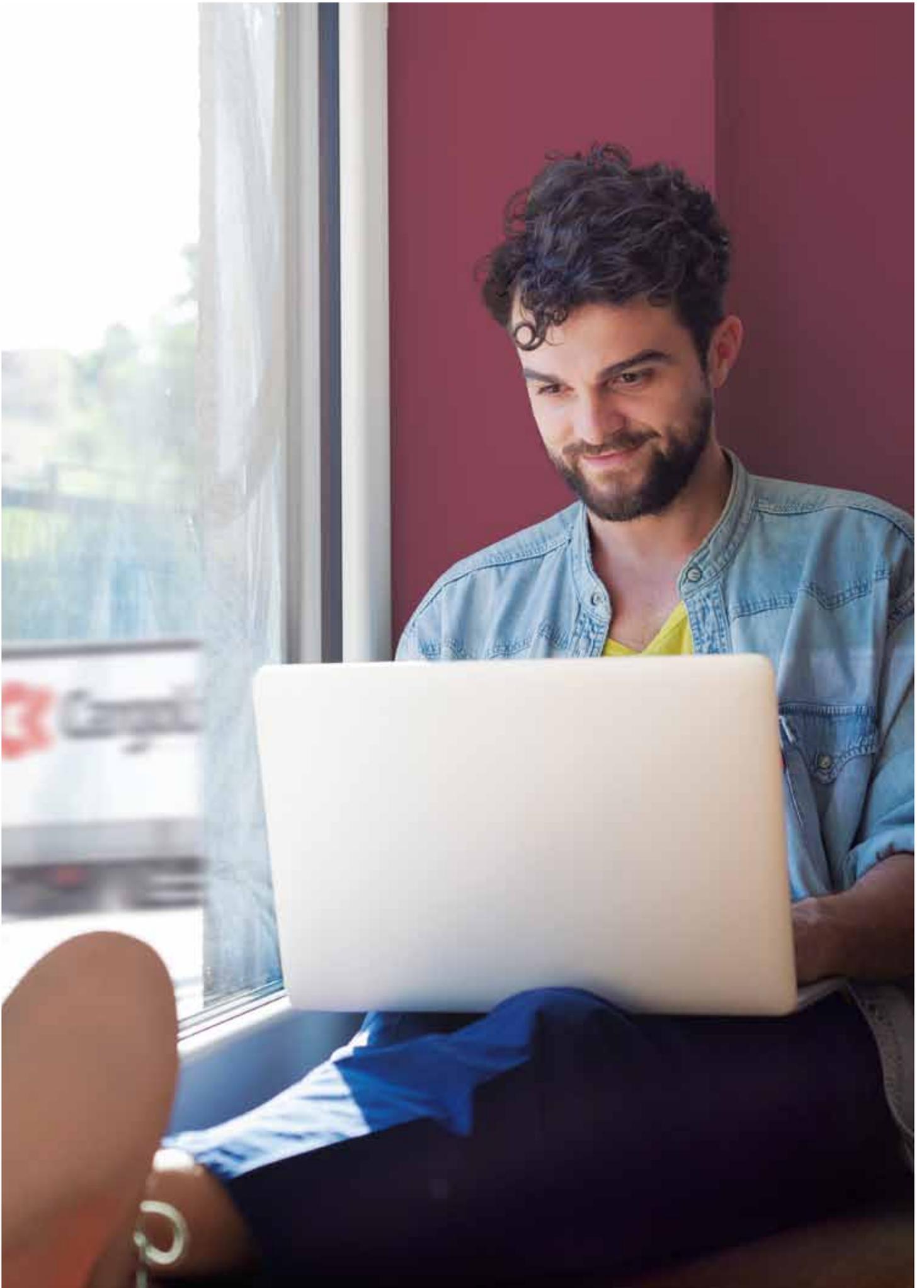
Einkaufen, wann und wo man möchte

Nicht nur weiterentwickelte technische Möglichkeiten treiben den E-Commerce voran, sondern auch die „Generation Y“. Die in den 1980er

Jahren Geborenen unterscheiden sich deutlich von der vorherigen „Wohlstandsgeneration“. Studien sehen die Gründe dafür vor allem darin, dass sie im Unterschied zu ihren Vorgängern keine Hoffnung auf ein ungebrochenes Erwerbsleben haben. Verlangt wird von ihnen eine hohe Flexibilität, allerdings mit dem permanenten Risiko zu scheitern. Dies zwingt dazu, sich von anderen unterscheidbar zu machen, um – nicht nur – beruflich erfolgreich zu sein.

Mit diesem Trend zur Individualisierung verändern sich auch Konsum- und Einkaufsgewohnheiten: Stress, Leistungsdruck und ein vollgepacktes Freizeitprogramm – die Vertreter der „Generation Y“ haben immer weniger Zeit beziehungsweise nur bestimmte Zeitfenster zum Shoppen. Außerdem erwarten sie individuelle Produkte und Services sowie emotionale Kaufumgebungen. Hinzu kommt: Sie wissen heute mehr über ihre bevorzugten Produkte, können sich im Vorfeld ausführlich darüber informieren und sich mit dem Smartphone die Händler in der Umgebung anzeigen lassen.

Dabei unterscheiden jüngere Menschen nicht mehr zwischen den Einkaufskanälen: Morgens übermitteln sie per Tablet ihre Einkaufsliste an den Supermarkt in ihrer Nähe und holen die Bestellung auf dem Nachhauseweg ab, und mittags ordern sie per Smartphone ein neues Sofa, das am nächsten Tag um 20 Uhr geliefert werden soll. Spät in der Nacht laden sie sich online noch ein neues Buch auf ihren >



E-Book-Reader. Samstags spazieren sie dann durch die Boutiquen in der Innenstadt, um anschließend online preiswerter zu erwerben, was ihnen gefallen hat. Eingekauft wird immer und überall – bevorzugt mit Lieferung an die eigene Wohnungstür.

Die Schattenseiten

So bequem ein solches Einkaufen ist – Onlinehändler und vor allem Paketdienstleister, aber auch Speditionen stellt es vor gewaltige Herausforderungen: Nach einer Studie der Hochschule Bamberg kommen schätzungsweise mindestens 144 Millionen Retouren in Deutschland jährlich zusammen. Ihre Abwicklung kostet den Verkäufer durchschnittlich rund 15 Euro pro Sendung. Das treibt die Kosten insgesamt in die Höhe. Zudem verursacht der Versand eines Pakets etwa 500 Gramm CO₂ – rechnet man das auf alle Rücksendungen hoch, entspricht dies einem Kohlendioxidausstoß von 143.000 Tonnen, wie die Bamberger Forscher für das Jahr 2012 errechnet haben. Das ist die Menge an CO₂, die mehr als 12.000 Bundesbürger über ein Jahr verursachen. Dies steht in einem krassen Gegensatz zur vielfach ausgesprochenen Forderung nach einer „grüneren“ Logistikbranche.

Hauptsache verlässlich

Die Folgen des veränderten Kaufverhaltens haben inzwischen auch die klassischen Stückgutspeditionen erreicht, deren Kern eigentlich das B2B-Geschäft ist: Zunehmend werden voluminöse und schwerere Güter wie Kühlschränke, Waschmaschinen, Gartenmöbel, Autoreifen, Dachgepäckboxen oder Fitnessgeräte über den Onlinehandel angeboten. In seinem Auftrag beliefern Stückgutspeditionen auch immer häufiger Endverbraucher – bei CargoLine liegt der Anteil der Sendungen, die für Paketdienstleister zu schwer oder zu sperrig sind, bereits bei zwölf Prozent.

Viele dieser Endverbraucher möchten von den Stückgutdienstleistern wie bei einem Paketdienst über den Status informiert werden und erwarten die Zustellung zu einem festgelegten Lieferzeitpunkt – das alles selbstverständlich zuverlässig. Der Grad der Erfüllung dieser Anforderungen beeinflusst maßgeblich die Zufriedenheit des Kunden mit dem Kauf insgesamt. Für den Verkäufer stehen Bewertungspunkte auf dem Spiel. Wegen der hohen Markttransparenz und der Möglichkeit eines leichten Anbieterwechsels ist Logistik daher ein bedeutsamer Erfolgsfaktor für Internethändler.

„Verlässlichkeit ist im E-Commerce-Bereich die wichtigste Anforderung an Transport- und Logistikunternehmen“, weiß auch Jörn Peter Struck, Vorsitzender der CargoLine-Geschäftsführung. „Die damit verbundenen Erwartungen der Händler und ihrer Kunden kennen wir jedoch bereits von unseren klassischen Geschäftskunden für Stückgut.“ Sie beliefern über CargoLine-Partner immer öfter auch Endkunden mit Produkten, Die Antwort der CargoLine für das neue Geschäftsfeld heißt „B2CLine“. Damit werden Sendungen an private Kunden per SMS oder E-Mail avisiert. Sie haben die Wahl, dem angebotenen Zeitfenster zuzustimmen oder ein neues zu vereinbaren, das auch in den Abendstunden liegen kann. Damit muss der Empfänger nicht länger Nachbarn aktivieren oder sich gar einen Tag freinehmen, um

irgendwann eine Sendung entgegennehmen zu können. Stattdessen orientiert sich die Sendungszustellung in einem gewissen Rahmen an der Verfügbarkeit des Empfängers. Für die CargoLine-Partner hat dies den Vorteil, dass Sendungen an Endverbraucher gezielt disponiert und die Fahrzeuge besser ausgelastet werden können. Ein erfolgreiches Angebot, mit dem die Kooperation schon heute Laufzeiten verkürzt, den Aufwand reduziert und die Umwelt entlastet.

Neue Herausforderungen für die Logistik

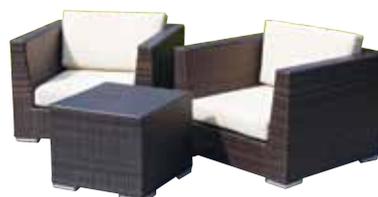
Die logistische Abwicklung privater Sendungen ist allerdings deutlich aufwendiger als beim klassischen Stückgut. Schließlich erfordern sie eine individuelle Behandlung, die exakte Avisierung oder die wiederholte Zustellung, wenn der Empfänger – gegebenenfalls trotz Vorkündigung – nicht angetroffen wird. „Die Kunst besteht darin, die privaten Bestellungen über die Geschäftskunden der Speditionen mit bisherigen Prozessen im Business-to-Business-Verkehr zu verzahnen oder sie in bestehende Standardprozesse zu integrieren“, beschreibt Struck den Weg der CargoLine.

Hinzu kommen allerdings verstärkt zusätzliche Herausforderungen. So sind beispielsweise kleinere Fahrzeuge für die Anlieferung auf den letzten Kilometern in den Innenstädten beziehungsweise Kooperationen mit entsprechenden Dienstleistern notwendig. Ferner gilt es, zusätzliche Services zu organisieren, etwa die Anlieferung einer großen Matratze in die dritte Etage, das Auspacken und die Mitnahme der Verpackung. Solche Anforderungen bedient CargoLine auf Wunsch schon heute. Zukünftig wären auch weitere Dienstleistungen denkbar wie das Anschließen der Waschmaschine oder des Fernsehers inklusive Programmierung der Sender.

Solche Sonderdienste verursachen jedoch zusätzlichen Aufwand und damit Kosten. An die „Umsonst-Mentalität“ im Internet gewöhnt, möchte allerdings nicht jeder Käufer diese Leistungen bezahlen. Immerhin: Mehr als die Hälfte der deutschen Onlinekäufer ist durchaus bereit, zumindest zur Schonung der Umwelt längere Lieferzeiten oder höhere Kosten in Kauf zu nehmen.¹

Idealerweise setzt die Zusammenarbeit zwischen Versandhandelskunde und Spedition jedoch nicht erst mit der Erteilung des Auftrags für den Transport ein. Für den Dienstleister ist es sinnvoll, die Anforderungen der Onlinehändler und ihrer Kunden im Hinblick auf die logistische Leistungserbringung zu analysieren, mit dem eigenen Angebot abzugleichen und ebenso attraktive wie realistische Transportlösungen anzubieten. Daher gehören selbstverständlich die individuelle Beratung und die Unterstützung bei logistischen Anforderungen ebenfalls zu den Leistungen der Stückgutkooperation, insbesondere wenn Unternehmen den Internethandel als zusätzliches Geschäftsfeld nutzen möchten. So ist es möglich, von vornherein ein rundes Angebot inklusive der Leistung für den Endverbraucher und einen intelligenten Logistikprozess zu gestalten. <

¹ „Logistik im Onlinehandel. Der Erfolg des Onlinehandels ist weiterhin ungebrochen.“, BearingPoint (2014)



Logistik im Zeitalter des E-Commerce

Professor Dr. Ingmar Ickerott lehrt an der Hochschule Osnabrück Logistikmanagement. Auf dem letztjährigen „Tag der Kontraktlogistik“ von CargoLine hielt er einen Vortrag zum Thema „Logistik im Zeitalter des E-Commerce“. Wir wollten von ihm wissen, was es damit auf sich hat.



Herr Professor Dr. Ickerott, was treibt den E-Commerce eigentlich voran?

In erster Linie mobile Geräte. Sie sind das zentrale Aktionselement des E-Commerce, denn mit ihrer Hilfe kann ich überall und jederzeit alles bestellen. Hinzu kommen intelligente Shopping-Assistenten, die die technische Entwicklung vorantreiben. Zum Beispiel wenn ich ein neues Möbelstück in meinem Wohnzimmer virtuell simulieren kann. Bei der Technologie tut sich also enorm viel. Dazu gehört auch die massenweise Sammlung von Daten und Informationen, um Kundenprofile anzulegen und mehr oder weniger sinnvoll zu bedienen. Die neuen technischen Möglichkeiten üben eine enorme Faszination auf die „Generation Y“ aus, die nicht immer sorgsam mit ihren Daten umgeht.

Der E-Commerce ist auch beim Stückgut angekommen ...

Zwangsläufig, weil zunehmend voluminöse Artikel – zum Beispiel für Haus, Garten oder Auto – über das Internet angeboten und bestellt werden. Ihre Anlieferung gehört weder zum bisherigen Geschäftsfeld der Paketdienstleister noch zu dem der Speditionen, die private Endkunden bisher kaum im Blick hatten.

Welche Konsequenzen hat das für Stückgutspediteure?

Auf der einen Seite haben sie es leicht, weil sie die Wünsche ihrer B2B-Kunden genau kennen und sie sich immer schon zu eigen gemacht haben. Der generalistische Spediteur wird es zukünftig in puncto E-Commerce allerdings schwer haben, weil es eine starke Differenzierung beim Onlinehandel geben wird. Denn Hightech-Geräte müssen anders transportiert werden als Produkte aus dem Baumarkt. Logistikdienstleister werden sich deswegen in bestimmten Segmenten, in ausgewählten Branchen, für spezialisierte Dienste oder ausgewählte Kunden aufstellen müssen.



Professor Dr. Ickerott, Hochschule Osnabrück

Und auf der anderen Seite ...

... haben sie es schwer, weil die Logistik für private Endkunden ganz andere Anforderungen an sie stellt als beim klassischen Stückgut. Allein mit den bekannten und bewährten Standardprozessen wird man sie nicht erfüllen können. Sie müssen angepasst werden. Dafür gibt es viele konkrete Beispiele: Private Endkunden präferieren die zeitgenaue Hauszustellung mit vorheriger Ankündigung – sei es selbst noch am Tag der Bestellung, abends oder am Wochenende. Auch die letzten Kilometer in den Innenstädten sind für Spediteure eine Herausforderung. Notwendig sind neue Transportmittel oder Kooperationen mit entsprechenden Partnern, ebenso dezentrale Lager für besonders gefragte Güter in Ballungszentren. Im ländlichen Raum werden sich vermutlich Abholmodelle durchsetzen, die unabhängig von der Anwesenheit des Kunden sind.

Kann ein mittelständischer Logistiker das leisten?

Ein einzelner sicherlich nicht. Man braucht dafür Netzwerke. Gemeinsam und arbeitsteilig durch einzelne Partner können kostenträchtige Investitionen besser

finanziert und notwendige Entwicklungen schneller vorangetrieben werden. Investitionen und Risiken lassen sich so streuen, und von den Erfahrungen und Ergebnissen profitieren alle.

Wo sehen Sie die vorrangigen Aufgaben für Spediteure?

Auf Basis der Kundenstruktur und ihrer Anforderungen müssen Strategien entwickelt und Prioritäten gesetzt werden – für die Kooperation als Ganzes und für jedes Partnerunternehmen. Vorrangig sind Investitionen in Hard- und Software, die über das bisherige Kerngeschäft der Logistik weit hinausgehen werden. Notwendig sind aber auch kluge Menschen in den Speditionen, die die neue Generation repräsentieren und sich mit dem Thema E-Commerce auskennen. <

Kerzen für jeden Geschmack

Viele Kerzen sind so schön gestaltet, dass sie zum Anzünden viel zu schade erscheinen. Ihr Licht kann jedoch eine feierliche oder gemütliche Atmosphäre schaffen – es ist der Inbegriff von Romantik. In Deutschland zählt die Richard Wenzel GmbH & Co. KG zu den größten Herstellern von Kerzen, der CargoLine-Partner Kissel bringt sie in den Handel.

Ob Stumpfen-, Stab-, Kamin-, Kugel-, Spitz-, Schwimm-, Outdoorkerze oder Teelicht, ob zu bestimmten Anlässen wie Ostern (eiförmig), Sommer (täuschend echt aussehende „Marshmallows“ und „Äpfel“), Halloween (in Orange mit eingegossener falscher Spinne oder Schwarz mit Totenkopf), Advent (mit Backrezepten, Stulpenmuster oder in Schneeballform) oder Neujahr (mit Wünschen): Die Richard Wenzel GmbH & Co. KG – kurz Wenzel Kerzen – ist für ihr breites Sortiment, ihre frischen Ideen und Produktqualität bekannt. Bei der Hochzeit von Gary Barlow, dem Sänger der Popband Take That, kamen zum Beispiel über 1.000 Wenzel-Stabkerzen in Weiß und Rosé zum Einsatz.

Trends aufgreifen

„75 Prozent unserer verkauften Kerzen sind nach wie vor klassisch rot, creme oder weiß gefärbt. Um zu wissen, welche Formen und Farben wir in den kommenden zwölf Monaten zusätzlich anbieten müssen, stellen wir auf der Christmasworld in Frankfurt aus, wo wir von vielen Bestands- und potenziellen Kunden Feedback erhalten. Darüber hinaus besuchen wir und/oder ein externer Designer, den wir beschäftigen, Messen wie die Formland in Dänemark oder die Maison & Objet in Paris, auf denen Innenausstattungstrends gemacht werden“, erklärt Jürgen Jaksch, Mitglied der Geschäftsleitung und Urenkel des Firmengründers Adrian Wenzel.

Anschließend besprechen acht bis zehn Mitarbeiter diese neuesten Farb- und Dekotrends mit dem Designer und „übersetzen“ sie für die Produkte von Wenzel. Dabei entstehen 300 bis 400 Ideen, von denen letztendlich zehn bis 15 das umfangreiche Bestandssortiment ergänzen.

Zusätzlich kreierte das Unternehmen individuelle Kerzenkollektionen in Zusammenarbeit mit seinen Kunden und Partnern. Einige davon – darunter Wohnaccessoires-Anbieter, Gartenschmuckmärkte und Handelshäuser – beschäftigen nämlich ebenfalls eigene Trendscouts. Sie entwerfen mehrmals pro Jahr ganze Dekorationswelten auf Papier, sogenannten Moodbooks, die als Leitfaden für kommende Sortimente dienen.

Made in Germany

Der Kerzenmarkt sei hart umkämpft, daher müsse man sich USPs suchen, meint Jaksch. „Unser umfangreiches Angebot ermöglicht jedem Besteller ein auf ihn abgestimmtes Programm. Ergänzend hierzu bieten wir an, dass wir die Kerzen mit kundeneigenen Motiven versehen, mit seinem Firmennamen etikettieren, in Zellophan verpacken und den Klarpreis angeben.“ Dazu stehen im Bereich Logistik/Verpackung/Kommissionierung rund 80 Mitarbeiter bereit – 40 Prozent der Gesamtbelegschaft.

Aufgrund dieser umfangreichen Optionen kann der Hersteller nicht auf Vorrat produzieren. Gefertigt wird daher fast ausschließlich auftragsbezogen – und zu 100 Prozent in Deutschland. „Was wir durch eine Auslagerung nach Polen oder Tschechien an Personalkosten sparen könnten, würde durch die aufwendigere Koordination und Logistik wieder aufgehoben“, erklärt Jaksch.

Gefahr erkannt, Gefahr gebannt

Ein weiterer USP ist die Qualität. So war das Familienunternehmen Gründungsmitglied der Gütevereinigung Kerzen. Deren DEKRA-geprüftes „RAL-Gütezeichen Kerzen“ gibt Verbrauchern die Gewissheit, hochwertige und gesundheitlich unbedenkliche Produkte zu erwerben, die selbst dem hohen Lebensmittelstandard der US-amerikanischen Food and Drug Administration (FDA) entsprechen.



„Wer hat's erfunden?“ Im Falle der selbst erlöschenden [®]safe candle nicht die Schweizer, sondern Wenzel Kerzen aus dem unterfränkischen Aschaffenburg.

Seine Erfindung [®]safe candle ließ Wenzel Kerzen sogar patentieren. Dabei handelt es sich um eine universell einsetzbare Kerze, die dank des einzigartigen Dochtalters von alleine verlöscht. Außerdem kann der brennende Docht auch ohne Untersetzer auf Kränzen nicht umfallen oder durchrutschen. „Laut einer Studie des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft gehen die Brände zur Adventszeit seit 2007 kontinuierlich und deutlich zurück. Das korrespondiert mit der Einführung unserer [®]safe candle“, erläutert Jaksch stolz. Das System hat sich derart bewährt, dass Wenzel Kerzen kürzlich zwei Lizenzen dafür vergeben hat.



Gemeinsam voran

So wie die Firma im Laufe der Jahre mit ihren Kunden gewachsen ist, so hat sich die in Stockstadt am Main beheimatete Kissel Spedition seit den 1970er Jahren mit dem Kerzenfabrikanten entwickelt. Sie ist für alle Verkehre innerhalb Deutschlands und für diverse Auslandsrelationen zuständig. Dabei ist die Flexibilität von Kissel ganz besonders gefragt: „Bei hohen Temperaturen können wir nur spätabends verladen, damit die Kerzen keinen Schaden nehmen. Also disponiert Kissel seine Lkw so, dass die Spedition die Ware nachts an unseren beiden Standorten in Aschaffenburg abholen und dennoch am folgenden Morgen pünktlich zustellen kann“, freut sich Jaksch.

Auf kurzfristige Sonderwünsche reagiert der Kerzenhersteller dank Kissel ebenfalls schnell: „Es kommt vor, dass ein Kunde dringend Nachschub braucht, beispielsweise in der Vorweihnachtszeit. Dann laufen unsere Maschinen auf Hochtouren, um die Bestellung bis 22 Uhr zu produzieren. Auch sie holt Kissel noch am selben Abend ab und stellt sie im Nachsprung zuverlässig zu.“

Ein Mann, ein Wort

Darüber hinaus schätzt Jaksch den kurzen Draht zur Spedition: „Es gibt konstante Ansprechpartner und

man weiß, was der andere kann oder braucht. Bei unseren sensiblen Produkten ist es extrem wichtig, dass sie sorgfältig behandelt werden und heil ankommen. Da fühlen wir uns bei Kissel sehr gut aufgehoben.“ Das ist für Wenzel Kerzen überaus wichtig: „Wenn wir mit Kunden reden, sprechen in der Regel zwei Inhaberfamilien direkt miteinander. Zusagen gelten dann ohne Wenn und Aber, auch hinsichtlich der Logistik.“

Ein wenig ungeduldig wartet Jürgen Jaksch darauf, dass Kissel den Spatenstich für die geplante neue Anlage im benachbarten Mainaschaff setzt: „Um uns weiterzuentwickeln, müssen wir uns der Frage stellen, wie wir die wachsenden logistischen Ansprüche unserer Kunden meistern können. Sie verlangen immer häufiger kurzfristige Lieferungen und haben Sonderwünsche, die wir auf unseren Flächen nicht unendlich abbilden können. Wenn Kissel sich ab spätestens 2017 in unmittelbarer Nachbarschaft befindet, können wir darüber nachdenken, die Kommissionierung an die Spedition auszulagern.“ <

> Unter <http://kerzen-wenzel.de/kerzentipps.php> finden Interessierte Wissenswertes über Kerzen und Tipps zum richtigen Abbrennen.

Wenzel Kerzen

... fertigt seit 1899 in Aschaffenburg hochwertige Kerzen. Das in vierter Generation inhabergeführte Unternehmen bietet eine umfangreiche Größen- und Farbauswahl sowie Designkerzen im Einklang mit den aktuellen Farb- und Dekotrends. Insgesamt 200 Mitarbeiter, davon 100 in der Produktion, haben 2014 circa 9.000 Tonnen Rohmaterial verarbeitet. Im modernen Maschinenpark, den das Unternehmen zum Teil selbst mit entwickelte, produziert Wenzel Kerzen pro Woche bis zu einer Million Kerzen und bis zu drei Millionen Teelichte. Acht Mitarbeiter machen derzeit eine Ausbildung zum Wachszieher beziehungsweise -bildner.

www.wenzel-kerzen.de



Kissel Spedition

... wurde 1979 von Edwin Kissel gegründet. Heute beschäftigt das Unternehmen 176 Mitarbeiter und hat 35 eigene Fernverkehrszüge und 150 Wechselbrücken im Einsatz. Sie werden ergänzt von 25 Subunternehmern mit 55 Fahrzeugen. Pro Tag schlägt der Transport- und Logistikdienstleister circa 1.100 Sendungen im Aus- und 950 im Eingang um. Logistikgeschäfte, unter anderem für eine namhafte Handelskette für Wohnaccessoires und Raumdüfte, runden das Geschäft ab. Zum 1. Juli 2015 wurde Kissel in den Kreis der CargoLine-Gesellschafter aufgenommen.

www.kissel-spedition.de

Mit dem richtigen Gerät gibt's immer was zu tun

Auch im Do-it-yourself-Segment verlagern sich die Käufe zunehmend ins Internet. Ein Maschinen- und Werkzeughersteller, der sich darauf bereits eingestellt hat, ist die Firma Güde aus dem schwäbischen Wolpertshausen. Speditionelle Unterstützung erhält sie von der Heilbronner Fritz Gruppe.

Im Herbst wird es im Garten noch einmal lebhaft: Dann stutzen Hobbygärtner und Profis Bäume und Hecken, vertikutieren ein letztes Mal den Rasen, sägen und spalten Brennholz, lesen Äpfel, um sie zu Most, Apfelsaft oder Apfelwein zu verarbeiten, und vieles mehr. Und weil die Temperaturen morgens und abends schon recht frisch sind, wärmen sie sich am Pelletofen wieder auf.

Etliche der dazu benötigten Geräte haben ein RAL-5015-blau gefärbtes Gehäuse, in der Hausfarbe von Güde. Das Unternehmen mit Sitz in Wolpertshausen bei Schwäbisch Hall bietet ein sehr umfangreiches Maschinen- und Werkzeugsortiment für Haus, Garten, Werkstatt und Baustelle und spielt damit in der Liga der Top Ten der Branche mit. Zielgruppe sind Profis und vor allem der sogenannte DIY (Do-it-yourself)-Anwender.

Innovationen aus Deutschland

Der Name Güde leitet sich von den je zwei Anfangsbuchstaben des Vor- und Nachnamens von Günther Denner ab, der das Unternehmen vor rund 35 Jahren gründete. Inzwischen ist auch sein Neffe Ulrich Abendschein zu 50 Prozent am Familienunternehmen beteiligt.

Schon bald nach der Gründung hatte „Güde“ die Größe, um selbst nach engen Vorgaben hinsichtlich Qualität und Produktstandards weltweit produzieren und entwickeln zu lassen. „Die meisten Ideen entstehen aber in unserem Haus, wir schätzen uns da als recht innovativ ein“, freut sich Güde-Geschäftsführer Helmut Arnold.

Als Innovationstreiber sieht er sich auch in Sachen Preis: „Unsere Geräte liegen circa 20 Prozent unter denen der A-Marken. Möglich ist dies, weil wir die Komponenten den Bedürfnissen unserer Käufer anpassen: Ein Hobbygärtner beispielsweise benötigt keine Motorheckenschere für 600 Euro, die auf 1.000 Arbeitsstunden ausgelegt ist. Ihm genügen

auch 500 Stunden Leistung zu circa 150 Euro. Damit kann er seine Hecke ein Leben lang schneiden“, lacht Arnold gutmütig.

Schnelligkeit und Qualität

Die Geräte finden geneigte Käufer im Baumarkt, Fachhandel und beim Discounter, zunehmend auch in Onlineshops. Das hat die Sendungsstruktur verändert: Gingen die Produkte früher ausschließlich palettenweise in den Handel, so steigt mehr und mehr der Anteil an Sendungen, die auf Wunsch des Händlers direkt an den Endverbraucher verschickt werden. Daher stehen bei Güde auf über 30.000 Quadratmetern Fläche permanent mehr als 2.000 unterschiedliche Artikel in großen Stückzahlen bereit. „Das ermöglicht uns, eingehende Bestellungen umgehend zu bearbeiten – egal, ob es sich um einen handlichen Bohrhammer oder einen 200-Kilogramm-Holzspalter handelt. Gerade bei Mischbestellungen, die heute rund 80 Prozent unserer Aufträge ausmachen, können wir so extrem schnell reagieren“, erklärt Arnold stolz.

Viele Produkte werden vor der Auslieferung im Haus endmontiert. Ausgebildetes Fachpersonal prüft darüber hinaus jeden Artikel nach strengen Vorgaben und sichert so seine Qualität. Eigene Logistikmitarbeiter, die circa ein Viertel der Belegschaft ausmachen, kümmern sich um die korrekte Beladung und Organisation der Auslieferung.

Verbraucherfreundliche Zustellung

Die Schnelligkeit, mit der gerade Endkunden heute ihre Ware erwarten, erfordert eine sehr sorgfältige Auswahl von Spediteuren: „Hatten wir früher drei bis fünf Tage Zeit zwischen Bestellung und Zustellung, so sind es heute oft nur noch 48, maximal 72 Stunden. Und trotzdem muss die Ware pünktlich und ordentlich ankommen“, seufzt Arnold. Zu dieser Herausforderung kommt eine weitere: Güde kann den Transportbedarf schlecht vorplanen – in der Regel erfolgt die Meldung des Bedarfs an Lkw und Brücken einen Tag im Voraus. Der Allein-



Geschäftsführer setzt daher seit neun Monaten auf die Fritz Gruppe als einen von zwei Dienstleistern: „Fritz kann erfreulich kurzfristig reagieren und ist sehr beweglich, denn unsere Ware darf auf keinen Fall stehen bleiben. Seien es sperrige, hohe oder schwere Güter, Einweg- oder Tauschpalette, die Spedition kann mit allem umgehen. Daran merkt man, dass bei Fritz sehr kompetente Mitarbeiter arbeiten.“

Die Spedition aus Heilbronn verfügt noch über einen weiteren Vorteil: Seit einem Jahr bietet sie im Verbund der Stückgutkooperation CargoLine „B2C-Line“ an: einen Dienst, der speziell auf Internetkäufer zugeschnitten ist. Dabei handelt es sich um ein Avistool, das die geplante Zustellung der online bestellten Ware per E-Mail und SMS ankündigt. Passt dem Empfänger einer der drei Terminvorschläge, muss er den bevorzugten nur per Antippen oder Anklicken bestätigen. Möchte er seine Bestellung lieber zu einem anderen Zeitpunkt erhalten, kann er um Rückruf bitten und die Zustellung telefonisch abstimmen. Dadurch beschleunigt sich der Lieferprozess und die Rate der Erstzustellungen steigt.

Das Tool leistet aber noch mehr: Integriert in das Shopsystem des Onlinehändlers, können seine Kunden ihren Wunschzustelltermin bereits bei der Bestellung auswählen.

„Ob Hersteller, Händler oder Spedition: Wer im B2C-Bereich einen guten Job macht, hat gewonnen“, ist

Arnold überzeugt. „Im Moment ist die Übertragung der Daten, die zur Avisierung benötigt werden, noch nicht optimal. Daran müssen wir noch arbeiten. Aber im Großen und Ganzen hilft uns das Tool sehr, unseren Händlern und ihren Kunden einen extra-guten Service zu bieten.“

Serviceparadies statt -wüste

Überhaupt wird Service bei Güde nachweislich großgeschrieben. Von 140 Mitarbeitern sind stets 35 bis 40 in der Kundenbetreuung, also knapp ein Drittel der Belegschaft. „Unsere Käufer bestanden früher überwiegend aus stationären Händlern, die ab und zu mal telefonisch ein Ersatzteil orderten oder eine dringende Frage hatten, weil der Kunde gerade vor ihnen stand. Heute dagegen machen Onlinebestellungen zwei Drittel unserer Verkäufe aus. Obwohl Privatkunden nicht direkt bei uns kaufen können, rufen sie doch hier an, wenn sie Auskunft benötigen. Daher stehen unsere Mitarbeiter in diesem Bereich nicht nur montags bis freitags von 8 bis 18 Uhr zur Verfügung, sondern sogar samstags von 8 bis 12 Uhr.“

Helmut Arnold und seine Belegschaft können zu Recht stolz sein auf das, was sie in 35 Jahren bei Güde geschaffen haben. Und auch der Zukunft dürfen sie positiv entgegensehen. Denn dank der enormen Kundenorientierung des Unternehmens stehen seine Zeichen weiter auf Wachstum. <

Güde

... ist ein Anbieter von Maschinen und Werkzeugen mit Sitz im schwäbischen Wolpertshausen und Produktionsstätten in aller Welt. Sein Markenzeichen ist das blaue Design. Kunden sind der Fachhandel, Baumärkte und der Versandhandel in Deutschland und dem europäischen Ausland. Über 4.000 Händlerkunden vertrauen dem Unternehmen und seinen rund 140 Mitarbeitern seit 1980. Der Umsatz betrug im vergangenen Jahr circa 72 Millionen Euro (inklusive Tochtergesellschaften). www.guede.de

Fritz Gruppe

... ist in der Region Heilbronn einer der größten Speditions- und Logistikdienstleister. Der Unternehmensbereich Spedition Fritz GmbH & Co. KG bietet Sammelgut, Teil- und Komplettlösungen an. Die Fritz Logistik GmbH wiederum konzentriert sich auf Lager- und Kontraktlogistik. Sie offeriert Kunden aus Industrie und Handel ein breit gefächertes Leistungsportfolio und rund 80.000 Quadratmeter Fläche, davon sind 15.000 immisionsschutzrechtlich genehmigt. Die Hauptauftraggeber finden sich im Maschinenbau sowie in der Lebensmittel-, Chemie- und Automobilindustrie. Das in dritter Generation inhabergeführte, gut 600 Mann starke Unternehmen erwirtschaftete 2014 einen Umsatz von rund 73 Millionen Euro. www.fritz-gruppe.de

Kissel ist neuer Gesellschafter

Genau elf Jahre nach Eintritt als Franchisenehmer in die Stückgutkooperation wurde nun die Kissel Spedition in Stockstadt am Main in den Kreis der CargoLine-Gesellschafter aufgenommen. Ihre Anzahl erhöht sich damit auf 16.

Die Spedition wurde 1979 von Edwin Kissel gegründet. Heute leiten seine Söhne Joachim, Michael, Stefan und Thomas das Unternehmen, das über 176 Mitarbeiter, 35 eigene Fernverkehrszüge sowie 150 Wechselbrücken verfügt. Pro Tag schlägt der Trans-



Vom dritten „Partner des Jahres 2012“ zum Gesellschafter: Spedition Kissel

port- und Logistikdienstleister circa 1.100 Sendungen im Aus- und 950 im Eingang um.

„Seit der Firmengründung haben wir uns kontinuierlich weiterentwickelt. Im Einklang damit wollten wir ein größeres Mitspracherecht bei CargoLine bekommen und den Weg stärker mitbestimmen“, erklärt Michael Kissel den Schritt. Und diesen weiß der Verbund sehr wohl zu schätzen: „Kissel ist einer unserer stabilsten Partner mit starken Wachstumsraten – vor allem im internationalen Geschäft – sowie mit stetig guter Leistung“, kommentiert Jörn Peter Struck, Vorsitzender der CargoLine-Geschäftsführung, das Ereignis. <

Internationale Partner des Jahres



V. l. n. r.: Andreas Goggi (Geschäftsführer Brigl, Italien) und die internationalen „CargoLine-Partner des Jahres 2014“ Thomas Werthmüller (Mitglied der Geschäftsleitung Interfracht, Schweiz), Machiel Roelofsen (Vizepräsident Rotra, Niederlande) und Robert Breitwieser (Mitglied der Geschäftsleitung G. Englmayer, Österreich) zeigen nach der Preisverleihung stolz ihre Pokale.

Am Abend des ersten Sitzungstages hatten die Teilnehmer des europäischen Partnertreffens der CargoLine keine Augen für die Sehenswürdigkeiten von Barcelona. Im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stand allein die begehrte Auszeichnung „Internationaler Partner des Jahres 2014“. Der erste Platz ging an das niederländische Transport- und Logistikunternehmen Rotra, Zweiter wurde Interfracht aus der Schweiz und Dritter der österreichische Partner G. Englmayer.

Während ursprünglich eher qualitative und quantitative Aspekte bei der Preisverleihung im Vordergrund standen, spielt zunehmend eine Rolle, inwieweit ein internationaler CargoLine-Partner die Kooperation innerhalb Europas vorantreibt. So zeichnet sich Rotra nicht nur durch die stärkste pan-europäische Sendungsentwicklung aus, sondern ebenso durch den höchsten Grad der Vernetzung mit den übrigen CargoLinern. Dadurch konnte das Unternehmen, das zu den innovativsten in den Niederlanden gehört und besonders umweltbewusst unterwegs ist, vom zweiten Rang der letzten Aus-

wertung auf die aktuelle Topposition klettern. Auch der Zweitplatzierte, Interfracht, verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr um eine Stufe. Ausschlaggebend hierfür war unter anderem, dass sich das Unternehmen in den Arbeitskreisen der Kooperation in besonderem Maße engagiert und die Schnittstellen-Scannung vorbildlich betreibt, von der die Qualität der Sendungsverfolgung abhängt. Über ein generell gutes Abschneiden hinaus erzielte G. Englmayer Spitzenwerte bei den Sendungsmengen.

Sonderehrung

Erstmals vergab die Kooperation zudem einen Sonderpreis für Engagement. Er ging an Andreas Goggi, Geschäftsführer der Bozener Spedition Brigl. „Andreas ist in zahlreichen unserer Arbeitskreise aktiv und trägt mit seinem Wissen und der verbundorientierten Ausrichtung seines Unternehmens wesentlich zur Entwicklung der CargoLine in Europa bei“, begründete CargoLine-Geschäftsführer Bernd Höppner in seiner Laudatio die Auszeichnung. <

Fit mit Schneekoppe

Der Lebensmittelhändler Schneekoppe, bekannt durch seine Wellnessprodukte wie Müsli, Saaten und Säfte, hat seine Logistik an die fränkische Schäflein-Gruppe mit Sitz in Rötthlein bei Schweinfurt vergeben. Innerhalb der dortigen insgesamt 165.000 Quadratmeter Logistikfläche werden ab sofort über 120 Schneekoppe-Artikel gelagert, kommissioniert und über das CargoLine-Netzwerk europaweit versendet. Zudem übernimmt Schäflein die Ab-

wicklung des gesamten B2C-Internetgeschäfts für Schneekoppe und den Display-Bau für den stationären Handel. „Über unsere zentrale Logistikplattform bei Schäflein beliefern wir den klassischen Handel und gleichzeitig auch unsere privaten Endkunden. Das bringt uns beste Wachstumsmöglichkeiten“, lobt Markus Klein, Geschäftsführer von Schneekoppe, die neue Partnerschaft. <

Boomender Ausbildungsbereich

Mit Beginn des Schuljahres 2015/16 traten 351 junge Menschen ihre Ausbildung bei den CargoLine-Unternehmen in Deutschland an. Damit gehen derzeit über alle drei Ausbildungsjahre hinweg 814 Nachwuchskräfte bei den Verbundpartnern in die Lehre. Für beide Seiten ist es ein Engagement mit Perspektive: Von den vor drei Jahren eingestellten Jugendlichen unterstützen heute 131 die Fachabteilungen als Kauffrau/-mann für Spedition und Logistikdienstleistung, Fachkraft für Lagerlogistik, Berufskraftfahrer oder Fachinformatiker.

Der hohe Auszubildendenanteil ist für mittelständische Unternehmen nicht selbstverständlich und belegt das große Vertrauen, das die Stückgutkooperation in den beruflichen Nachwuchs setzt. Daher wird er auch stärker gefördert als sonst üblich: Praktika bei mehreren Partnern, unter anderem im Ausland, sind ebenso Standard wie der Besuch von Aufbau Seminaren bei der CargoLine-Akademie.

So erlebten erst kürzlich 17 Auszubildende der Spedition Schäfer in Neunkirchen bei einem Besuch der John Spedition (Eichenzell bei Fulda) hautnah die Arbeitsabläufe und die Abfertigung des Zentral- und des Europahubs. Azubis, BA-Studenten und FOS-Praktikanten der John Spedition wiederum

schnupperten unlängst drei Tage beim österreichischen CargoLine-Partner Englmayer herein, der über ein eigenes Schulungs- und Weiterbildungsinstitut für Zollangelegenheiten verfügt.

In drei speziellen Kursen der CargoLine-Akademie können die „Neuen“ zudem ihre Erfahrungen und Stärken gezielt weiterentwickeln. Da viele von ihnen direkt von der Schule kommen, stehen sie mit dem Berufsstart vor einer völlig neuen Situation. Folglich ist es wichtig, dass die Auszubildenden von Anfang an vermittelt bekommen,

wie sie ihren Arbeitsplatz organisieren und mit Kunden, Auszubildenden, Kollegen sowie Führungskräften kommunizieren. Daher stehen Telefontrainings, ein Business-Knigge und optimale Präsentationstechniken auf dem Stundenplan. Parallel dazu erhalten die jungen Menschen einen tiefen Einblick in die CargoLine-Welt.

Übrigens: Laut der jüngst erschienenen Studie „Fachkraft 2020“, die zweimal jährlich von der Zeitarbeitsvermittlung STUDITEMPS und dem Department of Labour Economics der Universität Maastricht erhoben wird, gehört CargoLine zu den Top Ten der beliebtesten Arbeitgeber in Logistik und Verkehr in Deutschland! <



Rotra setzt grünen Fußabdruck



Der zuzeit beste internationaler Partner von CargoLine, das niederländische Unternehmen Rotra, hat auch beim Klimaschutz die Nase vorn. Mit dem Kundenangebot „Grüner Fußabdruck“, das 100 Prozent CO₂-neutrale Transporte garantiert, konnte der Logistiker im Jahr 2014 insgesamt 465.921 Kilogramm des klimaschädlichen Gases kompensieren. Das ist fünfmal mehr als noch im Vorjahr! Berechnet wurde die Einsparung aus insgesamt 3.688 Versendungen, die über dieses spezielle Kompensationsmodell abgewickelt wurden.

Ausgezeichnete Vorreiter

Bereits seit den 1980er Jahren betreibt das Unternehmen eine umweltfreundliche Geschäftspolitik und ergänzt damit hervorragend die Umweltschutzbemühungen der Kooperation (vgl. CargoTime Ausgabe 1/2014). So war Rotra in den letzten Jahren mit der Einführung von Fahrzeugen, die mit alternativen Brennstoffen angetrieben werden, der Vorreiter in Sachen nachhaltige Logistik: 2007 erwarb der Transport- und Logistikdienstleister den europaweit ersten ethanolbetriebenen Truck, später auch hocheffiziente Gasfahrzeuge. Das Unternehmen wurde mit dem holländischen Lean & Green Award ausgezeichnet, da es innerhalb von fünf Jahren die betrieblichen CO₂-Emissionen – unter anderem durch den Einsatz von Solarzellen auf Lagerhallen – um 20 Prozent senken konnte. Darüber hinaus ist Rotra Mitglied des UN Global Compact. Dies ist eine strategische Initiative der Vereinten Nationen für Unternehmen, die in ihrer Betriebsführung danach streben, ethische Prinzipien wie Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltstandards und Korruptionsbekämpfung einzuhalten. Weiter so! <

„Apparter“ Messeauftritt

Vom 5. bis 8. Mai fand in München die 15. internationale Fachmesse „transport logistic“ statt. Wie immer präsentierte CargoLine an ihrem Stand auf 216 Quadratmetern ihr komplettes Angebot. Viele Besucher nutzten die Gelegenheit, mehr über die neuen NightLineEurope-Premiumprodukte für europäische Landverkehre und B2CLine für den Palettenversand von online bestellten Waren an Privatempfänger zu erfahren.

Wie immer waren das weiß-rote Standlayout und das Erkennungszeichen der Kooperation, die rote Palette, in Halle A5 schon von Weitem zu erkennen. Neben einer Diashow, der aktualisierten Produktbroschüre und der jüngsten Ausgabe der CargoTime präsentierte CargoLine hier ihre funkelneue Vertriebsapp: Mit ihrer Hilfe konnten sich die Messebesucher in kürzester Zeit einen Überblick über die beiden zentralen Geschäftsbereiche Transport- und Kontraktlogistik verschaffen. Ebenso sind dort alle wichtigen Zahlen, Daten und Fakten der Stückgutkooperation abrufbar – unter anderem auch Infos zu den Werten, Zielen sowie Qualitäts- und Nachhaltigkeitsgrundsätzen. Ferner werden alle nationalen und internationalen Partner vorgestellt.



Mit der App passte der CargoLine-Verbund seine Vertriebsunterlagen modernen Informationsgewohnheiten an und schuf eine maßgeschneiderte Außendienstanwendung. So können Vertriebsmitarbeiter von CargoLine-Partnern für ihre Kundenbesuche individuelle Unterlagen und Firmenpräsentationen in die App laden und sie bei Bedarf dem Kunden auch direkt aus der Anwendung heraus per E-Mail schicken. <

Uwe Seeler und Lotto King Karl zu Gast



Während Bursped-Mitarbeiter Tom Bober auf dem Platz schwitzte ...

Der Hamburger CargoLine-Partner Bursped ist ganz nah dran am runden Leder. Seit Jahren unterstützt die Spedition als Trikotsponsor die erste Herrenmannschaft des legendären Fußballvereins Barmbek-Uhlenhorst. Den in der Hamburger Oberliga spielenden Amateuren gelang dieses Jahr mit dem Gewinn des Hamburger Oddset-Pokals ihr Bravourstück: Sie qualifizierten sich damit für die erste Runde des DFB-Pokals. Am 9. August spielten sie dann mit vollem Einsatz gegen den Zweitligisten SC Freiburg. Um die Mannschaft zu unterstützen, in der übrigens Bursped-Mitarbeiter Tom Bober aus dem Sammelgut-



... verfolgte Fan Uwe Seeler das spannende Match als Zuschauer.

ausgang mitspielt, lud die Spedition Kunden und Geschäftspartner zu einem kleinen Event ein. Rund 120 Gäste ließen sich im extra dafür eingerichteten VIP-Bereich des Clubhauses Currywurst und kalte Getränke schmecken. Bestes Wetter und eine entspannte Stimmung bei den Fußballfans sorgten für einen rundum gelungenen Nachmittag. Wenn auch das Spiel erwartungsgemäß 5:0 zugunsten der Freiburger ausging, hatten die Hamburger „Underdogs“ sich engagiert präsentiert. Übrigens: Mit im Stadion fieberten auch Altkicker Uwe Seeler, Rodolfo Cardoso, Horst Hrubesch und Lotto King Karl. <

John Spedition: Das Tor zu Europa wird 70

Kurz nach Ende des Zweiten Weltkriegs gründete Horst John seine Speditionsfirma in Fulda. Mit sechs eigenen Lkw und zwölf Subunternehmern trug er dazu bei, im Auftrag der amerikanischen Besatzungsmacht die Lebensmittelversorgung im Land wiederherzustellen. In den folgenden Jahrzehnten entwickelte sich das Unternehmen ausgesprochen dynamisch und innovativ. So hob der langjährige Geschäftsführer Klaus Schröder zusammen mit sechs weiteren Gesellschaftern 1993 den Verbund CargoLine aus der Taufe, der heute zu den drei größten deutschen Stückgutnetzwerken gehört. Die John Spedition beschäftigt selbst 191 Mitarbeiter und betreibt für die Stückgutkooperation bereits seit 1996 den zentralen deutschen Hub im Industriegebiet Rhön in Eichenzell. Seit März 2012 ist hier auf



Drei Generationen John Spedition: Gründer-Witwe Gislinde John, der langjährige Geschäftsführer Klaus Schröder und Birgit Bergemann, seit 2011 Geschäftsführerin und Inhaberin (v. l. n. r.).



Über die Jahre zusammengewachsen: die Mitarbeiter der John Spedition.

einer gesamten Umschlagfläche von 10.000 Quadratmetern auch der Europa-Hub der CargoLine angesiedelt. An der Verteilerstelle kommen Lkw aus allen europäischen Ländern zusammen, schlagen ihre Waren um und machen sich von dort aus wieder auf den Weg quer über den Kontinent. Dieser bedeutsame Dreh- und Angelpunkt geht unter anderem auf die Initiative der langjährigen John-Mitarbeiterin Birgit Bergemann zurück, die seit 2011 als Geschäftsführerin und Inhaberin die Geschicke von John leitet. Unterstützt wird sie von einer Riege junger Führungskräfte aus dem eigenen Haus, worauf sie besonders stolz ist. Mit ihnen schaut sie neuen logistischen Herausforderungen wie dem zunehmenden Onlinehandel gelassen entgegen. <

Kompetenz ist keine Frage des Alters

Beim CargoLine-Partner Schäflein im fränkischen Röthlein sind die Mitarbeiter im Schnitt 35 Jahre alt. Zu dem niedrigen Altersspiegel trägt Janine Schamberger bei. Aber nicht nur das: Seit über einem Jahr ist die heute erst 26-Jährige bereits Leiterin der Umschlaghalle.

Aus dem rundum verglasten Büro inmitten der 6.500 Quadratmeter großen Umschlaghalle der Firma Schäflein hat Janine Schamberger einen guten Blick auf das Geschehen unter ihr. Von hier aus schaut sie, ob alles läuft, jemand Unterstützung braucht oder sie selbst in den Arbeitsablauf eingreifen sollte. Immerhin ist sie bei der rund 1.000-köpfigen Belegschaft verantwortlich für 41 Festangestellte, sechs Lagerazubis, einen kaufmännischen Auszubildenden und 32 Aushilfen. Um möglichst immer vor Ort zu sein, wenn Not am Mann – oder besser: an der Frau – ist, arbeitet sie zu unterschiedlichen Zeiten. „Im Moment beginne ich bereits um fünf Uhr, da ich einen neuen Mitarbeiter einweise“, erzählt die junge Akademikerin.

Ein offenes Ohr

Dass Janine Schamberger die Einweisung des Personals selbst übernimmt, entspricht den Unternehmenswerten von Schäflein, denen gemäß die Mitarbeiter einen entscheidenden Erfolgsfaktor darstellen. „Mir ist wichtig, alle mit ins Boot zu holen. Daher versuche ich, ihre Vorstellungen, Ideen und Wünsche zu berücksichtigen und mit einzubeziehen“, erklärt die Abteilungsleiterin. „Meiner Meinung nach erzielt man die größten Erfolge, wenn alle zusammenarbeiten.“

So beginnt auch ihr Arbeitstag im Allgemeinen damit, dass sie sich zunächst den Fragen, Problemen oder Anregungen der Mitarbeiter widmet, die auf sie zukommen. Anschließend überzeugt sie sich vom reibungslosen Ablauf in der Halle. Erst dann kümmert sie sich um die Zahlen: „Ich schaue mir die Werte vom Vortag unter dem Aspekt an, ob in meinem Controlling die Produktivität und die Kennzahlen passen.“ Die Ergebnisse bespricht sie mit ihren Mitarbeitern, sodass jeder selbst vergleichen kann, was am Vortag gut oder auch nicht so gut gelaufen ist.

Neuland betreten

Bereits ein Jahr vor ihrem Abitur in Schweinfurt bewarb sich die Tochter eines Bundespolizisten für den dualen Studiengang Spedition, Transport und Logistik in Mannheim, den sie als Bachelor of Arts abschloss. Je drei Monate im Wechsel studierte sie an der Hochschule und arbeitete in den Praxisphasen bei Schäflein. „Ich hatte das Gefühl, dass dieses Fachstudium am vielfältigsten ist und man hier Einblicke in ganz unterschiedliche Bereiche erhält“, erklärt sie ihre Wahl. Durch ihren Leistungskurs Geografie am Gymnasium hatte sie die Weltkarte bereits verinnerlicht. Dennoch betrat sie mit ihrem Start ins Berufsleben bei der Spedition Neuland.

Auch CargoLine-Partner Schäflein beschritt mit der Entscheidung für Janine Schamberger neue Wege. Immerhin war sie die Erste, die dort



ein duales Studium absolvierte: „Viele wussten nicht, was sie mit mir anfangen sollten“, lacht sie. Aber getreu der Unternehmensphilosophie, neuen Denkansätzen immer offen gegenüberzustehen, wurde sie rasch in den Alltag der Spedition eingeführt und konnte bereits von Beginn an in viele Bereiche reinschnuppern. „Anschließend kam ich ins Projektteam, wo ich in jeder Praxisphase des Studiums ein Projekt mitbegleitet habe“, erläutert sie den weiteren Verlauf ihrer Ausbildung. Probleme in dieser „Männerdomäne“ hatte die damals 20-Jährige nach eigenem Empfinden nie. Im Gegenteil: „Die Kollegen haben mir viel beigebracht.“

Effiziente Teamarbeit

Für die Zukunft sieht die passionierte Joggerin und Hobbyköchin die größte Herausforderung im effizienten Abfertigen der stetig wachsenden Transportmenge in der Umschlaghalle. Schließlich lässt sich der Raum nicht so einfach erweitern. „Ich werde also vor allem mit Planungen zur Optimierung beschäftigt sein“, betont Janine Schamberger. Vor Kurzem hat die Akademikerin auch ein neues „Apache“-Gerät angeschafft. Es misst automatisch die exakten Maße der Paletten, fotografiert die Sendung und archiviert das Bild. Zur Optimierung gehört für sie auch das Einführen von Lean-Management-Elementen. Die Kollegen in der Umschlaghalle in Röthlein erwartet also auch in Zukunft immer etwas Neues. <

Un, deux, trois

In den vergangenen Monaten hat sich CargoLine in Frankreich neu aufgestellt: Die Stückgutkooperation nahm drei mittelständische Transportdienstleister unter Vertrag, die perfekt zu ihrem Netzwerk passen. Wie es dazu kam und welche Herausforderungen und Vorteile die Partnerschaften mit sich brachten? Das erfahren Sie hier ...

Wein, Romantik und ein gewisses „Laissez-faire“. Denkt man an Frankreich, liegen diese Klischees nahe. Doch längst nicht alles verläuft hier locker und entspannt. Immerhin

verliert die zweitgrößte Volkswirtschaft der Eurozone zusehends an Wettbewerbsfähigkeit – ein Problem, dem manches Unternehmen zum Opfer fällt.



Unter anderem von hier aus für CargoLine aktiv: Ziegler in Colmar mit seinem 1537 erbauten Pfisterhaus, OTEC in Limeil-Brévannes vor den Toren von Paris und Dimotrans in Lyon mit seiner Basilika Notre-Dame de Fourvière und der Tour métallique de Fourvière.

Vor zwei Jahren beispielsweise ging Frankreichs zweitgrößter Transportdienstleister, MoryDucros, aufgrund seiner Finanzlage nach erfolgter Umstrukturierung in MoryGlobal über. Doch der Vertragspartner der CargoLine meldete vor wenigen Monaten seine Zahlungsunfähigkeit an. „Wir wussten bereits zuvor von den finanziellen Schwierigkeiten von MoryGlobal. Insofern haben wir uns schon frühzeitig nach Alternativen umgeschaut“, berichtet Joachim Köhl vom CargoLine-Partner Schmidt-Gevelsberg in Schwelm.

Big Player dominieren den Markt

Joachim Köhl hat bei der CargoLine eine ganz spezielle Aufgabe, denn er engagiert sich als Länderpate im „Arbeitskreis International“ des Netzwerks. „Wer sprachlich, räumlich, mental oder auf andere Art und Weise einen besonderen Bezug zu einem Land hat, kümmert sich um dort ansässige Partner und ihre Belange“, so Köhl. Seine Zuständigkeit für Frankreich erklärt sich unter anderem daraus, dass Schmidt-Gevelsberg ein großes Sendungsvolumen dorthin abwickelt. Deswegen kennt er den französischen Markt und seine Eigenheiten besonders gut.

Steht ein Partnerwechsel in einem Land an, sind die Paten besonders gefordert. Hinter Joachim Köhl liegt daher eine Zeit voller Reisen, Gespräche und Verhandlungen. Schließlich geht es der Stückgutkooperation nicht darum, irgendeinen Partner zu finden, sondern einen, der perfekt zu ihr passt. Und das ist in Frankreich gar nicht so einfach. Grund: Der Logistikmarkt wird von den Global Playern der Branche nahezu komplett beherrscht.

Sinnvolle Erweiterung des Netzwerks

Unabhängige Transportdienstleister, die sich für eine Mittelstandskooperation wie CargoLine eignen, sind folglich rar. Doch es gibt sie. Ein Beispiel dafür ist Ziegler – langjähriger Partner von CargoLine-Gesellschafter Lebert und nun in der gesamten Stückgutkooperation für die Region Elsass-Lothringen sowie Lille verantwortlich. Ergänzend dazu suchte man gezielt nach weiteren Partnern in zentralen Lagen – wie OTEC mit Sitz im Großraum Paris. „Wir gingen hier strategisch vor. Zunächst arbeiteten CargoLiner wie Wackler, Amm und MTG mit OTEC zusammen. Seit Anfang des Jahres gehört OTEC nun zum festen Verbund unseres Netzwerks“, wie Länderpate Köhl sagt. Dritter im Bunde ist Dimotrans, mit dem man gleichfalls zuvor positive Erfahrungen sammelte. Das Unternehmen ist zuständig für die Regionen Lyon und Südfrankreich.

Ideal fürs Basisgeschäft

Die drei Dienstleister sitzen also allesamt in den größten Ballungszentren Frankreichs, wo ein Großteil der Aufträge abgewickelt wird. Sie beschäftigen jeweils mehrere Hundert Mitarbeiter, sind als Unternehmen gesund gewachsen und Marktführer in ihrer Region. Darüber hinaus nutzen sie Netzwerke mit Drittanbietern, zu denen langjährige und stabile Geschäftsbeziehungen bestehen. Damit decken sie für CargoLine ganz Frankreich ab. Im Rahmen



der Zusammenarbeit haben sich die drei auch dazu verpflichtet, die gesamte internationale Produktpalette der Stückgutkooperation anzubieten und ihre Qualitätsstandards einzuhalten.

Mehr Kundennähe, mehr Marktnähe

Die regionale, mittelständische Ausprägung von Dimotrans, OTEC und Ziegler bringt viele Vorteile mit sich. Im Klartext heißt das: mehr Kundennähe, mehr Marktnähe und weniger Personalfuktuation als bei MoryGlobal, wie Joachim Köhl meint. „Die ausgewählten Expeditionen haben einen mittelständischen ‚Drive‘, der sehr gut mit dem unserer Partnerunternehmen harmoniert. Zudem ist das Marktrisiko nun auf mehrere starke Schultern verteilt“, ergänzt Philipp Tiemann, zuständig für die zentrale Europakoordination der CargoLine.

Derzeit arbeitet man intensiv daran, die unterschiedlichen IT-Systeme der französischen Partner an das Sendungsverfolgungssystem der CargoLine anzudocken. „Automatische Statusmeldungen haben natürlich alle von ihnen. Da wir aber netzwerkübergreifend mit Cepra 3.0 arbeiten, bieten wir Trainingsveranstaltungen vor Ort an, in denen die Mitarbeiter von Dimotrans, OTEC und Ziegler die Handhabung der Software erlernen. Im Herbst dieses Jahres werden wir die Cepra-Anbindung im Einklang mit dem Projektplan abgeschlossen haben. Dann können wir mit einer einheitlichen und vergleichbaren Performance wie in anderen europäischen Ländern arbeiten“, erläutert Joachim Köhl die Situation.

Apropos Herbst ...

Ende Oktober findet in Köln ein großes deutsch-französisches Partnertreffen statt, um die Zusammenarbeit zu intensivieren. Hierzu sind nicht nur die Entscheidungsträger, sondern auch Mitarbeiter aus dem operativen Bereich aller französischen und deutschen Partner eingeladen, um einander kennenzulernen. Ein bisschen „Laisser-faire“ ist an diesem Tag sicherlich erlaubt. <

Dimotrans

Mit einem Umsatz von 180 Millionen Euro im Jahr 2013 und etwa 800 Mitarbeitern hat sich die Dimotrans-Gruppe seit ihrer Gründung vor rund 30 Jahren äußerst positiv entwickelt. Allein von 2012 auf 2013 erhöhte sich ihr Umsatz um 25 Prozent. Zum Erfolg des Unternehmens trägt seine gute Aufstellung bei. So verfügt es in Frankreich unter anderem über fünf eigene Hubs – auch in Lyon, von wo aus man den Süden des Landes bedient. www.dimotrans.fr

OTEC

Das familiengeführte Unternehmen zählt 250 Beschäftigte und wurde 1964 gegründet. Seine Filialen gehen weit über Frankreich hinaus und reichen von Großbritannien über Bulgarien bis nach Hongkong. Hauptsitz des Speditionsbetriebs ist Limeil-Brévannes, ein Vorort von Paris. In dieser zentralen Lage stellt OTEC seinen Kunden eine Umschlagfläche von mehr als 5.000 Quadratmetern bereit. www.otec-international.com

Ziegler

... ist eine international aufgestellte Dienstleistungsgruppe mit über 100-jähriger Firmengeschichte, die zahlreiche Niederlassungen in Frankreich betreibt. Davon liegen drei in Elsass-Lothringen (Colmar, Straßburg und Mühlhausen), wo rund 320 Mitarbeiter tätig sind und rund 8.000 Quadratmeter Umschlagfläche geboten werden (Stand 2014). Darüber hinaus arbeitet CargoLine mit dem Standort Lille zusammen, dem Hauptsitz von Ziegler France, der etwa 50 Mitarbeiter beschäftigt. Er offeriert weitere 9.200 Quadratmeter Umschlagfläche. www.zieglergroup.com

Geordnet zum Erfolg

Die mehr als 70 europäischen Partner der CargoLine bringen jede Menge Professionalität und Engagement mit – beste Voraussetzungen für das Gelingen ihrer Kooperation. Das i-Tüpfelchen sind ideenreiche Mitarbeiter, agile Gremien und die Möglichkeit, dass sich jeder einbringen kann.

„Der Staat bin ich!“ Mit einer solchen Einstellung hätte es Ludwig XIV., der diesen Satz geprägt haben soll, schwer bei CargoLine. Denn in der Stückgutkooperation stellt eine Reihe von Gremien sicher, dass die spezialisierten Bedürfnisse und Interessen sämtlicher Partner Berücksichtigung finden, Entscheidungen auf Basis ausführlicher Informationen demokratisch getroffen werden und die Ideen aller Mitarbeiter eine Chance haben – egal ob es sich bei den Mitgliedsunternehmen um „einfache“ Franchisenehmer oder um Gesellschafter handelt.

Straffe Organisation

Doch wie gewährleistet das Netzwerk bei so viel Mitbestimmungsrecht, dass sich die richtigen Personen mit anstehenden Themen beschäftigen, Beschlüsse tatsächlich umgesetzt werden und Diskussionen nicht endlos ausufern?

Ein Blick in die Geschäftsordnung der CargoLine, kurz „GO“ genannt, hilft weiter. In ihr ist die Zusammenarbeit aller Gremien – also von Gesellschaftern, Franchisenehmern, internationalen Partnern, Beirat, Bereichs- und Ressortleitern, Speditions- und Verkaufsleitersitzungen, Key-Account-Tarifkommission und Geschäftsführung – ergänzend zu den Partnerverträgen genau geregelt. Die Kooperation gleicht damit einem Puzzle, in dem alle Teile ihren ausgewiesenen Platz haben und fest ineinandergreifen.

Nach dem Gesellschaftsvertrag sind der Beirat und die sogenannten Bereichsleiter dazu berufen, die Geschäftsordnung gemeinsam zu erlassen. Sie ist für alle Expertengruppen verbindlich, soll Geschäftsführung wie auch Bereichsleiter beim Umsetzen ihrer operativen Aufgaben stärken und die Kontrollfunktion des Beirats hervorheben.

Wachsaues Auge

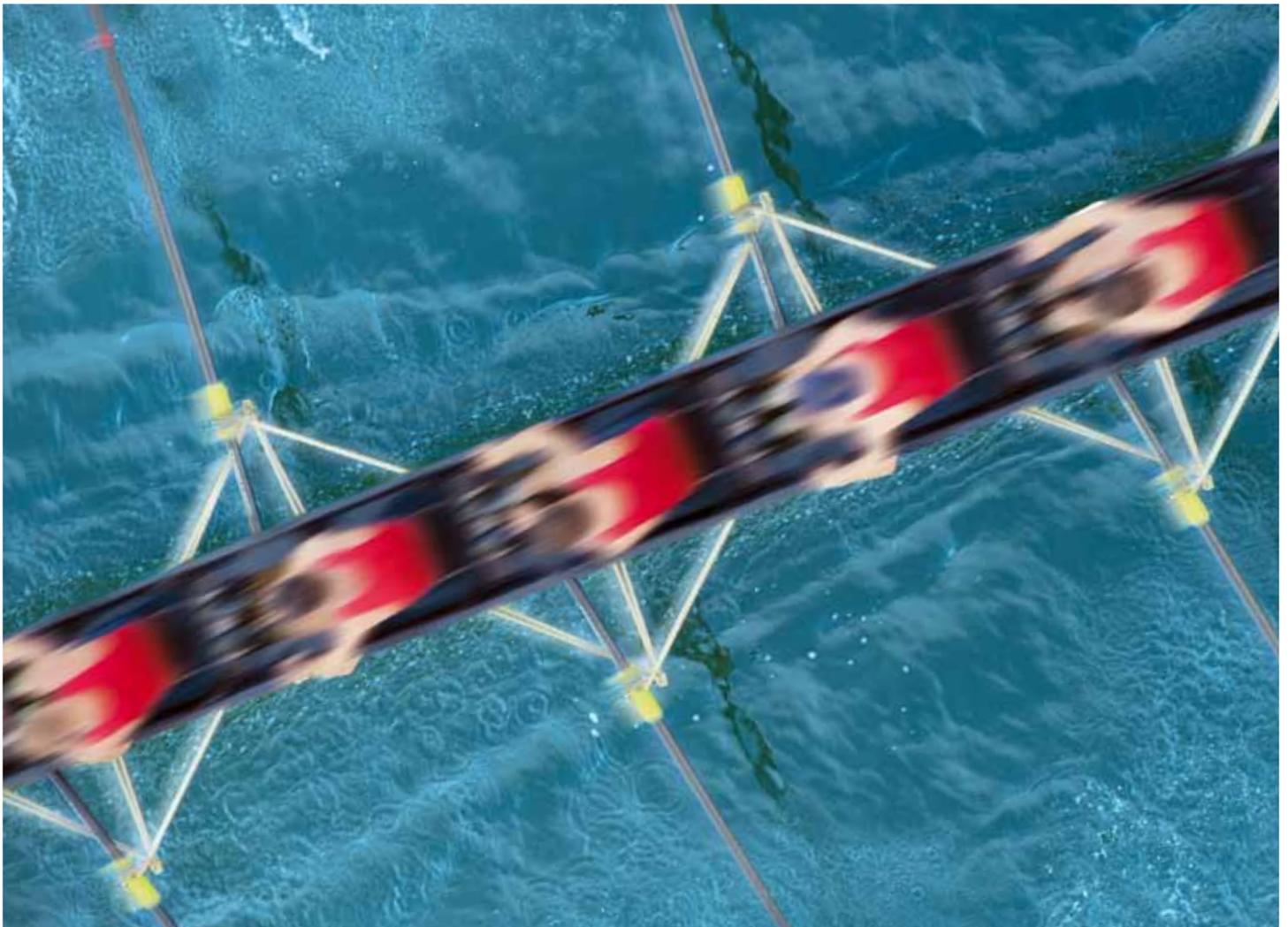
Zum Auftrag des Beirats gehört unter anderem, gemeinsam mit der Geschäftsführung Handlungsempfehlungen auszusprechen oder im Bedarfsfall Geschäftsführer zu bestellen, abzurufen oder zu entlassen. Das Gremium setzt sich aus einem Franchisenehmer- und fünf Gesellschaftervertretern zusammen, die alle drei Jahre von den entsprechenden Versammlungen gewählt werden. Um den Blick über den Tellerrand hinaus zu gewährleisten und von Erfahrungen anderer zu profitieren, vergeben die Gesellschafter regelmäßig einen ihrer fünf Beiratsposten an einen externen Fachmann. Seit August 2015 ist dies Ingo Heuring, ehemals Geschäftsführer der Streck Transportgesellschaft in Freiburg. Mit Birgit Bergemann, Geschäftsführerin der John Spedition, zog 2013 erstmals eine Frau in den CargoLine-Beirat ein – für die Branche leider immer noch ein außergewöhnliches Ereignis.

Hoheit über Strategie und Finanzen

Während also die Tätigkeitsbereiche des Beirats dem eines Aufsichtsrats ähneln, zeichnen die Gesellschafter vornehmlich für die strategische Entwicklung und die finanziellen Belange der Kooperation verantwortlich. Franchisenehmer und internationale Partner sind besonders gefordert mitzudiskutieren, wenn es um Entscheidungen geht, die erhebliche Auswirkungen auf die operative Abwicklung haben könnten.

Den Worten Taten folgen lassen

Wie aber wird nun aus einer Idee ein Projekt? Dabei spielt die einmal jährlich stattfindende Veranstaltung „Fit for CargoLine“ eine wichtige Rolle, bei der Cargoliner operative Prozesse besprechen. Der von ihnen angemerkte Optimierungsbedarf und ihre Wünsche werden protokolliert und an die entsprechenden Arbeitskreise („AKs“) weiter-



gegeben. Gleiches passiert mit Vorschlägen und Kritik, die in den Speditors- oder Verkaufsleitersitzungen geäußert werden. So gaben beispielsweise die „Fit for CargoLine“-Teilnehmer die Impulse für die Entwicklung maßgeblicher Funktionen der Track&Trace-Plattform Cepra 3.0 und für die automatisierte Sendungsavisierung an Endkunden („B2CLine“). Ideen für die Themen Hub, Transporte, Qualität und Paletten nimmt sich der „AK Produktion/Hub/Qualität“ an, bei Anregungen zur technischen Ausstattung von Aufliegern und Wechselbrücken oder bei der Beschaffung von Service- und Wartungsleistungen kommt der „AK Technik“ ins Spiel. Ferner gibt es noch die AKs Innovationsmanagement, IT, Kontraktlogistik, Marketing & Produktentwicklung, Netzwerk National, International, Projekte und Task Force. In ihnen sitzen jeweils zehn bis 15 Fachleute aus CargoLine-Partnerbetrieben, die die eingebrachten und auch eigene Vorschläge diskutieren.

BSC als Leitfaden

Andere Ideen ergeben sich aus sogenannten Balanced Scorecards (BSC). Sie haben die CargoLine-Gesellschafter entwickelt, um die 2011 festgelegten übergeordneten strategischen Ziele auf handliche Etappenziele herunterzubrechen. Daraus leiten sich klar definierte Aufgaben pro Bereich und Arbeitskreis ab, die ebenfalls in den AK-Sitzungen behandelt werden. Natürlich dürfen ihre Mitglieder auch selbst Impulse geben.

Die in den AKs weiterentwickelten Vorschläge werden von den Bereichsleitern, also den Vorsitzenden der Arbeitskreise, in ihrer monatlichen Sitzung vorgestellt und bewertet. Entweder gehen sie anschließend zum Feinschliff noch einmal zurück in den oder die jeweiligen

AK(s) oder sie werden zur Abstimmung im Rahmen der nächsten gemeinsamen Versammlung von Gesellschaftern und Franchisenehmern vorgestellt. Hat auch der Beirat keine Einwände gegen die Vorschläge, werden sie umgesetzt.

Per Produkt zum Etappenziel

Beispiel NightLineEurope-Produkte: Bis Herbst letzten Jahres arbeiteten die CargoLine-Partner mit eher allgemeinen Laufzeitaussagen pro Land. Gemäß den BSC-Zielen erarbeitete der AK International jedoch mit nahezu allen europäischen Kooperationspartnern Laufzeitentabellen, die bis auf Postleitzahlengebiete heruntergebrochen sind und zu deren Einhaltung sich alle verpflichtet haben. So war es möglich, Produkte zu entwickeln, die europaweit denselben Standards unterliegen wie NightLineEurope Fix (Zustellung an einem Wunschtag) oder NightLineEurope Priority (Auslieferung definitiv während der Regellaufzeit).

Alle an einem Strang

„Egal um welches Gremium es sich handelt: Stets kommen sehr viele unterschiedliche Charaktere zusammen. Entsprechend kontrovers wird häufig diskutiert. Dennoch einigen wir uns in der Regel auf ein Ergebnis, das die Kooperation stärkt, und können uns anschließend bei einem Bier noch in die Augen schauen“, fasst Jörn Peter Struck, Vorsitzender der CargoLine-Geschäftsführung, seine Sitzungserfahrung in der Kooperation zusammen. „In meinen Augen sind die Art der Zusammenarbeit und der Zusammenhalt typisch für den Mittelstand. Sie hatten in den 22 Jahren unseres bisherigen Bestehens einen großen Anteil daran, dass wir beständig zu den Top Drei der Stückgutkooperationen in Deutschland gehören.“ <

Immer auf der Matte

Mehrmals pro Woche trainiert Waldemar Fast, Mitarbeiter der John Spedition, ehrenamtlich Nachwuchsringer. Der ehemalige Profi verhilft damit unter anderem Kindern und Jugendlichen zu Selbstbewusstsein und Erfolgserlebnissen.

Sie laufen im Kreis durch die Halle, schwingen dabei die Arme. Auf Kommando werden Liegestütze eingebaut, Sprünge sowie Rollen vorwärts und rückwärts. Dann geht es weiter im Trab, bis alle Muskeln warm sind, und der Körper bereit ist für den Kampf auf der Matte.

Was sich nach Bundeswehrdrill anhört, ist die Aufwärmübung der vier- bis 15-jährigen Nachwuchsringer, die der John-Mitarbeiter Waldemar Fast in der „Athletik-Sportvereinigung (ASV) 1908 e. V. Fulda“ trainiert. „Seit 1997 bringe ich Kindern in kleinen Gruppen viermal pro Woche das Ringen näher. Die von mir Trainierten belegen regelmäßig Topplätze bei den Deutschen Meisterschaften. Nur zum Meistertitel hat es bisher leider noch nicht gereicht“, erklärt das ehemalige Teammitglied der kasachischen Ringer-Nationalmannschaft halb stolz, halb bedauernd.

Kasachischer Vorzeigeathlet

Der heute 63-Jährige hat selbst mit 14 mit dem Ringen begonnen. Im Alter von 17 Jahren wurde er in das Nationalteam von Kasachstan berufen. Bis 1974 kämpfte er aktiv.

Zu seinen größten Erfolgen zählen die Plätze zwei und drei bei den Kasachischen Meisterschaften und der Sieg bei einem internationalen Turnier auf Kuba.

Mit dem Fall des Eisernen Vorhangs veränderte sich seine 485.000-Seelen-Heimatstadt Qaraghandy (Karaganda) in Kasachstan. Waldemar Fast's Großmutter war bereits 1987 an ihren Geburtsort Fulda zurückgekehrt. Gemeinsam mit seiner Frau und den beiden Söhnen zog Fast ihr im Dezember 1996 nach – ebenso seine vier Geschwister. Etwa 200.000 Menschen aus Karaganda und Umgebung leben heute in Deutschland.

In Fulda vermittelte ihn einer seiner Söhne an die John Spedition. Fast kam zugute, dass er bereits in Kasachstan als Lkw- und Staplerfahrer tätig gewesen war. Heute ist er damit beschäftigt, die ankommenden

Lkw zu be- oder entladen, die Ware zu scannen, auf die passenden Stellplätze zu fahren oder von dort zu holen.

Pädagogische Ausbildung

Bereits kurz nach seiner Ankunft in Deutschland 1996 hörte Fast von der ASV 1908 e. V. Fulda und bot sich sofort als Trainer an. Der Verein akzeptierte seine Offerte gern, da Waldemar Fast in den 1970er Jahren ein Studium zum Sportlehrer absolviert und dabei die Trainerlizenz fürs

Ringen erworben hatte, die er seitdem alle vier Jahre verlängern lässt. 2004 fing er selbst wieder an zu ringen. Im Seniorenbereich wurde er Vizemeister, 2005 sogar Deutscher Meister. Und zwar sowohl im Freistil, in dem der gesamte Körper als Angriffsfläche gilt, als auch im griechisch-römischen Ringen, in dem nur oberhalb der Gürtellinie angegriffen und ohne den Einsatz von Beinen gerungen werden darf.

Positive Nebeneffekte

Seine Zukunft sieht Fast gelassen: „Sportlich habe ich alles erreicht, was ich mir gewünscht habe. Auch beruflich bin ich sehr zufrieden. Ich fühle mich bei John sehr wohl. Das Klima zwischen den Kollegen und

Vorgesetzten ist gut.“ Zu seiner Zufriedenheit trägt sicher auch bei, dass die Spedition sein Engagement unterstützt, beispielsweise mit Trainingsanzügen für die Kinder. „Wir schätzen Waldemar Fast's Ehrenamt sehr, zumal es sich bei seinen Schützlingen häufig um solche mit Migrationshintergrund oder aus prekären Verhältnissen handelt. Sie erleben im Verein ein besonderes Gemeinschaftsgefühl, verbessern ihre Deutschkenntnisse, fahren Erfolgserlebnisse ein und werden damit selbstbewusster“, erklärt John-Geschäftsführerin Birgit Bergemann.

Nachdem das Internationale Olympische Komitee von seiner sehr kontrovers diskutierten Idee Abstand nahm, Ringen aus dem Programm zu streichen, ist es nun 2020 und 2024 wieder fester Bestandteil der Spiele. Waldemar Fast freut sich darüber und hat damit nun erst recht ein Ziel für seine Schützlinge. <



Verringerte Lkw-Standzeiten dank engmaschigem Servicenetz

Sie strapazieren den Geldbeutel und das Nervenkostüm: ungeplante Lkw-Standzeiten. Um sie so gering wie möglich zu halten, bietet TIP Trailer Services – unabhängig von einer Vermietung – auch die Wartung und Reparatur von Transportmitteln und zusätzliche Dienstleistungen rund um den Fuhrpark an.

In den TIP-Werkstätten warten und reparieren 425 Mechaniker 35.000 Auflieger, inspizieren 750.000 Reifen und betreuen mehr als 60.000 Pannenfälle jährlich. Diese Zahlen belegen, dass das Unternehmen auf einem guten Weg ist, seine Vision umzusetzen, der vertrauenswürdigste Dienstleister für die Transport- und Logistikindustrie schlechthin zu werden. Einer der Kunden ist CargoLine. Die Stückgutkooperation mietet einen Teil ihres Wechselbrückenpools von TIP und hat zusätzlich einen Service- und Wartungsvertrag für die eigenen Einheiten abgeschlossen. Darüber hinaus nehmen einzelne CargoLiner weitere Dienste von TIP in Anspruch.

Service auch bei Nicht-Miete

Mit einem umfangreichen Angebot ermöglicht der hersteller- und bankenunabhängige Dienstleister allerdings nicht nur seinen Mietkunden den Zugang zu seinem professionellen Netz von Werkstätten im In- und Ausland. Auch Kunden ohne Mietvertrag können den Service rund um Wartung und Reparatur in Anspruch nehmen. Dazu steht ihnen mit FleetCare ein umfassendes Portfolio an unterschiedlichen Wartungs- und Reparaturdienstleistungen zur Verfügung: vom einfachen Werkstattaufenthalt bis zum Full-Service-Vertrag.

Hilfe gemäß Baukastensystem

Der modulare Aufbau macht es möglich, alle Dienstleistungspakete individuell und kostenoptimiert auf den Kunden und seine Flotte abzustimmen. Zu den Modulen zählt beispielsweise „Technische Prüfung“. Dies beinhaltet unter anderem die Durchführung der Sicherheitsprüfung (SP) an Zugmaschinen und Trailern nach § 29 StVZO sowie die Vorbereitung und Vorführung der Zugmaschinen und Trailer zur Hauptuntersuchung (HU). Die HU selbst führt ein



Damit es immer rundläuft: einer der 425 TIP-Mechaniker bei der Arbeit.

unabhängiger Ingenieur einer autorisierten Prüforganisation wie DEKRA oder TÜV durch. TIP erledigt außerdem die Funktionsprüfung an Wechselbrücken für alle sicherheitsrelevanten Bauteile, Federriegel und Fallsicherungen, das Fetten der Stützbeine sowie das Reinigen der Böden und Zurrösen nach den gesetzlichen Vorgaben der Unfallverhütungsvorschriften (UVV).

Mobiler Servicewagen vor Ort und 24/7-Pannenservice

Ein wichtiger Bestandteil des von TIP angebotenen „One-Stop Shop“ ist der Vor-Ort-Service, der die Werkstatt in Form eines mobilen Service-Vans direkt zum Kunden bringt. Kleinere Reparaturen von allgemeinen Schäden werden dort durchgeführt. Ein Pannenservice, der 24/7 in 17 Sprachen verfügbar ist, hilft die Fahrzeuge im Bedarfsfall schnellstmöglich wieder auf die Straße zu bringen. Auch das Reifenmanagement kann als einzelnes Modul gebucht werden. Somit minimiert sich die Standzeit der Transportmittel erheblich und die Zuverlässigkeit der Transporte wird erhöht. <

TIP Trailer Services verfügt über eine der größten und vielfältigsten Auflieger-, Tanker-, Intermodal- und Zugmaschinenflotten in Europa. Zudem bietet das Unternehmen Kunden aus der Transport- und Logistikbranche verschiedene Lösungen für Miete, Wartung und Reparatur ihrer Flotten, sodass sie europaweit in Bewegung gehalten werden können. Zurzeit besitzt TIP deutschlandweit elf eigene Niederlassungen inklusive Werkstätten. Zu den jüngsten Veränderungen bei dem Unternehmen zählen die Übernahme der Fischer und Knöbel Vermögensverwaltungsgesellschaft mit weiteren 1.200 Fahrzeugen sowie die operationelle Inbetriebnahme der Werkstatt am Standort Unterschleißheim (München). Ergänzt werden die eigenen Werkstätten von Vertragswerkstätten und TIP-Service-Vans. www.tipeurope.com

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
Gaston Petersen Spedition GmbH
24145 Kiel
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
Klumpp + 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 Rötthlein

► 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 – Région Alsace-Lorraine
F-59223 Roncq

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.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

Joebstl 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