



Bereit zum „Durch-Starten“



Haben Sie es schon mal mit Löwen oder Haien aufgenommen? Nein? Dann haben Sie wohl noch nie an einer Start-up-Show wie „Die Höhle der Löwen“ oder „Shark Tank“ teilgenommen, die sich großer Beliebtheit erfreuen. Fragt sich, was so reizvoll an Start-ups ist, dass selbst eine eher konservative Branche wie die Logistik in sie investiert ...

Mit kreativen Ideen und technischen Innovationen verändern Start-ups vieles in unserem Leben: wie wir einkaufen, bezahlen oder uns fortbewegen, aber auch wie in der Industrie produziert wird oder wie Waren transportiert werden. Gleichzeitig sind sie als Treiber der digitalen Transformation der etablierten Wirtschaft zu einem zentralen Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit unseres Wirtschaftsstandortes geworden“, so der Deutsche Startup Monitor 2021* (kurz DSM). Im Unterschied zu herkömmlichen Existenzgründungen, die oft auf einem Soloselbstständigen beruhen, zählen Start-ups im Schnitt 17,6 Arbeitsplätze. In Summe verzeichnen die rund 2.000 vom DSM befragten Jungunternehmen 33.600 Beschäftigte.

Typisch für diese Firmen ist ferner, dass sie oft im Umfeld von Hochschulen entstehen. So auch in der garage33, einer Innovationsplattform der Universität Paderborn, mit der CargoLine Kontakt aufnahm. Und zwar ganz gezielt. Grund dafür ist die Digitalisierungsstrategie der Kooperation: Zu ihr gehört nämlich nicht nur,

analoge Prozesse durch technologiebasierte abzulösen bzw. zu ergänzen, sondern auch neue, digitalbasierte Geschäftsmodelle in der Logistik zu kreieren (siehe hierzu auch CargoTime 2/21 und 1/22). Auf diese Weise will die Kooperation dynamisch auf Marktveränderungen und sich wandelnde Kundenbedürfnisse reagieren sowie sich selbst Wachstumschancen eröffnen. Was sich so leicht sagt, braucht Mut und Kraft. So war es nur durch den besonderen Zusammenhalt der Partner möglich, wenige Monate nach den ersten Workshops mit der garage33 das erste eigene Start-up ins Leben zu rufen. Der digitalen Spedition Cargoboard folgten weitere Spin-offs, gebündelt in der CargoLine-Ausgründung Cargo Digital World (CDW). Sie verfolgt nicht nur große Pläne, sondern hat auch schon viel erreicht, wie das Interview und unsere Hintergrundinformationen zu den einzelnen Start-ups im Folgenden zeigen.

*Deutscher Startup Monitor 2021 mit Bezug auf Prof. Dr. Tobias Kollmann sowie den KfW-Gründungsmonitor 2021

Wir wollen der digitale Logistiker in Europa sein

Wie behauptet sich die Start-up-Schmiede Cargo Digital World (CDW)? Welche Ziele verfolgt sie, und welche Hürden muss sie auf dem Weg dorthin meistern? Dr. Tim Brühn und Bernd Schäflein, Vorstand bzw. Aufsichtsratsvorsitzender des von CargoLine gegründeten Unternehmens, gewähren einen tiefen Einblick.

Herr Schäflein, Herr Dr. Brühn: Was macht für Sie den Reiz von Start-ups aus?

Bernd Schäflein: Mich fesseln die neuen Technologien, das andere Denken und insbesondere der Grüne-Wiese-Ansatz. Die Zusammenarbeit mit den jungen Leuten öffnet einem die Augen und zeigt, wie verwoben man mit traditionellen Dingen ist.

Dr. Tim Brühn: Gründerpersönlichkeiten in ihrer Arbeit zu unterstützen, Effizienzpotenziale zu heben und Ideen im ständigen Austausch mit den Anwendern sukzessive zu justieren, bis schließlich Geschäftsmodelle mit Relevanz entstehen, das ist meine Leidenschaft.

Warum ging CargoLine eigentlich den Schritt, eigene Start-ups ins Leben zu rufen?

Bernd Schäflein: Unsere langfristigen Konkurrenten entstammen der digitalen Welt und sind multinational. Wenn die investieren, geht das gleich in die Breite. Für mich heißt das: Wenn wir unsere Existenz dauerhaft sichern und unseren Kunden weiterhin ein starker, verlässlicher Partner sein wollen, müssen wir unser traditionelles Denken öffnen und in Künstliche Intelligenz (KI) und Technik investieren. Meines Erachtens ist es wichtig, auf veränderte Bedürfnisse oder Marktmechanismen vorbereitet zu sein und am Schalthebel zu sitzen, statt nur zuzugucken. Und zwar nicht, indem wir ein bisschen googeln, nein: Tim Brühn und seine Mannschaft arbeiten ganz genau heraus, was für uns als Logistiker wichtig ist, und bereiten das mundgerecht auf.

Welche Bilanz ziehen Sie nach einem Jahr CDW?

Dr. Tim Brühn: Unsere Tochter Cargoboard ist extrem erfolgreich in der Sendungsakquise bei digitalaffinen Kunden. Im Ranking bei Google und Trustpilot ist sie die beste digitale Spedition Deutschlands. Das zeigt die harte Arbeit und den Kundenfokus des Teams, aber auch die gute Zusammenarbeit mit den ope-

rativen CargoLine-Betrieben. Wir sind sehr dankbar dafür, dass wir gemeinsam eine so tolle Customer Experience ermöglichen können, die bei Cargoboard im Web beginnt und mit CargoLine bis zum Warenempfänger durchgezogen wird.

Auch CargoCast ist jetzt live ...

Dr. Tim Brühn: ... Genau – mit KI-basierten Sendungsprognosen in großartiger Qualität. Planungstools und ein Control Tower für die Halle folgen. Wenn man bedenkt, wie jung unsere Organisation ist und dass 85 Prozent aller KI-Projekte in Deutschland scheitern, sind das Start-up und das Team CargoCast wirklich bemerkenswert. Erfreulich sind auch die Fortschritte unseres Start-ups warespace im Bereich der Lagerung und des Fulfillment. Bei Cargonative arbeiten wir ebenfalls mit hoher Geschwindigkeit an intelligenten digitalen Lösungen. Hier geht es um die effiziente, partnerübergreifende Befrachtung von Laderäumen.

Welche Zielgruppen sprechen Sie an?

Bernd Schäflein: In erster Linie kleinere Auftraggeber, denen wir den Zugang zu Transport- und Logistikdienstleistungen vereinfachen. Doch auch für größere, die europaweite Transporte mit geografisch verteilter Lagerhaltung umsetzen wollen, sind wir attraktiv. Weil sie bei uns alles aus einer Hand erhalten, mit größtmöglicher Transparenz und Flexibilität. Derartige Kunden würde meine Spedition normalerweise nicht gewinnen. Insofern sind unsere digitalen Plattformen ganz klar ein Gewinn und keine Konkurrenz.



Seit knapp 20 Jahren hat Bernd Schäflein führende Funktionen in der Logistik inne. Von den umfangreichen Erfahrungen des CargoLine-Beiratsmitglieds und Vorstands der Schäflein Spedition profitiert auch die CDW: Hier ist er als Aufsichtsratsvorsitzender und Berater aktiv dabei.



Von Beginn an gestaltet der Experte für plattformbasierte Geschäftsmodelle, Dr. Tim Brühn, die Start-ups der CargoLine mit: zunächst als Head of Corporate Entrepreneurship bei garage33, dann als Vorstand von CDW.

Dr. Tim Brühn: Hinzu kommen neue Partnerschaften, um beispielsweise größere Gütermengen zu transportieren. Viele Kunden schätzen ferner, dass wir 24/7 erreichbar sind. Das ist in einem traditionellen Unternehmen nicht so.

Und was schätzen Sie jeweils am anderen Partner?

Bernd Schäflein: CDW bildet für mich eine einzigartige logistische Ordnung – weil es Partner und Leistungen auf besondere Weise orchestriert. Dabei geht es nicht darum zu sagen: „Ich mache Stückgut, und der andere macht Seefracht“, sondern „Was möchte der Kunde?“. Von ihm aus zu denken, den höchsten Nutzen für ihn zu schaffen, aber auch für CargoLiner, Seefrachtspediteure oder die Transportunternehmer, die uns Lkw zur Verfügung stellen – darum geht's ja von jeher bei der CargoLine. Und dieses Zusammenspiel wird durch CDW weiter optimiert.

Dr. Tim Brühn: Ich schätze vor allem die Charaktere bei CargoLine: Persönlichkeiten, die visionär agieren, sich weiterentwickeln wollen, und dabei sehr offen und hemdsärmelig sind.

Viele Start-ups scheitern – selbst mit starken Unternehmen im Rücken. Was machen Sie anders?

Bernd Schäflein: Nur weil ein starkes Unternehmen dahintersteckt, muss das Ganze nicht automatisch funktionieren. Es braucht halt eine Menge Erfahrung – allein, was das richtige Pricing betrifft. Außerdem verlieren

wir uns nicht in Komplexität, denn je komplizierter ein Geschäftsmodell ist, desto weniger versteht es der Kunde. Zudem sorgt die kaufmännische Herangehensweise der CargoLine für eine Art Erdung. Als Mittelständler können wir es uns schlicht nicht leisten, Geld zum Fenster rauszuwerfen. Da sind die Margen eng. Gut ist auch, dass wir uns nur innerhalb unseres gewohnten Marktumfelds bewegen – anders als Inkubatoren und Investoren, die ein weites Feld beackern, was weitaus riskanter ist.

Sie sprachen gerade von „Erdung“. Erleben Sie einen Generationenkonflikt zwischen Jung und Alt?

Bernd Schäflein: Die Herangehensweisen sind schon sehr unterschiedlich. Während wir beispielsweise sehr auf Effizienz achten, machen sich junge Innovatoren da weniger Gedanken drum. Bei ihnen stehen Technologien und Nutzerfreundlichkeit im Fokus. Diese unterschiedlichen Kulturen anzugleichen ist nicht immer leicht, funktioniert aber zusehends besser.

Dr. Tim Brühn: Das sehe ich genauso. Wenn keine Kommunikation auf Augenhöhe zwischen ambitionierten, techaffinen Gründern und etablierten Partnern stattfindet, dann ist das Projekt zum Scheitern verurteilt. Genau hier setzen wir als CDW an: Auf der einen Seite coachen wir die Start-ups in ihrem Entwicklungsprozess. Auf der anderen Seite bauen wir Brücken zu unseren operativen Partnern, um Verständnis füreinander zu schaffen. Aus den gegenseitigen Erwartungen entstehen dann gemeinsame Spielregeln – damit wir langfristig vertrauensvoll und zielgerichtet zusammenarbeiten können.

Dafür gibt es ja auch einen Beirat, den jedes CDW-Start-up hat. Wie nehmen Sie diese Funktion wahr, Herr Schäflein?

Bernd Schäflein: Ich versuche zunächst aufzuzeigen, warum jemand reagiert, wie er es tut. Dass es Lernprozesse auf beiden Seiten braucht und man einen Unternehmer, der etwas seit 20 Jahren auf bestimmte Weise 

Die Start-up-Schmiede für zukunftsweisende Logistiklösungen

Mit der Stärke und Expertise von CargoLine im Rücken sowie der Freiheit, Prozesse völlig neu zu definieren, gestaltet die Anfang 2021 gegründete Cargo Digital World (CDW) digitale Geschäftsmodelle für die Logistik von morgen. Dabei agiert CDW zunächst als Scout, der Kundenbedürfnisse analysiert und Marktoptionen aufzeigt. Im nächsten Schritt werden gemeinsam mit erfahrenen Experten der Partnerbetriebe und jungen, ambitionierten Gründern Geschäftsmodelle konzipiert. Sofern sie ausreichend Umsatzpotenzial bieten und sich in Tests beweisen, werden sie aus gegründet und entlang ihres Wachstumspfad



CARGO DIGITAL WORLD

begleitet. Professionelle, kontinuierliche Coachings runden die Tätigkeiten ab. Als Dachgesellschaft ist CDW zudem bestrebt, Synergien zwischen ihren Töchtern und Projekten zu nutzen. Dazu zählen bislang Cargoboard, CargoCast, Cargonative und warespace. Weitere sollen folgen.

www.cargodigitalworld.com

Die Teil- und Komplettladungsplattform der nächsten Generation

Über ein Drittel des Güterverkehrs auf deutschen Straßen besteht aus Leerfahrten. Cargonative will diese Zahl deutlich reduzieren. Wie? Durch eine Plattform, die leeren Laderaum automatisch identifiziert und Buchungsmöglichkeiten vorschlägt: Sobald CargoLiner Touren planen oder Aufträge erhalten, werden die Informationen dazu über die IT-Infrastruktur der Kooperation an das Start-up gesendet. Dessen Software ermittelt nun partnerübergreifend Ladestellen und berechnet die voraussichtliche Fahrtzeit. Die Nutzer der Plattform können derweil sehen, wo ein Lkw leer ist bzw. für eine Rück- oder Anschlussfracht benötigt wird. Außerdem können sie weitere Informationen rund um die Sendung abrufen oder Dokumente dazu austauschen. So reduzieren sich nicht nur die Leerfahrten, sondern auch der Arbeitsaufwand.



CARGONATIVE

Status: erfolgreiche Identifikation von Laderaum und Vorschläge für Rückfrachten bei Pilotpartnern

Next Step: Anbindung von CargoLine-Partnern, externen Speditionen und Fuhrunternehmern

Co-Founder: Sarah Luisa Guida, Christian Meier, David Stein, Paul-Felix Tüpass

CargoLine-Beirat: Jan Feldberg (BTG), Michael Finsterwalder (Finsterwalder), Heiner Koch (Koch International)

Die Online-Spedition für digitalaffine Versender

Seit dem Marktstart im April 2019 schreitet Cargoboard mit Siebenmeilenstiefeln voran. Immerhin zählt das noch junge Unternehmen heute mehr als 30.000 registrierte Kunden aus B2B und B2C sowie rund 55 Mitarbeiter, mit denen es 2021 einen Umsatz von 19,3 Mio. Euro erzielte. Grund dafür ist sein simples, solides Konzept: Über die Plattform lassen sich mit wenigen Klicks Versandkosten ermitteln und Frachten buchen. Hat ein Kunde einen Auftrag erteilt, gelangt er ins operative Netzwerk der CargoLine, wo er zuverlässig von den Kooperationspartnern abgewickelt wird. Dabei stehen sämtliche Leistungen der Kooperation zur Verfügung – seien es Land- oder Seefracht, klassisches Stück- oder Gefahrgut, um nur einige Beispiele zu nennen. Hinzu kommen Services wie ein klimaneutraler Versand und bei Bedarf persönliche Beratung per Live-Chat, Telefon oder E-Mail.



Status: eine Tochtergesellschaft in Österreich, Cargoboard Austria (Sitz in Linz)

Next Step: Ausbau des europaweiten Angebots durch Kurier- und Teilladungen sowie Gründung weiterer Töchter im Ausland

Co-Founder: Richard Kleeschulte, Artur Nachtigal, Lukas Petrasch, David Port

CargoLine-Beirat: Andreas Hartmann (Hartmann International), Sandra Lukas (Rhenus), Maximilian Schwarz (Wackler)

www.cargoboard.de

macht, nicht in drei Minuten verändern kann. Außerdem gibt es von mir immer ehrliche Aussagen, und ich bin verlässlich für die jungen Leute da. Das gibt ihnen einen Rahmen und Halt. Aber ich freue mich auch darüber, ihnen schneller in den Sattel zu helfen – zu sehen, dass sie etwas verstanden haben und richtig gut umsetzen.

Auch andere CargoLiner engagieren sich in Ihren Spin-offs.

Bernd Schäflein: Ja, und das darf man nicht unterschätzen. Das sind alles Know-how-Geber, die sagen: „Ich will was bewegen, ich habe ganz spezielle Expertise.“ Und das funktioniert extrem gut. Auf der anderen Seite bewundere ich, wie selbstverständlich sich die jungen Leute um technologisch nachhaltige Lösungen bemühen. Umwelt- und Klimaschutz, aber auch soziale Gerechtigkeit sind ihnen echte Anliegen.

Die digitale Ära des Fulfilment in der Kontraktlogistik

Als Fulfilment-Dienstleister übernimmt warespace die komplette logistische Auftragsabwicklung: von der Lagerung und Kommissionierung über Verpackung*, Versand und Sendungsverfolgung bis zum Retourenmanagement. Je nach Kundenanforderung und Produktportfolio wird beispielsweise der Bestand der warespace-Nutzer mittels Künstlicher Intelligenz auf die Lagerstandorte von CargoLine-Partnern so aufgeteilt, dass die Transportwege zu den Kunden so kurz wie möglich sind. Das spart nicht nur Geld, sondern auch CO₂ und erhöht die Lieferfähigkeit. Außerdem können Anwender per Klick einen Überblick über ihre aktiven Bestellungen sowie Statistiken zu ihrer Bestands- und Auftragsverwaltung aufrufen. warespace entwickelt zusammen mit seinen CargoLine-Partnern White-Label-Lösungen für Dashboards und Retourenabwicklungen.



Status: online

Next Step: schrittweise Entwicklung und Roll-out von Plattformfunktionen

Co-Founder: Marco Dalic, Janina Prodöhl, Sebastian Richter

CargoLine-Beirat: Uwe Fieselman (Koch International), Bernd Schäflein (Schäflein)

www.warespace.de

**Auf Wunsch bio-zertifiziertes Verpackungsmaterial*

Ihr Ziel war ja von Beginn an, einen digitalen One-Stop Shop zu schaffen, also einen Ort, der die komplette Logistikkette abbildet und an dem Kunden unterschiedlichste, sich ergänzende Transport- und Logistikdienstleistungen buchen können – sei es innerhalb Europas oder interkontinental. Wo sehen Sie CDW in fünf Jahren?

Bernd Schäflein: Wir wollen der digitale Logistiker in Europa sein – die erste Adresse – zu Lande, auf See, auf der Schiene, in der Luft und den Lagerhäusern. Und auch richtig große Kunden haben, Blue Chips, die an der Börse sind.

Dr. Tim Brühn: Und wir wollen ein Unternehmen sein, das aus seiner technologischen Substanz heraus unterschiedlichste Kundenbedürfnisse bedient.

Was meinen Sie mit „technologische Substanz“?

Dr. Tim Brühn: Wenn ein Kunde einen digitalen Service nutzt, steckt viel hinter der sichtbaren Oberfläche. Da sind IT-Infrastruktur, Algorithmen, Datenanalysen. Teilweise setzen wir auch Künstliche Intelligenz ein. Es braucht also ein technologisches Fundament, um anvisierte Innovationsfelder oder Geschäftsmöglichkeiten tatsächlich bedienen zu können. Und eine kontinuierliche Optimierung von Technik und Tools. Aber auch gute Mitarbeiter, die die Algorithmen der Zukunft entwickeln ...

Bernd Schäflein: ... und die nicht zu Google nach Amerika gehen. Wir haben bei uns sehr, sehr gute Leute. Und wir arbeiten ja an attraktiven Alternativen! (lacht) ◇

Optimierte Planung dank datenbasierter Prognosen

Den Tag beginnen ohne Stau- oder Wetterprognose? Für viele ist eine Planung ohne Vorhersagen undenkbar. CargoLine geht jedoch weit darüber hinaus: Mit CargoCast verfügt die Kooperation über ein Tool, das auf Basis von 30 Millionen Sendungs- und Netzwerkdaten präzise Voraussagen für bis zu 15 Arbeitstage erlaubt. Sie werden mittels spezieller Algorithmen und Künstlicher Intelligenz aufbereitet, um die Planung von Fahrzeugen, Lagerbedarf und Personal bei den Logistikpartnern möglichst effizient zu gestalten. CargoCast ermöglicht zudem eine Netzwerksimulation, die eine Maßnahmenplanung der Zentrale – auch für kurzfristige kritische Situationen – mit konkreten Daten unterstützt.



Status: Bereitstellung von Prognosen an erste Partner

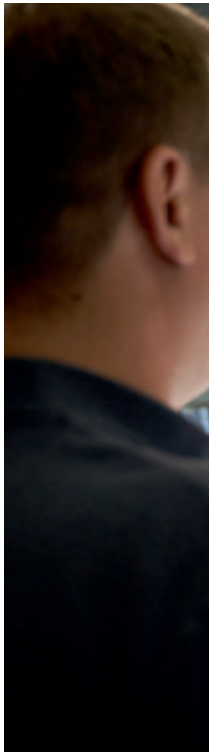
Next Step: Ausdehnung auf weitere Stückgutbeteiligte, Kunden und Dienstleister

Co-Founder: Pascal Dietrich, Simon Leontaris

CargoLine-Beirat: Thomas Bauer (Honold), Thomas Peklo (Graßl), Markus Schwöpe (Leopold Schäfer)

Interaktives Sendungsmanagement: neue **hilfreiche** Services für Verlader

Allein im Jahr 2022 investiert CargoLine einen sechststelligen Betrag in den Ausbau seiner partnerübergreifenden Kundenplattform portal.cepra.de. Sichtbar wird dies vor allem in Form von immer mehr sogenannten Mikroservices. Sie erlauben Verladern, ihre Transportaufträge und ihr Kundenkonto komfortabel und zeitsparend an einem einzigen Ort zu verwalten und mit „ihrem“ CargoLine-Partner nahtlos zu kommunizieren.



Hassen Sie es auch, ein Dokument nicht auf Anhieb zu finden? Oder wenn Sie Informationen von mehreren digitalen Ablageorten zusammensuchen müssen? Insbesondere dann, wenn Sie gerade einen Kunden in der Leitung haben, der dringend eine Information zur Ankunft seiner Bestellung benötigt. Oder wenn Sie selbst als Verloader eine Frage zu den Transportkosten oder Ihrem Palettenkonto haben.

Abhilfe schafft portal.cepra.de: Was CargoLine 1999 als reines Online-Sendungsverfolgungstool eingerichtet hat, wurde insbesondere in den letzten fünf Jahren zu einem umfangreichen digitalen Kundenportal weiterentwickelt. Verladende Unternehmen profitieren davon in zweierlei Hinsicht: Zum einen finden sie zahlreiche Einzelprozesse konsolidiert auf einer Plattform. Zum anderen können sie mit den angebotenen Services bei ihren Kunden punkten – in Zeiten von Internetbewertungen ein ordentliches Pfund, selbst im B2B-Bereich.

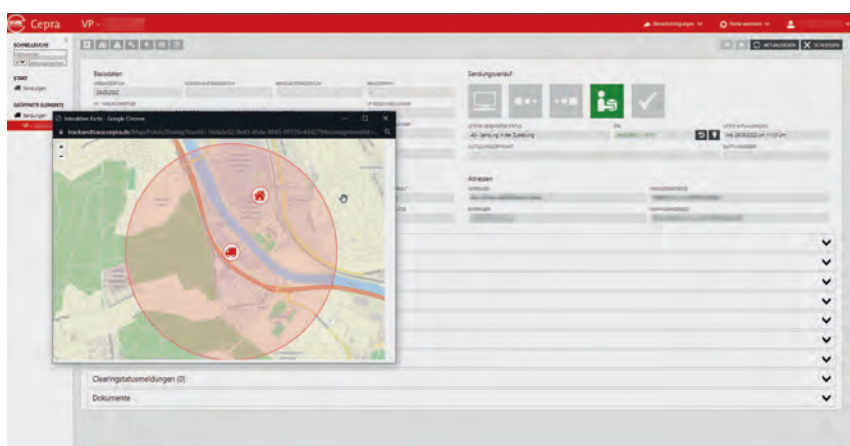
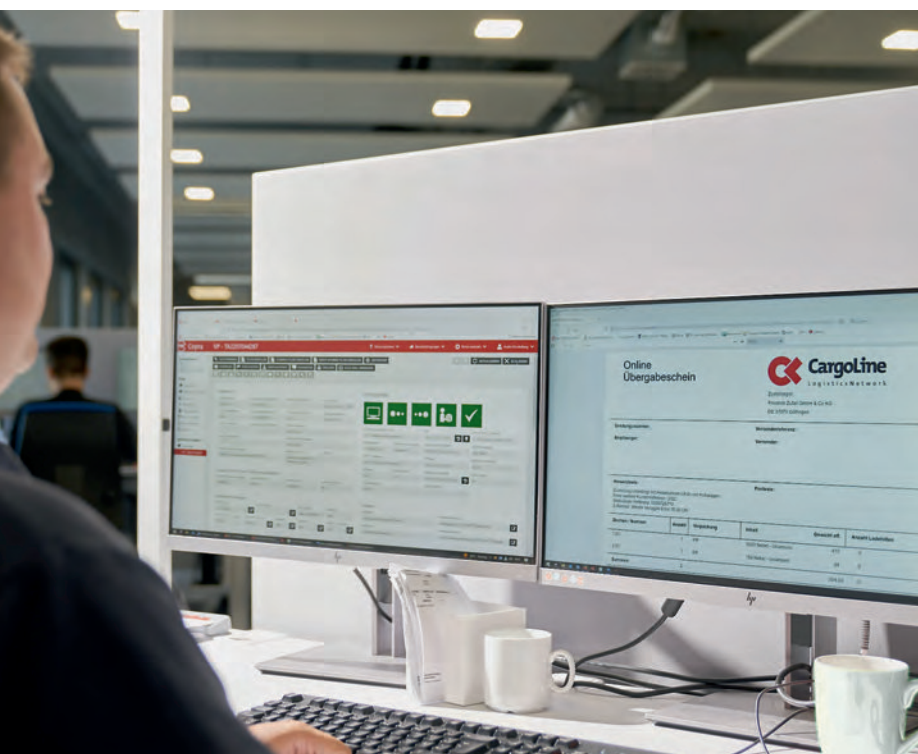
Weniger Aufwand dank Mikroservices

So bietet Cepra Verladern bei entsprechender Freischaltung durch den für sie zuständigen CargoLine-Partner unter anderem folgende Funktionen für:

➤ **mehr Präzision.** Die Ankunftszeitprognose (ETA – Estimated Time of Arrival) gibt Auskunft darüber, wie viele Stopps der zustellende Lkw noch von der Adresse des Empfängers entfernt ist. Verzögert sich

die Zustellung aufgrund der Verkehrslage oder anderer Hindernisse, wird die Vorhersage automatisch angepasst. Insbesondere gewerbliche Kunden gewinnen so Prozesssicherheit. Endkunden wiederum können die Entgegennahme ihrer Lieferung besser mit ihren Tätigkeiten an diesem Tag abstimmen.

- **mehr Durchblick.** Eine Dokumentenverwaltung erlaubt, dass unter anderem Tarife, Rechnungen, Vertragsdokumente und Ablieferbelege gespeichert und eingesehen werden können.
- **Auskunft 24/7.** Mittels eines Tarifrechners lässt sich der Transportpreis einer Sendung auf Basis der aktuellen Kundenkonditionen rund um die Uhr sofort ermitteln.
- **mehr Transparenz.** Zugriff auf das Palettenkonto und die Möglichkeit, direkt zum Status zu kommunizieren
- **mehr Sicherheit.** Durchführung automatischer Gefahrgut- und Compliance-Checks.
- **schnelle Hilfe.** Integriertes Reklamations- und Schadenmanagement
- **nahtlose Kommunikation.** Der Austausch zwischen CargoLine-Partner und Kunde kann ins Portal verlagert werden. Damit findet ein Verloader alle Mails und Informationen zu einer Sendung gesammelt an einem Ort und muss nicht zwischen verschiedenen Anwendungen wechseln.
- **mehr Komfort.** Die Auftragserfassung direkt im Portal und die Verbindung eines Auftrags mit der dazugehörigen Sendungsverfolgung.
- **mehr Umweltschutz.** Bereitstellung des CO₂-Fußabdrucks pro Sendung und in Kürze auch die Mög-



lichkeit, ihn über einen Drittpartner wie Atmosfair zu kompensieren.

- **Pluspunkte für die Lieferantenbewertung.** Der Kunde hat die Möglichkeit, Statistiken zu seinen Transporten wie Laufzeiten und Beschädigungsquote zu ziehen und so seinen Ruf als zuverlässiger Lieferant zu untermauern.

Alles auf einen Blick

Darüber hinaus gibt es seit Kurzem ein erweitertes Rechtemanagement. Es erlaubt Verladern, in einem einzigen Konto alle Sendungen, egal ob Distribution, Beschaffung oder Empfang, flexibel zu verwalten. Das ist besonders interessant für Unternehmen, die mit anderen CargoLine-Kunden in einer Geschäftsbeziehung stehen. Benötigte eine Firma bislang in einer solchen Situation mehrere Cepra-Konten – eines für die Transportaufträge, die sie selbst

in Auftrag gab, eines als Lieferant für einen anderen Netzwerkpartner über dessen CargoLine-Partner und ggf. noch ein weiteres als Empfänger von Sendungen eines dritten Verladers innerhalb der Kooperation –, so genügt für all diese Transportwege nun ein einziges Konto. Alle relevanten Daten sind dabei seitens des Versenders wie auch des Empfängers jederzeit einsehbar. Das gibt beiden Parteien mehr Sicherheit in der Abwicklung.

„Mit Cepra bieten wir eine Plattform, die sämtliche Prozesse einer Supply Chain abbilden kann. Dabei ist das Portal genauso umfangreich oder schlank, wie ein jeder es braucht“, erläutert Heinz-Peter Beste. Er ist nicht nur Geschäftsführungsmitglied des CargoLine-Gesellschafters Koch International, sondern zugleich Leiter des Arbeitskreises IT der Kooperation. Also solcher verantwortet er die Konzeption und Gestaltung des Por-

tals mit, die dem Netzwerk allein in diesem Jahr einen sechsstelligen Betrag wert ist. „Es zeichnet CargoLine aus, dass wir als Verbund von Mittelständlern Dinge inhaltlich und finanziell bewegen, wie sie nur wenige Stückgutnetzwerke hierzulande zustande bringen“, ergänzt er stolz.

Wer möchte, kann sogar über eine Schnittstelle (API, Application Programming Interface) Informationen wie den Sendungsstatus in Echtzeit in seine eigenen IT-Systeme übernehmen. Das ist besonders für Kunden mit großem Sendungsvolumen interessant.

Endlose Möglichkeiten

Um Nutzen und Service für Verladern weiter zu erhöhen, befinden sich bereits weitere Funktionen in Arbeit, zum Beispiel:

- Weitere Geschäftsbereiche wie Seefracht, die unter dem Namen „SeaLine“ netzwerkweit angeboten wird, sollen integriert werden.
- Bei der Auftragserfassung soll die Software künftig erkennen, ob ein vergleichbarer Auftrag bereits in der Vergangenheit eingegeben wurde. In diesem Fall werden vom System ähnliche Daten automatisch vorgeschlagen, die – sofern korrekt – übernommen werden können.
- Ein gemeinsames Zahlungsmanagement von CargoLinern und ihren Kunden, das über die Plattform läuft, soll eingerichtet werden.

„Die Bedürfnisse von Verladern und Empfängern hinsichtlich Umfang an und Zugriff auf Informationen haben sich in den letzten Jahren rasant gewandelt. Im Einklang damit entwickeln wir nicht nur zügig neue und sinnvolle Anwendungen für das Portal, sondern denken auch voraus. So waren wir beispielsweise einer der ersten Stückgutspediteure, die ihren Kunden ETA anbieten konnten, also die voraussichtliche Ankunftszeit einer Sendung“, freut sich Sebastian Grollius, IT-Leiter der CargoLine-Systemzentrale. Gemeinsam mit Peter Beste und dem Arbeitskreis IT entwickelt er Cepra beständig weiter. Gerade bereitet er den nächsten großen Entwicklungsschritt vor, nach dessen Umsetzung Kunden nicht länger Hand anlegen müssen, um den Status ihrer Sendung zu erfragen oder einen Auftrag zu platzieren.

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann freuen Sie sich schon jetzt auf die Frühjahrsausgabe der CargoTime, in der wir Ihnen diese spannende neue Funktion vorstellen werden. 