MöbelLogistik

Offizielles Organ des Bundesverbandes Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.
und der Gruppe internationaler Möbelspediteure GIM e.V

3/2022

Digitalisierung und Automatisierung in der Logistik

Bewusst angegangen bieten diese Megatrends viele Chancen.

Cyberangriffe: Anzahl der Attacken nimmt zu

Was Sie tun und besser vermeiden sollten.

Im Porträt: Menschen in der Möbelspedition

Horst Geuer, Gründer Geuer International in Senden

AMÖ-Serie: 1x1 Umzugslogistik

Professionelle Vorbereitung für's Heben und Tragen

Bildquelle: Freepik.com

AMÖ Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.

Ein Unternehmen der
R+V Versicherungsgruppe

KRAVAG-Logistic-Police für AMÖ-Mitglieder

Der Versicherungsschutz für Umzugsunternehmen

- Verkehrshaftung
- Betriebshaftpflicht
- Umwelthaftpflicht
- Umzugstransportversicherung

www.kravag.de
info@kravag.de

Halbzeit. Impulse. MutMACHER.

Die dritte Ausgabe der MöbelLogistik in diesem Jahr liegt vor Ihnen. Wir haben diese Ausgabe dem Thema Digitalisierung und hier und da auch dem Thema Automatisierung gewidmet. Für uns sind beides zentrale Themen, die uns als Branche beeinflussen und auf die wir aus meiner Sicht nicht ausreichend vorbereitet sind.

Ich möchte die Erfolge in einzelnen Unternehmen und die bereits lancierten Initiativen nicht verkennen, glaube aber nicht, dass ausreicht, was wir als Branche bislang getan haben. Jedes Unternehmen, das die Themen Digitalisierung (und Automatisierung) weiterhin stiefmütterlich behandelt, setzt sich der Gefahr aus, bald nicht mehr wettbewerbsfähig zu sein und von einem Wettbewerber vom Markt verdrängt zu werden, der diesen Themen den Stellenwert gibt, den sie haben sollten. Darüber hinaus kann dieses Unternehmen auch nicht die Chancen und Potenziale nutzen, die sich mit der Digitalisierung (und Automatisierung) ergeben.

Ich denke, dass wir uns als AMÖ viel stärker in diesen Themen positionieren und einbringen müssen. In verschiedenen Beiträgen zur Digitalisierung bringen wir in dieser Ausgabe Licht ins Dunkel. Zunächst versuche ich in meinem Leitartikel Impulse zu geben und eine breite Diskussion anzustoßen. Wichtig ist aus meiner Sicht, dass wir uns dem Thema unvoreingenommen nähern. Die Auseinandersetzung mit der Digitalisierung erlaubt uns – ganz nebenbei –, Sachverhalte zu hinterfragen, denen wir oftmals lange nicht mehr die Aufmerksamkeit geschenkt haben, die sie eigentlich haben sollten. Stichworte: Prozesse, Geschäftsmodell und Kerngeschäft. Mehr dazu auf den folgenden Seiten. Wir zeigen weiter wie wir als AMÖ das Thema Digitalisierung angehen und geben Ihnen Fragen mit, so dass Sie es uns gleichtun können.

Weiterlesen können Sie über die Tücken der zunehmenden Vernetzung, die uns und unsere Unternehmen leider auch anfälliger für Cyberkriminelle macht. Es lohnt sich, sich mit diesem häufig unterschätzten Thema auseinanderzusetzen. Zwar sollten wir die Risiken nicht unterschätzen; wer sich aber mit der Checkliste in dieser Ausgabe auseinandersetzt, hat bereits mehr getan als viele andere.

Hinweisen möchte ich auch auf die beiden Porträts von Horst Geuer und das durch ihn bis Mitte des Jahres maßgeblich geprägten Unternehmens Geuer International von Katharina Daniels. Wie Marcello Danieli und den in dieser Ausgabe ebenfalls porträtierten Joshua Taylor von Caversham Moves Ltd. in Großbritannien ist Horst Geuer für mich ein echter MutMACHER.

Natürlich ist die oder der Einzelne für den Erfolg eines Unternehmens (oder auch eines Verbandes) wichtig. Wir nennen diese Menschen MutMACHER. MutMACHER sind für uns Menschen, die Dinge verändern wollen und anpacken. Die nicht nur wollen, sondern einfach machen. Und damit machen sie anderen Mut, weil sie zeigen, dass es zu etwas führt, wenn man Dinge anpackt. Dass es zu etwas führt, wenn man nicht immer auf andere oder gar „die da oben“ zeigt. Dass es zu etwas führt, wenn man selbst die eigene Zukunft in die Hand nimmt. Als Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V. wissen wir, dass wir viele MutMACHER in unseren Reihen haben. Verbringt man Zeit mit unseren MutMACHERN, dann merkt man sehr schnell, dass sie sich bewusst sind, wie wichtig andere Menschen für sie sind. Sie wissen, dass diejenigen, die mit ihnen arbeiten, für den Erfolg des Unternehmens sehr wichtig sind. Und genau das ist es, was diese Menschen für mich zu herausragenden Persönlichkeiten und Vorbildern macht.

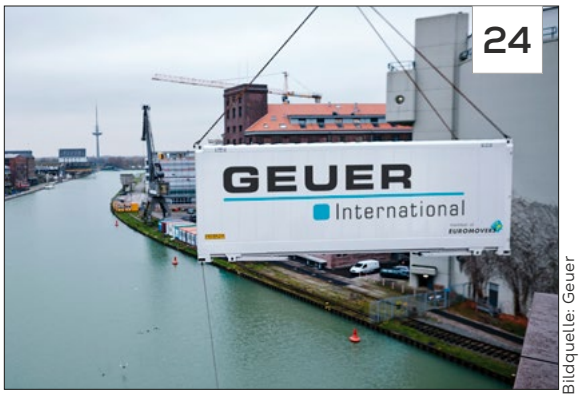
Abgerundet wird die vorliegende Ausgabe mit einem Gastbeitrag von Silke Evers, die Geschäftsführerin der euroShell Deutschland GmbH & Co. KG ist und in Ihrem Beitrag erläutert, wie sich Shell den Herausforderungen der E-Mobilität stellt. Spannend. Besonders gut gefällt mir persönlich der Titel: „Die Zukunft schon heute denken.“ Das sollten wir uns, meiner Meinung nach, alle vornehmen, denn die beste Möglichkeit die Zukunft vorherzusagen, ist es bekanntlich, sie wie ein MutMACHER selbst zu gestalten!

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und freue mich, wenn Sie die MöbelLogistik auch digital abonnieren! Machen Sie gerne auch Ihre Partner und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf diese Möglichkeit aufmerksam!

Ihr

Inhalt

Unternehmen im Fokus



Bildquelle: Geuer

↑ Geuer International in Senden-Bösensell

Menschen in der Möbelspedition

Bild: Geuer

↑ Horst Geuer: Der freundliche Netzwerker

IxI Umzugslogistik

Bildquelle: Motio GmbH

↑ Heben und Tragen: Professionelle Vorbereitung

Editorial
3 Halbzeit. Impulse. MutMACHER.

Digitalisierung
6 Impulse geben – Angst nehmen!
13 Digitalisierung des Bundesverbandes
15 „Der Blick für das große Ganze fehlt!"
18 Matthäis vollautomatisierte Containerlagerhallen
32 Der digitale Frachtbrief: eCMR
52 Was gilt bei virtuellen Sitzungen?
60 „IT-Wikipedia" für Möbelindustrie und -handel
62 Der digitale Tachograph bekommt eine neue Version

Cybercrime
42 smartSec: Bereiten Sie sich auf den Ernstfall vor!
49 „Ein Hackerangriff kann der Genickbruch sein!"
50 Die Zahlung von Lösegeld kann strafbar sein!

Unternehmen im Fokus
24 Vom Bulli-Amateur zum internationalen Spezialisten

Menschen in der Möbelspedition
38 Horst Geuer: Der freundliche Netzwerker
22 Tanya Phillips verstärkt das AMÖ-Team

J'AMÖ-Tagung 2022
54 Die „Zukunft der Logistik" erfindet sich neu

Ihr Draht in die AMÖ
37 Unsere MöbelLogistik kostenlos digital empfangen
51 Terminkalender / Ihr Kontakt zur AMÖ

Blick ins Ausland
66 Josh Taylor: „Ein echter MutMACHER!"

Reaktionen
64 Gastbeitrag: Die Zukunft schon heute denken

Partner und Förderer der AMÖ-Verbandsfamilie

DAK Gesundheit – Ein Leben lang
Daten Competence Center e.V.
KRAVAG
NeoMetrik – moving people
mymovingpartner
TransPak
Universum Verlag
VIERHAUS
WÜRTH

360° HÖHENTAGE

23. - 24.09.2022 in Horst bei Hamburg

GO GREEN

Freie Platzwahl

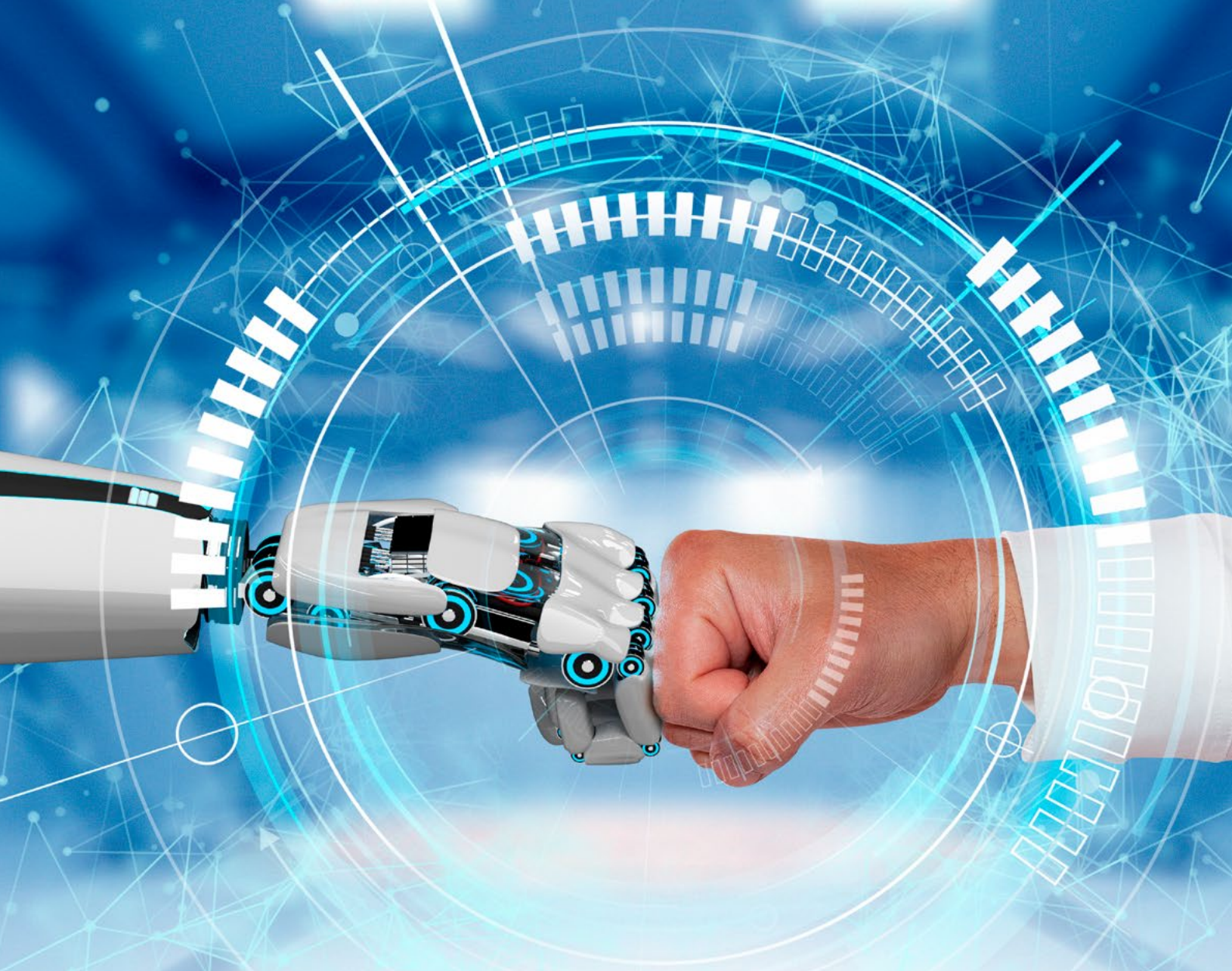
Möbelaufzug mit Akku und 230 V Ladetechnik

Leise, umweltschonend und autark Arbeiten wird dank innovativer Akkutechnik und E-Motor jetzt einfacher denn je. Freuen Sie sich auf den brandneuen Junior 24e Akku-Schrägaufzug! Er läd im laufenden Betrieb an jeder klassischen Haushaltssteckdose mit 230 V. Das neu entwickelte Fahrgestell garantiert den platzsparenden, schnellen Aufbau innerhalb weniger Minuten.

Überzeugen Sie sich selbst direkt vor Ort auf den Böcker 360° Höhentagen in unserer Niederlassung Nord in Horst bei Hamburg. Weitere Infos finden Sie unter **boecker.de/360-grad-hoehentage**

Böcker
MEIN WEG NACH OBEN

www.boecker.de



GEDANKEN ZUM THEMA DIGITALISIERUNG

Impulse geben – Angst nehmen!

Digitalisierung ist in aller Munde, wird im einen Extrem häufig als die Lösung für alles gesehen und im anderen Extrem verteufelt. Diskutieren wir mit anderen Menschen über das Thema Digitalisierung, dann wird oft schnell klar, dass es keine einheitliche Definition des Begriffes Digitalisierung gibt. Damit geht einher, dass die Konsequenzen von Digitalisierung sehr unterschiedlich gesehen werden und dass es sehr häufig ist, dass Menschen andere Vorstellungen über das haben, was Digitalisierung bedeutet, als man selbst. Gleichzeitig ist das Thema mit Angst besetzt, so dass eine sachliche Diskussion häufig schwerfällt.

Von Andreas Eichinger

Bildquelle: Adobe Stock / Alexander Limbach

Dieser Beitrag beginnt mit dem Versuch einer Definition. Er ist auch der Versuch, Auswirkungen für uns abzuleiten, Chancen auszuloten, aber auch Risiken zu benennen. Und hier meine ich jetzt nicht Risiken wie Ransomware-Attacken oder andere Phänomene, die im Zuge zunehmender Digitalisierung vermehrt auftreten können, sondern Risiken, die eintreten werden, wenn wir uns nicht mit dem Thema Digitalisierung auseinandersetzen. Ich möchte Impulse geben und Angst nehmen. Mir geht es explizit nicht darum zu sagen: „So wird es kommen und nicht anders." Es geht mir darum, eine Diskussion in Gang zu setzen. Eine Diskussion, die durch den neuen Ausschuss Digitalisierung der AMÖ begleitet werden soll.

Digitalisierung: Was meint das überhaupt?

Ursprünglich bezeichnete Digitalisierung lediglich die Umwandlung von analogen in digitale Datenformate. Heute wird der Begriff fast ausschließlich für den Trend der digitalen Transformation und demzufolge die tiefe Durchdringung von Wirtschaft, Staat, Gesellschaft und Alltag mit digitaler Technologie genutzt. Es geht damit auch um die Identifikation und das konsequente Ausschöpfen von Potenzialen, die sich mit der sich stets weiterentwickelnden Technologie ergeben.

Digitalisierung: Was bedeutet das für uns als Branche?

Mir geht es nicht um die Digitalisierung von Geschäftsprozessen, die auch in ganz anderen Branchen digitalisiert werden könnten. Beispiele dafür sind die konsequente Digitalisierung des Rechnungseingangsprozesses, zum Beispiel mit Humbee (siehe Beitrag zur Digitalisierung der AMÖ auf S. 13) oder die digitale Belegerfassung von Datev. Beiträge zu Digitalisierungsthemen dieser Art gibt es zuhauf. Hier gehe ich detaillierter auf die Bedeutung von Digitalisierung für branchenspezifische Prozesse ein. Einige Beispiele dafür zeigt die Tabelle auf der nächsten Seite.

Grundsätzlich lassen sich für die Digitalisierung branchenspezifischer Prozesse vier Kategorien unterteilen: Digitale Innovationen, die (a) dem Bereich „Daten" zugeordnet werden können, die (b) neue Arten des physischen Transports oderdie (c) digitale Plattformen darstellen oder die (d) neue Produktionsmethoden ausmachen. Beispiele zu allen vier Kategorien finden sich in der Tabelle.

Änderung des Geschäftsmodells

Klar dürfte sein, dass sich mit den genannten digitalen Innovationen das Geschäftsmodell der weitaus meisten im Straßengüterverkehr tätigen Unternehmen im Verlauf der Zeit verändern dürfte. Und um auch das bereits an dieser Stelle auszusprechen: Die Geschäftsmodelle haben sich bereits massiv verändert. Auch ohne Digitalisierung. So wurde aus einer vormals fast durchweg manuellen Tätigkeit in den vergangenen Jahrzehnten eine Tätigkeit, die um immer mehr Zusatzleistungen angereichert wurde. Logistische Zusatzleistungen, die zunächst ebenfalls häufig manuell erbracht wurden (Kommissionieren, Vormontage, etc.) bis hin zu immer ausgeklügelteren Dienstleistungen, die dann eben auch den Einsatz digitaler Technologien mit sich brachten. Und das gilt, wenn ich mir die Unternehmen vor Augen halte, die ich bereits besucht habe, ganz sicher auch für unseren Teil der Branche.

Beispiele sind Tracking und Tracing in der Neumöbellogistik, der Einsatz von Softwarelösungen zur Unterstützung in der Disposition, der konsequente Einsatz von Telematiksystemen in der Fuhrparksteuerung bis hin zum Einsatz von Software wie Yembo für virtuelle Besichtigungen. Viele Unternehmen nutzen darüber hinaus bereits Plattformen, um Leads zu generieren und weitere Kanäle aufzumachen, über die Kunden gewonnen werden können. All dies sind Beispiele für die bereits begonnene Digitalisierung. Allerdings, so ist hinzuzufügen, sind dies ebenso Beispiele für Insellösungen. Für Lösungen, wo zwar die digitale Technologie in Inselbereichen unterstützt, aber in aller Regel keine ganzheitliche, gesamthaft auf das eigene Unternehmen bezogene Digitalisierungsstrategie erkennbar ist.

Warum ist eine Digitalisierungsstrategie wichtig?

Heute geht in den meisten Unternehmen ohne Software nur noch sehr wenig. Derzeit wird in aller Regel auf Standardsoftware zurückgegriffen, von der dann nur sehr wenige Funktionen

im eigenen Geschäftsbetrieb genutzt werden, aber wie dargestellt hält Software seit Jahren Einzug in unsere Branche. Problematisch sind diese Insellösungen, weil sie dazu führen, dass mit jeder neuen Softwarelösung auch neue Schnittstellen und Systembrüche eingeführt werden und – noch viel gravierender –, weil dies häufig dazu führt, dass sich das Unternehmen an die Software anpassen muss und nicht umgekehrt. Wer kennt es nicht, dass sich mit der Einführung einer Software auch die Arbeitsweise verändern muss? Und in aller Regel ist es genau das, was bei der Einführung von neuer Software unbeachtet bleibt und dann eben auch Widerstand bei Kolleginnen und Kollegen auslöst.

Wirklich interessant wird Digitalisierung dann, wenn Unternehmen beginnen, die Entwicklung des eigenen Geschäftes mit der Entwicklung von Software zu verschmelzen. Das bedeutet, dass es darum geht, neue Geschäftsfelder zu erschließen oder operative Prozesse zu optimieren und dabei gleichzeitig darüber nachzudenken, wie Software hier optimal unterstützen kann. Und dies eben ganzheitlich, um Systembrüche und Schnittstellenprobleme zu vermeiden. Klar ist aber auch, dass einzelne Unternehmen oft nicht die Ressourcen besitzen, um eigene Softwarelösungen zu rechtfertigen. Oder die Lösung ist eben für mehr als ein Unternehmen sinnvoll. Die zentrale Frage ist also, wo der Schritt zum „Softwareunternehmen“ – auch ökonomisch – Sinn macht. Auf der Ebene eines einzelnen Unternehmens oder eher auf der Ebene eines Verbundes oder des Verbandes?

Ergänzen wir die Digitalisierung noch um die Automatisierung, dann ist das noch einmal

Kategorie	Beispiel für digitale Innovationen
Daten	Datensammlung und -behandlung
	„Logistics Control Tower“
	Augmented Reality
Neue Arten physischen Transports	Autonom fahrende (d.h. fahrerlose) Fahrzeuge
	Roboter, z.B. für das Handling im Lager
	Drohnen
Digitale Plattformen	große grenzüberschreitende Plattform
	geteilte Kapazitäten physischen Transports
	geteilte Kapazitäten in der Lagerei
	Crowdsourcing
Neue Produktionsmethoden	3D-Druck

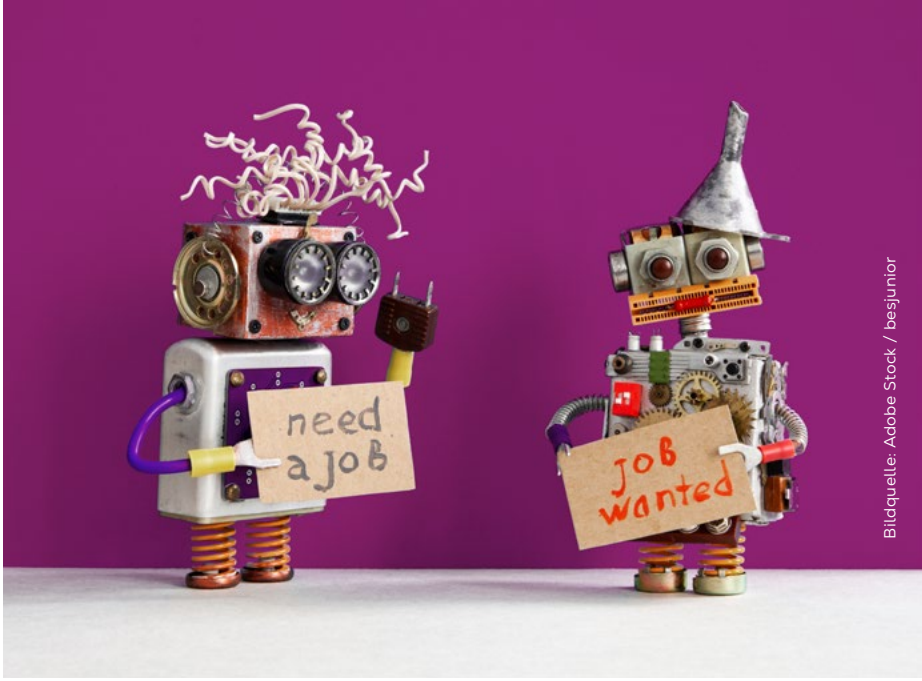
eine ganz andere Herausforderung. Autonome Fahrsysteme, Roboter, vollautomatisierte Containerlager, der Verbau von Sensorik, deren Messergebnisse Prozessschritte automatisch auslösen, das sind in unserem Teil der Branche echte Herausforderungen. Und zwar noch einmal andere als in der klassischen Logistik „in der Horizontalen“. Dort ist es einfacher, Anwendungsfälle für Digitalisierung und Automatisierung zu finden, aber das kann und darf keine Entschuldigung für uns sein, dass wir uns nicht mit dem Thema Automatisierung auseinandersetzen.

Steuerungsfunktion und die Zusammenarbeit von Mensch und „Maschine“

Was klar sein dürfte ist, dass Steuerung an Bedeutung gewinnt. Und damit meine ich Steuerung in jeglicher Hinsicht. Die Aussteuerung der eigenen Ressourcen über die Aussteuerung von Subunternehmern usw. usf. Und klar dürfte auch sein, dass Kunden diese Steuerungsleistungen nicht notwendigerweise sehen und damit auch nicht bezahlen wollen. Steuerung gewinnt umso mehr an Bedeutung, wenn einzelne Ressourcen knapp sind. Seit geraumer Zeit gilt das insbesondere für Arbeitskräfte, also Menschen. Ohne vernünftige Steuerung wird die knappe Ressource Mensch ineffizient eingesetzt.

Sinnvoll kann in diesem Kontext auch die stärkere Zusammenarbeit zwischen Mensch und „Maschine“ sein. Beispielsweise könnten wenig motivierende Tätigkeiten konsequent digitalisiert bzw. automatisiert werden, um die wirklich sinnstiftenden und motivierenden Tätigkeiten weiter durch Menschen erbringen zu lassen. Mir ist bewusst, dass nun einige einwenden werden, dass das in unserer Branche nicht ginge, nicht umsetzbar sei, aber ist das auch wirklich so? Ich nutze ein Beispiel eines allgemeinen Geschäftsprozesses: Wie wurden in der Vergangenheit Zertifikatsrechnungen durch die AMÖ erstellt? War das eine motivierende Tätigkeit? Und wie soll es nun geschehen? Analogien lassen sich sicher auch in jedem anderen Unternehmen finden.

Und noch einmal der Hinweis: Digitalisierung (und auch Automatisierung) muss ganzheitlich durch alle Ebenen des Unternehmens gedacht werden. Das bedeutet nicht, dass gleich überall „digitalisiert“ oder „automatisiert“ werden muss. Im Gegenteil. Es geht darum, eine sinnvolle Strategie zu entwickeln und Anwendungsbereiche zu definieren, in denen getestet werden kann. Die gewonnenen Erkenntnisse werden dann für die Digitalisierung (und Automatisierung) verwandter Geschäftsbereiche genutzt. Es geht zunächst darum, ein Bewusstsein für Digitalisierung (als auch Automatisierung) im Unternehmen zu schaffen, Ängsten und Widerständen zu begegnen und Chancen (aber auch Risiken) aufzuzeigen.



Bildquelle: Adobe Stock / besjunior

Gelegenheit zur Prozessoptimierung bei höherer Leistungsqualität

Wichtig ist auch, bei dieser Gelegenheit die eigenen Prozesse zu hinterfragen. Hand auf’s Herz: Wer hat einen aktuellen Überblick über die Prozesse und Teilprozesse im eigenen Unternehmen? Sind all die gewachsenen Prozesse und Teilprozesse wirklich erforderlich? Welche sind wertschöpfend, welche nicht? Und welche sind wirtschaftlich vertretbar und welche nicht? Ist es beispielsweise sinnvoll, Akquisiteure zu einer 150 Kilometerm entfernten Zweizimmerwohnung zu schicken?

Wie kann die hohe Leistungsqualität, die wir heute liefern, auch in der Zukunft bereitgestellt werden? Da die Leistungserbringung zu einem sehr großen Teil direkt beim Kunden erbracht wird, muss die Frage auch beantwortet werden, ob und wie dort neue Technologien eingesetzt werden können. Und wenn es um Daten geht: Welche Daten können erhoben und dürfen dann auch verwendet werden?

Problemlöser brauchen Flexibilität und kein starres Korsett aus Standards, die sie dann doch nicht anwenden.

Zur Rolle von Standards

Es ist naheliegend, nun über Standards nachzudenken und Digitalisierung und Automatisierung über die gesamte Branche hinweg in gleicher Form angehen zu wollen. Standards sind wichtig, aber sie lösen bei weitem nicht alles. Dies gilt insbesondere dann, wenn es um Nischen und hohe Flexibilität geht. Und Problemlöser brauchen Flexibilität und kein starres Korsett aus Standards, die sie dann doch nicht anwenden. Klar macht es Sinn, zum Beispiel die Größen von Umzugskartons zu standardisieren – Fahrzeuge haben in der Regel ja festgelegte Längen und Breiten. Aber ich weiß auch, dass sich die in der Praxis mit Vorliebe eingesetzten Größen von Umzugskartons von Unternehmen zu Unternehmen teilweise erheblich unterscheiden. Warum ist das so, wenn Standards uneingeschränkt Sinn machen würden? Und warum sollte das gerade in Bezug auf Digitalisierung und Automatisierung anders sein?

Ganz generell ist in Bezug auf Standards immer zu fragen: Wem nutzen sie? Und nutzen sie meinem Unternehmen und sind sie auf das Geschäftsmodell bzw. das Kerngeschäft meines Unternehmens überhaupt anwendbar? Und sind sie vor Kunden vertretbar oder führen sie dort zu Gleichmacherei, wo Kunden eigentlich Differenzierung erwarten?

Geschäftsmodell und Kerngeschäft

Damit wären wir bei dem Punkt, der den Ausgangspunkt jeglicher Überlegungen zu Digitalisierung, Automatisierung und, ja, auch Standards bilden sollte. Die zentrale Frage ist, was das Kerngeschäft unserer Branche – und in Ihrem Fall – Ihres Unternehmens ist. Darüber lohnt es sich nachzudenken. Kerngeschäft meint in ökonomischem Sinne die hauptsächliche Ertragsquelle eines Unternehmens. Und das ist nicht unbedingt der Bereich, der der Inhaberin oder dem Inhaber am meisten Spaß bereitet.

In Bezug auf die Branche ist hier sicherlich eine grundlegende Differenzierung notwendig. Unter den Mitgliedsunternehmen der AMÖ gibt es Unternehmen, die vorrangig auf Privatkunden und Unternehmen, die vorrangig auf Geschäftskunden fokussiert sind. Beide Gruppen lassen sich natürlich weiter differenzieren.

Die Frage, die sich dann anschließt, ist, welche Prozesse sind aus Sicht der Kundin oder des Kunden wirklich entscheidend? Ist das beispielsweise wirklich der „horizontale“ Transport? Oder ist das eine Leistung, die der Kunde zwar erwartet, wo ich mich als Unternehmen aus Kundensicht aber kaum unterscheiden kann? Eine Leistung, die ich anderswo günstiger und vielleicht auch in besserer Qualität einkaufen kann? Und was ist die Konsequenz, wenn ich entscheide, dass der reine „horizontale“ Transport nicht zu meinem Kerngeschäft gehört?

Das Geschäftsmodell von Einride, die ich in meinem Kommentar in der Ausgabe 1/2022 erwähnte, ist, vollektrische und zukünftig autonome „horizontale“ Transportleistungen zu erbringen. Das setzt voraus, dass Transporte gebündelt werden können. Vielleicht wird Einride in Zukunft ein Netz an Transportleistungen auf Hauptverkehrsachsen anbieten und vielleicht ist es dann dort ökonomischer, für Verkehre mit Wechselkoffern oder Containern auf Anbieter wie Einride zu setzen. Die Transporte abseits dieser Hauptverkehrsachsen wären wahrscheinlich anders zu betrachten, aber das ist eine ganz andere Frage… Nochmals: Was zählt zum Kerngeschäft? Was nicht?

Transformation und Veränderung: Ein anderes Vorgehen wäre sinnvoll

Digitalisierung und Automatisierung haben weitreichende Konsequenzen für die Geschäftstätigkeit vieler Unternehmen. Damit sind wir nicht allein. Beide Trends werden auch unsere Branche verändern und wir müssen uns diesem Transformationsprozess stellen. Wichtig ist dabei, zu verstehen, dass es nicht genügt, wenn die Unternehmensführung diese Herausforderungen kennt und allein eine neue Richtung entwickelt und verfolgt.

Sinnvoll wäre es, gemeinsam über eine Vision und Unternehmensziele – für zum Beispiel 2030 – nachzudenken und Menschen aus allen Bereichen des Unternehmens teilhaben und sich damit auseinandersetzen zu lassen. Es geht auch darum, offen über Erfolge und Fehler zu kommunizieren und so ein unternehmensweites Lernen zu ermöglichen. Hinzu kommt: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in der Digitalisierung (und so manches Mal auch in der Automatisierung) ihres Privatlebens oft viel weiter als es die Unternehmen sind, in denen sie arbeiten. Warum also nicht dieses Wissen nutzen und von den Erfahrungen und Erfolgen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter profitieren?

Was bedeutet Digitalisierung nun konkret?

Aus meiner Sicht ist es wichtig, zu verstehen, dass wir spezialisierte Problemlöser sind und dafür Sorge tragen müssen, dass wir die zentralen Prozesse unseres Kerngeschäftes selbst aussteuern und niemand anderes.

Kategorie	Frage(n)
Geschäftsmodell	Was ist das Geschäftsmodell meines Unternehmens? Was ist das Kerngeschäft?
	Welche Prozesse bzw. Teilprozesse gibt es? Wer ist beteiligt?
	Welche Prozesse bzw. Teilprozesse sind direkt wertschöpfend? Welche unterstützender Natur?
Digitalisierungs-/ Automatisierungspotenzial	Welche Prozesse bzw. Teilprozesse lassen sich sinnvoll digitalisieren/automatisieren? Wen braucht es dazu?
	Welche Prozesse bzw. Teilprozesse sind motivierend/sinnstiftend? Welche sind es nicht?
	Gibt es bereits am Markt verfügbare Lösungen? Erfordern diese Lösungen, dass sich das Unternehmen an sie anpasst? Oder passen sich die Lösungen an das Unternehmen an? Wenn sich das Unternehmen an die Lösungen anpassen muss: Können wir damit leben?
	Welche Schnittstelle und Systembrüche entstehen? Können wir damit leben?

Mit zunehmender Digitalisierung besteht die Gefahr, dass wir zukünftig ausgesteuert werden. Entweder – vor allem im Geschäftskundensegment – durch unsere Kunden oder – und dies vor allem im Privatkundensegment – durch Plattformanbieter. Dabei sind wir selbst ideal positioniert, da wir als Spinne im Netz bereits Kontakt zu allen relevanten Akteuren haben. Kurz: Steuerung und Bündelung wird zukünftig für uns noch wichtiger.

Nun mag der ein oder andere einwenden, ob das denn auch beim klassischen Privatumzugsgeschäft so sei. Ich denke ja. Nichts anderes zeigen die Versuche von Movinga (und anderen). Bislang haben wir, aus meiner Sicht, wenig unternommen, um unsere Position zu festigen und, wer weiß, vielleicht wird der nächste Versuch, die Steuerungsfunktion in unserer Branche zu übernehmen, Erfolg haben. Entscheidend ist, dass wir vorbauen und nicht kampflos aufgeben. Nichtstun erscheint mir keine zielführende Option zu sein.

Trend zu Flexibilisierung

In meinen Gesprächen mit Unternehmerinnen und Unternehmern kam zuletzt immer häufiger das Gespräch auf den Trend auch unter Privatkunden, Umzüge immer kurzfristiger zu beauftragen und zu verlegen. Wenn das ein breiter Trend ist, könnte dies zu einem großen Vorteil von Plattformen führen. Denn Plattformen vereinigen ja viele Anbieter unter sich und können so eine höhere Flexibilität aufweisen als ein einzelnes Unternehmen, wenn es um kurzfristige Buchungen oder Verlegungen von Umzügen geht.

Was nun?

Ich denke, es lohnt sich, über die Chancen von Digitalisierung und Automatisierung nachzudenken und beides nicht zu verteufeln. Wir sollten gemeinsam sicherstellen, dass die Branche die aktuellen Entwicklungen nicht noch einmal verschläft und dass wir die Steuerungsfunktion nicht Dritten überlassen! Unsere Branche lebt von der Kooperation – das war früher so und ist noch heute so. Wir sollten diesen Geist wiederentdecken und wiedererwecken, um breite Initiativen zu Digitalisierung und Automatisierung gemeinsam zu starten!

Und noch ein Eindruck, den ich teilen möchte: Vieles, was ich bisher an Software für unsere Branche gesehen habe, ist viel zu komplex (und damit entweder zu teuer oder es werden nur die Hauptfunktionen der Software wirklich gepflegt). Fast so wie beim berühmten Beispiel der Software Microsoft Excel, deren Funktionen durch ihre typischen Nutzer auch nur zu einem ganz kleinen Bruchteil überhaupt genutzt werden. Oder – und das ist sicherlich der noch ungünstigere Fall – viel zu starr, um die Besonderheiten des Geschäftsmodells des eigenen Unternehmens überhaupt abbilden zu können.

Ich denke, es ist höchste Zeit, sich mit Digitalisierung und Automatisierung auseinanderzusetzen! Wer nach diesem Beitrag den Wald vor lauter Bäumen nicht sieht, kann sich zu Beginn der Auseinandersetzung mit Digitalisierung und Automatisierung an den auf der Vorseite dargestellten Ablauf halten.

Ich freue mich darauf, mich mit Ihnen zu diesen Fragen auszutauschen und bin auf Ihre Erkenntnisse gespannt!

Neuer Ausschuss Digitalisierung
In der Ausgabe 2/2022 der MöbelLogistik haben wir die neue Struktur der Ausschüsse und Arbeitsgruppen der AMÖ vorgestellt. Ein neu zu gründender Ausschuss ist der Ausschuss Digitalisierung, der nun seine Arbeit aufnehmen soll.

Das Themenfeld Digitalisierung umfasst alle Themen, die der digitalen Transformation und Durchdringung unterliegen. Es muss uns darum gehen, zu ermitteln, welche Chancen und Potenziale sich durch die Digitalisierung für unsere Branche ergeben und welche Implikationen die Digitalisierung auf die Geschäftsmodelle unserer Mitgliedsunternehmen haben wird.

Entsprechend klärt der Ausschuss die Bedeutung der Digitalisierung für die Branche, leitet Handlungsfelder ab und bearbeitet diese. Es wird darum gehen, sich zunächst einen Überblick zu verschaffen, um dann auch eigene Initiativen zu lancieren. Dies geschieht ggf. in Kooperation mit anderen Organisationen und natürlich auch mit unseren korporativen Mitgliedern.

Digitalisierung des Bundesverbandes

Natürlich betreffen auch uns als Bundesverband Trends wie der der Digitalisierung. Auch wir müssen und wollen uns mit dem Thema Digitalisierung auseinandersetzen. Für uns sehen wir klare Chancen, sind aber auch – je nach Kollegin bzw. Kollegen – unterschiedlich skeptisch, was deren Umsetzbarkeit anbelangt. Wir alle wissen aber: Wenn wir uns dem Thema Digitalisierung nicht stellen, dann werden wir die Chancen, die wir sehen, auch nie erreichen können. Stellen wir uns nicht, dann würden wir als Verband bald auf eine nicht mehr zeitgemäße Art und Weise arbeiten und letztlich von unseren Mitgliedern abgehängt.

Von Andreas Eichinger

Im Folgenden möchte ich eher wenig auf die Software Humbee eingehen, die wir Mitte Juli 2022 eingeführt haben, und deren Einführung für uns ein Meilenstein in der Digitalisierung und Automatisierung unserer Prozesse war. Fokussieren möchte ich mich auf die Schritte, die zur Entscheidung für diese Software geführt haben, und auch diejenigen Schritte, die nun nach ihrer Einführung anstehen. Ich hoffe, dass unser Beispiel hilfreich sein kann, wenn Sie sich dem Thema Digitalisierung stellen wollen und vor ähnlichen Entscheidungen stehen.

In der Geschäftsstelle war uns allen klar, dass wir neue Software, insbesondere zur Verwaltung unserer Mitglieder, einführen müssen. Mein Wunsch war es, dass wir die Gelegenheit nutzen, uns kundenzentrierter aufstellen und auch Funktionen eines CRM-Systems (CRM steht für Customer Relationship Management) mit der neuen Software abdecken können. Unter CRM (zu deutsch auch Kundenbeziehungsmanagement) verstehen wir die konsequente Ausrichtung der Geschäftsstelle auf ihre Kunden, also die Mitglieder der AMÖ. Dabei werden die Beziehungen zu den Kunden bewusst ausgestaltet und beispielsweise je Kunde unterschiedliche – und zwar die seitens des Kunden präferierten – Kommunikationskanäle genutzt. Gleichzeitig geht es mir darum, dass alle Kolleginnen und Kollegen zu jeder Zeit von jedem Ort Zugriff auf die wichtigsten Vorgänge und Daten haben, um auch unterwegs arbeitsfähig zu sein. Natürlich spielt auch das Thema Datenschutz und Datensicherheit in diesem Zusammenhang eine gewichtige Rolle.

Flexible Software für flexible Unternehmen

Kurz zur eingeführten Software. Entschieden haben wir uns für Humbee der Meerbuscher Humbee Solutions GmbH. Ausschlaggebend war, dass Henk International aus Düsseldorf diese Software bereits eingeführt hatte und wir so die Software im Praxiseinsatz sehen und von den Erfahrungen Henks profitieren konnten. Maurice Henk berichtete sehr offen von den gemachten Erfahrungen und organisierte dann auch ein erstes Treffen mit Burghardt Garske, dem Geschäftsführer von Humbee Solutions. Uns war es wichtig, auf eine Software zu bauen, die möglichst wenig hart codierte Anpassungen für uns erforderte. Eine Software, die es uns erlaubt, Prozesse und Workflows nach und nach zu digitalisieren und zu automatisieren und so lange zu verändern, bis sie dem entsprechen, was für uns optimal passt. Wir wollten, dass sich die Software uns anpasst und uns als AMÖ nicht in ein starres Korsett presst. Humbee erlaubt uns all das und ist eine vorgangsbasierte Software, die auch ein Dokumenten- und Aufgabenmanagementsystem beinhaltet.

Mit Post-its und Packpapier Prozesse kartieren

Bevor wir uns allerdings für die Beschaffung von Humbee entschieden haben, haben wir Prozessmanagement-Workshops durchgeführt. In diesen Workshops ging es darum, die seinerzeit aktuellen Prozesse der AMÖ-Geschäftsstelle zu kartieren und relevante – auch externe – Akteure für die jeweiligen Prozesse zu sammeln. Dazu verwendeten wir – ganz simpel – braunes Packpapier und Post-its. Die Prozesse bildeten wir in so genannten „Swim Lanes“ ab, die wie Bahnen in einem Schwimmbad klar die Verantwortlichkeiten der einzelnen Akteure für Prozessschritte zeigen. Diese Vorgehensweise hat den Vorteil, dass wir in der Kartierung der Prozesse sehr leicht Veränderungen vornehmen und kurzerhand Ergänzungen vornehmen konnten. Wir haben dann einfach Post-its ergänzt und die bestehenden in anderer Reihenfolge auf das Packpapier aufgeklebt.

Bereits während der Kartierung der damals aktuellen Prozesse äußerten die Kolleginnen und Kollegen in der Geschäftsstelle viele Ideen für die Optimierung der Prozesse. Immer wieder musste ich zunächst Einhalt gebieten, weil wir eben noch keine komplette Kartierung der Prozesse hatten und so noch nicht klar war, welche Prozesse wie ineinandergriffen und welche Auswirkungen die Optimierung eines Prozesses auf andere Prozesse gehabt hätte. Wir nutzten kurzerhand eine bei der Kartierung noch nicht verwendete Farbe Post-its als „Sammelbecken“ für Optimierungsideen.

Dieses Vorgehen verschaffte uns einen ersten Überblick über die damals aktuellen Prozesse und auch über wesentliche Akteure und Partner der AMÖ. Nun haben wir begonnen, diese kartierten Prozesse nach und nach in Humbee abzubilden und, dort wo es Sinn macht, zu automatisieren. Für uns macht dies einerseits dort Sinn, wo Prozesse häufig und auf immer wieder gleiche – oder zumindest ähnliche – Weise durchlaufen werden. Oder dort, wo die Bearbeitung eines Prozesses für die betreffende Kollegin oder den betreffenden Kollegen eintönig und wenig motivierend wäre. So wollen wir zukünftig den kompletten Prozess der Mitgliedsbeitragsberechnung auf Basis der Lohnsummenmeldungen der Mitgliedsunternehmen automatisieren. Und auch die automatisierte Stellung der Mitgliedsbeitragsrechnungen ist geplant. So soll der zeitraubende Prozess automatisiert werden und mehr Zeit für andere Themen und die Betreuung unserer Mitglieder geschaffen werden.

Humbee erlaubt es uns, unsere Prozesse immer wieder zu verändern und dies ohne teure Change Requests, die durch den Softwarehersteller umgesetzt werden müssen. Wir können uns und unsere Prozesse selbst ändern, wir können Schritt halten mit der Entwicklung, wie auch immer wir unser Geschäftsmodell ändern wollen. Und natürlich können wir nach und nach all die Optimierungsideen von damals umsetzen und schauen, ob sie wirklich zielführend sind und funktionieren. Wir haben angefangen, zunächst kurze, vergleichsweise triviale Prozesse in Humbee abzubilden, die keine Schnittstellen zu anderen Prozessen haben. Die vollständige Automatisierung der Mitgliedsbeitragsberechnung sowie der Rechnungsstellung ist für Ende des Monats August geplant. Und natürlich werden wir die automatisierten Prozesse ausgiebig testen, bevor wir sie dann im kommenden Jahr auch einsetzen werden.

Nun wartet das etwas umfassendere Thema IT-Architektur auf uns. Auch hier wollen wir uns so aufstellen, dass alle Kolleginnen und Kollegen auf sichere Art und Weise prinzipiell von überall aus arbeiten können. Humbee ist bereits cloudbasiert und es sieht derzeit viel danach aus, als würden wir diesen Weg weiter konsequent beschreiten.

Wer mehr über Prozessdiagramme und „Swim Lanes“ erfahren möchte, dem sei folgendes Video zur Einführung empfohlen. Zwar ist es auf Englisch, aber die grundlegenden Prinzipien sind auch nur auf Basis des Videos leicht zu verstehen.

DIGITALISIERUNG DER BRANCHE

„Der Blick für das große Ganze fehlt!“

Federico Drago und Andreas Eichinger im Gespräch über den Status Quo, Chancen und Hemmschuhe.

Andreas, warum habt Ihr Euch entschieden, eine Ausgabe der MöbelLogistik dem Thema Digitalisierung zu widmen?
Andreas: Das Thema Kostenentwicklung ist derzeit zwar das Thema, das in der Öffentlichkeit am meisten in Bezug auf den Logistiksektor wahrgenommen wird. Ich denke aber, dass es Themen wie Menschen in der Logistik, die technologische Entwicklung, nach wie vor das Thema Qualität und eben auch das Thema Digitalisierung sind, die für die zukünftige Entwicklung dieser Branche viel entscheidender sind. Klar treibt die Unternehmen der Kostendruck um, aber wenn wir als Branche keinen Weg finden, mit den anderen genannten Themen vernünftig umzugehen, dann wird uns das mittelfristig weit mehr Kopfschmerzen bereiten. Unter die technologische Entwicklung fällt auch das Thema „alternative Antriebe“, das ja das Leitthema der letzten Ausgabe war. Damit ist dann auch klar, was Leitthemen kommender Ausgaben sein werden. (lacht)

Federico, Du warst vor fünf Jahren einer der Ersten, der mit dem Online-Kalkulator einen digitalen Vertriebsprozess in der Umzugsbranche eingeführt hat. Was hat sich seitdem getan und wie weit ist die Umzugsbranche heute aus Deiner Sicht, wenn es um das Thema Digitalisierung geht?
Federico: Wenn wir rein vom Online-Kalkulator sprechen, denke ich, dass sich doch schon recht viel getan hat. Ich kann mich noch gut erinnern, wie wir vor fünf Jahren gemeinsam mit der confern angefangen haben, unseren Online-Kalkulator auf den Markt zu bringen. Die Skepsis bei den Unternehmen, ob das klappen kann, war damals riesig. Allem voran Themen wie die richtige Kalkulation der Angebote ohne eine Besichtigung vor Ort oder auch die korrekte Angabe der Umzugsgüter von den Kunden wurden sehr kritisch beäugt. Diese Themen tauchen heute kaum mehr auf, auch weil die Unternehmer gesehen haben, dass sich ihre Sorgen von damals nicht bewahrheitet haben. Dennoch sehe ich noch viel

Der Kunde der Zukunft wird digitale Prozesse fordern, weil er diese aus seinem täglichen Leben gewohnt ist.

Federico Drago

Luft nach oben was das Thema Digitalisierung angeht und denke, dass sich noch zu wenige Unternehmen damit befassen. Der Kunde der Zukunft wird digitale Prozesse fordern, weil er diese aus seinem täglichen Leben gewohnt ist und entsprechend sollte man dem Kunden aber auch seinen Mitarbeitern digitale Prozesse und digitale Lösungen anbieten.

Federico, woran liegt es, dass das Thema Digitalisierung in der Branche erst jetzt so richtig an Fahrt gewinnt?
Federico: Bei vielen Unternehmen wurde bis dato sicherlich die Notwendigkeit einfach nicht gesehen, da die Auftragsbücher gefüllt waren und ja auch alles irgendwie geklappt hat. Einige Unternehmen sind familiengeführt und da wurden kostenintensive und ineffektive Prozesse oft einfach durch mehr Arbeitseinsatz vom Chef ausgeglichen.

Einen Anstoß hat dann sicherlich COVID-19 gegeben. Unternehmen auf der ganzen Welt und aus jeglichen Branchen wurden plötzlich gezwungen, digitale Prozesse einzuführen. Videocalls beispielsweise waren für viele bis vor zwei Jahren unvorstellbar und jetzt ist es das normalste der Welt – auch in der Umzugsbranche.

Ein weiterer Punkt ist sicherlich der zunehmende Kostendruck in der Branche. So wird das Thema Personalmangel immer gravierender, wodurch die Unternehmer erneut gezwungen sind, ihre Prozesse zu überdenken und vor allem kosteneffizienter zu gestalten. Zwei bis drei Besichtigungen pro Tag beim Kunden vor Ort, die dann teils noch mit Zettel und Stift gemacht werden und am Abend in ein Angebot übertragen werden, wird sich auf Dauer einfach nicht mehr rechnen.

Andreas: Entscheidend ist doch auch, dass die „Einschläge" näher kommen. Um uns herum digitalisiert (und automatisiert) sich vieles und viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leben privat in viel digitalisierteren oder automatisierteren Umgebungen als sie in den Unternehmen arbeiten. Das halte ich für wenig sinnvoll. Zum einen unterscheiden sich hinsichtlich Digitalisierung und Automatisierung die Lebensrealitäten im privaten und beruflichen Kontext immer mehr. Zum anderen wird so die bereits vorhandene Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht durch die Unternehmen genutzt. Eine vertane Chance.

Federico, ist die Branche bereit für digitale Prozesse. Bisher ging es auch ganz gut ohne, oder?
Federico: Ich denke, sie muss es sein. Andreas hat es gerade erwähnt und ich habe es am Anfang unseres Gespräches auch schon kurz angeschnitten. Die Kunden, aber auch die Mitarbeiter, sind digitale Prozesse aus ihrem täglichen Leben gewohnt und somit an eine entsprechende Einfachheit, welche die Digitalisierung mit sich bringt.

Stellen wir uns einfach mal vor, wir müssten heute noch, um in den Urlaub zu fliegen, ein Angebot der Lufthansa ausdrucken, unterschreiben, einscannen, an eine Mail anhängen und diese dann zurückschicken. In der Umzugsbranche ist genau das jedoch noch der Standard. Ziel eines jeden Unternehmers sollte es doch sein, seinen Mitarbeitern und seinen Kunden das Leben einfach zu machen und natrülich selbst kosteneffizient zu arbeiten. Das geht heute nur mit digitalen Prozessen.

Andreas, teilst Du diese Einschätzung?
Andreas: Ich habe bei meinen Gesprächen mit Unternehmerinnen und Unternehmern in ihren Unternehmen gesehen, wie viele sich bereits intensiv mit dem Thema Digitalisierung auseinandersetzen. Allerdings geschieht dies meist ziemlich isoliert. Das heißt, dass sich jede Unternehmerin/jeder Unternehmer selbst Gedanken macht und sich nur sehr begrenzt mit anderen austauscht. Oder man geht nach und nach einzelne Unternehmensbereiche an und digitalisiert Prozess für Prozess. Aber ohne echten Blick für das große Ganze und dafür, wo es eigentlich hingehen soll.

Und ja, ich denke, dass Kunden digitale Prozesse erwarten. Ein ganz einfacher Indikator ist ja, wieviel Zeit wir heute mit unseren Handys verbringen. Und wie und worüber wir heute Produkte wie Bücher, Zahnpasta oder Kleidung bestellen. Insbesondere bei Kleidung war es doch vor ein paar Jahren noch undenkbar, die nicht im Geschäft auch anzuprobieren. Das hat sich völlig verändert. Und wenn wir als Branche nicht auch online präsent sind, dann haben wir eben auch nicht mehr die Wahrnehmung bei Privatkunden wie das früher einmal der Fall war. Und im Zweifelsfall ist dieser Privatkunde dann eben auch im Berufsleben Entscheider bei Objekt- oder Betriebsverlagerungen. Wir müssen online präsent sein und clever digitalisieren. Nur so können wir als Branche auch Potenziale der Digitalisierung realisieren.

Federico, warum ist das Thema Digitalisierung aus Deiner Sicht so wichtig und was ist Digitalisierung eigentlich für Dich?
Federico: Die Digitalisierung beeinflusst zunehmend unser aller Leben und entsprechend sollte sich jedes Unternehmen zwangsläufig damit beschäftigen. Man sieht es aktuell sehr schön beim Thema Home Office. Die jungen Leute fordern das Arbeiten von zuhause (oder wo auch immer) aus geradezu ein, da sie nicht mehr gewillt sind, jeden Tag, viel Zeit für den Arbeitsweg zu verlieren. Bietet ein Unternehmen nicht die nötige digitale Infrastruktur an, um digital von einem anderen Ort aus arbeiten zu können, wird es zukünftig schwierig, die gewünschten Mitarbeiter zu bekommen.

Der Begriff Digitalisierung ist daher auch nicht einfach das Gegenteil von analog. Digitalisierung heißt für mich Effektivität und Optimierung – sowohl im privaten wie geschäftlichen Leben.

Andreas: Natürlich ist die Diskussion um das Home Office in gewissem Sinne auch eine sehr privilegierte. Nicht jeder kann seiner beruflichen Tätigkeit von zuhause aus nachgehen. Da ist unsere Branche ein schönes Beispiel. Das Szenario, dass ein „Fahrer“ (oder wie auch immer diese Person dann genannt wird) mehrere Lkw wie ein Drohnenpilot fernsteuert oder das Lkw auf dem gesamten Straßennetz gänzlich autonom fahren, liegt sicher noch ein paar Jahre in der Zukunft. Aber auf Hauptverkehrsachsen kann ich mir so etwas schon jetzt gut vorstellen. Wenn da nicht nur die ganzen Baustellen wären. (lacht)

Federico, worauf gilt es aus Deiner Sicht zu achten, wenn digitale Prozesse in einem Unternehmen eingeführt werden?
Federico: Ein entscheidender Punkt ist für mich die Einbeziehung der Mitarbeiter, denn sie sind es schließlich, die tagtäglich mit dem Werkzeug, was man ihnen an die Hand gibt, arbeiten müssen.

Stellen wir uns nur mal vor, wir müssten, um in den Urlaub zu fliegen, ein Angebot ausdrucken, unterschreiben, einscannen, an eine Mail anhängen und zurückschicken.

Federico Drago

So macht die Einführung von digitalen Tools und Software beispielsweise nur Sinn, wenn die Mitarbeiter damit auch umgehen können und diese anschließend auch gerne nutzen. Dafür benötigt es Schulungen und den Willen der Mitarbeiter sich auf neue Prozesse einzulassen. Für uns Softwareanbieter ist anschließend auch das Feedback der Mitarbeiter immens wichtig, denn nur so kann die Software optimiert und an die Unternehmen angepasst werden.

Andreas: Ich glaube, dass es Sinn macht, bevor man anfängt, zu überlegen, wohin man will. Zumindest ein grobes Bild entwickelt. Das heißt ja nicht, dass man dann alles eins zu eins genau so umsetzen muss, aber wer sich vorher Gedanken über die Zusammenhänge in seinem Unternehmen macht und die dann auch entsprechend abbildet, der wird unglaubliche Vorteile haben. Zugleich glaube ich, dass einfache und flexible Software derjenigen Software überlegen ist, die umfangreich und starr ist. Letztlich muss sich Software einem Unternehmen anpassen können und nicht umgekehrt. Ist das nicht möglich, dann besteht die Gefahr, Wettbewerbsvorteile zu verlieren und noch viel gravierender: Problemlöser brauchen Flexibilität und kein Korsett aus festen Standards oder starrer Software!

Bildquelle: Matthäi

Lieferketten stabilisieren – Mit einer vollautomatisierten Containerlagerhalle

Weltweit stehen Lieferketten unter Druck. Die Corona-Pandemie und der Krieg in der Ukraine haben für große Unsicherheiten gesorgt. Rohstoffe sind oft nicht in ausreichenden Mengen verfügbar und gewohnte Transportwege können plötzlich nicht mehr im üblichen Umfang oder mit der nötigen Schnelligkeit genutzt werden. Neben der Industrie spürt vor allem die Logistikbranche die Auswirkungen.

In diesen Zeiten ist Flexibilität gefragt. Eine vollautomatisierte Containerlagerhalle kann hier einen Vorteil bringen. Neben der Einlagerung von Möbeln können in den Containern auch Maschinen, Akten, Oldtimer und Ähnliches für die Kunden aufbewahrt werden. Dies ist neben dem eigentlichen Möbelspeditionsgeschäft ein zusätzliches Standbein für alle Speditionen. Firmen und Privatpersonen nutzen dieses Lagerangebot als Zwischenlager für unterschiedliche Güter.

Das Unternehmen Matthäi Schlüsselfertigbau hat in Zusammenarbeit mit HIT (Hafen & Industrietechnik) bereits mehrere vollautomatisierte Lagerhallen realisiert. Unterschiedliche Unternehmen in Berlin, Bielefeld, Bonn, Neu-Ulm haben bereits eine vollautomatisierte Containerlagerhalle mit der Einlagerungssoftware von HIT. Am neuesten ist die Halle, die kürzlich in Neu-Ulm für Harder Logistics gebaut wurde. Die innovative Halle ist nach gut zehn Monaten Bauzeit feierlich eröffnet worden. Das Besondere an dem markanten Bauwerk ist, dass jeder Kunde auf seinen gemieteten Container persönlich digitalen Zugriff hat.

Mehr zeitliche Flexibilität dank digitalem Zugriff

Welche Vorteile bietet eine vollautomatisierte Halle? Im Gegensatz zu einer halbautomatisierten Lagerhalle wird bei einer vollautomatisierten Halle kein zusätzliches Personal benötigt. Personal ist knapp und kostet Geld.

Hinzu kommt, dass sich im Containerlagerbereich bei der Ein- und Auslagerung keine Person aufhalten darf. Der Kran lagert die Container in ruhiger Fahrweise millimetergenau auf die einprogrammierten Stellplätze ein. Die Lasertechnik macht es möglich und überwacht auch den Lagerbereich. Sollte sich im Lagerbereich bei einer Kranbewegung eine Person aufhalten, schaltet sich dieser automatisch ab. So wird ein Höchstmaß an Sicherheit gewährleistet.

Mit Hilfe der Lagerverwaltungssoftware der Firma HIT kann jeder Mieter auf einem mobilen Endgerät nachvollziehen, wo seine Container abgestellt sind. Jeder Container wird dokumentiert. Die Mieter haben einen webbasierten Zugang für das Lagerungsportal, das sie vom Handy, Tablet oder Computer aus steuern können. Dort wählen sie Tag, Uhrzeit und Dauer für die Bereitstellung des Containers aus und buchen den entsprechenden Lager-Slot. Alles Weitere passiert automatisch.

Die Nutzer sind damit unabhängig von Öffnungszeiten oder personellen Kapazitäten, da sie nicht vor Ort sein müssen. Jeder Nutzer kann von jedem beliebigen Ort weltweit digital auf die Container zugreifen – diese also einlagern oder auslagern. Für all diese Vorgänge muss keinerlei Personal vor Ort sein. Ein Höchstmaß an Flexibilität ist so gegeben. Sollten die Container kurzfristig abgeholt werden müssen, ist dies zu jeder Uhrzeit möglich. Einer pünktlichen Lieferung steht nichts mehr im Wege.

Neben der Automatisierung sorgt auch die Vielfalt an lagerbaren Container-Modellen für mehr Flexibilität. In der Halle können 20-Fuß-Container, High-Cube-Container, Flat-Rack-Container und sogar 40-Fuß-Container gelagert werden. Eine bis zu siebenfache Stapelung in vier Reihen bei flexibler Länge ist möglich. Hier wird schon deutlich, dass ein weiterer Vorteil dieser innovativen Lagerhalle in der verhältnismäßig großen Lagerkapazität besteht.

Folgende Hallenabmessungen sind möglich:

Hallenhöhe:
bei siebenfacher Stapelung etwa 24m
bei sechsfacher Stapelung etwa 20,50m
bei fünffacher Stapelung etwa 17,80m

Hallenbreite:
drei-reihige Containeranordnung etwa 23m
vier-reihige Containeranordnung etwa 32m

Hallenlänge:
ist flexibel

Etwa 20 bis 30 Minuten dauert der Prozess, bis ausgewählte Container am Übergabeplatz (Schleuse) stehen. Grundsätzlich ist in der Containerhalle mindestens ein Übergabeplatz für den Kunden vorhanden. Aufgrund der vollautomatisierten Bereitstellung gibt es zudem im Vergleich zu herkömmlichen Bauweisen besondere Sicherheitsvorkehrungen.

Mit Scannern und Laser wird permanent überwacht, dass sich während der Ein- und

Bildquelle: Harder

HARDER LOGISTICS

„Container-Hochhaus“ reduziert Flächenfraß

Ende Juni 2022 hat Harder Logistics an seinem neuen Standort in Neu-Ulm eine solche Immobilie eingeweiht. Die Firma Matthäi Schlüsselfertigbau war für die Errichtung der Immobilie verantwortlich. Der schwarze stylische Würfel ist schon jetzt Blickfang direkt an der A7 auf der Höhe Ausfahrt 121-Nersingen. „Durch die Investition von etwa sieben Millionen Euro in Grundstück und Gebäude sind wir bei der Digitalisierung im Segment Containerlagerung ganz vorn mit dabei. Wir starten mit einer Auslastung von 85 Prozent, was die große Nachfrage belegt“, erklärt der geschäftsführende Inhaber Marcello Danieli anlässlich der Eröffnung. Die etwa 19 Meter hohe Halle ist darauf ausgerichtet, bis zu 250 Container über einen automatisierten Portal-Brückenkran in sechs Etagen lasergesteuert zu stapeln. Ein zweiter Bauabschnitt ist in Planung. „Ich hoffe, diesen innerhalb der kommenden sechs bis acht Jahre zu realisieren und so die Lagerkapazität auf 500 Container zu verdoppeln.“

Die Themen Umwelt, Nachhaltigkeit und Expansionsmöglichkeiten genossen für Marcello Danieli bei der Flächenauswahl eine hohe Priorität. So bietet das erworbene Grundstück im Gewerbegebiet Riffelbank das Potenzial für Erweiterungen, sowohl in den Bereich von Lagerhallen sowie für Bürogebäude, Verwaltung und Fuhrpark. Besonders freut Johannes Danieli, mit dem „Container-Hochhaus“ eine nachhaltige Lösung für den Kapazitätsausbau gefunden zu haben, mit der sich der Flächenfraß deutlich reduzieren lässt. Den geringeren Flächenverbrauch quantifiziert er: „Die Hightech-Immobilie kann bis zu 250 Container auf einer Fläche von 950m² fassen. Damit werden für die Boxen gerade einmal zehn Prozent der bisherigen Fläche verbraucht. Bei herkömmlicher Lagerung würden 9.000m² an Platz benötigt.“

Zum Baustart am 13. Oktober 2020 entschloss sich Danieli bewusst, auch wenn dieser Zeitpunkt durch die Corona-Pandemie von hoher wirtschaftlicher Unsicherheit geprägt war. Doch der Unternehmer wollte gerade zu diesem Zeitpunkt ein Zeichen Richtung Zukunftssicherung setzen. Diese Konsequenz beeindruckt Andreas Eichinger, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Möbelspedition und Logistik (AMÖ): „Mit der Eröffnung seines neuen Containerlagers zeigt Marcello Danieli wieder einmal, dass er mit seinem Unternehmen ganz vorne dabei ist, wenn es darum geht, innovative Ideen umzusetzen und so neue Geschäftsfelder zu erschließen. Und das macht er mit einer Konsequenz, die ihresgleichen sucht. Die Gelassenheit zu haben in einem herausfordernden Marktumfeld, Dinge wirklich zu Ende zu denken und dann auch umzusetzen, imponiert mir.“

Auslagerprozesse niemand auf der Handling-Fläche befindet. „Der Kran lässt sich sowohl in der Halle als auch in der Schleuse nur aktivieren, wenn sich in dem gesamten Komplex keine Person aufhält“, erklärt Bernd Mergard, Geschäftsführer von Matthäi Schlüsselfertigbau. Er ergänzt: „Die Schleuse mit dem Übergabeplatz ist ein separater Raum, der nur über eine Tür und ein Tor, mit einem Code gesichert, begehbar ist.“

Doch nicht nur das Thema Sicherheit spielte u.a. beim Bau der Halle in Neu-Ulm eine Rolle. Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit waren ebenso wichtige Punkte. Auf dem Dach können Photovoltaikanlagen installiert werden. So wird die vorhandene Fläche optimal genutzt. Nicht zuletzt dieser Nachhaltigkeitsaspekt ist der Grund, warum Matthäi Schlüsselfertigbau beim Bau von Lagerhallen künftig einen verstärkten Fokus auf vollautomatisierte Modelle wie in Neu-Ulm legt. Schließlich bietet eine solche Halle auch jedem Logistikunternehmen bei der Nutzung einige Vorteile.

Der offensichtlichste Vorteil ist ein geringerer Aufwand an Personal. Die Container werden zudem durch die Maschinen äußerst präzise gestapelt – und das erschütterungsfrei. Auch der Einbruchschutz ist bei dieser innovativen Lagermethode höher als bei anderen Hallen. Zum einen wird über Lasertechnik erkannt, ob sich unbefugte Personen, wie zum Beispiel Einbrecher, in der Halle aufhalten. Zum anderen ist durch die Lagerung in die Höhe und den geringen Lagerabstand der Container ein Zugang innerhalb der Halle gar nicht möglich.

Neue wirtschaftliche Möglichkeiten

Zusätzlich ergeben sich mit einer solchen Halle auch wirtschaftlich neue Möglichkeiten für ein Logistikunternehmen.
Die Halle kann ein weiteres Standbein in Krisenzeiten sein, da sie kontinuierliche Mieteinnahmen ermöglicht. Dies dient der Zukunftssicherung – gerade in einem herausfordernden Marktumfeld.

Im Hinblick auf die Wirtschaftlichkeit, ergibt sich natürlich auch die Frage, wie viel

finanzielle Mittel in eine vollautomatisierte Lagerhalle investiert werden müssen. Preise für eine vollautomatisierte Halle müssen jedoch individuell, je nach Örtlichkeit, ermittelt werden. Aufgrund verschiedener Erfahrungswerte kann man jedoch sagen, dass Vollautomatik gegenüber Halbautomatik sicherer und wirtschaftlicher ist. Im Laufe der Zeit hat sich die Technik für Containerlagerhallen weiterentwickelt. Bis Ende der 90er Jahre wurden lediglich manuell betriebene Containerhallen gebaut. Ab dem Jahrtausendwechsel wurde die Halbautomatik eingeführt. Die Vollautomatik seit etwa 2010 bietet noch mehr Sicherheit und Wirtschaftlichkeit.

Hallen werden nach Kundenwunsch eingerichtet

Wer nun selbst eine solche Halle bauen will, findet bei Matthäi Schlüsselfertigbau kompetente Partner. Von der Intralogistik bis zum Hallenbau gibt es genau einen Ansprechpartner. Von der Planung bis zur Schlüsselübergabe wird das Vorhaben begleitet. Die Hallen werden leistungsorientiert nach Kundenwunsch dimensioniert und eingerichtet.

Matthäi und HIT haben ein System entwickelt, welches auf diverse verschiedene Komponenten abgestimmt ist. Die Lasertechnik passt mit der Konstruktion, welche deutlich erhöhte Maßtoleranzen aufweisen muss, zusammen. Die Tragkonstruktion rechnet sich nach der Verformung und nicht nach der Tragfähigkeit. Dies wird von Spezialisten während der Bauphase überprüft und dokumentiert. Außerdem bietet Matthäi Schlüsselfertigbau die Realisierung der gesamten baulichen Peripherie wie Straßen, Zugänge oder Anbindungen von Bestandsgebäuden an. Am Ende steht mit der fertigen Lagerhalle nicht nur ein echtes Kapazitätswunder, sondern auch ein hoch beanspruchbarer Baukörper.

Insofern ist es für die Verantwortlichen von Matthäi Schlüsselfertigbau eine reizvolle Aufgabe, künftig viele weitere vollautomatisierte Lagerhallen zu bauen. Die Aspekte der Nachhaltigkeit, der Wirtschaftlichkeit und die Sicherung der Lieferketten sprechen auf jeden Fall dafür.

Kontakt

Fragen zum "vollautomatisierten Hallenbau" beantwortet die Matthäi Schlüsselfertigbau GmbH & Co. KG aus Zeven.

Telefon: 04281 98416-0
E-Mail: sf-bau@matthaei.de
www.matthaei-schluesselfertigbau.de
www.keepcontainer.de

Bildquelle: Matthäi

Tanya Phillips verstärkt das AMÖ-Team

Die AMÖ hat eine neue Mitarbeiterin. Wobei: Ganz so neu ist die 49-Jährige in der Verbandsfamilie nicht, denn Tanya ist vor allem den Möbelspediteurinnen und Möbelspediteuren aus Hessen bekannt. Künftig wird sie für alle Mitgliedsunternehmen tätig sein. Daniel stellt die neue Kollegin im Kurzporträt vor.

Vom Kellerkind in die oberste Etage: Was in manchen Unternehmen einen steilen Aufstieg der Berufskarriere bedeutet, ist für Tanya Phillips nicht mehr als der Umzug von ganz unten in den zweiten Stock der AMÖ-Geschäftsstelle. Seit Mitte August verstärkt die 49-Jährige das AMÖ-Team in der Schulstraße in Hattersheim. Tanyas Organisationstalent und Know-how rund um die Möbelspeditionen – bislang ausschließlich Mitgliedern aus dem wunderschönen Hessen vorenhalten – kommt damit also künftig allen Mitgliedsunternehmen zugute.

Tanya ist mit einem Zahntechniker verheiratet, der Sohnemann (21) studiert Wirtschaftswissenschaften im fünften Semester. In Hattersheim wohnend ist ihre neue berufliche Heimat – wie schon die alte – nur einen Katzensprung entfernt. Aufgewachsen ist die gelernte Bürokauffrau im elf Kilometer entfernten und damit fast benachbarten Frankfurt-Unterliederbach. Ein waschechtes hessisches Mädsche! [Profitipp: Sagt das dreimal nacheinander abends nach drei Gerippten Ebbelwoi vorm Badezimmerspiegel und Heinz Schenk erscheint mit ‘nem frisch gefüllten Bembel - versprochen!]

„Waschecht“ ist dann auch das Stichwort. Oder anders: Tanyas Tick! Neben Schuhen, Taschen und Jacken sei sie eine leidenschaftliche Duschgel-Sammlerin. „Mit der Betonung auf leidenschaftlich, wenn leidenschaftlich ‚traumatisiert‘ bedeutet“, sagt sie und lacht. Was sie dann erzählt, erinnert an Loriots „Pappa Ante Portas“. Kennen Sie!? „Mein Name ist Lohse, ich kaufe hier ein!“ Kennen Sie bestimmt. Und sie kennen die unvergessliche Szene, in der Loriot palettenweise Senf kauft, nur um ein paar D-Mark zu sparen. Oder seine Bestellung von Kopierpapier und Radiergummis für die nächsten 40 Jahre, die ihm schließlich den vorzeitigen Ruhestand beschert. Zurück zu Tanyas Tick: das Duschgel. Ihr Vater war als Pharmareferent tätig. „Kistenweise hat er damals weiße Fläschchen mit hautfreundlichem und total gesundem Duschgel angeschleppt“, erzählt sie. Als Kind habe es die heute 49-Jährige immer benutzen müssen. „Das Zeug hat barbarisch gestunken. Seitdem habe ich einen Schlag weg.“ So schlimm, dass es sie noch heute schüttelt, wenn sie daran denkt. Wieder zurück zu Loriot: Der Duschgel-Vorrat aus anno dazumal im Elternhause Phillips ist längst nicht aufgebraucht. Nur dass es die Eltern heute nicht mehr zum Duschen sondern als Handseife verwenden.

Vielseitige Branchenkenntnisse

Die Eltern sind’s dann auch, mit denen Tanya gerne verreist. „Am liebsten in eine schöne Finca mit Pool auf Mallorca.“ Für vieles sei sie reisetechnisch zu begeistern. Für alles wiederum nicht: Erst kürzlich sei ihr Mann auf die glorreiche Idee gekommen, mit dem Fahrrad an den Gardasee zu radeln. „Kann er gerne tun! Aber ohne mich!“ – und wieder lacht sie. Als berufliche Weltenbummlerin hat Tanya unterschiedliche Branchen und Sparten kennengelernt: Ausbildung bei Citroën, später folgten Anstellungen bei

einer Investmentfirma, einer Autowerkstatt, General Electric, Neckermann.

2011 fand sie schließlich den Weg zur Möbera Unternehmensberatung GmbH vis-á-vis zum AMÖ-Gebäude. Ihr damaliger Chef: Jürgen Kirchner. Ihm folgt sie wenige Jahre später, „es muss 2015 gewesen sein“, in ein kleines, aber feines lichtdurchflutetes Büro im Kellergeschoss der AMÖ. Von dort aus lenkte Kirchner die Geschicke seiner Unternehmensberatung und des Fachverbands Möbelspedition, Umzugslogistik und Relocation Hessen e.V. bis zu seinem Tod. Für Tanya ein Schock. Elf Jahre lang war sie Kirchners rechte Hand, hat ihn als Mädchen für alles, so Phillips über ihre Aufgaben, in allen organisatorischen und technischen Fragen unterstützt.

„Eine schöne Zeit mit einem großartigen Menschen“, erinnert sich Tanya zurück. Ihre grünen Augen leuchten, während sie von ihrer gemeinsamen Zeit mit Jürgen Kirchner spricht. Sie lächelt. Die Trauer aber kann sie nicht verbergen. Zu frisch ist der Verlust. Zu vertraut, zu entspannt, zu spaßig sei das Verhältnis zu ihm gewesen. Viel gelernt habe sie von ihm. Gerade die letzten Jahre seien besonders intensiv gewesen. Dabei hat ihr Kirchner regelrecht im Nacken gesessen. Nicht metaphorisch, sondern tatsächlich! Sie mit ihrem Schreibtisch sitzend an der Glasfront, ihm den Rücken zugewandt. Er mit seinem Schreibtisch direkt dahinter. „Dieser Platz ist jetzt leer!“ Das Büro ist inzwischen gekündigt.

Tanya hat ein neues Zuhause in der AMÖ-Familie gefunden. Die Kolleginnen und Kollegen „von oben drüber“ freuen sich auf sie. Man kennt sich. Man schätzt sich. Man nimmt sich gegenseitig auf die Schippe. Tanya liest gerne. „Was denn zum Beispiel?“ „Sag ich nich‘. Is‘ peinlich!“ „Komm, sag schon!“ „Naja so Elfen- und Drachenkram!“ „Ok, hast Recht. Is‘ wirklich peinlich!“ – wir beide lachen. Mit ihrer ehrlichen, offenen, nicht auf den Mund gefallenen Art passt sie rein – ins Team ebenso wie in die Branche. Der Umgang mit Menschen mache ihr Spaß. Das liegt ihr. Das merkt man ihr an. Die Arbeit für die Unternehmerinnen und Unternehmern, zumeist im Hintergrund, habe ihr immer Freude bereitet. „Fääds mache“, wie wir Hessen sagen, kann man mit ihr auch. Gut zusammenarbeiten? Ganz bestimmt! Falls nicht: Da ist ja immer noch der Keller!

Bildquelle: AMÖ

Bildquelle: Geuer

DER FAMILIÄRE UMZUGSPROFI

Vom Bulli-Amateur zum internationalen Spezialisten

Ja, es gibt sie, die „Vom Tellerwäscher zum Millionär"-Karrieren. Als „Story" in den USA entstanden, ist die Aussage dahinter, dass mit entsprechendem Engagement auch sagenhafte Laufbahnen möglich sind. Bei Horst Geuer und seinem Unternehmen stimmt die Story: Vom studentischen Umzugsservice in Münster/Westfalen zu einem international gefragten Spezialisten vor allem für Laborumzüge und Aufträge aus dem Öffentlichen Sektor, ergänzt um die besondere Note des High-Class-Privatumzugs.

Von Katharina Daniels

Heute ist bei GEUER International die Mischung B2B Kundschaft und Privatumzüge etwa 80 zu 20. Die Privatumzüge sind im hochwertigen Bereich angesiedelt, da, wo sich diese Dienstleitung finanziell lohnt. Etwa wenn ein Manager für sein Unternehmen von München nach Istanbul oder New York zieht. Die Sparte Privatumzug verantwortet bei Geuer International der Mitgeschäftsführer Thomas van Hövell, der gemeinsam mit Horst Geuer zum 30. Juni ausgeschieden ist.

Die Leitung des Unternehmens ist zum 1. Juli 2022 an drei Eigengewächse des familiär geprägten Speditionsunternehmens übergegangen, notariell beurkundet am Donnerstag, 9. Juni 2022. Ein Interview hierzu lesen Sie in der kommenden MöbelLogistik 4/2022.

Ja, ein familiäres Unternehmen von der ersten Stunde an: Am Studienort Münster, Anfang der 80er, haben sie sich kennengelernt, Thomas van Hövell und Horst Geuer. Die beiden sind bis heute, übers Berufliche hinaus, eng befreundet, mitsamt Familien. Van Hövell, Magisterstudium Geschichte und Niederländisch, lebte in einer Wohngemeinschaft mit Henning Kischkel zusammen. Kischkel, heute noch als Leiter der Buchhaltung bei Geuer tätig, machte seinen Mitbewohner mit seinem Jugendfreund Horst Geuer, Studium der Versorgungstechnik, bekannt. Das war dann die Geburtsstunde des studentischen Umzugsservices „Horst Geuer Umzüge“, 1983 aus der Taufe gehoben. Mit seinem, durch Jobs selbstfinanzierten, VW-Bulli bot Horst Geuer, gemeinsam mit seinen Mitstreitern van Hövell, Kischkel, sowie Geuers späterer Ehefrau Claudia Geuer, Umzüge für private Kunden an. Auch Claudia Geuer ist ein Urgestein des Unternehmens. Bis Ende Juni 2022 hat sie, über viele Jahrzehnte hinweg, die Rechnungslegung verantwortet und nun gemeinsam mit ihrem Mann das Unternehmen verlassen.

Selbstgezeichnete Schablone fürs Umzugsinserat

Ganz klein hat es begonnen. Vom Geuer‘schen Wohnzimmer aus steuerte das Quartett zwei Jahre lang seinen studentischen Umzugsservice. Die Idee, mit Umzügen Geld zu verdienen, war pragmatischen Überlegungen entsprungen. Student Geuer bestritt sein Studium mit BaföG, da konnte ein Zuverdienst nicht schaden. „Ich musste ja irgendwie klarkommen“ bemerkt Horst Geuer trocken, und ideenreich, wie er war, und bis heute geblieben ist, kam er aufs für ihn Naheliegende: Anhänger dran an den VW-Bulli und einen Umzugsservice anbieten. Das Beste an dieser Geschäftsidee. Gleich am Abend des Umzugstags hielt das Quartett das Honorar in Händen. Jeden Mittwoch und jeden Samstag bekam das Münsteraner Lokalblatt einen Anzeigenauftrag. Der gelernte technische Zeichner Horst Geuer hatte das Inserat mit Schablone selbst gefertigt (siehe Porträt Horst Geuer).

Und das alles ohne jede vorherige Kenntnis der damals noch recht rauen Umzugswelt, in der sich, im allgemeinen Verständnis dieses Berufs, das Bild des muskelbepackten, tätowierten, biertrinkenden, Schleppers schwerer Möbel eingenistet hatte. Gegen dieses Image arbeiteten Geuer und Mitstreiter an, zusätzlich zum erforderlichen Erwerb von Fach-Know-how. Als ob das noch nicht genug an Herausforderungen gewesen wäre, saß dann ein knappes Jahr nach erfolgreichem Start ins Umzugsbusiness ein damals sehr

wichtiger Verbandsrepräsentant bei Geuer und Ehefrau Claudia auf dem Sofa: „Das ist illegal, was Sie da machen, Sie müssen erst eine Prüfung bei der IHK ablegen“

Tja, das war richtig ärgerlich – und eine Strafe mussten Geuer und sein Team auch noch zahlen, aber: „So schnell lass‘ ich mich nicht kleinkriegen!“ – Horst Geuers Lebensmotto, das ihn damals rasch die Prüfung für den gewerblichen Güterfachverkehr abgelegen ließ, bei der IHK. Und jetzt ging es erst richtig los! Der erste Lkw wurde gekauft, natürlich gebraucht, ein Hanomag Henschel. Es musste Etliches zusammengeschweißt werden. Das Wichtigste aber: „Wir waren endlich legal unterwegs.“

Bis 1985 währte das Provisorium des Büros im Wohnzimmer, Ende 85 folgte dann der erste Schritt zu einem richtigen Firmensitz. Zwar nur ein Mini-Büro in der Münsteraner Innenstadt, rund 16 Quadratmeter. Aber jetzt fassten die Gründer von „Horst Geuer Umzüge“ immer fester Fuß im Privatumzugsbereich. Sodass Horst und Claudia Geuer es sich erlauben konnten, 1988 für anderthalb Jahre auf eine Abenteuertour von Alaska nach Argentinien zu gehen, mit dem eigenen Bulli. Tochter Lena, noch im Kleinkindalter, war mit dabei.

Erst 1989, zur Wende und Wiedervereinigung der beiden Deutschlands, kehrte die Kleinfamilie zurück. Und Horst Geuer startete mit gewohntem Elan in Ausbau und Erweiterung seines Unternehmens.

Das familiäre Unternehmen: Persönliche Verbundenheit

Apropos familiäres Unternehmen: Noch in der Zeit des Minibüros schlenderte der heutige Leiter Marketing, Henning-Tycho Biermann, auf seinem Schulweg oft an genau diesem Innenstadtbüro vorbei: „Dass ich da mal arbeiten würde“, lacht Biermann, „wäre mir damals im Traum nicht eingefallen.“ Seit 2001 ist er nun dabei – und den Weg geebnet hatte ein privates Kennenlernen von Horst Geuer und Biermanns Mutter auf einer Weinprobe. Worauf Mama Biermann damals ihren Sohn ansprach, der nach dem Abi „irgendwas Kaufmännisches“ machen wollte: „Wäre das für Dich?“ Ja! Sie hatte den richtigen Instinkt gehabt, und als dann, gleich beim Vorstellungsgespräch, Firmenchef Geuer dem jungen Biermann auch noch das „Du“ anbot, war die Sache gebongt.

Das „Du“ steht bei GEUER International grundsätzlich für eine offene Firmenkultur. Die sich aktuellen Erfordernissen rasch anpasst: So ist im Zuge der Digitalisierung das Arbeiten „remote“ eingeplant, wenngleich Horst Geuer das Analoge bevorzugt: „Ich muss sagen, ich sehe meine Mitarbeiter gern vor Ort“. Wichtige Entscheidungen, wie etwa der Einstieg in die Neumöbellogistik, werden gemeinsam mit der Belegschaft getroffen. Und insgesamt herrscht eine Atmosphäre des wechselseitigen Vertrauens. „Sonst“, sagt Biermann aus vollstem Herzen und sicher stellvertretend für seine Kollegen und Kolleginnen, „würde ich hier nicht arbeiten“.

„Wir sind ökologisch nahezu komplett Eigenversorger.“

Horst Geuer

Entwicklungsschritt 1: Einstieg in Objektumzüge

Zurück zur Firmengeschichte: 1990 schneite der erste richtig große gewerbliche Auftrag rein. In einer Ausschreibung hatte Geuers Unternehmen den Zuschlag für einen Büroumzug der Bezirksregierung Münster bekommen. Knapp ein Jahr später, 1991, wandelten dann auch Geuer und van Hövell ihre Partnerschaft in eine formale um: Der Spezialist für gehobene Privatumzüge wurde Mitgeschäftsführer des Unternehmens.

Damals übrigens noch unter dem Namen „Horst Geuer Umzüge“. Erst zum 25. Geburtstag des Unternehmens, 2008, fiel der Entschluss, den „etwas altbackenen Firmennamen“ (wie Geuer heute selbstkritisch resümiert) in das wesentlich beeindruckendere „GEUER International“ umzubenennen.

Entwicklungsschritt 2: Verankerung im Öffentlichen Sektor

Den Aufschlag hatte bereits die Bezirksregierung Münster gemacht, ab 1994 aber ging es dann im Bereich Öffentliche Hand richtig los. Immer mehr große Aufträge kamen rein, stets über gewonnene Ausschreibungen – und dies besonders seitens Versicherungen. Das Geuer'sche Unternehmen baute unablässig Know-how im öffentlichen Sektor auf. Die in der Büro- und Verwaltungsstadt Münster ansässigen Behörden dankten es als zuverlässige Auftraggeber. Parallel hielten immer über 1000 Privatumzüge pro Jahr das Unternehmen zusätzlich auf Erfolgskurs.

In einen so beschwingenden Erfolgskurs, dass die nächste Vergrößerung in Sachen Büro anstand. Diesmal in Räumlichkeiten am Bremer Platz beim Münsteraner Hafen. Womit auch gleich das nächste große Segment im Angebotsportfolio entstand: Das Lagereigeschäft.

Entwicklungsschritt 3: Einstieg ins Lagereigeschäft

Damals, in den 90ern, gab es in Münster noch den Hafen, rund 2000 Quadratmeter umfassend. Und zu gewerblichen Häfen gehören immer Container für Einlagerung von Gütern. Das Signal für Geuer und seine Mannschaft. Am heutigen Standort hält GEUER International etwa 160 Container in einer riesigen Lagerhalle vor, die auch fast durchgehend ausgelastet sind. Nutzung der Container: halb durch Privatleute, halb Firmenseitig.

Der zweite reguläre Firmensitz am Hafen ging einher mit einem raschen Wachstum des Mitarbeiterstabs. Ende der 90er arbeiteten bereits 25 Festangestellte für das Geuer'sche Unternehmen. Davon immer zwischen fünf und sechs Mitarbeiter im Büro. Jetzt fiel die Entscheidung, „was Eigenes", also einen eigenen Firmensitz zu bauen. Auch befördert durch eine Umwandlung des Hafens von einem bisherigen Gewerbehafen in einen, wie es Geuer formuliert „Hafen schick und schön", für Betuchte. Folge: Sämtliche dort angesiedelten Gewerbebetriebe mussten ihren Standort aufgeben.

Seit diesem Umzug 1999 residiert GEUER International im Gewerbegebiet Senden-Bösensell, knapp zwei Kilometer von Münster entfernt. Bis heute gab es schon zweimal bauliche Erweiterungsmaßnahmen.

Das Bewusstsein der ökologischen Verantwortung

Mit dem eigenen Firmensitz kam auch das ökologische Verantwortungsbewusstsein Horst Geuers und seiner Mitstreiter zum Tragen. Über eine große Photovoltaik-Anlage erzeugt das Unternehmen seinen eigenen Strom: „Wir sind nahezu komplett Eigenversorger", merkt Geuer mit Stolz an.

Bildquelle: Geuer

„Wo wir Geld verdienen, da haben wir zugleich die Verpflichtung, der Gesellschaft etwas zurückzugeben“.

Horst Geuer

In Sachen Fuhrpark befindet sich das Unternehmen in der ökobewussten Entwicklung. Vier Pkw für Vertrieb und Geschäftsführung fahren bereits mit E-Mobilität. Allerdings sieht Horst Geuer auch die Schattenseiten der derzeit so gepushten Technologie. Angesichts der Herstellungs- und Abbaubedingungen von Batterien gilt es, die Gesamtökobilanz zu ziehen: „Ich persönlich glaube, wir brauchen noch andere Technologien“. Die im Werden begriffene Energiequelle Wasserstoff verfolgt Geuer mit Interesse. Sein Ziel: „Wir müssen uns selbst zur Nachhaltigkeit erziehen“.

Das stellt GEUER International heute u. a. mit Baumpflanzungen unter Beweis. „Bei jedem Umzug verbrauchen wir Ressourcen“ begründet der Firmenchef die kontinuierliche Aktion. So werden Kartons u.a. aus Baumfasern hergestellt. Darum wächst, „als Kompensation“, nach jedem Umzug nun bundesweit immer ein frisch gepflanztes Bäumchen heran. „Sicher ein paar 100 im Jahr, gesamt bis heute fast schon 1000“. In diesem Zusammenhang basteln die GEUER-Profis bereits an Ideen für wiederverwendbare Umzugsmaterialien. „Das verstehen wir unter Klimaneutralität“ bilanziert Geuer.

Entwicklungsschritt 4: Sensible Daten und Laborumzüge

Jetzt, vom eigenen Firmensitz aus, erweiterten Geuer und Mitstreiter ihr Portfolio zuerst um den Umzug sensibler Daten: Zwei große Rechenzentren, Dienstleister wiederum für Sparkassen und Volksbanken bundesweit, beide mit Sitz in Münster, erteilten GEUER International den Zuschlag für komplexe Büroumzüge. Der Startschuss, dass Geuers Firma auch hier fest im Sattel sitzt.

2003 dann der nächste entscheidende Fortschritt: Für das chemische Veterinäruntersuchungsamt Münster machte GEUER International seinen ersten großer Laborumzug. Das klappte so gut, dass der Präsident dieser Behörde sagte: „Machen Sie jetzt künftig vorrangig Laborumzüge, ich helfe Ihnen und empfehle Sie!“ Heute darf sich GEUER International Marktführer für Laborumzüge nennen, „das sage ich mit Stolz“, lächelt Geuer. Und bezeichnet Laborumzüge als „unser stärkstes Segment“. Hier geht es um Gefahrgut, mit extremer Kühlung bis minus 196 Grad: „Wenn da was passiert, ist die Forschung von Jahren kaputt!“ Darum ließen die meisten Kollegen lieber die Finger davon, und sprechen Geuer an: „Kümmert Ihr Euch da drum“

Heute vertritt GEUER International bei Laborumzügen die großen Bereiche Pharmaindustrie, chemische Industrie sowie Forschung. Natürlich war Geuers Unternehmen auch maßgeblich dabei, als es galt, Coronatests von medizinischen Versorgungszentren an Kliniken und Niedergelassene zu verteilen.

Entwicklungsschritt 5: Neumöbellogistik

Vor knapp zwei Jahren kam dann noch das Segment der Neumöbellogistik hinzu, das wiederum drei Komponenten umfasst:

- Umzug B-2-B (vom Hersteller zum Händler): Zwei bis drei Lkw setzt Geuer heute pro Tag für den Transport von Neumöbeln zum Abnehmer ein.
- Prinzip der letzten Meile: Verteilung der Möbel nach PLZ-Bereichen – sowie
- Lagerung bzw. Kommissionierung von Neumöbeln in den Lagerhallen der lokalen Partner.

Die Entscheidung, auch hier einzusteigen, fiel aus der Mitte der Belegschaft heraus. Ein Kollege, zuvor „normaler“ Disponent für Umzugsmanagement, übernahm exklusiv diese Sparte. Europaweit arbeiten Möbelspediteure hier im wirtschaftlichen Interesse zusammen, in Deutschland sind aktuell 15 Umzugsunternehmen beteiligt. Unternehmer Geuer hat die RELOGG-Gruppe („ein knallhartes Geschäft, um Umsatz zu erzielen“) mitgegründet. Für die Kunden liegt der große Vorteil im Service zu einem Preis sowie in der lokalen Einsatzbereitschaft der RELOGG-Partner, die rasche Abläufe garantiert.

Die drei Angebotsmodule und GEUER Consulting

Die RELOGG-Gruppe ist nur eine Facette der Angebotsvielfalt von GEUER International. Eine Besonderheit des Firmen-Portfolios sind die drei Module:

- Planung des Umzugs
- Das Management des Umzugs selbst – sowie
- Nach- und Vorsorge, rund um die alte und die neue Immobilie des Kunden.

Seit Anfang der 90er machen Horst Geuer und Kollegen die richtig großen Umzüge. Da ist Planung das A & O. Heute gehören zum Stadium der Planung u. a. ein Umzugsleitsystem sowie ein Handbuch für grundlegende Abläufe, nicht nur intern, auch für den Kunden. Über längere Zeit war die Planung im Umzugsfestpreis enthalten gewesen, dann kam kundenseitig der Impuls: „Wir zahlen Euch auch ’nur‘ die Planung“. Ein wichtiger Impuls, denn: Was in der Industrie unproblematisch ist, ist bei Aufträgen durch die Öffentliche Hand streng geregelt. Hier gilt eine strikte Trennung zwischen Planung und Umzug selbst. Es müssen wirtschaftlich voneinander unabhängige Unternehmen sein, etwa um Kartellbildungen zu vermeiden.

Aus dieser Entwicklung heraus, sowie aus Geuers Kundenkreis Öffentlicher Sektor, entstand die Firma GEUER Umzugsconsulting. Fünf Mitarbeiter, die hier vom Kernunternehmen hin gewechselt sind, arbeiten heute im ersten „Mini-Büro“ aus den Anfangszeiten. Das „nur“ Planen hat sich zu einem wichtigen Element im GEUER Firmenimperium entwickelt, insbesondere für kommunale Organisationen. Werden dann externe Umzugsunternehmen für den Umzug selbst beauftragt, übernimmt das Planungsbüro auch die „Überwachung“ reibungsloser Abläufe. Aktuell ist GEUER Umzugsconsulting in einem Beratungsauftrag für einen Umzug, der ein ganzes Jahr dauert. Ein Lasertechnikunternehmen zieht innerhalb Lübecks um. Einmal pro Woche ist der zuständige Projektleiter vor Ort, weist die gewerblichen Mitarbeiter ein und steht in stetigem Austausch mit dem Kunden.

Der Umzug selbst und das Drumherum

Die Übergänge zwischen Planung und Umzugsmanagement sind fließend. Für reibungslose Abläufe während des Umzugs selbst braucht es den Projektleiter, der, gewerblich und kaufmännisch ausgebildet, sehr früh im Projekt drin ist. Idealerweise ist er in die Planung eingebunden. In jedem Fall steht er in stetigem Austausch mit dem Planungsteam. Dieses Schnittstellenmanagement ist immer eine Frage guter, professioneller Kommunikation.

Das dritte Modul umfasst einmal die Nachsorge für die alte Immobilie, also Instandsetzung dieser Räumlichkeiten für den Nächstbezug. Zum zweiten die Vorbereitung auf die neue Immobilie. Hier arbeitet GEUER International mit dem CAD-System (computer-added-design): Die neue Immobilie wird digital genau geplant, wie ist der Zuschnitt der Räume, wo kommen welche Gerätschaften hin, mehr noch: Wo sollen welche Mitarbeiter sitzen? Einzeln, in Teams oder in sog. Open-Space-Formationen? Letztere eine Weiterentwicklung des früheren Großraumbüros, heute mit Fokus auf ko-kreatives Arbeiten der Kolleginnen und Kollegen. Verstärkt werden seitens der Kundenunternehmen auch sog. relax-areas nachgefragt, Lounges für die Mitarbeiter zum kurzen Auslüften vom konzentrierten Arbeiten, aber auch für den ungezwungenen Austausch untereinander. Die Weiterentwicklung der guten alten Tee- und Kaffeeküche. Und die gesamte Planung muss sich an gesetzlichen Arbeitsrichtlinien orientieren, Stichwort Arbeitsschutz.

Mit Modul 3 gleitet die räumliche Planung bereits in Aufbau- und Ablaufstrukturen des Kundenunternehmens hinein. Und Geuer beobachtet den wachsenden Trend zum Open-Space-Büro: Niemand in der Belegschaft hat einen festen eigenen Arbeitsplatz, muss sich jeden Tag neu am jeweils freien Rechner einloggen. Zudem planen Kundenunternehmen immer öfter weniger Plätze zum Arbeiten ein, als Mitarbeiter angestellt sind. Sind im Unternehmen etwa 250 Mitarbeiter beschäftigt, lautet die Planung für 200 Plätze, weil sowieso 50 Kolleginnen remote oder im Urlaub sind. Solch' eine Planung verlangt viele Gespräche, mit Unternehmensführung und Mitarbeitern, „praktisch ein Coaching für den künftigen Arbeitsplatz" bilanziert Geuer.

Soziales Engagement mit regionalen Wurzeln

Bei GEUER International hat diese Art der Arbeitsplatzmoderne bislang nicht Einzug gehalten. Dafür engagiert sich das Unternehmen regional, sozial, caritativ. So sind Geuer und Biermann die Repräsentanten ihres Unternehmens für das regionale Netzwerk „Domfreunde", das soziale Projekte finanziell fördert. Etwa das Kinderhospiz Königskinder oder die Kinderkrebshilfe Münster. Statt Firmengeschenken an Kundenunternehmen spendet GEUER International an „Ärzte ohne Grenzen" – und teilt dies seinen Kunden schriftlich mit. Angesichts des Ukrainekriegs hat GEUER International LKW für Hilfsgütertransporte gestellt und lagert zu liefernde Hilfsgüter in ehrenamtlicher Kommission.

Bildquelle: Geuer

Basisdaten zu GEUER International

Das Hauptgeschäft von GEUER International ist in Deutschland, aber fast jede Woche stehen auch Umzüge innerhalb Europas an, sowie nach und von Übersee aus. Etwa 300.000 Kilometer kommen pro Jahr zusammen, das Pendeln zwischen den Entladestellen eingerechnet. Allerdings ist diese Zahl nur bedingt aussagekräftig, da die Kilometer vor allem durch das Privatkundengeschäft entstehen, das bei GEUER etwa 20 Prozent ausmacht. Das Hauptgeschäft sind Firmenumzüge, meist innerhalb einer Stadt. Im Fuhrpark stehen zwischen 40 und 45 Fahrzeuge, inklusive Flurförderfahrzeugen, Lkw und Pkw, Anhängern, Spezialfahrzeugen, Schrägaufzügen sowie einem Sattelzug, „nicht jeder Möbelspediteur hat einen", betont Horst Geuer.

Insgesamt arbeiten bei GEUER International etwa 80 Mitarbeiter, davon etwa 20 im Büro, Auszubildende mitgezählt. Im Außendienst (gewerblicher Bereich) arbeiten im Schnitt zwischen 55 bis 60 Mitarbeiter. Das Unternehmen bildet seine Mitarbeiter selbst intensiv aus. Allerdings greift auch hier das Stichwort „Fachkräftemangel". Es brauche Überredung, Menschen für diesen Job zu gewinnen, sagt Geuer und macht zwei Hauptursachen aus: Den „Akademisierungswahn: alle meinen, sie müssten studieren" – und den kontinuierlichen Geburtenrückgang seit 1964.

Für Horst Geuer ist die Gleichung klar: „Wo wir Geld verdienen, da haben wir zugleich die Verpflichtung, der Gesellschaft etwas zurückzugeben“.

Und was bedeutet die AMÖ für GEUER International?

Für Geuer ist die Sache klar: Der Verband ist Interessenvertreter seiner Mitgliedsunternehmen gegenüber der Politik oder anderen Verbänden. In dieser Kurzfassung steckt aber eine Menge drin. Wie groß etwa ist der Einfluss des Verbandes auf politische Entscheidungen, etwa des Verkehrsministeriums? Dass da der neue Hauptgeschäftsführer zu kämpfen hat, sieht Geuer, „das ist nicht leicht, ganz klar“. Zu oft noch sehen sich ehrgeizige Pläne veralteten, starren Strukturen gegenüber. Andreas Eichinger, da ist er sicher, wird da „frischen Wind“ reinbringen.

Vor allem aber sollte die Aufgabe der AMÖ Imageaufbau sein – für eine teilweise immer noch abwertende Sichtweise auf diese Branche. Horst Geuer sieht da sich und sein Unternehmen bereits erfolgreich am Werk: „Durch unser Tun haben wir das Image schon jetzt angehoben“. Das kann Henning-Tycho Biermann bestätigen: „Wenn ich Bekannten erzähle, ich mache Marketing im Umzugsunternehmen, ziehen die erstmal so ein Gesicht. Wenn ich dann sage, was wir alles machen, werden die Augen immer größer!“.

Genau dieses Engagement, den Ruf der eigenen Branche aufzupolieren, wünschen sich Geuer und Biermann auch von anderen AMÖ-Mitgliedsunternehmen. Denn natürlich ist der Hauptverband hier auf die Tatkraft seiner Mitglieder angewiesen. Was wiederum ein neues Aufgabenfeld für den Verband und seinen Hauptgeschäftsführer selbst öffnet: Wo sind die Unternehmen, die zukunftsgewandt denken? (Anm. der Redaktion: Wie etwa Marcello Danieli, geschäftsführender Inhaber von HARDER Logistics (s. Porträt Ausgabe II / 2022.) Mit denen gelte es, intensiv ins Gespräch gehen und konkrete Aufgaben zu verteilen. Um dann gemeinsam die verdiente Anerkennung für diese Branche zu gewinnen, die so viel mehr zu bieten hat als pure Möbelschlepperei.

Der digitale Frachtbrief: eCMR

Ist das Abgangs- oder Empfangsland ein CMR-Mitgliedstaat, kommt das CMR zur Anwendung. Nur wenige Straßengüterverkehre sind vom CMR grundsätzlich ausgenommen. Zu den Ausnahmen zählen Umzugstransporte, Postverkehre und Leichentransporte. Für internationale Transporte von Neumöbeln oder anderen Waren des Einrichtungsbedarfs findet das CMR jedoch Anwendung.

Der CMR-Frachtbrief enthält Informationen über Absender, Empfänger, Frachtführer, Lieferort, transportierte Waren, mitgeführte Mehrwegtransportmittel und alle weiteren relevanten Transportinformationen. Das CMR wird durch die Unterschrift des Empfängers auch zum Ablieferungsnachweis. Darüber hinaus sieht das CMR einheitliche Haftungsregelungen vor, von denen nur auf Grundlage von Sondervereinbarungen abgewichen werden kann.

Die Standardisierung des Frachtvertrags erleichtert das Ausfüllen und die Kontrolle des Inhalts des Dokumentes. Das Mitführen des international anerkannten Frachtbriefes hilft auch bei der Kommunikation und dem Nachweis der Einhaltung bestehender Verpflichtungen, insbesondere bei Kontrollen im Ausland.

Die Bestrebungen, digitale Lösungen zu finden, um Dokumente schnell, zu jeder Zeit und an jedem Ort erstellen und auffinden zu können, hat auch vor dem CMR-Frachtbrief nicht Halt gemacht. Das eCMR ist die digitale Version des CMR-Frachtbriefes und soll dazu beitragen, die logistischen Prozesse im Straßengüterverkehr transparenter und wirtschaftlicher zu gestalten. Die Übersendung des Frachtvertrags zwischen Auftraggeber, Spedition und/oder Frachtführer erfolgt ohne Zeitverzögerung und erlaubt die sofortige Prüfung durch den jeweiligen Empfänger. Das vom Empfänger der versandten Ware unterzeichnete eCMR kann unmittelbar nach Auslieferung ohne Verzögerung auf digitalem Weg an den Absender übermittelt werden. Außerdem ist das eCMR ein Mittel der kontaktlosen Auslieferung, welches sich in Zeiten der Corona-Pandemie ebenfalls als Vorteil erwiesen hat.

Während ein Papier von jedem an einem logistischen Prozess Beteiligten ohne Weiteres erstellt, ergänzt, unterzeichnet und ausgehändigt werden kann, ist dies bei einem elektronischen Frachtbrief grundsätzlich anders. Will man in seinem Unternehmen den digitalen Frachtbrief einführen, ist erst einmal eine geeignete Software auszuwählen, die alle Informationen eines CMR-Frachtbriefes abbilden kann und die fortgeschrittene Elektronische Signatur erlaubt. Auch sollte mit dem gewählten Anbieter einer entsprechenden Softwarelösung eine Einigung fixiert werden, die in Bezug auf den Umgang mit den Daten die Datensouveränität gewährleistet. Das heißt die Daten dürfen nur für die Parteien sichtbar sein, die am Prozess beteiligt sind, für alle anderen jedoch nicht. Es muss sichergestellt sein, dass alle am eCMR Beteiligten jederzeit auf die im eCMR enthaltenen Informationen zugreifen können. Der Zugriff auf das eCMR bei behördlichen Kontrollen muss ohne Registrierungsprozess möglich sein. Die Software sollte außerdem in der Lage sein, nahtlos über Schnittstellen mit den eingesetzten Transportmanagementsystemen des Logistikers kommunizieren zu können.

Schutz vor Manipulationen

Die Softwarelösungen für das eCMR basieren in der Regel auf der Blockchain-Technologie, die besonders zuverlässig vor Manipulationen schützen kann. Bekannt wurde die Blockchain-Technologie insbesondere durch Kryptowährungen, die als digitale Zahlungsmittel dienen. Die Fahrer können auf die elektronischen Frachtbriefe und sonstige Begleitpapiere in der Regel mobil über eine App des Dienstleisters zugreifen.

Das eCMR ermöglicht die Initiierung eines digitalen Prozesses, bei dem es um den Austausch und die Archivierung von Daten der an eine Logistikkette beteiligter Vertragspartner geht. Wie in allen digitalen Prozessen steigen die zu realisierenden Kosteneinsparungen mit der Anzahl der Geschäftsvorgänge, die über den digitalen Austausch der Daten abgewickelt werden. Die Entwicklung des eCMR aus dem in ganz Europa und den angrenzenden Staaten für internationalen Straßengüterverkehr weit verbreiteten CMR bietet die Chance, die potenziellen Nutzer besonders schnell für den Einsatz des digitalen Frachtbriefes zu gewinnen. Wenn öffentliche Stellen – wie Zoll und Kontrollbehörden – vom eCMR ebenfalls in absehbarer Zeit Gebrauch machen, wird sich der Einsatz noch stärker für alle Beteiligten lohnen.

Aber Achtung:

Obwohl Umzugstransporte ausdrücklich vom Anwendungsbereich des CMR/eCMR ausgenommen sind, bestehen Belgien und Frankreich auf die Mitführung eines entsprechenden Frachtbriefes für alle Arten von internationalen Transporten. Dies gilt auch für Transitfahrten durch diese Staaten.

1x1 Umzugslogistik

Heraustrennen und abheften!

Prozesse in der Umzugslogistik: Mehr als nur Kisten schleppen!

In unserer Serie „1x1 Umzugslogistik“ werden wir Ausgabe für Ausgabe Facetten eines Umzuges detaillierter betrachten. Dabei geht es um Grundfertigkeiten, die für die erfolgreiche Durchführung eines Umzuges erforderlich sind, bis hin zur Kür wie der Befragung ihrer Kunden um Nachgang eines Projektes.

BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG

Handeln, bevor der Rücken schmerzt!

Die körperlichen Belastungen für Mitarbeitende in Möbelspeditionen sind hoch. Geeignete Hebe- und Tragetechniken, Ausgleichsübungen und Hilfsmittel können die Beanspruchungen des Einzelnen reduzieren und einen Beitrag für mehr Gesundheit im Unternehmen leisten.

Sitzen Sie gerade, während Sie die MöbelLogistik lesen? Wie geht es Ihrem Rücken dabei?

Im Arbeitsalltag macht unser Rücken einiges mit: Sitzen, Stehen, Heben, Tragen. Oft entwickeln sich aufgrund einseitiger Belastungen und fehlenden Ausgleichs Rücken- und Gelenkbeschwerden. Die sogenannten Muskel- und Skeletterkrankungen machen nach Auswertungen der Krankenkasse DAK-Gesundheit noch immer den größten Teil der Arbeitsunfähigkeitstage aus. Was für die betroffene Person meist schmerzhaft ist, tut auch dem Unternehmen nicht gut. Fachkräfte fallen aus, Aufträge können nicht oder nur verzögert bearbeitet werden, die Kosten steigen.

Ein „Möbler“ kann sich keinen schwachen Rücken leisten.
Der Bewegungsapparat von Beschäftigten in Möbelspeditionen (in der Branche kurz „Möbler“ genannt) ist in besonderer Weise gefordert. Lange Fahrten im Lkw, schwere und unhandliche Gegenstände sowie enge Treppenhäuser sind nur einige Schlagworte, die erahnen lassen, was Muskeln, Knochen und Bandscheiben leisten. Eine gesunde und leistungsfähige Wirbelsäule ist eine Grundvoraussetzung für die Arbeitsfähigkeit – vor allem in einem körperlich anspruchsvollen Beruf.

Übung: Äpfel pflücken

- Stehe aufrecht, hüftbreit und richte deinen Blick geradeaus.
- Strecke in dieser Position abwechselnd
- beide Arme so weit wie möglich nach oben in die Luft, als ob du Äpfel von einem Baum pflücken würdest.
- Führe die Übung so lange durch, wie es angenehm ist.

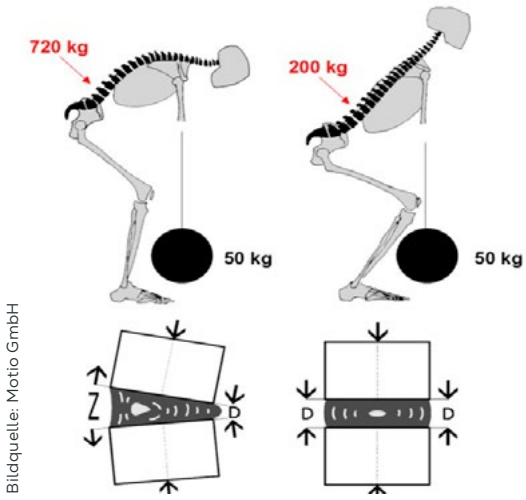
Übung: Medaille

- Stehe aufrecht, hüftbreit und richte deinen Blick geradeaus.
- Lege dein Kinn locker auf die Brust, als ob du eine Medaille entgegennehmen würdest.
- Rolle dich Wirbel für Wirbel nach unten ab. Die Beine sind dabei leicht gebeugt und der Kopf sowie die Arme hängen locker herunter.
- Bleibe kurz in dieser Position und rolle dich dann wieder langsam oben auf.
- Führe die Übung so lange durch, wie es angenehm ist.

Rückenschmerzen sind in Möbelspeditionen weit verbreitet, aber kein Schicksal! Biomechanische Untersuchungen zeigen, dass der Mensch mit seiner Körperhaltung starken Einfluss auf die Beanspruchung seiner aktiven und passiven Strukturen nehmen kann. Das Heben eines 50 Kilogramm schweren Gegenstandes mit ungünstiger Hebetechnik führt zu einer Bandscheibenbelastung von umgerechnet ca. 720 (!) kg. Mit angepassten Bewegungsabläufen lassen sich die Werte der Bandscheibenbelastung auf rund 200 kg reduzieren (s. Abb.).

Experten empfehlen auf folgende Punkte beim Heben und Tragen zu achten:

- ✔ Belastungen reduzieren, z.B. durch Hilfsmitteleinsatz
- ✔ stabiler, schulterbreiter Stand
- ✔ aktiver Einsatz von Beinen und Rücken
- ✔ körpernahes Heben, Tragen und Arbeiten
- ✔ Verdrehungen der Wirbelsäule unter Last vermeiden.



Bildquelle: Motio GmbH

Vom Jäger und Sammler zum Sitzer und Gammler?!
Evolutionär gesehen ist es nachvollziehbar, dass unser Bewegungssystem Abwechslung liebt. Der Bewegungsalltag unserer Vorfahren hielt reichlich Aktivität und Ausgleich zwischen Anstrengung und Entspannung bereit. Heutige Bewegungsprofile weisen oft das Gegenteil auf. Langen passiven Phasen (z.B. auf dem heimischen Sofa oder im Auto) folgen Belastungsspitzen. Vor allem untrainierte und nicht aufgewärmte Muskeln haben mit diesem Kontrast Schwierigkeiten. Ausgleichsübungen am Arbeitsplatz helfen, verspannte Muskeln zu lockern und angestrengte Bandscheiben mit neuen Nährstoffen zu versorgen. Bewegungen, wie die hier dargestellten Übungen „Äpfel pflücken“ und „Medaille“ verbessern die Stoffwechselsituation im Rücken ohne großen Aufwand.

"Ich habe bei der Arbeit genug Bewegung!"
Auch wenn der Berufsalltag körperlich anstrengend ist, benötigen wir Bewegung. Diese Aktivität ist nicht als zusätzliche Belastung zu werten, sondern als Ausgleich zur Monotonie. Ein Training muss dabei nicht zwingend im Fitnessstudio erfolgen, sondern kann auch draußen, zu Hause oder im Sportverein stattfinden. Zwei Einheiten pro Woche braucht es, um Krankheiten wie Bandscheibenvorfällen oder Diabetes Mellitus vorzubeugen.

Alles unrealistisch und in der Praxis nicht umsetzbar?
Falls es sich diese Gedanken auch in Ihrem Kopf bequem gemacht haben, sind Sie in guter Gesellschaft. Im Sommer 2022 haben erste Mitgliedsunternehmen der AMÖ den Workshop „Heben und Tragen“ mit freundlicher Unterstützung der DAK-Gesundheit umgesetzt. Viele Teilnehmende berichten nach der Maßnahme, dass sie von der Praxisnähe des Workshops überrascht sind. Neben den Tipps der Rückenexperten des durchführenden Dienstleisters Motio hilft auch der Austausch mit Kollegen.

Workshop „Heben und Tragen”

Sie möchten die Rückengesundheit Ihres Personals fördern? Die DAK-Gesundheit bringt die Rückenexperten der Motio GmbH in Ihr Unternehmen. Ihr Interesse können Sie bequem über den QR-Code bekunden. Ihr Ansprechpartner Mark Schneider, der mit einem Workshop auch auf der J'AMÖ-Tagung vertreten war, hilft Ihnen gerne weiter.

Rahmendaten
- Dauer: 4-6 Std. (nach Absprache)
- Teilnehmendenzahl: max. 15
- Kosten: übernimmt die DAK-Gesundheit zu 100%
- Durchführungsort: direkt in Ihrem Unternehmen oder in Ihrer Region

Inhalte
- Verhaltenstraining am Arbeitsplatz
- Heben, Tragen, Ziehen, Schieben
- Hilfsmitteleinsatz
- Entlastungsübungen
- Ergonomie im Fahrzeug

Jetzt ausfüllen und gesund arbeiten!

DAK Gesundheit
Ein Leben lang

IN EIGENER SACHE

Unsere MöbelLogistik kostenlos digital empfangen

Ihnen ist sicherlich aufgefallen: Die MöbelLogistik, das offizielle Verbandsorgan der AMÖ, hat sich verändert. Mehr Umfang, inhaltlich tiefer, persönlicher – dafür in einer reduzierten Erscheinungsweise. Das hat einen Grund: Die Produktion von weniger Ausgaben erlaubt es uns, die Themen und Inhalte noch ausführlicher zu recherchieren und für Sie informativer und interessanter aufzubereiten – schließlich soll die MöbelLogistik kein Nebenbei-Produkt sein. Ist uns das bislang gelungen? Wir meinen: Ja! Falls Sie das anders sehen, schreiben Sie uns an moebellogistik@amoe.de. Ihre Kritik nehmen wir ernst!

Jetzt in den Verteiler eintragen

Damit Sie künftig keine Ausgabe der MöbelLogistik verpassen und im Gewerbe bei den entscheidenden Themen mitreden können, bieten wir die MöbelLogistik wie gewohnt digital zum Abruf an. Bis Sie das gedruckte Heft, das wir den Mitgliedsunternehmen kostenfrei zusenden, vorliegen haben, kann allerdings der eine oder andere Tag vergehen. Schneller werden Sie beliefert, wenn Sie sich in unseren kostenfreien Möbel-Logistik-Verteiler eintragen. So stellen Sie sicher, dass Sie alle Hefte unmittelbar nach Erscheinen als pdf in Ihr persönliches E-Mail-Postfach gelegt bekommen.

Erhalten Sie kostenlos die MöbelLogistik digital.

Umzüge – das sind wir!
FREY & KLEIN
Objekt- und Privatumzüge ·
Lagerung & Distributionslogistik ·
Internationale & Übersee-Umzüge ·
DMS UMZUG & LOGISTIK
Frey & Klein Internationale Spedition GmbH
Weinenweg 3, D-55469 Ohlweiler/Simmern
T +49 (0) 6761 9058-0, www.frey-klein.de

Unterweisungs-Manager
Unterweisungen effizienter
gestalten mit der Onlineplattform
für webbasiertes E-Learning
unterweisungs-manager.de/logistik
UV Universum Verlag

GROUPAGE IN DIE USA
HENK INTERNATIONAL
0211 99 80 70
groupage@henk-international.de

Anton RÖHR
LOGISTIC-GROUP
www.anton-roehr.de

Einzigartig! printlogin.de
Shop mit Designer
Umzugsaufkleber Aufkleber, Etiketten!
Bestellen und gestalten bei voller Kontrolle. Langer GmbH

UNTERNEHMERPORTRÄT: HORST GEUER

Der freundliche Netzwerker mit dem Unternehmer-Gen

Ende Juni 2022 hat er sein vor 39 Jahren gegründetes Unternehmen GEUER International in jüngere Hände übergeben. Von ‚Händen in den Schoß legen' für sich selbst aber kann keine Rede sein. Am 24. Juni 1960 geboren, hat der Umtriebige noch viel vor. Beruflich wird er das ausgegliederte Unternehmen Geuer Umzugsconsulting weiterführen, privat steht für den Vielreisenden Anfang 2023 bereits wieder eine mehrmonatige Abenteuertour auf dem Plan. Mit vor Ort angemieteten Bulli wollen Geuer und Ehefrau Claudia den Kontinent Australien erkunden, „wie in unseren jungen Jahren".

Von Katharina Daniels

Horst Geuers Lebensgeschichte ist eine des Ideenreichtums, des nie Aufgebens und einer tiefempfundenen Verantwortung für das eigene unternehmerische Handeln, verbunden mit einer ausgeprägt sozialen Ader (s. Unternehmensporträt GEUER Consulting). Im Hunsrück nahe Koblenz geboren und aufgewachsen, in einem gutbürgerlichen Elternhaus, schien zumindest sein beruflicher Lebensweg zunächst vorgezeichnet. Sein Vater, Heizungsbaumeister, hatte dort das erste Heizungsbaugeschäft in der Region hochgezogen. Hier also schlummerte bereits der Pioniergeist, der später auch Horst Geuers Laufbahn auszeichnete. Und es schien sonnenklar, dass der Erstgeborene Horst das Geschäft übernehmen würde. Es kam anders.

Nach einer Lehre zum technischen Zeichner und Abitur auf dem zweiten Bildungsweg, begann er – mit dem Fokus auf spätere Übernahme des väterlichen Geschäfts – ein Studium der Versorgungstechnik an der Fachhochschule Münster, Standort Steinfurt. Sein Studium finanzierte er durch Bafög, eine nur bedingt auskömmliche finanzielle Basis. Sodass alsbald ein Hinzuverdienst auf der Agenda stand. Die Geburtsstunde des späteren Unternehmens GEUER International. Im Jahr 1983 war das Internationale allerdings noch nicht ersichtlich am Jungunternehmerhorizont. Mit seinem, ebenfalls bereits selbstfinanzierten, Bulli und zusätzlich erworbenem Anhänger bot Student Geuer Privatleuten Umzüge in der Region an.

Die Abnabelung: „Ich habe ein kleines Umzugsunternehmen“

„Da hat mein Abnabelungsprozess begonnen“, blickt Geuer zurück, und erinnert sich vor allem an die Fassungslosigkeit seines Vaters, als dieser bei einem Besuch in Münster den Bulli mit Möbeln drin erblickte: „Was machst Du da?!“ Antwort des Sohnes: „Ich habe ein kleines Umzugsunternehmen“. Reaktion des Vaters (mit ausgeprägter Betonung auf dem ersten Wort der Gegenfrage): „Was hast Du?“ Die schwere Irritation des Vaters war verständlich. Damals hatte dieses Metier einen ausgeprägt schlechten Ruf des eher unterprivilegierten Möbelpackers. Und

„Nie hat Horst einen dicken BMW gefahren, er kam mit einem kleinen Golf aufs Firmengelände“

Henning-Tycho Biermann

Vater Geuer hatte demgegenüber seinem Sohn ein etabliertes Geschäft zu bieten!

Auch wenn Geuer Senior diese Eskapaden seines Sohnes so gar nicht verstehen wollte, redete er ihm nicht rein. Betrachtete das Ganze aus der Distanz mit zuerst Skepsis und dann zunehmender Anerkennung. Es kam zur Versöhnung. Der Vater, der heute noch lebt, „ist jetzt stolz wie Oskar“, was sein Sohn aufgebaut hat. Das Heizungsbaugeschäft blieb trotz der unternehmerischen Abzweigung des Erstgeborenen in der Familie. Der Zweitgeborene übernahm. Auch der dritte Bruder gründete ein eigenes Unternehmen. Lediglich die Schwester im Geschwisterquartett zeigte als Angestellte keine Neigung zum Unternehmertum.

Weg vom rauen Image – hin zum professionellen Lehrberuf

Am Image des Möbelspediteurs hat Horst Geuer seitdem unaufhörlich gearbeitet. Mit hochinnovativen Segmentideen, vor allem aber in der Ausbildung seiner Mitarbeiter: „Ich habe Menschen immer dazu erzogen, einem guten Image durch ihr Tun Rechnung zu tragen“. Da sei auch die gedankliche Verbindung zum Handwerkerberuf hilfreich, denn zum einen stecke in dem Know-how heutiger professioneller Spedition auch viel Handwerk, zum zweiten gelte es zu überlegen, welchen Wert heute ein Handwerker hat: „Jeder ist froh, wenn der kommt“. So wie die Dienste des Handwerkers als wichtig, wertvoll erlebt werden, so soll es auch beim

„Ich habe Menschen immer dazu erzogen, einem guten Image durch ihr Tun Rechnung zu tragen“.

Horst Geuer

Umzugsdienstleister sein. Die Aufwertung des Möbelspediteurs geht einher mit einer soliden Ausbildung. Geuer hat „schon früh dafür gekämpft“, dass ein Lehrberuf daraus wird. Heute gibt es die Ausbildung zur Fachkraft für Möbel-, Küchen- und Umzugsservice (FMKU).

Netzwerken ist mehr als ein Zeitgeist-Phänomen

Sein Unternehmer-, sein Gründer- und sein Netzwerkgen hat Horst Geuer rund um seine Branche vielfältig unter Beweis gestellt. Er war Mitgründer des 2020 auf Neumöbellogistik, Umzug und Lagerei spezialisierten Unternehmens „RELOGG-Gruppe“, das vollständig digital arbeitet. Ebenfalls mitgegründet hat Horst Geuer das, vorrangig auf professionellen Austausch und wechselseitige Hilfestellungen gerichtete, Netzwerk Euromovers, 1995 gegründet fürs Gebiet der Bundesrepublik Deutschland, 2000 dann mit internationalem Zuschnitt. Mal leiht man sich Mitarbeiter aus, mal Materialien, mal ganze Umzüge.

Wenn’s um den Gedanken des Netzwerkens geht, macht Horst Geuer niemand was vor, mehr noch – das ist ihm sehr wichtig: Die gesamte Branche der Möbelspediteure hat den Netzwerkgedanken kultiviert, lange bevor das heute als zeitgeistiges Phänomen gefeiert wird. Wollte etwa 1903 jemand über eine weitere Entfernung hin umziehen, trat der erste Dienstleister mit seinem Pferdefuhrwerk auf den Plan. Er brachte die Möbel des Umzugswilligen zum Bahnhof. Es folgt der Transport mit dem Zug, am Zielort holte dann, mit dem Erstdienstleister abgestimmt, sein Kollege dort die Möbel mit seinem Pferdefuhrwerk ab und transportierte sie zum neuen Zuhause des Kunden.

Gibt es auch einen Horst Geuer rein privat, ohne Möbelspedition und berufliche Identität? Das ist bei einem derart engagierten Menschen wohl schwer zu trennen – aber ja: Seine wichtigsten Lebenswerte sind ihm Freunde und Familie. Wenngleich natürlich auch hier die Verbindung zum so familiär geprägten Unternehmen GEUER International unübersehbar ist, sowie zur heute Jahrzehnte währenden, privaten Freundschaft mit seinem Mitgeschäftsführer Thomas van Hövell. Ein Zwischending privat-beruflich ist auch sein Engagement im Bundesverband Mittelständische Wirtschaft (BVMW), mit der Folge freundschaftlicher Verbindungen mit anderen Unternehmern aus der Region.

Es sind alles Ausweise seines aufgeschlossenen Wesens, seiner Freude an Begegnungen, „man sagt mir nach, ich sei ein freundlicher Mensch“ kokettiert er ein wenig. Und ja, das stimmt ganz sicher, das zeigt sich bereits in den Gesprächen mit der Autorin dieser Zeilen. Da liegt der Verdacht nahe, er könne auch sehr zur Nachsichtigkeit neigen? Horst Geuer lacht: „Da muss ich mal eben Claudia anrufen“ – wird dann gleich wieder etwas nachdenklicher: Es sei durchaus auch etwas Forderndes in seinem Wesen, „da bin ich natürlich auch geprägt durchs Unternehmertum“. Und ergänzt mit feiner Selbstironie, dass er manchmal in der Familie ein bisschen zu sehr Unternehmer sei: „Da schimpfen meine Kinder dann mit mir“.

Das sind die Tochter Lena, die bereits als Kleinkind (*1985) Ende der 80er, mit ihren Eltern eine anderthalb Jahre währende Abenteuertour erlebt hat, von Alaska bis Argentinien – und heute an der TU Dresden als wissenschaftliche Mitarbeiterin tätig ist. Und der Sohn Felix (*1990) der zwar aktuell noch am Unternehmer GEUER International mitarbeitet. Er verantwortet die Webpräsenz und den Social Media Auftritt, hat aber im Frühjahr 2022 seinen Master abgelegt und wird nun wohl gänzlich eigene Wege gehen. Ein Sohn, der aber nicht – und die feine Unterscheidung ist Horst Geuer wichtig – im Unternehmen arbeitet. Das Spe-

ditionsgewerbe „ist nicht seine Welt“ musste Papa Geuer durchaus schmerzlich einsehen (s. auch Interview Unternehmernachfolge). Nun, da scheint sich Familiengeschichte zu wiederholen. Auch Horst Geuer hatte das Heizungsbaugeschäft seines Vaters nicht übernommen.

Für ein Miteinander, gegen pure Eigeninteressen

Horst Geuers Vorstellungen dessen, was richtig, vor allem, was ihm wichtig ist, zeigen sich stark in seiner sozialen Ader, auch in seiner Uneitelkeit. Als die Firma 1999 an den neuen und jetzigen Standort zog, suchte kurz darauf die internationale Wirtschaftskrise das Land heim. Geuer setzte alles daran, seine Mitarbeiter nicht zu entlassen, nur zwei mussten aus wirtschaftlichen Gründen gehen. Und, erzählt Henning-Tycho Biermann: „Nie hat Horst einen dicken BMW gefahren, er kam mit einem kleinen Golf aufs Firmengelände“. Ein Signal für die Mitarbeiter, dass der Chef sich keine Extras erlaubte, sondern genauso sparte, wie es allen abverlangt wurde.

Die durchdachte, bewusste Haltung passt zu seinem gesellschaftspolitischen Engagement, schon von früher Jugend an. „Ich war und bin ein sehr politischer Mensch“. Die so schwergängige Einigkeit in der EU, die Kriege bereits wieder nach dem zweiten Weltkrieg, ob auf dem Balkan, jetzt in der Ukraine, die nuklearen Drohgebärden – all diese Entwicklungen bereiten ihm große Sorge. Vor allem aber die rasch voranschreitende Erderhitzung, durch Menschen ausgelöst – hier sieht er eine große Mitschuld auch bei der Generation der sog. Babyboomer, „die immer wieder die Anzeichen verdrängt haben“. Hofft auf die jungen Menschen und ihren Kampf für wirksame Maßnahmen. Dass „für eine fragwürdige Freiheit“ für Raser auf der Autobahn ein Tempolimit immer noch nicht durchgesetzt werden konnte, macht ihn sehr zornig.

Vielleicht steht Horst Geuer mit seiner Persönlichkeit, seinen Werten und Idealen – für ein partnerschaftliches Miteinander, gegen den Vorrang reiner Eigeninteressen –im ‚Kleinen‘ für etwas, was im ‚Großen‘, in der Politik und im Weltgeschehen, so dringend nötig wäre.

Anzeige

www.unterweisungs-manager.de

UV Universum Verlag

Bildquelle: OLIVER.FILIPZIK

WORST CASE CYBERANGRIFF

Bereiten Sie sich auf den Ernstfall vor!

Die Disponentinnen und Disponenten einer großen Möbelspedition sind über Wochen nicht mehr in der Lage E-Mails zu schreiben, Telefonate zu führen oder auf ihre Daten im Transportmanagementsystem zuzugreifen. Alle Server und Clients des Unternehmens sind verschlüsselt und auch die Lagerverwaltungsprogramme können über das Netzwerk nicht mehr erreicht werden. Hinzu kommt, dass kriminelle Hacker einen hohen sechsstelligen Betrag als Lösegeld für die Wiederherstellung der Daten fordern und bereits sensible Informationen zur Lieferkette großer Kunden im Darknet veröffentlicht wurden.

„Cyberangriffe stellen in der hochgradig vernetzten Umgebung der Logistik eine strategische Gefahr für die Einzelbetriebe, den Warentransport und damit in letzter Konsequenz auch für die gesellschaftliche Versorgung dar!“

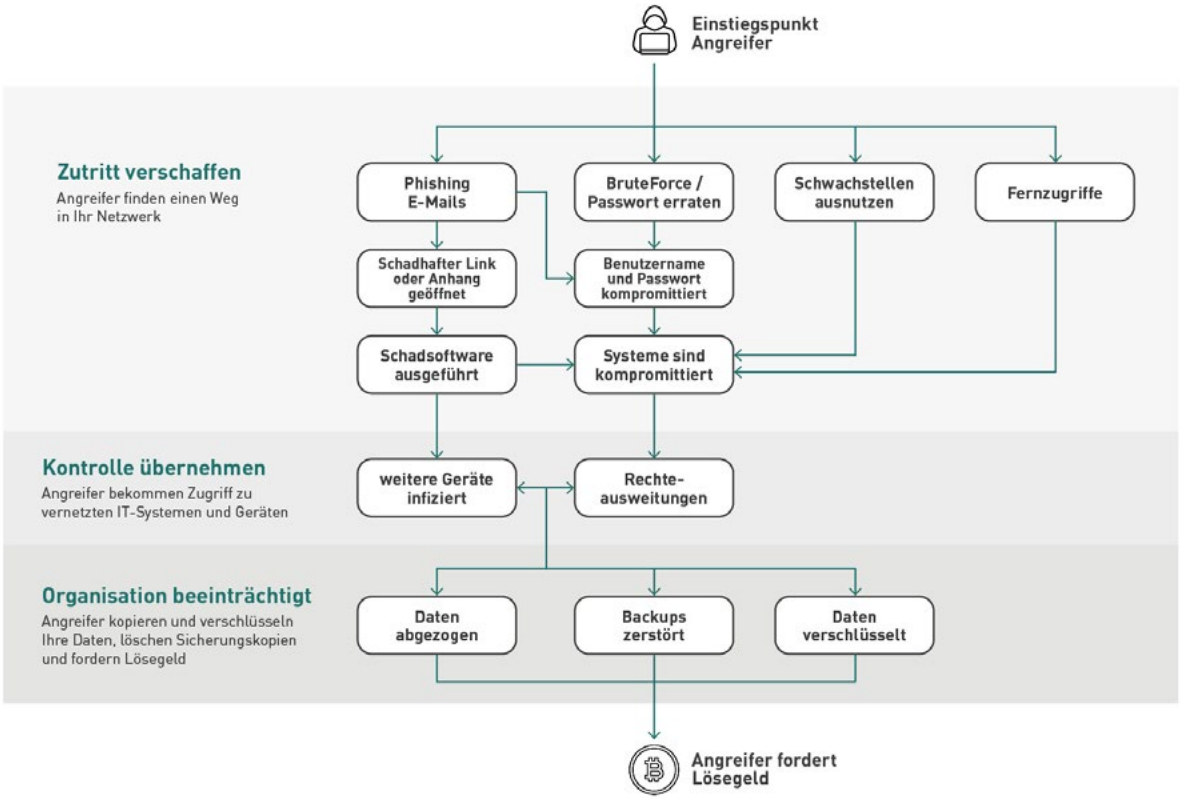
Moritz Huber, Geschäftsführer smartSEC GmbH

Von Mark Schwarz, smartSEC GmbH

Dieses Szenario ist leider nicht frei erfunden, sondern bereits gelebte Wirklichkeit. Schwerwiegende Cyberangriffe gegen Unternehmen der Logistik- und Transportbranche machen zunehmend die Schattenseiten der Digitalisierung deutlich und führen nicht selten zu existenzbedrohenden Folgen für die betroffenen Betriebe. Auch die hierbei entstehenden Auswirkungen auf nationale und internationale Lieferketten gestalten sich zunehmend problematisch, da wesentliche Grundsätze der Logistik („Just-in-Time“ und „Just-in-Sequence“) im Ernstfall nicht mehr gewährleistet werden können.

Es kann jeden treffen, jederzeit!

Mittlerweile kann es jedes Unternehmen zu jeder Zeit treffen. Besonders die Entwicklungen seit 2020 ausgelöst durch die COVID-19 Pandemie, haben die Situation für Unternehmen noch wesentlich bedrohlicher gemacht als es zuvor ohnehin schon der Fall war. Die Digitalisierung hat einen regelrech-



ten Boom erfahren. Um weiter arbeitsfähig zu bleiben, waren viele Unternehmen gezwungen, äußerst kurzfristig die Vernetzung voranzureiben und beispielsweise Mitarbeitern die Arbeit im Homeoffice zu ermöglichen. Nicht selten mussten Lösungen mit einer derartigen Dringlichkeit umgesetzt werden, dass die IT-Sicherheit auf der Strecke blieb.

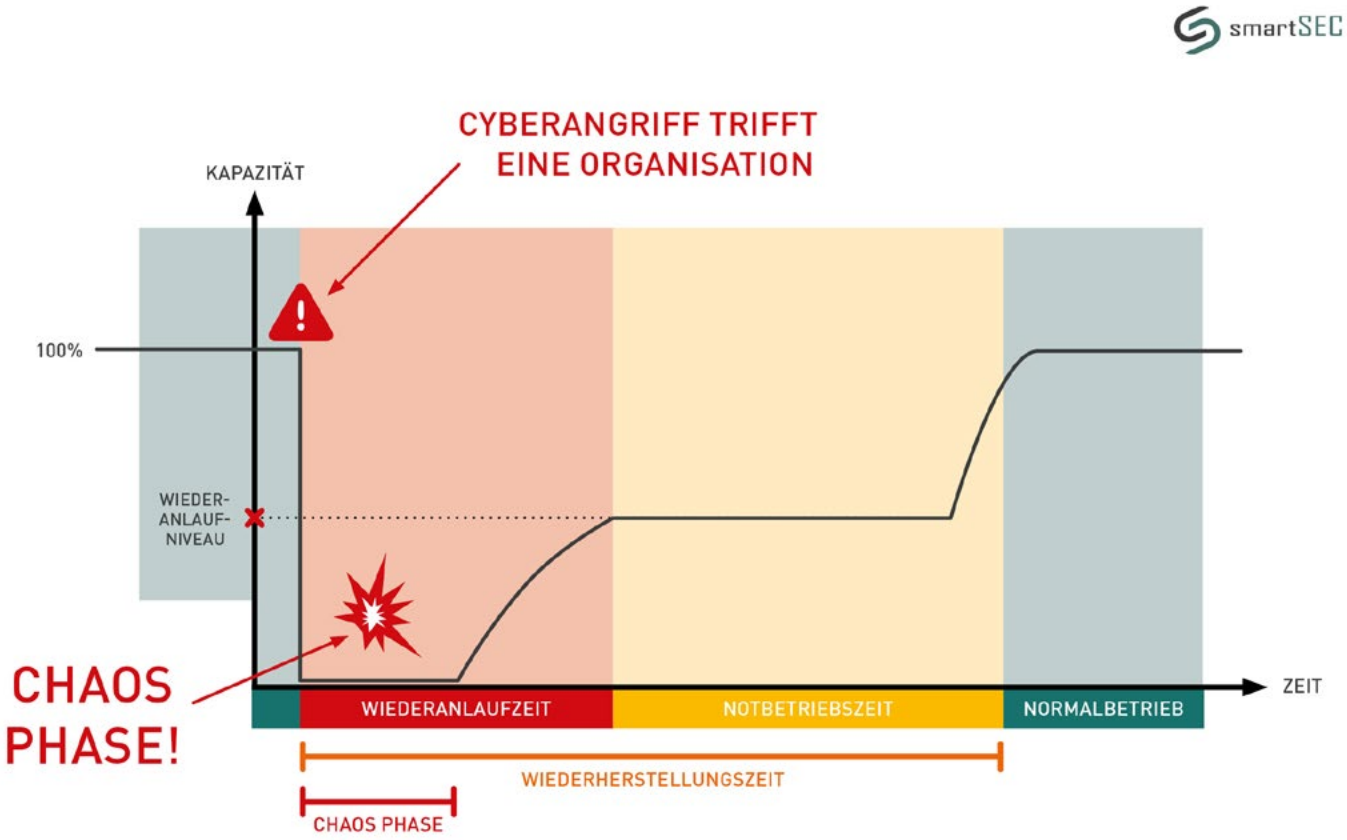
Viele dieser kurzfristigen und teils provisorischen Lösungen sind immer noch im Betrieb und neben einer stärkeren Vernetzung und größeren IT-Abhängigkeit bieten sie vor allem eine erheblich größere und umfangreich genutzte Angriffsfläche für Hacker.

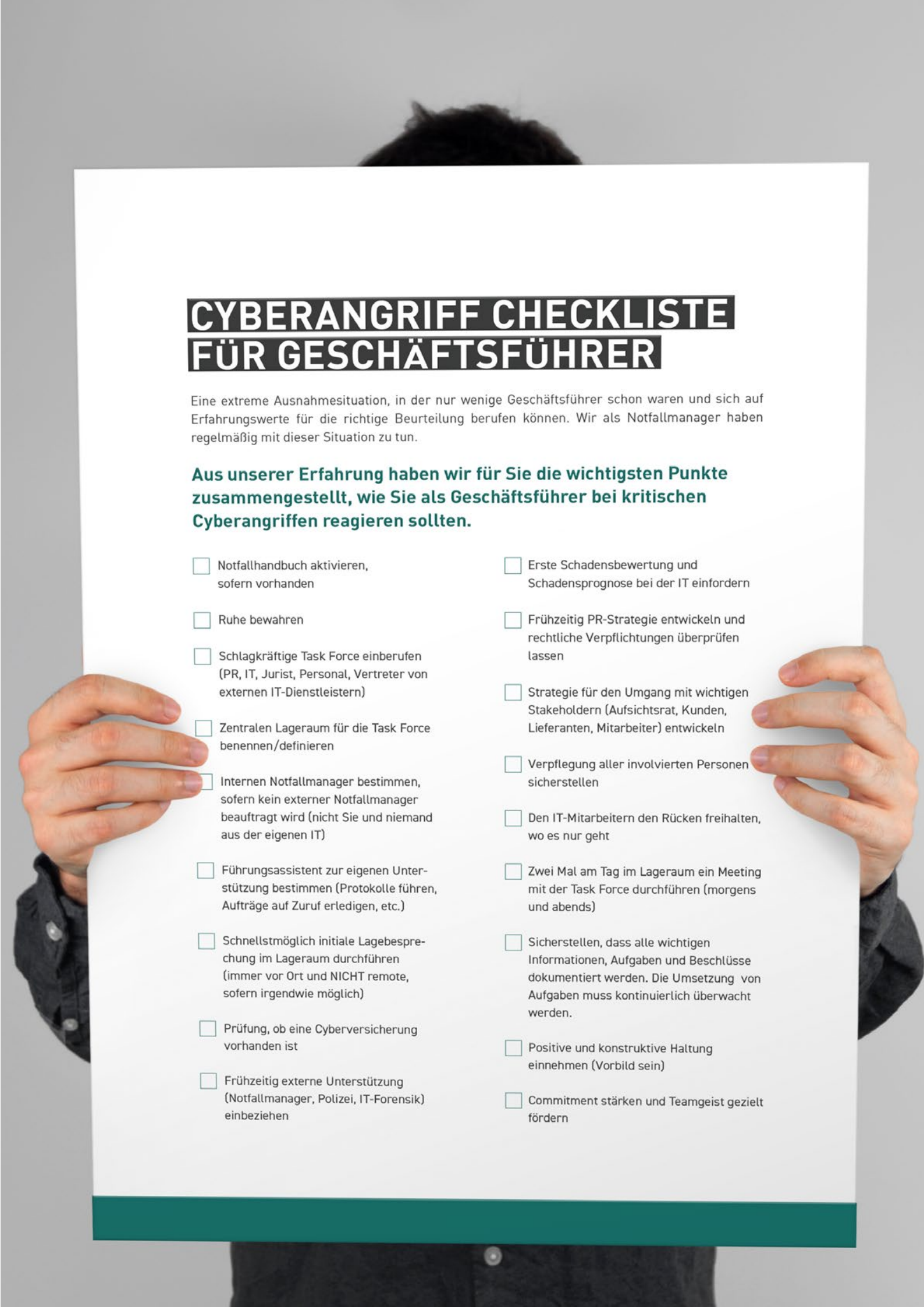
Hinzu kommt, dass man es inzwischen mit extrem professionellen Hackergruppierungen zu tun hat. Diese sind in keinster Weise mit dem, noch vor Jahren, gängigen Bild des im Keller sitzenden und mit einem Kapuzenpullover bekleideten Hacker zu vergleichen. Inzwischen existiert eine florierende Cybercrime Economy, die rein an den Umsätzen gemessen, viele traditionelle Kriminalitätsfelder, wie beispielsweise den Drogenhandel, in den Schatten stellt. Die Hackerszene hat sich inzwischen wie ein großes, modernes und international agierendes Unternehmen mit zahlreichen Dienstleistungen und Produkten aufgestellt. Hackerangriffe gehören zu dem vermutlich lukrativsten Geschäftsmodell unserer Zeit, sofern man in diesem Zusammenhang davon sprechen mag.

Entsprechend ist es nicht mehr ausreichend, sich ausschließlich technisch abzusichern und mit Firewall, Virenscanner und Co. zu schützen. Unternehmen müssen sich gezielt auf den Ernstfall vorbereiten und konkret mit den Gedanken beschäftigen, eines Tages von einem kritischen Cyberangriff betroffen zu sein.

Wie läuft ein Cyberangriff in der Praxis eigentlich ab?

Eine Vielzahl der kritischen Cyberangriffe sind der Kategorie Ransomware (engl. Ransom = Lösegeld), einer besonders gefährlichen Art von Cyberangriffen, zuzuordnen.





CYBERANGRIFF CHECKLISTE FÜR GESCHÄFTSFÜHRER

Eine extreme Ausnahmesituation, in der nur wenige Geschäftsführer schon waren und sich auf Erfahrungswerte für die richtige Beurteilung berufen können. Wir als Notfallmanager haben regelmäßig mit dieser Situation zu tun.

Aus unserer Erfahrung haben wir für Sie die wichtigsten Punkte zusammengestellt, wie Sie als Geschäftsführer bei kritischen Cyberangriffen reagieren sollten.

- [ ] Notfallhandbuch aktivieren, sofern vorhanden
- [ ] Ruhe bewahren
- [ ] Schlagkräftige Task Force einberufen (PR, IT, Jurist, Personal, Vertreter von externen IT-Dienstleistern)
- [ ] Zentralen Lageraum für die Task Force benennen/definieren
- [ ] Internen Notfallmanager bestimmen, sofern kein externer Notfallmanager beauftragt wird (nicht Sie und niemand aus der eigenen IT)
- [ ] Führungsassistent zur eigenen Unterstützung bestimmen (Protokolle führen, Aufträge auf Zuruf erledigen, etc.)
- [ ] Schnellstmöglich initiale Lagebesprechung im Lageraum durchführen (immer vor Ort und NICHT remote, sofern irgendwie möglich)
- [ ] Prüfung, ob eine Cyberversicherung vorhanden ist
- [ ] Frühzeitig externe Unterstützung (Notfallmanager, Polizei, IT-Forensik) einbeziehen
- [ ] Erste Schadensbewertung und Schadensprognose bei der IT einfordern
- [ ] Frühzeitig PR-Strategie entwickeln und rechtliche Verpflichtungen überprüfen lassen
- [ ] Strategie für den Umgang mit wichtigen Stakeholdern (Aufsichtsrat, Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter) entwickeln
- [ ] Verpflegung aller involvierten Personen sicherstellen
- [ ] Den IT-Mitarbeitern den Rücken freihalten, wo es nur geht
- [ ] Zwei Mal am Tag im Lageraum ein Meeting mit der Task Force durchführen (morgens und abends)
- [ ] Sicherstellen, dass alle wichtigen Informationen, Aufgaben und Beschlüsse dokumentiert werden. Die Umsetzung von Aufgaben muss kontinuierlich überwacht werden.
- [ ] Positive und konstruktive Haltung einnehmen (Vorbild sein)
- [ ] Commitment stärken und Teamgeist gezielt fördern

Die Schadsoftware wird dabei häufig über vorhandene IT-Schwachstellen, Phishing-Angriffe oder schlecht gesicherte Remote-Zugänge verbreitet. Durch diese Einfallstore bekommen die Angreifer Zugriff auf das Netzwerk und einen Teil der IT-Infrastruktur. Schon ein unvorsichtiges Öffnen eines infizierten E-Mail-Anhangs durch einen unachtsamen Mitarbeiter kann ausreichend sein, um den Trojaner zu aktivieren. In der Regel geben sich jedoch die Angreifer nicht gleich zu erkennen, sondern nutzen die Gelegenheit sich ausgiebig im Netzwerk umzuschauen, weitere IT-Systeme zu infizieren und ihre Rechte auszuweiten.

Erst im Anschluss erfolgt die Verschlüsselung der Daten im Netzwerk, was die Infrastruktur weitestgehend lahmlegt. Ohne Entschlüsselungs-Keys der Angreifer sind die Daten in der Regel nicht mehr wiederherstellbar. Viele Unternehmen verlassen sich an dieser Stelle auf ihre implementierten Backup-Lösungen und schätzen die Bedrohungslage falsch ein – jedoch sind nicht selten auch die Sicherungskopien (Backups) von der Verschlüsselung betroffen. Entsprechend kommt es durch die damit einhergehenden Einschränkungen zu mehrwöchigen oder gar mehrmonatigen Behinderungen des Geschäftsbetriebs bis hin zu vollständigen Betriebsunterbrechungen.

Da meist das gesamte Unternehmensnetzwerk betroffen ist, bleiben den betroffenen Unternehmen praktisch nur noch umfangreiche Säuberungsmaßnahmen oder ein sehr kostspieliger kompletter Neuaufbau der IT-Infrastruktur übrig. Existiert kein unverschlüsseltes Backup um den Datenbestand wiederherzustellen, sind die Konsequenzen verheerend. Abhängig von der Größe der betroffenen IT-Infrastruktur belaufen sich die Schäden schnell auf sechs- bis siebenstellige Summen.

Die ohnehin schon äußerst kritische Situation wird dann noch verschlimmert, wenn es, wie aktuell häufig zu beobachten, zu einer doppelten (double Extortion) oder gar dreifachen Erpressung (tripple Extortion) kommt. Hierbei ziehen die Täter vor der Verschlüsselung die Daten des Opfers ab und veröffentlichen sie im Darknet oder informieren darüber hinaus gar gezielt die Kunden oder andere

Stakeholder des betroffenen Unternehmens, sollte kein Lösegeld bezahlt werden.

Drohender Kontrollverlust – Was sind die Herausforderungen bei einem kritischen Cyberangriff?

Unternehmen, die sich nicht gezielt auf kritische Cyberangriffe vorbereiten und angegriffen werden, geraten zwangsläufig in eine Chaos Phase.

Sobald der Hackerangriff erkannt wird und hinreichende Informationen diesbezüglich vorliegen, werden in der Regel sofort alle Systeme vom Netzwerk getrennt. Binnen weniger Minuten kommen so nahezu alle Geschäftsprozesse zum Erliegen, die noch vor wenigen Augenblicken mehr oder minder reibungslos liefen. Das Unternehmen wird dadurch praktisch geschäftsunfähig und in relativ kurzer Zeit müssen sowohl eine Vielzahl von Entscheidungen getroffen, als auch weitreichende Maßnahmen ergriffen werden, ohne dass ausreichende Erfahrung in solchen Situationen vorhanden ist. Zudem ist die Lage häufig sehr unklar und dynamisch.

Von nun an steht die Geschäftsführung einer Vielzahl schwieriger Herausforderungen gegenüber. Ohne Vorbereitung herrschen keine klaren Strukturen vor und es existieren keine Notfallprozesse. Betroffene Unternehmen erhalten kaum Unterstützung durch Partner vor Ort, müssen aber dennoch eine Vielzahl von Akteuren involvieren und koordinieren. Die knappen IT-Ressourcen sind für gewöhnlich vollumfänglich mit technischen Aspekten beschäftigt, werden aber laufend von der Geschäftsführung benötigt, um Fragen zu beantworten und Informationen zu liefern. Hinzu kommt ganz unterschiedliches Fachwissen und damit einhergehend gewisse sprachliche Hürden zwischen IT und Geschäftsleitung. Sehr schnell werden regulatorische und insbesondere umfangreiche Anforderungen aus dem Bereich des Datenschutzes relevant, die beachtet werden müssen. Diese Aufzählung lie-

Bildquelle: smartSEC

Bildquelle: smartSEC

ße sich noch lange weiterführen und so ist es nicht verwunderlich, dass sowohl Management als auch IT mit der Lagebewältigung meist völlig überfordert sind.

Wie können sich Unternehmen auf Cyberangriffe vorbereiten?

Der einzige Vorteil, den man solchen Angriffen abgewinnen kann ist, dass betroffene Unternehmen in der Regel gerade in den ersten Tagen der Chaosphase denselben Problemen, Fragestellungen, Entscheidungsbedarfe und ersten Schritten gegenüberstehen. So lassen sich einige Maßnahmen sehr gut in Ruhe, ohne Zeitdruck und Existenzängsten vorbereiten. Unternehmen, die sich gezielt auf kritische Cyberangriffe vorbereiten wollen, sollten sich unter anderem mit folgenden Fragestellungen auseinandersetzen:

- Welche Personen müssen im Ernstfall in kürzester Zeit zur Verfügung stehen und als Notfallstab zusammenkommen? Machen Sie sich Gedanken wer, wie, am besten erreichbar ist und welche Vertretungen verfügbar sein müssen. Denken Sie auch darüber nach, welche externen Dienstleister im Notfall einzubeziehen sind.
- Welche Räumlichkeiten eignen sich als Notfallstabsraum und wie sollte dieser ausgestattet sein? Es gilt zu berücksichtigen, dass im Ernstfall unter Umständen weder das W-LAN noch die Telefonanlage oder die Drucker funktionieren werden und manchmal sogar der Zugang zum Bürogebäude erschwert sein wird.
- Was sind die wichtigsten Geschäftsprozesse Ihres Unternehmens? In einer solchen Situation muss zwingend priorisiert werden und es kann unmöglich der gesamte Geschäftsbetrieb auf einmal wieder zum Laufen gebracht werden. Was sind also Ihre “Kronjuwelen” (siehe S. 10) im Bereich der Wertschöpfung und welche IT-Systeme und Assets benötigen Sie dafür?
- Für welche Geschäftsprozesse gibt es bereits einfache und pragmatische Workarounds bzw. wie könnten solche Workarounds aussehen?
- Wie sieht Ihre IT-Infrastruktur aus und wo sind welche Daten zu finden bzw. auf welchen Servern laufen Ihre priorisierten Systeme? Bedenken Sie dabei, dass ein Großteil der involvierten Akteure, angefangen von externen IT-Dienstleistern bis hin zu Forensikern und Ermittlungsbehörden, Ihr Unternehmen und Ihre IT-Infrastruktur nicht kennen und sich in kürzester Zeit zurechtfinden müssen.

Aus unserer Erfahrung als IT-Notfallmanager sollte hier auf eine pragmatische Vorgehensweise gesetzt werden, die im Ernstfall nicht überfordert und die aufgrund einer ressourcenschonenden Herangehensweise eine Umsetzung für kleinere Unternehmen überhaupt erst möglich macht. Dies ist auch der Ansatz, den wir als smartSEC gewählt haben und wie wir unsere Kunden mittels unseres IT-Notfallhandbuchs gezielt auf kritische Cyberangriffe vorbereiten.

Darüber hinaus empfehlen wir den Ernstfall zwingend mindestens einmal, besser in regelmäßigen Abständen, zu üben. Mittels einer Krisensimulation sollte das Unternehmen und die definierten Notfallprozesse, ähnlich wie bei einer Brandschutzübung, einem realitätsnahen Stresstest unterzogen werden. Dies bietet nicht nur die Chance im Ernstfall deutlich routinierter agieren zu können, sondern aufgrund der gemachten Erfahrungen die getroffenen Vorbereitungsmaßnahmen weiter zu verbessern und anzupassen.

Möbelspeditionen im Visier von Cyberkriminellen

„Ein solcher Hackerangriff kann der Genickbruch für ein Unternehmen sein!“

85 Cyberangriffe hat die KonBriefing Reasearch UG, die Kundinnen und Kunden u.a. bei der Auswahl von Softwarelösungen für IT-Sicherheit unterstützt, zwischen Januar bis Juni 2022 gezählt. Die Dunkelziffer liegt wohl weit darüber. Auch in der Möbellogistik gehören Cyberangriffe auf die IT-Systeme mittlerweile dazu.

Alltag sind solche Attacken noch nicht. Aber sie kommen vor. So berichtet ein Mitgliedsunternehmen vom Angriff auf seine Serverlandschaft – und das, obwohl man laut IT-Anbieter, mit dem man zusammenarbeitete, gut geschützt sei. Bis zum Zeitpunkt des Angriffs dachte man das auch.

„Wir haben schnell reagiert und umgehend den Stecker gezogen“, berichtet der Geschäftsführer. Gut so! Zwar hätten die Angreifer das Backup verschlüsselt „und nichts ging mehr“. Die Echtzeitdaten allerdings seien unberührt gewesen, was wiederum „glücklicherweise bedeutet hat, dass keine Umzüge verschoben werden mussten“. Der komplette Telefon- und E-Mail-Verkehr sei über ein Firmenhandy gelaufen. Circa drei Tage hätte es gedauert, bis das Unternehmen wieder halbwegs gut arbeiten konnte. Um wieder vollständig ungehindert aktiv sein zu können gingen rund zwei Monate ins Land. Der Schaden: knapp 30.000 Euro. „Für kleinere Unternehmen kann solch ein Angriff schnell der Genickbruch sein.“ Neben dem finanziellen Schaden stehe auch das Image auf dem Spiel. Das Unternehmen blieb wenigstens von Letzterem verschont. Wohl auch, weil man den Vorfall nicht an die große Glocke hängt. Wachrütteln wolle man die Kolleginnen und Kollegen in den AMÖ-Mitgliedsunternehmen aber schon.

Die Tücken der Digitalisierung

„Wir haben uns sofort professionelle Unterstützung geholt und das komplette System neu aufsetzen lassen.“ Das gestaltete sich zu Beginn gar nicht so leicht. Erst einmal muss ein „sauberes“ Gerät her, also eines, das längere Zeit nicht im Firmennetzwerk hing und nicht der Attacke ausgesetzt war. Moderne Laptops, wie sie in dem Unternehmen genutzt werden, haben kein CD-Laufwerk. Wie soll man da das Betriebssystem neu einspielen? Oder ins Internet kommen, wenn der bisherige Weg infiziert ist? Eine ernste Situation, denn das vernetzte Arbeiten des Unternehmens war unmöglich. „Selbst an Videomeetings konnten wir nicht mehr teilnehmen, sondern haben, wie früher üblich, Telefonkonferenzen einberufen.“

Im Unternehmen selbst hat man die IT-Sicherheit im Zuge des Neuaufbaus auf ein sichereres Fundament gestellt. So gebe es neben neuer Software und anderen Lösungen intern strengere Vorgaben bei der Nutzung der Endgeräte: „Das Öffnen von USB-Sticks ist nun gesperrt und auch das Herunterladen von Software – und handelt es sich auch nur um das Update eines herkömmlichen pdf-Readers – ist jetzt nicht mehr möglich.“

Der Geschäftsführer des Unternehmens empfiehlt allen zur Vorsicht und rät zu Präventionsmaßnahmen. „Um für eine solche Ausnahmesituation gerüstet zu sein, packen Sie sich ausführliche Notfallpläne und Checklisten in Ihre Schublade.“ Darin enthalten sein sollten in jedem Fall die wichtigsten Kontaktdaten aller handelnden Personen, etwa der IT-Spezialisten, des Internet- und Telefondienstleisters und der Hauptansprechpartner im Unternehmen sowie Ablaufbeschreibungen, wie in einem solchen Fall vorgegangen werden muss. Wichtig auch: ein sauberes Notfall-Laptop.

Schulungen und Awareness-Training

Das Unternehmen will sein Personal regelmäßig schulen. Dazu soll es versteckte Tests geben. „Damit wollen wir unser Personal nicht schikanieren, sondern wir wollen feststellen, wie gut es sensibilisiert ist bzw. wo wir nachschulen müssen.“

Wer hinter dem Cyberangriff steckt, wird wohl nie ans Licht kommen. Zu gut hätten die Kriminellen ihre Spuren verwischt. Bemerkt habe man die Attacke, weil die installierten Sicherungsprogramme angeschlagen hätten. Forderungen der Angreifer habe es keine gegeben. „Darauf wären wir aber auch nicht eingegangen!“

Die Zahlung von Lösegeld kann strafbar sein!

Cyberangriffe stellen eine immer größere Bedrohung dar. Insbesondere wird ein starker Anstieg von cyberkriminellen Erpressungsmethoden, wie z.B. Ransomware-Attacken auf Unternehmen und andere Organisationen, verzeichnet. Die Täter wollen Lösegeld, andernfalls sind die Daten weg. Wie sollte man sich in so einem Fall verhalten?

Das BSI beschreibt die IT-Sicherheitslage in Deutschland im Jahr 2021 als „angespannt bis kritisch“ und ruft Unternehmen, Organisationen und Behörden dazu auf, ihre IT-Sicherheitsmaßnahmen zu überprüfen und der Bedrohungslage anzupassen. Der Umgang mit Schwachstellen ist und bleibt eine der größten Herausforderungen der Informationssicherheit. Cyber-Kriminelle sind aufgrund ihrer technischen Möglichkeiten dazu fähig, Schwachstellen auszunutzen: in vielen Fällen ohne weiteres Zutun der Anwenderinnen und Anwender. Unter anderem mit der enormen Zunahme der Arbeit im Homeoffice haben sich neue Herausforderungen für die Informationssicherheit ergeben. Ransomware-Angriffe sind gegenüber einzelnen Verbrauchern ebenso zu verzeichnen wie gegenüber öffentlichen Institutionen oder großen Unternehmen.

Opfer von Cyberangriffen werden in der Regel aufgefordert, einen gewissen Geldbetrag als „Lösegeld“ zu zahlen. Die Zahlung ist mittlerweile häufig über digitale Währungen respektive Kryptowährungen, wie z.B. Bitcoin oder Ethereum, zu leisten. Für Opfer einer solchen Attacke ist die Zahlung zumeist die einzige Möglichkeit, den Zugriff auf betroffene, nicht extern gesicherte Daten zurückzuerlangen. Eine Garantie, dass die Entsperrung der Daten auch tatsächlich erfolgen werde, besteht allerdings nicht. Darauf berufend riet das BSI bereits im Jahre 2016 von Zahlungen an die Erpresser ab. Allerdings ist es mittlerweile Allgemeinwissen, dass eine Lösegeldzahlung regelmäßig ohne großen Zeit- und Kostenaufwand die Freigabe der Dateien bewirkt, schon weil hierauf das Geschäftsmodell der Täter beruht.

Kommt man einer Lösegeldforderung nach und zahlt den Erpressern die geforderte Summe, könnte eine Strafbarkeit nach § 129 Abs. 1 StGB wegen der Unterstützung einer kriminellen Vereinigung vorliegen. Es reicht nämlich schon, als Nichtmitglied einer kriminellen Vereinigung deren Fortbestand oder die Verwirklichung ihrer Ziele zu fördern. Geht ein solcher Cyberangriff von einer professionellen und gewerblich tätigen Hackergruppierung aus, und als Betroffener ist einem die Tätergruppierung bekannt, dürfte die Veranlassung einer Lösegeldzahlung tatsächlich den Tatbestand nach § 129 Abs. 1 Satz 2 StGB erfüllen.

Dennoch könnten in solchen Konstellationen, wo man von einem Ransomware-Angriff betroffen ist und durch die Lösegeldzahlung seine Daten retten möchte, in Frage kommende Rechtfertigungs- und Entschuldigungsgründe z.B. nach §§ 34, 35 StGB, eine Bestrafung entfallen lassen. Außerdem sieht das Gesetz in § 129 Abs. 6 StGB das Absehen einer Bestrafung vor, wenn die Schuld des Betroffenen gering oder seine Mitwirkung von untergeordneter Bedeutung ist. Dies könnte in einem solchen Fall nicht fernliegend sei. Genauso kann nach § 126 Abs. 7 StGB von einer Bestrafung abgesehen werden, wenn der von einer Ransomware-Attacke Angegriffene freiwillig umgehend die Ermittlungsbehörden einschaltet, ihnen alle Informationen übergibt und sich ernsthaft bemüht, weitere Tatbegehungen der Angreifer zu verhindern.

BSI und BKA raten dazu, nicht auf Lösegeldforderungen einzugehen, da eine Zahlung stets mit dem Risiko verbunden ist, dass die Dateien und Programme trotz Zahlung nicht entschlüsselt werden. Daher sollte man zunächst versuchen, Beweismaterial zu sammeln, z.B. ein Foto von der Erpressungsnachricht, und dann umgehend den Kontakt zu den zuständigen Ermittlungsbehörden (Polizei, Staatsanwaltschaft) aufnehmen. Anschließend helfen meist nur ein komplettes Neuaufsetzen und Aufspielen eines Daten-Backups. Um Infektionen mit Ransomware und anderen Schadsoftware zu schützen, soll man laut des BKA folgende Grundregeln einhalten:

- Öffnen Sie auf keinen Fall per Mail übersandte Anhänge oder enthaltene Links, die nicht zweifelsfrei sicherer Herkunft sind.
- Laden Sie keine Dateien/Programme aus dem Internet herunter, die nicht von verifizierten Stellen angeboten werden.
- Sichern Sie Ihre Daten regelmäßig manuell oder mittels einer Back-up Software auf einem externen Datenträger.
- Halten Sie Ihr System mit der Installation verfügbarer Sicherheitsupdates auf dem aktuellen Stand.
- Nutzen Sie ein aktuelles Antivirenprogramm auf ihrem System.

Terminkalender 2022

13. September	Thementag E-Lkw	Wiehl
6. bis 7. Oktober	AMÖ-Jahrestagung	Hamburg

Terminkalender 2023

16.-18. Juni	J'AMÖ-Tagung	Montabaur
27.-28.September	Messe MöLo	Essen

Ihr Kontakt zur AMÖ

Die Geschäftsstelle der AMÖ in der Schulstraße 53 in Hattersheim am Main besteht aktuell aus einem achtköpfigen Team, das sich täglich für die Bedürfnisse der AMÖ-Mitgliedsunternehmen einsetzt.

Andreas Eichinger
Hauptgeschäftsführer
Tel.: 06190 9898-10
eichinger@amoe.de

Dr. Ellen Troska
stellv. Hauptgeschäftsführerin
Tel.: 06190 9898-11
troska@amoe.de

RA Farsad Saghafi
Syndikusrechtsanwalt
Tel.: 06190 9898-12
saghafi@amoe.de

Daniel Waldschik
Pressesprecher
Tel.: 06190 9898-17
waldschik@amoe.de

Regina Koch
Buchhaltung
Tel.: 06190 9898-16
koch@amoe.de

Manuela Higgen
Assistenz der Geschäftsführung
Tel.: 06190 9898-13
higgen@amoe.de

Christine Mann
Sekretariat
Tel.: 06190 9898-14
mann@amoe.de

Tanya Phillips
Teamassistentin
Tel.: 06190 9898-15
phillips@amoe.de

Impressum
Die MöbelLogistik ist das offizielle Organ des Bundesverbandes Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V. und der Gruppe internationaler Möbelspediteure e.V. (GIM). Die MöbelLogistik erscheint in sechs Ausgaben pro Jahr. Der Bezugspreis ist durch den Mitgliedsbeitrag abgegolten.

Herausgeber:
Bundesverband
Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.
Schulstraße 53
65795 Hattersheim/Main
Tel.: 06190 9898-13
www.amoe.de
info@amoe.de

Chefredaktion:
Daniel Waldschik (dwa)
Tel.: 06190 9898-17
waldschik@amoe.de

Redaktion:
Andreas Eichinger (aei),
Dr. Ellen Troska (etr)
Farsad Saghafi (sag)
Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen, daher besteht auch kein Anspruch auf Ausfallhonorare. Mit dem Autorenhonorar gehen die Verwertung-, Nutzungs- und Vervielfältigungsrechte an die AMÖ über, insbesondere auch für elektronische Medien (Internet, Datenbanken, CD-ROM). Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Verfassers wieder, nicht unbedingt die Meinung der Redaktion. Nachdruck oder elektronische Verwertung von Beiträgen nur mit schriftlicher Genehmigung der AMÖ.

Satz und Layout:
klarika
Design- und Branding Agentur
Falkstraße 73-77
47058 Duisburg
Tel.: 0203 600161-17
www.klarika.de
hallo@klarika.de

Druck
WIRmachenDRUCK GmbH,
Mühlbachstraße 7, 71522 Backnang
Versand: CP-Werbung, Dresden
ISSN 0014-6838

Anzeigenverwaltung:
Bundesverband
Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V.
Daniel Waldschik
Tel.: 06190 9898-17
waldschik@amoe.de
Es gilt die jeweils aktuelle Anzeigenpreisliste auf www.amoe.de.

MITGLIEDER EINLADEN, DATENSCHUTZ UND CO.

Was gilt bei virtuellen Sitzungen?

Der Gesetzgeber hat im COVID-19-Gesetz vom 27. März 2020 eine Sonderregelung für Gesellschaften, Genossenschaften, Vereine und Stiftungen geschaffen, wodurch virtuelle Sitzungen und somit auch präsenzlose Beschlussfassungen erleichtert wurden. Eine zunächst nur übergangsweise vorgesehene Regelung wurde unlängst bis zum 31. August 2022 verlängert.

Durch die Neuregelungen konnten z.B. Vereine ohne weiteres ihre Mitgliederversammlungen per Videokonferenz durchführen; vor der Gesetzesänderung war dies nur dann möglich, wenn die Vereinssatzung dies ausdrücklich zugelassen hat.

Achtung bei Satzungsänderungen

Es besteht ein qualitativer Unterschied zwischen einem ausschließlich virtuellen Zusammentreffen und der nur zusätzlichen Möglichkeit virtueller Teilnahme an einer zeitgleich in Präsenz stattfindenden Versammlung. Bei ausschließlich virtueller Durchführung der Versammlung haben Bestandsmitglieder keine Wahl: Entweder sie verfügen – womöglich mit Hilfe Dritter und öffentlich zugänglicher technischer Einrichtungen – über Computer, Internetzugang und ausreichende technische Fähigkeiten, oder ihnen bleibt die Ausübung ihrer Mitgliedschaftsrechte versagt. Besteht die Möglichkeit der virtuellen Teilnahme an der Mitgliederversammlung hingegen zusätzlich zur Teilnahme in Präsenz, bleibt es den Mitgliedern überlassen, in welcher Form diese an der Versammlung teilnehmen und ihre Mitgliedschaftsrechte ausüben.

Das ist zu beachten

Vor allem wegen der dadurch geschaffenen Flexibilisierung und eingetretenen Reduzierung von Reiseaufwand und Präsenztreffen werden einige Gesellschaften und Vereine von der Möglichkeit Gebrauch machen, z.B. durch eine Satzungsänderung die virtuelle Durchführung von Versammlungen auch zukünftig zuzulassen. Dabei gilt es jedoch bestimmte Anforderungen einzuhalten, wie z.B. die rechtzeitige Mitteilung der Versammlungsform, die Mitteilung der Zugangsdaten an Vereinsmitglieder sowie die Gewährleistung durch Vorkehrungen, dass nur Vereinsmitglieder an der Versammlung teilnehmen und Mitgliedschaftsrechte ausüben.

Für die Mitteilung der Zugangsdaten bietet sich eine direkte Ladung der Mitglieder samt Übersendung der Zugangsdate, insbesondere via E-Mail an. Dort, wo Vereine in ihrer Satzung auch eine Einberufung durch öffentliche Bekanntmachung vorsehen, wäre die öffentliche Bekanntmachung der vollständigen Zugangsdaten gemeinsam mit der Einberufung der Mitgliederversammlung problematisch, da so auch Nichtmitglieder an der Versammlung teilnehmen könnten. Eine Lösungsmöglichkeit bestünde darin, nicht die Zugangsdaten für die Versammlung öffentlich bekanntzumachen, sondern lediglich auf die (zusätzliche) virtuelle Durchführung der Versammlung und die Teilnahmemöglichkeit hinzuweisen. Dieser Hinweis wird mit der Aufforderung an die Mitglieder verbunden, sich für eine virtuelle Teilnahme bis spätestens drei Tage vor Beginn der Versammlung an eine bestimmte (E-Mail-) Adresse rückzumelden. Vereinsmitglieder erhalten anschließend die Einwahldaten an die für sie beim Verein hinterlegte E-Mail-Adresse.

Dennoch verbleibt auch unter Einhaltung der vorgenannten Punkte das Restrisiko, dass auch Nichtmitglieder an der Versammlung teilnehmen, sodass darauf geachtet werden

sollte, dass die virtuelle Versammlungsteilnahme von Vereinsmitgliedern in einem nur für Mitglieder mit deren Zugangsdaten zugänglichen Meetingraum erfolgt. Außerdem empfiehlt es sich bei einer virtuellen Teilnahme eine „Identitätsfeststellung“ vorzunehmen.

Datenschutz nicht vergessen!

Tools für Videokonferenzen und Online-Meetings müssen mit dem Datenschutz vereinbar sein. Daher sollte im ersten Schritt überlegt werden, für welchen Anbieter von Videokonferenz-Tools man sich entscheidet. In diesem Kontext spielt Art. 25 DSGVO eine große Rolle, da dieser den Datenschutz durch Technikgestaltung sowie datenschutzrechtliche Voreinstellungen der genutzten Technik reglementiert. Empfehlenswert ist es, vorzugsweise einen europäischen Anbieter zu wählen sowie Anbieter mit datenschutzfreundlichen Grundeinstellungen, wo im Sinne des Art. 25 DSGVO nur das Minimum an personenbezogenen Daten erhoben wird.

Wichtig (und verpflichtend) ist es, die Teilnehmer von Videokonferenzen stets über den Umfang sowie den Zweck und die Art der Verarbeitung von personenbezogenen Daten zu informieren (Art. 12, 13 DSGVO). Weiter sollte man sich mit den Funktionalitäten von Videokonferenzsystemen auseinandersetzen, insbesondere hinsichtlich möglicher Aufzeichnungen von Videomeetings, die Nutzung von Zugangsbeschränkungen sowie den Umgang mit Trackingfunktionen. Im Falle einer notwendigen Aufzeichnung gilt es, die Teilnehmenden vor Beginn des Meetings darauf hinzuweisen und mindestens eine mündliche Zustimmung einzuholen. Auch sollten Aufzeichnungen lediglich lokal, also außerhalb des Tools, gespeichert und nach Zweckerreichung gelöscht werden. Dasselbe gilt bei Tools mit Trackingfunktionen.

Fazit

Bei etwaigen Satzungsregelungen für die virtuelle Durchführungen von Versammlungen oder Beschlüssen sollte bei der Formulierung darauf geachtet werden, ob man die virtuelle Durchführung ausschließlich oder zusätzlich zulassen möchte.

Die virtuelle Teilnahme an und die Durchführung von Versammlungen der Mitglieder setzt eine rechtzeitige Mitteilung an die Mitglieder über die Form der Versammlung voraus. Die virtuelle Teilnahme muss durch Übermittlung der notwendigen Zugangsdaten ermöglicht werden. Für beides bietet die Einberufung der Mitgliederversammlung Gelegenheit. Auch ist zu gewährleisten, dass nur Vereinsmitglieder an der Versammlung teilnehmen und abstimmen können. Das ist sowohl bei Bekanntgabe der Einberufung einer Mitgliederversammlung als auch bei deren Durchführung – insbesondere durch Identitätskontrollen – zu gewährleisten. Ferner sollten den Mitgliedern entsprechende Verpflichtungen auferlegt werden.

Datenschutzrechtlich muss bei der Wahl eines Tool-Anbieters zwingend auf eine hohe Vereinbarkeit der Tools mit der DSGVO geachtet werden. Der Sitz des Dienstleisters, also außerhalb oder innerhalb der EU, Zertifizierungen hinsichtlich des Datenschutzniveaus sowie alle Funktionalitäten, die bei der Verarbeitung von personenbezogenen Daten eine Rolle spielen können, wie z.B. Aufzeichnungen, Tracking etc. sollten bei der Auswahl des Anbieters hohe Priorität haben.

halteverbot-beantragen.de

Moerser Landstraße 555 - 557
D-47802 Krefeld
Fon: +49 (2151) 789 23 82
Fax: +49 (2151) 789 23 81
email: info@halteverbot-beantragen.de

Bildquellen: Altnetic Media

J'AMÖ-TAGUNG 2022

Die „Zukunft der Logistik“ hat sich komplett neu erfunden!

„Gerne wieder. Vielen Dank“ – Was klingt, als hätte die AMÖ einen ebay-Kunden zufriedengestellt, ist in Wahrheit ein kurzes, aber prägnantes positives Feedback zu unserer J'AMÖ-Tagung 2022 im vergangenen Juni in Köln.

Spannende Themen, konstruktive Diskussionen: Nach zwei Jahren Zwangspause hat sich im vergangenen Juni die „Zukunft der Logistik“ zur J’AMÖ-Tagung in Köln getroffen. Mit dabei: Rund 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus 70 Unternehmen, angereist aus dem gesamten Bundesgebiet.

Das Programm: rundum erneuert! Weg vom Klassenfahrt-Image hin zum echten Tagungscharakter. Dafür sorgte das erstmals veranstaltete Barcamp, das aus einer Reihe teilweise auch parallel angebotener Workshops und/oder Vorträgen bestand. Das offene Veranstaltungsformat eignet sich besonders für praktische Fragen und konkrete Problemstellungen. Beides Dinge, die die J’AMÖ perspektiv beantworten und lösen wollen. Alle Teilnehmer:innen konnten sich die Themen und Sessions, die auf der J’AMÖ-Tagung angeboten wurden und die sie interessierten, selbst aussuchen und in separaten Räumen besuchen. Platz genug dazu bot das IN VIA Köln in der Stolzestraße.

Das diesjährige Treffen sollte der Auftakt sein, dem Nachwuchs aus dem AMÖ-Mitgliedsunternehmen eine angemessene und ansprechende Plattform für ihre Themen und Bedürfnisse zu bieten. Die Themen, Sessions, Workshops und Vorträge konnten die Teilnehmer:innen im vorab veröffentlichten Konferenz-Guide sowie in der erstmals eingesetzten Tagungsapp einsehen.

Der Ablauf im Schnelldurchgang

Nach einer kurzen Eröffnung stellten AMÖ-Hauptgeschäftsführer Andreas Eichinger und J'AMÖ-Sprecher Lukas Brüggemann vor, wie sich sowohl der Bundesverband als auch die J'AMÖ künftig aufstellen wollen. Die Botschaften waren klar: „Derzeit bewegt sich so einiges. Die Entwicklung schreitet voran. Dafür brauchen wir Euch!“

Danach hatten die Anwesenden die Qual der Wahl der Wahl. In den Sessions Weiterentwicklung und Zukunftsthemen der J'AMÖ konnten u.a. die Probleme von morgen identifiziert, analysiert und über Lösungen nachgedacht werden.

Für die Session Unternehmensnachfolge und Unternehmensübergabe/-übernahme konnten u.a. mit Horst Geuer und Romina Weis spannende Persönlichkeiten gewonnen werden, die den Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus erster Hand berichten und informieren konnten.

Aktive Workshops im Bereich Leadership und Personal bot u.a. die DAK Gesundheit, die bereits seit vielen Jahren mit der AMÖ im Bereich Betriebliches Gesundheitsmanagement kooperiert. Dabei zeigten Mark Schneider und Jasmin Bücker von der Motio GmbH, wie die Teilnehmer:innen zum Beispiel in Gesprächen mit nervigen Kunden nicht aus der Ruhe kommen, wie sie in der täglichen Arbeit nicht den Kopf verlieren, wenn es mal stressig wird, oder legten den Workshop-Teilnehmenden Techniken ans Herz, mit denen sie sich in all den hektischen Phasen des Alltags selbst runterfahren können.

Michael Rossié, der, eigentlich, "nur" als unser Keynote-Speaker auftreten sollte, konnten wir kurzerhand für den Spontan-Workshop „Richtig kritisieren!“ gewinnen, ehe er mit seinem Vortrag zum Thema Kommunikation den Schlusspunkt der diesjährigen Fachtagung setzte.

Natürlich wollten wir wissen: Wie gut ist uns die Neuausrichtung der J’AMÖ gelungen? Wie hat den Teilnehmer:innen die J’AMÖ insgesamt gefallen? Wie haben sie das Barcamp empfunden? Lassen wir doch einfach die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sprechen. Alle Aussagen stammen aus unserer anonymen Umfrage im Nachgang der J’AMÖ-Tagung.

Save the date
Die nächste J’AMÖ-Tagung findet vom 16. bis 18. Juni 2023 in Montabaur statt. Über die Planungen halten wir Euch auf dem Laufenden.

Ihr habt Themen, die wir in Montabaur unbedingt mit auf die Agenda nehmen sollen? Sagt es uns und schreibt einfach eine Mail an waldschik@amoe.de.

Das sagen die Teilnehmer:innen zur J'AMÖ-Tagung insgesamt:

„Aufbruchstimmung!"

„Sehr gut organisiert, hat riesig Spaß gemacht. Danke dafür und bis nächstes Jahr!"

„Besonders gut gefallen hat mir die Vielfalt, sodass jeder etwas für sich finden konnte. Die Zeiten (Dauer) waren optimal, so konnte man bei jeder Session konzentriert teilnehmen."

„Sehr gute, informative und kommunikative Veranstaltung. Durchs Barcamp hatte man die Möglichkeit mit vielen verschiedenen Leuten ins Gespräch zu kommen. Insgesamt eine sehr runde und gelungene Veranstaltung."

„Alles sehr gut gestaltet: vom Get-together bis hin zur Tagung!"

„Ich war zum ersten Mal auf der J'AMÖ und es hat mir sehr gefallen. Die Offenheit der Leute war super."

„Vielen Dank für die informative Tagung. Wir haben uns sehr gefreut das erste Mal dabei sein zu können und wollen uns hier nun auch mehr integrieren."

„Die diesjährige J'AMÖ war eine tolle Veranstaltung mit vielen Networking-Möglichkeiten, tollen Gesprächen und neuen sowie alten Kontakten. Aber auch durch die verschiedenen Sessions eine Möglichkeit, sich zu inspirieren, zu motivieren und sich selbst weiterzuentwickeln. Alles in allem ein tolles Wochenende mit viel Input aber auch viel Spaß."

„Es war meine J'AMÖ Erstteilnahme. Die Erwartungshaltung war nicht hoch, da solche Veranstaltungen in der Vergangenheit bzw. auf internationaler Ebene eher klassisches Networking mit Partycharakter (Klassenfahrt) sind. Umso positiv überraschter war ich, dass es nicht ausschließlich Networking/Wiedersehen war, sondern verschiedene Pitches bzw. Workshops angeboten worden sind, wobei viele konstruktive Diskussion zustande kamen und jeder einzelne an der Zukunftsgestaltung der AMÖ bzw. Sicherung des eigenen Arbeitsplatzes teilnehmen und sich auch einbringen konnte. Weniger gut: Einstellung einer Kolleg:innen, die erst zum Abend hinzukamen und eher das Klassenfahrtniveau als Anspruch hatten."

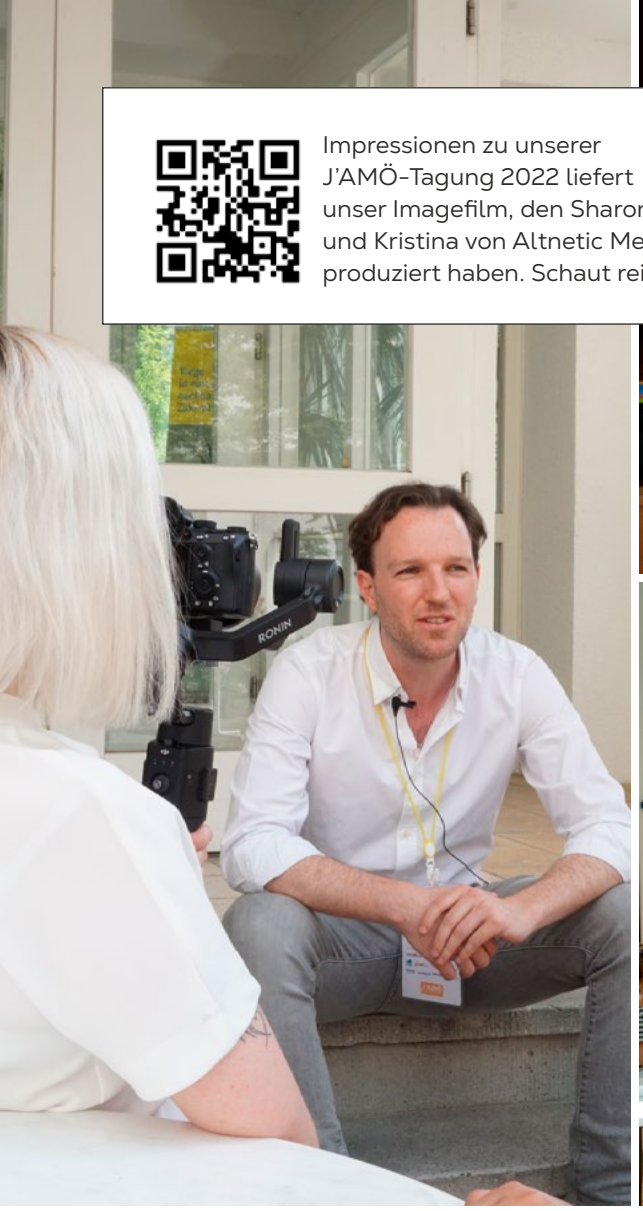
„Die Tagungsform hat Maßstäbe für die Zukunft gesetzt!"

„Super lockere Veranstaltung/Atmosphäre in der man sich einbringen kann, jedoch der einzelne Teilnehmer*in nicht muss... ich komme wieder!“

„Schöne Tagung in lockerer Atmosphäre mit interessanten Sessions. Beginn des Reboots der J'AMÖ mit Raum für Verbesserungen.“

„Die J'AMÖ 2022, für mich eine absolut bereichernde, motivierende Tagung mit vielen Mehrwerten – sowohl fachlich als auch persönlich. Es hat sich gelohnt, seine ‚Bubble‘ mal zu verlassen, um neben spannenden Fachvorträgen mit frischen, kreativen Menschen, die sich mit ähnlichen Themen und Herausforderungen beschäftigen, auszutauschen.“

„Trotz der vielen Teilnehmer hatte man nie den Eindruck, man geht in der Menschenmenge unter. Es hat sich sehr familiär angefühlt und man konnte sich sehr gut mit allen unterhalten und austauschen. Das Format Barcamp, mit den verschiedenen Workshops und Vorträgen der Referenten, hat mir sehr gut gefallen. Andreas Eichinger bringt Aufschwung in die AMÖ. Man hat das Gefühl, er will die AMÖ beleben und die AMÖ/J'AMÖ fördern, damit sie wieder an an Ansehen gewinnt.“



Impressionen zu unserer J'AMÖ-Tagung 2022 liefert unser Imagefilm, den Sharon und Kristina von Altnetic Media produziert haben. Schaut rein!

Wie kam das neue Barcamp bei den Teilnehmer:innen an?

„Mir hat sehr gut gefallen, dass es kleinere Gruppen waren und mehr Spielraum für individuelle Fragen gab!"

„Die Barcamps und die Vorträge waren sehr interessant und lehrreich. Das gesamte Programm war perfekt auf die Teilnehmer zugeschnitten."

„Dass es informativ war, inspirierend und auch motivierend. Der Austausch, dass auch Fragen geklärt wurden und man wirklich etwas mitnehmen konnte davon. Es war einfach sehr interaktiv und das hat mir gefallen."

„Die Art und Weise wie der Programmtag ablief, man konnte perfekt nach seinen Interessen abstimmen."

„Die Tagung war eine gelungene Neuerfindung der J'AMÖ. Barcamps sind aus unserer Perspektive eine fantastische Idee, um persönliche Interessen individuell besser auf der J'AMÖ abstimmen zu können."

„Der gelungene Austausch zwischen Jung und Alt, unerfahrenen und erfahrenen Kollegen. Zudem fand ich die Wahlmöglichkeit auszusuchen, welches Thema mich mehr interessiert bzw. welcher Vortrag passt zu mir."

Das sagen die Teilnehmer:innen zum diesjährigen Themenangebot:

„Der Einblick in die ‚Nachfolge bei Geuer International GmbH' war sehr interessant, da aus beiden Perspektiven die Übergabe bzw. Übernahme besprochen wurde. Das Thema ‚Jung, weiblich, branchenfremd: Hurra, ich übernehme eine Möbelspedition' fanden wir sehr inspirierend und motivierend. Das Gespräch war durch den Moderator locker und informativ. Auch fanden wir toll, dass in der Runde mit allen Teilnehmern kommuniziert wurde. Und letztlich ‚Plötzlich Chef, was nun?' – Jeder Teilnehmer konnte sich in dieser Session einbringen und seine Erfahrung teilen. Dass es hier ein sehr offenes Gespräch war, fanden wir es sehr spannend."

„Michael Rossié war spitze!"

„Die Vorträge wurden interessant übermittelt, guter Content."

„Besonders gut gefallen hat mir die Vielfalt. Die Zeiten waren optimal, so konnte man bei jeder Session konzentriert teilnehmen."

„Mir haben die meisten Themen und Referenten gut gefallen. Weniger gut fand ich, dass man von morgens bis abends sitzen musste. Das lag aber auch mit an der Hitze, dass man sich irgendwann kaum noch konzentrieren konnte."

Wir danken unseren Sponsoren

Bildquelle: Moebel Digi@l

„IT-Wikipedia“ für Möbelindustrie und -handel

Auch die Möbelbranche befindet sich im großen digitalen Wandel. Um das digitale Wissen in der Einrichtungsbranche auszubauen und in die Breite zu tragen, hat die Initiative „Moebel Digit@l“ eine neue, offene Wissensplattform geschaffen, die um den DCC Digitalindex ergänzt wird.

Die Umsetzung von ganzheitlichen Digitalisierungsstrategien ist eine große Herausforderung für die unterschiedlichen Teilnehmer in der Möbelbranche. Unternehmen stehen heute vor der Aufgabe, sich Wissen hinsichtlich der „Digitalisierung“ anzueignen und sich nach neuen Lösungswegen umzusehen, um langfristig konkurrenzfähig bleiben zu können. Dabei bietet die Digitalisierung viele neue Ansätze für Wachstum und Effizienz, um neue Geschäfte voranzutreiben. Aber oft stehen gerade klein- und mittelständische Unternehmen vor der Herausforderung, eigene und Fremdsysteme miteinander zu verknüpfen. Die Anbindung an Warenwirtschaftssysteme (WWS) oder auch die Digitalisierung von Geschäftsprozessen sind Themenbereiche, die in der Branche immer wieder Fragezeichen aufwerfen. Die Branchenverbände VDM, BVDM bzw. Handelsverband Möbel und Küchen, ZGV – Der Mittelstandsverbund sowie das Daten Competence Center e. V. und der IWOfurn haben deshalb eine Wissensplattform zum Thema „Digitalisierung“ geschaffen, die allen Nutzern seit Februar 2022 offensteht.

Wissensplattform „Moebel Digit@l“

Dreh- und Angelpunkt der Initiative ist die Website www.moebeldigital.de, auf der das digitale Wissen in einer Art Branchen-Wikipedia gesammelt wird. Die neue Branchenplattform bietet Profis genauso wie Neulingen praxisnahe Informationen zu digital gestützten Prozessen in der Einrichtungsbranche. Zu den unterschiedlichen Themenbereichen werden ebenfalls Leistungspakete vorgestellt, die in Kombination mit öffentlicher Förderprogrammen die Entwicklung, Umsetzung und den Ausbau der Digitalstrategie von Unternehmen konkret und praxisnah vorantreiben soll.

„Moebel Digit@l geht dabei über die Funktionen einer reinen Wissens- und Informationsplattform hinaus. Wir wollen zusätzlich etwa über Best Practices den kollaborativen Austausch unter den Marktteilnehmern fördern und den Digitalisierungspfad in der Branche Richtung Schnellstraße weiterentwickeln“, bekräftigt Jan Kurth vom VDM.

Wer gern Beiträge zu der Content-Plattform beisteuern möchte, ist dazu eingeladen, Kontakt zu den Initiatoren aufzunehmen. Mehr zu den Voraussetzungen, wie Inhalte auf die Plattform kommen, gibt es auch in den Etikette-Regeln auf der Website nachzulesen. Um die Kommunikation und den Austausch über digitale Themen zu fördern und darüber hinaus der Bedeutung der sozialen Netzwerke gerecht zu werden, ist die Initiative auch mit einer LinkedIn-Gruppe vertreten, die allen Interessierten offensteht.

DCC Digitalindex

Ergänzt wird die Website um den DCC Digitalindex. Dieser soll einen Support bei Digitalisierungsprozessen bieten. Das von der Branchenorganisation konzipierte und getragene Werkzeug ist bei der Orientierung eine Basis zur Maßnahmen- und Strategieentwicklung. Es gewährleistet eine Vergleichbarkeit zum Branchendurchschnitt für die Unternehmen aus Möbelindustrie, -handel und -logistik. Mit diesem Tool können ab 2023 die Digitalisierungsdefizite in den jeweiligen Unternehmen detektiert werden. Der Index zielt auf die Potenzialoptimierung, nicht nur im Unternehmen, sondern in der gesamten Wertschöpfungskette in der Möbelbranche. Der Digitalindex spiegelt eine Statuszusammenfassung sowie ein grafisch aufbereitetes Scoring wider. Die Anonymität der Daten ist selbstverständlich. Mit ihm werden wichtige Meilensteine für eine strategisch, sinnvolle Digitalisierung in der Möbelbranche gelegt.

„Es freut uns, dass es uns gelingt, das neutrale Content-Angebot von Moebel Digit@l laufend zu erweitern.

Das Daten Competence Center e. V. (DCC) mit Sitz in Herford ist ein unabhängiger, nicht gewinnorientierter Verein, der sich in allen Bereichen der Datenkommunikation für variantenreiche und planungsintensive Möbel engagiert. Hierzu gehört die Definition von Standards sowohl für Katalogdaten, als auch für Bewegungsdaten (EDI). Die Ergebnisse sind nicht nur für den stationären Vertriebsweg von Nutzen, sondern werden auch für den Online-Handel genutzt. Die Zukunftsinitiative Möbellogistik (ZIMLog) bringt alle Branchenteilnehmer zusammen, um Standards und Lösungen zu erarbeiten.

Die Standards werden DCC mit dem Ziel entwickelt, die Zusammenarbeit von Möbelindustrie, Möbelhandel und Möbelspedition zu erleichtern und effizienter zu gestalten. Über definierte Schnittstellen können die Daten in den unterschiedlichen IT-Anwendungen verwandt werden. Dabei werden die Schnittstellen offen festgelegt, so dass jeder interessierte Nutzer prinzipiell an dem Datenaustausch teilhaben kann, ohne hohe Investitionen in die Programmierung der IT tätigen zu müssen.

Deshalb setzen wir alles daran, um in den kommenden Monaten noch mehr Öffentlichkeit für die Initiative herzustellen. Moebel Digit@l ist ein Wissens-Booster, von dem alle profitieren, die in der Einrichtungsbranche arbeiten. Deshalb rufen wir gern dazu auf, die Reichweite der Plattform für weitere Beiträge, Webinare, Seminare, Veranstaltungen zu nutzen“, sagt Sascha Tapken, verantwortlicher Redakteur von Moebel Digit@l.

Akademische Unterstützung bekommt die Initiative in Person von Prof. Dr. Nektarios Bakakis, der als wissenschaftlicher Berater für Moebel Digit@l zur Verfügung steht und auch die Konzeption des DCC Digitalindex erstellt hat. Über seine Mitwirkung sagt der Dozent und Professor für Handelsmanagement der Hochschule Worms (University of Applied Sciences): „Der intensive Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis sichert den kontinuierlichen Strom innovativer Ideen und Ansätze in die Wirtschaft.“

Auf www.moebeldigital.de wird das digitale Wissen in einer Art Branchen-Wikipedia gesammelt.

Der digitale Tachograph bekommt eine neue Version

Um die Einhaltung der Lenk- und Ruhezeiten überprüfen zu können, wurde im Jahr 2006 in der Europäischen Union der Einbau digitaler Tachographen verpflichtend. Die elektronische Fahrtenscheiber sammeln Daten, die durch das Unternehmen und Kontrollbehörden ausgelesen werden können.

Ein digitaler Tachograph muss gegenwärtig in allen Fahrzeugen mit einem zulässigen Gesamtgewicht über 3,5Tonnen, die für den gewerblichen Güterverkehr verwendet werden, eingebaut sein und genutzt werden. Für Fahrten mit Lkw zwischen 2,81 und 3,5 Tonnen ist ein Fahrtenbuch zu führen. Nur Fahrzeuge unter 2,8 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht sind bislang von den Auszeichnungspflichten befreit.

Status Quo

Der digitale Tachograph speichert Informationen sowohl auf dem Gerät als auch auf der eingelegten Fahrerkarte. Neben den wichtigen Daten der Lenk-, Ruhe- und Bereitschaftszeiten werden auch die Lenkzeitunterbrechungen, die gefahrenen Kilometer sowie die Geschwindigkeiten aufgezeichnet. Die Fahrerkarte speichert auf einem Chip die Fahr- und Arbeitszeiten des jeweiligen Fahrers für 28 Tage. Ein digitaler Tachograph archiviert diese Daten für 365 Tage.

Der Arbeitgeber ist verpflichtet, die gesammelten Informationen zu archivieren. Eine Fahrerkarte muss alle 28 Tage und ein Tachograph spätestens nach 90 Tagen ausgelesen werden. Die Daten sind mindestens ein Jahr, als Arbeitszeitnachweis zwei Jahre, entweder ausgedruckt oder auf einem separaten Speichermedium, aufzubewahren. Der Arbeitgeber hat außerdem dafür Sorge zu tragen, dass der Fahrer mit dem Gerät richtig umgehen kann. Eine Einweisung ist daher Pflicht.

Was kann der neue Tachograph?

Gegenwärtig wird in Neufahrzeuge die zweite Generation von Tachographen eingebaut – auch Smart Tachograph oder intelligenter Tachograph genannt. Die Ablösung der ersten Version dieses intelligenten Tachographen wurde im Zuge des Mobilitätspakets beschlossen. Der intelligente Fahrtenschreiber der Generation 2 Version 2 soll durch eine genauere Positionsbestimmung die Sicherheit im Straßenverkehr erhöhen. Die Kontrollierbarkeit der Einhaltung verbindlicher Sozialstandards (Lenk- und Ruhezeiten, Arbeitszeitregelungen, Entsenderecht) sowie der Marktzugangsregelungen soll ebenfalls verbessert werden. Der neue Tachograph außerdem auch folgende zusätzliche Datenspeicherung vornehmen bzw. erlauben:

- Automatische Aufzeichnung der Standortdaten, wenn das Fahrzeug die Grenze eines Mitgliedstaats überschreitet;
- Möglichkeit der Standortaufzeichnung der Be- oder Entladung des Fahrzeugs;
- Deklaration, ob das Fahrzeug bzw. der Fahrtenschreiber im Zusammenhang mit der Beförderung von Gütern oder Personen benutzt wird.

Bis zur erfolgten Umrüstung mit dem Tachograph Generation 2 Version 2, der die Grenzüberfahrten dann automatisch speichert, sind Grenzüberschreitungen weiterhin manuell zu erfassen. Dies erfolgt jeweils zu Beginn des ersten Halts in dem Mitglied-

staat (nächstmöglicher Halteplatz an oder nach der Grenze). Wird die Grenze eines Mitgliedstaats mit dem Fährschiff oder der Eisenbahn überquert, so ist das Symbol des Landes im Ankunftshafen oder -bahnhof zu dokumentieren. Diese Verpflichtung gilt für analoge Fahrtenschreiber bereits seit dem 20. August 2020. Bei Nutzung des digitalen Fahrtenschreibers der Generation 1 und des intelligenten Fahrtenschreibers der Generation 2 Version 1 hat der Fahrer seit dem 2. Februar 2022 das Symbol des Landes einzugeben, in das er eingereist ist.

Ab dem 31. Dezember 2024 wird die Nachweispflicht für das Fahrpersonal ausgeweitet. Der Fahrer muss dann die Tätigkeiten des laufenden, sowie der vorausgegangenen 56 Kalendertage (bisherigen 28 Kalendertage) bei Kontrollen vorweisen. Dieses betrifft Schaublätter, Fahrerkarten, Ausdrucke, sonstige Aufzeichnungen und Bescheinigungen. Die Downloadpflicht von Fahrerkarten durch die Unternehmen wird jedoch nicht angehoben und ist weiterhin spätestens alle 28 Kalendertage vorzunehmen.

Ab dem 1. Juli 2026 wird die Nachweispflicht im Zusammenhang mit den Lenk- und Ruhezeiten, und somit auch Verpflichtung der Ausrüstung und Nutzung eines digitalen Tachographen für grenzüberschreitende Güterbeförderungen und Kabotagebeförderungen mit Fahrzeugen, deren zulässiges Gesamtgewicht einschließlich Anhänger oder Sattelanhänger 2,5 Tonnen übersteigt, eingeführt. Hierzu ist dann ebenfalls ein Tachograph der Generation 2 Version 2 zu verwenden.

Neue Einbau- und Umtauschpflichten laut Mobilitätspaket

- Ab 21. August 2023 müssen alle neu zugelassenen Fahrzeuge innerhalb der EU mit dem neuen Fahrtenschreiber der Generation 2 Version 2 ausgerüstet sein.
- Bis einschließlich 31. Dezember 2024 müssen in Fahrzeugen, die im grenzüberschreitenden Verkehr eingesetzt werden, die analogen und digitalen Fahrtenschreiber der ersten Generation gegen die neueste Generation 2 Version 2 ausgetauscht worden sein.
- Bis einschließlich 18. August 2025 müssen in Fahrzeugen, die im grenzüberschreitenden Verkehr eingesetzt werden, die intelligenten Fahrtenschreiber der aktuellen Generation 2 Version 1 gegen die neue Generation 2 Version 2 getauscht worden sein.

MoviNeo
die Umzugssoftware

MoviNeo –
Ihre Umzugssoftware.

Eine Software für maximale Unterstützung Ihres Arbeitsalltags.

Für Desktop und mobile Endgeräte.
Echter Service und kostenlose Updates.
Von Insidern entwickelt.

movineo.de — Hotline 06104 68951-0

NeoMetrik GmbH
Philipp-Reis-Str. 4–8
63150 Heusenstamm
info@neometrik.com
www.neometrik.com

E-Mobilität: Die Zukunft schon heute denken

Zu unserer MöbelLogisitk-Ausgabe "E-Mobilität" (2/2022) hat uns folgender Gastbeitrag von Silke Evers, Geschäftsführerin der euroShell Deutschland GmbH & Co. KG, erreicht. Sie zeigt darin wie sich ein Unternehmen, das als Mineralölkonzern bekannt ist, mit dem Thema auseinandersetzt und letztlich auch sein Geschäftsmodell verändern will.

Nachhaltigkeit ist in aller Munde und auch vor der Logistikbranche macht der immense Veränderungsdruck nicht halt, der mit den Pariser Klimazielen einhergeht. So muss besonders der Transportsektor in Zukunft in großem Maße die eigenen Treibhausgasemissionen reduzieren. Eine besondere Rolle wird dabei die Elektromobilität spielen. Für viele Fuhrparks ist der Einsatz von elektrifizierten Lkw und batteriebetriebenen Transportern noch reine Zukunftsmusik. Die Zeit zu Handeln rückt aber immer näher und so können sich Unternehmen, die sich bereits jetzt mit der Elektrifizierung ihrer Flotte auseinandersetzen, einen wichtigen Wettbewerbsvorteil verschaffen und der Zukunft gelassen entgegenblicken.

Alles fängt beim Laden an

Eine der ersten Fragen, die sich Fuhrparkmanager beim Thema E-Mobilität stellen, dreht sich um das Laden ihrer Fahrzeuge: Wo und wann sollen diese aufgeladen werden? Die Antwort darauf ist einfach und vielschichtig zugleich: Überall! Das Ziel lautet nämlich, Elektrofahrzeuge überall laden zu können – vom Depot oder Verteilzentrum über die Tankstelle zur Straßenlaterne beim Kunden.

Die Realität der verfügbaren Lademöglichkeiten sieht aktuell jedoch noch zurückhaltender aus. So gibt es deutschlandweit aktuell rund 60.000 öffentliche Elektroladepunkte. An etwa 50.000 dieser Ladepunkte können Shell Card Kunden ihre Fahrzeuge laden. Für Logistiker sind besonders Schnellladepunkte mit einer Leistung von mehr als 22 kW von Interesse. Mit ihnen lassen sich auf der Tour je nach Fahrzeug und Ladeleistung der Säule in wenigen Minuten bis zu 100 Kilometer Reichweite nachladen. Aktuell gibt es deutschlandweit nur rund 9.000 dieser Säulen. Gerade in diesem Bereich soll der Ausbau jedoch in den nächsten Monaten und Jahren stark zunehmen.

Wie auch heute bei Verbrennern wird das Laden unterwegs zukünftig eine wichtige Rolle dabei spielen, Fahrzeuge mit Strom zu versorgen. Das Hauptaugenmerk wird für Flottenmanager aber ohne Zweifel auf dem Laden am Standort liegen, damit alle Fahrzeuge morgens mit vollständig aufgeladener Batterie bereitstehen und nur noch beladen werden müssen.

Grundvoraussetzung dafür ist die Schaffung einer eigenen Ladeinfrastruktur, die genau an die Gegebenheiten vor Ort angepasst ist. Die dafür nötige Planung hängt von vielen individuellen Faktoren ab, etwa der Anzahl gleichzeitig ladender Fahrzeuge, der notwendigen Ladegeschwindigkeit und der technischen Infrastruktur am Standort. Je nach Netzkapazität und Größe des Fuhrparks könnte sich auch ein Lastenmanagement anbieten, um Verbrauchsspitzen ausgleichen und die Ladelösungen für die Zukunft einfacher skalieren zu können.

Vor wenigen Jahren mussten sich erste Vorreiter noch ihre eigenen Transporter mit Batterien und Elektromotoren ausstatten lassen. Die Deutsche Post entschied sich Ende 2014 sogar dazu, die Streetscooter GmbH zu übernehmen und ein eigenes E-Transportfahrzeug zu entwickeln. Diese Zeiten sind inzwischen glücklicherweise vorbei. In den vergangenen Jahren hat die Zahl elektrischer Nutzfahrzeuge stark zugenommen. Ford, Mercedes, Nissan, Opel und weitere Hersteller haben mittlerweile eigene elektrisch betriebene Transporter auf dem Markt. Je nach verbauter Batterie sind mit ihnen Reichweiten von bis zu 300 Kilometern möglich.

Einige Hersteller haben auch batterieelektrische Lkw im Programm – etwa Daimler Trucks, Scania und Volvo. Die Reichweiten variieren dabei je nach Hersteller und Einsatzgebiet zwischen 200 und 400 Kilometern. In den kommenden Jahren dürften noch weitere Hersteller und Modelle hinzukommen.

Mit der Umstellung auf Elektrofahrzeuge wird auch das Messen und Tracken von Ladeverhalten und Batterielebensdauer für Fuhrparkmanager immer mehr an Relevanz gewinnen. So ist es bereits heute möglich, verschiedenste Datenpunkte wie Kraftstoffverbrauch, Emissionen, Reifendruck, Luftfeuchtigkeit, Geschwindigkeit und Fahrzeugposition zu erheben. Diese Daten im Anschluss strukturiert und in Echtzeit zu analysieren, um daraus Optimierungsmaßnahmen abzuleiten ist die Aufgabe von Telematik-Lösungen. Je mehr Daten mithilfe von Telematik aggregiert werden, desto eher lassen sich Muster erkennen, die Aufschluss über die zukünftige Leistung unter bestimmten Einflussfaktoren geben.

Dieses hohe Level an Transparenz und Übersicht erlaubt Fuhrparkmanagern, fundierte Entscheidungen im Hinblick auf ihre eingesetzten Fahrzeuge zu treffen. So kann die Route nach verschiedenen Gesichtspunkten optimiert werden, zum Beispiel nach geringstem Emissionsausstoß oder schnellster Verbindung. Das ermöglicht beispielsweise die betriebliche Leistungsfähigkeit zu verbessern, die Produktivität zu steigern, aber auch Wartungsbedarfe früher zu erkennen und die Fahrersicherheit merklich zu erhöhen.

Entsprechend bieten Telematik-Lösungen große Potenziale, um die Effizienz der eingesetzten Fahrzeuge zu steigern. Trotz offensichtlicher Vorteile wie optimiertem Fahrzeugmanagement und Kostensenkungen werden Anwendungen zur digitalen Datenerfassung bisher nur selten implementiert. Dabei kann Telematik auch eine Unterstützung bei der Wahl der geeigneten Elektrofahrzeuge für den eigene Fuhrpark sein. Shell bietet mit Shell Telematics eine Eignungsbeurteilung für Elektrofahrzeuge, mit der sich unter anderem Reichweiten, Einsparpotenziale, Umwelteinflüsse bereits vor dem Kauf simulieren lassen.

Auch das Fahrzeugmanagement wird immer wichtiger. Insbesondere für gemischte Fuhrparks ist es wichtig, den Überblick zu behalten. Hier bietet Shell mit dem digitalen Shell Fleet Hub die Möglichkeit, alle Fahrzeuge, Transaktionen und Mobilitätskarten im Blick zu haben und verwalten zu können.

Shell geht mit großen Schritten voran

Deutschland hat sich als stärkste Wirtschaft und bevölkerungsreichstes Land Europas ambitionierte Klimaschutzziele gesteckt: Bis 2045 soll Deutschland klimaneutral sein. Shell kann und will merklich dazu beitragen, dieses Ziel in Partnerschaft mit Kunden, Wirtschaft und Gesellschaft zu erreichen. Um mehr und vor allem sauberere Energie bereitzustellen, baut Shell sein Geschäft und sein Angebot maßgeblich um. Bis 2030 will Shell das eigene Ziel von mindestens 20 Prozent weniger CO_2-Emissionen erreichen.

Shell Deutschland betreibt neben einem der größten Tankstellennetze des Landes auch die bis dato größte Raffinerie Deutschlands im Rheinland und ist ein führender Vermarkter von Kraftstoffen, Gas, Chemikalien, Schmierstoffen, Spezialprodukten sowie Strom. Millionen Menschen sind dadurch mobil, heizen und beleuchten ihr Heim und tausende Unternehmen betreiben damit ihre Maschinen, Anlagen und Fahrzeuge.

Die Kehrseite der Medaille ist bislang ein großer Treibhausgas-Fußabdruck. Etwa neunzig Prozent der CO_2-Emissionen werden emittiert, wenn Kunden die Produkte von Shell verwenden. Nur etwa zehn Prozent entsteht in den Betriebsprozessen von Shell in Deutschland. Um diese Treibhausgas-Emissionen auf netto null zu bringen, will Shell die Energiewende gemeinsam mit Kunden und Gesellschaft beschreiten. Denn nur zusammen kann dieser immense Kraftakt gelingen.

ZU BESUCH BEI JOSH TAYLOR IN CAVERSHAM, ENGLAND

„Ein echter MutMACHER!"

Bildquelle: Caversham Moves Ltd.

Von Andreas Eichinger

Das erste Mal traf ich Joshua Taylor Anfang April dieses Jahres als Ellen Troska und ich zum Antrittsbesuch bei der British Association of Removers (BAR) in Watford waren. Josh und seine Fahrzeuge fielen mir einige Tage zuvor bei LinkedIn auf und ich fragte Ian Studd, meinen Counterpart auf britischer Seite, ob er ein Treffen arrangieren könne. Ian fädelte ein Treffen mit Josh ein, stellte sein Büro zur Verfügung und ließ Ellen und mich einen Vormittag mit Josh alleine. Nicht nur zeigte Ian damit echte Kollegialität, er ermöglichte auch ein sehr intensives und tiefgehendes Gespräch mit Josh. Für mich war es besonders interessant, da Josh genau wie ich seinerzeit Quereinsteiger war und immer noch einen anderen Blick auf die Branche hat.

Josh (33 Jahre) begann seine Selbständigkeit als ausgebildeter Personal Trainer und Physiotherapeut. Zur Umzugslogistik kam er nebenbei, weil er sich in den Zeiten, in denen sein eigentlicher Beruf weniger einträglich war, ein Zubrot als Möbelpacker verdiente. Seit 2016 ist Josh Eigentümer und Geschäftsführer der Caversham Moves Ltd., einem Unternehmen in Caversham, das wiederum ein Vorort von Reading in Großbritannien ist. Caversham liegt in Berkshire rund eine Autostunde westlich von London und hat etwa 25.000 Einwohner.

Josh und sein Bruder, der eigentlich aus der Bauindustrie kam und somit auch ein Quereinsteiger war, begannen Caversham Moves Ltd. praktisch ohne Kapital aufzubauen. Anfänglich schlossen sie einen Deal mit einem örtlichen Autovermieter, bekamen für einen Monat einen Transporter gestellt und hatten am Ende des ersten Monats genug Geld verdient, um die Miete des Transporters zu begleichen. Das war der Beginn von Caversham Moves Ltd.

Nach und nach wuchs das Unternehmen; mittlerweile beschäftigt Josh zehn Mitarbeiter und verfügt über zwei DAF 18-Tonner, einen 7,5-Tonner und fünf Luton Vans. Und genau diese Fahrzeuge fielen mir einst bei LinkedIn auf. Die Luton Vans haben eine sehr niedrige Ladekante – ja, mittlerweile habe ich auch einige Fahrzeuge dieser Art in Deutschland gesehen – und die DAF 18-Tonner lassen sich auch seitlich – und nicht nur von hinten – beladen. In der Praxis passiert das bei Caversham Moves häufiger, da der Schwerpunkt des Unternehmens auf inländischen Umzügen und Lagerei liegt. In aller Regel werden jedoch nur Teilladungen eingelagert, die dann in Liftvans leicht auf die 18-Tonner verladen werden können.

Zurück zu Josh. Beeindruckt hat mich nicht nur die persönliche Geschichte von Josh und dass er in vergleichsweise jungen Jahren den Schritt in die Selbständigkeit in unserer Branche gewagt hat. Mich hat auch beeindruckt, mit welchem Elan und welchem Blick auf die Dinge Josh zu Werke geht. Im Gespräch mit ihm merkt man schnell, dass er mit Herzblut bei der Sache

ist und für sein Unternehmen und seine Ideen brennt. Genau das habe ich in meinen vielen Gesprächen mit Unternehmerinnen und Unternehmern so oft erlebt. Menschen mit interessanten und ungewöhnlichen Lebensgeschichten, die es geschafft haben, ein Unternehmen aufzubauen, andere Menschen zu beschäftigen und die sich obendrein auch noch vielfach gesellschaftlich engagieren. Das, denke ich, ist etwas, was unsere Branche auszeichnet.

Josh beschäftigt nur Menschen, die innerhalb eines drei Meilen-Radius um das Unternehmen leben. Seine Idee ist, dass Kundinnen und Kunden und auch potenzielle Kundinnen und Kunden seine Mitarbeiter so jeden Tag sehen. Sei es im Supermarkt oder im Pub. Und das sei die beste Werbung, die man bekommen könne. Er berichtet auch, dass es sogar einfacher sei, Menschen zu finden, die innerhalb eines drei Meilen Radius um das Unternehmen wohnen und für ihn arbeiten wollen als weiter entfernt zu suchen. Im Wesentlichen sei das Umzugsgewerbe ein Gewerbe, dass davon lebe, dass Freunde und Verwandte für ein Unternehmen arbeiten. Und genau die lebten ja eher nah beieinander.

Aufgefallen ist mir auch, dass die Angebote, die Josh an potenzielle Kundinnen und Kunden versendet, klar und einfach aufgebaut sind. Das kenne ich von vielen deutschen Unternehmen der Branche aus eigener Erfahrung ganz anders. Details, die für Kundinnen und Kunden oft überflüssig sind, werden ausführlichst genannt und es ist oft nicht auf einen (ungeübten) Blick klar, was zum Leistungsumfang gehört und welche Optionen noch gewählt werden können. Die Angebote von Caversham Moves sind klar strukturiert, ohne überflüssige Details und beinhalten klar bepreiste Optionen, die Kunden simpel hinzubuchen können. Und natürlich sind sie auch elektronisch durch Kundinnen und Kunden annehmbar. Die Zahl der vor Ort eingesetzten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist in den Angeboten von Caversham Moves nirgendwo genannt. Kunden käme es darauf an, zu wissen, welche Leistung bis wann erbracht werden würden. Noch nie habe ein Kunde nach der Zahl der für die Tätigkeit eingesetzten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefragt.

Josh macht sich viele Gedanken um Prozesse und Abläufe in seinem Unternehmen. Beispielsweise separiert er konsequent „schnelle“

Bildquelle: aei

und „langsame“ Tätigkeiten wie Beladen und Verpacken – mischt man diese zeitlich, geschehen Fehler. Pausen zwischen diesen Blöcken sorgen dafür, dass sich die Teams auf den neuen Block einstellen können. Und wenn die Crew entspannt ist, dann ist es der Kunde auch.

Für mich ist Josh ein echter MutMACHER. Er hat gezeigt, dass es möglich ist, in der Umzugslogistik ein eigenes erfolgreiches Unternehmen aufzubauen. Er hat gezeigt, dass es möglich ist, eigene Wege zu gehen und innovative Ideen konsequent umzusetzen. Und er legt Wert auf Qualität für seine Kunden und ein gutes Arbeitsumfeld für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Damit ist er ganz sicher nicht der günstigste Anbieter am Markt, aber die Tatsache, dass Caversham Moves in jedem Jahr seiner Existenz gewachsen ist, gibt Josh und seinem Weg sicherlich recht.

Anfang August haben Josh und ich uns in Caversham wiedergetroffen und die Stunden, die wir miteinander verbracht haben waren erkenntnisreich, kurzweilig und motivierend. Sie zeigten – einmal mehr – dass sich der Blick über den Tellerrand wirklich lohnt! Ich bin mir sicher, dass es nicht das letzte Mal war, dass Josh und ich uns getroffen haben.

www.cavershammoves.co.uk

Wer mehr über Joshua Taylor und Caversham Moves Ltd. erfahren möchte dem sei Episode 48 des Podcasts „Moving Matters“ von Colin Wynn empfohlen.

Besuchen Sie uns auf

amoe.de

- ✔ Aktuelles
- ✔ Unternehmenssuche
- ✔ Infos zur AMÖ

+ exklusiver Bereich für alle AMÖ-Mitglieder

mit Informationen, Service und Downloads