MöbelLogistik



Das war die moelo 2023

Die Messe moelo 2023 hat sich wieder als Top-Branchenevent zum Austausch und Netzwerken präsentiert.

Der neue Aufsichtsrat

Wir haben mit den gewählten Aufsichtsratsmitgliedern über ihre Ziele und die Zukunft der AMÖ gesprochen.

Klimaschutz aktiv

Wir waren mit drei Klimaschutzorganisationen im Gespräch, um ihre Projekte und Empfehlungen zu erfahren.



66 DER BESTE WEG, DIE ZUKUNFT VORHERZUSAGEN IST DER, SIE SELBST ZU GESTALTEN.

Abraham Lincoln, aber auch anderen klugen Köpfen zugeschrieben

Nachhaltigkeit als Grundprinzip unternehmerischen Handelns

Editorial von Andreas Eichinger

Schwerpunkt dieser Ausgabe ist das Thema Nachhaltigkeit. Ursprünglich wurde Nachhaltigkeit nur als forstwirtschaftliches Prinzip verstanden. Es besagt, dass in einem Wald nicht mehr Holz gefällt werden darf als nachwachsen kann. Wenn wir Nachhaltigkeit in diesem Sinne verstehen, dann ist für mich Nachhaltigkeit ein Grundprinzip unternehmerischen Handelns. Ohne gelebte Nachhaltigkeit ist in diesem Beispiel keine dauerhafte unternehmerische Betätigung möglich.

Weiter gefasst ließe sich unternehmerisch Nachhaltigkeit so interpretieren, dass eine Organisation und ihre Ressourcen nicht überfordert werden dürfen, um den Fortbestand der Organisation zu sichern. Dehnen wir Nachhaltigkeit auf die Umwelt um eine Organisation aus, dann landen wir beim heutigen Begriffsverständnis. Es geht heute darum, die "natürliche Regenerationsfähigkeit" der Systeme um uns herum, zu erhalten. Im üblichen Verständnis des Wortes "Nachhaltigkeit" allen voran des Ökosystems und der Lebewesen.

Nach einer aktuellen repräsentativen Studie des Bundesumweltministeriums unterstützt in Deutschland eine Mehrheit von 91 Prozent der Bevölkerung den umwelt- und klimafreundlichen Umbau der deutschen Wirtschaft. Acht Prozent sind dagegen. Wenn wir also weiterhin eine Rolle in der deutschen Gesellschaft spielen wollen, dann müssen wir uns mit dem umwelt- und klimafreundlichen Umbau auch unseres Teils der Wirtschaft auseinandersetzen. Das gilt auch, wenn wir neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen wollen. Denn die jüngeren Generationen werden am stärksten von heutigen Verfehlungen beim Umwelt- und Klimaschutz betroffen sein und sind dadurch oftmals für diese Themen sensibler.

Dass Nachhaltigkeit auch wirtschaftlich Sinn macht, zeigen die vielen Beispiele unter den AMÖ-Mitgliedsunternehmen, die wir Ihnen in dieser Ausgabe zeigen. Nachhaltigkeit kostet Geld, aber idealerweise haben die umgesetzten Maßnahmen auch positive wirtschaftliche Effekte. Diese Möglichkeit sollten wir nicht vernachlässigen. Sie setzt aber auch voraus, dass wir uns intensiv mit der Thematik auseinandersetzen. Dies wollen wir in einem neu zu gründenden Ausschuss Umwelt tun. Wir wollen Ideen sammeln, Beispiele erfolgreicher Projekte bekannter machen und Handlungsempfehlungen aussprechen. Und ja, vielleicht wäre es ratsam, diesen Ausschuss noch vor seiner Gründung in Ausschuss Nachhaltigkeit umzubenennen.



Häufig werden in der Diskussion um Nachhaltigkeit drei Strategien genannt. Sie finden sich auch mehr oder weniger direkt in den Interviews wieder, die Daniel Waldschik mit atmosfair, ClimatePartner und natureOffice geführt hat. Es geht immer auch um

- Suffizienz, also die Verringerung von Produktion und Konsum,
- Effizienz, also die ergiebigere Nutzung von Material und Energie und
- Konsistenz, also naturverträgliche Stoffkreisläufe, Wiederverwertung, Müllvermeidung.

Alle drei Strategien haben wirtschaftliche Konsequenzen. In aller Regel bedeuten sie, dass wirtschaftlicher gearbeitet werden kann und so "mehr Geld übrig bleibt". Zu diesem positiven Bild gehört aber auch, dass in der genannten Studie 74 Prozent der Befragten befürchten, dass im Zuge des umwelt- und klimafreundlichen Umbaus der deutschen Wirtschaft die Kluft zwischen Arm und Reich größer werden wird. 39 Prozent haben Angst vor sozialem Abstieg infolge dieses Umbaus. Diesen Befürchtungen und Ängsten müssen wir begegnen. Wir müssen zuhören und Antworten auf die vielen Fragen finden. Wir müssen diese Ängste ernst nehmen und die Menschen um uns herum einbeziehen. Nur dann erreichen wir Akzeptanz.

In dieser Ausgabe blicken wir auch auf unsere Messe moelo 2023 zurück, die nach vier Jahren endlich wieder stattfand. Ebenso blicken wir auf die Delegiertenversammlung am 28. September 2023 zurück, in der erstmals in der Geschichte der AMÖ Aufsichtsrat und Vorstand gewählt wurden. Was hat das mit Nachhaltigkeit zu tun? Mit Satzungsneufassung und Umbau der Organe der AMÖ haben wir eine nachhaltige Struktur geschaffen. Die neue Struktur macht uns schlagkräftiger, erlaubt einen effizienten Einsatz von Ressourcen und ist damit letztlich Fundament für die Zukunftsfähigkeit der AMÖ.

Bleiben Sie uns gewogen und engagieren Sie sich für eine positive Zukunft!

Andreas Eichinger

Vorstand

In diesem Heft:



Editorial

von Andreas Eichinger

Seite 3

Das war die moelo 2023

von Andreas Eichinger/Daniel Waldschik
Die Messe moelo 2023 hat sich
einmal mehr als Top-Branchenevent zum Austauschen und
Netzwerken präsentiert. Neben
den Ausstellern hatte insbesondere die AMÖ etliche Neuheiten
im Köcher. Ein Rückblick ...

Seite 6-21

Der neue Aufsichtsrat

von Daniel Waldschik

Nachdem die Delegierten im Vorfeld mit einem glasklaren Votum für die neue Struktur der AMÖ gestimmt haben, war auf der Messe moelo 2023 ein neuer Aufsichtsrat und ein hauptamtlicher Vorstand zu wählen. Wir haben mit den Gewählten über ihr Abschneiden, ihre Ziele und die Zukunft der AMÖ gesprochen.

Seite 22-27



Auf einem guten Weg

von Daniel Waldschik

"Kommt ein Möbelspediteur in eine Bank." Was nach dem ersten Satz eines drögen Witzes klingt, wurde für Wendelin Berkenkopf (Spedition Pohlmann) vor 25 Jahren purer Ernst. Heute hat Sohn Martin das Ruder fest im Griff.

Seite 28-32

Im Gespräch: Klimaschutzorganisationen

von Daniel Waldschik

Unternehmen, die sich für Nachhaltigkeit und Klimaschutz interessieren, können mit verschiedenen Organisationen zusammenarbeiten. Einige davon arbeiten bereits mit AMÖ-Mitgliedsunternehmen zusammen. Wir haben drei von Ihnen zum Gespräch gebeten, um sie, ihre Projekte, ihre Ansichten und Empfehlungen vorzustellen.

ab Seite 34

() ClimatePartner

Ansatz der fünf Schritte **... Seite 36-39**

natureOffice
Gemeinsam ist es Klimaschutz
sieht Geschäftsleitung
in der Pflicht ... Seite 40-47

atmosfair

empfiehlt "absolute Transparenz" ... Seite 48-51



Vorzeigeprojekt macht Betriebe klimafit

von Daniel Waldschik

In vielen Kommunen, Städten und Bundesländern gibt es Projekte, die Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität unterstützen – zum Beispiel in der Stadt Heidelberg.

Seite 52-55



Logistik steht in der Verantwortung

von Daniel Waldschik

Nachhaltigkeit und Klimaneutralität sind für viele Logistiker eine Mammutaufgabe. Wie macht es die Peter Niesen GmbH & Co. Internationale Möbelspedition KG in Leverkusen? Und was ist die Motivation dahinter? Das und mehr haben uns Klaus Niesen und Markus Kalcker im Gespräch erzählt.

Seite 56-59



... und was machen die anderen?

von Daniel Waldschik

Wir haben uns in der Branche umgehört, wie andere Unternehmen die Themen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität angehen. Die kurze Antwort: Total gleich und völlig unterschiedlich.

Seite 60-63

Kollegenhilfe und Arbeitnehmerüberlassung

von Dr. Ellen Troska/Andreas Eichinger

Machen Sie sich mit dem Thema Arbeitnehmerüberlassung vertraut, um auf der rechtlich sicheren Seite zu sein.

Seite 64

Die Mauterhöhung kommt

von Andreas Eichinger

Das dritte Mautänderungsgesetz tritt zum 1. Dezember 2023 in Kraft. Wir informieren, was es zu beachten gibt.

Seite 65

Entladestellen bewerten

von Andreas Eichinger

Wir wollen Probleme in der Neumöbellogistik klar benennen. Und zwar gemeinsam. Als Neumöbellogistiker und Bundesverband.

Seite 66-68



Kooperationen im Fokus: Die DMS aus Berlin

von Daniel Waldschik

Im Interview mit DMS-Geschäftsführer Frank Landerbarthold geht es u.a. um den Sinn von Zusammenschlüssen und warum die Zugehörigkeit zu einer Kooperationsgruppe massiven Druck bedeuten kann.

Seite 74-77

Unterwegs mit **Andreas Eichinger**

von Andreas Eichinger

In dieser Rubrik berichtet Andreas Eichinger über seine Arbeit als Vorstand des Bundesverbandes. Er gibt Einblick in seinen Terminkalender, in ausgewählte Themen, die ihn bewegen, und er erläutert Zusammenhänge.

Seite 78-79



Erfolgreich führen

von Anke Schiffer-Chollet

Anke Schiffer-Chollet hat als Moderatorin für Leadership-Themen die jamoe-Tagung 2023 in Montabaur begleitet und unterstützt. Warum sie neue Austauschformate wie die jamoe:regional wichtig findet, schreibt sie in ihrem Beitrag.

Seite 80-81

WEITERE THEMEN IM HEFT

Spitzenverbände kooperieren	69
Überarbeitung amoe-Zertifikat	69
humbee: neuer Digitalpartner	71
Versicherungsvermittlung	72
Nachruf G. Mahlmann sen	82
Veranstaltungen	83
Kontakt und Impressum	83

Titelbild, S. 3, 6-9, 15-21, 78-79, 81:

AMÖ, Sebastian Meyer; S. 10, 23: AMÖ, Michael Wolf;

S. 25: AMÖ, Daniel Waldschik;

S. 28, 30-32: Spedition Pohlmann

und Hiemer Möbelmontagen GmbH;

S. 40-41, 43-45: natureOffice:

S. 48: atmosfair:

S. 52: Dr. Raino Winkler;

S. 34, 56-59: Peter Niesen GmbH & Co. Internationale Möbelspedition KG;

S. 60-61: Friedrich Friedrich-Gruppe;

S. 65: pixabay/markusspiske;

S. 66-67: Mahlmann neumöbellogistik;

S. 69 AMÖ;

S. 71: humbee solutions GmbH;

S. 72: BEGAMIS GmbH;

S. 74 oben: DMS, Frank Landerbarthold;

S. 74 unten: DMS Kühne;

S. 80: Anke Schiffer-Chollet;

S. 82: Heinrich Mahlmann GmbH; Umschlag Rückseite: AMÖ

INTENSIVE IMPULSIVE TAGE

Ein Rückblick auf die moelo 2023

Autoren Andreas Eichinger/Daniel Waldschik

Zwei intensive Messetage liegen hinter uns. Nach vier Jahren fand in diesem Jahr unsere Fachmesse für Möbel- und Speziallogistiker – die moelo 2023 - endlich wieder statt. Mehr als 1.250 Besucherinnen und Besucher haben sich in Essen über Trends und Innovationen informiert und zum Austauschen und Netzwerken getroffen. 40 Aussteller haben ihre Leistungen und Innovationen vorgestellt und so Impulse in die Branche getragen. Unter den Ausstellern waren langjährige Partner der Branche, aber auch neue Namen wie humbee oder Relofair. Insgesamt bot die moelo 2023 eine breite Palette an relevanten Ausstellern zu Fahrzeugtechnik, Verpackungsmitteln, Zubehör und Hilfsmittel für Transport und Logistik, Lagereinrichtungen und -technik, Dienstleistungen rund um Assekuranz und Finanzwesen, IT und Digitalisierung, Marketing und Arbeitssicherheit.

AMÖ im Mittelpunkt

Wie auch in den Jahren zuvor war unser völlig neu konzipierter Messestand Mittelpunkt der Messe. Hier trafen sich die Besucherinnen und Besucher der Messe zum Austausch mit der AMÖ-Geschäftsstelle, mit unseren Partnern und auch untereinander. Oder auch nur um kurz bei Giuseppe Nahrung aufzunehmen und Kraft zu tanken. Giuseppe war im Messetreiben unser Ruhepol. Seelenruhig versorgte er die Besucherinnen und Besucher des amoe-Standes mit italienischen Köstlichkeiten.

Sehen konnten die Besucherinnen und Besucher der moelo 2023 auch, wie wir uns mit der Bildmarke des Verbandes – dem Känguru – auseinandersetzen. Vier Künstlerinnen haben Interpretationen des Kängurus entworfen und für unseren Messestand beigesteuert. Und auch Michael Wolf setzte sich mit dem Känguru auseinander, entwarf eine Bildmarke, die zeigen soll, dass wir Altes aufbrechen. Die zeigen soll, dass wir uns auf den Weg gemacht haben. Diese Bildmarke fand sich auch auf den Taschen wieder, die wir jeder Besucherin und jedem Besucher direkt am Eingang übergaben. Und auch ein mögliches Qualitätssiegel für geprüfte amoe-Spediteure war an unserem Stand in Essen zu sehen. Um es klar zu sagen, das alles bedeutet nicht, dass wir unsere Bildmarke genau in eine dieser Richtungen weiterentwickeln werden. Aber wir schauen, in welche Richtung es gehen kann. Und die Resonanz der Messebesucherinnen und -Besucher war eindeutig. Eine Interpretation des Kängurus wurde immer wieder hervorgehoben. Hätten wir zur Messe Poster dieser Interpretation gedruckt, sie hätten reißenden Absatz gefunden.



Känguru Interpretation von Christine Mann



Als Europas größtes Netzwerk von Möbel- und Speziallogistikern setzen wir uns unaufhörlich mit der Zukunft auseinander. Wir entwickeln Ideen, diskutieren diese, setzen sie um und gestalten so die Zukunft. Um für unsere Mitgliedsunternehmen das Arbeiten und Leben leichter zu machen. Wir setzen Impulse und fördern den Austausch. Ich selbst habe mich auf unserer Fachmesse mit Kolleginnen und Kollegen aus Belgien, Luxemburg und der Schweiz ausgetauscht. Und im gemeinsamen Austausch, im Verständnis für die Themen der anderen aufbringen, im über den Tellerrand schauen, können neue Ideen besonders gut entstehen und wachsen.

In Essen fanden viele dieser Gespräche statt. Austausch bedeutet oft auch Auseinandersetzung. Zum einen Auseinandersetzung mit Sichtweisen, die nicht der eigenen entsprechen. Auseinandersetzung mit Impulsen, die zwingen, sich selbst zu hinterfragen. Sich zu bewegen und sich selbst zu verändern. Das kann mitunter anstrengend sein, Zum anderen kann eine Aus-

einandersetzung auch in einem heftigen Streit enden. Davon war in Essen allerdings rein gar nichts zu spüren. Die Menschen, die die moelo 2023 besuchten, waren der Zukunft und dem, was wir als AMÖ tun, positiv zugewandt.

AMÖ stellt zentrale Bausteine vor

Entsprechend war die moelo 2023 der ideale Ort, um Produkte und Mehrwerte vorzustellen, die nun zentrale Bausteine unseres Leistungsportfolios für unsere Mitgliedsunternehmen bilden. An vier iPad-Stelen konnten sich Messebesucherinnen und -besucher detailliert und live über

- 1. die wachsende amoe-Vorteilswelt,
- **2.** die amoe-Tankkarte, die zum 1. Januar 2024 kommt,
- **3.** den wiedereröffneten und wachsenden amoe-Mitgliederbereich und
- **4.** den Relaunch unserer Umzugsplattform umzug.org informieren.





WEITERE INFORMATIONEN FINDEN SIE

- zur amoe-Vorteilswelt unter amoe.de/vorteilswelt
- zur amoe-Tankkarte unter amoe.de/tankkarte
- zum amoe-Mitgliederbereich unter amoe.de/mitgliederbereich und
- zu unserer Umzugsplattform unter umzug.org
- und auch in dieser Ausgabe.

Unsere Partner und Freunde der JITpay™ Group, der Wirtschaftsdienst Güter und Logistik GmbH und der mymovingpartner GmbH haben unseren Stand komplettiert. Gemeinsam mit unseren Partnern arbeiten wir konsequent an Lösungen, die den AMÖ-Mitgliedsunternehmen das Leben und Arbeiten einfacher machen. Mit den vier Bausteinen ist der Anfang für ein ganzes System an exklusiven Leistungen und Mehrwerten gemacht. Dazu dann mehr auf unserer Jahrestagung im kommenden März in Münster.

Neue Formate und Fachvorträge

Mit dem "Fightclub!", den Olaf-Ulrich Krause moderierte, haben wir erstmals ein Format ausprobiert, das den Austausch über Fachthemen lebhafter machte. Ziel war es kontrovers über Themen wie die Antriebswende, Digitalisierung oder Unternehmensnachfolge zu diskutieren. Kontrovers zu diskutieren, aber auch Denkanstöße zu geben. Zusätzlich gab es im Rahmenprogramm der Messe verschiedene Ausstellervorträge, u.a. von TransPak zum Thema KI, sowie einen Vortrag zur Schlichtungsstelle Umzug.





Alle Fachvorträge können Sie im Mitgliederbereich auf amoe.de herunterladen

Im Mitgliederbereich finden Sie zentrale Informationen, die Ihnen den täglichen Betrieb erleichtern. Beispielsweise nach und nach detaillierte Informationen für Umzüge und Transporte ins Ausland.

Quintessenz

Als Branche stehen wir vor unzähligen Herausforderungen, die wir nur gemeinsam bewältigen können. Wirklich beeindruckt hat uns die Stimmung auf der Messe. Die Besucherinnen und Besucher waren offen, interessiert, ja geradezu wissbegierig. Impulse wurden gleich vor Ort in neue Projektideen verarbeitet, Pläne wurden geschmiedet, neue Kooperationen vereinbart und Folgetermine abgestimmt. Für uns war die moelo 2023 ein Ort des Aufbruchs. Und die Aufbruchstimmung konnten wir spüren. Nicht nur an unserem Stand. Lasst uns gemeinsam darauf aufbauen. Denn dann bewegen wir wirklich was.

Wir machen uns mit unseren Partnern bereits intensiv Gedanken für 2025 ...





Vom Messepublikum gekürt

AMÖ gewinnt moelo-Award

Das Fachpublikum der Messe moelo 2023 hat mit seinen Stimmen den Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e. V. zum Sieger des moelo-Awards gewählt. Mit dem Preis werden regelmäßig neue Produkte und Serviceleistungen sowie moderne und nachhaltige Konzepte gewürdigt. Den Sieger bestimmen ausschließlich die Messebesucher. Hervorgegangen ist der moelo-Award aus dem Innovationspreis der Fachmesse, der seinerzeit noch von einer Jury ausgelobt wurde.

"Heute bin ich unheimlich stolz", freute sich der Vorsitzende des Aufsichtsrates der AMÖ, Frank Schäfer. "Wir haben durch unsere Leistung, durch die Präsenz, aber vor allen Dingen durch die vielen persönlichen Gespräche jetzt und in der Vergangenheit überzeugt. Wir haben gezeigt: Die AMÖ ist ein unverzichtbarer Partner der Branche. Das haben die Messebesucher mit ihrer Wahl bestätigt."

Platz zwei sicherte sich relofair. Dritter wurde ProMovers. Das Engagement der Mitbewerber um die begehrte Auszeichnung wollte Schäfer nicht unkommentiert lassen: "Ich gratuliere relofair und ProMovers herzlich zum zweiten bzw. dritten Platz. Es ist schön zu sehen, wie sehr sich diese und andere Unternehmen für unsere Branche engagieren. Das würdigen wir. Auch, oder gerade, weil wir teilweise im gegenseitigen Wettbewerb stehen."





Platz zwei: relofair

Platz drei: ProMovers

amoe.de mit neuem Mitgliederbereich

Die Weiterentwicklung der Verbandswebseite amoe.de nimmt Gestalt an. Nach einer umfangreichen Neugestaltung der Internetpräsenz wurde zur Messe moelo 2023 nun auch der neue Mitgliederbereich eröffnet. Alle Beiträge dort sind in unterschiedlichen Kategorien angelegt und so leicht auffindbar. Sämtliche Texte sind außerdem verschlagwortet, was eine leichtere Suche ermöglicht. Auch die Beiträge selbst sind neu gefasst. Nach und nach werden wir weitere Beiträge einstellen.

Der Login für Mitgliedsunternehmen ist mit den bekannten Logindetails möglich. Sie können sich nicht einloggen oder haben Ihre Zugangsdaten verlegt? Dann schreiben Sie einfach eine kurze E-Mail an info@amoe.de und wir helfen weiter.

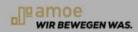
Lernen Sie unsere neuen Produkte und Partner kennen

Gemeinsam mit unseren Partnern JITpay™, mymovingpartner und WGL werden wir komprimiert über unsere neuen Produkte und Leistungen informieren. Ob umzug.org, die amoe-Tankkarte, der neue Mitgliederbereich auf amoe.de oder die erweiterte amoe-Vorteilswelt: In sechzig Minuten erfahren Sie alles über die neu geschaffenen Mehrwerte und Ihre wirtschaftlichen Vorteile.



Weitere Infos und Zugang über den internen Mitgliederbereich auf amoe.de oder den QR-Code.





LOGIN MITGLIEDERBEREICH

Um Zugang zu den geschützten Inhalten zu bekommen, nutzen Sie Ihre Zugangsdaten als AMÖ-Mitglied.

Mitgliederbereich



Die AMÖ

Wer sind wir? Wo wollen wir hin? Wofür stehen wir? Woher kommen wir?

Was bieten wir ...

Verbraucher:innen? Unternehmer:innen?

Service

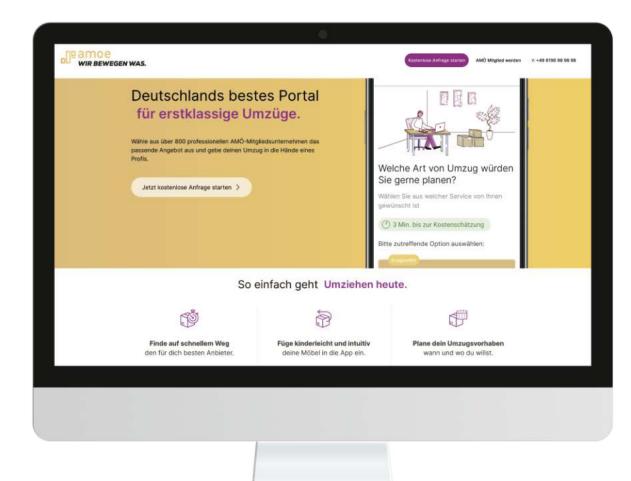
Termine & Veranstaltungen Schlichtungsstelle Umzug AMÖ-Zertifikat Beiträge Magazin "MöbelLogistik" Unternehmen im Fokus Ausbildung

Partner und Förderer

Kontakt

Geschäftsstelle Pressekontakt Landesverbände AMÖ-Mitglied werden

Datenschutz Impressum Cookie-Richtlinien



Die Weiterentwicklung unserer Plattform umzug.org

Die amoe hat auf der moelo 2023 in Essen den Relaunch der amoe-Umzugsplattform umzug.org präsentiert. Gemeinsam mit unserem Digitalpartner mymovingpartner haben wir die Webseite umfassend technisch und optisch weiterentwickelt. Der Clou: Wo umzug.org früher lediglich den Kontakt zwischen Umziehenden und ausgezeichneten AMÖ-Mitgliedsunternehmen hergestellt hat, können heute direkt Aufträge gebucht werden. Welche Unternehmen gebucht werden, entscheidet weiterhin allein der oder die Umziehende.

So funktioniert's

Umziehende können jetzt auf umzug.org mit wenigen Klicks die Aus- und Einzugsadresse sowie das Umzugsdatum bzw. einen Umzugszeitraum eingeben, über digitale Möbellisten Angaben zum Umzugsgut machen, die Anzahl der Kartons eingeben und vieles mehr. Sobald sie die Preisabfrage starten, werden ihnen innerhalb eines Umkreises von 30 Kilometer sämtliche AMÖ-Mitgliedsunternehmen mit den von ihnen individuell hinterlegten Preisen angezeigt. Im Anschluss können Umziehende das Wunschunternehmen exklusiv anfragen. Das ausgewählte Umzugsunternehmen erhält daraufhin eine E-Mail mit allen wichtigen Daten und kann die Anfrage per Klick an- oder ablehnen.

Die Vorteile liegen auf der Hand

Die AMÖ-Mitgliedsunternehmen profitieren von Zusatzaufträgen ohne Werbe- und Akquise-kosten. Sie haben die freie Wahl, Aufträge anzunehmen oder abzulehnen. Für solche Unternehmen innerhalb der AMÖ-Verbandsfamilie, die bislang keine oder nur wenig Erfahrung mit Buchungsplattformen für Umzüge gemacht haben, stellt das neue umzug.org einen einfachen

und vergleichsweise kostengünstigen Einstieg in den Onlinemarkt dar. Der Eintrag der Unternehmen ist nach wie vor kostenfrei. Sollte ein Auftrag durchgeführt werden, ist nur eine geringe Provision in Höhe von 10 Prozent des Auftragswertes an die sumo GmbH – eine einhundertprozentige Tochter der AMÖ – zu entrichten. Kunden profitieren von der hohen Qualität unserer Mitgliedsbetriebe. Darüber hinaus können sie Unternehmen auf gleichem Qualitätsniveau nun transparent vergleichen.

Preise eingeben und buchbar werden

Viel müssen die Unternehmen dafür nicht tun. Um Aufträge zu bekommen, ist allerdings ganz entscheidend, dass Sie Ihre Preise hinterlegen. Nur dann können Kunden den Vergleich starten und ihre Aufträge an Sie vergeben. Andernfalls bleiben Sie möglicherweise unsichtbar. Auch die Eingabe des Logos und von Bildern ist von Vorteil.

Wer bereits einer der aktuell rund 200 Partnerunternehmen von mymovingpartner ist, muss hingegen nichts tun, da deren Daten bereits direkt für Kunden sichtbar sind. Dennoch empfehlen wir allen, ihr Konto regelmäßig zu pflegen und auf dem Laufenden zu halten.

Übrigens: Wer noch nicht bei mymovingpartner gelistet ist, kann das mit einem Klick über die neue umzug.org nachholen und so seine Auftragswahrscheinlichkeit erhöhen.

▶ Die AMÖ sendet allen auf umzug.org gelisteten Mitgliedsunternehmen eine E-Mail mit ihren Konto-Zugangsdaten. Dort können eigenständig Preise hinterlegt werden, ein Logo oder Bilder hochgeladen werden sowie sämtliche eingegangenen und erledigten Aufträge eingesehen werden. Sie haben keine Kontodaten erhalten? Schreiben Sie uns an umzug@amoe.de

Realität und Fiktion

Eine Auseinandersetzung mit Internetplattformen

Autor Andreas Eichinger

Ja, es gibt sie noch. Die Menschen, die das Internet am liebsten abstellen wollen. Die Realität ist aber, dass Internetplattformen wie airbnb oder booking.com aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken sind. Und wenn wir ehrlich sind, dann wissen wir auch, dass uns Plattformen das Leben erheblich erleichtern.

Als Kundin oder Kunde erlauben uns Plattformen den schnellen Vergleich zwischen unterschiedlichen Anbietern und ihren Angeboten. Sie erlauben das Auffinden von Angeboten an einem zentralen Ort ohne lange recherchieren zu müssen. Plattformen haben einen standardisierten Buchungs- oder Beauftragungsprozess, bieten oftmals Garantien und Absicherungen. Und sind die eigenen Daten einmal hinterlegt, ist ihre Nutzung intuitiv und einfach. Und das zu jeder Zeit und von jedem Ort. Auch sonntagabends auf dem Sofa.

Für Anbieter haben Plattformen den Vorteil, ihnen in aller Regel kostenlos eine höhere Präsenz im Internet zu ermöglichen. Und üblicherweise sind Provisionen nur zu zahlen, wenn es zum Abschluss kommt. Wenn Kundinnen und Kunden ein Angebot buchen. Der große Vorteil ist, dass Plattformen, die nicht nur Leads generieren, die Kundenakquise erheblich erleichtern können. Besonders gut funktioniert das in Märkten, die weitgehend standardisierte Leistungen betreffen. Beispielsweise Hotelzimmer. Sind Leistungen sehr individuell auf Kunden zugeschnitten, dann wird es schwieriger Plattformen zu nutzen. Aber nicht unmöglich. Zudem sind Plattformen im Internet rund um die Uhr erreichbar. Das bedeutet, dass Anbieter Leistungen rund um die Uhr verkaufen können und nicht nur während der üblichen Geschäftszeiten.

Wenn ich mit Unternehmerinnen und Unternehmen über Plattformen spreche, dann ist häufig die Sorge, dass Wettbewerber "meine Preise" sehen können. Meine Antwort lautet dann immer: Können Sie das nicht ohnehin? Gute Marktbegleiter wissen sehr genau über die Preise und die Angebotsstrukturen ihrer Wettbewerber Bescheid. Sie wissen, was Wettbewerber zu leisten imstande sind. Sei es über das Einholen von fiktiven Angeboten oder Gespräche mit Kundinnen und Kunden, die Angebote von Wettbewerbern vorliegen haben und sie bereitwillig teilen.

Mit umzug.org verfügen wir nun über eine eigene Plattform, die eine weitere Möglichkeit darstellt, Umziehende vom eigenen Unternehmen zu überzeugen. Sie ist ein zusätzliches "Gericht" auf der Speisekarte der Akquisemöglichkeiten. Nutzen Sie sie. Es ist die Plattform Ihres Verbandes. Es ist Ihre Plattform!



Die neue amoe-Tankkarte

Tanke auf, aber richtig: Zusammen mit unserem Partner JITpay™ bieten wir eine neue Tankkarte für Möbel- und Speziallogistiker an, die vielfältige Vorteile mit sich bringt. Dank unseres starken Netzwerks profitieren Sie von einer optimierten Liquidität, einer hohen Akzeptanz sowie von größtmöglicher Flexibilität und Transparenz.

Mit der neuen amoe-Tankkarte von JITpay™, die Teil der amoe-Vorteilswelt ist, erhalten Sie die Möglichkeit, in ganz Europa zu tanken: Sie wird an 15.000 Tankstellen akzeptiert, davon 5.000 allein in Deutschland. Die Tankkarte bietet vielseitige Vorteile: Dank der Routenfunktion tanken Sie immer zum attraktivsten Preis auf Ihrer Fahrstrecke und mit Hilfe der dazugehörigen App können Sie Ihre amoe-Tankkarte flexibel nach Ihren Wünschen konfigurieren. Mit einem einzigartigen Missbrauchsschutz vermeiden Sie zudem Kartenmissbrauch und haben gleichzeitig die absolute Kostenkontrolle.

UNSERE TOP 6 GRÜNDE FÜR DIE AMOE-TANKKARTE

- Sie tanken immer zu einem attraktiven Kraftstoffpreis.
- Sie zahlen eine verringerte Servicegebühr.
- Sie erhalten eine betrugssichere Tankkarte.
- Sie finden alle Partnertankstellen in unserer App.
- Sie kommen in den Genuss weiterer Mehrwerte, wie die Abrechnung der Maut.
- Sogar Unternehmen, die eine schlechtere Bonität aufweisen, können die Tankkarte erhalten.



Die amoe-Tankkarte ist ab Anfang 2024 einsetzbar.

Für Vorbestellungen oder Rückfragen schreiben Sie uns gerne eine E-Mail an info@sumo.gmbh. Weitere Infos und Kontaktmöglichkeiten finden Sie auch über den QR-Code.

FIGHTCLUB!

Neues Vortragsformat mit frischen Impulsen

Keine Messe ohne Vorträge. Das war auch auf der moelo 2023 in Essen so. Wir wollten die diesjährige Vortragsreihe allerdings etwas aufpeppen und zugleich spannende Impulse für die Branche setzen. Extra dafür haben wir Moderator Olaf-Ulrich Krause mit seinem "Fightclub!" eingeladen. Zwei Menschen mit unterschiedlichen Meinungen zu einem Thema steigen dabei in den Ring und tauschen ihre Argumente aus. Denn gerade gegensätzliche Positionen sind bei der Diskussion um zukünftige Optimierungspotenziale immer eine Entscheidungshilfe.

UNSERE FIGHTCLUBS! IM DETAIL:

- E-Lkw vs. Diesel: Soll ich jetzt in E-Lkw investieren oder weiter auf Diesel setzen?
- Warum brauche ich die amoe-Tankkarte?
- Analog vs. Digital: Was kann ich tun, um aus Digitalisierung Vorteile zu ziehen?
- Zukunftsgestalter in eigener Sache: Bin ich selbst Treiber oder Getriebener?
- Unternehmensnachfolge: Welche Haltung brauche ich um eine Nachfolgerin/einen Nachfolger zu finden?



ZU UNSERER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE ZÄHLT DER EINSATZ VON KUNSTSTOFFEN, DIE AUS DER INDUSTRIE STAMMEN UND WIEDERVERWERTET WERDEN.

INDUSTRIE STAMMEN UND WIEDERVERWERTET WERDEN. DAS BEDEUTET: WIR MÜSSEN KEIN BAUTEIL NEU GIESSEN.

Pawel Lukasiewicz (Volta Trucks)









Paneldiskı Digitalisierung begrei moelo 20 DIGITALISIERUNG KANN DINGE VERÄNDERN DIE WIR FÜR NICHT VERÄNDERBAR HALTEN. Felix Bußmann (relofair) SPRECHEN SIE EINEN NEUEN ANBIETER IMMER DARAUF AN, OB SIE DAS PRODUKT TESTEN KÖNNEN. ANSONSTEN SETZEN SIE VIELLEICHT SEHR VIEL GELD IN DEN SAND. Burghardt Garske (humbee)

als Chance fen

EINE SOFTWARE FUNKTIONIERT
IMMER DANN AM BESTEN, WENN SICH DIE NUTZER
DAMIT WOHL FÜHLEN.

Federico Drago (mymovingpartner)

Von links nach rechts: Burghardt Garske (humbee), Felix Bußmann (relofair), Andreas Eichinger (AMÖ), Olaf-Ulrich Krause (Logiline), Federico Drago (mymovingpartner), Dr. Martin Ahnefeld (Ahnefeld Möbel-Logistik)

öbel **Logistik** 023-05-amoe.de

Aktiv für eine bessere Zukunft

Autor Daniel Waldschik

Infolge der im Juli 2023 durch die Delegierten beschlossenen Satzungsneufassung hat die AMÖ nun einen hauptamtlichen Vorstand und einen Aufsichtsrat. Beide Organe wurden auf der Delegiertenversammlung am 28. September 2023 in Essen erstmals gewählt.

Gleich fünf Kandidatinnen und Kandidaten stellten sich für die vier im Aufsichtsrat zu besetzenden Plätze zur Wahl. Die Erfurterin Stefanie Rothe kandidierte erstmals für ein Amt in einem AMÖ-Organ. Und mit Dr. Martin Ahnefeld, Stefan Klein, Frank Schäfer und Jürgen Zantis kandidierte das ehemalige Präsidium geschlossen. Das ehemalige Präsidium bildet nun den neuen Aufsichtsrat der AMÖ

Wir sprechen mit dem neuen Aufsichtsrat und Andreas Eichinger, dem ehemaligen Hauptgeschäftsführer und neu gewählten Vorstand der AMÖ, über die moelo 2023. Und wir geben einen Ausblick auf das, was nun vor uns liegt.

SCHWERPUNKTE FÜR 2024

- Präsenz in Politik und Gesellschaft erhöhen
- amoe-Zertifikat neu auflegen
- Kampagne "geprüfter amoe-Spediteur" starten
- Aus- und Weiterbildungsprogramm für amoe-Spediteure starten
- amoe-Mitgliederbereich und amoe-Vorteilswelt ausbauen
- Fachthemen konsequent besetzen

MöbelLogistik: Die Messe moelo 2023 ist vorüber. Wie ist Ihr Eindruck?

Frank Schäfer: Ganz ausgezeichnet. Ich war von der ersten Minute an begeistert. Natürlich fragt man sich im Vorfeld, wie es wohl wird. Dann kommt man im Foyer der Messehalle an, wirft einen Blick von der Empore über die gesamte Halle, sieht das rege Treiben und wird direkt mitgerissen. Die Stimmung war von Beginn an sehr positiv, sowohl bei Besuchern als auch Ausstellern. Und als dann noch diese große Menschenmenge in die Halle strömte, angeführt von den rund 100 Auszubildenden aus Nordrhein-Westfalen, das hat einen zusätzlichen Schwung und Leben in die Messehalle hineingebracht. Kompliment und danke in diesem Zusammenhang an die Kollegen Jürgen Weihermann und Christian Averbeck vom VVWL, die dafür gesorgt haben, dass auch dieses Mal wieder Auszubildende auf der moelo 2023 in so großer Zahl vertreten waren.

Jürgen Zantis: Positiv überrascht hat mich die Besucherzahl. Man hat gespürt, wie gerne die Menschen den Kontakt zu anderen gesucht haben und wie froh sie waren, endlich ihre persönlichen Kontakte wieder pflegen zu können. Im Rahmen einer Messe ist das doch noch einmal etwas anderes als im Vergleich zu einer Jahrestagung oder Delegiertenversammlung. Die Aussteller hatten direkten Kontakt zu Bestands- und Neukunden an einem Ort. Wofür sie oder ihre Außendienstmitarbeiter üblicherweise eine längere Tour planen, hatten sie alles geballt an zwei Tagen hier auf der Messe.

Stefan Klein: In unserer Branche sind Kommunikation und der Austausch untereinander von immenser Bedeutung. Und mit der Messe haben wir ein wichtiges Ziel erreicht. Wir haben die Menschen wieder zusammengebracht!

Martin Ahnefeld: Ja, Logistik ist ein "People Business", da braucht es Raum für persönliche





(v.l.) Die Delegiertenversammlung hat Dr. Martin Ahnefeld, Jürgen Zantis, Stefan Klein und Frank Schäfer zum neuen Aufsichtsrat der AMÖ gewählt. Andreas Eichinger (2. v.r.) wurde zum hauptamtlichen Vorstand gewählt.

Kontakte. Die vielen persönlichen Treffen in vertrauter Runde nach vier Jahren ohne Messe moelo haben wirklich gutgetan.

Andreas Eichinger: Auch mich hat die Stimmung während der moelo 2023 wirklich beeindruckt. Trotz der diversen Herausforderungen, denen wir uns als Branche stellen müssen, war die Stimmung wirklich ausgezeichnet. Ich habe die Aufbruchstimmung wirklich spüren können, habe selbst zahlreiche Gespräche geführt, viele Menschen kennengelernt und auch viele Pläne geschmiedet.

MöbelLogistik: Das Feedback zur Messe und zur AMÖ von Besucherinnen und Besuchern als auch von Ausstellern war durchweg positiv. Wie sehr ist aus Ihrer Sicht die Aufbruchstimmung zu spüren? Und woran machen Sie das fest? Oder ist es sogar schon mehr als "nur noch" Aufbruchstimmung?

Schäfer: Aus meiner Sicht war mehr als nur Aufbruchstimmung zu spüren. Ich empfand eine gewisse Euphorie bei den Menschen, nach vier Jahren wieder die moelo besuchen zu können. Der persönliche Austausch nicht mehr nur in kleiner Runde, sondern großflächig mit Produkten zum Anfassen – das war eine gelungene und sehr professionelle Messe mit interessierten Besuchern

und engagierten Ausstellern. Das hat einfach zusammengepasst.

Ahnefeld: Die vielen persönlichen Treffen im Rahmen der Messe gehen mit positiven Erlebnissen einher. Dadurch entsteht natürlich Aufbruchstimmung. Aber insbesondere der neu konzipierte amoe-Stand hat sehr deutlich widergespiegelt, dass sich in der AMÖ und insbesondere in der Geschäftsstelle in Hattersheim in den letzten Monaten viel Positives entwickelt hat. Das stellt für mich Aufbruch dar, der natürlich noch weitergetragen werden muss.

MöbelLogistik: Gab es auch kritische Stimmen? Was würden Sie sagen, gäbe es zu verbessern?

Zantis: Es gibt natürlich immer etwas, was man verbessern könnte. Wünschenswert wäre es, perspektivisch wieder Fahrzeughersteller für die moelo zu begeistern. Das hätte noch einmal einen besonderen Mehrwert für uns Logistiker. Ansonsten bin ich aber der Meinung, dass wir sehr viel richtig gemacht haben. Besonders gefallen hat mir unser gemeinsamer optischer Auftritt mit unseren amoe-Polo Shirts. Wir alle haben visuell unterstrichen, dass wir uns mit unserem Bundesverband, wie er jetzt seinen Weg geht, identifizieren.

Möbel **Logistik** 2023 OS amoede MöbelLogistik: In den letzten Monaten ist viel im Hintergrund passiert. Wir haben nicht nur einen völlig neuen Messestand oder mit dem "Fightclub" neue Vortragsformate konzipiert. Sondern wir haben auch neue Leistungen und Produkte entwickelt, die wir in Essen vorgestellt haben: unser "neues" umzug.org, die amoe-Tankkarte, wir haben den Mitgliederbereich auf amoe.de wiedereröffnet, die erweiterte amoe-Vorteilswelt vorgestellt, unsere Außendarstellung konsequent umgesetzt und noch mehr. Beeindruckt?

Schäfer: Sehr! Und auch insgesamt war es eine tolle Inszenierung und Konzeption, die nicht nur mich, sondern sehr viele Besucher beeindruckt hat. Die Aussagekraft des Messestandes passte optimal zu den Leistungen der AMÖ, die wir präsentiert haben. Wir kannten den Messestand ja nur vom Papier. Live hatte er eine unwahrscheinliche Anziehungskraft und Präsenz.

Zantis: Ja, besonders mit der Außendarstellung ist sehr deutlich geworden, dass wir das Ziel verfolgen, die AMÖ jünger, moderner und zukunftsorientierter aufzustellen. Und mit Andreas Eichinger haben wir jemanden, der dieses Ziel mit frischen Impulsen konsequent verfolgt. Das spüren auch unsere Mitglieder. Dass da jemand ist, der Drive und Energie hat. Der Dinge voranbringt und umsetzt.

Ahnefeld: Dem stimme ich absolut zu. Es waren fast zu viele Neuerungen, die wir jetzt optimal vermarkten müssen. Alle AMÖ-Mitgliedsunternehmen sollen erfahren, was wir in den letzten Monaten auf die Beine gestellt haben.

Eichinger: Genau das haben wir jetzt vor. Zum einen berichten wir in dieser Ausgabe der Möbel-Logistik weiter über unsere neuen Leistungen und Produkte, die wir auf der moelo 2023 vorgestellt haben. Zum anderen haben wir mehrere Onlinetermine mit unseren Partnern JITpay™, mymovingpartner und WGL geplant, um komprimiert in umzug.org, die amoe-Tankkarte, den Mitgliederbereich auf amoe.de und die erweiterte amoe-Vorteilswelt einzuführen. In sechzig Minuten erfahren unsere Mitglieder so, welche Mehrwerte, sprich: welche wirtschaftlichen Vorteile, wir für sie geschaffen haben.

MöbelLogistik: Wie überrascht waren Sie, als das Ergebnis der Abstimmung zum moelo-Award verkündet wurde? Rund 43 Prozent der Besucherinnen und Besucher haben für die AMÖ gestimmt.

Klein: So, wie wir uns präsentiert haben, haben wir unsere Ziele und unsere Ansprüche klar untermauert. Dass wir mit dem moelo-Award ausgezeichnet wurden, ist deshalb auch gerechtfertigt. Auch wenn ich persönlich nicht damit gerechnet habe

Zantis: Der schwerfällige Tanker, der die AMÖ einmal war, hat sich transformiert, ist wendiger geworden und hat nun Fahrt aufgenommen. Das haben die Menschen erkannt und honoriert.

Schäfer: Ich denke auch, dass wir durch unsere Leistung, durch die Präsenz, aber vor allen Dingen durch die vielen persönlichen Gespräche jetzt und in der Vergangenheit überzeugt haben. Wir haben gezeigt: Die AMÖ ist ein unverzichtbarer Partner der Branche. Der moelo-Award ging verdient an uns. Andreas und das gesamte AMÖ-Team in Hattersheim haben hart dafür gearbeitet. Ich bin ja nah dran an den Entwicklungen und weiß, dass im Hintergrund noch viel mehr geschehen ist als nach außen hin sichtbar ist. All das wurde bis zur moelo nicht gesehen. Jetzt ist vieles öffentlich und sichtbar. Das macht mich unheimlich stolz.

MöbelLogistik: Kommen wir zur Delegiertenversammlung, die ja traditionell den Abschluss der Messe moelo bildet, und zu den Wahlen. Gewählt wurden nach neuer Satzung erstmals ein Aufsichtsrat und ein hauptamtlicher Vorstand. Wie ist Ihre Einschätzung zur Wahl und zu den Wahlergebnissen?

Schäfer: Für mich persönlich war das Wahlergebnis denkbar knapp. Und natürlich hat mich mein Abschneiden ein Stück weit getroffen. Aber ich möchte das Positive hervorheben. Ich habe mich sehr darüber gefreut, dass mit Stefanie Rothe eine Person mehr auf dem Wahlzettel stand, als Aufsichtsratsmitglieder gewählt werden konnten. Wir hatten damit eine echte Wahl. Diese Situation wünsche ich mir für alle kommenden Wahlen.

Ich selbst stehe in drei Jahren nicht mehr zu Wahl. Dann ist es an der Zeit, den Weg freizumachen für die jungen Menschen, die sich für ihre Zukunft im Bundesverband einbringen wollen. Ich denke hier insbesondere an die jamoe, in der sehr viel Potenzial vorhanden ist, den Bundesverband zu gestalten und weiterzuentwickeln. Außerdem wünsche ich mir einen stärkeren regionalen Querschnitt und mehr Frauen im Aufsichtsrat sowie in den Ausschüssen und Arbeitsgruppen der AMÖ. Das war auch meine Bitte an Frau Rothe: darüber nachzudenken, ob sie sich anderweitig im Bundesverband engagieren möchte. Dafür gibt es viele Möglichkeiten.

MöbelLogistik: Auch gute Boxer wurden im Ring schon angezählt, und kamen dann kämpferischer und willensstärker aus ihrer Ecke. Was haben Sie sich vorgenommen? Wie lautet Ihre Maßgabe für die "letzte Runde"?

Schäfer: Meine Aufsichtsratskollegen haben mir ihr volles Vertrauen ausgesprochen und mich zum Vorsitzenden gewählt. Ich möchte mich, wie schon in den vergangenen rund zehn Jahren im Präsidium, zum Besten der Branche einsetzen. Und ich



hoffe, dass ich diejenigen, die dieses Mal mir gegenüber kritischer waren, durch mein Handeln wieder überzeugen kann. Unser gemeinsames Ziel ist es, den Bundesverband moderner und zukunftsgerichteter aufzustellen. Wir haben die richtigen Weichen gestellt und wegweisende Entscheidungen vorbereitet. Und die Delegierten haben mit ihrem glasklaren Votum unter anderem zur neuen Organisation und Struktur der AMÖ untermauert, dass sie diesen Weg mitgehen. Es ist unglaublich, was in der kurzen Zeit alles in und mit der AMÖ geschehen ist.

Zantis: ... und es gibt noch viel zu tun. Umso mehr freut es mich, in dieser Konstellation weiterarbeiten zu können. Und das einstimmig beschlossen mit dir, Frank, als Vorsitzendem des Aufsichtsrates.

Klein: Und das ist auch richtig so! Frank ist mit Leib und Seele AMÖ. Als Unternehmer opfert er viel Zeit und bringt sich engagiert für die Bedürfnisse von uns allen ein. Das können wir nicht genug wertschätzen. Deshalb war ich sehr von seinem Wahlergebnis enttäuscht. Manche scheinen vergessen zu haben, was er für uns geleistet hat.

Ahnefeld: Natürlich freue ich mich auch persönlich darüber, für mein Engagement Zustimmung von den Delegierten zu erhalten. Aber es geht für mich nicht um einzelne Personen oder Persönlichkeiten,

sondern um ein funktionierendes Aufsichtsratsteam, die AMÖ-Verbandsfamilie und unsere Branche insgesamt. Ich persönlich freue mich, den Veränderungs- und Erneuerungsprozess der AMÖ weiter begleiten zu dürfen.

MöbelLogistik: Was sind nun die nächsten Schritte für die AMÖ? Welche Schwerpunkte sehen Sie?

Zantis: Wir wollen die sumo GmbH weiter mit Leben füllen. Die Angebote und Mehrwerte stärken jedes einzelne Mitglied. Das wiederum stärkt uns als AMÖ-Verbandsfamilie gegenüber solchen Unternehmen, die nicht in der AMÖ organisiert sind. Und das ist dann gute Werbung für uns. Wir alle kennen das Problem der sinkenden Mitgliederzahlen. Die Wirtschaftlichkeit der AMÖ wird deshalb ebenfalls eine der Herausforderungen der Zukunft sein. Und ich denke, da sind ganz besonders wir Mitglieder gefragt, unseren jeweiligen Beitrag zu leisten, und für eine Verbesserung der Haushaltssituation zu sorgen.

Schäfer: Wir haben uns leider in den letzten Jahren, natürlich auch durch Corona, sehr viel mit Themen, die eben auch pandemiebedingt waren, beschäftigen müssen. Jetzt gilt es, die politische Arbeit wieder deutlicher in den Vordergrund zu rücken. Wir brauchen Antworten auf die drängenden Fragen für die Zukunft, wie den Fachkräfte-

Möbel Logistik

wettbewerb allgemein und die Suche nach Fahrern im Speziellen. Die Probleme sind eklatant. Ich persönlich kenne niemanden, der nicht über Personalmangel klagt. Eine solche Situation kann zu einer gewissen Frustration und Unternehmermüdigkeit führen. Dem wollen und müssen wir entgegenwirken.

MöbelLogistik: Wodurch?

Schäfer: Wir müssen die richtigen Angebote entwickeln, zum Beispiel beim Thema Unternehmensnachfolge. Es ist entscheidend, die Unternehmerinnen und Unternehmer zu sensibilisieren und darauf aufmerksam zu machen, solche Prozesse frühzeitig anzugehen. Da sehe ich auch uns "ältere" Unternehmerinnen und Unternehmer in der Pflicht. Ich persönlich habe auch nach 35 Jahren immer noch Spaß, Kunden zufriedenzustellen, sie mit Leistungen zu überraschen, die sie so nicht erwartet haben, und vieles mehr. Wir können mit unserer Erfahrung dazu beitragen, junge Menschen für die Branche zu begeistern. Wir können transportieren, dass eine gute Ausbildung nur eine Seite der Medaille ist. In unserem Beruf braucht es soziale Kompetenz und andere Dinge, die man erst durch die tägliche Praxis lernt, aber braucht, um erfolgreich unternehmerisch tätig sein zu können.

Eichinger: Und das, was Du eben gesagt hast, Frank, das klingt für mich anders als die üblichen Artikel oder Erzählungen über unseren Teil der Branche. Die Möbel- und Speziallogistik ist besonders. Denn bei uns braucht es aus meiner Sicht beides: Wirklich umfassendes Wissen und ausgeprägte soziale Kompetenz. Das ist im Transportsektor nicht immer der Fall. Für mich macht aber genau das zum einen den Reiz der Möbel- und Speziallogistik und die Menschen in unserer Nische aus. Zum anderen ist unsere Nische eben auch nicht für alle etwas. Ich denke, wir müssen besser darin werden, anderen zu erzählen, was uns ausmacht, und dann diejenigen identifizieren, die zu uns passen. Als Mitarbeiterin und Mitarbeiter und als Nachfolgerin und Nachfolger. Klar ist für mich, dass wir auch ehrlich darüber sprechen müssen, was diese Menschen von uns erwarten und was wir ihnen bieten müssen. Die Zukunft der Branche und der einzelnen Unternehmen liegt mir wirklich am Herzen.

MöbelLogistik: Zukunft ist ein gutes Stichwort. Wie wird die Zukunft der AMÖ aussehen?

Klein: Ich wünsche mir, dass einzelne Landesverbände wieder stärker in den offenen Austausch

mit uns gehen. Andreas Eichinger hat mehrfach bewiesen, dass er zuhört, und zum Gespräch eingeladen. Man kann unterschiedlicher Meinung sein. Das darf uns aber nicht daran hindern, trotzdem konstruktiv miteinander zu arbeiten. Es ist wichtig, nachzuhaken, wenn etwas unklar ist. Es ist wichtig, an Sitzungen und Austauschformaten teilzunehmen. Auch um Informationen ungefiltert mitnehmen zu können und sich intensiver einzubringen. Das wünsche ich mir in Zukunft noch mehr.

Ahnefeld: Dem kann ich mich nur anschließen. Die Zukunft der AMÖ hängt nicht allein von Andreas, der Geschäftsstelle und uns, dem Aufsichtsrat, ab. Ich sehe hier alle Landesverbände in der Verantwortung, sich konstruktiv einzubringen. Dies ist natürlich bei einer solch großen Gemeinschaft nicht immer einfach, es ist auch anstrengend und führt zu Diskussionen und Disputen, aber am Ende müssen Mehrheitsentscheidungen akzeptiert werden. Da gibt es für mich keine Alternative.

Schäfer: Ich bin davon überzeugt, dass die Zukunft der AMÖ positiv sein wird. Positiv, aber anders. Denn trotz unseres großen Engagements zeichnet sich ein Rückgang unserer Mitglieder ab. Die Branche konsolidiert sich, insbesondere kleinere Unternehmen finden keine Nachfolger und schließen. Gemeinsam müssen wir intensiv daran arbeiten, neue Mitglieder zu gewinnen. Dabei sind vor allem die Landesverbände sowie die Vorsitzenden aus den Fachvereinigungen gefragt zu schauen, wer aus ihrer Region zu uns passt, und diese Betriebe zu motivieren, sich uns anzuschließen.

Letztlich sind wir alle gefragt. Wir können nicht erwarten, dass sich irgend etwas zum Positiven wendet, wenn wir selbst nicht persönlich bereit sind, zu den notwendigen Veränderungen beizutragen. Das ist auch mein Appell: Engagieren Sie sich und tun Sie etwas für unsere Branche. Letztlich tun sie damit auch etwas für sich selbst, denn wenn wir, als Gemeinschaft, die Rahmenbedingungen verbessern, kommt das über kurz oder lang auch den einzelnen Unternehmen zugute.

Eichinger: Wenn wir uns eine bessere Zukunft wünschen, dann müssen wir auch etwas für sie tun. Dann müssen wir das Heft des Handelns selbst in die Hand nehmen und aktiv unsere Zukunft gestalten!

Zwei neue Organe der AMÖ: Vorstand und Aufsichtsrat

Wie bisher trifft die Delegiertenversammlung grundlegende Entscheidungen. Sie stellt die Leitplanken für die Arbeit der AMÖ auf und wählt nach neuer Satzung zwei Organe: den Aufsichtsrat und den hauptamtlichen Vorstand. Die neue Satzung wurde von der Delegiertenversammlung am 5. Juli 2023 in Eltville mit großer Mehrheit beschlossen. Nach Rücksprache mit dem zuständigen Registergericht hat die Delegiertenversammlung am 28. September 2023 in Essen die anstehenden Wahlen bereits nach dieser neuen Satzung durchgeführt. Die neue Satzung und die Ergebnisse der Wahlen wurden vom Registergericht inzwischen eingetragen.

Der hauptamtliche Vorstand vertritt die AMÖ im Sinne des § 26 BGB. Ihm obliegt die strategische Ausrichtung der AMÖ, die Umsetzung der Beschlüsse der Delegiertenversammlung, die Erstellung des Jahresabschlusses und eines Haushaltsvoranschlages. Außerdem richtet er Ausschüsse und Arbeitsgruppen der AMÖ ein und besetzt diese. Der Vorstand berichtet der Delegiertenversammlung über die inhaltliche Arbeit des Verbandes. Er berichtet dem Aufsichtsrat über die Durchführung der Beschlüsse der Delegiertenversammlung, über die finanzielle Entwicklung des Verbandes sowie wesentliche Ereignisse.

Die Delegiertenversammlung wählte einstimmig den bisherigen Hauptgeschäftsführer Andreas Eichinger zum Vorstand. Er ist auf unbestimmte Zeit gewählt, kann aber Im Fall des Falles durch die Delegiertenversammlung abgewählt werden. Der Aufsichtsrat der AMÖ besteht aus dem Vorsitzenden des Aufsichtsrates und drei Mitgliedern. Angehören können dem Aufsichtsrat nur Inhaber, Gesellschafter, gesetzliche Vertreter oder bevollmächtigte Mitarbeiter von Mitgliedsunternehmen der amoe. Die Delegiertenversammlung wählte

- Frank Schäfer,
 Vorsitzender des Aufsichtsrates
 (L. Spangenberg GmbH & Co. KG,
 30982 Pattensen),
- Dr. Martin Ahnefeld (Ahnefeld GmbH & Co. KG, 32429 Minden),
- Stefan Klein (Frey & Klein Int. Spedition GmbH, 55469 Simmern) und
- Jürgen Zantis (Maassen & Becker GmbH, 52477 Alsdorf)

in den Aufsichtsrat. Der Aufsichtsrat der AMÖ wird jeweils für drei Jahre von der Delegiertenversammlung gewählt. Zu den satzungsgemäßen Aufgaben des Aufsichtsrates zählen unter anderem die operative Kontrolle und Entgegennahme der laufenden Berichterstattung des Vorstandes über wesentliche Ereignisse, die Bestellung des Wirtschaftsprüfers, die Zustimmung zu besonderen Geschäften und die Zustimmung bei wesentlichen Abweichungen vom Haushalt.

Dem Vorsitzenden des Aufsichtsrates obliegt gemeinsam mit dem Vorstand die Interessenvertretung der AMÖ nach außen, insbesondere gegenüber Öffentlichkeit, Politik, Behörden sowie anderen Organen und Institutionen auf nationaler und internationaler Ebene.

Die bisherigen Organe Präsidium und Gesamtvorstand wurden im Zuge der Satzungsneufassung abgeschafft.



Im Fokus: Spedition Pohlmann und Hiemer Möbelmontagen GmbH

Wir bringen Ihnen die Menschen in der Branche näher. Als Gemeinschaft profitieren wir von unseren unterschiedlichen Denk- und Sichtweisen – unabhängig von Alter, Geschlecht oder Erfahrungsschatz. In der Gemeinschaft finden wir aber auch Menschen mit ähnlichen Herausforderungen, Problemen oder Fragen. Und solche, die möglicherweise bereits Antworten oder Lösungen gefunden haben.

"Wir sind auf einem guten Weg."

Autor Daniel Waldschik

In welchen Bereichen vermeiden die Spedition Pohlmann und die Hiemer Möbelmontagen GmbH CO₂? Wo reduzieren sie? Wo kompensieren sie? "Wir vermeiden, soweit möglich, sämtliche Folien. Als Ersatz zur Luftpolsterfolie setzen wir auf gleichwertige Produkte aus Wellpappe. Den anfallenden Papp- und Folienmüll pressen wir selbst und lassen ihn vom Entsorger oder dem Hersteller abholen", erklärt Inhaber Martin Berkenkopf (40). Die einzelnen hochverdichteten Bündel wiegen teilweise bis 400 Kilogramm. Die Büromöbelhersteller, für die man tätig sei, verpackten die Möbel ganz unterschiedlich. Es gibt alteingesessene Firmen, die auch heute noch mit Decken als Kanten- und Flächenschutz arbeiten. "Das funktioniert wunderbar", kommentiert Vater Wendelin. Andere wiederum wickeln komplette Möbelstücke in Pappe oder Folie ein oder setzen auf Schaumstoff, der schwieriger zu recyceln sei.

Möbel **Logistik** 2023 05 amoe.de

Der 75-jährige Wendelin war Quereinsteiger in Sachen Möbellogistik. Im Juni 1998 unterschreibt er den Übernahmevertrag der Spedition Pohlmann in Kamen nahe Dortmund, die Johannes Pohlmann sen. Anfang der 1960er gegründet hatte. Bis zur Übernahme arbeitet Wendelin in einer Bank, ist dort für die Innenrevision und die Buchhaltung zuständig. In seinem Job fühlte er sich nicht mehr so richtig wohl. Da kam ein Gespräch mit Pohlmann-Erbe Erhard Pohlmann gerade recht. "Er sollte einen Umzugsauftrag für unsere Bank erledigen", erinnert sich Wendelin. "Bei unserem Gespräch äußerte Erhard dann beiläufig, dass er seinen Betrieb eigentlich nicht mehr weiterführen will." Eins kam zum anderen. Aus einer Laune heraus bekundet Wendelin sein Interesse. Dann sei es schnell konkret geworden. "Wir haben die Bilanzen durchgeschaut, uns mit unseren Ehefrauen an einen Tisch gesetzt und machten Nägel mit Köpfen."

Der Start vor 25 Jahren: überschaubar. Ein Lkw, ein Anhänger, ein Möbelaufzug, ein festangestellter Mitarbeiter, ein paar Aushilfen. Vom Speditionsalltag hatte Wendelin, wie er zugibt, keinen Plan. Wendelin absolvierte zuerst die Fachkunde und machte den Lkw-Führerschein. Dann geht's erst einmal so weiter, wie es der vorige Inhaber getan hatte. Schnell habe sich Wendelin die Sinnfrage gestellt. "Der Anfang war sehr schwierig", sagt er. Er beißt sich durch. Die Zeiten wurden besser. 2004 stößt Sohn Martin hinzu. "Danach ist die Sache regelrecht explodiert."

Geräuschlose Übernahmen

Der eigene Firmenumzug erfolgte im Jahr 2000 von der Hammerstraße in die Gutenbergstraße in Kamen. "Angefangen haben wir damals mit einer 250 Quadratmeter großen Halle mit Büro. Jetzt konnten wir den Kunden auch die Möbellagerung anbieten und hatten eine Anlaufstelle für Kunden." Ein deutlicher Schritt nach vorne. "Vorher hatten wir übergangsweise einen Büroraum und ein kleines Lager für die Lagerung unserer Verpackungsmittel." Durch eine weitere Lagererweiterung im Jahr 2015 konnten Martin und Wendelin ihren Kundinnen und Kunden dann auch Self-Storage anbieten.

Im Jahr 2010 übernimmt das Vater-Sohn-Gespann den Firmennachbar Hiemer Möbelmontagen GmbH. "Ich saß damals mit Horst Hiemer am Tisch und wir tranken zusammen Kaffee. Er klagte mir seine betrieblichen Sorgen. Und ich fragte: "Hast Du denn mal drüber nachgedacht, den Betrieb abzugeben? Zu verkaufen ist jetzt Geld, das Du unter Umstanden nie mehr erwirtschaften kannst." Die Übernahme erfolgt mehr oder weniger geräusch- und reibungslos. Wie schon 1998. "Mit manchen Menschen kannst du blind Geschäfte machen. Bei anderen lässt Du es selbst

im hellwachen Zustand besser sein", erklärt es Wendelin. Hiemer selbst war noch bis Mitte 2015 als Büroangestellter tätig.

Während die Spedition Pohlmann mit Martin als Geschäftsführer das Umzugsgeschäft übernimmt, konzentriert man sich bei Hiemer – mit der Doppelspitze Martin und Wendelin – auf Büromöbelmontagen, die Annahme und Zwischenlagerung von Büromöbeln, Wareneingangskontrolle sowie die Auslieferungen und Montagen. Heute sind bei Pohlmann/Hiemer 20 Mitarbeitende beschäftigt, davon vier Azubis. Auf dem Hof stehen zehn Fahrzeuge, vom 36-Tonnen-Zug bis zum Smart, vier Anhänger, drei Außenaufzüge und 28 Wechselbrücken/Lagercontainer. Das Lager umfasst 1.000 Quadratmeter verteilt auf drei Hallen. Das Büro ist 100 Quadratmeter groß.

Eine große Herausforderung sieht Martin in der Durchführung und Genehmigung umzugsbedingter Baustellen. "Das, ebenso wie die Nutzung von Außenaufzügen, wird immer mehr zum Problem für uns und andere AMÖ-Mitglieder", sagt er. Mit einigen Städten und Kommunen liefe die Zusammenarbeit gut. "Andere wiederum sehen Probleme, wo keine sind, und werfen einem unnötig Steine in den Weg."

Altmodisch, aber auch sicherer

Mit einem Anbieter für Klimazertifikate oder ähnlichem arbeite man nicht zusammen. "Klimaneutrale Umzüge werden bei uns bislang nicht nachgefragt", sagt Martin. Mit dem Thema selbst habe er sich deshalb noch nicht viel auseinandergesetzt. Im Büro zum Beispiel verzichte man auf Plastikflaschen. Auch achte man sehr darauf, technische Geräte nicht im Standby-Modus zu lassen. Die überwiegende Beleuchtung ist auf LED-Technik umgerüstet. "Wir verwenden, wo es möglich ist, auch sehr viel gebrauchte Verpackungsmittel wieder. Bei hygienischen Verpackungen geht das natürlich nicht." Papierlos sei man zwar noch lange nicht, dennoch werde auch hier sorgsam darauf geachtet, ob Dokumente und Unterlagen zwingend ausgedruckt werden müssten, oder besser

Der Fuhrpark ist überwiegend mit modernen Fahrzeugen ausgestattet – "Also Euro 6 beziehungsweise Euro 5." Elektrofahrzeuge haben sie nicht im Bestand. "Für kürzere Dienstfahrten steigen wir oft aufs Fahrrad. Besichtigungen im Umkreis von bis zu 70 Kilometern machen wir persönlich. Dafür nutzen wir einen sparsamen Kleinwagen." Bestenfalls werden gleich mehrere Besichtigungen kombiniert. Und alles, was weiter entfernt ist, werde ohnehin virtuell besichtigt. Dafür setzen sie in der Spedition Pohlmann eine marktgängige Software ein. In Sachen Nachhaltigkeit sei man auf einem guten Weg. "Im Rahmen unserer Möglichkeiten."

Möbel Logistik

Digitalisierung ist im Hause Berkenkopf kein großes Thema, das sie stiefmütterlich behandeln – auch wenn immer mehr ginge, als getan werde. Aber sie befassen sich damit, und haben auch schon diverse Maßnahmen ergriffen. "Im Büro kommunizieren vier Rechner miteinander, die alle keinen Anschluss nach draußen haben", sagt Martin. Darauf liefen interne Programme wie Kunden- und Auftragsverwaltung, Dispo oder die Buchhaltung. "Ein in sich geschlossenes System." Der Kundenkontakt, Online-Besichtigungen und so weiter werden über separate Computer vorgenommen. Angst oder Sorgen vor Cyberangriffen haben Martin und Wendelin deshalb eher weniger. "Auch wenn das natürlich nicht bedeutet, dass wir nichts zu befürchten haben." Ein Grund, weshalb bei Pohlmann das Büro noch nicht gänzlich papierlos ist. "Das mag altmodisch und nicht im Sinne der Nachhaltigkeit sein", gesteht Wendelin. "Der Vorteil, vor Hackerangriffen oder eingeschleusten Viren geschützt zu sein, überwiegt." Die Akquisition von Ŭmzugskunden, die Planung von Küchenauf- und -umbauten sowie die Dokumentation von Halteverbotszonen erfolge über iPads.

Einen Online-Kalkulator für Umzugskunden biete man nicht an. Auch auf einer Umzugsplattform sind sie nicht gelistet. Dafür bestehe aktuell kein Bedarf. "Wir erhalten unsere Anfragen telefonisch und per E-Mail und vereinbaren eine Besichtigung entweder vor Ort oder virtuell." Die Auftragslage im Moment sei "Okay". Bei der Spedition Pohlmann wickeln sie etwa 420 bis 450 Umzüge pro Jahr ab. Davon knapp 80 Prozent Privatumzüge und 20 Prozent gewerbliche Umzüge. Dazu kommen circa 30 bis 35 Neumöbeltouren pro Monat hinzu – ausschließlich Büromöbel.

Der Enkel übt schon

Was in Möbelspeditionen nicht überall üblich ist: "Bei uns gibt es so gut wie keine Wochenendarbeit. In den allermeisten Fällen sind unsere Mitarbeiter samstags und sonntags zu Hause." Auch Brückentage versuche man freizuschaufeln. Das Personal wisse das zu schätzen.

Martin hat einen Sohn im Teenageralter. "Er ist in den Ferien oft in der Firma dabei. Es macht ihm Spaß, er ist engagiert – mal schauen, ob das so bleibt." Martin lacht. Die Parallelen zu ihm sind sichtbar. Auch er ist als Teenager seine erste Schritte in Papas Unternehmen gegangen, fuhr bei Umzügen mit. Nach der Schule werkelt er im heimischen Keller. "Ich war schon immer handwerklich geschickt und ein Typ, der anpackt." Martin schließt im Jahr 2004 seine Gesellenprüfung als Tischler ab. Er steigt in den väterlichen Betrieb mit ein, macht den Lkw-Führerschein, arbeitet an vorderster Front mit. 2018 übernimmt er schließlich die Spedition Pohlmann komplett. Vater Wendelin hätte ihm eine andere berufliche Entscheidung nicht krummgenommen. "So war









das natürlich die ideale Lösung. Andernfalls hätte ich das Unternehmen verkaufen müssen." Wendelin hat drei Kinder: Martin ist der jüngste, neben einem Bruder und einer Schwester.

Von besonderen Projekten können sie in Kamen so einiges erzählen. Etwa die Einrichtung einer kleinen Pension im Sauerland: Betten, Kommoden, Nachttische, Schreibboards, Sessel – wer häufiger in Hotels untergebracht ist, wird sich ein Bild davon machen können. Der Umzug der ortsansässigen Bücherei einschließlich Ein- und Auspackservice der Bücher nach Sachgebieten und Alphabet. Auch der Umzug eines Klosters blieb Wendelin besonders im Gedächtnis. "Das waren teilweise sehr alte Sachen. Vor allem aber waren es schwere Sachen. Keine Gebetsbänke oder ähnliches. Sondern die Privatgemächer mit schweren Schränken und so weiter." Sehr anspruchsvoll sei auch der Umzug und die Einrichtung eines Unternehmens mit 650 Arbeitsplätzen gewesen. "Das lief über mehrere Wochen", erinnert sich Martin. Haufenweise Tische, Stühle, Rollcontainer,

Schränke und andere Büromöbel mussten transportiert und aufgebaut werden. Insbesondere auf die Reparatur elektrischer Büromöbel, wie zum Beispiel höhenverstellbare Schreibtische, hat sich Pohlmann spezialisiert. "Wobei solche Aufträge dann über die Hiemer Möbelmontagen GmbH laufen", sagt Martin. Man sei inzwischen Servicepartner von drei größeren Herstellern solcher Büromöbel. Die Reparaturen hätten es teilweise in sich: Die modernen Tische seien mit einem Steuergerät ausgestattet, ähnlich einem Pkw, das entsprechend ausgelesen werden könne. Die Lösung der einzelnen Fehlercodes sei manchmal kniffelig. Nicht immer genüge es, nur ein Kabel zu tauschen. Insgesamt sei das Thema Büroausstattung heute viel umfangreicher und komplexer als noch vor zehn Jahren oder länger her. "Es wird zum Beispiel viel mit Akustik gearbeitet: mit Moosbildern, schallabsorbierenden Wänden, Decken oder Schränken", sagt Martin. Auch dafür fühlt man sich bei Pohlmann und Hiemer verantwortlich.

"Miteinander, füreinander"

Martin ist Delegierter im Landesverband VVWL und dort in der "Erfa-Gruppe: Fachkraft Möbel-, Küchen-, Umzugsservice" aktiv. Zudem sitzt er in der IHK Bochum und der IHK Münster im Prüfungsausschuss. Dementsprechend Wert legt er darauf, selbst auszubilden. "Seit 2006, also seit es den FMKU-Ausbildungsberuf gibt, sind wir dabei. Unser damals erster Azubi ist mittlerweile Teamleiter, und ich möchte sagen, einer unserer besten Leute." Ansonsten gehe es ihm wie vielen anderen. "Gute Leute zu finden ist eine Herausforderung." Dabei lege man die Latte für Azubis gar nicht so hoch. "Wir schauen nicht streng auf den Schulabschluss oder Noten. Uns sind Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit und Ehrlichkeit viel wichtiger." Gleitzeit funktioniert eben nicht, wenn das Team morgens pünktlich beim Kunden einen Auftrag zu erledigen hat. "Da hängen unzählige Prozesse dran. Nicht nur, was unsere Arbeit betrifft. Auch die Kundinnen und Kunden haben nach einem Umzug ja noch einiges zu tun." Da müsse eines ins andere greifen. Als Spediteur sehe er sich da in der Pflicht.

Für Nachwuchssuche und gleichzeitig Werbung ist die Spedition Pohlmann Sponsor beim ortsansässigen Breitensportverein VFL Kamen. "Die erste Damenmannschaft trägt unseren Schriftzug auf dem Trikot, aber auch die Tennisabteilung unterstützen wir." Das Motto im Verein wie im Betrieb: "Miteinander, füreinander."



Das Vater-Sohn-Gespann Wendelin und Martin Berkenkopf



Folgegeneration in Warteposition: Die klassische Unternehmerpose mit verschränkten Armen vorm Lkw hat Martins Filius schon drauf



Umzüge werden überwiegend von Kundinnen und Kunden aus der Region gebucht. "Aber auch deutschland- und europaweit, also in der Schweiz, in Österreich oder in Italien, waren wir schon und sind wir unterwegs." Pohlmann lebe von Mund-zu-Mund-Propaganda. "Wir stehen für qualitativ gute Umzüge mit ordentlichen und vernünftigen Mitarbeitern." Das spiegele sich in den Kundenmeinungen wider. "Unsere Mitarbeiter haben verstanden, dass sie die Visitenkarte des Unternehmens vor Ort sind. So, wie sie sich dort verhalten, fällt es auf uns alle zurück." Im Grunde seien es die Kundinnen und Kunden, die ihre Gehälter zahlten.

Die Spedition Pohlmann unterstützt den Lokalsport. Das Motto auf dem Platz wie im Betrieb: "Miteinander, füreinander."















WIR BEDANKEN UNS BEI ALLEN KUNDEN UND PARTNERN FÜR DIE TOLLEN GESPRÄCHE UND GESELLIGEN STUNDEN AUF DER moelo 2023

Beratung + Service + Produkte www.umzugsbedarf-transpak.de







Peter Niesen GmbH & Co. Internationale Möbelspedition KG produziert mit ihrer Photovoltaikanlage rund 350.000 Kilowattstunden Strom. Das entspricht in etwa auch deren Verbrauch.

NACHHALTIGKEIT

Warum Sie diese Artikelserie lesen sollten

Wenn es um Nachhaltigkeit geht, dann stehen in der öffentlichen Wahrnehmung Speditionen besonders im Fokus. Nicht nur, weil sie Lkw betreiben, die in aller Regel Emissionen verursachen und so zur Klimakrise beitragen. Klaus Niesen spricht in unserem Interview (ab Seite 56) entsprechend davon, dass Speditionen eine besondere Verantwortung haben. So müsse es Ziel der Branche sein, ihren CO₂-Fuβabdruck so gering wie möglich zu halten. Klar ist, dass Themen rund um Nachhaltigkeit für Speditionen und mittelständische Unternehmen insgesamt bedeutender werden. Und dass sich diese Themen auch wirtschaftlich rechnen können, zeigen Beispiele von AMÖ-Mitgliedsunternehmen in dieser Ausgabe. Wir zeigen Ihnen auch, wie Sie sich dem Thema Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen nähern können und was es zu beachten gilt.

Mögliche Startpunkte

Auch wenn logistische Leistungen aller Verkehrsträger vielfach Optimierungs- oder Vermeidungspotenzial bieten, lassen sich Umzüge in aller Regel nicht vermeiden. Andreas Weckwert (nature-Office) drückt es in unserem Interview treffend aus: Menschen zögen aus ihrer gewohnten Umgebung nicht aus purer Freude weg, sondern weil sie müssten. Wie also beginnen, wenn die Vermeidung der eigentlichen Leistung keine Option ist und Sie sich mit Nachhaltigkeit auseinandersetzen möchten?

Startpunkt könnte die Auseinandersetzung mit dem Fünf-Schritte-Ansatz von ClimatePartner sein, den auch andere Lösungspartner in ähnlicher Weise vorschlagen:

- Erstmalig den CO₂-Fußabdruck Ihres Unternehmens berechnen (dann regelmäßig), hier ist Unterstützung sinnvoll und notwendig; CO₂-Treiber lassen sich erkennen und angehen
- 2. Langfristige Reduktionsziele setzen
- Reduktionsmaßnahmen umsetzen, die auf die gesetzten Reduktionsziele einzahlen, hier gilt es nicht zu viel Zeit bei der Umsetzung zu verlieren, aber sinnvolle Prioritäten zu setzen
- 4. Klimaschutzprojekte finanzieren
- 5. Klimaschutzengagement absolut transparent kommunizieren, es geht darum, sich in der Kommunikation zunächst auf eigene Maßnahmen zur Vermeidung und Reduktion von Emissionen zu konzentrieren und nur noch das zu kompensieren, was sich nicht vermeiden lässt

Der Ansatz beruht auf dem "Dreiklang der Nachhaltigkeit": Erst Vermeiden, dann reduzieren, nur den Rest kompensieren. Tobias Posselt (atmosfair) hält Kompensation nur für sinnvoll eingesetzt, wenn diesem Dreiklang gefolgt wird. Es geht um den Beginn eines permanenten Prozesses, der nie aufhört.

Kommunikation

In der Außenwirkung sind mindestens zwei verschiedene Zielgruppen zu unterscheiden: Kundinnen und Kunden sowie Auszubildende und Personal. So ist es für viele Menschen außerordentlich wichtig, in Unternehmen mit einer Kultur, Philosophie und Werten ähnlich zu ihren eigenen, zu arbeiten. Oder eben nur diese Unternehmen zu beauftragen.

Was braucht es noch?

Setzen wir uns ernsthaft mit Nachhaltigkeit auseinander, müssen wir Zeit und Geld investieren. Wir müssen Ressourcen zur Verfügung stellen und uns vielleicht auch unbequemen Wahrheiten stellen. Im Idealfall rechnen sich die umgesetzten Reduktionsmaßnahmen.

Der Spediteur Klaus Niesen spricht auch davon, dass man die Menschen besser mitnehmen muss. Sinnvoll sei es, sie zu motivieren und zu überzeugen. Im Grunde genommen würde jeder den Sinn nachhaltigen Wirtschaftens oder Lebens ganz gut von allein erkennen. Allerdings wird das Thema Nachhaltigkeit häufig von aktuellen Herausforderungen überlagert. Einig sind sich alle, mit denen wir für diese Ausgabe der MöbelLogistik gesprochen haben: Nachhaltigkeit muss von der Spitze des Unternehmens vorangetrieben werden. Ist das nicht der Fall, dann seien Projekte zum Scheitern verurteilt.



Fünf Schritte für mehr Klimaschutz

Autor Daniel Waldschik

selbständig. 2006 gi für den Klimaschutz im Klimaschutzdschungel. wird er auf seinem V Welche Organisationen engagieren sich für den weltweiten und lokalen Klimaschutz? ClimatePartner sind tätig. Zu den Partner welche Projekte können Sie unterstützen? aus über 60 Länderi Gibt es Voraussetzungen, um deren Partner zu werden? Und welche einfachen Tipps haben sie für unsere AMÖ-Mitglieder parat, um schnell und bequem CO₂ zu vermeiden

Für diese Ausgabe der MöbelLogistik hat Daniel Waldschik drei im Markt gängige Organisationen angeschrieben und um ein Interview gebeten. Mit natureOffice entstand durch die Standortnähe zur AMÖ-Geschäftsstelle in Hattersheim ein persönliches Gespräch. ClimatePartner aus München und atmosfair aus Berlin haben ihre Antworten schriftlich geschickt, wobei ClimatePartner die Fragen blockweise beantwortet hat.

oder zu reduzieren?

Im Jahr 2003 wendet sich ClimatePartner-Gründer Moritz Lehmkuhl dem Klimaschutz zu. Ein Jahr später macht er sich selbständig. 2006 gründet er in München das heute global für den Klimaschutz engagierte Unternehmen. Seit 2011 wird er auf seinem Weg von Tristan Foerster begleitet. Für ClimatePartner sind mehr als 500 Mitarbeitende weltweit tätig. Zu den Partnern zählen mehr als 6.000 Unternehmen aus über 60 Ländern – darunter die Peter Niesen GmbH & Co. Internationale Möbelspedition KG aus Leverkusen sowie weitere AMO-Mitgliedsunternehmen.

Seit knapp 20 Jahren, freiwillig im Klimaschutz aktiv, unterstützt ClimatePartner mit seiner Lösung aus Software und Beratung: Unternehmen können mit Hilfe ihren CO₂-Fußabdruck für sich, ihre Produkte bzw. Dienstleistungen ermitteln, und werden bei der Umsetzung ihrer Emissionsreduktion sowie der Kommunikation ihres Klimaschutzengagements unterstützt. "Unser Ziel ist es, möglichst viele Unternehmen zum freiwilligen Klimaschutzengagement zu motivieren. Daher kann grundsätzlich jeder mit uns zusammenarbeiten, der einen Beitrag leisten möchte." Die Basis bilde dabei immer die Ermittlung des Carbon Footprints. Weitere Schritte erfolgen dann je nach Zielsetzung und bereits bestehender Klimaschutzstrategie, und werden im individuellen Austausch ermittelt. "Mit unserem Fünf-Schritte-Ansatz legen wir Wert darauf, dass Unternehmen ihre Emissionen reduzieren und einen finanziellen Beitrag im Klimaschutz leisten – nur mit der Kombination beider Maßnahmen können wir die dringend benötigte Geschwindigkeit erreichen, um auf das 1,5 Grad-Ziel einzuzahlen."

Wenn Unternehmen alle fünf Schritte nachweislich erfüllen, können sie das Label "ClimatePartner-zertifiziert" tragen, und über die dazugehörige Climate-ID-Webseite ihre komplette Climate Action Journey nachvollziehbar machen. Auf diesen individuell für den jeweiligen Kunden aufgebauten Webseiten finden Verbraucherinnen und Verbraucher dann mehr Informationen zum Klimaschutzengagement des Unternehmens. Wer die Anforderungen (noch) nicht erfüllt, kann durch die Finanzierung von zertifizierten Klimaschutzprojekten einen wichtigen Beitrag leisten und dafür das Label "Finanzieller Klimabeitrag" erhalten.

FRAGENBLOCK: ALLGEMEINES

- Warum sollten sich Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit/Klimaneutralität widmen?
- Welches sind die häufigsten Fehler, die Unternehmen machen – in Bezug auf Einführung, Umsetzung, Kommunikation?
- Nachhaltigkeit und Klimaneutralität kosten Geld. Warum ist es sinnvoll, dieses Geld in die Hand zu nehmen?
- Bei einem solchen Thema muss man die Menschen bzw. "ihre Köpfe" erreichen und bewegen. Wie funktioniert das? Was tun Sie, um die Menschen zu erreichen, wovon Unternehmen lernen können?

"Der fortschreitende Klimawandel ist eines der drängendsten Themen unserer Zeit. Wir haben hier schlichtweg nicht mehr die Zeit, um abzuwarten und nichts zu tun." Die Unternehmen hätten dies erkannt. "Wir erleben, dass viele von ihnen einen freiwilligen Beitrag zu mehr Klimaschutz leisten wollen, und wir unterstützen sie gerne mit unseren Lösungen und unserer Erfahrung." Gerade das freiwillige Engagement werde dringend benötigt, um die enorme Finanzierungslücke im globalen Klimaschutz zu schließen.

Dazu gehöre auch die Wissensvermittlung: Neben der klassischen Beratungsleistung bietet ClimatePartner deshalb eine eigene Plattform an, über die sich Unternehmen zu unterschiedlichen Themen informieren können (siehe QR-Code). "Wir geben Einblick in unterschiedlichste Themen rund um den unternehmerischen Klimaschutz. Hier erfahren sie, wie Klimaschutzprojekte funktionieren, was es mit wissenschaftsbasierten Zielsetzungen auf sich hat, wie man sein Klimaschutzengagement transparent kommunizieren kann oder was es bei der neuen "Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)", der verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung für Unternehmen, zu beachten gibt."

FRAGENBLOCK: CO2-FUSSABDRUCK & CO.

- Wie können Unternehmen ihren CO₂-Fußabdruck ermitteln bzw. den ihrer Dienstleistungen?
- Wie könnte eine Leitlinie hin zu mehr Klimaschutz lauten?
- Welches sind einfache Mittel für Unternehmen, den eigenen CO₂-Fußabdruck schnell zu senken? Was könnte ggfs. schwieriger sein?
- Was können die Unternehmen ihren Mitarbeitern an die Hand geben für zuhause?

ClimatePartner bietet eine Softwarelösung, über die der CO₂-Fußabdruck eines Unternehmens bzw. Produkts ermittelt werden kann. "Diese Software basiert dabei auf den gängigsten international anerkannten Ökobilanzdatenbanken sowie den Erkenntnissen aus der Berechnung von Carbon Footprints der letzten 20 Jahre. Die zugrundeliegende Technik ist ein lernendes System."

Die Berechnung des Carbon Footprints sei die Basis für die Schritte, die dann folgen: Zunächst soll ein Unternehmen überall dort, wo möglich, Emissionen direkt reduzieren, und sich Ziele zur weiteren Emissionsreduktion setzen. Im nächsten Schritt sollten Klimaschutzprojekte finanziert werden. "Erst dann sollte eine Kommunikation zum Klimaschutzengagement erfolgen, um so nicht nur Verbraucherinnen und Verbrauchern eine Orientierungshilfe zu bieten, sondern auch, um für andere Unternehmen Impulse zu setzen und so dazu beizutragen, dass sich mehr Unternehmen freiwillig für mehr Klimaschutz engagieren."

ClimatePartner folgt dabei der Leitlinie: Erst Vermeiden, dann reduzieren, nur den Rest kompensieren. "In der Vergangenheit haben wir dies unseren Kunden immer entsprechend empfohlen, inzwischen ist es ein verpflichtendes Kriterium, um das "ClimatePartner-zertifiziert"-Label zu erhalten." Entsprechend müssen fünf Schritte erfüllt werden.

Fünf Schritte um das ,ClimatePartner-zertifiziert'-Label zu erhalten:

- Die regelmäßige Berechnung des Carbon Footprints
- Das Setzen von langfristigen Reduktionszielen, die kontinuierlich verfolgt werden müssen
- 3.Die Umsetzung von Reduktionsmaßnahmen
- 4. Die Finanzierung von Klimaschutzprojekten
- 5. Die transparente Kommunikation zum Klimaschutzengagement

Welche Maßnahmen zur Reduktion von Emissionen ergriffen werden können, sei sehr abhängig von der jeweiligen Geschäftstätigkeit. Wird grüner Strom verwendet? Kommen bei der Produktentwicklung Rezyklate¹ zum Einsatz? Über welche Transportmittel finden Geschäftsreisen statt? "Die Fragestellungen richten sich hier ganz nach der Unternehmung und müssen entsprechend individuell betrachtet und erörtert werden."



ClimatePartner bietet tiefergehende Informationen rund um das Thema Klimaschutz in seinen Academy-Workshops.



Hier finden Sie eine Übersicht zu den unterschiedlichen Projekttechnologien.

FRAGENBLOCK: KLIMASCHUTZPROJEKTE

- Welche Klimaschutzprojekte bieten Sie an?
- Welche Klimaschutzprojekte k\u00f6nnen hier vor Ort in Deutschland gef\u00f6rdert werden, und welche im Ausland?
- Warum werden in der Regel eher Klimaschutzprojekte im Ausland gefördert?
- Lässt sich eine Art Rangliste erstellen, welche Projekte im Vergleich "förderungswürdiger" sind als andere (z.B. Aufforstung vs. technische Projekte)?
- Wie werden die Klimaschutzprojekte, mit denen Sie zusammenarbeiten, überprüft?

In seinem Projekt-Portfolio bietet ClimatePartner unterschiedlichste Projekttechnologien an. Wichtig sei, dass alle Klimaschutzprojekte nachweislich CO₂ einsparen. Daher berücksichtige man nur solche Projekte, "die durch international anerkannte Standards ordnungsgemäß validiert und verifiziert wurden, und deren Emissionsreduktion von unabhängiger Stelle überprüft wurde." Zum Hintergrund: ClimatePartner ist Mitglied der International Carbon Reduction & Offset Accreditation (ICROA), einem freiwilligen Zusammenschluss von Experten und Unternehmen, die sich verpflichten, nur Projekte mit vertrauenswürdigen Standards zu akzeptieren, wie etwa den VCS oder Gold Standard

"Unser Portfolio umfasst Klimaschutzprojekte, die auf unterschiedlichen Technologien basieren. Darunter sind Projekte, die dazu beitragen, Treibhausgasemissionen zu verringern, etwa durch den Aufbau erneuerbarer Energieprojekte wie Windoder Solarparks oder durch den Einsatz effizienter und sauberer Haushaltsgeräte in den ärmsten Regionen der Welt." Des Weiteren gibt es Projekte, die Emissionen in natürlichen Senken auffangen. Beispiele hierfür sind Waldschutzprojekte, so genannte REDD+-Projekte. Außerdem gibt es Projekte, die freigesetzte Treibhausgase direkt aus der Atmosphäre entfernen (Direct Air Carbon Capture and Storage, DACCS). Dies kann zum

¹ Nach der allgemeingültigen Definition ist Rezyklat das Produkt eines Recyclingprozesses und steht entsprechend für Stoffe und Gegenstände, die ganz oder teilweise aus recycelten Materialien bestehen. Es werden also Abfälle wiederverwertet. Bei fast allen Stoffen ist Recycling möglich, z.B. bei Kunststoffen, Pappe, Papier, Holz oder Glas.

Der fortschreitende Klimawandel ist eines der drängendsten Themen unserer Zeit. Wir haben hier schlichtweg nicht mehr die Zeit, um abzuwarten und nichts zu tun.

Moritz Lehmkuhl

einen naturbasiert durch Aufforstung, Wiederaufforstung oder Rekultivierung geschehen oder mit Hilfe technologiebasierter Lösungen, wie der direkten Abschneidung und Speicherung von Kohlenstoff in der Luft.

Bei welchen Projekten sollte man sich als Unternehmen nun engagieren? "Unserem Klima ist es grundsätzlich egal, in welchen Ländern wir Emissionen einsparen, da sich CO₂ gleichmäßig in der Atmosphäre verteilt." Bei Waldschutzprojekten im globalen Süden gehe es beispielsweise um den Erhalt von Regenwäldern, einem der wichtigsten CO₂-Speicher unserer Erde. "Daher ist ein Engagement für das Klima weltweit essenziell. Dennoch möchten viele Unternehmen vor Ort einen Beitrag leisten und interessieren sich verstärkt für regionale Projekte." Hierzulande bietet ClimatePartner Projekte zur Aufwertung von Agrarflächen, Moorrenaturierungen und zum Waldumbau an. "Ziel der heimischen Naturschutzprojekte ist es, Wälder in Deutschland, Österreich und der Schweiz wiederherzustellen, Moore zu sanieren, landwirtschaftliche Flächen umzuwandeln und so heimische Biodiversität zu stärken."

Bei der Projektauswahl sollte beachtet werden: Da heimische Projekte die Kriterien für zertifizierte Klimaschutzprojekte nicht erfüllen, kann das Engagement nicht auf die CO₂-Bilanz eines Unternehmens angerechnet werden. Gründe hierfür seien beispielsweise eine andere Flächeninfrastruktur als im globalen Süden. "Der Wald ist hierzulande kleinteiliger, sodass sich Projekte vielfach nicht Iohnen." Und: Das "Kriterium der Zusätzlichkeit", eines der grundlegenden Voraussetzungen für Klimaschutzprojekte, sei meist nicht gegeben, da Emissionsreduktionen durch ein Klimaschutzprojekt nicht doppelt angerechnet werden dürfen beispielsweise durch die deutsche Treibhausgasinventur und ein Unternehmen. "In Kombination mit einem internationalen, zertifizierten Klimaschutzprojekt erfolgt der Ausgleich über eben dieses, und das zusätzliche Engagement im heimischen Klimaschutz sorgt dafür, dass gleich doppelt etwas Gutes getan wird – für das Klima und die Biodiversität."

FRAGENBLOCK: KOMMUNIKATION

- Wie können Unternehmen ihr Engagement werbewirksam einsetzen? Und was bietet sich in der Verbraucherkommunikation an?
- Wie können Unternehmen ihr Engagement anderweitig werbewirksam einsetzen?

ClimatePartner bietet Labellösungen an, mit denen auf das Klimaschutzengagement aufmerksam gemacht werden kann. Dafür stehen den Unternehmen, je nach Stand der Klimaschutzstrategie, die Label "ClimatePartner-zertifiziert" und "Finanzieller Klimabeitrag" zur Verfügung. An die Nutzung der Label sind entsprechende Kriterien geknüpft (siehe vorherige Seite).

Das Besondere an diesen Labeln: Über eine integrierte URL bzw. einen QR-Code kann eine eigene Website aufgerufen werden, über die Interessierte mehr zum Klimaschutzengagement eines Unternehmens bzw. zu einem Produkt erfahren. Verbraucherinnen und Verbraucher können so etwa die komplette Climate Action Journey eines Unternehmens einsehen und erfahren, wie hoch der CO₂-Fußabdruck eines Unternehmens ist, welche Ziele das Unternehmen verfolgt, um seine Emissionen zu reduzieren, welche Maßnahmen schon umgesetzt wurden oder welche Klimaschutzprojekte unterstützt werden. "Grundsätzlich empfiehlt es sich in der Kommunikation zum Klimaschutzengagement immer, das ganze Bild transparent zu zeigen." ClimatePartner sagt, was man immer wieder hört: "Klimaschutz ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Kurzfristige Maßnahmen müssen mit langfristigen Zielen kombiniert werden, um weiter voranzukommen. Und entsprechend sollte auch beides in der Kommunikation rund um das Engagement enthalten sein."





Möbel **Logistik** 2023-05-ampede

66 Man muss das Bewusstsein der Kunden für die Situation schärfen. Einfach einen Baum pflanzen nach dem Motto "Dann habe ich etwas getan!" genügt nicht.

Andreas Weckwert

natureOffice hat etwa 50 Klimaschutzprojekte im Portfolio, die alle die gängigen Standards erfüllen. "Wir bieten im Grunde die komplette Bandbreite an Dienstleistungen in diesem Bereich an, einschließlich eigener Klimaschutzprojekte wie unser Waldaufforstungsprojekt in Togo." Damit leiste man nicht nur einen Beitrag zum Klimaschutz, sondern stärke zugleich die sozialen Strukturen vor Ort: durch den Bau von Schulen oder Brunnen.

Mit der Branche verbunden

Die Anzahl seiner Partner insgesamt schätzt Weckwert auf rund 1.000 Unternehmen. Aus dem Bereich Möbel- und Speziallogistik stammen etwa 50 Unternehmen. Auch mit bekannten Softwareanbietern aus der Branche arbeitet er zusammen. Gemeinsam haben sie Schnittstellen in Programmen entwickelt, mit denen sich die CO₂-Emissionen bei Umzugsaufträgen errechnen lasse.

Partner könne jedes Unternehmen werden, dass den Willen und die Zielstrebigkeit für mehr Klimaschutz und Nachhaltigkeit habe. "Viele Unternehmen haben den Ernst der Lage erkannt, und dass es wichtig ist, sich zu engagieren. Zudem ist der Marktdruck ein wichtiger Faktor, sei es durch Wettbewerber, Verbraucher, Stakeholder, Banken oder potenzielle Kooperationspartner in der Zukunft."

Was Weckwert und natureOffice im Vergleich zu anderen Marktbegleitern auszeichnet? "Ich glaube, dass wir einen anderen Ansatz verfolgen. Historisch betrachtet kommen wir aus der CO₂-Messung. Das ist die Basis für alles weitere, was folgt" Wichtig sei zu wissen und zu verstehen, wieviel CO₂ im bzw. durch das eigene Unternehmen entstehe. "Das ist eine ganz entscheidende Information. Und erst dann, wenn der Kunde es möchte, kann ein entsprechender Ausgleich stattfinden." Ein Umzug ließe sich häufig nicht vermeiden. Menschen zögen nicht aus ihrer gewohnten Umgebung aus purer Freude weg, sondern weil sie müssten. Ihnen könne man dann vorschlagen, ein sinnvolles Klimaschutzprojekt zu unterstützen, wenn sie das möchten.



Andreas Weckwert und ich treffen uns in der Geschäftsstelle der amoe. Hattersheim und Naurod, ein kleiner ländlicher Stadtteil der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden und Sitz von natureOffice, sind nur einen Steinwurf entfernt. Ich stelle ihm die gleichen Fragen wie allen anderen Klimaschutzorganisationen, die ich zum Interview bat. Weil wir uns persönlich gegenübersitzen, können wir offener miteinander sprechen.

MöbelLogistik: Herr Weckwert, warum sollten sich Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit bzw. Klimaneutralität widmen?

Andreas Weckwert: Viele von ihnen haben erkannt, dass sie aktiv werden müssen. Weil es die Kunden wollen, Stakeholder, Partnerunternehmen. Oder weil der Markt selbst Druck ausübt. Das eigene Unternehmen kann davon insgesamt stark profitieren, da sämtliche Prozesse auf den Prüfstand gestellt werden.

Aber man muss auch ehrlich ansprechen: Wer sich mit dem Thema auseinandersetzt, muss Zeit aufwenden, muss Kosten aufwenden, muss Ressourcen zur Verfügung stellen und sich vielleicht auch unbequemen Wahrheiten stellen. Davor scheuen sich viele, vor allem dann, wenn sie nicht gesetzlich dazu verpflichtet sind. Wir alle wissen um den Sinn des Klimaschutzes. Aber zum Beispiel wir Autofahrer wissen auch, dass Tempo 80 weniger Kraftstoff verbraucht und weniger den Geldbeutel belastet als Tempo 140. Und trotzdem fahren wir schneller.





Andreas Weckwert

MöbelLogistik: Welches sind die häufigsten Fehler, die Unternehmen machen, etwa in Bezug auf Einführung und Umsetzung eines Nachhaltigkeitsprogramms oder die begleitende Kommunikation dazu?

Weckwert: Das größte Problem, das wir feststellen, ist, dass bei der Einführung und Umsetzung solcher Strukturen oder Maßnahmen die Geschäftsleitung nicht dahintersteht. Allerdings funktioniert Nachhaltigkeit der Unternehmen immer nur von oben nach unten - nie aus der Mitte heraus oder von unten nach oben. Sie ahnen nicht, wie viele Unternehmen wir haben, da ruft die Werkstatt bei uns an nach dem Motto "Ich muss für den Chef so eine CO₂-Bilanz erstellen. Was muss ich machen?" Diese Person kann sich den Aufwand sparen. Sie rennt zum Einkaufsleiter, und braucht Daten. Der schickt ihn weg, weil er gerade keine Zeit dafür hat. So geht das im Betrieb immer weiter. Diese Person hat keine Chance. Und ob es einer Geschäftsleitung passt oder nicht, sie muss sich mit dem Thema auseinandersetzen

und den Mitarbeitenden den Rücken stärken. Sonst laufen die Leute gegen eine Wand. Nachhaltigkeit muss als Wert in der Unternehmenskultur verankert sein. Wenn nicht, sparen Sie sich das Geld lieber und gehen Sie stattdessen mit den Angestellten eine Currywurst essen.

MöbelLogistik: Warum ist es sinnvoll, das Geld dennoch in die Hand zu nehmen?

Weckwert: Weil die Unternehmen dabei auch erfahren, wo ihre Kosten entstehen. Während und nach Corona haben wir alle gelernt, mit digitalen Formaten wie Microsoft Teams, Zoom oder anderen Videoformaten Geld und Zeit zu sparen. Gleiches gilt für Online-Schulungen, Online-Workshops und vieles mehr. In der Vermeidung physischer Treffen steckt viel Einsparpotenzial. Muss ein Umzugsunternehmen noch zum Kunden fahren, wenn es digitale Besichtigungsmöglichkeiten gibt? Es gibt sicher ein paar gute Gründe dafür, aber auch manche dagegen. Wichtig wird insgesamt sein, da, wo es möglich ist, Unternehmensprozesse digital abzubilden.

Möbel **Logistik** 2023 05 amoe.d **MöbelLogistik:** Bei einem solchen Thema muss man die Menschen bzw. "ihre Köpfe" erreichen und bewegen. Wie funktioniert das?

Weckwert: Ich habe prinzipiell mit dem ganzen Thema aktuell das Problem, dass ich glaube, dass wir im Moment zu sehr in eine Richtung gedrängt werden. Ich glaube, dass Menschen schon genau wissen, dass ein ressourcensparender Umgang mit Materialien wichtig ist. Wir sehen das in den Supermärkten, wir sehen, dass Leute eigene Tüten mitbringen, eigene Kaffeebecher in Cafés, um den Verbrauch von Pappbechern zu reduzieren, auf Plastikflaschen verzichten und noch mehr. Dabei sind Plastikflaschen per se nicht böse. Das Problem ist, dass die Recyclingprozesse nicht stimmen. Wir sind Weltmeister im Müll sammeln, aber wir machen damit nichts. Damit meine ich nicht den einzelnen, nicht den einzelnen Haushalt. Hier wird in der Regel gut getrennt. Die politischen Systeme passen nicht. Und da müssen wir natürlich viel mehr Druck ausüben.

Und es müssen ganz grundlegende Fragen gestellt werden: Wo soll eigentlich der Strom herkommen, den wir alle brauchen? Für unsere Wärmepumpe, unser E-Auto? Aus meiner Sicht müssen wir insgesamt noch mehr darüber nachdenken, was für uns als Deutschland eigentlich Nachhaltigkeit heißt – und solange wir das größere Rad nicht gedreht haben, kann jeder für sich einfach gucken, dass er was macht

MöbelLogistik: Was Sie angesprochen haben, ist ja oft das Grundproblem: Die Menschen wollen etwas tun, können aber nicht, weil es irgendwelche Hygienevorschriften lange nicht erlaubten (Stichwort "Kaffeetasse") oder es andere unsinnige Vorschriften gibt, zum Beispiel plastikumhülltes Bio-Obst. Das bekommt man als Otto Normalverbraucher nicht so leicht in die Birne.

Weckwert: Ich auch nicht.

MöbelLogistik: Wie können Unternehmen ihren CO₂-Fußabdruck ermitteln bzw. den ihrer Dienstleistungen?

Weckwert: Wenn Unternehmen das selbst messen wollen, keine Chance. Das wird nicht funktionieren. Es gibt ein paar Tools im Internet, womit man sich eine erste Orientierung verschaffen kann, aber eine ganzheitliche Bilanz muss erstellt werden. Die ganzen Zusammenhänge und Details werden Unternehmen in der Breite nicht erfassen können. Danach braucht es einen guten Plan: Sie erkennen die ersten großen CO₂-Treiber, vielleicht stellt man auf grünen Strom um − da hat man schon eine ganze Menge geschafft. Das wäre eine Art, vorzugehen.



MöbelLogistik: Wo würden Sie bei uns in der AMÖ-Geschäftsstelle ansetzen?

Weckwert: Ihr seid kein produzierendes Unternehmen sondern Dienstleister. Grundsätzlich entsteht bei Euch CO₂ in den Bereichen Energie und Wärme, also im Bürogebäude. Büromaterial, Druckwerke, Klopapier, Reinigungsmittel oder Kaffee sind weitere typische Dinge, die bei dienstleistungsorientierten Unternehmen entstehen. Hier bräuchte es eine CO₂-Bilanz. Anhand der Kategorien könnten wir dann ablesen, wo Einsparpotenzial besteht. Darauf basierend plant man dann weitere Maßnahmen.





Andreas Weckwert begleitet seine Klimaschutzprojekte persönlich, wie hier vor Ort in Togo. Das legt er auch seinen Partnern ans Herz: "Mit uns dorthin zu gehen, wo sie Projekte unterstützen. Damit sie sich ein eigenes Bild davon machen können, dass ihre Investition sinnvoll ist."

MöbelLogistik: ... gerade im Bereich unserer Events wie der Jahrestagung oder der *jamoe-*Tagung lässt sich sicherlich einiges erkennen.

Weckwert: Ganz bestimmt. Da kommen die Menschen vermutlich überwiegend mit dem Auto, manche mit dem Flugzeug, und vielleicht die wenigsten mit der Bahn. Es gibt mittlerweile coole ldeen, wie man Veranstaltungen effizienter gestalten kann – Ernährung, Hotelübernachtung, die Organisation der Anreise und so weiter. Auch grundsätzliche Fragen muss man stellen: Wie gut ist der Veranstaltungsort erreichbar? Wie zentral ist er gelegen? Das sind im Grunde Dinge, da

braucht uns keiner. Da reden wir vielleicht einmal drüber, und dann habt Ihr eine Vorstellung, worauf Ihr künftig achten könntet.

MöbelLogistik: Mit solchen Fragen beschäftigen wir uns bereits. Trotzdem danke für die wertvollen Hinweise. Welches sind einfache Mittel für Unternehmen, den eigenen CO₂-Fußabdruck schnell etwas zu senken? Was könnte schwieriger sein?

Weckwert: Orientieren sollten sich Unternehmen am Dreiklang der Nachhaltigkeit: vermeiden, reduzieren, kompensieren. Aber machen Sie sich bewusst: vermeiden und reduzieren sind ein permanenter Prozess, der hört nicht auf.

Möbel Logistik

Und machen wir uns nichts vor: Klimaschutzprojekte sind prinzipiell gar nicht dazu da, um den Klimawandel aufzuhalten. Klimaschutzprojekte haben eine andere Aufgabe. Ursprünglich waren sie dazu gedacht, im Waldbereich ein bisschen Zeit zu erkaufen, bis wir bessere Technologien entwickelt haben. Das war der Grundgedanke. Der zweite Gedanke war, mit Klimaschutzprojekten solche Schwellenländer zu unterstützen, die der Klimawandel am härtesten und jetzt bereits trifft.

MöbelLogistik: Welche Klimaschutzprojekte bieten sie an?

Weckwert: Wir bieten unterschiedliche Arten von Projekten, mit denen man CO₂-Emissionen kompensieren kann. Einige Projekte investieren in Emissionseinsparungen durch den verstärkten Einsatz von erneuerbaren Energiequellen, andere entziehen der Atmosphäre Kohlendioxid durch Wiederaufforstung und wieder andere vermeiden den Ausstoß von Treibhausgasen in Industrieprozessen. Es gibt kleinere Projekte, die auf Gemeindeebene stattfinden, und größere, die eine ganze Industrieanlage umfassen können. Die verschiedenen Projektarten haben unterschiedliche Vorund Nachteile, hinsichtlich ihres Potenzials für die Treibhausgasreduktion, aber auch hinsichtlich der Nebeneffekte, die sie etwa auf die Biodiversität oder die Beschäftigungssituation in der Region haben. Wichtig dabei sind die Kriterien Zusätzlichkeit, keine Doppelzählung und Dauerhaftigkeit.

MöbelLogistik: Das müssen Sie erklären ...

Weckwert: Zusätzlichkeit bedeutet, dass sichergestellt sein muss, dass ein Projekt nur aufgrund der aus dem Emissionshandel erzielten Gelder umgesetzt werden kann. Das Klimaschutzprojekt muss also auf Erlöse aus dem Emissionshandel zur Deckung des Finanzierungsbedarfs angewiesen sein

Ausschluss von Doppelzählungen heißt, es muss sichergestellt werden, dass die eingesparten CO₂-Emissionen nur einmalig – beim Eigentümer der Zertifikate – angerechnet werden. Das bedeutet insbesondere, dass Zertifikate nur einmal verkauft werden dürfen.

Und Dauerhaftigkeit meint, dass die Emissionseinsparungen dauerhaft erfolgen, also die Bindung von CO₂ in Wäldern langfristig erfolgen muss.

MöbelLogistik: Lässt sich eine Art Rangliste erstellen, welche Projekte im Vergleich "förderungswürdiger" sind als andere? Zum Beispiel Aufforstung vs. technische Projekte?

Weckwert: Es gibt verschiedene Standards, und jeder Standard hat seine Regeln für Projekte. Das ist schon mal wichtig. Wir gehen davon aus, wenn ein Projekt zertifiziert ist, dann erfüllt es auch die Regeln. Dann geht es eigentlich nur darum zu

schauen, welche Vorlieben man selbst hat und welches Projekt am besten zum Unternehmen passt. Manche finden Waldwiederaufforstung gut, andere unterstützen Projekte in Afrika oder anderen Ländern. Am Ende des Tages ist nicht das Projekt entscheidend, sondern dass man überhaupt was macht.

Und noch ein Wort zu den Standards: Der Standard spielt eine Rolle, der ist wichtig, aber darf auch nicht überbewertet werden. Jeder Standard hat seine Schwächen und seine Stärken beim Klimaschutz. Viel wichtiger ist, dass sich die Unternehmen die Projekte gut anschauen, die sie unterstützen wollen. Was tut das Projekt? Was bewirkt es? Ist es mir sympathisch?

Das zeigt auch unsere Beobachtung und Erfahrung. Es gibt Unternehmen, denen ist der Standard völlig gleichgültig. Die sagen "Ich finde das Projekt sinnvoll. Und deshalb unterstütze ich das."

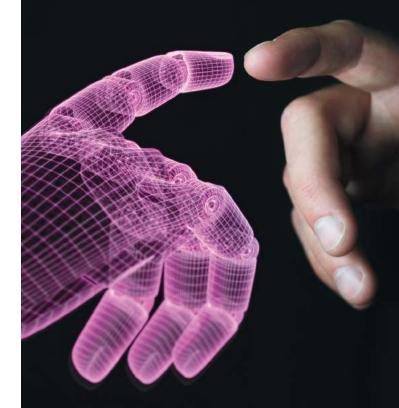
MöbelLogistik: Wie können Unternehmen ihr Engagement werbewirksam einsetzen? Und was bietet sich in der Verbraucherkommunikation an?

Weckwert: Wir als natureOffice stellen vielfältige Informationen zur Verfügung. Wir haben Webseiten. Und wir haben natürlich ganz wahnsinnig tolle Logos [lacht]. Spaß beiseite: Wir werden uns tatsächlich auch von einigen Logos verabschieden, zum Beispiel solchen mit dem Claim "Wir sind klimaneutral". Nicht, weil es falsch ist, sondern weil es gesellschaftlich immer mehr missbraucht wird. Unser Logo soll mehr sein und mehr abbilden, unter anderem den entstandenen und gemessenen CO₂-Wert. Wir sind damit ein Stück weit transparenter. Selbstverständlich überreichen wir unseren Partnern auch eine Urkunde und unterstützendes Marketingmaterial.

MöbelLogistik: Nun haben wir viel von anderen Unternehmen gesprochen. Was haben Sie selbst umgesetzt?

Weckwert: Unser Team ist deutschland- und europaweit verstreut. Was wir zum Beispiel sehr schnell umgesetzt haben und was einen echten Effekt hat, ist Home Office. Das spart uns immens viel CO₂. Wir treffen uns vielleicht zwei- bis dreimal im Jahr persönlich. Da versuchen wir dann, uns zentral zu treffen, damit so geringe Strecken wie möglich zurückgelegt werden müssen. Wir vermeiden so gut es geht Kundenreisen. Bei Ihnen bin ich heute persönlich vor Ort. Das waren jetzt keine 20 Kilometer. Das ist in Ordnung und wir lernen uns so auch besser kennen. Nach Köln, Erfurt oder München wäre ich nicht gefahren. Das hätten wir virtuell gemacht. Natürlich muss man irgendwann mal einen "größeren" Kunden besuchen, und das Zwischenmenschliche pflegen, aber dann verbinden wir das mit weiteren Terminen – als Rundreise sozusagen. Dafür habe ich mein Wohnmobil. Das spart Hotelkosten. Und Essengehen muss ich auch nicht.

Das Allround-Talent mit dem Allround-Service



MoviNeo unterstützt kleine bis große Umzugsfirmen und Speditionen in ihrem Alltagsgeschäft.

- Modulbasiert für alle Bereiche einer Möbelspedition inklusive Lager
- Multimandantenfähigkeit Verknüpfungen zwischen den Mandanten unter einem Dach
- Große Zeitersparnis durch hohen Automatisierungsgrad
- **Schnittstellen** zu den MoviApps und vielen weiteren Anbietern

NeoMetrik GmbH | Sprendlinger Landstraße 178 | 63069 Offenbach am Main | Mail: info@neometrik.com | Tel.: +49 (0) 69 2475 264 -50





Sie möchten mehr über natureOffice sowie die Themen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität erfahren?

Dann werfen Sie doch einen Blick auf den YouTube-Kanal der Organisation.



Tobias Posselt, Leiter Vertrieb und Prokurist



"Wir empfehlen absolute Transparenz."

Autor und Interview Daniel Waldschik

Gleiche Fragen, gleiche Antworten wie schon in vorherigem Beitrag? Nicht ganz! Auch wenn wir den Klimaschutzorganisationen den gleichen Fragebogen vorgelegt hatten, sind die Antworten nicht völlig identisch. Uns kann das nur recht sein, da wir so von den unterschiedlichen Denkmustern und Ansätzen profitieren und neue Erkenntnisse gewinnen können.

Die Klimaschutzorganisation atmosfair beschäftigt am Sitz in Berlin 40 Mitarbeiter. Viele Mitarbeiter sind zudem in den Projektländern tätig, zum Beispiel in Nigeria. Atmosfair bietet mehr als 30 Projekte in 25 Ländern an. Partner sind Privatkunden und Unternehmen aus allen Branchen. Aus der Möbel- und Speziallogistik arbeitet die Berliner Organisation unter anderem mit der confern Möbeltransportbetriebe GmbH aus Mannheim zusammen.

atmosfair ist grundsätzlich branchenoffen. Wichtig für die CO₂-Kompensation: Alle Partner müssen eine integre Klimastrategie vorweisen können, die dem Grundprinzip "Erst vermeiden, dann reduzieren, dann kompensieren" folgt. "Nur dann ist die Kompensation sinnvoll eingesetzt", sagt Tobias Posselt, Prokurist bei atmosfair. "Wir kompensieren nur Emissionen, die sich noch nicht durch eine bessere Alternative vermeiden lassen, zum Beispiel Flüge. Deshalb können Privatpersonen bei uns auf der Webseite auch nicht ihren gesamten Fußabdruck oder das Autofahren kompensieren."

Projekte müssen zur Strategie passen

Seine Partner unterstützt atmosfair bei der Entwicklung einer Klimastrategie – Ziele setzen, passende Klimaschutzprojekte finden. "Wir helfen bei der Erstellung von CO₂-Bilanzen und Analysen von Einsparpotentialen bei Geschäftsreisen, bieten Softwarelösungen für die CO₂-Bilanzierung oder setzen eigene Klimaschutzprojekte für unsere Partner auf"

Die Partnerschaft ist kostenlos. "Sie zahlen nur für die CO₂-Kompensation oder für die Erstellung der CO₂-Bilanzen – abhängig von Projekt und Umfang der Bilanzen", so Posselt. Viele Unternehmen kämen mit sehr gezielten Anfragen auf atmosfair zu. "Wir wollen klimaneutral werden" sei einer der häufigsten Sätze. "Wir beraten die Unternehmen dann, warum man den Claim ,klimaneutral' besser nicht verwenden sollte, welche Standards für die Kompensationsprojekte wichtig sind und welche Maßnahmen vor einer sinnvollen Kompensation nötig sind." Im Anschluss werde dann gemeinsam mit den Unternehmen versucht, die zur Klimastrategie passenden Klimaschutzprojekte und Reduktionsmaßnahmen zu finden, und sie bei der Kommunikation zu unterstützen.

Was zeichnet atmosfair im Vergleich zu anderen Marktbegleitern in diesem Bereich aus? "Wir sehen uns als Umsetzer der Energiewende Nord-Süd und machen unsere Klimaschutzprojekte selbst", erklärt Posselt. "Wir bauen zum Beispiel in Nigeria und in Ruanda eigene Fabriken, in denen wir effiziente Öfen zu hundert Prozent vor Ort produzieren, um die Entwaldung stoppen zu können."

Für die CO₂-Kompensation setze atmosfair die höchsten Qualitätsstandards an. "Bisher haben wir die Projekte nach dem Mechanismus für umweltverträgliche Entwicklung (Clean Development Mechanism, CDM) und Gold Standard zertifizieren lassen, und darüberhinausgehende eigene Kriterien für die Permanenz der CO₂-Minderungen und die Zusätzlichkeit der Projekte aufgestellt."

Seit 2021 betreibe atmosfair die Genehmigung der Projekte neben dem Gold Standard nach dem neuen Regelwerk des Klimaschutzabkommens von Paris und verwendet für die CO₂-Kompensation nur Projekte, die bereits Zusagen zur Anrechenbarkeit der Emissionsminderungen der Gastgeberländer erhalten haben (sog. Corresponding Adjustments). "Ohne diese Zusagen der Gastgeberländer ist die CO₂-Kompensation unter dem Pariser Klimaschutzabkommen nicht mehr ohne Doppelzählungen der Emissionsminderungen möglich und kann von Unternehmen nicht mehr angerechnet werden."

4öbel **Logistik** 2023 OS amoede **MöbelLogistik:** Herr Posselt, warum sollten sich Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit/Klimaneutralität widmen?

Tobias Posselt: Klimaneutralität wird vom Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) als Zustand definiert, in dem das menschliche Handeln keine Nettoauswirkung auf das Klimasystem hat. Das ist für Unternehmen so nicht erreichbar.

Der letzte IPCC-Bericht hat es gezeigt: Wir haben bereits 1,1 Grad Celsius Erderwärmung erreicht. Um das 1,5 Grad-Ziel noch zu erreichen, müssen wir die Emissionen weltweit bis 2030 halbieren – und Unternehmen schnellstens anfangen, sich zu transformieren und Emissionen so weit wie möglich zu mindern.

MöbelLogistik: Welche sind die häufigsten Fehler, die Unternehmen machen – in Bezug auf Einführung, Umsetzung, Kommunikation?

Posselt: Zuletzt gab es immer wieder kritische Artikel zur Klimastrategie von Unternehmen oder zu Projekten, die zur CO₂-Kompensation eingesetzt werden. Die Kritik dabei ist fast immer die gleiche: Die Projekte halten nicht, was sie versprechen. Die Kritik betrifft vor allem Aufforstungsprojekte, die atmosfair für die Kompensation nicht einsetzt und auch nicht empfiehlt. Die andere Seite der Kritik richtet sich gegen Greenwashing von Unternehmen, die die Kompensation vor Vermeiden und Reduzieren als Klimaschutzmaßnahme einsetzen.

MöbelLogistik: Was spricht gegen Aufforstungsprojekte?

Posselt: atmosfair steht Waldprojekten grundsätzlich positiv gegenüber. Wälder sind wichtig für den Klimaschutz, da sie pro Jahr beachtliche Mengen CO₂ aus der Luft aufnehmen und speichern.

Waldprojekte über freiwillige CO₂-Kompensation zu finanzieren, hält atmosfair jedoch nicht für den richtigen Ansatz. Denn dabei bestehen einige Risiken.

Keine Garantie der dauerhaften CO₂-Bindung (Permanenz): Das Problem der Dauerhaftigkeit (Permanenz) ist bei Waldprojekten ungelöst. Wenn der Wald abgeholzt wird oder aus anderen Gründen verschwindet (z.B. durch Schädlingsbefall), wird das gespeicherte CO₂ wieder freigesetzt. Ein Wald muss mindestens 50, wenn nicht 100 Jahre bestehen, um eine nennenswerte Klimawirkung zu haben und das können die Kompensationsprojekte nicht garantieren.

Notwendigkeit der Vorabfinanzierung für CO₂-Kompensation (Ex-ante Zertifikate): Eine Vorabfinanzierung der Aufforstung ist notwendig, da die lokale Bevölkerung die Zahlungen sofort benötigt. Jedoch zahlt der Kunde so für einen Wald, der erst noch aufgeforstet werden muss. Wird der Wald zerstört, kann der Kunde trotzdem kommunizieren, dass er seine Emissionen kompensiert hat. Vorher oder nachher zu zahlen – beides ist daher schwierig.

MöbelLogistik: Nachhaltigkeit und Klimaneutralität kosten Geld. Warum ist es sinnvoll, dieses Geld in die Hand zu nehmen?

Posselt: Die Notwendigkeit, dass sich Unternehmen transformieren, habe ich bereits oben erläutert. Außerdem kann es Iohnend sein, seine Emissionen zu reduzieren. Im Bereich Geschäftsreisen zum Beispiel beraten wir Unternehmen, wie sie nicht nur CO_2 , sondern auch viel Geld durch ihre Reiseplanung und Reiseauswahl einsparen können. Dazu entwickeln wir mit unserem atmosfair Smart Travel Tool aktuell eine eigene Softwarelösung, die bereits bei der Reiseplanung einen Vergleich von Reisekosten, Reisezeit und CO_2 für verschiedene Reisemittel anzeigt, und es so den Reisenden ermöglicht, eine smarte Entscheidung zu treffen.

MöbelLogistik: Wie können Unternehmen ihren CO₂-Fußabdruck ermitteln bzw. den ihrer Dienstleistungen? In unserem Fall: Mehrheitlich Logistikund Umzugsdienstleistungen, aber natürlich auch Bürotätigkeiten.

Posselt: atmosfair unterstützt Unternehmen bei der Erstellung der CO₂-Fußabdrücke, ob bei Geschäftsreisen oder den des ganzen Unternehmens. Unternehmen müssen dazu möglichst genaue Daten zu ihren Tätigkeiten zusammenstellen, zu Reisen, Stromverbrauch, Wärmeverbrauch und vieles mehr. Wir ermitteln dann den CO₂-Fußabdruck gemäß Greenhouse Gas Protocol. Dazu arbeiten wir auch mit verschiedenen Partnern zusammen.

MöbelLogistik: Welche sind einfache Mittel für Unternehmen, den eigenen CO₂-Fußabdruck schnell etwas zu senken? Was könnte ggfs. schwieriger sein?

Posselt: Einfache Möglichkeiten sind es, Geschäftsreisen zu reduzieren, vor allem Flüge durch Bahnfahrten oder Videokonferenzen zu ersetzen. Weitere Möglichkeiten sind die Umstellung der Pkw-Flotte auf Elektroautos oder die Umstellung auf Grünstrom für die Büros.

Erst vermeiden, dann reduzieren, dann kompensieren ... Nur dann ist die Kompensation sinnvoll eingesetzt.

Tobias Posselt

Schwieriger ist es, die Logistik an sich umzustellen. Daher ist die Kompensation in diesem Bereich sinnvoll eingesetzt.

MöbelLogistik: Welche Klimaschutzprojekte bieten Sie an?

Posselt: Wir machen unsere Klimaschutzprojekte selbst. Wir bieten vor allem Projekte auf Haushaltsebene an, sprich Öfen, Biogasanlagen oder ländliche Elektrifizierung, die bei der UN und dem Gold Standard registriert sind. Insgesamt sparen wir in unseren Projekten rund zwei Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr ein.

MöbelLogistik: Welche Klimaschutzprojekte können hier vor Ort in Deutschland gefördert werden, und welche im Ausland?

Posselt: In Deutschland sind nur Projekte möglich, die nicht für die Kompensation eingesetzt werden. Hier erzielte CO₂-Einsparungen sind für Unternehmen nicht anrechenbar, sondern werden automatisch auf die Klimaziele vom Land Deutschland angerechnet.

MöbelLogistik: Warum werden in der Regel eher Klimaschutzprojekte im Ausland gefördert?

Posselt: Bisher war es für Industrieländer möglich, CO₂ im globalen Süden einzusparen und sich die CO₂-Minderungen als Kompensation anzurechnen. Durch das Pariser Klimaschutzabkommen ist das nur noch mit so genannten Corresponding Adjustments möglich und daher nicht mehr so leicht, wie bisher. Industrienationen sind Hauptverursacher des Klimawandels. Nur ca. zehn Prozent der Weltbevölkerung sind schon einmal geflogen. Die Folgen des Klimawandels treffen aber die Entwicklungsländer zuerst und am stärksten. Deswegen ist es nur gerecht, wenn die Verursacher ihr Geld dazu verwenden, auch in Entwicklungsländern erneuerbare Energien auszubauen.

MöbelLogistik: Lässt sich eine Art Rangliste erstellen, welche Projekte im Vergleich "förderungswürdiger" sind als andere?

Posselt: Wir schließen einige Projekte ganz aus, die unsere Qualitätskriterien für integre Kompensation nicht einhalten, etwa unzulässige Projekttypen. Und wir fördern, wie gesagt, keine Aufforstungsprojekte, keine großen Erneuerbaren-Energie-Projekte, also große Windparks, und auch keine Deponiegasprojekte.

MöbelLogistik: Wie werden die Klimaschutzprojekte, mit denen Sie zusammenarbeiten, überprüft?

Posselt: Die Projekte werden jährlich von unabhängigen Prüfern der UN und vom Gold Standard überprüft. Erst nach dieser Überprüfung kann sich atmosfair die CO₂-Minderungen anrechnen und den Kunden für die Kompensation anbieten.

MöbelLogistik: Wie können Unternehmen ihr Engagement werbewirksam einsetzen? Und was bietet sich in der Verbraucherkommunikation an?

Posselt: Für die Kommunikation empfehlen wir vor allem absolute Transparenz. Unternehmen sollten die eigenen Maßnahmen zur Vermeidung und Reduktion von Emissionen nach vorne stellen und nur noch kompensieren, was sich nicht vermeiden lässt. Claims wie "klimaneutral" oder "CO₂-neutral" sollten Unternehmen auch nicht verwenden. Wir empfehlen, nur Claims zu verwenden, die zu den eigenen Klimaschutzbemühungen passen und transparent machen, dass für diesen Claim auch die Kompensation eine wichtige Rolle spielt, bspw. "bilanziell CO₂-neutral durch Kompensation".

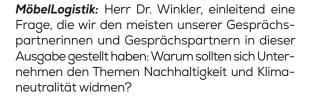
Ganz nach dem Motto "Tue Gutes und sprich darüber" können Unternehmen über ihre Klimaschutzmaßnahmen oder auch Projekte berichten. Das Wichtigste dafür: Gutes tun im Sinne von CO₂ einsparen und vermeiden. Erst danach sollten Unternehmen über die Kompensation nachdenken.

Heidelberger Projekt macht Betriebe klimafit

Autor und Interview Daniel Waldschik

Das Netzwerk "Nachhaltiges Wirtschaften für kleine und mittelständische Unternehmen in Heidelberg" startete im Juni 2001 als ein von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) finanziell gefördertes Modellprojekt. Ziel des städtischen Projekts ist es, die lokalen Unternehmen bei der Einführung eines Umweltmanagementsystems zu unterstützen. Die Projektteilnehmenden werden von städtischen und externen Experten beraten. Sie zeigen ihnen, wie Betriebsabläufe optimiert, Energiekosten gesenkt und Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt werden können. Inzwischen ist ein Netzwerk aus engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern entstanden, die sich untereinander in Arbeitskreistreffen und mit Vertretern der Verwaltung austauschen. Dazu gehören Handwerksbetriebe, Dienstleistungsunternehmen, soziale und städtische Einrichtungen.

Ich habe mich bei Abteilungs- und Projektleiter Dr. Raino Winkler über das Projekt erkundigt. Was können wir davon lernen?



Dr. Raino Winkler: Aus unserer Sicht ist es mittlerweile keine ganz freiwillige Aufgabe mehr. Die seitens der aktuellen und ehemaligen Bundesregierung gesteckten Klimaziele sind klar. Klar ist auch, dass jeder einen Beitrag leisten muss, damit die Ziele erreicht werden können. Wir als Kommune, also die Stadt Heidelberg. Die Bürgerinnen und Bürger. Besonders aber die Unternehmen sind wichtige Partner.

MöbelLogistik: Das wäre so zusagen der politische Druck. Welche sind die betriebsinternen Kriterien?

Dr. Winkler: Früher sagte man "Mit grünen Ideen schwarze Zahlen schreiben". Ganz originell ist dieser Satz heute nicht mehr. Aber er stimmt nach wie vor. Die Erkenntnis war und ist, dass man durch Energiesparen und andere Maßnahmen nicht nur das Klima schützen kann, sondern zusätzlich sehr viel Geld spart. Aufmerksame Unternehmen haben das längst erkannt. Auch dass es dafür einen systematischen Ansatz braucht, etwa durch geeignete Managementsysteme. Dadurch lassen sich für Unternehmen nachhaltige Verbesserungen und Fortschritte erzielen, was im Grunde auch



Dr. Raino Winkler, Stadt Heidelberg

In vielen Kommunen, Städten und Bundesländern gibt es Projekte, die Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität fit machen – sicher auch dort, wo Sie Ihren Sitz haben. In diesem Fall haben wir den kurzen Draht unseres AMÖ-Mitglieds Fritz Fels GmbH zur Stadt Heidelberg genutzt, und stellen deren Projekt kurz vor. Welche Tipps Projektleiter Dr. Raino Winkler im Köcher hat, die wir alle umsetzen können, lesen Sie im Interview.

die schlagkräftigen Argumente sind, sich mit den Themen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität zu befassen.

Ein dritter wesentlicher Punkt ist die Außenwirkung und der Auftritt den Kundinnen und Kunden gegenüber, auf der Suche nach Auszubildenden und nach Personal ganz allgemein. Für viele Menschen ist es ungemein wichtig, in Unternehmen mit einer entsprechenden Kultur, Philosophie und den Werten, die sie selbst leben, zu arbeiten.

MöbelLogistik: ... also der Druck des – sogar potenziellen – Personals.

Dr. Winkler: Das ist tatsächlich sehr spannend zu beobachten, denn der Druck kommt auch von innen. Wir bekommen regelmäßig die Rückmeldung, dass die Teilnahme eines Betriebs an unserem Projekt verstärkt von Arbeitsgruppen oder Mitarbeitenden angeregt wird, also nicht immer nur seitens der Geschäftsführung. Nach dem Motto "Lieber Chef, liebe Chefin, wir müssen in dem Bereich was tun. Bei der Stadt Heidelberg gibt es etwas. Lass uns da mal mitmachen". Gerade Familienbetriebe profitieren davon. Von den harten wirtschaftlichen Faktoren ebenso wie von den ethischen. moralischen Werten.

MöbelLogistik: Jetzt haben Sie ein schönes Stichwort genannt: "Familienbetriebe". Gerade in Familienbetrieben oder den kleineren AMÖ-Unternehmen, wo der Chef/die Chefin selbst noch mit auf Tour geht, weil das Personal knapp ist – die haben keine Zeit!

Dr. Winkler: Das ist leider so, ja. In den kleineren Unternehmen bleibt viel am Chef/an der Chefin hängen. Die wissen oft gar nicht, wo ihnen der Kopf steht, und dann kommt auch noch jemand mit dem Thema Nachhaltigkeit ums Eck – etwas, das in der betrieblichen Situation bestenfalls ein Randthema ist. Wir haben das mehrfach bei Projektbewerbern erlebt, die wir vorab besucht hatten. Schon beim Handshake wurden wir zwei-, dreimal unterbrochen, weil das Telefon klingelte, eine Rechnung abgezeichnet werden musste oder was anderes anstand. Da mussten wir leider feststellen: Bei Unternehmen unter zehn Mitarbeitern gelangen wir an eine Grenze.

MöbelLogistik: Warum ist es sinnvoll, Geld in Nachhaltigkeit und Klimaneutralität zu stecken?

Dr. Winkler: Weil Sie mit dem Geld, das Sie heute investieren, morgen Geld sparen. Das ist bei Unternehmen nicht anders als bei Privatleuten.

Sie investieren heute in Ihr Balkonkraftwerk, und, sobald sich die Investition amortisiert hat, sparen Sie Stromkosten. Einfach ausgedrückt.

Unternehmen haben da natürlich ganz andere Möglichkeiten, denken wir zum Beispiel nur an die riesigen Dach- oder Hallenflächen. Wenn Sie dort eine entsprechende PV-Anlage installieren, haben Sie recht schnell den eigenen Strombedarf gedeckt und noch viel mehr. Investitionen sind also äußerst sinnvoll. Aber es gibt auch Modelle, da müssen Sie nicht an Ihr eigenes Kapital.

MöbelLogistik: ... zum Beispiel?

Dr. Winkler: Wenn Sie selbst nicht in teure Anlagen investieren wollen oder es finanziell nicht können, dann bieten Sie diese Flächen doch den lokalen Stadtwerken zur Pacht an. Davon profitieren Sie – entweder durch direkte Zahlungen oder verbilligten Strom –, der Versorger und auch die Bürgerinnen und Bürger. Wie und ob das funktionieren kann, muss man individuell klären. Aber die Option gibt es zumindest. Und nachfragen kostet nichts.

MöbelLogistik: Sie haben mit ganz vielen unterschiedlichen Unternehmen zu tun. Was sind die einfachsten Mittel, die Sie den Betrieben an die Hand geben, um einfach und schnell CO₂ zu vermeiden und zu senken?

Dr. Winkler: Wenn Sie das Thema ernsthaft angehen, werden Sie nicht drumherum kommen, eine Bestandsaufnahme Ihres Inventars, Ihrer betrieblichen Prozesse, Ihrer Fahrzeuge sowie allen anderen Betriebsteilen zu machen. Das ist viel Arbeit, ja. Aber auch eine gute Chance, Ihr Unternehmen grundlegend auf den Prüfstand zu stellen.

Wenn es um schnell umsetzbare Dinge geht, gibt es ein breites Spektrum an Möglichkeiten – angefangen beim Kippschalter an der Steckerleiste, um den Stromverbrauch durch Geräte im Standby-Modus zu senken. In großen Hallen etwa bietet es sich an, Bewegungsmelder einzusetzen, um unnötiges Licht-brennen-lassen zu vermeiden. Wird die komplette Halle beheizt? Welche Möglichkeiten gibt es, Segmente durch Rolltore oder schwere Vorhänge voneinander abzutrennen? Ganz allgemein der Check-up aller technischen Geräte bietet schon ein hohes Einsparpotenzial. Ein Klassiker ist die Umrüstung der Beleuchtung auf LED. Im Grunde viele alte Hüte.

Aber: Etwas Bewährtes, das buchhalterisch und auch ökologisch noch nicht abgeschrieben ist, muss nicht zwangsläufig ersetzt werden. Der noch

Möbel **Logistik** 2023-05-amoede fahrbereite Verbrenner. Laptops. Handys. Drucker. Es muss nichts entsorgt oder weggegeben werden, was seinen Dienst eigentlich noch tut.

Im Kontakt mit einem unserer ersten Projektpartner ging es damals um die Frage, ob Fahrzeuge mit der zu dem Zeitpunkt aktuellen Abgasnorm durch E-Autos ersetzt werden sollten. Wir haben klar abgeraten. Die Fahrzeuge wären ja nicht aus dem Verkehr gezogen worden, sondern jemand anderes wäre vermutlich damit weitergefahren. Also was hätte es genutzt?

MöbelLogistik: Ein wichtiger Punkt. Allein, wenn man daran denkt, wie viele Menschen noch funktionierende Mobilgeräte in die Schublade oder in die Tonne wandern lassen, weil sie immer ein brandaktuelles Modell haben müssen. Und das betrifft ja nicht nur Handys, Smart-TV und Co., sondern auch Kleidermode etc. Was hier an Ressourcen verschwendet wird – Stichwort technische bzw. psychologische Obsoleszenz –, da graut's einem. Aber dieses Thema würde jetzt den Rahmen sprengen.

Dr. Winkler: Was das Thema Wiederverwertung betrifft, haben wir selbst auch schon negative Erfahrungen machen müssen. Es gab hier mal ein engagiertes IT Unternehmen, das wollte noch brauchbare Geräte wie Computer annehmen, ausschlachten, und die Teile dann wiederverwerten. Das wurde mit Blick auf rechtliche Grenzen untersagt. Für sein Vorhaben hätte das Unternehmen offizieller Entsorger sein müssen. Das hätte eine andere Deklarierung erfordert, andere Nachweise und und und. Für uns war das sehr bitter, denn die Idee ist ja grundsätzlich sehr gut. Als Stadt waren uns leider die Hände gebunden.

MöbelLogistik: Viele gute Ideen scheitern nicht selten an politischen Vorgaben oder Verordnungen, leider ja. Zurück zum Projekt "Nachhaltiges Wirtschaften". Was waren damals die Beweggründe, das Projekt ins Leben zu rufen?

Dr. Winkler: Unser Ziel war es, die Unternehmen in Heidelberg und der nahen Umgebung klimafit für die Zukunft zu machen. Wir haben kurz nach der Jahrtausendwende einen runden Tisch ins Leben gerufen bestehend unter anderem aus uns, der Kommune, der lokalen Wirtschaft, den IHK'n, dem Kreis, der Handwerkskammer und einzelnen Verbänden. Die Hauptfrage war: Wie können wir die Industrie und die Unternehmen gezielt unterstützen. Hauptaugenmerk sollte dabei auf die kleinen und mittelständischen Betriebe gelegt werden, da das aus unserer Sicht eine Zielgruppe ist, die eher Hilfe gebrauchen kann als größere Unternehmen, die schon eigene Umweltmanagementsysteme etabliert haben.

Wir wollten Hilfe zur Selbsthilfe leisten, ohne ein bürokratisches Monster zu erschaffen. Ganz pragmatisch. Über einfaches Grundlagentraining die Betriebe befähigen, selbst aktiv zu werden, und nebenbei den Netzwerkgedanken zu fördern. Uns ist im Rahmen des Projekts deshalb daran gelegen, die Themen und Maßnahmen nicht nur ausführlich theoretisch zu besprechen, sondern den teilnehmenden Unternehmen auch praktische Hilfe über unsere Partner anzubieten. Ergänzend zu den Workshops werden bei jedem Betrieb durch externe Sachverständige Begehungen durchgeführt, um das Optimierungspotenzial festzustellen und konkrete Maßnahmen zu entwickeln.

Über den kompletten Zeitraum haben an dem Projekt rund 150 Unternehmen aus Heidelberg und der näheren Umgebung teilgenommen. Wobei das nicht nur Unternehmen waren, sondern auch Schulen, Krankenhäuser oder, aktuell, dass Theater Heidelberg und unser Zoo. Das Projekt hat sich insgesamt als äußerst attraktiv erwiesen. Alle, die später mal mehr machen möchten, wie etwa die ISO 14001, legen mit uns den Grundstein dafür.

MöbelLogistik: Für recht wenig Geld ...

Dr. Winkler: Das stimmt. Je nach Betriebsgröße bezahlen Sie zwischen 1.200 und 2.400 Euro. Der Rest läuft über Fördermittel. Die richtigen Investitionen fangen unter Umständen dann erst nach dem Projekt an, also wenn die Unternehmen festgestellt haben, an welchen Stellen sie aktiv investieren müssen.

MöbelLogistik: Welche sind denn die häufigsten Fehler, die Unternehmen machen, gerade bei der Einführung eines solchen QM-Systems?

Dr. Winkler: Ganz unterschiedlich. Manche schätzen den finanziellen und zeitlichen Aufwand falsch ein, und bedenken dabei nicht, welchen Benefit sie dennoch daraus haben. Anderen wiederum fehlt es an der Ernsthaftigkeit. So nach dem Motto "Wir machen da mal was, und dann ist's auch gut". Das funktioniert nicht. Die Themen muss man aktiv angehen. Im Betrieb muss es klare Strukturen und Zuständigkeiten geben. Die Themen müssen gelebt werden, und zwar in der Hierarchie von oben nach unten – und nicht umgekehrt. Es müssen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingebunden werden. Alle müssen an einem Strang ziehen.

MöbelLogistik: Sind die Unternehmerinnen und Unternehmer heute offener als damals?

Dr. Winkler: Das würde ich so sagen, ja. Wenn ich 20 Jahre zurückdenke, da gab es sicher den einen oder anderen Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität. Solche, die bewusst auf uns zugekommen sind und im ersten Projektlauf dabei sein wollten. Es gab aber auch Vorbehalte. Über die Jahre hinweg hatten wir regelmäßig mehr Interessenten als wir in einen Konvoi aufnehmen konnten. Das Bewusstsein der Betriebe für das Thema, zumindest hier in Heidelberg, ist definitiv da. Uns war von Beginn an wichtig, als Vertretung



www.unterweisungs-manager.de



der Stadtverwaltung unmittelbar in das Projekt eingebunden zu sein. Auch um zu zeigen, dass wir etwas für die lokale Wirtschaft tun, ihr einen Mehrwert bieten.

MöbelLogistik: Wie viel Personal ist in das Projekt eingebunden?

Dr. Winkler: Fast die komplette Verwaltung. Das klingt jetzt erst einmal viel. Sie müssen aber wissen, dass wir im Laufe des Projekts sechs unterschiedliche Workshops anbieten, in denen die Expertise der unterschiedlichen Abteilungen gefragt ist. Abfallwirtschaft, die Abteilung Energie und Klimaschutz, das Umweltamt, die Gewerbeaufsicht mit Themen zur Arbeitssicherheit und noch mehr. Das geht hin bis zum Naturschutz und Fragen zur Biodiversität bis hin zur betrieblichen Mobilität. Von Seiten der Consultants, die in die Betriebe gehen, sind vier Personen involviert. Mit mir und einer Kollegin als hauptamtlich zugeordnete Personen und Projektleitung kommt da schon ein größeres Team zusammen.

MöbelLogistik: Sie haben das Netzwerken schon angesprochen. Im aktuellen Panel sind Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen vertreten. Warum ist das aus Ihrer Sicht ein Vorteil?

Dr. Winkler: Das war ursprünglich gar nicht so geplant. Eigentlich wollten wir uns die energie-

intensiven Branchen vornehmen – Bäckereien, Krankenhäuser und so. Der Rücklauf war mau. Das Feedback ergab, dass viele Betriebe nicht mit Marktbegleitern am Tisch sitzen wollten.

MöbelLogistik: Man lässt sich von der Konkurrenz eben ungern in die Karten schauen. Wenn das fachfremde Betriebe sind, zeigt man vielleicht schon eher, was man auf der Hand hat ...

Dr. Winkler: Ganz genau. Heute sitzen Elektrotechniker und Heizungsbauer mit Personen aus Schulen oder, wie gesagt, einem Theater oder dem Zoo zusammen. Sie teilen ihr Know-how, geben sich gegenseitig Verbesserungstipps oder bieten unmittelbar Hilfe an. Wir haben derzeit zum Beispiel einen Elektriker dabei, der uns mit wertvollem Input versorgt. Von seinem Wissen profitieren alle. Beim Thema Beleuchtung gehe es beispielsweise, wie er erklärt, nicht nur um den Wechsel von der Glühbirne zur LED. sondern auch um Lichtstärke. Lichtfarbe und solche Sachen. Dinge, die wir vorher nicht wussten. Das Positive für alle: Im Netzwerk können wir uns vertrauensvoll mit den Unternehmen und den Partnern über aktuelle Nachhaltigkeitsthemen austauschen und auch ehrlich darüber sprechen, was nicht funktioniert. So lernen wir voneinander und nebenbei entwickeln sich durch das Netzwerk tolle geschäftliche Beziehungen, von denen wir zum Teil selbst gar nichts mitkriegen.

"Nachhaltigkeit und Klimaneutralität sind ein Marathon, und kein Sprint."

Autor und Interview Daniel Waldschik

Gegründet 1892 ist die Peter Niesen GmbH & Co. Internationale Möbelspedition KG in Leverkusen heute in verschiedenen Bereichen tätig: nationale und internationale Umzüge und Betriebsverlagerungen, Zwischen- und Einlagerung am Standort Leverkusen, Maschinentransporte, Kunsttransporte, Räderlogistik und vieles mehr. Das Logistikunternehmen beschäftigt 160 Mitarbeiter:innen, zur Flotte gehören mehr als 70 Fahrzeuge, insgesamt zählen sie 2.300 Lager- und 1.150 Bürocontainer, die Logistikfläche beträgt 80.000 Quadratmeter und die Lagerhalle 35.000 Quadratmeter. Wie lässt sich ein derart großes und aktives Unternehmen nachhaltig und klimaneutral ausrichten? Über diese Fragen und mehr habe ich mit den beiden Geschäftsführern Klaus Niesen und Markus Kalcker gesprochen.

MöbelLogistik: Herr Niesen, Herr Kalcker, zum Einstieg mal ganz allgemein gefragt: Warum sollten sich Unternehmerinnen und Unternehmer den Themen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität widmen?

Klaus Niesen: Als Speditionsunternehmen stehen wir ganz besonders im Fokus, denken wir beispielsweise nur einmal an den Einsatz unserer Lkw, Gabelstapler und Dienstwagen. Da kommt uns eine besondere Verantwortung zu. Ziel von uns als Branche muss es aus meiner Sicht sein, unseren CO₂-Fußabdruck so gering wie möglich zu halten beziehungsweise nicht vermeidbare oder nicht reduzierbare Emissionen bestenfalls zu kompensieren. Wir bei Niesen sind immer bemüht, die Dinge im Rahmen unserer Möglichkeiten zu verbessern – und das ist uns, meine ich, bis jetzt auch ganz gut gelungen.

MöbelLogistik: Ehe wir auf die getroffenen Maßnahmen zu sprechen kommen: Welches sind aus Ihrer Sicht die häufigsten Fehler, die Unternehmen machen? Etwa in Bezug auf die Einführung, Umsetzung oder Kommunikation.

Niesen: Wichtig ist, dass man sich nicht übernimmt. Der Aufwand, auch der finanzielle, ist nicht zu unterschätzen. Aber er zahlt sich aus. Wir haben in unserem Unternehmen nicht alle Maßnahmen auf einmal umgesetzt, sondern Schritt für Schritt. Außerdem haben wir uns immer gefragt, welche Maßnahme in welchem Bereich welche Priorität hat. Das wäre auch mein Rat an alle anderen Unternehmerinnen und Unternehmer: Lasst Euch nicht allzu viel Zeit bei der Umsetzung. Brecht aber auch nichts übers Knie.

MöbelLogistik: Wann haben Sie bei Niesen begonnen, sich mit den Themen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität zu beschäftigen?

Markus Kalcker: Wir haben das Projekt im Jahr 2010 mit unserer Photovoltaikanlage gestartet. Damit waren wir, zumindest was die Speditionsunternehmen angeht, der Zeit sicher ein wenig voraus. Die Anlage ist 10.000 Quadratmeter groß. Die Hallendachfläche liegt bei 13.000 Quadratmetern. Das war sicherlich die größte Investition, die wir auf einen Schlag geleistet haben.

MöbelLogistik: ... und die den weiteren Prozess in Gang gesetzt hat.

Niesen: Ein Prozess der vielen kleinen Schritte, die am Ende zu einem guten Ergebnis führen. Die



Klaus Niesen

Leuchtmitteltechnik entwickelt sich. Antriebsarten entwickeln sich. Es passiert auf vielen Ebenen sehr schnell sehr viel. Wir müssen uns auf immer wieder neue Gegebenheiten einstellen. Das ist herausfordernd. Aber dieser Aufgabe stellen wir uns.

Dieser kontinuierliche Prozess findet Ausdruck unter anderem in der Zertifizierung nach DIN ISO 14001. Dort müssen wir die einzelnen Punkte immer wieder neu angehen, hinterfragen, ob sich möglicherweise Gesetze geändert haben, welche anderen Verbesserungsmöglichkeiten es gibt oder was wir sonst tun können.

Kalcker: ... das ist aber auch gut so. Denn so werden regelmäßig immer wieder auch die eigenen Prozesse auf den Prüfstand gestellt. Was kann an welcher Stelle optimiert werden? Lassen sich dadurch sogar andere Kosten einsparen? Aus meiner Sicht ist das ein echter Mehrwert, sich mit den Themen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität zu befassen.

MöbelLogistik: ... das so zusagen auch nochmal als Antwort auf unsere Eingangsfrage: Weil Unternehmerinnen und Unternehmer dadurch die Chance haben, sich mit den betrieblichen Prozessen auseinanderzusetzen, Prozesse beleuchten und optimieren können, und das, im Zuge eines Audits, angeleitet mit Hilfe. Kurz zurück zur Photovoltaikanlage. Haben Sie die im Rahmen eines Hallenneubaus installiert?

Kalcker: Vorausgegangen war damals eine Dachsanierung. Die Anlage haben wir dann aufgesetzt. Das unterstreicht, was wir angesprochen hatten:



Markus Kalcker

Man muss einen Schritt nach dem anderen machen. Beziehungsweise muss man immer überlegen, welcher nächste Schritt sinnvoll sein könnte.

MöbelLogistik: Klingt ein wenig nach Schach, sprich, immer mehrere Züge vorausdenken.

Niesen: Es wäre töricht gewesen, die Photovoltaikanlage auf das alte Dach zu setzen, nur um sie später wieder abbauen zu müssen, wenn die

Sanierung des Daches angestanden hätte. Man muss die Themen ordentlich zu Ende denken!

MöbelLogistik: Nachhaltigkeit und Klimaneutralität kosten Geld. Was haben Sie in diesen Bereich investiert?

Niesen: Die genaue Summe können wir nur schätzen, ich denke, dass wir bei den direkten und indirekten Investitionen bei zwei bis zweieinhalb Millionen Euro liegen.

Kalcker: Allein die Photovoltaikanlage hat damals über eineinhalb Millionen Euro gekostet.

Niesen: Und in diesem Betrag sind andere Maßnahmen wie Fuhrpark oder Stapler noch nicht inklusive. Da kommen ordentliche Summen zusammen, weshalb es umso wichtiger ist, dass man nachher wirklich auch einen Benefit hat.

MöbelLogistik: An welchen Stellen bei Niesen ist Nachhaltigkeit sonst noch erkennbar?

Niesen: Den Aspekt Nachhaltigkeit haben wir zum festen Bestandteil aller Modernisierungsprozesse gemacht. Ganz besonders die Digitalisierung hat bei uns einen hohen Stellenwert, da sie bei der Vermeidung und Reduzierung von CO₂ eine wichtige Rolle spielt.

Unsere Prozesse zum Beispiel sind allesamt online und werden computergestützt optimiert. Wir sind über den genauen Standort jeder Lagereinheit auf den Betriebsgeländen informiert. Darüber hinaus arrangieren wir unsere Lagercontainer so, dass maximale Effizienz beim Handling garantiert ist. Das ermöglicht uns einen schnelleren und effizienteren Zugriff. Einsatzzeiten von Staplern – und deren Energiebedarf – werden um bis zu 50 Prozent reduziert. Unsere Mitarbeiter haben alle Informationen in Echtzeit auf ihren Mobilgeräten.

Unser Lkw-Fuhrpark umfasst mehr als 70 Fahrzeuge. Ein bedeutender Teil der Flotte ist mit Euro 6-Motoren ausgerüstet, also auf dem derzeit aktuellen Stand der umweltschonenden Abgasnorm. Außerdem setzen wir Fahrzeuge mit Hybridantrieb ein. Unsere Stapler werden teils umweltfreundlich mit Gas oder Strom betankt. Kleinere Einheiten, etwa Hubwagen und Ameisen, sind elektrisch.

Kalcker: Und auch hierbei ist die IT-Verknüpfung von Bedeutung. Die Systeme kennen den Standort sämtlicher Fahrzeuge und berechnen die optimale Route zum Ziel. Leerfahrten versuchen wir bestmöglich zu vermeiden. Wir versuchen Touren zu kombinieren, somit Laderaum optimal auszunutzen und dadurch die Umwelt zu schonen.

Ein weiteres Projekt ist der Bau von Versickerungsanlagen, in die das Regenwasser von den Dachflächen der Logistikhallen gesammelt und umweltfreundlich in das Erdreich abgeleitet wird. Die Kanalisation wird dadurch nicht belastet. **MöbelLogistik:** Bei den Themen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität muss man die Menschen erreichen, oder, besser gesagt, auf ihre Einstellung dazu einwirken. Wie schaffen Sie das bei Niesen?

Niesen: Im Prinzip dadurch, dass wir diese Themen immer wieder nach vorne bringen. Ob nun durch Presseberichte zu aktuellen Einzelmaßnahmen und unser firmeneigenes Öko-Prospekt, das nach jeder neuen Maßnahme aktualisiert und an alle Mitarbeiter und Kunden verteilt wird, sowie in persönlichen Gesprächen, in denen wir auf die Bedeutung des Umweltschutzes hinweisen. Bei der Umsetzung müssen wir die Menschen mit ins Boot holen, ob nun unser Personal oder unsere Kundinnen und Kunden. Kommunikation ist dabei ein entscheidendes Instrument.

Kalcker: Im Umzugsbereich haben wir zum Beispiel früh auf mehrfach verwertbare Verpackungsmittel gesetzt, waren früh mit Gitterwagen, EDV-Wannen und wiederverwendbaren Porzellan-Safes unterwegs, und nutzen heute inzwischen Turtleboxen anstatt Faltkartons. Mit sehr guter Resonanz der Kundinnen und Kunden, die es schätzen, dass wir den Kartonagenverbrauch damit eindämmen.

Wichtig ist es, die Leute über die eigenen Maßnahmen transparent zu informieren. Im Zusammenhang mit unserer Photovoltaikanlage hatten wir damals einen "Tag der offenen Tür" veranstaltet, mit entsprechend erfreulichen Feedback der Besucher sowie positiver Berichtserstattung der lokalen Presse. Wir wollten und wollen zeigen, dass wir leben, was wir tun – und nicht nur darüber reden

THE RECURSOR SHEET STREET

Die Laufleistung von rund 40.000 Kilometer im Jahr werden wir mit dem E-Actros sicherlich übertreffen.

Klaus Niesen

Unser Personal ist stolz darauf, dass wir diesen Weg gehen. Das merken wir zum Beispiel am Interesse, selbst E-Fahrzeuge zu fahren – sei es nun einen Pkw für die Besichtigung beim Kunden oder die Fahrt mit dem E-Actros. Und sie spüren auch den Erfolg, den wir dadurch haben.

Niesen: Wobei der E-Actros ohne Fördermittel natürlich ein sehr teures Fahrzeug ist, das man sich ohne Unterstützung nur schwer leisten kann. Unserer ist nun seit knapp einem Dreivierteljahr im Einsatz. Die Laufleistung von rund 40.000 Kilometer im Jahr werden wir sicherlich übertreffen. Das Gute aber ist vor allem der positive Anklang sowohl bei unseren Mitarbeitern als auch beim Kunden. So ein geräuschloser Lkw macht auch in der Außendarstellung sehr viel her.

MöbelLogistik: Können Sie kurz etwas zum Handling des E-Actros sagen: Reichweite, Aufladegeschwindigkeit, Einsätze?

Niesen: Die Reichweite liegt bei ca. 330 Kilometern. Wir setzen den E-Actros überwiegend im Nahverkehr, aber auch im Fernverkehr ein. Hierbei handelt es sich um festgelegte Rundtouren in der Räderlogistik. Die Tagestour liegt bei ca. 250 bis 280 Kilometern im Nahverkehr. Bei Touren im Fernverkehr, zum Beispiel nach Frankfurt/Main, wird der Akku zum Teil nachgeladen. Nach einer Ladezeit von etwa einer Stunde liegt die Kapazität wieder in einem Bereich, mit dem wir problemlos die Heimreise antreten und den Akku über Nacht wieder vollladen können.

MöbelLogistik: Was geben Sie Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität an die Hand für zuhause?

Kalcker: Spezielle Workshops oder ähnliches, wie man privat seinen CO₂-Fußabdruck reduzieren kann, bieten wir keine an. Das ist aus meiner Sicht aber auch nicht notwendig. Unser Personal ist für das Thema sensibilisiert und gut aufgeklärt. Bei uns arbeiten Menschen, bei denen der Nachhaltigkeitsgedanke dauerhaft präsent ist. Uns ist wichtig, und das macht auch unsere Unternehmens-DNA aus, dass allen voran wir Führungskräfte Werte wie Nachhaltigkeit, Klimaneutralität oder andere gesellschaftlich relevanten Werte wie Gleichberechtigung und Toleranz selbst vorleben.

MöbelLogistik: Ist Niesen schon papierlos?

Niesen: Nicht zu hundert Prozent. Das ist auch gar nicht so einfach. Aber wir sind auf jeden Fall dran, papierlos zu werden. Die Stromeinsparungen waren im Gegensatz dazu viel leichter umsetzbar.

MöbelLogistik: Was haben Sie da gemacht?

Kalcker: Wir haben zum Beispiel die Lager- und Regalbereiche sowie die Toilettenanlagen mit Bewegungsmeldern und LED-Leuchtmitteln ausgestattet. Das Licht brennt jetzt nicht mehr 24/7.

Wir haben zudem kleine Verhaltensrichtlinien herausgegeben, etwa, dass alle Computer nach Dienstschluss heruntergefahren werden sollen. Wenn 40 Rechner über Nacht laufen, dreht sich der Zähler unaufhörlich. Das waren Kleinigkeiten, die wir recht schnell umsetzen konnten, die aber bereits einen hohen Effekt haben.

Niesen: Da hilft jede kleinste Maßnahme, um am Ende das große Ganze zu erreichen. Wir sprechen von einer Nettofläche von 20.000 Quadratmetern, die nicht mehr unnötig dauerhaft beleuchtet wird. Und das passiert ja ganz schnell: morgens den Schalter angemacht, vergessen wieder auszumachen, und den ganzen Tag fällt es keinem auf. Diese Energieverschwendung haben wir mit den Bewegungsmeldern in den Griff bekommen.

MöbelLogistik: Können Sie einmal Zahlen nennen, wie viel Strom Sie verbrauchen und wie viel Sie selbst gewinnen?

Niesen: Wir produzieren mit unserer Photovoltaikanlage rund 350.000 Kilowattstunden Strom. Das entspricht in etwa auch unserem Verbrauch. Bevor wir unsere Stromsparmaßnahmen eingeläutet haben, hatten wir einen Verbrauch von knapp 550.000 Kilowattstunden. Sprich: Wir haben damit unseren Stromverbrauch um ein Drittel verringert. Darauf sind wir schon ein bisschen stolz!

MöbelLogistik: Sie sind unter anderem nach DIN ISO 14001 zertifiziert. Das macht nicht jedes Unternehmen. Ein Einwand lautet, dass das Audit zu umfangreich sei. Was sagen Sie dazu?

Kalcker: Es stimmt schon, dass die Einrichtung von Umweltmanagementsystemen oder Qualitätsmanagementsystemen ein erheblicher Aufwand ist. Und ja, die Unternehmen werden durchleuchtet. Dabei geht es nicht nur um Abfallentsorgung oder dergleichen, sondern da geht es auch um Dokumentationsprozesse, Abläufe, Einkauf, Genehmigungen, eigentlich die komplette Büroorganisation und vieles mehr. Das schreckt viele ab. Der Vorteil, den wir sehen: Die Zertifizierung bedeutet für uns viel Aufwand. Aber auch hier beschäftigen wir uns erneut mit unseren gesamten Prozessen. Das bringt uns weiter beziehungsweise hat uns schon weitergebracht.

Niesen: ... weil im Laufe der Zertifizierung Dinge und Bereiche aufgefallen sind, die wir vorher gar nicht auf dem Schirm hatten.

MöbelLogistik: Wie viele Mitarbeiter sind insgesamt involviert? Haben Sie vielleicht sogar eine Taskforce eingerichtet, die sich um solche Angelegenheiten kümmert?

Kalcker: Eine Taskforce haben wir nicht. Der Kreis setzt sich aus einer Handvoll Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zusammen, die so zugleich auch die

Ausrichtung des Unternehmens vorgeben. Die Audits begleiten Klaus Niesen und ich. Unterstützt werden wir von unseren QM-Beauftragten. Umgesetzt wird es dann von allen.

MöbelLogistik: Wie schaffen Sie das? Und was machen Sie anders als andere?

Kalcker: Man muss den Dingen und den Menschen Zeit geben. Unterm Strich ist das nachhaltiger als, wie aktuell in der Politik, von oben etwas aufzuzwingen. Außerdem entbehrt es jeder Nachhaltigkeit, heute noch funktionierende Dinge mehr oder weniger zwangsweise durch etwas Neues zu ersetzen.

Niesen: Ich denke auch, dass man die Menschen besser mitnehmen muss. Was aktuell passiert, ist: verängstigen, verunsichern, vor den Kopf stoßen. Mit motivieren oder mit überzeugen hat das nichts zu tun. Dabei erkennt den Sinn nachhaltigen Wirtschaftens oder Lebens im Grunde jeder ganz gut von allein.



Wir haben damit unseren Stromverbrauch um ein Drittel verringert. Darauf sind wir schon ein bisschen stolz.

Klaus Niesen

Friedrich Friedrich: Zweite Photovoltaikanlage steigert Autarkiequote

Autor Daniel Waldschik

Die Friedrich Friedrich-Gruppe gehört zu den umtriebigsten Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit und Klimaneutralität – und gilt zurecht als einer der Vorreiter und führenden Speditionen in Sachen Klimaschutz. Gerade erst haben sie eine zweite Photovoltaikanlage auf den Dächern der Griesheimer Liegenschaft installiert. 240 PV-Module auf 650 Quadratmetern Dachfläche sind der neueste Coup der Hessen. Die Leistung von zusammen fast 100 Kilowatt gekoppelt mit einem Speichermedium von 22 Kilowattstunden hebt die Energieautarkie laut Unternehmensangaben auf das nächste Level.

Wir möchten erreichen, dass sich noch mehr Unternehmen mit den Themen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität befassen. Dabei möchten wir zeigen, mit welchen (einfachen) Maßnahmen Unternehmen starten können. Beispielhaft haben wir eine Handvoll AMÖ-Mitgliedsunternehmen herausgesucht, die bereits auf diesem Terrain unterwegs sind. Sie alle haben irgendwann angefangen. Was sie tun, zeigt die Vielfalt der Möglichkeiten.

Die Autarkiequote von fast 45 Prozent bedeute "einen weiteren großen Schritt im strategischen Energiekonzept des Unternehmens".

Die neue Anlage soll die beiden Liegenschaften in der Wiesenstraße 2 und 4 inklusive der dazugehörigen E-Ladesäulen mit dem gewonnenen Strom versorgen. Der überschüssige Strom wird ins Netz eingespeist. Die seit 2013 bestehende Anlage in der Wiesenstraße 5 liefert mit etwa 193.000 Kilowattstunden rund 30 Prozent des Energiebedarfs. Wie das Unternehmen mitteilt, konnten dadurch bereits rund 705.000 Kilogramm CO₂ reduziert werden.

Mikrowald und Insektenhotels

"Wir haben eine ganz klare Verantwortung in Sachen Umweltschutz und werden auch in Zukunft - im Kleinen wie im Großen - in entsprechende Maßnahmen investieren", erklärt der geschäftsführende Gesellschafter Ralf Stößel das Engagement. Der gelebte Klimaschutz ist fest in den Werten des nach ISO 14001 zertifizierten Unternehmens verankert. Dafür sprechen zahlreiche unterschiedliche Projekte und Maßnahmen, wie die Anschaffung von Firmenfahrzeugen mit Elektroantrieb sowie die Installation der dazugehörigen Ladeinfrastruktur, die Nutzung einer modernen und umweltfreundlichen Heizungsanlage oder Ausgleichszahlungen für CO₂-neutrale Umzüge und Lagerung. Sogar einen kleinen Wald haben sie gepflanzt. Der 200 Quadratmeter große "Tiny Forest" am Containerlager beheimatet neben einer Hainbuche, Feldund Bergahorn, Stieleiche und Vogelkirsche auch unterschiedliche Sträucher. Und auch Insektenhotels haben sie auf dem Betriebsgelände errichtet.





Möbel Logistik

Fritz Fels: Strom für 72 Einfamilienhaushalte mit vier Personen

Den Kontakt zu Dr. Raino Winkler stellte meine Kollegin Heike Dinkel her. Sie ist das kommunikative Herzstück der Fritz Fels GmbH Fachspedition aus Heidelberg. Beide kennen sich, seitdem Fritz Fels selbst Teil des Projekts "Nachhaltiges Wirtschaften" war. Erstmals im Jahr 2007 ausgezeichnet folgte im Jahr 2012 die Revalidierung.

Die Umwelt liegt dem von Nadine Beck geführten Familienbetrieb am Herzen. Auf den Dächern der Lagerhallen ist auf 2.000 Quadratmetern eine Photovoltaikanlage mit 286 Kilowatt-Peak installiert. "Damit produzieren wir durchschnittlich 286.000 Kilowattstunden Strom im Jahr. Das reicht für 72 Einfamilienhaushalte mit vier Personen. Damit sparen wir rund 155 Tonnen CO₂ pro Jahr. Im letzten Jahr kamen wir sogar auf fast 300.000 Kilowattstunden", erklärt Jürgen Reising. Die Fahrzeugflotte ist umweltfreundlich auf dem aktuellen Stand. "Dadurch reduzieren wir Klimagase bei unseren Umzügen in der Metropolregion Rhein-Neckar und auch im Fernverkehr." Auch die Dienstwagen im Außendienst fahren umweltschonend und werden teilweise auf E-Mobilität umgestellt. "Zum Laden unserer Fahrzeuge haben wir mittlerweile drei eigene Wallboxen installiert."

Als weitere Maßnahme können die Mitarbeiter Jobräder nutzen. "Damit bieten wir ihnen an, ein Fahrrad zu attraktiven Konditionen zu leasen und der eigenen Gesundheit und der Umwelt etwas Gutes zu tun." Dabei ist egal, für welches Rad man sich entscheidet. "Das Programm wird gerne genutzt und findet reges Interesse." Derzeit seien 13 Jobräder im Einsatz.

Installiert haben sie unter anderem Lichtbänder in allen Lagerhallen, setzen Rußpartikelfilter bei den Diesel-Staplern ein, stellen Altholz für das Biomassewerk bereit und sie schulen ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ein sensibleres ökologisches Verständnis. Monatliche Energiemails geben zudem Tipps für mehr Nachhaltigkeit, auch für zu Hause. Im Büro ist Strom- und Papiersparen selbstverständlich. Alle Elektrogeräte mit Netzteil werden zweipolig abgeschaltet, um den Stromfluss auszuschließen. "Das sind zwar immer nur kleine Mengen, aber Kleinvieh macht bekanntlich auch Mist. Dazu dient die Maßnahme auch noch dem Brandschutz."

Heimat zweier Bienenvölker

Ebenso wird die Digitalisierung kontinuierlich vorangetrieben. Dazu wurde ein individuelles ERP-Programm in Zusammenarbeit mit einem Heidelberger IT Unternehmen erarbeitet. Hier können alle verschiedenen Geschäftsbereiche optimal abgebildet werden. Jeder Mitarbeiter hat zudem zwei Bildschirme, um möglichst effizient und papierlos zu arbeiten. Doch auch Drucken ist bei ihnen klimaneutral: Die Emissionen, die die Drucker verursachen, werden durch die Investition in nachhaltige Klimaschutzprojekte gemäß dem vom WWF empfohlenen "Gold Standard" kompensiert.

Nachhaltigkeit und Umweltschutz liegen der Unternehmerin am Herzen. Seit April 2020 ist Fritz Fels stolzer Mieter zweier Bienenvölker, die auf dem Firmengelände stehen. Ein Heidelberger Imker sorgt dafür, dass sich die Tiere dort in natürlicher Umgebung wohlfühlen und ungestört ein- und ausfliegen können. Die Lage der Spedition am direkten Feldrand ist optimal. Und der Imker bietet immer wieder an, bei den regelmäßigen Kontrollen zu hospitieren. "Viele unserer Mitarbeiter hatten Anfangs großen Respekt vor den Bienen. Durch die Schulungen und Aufklärung unseres Imkers, sind die beiden Bienenvölker zu willkommenen Gästen geworden. Und einmal im Jahr gibt es dann für alle Mitarbeiter auch noch den allerleckersten Honig. Was will man mehr!"

Schweinsteiger Umzug & Logistik GmbH

Die Marschrichtung von Uwe Mayer ist klar: "Wir sind uns unserer Verantwortung für die Umwelt bewusst. Wir richten unser Handeln mit Blick auf den Klimaschutz, den maßvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen und dem Schutz der Artenvielfalt aktuell aus. Auch, dass sie auf diesem Weg das Personal mitnehmen müssen, beherzigen sie in Holzkirchen "Wichtig ist uns die Einbeziehung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in wesentlichen Umweltfragen und die damit verbundene Förderung des Umweltbewusstseins für den betrieblichen und privaten Bereich".

Der DMS-Betrieb lebt Nachhaltigkeit und Klimaneutralität aus Überzeugung. Schweinsteiger ist Partner der Klimaschutzorganisation natureOffice sowie ISO 14001 zertifiziert. Kundinnen und Kunden haben dadurch die Chance, die durch einen Standortwechsel anfallenden CO₂-Emissionen zu kompensieren. Seit geraumer Zeit setzen sie bei Schweinsteiger auch auf zusammenklappbare und mehrfach verwendbare Turtleboxen aus Kunststoff. Das Umzugsunternehmen schenkt allen Kundinnen und Kunden nach einem CO₂-neutralen Umzug mindestens zwei so genannte "Beebombs". Die kleinen Säckchen bestehen aus Ton und Erde, sind etwa handflächengroß und enthalten Samen von 18 verschiedenen Wildblumenarten. Einmal gesät wächst eine kleine Wildwiese als ideale Lebensräume für Bienen.

Haberling GmbH & Co. Internationale Spedition KG

Geschäftsführer Martin Kreß kam vor rund zehn Jahren mit dem Bereich Akten- und Datenträgervernichtung in Berührung. Er erkannte das Potenzial, traute sich in die Branche, ließ sich als Entsorgungsfachbetrieb zertifizieren und kaufte seine erste Schredderanlage. Das Schreddergut wird verwirbelt und zu Papierballen gepresst. Anschließend werden sie ausgewählten papierverarbeitenden Unternehmen zum Recyceln und zur Wiederverwertung zur Verfügung gestellt. Der Entsorgungsbereich ergänzt die Sparte Büroumzüge nach eigenen Angaben sehr gut, der Bereich sei stark wachsend.

Um die Umwelt zu schonen, setzt Haberling Solaranlagen für den Betrieb der Akten- und Datenträgervernichtung als Energiequelle ein. Die hauseigene Solaranlage erzeugte allein im Jahr 2019 mehr als 30 Megawattstunden Strom. Die eingesparten CO₂-Emmisionen liegen laut Unternehmensangaben dadurch bei mehr als 12.000 Kilogramm – also ungefähr 40 gepflanzten Bäumen. Der genutzte Strom ist umweltfreundlich erzeugter Strom aus Wasserkraft. Mit Solaranlagen sollen perspektivisch auch weitere Flächen der Logistikhallen ausgerüstet werden und die gewonnene Energie dann künftig für den eigenen Fuhrpark genutzt werden, so die Idee. Bis jetzt sind drei Montagefahrzeuge und einige Dienst-Pkw mit einem Elektroantrieb ausgestattet. Für den Großteil des 35 Einheiten umfassenden Fuhrparks, insbesondere in den größeren Fahrzeugklassen, herrscht bei Kreß aktuell allerdings noch zu wenig Technologiesicherheit, um auf alternative Antriebe umzurüsten, auch in Hinblick auf die Versorgungsinfrastruktur. Alle Verpackungsmaterialien, die bei Transporten eingesetzt werden, bestehen aus Recyclingmaterial.

HARDER logistics GmbH & Co. KG

Die HARDER logistics GmbH & Co. KG aus Neu-Ulm hat die Zukunftsthemen Klimaschutz und soziale Verantwortung als klare Bestandteile des unternehmerischen Handels definiert. Dazu hat der Betriebsverlagerer eine Klimastrategie entwickelt, die die Evaluierung des CO₂-Ausstoßes des Unternehmens umfasst, die Mitgliedschaft in verschiedenen ausgewählten Initiativen beinhaltet, Investitionen in Klimaschutzprojekte bedeutet und das Streben nach Klimapositivität zum Ziel hat.

"Als international agierender Dienstleister ist es uns wichtig, unser Engagement für Klimaschutz umfassend zum Ausdruck zu bringen – regional, bundesweit und global", sagt HARDER-Geschäftsführer Marcello Danieli.

Das Engagement umfasst eine Vielzahl von Projekten und Kooperationen. Regional zum Beispiel arbeitet der Logistiker mit der "WIN-Charta" zusammen, einem Nachhaltigkeitsmanagementsystem des Landes Baden-Württemberg. Das Programm richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen. Die freiwillige Selbstverpflichtung zielt darauf ab, den Nachhaltigkeitsgedanken in allen Branchen der baden-württembergischen Wirtschaft zu verbreiten und zu verankern.

Bundesweit ist HARDER Teil der "Allianz für Entwicklung und Klima", einer Initiative des Bundesministeriums für wirtschaftliche Entwicklung. Ziel ist es, über das freiwillige Engagement CO₂-Emissionen zu vermeiden, zu reduzieren und zu kompensieren sowie Klimaschutzprojekte in Schwellen- und Entwicklungsländern zu fördern.

Als global agierendes Unternehmen bringt HARDER logistics mit seinem Engagement bei United Nations Global Compact zum Ausdruck, seine Nachhaltigkeitsstrategie grenzüberschreitend zu leben. Die Initiative der Vereinten Nationen steht für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Auf der Grundlage zehn universeller Prinzipien und der Sustainable Development Goals verfolgt sie die Vision einer inklusiven und nachhaltigen Weltwirtschaft zum Nutzen aller Menschen, Gemeinschaften und Märkte.

Kollegenhilfe und Arbeitnehmerüberlassung

Autoren Dr. Ellen Troska/Andreas Eichinger

Nehmen auch Sie regelmäßig Kollegenhilfe in Anspruch oder stellen Sie Kollegen eigene Arbeitnehmerinnen oder Arbeitnehmer? Dann sollten Sie sich mit dem Thema Arbeitnehmer-überlassung vertraut machen, um auf der rechtlich sicheren Seite zu sein. Über unsere Einschätzung zur Thematik lesen Sie hier; Details im Mitgliederbereich auf www.amoe.de.

Arbeitnehmerüberlassung – auch Zeitarbeit oder Leiharbeit genannt – bedeutet, dass eine Arbeitnehmerin oder ein Arbeitnehmer einem Dritten gegen Entgelt und für begrenzte Zeit überlassen wird. Dabei wird der Arbeitgeber der betreffenden Arbeitnehmerin bzw. des betreffenden Arbeitnehmers zum Verleiher, der Dritte zum Entleiher. Was bedeutet das konkret und was bedeutet das im Fall der häufig geübten Praxis der Kollegenhilfe?

Wenn Sie als AMÖ-Spediteur Leiharbeiterinnen oder Leiharbeiter beschäftigen wollten, müssen Sie darauf achten, dass die gesetzlichen Vorgaben erfüllt sind. Wichtige Punkte in Zusammenhang mit Arbeitnehmerüberlassung sind zum Beispiel:

Arbeitnehmerüberlassungsvertrag

Dieser Vertrag regelt alle Rahmenbedingungen der Arbeitnehmerüberlassung und muss dem Arbeitnehmerüberlassungsgesetz (AÜG) entsprechen. Der Verleiher muss anführen, ob er die Erlaubnis zur Arbeitnehmerüberlassung besitzt.

Grundsatz der Gleichstellung

Es ist sicherzustellen, dass die Gleichstellung von Leiharbeitskräften und Stammbelegschaft gemäß Gesetz gewahrt ist.

Mindestarbeitsbedingungen

Es ist darauf zu achten, dass die Leiharbeitnehmerinnen und Leiharbeitnehmer korrekt eingruppiert sind. Weitere wichtige Aspekte sind die Gewährung von Mindestlohn, Entgeltleistungen (auch für Nichtbeschäftigungszeiten), Urlaub, Beachtung der Lohnuntergrenzen sowie die Abführung von Beiträgen zur Sozialversicherung. Unternehmen, die Arbeitskräfte verleihen möchten, benötigen dazu eine Erlaubnis zur Arbeitnehmerüberlassung.

Zur Praxis der **Kollegenhilfe**: Gemäß §3 Abs. 3 Nr. 2a des AÜG ist eine Erlaubnis zur Arbeitnehmerüberlassung insbesondere dann nicht erforderlich, wenn die Überlassung nur gelegentlich erfolgt und der Arbeitnehmer nicht zum Zweck der Überlassung eingestellt und beschäftigt wird.

Eine Be- oder Entladehilfe, die ein AMÖ-Spediteur einem anderen AMÖ-Spediteur anbietet, stellt nach Auffassung der AMÖ in der Regel keine Arbeitnehmerüberlassung dar. Vielmehr greift in diesem Fall die Ausnahme des § 1 Abs. 3 Nr. 2a AÜG. Detaillierte Ausführungen zur Einschätzung der AMÖ finden Sie im Mitgliederbereich unter www.amoe.de.



Beitrag zum Thema im Mitgliederbereich.

Wir empfehlen Ihnen, die detaillierten Ausführungen zu lesen und sich mit Inhalten und Anforderungen der relevanten Gesetze vertraut zu machen. Kontaktieren Sie uns gerne und nehmen Sie gegebenenfalls individuelle Beratung in Anspruch!

Die Mauterhöhung kommt Autor Andreas Eichinger Das dritte Mautänderungsgesetz tritt zum 1. Dezember 2023 in Kraft

Der Bundestag hat am Freitag, den 20. Oktober 2023, die Ausweitung der Mautpflicht für Lastkraftwagen beschlossen. Künftig wird der Mautsatz für Lkw neben den Teilsätzen für Infrastrukturkosten sowie externe Kosten für Luftverschmutzung und Lärmbelastung auch einen Teilsatz für Kosten für verkehrsbedingte CO₂-Emissionen beinhalten. Entsprechend werden Fahrzeuge in CO₂-Emissionsklassen eingeordnet. Bis 31. Dezember 2025 sind emissionsfreie

Fahrzeuge zunächst von der Mautpflicht befreit.

Eine weitere zentrale Änderung betrifft die Eingruppierung der Fahrzeuge in Gewichtskategorien. So entscheidet ab dem 1. Dezember nicht mehr das zulässige Gesamtgewicht (zGG), sondern die technisch zulässige Gesamtmasse (tzGM) über die Eingruppierung eines Fahrzeuges. Sie finden die technisch zulässige Gesamtmasse im Feld F.1 des Fahrzeugscheins des betreffenden Fahrzeuges. Prüfen Sie vor dem 1. Dezember 2023 unbedingt, ob Ihre Fahrzeuge korrekt im Toll Collect-Kundenportal hinterlegt sind. Führt eine falsche Angabe der technisch zulässigen Gesamtmasse (tzGM) zur Entrichtung von zu wenig oder gar keiner Maut wird ein Nacherhebungs- und Ordnungswidrigkeitsverfahren eingeleitet. Ab dem 1. Juli 2024 müssen dann alle Fahrzeuge mit einer technisch zulässigen Gesamtmasse von mehr als 3,5 Tonnen für die Benutzung von Bundesfernstraßen Maut entrichten.

Der Straßengüterverkehr soll über die Einbeziehung des CO₂-Preises in emissionsfreie Alternativen gelenkt werden. Aus unserer Sicht kommt diese Einbeziehung jedoch zu früh, denn die Mautanpassungen können derzeit die erhoffte Lenkungswirkung gar nicht entfalten. Zum einen sind emissionsfreie Fahrzeuge nicht in ausreichender Stückzahl verfügbar. Zum anderen lässt die Schaffung einer ausreichenden Ladeinfrastruktur für Lkw weiterhin auf sich warten. So ist ein positiver Klimaeffekt durch das dritte Mautänderungsgesetz aktuell nicht zu erwarten.

Darüber hinaus regelt das verabschiedete Gesetz die Verwendung der Mauteinnahmen neu. So soll die Hälfte der Mauteinnahmen weiterhin zweckgebunden für die Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur für die Bundesfernstraßen verwendet werden. Die andere Hälfte kann künftig allgemein für Maßnahmen aus dem Bereich Mobilität verwendet werden. Ganz überwiegend soll dieses Geld für Maßnahmen aus dem Bereich Bundesschienenwege verwendet werden.

Anzumerken ist noch, dass im Zuge der Gesetzesänderung auch die Befreiung gasbetriebener Lkw von der Maut ab 1. Januar 2024 aufgehoben wird.

Bewertung der Situation an Entladestellen der Neumöbellogistik

Autor Andreas Eichinger

Hintergrund

Neumöbellogistik im Streckengeschäft birgt verschiedene Herausforderungen, insbesondere die stets schwieriger werdende Situation an Entladestellen. Dabei sind die Einflussmöglichkeiten der Neumöbellogistiker als Vertragspartner der Möbelindustrie begrenzt, denn die Entladestellen betreibt der Möbelhandel, der nicht Vertragspartner der Neumöbellogistiker ist. Seit Jahren machen sich Spediteure gemeinsam mit anderen relevanten Akteuren Gedanken darüber, wie die Situation an den Entladestellen verbessert werden kann. Doch die Initiativen, die bislang gestartet und an die hohe Erwartungen geknüpft wurden, haben bislang nicht den erwünschten Erfolg gehabt. Was nun? Was tun?

Wir wollen hier nicht so sehr auf die Ursachen dafür schauen, warum die bisherigen Initiativen kaum Erfolg hatten. Es geht uns mehr darum, was wir als Möbellogistiker und als Ihr Bundesverband nun gemeinsam tun können. Klar ist, dass Möbellogistiker heute nur noch etwa halb so viele Entladestellen mit einem Lkw bedienen können wie in der Vergangenheit. Und das liegt nicht etwa daran, dass die Volumina je Entladestelle zunähmen. Limitierender Faktor sind vielmehr die Entladepunkte, die Neumöbellogistiker pro Tour schaffen können. Das bedeutet, dass immer mehr Lkw mit immer geringerer Auslastung gefahren werden müssen. Heute ist es vielfach nicht mehr realistisch, volle Lkw auf einer Tour komplett entladen zu können. Das ist nicht nur unternehmerisch eine Katastrophe, sondern belastet auch die Umwelt. Die Ursachen für diese Entwicklung sind vielfältig, sind unserer Ansicht nach aber primär bei den Entladestellen zu suchen. Um diesen Verdacht mit Daten untermauern zu können, haben wir als Bundesverband ein Projekt gestartet. Wir wollen Probleme in der Neumöbellogistik klar benennen. Und zwar gemeinsam. Als Neumöbellogistiker und Bundesverband.

Um die Ursachen dieser Entwicklung systematisch zu erfassen, haben wir mit unseren Mitgliedsunternehmen Bewertungskriterien für Entladestellen vorbereitet. Die Bewertungen der einzelnen Entladestellen werden anonymisiert durch die in der amoe organisierten Spediteure vorgenommen. Die resultierende Black List sowie White List wollen wir öffentlich zugänglich machen. Zum einen, um die Entladestellen in der Branche klar zu benennen, bei denen es nicht gut läuft (Black List), aber eben auch um die Entladestellen hervorzuheben, bei denen es wirklich gut läuft (White List). Wir zeigen klar auf, wo die Probleme liegen und wo Entladestellen sind, die als Referenz dienen können. Die Entladestellen auf der White List zeigen, was möglich ist.



Bewertungskriterien für Entladestellen

Die Kriterien für die Bewertung der Entladestellen durch die in der amoe organisierten Spediteure erläutern wir im Folgenden. Ziel ist es, gemeinsam eine Basis aufzubauen, die eine systematische Bewertung von Entladestellen erlaubt. Eine gesamthaft negative Bewertung führt zu einer Aufführung der Entladestelle in der Black List; eine gesamthaft positive Bewertung führt entsprechend zur Aufführung der Entladestelle in der White List. Je mehr Kategorien für eine Entladestelle negativ durch die Spediteure bewertet werden desto höher fällt der Platz auf der Black List aus. Für die White List gilt entsprechend je

mehr Kategorien positiv bewertet werden desto höher fällt der Platz auf der White List aus. Sobald wir beide Listen erstellt haben, werden wir den Austausch mit den Betreibern der schlechtesten sowie der besten Entladestellen suchen. Wir wollen Gespräche führen und schauen, welche Verbesserungen gemeinsam möglich sind oder welche Erkenntnisse der herausragenden Entladestellen anderen Entladestellen helfen können. Anschließend werden wir Black und White List in der MöbelLogistik und gegebenenfalls auch in einer eigenen Rubrik auf der amoe-Webseite veröffentlichen. Die Bewertungskriterien für die Entladestellen betreffen neun Bereiche, für die die Spediteure mindestens ein, teilweise mehrere Kriterien bewerten.



Möbel **Logistik** 2023 OS amoede

Öffnungszeiten

Hier bewerten die Spediteure, ob eine Anlieferung an der Entladestelle von montags bis freitags zwischen 7 und 17 Uhr möglich ist. Immer mehr Entladestellen verkürzen ihre Öffnungszeiten. Das ist problematisch, da Umläufe nicht mehr flexibel planbar sind, teilweise in einer Region nicht mehr alle Rampen an einem Tag angefahren werden können und somit höhere Kapazitäten durch die Spediteure vorgehalten werden müssen.

Avisierung

Das Thema Avisierung betrifft Fragen wie: Sind an der betreffenden Entladestelle immer freie Anlieferungskapazitäten vorhanden? Können Terminbuchungen (Avisierungen) online vorgenommen werden? Kommt es regelmäßig zu Avisablehnungen? Und ist eine Schnellentladung von Kleinstmengen möglich? Aktuell versuchen sich einzelne Entladestellen mit Online-Avisierungssystemen zu optimieren. Wenn erfolgte Avisierungen aber durch die Entladestellen nicht eingehalten werden können, dann bringt all das wenig, da keine Umläufe nicht verlässlich geplant werden können. Auch Kleinstmengen müssen häufig avisiert werden und lange Wartezeiten an den Entladestellen durch die Spediteure in Kauf genommen werden. All das trägt nicht dazu bei, die vorhandenen Kapazitäten auf Spediteursseite optimal auszulasten.

Anliefersituation

Hier bewerten die Spediteure, ob an der Entladestelle eine Rampenanlage vorhanden ist und wenn nicht, ob der Empfänger bei der Entladung unterstützt. Zudem bewerten wir, ob eine Zufahrt zur Entladestelle mit einem 40-Tonner möglich ist. Diese Fragen sind für eine effiziente Entladung der Fahrzeuge maßgeblich.

Flexibilität bei gebuchtem Zeitfenster

Die Spediteure bewerten, ob der Empfänger bei gebuchtem Zeitfenster innerhalb einer gewissen Karenzzeit dennoch zeitlich flexibel ist oder nicht. Und zwar vor bzw. nach dem eigentlich avisierten Zeitpunkt.

Wartezeiten trotz Avisierung

Hier bewerten die Neumöbellogistiker, ob trotz erfolgter Avisierung längere Wartezeiten (> 15 Minuten) in Kauf genommen werden müssen. Ist dies trotz Avisierung regelmäßig der Fall trägt auch dies nicht zu einem effizienten Gesamtsystem bei. Welchen Vorteil hat dann eine Avisierung?

Lagerkapazität

Zur Bewertung der Lagerkapazität entscheidende Fragen sind z.B. ob genug Corletten für die Entladung vorhanden sind oder ob bei größeren Mengen durch den Empfänger eine Abladehilfe gestellt wird.

Ansprechpartner

Ob bei Problemen kompetente Ansprechpartner erreichbar sind, ist für die Bewertung dieses Kriteriums entscheidend. Auch das ist leider nicht immer der Fall.

Umgang mit Fahrpersonal

Ob an den Entladestellen freundlich mit den Fahrern der Neumöbellogistiker umgegangen wird, ist ebenso zentral. Denn die Spediteure können ihre Fahrer gut bezahlen und gut behandeln – wenn diese aber an den Entladestellen schlecht behandelt werden, nutzt das alles nichts. Faktisch sind die Fahrer häufiger bei Kunden an den Entladestellen als auf dem heimischen Betriebshof.

Nutzung von Sozialräumen

Schließlich bewerten die Spediteure, ob ihre Fahrer die Sozialräume des Empfängers nutzen dürfen. Stehen zum Beispiel sanitäre Anlagen für entladende Fahrer an den Entladestellen zur Verfügung oder nicht? Gibt es einen Warteraum oder Getränke? Oder müssen die Fahrer im Lkw auf die Entladung warten?

Wir beschränken uns bei der Erstellung der Black und White List auf wenige, objektiv erfassbare Kriterien. Unser Ziel ist es, die Situation an den Entladestellen der Neumöbellogistik systematisch zu erfassen und diejenigen Entladestellen zu benennen, an denen es besonders gut (White List) und an denen es besonders schlecht (Black List) läuft.

Nur so können wir faktenbasiert mit den Betreibern der Entladestellen in die Diskussion gehen und Verbesserungen erzielen. Die erste Bewertung der etwa 7.000 Entladestellen in Deutschland durch die Neumöbellogistiker hat bereits begonnen.

NEUMÖBEL-LOGISTIK

Engere Zusammenarbeit der drei Spitzenverbände

Autor Andreas Eichinger

Bereits am 20. April war ich als Vertreter des Bundesverbandes Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V. zur Frühjahrssitzung des Arbeitskreises BVDM im Ostermann Einrichtungs-Centrum in Leverkusen eingeladen. Ausgerichtet wurde die Veranstaltung vom Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) um Christian Haeser. Mit Jan Kurth, Hauptgeschäftsführer des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie (VDM) e.V., und mir waren damit Vertreter aller drei Spitzenverbände der deutschen Möbelwirtschaft anwesend. Nun ist auch das Herbsttreffen des Arbeitskreises terminiert. Wir werden am 29. November in Brüssel tagen. Dort wird es wohl nicht bei der gemeinsamen Bearbeitung von Sachthemen bleiben. Der Arbeitskreis BVDM koordiniert verschiedene Arbeitsgruppen zu Sachthemen. Auch wir können Themen in den Arbeitskreis einbringen und werden davon zukünftig Gebrauch machen. Beim Herbsttreffen in Brüssel besteht auch die Chance, dass wir als deutsche Spitzenverbände gemeinsam politisch tätig werden.



AMOE-ZERTIFIKAT 2024

Überarbeitung der Bedingungen für geprüfte Spediteure

Autor Andreas Eichinger

Aktuell arbeiten wir an einer Neufassung des amoe-Zertifikates. Unterstützt werden wir dabei von einer Arbeitsgruppe mit vier Unternehmerinnen und Unternehmern. Noch können wir nicht absehen, wann die neuen Bedingungen für das Zertifikat vorgestellt werden und in Kraft treten können.

Wir wissen, dass das Zertifikat für viele Unternehmerinnen und Unternehmer wichtig ist. Daher haben wir mit der SVG Zert vereinbart, dass diejenigen Mitgliedsunternehmen, die ein aktuell gültiges Zertifikat besitzen, nun unkompliziert über **amoe.de/zertifikat** ein neues Zertifikat für das Jahr 2024 beantragen können. Bitte beachten Sie, dass das Onlineformular zur Beantragung nur mit den Logindaten für den Mitgliederbereich zu erreichen ist. Die Beantragung muss bis spätestens 15. Dezember 2023 erfolgt sein.

Wir werden umfassend informieren, sobald die neuen Bedingungen für geprüfte amoe-Spediteure erarbeitet sind. Bis dahin werden wir auch den neuen Ablauf der Prüfung mit dem Zertifizierer vereinbaren. Ziel ist, dass die Kampagne für das amoe-Zertifikat 2025 bereits nach den überarbeiteten Bedingungen erfolgt.

Illusion der Optimierung einzelner Entladestellen

WELCHE FOLGEN HAT DER VERMEHRTE EINSATZ VON ONLINE-BUCHUNGSPORTALEN IN DER NEUMÖBELLOGISTIK?

Neumöbellogistiker transportieren für die Möbelindustrie Neumöbel zu den Entladestellen des
Möbelhandels. Dabei bündeln Neumöbellogistiker
verschiedene Sendungen zu unterschiedlichen
Entladestellen auf einer Tour. Dies tun sie, um
die Bedienung des Möbelhandels effizient, umweltfreundlicher und kostengünstig anbieten zu
können. Zunehmend setzt der Möbelhandel auf
Online-Buchungsportale, die die Warenannahme
an seinen Entladestellen steuern soll. In der Praxis
müssen Neumöbellogistiker auf diesen Portalen
starre Zeitnischen reservieren, zu denen sie Möbel
an den Entladestellen anliefern.

Neumöbellogistik ist ein Sammelladungsgeschäft. Das bedeutet, dass der Neumöbellogistiker verschiedene Sendungen für verschiedene Entladestellen auf einem Fahrzeug bündelt. Auf diese Weise werden die vorhandenen Kapazitäten effizient genutzt. Muss nun ein Neumöbellogistiker feste Zeitnischen an Entladestellen buchen, führt dies zwangsläufig zu ineffizienter Tourenplanung. Denn die buchbaren Zeitnischen an den Entladestellen einer Tour passen in den wenigsten Fällen zusammen. Im Extremfall gibt der Möbelhandel neuerdings Zeitnischen für einzelne Sendungen vor. Dies bedeutet, dass der Neumöbellogistiker Sendungen für eine Entladestelle nicht mehr ohne Weiteres bündeln kann.

In Kombination mit einer häufig nicht vorhersagbaren Verkehrssituation zwischen den Entladestellen führt eine starre Zeitnischenvergabe häufig zu unnötigen Verzögerungen. Daraus resultieren hohe Wartezeiten infolge zu berücksichtigender Pufferzeiten und damit weitere

Ineffizienzen. "Eine Entladestellenoptimierung über starre Online-Buchungsportale ist eine Illusion," sagt Andreas Eichinger, Vorstand des Bundesverbandes Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V., denn "ein System aus starren Anlieferzeitnischen einzelner Entladestellen kann nicht funktionieren. Es vernachlässigt Wechselwirkungen mit anderen Entladestellen auf verketteten Touren und auch die Verkehrssituation zwischen den Entladestellen."

Online-Buchungsportale einzelner Entladestellen schränken die Tourenoptimierung der Neumöbellogistiker massiv ein. Sie führen zu einer weiteren Verknappung der bereits knappen Kapazitäten, zu längeren Touren mit leereren Fahrzeugen und damit zu höheren Kosten. Für die Kunden des Möbelhandels sind längere Lieferzeiten die Folge. Denn eine Avisierung einer Sendung ist häufig nicht mehr kurzfristig möglich. Darüber hinaus führt all dies zu erheblichen, aber vermeidbareren Umweltbelastungen.

Sinnvoller wäre es, gemeinsam an der Optimierung des Gesamtsystems zu arbeiten. "Denn der Versuch einzelner Entladestellen, sich auf Kosten anderer Entladestellen und auf Kosten des Gesamtsystems zu optimieren," sagt Eichinger, "ist in einem höchst dynamischen System zum Scheitern verurteilt. Starre Vorgaben von Zeitnischen einzelner Entladestellen können in einem vernetzten dynamischen System nicht die Lösung sein. Einseitige Online-Buchungsportale sind nicht umsetzbar. Wir appellieren an den Möbelhandel, die derzeitige Praxis zu überdenken und mit uns gemeinsam an einer Optimierung des Gesamtsystems zu arbeiten!"

humbee solutions neuer Digitalpartner der AMÖ

Autor Daniel Waldschik



Burghardt Garske, Geschäftsführer der humbee solutions GmbH

Die AMÖ digitalisiert ihre Abläufe seit Juli 2022 erfolgreich mit der digitalen Plattform humbee. Ziel war es, sich kundenzentrierter aufstellen und Funktionen eines Customer Relationship Management Systems (CRM) mit der neuen Software abzudecken. "humbee", als Lösung für vorgangsbasiertes Arbeiten und effiziente Prozesse, hat die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Hattersheim überzeugt. Inzwischen ist die humbee solutions aus Meerbusch offizieller Digitalpartner der AMÖ geworden.

Entspanntes Vorgehen bei der Digitalisierung Die AMÖ wollte eine Software, mit der Prozesse und Workflows schrittweise digitalisiert werden konnten, und die einfach den sich ändernden Bedingungen angepasst werden kann. "Die Software sollte uns auf keinen Fall in ein starres Korsett pressen. Uns gefiel der vorgangsbasierte Ansatz von humbee, der auch ein Dokumenten- und Aufgabenmanagementsystem beinhaltet" erklärt AMÖ-Vorstand Andreas Eichinger. "Die Einführung von humbee war ein Meilenstein in der Digitalisierung und Automatisierung der Prozesse bei der AMÖ."

Die digitale Plattform humbee bietet eine völlig neue und andere Art zu arbeiten. "Die meisten Menschen können sich anfangs nicht vorstellen, dass sie in einer einzigen Anwendung vorgangsbasiert und sehr entspannt ihre Arbeit erledigen können. Sie sind es gewohnt, Informationen zu einem Thema suchen und erfragen zu müssen", erklärt Burghardt Garske, Geschäftsführer der humbee solutions GmbH. "Die Vorgangsbearbeitung in humbee hält nun sämtliche Informationen,

die interne Kommunikation, Dokumente, Aufgaben und den E-Mail-Verkehr zu einem Thema zentral für jeden Anwender bereit."

Mit humbee Zeit und Ressourcen sparen Statt in vielen Einzellösungen mühsam Informationen zusammenzusuchen, finden die Anwenderinnen und Anwender alles zu einem Thema an einem zentralen Ort – mit einem enormen Effekt auf ihre Produktivität. "Mit humbee geben wir unseren Kundinnen und Kunden ein Werkzeug an die Hand, das nicht nur individuelle Firmenprozesse leichtfüßig digitalisiert", so Garske. "Die Optimierung von Prozessen ist zudem risikolos, zeitsparend und mit sehr überschaubarem Kostenaufwand möglich. Ein absolutes Novum in der Software-Szene."

Sie möchten Ihr Digitalisierungspotenzial mit den humbee-Experten besprechen? Für Fragen steht Ihnen Geschäftsführer Burghardt Garske unter burghardt.garske@humbee.de zur Verfügung. In kürzester Zeit erhalten Sie eine konkrete und verbindliche Aussage, wie die Digitalisierung Ihres Unternehmens mit humbee ablaufen kann.



humbee in der amoe-Vorteilswelt.

AMÖ-Mitglieder finden humbee ab sofort auch in der amoe-Vorteilswelt, und profitieren so dauerhaft von Sonderkonditionen bei den Lizenzgebühren.



humbee wird auch von AMÖ-Mitgliedern bereits genutzt.

Etwa von HENK International in Düsseldorf. Geschäftsführer Maurice Henk war es auch, der humbee und die AMÖ zusammengebracht hatte.



Eine eindeutige Haftungslösung für Sachschäden, die am Umzugsgut während eines Transports entstanden sind, ist in der Praxis bisher noch nicht eindeutig

Vermittlung von Versicherungen durch Spediteure

Autor Andreas Eichinger

Sachverhalt

Umzugslogistiker haften gemäß § 451e HGB bis zu einem Wert von 620 Euro pro Kubikmeter für das Umzugsgut. Da die Betriebshaftpflichtversicherung Sachschäden, die am Umzugsgut während des Transports entstanden sind, kategorisch ausschließt, ist der Abschluss einer Haftpflichtversicherung zunächst die erste Wahl. Diese üblicherweise als Verkehrshaftpflichtversicherung bezeichnete Versicherung ist bei Fahrzeugen mit einem zulässigen Gesamtgewicht ab 3,5 Tonnen Pflicht.

Kommt es zu einem Schaden, reicht die gesetzlich geregelte Haftung gemäß § 451e HGB zum Erhalt des vollen Schadensersatzes für Kundinnen und Kunden jedoch nicht aus. Daher sind Möbelspediteure verpflichtet, Auftraggeber über die eingeschränkte gesetzliche Haftung zu informieren und sie über eine ergänzende Transportversicherung aufzuklären. In der Praxis erhält ein Auftraggeber im Schadenfall nur bei Vorliegen einer zusätzlichen Umzugstransportversicherung den Schaden in vollem Umfang erstattet. Üblicherweise aber nur zum Zeitwert, es sei denn, es wurde explizit eine Versicherung zum Neuwert abgeschlossen.

Neue Einschätzung von BaFin und DIHK zur Vermittlertätigkeit

Nun haben jüngst die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) ihre rechtliche Beurteilung von Spediteuren, die für ihre Kunden Versicherungsschutz besorgen, geändert. Die Änderung der Einschätzung war eine Reaktion auf das Urteil des Europäischen Gerichtshofes vom 29. September 2022 (C-633/20). Die neue Einschätzung von BaFin und DIHK besagt, dass Spediteure, die Kunden über eine sogenannte Spediteur-Generalpolice in Gestalt einer Gruppenversicherung versichern, als Versicherungsvermittler im Sinne der Gewerbeordnung anzusehen sind. Und dies unabhängig davon, ob sie Versicherungsleistungen für Privatpersonen oder gewerbliche Kunden vermitteln.

Maßgeblich für diese Einschätzung ist die Erfüllung dreier Kriterien:

- Der Spediteur erhält eine Vergütung für die Vermittlung der Versicherung bzw. verfolgt ein wirtschaftliches Interesse.
- 2. Die Mitgliedschaft im Gruppenversicherungsvertrag muss freiwillig sein. Die Mitgliedschaft bezieht sich auf den Kunden; der Spediteur ist Versicherungsnehmer.
- Der Versicherte hat einen Direktanspruch gegenüber dem Versicherungsunternehmen.

Sind diese drei Kriterien erfüllt, dann ist nach BaFin die Vermittlereigenschaft gegeben.

Was bedeutet diese Einschätzung in der Praxis?

Die Einschätzung von BaFin und DIHK kann weitreichende Konsequenzen haben. Zum einen müssen Versicherungsvermittler grundsätzlich im Besitz einer Erlaubnis nach § 34d Gewerbeordnung sein und sie müssen nach § 11a Gewerbeordnung unverzüglich nach Tätigkeitsaufnahme in das Versicherungsvermittlerregister eingetragen sein. Zudem enthält die Versicherungsvermittlerverordnung (VersVermV) weitere Einzelheiten zur erforderlichen Sachkunde und Berufshaftpflicht.

Was könnte die Einschätzung als Vermittler verhindern?

Naheliegend erscheint zunächst auf eine Vergütung für die Vermittlung der Versicherungsleistung zu verzichten (Nichterfüllung Kriterium 1). Eine Aufwandsentschädigung für den vermittelnden Spediteur wäre grundsätzlich möglich, aber eben keine Vergütung. Auch eine pauschale Aufwandsentschädigung scheidet aus. Die Aufwandsentschädigung müsste individuell auf den jeweiligen Auftrag ermittelt werden. In keinem Fall darf sie die Kosten der Vermittlung übersteigen. In der Praxis dürfte es einen erheblichen Aufwand bedeuten, diese individuellen Aufwandsentschädigungen zu berechnen. Diese Möglichkeit scheidet aus unserer Sicht daher aus.

Auch eine Nichterfüllung des Kriteriums 2 scheidet aus, denn es handelt sich ja gerade nicht um nicht Pflichtversicherung.

Und auch die Nichterfüllung des Kriteriums 3 scheidet aus. Denn Sinn und Zweck einer Gruppenversicherung ist es, dass die versicherte Person geschützt ist, und zwar selbst wenn der Spediteur insolvent ist. Es braucht also eigentlich einen Direktanspruch des Versicherten gegenüber dem Versicherungsunternehmen. Zwar ließe sich der Direktanspruch des Kunden ggü. dem Versicherungsunternehmen grundsätzlich ausschließen. Der Gesamtverband der Versicherer (GDV) kann diesen Weg aber nicht empfehlen, da in der Praxis die Bedingungswerke der einzelnen Versicherer sehr unterschiedlich sind. Was für einen Versicherer gelten könnte, gilt für einen anderen unter Umständen nicht.

Unserer Ansicht nach ist es nicht empfehlenswert auf die Nichterfüllung eines Kriteriums zu bauen und so die Einstufung als Versicherungsvermittler zu umgehen.

Was ist also zu tun?

Gemeinsam mit unserem Partner KRAVAG arbeiten wir intensiv an einem Angebot, das einen gangbaren Weg für Spediteure darstellt. Bis zum Jahreswechsel erwarten wir eine Klärung und werden entsprechend informieren.



KURZINFO



Die DMS mit Sitz in Berlin wurde am 22. Mai 1968 gegründet. 14 mittelständische Umzugsunternehmen legten damals den Grundstein für die heute weltweit ausgerichtete Deutsche Möbelspedition.

Mitarbeiter: 15Mitglieder: 58Geschäftsführer:

Frank Landerbarthold (55), seit Juli 2014, Speditionskaufmann

Aufsichtsrat:
Martin Brasse (Vorsitzender; H.E.
Herbst GmbH & Co., Detmold),
Oliver Gerheim (stellv. Vorsitzender;
Friedrich Friedrich Darmstädter
Speditions- und Möbeltransportgesellschaft mbH, Griesheim),
Peter Kühne (Kühne GmbH, Dortmund),
Klaus Niesen (Peter Niesen GmbH & Co.
Intern. Möbelspedition KG, Leverkusen),
Jan Ridder (Ridder Möbeltransport
GmbH, Wesel), Maren Urban
(Carl Balke GmbH, Holzminden).



"Was in der AMÖ passiert, finde ich gut!"

Autor und Interview Daniel Waldschik

DMS-Geschäftsführer Frank Landerbarthold (55) blickt auf eine bald zehnjährige Historie in der Berliner Kooperationsgruppe. Der Vater einer Tochter im Teenageralter ist gelernter Speditionskaufmann. Damals, 1987, startete er seine Karriere bei Hasenkamp in Köln. Schon damals, sagt Landerbarthold, sei das Unternehmen sehr breit aufgestellt gewesen. In 15 Jahren Betriebszugehörigkeit steigt er zum Geschäftsbereichsleiter Umzug für den Standort Köln und seine Niederlassungen auf. Auch für die in Moskau. Landerbarthold zieht weiter. Nicht weit. Aus Köln zieht es ihn nach Berlin zu Hertling. "Dort verantwortete ich rund zehn Jahre den Bereich Internationales und Kunsttransporte." Im Juli 2014 treibt es ihn schließlich zur Deutschen Möbelspedition - kurz: DMS.

"Ich bin ein klassisches Umzugskind", sagt der gebürtige Offenbacher von sich selbst. "Ich habe das von der Pike auf gelernt, und auch nicht viel anderes gemacht. Aber es hat mir nicht geschadet, denn am Ende des Tages ist mir das bei all meinen beruflichen Stationen zugutegekommen."

Im Interview sprechen wir über Meilensteine, Herausforderungen, den Sinn von Zusammenschlüssen und warum die Zugehörigkeit zu einer Kooperationsgruppe massiven Druck bedeuten kann.

MöbelLogistik: Herr Landerbarthold, was macht Ihren Job als Geschäftsführer der DMS so spannend, und was macht ihn schwierig?

Frank Landerbarthold: In unserer Grundstruktur sind wir in erster Linie Dienstleister für unsere 58 Gesellschafterbetriebe. Zudem sind wir Profitcenter wie vermutlich die eine oder andere Kooperation auch. Wir generieren Aufträge, die wir an die Gruppe weitergeben. Wir unterstützen bei Themen, die einer allein nicht schafft. Wir wollen Innovationen auf den Weg bringen und neue Dinge gestalten. Gleichzeitig müssen wir Geld verdienen, um uns finanzieren zu können. Das ist insgesamt eine spannende Herausforderung. Wobei eine Kooperation mit einer Zentrale immer nur der Kopf des Ganzen ist. Das Miteinander, also das, was innerhalb der Betriebe bzw. zwischen ihnen stattfindet, ist um ein Vielfaches mehr wert. Wir haben es mit Menschen zu tun. Da spielen Sympathien eine wichtige Rolle. Dass dieses Miteinander funktioniert, ist auch ein wesentlicher Teil unserer Arbeit.

MöbelLogistik: Netzwerken und kooperieren zeichnet unsere Branche wie keine andere aus. Seit 1881, seit es die amoe gibt. Das leben wir – als Gemeinschaft – seit mehr als 140 Jahren. Beobachten Sie eigentlich, was sich im Bundesverband alles tut?

Landerbarthold: Ja, deshalb wollen wir auch immer an den Veranstaltungen der amoe teilnehmen – entweder ich persönlich oder jemand aus unserem Aufsichtsrat. Das gelingt nicht immer. Aber wir versuchen es. Wir freuen uns, dass wir als Kooperationsgruppe mit am Tisch sitzen dürfen. So zusagen als freiwilliges Angebot der amoe an uns. Das nehmen wir gerne an.

Was aktuell bzw. seit nun fast zwei Jahren in der amoe passiert, finde ich gut. Und man muss ehrlicherweise sagen: Seitdem Herr Eichinger da ist, hat die amoe einen ganz großen Wandel vollzogen. Die Kommunikation ist eine viel aktivere als früher, und sie findet aus meiner Sicht auch auf einer anderen Ebene statt.

Die jetzt von den Delegierten positiv votierten Umstrukturierungsmaßnahmen sind dringend erforderlich, und ich drücke Ihnen beide Daumen, dass Sie das, was Sie umsetzen möchten, auch umsetzen können. Die amoe musste flexibler und schneller agieren können. Dafür brauchte es die entsprechenden Strukturen. Und die wurden jetzt geschaffen.

MöbelLogistik: Vielen Dank für das positive Feedback. Kommen wir zurück zur DMS: Haben Sie besondere Aufnahmekriterien für eine Mitgliedschaft?

Landerbarthold: Mit Ausnahme der AMÖ-Zugehörigkeit gibt es keinen festen Aufnahmekatalog. Aber natürlich ist die Qualitätsfrage ein wichtiger Aspekt. Am Ende des Tages entscheiden unsere Gesellschafter, ob ein interessiertes Unternehmen aufgenommen wird oder nicht. Klar aber ist, dass wir uns die Betriebe immer ganz genau anschauen. Passt das Miteinander? Woher kommen die Interessenten, also gibt es möglicherweise regionale Konflikte? Denn, das muss man ehrlich sagen, es macht wenig Sinn, wenn eine Region oder Stadt völlig überrepräsentiert ist.

Die Größe eines Unternehmens ist weniger ausschlaggebend. Aber eine gewisse Struktur sollte vorhanden sein. Sollte jemand Mitglied werden wollen nach dem Motto "Ich habe einen Sprinter und vier Mann.", dann wäre das ein bisschen wenig. Solche Betriebe lassen wir aber nicht links liegen. Möglicherweise kommt ein loses Zusammenarbeiten in Betracht. Und dann schauen wir, was sich perspektivisch daraus entwickelt.

MöbelLogistik: Ohne von Ihnen eine Summe hören zu wollen: Woran orientiert sich der Mitgliedsbeitraq?

Landerbarthold: Das ist bei uns kein Geheimnis. Unser jährlicher Mitgliedsbeitrag beträgt 1.022 Euro. Das waren mal 2.000 D-Mark und entspricht dem damaligen Umrechnungskurs. Daran erkennen Sie, wie lange wir den Beitrag nicht angepasst haben. Den eigentlichen Hauptteil unserer Finanzierung machen Provisionen aus, die wir erhalten.

MöbelLogistik: Welche Informationen bieten Sie Ihren Mitgliedern an?

Landerbarthold: Wir verfügen über einen digitalen internen Webbereich in dem stets Informationen rund um unsere Kooperation abrufbar sind. Ferner versenden wir intern Neuigkeiten oder Besonderes durch von uns initiierte Rundmails. Und wir haben unseren Newsletter, den wir alle drei Monate herausgeben, und in dem wir zum Beispiel allgemeine Themen noch einmal ansprechen. Was wir nicht anbieten, sind Informationen etwa zu Rechtsgrundlagen oder ähnliches. Dafür ist der Betrieb selbst verantwortlich oder hat seine kompetenten Quellen wie die amoe oder den Landesverband.

MöbelLogistik: Haben Sie dafür eine eigene Redaktion?

Landerbarthold: Wir haben Personal, das diese Beiträge technisch/digital und redaktionell aufbereitet. Aber wir sind natürlich immer auf die Informationen und Berichte unserer Mitgliedsbetriebe angewiesen. Für uns ist der Newsletter eine Art Werbeplakat. Dort zeigen wir uns gegenseitig, in welchen unterschiedlichen Bereichen wir tätig sind. Diese Inhalte können die Unternehmen auf ihrer eigenen Internetseite einbinden und haben so immer frischen und kostenlosen Content.

MöbelLogistik: Sie bieten außerdem ein Template für den einheitlichen Webauftritt der DMS-Mitglieder an. Das alles muss gepflegt und aktuell gehalten werden. Wird das in der Zentrale oder extern erledigt?

Landerbarthold: Sowohl als auch. Wir haben jemanden hier, der das inhouse macht, und der auch das Intranet pflegt. Weil das aber ziemlich umfangreich ist, haben wir zusätzlich jemanden extern mit im Boot, um immer mit ordentlichen Inhalten auf technisch intakten Kanälen kommunizieren zu können. Und es ist nun einmal so: Inhalt ist für das Google-Ranking nach wie vor ein wesentlicher Faktor.

Möbel **Logistik** 2023 OS amoede *MöbelLogistik:* Auch außerhalb des Internets legen Sie sehr viel Wert auf Einheitlichkeit.

Landerbarthold: Aus meiner Sicht haben wir von allen Kooperationsgruppen sicherlich die auffälligste Corporate Identity (CI). Das spiegelt sich nicht nur auf den Webseiten wider, sondern auch zum Beispiel auf den Fahrzeugbeschriftung. Die Vorschriften zur Verwendung unserer CI sind recht streng. Das sorgt immer wieder für Diskussionen, weil die Unternehmen ein Stück Individualität abgeben. Allerdings sind wir dadurch als Marke sehr gut erkennbar und bleiben im Gedächtnis. Der Grat ist schmal, ja. Aber ich glaube, wir haben eine ganz gute Mischung geschaffen, die am Ende des Tages allen Unternehmen zugutekommt.

MöbelLogistik: Zugute kommt den Unternehmen auch das Netzwerken. Die DMS arbeitet seit einiger Zeit etwas enger mit der UTS zusammen. Wir haben bereits Herrn Schurbaum (UTS) gefragt. Jetzt fragen wir Sie: War Ihre Kooperation eine Reaktion auf andere Kooperationen innerhalb der Branche? Oder gab es schon länger Kontakt zwischen den Zentralen in Berlin und Frankfurt?

Landerbarthold: Sie meinen die Kooperation zwischen Euromovers und der confern?

MöbelLogistik: Ja genau ...

Landerbarthold: Nein, dass wir mit der UTS kooperieren, hat damit nichts zu tun. Unser sehr gutes Miteinander besteht schon seit vielen Jahren. Wir haben uns in der Vergangenheit über gemeinsame Themen angenähert und irgendwann festgestellt, dass die Zusammenarbeit sehr gut funktioniert und harmoniert. Das ist auch etwas, das uns die Betriebe immer wieder berichten, nämlich wie kollegial und unkompliziert sie Kooperationsgruppen-übergreifend miteinander arbeiten. Sprich: Verflechtungen zwischen der DMS und der UTS, gab es schon früher. Dass macht es dann auch einfacher, Teilnehmerinnen und Teilnehmer für unsere Veranstaltungen zu mobilisieren. Die Personen kommen nicht zwangsläufig wegen unseres Programms, sondern weil sie sich gerne sehen, treffen und austauschen wollen. Dass wir als DMS und UTS die Kooperation formal beschlossen haben, war also mehr die Konsequenz aus einem langjährigen Prozess. Wir tauschen uns gut aus, ergänzen uns, und wir sind überzeugt, dass das mit uns in Zukunft gut funktionieren wird.

MöbelLogistik: Wir hatten es unter dem Stichwort "Auftragsgenerierung" vorhin kurz angerissen: Welche besonderen Mehrwerte bieten Sie den DMS-Betrieben?

Landerbarthold: Das Thema Digitalisierung treibt alle um. Da geht es nicht nur um die Frage, was sich alles digitalisieren lässt, sondern auch, wie teuer die Geschichte wird. Hier versuchen wir die Kosten für alle über gemeinsame Projekte so

niedrig wie möglich zu halten. Bei der Zahl unserer Gesellschafterbetriebe ist es in aller Regel preiswerter, eine eigene Lösung zu bauen, als jeden Monat die Gebühren bei Fremdanbietern bezahlen zu müssen. Zusätzlich unterstützen wir die Unternehmen in Sachen Vertrieb, etwa über unsere Buchungsplattform, die wir gemeinsam mit der UTS entwickelt haben und weiter ausbauen. Kundinnen und Kunden können jetzt beispielsweise europaweite Umzüge buchen, und sie kriegen dort sofort verlässliche Preise angezeigt. Wir haben zudem unsere eigene Videobesichtigung programmiert, die die Gesellschafter nutzen können. Vor allem bei Auslandsumzügen ist das ein wertvolles und viel genutztes Tool. Statt Personal nach London zu schicken, mache ich die Besichtigung bequem von Detmold, Holzminden oder Leverkusen aus. Für kleinere Betriebe, die sich vielleicht keinen Softwareentwickler leisten wollen, ist unser Webseiten-Template ein echter Mehrwert. Sie müssen sich nicht um SEO oder Software-Updates kümmern, denn das wird alles kostenfrei von uns übernommen.

MöbelLogistik: Klingt im Grunde nach dem Leitbild der DMS ...

Landerbarthold: Wir sind Dienstleister und wollen unseren Kundinnen und Kunden einen guten Service bieten. Wir wollen die Erwartungen, die der Kunde oder die Kundin hat, erfüllen. Gerade mit dem Hinblick darauf, dass sie für die Dienstleistungen, die sie einkaufen, viel Geld bezahlen. Diese Erwartungen wollen wir nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. Das ist ein Anspruch, den wir sehr ernst nehmen. Wir geben ein Qualitätsversprechen ab und wollen die bestmögliche Leistungen abliefern. Wir wollen zeigen: Bei uns geht es nicht ausschließlich um Gewinnmaximierung, sondern wir wollen für das Produkt oder die Dienstleistung, die wir anbieten, geradestehen können, und mit stolzer Brust sagen, dass wir das sind. "Lieber Kunde, diesen Service bekommst du nur bei uns. Dafür stehen die drei Buchstaben."

MöbelLogistik: Dieser Anspruch muss dann in allen DMS-Betrieben gelten!

Landerbarthold: Richtig. Wenn eines unserer Unternehmen schludert, wird nicht gesagt "Das war der DMS Betrieb A, B, C oder wer auch sonst. Die DMS insgesamt wird damit verbunden, was schließlich negativ auf alle abfärbt. Alle DMS-Betriebe haben also einen gewissen Druck, sich konform zu verhalten und zu handeln, also qualitativ hochwertige Leistungen erbringen zu müssen. Am Ende haften sonst andere für einen selbst.

MöbelLogistik: Kooperationen stiften Identität. Welche ist Ihre und warum sind die Unternehmen bei ihnen, und nicht in anderen Kooperationsgruppen?

Landerbarthold: Schwierige Frage. Ich könnte mir vorstellen, weil wir möglicherweise zu den

größeren Kooperationen gehören, wenn nicht sogar die größte sind. Also dass unser Netzwerk ein Grund dafür ist. Zwar decken wir die Landkarte bundesweit nicht ganz ab, aber die weißen Flecken sind überschaubar. Dann kommt sicherlich hinzu, dass wir eine tolle CI mit Wiedererkennungswert haben, und wir viele Mehrwerte bieten. Wir unterstützen beispielsweise auch bei Themen wie Geschäftsaufgaben oder Geschäftsverkäufen. Wenn ein Unternehmen nicht fortgeführt werden kann, also vielleicht aus Altersgründen abgeschlossen wird, dann schauen wir in unserer Gemeinschaft, ob das Unternehmen von einem anderen Gesellschafter in den laufenden Betrieb integriert und damit weitergeführt kann. Das kommt nicht oft vor. Wenn der regionale Bezug vorhanden ist, aber schon.

MöbelLogistik: Auf welche Meilensteine sind sie besonders stolz?

Landerbarthold: Ich kann da jetzt nur über meinen Werdegang in der DMS sprechen. Und da denke ich, dass wir in den letzten Jahren eine sehr positive Entwicklung genommen haben. Als ich damals kam, war die Situation ein wenig kritisch. Es war notwendig sich zu konsolidieren und wirtschaftlich wieder in gesundes Fahrwasser zu kommen. Das ist uns sehr gut gelungen und wir stehen besser da denn je. Wir versuchen, uns in kleinen Schritten stetig weiterzuentwickeln, neue Dinge zu machen, neue Produkte einzubringen, bei denen unsere Gesellschafter direkt profitieren, und mit denen wir ihnen Arbeit abnehmen können. Das treibt mich jeden Tag aufs Neue an. Zu überlegen: "Welche Idee bringt unsere Betriebe noch weiter?" Da ist dann auch viel Basisarbeit notwendig. Sie müssen mit den Unternehmen im Austausch sein, um zu wissen, welche Bedürfnisse sie haben, und auf die Sie dann reagieren müssen. Dabei beobachten Sie regelmäßig, dass sich die Betriebe mehr und mehr spezialisieren, vielleicht auch deshalb, weil der Umzugsmarkt ein sehr schwieriges Pflaster ist.

MöbelLogistik: Wie war damals Ihre persönliche Motivation, als Sie in der DMS angefangen haben? Wie frei konnten Sie da agieren? Gab es Blockaden?

Landerbarthold: Die Unternehmen, in denen ich vorher tätig war, waren nicht Mitglieder einer klassischen Kooperation. Deshalb war das für mich eine spannende Geschichte, und für mich stellte sich am Anfang die Frage, wie politisch ist das Ganze eigentlich. Da denkt man dann auch darüber nach, welche Befindlichkeiten es gibt. Der Start war sicherlich nicht einfach, gerade weil es noch ein paar Themen aus der Vergangenheit aufzuräumen gab. Zeitgleich mit mir wurde Alexander Benz als neuer Aufsichtsratsvorsitzender tätig, zu dem ich von Beginn an ein gutes Verhältnis hatte, und der mich unterstützte.

Sicherlich kam mir zugute, dass ich ein Umzugsmann bin, der sich schon damals in dem Bereich gut auskannte. Von der Sachbearbeitung über die Mitarbeit an vorderster Front, Klaviere tragen, Objektumzüge, Europa- und Überseeumzüge das alles habe ich mehrfach praktiziert, ich wusste, wovon ich spreche, ich brachte Fachwissen mit. Dadurch haben die Gesellschafter schnell mitbekommen, dass es mit mir jemanden gibt, der Ahnung von der Materie hat. Jemanden, der das Handwerk eben von der Pike auf gelernt hat und nicht nur theoretisch darüber spricht. Selbst heute mache ich teilweise noch Besichtigungen selbst, einfach weil ich wissen will, wie die Praxis heutzutage aussieht und welche Erwartungshaltung den Kunden umtreibt. Und ich glaube, dass das wichtig ist. Auch als Signal an die Mitgliedschaft. Weil wir nicht im Elfenbeinturm sitzen und überlegen, was gebraucht wird.

MöbelLogistik: In den Achtzigern war es "Rambo", heute sind es die "Expendables", die "Justice League" oder die "Marvel"-Clique, die Probleme aus dem Weg räumen. Ist auch in unserer Branche die Zeit der Einzelkämpfer vorbei und sind Kooperationen die Modelle der Zukunft?

Landerbarthold: Ich denke, dass das sehr stark vom eigenen Geschäftsmodell abhängig ist. Unternehmen, die breit aufgestellt sind und viele Logistikfelder bedienen, müssen vermutlich nicht unbedingt einer Kooperation beitreten. Kleine und mittlere Umzugsunternehmen, die sich rein darauf spezialisiert haben, könnten es mit Blick auf die Herausforderungen am Markt perspektivisch schon schwerer haben. Für solche Betriebe ist eine Kooperationsgruppe sinnvoll. Außerdem bieten Kooperationen immer auch Chancen für Impulse, sich noch einmal völlig neu auszurichten.

MöbelLogistik: Abschließend: "Die Anzahl der Kooperationsgruppen in der Branche ist zu hoch und eine Konsolidierung ist zwingend nötig." Würden Sie diesen Satz so unterschreiben?

Landerbarthold: Zwang sehe sich da nicht, aber man muss sehen, wie die Dinge sich entwickeln. Ein automatisches Schrumpfen ist nicht unwahrscheinlich.

Bei einigen Kooperationen ergeben sich in den nächsten Jahren Themen zu Nachfolgeregelungen und es stehen Fragezeichen zur grundsätzlichen Entwicklung der einzelnen Kooperationen im Raum.

Ob es nun zu viele Kooperationsgruppen gibt? Das denke ich nicht. Der Bedarf, sich zu vernetzen, ist sicherlich da, ansonsten gebe es keine neuen Gruppen wie die relogg. Das Thema Kooperation wird sicherlich immer weiterleben, und dafür gibt es sehr viele gute Gründe. Zumal es in den Ausrichtungen der verschiedenen Gruppen auch sichtbare Unterschiede und Ansätze gibt.

1öbel Logistik

Unterwegs mit Andreas Eichinger

In dieser Rubrik berichte ich von nun an über meine Arbeit als Vorstand des Bundesverbandes. Ich gebe Einblick in meinen Terminkalender, in ausgewählte Themen, die mich bewegen, und ich erläutere Zusammenhänge.

ESSEN, 26. bis 29. September 2023 moelo 2023, Delegiertenversammlung und Konferenz der Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer der Landesverbände

Vier intensive Tage in Essen. Standaufbau, -ausstattung, "Sternfahrt" mit allem, was wir auf der Messe brauchten, kurz: logistische Meisterleistung für eine klasse moelo 2023. Danke an unser AMÖ-Mitglied Christ aus Heilbronn für Eure Unterstützung. Die diesjährige Messe war besser besucht als die Messe 2019. Trotz der aktuellen Herausforderungen war die Stimmung auf der Messe wirklich gut, ich habe intensive Gespräche geführt, wir haben Pläne geschmiedet. Und am Abend der Messeparty ging an unserem Stand das Licht als letztes aus. Wir haben mit amoe-Mitgliederbereich, amoe-Tankkarte, der erweiterten amoe-Vorteilswelt und umzug.org Ergebnisse unserer Arbeit vorgestellt. Danke auch an unsere Landesverbände und unsere Partner von mymovingpartner, JITpay™ und WGL. Und natürlich auch an Guiseppe. You rock.

Auf der Delegiertenversammlung am 28. September haben die Delegierten erstmals Aufsichtsrat und hauptamtlichen Vorstand nach der neu gefassten Satzung gewählt. Nicht ohne Präsidium und Geschäftsführung zuvor zu entlasten. Ich habe berichtet, was wir im Jahr 2023 bislang geleistet haben, welche politischen Initiativen wir begonnen haben. Ausgeführt habe ich auch, welche Schwerpunkte wir im kommenden Jahr 2024 setzen wollen.

Am Freitag ging es dann mit den Geschäftsführerinnen und Geschäftsführern der Landesverbände um das, was uns gemeinsam ausmacht. Und es ging darum, wo wir gemeinsam hinwollen.

ELTVILLE und VIRTUELL, 18. September sowie 9. Oktober 2023 Workshop Kommunikationsstrategie

Zwei konzentrierte Tage an denen wir mit einer Agentur begannen, eine neue Kommunikationsstrategie für den Bundesverband zu entwickeln. Dies auch als Vorbereitung für die erste Sitzung des neuen Ausschusses Image Mitte November. Erste Elemente haben wir bereits umgesetzt. Bald mehr



HATTERSHEIM, 5. Oktober 2023 Arbeitsgruppe Fachkräfte

Die Arbeitsgruppe Fachkräfte arbeitet an einem eigenen Bereich im neuen amoe-Mitgliederbereich (www.amoe.de/mitgliederbereich) zum Thema Fachkräfte. Dort wollen wir Relevantes für unsere Unternehmerinnen und Unternehmer zu den Themen Mitarbeiterrekrutierung, -bindung, -trennung sowie zum Image des eigenen Unternehmens zusammentragen. Gemeinsam mit vier Vertreterinnen und Vertretern unserer Landesverbände haben wir am 5. Oktober ausgearbeitete Texte korrigiert und finalisiert. Nach einer letzten Überarbeitungsschleife werden wir diese Texte nach und nach in den Mitgliederbereich einbauen.

HAMBURG, 11. und 12. Oktober 2023 Vertreterversammlung der BG Verkehr

Die BG Verkehr ist Trägerin der gesetzlichen Unfallversicherung u.a. für den Gütertransport und damit auch für die AMÖ-Mitgliedsunternehmen. Sie sorgt für die Rehabilitation und Entschädigung



bei Arbeits- und Wegeunfällen sowie Berufskrankheiten und engagiert sich in der Prävention.

Die Vertreterversammlung ist so etwas wie das Parlament der BG Verkehr. Mit der Sozialwahl 2023 wurde ich zum gewählten Mitglied der Vertreterversammlung. Sie wählt u.a. die Mitglieder des Vorstandes, beschließt Satzung, Unfallverhütungsvorschriften und Gefahrtarif und stellt den Haushaltsplan fest. Die Arbeit der BG Verkehr ist für uns als Branche wichtig und wir müssen gemeinsam dafür sorgen, dass wir mit unseren Belangen gehört werden.

Nach der Sozialwahl 2023 war am 12. Oktober 2023 die konstituierende Sitzung der neu gewählten Vertreterversammlung. Wir haben Vorstand und Ausschüsse gewählt, Termine besprochen. Bereits im Dezember geht es mit einem weiteren Treffen der Vertreterversammlung weiter. Als Möbel- und Speziallogistiker profitieren wir vom guten Gefahrtarif, der uns zugeordnet ist. Dies liegt auch an unseren gemeinsamen Anstrengungen in Sachen Prävention. All dies wollen wir weiter erhalten.

HATTERSHEIM, 13. Oktober 2023 Arbeitsgruppe amoe-Zertifikate

Die Arbeitsgruppe amoe-Zertifikate arbeitet an der Weiterentwicklung der Bedingungen für geprüfte AMÖ-Spediteure. Wir wollen uns mit den Bedingungen klarer an den Bedürfnissen der relevanten Zielgruppen orientieren. Wir wollen das Zertifikat sowohl für Unternehmerinnen und Unternehmer als auch Umziehende sinnvoller aufbauen. Und wir wollen es breiter bekannt machen. Am 13. Oktober haben wir mit der Arbeitsgruppe den Grundstein gelegt. Ein weiteres Treffen haben wir für November vereinbart. Bis dahin erarbeiten wir erste Details.

Dieser kleine Ausschnitt zeigt, wie vielfältig die Themen sind, die wir als Geschäftsstelle betreuen und die mich in meiner täglichen Arbeit umtreiben. Er zeigt auch, dass wir mit unserer Arbeit die Zukunft der Branche aktiv gestalten, dass wir das Arbeiten und das Leben für Sie als Unternehmerin oder Unternehmer einfacher machen wollen.

Erfolgreich Führen: Durch Austausch und Vernetzen passgenaue Lösungen finden

Autorin Anke Schiffer-Chollet

In einer Zeit, in der der Zeitdruck und die Anforderungen an Führungskräfte stetig steigen, wächst der Wunsch, nicht mehr als isolierte Einzelkämpfer und Einzelkämpferinnen zu agieren. Bei der jamoe-Tagung im Juni 2023 wurde darüber hinaus deutlich, dass es eine hohe Bereitschaft gibt, sich miteinander auszutauschen und voneinander zu lernen.

Traditionell findet ein solcher Austausch oft in informellen Nebengesprächen statt, z.B. bei Branchentreffen. Doch für Jungunternehmerinnen und -unternehmer oder solche mit weniger aktiven Netzwerken kann es schwierig sein, geeignete Gesprächspartner zu finden. Selbst erfahrene Führungskräfte stoßen manchmal an Grenzen, wenn es darum geht, eigene Unsicherheiten anzusprechen.

Vor diesem Hintergrund erscheint es sinnvoll, neue Austauschformate auszuprobieren. Diese Formate sollten Menschen mit ähnlichen Fragen und Anliegen zusammenbringen und ihnen die Möglichkeit bieten, in kleinen Gruppen andere Perspektiven kennenzulernen. Indem sie von den Erfahrungen anderer profitieren und gemeinsam neue Ideen entwickeln können, erweitern sie ihr Wissen und ihre Fähigkeiten.

Die Vorteile solcher neuen Austauschformate liegen auf der Hand. Sie bieten strukturierte und zielgerichtete Diskussionen, die den Zeitrahmen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer berücksichtigen. Durch den Austausch in einer vertrauensvollen Atmosphäre können Führungskräfte ihre Herausforderungen und Fragen thematisieren und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln. Zudem entsteht eine wertvolle Vernetzung von Gleichgesinnten, die sich gegenseitig unterstützen und inspirieren.

Der Arbeitsalltag mag voller kleiner, mittelgroßer und zeitfressender Aufgaben sein, die am besten gestern erledigt worden wären. Doch gerade in einem eng getakteten Arbeitsalltag ist der Austausch mit anderen Führungskräften von unschätzbarem Wert. Er ermöglicht es, sich Zeit für die eigene Entwicklung und das Reflektieren des eigenen Führungsverhaltens zu nehmen. Gleichzeitig eröffnet er neue Möglichkeiten, die eigenen Ideen voranzubringen und die Herausforderungen des Führungsalltags besser zu bewältigen.



Anke Schiffer-Chollet

Um den Austausch der Juniorinnen und Junioren in der Branche zu fördern, hat die AMÖ mit der jamoe:regional eine neue Netzwerkplattform geschaffen. Anke Schiffer-Chollet hat als Moderatorin für Leadership-Themen die jamoe-Tagung 2023 in Montabaur begleitet und unterstützt. Warum sie neue Austauschformate wie die jamoe:regional wichtig findet, schreibt sie in ihrem Beitrag.



Bei der jamoe-Tagung 2023 wurde eine hohe Bereitschaft deutlich, sich miteinander auszutauschen und voneinander zu lernen

Der Austausch mit anderen Führungskräften stellt eine wertvolle Investition in die eigene Entwicklung und den Unternehmenserfolg dar. Neue Austauschformate zu erkunden und den Mehrwert des gemeinsamen Lernens und Wachsens zu erkennen, lohnt sich in vielerlei Hinsicht. Denn letztendlich liegt es in den Händen der Führungskräfte, ihr eigenes Führungsverständnis kontinuierlich weiterzuentwickeln und dadurch den Erfolg ihrer Unternehmen maßgeblich voranzutreiben.

JAMOE:REGIONAL: TERMINE UND ANMELDUNG

Wie Ihr sicherlich mitbekommen habt, wollen wir uns zwischen zwei *jamoe*-Tagungen, die in der Regel ein Mal im Jahr stattfinden, nun auch regional treffen. Dafür haben wir noch in diesem Jahr vier Termine vorgesehen:

15. Dezember 2023 in Bad Kissingen bei Kohlhepp Logistik GmbH

Regional treffen wollen wir uns zum einen, um uns über aktuelle Themen auszutauschen, und zum anderen, um gemeinsam an Zukunftsfragen zu arbeiten. Wenn Ihr in Montabaur dabei wart, erinnert Ihr Euch: Dort hatte Andreas Eichinger in seinem Impuls drei zentrale Fragen aufgeworfen:

- Was tun wir eigentlich?
- Was tun wir heute für morgen?
- Was verhindert echte Bewegung?

Während der jamoe:regional wollen wir die Antworten auf diese Fragen diskutieren. Wir wollen Gründe für die Antworten finden und entscheiden, woran wir weiterarbeiten. Es gibt viel zu tun, packen wir's gemeinsam an.



Ihr möchtet an einer der genannten jamoe:regional teilnehmen?

Damit wir planen können, füllt dazu bitte unser kurzes Anmeldeformular aus. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.



Noch kein jamoe-Mitglied?

Registriere Dich am besten sofort. Die Mitgliedschaft ist kostenlos.



1965 trat Gerhard Mahlmann sen. nach seiner technischen Ausbildung in das im Jahre 1945 gegründete Transportunternehmen seines Vaters Heinrich ein und baute es zu einer der führenden Neumöbelspeditionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz aus. 1999 übergab er die Leitung des Unternehmens an seinem Sohn Gerhard jun.

Viele Jahrzehnte war das Unternehmen sein Lebensinhalt, das er mit ausgeprägtem Sachverstand und großem persönlichem Engagement führte. Dabei hatte er stets die Belange seiner Mitarbeiter im Blick. Er galt als Chef zum Änfassen, und für jeden, ob Büromitarbeiter, Fahrer oder Lagerarbeiter, stand seine Tür offen, wenn es Probleme gab. Überall auf dem Betriebsgelände war er anzutreffen und hatte ein Gespür dafür, im richtigen Moment zur Stelle zu sein.

Als Unternehmer war Gerhard Mahlmann sen. ein

plizierte Verhandlungen versuchte er immer mit klaren Worten und konsequenten Entscheidungen zu vermeiden. Seine Philosophie: "Nicht lange reden, sondern einfach machen".

Gerhard Mahlmann sen. war es wichtig, seine Erfahrung und sein Wissen mit anderen zu teilen. Er engagierte sich daher ehrenamtlich als Delegierter der Fachvereinigung Möbelspedition Westfalen-Lippe und war Mitglied im Fachausschuss für Neumöbelspedition. In seinem Heimatort war er viele Jahre lang sachkundiger Bürger und Mitglied des Rates der Stadt Steinheim.

In seiner Freizeit liebte er das Skifahren in den Bergen und die Urlaube an der See. Mit seinem Wohnmobil bereisten er und seine Ehefrau Angelika die skandinavischen Länder und Osteuropa. Auch hier konnte man den leidenschaftlichen Spediteur in ihm wiedererkennen. Sein Andenken werden wir stets in Ehren halten.

VERANSTALTUNGEN

15. Dez. '23	JAMOE:REGIONAL	Bad Kissingen
7. März '24	JAMOE:REGIONAL	Holzkirchen
1415. März '24	AMOE:JAHRESTAGUNG 2024	• Münster
1315. Sept. '24	JAMOE:TAGUNG 2024	• TBD

Ihr Kontakt zur amoe

Die Geschäftsstelle der amoe, besteht aktuell aus einem siebenköpfigen Team, das sich täglich für die Bedürfnisse der AMÖ-Mitgliedsunternehmen einsetzt.

Andreas Eichinger

Vorstand +49 6190 98 98 0 eichinger@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. Schulstr. 53 65795 Hattersheim/Main +49 6190 98 98 0 E-Mail: info@amoe.de www.amoe.de

Manuela Higgen

Assistentin des Vorstandes +49 6190 98 98 13 higgen@amoe.de

Regina Koch

Buchhaltung +49 6190 98 98 16 koch@amoe.de

Christine Mann

Marktanalystin +49 6190 98 98 14 mann@amoe.de

Chefredaktion:

Daniel Waldschik (dwa) +49 6190 98 98 17 moebellogistik@amoe.de

Redaktion:

Andreas Eichinger (aei) Dr. Ellen Troska (etr)

Anzeigenverwaltung:

Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V. Daniel Waldschik +49 6190 98 98 17 waldschik@amoe.de Es gilt die jeweils aktuelle Anzeigenpreisliste auf www.amoe.de

Tanya Phillips

Teamassistenz +49 6190 98 98 15 phillips@amoe.de

Dr. Ellen Troska

stellv. Hauptgeschäftsführerin +49 6190 98 98 11 troska@amoe.de

Daniel Waldschik

Pressesprecher +49 6190 98 98 17 waldschik@amoe.de

Druck:

Printzipia Max-von-Laue-Str. 31, 97080 Würzburg Versand: CP-Werbung, Dresden ISSN 0014-6838

Art-Direktion:

Michael Wolf Bureau für Kommunikation + Design Tuchergartenstr. 2b 90571 Schwaig b. Nürnberg mail@grundgang.de www.grundgang.de

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen, daher besteht auch kein Anspruch auf Ausfall-honorare. Mit dem Autorenhonorar gehen die Verwertung-, Nutzungs- und Vervielfältigungsrechte an die amoe über, insbesondere auch für elektronische Medien. 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 amoe.



