

DACHSER magazin

Die Welt der intelligenten Logistik ■

Hochleistung
auf jedem Terrain

Logistiksteuerung
für den Offroad-
Reifenspezialisten Camso



Elementar-Teilchen

Wasserstoff ist das leichteste Gas im Universum, zugleich das kleinste Molekül, das häufigste Element und voller Energie. Kurzum ein Urstoff, der schon immer die Fantasie der Menschheit für ein sorgenfreies Leben befeuerte.



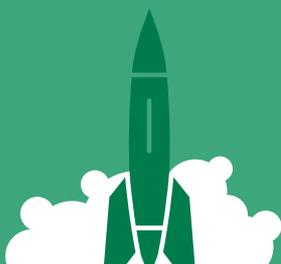
0,0899 kg pro Kubikmeter beträgt die Dichte von Wasserstoff bei einer Umgebungstemperatur von 20 Grad, das ist weniger als unsere Atemluft. Durch seine geringe Dichte verflüchtigt sich das in Kombination mit Sauerstoff brennbare Gas sehr schnell. Daher geht zum Beispiel von Brennstoffzellenfahrzeugen keine besondere Explosionsgefahr aus, sollte Wasserstoff beispielsweise aus einem Drucktank entweichen.



-252,88 Grad Celsius

beträgt der Siedepunkt von Wasserstoff. Bei dieser Temperatur wechselt er bereits vom flüssigen in den gasförmigen Aggregatzustand. Bei reinem Wasser geschieht das erst bei +100 Grad Celsius.

120 Megajoule pro Kilogramm beträgt der nominelle Brennwert von Wasserstoff. Seine Energiedichte schlägt die von Benzin und Erdgas damit um rund das Dreifache. Von allen Brenn- und Treibstoffen verfügt Wasserstoff über die höchste massebezogene Energiedichte.



29.000.000 PS

liefert eine chemische Reaktion zwischen flüssig gekühltem Wasserstoff und Sauerstoff. Eine Rakete ist nicht gerade sparsam: Pro Sekunde werden rund 250 Kilo Treibstoff verbrannt. Die rund 150 Tonnen Treibstoff reichen für rund zehn Minuten Flugzeit bis zur Schwerelosigkeit.

jagen eine moderne Rakete bis in den Orbit. Die Energie für diese unvorstellbare Leistung

1.000 km und mehr soll die Reichweite der Mercedes-Benz GenH2 Truck betragen.

Bei diesen emissionsfreien Brennstoffzellen-Lkw wird flüssiger Wasserstoff als Energieträger eingesetzt. Der Serienstart ist für die zweite Hälfte des Jahrzehnts geplant.



Message from the CEO



Liebe Leserin, lieber Leser,

die Hoffnung auf ein baldiges Ende der Unsicherheiten war trügerisch. Das können wir zur Jahresmitte 2022 festhalten. Die globalen Lieferketten stehen nach wie vor massiv unter Stress. Dazu trägt der Angriffskrieg Russlands in der Ukraine bei, den wir bei Dachser auf das Schärfste verurteilen. Der Krieg verursacht immenses menschliches Leid und ist durch nichts zu rechtfertigen. Darüber hinaus haben die wechselseitigen Sanktionen Auswirkungen auf die Warenversorgung und die Preise, insbesondere für Energie und Kraftstoffe.

Gleichzeitig bleibt auch die COVID-19-Pandemie ein Hemmnis für den weltweiten Handel. Harte Lockdowns in chinesischen Wirtschaftszentren lassen die globalen Lieferketten nicht ins Gleichgewicht kommen. Mit vereinten Kräften arbeiten die Teams von Dachser in aller Welt mit viel Herzblut und Engagement an Lösungen, um unsere Kundenaufträge weiterhin in gewohnter Qualität zu erfüllen. Diese Ausgabe des DACHSER magazin erzählt davon aus ganz unterschiedlichen Perspektiven.

In besonderen Zeiten wie diesen wird die Bedeutung der Logistik anerkannt und neu bewertet. Die Wertschätzung gebührt all den Menschen, die mit ihrem Einsatz die globalen Lieferketten am Laufen halten.

Viel Freude beim Lesen.

Herzlichst Ihr

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'B. Eling'. The signature is fluid and cursive.

Burkhard Eling, CEO Dachser



06

Titelstory

Lead Logistics Provider:
Einer für alles – Logistiksteuerung für Camso aus einer Hand

Forum

12

Unternehmenszahlen 2021: Rekordwachstum in herausfordernden Zeiten

14

Menschen & Märkte:
Begegnungen im Büro

16

Panorama: Innovationen – Große Ideen auf kleinen Zetteln

18

Corporate Citizen+:
Dachser und terre des hommes – Projekte mit Zukunft

Kompetenz

20

DACHSER DIY Logistics:
Genau auf den Punkt – Grillideen für Char-Broil

24

Chancen in der Logistik:
Ausdauer gewinnt – LCL Managerin Carolin Choy

28

Interview:
COO Air & Sea Logistics
Edoardo Podestà im Gespräch

Netzwerk

30

Netzkompetenz:
News aus der Dachser-Welt

32

Dachser Iberia: Mehr Service mit entargo in Spanien und Portugal

Good News

35

Humanitäres Engagement:
Hilfe für die Ukraine



Crossdocking

Links in die digitale Welt von Dachser

Top im Wissenswettbewerb

Justin Richter, Auszubildender im Dachser-Logistikzentrum Hegau-Bodensee, hat beim „Best Azubi“-Wettbewerb unter 1.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern Platz 3 erzielt. Herzlichen Glückwunsch zu dieser top Wissensleistung. https://bit.ly/DAmag_02_22_Best_Azubi



In perfekter Harmonie

Wie bei einem Sinfonieorchester ist bei Dachser Food Logistics alles auf Präzision ausgelegt: perfekt abgestimmte Prozesse, hohe Qualität und ein harmonisches Zusammenspiel aller Beteiligten. Vorhang auf für den musikalischen Kurzfilm. https://bit.ly/DAmag_02_22_Food_Logistics



Citizen Development

Seit einiger Zeit wird Citizen Development als Digitalisierungs-Booster gehandelt. Was steckt dahinter? Antworten gibt der Project Management-Podcast im Gespräch mit Lars Relitz, Head of Corporate Digital Innovation & Development bei Dachser. https://bit.ly/DAmag_02_22_Citizen_development



E-Truck im Stresstest

Rein elektrisch im Speditionsalltag? Vier Wochen lang testete Fahrer Rafi vom Dachser-Logistikzentrum Freiburg den vollelektrischen 16-Tonner von Renault Trucks – mit überraschenden Ergebnissen. Seinen Erfahrungsbericht gibt es als Video. https://bit.ly/DAmag_02_22_Renault_Trucks



Impressum

Herausgeber: DACHSER SE, Thomas-Dachser-Straße 2, 87439 Kempten, Internet: dachser.com **Gesamtverantwortlich:** Dr. Andreas Froschmayer **Redaktionsleitung:** Christian Auchter, Tel.: +49 831 5916 1426, Fax: +49 831 5916 81426, E-Mail: christian.auchter@dachser.com **Redaktion:** Theresia Gläser, Andrea Reiter, Christian Weber **Vertrieb und Adressmanagement:** Andrea Reiter, Tel.: +49 831 5916 1424, E-Mail: andrea.reiter@dachser.com **Gesamtrealisierung:** Schick Kommunikation, Kerschensteinerstr. 25, 82166 Gräfelfing, E-Mail: info@schick-kommunikation.de **Projektleitung:** Marcus Schick **Layout:** Ralph Zimmermann **Bildnachweis:** alle Fotos Dachser außer GettyImages (S. 1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 10, 12, 14, 15), Char-Broil (S. 20, 21), VerkehrsRundschau/Tanja Huber (S. 5), Sunny Leung (S. 24, 25, 27), Leona Goldstein/tdh Deutschland e.V. (S. 35) **Druck:** Holzer Druck und Medien Druckerei und Zeitungsverlag GmbH, Fridolin-Holzer-Str. 22–24, 88171 Weiler im Allgäu **Auflage:** 30.000/62. Jahrgang **Erscheinungsweise:** 4 mal im Jahr **Sprachen:** Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch **Übersetzung:** Klein Wolf Peters GmbH, München. Dieses Produkt besteht aus FSC®-zertifizierten und anderen kontrollierten Materialien.

DACHSER eLetter: Jetzt abonnieren.

Spannende Storys aus der Welt der Logistik. Ganz einfach anmelden unter: dachser.de/eletter

Scannen Sie den QR-Code:



Hochleistung auf jedem Terrain

Camso hat Reifen
für wirklich
große Aufgaben





Camso ist spezialisiert auf Geländereifen, Räder, Gummiketten und Fahrwerksysteme für Nutzfahrzeuge und Powersport. Um seine Kunden in Europa möglichst schnell und effizient zu erreichen, hat das Unternehmen seine Logistiksteuerung an Dachser als Lead Logistics Provider übertragen – eine Lösung mit Zukunft.

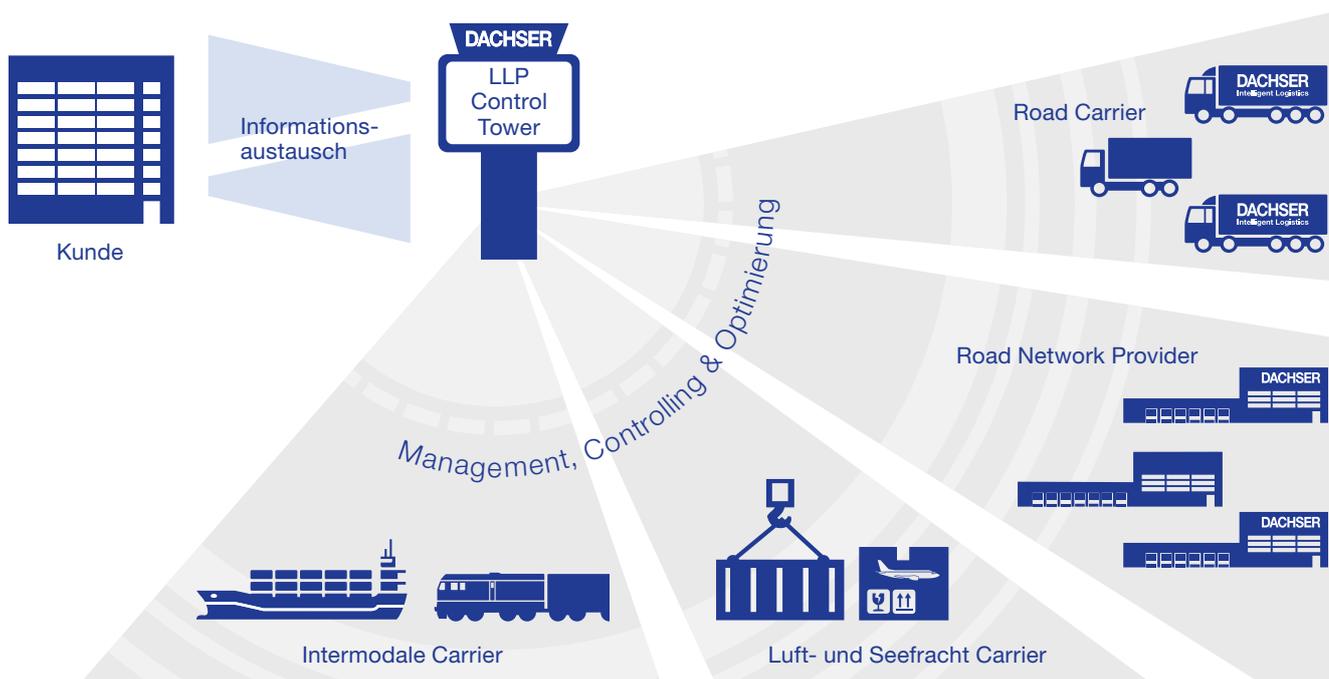
Wenn es so richtig schlüpfig, schlammig, geröllig oder glatt wird, drehen sie erst richtig auf: dicke Pneus, Gummiketten und Hartreifen. Diese sind unverzichtbar für den Einsatz von Hochleistungsmaschinen im Materialumschlag, auf dem Bau, in der Landwirtschaft und Steinbrüchen oder auch im Outdoor-Powersport. Die Botschaft ist unmissverständlich: je anspruchsvoller das Terrain, desto besser.

Genau darauf hat sich Camso, eine Marke der Michelin-Gruppe, spezialisiert. Das Unternehmen ist weltweit führend in der Entwicklung, der Herstellung und dem Vertrieb von Industrie-Reifen, Rädern und Gummiketten. Camso beschäftigt mehr als 8.000 Mitarbeitende in 26 Ländern der Welt, vor allem in Asien, Europa und Nordamerika, und betreibt vier Forschungs- und Entwicklungs-Zentren, 23 Produktionsanlagen sowie ein internationales Vertriebsnetz in mehr als 100 Ländern.

Das ist logistisch so anspruchsvoll wie die Einsatzbereiche der Camso-Produkte. Um weiter auf Wachstumskurs zu bleiben und dabei die Möglichkeiten der Digitalisierung auszuschöpfen, hatte Camso vor einiger Zeit damit begonnen, sein globales und europäisches Logistiknetzwerk auf den Prüfstand zu stellen. „Zehn lokale Distributionszentren in Europa, die jeweils einzeln verwaltet werden, waren nicht mehr zeitgemäß“, erinnert sich Pierrick Bouf, Supply Chain and Logistics Director EMEA bei Camso. „Wir haben daraufhin unser Netzwerk rund um drei Hauptdistributionszentren neu aufgebaut: eines in Großbritannien, eines in Deutschland, um den nördlichen Teil Europas abzudecken, sowie eines in Frankreich, um den südlichen Teil Europas zu bedienen.“

Ein bewährter Partner

Das französische Distributionszentrum Grans, nahe des Mittelmeer-Eingangshafens Fos-sur-Mer nordwestlich von Marseille, wird von Dachser betrieben. „Das passte wegen seines Standorts, seiner Logistikkapazitäten und seines Stückgutnetzes zu unseren Plänen, den französischen Markt innerhalb von 24, beziehungsweise 48 Stunden beliefern zu können“, berichtet Pierrick Bouf. Diese Zusammenarbeit sollte sich bewähren und führte dazu, Dachser in die Diskussion über ein Zusammenführen →



Der Dachser LLP Control Tower

Als Lead Logistics Provider (LLP) definiert das Logistiklexikon einen Dienstleister, der ein globales Netzwerk unterhält und bei Bedarf die jeweils effektivste Lösung des Marktes dazukaufft, die mit den eigenen Möglichkeiten gebündelt wird. Der LLP ist aus dem 4PL Provider (Fourth Party Logistics) hervorgegangen, da dieser in der Regel keine eigenen Transport- und Lagerkapazitäten, sondern lediglich operative Logistikdienstleistungen einkauft.

aller Logistikdienstleistungen in der Verantwortung eines sogenannten Lead Logistics Provider (LLP) einzubeziehen.

Die Aufgabe: Zwölf verschiedene Transportdienstleister orchestrieren, sodass diese maximal effizient und transparent im Durchschnitt 170 Sendungen pro Tag von den drei zentralen Versandlagern auf den Weg zu den Zielkunden in Europa bringen. „Parallel zur neuen Logistikorganisation ging es uns darum, zur Verbesserung der Services unsere Leistungen zu zentralisieren, zu standardisieren und einen kompetenten Ansprechpartner für alle Logistikfragen zu haben“, erläutert Bouf den Camso-Bedarf.

Dazu bedarf es zunächst einer Begriffs- und Konzeptklärung: Als Lead Logistics Provider bezeichnet man Logistikdienstleister, die aus einer neutralen Position für ihre Kunden die Organisation aller, oder zumindest der wesentlichen logistischen Prozesse übernehmen – unabhängig davon, welcher Dienstleister die Tätigkeit operativ ausführt. Dabei ist der LLP tief in die (Logistik-) Prozesse des Kunden integriert. Schließlich geht es bei diesem umfassenden Dienstleistungsansatz nicht allein um die Durchführung von Transporten, Umschlags- oder Lagerleistungen, sondern zugleich auch um die Gestaltung, Umsetzung und Organisation von Supply Chains, eine optimierte Transport- und Lagerplanung, die Lieferantenkoordination sowie die Integration aktueller (Kommunikations-)Technologien. Auch kundenspezifische Dienstleistungen, wie Verzollung, Verpackungsmanagement oder Value added Services, gehören zum LLP-Aufgabenspektrum.

Die „Königsklasse der Logistik“

Für Stefan Hohm, Chief Development Officer (CDO) bei Dachser, steht deswegen LLP für die „Königsklasse der Logistik“: „Das LLP-Konzept verlangt ein umfassendes und tiefgehendes Verständnis der Supply Chain des Kunden und aller damit verbundenen Prozesse. Mit unserer in vielen Jahren gewachsenen Netzwerk- und IT-Kompetenz entwickeln wir das System immer weiter. Das Ziel sind tragfähige Gesamtlösungen, die unsere Kunden für ihr Geschäftsmodell brauchen. Neben den durch Dachser transportierten Sendungen wird auch die Transparenz und Steuerung weiterer Logistikdienstleister in unserem Portfolio integriert.“

Von daher war Dachser als LLP-Logistikdienstleister für Camso eine naheliegende Wahl. „Dachser hatte in der bisherigen Zusammenarbeit bewiesen, dass das Unternehmen in der Lage ist, Transporte genauso zu organisieren und zu verteilen, wie wir uns das vorstellen. Nach der gemeinsamen Erfahrung mit dem von Dachser betriebenen Camso-Distributionszentrum in Frankreich haben wir dann die Ausweitung der LLP-Lösung in Angriff genommen, auf die anderen beiden Distributionszentren in Großbritannien und Deutschland“, berichtet Pierrick Bouf. „Dachser kennt unsere Produkte und Arbeitsweisen sehr gut und versteht beim Versand in ein anderes Land unsere speziellen Anforderungen an das Serviceniveau.“

Die Fäden in dem Camso-LLP-Projekt laufen auf Dachser-Seite bei Martin Poost, Department Head Lead Logistics Provider, zusammen. „Alle Infor-

mationen der Lieferkette fließen in den LLP Control Tower von Dachser ein“, sagt Poost. „Er bildet das Zentrum, in dem alle Daten unternehmens- und standortunabhängig gebündelt und überwacht werden. Wir wandeln dazu die physischen Prozesse in der Lieferkette und die spezifischen Kundenanforderungen in eine entsprechende IT-Logik um und stellen alle relevanten Daten dann auf der Dachser Supply Chain Visibility Plattform jederzeit transparent und nachvollziehbar dar.“

Die Voraussetzung dafür sei, dass sich die Camso- und Dachser-Systeme „verstehen“ und der Datenaustausch ohne Informationsverluste in Echtzeit erfolgen könne. Eine anspruchsvolle Herausforderung, so Poost, die man gemeinsam mit Camso erfolgreich in eine praxisnahe Lösung habe überführen können. Wegbereiter sei eine Arbeitsgruppe mit IT-Teams von Camso, Dachser und Siemens als Technologiepartner gewesen. „Im engen Austausch konnten wir die Schnittstellen und die Datenstruktur so gestalten, dass die Kommunikation zwischen unserem ERP-System und der Dachser Supply Chain Visibility Plattform sicher funktioniert“, erklärt Pierrick Bouf.

Ein integriertes Gesamtkonzept

Camso hatte dazu klare Erwartungen an Dachser als LLP-Logistikdienstleister formuliert. Gefordert waren ein integriertes Konzept für Lagerhaltung, Distribution und Management der verschiedenen Transportdienstleister, welche die Stückgutsendungen, Teil- und Komplettiladungen sowie Pakettieförderungen abwickeln. Dachser wurde dazu mit der Verwaltung und Kontrolle aller Transporte und Dienstleister beauftragt, einschließlich der Übertragung von Sendungsdaten an alle Beteiligten, dem Barcode-Labeldruck und der Verwaltung der Abliefernachweise. Und nicht zuletzt übernimmt der LLP die Rechnungsvalidierung. Oder anders ausgedrückt: das ganze Portfolio eines hoch entwickelten und praxistauglichen Supply Chain Managements.

Für das Dachser LLP-Team rund um Martin Poost und seine Partner bei Camso wurde bei der gemeinsamen Erstellung der detaillierten Lasten- und Pflichtenbeschreibung einmal mehr klar, dass Dachser die Orchestrierung aller erforderlichen Logistik- →

Pneus liefern für Kunden in ganz Europa



Vorwärts im gemeinsamen Vertrauen





Die enge Zusammenarbeit mit Dachser als LLP hat unsere Abläufe erheblich erleichtert und unsere Reaktionsfähigkeit in Zeiten starker Turbulenzen erhöht.

Pierrick Bouf, Supply Chain and Logistics Director EMEA bei Camso

”

dienstleistungen deutlich effizienter und zuverlässiger anbieten konnte, als wenn Camso sich selbst eine entsprechende Struktur schaffen müsste.

Warum das so ist, macht ein Blick in den Control Tower und auf die Funktionalitäten der Dachser Supply Chain Visibility Plattform deutlich. „Hier werden auf einem System alle transportrelevanten Daten unternehmens- und standortunabhängig gebündelt und anschaulich für die praxisnahe Nutzung in unterschiedlichen Medien aufbereitet“, erläutert Martin Poost. „So können wir und der Kunde standortunabhängig jederzeit sehen, wo sich eine Sendung aktuell befindet und gegebenenfalls steuernd eingreifen.“ Über die Dachser-eigene Supply Chain Visibility Plattform haben alle am Transport Beteiligten immer den gleichen Informationsstand und könnten sich dabei direkt austauschen. Und zwar völlig unabhängig von den jeweiligen Transportarten. „Wir bilden hier Komplett- und Teilladungen genauso ab wie Stückgut oder Paketdienste. Und das in nur einer Lösung für die Beschaffungs- und die Distributionslogistik“, so Poost.

Einfache Handhabung

Digitalisierte und automatisierte Prozesse, das wissen die Logistiker, sind immer nur so gut und sinnvoll wie ihre Nutzung im operativen Alltag. „Es geht uns bei allen eingesetzten Tools deswegen immer auch besonders um die Akzeptanz bei den Anwendern“, betont Poost. Dazu sei eine einfache Handhabung, etwa über ein Smartphone, eine App und spezielle Webservices, essenziell.

Wenn beispielsweise eine Kunststoffkette von Deutschland nach Schweden auf den Weg zu bringen ist, übermitteln die Camso-Systeme die Sendungsdaten per EDI an die Supply Chain Visibility Plattform, von der aus die Kontrolle und Freigabe der Sendung durch Camso erfolgt. Dann überträgt die Plattform die Daten an den ausgewählten Transportdienstleister, der schließlich die Sendung übernimmt. Das System reicht dabei über die Disposition bis ins Umschlaglager und zu den Fahrern. „So können alle zeitgleich sehen, wo sich die Kette gerade auf ihrem Weg durch Europa befindet“, sagt Poost. Dies sei mehr als klassisches Tracking & Tracing. „Der große Vorteil

der Konsolidierung aller Sendungsdaten in nur einem System besteht darin, dass wir für und mit dem Kunden schon frühzeitig die Planung aller Transportleistungen angehen können. Zum Beispiel wenn es darum geht, die Zustellung nach den entsprechenden Zeitfenstern der Adressaten zu organisieren.“ Nach der Zustellung der Kette in Schweden wird der Ablieferungsnachweis übermittelt, woraufhin sogleich die endgültige Prüfung der Transportkosten auf Grundlage der EDI-Rechnung des Transportdienstleisters erfolgen kann. „Dieses Carrier-Management“, so Poost, „ist eingespielt und wird von allen mitgetragen.“

Auch in der Analyse bringen der Control Tower und die Dachser Supply Chain Visibility Plattform handfeste Vorteile mit sich, etwa bei der Erstellung von Berichten oder Excel-Reporten und Prognosen für die Planung von Aufträgen und das rechtzeitige Bereitstellen etwa von Container- und Transportkapazitäten. Und nicht zuletzt, so Poost, gehe es im Control Tower immer auch um Qualitätssicherung. „Bei der Beurteilung der vereinbarten Leistungen von Lieferanten und Transportdienstleistern ist ein entsprechend qualifizierter LLP-Partner im Vergleich zum Auftraggeber fachlich und technologisch im Vorteil, wenn die Bewertung explizit ‚aus der Praxis, für die Praxis‘ erfolgen kann.“

Martin Poost und Pierrick Bouf ziehen daher auch ein positives Zwischenfazit der Camso-Dachser-LLP-Partnerschaft. „Vor allem während der Pandemie und der Ukraine-Krise hat die enge Zusammenarbeit mit Dachser unsere Abläufe erheblich erleichtert und unsere Reaktionsfähigkeit in diesen Zeiten starker Turbulenzen erhöht“, bilanziert Bouf zufrieden. Dazu gehöre auch, dass man auf der persönlichen Ebene schon lange zu einem vertrauensvollen und gegenseitig wertschätzenden Miteinander gefunden habe. „Seit Beginn unserer Zusammenarbeit vor mehr als fünf Jahren gibt es jede Woche ein operatives Treffen, bei dem die Ereignisse der vergangenen Woche und die Planung der nächsten Woche besprochen und viele potenzielle Probleme vorausgesehen und proaktiv angegangen werden können“, berichtet Martin Poost. „Bei aller angesetzten Technologie und bei allem Digitalisierungsfortschritt ist und bleibt Logistik ein ‚People Business‘ – auch und gerade für einen Lead Logistics Provider.“

M. Schick

“

LLP-Services bei Dachser bieten den Kunden vielfältige Möglichkeiten und Vorteile. So gehören zu den Basisleistungen des Dachser LLP Control Towers das Transportmanagement und die Supply Chain Visibility. Aus diesen Basisleistungen kann ein umfassendes Paket, zielgerichtet auf die individuellen Anforderungen der Kunden, zusammengestellt und um weitere spezifische Zusatzleistungen ergänzt werden.

Zuverlässigkeit gewinnt

Im Ausnahmejahr 2021 erzielt Dachser erstmals mehr als sieben Milliarden Euro Umsatz. Mengensteigerungen und hohe Frachtraten generieren Rekordwachstum.

Im Geschäftsjahr 2021 steigerte Dachser seinen konsolidierten Umsatz um 26,0 Prozent auf 7,1 Milliarden Euro. Der Logistikdienstleister bewegte insgesamt 83,6 Millionen Sendungen mit einem Gewicht von 42,8 Millionen Tonnen. Bei der Präsentation der Geschäftszahlen des Vorjahres Anfang April konnte Dachser CEO Burkhard Eling eine Rekordbilanz vorlegen. Nach dem Lockdown-bedingten Seitenschritt im Vorjahr sei Dachser wie-

der auf einen dynamischen Wachstumspfad zurückgekehrt. Für die positive Jahresbilanz verantwortlich waren die organischen Sendungs- und Tonnagesteigerungen von 6,3 bzw. 7,7 Prozent auf Konzernebene. Hohe Frachtpreise, verursacht durch die Verkehrsträger übergreifende Laderaumknappheit, machten den Umsatzsprung komplett. Allen voran die Luft- und Seefracht. Hier schlägt ein Umsatzplus von 78,3 Prozent zu Buche.

„2021 war in vieler Hinsicht ein Ausnahmejahr; es gab extreme Herausforderungen zu bewältigen“, ordnet Burkhard Eling ein. „Brexiteit, COVID-19-Pandemie und globale Lieferketten an der Belastungsgrenze prägten das Jahr und sorgten für große Verunsicherung bei unseren Kunden. Es ist uns gelungen, auch in dieser Lage zuverlässige Logistiklösungen zu bieten sowie Qualität und Service auf hohem Niveau zu halten. Damit konnten wir Kunden enger an uns binden und insbesondere das



Es ist uns gelungen, auch in herausfordernden Zeiten zuverlässige Logistiklösungen zu bieten und Qualität und Service auf hohem Niveau zu halten.

Burkhard Eling, Dachser CEO

Geschäftsentwicklung 2021 im Detail

Netto-Umsatzerlöse in Millionen Euro	2021 (vorläufig)	2020	Veränderung 2021 zu 2020
Road Logistics	4.992	4.444	+12,3%
European Logistics	3.918	3.465	+13,1%
Food Logistics	1.074	979	+ 9,8%
Air & Sea Logistics	2.074	1.163	+78,3%
Konzern	7.066	5.608*	+26,0%

* Rundungsdifferenz

Geschäft mit Großkunden gezielt ausbauen. Das war eine außerordentliche Leistung, die unseren Teams angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen alles abverlangt hat.“

Strategisch und zukunftsgerichtet handeln

Für das Jahr 2022, so der Dachser CEO, zeichne sich weiterhin ein volatiles und herausforderndes Marktgeschehen ab. Der Krieg in der Ukraine verursache extremes menschliches Leid. Auch in der Wirtschaft werde er weltweit tiefe Spuren hinterlassen. Dazu kommen historisch hohe Energie- und Treibstoffkosten, eine weitere Verschärfung des Fahrermangels sowie anhaltende Störungen in den weltweiten Lieferketten, auch durch COVID-19-Ausbrüche, wie jüngst in China und Hongkong. „Wir müssen uns auf ein weiteres Jahr einstellen, in dem Krisenmanagement, Flexibili-

tät und Resilienz in Bezug auf die Supply Chains gefragt sind“, sagt Eling. Dennoch investiert Dachser weiter zukunftsgerichtet in Logistikanlagen, digitale Technologien und Equipment. Nach rund 100 Millionen Euro in 2021 sind für 2022 rund 200 Millionen Euro geplant. „Darunter fallen Leuchtturmprojekte wie unser voll automatisiertes Hochregallager in Memmingen für 52.000 Paletten, das im Oktober in Betrieb geht“, erklärt Eling. „Daneben investieren wir substantiell in Digitalisierung, Klimaschutzmaßnahmen und insbesondere unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denn die Logistik ist und bleibt ein Geschäft, das von Menschen für Menschen gemacht wird.“ Im Jahr 2021 stellte Dachser weltweit rund 1.000 Mitarbeitende zusätzlich ein, zirka 2.200 junge Menschen durchlaufen aktuell eine Ausbildung bei Dachser weltweit.

Dachser, so Eling weiter, sei für die Zukunft gut und überaus solide aufgestellt: „Die hohe Eigenkapitalquote von rund 60 Prozent gibt der Investitionspolitik von Dachser einen starken Rückhalt.“

Das Familienunternehmen im Profil: Die Dachser SE ist weltweit an 376 Standorten in 42 Ländern vertreten und beschäftigt rund 31.800 Mitarbeitende. In 83,6 Millionen Sendungen wurden 2021 für die Kunden 42,8 Millionen Tonnen Fracht transportiert.

Menschen & Märkte

Zeitraffer

Alles zu seiner Zeit sagen sich zwei Wissenschaftler der ETH Zürich und erfinden kurzerhand das Zeitempfinden bei der Arbeit neu. Zumindest im Büro in der Virtual Reality. In ihrem Forschungsprojekt zur „asynchronen Realität“ statten sie das Büro mit Kameras aus und streamen Personen und Gegenstände in Echtzeit in die virtuelle Umgebung. Anders als in der „realen Realität“ können Ablenkungen wie durch das Büro gehende Kolleginnen und Kollegen oder Aufmerksamkeit erregende Gegenstände oder Bilder an den Wänden in einem immersiven – also virtuell inszenierten – Arbeitsumfeld einfach ausgeblendet werden. Dazu halten die Wissenschaftler zwischenzeitlich die Zeit an, um so die Konzentration durchgängig hoch zu halten. Anschließend können dann die in der Realität entgangenen Ereignisse oder Ablenkungen in der Virtual Reality in Form von Hologrammen nachträglich erlebt werden. Man will und soll ja schließlich im Büro nichts verpassen.

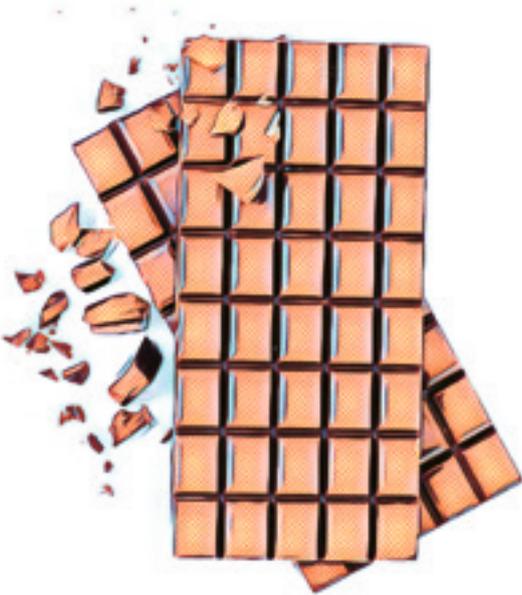


Fehler mit Flügeln

Wenn der Computer nicht läuft, regt das seine Nutzerinnen und Nutzer oft „tierisch auf“. Häufige Ursache: ein „Bug“ im System. Doch wie kommt das „Ungeziefer“ in den digitalen Raum? Ganz einfach. In den 1940er-Jahren standen Computer noch in Schränken, die ganze Räume ausfüllten und voller Mechanik waren. So auch an der Harvard University, wo die US-amerikanische Computerpionierin Grace Murray Hopper eines Tages dem Ausfall des „Harvard Mark II“-Großrechners auf der Spur war. Sie fand als Ursache eine Motte, eingeklemmt in einem Relais. Hopper klebte das Tierchen in ihr Logbuch und schrieb dazu: „first actual case of bug being found“ – das war die Geburtsstunde des Begriffs „Bug“ in der Computerfachsprache. Motten beim „Debugging“ zu suchen, ist in der Mikroelektronik von heute allerdings von gestern.

Besser im Büro

Der neue New Yorker Bürgermeister Eric Adams sorgt sich um die Stadt, die niemals schläft. Der Grund: verwaiste Büros wegen des seit der Pandemie anhaltenden Trends zum Home Office. Forscher haben errechnet, dass durchschnittliche New Yorker Büroangestellte wegen weniger Arbeitszeit in den Büroräumen die jährlichen Ausgaben in Büronähe halbiert haben. Das ist der größte Rückgang unter allen untersuchten US-amerikanischen Großstädten. Leidtragende sind vor allem Cafés, Restaurants, chemische Reinigungen oder Dienstleistungen anderer kleiner Unternehmen, die von Pendlern genutzt werden. Bürgermeister Adams wirbt daher für die Rückkehr ins Büro: „Gehen Sie hinaus, tauschen Sie sich mit anderen aus, interagieren Sie mit Menschen! Wir sind soziale Wesen, und wir müssen Kontakte knüpfen, um die Energie zu bekommen, die wir als Stadt brauchen.“



Die Top 10 der Pausen-Snacks

Der kleine Happen zwischendurch hat als potenziell ungesunder Dick- und Müdemacher nicht immer den besten Ruf in unserer Arbeitswelt. Aber stimmt das überhaupt? Das US-amerikanische Forschungsinstitut Nielsen hat dazu rund 30.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in 60 Ländern nach ihren Lieblingssnacks befragt. Das Ergebnis überrascht nur teilweise:

1. Schokolade 64%
2. Früchte 62%
3. Gemüse 52%
4. Kekse 51%
5. Sandwich 50%
6. Joghurt 50%
7. Käse 46%
8. Chips 44%
9. Nüsse 41%
10. Kaugummi 33%

Die Handschrift ist tot – es lebe die Handschrift

Im digitalen Zeitalter bestimmen Tippen, Wischen und Spracheingaben die Kommunikation. Schlechte Karten für die Handschrift. Forschende des Karlsruher Instituts für Technologie (KIT) und der Universität de Bretagne Sud halten jetzt mit einem intelligenten Stift dagegen. Der „Kaligo-based Intelligent Handwriting Teacher“ soll nicht nur Kinder beim Schreibenlernen unterstützen, sondern auch Eltern und Lehrpersonen entlasten. Der Stift verfügt dazu über eine spezielle Sensorik, mit der kleinste Änderungen in der Halteposition in drei Achsen erfasst werden können. Die Forschenden sehen darin essenzielle Vorteile: „Studien zeigen immer wieder, dass eine handschriftliche Ausarbeitung zu einer höheren Qualität des Ergebnisses im Vergleich zum Tippen eines Textes führt. Das heißt, ohne Handschrift verliert eine Wissensgesellschaft eines ihrer potentesten Werkzeuge.“





Große Ideen auf kleinen Zetteln

Fortschritt zwischen Geistesblitz und Produktentwicklung: Am Anfang vieler bahnbrechender Erfindungen steht ein genialer Einfall einzelner Tüftler. Doch um daraus innovative Produkte zu formen, braucht es unternehmerischen Mut – und vor allem gezielte Kreativarbeit.



Es wird geklebt, was das Zeug hält – und wenn das Flipchart zu klein wird, geht es eben auf der Fensterfront weiter. Wann immer es in Unternehmen kreativ zugehen soll, haben bunte Haftnotizen Hochkonjunktur. Auf den Zettelchen, so die Hoffnung, materialisieren sich flüchtige Gedanken; man kann verwandte Ideen schön gruppieren und unpassende effektiv zerknüllen. Die Digitalisierung hat der Zettelwirtschaft erstaunlicherweise keinen Abbruch getan, es gibt sie mittlerweile auch in digitaler Form. Aber wenn es um physische Brainstormings geht, dann greifen auch Tech-Unternehmen auf die knallbunten Denkkärtchen zurück.

Dass ausgerechnet Post-its zur Grundausstattung eines jeden Innovations-Workshops gehören, entbehrt nicht einer gewissen Ironie. Denn die Klebezettelchen selbst sind keiner Brainstorming-Sitzung entsprungen – am Anfang stand vielmehr ein missglücktes Experiment: Eigentlich sollte der beim US-Konzern 3M angestellte Forscher Spencer Silver einen besonders starken Klebstoff entwickeln. Heraus kam 1968 eine Masse, die zwar gut haftete, sich aber leicht ablöste. Eine Enttäuschung. Den Einfall, das Material für wiederablösbare Notizzettel zu nutzen, hatte später ein Kollege – im Kirchenchor: Art Fry nutzte stets Papierschnipsel, um seine Einsätze im Notenbuch zu markieren. Als die Schnipsel bei einer Probe wieder einmal herausfielen, kam ihm der missratene Kleber von Silver in den Sinn.

Dass aus Pannen und Zufällen große Ideen geboren werden, ist kein Einzelfall. Von Penicillin über Gummi bis zur Mikrowelle: Viele bahnbrechende Erfindungen sind entstanden, als Forscher eigentlich etwas ganz anderes im Sinn hatten. Und die entscheidenden Geistesblitze ereignen sich auffällig oft nicht am Arbeitsplatz – sondern in gänzlich anderer Umgebung. Das liefert Stoff für herrliche Anekdoten: So soll der altgriechische Universalgelehrte Archimedes beim Baden darauf gekommen sein, wie man Volumen und Dichte berechnet. Um seine Einsichten schnellstmöglich zu notieren, ist er der Legende nach unbekleidet durch Syrakus zu seinem Schreibtisch geeilt. Bei Isaac Newton war es ein fallender Apfel, der den Physiker in der Mittagspause zur Einsicht der Gravitationsgesetze verholfen haben soll.

Aus Alt mach Neu

Wenn Unternehmenslenker glauben, mit Post-its solche Heureka-Momente herbeiführen zu können, ist das natürlich abstrus. Doch ihre Berechtigung haben Kreativ-Workshops durchaus. Denn große Ideen entstehen nicht nur dann, wenn sich die Gehirnzellen eines Einzelnen neu verschalten. Mindestens ebenso relevant ist die Verknüpfung von Gedanken, die in verschiedenen Köpfen keimen. Nicht umsonst waren in der Kulturgeschichte urbane Räume, in denen viele Menschen aufeinandertrafen, Orte des Fortschritts. Auch sind bei vielen wissenschaftlichen Papern Gruppenarbeiten oder Neu-Gründungen im Team die Regel.

Um ein innovatives Produkt zu entwickeln, sind nicht einmal bahnbrechende Erfindungen nötig. Im Wortsinn bezeichnet eine „Innovation“ zwar „etwas neu Geschaffenes“. Doch das ist meist aus bestehenden Bauteilen zusammengesetzt, wie

Joseph Schumpeter Anfang des 20. Jahrhunderts herausarbeitete. Der österreichische Ökonom sah die unternehmerische Leistung in einer „Durchsetzung neuer Kombinationen“: Es geht also um die Umwidmung bekannter Dinge, um den schlaun Einsatz für produktivere Zwecke. Musterbeispiele dafür sind viele Unternehmen, die heute gerne als leuchtende Beispiele für Innovationskraft genannt werden. Apple etwa hat weder das Smartphone, noch den Touchscreen erfunden – mit dem iPhone beides aber zu einem nutzerfreundlichen Gerät kombiniert. Mit einem ähnlichen Rezept hat Tesla Elektro-Autos neuen Schub gegeben.

Dass manche Unternehmen innovativer sind als andere, liegt nicht daran, dass sie sich besonders brillante Köpfe einkaufen können. Tatsächlich verstehen es ja gerade Start-ups mit begrenzten Ressourcen ganze Branchen aufzumischen. Entscheidend ist vor allem: Sie stellen gewohnte Abläufe in Frage, sie experimentieren – und halten sich nicht lange mit der Sorge auf, am Ende zu scheitern. Große Organisationen können sich damit schwertun, erst recht, wenn ihre Wurzeln weit zurückreichen. Drehte sich im Industriezeitalter alles um Effizienz und Optimierung, ist in der heutigen Wissensgesellschaft ein Ausbrechen aus Routinen gefragt: Wer immer in gewohnten Bahnen kreist, dem kann kaum etwas Neues einfallen.

KI bringt neuen Schwung

Die Rahmenbedingungen, um Dinge einfach mal auszuprobieren, waren nie besser als heute. Neuheiten, die vor der eigenen Haustüre nur Achselzucken hervorrufen, finden vielleicht am anderen Ende der Welt begeisterte Kunden. Im digitalen Raum lassen sich ohnehin Milliarden Menschen erreichen. Die Minimalversion einer App zu testen und mithilfe des Nutzerfeedbacks zu verbessern, erfordert keine Millioneninvestition. Ausgereizt sind die Möglichkeiten, die sich durch die Digitalisierung ergeben, noch lange nicht – manche Ökonomen wännen uns gar erst am Anfang einer neuen Ära. Der Stanford-Professor Erik Brynjolfsson etwa erwartet ein „zweites Maschinenzeitalter“, gegen das die Umwälzungen der Industrialisierung ein Klacks waren. Der Treiber ist Künstliche Intelligenz. Die ist technisch inzwischen so weit, dass sie die Menschen sehr gut unterstützen kann – etwa, wenn es darum geht, Inhalte auf einem Foto zu identifizieren. Algorithmen übernehmen sogar Kreativarbeit: So haben Forscher ein neuronales Netzwerk entwickelt, das täuschend echte Porträtfotos produzieren kann – von Menschen, die gar nicht existieren.

Dass im Alltag noch wenig von der KI-Revolution zu spüren ist, liegt laut Brynjolfsson daran, dass Innovationsprozesse der technischen Entwicklung hinterherlaufen. Auch zwischen der Erfindung der Dampfmaschine und der Massenfertigung lagen schließlich viele Jahre der Transformation. Man kann sich sicher sein: Just in diesem Moment stehen irgendwo auf der Welt kluge Köpfe um ein Flipchart und brüten über der Frage, wie Künstliche Intelligenz ihrem Unternehmen zu neuen Produkten verhilft. Und vielleicht steht auf irgendeinem Post-it schon der entscheidende Gedanke, der eine ganze Branche verändern wird.

S. Ermisch



„Gemeinsam können wir Großes auf die Beine stellen“

Dachser und terre des hommes arbeiten seit 2005 eng und vertrauensvoll zusammen. Eine Partnerschaft mit vielen Perspektiven und Vernetzungen: Fragen an Joshua Hofert, der als Vorstand Kommunikation bei terre des hommes Deutschland e.V. die Projekte mit Dachser steuert.

Herr Hofert, wie hängen Kinderrechte, Umwelt und Wirtschaft zusammen?

Joshua Hofert: Kinderrechte, Umwelt und Wirtschaft gehören untrennbar zusammen. Sie bilden gewissermaßen ein magisches Dreieck. Dieses kann aber leicht aus dem Gleichgewicht geraten. Wenn Kinder in Armut aufwachsen und sehr früh zum familiären Einkommen beitragen müssen, werden den Kinderrechten – zum Beispiel auf Bildung und gesunde Entwicklung – strukturell enge Grenzen gesetzt. Das gleiche gilt für ökologische Fragen, wie beispielsweise Zugang zu sauberem Wasser, giftfreier Atemluft und gesunden Lebensmitteln.

Wie drückt sich das in der Projektpraxis aus?

Auf das „magische Dreieck“ zielt zum Beispiel unser Projekt „Trash4cash“, das wir mit Dachser in Sambia durchführen: Junge Menschen generieren sich ein Einkommen, indem sie Müll sammeln und ihn in eigens betriebenen Recycling-Anlagen verwerten. Das ist Win-win für alle: für die Umwelt und für die, die ihren Müll verkaufen, statt ihn achtlos in der Gegend herumliegen zu lassen; für die jungen Unternehmerinnen und Unternehmer, die daraus ein nachhaltiges Geschäftsmodell entwickelt haben und damit ihre Familien finanziell unterstützen können; und schließlich für die „Nachahmer“ in anderen Teilen des Landes, die erkennen, dass in dem Engagement der Jugendlichen auch jede Menge Potenzial für ihre eigene Zukunft steckt.

Welche Rolle spielt bei diesem Engagement für Kinder und Jugendliche der Netzwerkgedanke?

Junge Menschen tauschen sich heute in Netzwerken aus und finden dort Gleichgesinnte, denn auf der ganzen Welt beschäftigen sich Jugendliche mit ähnlichen Themen. Daraus können globale Bewegungen entstehen. „Fridays for Future“, die globale Klimagerechtigkeitsbewegung von Schülern und Studierenden, ist das beste Beispiel dafür.



Die Fähigkeit und Freude am Vernetzen von Menschen und ihren Welten verbindet die Jugendlichen, terre des hommes und Dachser.

Joshua Hofert, Vorstand Kommunikation bei terre des hommes Deutschland e.V.



Wie erleben Sie dies in Ihrer Projektarbeit?

Zahlreiche Jugendliche aus terre des hommes-Projekten in Afrika, Asien und Lateinamerika engagieren sich bei Fridays for Future. Die Fähigkeit und Freude am Vernetzen von Menschen und ihren Welten verbindet die Jugendlichen, terre des hommes und Dachser, und das drückt sich in den Projekten auch aus: Um Veränderungen in den Gemeinschaften anzustoßen, braucht es eine große Basis an Gleichgesinnten, die im Schutz eines Netzwerks ihre Stimme erheben können und dann gemeinsam etwas bewirken.

Was heißt dies für jeden Einzelnen?

Ein Einzelner kann zwar etwas schaffen, aber junge Menschen und ihre Familien erleben ganz unmittelbar, dass in Netzwerken Großes auf die Beine gestellt werden kann. Und das begreifen gerade junge Leute zunehmend als ihre Stärke. Sie sind in der Lage, über den Tellerrand religiöser, kultureller und sozio-ökonomischer Kategorien hinauszuschauen und Brücken zu schlagen zwischen Traditionen und neuen Wegen eines wertschätzenden und nachhaltigen Miteinanders.

Warum ist für terre des hommes die Zusammenarbeit mit Dachser wichtig?

Nachhaltige Entwicklung braucht Zeit und einen langen Atem. Es gibt sie nicht auf Knopfdruck. Die Zusammenarbeit von Dachser und terre des hommes ist geprägt von Verlässlichkeit und einem offenen Austausch. Das war besonders wichtig in der Pandemie, als gerade in Ländern wie Indien



Indien: Hilfe zur Selbsthilfe ist das Ziel der Programme

oder Nepal das Leben zum Stillstand kam und uns hier in Deutschland buchstäblich die Luft wegblieb angesichts der Bilder von sterbenden Menschen in den Straßen. Als Schulen und soziale Einrichtungen geschlossen wurden, haben wir so gut es ging weitergemacht, den Kontakt in die einzelnen Projekte gehalten und die Kinder und Jugendlichen weiter unterstützt.

Was hat Ihnen dabei selbst Mut gemacht?

Es war sehr beeindruckend zu sehen, wie beispielsweise in Nepal und Indien die Verteilung von Hilfsgütern und Schutzausrüstungen auch durch die Jugendnetzwerke erfolgte. Jugendliche sind von Haus zu Haus gezogen und haben Aufklärungsarbeit zu Impfung und Hygienemaßnahmen geleistet. Sie haben sich in sicher nicht immer einfachen Gesprächen mit Mythen zu Impfnebenwirkungen auseinandergesetzt und den Leuten die Angst genommen, dass die Straßen verseucht sein könnten und man sich deswegen nicht mehr vor die Tür trauen darf. Beispiele für proaktives soziales Engagement junger Menschen wie dieses, finden sich auch aus anderen Lebensbereichen, etwa wenn es um Umwelt, Bildung und Selbstbestimmung geht. Daran zeigt sich: Wir sind auf einem guten Weg. Mit unseren starken Netzwerken können wir etwas Großes erreichen.

Joshua Hofert ist Vorstand Kommunikation bei terre des hommes Deutschland e.V. Der 26-jährige Kinderrechtsexperte hat dort zuvor als Leiter des Referats Politik und Programme gearbeitet. Davor war er mehrere Jahre Mitglied im ehrenamtlichen Präsidium des Hilfswerks, dem Aufsichtsrat des Vereins.



Kreativität als Werkzeug für sozialen Wandel in Brasilien



Highlights im Garten:
Die Grillsaison hat begonnen



Genau auf den Punkt

Sobald die Sonne lacht, wird der Grill angeworfen. Pünktlich zum Saisonstart müssen die Produkte vom US-Grillhersteller Char-Broil im Baumarkt oder direkt beim Kunden zu Hause sein. Eine logistische Herausforderung, der sich die Teams von Dachser in Malsch und die Kolleginnen und Kollegen von DACHSER DIY Logistics gemeinsam annehmen.

Gas oder Kohle lautet die entscheidende Frage beim Grillen. Mit Gas geht es einfacher und benötigt weniger Vorbereitungszeit. Zudem ist hinterher der Grill leichter zu reinigen. Doch nur mit Holzkohle erreicht man ein Aroma, das zahlreiche Grill-Fans so schätzen. „Mit unserem Char-Broil Gas2Coal bekommen Kunden beides. Dieser Hybrid-Grill ist unser Bestseller in Deutschland“, sagt Gerrit Gabert, Head of Logistics Europe beim US-Unternehmen aus Georgia. Char-Broil brachte 1948 in den USA den ersten gusseisernen Holzkohlegrill auf den Markt. Heute besteht die Angebotspalette aus Gas- und Holzkohle-, sowie Elektrogrills und Räucheröfen. →



Die „Grill-Wand“ im Dachser-Lager

Die „Grill-Wand“ in Malsch

Grillen ist ein Saisongeschäft. „Wir sind da sicher kein ganz einfacher Kunde für unseren Logistikpartner“, gibt Gabert offen zu. Mehr als 80 Prozent der Warenbewegungen passieren in den ersten sechs Monaten des Jahres. Zu Jahresbeginn kommen die Produkte aus Asien auf dem Seeweg nach Europa. Im Dachser Warehouse in Malsch bei Karlsruhe wird die Ware zunächst geprüft und anschließend im Blocklager gestapelt. Ein Klammerstapler nimmt die Grill-Kartons und setzt bis zu zehn übereinander. In Malsch wird dieser Aufbau intern liebevoll die „Grill-Wand“ genannt. Zum Saisonstart lagern hier bis zu 60.000 Grills. Hinzu kommt Zubehör wie Pizzasteine, Drehspieße und Pflegeutensilien. Diese Produkte werden auf Paletten sortiert und eingelagert. Insgesamt finden in Malsch so rund 250.000 Artikel von Char-Broil ihren Platz. Doch spätestens

Anfang März müssen die Produkte im Handel sein. „Das ist immer etwas vom Wetter abhängig, aber spätestens zu Ostern beginnt für uns die Hochsaison“, sagt Gabert.

Erfahrung im DIY-Bereich

Das Lager in Malsch wurde gewählt, da es genau im Zentrum des europäischen Vertriebsgebietes liegt. Die Grills gehen an Kunden in 16 Ländern, vor allem in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien sowie Polen. Garten- und Baumärkte sind die bevorzugten Handelspartner von Char-Broil. Doch auch der Online-Handel spielt eine wichtige Rolle. „Wir haben uns aus zwei Gründen für Dachser entschieden“, sagt Gabert. Die Kombination aus Lager und Transport sei der eine Grund. Darüber hinaus habe die spezifische Expertise, die Dachser in der Branchenlösung DACHSER DIY Logistics bündelt, überzeugt. Mit Do-it-Yourself oder auch „Home Improvement“ werden Fachhandel, Garten- sowie Baumärkte beschrieben.

„Die Kombination aus Standarddienstleistungen mit spezifischen Logistiklösungen sowie unserem Branchen-Know-how verschafft unseren Kunden einen Wettbewerbsvorteil“, sagt Jens Wollmann, Head of Corporate Solutions bei Dachser. „Unsere Spezialisten, die in zahlreichen Ländern vor Ort sind, pflegen enge Kontakte zum lokalen Handel und zu Lieferanten und beraten sie umfassend über Möglichkeiten auf der Lieferanten- und Handelsseite.“ Mit der DACHSER DIY Logistics Pipeline werde zudem eine branchenspezifische Komplettlösung angeboten. Die Leistungsbausteine bilden eine lückenlose Dienstleistungskette vom Lieferanten bis zum Point of Sale sowie zum Konsumenten und steuern somit einen kontinuierlichen Warenfluss in die Märkte.

Im Profil

Char-Broil ist Amerikas älteste Grillmarke. Seit der Gründung 1948 hat das Unternehmen vielfältige Innovationen rund ums Kochen und Grillen auf den Markt gebracht – das Spektrum reicht vom ersten Holzkohlegrill aus Gusseisen bis hin zu aktuellen Gasgrilltechnologien. Seit 2011 ist das Unternehmen in Europa aktiv, 2016 wurde in Hamburg ein eigener europäischer Standort eröffnet. charbroil.com



Wir verfolgen sehr ehrgeizige Wachstumspläne. Daher haben wir mit Dachser einen langfristigen Vertrag abgeschlossen.

Gerrit Gabert, Head of Logistics Europe bei Char-Broil



„Die Branchenexpertise zahlt sich im logistischen Alltag aus“, ergänzt Steven Croissant, Sales Manager von Dachser in Malsch. „Zum Beispiel bei der Anlieferung in Baumärkten, die in der Regel strikten Vorgaben folgen muss.“ Nicht nur Zeitfenster sind genau vorgegeben. Dachser liefert aufgrund seiner vielfältigen Kundenbeziehungen bei einer Anlieferung gleich mehrere Produkte im Baumarkt an. Pro Jahr werden 8,4 Millionen Sendungen an die über 18.000 DIY-Handelsstandorte geliefert. Dazu kommen die Standorte weiterer Handelsformate wie beispielsweise dem Fachhandel. Das reduziert den Lieferverkehr auf jedem einzelnen Baumarktgelände und das Marktpersonal muss weniger Zeit mit Anlieferungen verbringen. Die Marktleitung wird dabei dank standardisierter elektronischer Lieferlisten, die direkt in das eigene IT-System übernommen werden, informiert. Gleichzeitig bietet Dachser mit seiner über zwanzig Jahre etablierten Branchenlösung die passenden Konzepte für Instore Logistics an. Dabei werden die Produkte in die Regale geräumt und Aufsteller bestückt bzw. am Ende der Saison wieder abgeholt. Auch für Char-Broil werden diese Services organisiert.

Die BBQ Brothers machen Appetit

„Zu unseren Dienstleistungen gehören auch sogenannte Drop-Shipments“, sagt Florian Steinbrunn, Contract Logistics Manager bei Dachser in Malsch. Bestellt ein Kunde seinen Grill im Online-Shop eines Baumarkts, wird dieser direkt aus dem Dachser-Lager an den Kunden verschickt. Gleiches gilt für Bestellungen über Amazon. Char-Broil bedient eine junge und online-affine Klientel. Die eigene Webseite sowie Instagram sind wichtige Werbekanäle. Die erfolgreichen YouTuber „BBQ Brothers“ agieren als Markenbotschafter. In ihren Videos kommen die Produkte der Amerikaner zum Einsatz. „Außerdem setzen wir auf Schulungen des Personals in Baumärkten“, erzählt Gabert. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seien schließlich oft der Erstkontakt des Kunden zur Marke. Für die perfekte Inszenierung in den Bau- und Gartenmärkten liefert Dachser entsprechende Displays, Werbematerialien sowie Kataloge. In

Deutschland beispielsweise, wo der Grill-Markt von einer großen sowie etlichen kleineren Marken bedient wird, kommt Char-Broil auf einen Marktanteil von rund vier Prozent. „Doch verfolgen wir sehr ehrgeizige Wachstumspläne. Daher haben wir mit Dachser einen langfristigen Vertrag abgeschlossen“, verrät Gabert. Er schätzt die Flexibilität seiner Ansprechpartner im Haus und setzt auf gemeinsames Wachstum.

Ein Blick in die gemeinsame Historie zeigt, woher dieses gegenseitige Vertrauen kommt. Char-Broil startete mit dem Verkauf seiner Produkte vor etwas mehr als zehn Jahren in Europa. 2016 eröffnete der erste Standort in Deutschland. Zuvor lief das Geschäft über Dancook in Dänemark, das von Char-Broil übernommen wurde. Dachser war damals in Dänemark für Dancook bereits aktiv. So kam es zum Erstkontakt sowie einem bleibenden positiven Eindruck. Ab 2019 kam es dann zu Gesprächen über eine weiterreichende Zusammenarbeit in Europa, zunächst lediglich beim Transport, später auch beim Warehousing. „Im Zusammenspiel optimieren wir die Logistikkilanz unseres Kunden, indem wir durch unsere Kombination aus diversen Logistikkdienstleistungen, unserer IT und den Menschen bei Dachser die Servicequalität hochhalten“, sagt Bernd Großmann, General Manager von Dachser in Malsch. Mit rund 15.000 Sendungen pro Jahr gehört Char-Broil zu den größten Kunden am baden-württembergischen Standort.

Qualitäts-Fleisch und mehr Gemüse

Gefragt nach dem kommenden Grill-Trend, nennt Gabert den Elektrogrill: „Das ist in den USA schon ein großes Thema und kommt bald auch nach Europa.“ Beim Grillgut geht der Trend zu hochwertigen Produkten. „Die Billigwurst aus dem Discounter wird immer seltener aufgelegt“, beobachtet Gabert. Neben qualitativ hochwertigem Fleisch kämen immer öfter gegrilltes Gemüse und andere Alternativen auf den Teller. Auch Gabert gibt sich als Flexitarier mit äußert geringem Fleischkonsum zu erkennen: „Bei mir kommen eher Brokkoli, Zucchini sowie vegetarische Pizza auf den Rost – ein Gedicht.“ **D. Kunde**

Die ungekrönten Weltmeister am Grill kommen aus Argentinien. Dort werden bei der Festmahlzeit Asado traditionell ganze Tiere auf Eisenkreuzen über offenem Feuer geröstet. Bei dieser Grilleuphorie wundert es nicht, dass die argentinische Stadt General Pico mit der größten Grillparty der Welt einen Eintrag ins Guinness Buch der Rekorde erreichte. Dort verköstigten 90 Grillmeister rund 20.000 Gäste mit großen Mengen an traditionell zubereitetem Rindfleisch.

Chancen in der Logistik

Seefrachtexpertin
Carolin Choy

DACHSER
intelligent Logistics

Ausdauer gewinnt

Die Pandemie macht die Abfertigungsprozesse in der Logistik komplexer, vor allem in der Seefracht. Als Ocean Freight LCL Manager Asia Pacific sieht Carolin Choy die Herausforderungen jedoch als Chance. Dabei hilft ihr auch ein Hobby.

Carolin Choy ist passionierte Läuferin. Etwas mehr als eine Stunde braucht sie an guten Tagen für ihre acht Kilometer lange Lieblingsstrecke in Hongkong. „Das Laufen ist gut für den Körper und macht den Kopf für die Arbeit wieder frisch“, sagt sie. Natürlich schulen die Joggingeinheiten mit ihrem Ehemann sie auch in puncto Durchhaltevermögen. Genau das hilft der Ocean Freight LCL Managerin von Dachser in herausfordernden Zeiten, wie sie gerade in der Seefracht herrschen.

Denn die Pandemie und die damit verbundenen Veränderungen haben die Arbeit von Carolin Choy durcheinandergewirbelt. Lieferketten wurden immer wieder unterbrochen, Häfen zwischenzeitlich geschlossen, Transportkosten sind permanent gestiegen. Und statt des direkten persönlichen Kontakts dominieren virtuelle Meetings ihre Arbeit. „Es ist momentan eine schwierige Phase. Unsere Kunden fordern von uns ein Höchstmaß an Flexibilität und Verlässlichkeit, um ihre Geschäfte erfolgreich entwickeln zu können“, berichtet die Seefrachtextpertin. →

Im Profil: LCL Services

„Less than Container Load“, LCL, steht bei Dachser Air & Sea Logistics für effektive Logistikkösungen für globale Sammelverkehre per Seefracht. Kunden profitieren von regelmäßigen und zuverlässigen Abfahrten, effizienter Durchführung und vollständiger Transparenz. Das Angebot an den weltweiten Verbindungen wird stetig ausgebaut und hat sich zu einer bewährten und kostengünstigen Alternative zur Luftfracht entwickelt. Weitere Vorteile ergeben sich durch das enge Zusammenspiel der Business Fields Dachser Air & Sea Logistics und Dachser Road Logistics. Damit profitieren Kunden von End-to-End-Logistikkösungen bestehend aus weltweitem Transport, Warehousing und Value Added Services.



Seefracht verbindet Asien mit der Welt

Aber sie kann auf ein starkes Team zurückgreifen – und profitiert von ihrer optimistischen Lebenseinstellung: „Ich sage immer: Sei Teil der Lösung, nicht des Problems. Für jedes Problem gibt es viele Lösungen. Und durch unseren außergewöhnlichen Teamspirit gelingt es uns fast immer, die beste Lösung zu finden.“

Zu Carolin Choys Verantwortungsbereich gehören mehr als zehn volumenstarke asiatische Länder von China bis zum Subkontinent Indien. „Jedes dieser Länder unterscheidet sich in Sachen Kultur, Preisstruktur, Kundenverhalten und Transport-Infrastruktur massiv. Also müssen wir stets flexibel und innovativ sein.“

Verantwortung übernehmen

Diese Herausforderung hatte sie vor drei Jahren bewogen, den Job als Ocean Freight LCL-Managerin bei Dachser anzunehmen. Carolin Choy arbeitet schon seit 1998 in der Logistik-Industrie und hat dabei umfangreiche Erfahrungen gesammelt, vom Verkauf über das Key Account Management bis hin zur operativen Leitung. Hongkong als internationales Drehkreuz mit

vielen Verbindungen in die ganze Welt wurde für die passionierte Logistikerin zum Ausgangspunkt vieler spannender Einblicke. „Im Management großer Kunden bin ich immer viel unterwegs gewesen und habe auf Reisen in Europa, Asien und Amerika nicht nur unterschiedliche Marktsegmente, sondern auch verschiedene Kulturen kennengelernt“, berichtet sie. Damit gingen zugleich auch Führungsaufgaben einher. Von Erfahrungen wie diesen sollte Carolin Choy bei Dachser dann sehr profitieren.

Beim Familienunternehmen fühlt sie sich nun angekommen: „Dachser hat mir die Chance gegeben, meine Kenntnisse und Fähigkeiten stetig weiterzuentwickeln und mich zu dem gemacht, was ich heute bin. Ich sitze sozusagen am Steuerrad und kann dafür sorgen, dass echte Veränderungen geschehen.“ Der Blick auf die aktuellen Geschäftszahlen motiviert sie dabei zusätzlich. Die Region Asien-Pazifik zeigte ein bemerkenswertes Wachstum des LCL-Exportvolumens von 34 Prozent im Jahr 2021. Wichtig ist Carolin bei ihrer Arbeit, sich regelmäßig ganz gezielt mit Kolleginnen und Kollegen sowie Kunden über bewährte Vorgehensweisen im Logistikkalltag auszutauschen. „Das macht mir immer wieder großen Spaß.“

Der LCL-Bereich ist ein attraktives und gerade auch bei mittelgroßen und kleineren Kunden immer beliebter werdendes Segment von Seefracht-Transporten. Die Abkürzung LCL steht für Less Than Container Load – also eine Teilcontainerladung. Seefracht-Container werden dabei mit Produkten von verschiedenen Kunden gefüllt. Dachser vermarktet sogenannte „Consol boxes“ – wo die Auftraggeber nur für den Platz bezahlen, den sie tatsächlich in den Containern belegen. Dieser Service, auch das „Stückgut der Meere“ genannt, kommt bei den Kunden gut an. Zu Carolin Choy's Aufgaben gehört es, den LCL-Service auszubauen. Derzeit bietet Dachser auf mehr als 100 Handelskorridoren eigene „Consol boxes“ an, mit steigender Tendenz.

Dabei spielt auch Nachhaltigkeit eine Rolle. „Der Klimaschutz ist in der Logistik ein großes Thema. Nicht genutzte Kapazitäten produzieren nur unnötige Emissionen und sind zudem noch unwirtschaftlich, weil sie auf Kosten des Exportvolumens gehen“, rechnet sie vor. „Mit LCL können wir einen Beitrag leisten für eine nachhaltigere Logistik, denn wir haben das Ziel, Container maximal auszulast-

ten.“ Das ist immer wieder eine Herausforderung, gerade in den letzten beiden Jahren. Dennoch habe es ihr Team immer wieder geschafft, die Dinge am Laufen zu halten. „Wir sind flexibel und können auf unser robustes, globales Netzwerk zählen, damit unsere Kunden ihr Geschäft auch in schwierigen Zeiten erfolgreich gestalten können“, so Choy.

Carolin Choy deckt in ihrer verantwortungsvollen Position ein großes Aufgabengebiet ab. So ist sie beispielsweise für das Ertragsmanagement, die Volumenentwicklung und die Produkt-Weiterentwicklung zuständig. „Dachser hat Langzeitverträge mit den Carriern abgeschlossen, die ein hohes Maß an Service-Qualität und Preisstabilität garantieren. Davon profitieren wir und damit auch unsere Kunden derzeit“, erzählt Choy.

Es ist die gesamte Themenvielfalt, die Carolin Choy so an ihrem Job bei Dachser begeistert: „Herausforderungen zu bewältigen, gibt mir ein enormes Gefühl der Zufriedenheit. Unser Job in der Logistik ist gerade in diesen schwierigen Zeiten wie ein Langstreckenlauf. Mit der richtigen Einstellung, Leidenschaft und harter Arbeit lässt sich da fast alles erreichen.“

L. Becker



Immer nah bei den Kunden

Neue Lösungen für eine neue Zeit

Edoardo Podestà, Jahrgang 1962, ist seit Oktober 2019 Chief Operations Officer (COO) des Geschäftsfelds Air & Sea Logistics. In Personalunion leitet er die Business Unit ASL Asia Pacific, an deren Spitze er seit acht Jahren steht. Ein Gespräch über weltweite Logistik in stürmischen Zeiten.

Herr Podestà, wir sind gerade per Videokonferenz mit Ihnen in Hongkong verbunden, wo Sie leben und arbeiten. Sind Sie mittlerweile wieder öfter auf Geschäftsreise?

Edoardo Podestà: Lange waren durch die Pandemie Geschäftsreisen tatsächlich völlig aus dem Arbeitsalltag verschwunden, und sie sind immer noch eine Herausforderung. Zum Beispiel als ich im Frühjahr aus Europa kommend erstmal in Quarantäne musste. Eine Woche durfte ich das Hotelzimmer in Hongkong nicht verlassen und musste mich jeden Tag testen. Erst als alle Tests negativ zu Buche standen, konnte ich mich wieder frei bewegen. Die Pandemie ist eben noch nicht vorbei, und die Sicherheitsmaßnahmen in Hongkong und China sind hoch und werden streng gehandhabt. Wir leben schon in besonderen Zeiten.

Die Pandemie ist dabei nur eine von vielen aktuellen Herausforderungen. Hinzu kommen der Krieg in der Ukraine, Unterbrechungen und Staus auf zentralen Handelsrouten, hohe Treibstoffkosten und zahlreiche andere Engpässe.

Der Ausbruch der Pandemie vor zweieinhalb Jahren hat die Vorzeichen in beispielloser Weise verschoben. Die Welt ist heute eine andere. In der Logistik ist dies deutlich zu spüren: Lockdowns in China, stockende Lieferketten und knappe Kapazitäten sowie Mitarbeitende unter großer Arbeitsbelastung – und nun auch noch der Ukraine-Krieg, mit großen Auswirkungen auf den Welthandel. Es kommt tatsächlich sehr viel zusammen. Allerdings sagt man ja auch, dass in jeder Krise eine Chance steckt. Sich in solchen Situationen zu behaupten, macht ein gut aufgestelltes Unternehmen aus.

Was bedeuten all diese Entwicklungen für die Logistik?

In der Unternehmenswelt war die Logistik im Allgemeinen den Produkten und der Produktion eher nachgeordnet. Gewiss, die Kosten für den Transport musste man schon im Blick haben, sie

sollten vor allem möglichst niedrig sein. In der Krise ist aber nun allen klar, dass Lieferketten und Logistik nicht nur Beiwerk und ein Kostenfaktor sind, sondern eine hohe Relevanz und Systembedeutung haben. Erst recht, wenn in arbeitsteiligen Gesellschaften viele Produktionsschritte und Komponenten in einem ausbalancierten und minutiös geplanten Prozess zusammengeführt werden müssen. Und das oft über Grenzen und Kontinente hinweg. Die Logistik ist also ein wesentlicher Teil des Geschäftsmodells und hat uns als kompetenten Lösungsanbieter ins Rampenlicht gerückt.

Dass Produkte transportiert und just-in-time bei ihren Empfängern ankommen sollen, ist nichts Neues. Aber was hat sich konkret verändert?

Auch vor der Pandemie waren die Kapazitäten in Luft- und Seefracht schon am Limit. Mit der Krise hat sich dies deutlich verschärft. Häfen waren teilweise komplett lahmgelegt oder liefen corona-bedingt nur mit gedrosselter Kraft. Viele Flugzeuge blieben am Boden, die sogenannte Belly-Freight als Zuladung in Passagiermaschinen war über lange Zeit ausgefallen. In Europa und Asien fuhren Werke ihre Produktion zurück, es kam zu Lockdowns in den chinesischen Wirtschaftszentren und insbesondere in Shanghai, von denen mehr als drei Millionen Menschen betroffen waren. Damit stieg der Druck auf entsprechend hochwertige logistische Lösungen mit Qualität. Jeder kann einen Container buchen. Aber auch unter diesen außergewöhnlichen Bedingungen verlässliche Dienstleistungen anbieten zu können, macht den Unterschied. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben unter diesem Stress Außergewöhnliches geleistet. Das nehmen auch unsere Kunden wahr, die nun mehr Wert auf Service und Qualität legen.

Welche Folgen zieht der Krieg in der Ukraine für die weltweiten Lieferketten nach sich?

Die Tradelanes zwischen Nordasien und Europa sind vom Krieg und den Sanktionen empfindlich getroffen. Für die Luftfracht bedeutet die Sperrung des Luftraums über den kriegführenden Ländern etwa zweieinhalb Stunden längere Flüge. Das heißt, es wird mehr teuer gewordener Treibstoff verbraucht, dessen Gewicht zulasten möglicher Cargo-Zuladung geht. Das wirkt sich entsprechend auf den Aufwand und das Pricing in der Luftfracht aus. Zum Erliegen gekommen ist der Bahnverkehr zwischen Asien und Europa, da ein Großteil der Strecke durch Russland führt. Dabei hatte dieses Angebot zuletzt gerade bei europäischen Kunden als Alternative zur Seefracht gefallen gefunden. All dies, in Verbindung mit den Lockdowns in China,

Es geht uns bei allem, was wir tun – gerade und erst recht in der Krise – immer um Lösungen für unsere Kunden.



Edoardo Podestà, COO Air & Sea Logistics bei Dachser

rückt ausgereifte Logistiknetzwerke, wie sie Dachser betreibt, in den Fokus eines resilienten, leistungsfähigen Supply Chain Managements.

Wie zeigen sich diese ungewöhnlichen Zeiten in den Geschäftszahlen?

2021 stieg unser Umsatz im Luft- und Seefrachtgeschäft um 78,3 Prozent von 1,2 Milliarden Euro auf nunmehr über 2,1 Milliarden Euro. Alle drei Dachser-Regionen waren an diesem außergewöhnlichen Wachstum beteiligt: ASL Americas legte beim Umsatz um 60 Prozent zu, die Region APAC um 74 Prozent und EMEA um 80 Prozent. Das knappe Angebot und hohe Nachfrage in der Luft- und Seefracht haben zu einem besonders starken Preisanstieg in diesem Segment geführt. Zudem verzeichneten wir einen signifikanten Anstieg bei den Sendungszahlen. Wir wachsen jedoch nicht nur bei den Zahlen, sondern auch qualitativ.

Inwiefern?

Dafür gibt es viele Beispiele. Über allem steht, dass unsere Kunden von der engen Verzahnung von Luft- und Seefracht mit dem Landverkehr profitieren können. Als in der Pandemie auf einen Schlag ein Großteil des verfügbaren Frachtraums ausfiel, haben wir eigene Charterverbindungen aufgebaut und diese eng an das europäische Road Logistics-Netzwerk angebunden, zum Beispiel um Masken und medizinische Schutzausrüstung schnellstmöglich in ganz Europa zu verteilen. Im Jahr 2021 haben wir insgesamt 230 Charterflüge durchgeführt und ein eigenes Transportnetz zwischen Asien, Europa und Nordamerika geschaffen. Die Nachfrage nach unseren Charterverbindungen ist weiterhin hoch. Dennoch sind wir uns bewusst, dass es sich um ein Ausnahmejahr gehandelt hat. Wir müssen sehen, wie die Entwicklung angesichts der aktuell weiterhin unberechenbaren wirtschaftlichen Lage weiter fortschreitet. Langfristig planen wir, unsere Charterverbindungen auf ausgewählten Strecken als Rückgrat künftiger Serviceleistungen zwischen Asien und Europa sowie zwischen Asien und den Americas konsequent weiter auszubauen.

Ist ein solches Charter-Modell für Dachser auch in der Seefracht eine Option?

Ein Schiff zu chartern ist etwas anderes als ein Flugzeug-Charter. Allein schon wegen der Größenordnungen. Ein mittleres Containerschiff lädt um die 5.000 Zwanzig-Fuß-Standardcontainer, diesen Platz müsste man erst einmal verkaufen. Wir arbeiten zudem viel mit Container-Teilladungen (Less-than-container load – LCL), die wir dann vielfach End-to-End über unser europäisches Roadnetzwerk an ihre Bestimmungsorte bringen.

Welchem strategischen Ansatz folgt Dachser ASL dabei?

Es geht uns bei allem was wir tun – gerade und erst recht in der Krise – immer um Lösungen für unsere Kunden. Dazu gehört, dass wir in der Lage sind, Ware aus Übersee in unser Landverkehrsnetzwerk einzuspeisen und in ganz Europa verteilen zu können. Dass unsere Zahnräder Luft, See und Straße so reibungslos ineinandergreifen, ist ein wichtiger Baustein, um gemäß unserer Mission die Logistikbilanz unserer Kunden zu optimieren.

Wenn Sie auf die Zeit seit Ihrer Berufung ins Dachser Executive Board zurückschauen, wie fällt da ihre ganz persönliche Bilanz aus?

Das ist für mich eine hochinteressante Zeit. Es gefällt mir, Herausforderungen mit Kreativität und robusten Lösungen zu begegnen. Gerade in anspruchsvollen Zeiten wie diesen hätte ich mir aber gewünscht, mehr unterwegs sein zu können, um Mitarbeitende im ganzen Netzwerk, Kunden und auch meine Vorstandskollegen persönlich zu treffen. Das war ja leider nicht oder nur sehr, sehr eingeschränkt möglich. So blieb dann oft nur die Videokonferenz. Da hoffe ich sehr auf möglichst baldige Rückkehr zu mehr Normalität.

Ein weltoffener
Praktiker:
Edoardo Podestà



Netzkompetenz



Von Belgien aus Lebensmittellogistik
in Europa voranbringen

Aufbruch in **Belgien**

Dachser Food Logistics ist seit Anfang April mit einer eigenen Landesorganisation in Belgien vertreten. Für die belgische Lebensmittelindustrie ergeben sich damit neue, vielversprechende Möglichkeiten.

Mit der Gründung einer eigenen Landesgesellschaft in Belgien spricht Dachser Food Logistics zukünftig von Tournai, einer Gemeinde nahe der französischen Grenze, gezielt die belgische Lebensmittelindustrie an. „Wir sehen in Belgien ein enormes Potenzial. Mit unseren kurzen Laufzeiten, einem breiten Produktportfolio und dem Fokus auf hohe Qualität können wir der exportorientierten belgischen Lebensmittelindustrie ein neues, attraktives Angebot machen“, erklärt Alfred Miller, Managing Director, Dachser Food Logistics.

Tournai liegt rund 90 Kilometer südwestlich von Brüssel, ist Teil der grenzüberschreitenden Region Lille-Kortrijk-Tournai und sorgt für die Abdeckung des westlichen Teils Belgiens. Den Angebotsschwerpunkt bilden Transportlösungen Richtung Deutschland und dem restlichen Mitteleuropa sowie Italien. Dabei kön-

nen über tägliche Verkehre 24-Stunden-Laufzeiten an Empfänger in Deutschland realisiert werden. Die direkte Anbindung an das European Food Network ermöglicht zudem die effiziente europaweite Zustellung mit festen Laufzeiten. 23 Netzwerkmitglieder sorgen für eine Abdeckung von insgesamt 34 europäischen Ländern.

Operativer Kooperationspartner von Dachser Food Logistics ist die TDL Group, mit der Dachser im Bereich Distribution bereits eng zusammenarbeitet. Das Unternehmen gehört in Benelux zu den führenden Anbietern von temperaturgeführter Logistik und verfügt über ein umfangreiches Netzwerk mit drei Cross-Dock-Anlagen in Belgien. Der Osten Belgiens wird weiterhin über die Dachser-Niederlassung Alsdorf im Dreiländereck Deutschland-Belgien-Niederlande bedient.

Gefragte Luftfracht-Qualität

Von Mai 2022 bis April 2024 setzt Dachser Air & Sea Logistics sein Charter-Programm auf der Strecke zwischen Shanghai und Frankfurt fort. Ein zum Frachter modifiziertes Passagierflugzeug verkehrt dazu an zwei Tagen die Woche zwischen Asien und Europa und transportiert jeweils 33 Tonnen. Dabei wird das Luftfrachtnetz eng an das europäische Dachser-Landverkehrsnetz angeschlossen, so dass die Kunden von lückenlosen Transporten ihrer Luftfrachtsendungen zwischen Asien und Europa profitieren.

Ende Mai hat Dachser zudem in Indien an seinen beiden Flughafenstandorten Hyderabad und Mumbai die IATA-Zertifizierung „Center of Excellence for Independent Validators in Pharmaceutical Logistics“ (CEIV Pharma) für den Transport von Life Science- und Healthcare-Produkten erneuert. Als Industriestandard deckt die CEIV Pharma-Zertifizierung die spezifischen Anforderungen von Versendern pharmazeutischer Produkte in Bezug auf sichere, regelkonforme und effiziente Luftfrachtdienste ab.



Luftfracht im Nachfrage-Hoch

Netzwerkausbau geht weiter

Dachser hat seine Warehouse-Kapazitäten im Logistikzentrum Hannover weiter ausgebaut. In Langenhagen bezieht die Niederlassung ein neues, 9.500 Quadratmeter großes Warehouse mit elf Überladebrücken, zwei Sprintertoren sowie zwei ebenerdigen Toren.

In Dettelbach bei Würzburg erfolgte der Spatenstich für eine neue, knapp 10.000 Quadratmeter große Logistikanlage mit rund 15.000 Palettenstellplätzen, die Dachser ab Mitte 2023 anmietet. Hier sollen vor allem Kontraktlogistikdienstleistungen für Kunden aus dem Industriegüter- und Lebensmittelbereich abgewickelt werden.

In Hörsching bei Linz hat Dachser Austria mit der Erweiterung seines hochmodernen Warehouses begonnen. Auf einer Grundfläche von 5.640 Quadratmetern entstehen zusätzlich zu den bisherigen 20.000 zusätzliche 10.500 Palettenstellplätze. Die Inbetriebnahme ist für Mitte November 2022 geplant.

Lkw-Komplettladungen von China nach Europa

Um chinesische Produktionsstätten weiterhin per Lkw direkt mit Abnehmern in Europa verbinden zu können, wickelt Dachser Cargoplus die Komplettladungsverkehre derzeit über eine südliche Ausweichroute ab. Der Transport verlässt China dabei über den Grenzübergang Alashankou in Richtung Kasachstan. Per Fähre geht es über das Kaspische Meer weiter nach Aserbaidschan, Georgien, durch die Türkei und von hier aus zu den Empfängern in Europa. Die Reisezeit beträgt so zwischen 26 und 30 Tagen. Angesprochen werden mit dem Service insbesondere die Branchen Fashion, Automotive, Chemie, DIY sowie Hersteller von Elektrogeräten und -komponenten sowie medizinischen Produkten.

Dachser Food Logistics: zertifizierte Qualität

Qualität spielt im Lebensmittelbereich eine entscheidende Rolle. Dachser Food Logistics wird regelmäßig nach der DIN EN ISO 9001:2015 zertifiziert. Die DEKRA bescheinigt der Business Unit nun erneut, dass sie die geforderten Kriterien erfüllt. Zertifiziert wurden die Bereiche Lagerung, Kommissionierung, Konfektionierung und Distribution nicht-temperaturgeführter und temperaturgeführter Lebensmittel für Groß- und Kleinversender. Das Zertifikat bestätigt allen 30 Dachser Food Logistics Standorten und Lagern in Deutschland, dass sie ein Qualitätsmanagementsystem entsprechend DIN EN ISO 9001:2015 eingeführt haben und aufrechterhalten. Neben ISO 9001:2015 verfügt die Business Unit über eine Zertifizierung nach IFS Logistics in der neuesten Fassung.

Mit dem Lkw Kontinente verbinden



Europalogistik: Iberia im Aufwind



Dachser hat ein weiteres Kapitel seiner Geschichte auf der Iberischen Halbinsel aufgeschlagen: mit der Inbetriebnahme eines neuen Standorts in Lissabon, dem Baubeginn einer neuen Niederlassung in Alicante, der vollständigen Einführung der standardisierten European Logistics Produktfamilie für Kunden in Spanien und Portugal sowie dem Start emissionsfreier Innenstadtbelieferung in Porto und Madrid.

9. Mai 2017: Auf der transport logistic-Messe in München wird Geschichte geschrieben. Am Dachser-Stand findet ein kleiner Festakt statt mit den Mitgliedern des Konzernvorstands und dem Managing Director der Business Unit EL Iberia. Die Nachricht lässt die Fachwelt aufhorchen: „Azkar wird zu Dachser – Dachser hat seine iberische Tochtergesellschaft Azkar Group in nur vier Jahren in sein europäisches Road Logistics-Netzwerk integriert.“ Die Landverkehrsorganisationen firmierten fortan als Dachser European Logistics Spain und Dachser European Logistics Portugal. Es war ein wichtiger Schritt auf dem Weg der vollständigen Integration der Iberischen Halbinsel in eines der umfassendsten Stückgut-Logistiknetzwerke in Europa. Darüber hinaus ist Dachser sowohl in Spanien als auch in Portugal mit seiner Air & Sea Logistics-Organisation präsent, die Europa mit den Märkten in den Regionen Asien-Pazifik und Amerika verbindet.

Was 2007 auf der Iberischen Halbinsel als Partnerschaft mit dem Transportunternehmen Azkar begann, 2017 zum Rebranding der Marke führte, wird heute als Erfolgsgeschichte von Dachser Iberia in eindrucksvollen Zahlen erlebbar: 2021 erwirtschaftete der Logistikdienstleister mit mehr als 2.900 Mitarbeitern an 66 Standorten in Portugal und Spanien einen Umsatz von rund 758 Millionen Euro. Dabei wurden mehr als 17,1 Millionen Sendungen bewegt, was einem Gesamtvolumen von rund 3,2 Millionen Tonnen entspricht.

Aufbruch in eine neue Ära

Nun wird dazu ein weiteres Kapitel der Unternehmensgeschichte aufgeschlagen. Dachser hat beim Ausbau seines Netzwerks auf der Iberischen Halbinsel seine Produktfamilie entargo auch auf den nationalen Märkten in Spanien und Portugal eingeführt. Die standardisierten Transportdienstleistungen umfassen die vier Produktlinien targospeed, targoflex, targofix und targo-onsite. Damit verbinden sich definierte Logistikdienstleistungen mit einer transparenten Kostenstruktur und einheitlichen Leistungsstandards. →

Mit entargo schlägt
Dachser Iberia die Brücke
ins Europa-Netzwerk



Dass nun alle iberischen Dachser-Niederlassungen die standardisierte European Logistics Produktfamilie vollständig eingeführt haben, bringt den Kunden deutliche Netzwerkvorteile.

Celestino Silva, Managing Director European Logistics Iberia bei Dachser

„Nach einer umfassenden operativen Restrukturierung – etwa der Implementierung neuer Prozesse auf der Ebene der Transit-Terminals, im Nahwie im Fernverkehr oder der Optimierung des internen Qualitätsmanagements durch die Einführung eines neuen Monitoringsystems – haben nun alle iberischen Niederlassungen die europaweiten Prozessstandards von Dachser vollständig eingeführt“, erklärt Celestino Silva, Managing Director European Logistics Iberia bei Dachser. „Das ist das Fundament für die Einführung von entargo. So heißen unsere europaweit standardisierten Transportprodukte mit fest definierten Laufzeiten und Qualitätsstandards. Das ist nur in einem umfassenden Netzwerk mit einheitlichen Logistikprozessen möglich und bringt den Kunden deutliche Netzwerkvorteile.“

Investitionen in die Zukunft

Begleitet wurde der Modernisierungskurs von Investitionen in die vorhandene Infrastruktur und Schaffung neuer Kapazitäten. So ging Ende Mai

nahe Lissabon ein neues Logistikzentrum in Betrieb. 13 Millionen Euro wurden in der Hauptstadtregion Portugals investiert. Mit dem Spatenstich Anfang dieses Jahres nimmt zudem derzeit eine 14-Millionen-Euro-Investition in Alicante im Südosten Spaniens Gestalt an. Im Hafen wird das neue Logistikzentrum ab Anfang 2023 auf einer Gesamtfläche von rund 51.200 Quadratmetern rund 11.300 Quadratmeter Logistikfläche bieten. „Unsere neue Niederlassung in Alicante wird mit den modernsten und innovativsten Technologien für den Frachtumschlag ausgestattet, um die Qualität der Dienstleistungen zu verbessern, Laufzeiten zu optimieren sowie die Möglichkeiten für künftiges Wachstum zu erweitern“, erklärt Celestino Silva.

Neues gibt es auch in Porto und Madrid. Dort wird nun das DACHSER Emission-Free Delivery Konzept umgesetzt. Seit dem Frühjahr werden alle Sendungen in einem definierten Liefergebiet in den beiden Innenstädten emissionsfrei mit einem vollelektrischen 7,5-Tonner-Lkw vom Modell FUSO eCanter zugestellt. Bis Ende 2022 soll DACHSER Emission-Free Delivery in insgesamt elf europäischen Metropolen eingeführt sein.

Darüber hinaus hat Dachser Iberia für seine täglichen Linienverkehre zwischen Madrid und Barcelona zwei Duo-Trailer-Kombinationen in Betrieb genommen. Bei einer Gesamtlänge von etwas mehr als 30 Metern können so mit nur einer Zugmaschine bis zu 134 Paletten mit Ware transportiert werden. „Mit dieser Transportkombination optimieren wir nicht nur den täglichen Verkehrsbetrieb zwischen den spanischen Wirtschaftsmetropolen, sondern wir reduzieren die Anzahl der nötigen Fahrten und der eingesetzten Fahrzeuge“, sagt Celestino Silva. Damit verringerten sich die Treibhausgasemissionen per transportiertem Kilogramm. „In diesem Jahr wollen wir zusätzlich vier Duo-Trailer-Kombinationen in Betrieb nehmen sowie mehr als 100 Megatrailer, die über einen größeren Laderaum verfügen als Standardauflieger.“

Für Celestino Silva sind dies wichtige Signale in dieser bewegten Zeit: „Dachser hat sich verpflichtet, seinen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und geht das Thema aktiv mit einer Strategie an, die auf Effizienz beim Energieverbrauch und bei den Produktions- und Logistikprozessen sowie auf Innovation und integrative Verantwortung setzt.“

M. Gelink

Die Produktfamilie

- **targospeed:** Die Waren werden in ganz Iberien und Europa auf Basis fester Laufzeiten in Abhängigkeit von der Entfernung transportiert. Diese zeitoptimierte Laufzeit gilt für alle europäischen Länder im Dachser European Logistics Netzwerk. Mit targospeed 12 können die Kunden die Lieferungen noch weiter beschleunigen und erhalten ihre Ware vor 12 Uhr.
- **targoflex** für Sendungen, die nicht zeitkritisch oder zeitgebunden sind, ermöglicht integrierte Transportleistungen zu wirtschaftlichen Tarifen und Standard-Laufzeiten, mit allen Vorteilen der entargo Produktfamilie.
- **targofix** ist das Produkt für im Vorfeld festlegbare Liefertermine.
- **targo on-site** ist das integrierte Dienstleistungskonzept von Dachser für B2C-Sendungen mit Zustellungen am Vormittag und Nachmittag nach vorheriger Terminvereinbarung an der Bordsteinkante. Bei targo on-site plus erfolgt die Lieferung an den Ort der Verwendung.



Hilfe für die Ukraine

Kinder und ihre Familien in der Ukraine oder auf der Flucht vor dem Krieg sind in höchster Not. Mit kostenlosen Transporten unterstützt Dachser Road Logistics Hilfsorganisationen in ganz Europa bei der Verteilung dringend benötigter Güter und Lebensmittel. Unter anderem übernahm die Berliner Niederlassung von Dachser das Kinderhilfswerk terre des hommes einen kostenfreien Transport von Medikamenten. Darüber hinaus stellen Dachser und terre des hommes ein langfristig angelegtes Projekt auf die Beine, das Kindern und Jugendlichen bei der Bewältigung psychologischer Folgen des Krieges hilft.

Durchgängig integriert.

Ihre Vorteile durch die IT-Lösungen von DACHSER:

- Nutzerfreundliche und kundenorientierte Applikationen
- Hoher Integrationsgrad durch die Vernetzung mit Kundensystemen
- Sicherer Datenaustausch in Echtzeit
- Größtmögliche Transparenz in allen logistischen Funktionen
- Effiziente Prozesse dank stabiler und verlässlicher Systeme