

SLA-Preisträger hautnah erlebt

Eurocopter und Agusta

Die Rega hat den diesjährigen Swiss Logistics Public Award erhalten. Grund für einen Besuch im Rega-Center am Zürcher Flughafen.



Während ich am Empfang noch den kleinen Plüschflieger der Rega bewundere, rollt hinten im Hangar das echte Pendant herein. Der Repatriierungsflug ist angekommen, keine fünf Meter vom Flugzeug entfernt wartet schon der Krankenwagen aus Graubünden. Nur eine Glastür trennt zwei Welten. Die Räumlichkeiten des Rega-Centers sind nicht nur Standplatz der drei Challenger-Jets, die Kranke und Verunfallte aus dem Ausland zurückholen. Dort befindet sich auch die Einsatzzentrale für die Schweiz, welche den wirklich «heissen» Teil der Rettungseinsätze koordiniert. Dieser wird von 13 Hubschrauberbasen erledigt, die sich gleichmässig über die ganze Schweiz verteilen. Drei davon sind von Partnern im Auftrag der Rega betriebene Helibasen.

Egal ob Autobahn oder Gletscherspalte

Während nämlich die schicken Flugzeuge normalerweise zu vergleichsweise gut planbaren Missionen abheben, stehen die Hubschrauber und ihre Besatzungen bereit, um in sogenannten «Primäreinsätzen» schnellstens erste Hilfe an den Unfallort zu bringen.

Ob das nun die Autobahn oder eine Gletscherspalte ist, spielt dabei keine wesentliche Rolle. Die Geschwindigkeit hingegen schon. Binnen fünf Minuten hat der Heli in der Luft zu sein, dank der zahlreichen Basen ist kein Ort der Schweiz weiter als 15 Flugminuten entfernt. Ausnahme ist der Kanton Wallis, der über eine eigene Zentrale die eigenen Mittel einsetzt. Nachts orientiert sich die Bereitschaftszeit am Einsatzaufkommen der jeweiligen Region und liegt zwischen 20 und 40 Minuten.

Direkter Alarm, schneller Alarm

Wesentliches Element für die schnelle Hilfe ist auch, dass die Rega über die schweizweite Nummer 1414 direkt alarmiert werden kann. Dadurch entfällt z.B. im Gebirge der sonst übliche zweistufige Alarmweg über Sanitätsnotruf oder Polizei. Während ein Einsatzleiter bei dringenden Einsätzen die eingehenden Angaben wiederholt, spricht ein anderer gleichzeitig mit der zuständigen oder verfügbaren Helikopterbasis. Der Zustand aller Basen wird auf einem grossen Übersichtsmonitor anhand farbiger Balken angezeigt. So sieht man sofort, ob der jeweilige Heli «einsatzbereit», auf dem «Hinflug zum

Unfallort», «gelandet am Unfallort», «im Spital» oder sonst wo ist. Ein anderer, erst jüngst aufgeschalteter Monitor zeigt eine mit zahlreichen Webcam-Bildern überlagerte Schweizer Karte an. Dank dieser Information weiss man sofort, ob z.B. das Insspital Bern gerade im Nebel liegt, während in Thun die Sicht noch gut ist. Das erlaubt eine vorausschauende Avisierung des Krankenhauses, das der Heli anfliegen wird.

AMOS unterstützt die Wartung

Im Keller des Rega-Centers befindet sich das grosse Ersatzteillager. Flugzeuginstrumente, Rotorblätter für Helikopter, Tragebahnen, Bergseile und Medikamente lagern Seite an Seite, insgesamt mehr als 18 000 verschiedene Teile. Bewirtschaftet wird das Lager von fünf Mitarbeitern, unterstützt von einer «AMOS» genannten Spezialsoftware aus der Luftfahrt. Nicht nur die drei Challenger, sondern auch sämtliche Helikopter der Rega werden in Kloten unterhalten und gewartet. Derzeit sind das fünf Eurocopter EC145 und sieben Agusta A 109.

Einer dieser schmalen italienischen, für den Gebirgseinsatz konzipierten Helikopter steht gerade seiner «Karosserie» und seiner Rotorblätter entkleidet im Hangar. Vier Mechaniker erledigen die alle 100 Flugstunden vorgeschriebene Wartung. Sie arbeiten gleichzeitig an der Maschine, um schnell die Einsatzbereitschaft wiederherzustellen. Einer klopft mit einem kleinen Hämmerchen die Rotorblätter ab – mit diesem rein akustischen Test kann man Schwachstellen im Compoundmaterial feststellen. Mittlerweile steht das Reisegepäck der mit der Challenger repatriierten Person vor dem Krankenwagen, die Tragbahre rollt heran. ||

Alexander Saheb



Logistikmarktstudie 2009, 2. Auflage

Der Logistikmarkt Schweiz ist weiter auf Fahrt

Der Logistikmarkt ist um weitere 2 Milliarden Franken angestiegen. Der Dornröschenschlaf ist beendet. GS1 network im Gespräch mit Prof. Dr. Wolfgang Stölzle, Ordinarius, Lehrstuhl für Logistikmanagement an der Universität St. Gallen, Dr. Erik Hofmann und Konstantin Gebert über die Herausforderung, Transparenz zu schaffen, und andere Hürden.

GS1 network: Wie ist der Schweizer Logistikmarkt im Vergleich zu den europäischen Nachbarn positioniert?

Wolfgang Stölzle: Der Logistikmarkt hat bis zum letzten Jahr in der Schweiz so eine Art Dornröschenschlaf gehabt. Man wusste viel zu wenig über ihn und hat ihn deshalb auch massiv unterschätzt. Die Schweiz ist bekannt für andere Märkte, wie den Tourismusmarkt oder den Finanzmarkt, aber nicht für den Logistikmarkt. Insofern hat die Logistikmarktstudie Transpa-

renz geschaffen und die wirtschaftliche Bedeutung im Hinblick auf das Wertvolumen und die Arbeitsplätze des Marktes aufgezeigt.

Wenn wir die Werte, die der Logistikmarkt Schweiz in Relation zum Bruttoinlandprodukt oder in Relation zur Gesamtbevölkerungszahl aufweist, mit dem deutschen Logistikmarkt vergleichen, dann kann er sich sehr gut sehen lassen. Die Grössenordnungen stimmen, das hat doch sehr viele überrascht.

Vergleiche mit anderen Märkten sind momentan noch sehr schwierig, weil es bisher nur für den deutschen und den Schweizer Logistikmarkt detaillierte und vor allem auch wiederkehrende, nach einem gewissen Standard aufgezeichnete Untersuchungen gibt. Andere Märkte sollen aber folgen. Anstrengungen, eine europäische Marktstudie zu entwickeln, zeichnen sich ab. Der harte Zahlenvergleich muss sich momentan noch auf den deutschen Markt konzentrieren.

Was wir schon heute sehr gut aufzeigen können, das sind die Verflechtungen der Märkte. Wir haben die internationalen Transportkorridore und die Export-/Importströme untersucht. Die Studie macht deutlich, dass der Schweizer Logistikmarkt kein Binnenmarkt ist, sondern dass er sehr enge Verflechtungen mit den europäischen Nachbarländern hat. Insofern unterstreicht dies die Notwendigkeit, auf europäischer Ebene eine Marktbeurteilung aufzubauen.

Welche Neuerung weist die zweite Ausgabe der Logistikmarktstudie gegenüber der ersten auf?

Erik Hofmann: Wir haben die Inhalte im Hinblick auf die zweite Auflage komplett überarbeitet und aktualisiert. Das Volumen des Gesamtmarkts haben wir neu geschätzt. Dabei haben wir drei unabhängige Wege eingeschlagen: über die Beschäftigungsstatistik, über die Angebotsseite sowie über die Nachfrageseite. Zudem

haben wir Begriffsschärfungen vorgenommen, Impulse aufgenommen sowie Definitionen weitergeführt und ausgebaut.

«Der Logistikmarkt ist von 2006 auf 2007 um 2 Milliarden Franken angestiegen.»

Neu wurde der Querschnittsmarkt Konsumgüterlogistik untersucht und in die Studie aufgenommen. Ein weiterer Aspekt, den wir aufgegriffen und untersucht haben, sind die Import-/Exportströme der Schweiz in Bezug auf Produktgruppen, Verkehrsträger und Destinationen. Neue Inhalte liefert auch die Auswertung der eigens erstellten Datenbank für Logistikimmobilien bezüglich der aktuellen Entwicklung. Das Top-100-Ranking ist eine weitere Neuerung und listet die grössten Logistikdienstleister der Schweiz hinsichtlich der erzielten Umsätze und der beschäftigten Mitarbeiter auf.

Wer führt die Top-100-Liste an?

Erik Hofmann: Die Liste wird angeführt von zwei Unternehmen, die in Staatshand sind. Das ist auf der einen Seite die Schweizerische Post mit ihren Einheiten PostMail und PostLogistics,

und auf der andern Seite die SBB Cargo. Das sind die beiden grössten Logistikdienstleister der Schweiz.

Wolfgang Stölzle: Die Logistikkonzerne wie Panalpina und Kühne & Nagel sind natürlich nicht mit ihrem weltweiten Umsatz in dem Top-100-Ranking vertreten. Wir haben nur die Umsätze und die Geschäftsaktivitäten miteinbezogen, welche die Schweiz berühren. So haben wir beispielsweise bei DHL auch nur die Schweizer Landesgesellschaft berücksichtigt.

Gibt es Überraschungen im Vergleich zur ersten Ausgabe? Kann man überhaupt von Überraschungen reden?

Konstantin Gebert: Vielleicht nicht eine Überraschung im eigentlichen Sinn, aber eine erfreuliche Feststellung. Der Logistikmarkt ist von 2006 auf 2007 um 2 Milliarden Franken angestiegen. Das entspricht einem durchschnittlichen Wachstum von 7,5 Prozent. Er ist also schneller angestiegen als das Bruttoinlandsprodukt, welches um 3,1 Prozent zunahm. 2007 war ein gutes Jahr für die Logistik.

Wolfgang Stölzle: Wenn wir jetzt von 2006 und 2007 sprechen, dann sprechen wir trotzdem über die Logistikmarktstudie 2009. Das hat damit etwas zu tun, dass das Datenmaterial von den statistischen Ämtern und die Geschäftsabschlüsse, mit denen wir arbeiten können, sich auf das Jahr 2007 beziehen. Dort, wo die Zahlen und das Veröffentlichungsdatum nicht direkt zusammenpassen, werden sie dann

entsprechend hochgerechnet und nivelliert. Wir beschreiben also mit der Logistikmarktstudie 2009 das Jahr 2007. Das wird übrigens in Deutschland genauso gemacht.

Erik Hofmann: Negativ überrascht hat uns die äusserst zurückhaltende Auskunftsbereitschaft, insbesondere der Schweizer Logistikdienstleister, bezüglich der Markttransparenz. Das hat uns dann auch ein Stück weit das Leben schwer gemacht und uns sehr viel Mühe gekostet, aussagekräftige Daten zu beschaffen.

Wolfgang Stölzle: Die Bereitschaft war durchgewachsen. Viele haben das Datenblatt sehr gewissenhaft ausgefüllt und andere haben es einfach abgelehnt. Das fliesst natürlich direkt in die Qualität der Daten und in die Schlussfolgerungen mit ein. Wenn Unternehmen uns keine Antworten geben, dann müssen wir mit geschätzten Angaben operieren.

Woran liegt diese mangelnde Auskunftsbereitschaft?

Wolfgang Stölzle: Wenn Sie versuchen, einen Markt erstmalig mit Zahlen zu durchleuchten, dann gibt es nicht nur Gewinner, sondern auch solche, die fürchten, Verlierer zu sein. Viele haben in der Intransparenz gut gelebt, indem beispielsweise Margen oder Preise nicht bekannt waren. Insofern gefällt nicht allen Akteuren auf dem Markt, dass man ihn transparent macht.

«Ein wichtiger Markt in der Schweiz ist die Stückgutlogistik.»

Die erste Studie hat eine sehr grosse Resonanz erfahren. Einzelne Akteursgruppen sind auf uns zugegangen und haben Verbesserungsvorschläge gemacht. Wir haben diese Impulse aufgenommen und hoffen jetzt, dass bei

den Akteuren, die sich an der Studie nicht aktiv beteiligt haben, ein gewisser Bewusstseinswandel in Gang gesetzt wird und sie sich dann das nächste Mal beteiligen. Vielleicht war auch unsere Erwartungshaltung, was die Top-100 Befragung angeht, etwas hoch.

Welche Segmente in der Logistik wachsen besonders stark?

Wolfgang Stölzle: Wir müssen momentan noch vorsichtig sein, weil wir das erste Mal Vergleichsdaten haben und über eine Fortschreibung verfügen. Insofern haben wir noch keine langjährige Entwicklungsschiene, die wir beleuchten können. Aber ein sehr wichtiger und grosser Markt in der Schweiz ist die Stückgutlogistik. Das spiegelt sich auch in Ergebnissen zur Konsumgüterlogistik wider, die als Querschnittsmarkt geführt wird.

Erik Hofmann: Die Kontraktlogistik als leistungsbezogener Querschnittsmarkt verfügt über ein grosses Wachstumspotenzial. Die Anbieter



Angaben zur Person

Prof. Dr. Wolfgang Stölzle

Geburtsdatum	7. Oktober 1962
Zivilstand	Verheiratet, 2 Kinder
Hobbys	Alpinski, Mountainbike und Rennrad
Ausbildung	Studium der Wirtschaftswissenschaften und der Betriebswirtschaftslehre, Promotion, Habilitation
Berufliche Laufbahn	1999: Ruf an die TU München 2001: Ruf an die Universität Duisburg-Essen 2004: Ruf an die Universität St. Gallen

Five Star Logistics®

In einer arbeitsteiligen Welt werden selbst industrielle Meisterwerke nur dann als Höchstleistungen anerkannt, wenn auch die Logistik stimmt. Ob Ihre Warenwirtschaft hierfür modulare oder massgefertigte Logistikprozesse erfordert oder sogar besondere Safety & Security-Ansprüche stellt – bei Five Star Logistics® sind Sie allemal an der richtigen Adresse. Ein Mail oder Anruf genügt (5star@general-transport.com; Tel. +41 61 319 25 42) und wir unterstützen Ihren Erfolg mit der richtigen Lösung.

GT – Setting new standards

GENERALTRANSPORT

• BMS

von Kontraktlogistiklösungen können hier wachsen, indem sie ihren Kunden ganze Leistungsbündel anbieten. Mit Mehrwertdienstleistungen kann dieses Segment noch ordentlich zunehmen.

Wie wird sich der Schweizer Logistikmarkt entwickeln? Ist weiterhin mit einem Wachstum zu rechnen?

Erik Hofmann: Der Markt ist zumindest im ersten Halbjahr 2008 überproportional gewachsen. Das ist sicher auf die Erhöhung der LSV und auf die steigenden Energiekosten zurückzuführen. Die momentane Finanzkrise ist aber auch in der Branche spürbar. Die Zeiten der billigen Kapital- und Kreditkosten sind vorbei.

«Die Kontraktlogistik verfügt über ein grosses Wachstumspotenzial.»

Wolfgang Stölzle: Der Logistikmarkt wächst allein schon deshalb, weil die eingesetzten Ressourcen teurer werden und damit die Preise steigen. Das Wertevolumen nimmt zu. Die Logistik wird aber nicht in dem Umfang wie bist jetzt aufgrund eines realen Wachstums ansteigen oder sich weiterentwickeln, sondern vor allem aufgrund eines wertbezogenen Wachstums der eingesetzten Produktionsfaktoren. Logistikleistungen entstehen nicht aus dem Nichts heraus, sondern nur

wenn es einen wirtschaftlichen Austausch gibt. Wenn die Wirtschaft in eine Stagnation oder in eine Rezessionsphase gerät, dann spürt es auch die Logistik, weil weniger Warenaustausch stattfindet. Das dämpft natürlich die reale Entwicklung des Marktes.

Welche Folgen haben die Finanzkrise und die in Zukunft steigenden Energiekosten auf die Logistikkonzepte der Zukunft?

Wolfgang Stölzle: Im Moment besteht in allen Wirtschaftsbereichen eine starke Unsicherheit, was sich auch auf die Investitionsvorhaben auswirkt. Die Finanzkrise wird die Logistik nur in gedämpfter Form erreichen. Selbst bei einem stagnierenden Güteraustausch führt die verstärkte Arbeitsteilung in der Branche zu einer erhöhten Nachfrage bei Logistkdienstleistungen. Auch der noch anhaltende, ungebrochene Trend zur Globalisierung und die damit verbundene Überwindung der Transportdistanzen bringen der Logistik mehr Geschäfte. Spüren werden es besonders Kleinunternehmen, die unmittelbar von der verminderten Leistungsfähigkeit der Kreditinstitute betroffen sind.

Konstantin Gebert: Die Energiekosten stellen einen beachtlichen Teil der Transportkosten und folglich der gesamten Logistikkosten dar. Das führt dazu, dass sich die Strategien immer mehr an den Transporten ausrichten. Die steigenden Kosten veranlassen Unternehmen, ihre Distributionskanäle zu überdenken und zu restrukturieren. Wir stellen fest, dass wegen der hohen

Transportkosten teilweise eine Rückverlagerung der Produktionsstandorte an die eigentlichen Absatzmärkte stattfindet.

Auch die veränderte Kundenwahrnehmung im Bereich der Nachhaltigkeit wird die Logistikkonzepte beeinflussen. In der Beschaffung zeichnet sich bereits jetzt eine Tendenz zur Abschwächung des Global Sourcing in Richtung des Regional Sourcing ab. Es wird nicht mehr weltweit beliebig produziert, sondern es wird versucht, wieder an die Ausgangsmärkte zurückzukehren, um so unnötige Transportkosten und Emissionen zu vermeiden.

Wolfgang Stölzle: Es ist wichtig, dass man sehr genau unterscheidet, in welchen Produktbereichen man sich

bewegt. Je nach Produktkategorie wird es grosse Unterschiede geben. Produkte, die eine hohe Transportkostempfindlichkeit aufweisen, die grossvolumig sind, die ein grosses Gewicht haben und deren Wert gemessen am Volumen bzw. am Gewicht somit niedrig ist, werden das zuerst spüren. Das sind landwirtschaftliche Produkte, das sind Rohstoffe und Baustoffe. Dort tun erhöhte Transportkosten richtig schnell weh. In diesen Bereichen sollte nachgedacht werden, ob nicht wieder stärker regionalisiert werden soll, um so teure Transporte bezogen auf den Wert zu vermeiden.

Hochwertige, kleinvolumige und niedriggewichtige Produkte wie Handys oder MP3-Player spüren die Transportkostenerhöhung, wie wir sie in letzter Zeit erlebt haben, eigentlich gar nicht. Auf diesen Märkten wird sich jetzt noch nichts tun. Da muss noch einiges passieren, bis über eine Restrukturierung von Distributionskanälen nachgedacht wird.

Welche Zukunftsstrategien müssen Transport- und Logistkdienstleister verfolgen, damit sie auch in den nächsten 10 Jahren erfolgreich bestehen können?

Konstantin Gebert: Bei den Zukunftsstrategien zeichnen sich zwei Tendenzen ab. Ein Trend geht in Richtung Fokussierung auf einen Geschäftsreich oder auf eine Branche, gepaart

mit hoher Fachkompetenz, um am Markt konkurrenzfähig zu bleiben. Die andere Entwicklung geht in Richtung Full-Service-Provider. Dabei werden viele Logistikfunktionen zu einem komplexen Leistungspaket gebündelt. Das Angebot orientiert sich dabei an den Wünschen und Anforderungen des Kunden. Dazu sind grosse Netzwerke notwendig, die auch Kooperationen mit regionalen Anbietern einschliessen.

Wolfgang Stölzle: Bei den Schweizer

«Die Aufgaben, für den Logistkdienstleister werden immer komplexer.»

Akteuren, welche die Netzwerkstrategie verfolgen, sehe ich einen Spannungsbogen. Die erfolgreich aufgebauten Stückgutnetze in der Schweiz verfügen über keine adäquate internationale Anbindung. Sie haben zwar Kooperationspartner, mit denen sie zusammenarbeiten, aber der Güterfluss ist an der Grenze physisch unterbrochen. Insofern schützt die Zollgrenze den nationalen Markt. Einige nationale Akteure fahren damit ganz gut. Für die Unternehmen, die über Netzwerkarrangements an der Globalisie-

rung partizipieren wollen, stellt die Grenze eine Barriere dar. Viele internationale Konzerne haben deshalb Tochtergesellschaften in der Schweiz gegründet. Weil sie alle wissen, dass hier in der Schweiz andere Spielregeln herrschen und dass der Markt auch anders abläuft.

Unternehmen, die EU-weit aktiv sind, spüren die Landesgrenzen überhaupt nicht mehr. Da spielt es gar keine Rolle, ob Sie einen Hub in den Niederlanden, in Belgien oder in Deutschland betreiben. Die fahren einfach über die Grenze. Da wird unter rein logistischen Gesichtspunkten optimiert. Demgegenüber müssen Unternehmen, die in der Schweiz aktiv sein wollen, mit einer eigenen Gesellschaft präsent sein. Und die Anbindung an die europäischen Netze erfolgt nur sehr lose.



Angaben zur Person

Dr. Erik Hofmann

Geburtsdatum	24. Oktober 1973
Zivilstand	Verheiratet
Hobbys	Telemarski, Wandern und Segeln
Ausbildung	Studium des Wirtschaftsingenieurwesens und Promotion
Berufliche Laufbahn	1999–2004: Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Technische Universität Darmstadt Seit 2004: Projektleiter und Habilitand, Universität St. Gallen



Erik Hofmann: In den kommenden Jahren wird der Ausbildungsstand der Mitarbeiter ein wichtiger Faktor sein. Die Aufgaben, die ein Logistikdienstleister erbringen muss, werden immer komplexer. In Zukunft kommen viele nichtlogistische Leistungsbestandteile hinzu. Die Entwicklung, Planung und Optimierung der globalen Netzwerke und die damit zusammenhängenden logistischen Abläufe verlangen viel Know-how bei den Mitarbeitern. In deren Ausbildung zu investieren ist eine wichtige Zukunftsstrategie.

«In die Ausbildung der Mitarbeiter zu investieren ist eine wichtige Zukunftsstrategie.»

Auch die Flexibilitätsanforderung wird in Zukunft steigen. An den starken Wandel hat sich auch der Logistikdienstleister anzupassen. In Zukunft werden zunehmend «flexible» Immobilien oder ein Netzwerk von Immobilien nachgefragt. Logistikdienstleister möchten sich dort kurzfristig einmieten, und zwar so lange, wie der Vertrag mit dem verladenden Kunden dauert.

Wir werden sich die Beschaffungsmärkte bis 2019 entwickeln?

Welche Szenarien sind denkbar?

Wolfgang Stölzle: Die Community ist sich dahingehend einig, dass die der-

zeitigen Trends und Megatrends anhalten werden. Die Handelsbarrieren werden sinken. Es wird eine stärkere Verflechtung nicht nur innerhalb von Europa geben, sondern auch mit Afrika. Wie die Entwicklung in Asien weitergeht, darin sind sich die Fachkollegen uneinig. Momentan stehen die BRIC-Staaten, also Brasilien, Russland, Indien und China, als Synonym für Wachstum. Trotz vieler Gemeinsamkeiten entwickeln sich diese Länder aber alles andere als gleichmässig.

Die Vergangenheit hat uns gelehrt, dass wir bei allen diesen Prognosen ganz selten oder fast nie einen Trendbruch aktiv mit aufgenommen haben. Aktuelle Beispiele zeigen uns auf, wie wir mit Trends umgehen. Noch im Sommer haben wir uns Gedanken gemacht, wo Treibstoff und Energie herkommen können. Das Thema ist nach wenigen Wochen wie vom Tisch gewischt. Jetzt reden wir alle über die Mega-Finanzkrise und nächstes Jahr werden die Diskussionen über das Verschwinden der Milliardenpakete deutlich abgekühlt sein. So schwingen wir uns in nur wenigen Monaten von Hype zu Hype, ohne dass diese Entwicklungen in mittel- und langfristige Prognosen Eingang finden.

Warum so zurückhaltend?

Wolfgang Stölzle: Ich bin vorsichtig mit Prognosen. Wie gesagt, es ist von stärkeren Verflechtungen als heute auszugehen. Es wird Verwerfungen bei den Transportkosten geben und das wird einzelne Branchen treffen. Wir können uns alle überlegen, ob wir in zehn Jahren noch Tafelwasser aus

Südfrankreich trinken müssen, oder ob wir uns nicht auf Produkte aus der Region konzentrieren sollten. Aber eine Aussage zu machen, wie viel Prozent der Logistikmarkt der Schweiz von der Wirtschaftsentwicklung in Afrika profitiert, das halte ich für unseriös. Wir können in unserem Geschäft keine derartigen Vorhersagen seriös treffen.

Was war Ihre grösste logistische Herausforderung in der jüngsten Vergangenheit?

Wolfgang Stölzle: Eine grosse logistische Herausforderung ist für mich immer noch, komplexe Dienstreisen in öffentlichen Verkehrsmitteln zu bewältigen.

Erik Hofmann: Bei mir war es die Geschenklogistik in Kombination mit dem Teilmarkt Briefdienst. Meine Hochzeit fand nämlich in Teilen Deutschlands, Österreichs und der Schweiz statt.

Konstantin Gebert: Meine grösste logistische Herausforderung war der Umzug von Deutschland in die Schweiz. Die Transporte fanden primär mit dem PKW statt. Gefordert wurde ich bei der optimalen Ausnutzung der Ladekapazität. ||

Die Fragen stellte Joachim Heldt

EPAL und GS1 Schweiz klären auf

WORLD-Palette ist kein Schnäppchen

Seit März 2008 versucht ein ehemaliger Lizenznehmer der EPAL, die Firma Falkenhahn aus Deutschland, mit ihren als «WORLD» bezeichneten Paletten dem Europalettenpool Konkurrenz zu machen. Die European Pallet Association (EPAL) warnt: Die WORLD-Paletten sind keine Europaletten und können nicht im Europalettenpool getauscht werden.

EPAL macht auf folgende Umstände aufmerksam:

- WORLD-Paletten sind nicht mit EPAL/EUR-Paletten tauschbar.
- WORLD-Paletten sind in der Handhabung als Einwegpaletten zu betrachten.
- WORLD-Paletten können nur mit anderen WORLD-Paletten getauscht werden.
- Die Produktion der WORLD-Paletten wird nicht durch EPAL kontrolliert.
- Die Firma Falkenhahn hat keine Lizenz zur Produktion von EPAL-Paletten

Für die EPAL ist die Ähnlichkeit mit der Europaletten gewollt. Die Verwechslungsgefahr ist gross. Die WORLD-Paletten sehen den Europaletten täuschend ähnlich. Neben dem Markeneinbrand und der Herstellerkennzeichnung werden sogar kleinste Details, wie die Prüfklammer auf dem Mittelklotz der Längsseite, nachgeahmt.

EPAL hat bis jetzt die Werbekampagnen der WORLD-Palette sportlich genommen. Aber aufgrund der ständigen Versuche, den Eindruck der Tauschfähigkeit zu erwecken, geht EPAL nun in die Offensive.

Der Verwechslungsgefahr vorbeugen

Mit einer sich deutlich in den Marken oder in der Farbe unterscheidenden Konkurrenzpalette habe die EPAL kein Problem und werde sich der Herausforderung gerne stellen. Offensichtlich ist die Intention bei der WORLD-Palette eine andere. Mitbewerber wie zum Beispiel die Mietpalettenanbieter CHEP markieren ihre Paletten farbig, damit eben keine Verwechslungsgefahr besteht.

Tauschpool nicht vorhanden

Die Verbände stellen nochmals klar: WORLD-Paletten sind keine Europaletten und können im offenen Europalettenpool nicht getauscht werden. Die Ähnlichkeit der Paletten und die dadurch ausgelöste Verwechslungsgefahr sind bewusst und stellen ein grosses Ärgernis dar.

Dass die WORLD-Palette keine Alternative zur Europalette darstellt, geht auch aus einem Gerichtsbeschluss hervor. Das Landgericht Meiningen

hat der Falkenhahn AG untersagt, zu behaupten, WORLD-Paletten könnten ohne Umstellung sofort und problemlos für die Lager- und Transportlogistik der Verwender eingesetzt werden und seien mit einer Ersparnis von bis zu 20 Prozent der Handlingkosten verbunden. Dies würde aber voraussetzen, dass für WORLD-Paletten ein Tauschpool existiert. Da aber die Falkenhahn AG die Paletten verkauft, kann von einem Tauschpool und folglich auch von Einsparungen bei den Handlingkosten nicht die Rede sein. Auch darf Falkenhahn die WORLD-Paletten nicht mehr als «neuen Ladungsträger», als «Weltneuheit» oder als «Innovation» bezeichnen oder behaupten, WORLD-Paletten seien «stabiler» als Europaletten.

Wer steckt dahinter?

Offizieller Lizenzgeber der WORLD-Palette ist das Unternehmen World Pallet Establishment in Liechtenstein. Inhaber der Marke WORLD ist aber niemand anders als der Vorstand des Herstellers der WORLD-Paletten, der Falkenhahn AG in Deutschland, eines ehemaligen Lizenznehmers der EPAL. Dies erklärt auch, warum bis heute niemand ausser der Falkenhahn AG WORLD-Paletten herstellt und repariert.

Warenannahme verweigert

EPAL und GS1 Schweiz raten dringend allen Benutzern von Europaletten, darauf zu achten, dass sie wirklich nur Europaletten mit dem Einbrand EUR bzw. EPAL untereinander tauschen. In der Zwischenzeit sind schon die ersten Fälle bekannt geworden. Empfänger haben die Annahme der Ware auf WORLD-Paletten verweigert oder gedroht, die Ladung kostenpflichtig auf Europaletten umpacken zu lassen. Zum Teil werden sogar dem Versender Entsorgungskosten für die WORLD-Paletten berechnet. Damit wird das vermeintliche Schnäppchen dann doch recht teuer und hat einige Schnäppchenjäger ganz schnell kuriert. ||

Thomas Bögli



Angaben zur Person

Konstantin Gebert

Geburtsdatum	22. Mai 1982
Zivilstand	Ledig
Hobbys	Alpinski, Fussball und Kochen
Ausbildung	Studium des Wirtschaftsingenieurwesens
Berufliche Laufbahn	Seit 2008: Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Universität St. Gallen

Weitere Informationen

GS1 Schweiz

Thomas Bögli
Länggassstrasse 21
CH-3012 Bern

Tel. +41 (0)58 800 71 61
E-Mail: t.boegli@gs1.ch