

DENKFA3RIK⁺

NEUE IDEEN FÜR DEN TRANSPORT DER ZUKUNFT

LANGFRISTIG DENKEN ERFOLGREICH HANDELN

Mit starken Partnern die Zukunft meistern

+ GEMEINSAM STÄRKER

Wettbewerbsfähig dank
Partnerschaften

Seite 08

+ NACHHALTIGE VERBINDUNG

Beate Paletar und Bernard
Krone im Interview

Seite 17

+ HOCH IM NORDEN

Mit den Brüdern Carstensen
unterwegs in Flensburg

Seite 26

SIND SIE EINZEL- KÄMPFER ODER TEAM- PLAYER?

Die Kraft der Gemeinschaft – hat sie auch Auswirkungen auf unsere Lebenserwartung? Nicht allein eine gesunde Lebensweise mit viel Bewegung, ausgewogener Ernährung und dem Verzicht aufs Rauchen spielt eine Rolle. Laut einer Metastudie australischer Wissenschaftler belegen „Unterstützung durch andere“ und „in Gemeinschaften eingebunden sein“ die ersten

beiden Plätze. Klar wissen wir um den Wert sozialer Beziehungen und funktionierender Partnerschaften, aber auch Gruppenaktivitäten, egal ob in der Freizeit oder am Arbeitsplatz, sind wichtig für unsere Gesundheit und haben Einfluss auf unsere Lebenserwartung. Anscheinend tragen wir das evolutionäre Erbe noch in uns, denn schon für unsere Vorfahren war die Gemeinschaft überlebenswichtig.

Liebe Leserinnen und Leser!

Die komplexen Herausforderungen, mit denen alle Akteure in Transport und Logistik derzeit konfrontiert sind, lassen sich kaum noch allein bewältigen. Nur wer bereit ist, gemeinsam mit anderen vorwärtszugehen, neue Ideen zu entwickeln und dabei auch Ressourcen wie Wissen und Daten zu teilen, wird in der Zukunft bestehen können.

Auch wir bei Krone setzen deshalb konsequent auf langfristige Partnerschaften – mit unseren Kunden, mit Lieferanten und mit anderen Unternehmen. In dieser Ausgabe der DENKFABRIK zeigen wir Ihnen, wie breit das Netzwerk von Krone europaweit aufgespannt ist und mit welchen Partnern wir agieren. Außerdem stellen wir Kunden vor, die teils seit Jahrzehnten auf uns und unsere Produkte vertrauen. Sie erfahren, welche Vorteile eine verlässliche Zusammenarbeit bietet und wie sie auf Augenhöhe gelingt. Zu den Erfolgsfaktoren zählen Vertrauen, Offenheit und Zuverlässigkeit. Ein Beispiel dafür ist die Partnerschaft mit Schwarzmüller: Gemeinsam mit dem österreichischen Hersteller erweitern wir unsere Kompetenzen und unser Portfolio. Wie diese Kooperation ausgestaltet wird und was das für Sie als Kunden bedeutet, berichten Beate Paletar und Bernard Krone in einem Interview in dieser Ausgabe.

Partnerschaft ist eine Haltung und sie ist ein Weg – wir sind stolz darauf, dass wir diesen Weg mit Ihnen gehen dürfen, und möchten auch an dieser Stelle betonen, dass wir immer ansprechbar sind: Sagen Sie uns, wie wir Sie unterstützen können, teilen Sie uns Ihre Anregungen und Wünsche mit!

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre und viele inspirierende Impulse!



Ihr Dr. Frank Albers



Dr. Frank Albers,
Geschäftsführer
Vertrieb und Marketing

TITEL: ADOBESTOCK/VICTORIA FOTOS: ISTOCK/SJO, KRONE



FOLGEN SIE UNS AUCH AUF

-  facebook.com/kronetrailer
-  x.com/kronetrailer
-  tiktok.com/@kronetrailer
-  linkedin.com/company/krone-commercial-vehicle-group
-  instagram.com/kronetrailer
-  youtube.com/user/KroneTrailer
-  allen bekannten Podcast-Portalen

Partnerschaften

02 Denkanstoß

03 Editorial

06 Blue Notes

+ TITELTHEMA

08 Verbindungen mit Mehrwert

Partnerschaften können Transport und Logistik stärken – wir beleuchten Erfolgsfaktoren, Chancen und Herausforderungen.

17 Interview

Die strategische Partnerschaft von Krone und Schwarzmüller ist ein starkes Zeichen für die Nutzfahrzeugindustrie der Zukunft. Ein Interview mit Beate Paletar, Inhaberin der Schwarzmüller Gruppe, und Bernard Krone, Aufsichtsratsvorsitzendem der Krone Gruppe.

20 Reality Check

Krone hat ein starkes europaweites Vertriebs-, Produktions- und Servicenetz aufgespannt, das Kundennähe, reibungslosen Service und ein tiefes Verständnis für die regionalen Märkte bietet.



22 Der „First Mover“ aus Oberbayern

Mit intermodalen Transportlösungen und eigenen E-Ladestationen ist die **Spedition Dettendorfer** innovativer Vorreiter.

25 Stage

mykrone.blue ist eine smarte Plattform, die Schadensmanagement, CO₂-Transparenz sowie Kontrolle über den gesamten Trailerlebenszyklus in einem digitalen Ökosystem vereint.



14 Ein Meister der Effizienz

Spediteur **Rainer van Mark** definiert Effizienz neu: Seine sechs Fahrzeuge bringen es auf 250.000 Kilometer Laufleistung pro Jahr.

26 Mittendrin

Die Brüder **Christian und Thies Henrik Carstensen** entwickeln ihr Familienunternehmen zum digitalen Logistikdienstleister weiter. Ralf Faust traf sie zu einem Spaziergang in Flensburg.

31 Big Picture

Das Chassis ist die Basis des Trailers – verzinkte Komponenten und eine hochwertige KTL-Beschichtung machen es stabil für den harten Dauereinsatz.

32 Cold Passion

Havelexpress ist Spezialist für frisches Obst und Gemüse und braucht dafür einen hochzuverlässigen Fuhrpark. Es setzt auf Cool Liner von Krone.

35 Innovationen

Das Münchner Scale-up EcoG macht Ladestationen verlässlich und intelligent – mit einem zentralen System, das alle Kernfunktionen abbildet.



36 Die OptimiererIn

Für **Helen Tacke** vom Climate-Tech-Start-up Cozero ist Klimaschutz eine unternehmerische Chance.

39 Kolumne



IMPRESSUM

Herausgeber:
Fahrzeugwerk Bernard Krone GmbH & Co. KG
Bernard-Krone-Straße 1
49757 Werlte
www.krone-trailer.com

Verantwortlich für den Herausgeber:
Dr. Frank Albers,
Geschäftsführer Vertrieb und Marketing
Tel. +49 5951 209-200

Verlag:
DVV Media Group GmbH
Julia Schwericke (Projektleitung)
Heidenkampsweg 73-79
20097 Hamburg

Redaktionelle Mitarbeit an dieser Ausgabe:
Juliane Gringer, Julia Schwericke

Layout:
Benjamin Tafel, www.byben.de

Druck:
www.muellerditzten.de, Bremerhaven

Rechte:
Die Publikation, ihre Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Vervielfältigung oder Verbreitung muss vom Verlag oder Herausgeber genehmigt werden. Dies gilt auch für die elektronische Verwertung wie die Übernahme in Datenbanken, Onlinemedien (Internet), Intranets oder sonstige elektronische Speichermedien. Herausgeber und Verlag schließen eine Haftung

für unverlangt eingesandte Fotos, Manuskripte und sonstige Datenträger aus.

Die Fahrzeugwerk Bernard Krone GmbH & Co. KG verwendet Ihre Adresse zur Information über eigene ähnliche Produkte und Dienstleistungen gemäß § 7 Abs. 3 UWG. Sie können der Verwendung jederzeit widersprechen, zum Beispiel per E-Mail an info.nfz@krone.de

Die Datenschutzhinweise nach Art. 13 DSGVO sind einzusehen unter www.krone-trailer.com/datenschutz

Birle Notes

Neues aus der Welt von Krone



Auszeichnung für Krone Smart Assistant

Der Krone Smart Assistant wurde bei der **Gala der Verkehrsrundschau in der Allianz-Arena** mit einem renommierten Preis gewürdigt. Das digitale Tool ersetzt Papierdokumente durch mobile Lösungen wie Trailer-Check oder Schadensmeldung – per QR-Code direkt am Trailer. Dr. Frank Albers, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei Krone, nahm die Auszeichnung entgegen: „Sie bestätigt unseren Weg, digitale Services zu entwickeln, die den Alltag unserer Kunden spürbar erleichtern. Der Krone Smart Assistant ist ein Paradebeispiel dafür, wie wir komplexe technische Informationen in intuitive Lösungen übersetzen.“ Die Prämierung unterstreicht die Rolle von Krone als Treiber digitaler Logistiklösungen. [↗](#)



Deutsche Brücken maroder als gedacht

In Deutschland sind wohl rund 16.000 Brücken baufällig – viermal so viele wie bisher angenommen. Der **Investitionsbedarf** für Ersatzneubauten könnte sich auf bis zu **100 Milliarden Euro** summieren. Das zeigt eine neue Erhebung der Organisation Transport & Environment, die vor der Verschleppung der Sanierung warnt: Die Bauwerke seien dann anfälliger für Verschleiß und würden mittelfristig noch höhere Kosten verursachen. Besonders betroffen sind die Stadtstaaten sowie Nordrhein-Westfalen. Die Organisation kritisiert, dass das Brückenmodernisierungsprogramm des Verkehrsministeriums von 2022 zu kurz greife. [↗](#)



Digitaler Fahrzeugschein im Test

Das Bundesverkehrsministerium erprobt den digitalen Fahrzeugschein: Rund 2.500 Bürger können über die **App „i-Kfz“** derzeit testen, wie sich das Dokument künftig auf dem Smartphone nutzen lässt. Mit der digitalen Version entfällt die Pflicht zur Mitführung des Papierdokuments. In der App können mehrere Fahrzeugscheine gleichzeitig hinterlegt und mit beliebig vielen Fahrern geteilt werden. Sie wurde gemeinsam von Kraftfahrt-Bundesamt und Bundesdruckerei entwickelt und soll im zweiten Halbjahr 2025 bundesweit verfügbar sein. [↗](#)

FOTOS: KRONE, ADOBESTOCK/FRANK WAGNER, ADOBESTOCK/PRODUCTION PERIG, ADOBESTOCK/PHOTOSTOCK/ATINAT, ADOBESTOCK/KARYNA

Krone und Webfleet präsentieren gemeinsame Telematiklösung

Ab sofort bieten Krone und Webfleet eine nahtlos integrierte Trailertelematik: Über das **OEM.connect-Programm** lassen sich Krone-Anhänger ganz ohne Nachrüsthardware direkt mit der Webfleet-Plattform verbinden. Spediteure erhalten mit nur einem Klick Zugriff auf umfassende Daten wie Reifendruck, Tourverlauf oder Nutzlast. Das steigert die Auslastung, senkt Ausfallzeiten und erhöht die Sicherheit. Die Lösung ist europaweit verfügbar und vereint Trailer- und Lkw-Daten auf einer Plattform. Laut Maximilian Birle, Head of Krone Telematics & Digital Services, gibt sie Spediteuren fortschrittliche Daten und Einblicke auf Knopfdruck, ohne dass Kosten für Betriebsunterbrechungen oder Installation anfallen. [↗](#)



Cyber Risiken übertreffen geopolitische Bedrohungen

Die neue PwC-Studie **„Digital Trust Insights 2025“** zeigt: Für deutsche Unternehmen haben Cyber Risiken mittlerweile höchste Priorität – noch vor geopolitischen oder wirtschaftlichen Herausforderungen. Vor allem generative KI, vernetzte Systeme und unklare technologische Abhängigkeiten gelten als Risikofaktoren. Zwar wächst das Bewusstsein für Sicherheitslücken, doch viele Unternehmen haben ihre Cyber Resilienz bislang nur unzureichend ausgebaut. PwC ruft deshalb zu einer engeren Zusammenarbeit zwischen Sicherheits- und Geschäftsführung auf, um Vertrauen und Widerstandskraft zu stärken – und fordert gezielte Investitionen in Resilienz, Datenschutz und Führungskompetenz im Bereich Cybersicherheit. [↗](#)



Verbindungen mit Mehrwert

Für Transport und Logistik können **starke Partnerschaften** viele Vorteile bieten: Mit Offenheit, Vertrauen und Fairness werden gemeinsam neue Ideen entwickelt, die Zusammenarbeit ist nachhaltig und spart Kosten.

Mut

Partnerschaften

Innovationen

Wettbewerbsvorteile

Open Source

Innovationen

Impulse

K ostendruck, technologische Umbrüche, Nachhaltigkeitsanforderungen, Fachkräftemangel: Die Liste der Herausforderungen für Unternehmen in Transport und Logistik im Jahr 2025 ist lang. Wer unter diesen Bedingungen bestehen will, braucht mehr als gute Produkte und stabile Prozesse. Ein wichtiger Schlüssel zu Stärke, Innovationen und Wettbewerbsvorteilen sind heute Partnerschaften: Menschen und Organisationen, die zusammenarbeiten, können sich gegenseitig unterstützen, Impulse geben und mehr Erfolge verbuchen als im Alleingang.

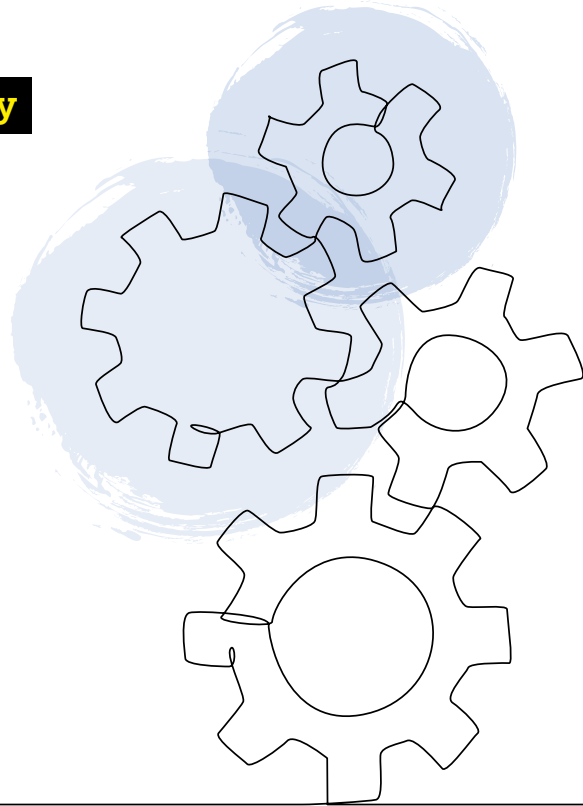
„Mehr Perspektiven führen zu mehr Ideen“, sagt Christian Prasse, Manager des Digital Hub Logistics in Dortmund und Senior-Innovationscoach. „Wenn ich gemeinsam mit anderen an einer Innovation arbeite, teile ich den Entwicklungsaufwand und das Risiko, während ich gleichzeitig die Qualität erhöhe.“ Er sieht gerade in Europa Kooperation als zentrale Strategie, um konkurrenzfähig zu bleiben. „Kaum ein Unternehmen hat hier die Marktmacht und die Ressourcen, um Entwicklungen alleine voranzubringen. Daher gehe ich davon aus, dass es in Zukunft noch wichtiger wird, sich mit starken Partnern zu verbünden. Wenn viele kluge Köpfe an einem Thema arbeiten, erzielt man oft richtig gute Ergebnisse.“

Den Mut haben, sich zu öffnen

Im Digital Hub Logistics in Dortmund treffen Start-ups auf etablierte Unternehmen, Wirtschaftsförderer auf Wissenschaft, Techexperten auf Geschäftsleute aus der Logistik. →

„Mehr Perspektiven führen zu mehr Ideen.“

**CHRISTIAN PRASSE,
MANAGER DES DIGITAL
HUB LOGISTICS
IN DORTMUND**



Über Formate wie einen Coworking-Space oder Matchmaking können Unternehmen niedrigschwellig einsteigen, sich mit Start-ups vernetzen, Projekte anstoßen und neue Technologien testen. „Man muss nicht gleich alles verändern“, so Prasse. „Aber man sollte den Mut haben, sich zu öffnen.“ Gerade für Mittelständler sei das eine Chance. „Auch wenn ich keinen akuten Bedarf habe: Mache ich mich sichtbar, zeige ich, dass ich kooperationsbereit bin. Und das kann Türen öffnen – für Forschungspartnerschaften, für Innovationsprojekte oder einfach für neue Ideen.“

„Wir brauchen jemanden, der uns versteht“, sagt Martin Möller von Möller's Rhöntransporte. „Jemanden, der unsere Herausforderungen kennt – und mitdenkt.“ Das Logistikunternehmen wird in vierter Generation von den Brüdern Markus und Martin Möller geführt. Seit rund 30 Jahren kaufen sie Auflieger bei Krone und sehen das Unternehmen als wichtigen Partner. „Wir brauchen bei unseren Fahrzeugen Qualität, absolute Verlässlichkeit und einfach auch gute Beratung“, erklärt Martin Möller. Was ihm besonders gefällt: „Auflieger von Krone werden in Deutschland hergestellt,

+ CHRISTIAN PRASSE

Christian Prasse ist Manager des Digital Hub Logistics in Dortmund und Senior-Innovationscoach. Der studierte Diplom-Logistiker kam vor 25 Jahren an das Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik in Dortmund, seit zehn Jahren leitet er dessen strategische Entwicklung.



+ MARTIN UND MARKUS MÖLLER



Martin und Markus Möller sind seit 2009 Geschäftsführer von Möller's Rhöntransporte. Seit ihr Vater Gerhard 2024 in den Ruhestand gegangen ist, führen die Brüder das Unternehmen allein.

sind stabil und haben eine lange Lebensdauer. Wir erneuern unseren Fuhrpark spätestens alle sechs bis acht Jahre. Doch vor Kurzem haben wir eine Krone-Wechselbrücke ausgetauscht, die war rund 20 Jahre stabil im Einsatz – sie wurde wenig genutzt, aber das zeigt die Stärke der Produkte.“

Kooperation auf Augenhöhe

Gegründet 1930 ist Möller's Rhöntransporte heute ein modernes Logistikunternehmen mit Schwerpunkt auf Stückgut- und Ladungsverkehr in Deutschland, insbesondere im Raum Südhüringen, sowie 6.000 Quadratmetern eigener Lagerfläche. „Wir transportieren alles vom Teppich bis zum Gabelstapler und wollen unseren Kunden hohe Qualität zu fairen Preisen bieten“, beschreibt Markus Möller die haus-eigene Philosophie. Der Fuhrpark umfasst ausschließlich Fahrzeuge von Krone. „Wir haben uns bewusst dafür entschieden, alles einheitlich zu halten, weil das beispielsweise in der Werkstatt Vorteile bietet“, so Markus Möller. Der erste Auflieger, den das Unternehmen 1994 kaufte, wurde von Krone noch mit einer Palettenanschlagleiste versehen: „Das war eine Sonderanfertigung für uns, weil unser Kunde seitlich beladen hat – mittlerweile ist das Standard.“ Auch schätzen die Brüder, dass sie mit Krone im Gespräch bleiben und ein gutes Vertrauensverhältnis pflegen. „Das ist ja ein ganz großer Laden, aber wenn wir dort vorbeischaun, wissen sie, wer wir sind. Ob du 30 Fahrzeuge hast oder 300: Bei Krone zählst du als Kunde. Man spricht auf Augenhöhe – und wir haben nie das Gefühl, nur eine Nummer im System zu sein.“

Für Georg Sasse, Leiter Einkauf der Krone Holding, bedeutet Partnerschaft: „Offenheit und Ehrlichkeit – und der Wille, gemeinsam

besser zu werden.“ Das pflegt das Unternehmen mit seinen Kunden genauso wie mit den eigenen Lieferanten. „Dass wir uns in den vergangenen Jahren sehr gut im Wettbewerbsumfeld bewegen konnten, haben wir unter anderem unserer starken Lieferantenstruktur zu verdanken“, so Sasse. Diese Struktur hat auch in schwierigen Beschaffungssituationen immer gewährleistet, dass Krone lieferfähig geblieben ist.

„Wir brauchen bei unseren Fahrzeugen Qualität, absolute Verlässlichkeit und einfach auch gute Beratung.“

MARTIN MÖLLER, GESCHÄFTSFÜHRER VON MÖLLER'S RHÖNTRANSPORTE

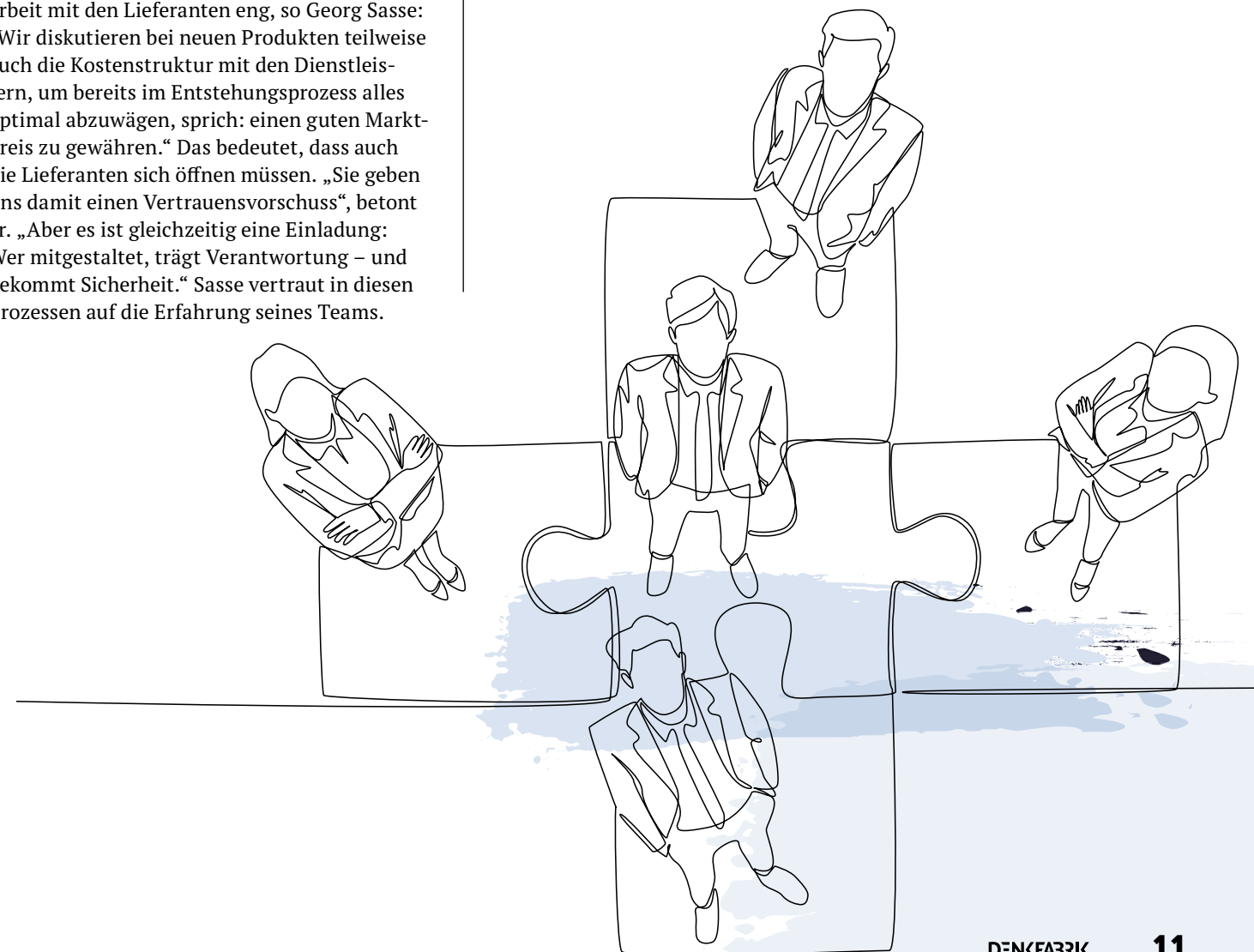
Vertrauensvorschuss bringt Sicherheit

Gerade in der Entwicklung ist die Zusammenarbeit mit den Lieferanten eng, so Georg Sasse: „Wir diskutieren bei neuen Produkten teilweise auch die Kostenstruktur mit den Dienstleistern, um bereits im Entstehungsprozess alles optimal abzuwägen, sprich: einen guten Marktpreis zu gewähren.“ Das bedeutet, dass auch die Lieferanten sich öffnen müssen. „Sie geben uns damit einen Vertrauensvorschuss“, betont er. „Aber es ist gleichzeitig eine Einladung: Wer mitgestaltet, trägt Verantwortung – und bekommt Sicherheit.“ Sasse vertraut in diesen Prozessen auf die Erfahrung seines Teams.



Eine stabile, langjährige Partnerschaft: Möller's Rhöntransporte, in vierter Generation von Markus und Martin Möller geführt, kauft seit rund 30 Jahren Auflieger bei Krone.

Fairness ist für ihn ebenfalls ganz wichtig: „Wenn ich beispielsweise einen Lieferanten auffordere, ein Angebot abzugeben, muss er eine echte Chance haben, den Auftrag zu bekommen. Und dann verhandeln wir möglichst nicht nach.“ Beim Thema Finanzen lautet sein Leitbild: „Jeder sollte so viel Geld verdienen wie nötig, nicht so viel wie möglich. Auch das ist für mich Partnerschaft.“ Das klare Signal an die Beteiligten ist Verlässlichkeit: „Ich möchte nicht, dass ein Lieferant ständig Angst haben muss, morgen nicht mehr dabei zu sein“, sagt er. „Aber der Lieferant muss auch selbst dafür sorgen, wettbewerbsfähig zu bleiben, beispielsweise durch Innovation und Investitionen.“ →



Sasse verweist darauf, dass sich Krone seit 2001 vom viertgrößten Trailerhersteller in Europa zur Nummer eins entwickelt hat. „Weil wir in der Lage waren, qualitativ hochwertige Produkte zu wettbewerbsfähigen Preisen in den Markt zu bringen. Das verdanken wir auch unseren starken Partnern und der Tatsache, dass wir unsere Kooperationen sehr gut pflegen. Wir sind und bleiben ein inhabergeführtes Unternehmen, das dem Kunden zuhört und ernst nimmt, was er braucht.“



Der Digital Hub Logistics veranstaltet jährlich am Fraunhofer IML das Transfer Festival: Dort werden Vertretern aus Industrie, Mittelstand und Forschung sowie Nachwuchstalente innovative Technologien und Konzepte nähergebracht.

Mitwirken bedeutet auch mitgestalten

Wer befürchtet, dass Wettbewerber die Offenheit ausnutzen, die eine Zusammenarbeit erfordert, dem rät Christian Prasse vom Digital Hub Logistics in Dortmund, diese Sorge zu überwinden bei allen Themen, die nicht Kern der Differenzierung im Markt sind. „Man muss wirklich nur darauf achten, dass man sich seine Alleinstellungsmerkmale als Marke nicht kaputt macht, die Wettbewerbsfähigkeit nicht einschränkt und das eigene Geschäft nicht stört – alles andere kann man zusammen bearbeiten und das bringt in der Regel großen Mehrwert. Gerade in der Digitalisierung, wenn es um Transparenz, Durchgängigkeit und Automatisierbarkeit geht, verhindert

+ GEORG SASSE

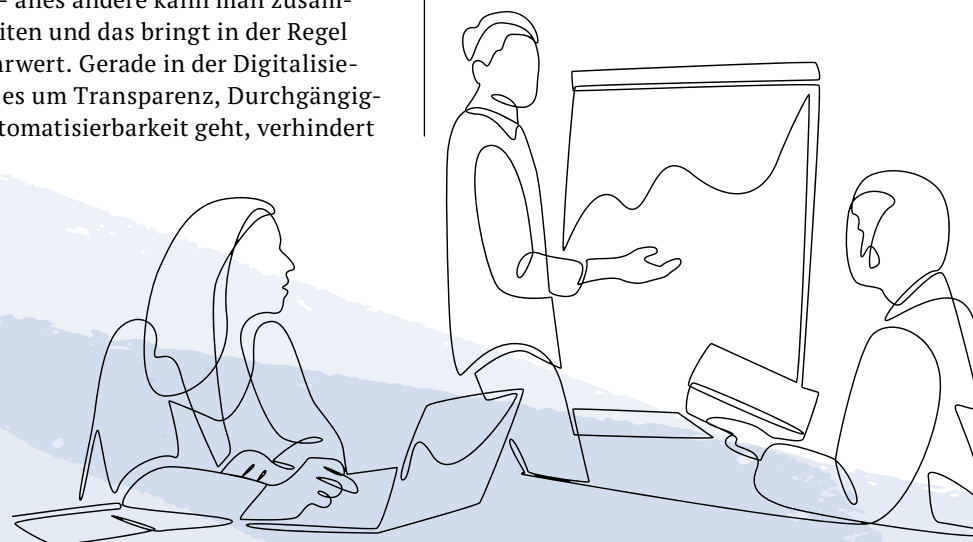
Georg Sasse, Leiter Einkauf der Krone Holding, ist seit seiner Ausbildung in den 1980er-Jahren im Unternehmen. Er startete im Einkauf, den er heute für die gesamte Unternehmensgruppe verantwortet.



man auch Monopole, wenn man diese Themen gemeinsam vorantreibt.“ Ein gutes Beispiel seien Open-Source-Lösungen, wie sie etwa die Dortmunder Open Logistics Foundation für die Logistik entwickelt. „Open Source“ bedeutet, dass die Ergebnisse veröffentlicht und frei zugänglich gemacht werden, sodass jeder darauf zugreifen kann. Bei der Open Logistics Foundation arbeiten die Akteure Hand in Hand an Themen wie dem elektronischen Frachtbrief. Dabei funktioniert die Kooperation ebenso unter direkten Wettbewerbern: „Weil alle davon profitieren“, sagt Prasse. Zusammenarbeit sei in der Regel nicht nur produktiv, sondern auch nachhaltig und spare Kosten. Und nicht zuletzt gelte: „Wer mitwirkt, darf auch mitgestalten.“

„Wer mitgestaltet, trägt Verantwortung – und bekommt Sicherheit.“

GEORG SASSE,
LEITER EINKAUF DER
KRONE HOLDING



ILLUSTRATIONEN: ADOBESTOCK/YOSSAKORN FOTOS: DIGITAL HUB LOGISTICS DORTMUND, MÖLLERS RHÖNTRANSPORTE, KRONE

Was uns noch bewegt

Mehr Inspirationen, Tipps und Gedanken

Sehenswert

In der Dokuserie „Unhappy“ beschäftigt sich die Autorin Ronja von Rönne mit dem menschlichen Lebensglück und versucht herauszufinden, was uns glücklich macht. Dafür trifft sie Menschen, die spannende und auch überraschende Antworten darauf haben. In der Folge „Unhappy. Von Gemeinschaft und Einsamkeit“ besucht von Rönne eine Senioren-WG und erfährt, wie wichtig gute Zusammenarbeit beim Rudern ist.

Zu sehen bei Arte.tv und auf Youtube



Next Station London

In diesem Spiel geht es um nichts weniger, als ein komplett neues U-Bahn-Netz für London zu entwerfen. Mithilfe von zufällig aufgedeckten Karten zeichnen die Spieler Linien auf ihrem Plan, um Stadtteile zu verbinden, Wahrzeichen anzufahren und Aufträge zu erfüllen. Ziel ist es, ein effizientes Streckennetz mit möglichst vielen Verbindungen zu erstellen und dabei Boni zu nutzen. Allerdings dürfen sich die Linien niemals kreuzen. Hier heißt es: ruhig bleiben und sich nicht beirren lassen.

Von HCM Kinzel

App-Check



Ein definitiv nützliches Tool für die nächste Städtereise: Diese App umfasst die berühmtesten Metropolen der Welt und hilft, sich dort spontan zurechtzufinden. Citymapper zeigt Verbindungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln samt Abfahrtszeiten in Echtzeit, liefert Verkehrskarten und informiert über Warnungen bei Betriebsunterbrechungen.

www.citymapper.com

Gemeinsam stärker

Wie wichtig Zusammenarbeit und Verbündete im Leben sind, zeigt das neue Buch „Zusammen“ von Ronja von Wurmb-Seibel. Sie macht auf ein zentrales Paradox aufmerksam: Wir sind zwar durch soziale Netzwerke und das Internet vernetzt wie nie, aber gleichzeitig sehnen sich viele Menschen nach echter Verbundenheit. Das Werk ist deshalb ein Plädoyer für die Bedeutung von Zusammenhalt auf gesellschaftlicher Ebene und verdeutlicht, dass die Probleme unserer Zeit vor allem gemeinsam gelöst werden können.



Veröffentlicht vom Kösel-Verlag

Extrem

Die neue Dauerausstellung „Wetterextreme“ im Klimahaus Bremerhaven zeigt, was hinter den gehäufteten Extremwetterereignissen steckt – und welchen Anteil der Mensch daran hat. Man erfährt, wie Fluten, Hitzewellen oder Wirbelstürme entstehen und warum ihre Häufigkeit und ihre Stärke durch die globale Erwärmung zugenommen haben. Auf einer beweglichen Plattform können die Besucher sehr realistisch in solche Extreme eintauchen und unterschiedlichste Phänomene erleben.

www.klimahaus-bremerhaven.de



„Ich habe versucht, in unserem Betrieb alles zu systematisieren, damit man wenig Personal braucht und so effizient arbeitet wie möglich.“

Rainer van Mark, Inhaber der Spedition Rainer van Mark



Ein Meister der Effizienz

Spediteur **Rainer van Mark** bringt von Ostfriesland aus mit Ideenreichtum, Technikbegeisterung und einem kompromisslosen Blick auf die Realität eine kleine, hocheffiziente Flotte auf die Straße.

Rainer van Mark ist ein Unternehmer, der hinschaut, wenn etwas nicht funktioniert – und es ändert. Besser früher als später. In seiner Spedition in Ostfriesland setzt er auf Effizienz statt Größe: Die gerade mal sechs Fahrzeuge im Fuhrpark sind rund um die Uhr im Einsatz und kommen so auf jeweils 250.000 Kilometer im Jahr. Nachhaltig und effizient, bei niedrigen Kosten – Rainer van Mark schafft alles gleichzeitig. Als Mann mit Blick für das Wesentliche und einem großen Wunsch nach Fairness kann er ein wichtiger Impulsgeber für die Branche sein.

Der Chef fährt noch selbst

Angefangen hat es einst mit einer großen Faszination für Lkws und Maschinen: Schon als Kind wollte van Mark wissen, wie sie funktionieren. Nach seiner Ausbildung zum Automechaniker und zwei Jahren in der Werkstatt wechselte er zu einer Spedition, mit dem Ziel, das Lenkrad selbst in die Hand zu nehmen. Er fuhr quer durch Europa – Holland, Belgien, Frankreich, Spanien, Schweden, Dänemark, die Schweiz, Österreich – und genoss jeden Kilometer. „Mein Vater war recht streng, vielleicht hat das meinen Freiheitsdrang beflügelt. Zudem fand ich die Technik so spannend. Lkw zu fahren, war einfach von Anfang an meine Leidenschaft.“

Und sie ist bis heute ungebrochen: Als Inhaber einer Spedition ist er noch regelmäßig selbst unterwegs. „Für mich ist ganz klar, dass meine Firma nie so stark wachsen soll, dass ich nicht mehr persönlich hinterm Steuer sitze.“ 1997 gründete er sein Unternehmen und fuhr anfangs für einen Frachtenvermittler, gewann dann bald einen ersten eigenen Kunden – der ihn schnell davon überzeugte, seinen Fuhrpark zu vergrößern. „Ich war zuverlässig und kam bei den Leuten gut an: Ich bin einfach eine Frohnatur, ich mag Menschen!“

Wohnungen als feste Anlaufpunkte

Als Fahrer erlebte er auch, was in der Branche schiefläuft: „Die Bedingungen für Trucker sind schlecht. Es gibt unterwegs oft nicht mal gepflegte sanitäre Anlagen, man steht lange an den Grenzen, und wie soll man schlafen, wenn man mit dem Fahrerhaus zur Autobahn auf einer Raststätte steht?“ Er beobachtete die



Misstände – und suchte immer Lösungen, wie er als Unternehmer für sein Geschäft besser damit umgehen konnte. Ihm gefiel zum Beispiel gar nicht, dass die Fahrer im Lkw übernachten mussten. Deshalb schaffte er Wohnmobile an.

Die Idee: Schichtbetrieb mit Fahrertausch an strategisch günstigen Punkten. Nachdem er die optimalen Standorte ermittelt hatte, mietete er Wohnungen an. Bis heute sind sie Anlaufpunkte für die Fahrer, die dort abwechselnd in Ruhe schlafen, essen und duschen können. Während der eine ruht, übernimmt der andere die nächste Tour. So bleiben die Fahrzeuge dauerhaft ausgelastet, gleichzeitig werden Lenk- und Ruhezeiten eingehalten. „Bei mir stehen die nie am Wochenende schön aufgereiht auf dem Hof“, sagt van Mark. ➔

Frisch angeliefert: Die Spedition hat vor Kurzem neue Planen-sattelaufleger bei Krone gekauft – mit auffallendem roten Van-Mark-Design.



Dank ausgefeilter Planung kommen die Fahrzeuge auf rund 250.000 Kilometer Laufleistung pro Jahr.

Lkws fahren „wie Busse“

Effizienz ist für ihn geradezu eine Passion: „Ich habe versucht, in unserem Betrieb alles zu systematisieren, damit man wenig Personal braucht und so effizient arbeitet wie möglich.“ Dazu gehört, dass er seine Lkws „wie Busse“ fahren lässt: „Die Ladung steigt quasi ein und dann fährt der Lkw weiter“, erklärt van Mark das Prinzip. „Entweder stelle ich einen Auflieger beim Kunden an die Rampe und hole ihn ab, wenn er voll ist – oder ich lege klare Abfahrtszeiten fest, zum Beispiel in einem Zwei-Stunden-Fenster: Der Lkw fährt hin, die Ware wird geladen und er fährt direkt weiter. Bei einigen Kunden haben wir feste Tore, die wir immer ansteuern.“

Effizienz fördert Nachhaltigkeit

Die hohe Effizienz im Unternehmen trägt auch zur Nachhaltigkeit bei. Rainer van Mark schöpft seine Motivation für das Thema aus ganz persönlichen Eindrücken: Auf seinen Fahrten nach Spanien sah er einst grüne Landschaften, die heute künstlich bewässert werden müssen oder permanent Wüste sind. „Und unsere Nordsee ist zwei Grad wärmer als früher“, gibt er zu bedenken. „Ich habe Kinder und möchte, dass auch sie noch eine Welt haben, die lebenswert ist.“ Zwei Köpfe in der Disposition und 13 Fahrer gewährleisten, dass die Fahrzeuge nahezu rund um die Uhr unterwegs sind. Reifen werden regelmäßig aufgearbeitet, im Tank ist Bio-LNG – er war einer der Ersten, die die Technologie testen durften. Heute setzt er komplett darauf: „Unser Unternehmen ist klimaneutral. Ich tue alles, was unsere Welt sauberer macht.“ Auch wenn er weiß, dass viele Fahrer gern individuell ausgestattete Fahrzeuge hätten: „Bei uns steht im

Vordergrund, dass sie wenig verbrauchen und gute Emissionswerte erzielen. Sie sind einfach ein Werkzeug.“ Um genug Berufskraftfahrer für seine Touren zu gewinnen, bildet er selbst aus. „Diese Nachwuchskräfte kennen unseren Betrieb dann von Grund auf – das ist unheimlich wertvoll.“

Nachfolge gesucht

Vor Kurzem hat er neue Zweiachs-Auflieger bei Krone in Werlte abgeholt. „In Kombination mit einer Bio-LNG-Zugmaschine und einer Innovation, an der ich arbeite, ist das für mich mit hoher Nutzlast und hoher Effizienz das Gespann der Zukunft“, sagt er. Rainer van Mark kennt Krone von seinem ersten Job bei einer Spedition, wo er einen Trailer fahren durfte, der kurz gekuppelt war. „Ich war sofort begeistert von der Technik.“ Seit rund 30 Jahren arbeitet er nun selbst mit dem Unternehmen zusammen und schätzt das partnerschaftliche Verhältnis sehr: „Wenn ich Fragen habe, bekomme ich immer direkt einen Kontakt, werde auch mal in die Produktion durchgestellt. Man wird als Kunde bei Krone einfach von A bis Z richtig gut behandelt. Und von uns aus ist es bis zum Werk in Werlte ja nur ein Katzensprung, da holen wir auch mal ein Ersatzteil innerhalb einer Stunde selbst ab.“

Seine Frau arbeitet ebenfalls im Unternehmen mit. „Ohne sie wäre das alles hier nie möglich gewesen“, erklärt Rainer van Mark. Er ist Anfang 60, sucht perspektivisch eine Nachfolge – jemanden, der „klug und umweltaffin ist“ und den er noch ausführlich einarbeiten könnte. „Wir sind ein Ausnahmebetrieb. Ich würde mir wünschen, dass jemand kommt, der das Ganze erhält oder ausbaut. Genug Kundenpotenzial ist da, wir könnten jederzeit expandieren. Schließlich sind wir der einzige Betrieb, der in Ostfriesland bis 17 oder 18 Uhr lädt, am nächsten Morgen in Süddeutschland ist und das auch noch komplett klimaneutral schafft.“

FOTOS: SCHÖNING FOTODESIGN



Zusammenarbeit auf Augenhöhe

Mit ihrer strategischen Partnerschaft setzen die Krone Nutzfahrzeug Gruppe und die **Schwarzmüller Gruppe** ein starkes Zeichen für die Nutzfahrzeugindustrie der Zukunft. Im Interview sprechen Beate Paletar, Inhaberin der Schwarzmüller Gruppe, und Bernard Krone, Aufsichtsratsvorsitzender der Krone Gruppe, über Chancen, Synergien – und das gemeinsame Ziel, europaweit neue Maßstäbe zu setzen.

Was hat Sie zur Zusammenarbeit bewogen?

Bernard Krone: Für uns war schon lange klar: Wenn wir einmal die Möglichkeit erhalten, mit einem Kollegen auf dem Markt eine Partnerschaft einzugehen, dann ist Schwarzmüller unsere erste Wahl. In den vergangenen zwei Jahren haben wir den Kontakt intensiviert und gemeinsam diese Entscheidung getroffen, wofür

ich sehr dankbar bin. Schwarzmüller ist ein Unternehmen, das uns perfekt ergänzt, auch weil wir kaum Überschneidungen haben, was etwa die Produktpalette oder die regionale Ausrichtung betrifft.

Beate Paletar: Ja, das ist der Historie geschuldet: Schwarzmüller hat sich mit der Öffnung der Märkte nach Osteuropa stark dorthin →

Bernard Krone und Beate Paletar tauschen sich regelmäßig über gemeinsame Ziele und Pläne aus – so wie in unserem Interview auf der bauma im April in München.



orientiert, mit eigenen Produktionswerken in Tschechien und Ungarn. Dem schon gut besetzten Markt im Westen haben wir uns gar nicht gewidmet – da ist Krone aber hoch entwickelt und wir können nun auch mit unserem breiten Produktportfolio dort einsteigen. Unsere Servicenetze ergänzen sich ebenfalls. Ich bin überzeugt, dass Zukunftsthemen wie Digitalisierung in einer so starken Partnerschaft wesentlich besser ausgestaltet werden können – zum Wohle der Kunden und Mitarbeiter und damit auch unserer Unternehmen. Diese Zusammenarbeit ermöglicht uns, die eigenen Stärken in einem viel größeren Rahmen zu entwickeln und weiter auszubauen.

Wo sehen Sie das größte Wachstumspotenzial für Ihre beiden Unternehmen?

Beate Paletar: Wir haben noch großes Entwicklungspotenzial in Norddeutschland sowie



„Einen partnerschaftlichen Umgang – den erlebe ich von Anfang an und das ist sehr wertvoll für mich.“

BEATE PALETAR

in Skandinavien, England, Frankreich und Spanien. In diesen Ländern war Schwarzmüller bisher nicht aktiv, mit Krone wird das jetzt möglich, unter anderem durch seine Vertriebsorganisation.

Bernard Krone: Ich sehe auch besonders starkes Potenzial durch den Produktionsverbund: Krone führt neben dem vielleicht größten Trailerwerk in Europa, hier in Norddeutschland, ein Werk weit im Süden, in der Türkei, von wo aus wir den ganzen Mittelmeerraum bedienen. Schwarzmüller hat einen hochprofessionellen und flexiblen Standort in Österreich und Werke in Osteuropa. Allein diese Ausbreitung in der Fläche zeigt, dass wir exzellent aufgestellt sind und die jeweiligen Märkte mit Produkten aus beiden Häusern passgenau versorgen können. Da gibt es für beide Marken noch jede Menge Wachstumspotenzial. Gemeinsam dürften wir der Anbieter mit dem breitesten Angebot in Europa sein: vom KEP-Fahrzeug über Wechselbehälter, Koffer, Kühlfahrzeuge, Planensattelaufleger, Leichtbau und Standard bis hin zu Infrastrukturprodukten aus dem Hause Schwarzmüller wie Tieflader, Kipper und Tanker. Das ist dann schon ein ziemliches Pfund, mit dem wir hier arbeiten können, und wir werden sicher auch ganz neue Kunden erreichen.

Wie werden die Kunden den Mehrwert der Zusammenarbeit von Krone und Schwarzmüller spüren?

Bernard Krone: Wir gestalten unsere Kooperation als unabhängige, starke Marken. So profitieren die Kunden von einem durchdachten Produktspektrum und haben dabei die gleichen Ansprechpartner für Dienstleistungen oder Finanzierung. Zudem können sie auf eine optimale Versorgung mit Ersatz- und Nachrüstteilen vertrauen.

Beate Paletar: Wir haben uns bei Schwarzmüller zum Beispiel entschieden, nicht selbst Kühlfahrzeuge zu produzieren, sondern das immer mit Partnern zu lösen. Da Krone den Cool Liner fertigt, können wir den nun im Verbund anbieten, mit dem passenden Service. Besonders im Bereich Digitalisierung und Sensorik ist Krone sehr stark und hier können wir vieles für Schwarzmüller übernehmen.

Wie sieht Ihr Ziel für den Zusammenschluss aus?

Bernard Krone: Wir wollen der Hersteller in Europa sein, der der Logistikbranche und dem Transportwesen das breiteste und beste Portfolio bietet. Bei uns bekommen die Kunden

FOTOS: KRONE



„Mir persönlich ist wichtig, dass wir auf Augenhöhe agieren.“

BERNARD KRONE

Premiumprodukte zu bezahlbaren Preisen – mit sehr gutem Vertrieb und Service, optimaler Ersatzteilversorgung in der Fläche und mit vielen kompetenten Partnern.

Beate Paletar: Wir werden die dynamischste Kraft im Nutzfahrzeugmarkt sein. Der Kunde findet in uns einen starken Partner, der viele Möglichkeiten aus einer Hand bietet – über den gesamten Lebenszyklus eines Fahrzeugs hinweg. Das ist seit jeher unser Anspruch. Wir sind der Überzeugung, dass Qualität sich auszahlt, nachhaltig ist und letztlich Kosten spart.

Frau Paletar, was ist Ihnen als Unternehmerin in Ihrer Arbeit persönlich wichtig, welche Werte und Prinzipien bringen Sie in die Partnerschaft ein?

Beate Paletar: Als Familienunternehmen stehen wir bei Schwarzmüller für Fleiß, Loyalität, Leistung und Zuverlässigkeit. Bei aller Technik sind persönliche Beziehungen nach wie vor entscheidend und ein Handschlag zählt. All das ist mir auch selbst sehr wichtig – ich habe diese Tugenden von meinem Vater und meinem Onkel vorgelebt bekommen und gebe sie seit vier Jahrzehnten weiter. Dass Krone diese Werte teilt, habe ich sofort in der Kultur des Unternehmens gespürt. Es sind Qualitäten, die aus einer langjährigen Tradition heraus entstehen und die sich niemand kaufen kann.

Was wünschen Sie sich von der Zusammenarbeit?

Beate Paletar: Einen partnerschaftlichen Umgang – den erlebe ich von Anfang an und das ist sehr wertvoll für mich. Das Team von Krone vereint höchste Sachkompetenz, Branchenkenntnis und Pragmatismus, der Entscheidungen unkompliziert möglich macht. Ich bin

ein sehr ungeduldiger Mensch und genieße es natürlich, wenn Dinge vorwärtsgehen.

Bernard Krone: Das kann ich nur genauso zurückgeben. Mir persönlich ist wichtig, dass wir auf Augenhöhe agieren: Wir als Krone respektieren ganz klar, was man bei Schwarzmüller über die Jahre hinweg alles geleistet hat. Es gibt in Europa viele angesehene Nutzfahrzeughersteller, die sich spezialisiert haben auf Tankfahrzeuge, Silofahrzeuge oder Kipper – aber es gibt keinen, der es wie Schwarzmüller geschafft hat, auch in der Breite ein Produktportfolio auf so hohem Niveau zu etablieren. Das verdient Anerkennung und wir wollen es absolut vermeiden, bei Kunden, Mitarbeitern oder Lieferanten einen Kulturschock auszulösen. Es ist so wichtig, die Identität der Marke zu erhalten und das Fachwissen. Wenn wir es schaffen, noch mehr Vertrauen aufzubauen, dann können alle davon profitieren.

Beate Paletar: Ich bin auch zutiefst überzeugt: Schwarzmüller kann nicht Krone und Krone kann nicht Schwarzmüller. Beide Unternehmen haben sich ihren Namen über lange Zeit erarbeitet. Und unsere Kunden haben ja auch ein breites Wissen – denen kann man nichts vormachen. Es gibt sicher kaum eine Branche, in der der Kunde so ein hohes Bewusstsein für alle Funktionen und Fabrikate im Fahrzeug hat. Ein Staplerkäufer fragt selten nach Achsfabrikat oder Reifen, beim Auflieger ist das aber sehr wohl Thema. Entsprechend versiert muss der Vertrieb sein.

In fünf bis zehn Jahren: Wo sehen Sie Ihre beiden Unternehmen dann gemeinsam?

Beate Paletar: Ich gehe davon aus, dass wir eine feste Größe am Nutzfahrzeugmarkt sein werden, die einen bedeutenden Mehrwert generiert. Und wenn wir unsere Hausaufgaben richtig machen, wird uns das gelingen.

Bernard Krone: Wir werden in fünf Jahren mit Sicherheit positiv auf diese Partnerschaft schauen. Es passt einfach so vieles hervorragend zusammen: die Menschen bei Schwarzmüller, die Produkte, der Ruf im Markt. Und auf der Eigentümerseite stimmt die Chemie, ebenso wie im Management. Wir bei Krone haben ja etwas Erfahrung in der engen Zusammenarbeit sowohl mit Kunden als auch Entwicklungspartnern oder Finanzierungs- und Bankenpartnern. Mit der Übernahme der Brüggens-Gruppe sowie von Knapen und Gigant konnten wir bereits Erfolgsgeschichten schreiben. Ich bin fest davon überzeugt, dass wir das mit Schwarzmüller genauso erreichen. ➡

Deutschland

WERLTE

- Fahrzeugwerk Bernard Krone GmbH & Co. KG
- Krone Used GmbH
- mykrone.blue GmbH

DINKLAGE

- Gigant GmbH

NEUSTADT (DOSSE)

- Hüffermann Transportsysteme GmbH

HERZLAKE

- Brüggen Oberflächen- und Systemlieferant GmbH
- Brüggen SWAP Service GmbH
- Krone Spare Parts Logistics GmbH & Co. KG

LÜBTHEEN

- Brüggen Fahrzeugwerk & Service GmbH

ELTMANN

- Schwarzmüller Deutschland GmbH

Norwegen

LANGHUS

- Krone Norge AS

Dänemark

PADBORG

- Krone ScanBalt A/S
- Krone Finans A/S
- Krone Fleet Danmark A/S

Schweden

MALMÖ

- Krone Trailer Sverige AB

Lettland

RIGA

- Krone ScanBalt SIA

Litauen

VILNIUS

- Krone ScanBalt UAB

Tschechische Republik

ŽEBRÁK

- Schwarzmüller s.r.o.

Estland

MAARDU

- Krone ScanBalt OÜ

Polen

BŁONIE

- Schwarzmüller Polska Sp. z o.o.

Österreich

FREINBERG

- Wilhelm Schwarzmüller GmbH

Ukraine

KYIV

- Krone ScanBalt LLC
- Schwarzmüller Ukraine Ltd.

Kasachstan

ALMATY

- Trailer Corporation Central Asia LLP

Rumänien

BUKAREST

- Schwarzmüller România SRL

Türkei

TIRE

- Krone Ticari Araçlar San. ve Tic. A.Ş.
- Krone Trailer Int. Tic. Ltd. Sirk.

ISTANBUL

- Krone Trailer Int. Tic. Ltd. Sirk.

Belgien

ZELE

- P. Philips NV

Niederlande

ROTTERDAM

- Krone Trailer B.V.

DEURNE

- Knapen Trailers B.V.
- Knapen Service B.V.
- Trailned B.V.

Großbritannien

MICKLEFIELD, LEEDS

- Krone Trailer UK Ltd.

Frankreich

PUSIGNAN

- Krone Trailer France SAS

Spanien

LA MUELA, ZARAGOZA

- Krone Trailer España S.L.U.

Italien

BOLOGNA

- Krone Trailer Service Italia S.R.L.

Kroatien

SESVETE, ZAGREB

- Schwarzmüller Croatia d.o.o.

Serbien

DOBANOVI

- Schwarzmüller d.o.o.

Ungarn

BUDAPEST

- Krone Trailer SE Kft.
- Schwarzmüller Kft.

Bosnien und Herzegowina

ILIDŽA

- Schwarzmüller BH d.o.o.

In der Welt zu Hause

Die **Krone Nutzfahrzeug Gruppe** hat ein starkes internationales Vertriebs-, Produktions- und Servicenetz aufgespannt. Es bietet von Werlte bis Vilnius, von Bologna bis Bukarest Kundennähe, reibungslosen Service mit europaweit rund 1.700 Servicepartnerwerkstätten, eine breite Produktpalette und ein tiefes Verständnis für die regionalen Märkte. „In der Welt zu Hause“ ist nicht nur ein Slogan, es ist gelebte Unternehmensstrategie.

KRONE COMMERCIAL VEHICLE SE

- Produktionsstandort
- Sales und Service



„Früher wollte jeder alles für sich behalten. In Partnerschaften geht aber vieles leichter – auch in der Digitalisierung.“

Georg Dettendorfer, Geschäftsführer Spedition Dettendorfer

Der „First Mover“ aus Oberbayern

Die Spedition **Dettendorfer** ist in achter und neunter Generation ein innovativer Vorreiter der Logistikbranche – mit intermodalen Transportlösungen, eigenen E-Ladestationen und dem Fokus auf Partnerschaften.

Seit 200 Jahren bewegt die oberbayerische Spedition Dettendorfer Güter – anfangs mit Pferden und Innschiffen, heute mit einem Fuhrpark, der knapp 250 Zugmaschinen und 470 Auflieger umfasst. Was 1825 als Landwirtschaft und Innschifferei begann, ist inzwischen ein international tätiges Familienunternehmen mit 15 Standorten. Immer wieder war es „First Mover“: „Unsere Vorfahren mussten sich ständig neu erfinden – etwa, als die Eisenbahn die Schifffahrt auf dem Inn ablöste“, erzählt Geschäftsführer Georg Dettendorfer. In der jüngsten Vergangenheit haben die gesamte Familie und alle Mitarbeitenden diese Innovationskraft im Aufbau strategischer Partnerschaften, beim Thema Energie, bei der Digitalisierung oder beim Einstieg in autonomes Fahren unter Beweis gestellt.

Die Geschichte der Firma reicht aber noch viel weiter zurück. „Wir können nachvollziehen, dass unsere Vorfahren hier schon 1166 mit einem Weintransport von Südtirol zum Kloster Baumburg im Chiemgau in Erscheinung traten – sie waren sogenannte Säumer, Alpenüberquerer.“ Sägewerk, Holzhandel, Landwirtschaft sowie schließlich Spedition und Logistik kamen im Laufe der Jahrhunderte hinzu. Heute zählen zudem Treibstoffhandel, Autohöfe, Lagerlogistik, Entsorgung- und Recycling, Energiehandel, Immobilien sowie Aus- und Weiterbildung, unter anderem über die E-Learning-Plattform Spedifort.de zum Portfolio. „Wir haben einen großen Bauchladen. Der macht viel Arbeit, aber er gibt uns auch Sicherheit. Wenn ein Bereich Einbußen hat, können andere das ausgleichen“, so Dettendorfer. Die breite Aufstellung erfordert flexible Strukturen – und die passende Haltung: „Für uns bedeutet unternehmerisches Handeln, die Firma so aufzustellen, dass auch die nächste Generation sie erfolgreich

weiterführen kann. Dazu gehört, dass man sich kontinuierlich hinterfragt und Weichen bei Bedarf neu stellt.“

Digitale Entwicklung mit Augenmaß

Seit Jahrzehnten setzt der Betrieb auf strategische Allianzen – etwa in der Papier- oder Getränke-logistik, um Transporte effizienter zu gestalten. „Früher wollte jeder alles für sich behalten. In Partnerschaften geht aber vieles leichter – auch in der Digitalisierung. Da muss nicht jeder jeden Fehler dreimal machen.“ Diese Offenheit zeigt sich ebenso in Innovationspartnerschaften, etwa beim autonomen Fahren: „Wir sind Projektpartner, stellen Fahrzeuge und Gelände. Ich frage mich, wann es funktionieren kann, dass wir hier in Nußdorf einen fahrerlosen Lkw auf die Autobahn Richtung Hamburg schicken und der an unserem Standort in Geesthacht wieder von einem Fahrer zur Entladung übernommen wird? Das ist für mich das Ziel.“ Beim Thema Digitalisierung verfolgt Dettendorfer einen klaren Kurs: Rund 90 Prozent der Prozesse im Unternehmen, vom Transportauftrag bis zur Abrechnung, laufen bereits papierlos. Künstliche Intelligenz wird in der Disposition getestet, eigene Systeme werden stetig weiterentwickelt.



Rund 80 Prozent der Auflieger im Fuhrpark kommen aus dem Hause Schwarzmüller, das der Krone Gruppe angebunden ist. „Mein Vater war mit Egon Schwarzmüller persönlich befreundet. Seit den 1990er-Jahren setzen wir auf die Fahrzeuge, was sich bis heute bewährt hat“, berichtet Georg Dettendorfer. „Uns sind lange Partnerschaften wichtig – wenn etwas gut funktioniert, sehen wir keinen Grund zu wechseln. Wir sind sehr lieferantentreu.“ Ein einheitlicher Fuhrpark bringe nicht zuletzt Effizienz in die Wartung: „Wir haben eigene Werkstätten. Da hilft es sehr, wenn Achsen, Planen und Palettenkästen einheitlich sind.“

Energie mit Unternehmergeist

Dettendorfer kann man auch tanken: Seit 2024 betreibt das Unternehmen unter der Marke Dettendorfer Energy eigene Ladeparks für E-Lkws. Dieser Geschäftsbereich wurde komplett ohne Fördermittel aufgebaut: „Wir haben alles aus Eigenmitteln finanziert. Das war ein Risiko, aber wir wollten auch hier vorn dabei sein“, sagt Georg Dettendorfer. „Die Standorte unserer Ladesäulen liegen strategisch günstig an stark frequentierten Achsen. Noch gibt es nicht viele E-Lkws auf den Straßen, aber der Anteil wird sicher steigen. Und wenn der Hochlauf kommt, sind wir bereits

+ PROFIL

Die Spedition Dettendorfer ist ein mittelständisches Familienunternehmen mit **15 Standorten** und **625 Mitarbeitern**, das in ganz Europa Speditionsdienstleistungen aus einer Hand anbietet. Es wurde mehrfach ausgezeichnet, unter anderem in den „Top 100 der Logistik“ und mit dem „Bayrischen Staatspreis – Transport und Logistik 2025“.

www.dettendorfer.de



da.“ Das Unternehmen vertreibt auch fossile Treibstoffe sowie HVO100 und Biodiesel. Der eigene Fuhrpark ist seit 25 Jahre ausschließlich mit Biodiesel auf der Straße unterwegs. Weiterhin unterstützt Dettendorfer Energy beim Aufbau von PV-Anlagen für die Eigenstromerzeugung und bietet seinen Kunden E-Ladekarten oder herkömmliche Tankkarten an. Energie ist hier längst mehr als nur ein Aspekt der Nachhaltigkeit – ein Geschäftsfeld mit Zukunft und ein Werkzeug für Unabhängigkeit.

In Zukunft will Dettendorfer wieder mehr Transporte auf die Schiene verlegen. „Gerade im alpenquerenden Verkehr liegt noch viel Potenzial. Der Brennerbasistunnel ist rund 80 Kilometer von unserem Sitz in Nußdorf am Inn entfernt und soll in rund sieben Jahren eröffnet werden. Zudem werden in den nächsten



Jahren weitere Verladeterminale in Bayern und Deutschland fertiggestellt oder bis 2032 ertüchtigt und digitalisiert. „Wir gehen davon aus, dass das die Attraktivität der Schiene nach Italien erhöhen wird. Ich denke, dass wir dann alles, was über den Brenner geht, stärker auf der Schiene abwickeln werden.“ Der Transport im E-Lkw ist heute schon über den Brenner möglich: „Wir haben eine Ladestation hier, die Fahrzeuge gehen nachts über die Alpen und können in Bozen wieder laden.“

In achter und neunter Generation

Mit kurzen Entscheidungswegen und klarem Wertesystem führen die Dettendorfers ihr Unternehmen bereits in achter und neunter Generation. Für Georg und seinen Bruder Johannes stand fest, dass sie direkt nach ihren Ausbildungen in den Familienbetrieb einsteigen würden. Auch ihre jeweils drei Kinder sind alle dort beschäftigt, viele in leitender Funktion – von Recht über Vertrieb bis zur Werkstatt. „Jeder hat seinen Bereich, wir ergänzen uns gut“, sagt Georg Dettendorfer. „So bleibt das Wissen im Haus – und die Zukunft der Firma in guten Händen.“ Dazu trägt bei, dass Dettendorfer intensiv ausbildet, vom Speditionskaufmann bis zur Fachinformatikerin für Systemintegration. Entscheidungen werden im regelmäßigen Jour fixe der Geschäftsführung getroffen – schnell, faktenbasiert, aber auch mit einer guten Portion Bauchgefühl. Georg Dettendorfer liebt seinen Beruf vor allem, „weil er so vielseitig ist, weil ich mitentscheiden kann und weil es Spaß macht, wenn etwas funktioniert, das wir uns vorgenommen haben.“ Dass nicht jedes Projekt aufgeht, gehört dazu. Aber: „Ohne Risiko ist man Beamter und kein Unternehmer.“



FOTOS: LUKAS BARTH

Alles im Blick, alles in einem System

Die Plattform **mykrone.blue** entlastet Flottenmanager: Sie bringt smartes Schadensmanagement, Telematik sowie Kontrolle über den gesamten Trailerlebenszyklus in einem digitalen Ökosystem zusammen.

Flottenmanager sind mit vielfältigen Anforderungen konfrontiert: Sie müssen Wartungsintervalle koordinieren, Schäden managen, Alarmer abarbeiten, Berichte auswerten, Ersatzteile bestellen – und das oft in unterschiedlichen Systemen, mit manuellen Abläufen und unter dem

Druck von Personalmangel im Unternehmen. Krone bietet seinen Kunden mit der Plattform mykrone.blue eine zentrale Lösung: Die Plattform ist ein digitales Ökosystem aus Anwendungen für Fuhrparkbetreiber und Werkstätten. „Wir bieten damit die Fahrzeugverwaltung inklusive Terminmanagement für Trailer und Wechselsysteme aller Marken an einem Ort, mit Telematikintegration, Datenverwaltung, Alarmen, wichtigen Dokumenten und Stammdaten“, erklärt Maximilian Birle, Head of Krone Telematics & Digital Services. Hinzu kommen kollaborative Funktionen: „Man wird zukünftig über das System mit dem Fahrer kommunizieren und beispielsweise die Schadensabwicklung von der Meldung bis zur Berechnungsprüfung mit Freigabeprozessen abbilden können.“ Auch ein integriertes E-Commerce-System ist enthalten.

Werkstatt kann Besuch vorbereiten

Das Schadensmanagement ist nach der Telematik einer der stärksten Anwendungsfälle: Der Fahrer scannt den QR-Code am Trailer und meldet den Fall über den Smart Assistant von Krone. Die Information wird automatisch in die mykrone.blue-Welt eingepflegt und kann direkt vom Flottenmanager bearbeitet werden: mykrone.blue zeigt, wo sich das Fahrzeug befindet und welche Werkstätten in der Nähe sind. „Der Flottenmanager kann die Werkstatt digital benachrichtigen und



dem Fahrer den Weg dorthin weisen.“ In der Werkstatt wiederum kann der Besuch vorbereitet und geplant werden: „Der Mitarbeiter sieht die Bilder, die der Fahrer gemacht hat, und weiß dann beispielsweise, dass er zwei Mitarbeiter und einen Kran bereitstellen muss.“

Alles geht nahtlos

ineinander über und ist sehr einfach zu nutzen: „Da muss sich niemand fünf Passwörter merken, sondern es gibt eine digitale Plattform: mykrone.blue bringt alles zusammen“, so Birle. „Und das über alle Marken im Fuhrpark hinweg, man kann jedes Fabrikat und Alter im System anlegen.“ Denn: „Der Fachkräftemangel betrifft ja längst nicht mehr nur die Fahrer, sondern auch das Personal im Büro. Einen guten Flottenmanager zu finden, wird immer mehr zur Herausforderung – und er sollte bestmöglich entlastet werden.“

Keine Tools, sondern Lösungen

Für Krone bedeutet das System auch einen strategischen Wandel: „Wir liefern unseren Kunden nicht mehr einzelne Anwendungen, sondern gießen alles für den Kunden in ein Gesamtökosystem“, sagt Maximilian Birle. Ziel ist, den Trailer über seine gesamte Lebenszeit hinweg zu begleiten – mit Fokus auf die Total Cost of Ownership sowie die Nachhaltigkeit. Letztere werden zukünftig für die Kunden transparent, indem mykrone.blue unter anderem die Daten aus der Telematik direkt in CO₂-Berechnungen einfließen lässt. „Wir liefern keine Werkzeuge, sondern Lösungen“, betont Birle. Entscheidend ist für den Kunden doch, dass er klare Ergebnisse bekommt, zum Beispiel wie viel CO₂ seine Trailer verursacht haben – oder dass sein Schaden am Trailer repariert und die Rechnung bezahlt ist.“

ILLUSTRATION: FREEPIK/DESIGNWARRIOR, SCREENSHOTS: KRONE



„Wir sind in Netzwerken engagiert, in denen wir unsere Erfahrungen mit anderen Mittelständlern teilen.“

Thies Henrik Carstensen, Geschäftsführer Chr. Carstensen Logistics

Ralf Faust: *Danke für die Einladung ins schöne Flensburg! Wir stehen hier am historischen Museumshafen mit Blick auf die Förde. Sie sind mit Ihrem Fuhrpark auf den Straßen unterwegs: Was bewegen Sie für Ihre Kunden?*

Thies Henrik Carstensen: Wir sind unter anderem Alleinlieferant für Flensburger Bier, das ist ein langjähriger Kunde von uns. Zu unserem Portfolio gehören auch Silotransporte, wir fahren nach Skandinavien und betreiben ein Bahnterminal. Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, haben wir das Unternehmen in den vergangenen Jahren strategisch neu ausgerichtet: Wir setzen verstärkt auf Stückgutverkehre. Parallel dazu haben wir eigene Logistikflächen aufgebaut und planen derzeit ein voll automatisiertes Hochregallager am Standort Handewitt. Damit erweitern wir nicht nur unser Leistungsspektrum, sondern erhöhen auch unsere operative Effizienz. Unser Unternehmen hat sich in diesem Zuge wesentlich verändert – mit inzwischen 350 Mitarbeitern und einer deutlich erweiterten digitalen Infrastruktur. Wir sind in den vergangenen Jahren gewachsen, mit allen Herausforderungen, die das mit sich bringt.

Ralf Faust: *Welche beschäftigen Sie besonders?*

Christian Carstensen: Gute Fachkräfte zu gewinnen und langfristig zu binden: Insbesondere Berufskraftfahrer sind immer schwerer auf dem deutschen Markt zu finden. Daher glaube ich, dass wir zunehmend Menschen aus Drittländern brauchen, um zukünftig alle Lkws zu besetzen. Aber die Hürden für eine Beschäftigung in Deutschland sind enorm hoch. Ein Fahrer, der beispielsweise aus dem asiatischen Raum stammt, kann seinen Führerschein hier nicht anerkennen lassen: Er muss die Prüfungen komplett neu machen und das geht nicht mal auf Englisch, sondern nur auf Deutsch. Die

Bürokratie sorgt für lange Zeitschienen und es sind hohe Kosten damit verbunden. Im internationalen Wettbewerb haben wir dadurch einen Nachteil, denn andere europäische Länder schaffen deutlich unkompliziertere Zugänge zum Arbeitsmarkt. Aus unserer Sicht müsste Deutschland dringend produktiver werden, aber die starke Regulierung hemmt unsere Wirtschaft einfach massiv. Bei in Deutschland ansässigen Unternehmen werden beispielsweise Lenk- und Ruhezeiten streng kontrolliert, was richtig ist. Doch wir hören immer wieder von Kollegen aus anderen EU-Ländern, dass das in deren Heimatländern deutlich weniger konsequent gehandhabt wird. Obwohl es ein europäisches Gesetz ist und die Firmen auch auf deutschen Straßen fahren.

Ralf Faust: *Was wünschen Sie sich von der Politik?*

Christian Carstensen: Ganz klar Bürokratieabbau und mehr Fairness.

Ralf Faust: *Als Hersteller ist es unser Anspruch, Kunden mit praxisnahen, digitalen Lösungen zu entlasten – um Abläufe zu vereinfachen, Effizienz zu steigern und die Wirtschaftlichkeit im Fuhrparkmanagement zu sichern. Mit mykrone. blue entwickeln wir derzeit eine zentrale Webplattform, die alle relevanten Prozesse rund um den Trailer an einem Ort bündelt – von der Vertragsverwaltung bis zur Analyse technischer Daten. Dank QR-Codes an den Fahrzeugkomponenten lassen sich Schäden direkt zuordnen, passende Ersatzteile ermitteln und sofort bestellen. Das System übersetzt automatisch, sodass auch Sprachbarrieren keine Rolle mehr spielen. Wir wollen ein digitales Ökosystem schaffen, das echten Mehrwert bringt – für Fahrer, Disponenten und Werkstätten gleichermaßen. Parallel entwickeln wir KI-basierte Assistenzsysteme →*



Digital nach vorn

Die Brüder **Christian und Thies Henrik Carstensen** lenken in fünfter Generation ein Familienunternehmen, das sich vom klassischen Transportbetrieb zum digitalen Logistikdienstleister wandelt. Ralf Faust, Leiter Service der Krone Nutzfahrzeug Gruppe, sprach mit ihnen darüber, wie sie ihr Geschäft auf die Anforderungen der Zukunft vorbereiten.

wie den Krone Smart Assistant weiter – der hilft, Wartungsbedarfe frühzeitig zu erkennen oder Ladeprozesse effizienter zu gestalten.

Thies Henrik Carstensen: Solche Entwicklungen eröffnen auch für uns als mittelständisches Unternehmen neue Spielräume. Früher haben wir beispielsweise nur Fahrer eingestellt, die Deutsch oder Englisch sprachen – allein aus Gründen der Kommunikation mit den Disponenten. Inzwischen nutzen wir Tablets mit Übersetzungsfunktion, wodurch Sprachbarrieren im Alltag an Bedeutung verloren haben. Insgesamt haben wir in den vergangenen Jahren viele digitale Prozesse eingeführt – und sehen deutlich, wie groß das Potenzial ist.

Ralf Faust: *Wenn Sie auf die Entwicklung der vergangenen Jahre blicken – wo stehen Sie heute, im Jahr 2025, als Unternehmer?*

Christian Carstensen: Wir haben in den vergangenen Jahren den Generationswechsel erfolgreich vollzogen und führen ein gesundes Unternehmen weiter, in dem wir vieles verändern, um zukunftsfähig zu bleiben. Dabei bringt jeder seine Erfahrungen und seine Handschrift ein. Ich bin selbst ja jetzt auch schon über 20 Jahre im Unternehmen, bin langsam und gesund reingewachsen und habe viele Entwicklungen miterlebt. Wir schauen auf jeden Fall immer nach vorn. Gerade im Stückgutbereich, den wir neu aufbauen, müssen wir noch weitere Erfahrungen sammeln, aber im Großen und Ganzen würde ich sagen: Wir sind besonnen und gleichzeitig sehr innovativ. Die enge Verbindung zu Krone besteht übrigens schon lange: Vor fast 50 Jahren hat Günter Ull das erste Fahrzeug seiner Karriere an unseren Vater verkauft – seither ist die Partnerschaft gewachsen.

Ralf Faust: *Was uns sehr freut. In den vergangenen Jahren hat sich auch bei Krone viel bewegt – insbesondere im Servicebereich. Heute sind europaweit mehr als 1.300 Werkstätten digital an unsere Systeme angeschlossen. Gibt ein Annahmemeister dort die Fahrgestellnummer ein, erscheinen sofort alle relevanten technischen Daten. So*

„Unser Fuhrpark umfasst rund 200 Zugmaschinen, die wir disponieren, sowie an die 300 Trailer.“

CHRISTIAN CARSTENSEN

lassen sich Prozesse effizient steuern – von der Ersatzteilbestellung bis zur digitalen Garantieabwicklung. Wir bearbeiten viele Garantiefälle vollständig papierlos. Darüber hinaus entwickeln wir datengetriebene Services kontinuierlich weiter: Unser Ziel ist es, Werkstätten und Kunden gleichermaßen zu entlasten, Stillstandzeiten zu minimieren und für maximale Transparenz zu sorgen – im Sinne einer echten Servicepartnerschaft. Zudem helfen datengetriebene Services unseren Kunden, die Umweltbilanz ihrer Flotte messbar zu verbessern – etwa durch intelligente Routenplanung oder präventive Wartung, die unnötige Standzeiten und Emissionen reduziert.

Christian Carstensen: Unser Fuhrpark umfasst rund 200 Lkws, die wir disponieren, sowie an die 250 Trailer. Beim Kauf neuer Fahrzeuge ist für uns unheimlich wichtig, dass wir gut beraten werden – gerade wenn es um neue Technologien geht. Oder auch um neue Optionen: Wenn etwa in Arbeitskreisen politisch schon diskutiert wird, dass neue Entwicklungen anstehen, ist das für uns ja auch planungsrelevant. Es hilft uns, wenn die Hersteller da am Puls der Zeit sind. Und ganz praktisch wollen wir nur kaufen, was wir auch brauchen. Wir haben vor Kurzem Planenaufleger bei Krone bestellt und die haben wir sehr gezielt konfiguriert – mit einer kosteneffizienten Ausstattung, die wirklich nur das umfasst, was wir benötigen und einsetzen. Da ist eine vertrauensvolle Beziehung zum Verkäufer entscheidend.

Ralf Faust: *Uns ist sehr bewusst, dass die 95 Kubikmeter Laderaum, die wir verkaufen, für unsere Kunden das sind, womit sie täglich ihr Geld verdienen. Deshalb setzen wir in der*



Beratung auf technische Kompetenz, Fairness und partnerschaftlichen Dialog. Wir entwickeln keine Lösung ohne klaren Mehrwert für den Kunden – und nur gemeinsam mit ihm. Denn am Ende zählt, dass das Fahrzeug exakt auf den jeweiligen Einsatz zugeschnitten ist und langfristig wirtschaftlich betrieben werden kann.

Christian Carstensen: Das spürt man. Genau deshalb ist auch technisches Verständnis im Vertrieb so wichtig. Der Ansprechpartner muss nachvollziehen können, wie wir die Fahrzeuge konkret einsetzen. Für den Stückgutbereich haben wir beispielsweise speziell verstärkte Kofferauflieger benötigt, weil die Verladung dort besonders beanspruchend abläuft – das konnten wir gemeinsam mit Krone gezielt umsetzen.

Ralf Faust: *Wir entwickeln uns immer weiter, optimieren unseren Service fortlaufend. Unser Ziel ist es, unseren Kunden maximale Einsatzbereitschaft der Fahrzeuge zu ermöglichen, unabhängig vom Hersteller. Auch deshalb haben wir unsere Telematikschnittstellen für gemischte Fuhrparks geöffnet. Das war ein bewusster Schritt, auch im Umgang mit Wettbewerbern – aber immer im Interesse unserer Kunden. Ein spannendes Zukunftsfeld ist auch die Automatisierung. Gemeinsam mit Partnern wie Fernride arbeiten wir an Lösungen, bei denen Trailer perspektivisch teilautonom bewegt oder teleoperiert werden können – ein wichtiger Baustein, um Fahrermangel abzufedern und gleichzeitig Effizienzpotenziale zu heben. Wie erleben Sie als mittelständisches Unternehmen das Thema Partnerschaft?*

Thies Henrik Carstensen: Wir sind in Netzwerken engagiert, in denen wir unsere Erfahrungen mit anderen Mittelständlern teilen. Das passiert auf Augenhöhe und ich denke, dass wir uns da als Unternehmen mit den gleichen Herausforderungen durchaus solidarisieren, um uns ein Stück weit auch gegen die großen Konzerne zu behaupten, ob das deutsche, dänische oder schwedische sind. Wir sind da gut vernetzt. Und der europäische Transportmarkt ist ja von Firmen unserer Größenordnung geprägt.

Ralf Faust: *Wie sieht es bei Ihnen mit dem Thema alternative Antriebe aus?*

Thies Henrik Carstensen: Wir haben Elektromobilität für uns getestet und vor einigen Jahren selbst einen E-Lkw angemietet. Zusammengefasst hat sich der Einsatz in der täglichen Disposition als sehr herausfordernd erwiesen und wir haben das Projekt nach einer gewissen Zeit eingestellt. In Kooperation mit Kunden können



Es kursieren viele Geschichten zu den hängenden Schuhen in Flensburgs Norderstraße. Am gängigsten ist wohl die, dass man nach dem Studienabschluss zum Abschied aus der Stadt ein Paar Schuhe zurücklässt.



wir uns aber wieder vorstellen, in diese Technologie zu investieren. Ich denke jedoch auch, dass der Diesel noch durchaus seine Berechtigung hat – zumal er immer effizienter wird.

Christian Carstensen: Wenn ich einen Wunsch an die Politik äußern dürfte, dann wäre es Technologieoffenheit. Es gibt nicht den einen richtigen Weg, sondern viele und sie haben ihre Daseinsberechtigung. Und wir als Unternehmer können keine rein ideologiegetriebenen Themen umsetzen, sondern müssen am Ende auch einen Euro übrig haben. Sie sind mit Trailer Dynamics an einer spannenden Entwicklung beteiligt – wir haben das Fahrzeug auf einer Veranstaltung kennengelernt.

Ralf Faust: *Ja, wir sind an dem Start-up Trailer Dynamics beteiligt, das einen batterieelektrischen Antriebsstrang direkt in den Trailer integriert. Durch diese Elektrifizierung lässt sich der Kraftstoffverbrauch der Zugmaschine um bis zu 25 Prozent senken – ein echter Hebel für mehr Nachhaltigkeit. Die Sensorik, die dafür nötig ist, ist direkt in die Verschraubung des Königszapfens eingebettet, also an der Schnittstelle zwischen Zugmaschine und Trailer. Sobald die Zugmaschine auf Last geht, erkennt das System die Situation und unterstützt aktiv. Gemeinsam mit der Technischen Universität Dortmund entwickeln wir die Technologie kontinuierlich weiter. Produziert wird in unserem neuen Werk in Eschweiler, wo wir gezielt in eine Fertigungslinie für diese innovative Trailergeneration investiert haben.* ➔

Christian Carstensen: Das ist spannend, aber durch die Batterie wird das Fahrzeug sicher schwerer und das mindert die Nutzlast, oder?

Ralf Faust: Ja, aber wir wollen das beispielsweise durch Leichtbautechnologie ausgleichen. Durch unsere neue Zusammenarbeit mit Schwarzmüller, einem hoch qualifizierten Experten für Leichtbau im Nutzfahrzeugsegment, haben wir hier große Expertise hinzugewonnen. Zumal die Entwicklung der Batterien ebenfalls schnell voranschreitet, sie werden leistungsfähiger und gleichzeitig leichter.

Christian Carstensen: Ja, auch da gehen die Entwicklungen rasant voran. Wir behalten sie im Blick.

Ralf Faust: Menschen aus Norddeutschland sind ja bekannt für trockenen Humor und eine gewisse stoische Ruhe. Können Sie das von sich auch behaupten – und hilft es in turbulenten Zeiten wie diesen?

Christian Carstensen: Wir sind recht gelassen, das kann man auf jeden Fall sagen. Man versucht, sich nicht aus der Ruhe bringen zu lassen – auch wenn wir ja einfach in einer sehr lebendigen Branche arbeiten. Es ist ein schnelllebiges Geschäft, aber wir versuchen bewusst, einen kühlen Kopf zu bewahren.

Thies Henrik Carstensen: Ich würde auch sagen, dass uns die gemeinsame Unternehmensführung ganz gut gelingt, auch als Brüder. Wir harmonieren sehr miteinander, verstehen uns wirklich gut – nicht nur geschäftlich, sondern auch privat. Im Unternehmen pflegen wir klare Strukturen und kommunizieren die auch an alle. Wir beide wissen, wer wofür verantwortlich ist, und halten uns strikt daran. Das ist für unsere Mitarbeiter und unsere Teamleiter wiederum relevant, dass sie immer ganz klar wissen, an wen sie kommunizieren sollten. Wir sind gerade in den vergangenen Jahren

+ CHRISTIAN UND THIES HENRIK CARSTENSEN



Chr. Carstensen Logistics ist ein Familienunternehmen mit Standorten in Handewitt, Lüdenscheid und Langenhagen. Es werden nationale und internationale Transporte durchgeführt, unter anderem Silotransporte. Insgesamt verfügt der Betrieb über Lagerkapazitäten von knapp 100.000 Quadratmetern. Gegründet wurde er im Jahr 1892, die Brüder Christian und Thies Henrik Carstensen führen das Unternehmen in fünfter Generation.

stark gewachsen und haben die Strukturen so gebaut, dass weiteres Wachstum möglich ist. Und gleichzeitig bleiben wir ein Familienunternehmen mit allen dazugehörigen Werten.

„Wir sind gerade in den vergangenen Jahren stark gewachsen und haben die Strukturen so gebaut, dass weiteres Wachstum möglich ist.“

THIES HENRIK CARSTENSEN

Ralf Faust: Das verbindet uns ja auch. Für mich steht im Service eines immer an erster Stelle: dem Kunden schnell und verlässlich zu helfen – ganz gleich, wie komplex das Umfeld geworden ist. Die Technologie rund um den Trailer hat sich stark verändert, aber eines bleibt konstant: Der Kunde steht kompromisslos im Mittelpunkt. Diese Haltung leben wir im Alltag – ich bin in Notfällen persönlich erreichbar, auch nachts. Genau das macht für mich partnerschaftlichen Service aus.

Christian Carstensen: Das kann ich aus Kundensicht nur bestätigen. Wir treffen unsere Kaufentscheidungen natürlich vor allem aus wirtschaftlichen Gründen, aber auch, weil wir uns bei Krone gut aufgehoben wissen. ➔

FOTOS: LARS FRANZEN

STABILE BASIS

Das Chassis ist das Fundament jedes Aufliegers: Es befördert schwere Lasten, absorbiert Stöße und bleibt auch in Kurven oder unebenem Gelände formstabil. Verzinkte Komponenten und eine hochwertige KTL-Beschichtung schützen zuverlässig vor Korrosion – selbst im harten Dauereinsatz. In strahlendem Krone-Blau trägt dieses Chassis den Profi Liner, der mit modularen Baukastenlösungen flexibel auf jede Herausforderung im Transport reagiert. Das optimierte Konzept der aktuellen Generation setzt auf eine geschweißte Leiterraumkonstruktion mit durchgehenden Längsträgern und profilierten Querträgern – für maximale Stabilität. Die hier seitlich geschlossene Sattelplatte schützt im Fahrverkehr vor unsanften, seitlichen Aufsattelvorgängen auf kleinem Raum.



FOTO: KRONE

Hier gab es zum Abschied ein Flensburger, alkoholfrei natürlich, am schönen Museumshafen.





„Donnerstag, Freitag und Samstag sind die stärksten Verkaufstage im Handel – mit entsprechend großer Nachfrage.“

Christian Matzel, Prokurist Havelexpress

Von der Banane bis zum Suppengrün

Havelexpress liefert an sechs Tagen pro Woche frisches Obst und Gemüse – mit feinem Gespür fürs Handling der sensiblen Ware und Unterstützung durch moderne Kühlfahrzeuge von Krone.

Obst und Gemüse gehören zu den wichtigsten Produkten im Supermarkt: Viele Läden platzieren eine üppige Auslage direkt am Eingang, um Kunden anzuziehen. „Die Waren müssen lecker aussehen und frisch sein – das hält die Kunden“, weiß Christian Matzel, Prokurist bei Havelexpress. Sein Arbeitgeber trägt maßgeblich dazu bei: Der Logistiker transportiert Früchte von Apfel bis Zitrone und Gemüse von Aubergine bis Zucchini von Brandenburg aus nach ganz Ostdeutschland. Havelexpress bringt die sensiblen Stücke in die Zentrallager der Lebensmitteleinzelhändler sowie in rund 300 Supermärkte. „Wir beliefern die Märkte jede Nacht an sechs Tagen in der Woche, sodass sie morgens immer frische Ware anbieten können“, so Matzel.

Besonders viel Arbeit rund um Feiertage

Das Geschäft mit dem sensiblen Gut erfordert viel Flexibilität. Es ist laut Matzel unter anderem abhängig von der Saison und von Wochentagen: „Sonntag ist zum Beispiel ein starker Tag für die Zentrallager, denn nach dem Wochenende müssen die Regale am Montag wieder mit frischer Ware gefüllt werden. Donnerstag, Freitag und Samstag sind die stärksten Verkaufstage im Handel – mit entsprechend großer Nachfrage.“ Rund um Feiertage wie Ostern oder Weihnachten steigt das Volumen deutlich – sowohl davor als auch danach. Dann wollen die Kunden ihre Kühlschränke auffüllen. Auch Aktionsangebote bedeuten oft mehr Lieferungen.

Besonders viele Fahrzeuge starten daher sonntags. Angesichts all dieser schwankenden Parameter muss die Disposition bei Havelexpress äußerst flexibel auf wechselnde Bestellmengen reagieren und sowohl die Lkws als auch die Fahrer bedarfsgerecht einplanen. „Wir digitalisieren derzeit unsere Systeme, aber unsere Anforderungen sind sehr komplex und deshalb fußt noch vieles auf der Erfahrung unseres Teams“, sagt Matzel.

Bananen werden aus „Winterschlaf“ geweckt

Bei Obst und Gemüse hat jedes Produkt seine individuellen Besonderheiten. Bananen zum Beispiel werden im Ursprungsland unreif geerntet und bei rund 14 Grad in eine Art „Winterschlaf“ versetzt. In den Kartons, in denen sie nach Europa kommen, sind sie zusätzlich in luftdichter Folie verpackt. Bei Havelexpress werden sie dann vor der Auslieferung unter kontrollierten Bedingungen auf den perfekten Reifegrad

gebracht. Dazu betreibt das Unternehmen eine moderne, computergesteuerte Bananenreifung, in der die Früchte etwa fünf Tage lang sanft weiterentwickelt werden: „Mit unserer Reifungsanlage können wir recht genau bestimmen, welche Farbe die Frucht erreichen soll. Die Kita braucht sie vielleicht etwas gelber, der Supermarkt etwas weniger reif.“

Auch das Verpacken übernimmt der Dienstleister. Die Produkte kommen palettenweise in Groß Kreuz an, sind aber häufig noch nicht verkaufsfertig vorbereitet: Äpfel werden beispielsweise in Gebinden zu je 250 Kilogramm geliefert. „Die packen wir hier vor Ort in Beutel mit je 2,5 Kilogramm oder legen sie in vorgeformte Pappschalen“, erklärt Matzel. „Das passiert alles noch in Handarbeit, für Maschinen sind die Aufgaben zu individuell. Beim Suppengrün etwa werden auch von unseren Mitarbeitern Porree, Sellerie, Möhren und Petersilie zusammengebunden.“

Krone Cool Liner fasst mehr Trolleys

Die Waren werden während des Transports alle gekühlt. Bei der Banane sind es zum Beispiel 15 Grad, bei Pilzen und Suppengrün 6 Grad. Der Fuhrpark braucht also reichlich Kühlfahrzeuge. Darüber hinaus muss er besonders vielfältig sein: „Wir haben Transporter, Solofahrzeuge, Hängerzüge und Sattelaufleger – bei letzteren ist Krone unser Hauptlieferant“, berichtet Christian Matzel. Neben Obst und Gemüse liefert das Unternehmen auch Pflanzen aus, und die werden auf Blumencontainer gepackt: „Wir können sie sehr gut in die Fahrzeuge von Krone laden. Die entscheidenden Zentimeter mehr ermöglichen es, fünf statt vier Trolleys zu verladen.“

Bei Havelexpress sind 88 Kraftfahrer fest angestellt. Gemeinsam mit dem 13-köpfigen Büroteam sowie zwei Mitarbeitern in der Werkstatt sorgen sie für den

Bananen sind „Bestseller“ in den Supermärkten: Bei Havelexpress werden sie nicht nur fachgerecht transportiert und in die Läden gebracht, sondern auch in einer speziellen Anlage auf den gewünschten Reifegrad gebracht.





Die Technik muss zuverlässig arbeiten – das gilt insbesondere für die Kühlmaschinen, mit denen Trailer unterwegs sind. Havelexpress testet derzeit für Krone innovative Modelle von Mitsubishi.

Rund-um-die-Uhr-Service des Unternehmens. „Unsere Kunden haben sehr unterschiedliche Zeitschienen“, sagt Matzel, „die einen brauchen die Ware um 6 Uhr morgens, die anderen um 20 Uhr abends.“ Der Fuhrpark umfasst unter anderem 24 Sattelzugmaschinen und 26 Auflieger. Ein Krone Cool Liner ist derzeit mit einer innovativen Kühlmaschine der Mitsubishi Heavy Industries Thermal Transport Europe (MTTE) GmbH unterwegs. Der japanische Hersteller gilt als technologischer Vorreiter. Krone und MTTE kooperieren mit Havelexpress für einen Langzeittest. „Der im Testeinsatz laufende Krone Cool Liner ist mit einer konventionellen Mitsubishi-TFV-150-Kühlmaschine ausgestattet, die mit Laufruhe und geringem Dieselverbrauch punktet. Gleichzeitig gewährleistet die Wärmepumpentechnik sowohl kurze Abtauzeiten als auch schnelle und effektive Heizleistungen“, erklärt Peter Köthe, Regionalvertriebsleiter der Krone Nutzfahrzeug Gruppe.

In weiteren Tests sollen auch die vollelektrischen Kühlmaschinen von Mitsubishi im täglichen Betrieb getestet werden. „Diese Lösung arbeitet ohne Generatorachse – die Kühlmaschine wird ausschließlich von einem extrem leistungsfähigen Akku versorgt“, so Christian Goetsch, Key Account Manager International bei MTTE.

Temperaturüberwachung immer wichtiger

Für Krone ist dieser Test sehr spannend, denn er könnte dazu beitragen, Kunden schon bald eine weitere Option für moderne Kühlmaschinen anzubieten. „Die Systeme von Kühlmaschine und Trailer müssen sauber zusammenarbeiten. Im Test erkunden wir, wie das in der Praxis funktioniert“, so Peter Köthe. Der Kunde Havelexpress zieht eine positive Zwischenbilanz:

„Wir sind sehr zufrieden damit“, sagt Christian Matzel. „Die Maschine läuft wirklich leise und sehr zuverlässig.“ Die Temperaturen exakt überwachen und nachweisen zu können, werde für sein Geschäft immer wichtiger. „Wir sehen, dass die Temperaturen im Test besonders gut gehalten werden.“

Teilweise bringt das Unternehmen an einem Tag 2.500 Paletten auf den Weg. „Vor zwei Jahren waren es an Pfingsten auch mal 3.000, da kommen wir an unsere Grenzen“, so Matzel. Er berichtet, dass die Mengen an Obst und Gemüse, die der Handel verkauft, von Jahr zu Jahr steigen. „Ich denke, das liegt vor allem daran, dass die Konsumenten sich gesunder ernähren wollen und wenn es mehr Angebot gibt, fördert das auch die Nachfrage.“ Der Handel werde immer stärker den Wünschen der Kunden nach einer großen Produktvielfalt bei Obst und Gemüse gerecht: „Man kann im Winter Erdbeeren kaufen oder Spargel, der kommt dann aus Griechenland. Die Frage ist, wer den Markt bestimmt: der Handel oder die Konsumenten?“ Auch ungewöhnliche Obstsorten wie Drachenfrucht oder Minikiwis finden immer mal wieder den Weg ins Sortiment. Eine Frucht bleibt laut Matzel aber ein echter Klassiker und Dauerseller: „Die Banane – die läuft das ganze Jahr.“



FOTOS: LIEBING-FOTOGRAFIE

+ HAVEL-EXPRESS

Havelexpress mit Sitz in Groß Kreutz bei Berlin ist auf **Frischelogistik** für Obst, Gemüse und Pflanzen spezialisiert. An sechs Tagen in der Woche beliefert das Unternehmen **276 Filialen sowie Zentrallager** – mit großer Flexibilität und viel Know-how im Umgang mit sensibler Ware.

Überall reibungslos laden

Das **Technologie-Scale-up EcoG** sorgt für intelligente Ladestationen in der E-Mobilität, auf die man sich verlassen kann.

Elektromobilität braucht eine Ladeinfrastruktur, die schnell, zuverlässig, kompatibel und intelligent ist. Das Münchner Scale-up EcoG hat dafür ein zentrales System entwickelt, genannt Universal Core: Es bietet alle Kernfunktionen innerhalb einer Ladestation – von der Kommunikation mit dem Fahrzeug über die Einhaltung regulatorischer Anforderungen bis hin zur Anbindung an Backend- und Flottenmanagementsysteme sowie Fernwartung. Ob kompakte Wallbox, Schnellladesäule oder verteiltes Powerblock-Dispenser-System: EcoG sorgt in den Systemen von Ladestationsherstellern für reibungslose, effiziente und zukunftssichere Abläufe. Ladesäulen mit dem EcoG Universal Core funktionieren zuverlässig mit jedem Elektrofahrzeug oder -truck – unabhängig vom Hersteller – ohne Kommunikationsprobleme, ohne Anpassungen und selbst dann, wenn Fahrzeug und Säule ursprünglich nicht füreinander konzipiert wurden. So unterstützt EcoG Ladestationshersteller und -betreiber beim großflächigen Ausbau von Ladeinfrastruktur – ein entscheidender Schritt zur Alltagstauglichkeit der Elektromobilität.

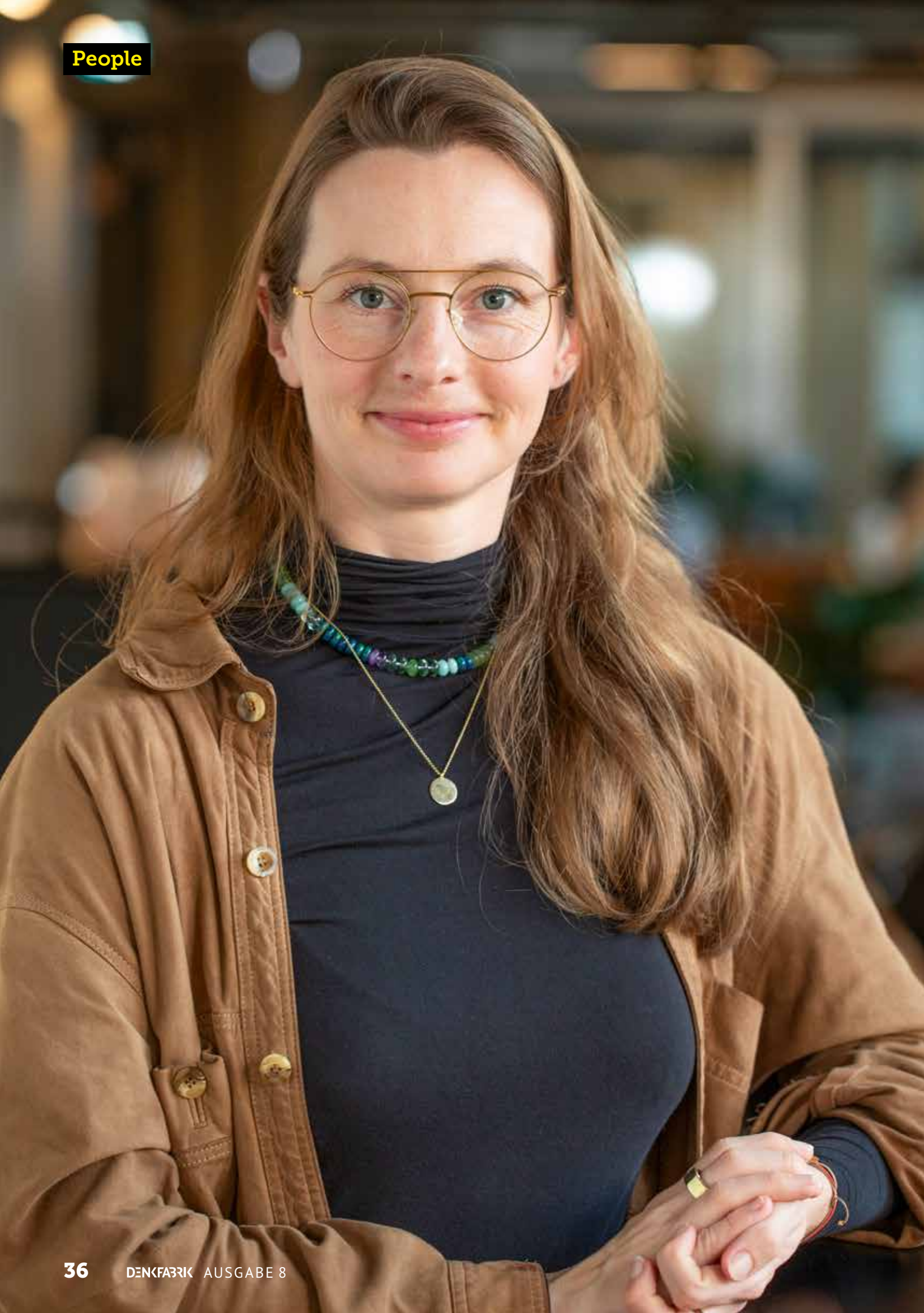
Schnelles Laden aller Marken

Die Plattform EcoG Universal Core ist bereits in 25.000 Geräten weltweit im Einsatz. Sie ermöglicht schnelles, standardkonformes Laden mit allen gängigen Fahrzeugmarken und Steckertypen. Hersteller von Ladesäulen müssen keine eigene Software mehr entwickeln, sondern erhalten ein sofort einsetzbares, modular aufgebautes System. Alle wesentlichen Funktionen sind integriert – darunter Megawatt-Charging (MCS), Plug and Charge

über Betreibergrenzen hinweg, bidirektionales Laden (V2G) und Over-the-Air-Updates. Das verkürzt die Entwicklungszeit für Ladesäulen um bis zu 50 Prozent und senkt die Produktionskosten um bis zu 75 Prozent. Für diesen Ansatz wurde EcoG 2024 mit dem „Deutschen Innovationspreis“ in der Kategorie „Mittelstand“ ausgezeichnet.

Kompatibel mit neuesten Fahrzeugmodellen

„Auch Ladesäulenbetreiber profitieren von unserer Technologie“, erklärt Sebastian Lucae, Chief Strategy Officer bei EcoG. „Sie können Ladepunkte einfach überwachen, effizient warten und dauerhaft zuverlässig betreiben – unabhängig vom Fahrzeugtyp oder Backend-Anbieter.“ EcoG wurde 2017 in einem Mobility Accelerator in Detroit gegründet und hat sich seither zu einem internationalen Technologievorreiter entwickelt. In der EU nutzt bereits jede siebte verkaufte DC-Ladestation die Lösungen des Unternehmens. Auch in den USA und Indien setzen namhafte Hersteller wie Dover Fueling Solutions auf die Technologie von EcoG für ihre Ladestationen. EcoG engagiert sich zudem in der Weiterentwicklung und Normung von Ladestandards. Besonders geschätzt wird die hohe Kompatibilität der Plattform: Ladeabbrüche durch Kommunikationsprobleme mit Fahrzeugen werden vermieden. Dank enger Kooperation mit der Automobilindustrie und mehr als 100 Technologiepartnern – von Leistungsmodulen über Isolationsmonitore und Ladekabel bis hin zur Chipebene – arbeiten EcoG-Lader sogar mit den neuesten Fahrzeugmodellen stabil, noch bevor diese in Serie gehen.



Die OptimiererIn

Helen Tacke zeigt mit dem Climate-Tech-Start-up Cozero, wie Unternehmen Klimaschutz strategisch verankern und wirksame Lösungen entwickeln können.

Für Helen Tacke ist Klimaschutz nicht nur eine gesellschaftliche Herausforderung, sondern vor allem auch eine unternehmerische Chance. „Wir wollen da ansetzen, wo es wirklich Wirkung zeigt“, erklärt die Gründerin und CEO von Cozero. Das Unternehmen versteht sich als „Carbon Action Platform“, die Klimamanagement erfassen und optimieren kann: „Uns war von Anfang an wichtig, dass unser Tool die Emissionen nicht nur misst, sondern dass die Reduktion von CO₂ damit gezielt gesteuert werden kann.“ Die Software analysiert die Emissionen von mittelständischen und großen Unternehmen sowie ihren Produkten besonders genau und schlägt dazu passende konkrete Hebel vor, um die CO₂-Bilanz zu verbessern – basierend auf den individuellen Geschäftsprozessen und finanziellen Rahmenbedingungen des Nutzers. Grundlage dafür ist ein „digitaler Zwilling“, der Klimadaten mit Finanzkennzahlen verknüpft. Das erleichtert auch die Berichterstattung gegenüber der Öffentlichkeit sowie gegenüber Kunden und Mitarbeitern, für die transparent wird, wie „grün“ ein Unternehmen arbeitet.

Strategisch denken, nachhaltig handeln

Helen Tacke hat an der Universität Münster einen Bachelor in Betriebswirtschaftslehre absolviert, dann einen Master in Management an der HHL Leipzig Graduate School of Management. Zunächst sammelte sie Erfahrungen auf der Investorenseite: Als Venture-Capital-Expertin betreute sie Fonds, die auch viele junge Unternehmen im Portfolio hatten. „Die Finanzkennzahlen standen da lange im Vordergrund, aber Daten zur Nachhaltigkeit wurden immer relevanter – sowohl was Emissionen betrifft als auch soziale und Governance-Themen“, so Tacke. Sie erkannte die Bedeutung dieser

Entwicklung und dass viele Unternehmen dies in ihrem Reporting noch nicht systematisch und ganzheitlich erfassen. Gleichzeitig wuchs ihre Motivation, selbst zu gründen: „Ich wollte mehr Impact haben, selbst am Lenkrad sitzen. Dabei wollte ich nie nur um der Erfahrung willen gründen, sondern immer mit einer guten Idee.“ In den vergangenen fünf Jahren hat das Team gezielt erfahrene Sparringspartner an Bord geholt, um Cozero strategisch weiterzuentwickeln. Einer von ihnen ist Henrik Larsen, ehemaliger Chief Procurement Officer bei Maersk und seit einem Jahr Vorsitzender des Cozero-Boards. Mit seiner jahrzehntelangen Erfahrung in einer Schlüsselindustrie für Dekarbonisierung und seiner fundierten Procurement-Perspektive bringt er wertvolle Impulse für die Ausrichtung und Weiterentwicklung des Unternehmens ein. Wie in der Finanzwelt geht es auch beim Klimamanagement nicht darum, ausschließlich Zahlen zu sammeln. Entscheidend ist, die Zusammenhänge zu verstehen: Wo steht das Unternehmen? Ist es auf dem richtigen Weg? Und was muss passieren, damit es zukunftsfähig bleibt? Gemeinsam mit ihrem ehemaligen Kommilitonen Fabian, einem Experten für Digitalisierung, und dem Softwareentwickler Tiago hat sie 2020 Cozero ins Leben gerufen. „Wir wollten Nachhaltigkeit als strategisches Steuerungselement verankern – verbunden mit der Frage, was die größte Wirkung bringt und was sich rechnet“, so Tacke. Es fiel ihr leicht, in den Themenbereich einzusteigen – weil viele dort ihr Wissen offen teilen: „Beim Klimaschutz gibt es viel Kollaboration und Austausch.“

Wirkungsvolle Co-Creation

Gerade für Unternehmen aus der Logistik sei der Ansatz von Cozero optimal, berichtet sie. Die Branche gilt als einer der Schlüsselfaktoren für eine erfolgreiche Dekarbonisierung – ➔

+ HELEN TACKE

Helen Tacke ist Co-Gründerin und **CEO von Cozero**. Sie hat in Münster BWL studiert und schloss 2016 ihr Masterstudium in Management an der HHL Leipzig Graduate School of Management ab. Dann war sie als Investorin auf dem Risikokapitalmarkt tätig, bevor sie 2020 mit Fabian Schwarzer und Tiago Taveira Cozero gründete.

nicht zuletzt, weil sie mit engen Margen und komplexen Lieferketten arbeitet und zahlreiche Akteure miteinander vernetzt. „Logistik ist überall. Wenn sich hier etwas verändert, wirkt das weit über die Branche hinaus“, sagt Tacke. Ihr Team und sie entwickeln das Produkt bewusst gemeinsam mit den Unternehmen, die es später einsetzen: „So stellen wir sicher, dass wir genau die Lösungen bauen, die wirklich gebraucht werden.“ Ein Beispiel ist die Zusammenarbeit mit der Mosolf-Gruppe, die stark in die interne Transformation hin zu nachhaltigeren Lösungen in der Branche investiert. „Wir unterstützen Mosolf dabei, Dekarbonisierungsmaßnahmen entlang komplexer Lieferketten in die Praxis umzusetzen und damit auch einen wirtschaftlichen Effekt zu erzielen“, berichtet Tacke. „Das Unternehmen zeigt damit, dass sich Nachhaltigkeit mit wirtschaftlichen Zielen vereinbaren lässt.“ Für Cozero bedeutet Co-Creation mehr als Rücksprachen oder das Umsetzen von Feedback. Der Ansatz zieht sich durch alle Entwicklungsphasen – von der ersten Produktidee bis hin zur Integration neuer Funktionen.

„Die Anforderungen in den Unternehmen verändern sich ständig. Um relevant zu bleiben, müssen wir nah dran sein und gemeinsam mit unseren Nutzern weiterdenken“, erklärt Tacke. In Workshops und Austauschformaten bringt Cozero auch seine Kunden regelmäßig zusammen – um voneinander zu lernen und zusammen Lösungen zu entwickeln, teils über Unternehmensgrenzen hinweg. „Die Herausforderungen sind oft ähnlich, besonders in der Logistik. Umso mehr profitieren alle, wenn Erfahrungen geteilt werden und wir gemeinsam neue Standards setzen“, sagt Tacke. Auch die eigenen Prozesse werden immer wieder konsequent hinterfragt: „So haben wir beispielsweise entschieden, bestimmte Kennzahlen auf unserer Plattform nicht permanent live



zu aktualisieren, wenn das in der Praxis nicht zwingend benötigt wird. Sie werden nun alle halbe Stunde neu berechnet, um Energie zu sparen.“

Komplexität ist keine Bremse

Seit 2020 ist Cozero stark gewachsen. In einer Serie-A-Finanzierungsrunde sammelte das Unternehmen 2024 zuletzt 6,5 Millionen Euro ein, um international zu expandieren. Das Climate-Tech-Start-up hat den „Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2022/23“ erhalten. Mehr als 50 Mitarbeiter sind heute im Unternehmen tätig. Sie decken alle Kompetenzen ab, die beim Thema Klimaschutz zusammenkommen, wie Technologie, Umwelt, Unternehmensführung und Kundenbetreuung. „Es ist sehr komplex, was es natürlich auch sehr spannend macht.“ Für Tacke ist Komplexität keine Bremse – sondern eine Umgebung, in der neue Lösungen entstehen. Sie ist überzeugt: „Nachhaltigkeit muss im Unternehmen strategisch verankert sein. Es reicht nicht, wenn das Thema isoliert bearbeitet wird – es gehört auf Topmanagementebene und muss Teil der Innovationsstrategie sein.“

Der Klimawandel zeigt sich längst in konkreten Zahlen und sichtbaren Phänomenen wie extremen Wetterereignissen und steigenden Durchschnittstemperaturen. Helen Tacke behält den Blick für Optionen: „Ich spüre eine große Euphorie, wenn ich sehe, was im Bereich Nachhaltigkeit alles möglich ist. Ich sehe darin eine enorme Chance, Dinge wirklich zu verändern – und diese Energie treibt mich jeden Tag an.“ Für sie liegt die Kraft der Veränderung nicht nur in der Technologie. Entscheidend sei, wie Unternehmen, Partner sowie ganze Branchen zusammen handeln – und Verantwortung übernehmen. „Wir sind an einem Punkt, an dem wir die Dinge grundlegend anders denken müssen“, sagt sie. „Aber wir können diese Transformation nur gestalten – wenn wir es gemeinsam tun.“

FOTOS: BENJAMIN TAFEL



Eine Kolumne von Bernard Krone

Gemeinsam Neues schaffen



Die Welt ist weiterhin in Aufruhr: Wirtschaftliche und politische Herausforderungen bestimmen das Nachrichtengeschehen. Der Wind weht rau. Genau dann zeigt sich, was im unternehmerischen Handeln wirklich zählt: Verlässlichkeit, Miteinander, Partnerschaft.

Für uns bei Krone ist Partnerschaft keine Floskel, sondern gelebte Realität. Sie zeigt sich im direkten Kontakt mit unseren Kunden, in langfristigen Kooperationen mit Entwicklungspartnern, in der gemeinsamen Arbeit an den besten Lösungen. Und nicht zuletzt im festen Willen, auch in herausfordernden Zeiten immer weiter voranzugehen – mit Haltung, Verantwortung und klarem Blick nach vorn.

Partnerschaft bedeutet auch: Man bleibt. Gerade dann, wenn es unbequem wird. Wenn Margen schrumpfen und Ressourcen knapp sind. Wir bleiben nicht nur, wir gestalten. Wir investieren – in Innovationen, in Digitalisierung, in

die nächste Generation. Wir hören zu und wir denken weiter. Partnerschaft heißt für uns auch, gemeinsam Neues zu schaffen: neue Technologien, neue Prozesse, neue Wege.

„Krisen sind Prüfsteine. Aber sie eröffnen auch neuen Raum, neue Möglichkeiten.“

Krisen sind Prüfsteine. Aber sie eröffnen auch neuen Raum, neue Möglichkeiten. Wer jetzt verlässlich ist, wer sich treu bleibt und gleichzeitig den Mut zur Veränderung hat, der gewinnt – nicht nur an Stärke, sondern vor allem auch an Vertrauen. Und Vertrauen ist die vielleicht wichtigste Währung, die es in unsicheren Zeiten gibt.

FOTOS: ISTOCK/STUDIOIM1, KRONE

