

10/2023

75
Jahre
1947-2022

Brandeis Verlag und Medien GmbH & Co. KG
Schieferstein 11 a | 65439 Flörsheim

77. Jahrgang | 15.10.2023
ISSN 0047-780X

www.moebelspediteur.de
info@moebelspediteur.de

der möbel spediteur

Das große deutschsprachige Fachmagazin für Umzug, Logistik & Storage



**„Wir müssen reagieren“:
HES richtet sich neu aus**



**Neuer Relocation-
Verband: Garp startet**



Auffallend gut
Marketing, Werbung & PR

- Anzeige -

Erfolg durch Teamwork

ProMovers, das aktive Netzwerk
der Möbellogistik.

 **MOVE
TEAM**



Optimierte interne Kommunikation

Dank unserer Kooperation mit Staffice profitieren alle ProMovers-Mitglieder von exklusiven Rabatten von bis zu 50% auf unsere Mitarbeiter-App „MoveTeam“. Die App vernetzt Mitarbeitende unabhängig von Standort und Arbeitszeit, überwindet Sprachbarrieren und unterstützt die Entwicklung der Unternehmenskultur. Du möchtest mehr erfahren? **Wir freuen uns auf Deinen Anruf: 06145 5442-100.**


by ProMovers

Und jetzt zur Werbung Selbstvermarktung und Marketing

Tach auch und ein herzliches Hallo,

das sogenannte „Großflächenplakat“, besser bekannt als klassische Plakatwand, ist in Deutschland auf die Größe 2,52 Meter mal 3,56 Meter genormt. Klingt nach viel? Hm. Nö. Ich vergleiche das mal mit einem Sattelaufleger deutscher Zulassung, der standardmäßig ein maximales Außenmaß von 13,68 Meter mal 2,55 mal 4,00 Meter haben darf. Ist eine klassische Plakatwand immer noch groß (und ja, die Räder und das Fahrerhaus muss man beim Lastwagen als Nettofläche noch abziehen)?

Der firmeneigene Lkw ist folglich die beste und größte Werbefläche, die ein Logistiker haben kann – sie kostet ihn bis auf die eh notwendige Folienbeklebung nichts, kommt viel rum und wird von vielen Menschen auf der Autobahn gesehen – das gilt für Stück- und Schüttgutlogistiker. Für Umzugsspediteure dagegen gilt: So ein Wagen parkt jeden Tag vor einer anderen Hauptzielgruppe. Vor Wohnungen und Häusern. Vor Firmengebäuden. Und das stundenlang. Wenn ein großer Möbelwagen vor der Tür steht, guckt doch jeder drauf, von welcher Firma er ist.

Doch fast alle Möbellogistiker beschränken sich bei der Beklebung ihrer Fahrzeuge auf die in der eigenen CI abgelegten Farbe und eine übergroße Darstellung des Markenschriftzugs, also meist des Unternehmensnamens. Kann man so machen, aber es gibt Unternehmer, die da ganz andere Wege gehen. Lars Kleffner und sein Marketingkopf Frank Schiefer etwa gehen diesen ganz anderen Weg – mehr dazu ab Seite 16 in dieser Ausgabe. Frank haben wir auch die Frage gestellt, was eigentlich Werbung ist, was Marketing und was wiederum als PR gilt, also als Öffentlichkeitsarbeit.

In eigenem Auftrag werben

Gerade weil der eigene Lkw eine immens große und mobile Werbefläche ist, haben sich einige Vermarkter darauf spezialisiert, diese Fläche großen Kunden anzubieten und sich das so erwirtschaftete Geld mit den Spediteuren zu teilen. Wem nicht wichtig ist, dass sein Firmenname auf dem Aufleger pappt, kann mit diversen Vermittlern recht einfach und mit überschaubaren Laufzeiten von drei bis sechs Monaten (ontruck.eu oder plakam-lkw.com) gutes Geld kassieren.

Auf vielen Lkw, meist auf der Ladebordwand von außen, stehen auch langweilige Sprüche à la „Fahrer gesucht“ oder „Willst du für uns fahren?“. Der Logistiker Milz (Bild o.r.) buhlt mit seiner Kampagne „Für gute Leute ist immer Platz“ und gut zwei Dutzend der eigenen Fahrer und Lageristen



Foto: Spedition Milz

großflächig um neue Mitarbeiter und somit Kollegen für die Herren auf den Porträtfotos. Sympathischer geht's doch kaum, oder?

Ein bisschen dunkler am Himmel

Anderes Thema: Wir haben uns zwar auf die Fahne geschrieben, redaktionell mit einer Positivbrille auf die Welt zu schauen und die Chancen früher zu sehen als etwaige Probleme, aber das gelingt nicht immer. Wenn ein Gigant wie Hermes die Anzahl seiner Depots mit dem dicken Rotstift zusammenstreicht, weil nach der „Corona-Bestelleuphorie“ – verzeihen Sie mir dieses unschöne Wort – jetzt Inflation und Konsumflaute zu stark an Gewinn und Auslastung nagen, ein Maschinenauktionator in sehr dunklen Farben über den aktuellen Zustand der möbelproduzierenden Unternehmen berichtet und ich von Ihren Kollegen da draußen manchmal dann höre, „also bei uns liefen Frühjahr und Sommer jetzt doch noch ganz gut“, dann ist schon das eine oder andere in einer Schieflage. Also steuern wir dagegen, zeigen in dieser Ausgabe etwa die Zukunft des Selfstorage, dass Deutschland endlich einen Relocationdachverband bekommt und der Kopf der internationalen Euromovers, Thomas Juchum, findet starke Worte, was wir Deutsche in unserem Markt so richtig machen und was unsere Stärken im Umzug sind. Viel Spaß beim Entdecken!

**Marc Weinard, Chefredakteur
 der möbelspediteur
 marc.weinard@brandeisverlag.de**



EDITORIAL

Und jetzt zur Werbung.....3

BILD DES MONATS

Der „Umzug Alter Schule“6

NEWS8

TITEL

Auffallend gut:

Werbung, PR & Marketing12

Stets einen Spruch auf Lager.....14

„Schloms!“ auf großer Fahrt.....18

Auffallen um jeden Preis.....20

Das Breitschwerdt: Markenkolumne ..22

BUSINESS

Deutsche werden früh flügge.....23

HES schrumpft Zahl seiner Depots....24

So ziehen Münzen um.....26

So ziehen Bilder um27

„Schieflage in Möbelproduktion“28

„Wir Deutsche sind rational“30

Generation Z verstehen32

RECHT

„Ihm mal in die Fresse hauen“33

Nutzung von Kundendaten34

Datenschutz in der Schweiz.....35

MARKTPLATZ36

GEWERBE

News aus der Branche44

Dieser, Jena, welcher Fußball.....48

Die Zukunft im Selfstorage50

Garp will durchstarten51

Praxis: Erst gurten, dann spurten.....52

Goesch auf Reisen: Kolumne.....54

Neue Produkte56

Cartoon: Shit happens! Ralph Ruthe..57

Glosse: Ein Promireporter packt aus...58

Impressum58

Titelfotos: Schloms/WIM, HES, Garp

Highlights



Foto: Bertram

Auffallend gut: Marketing, Werbung, & PR

Werbung kennt jeder – dabei ist Reklame nur einer der Bausteine, aus denen sich der Riesenklotz namens Marketing zusammensetzt. In unserem Titelspezial geht es nicht um die Abgrenzung der vielen Bestandteile im Marketing; es geht um auffallend gute Ideen: aus dem Umzug, aus der Neumöbellogistik und dem Selfstorage.

12



Foto: Euromovers Worldwide

Euromovers: „Wir Deutsche sind rational“

Thomas Juchum, Vorstand von Euromovers Worldwide, fragten wir nach der jüngsten Conference und deren Gästen, nach Deutschland und dem Umzug.

30



Foto: Coriand

Dieser, Jena, welcher Fußball: Coriand macht's

Carl Zeiss Jena will zurück in den Profifußball und investiert allein in den Stadionbau 52 Mio. Euro. Mittendrin und stets dabei: Conny Coriand und Team.

48

der Ausgabe 10.2023



Foto: Hermes

HES schrumpft Anzahl seiner Depots

Selbst der Marktführer im Zwei-Mann-Handling gerät unter Druck: Der Hermes Einrichtungs Service stellt sich neu auf. Wir erklären den Umbau.

24



Foto: Surplex

„Schieflage in der Möbelproduktion“

Der Möbelhersteller MB Domus ging im Mai 2022 insolvent. Jetzt wird seine Produktion versteigert. Der Auktionator malt ein schwarzes Bild vom Markt.

28



Foto: Garp

Relocation-Verband Garp will durchstarten

Ein neuer Verband nimmt die Arbeit auf: Die „German Association of Relocation Professionals“ will Standards entwickeln und die Branche voranbringen.

51



Foto: DMG

Praxis-Tipps: Besser gurten, dann spurten

In den Praxis-Tipps Nr. 28 geht's um die Standardfehler, die beim Gurten von Ladung oftmals zu sehen und gefährlich sind.

52



Sicher zum Ziel! Mit Martens & Raetzer

Neuer Wall 10 · 20354 Hamburg · www.martens-raetzer.de

Versicherungslösungen für Möbelspediteure und Logistikdienstleister

Für jede Risikosituation ein individuelles Konzept mit maßgeschneiderten Konditionen. Profitieren Sie zusammen mit Ihren Kunden von unserer Erfahrung und unserem persönlichen Service, gerade auch im Schadenfall.



Martens & Raetzer
Versicherungsmakler

Telefon: +49 (0) 40 · 550 55 22

In der letzten Ausgabe unseres **der möbelspediteur** haben wir eine (und einige andere namensgleiche) „Oldschool Movers“ aus den USA redaktionell vorgestellt. Aber, wie war denn eigentlich dieser „Umzug Alter Schule“ in den Staaten wirklich? In einer Zeit vor Umzugskartons, vor Sicherheitsschuhen, vor Sackkarren und vor Treppensteigern? Im Archiv des „Library of Congress“ (was das ist, erklären wir auf Seite 47 in dieser Ausgabe) wird man fündig. Das hier gezeigte Bild entstand 1921, trägt den schlichten Archivtitel „Wilson moving“, ist ein etwa 10 mal 13 Zentimeter großes Glasnegativ und wurde dieser bereits 1947 gespendet. Für die Redaktion ist klar: Früher war nicht alles besser. Ganz bestimmt jedenfalls nicht im Umzugsgeschäft.

Foto: Library of Congress



Der „Umzug Alter Schule“: Das war der Job vor 100 Jahren



Lagerbox baut „Easy“-System aus: Bremen

Lagerbox ist eines der ältesten Selfstorage-Unternehmen in und aus Deutschland. Anfang des Jahres hat es vom Königsteiner Umzugsspezialisten Donath dessen in Offenbach ansässige „ESS Easy Self Storage“ übernommen und daraus eine neue Marke gestrickt: „Lagerbox Easy Operations“ heißt der neue Ableger, der jetzt einen zweiten Standort in Bremen bekommen soll: „Bei Lagerbox Easy ist das Prinzip etwas anders als bei der normalen Lagerbox“, erklärt Geschäftsführer Peter



Logo: Lagerbox

Blauw. „Dort kann man seine Sachen selbstständiger einlagern, das heißt: Man braucht kein Personal. Der Standort ist also autark.“

Der neue Standort in Bremen soll zudem ein Hybridstandort werden. Bedeutet: Es können sowohl Außengaragen als auch klassische Selfstorage-Lagerräume angemietet werden. Wie viele davon zur Verfügung stehen werden und wie die genaue Aufteilung aussehen wird, ist derzeit noch Teil der Planung. Die Boxen werden mit codierten Vorhängeschlössern gesichert. Eine Videoüberwachung, eine Alarmanlage sowie die Beauftragung eines Sicherheitsdienstes gehören zum autarken Konzept. Teil der Planung ist auch die Einrichtung eines 24-Stunden-Zugangs.

Die neue Filiale entsteht direkt an der Bundesstraße B6 in Bremen, die Fertigstellung ist für die zweite Jahreshälfte 2025 geplant. Insgesamt betreibt die Frankfurter Kette Lagerbox mit ihrer Hauptmarke 31 Selbstlagerzentren, die meisten davon in Eigenregie und nur ein kleinerer Teil als Franchise, und zählt derzeit rund 16.000 Kunden.



Foto: Storebox

Bald 300. Standort eröffnet: Mikrolager-Kette Storebox sammelt 67,5 Mio. Euro ein

Die österreichische Mikrolager-Kette Storebox holte sich eine der größten diesjährigen Finanzierungen des Landes: Storebox erhielt in der zweiten Investmentwelle jetzt 67,5 Millionen Euro. Mit dem Geld soll „der flächendeckende Ausbau und die Verdichtung des Filialnetzes“ vorangetrieben werden. Storebox hat seinen Umsatz allein

in den letzten zwölf Monaten um 160 Prozent gesteigert. Inzwischen ist die Kette bereits in sechs europäischen Ländern aktiv. Aktuell stünde die Eröffnung des 300. Standortes kurz bevor, bis zum Jahresende sollen über 400 Filialen in Betrieb sein. Das Storebox-Team ist inzwischen auf rund 100 Mitarbeiter angewachsen.

IT-Sicherheit: 8 von 10 Unternehmen schulen ihre Mitarbeiter

Nicht auf unbekannte E-Mail-Anhänge klicken, am Telefon dem vermeintlichen IT-Support-Mitarbeiter keine Passwörter geben und besser keine unbekannteten USB-Sticks in den Firmengeräten stecken – die große Mehrheit der Unternehmen setzt inzwischen auf die Schulung der Beschäftigten, um Cyberattacken abzuwehren. Jedes dritte Unternehmen (33 Prozent) schult grundsätzlich alle Mitarbeiter zu IT-Sicherheitsfragen, weitere 51 Prozent nur solche in bestimmten Positionen und Bereichen. 15 Prozent der Unternehmen führen hingegen überhaupt keine IT-Sicherheitsschulungen durch. Das sind Ergebnisse einer Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, für die 1.002 Unternehmen ab zehn Beschäftigten quer durch alle Branchen befragt

wurden. Jedoch: Viele Unternehmen, die die gesamte oder zumindest einen Teil ihrer Belegschaft zur IT-Sicherheit weiterbilden, tun dies nicht regelmäßig. Nur 24 Prozent geben an, mindestens einmal pro Jahr Schulungen durchzuführen. Weitere 37 Prozent bieten zwar regelmäßig entsprechende Schulungen an, diese finden aber seltener als einmal pro Jahr statt. 70 Prozent schulen bei Bedarf ihre Beschäftigten, 23 Prozent beim Eintritt ins Unternehmen. Ein weiteres Ergebnis der Studie: Bei 42 Prozent gab es in den vergangenen zwölf Monaten Versuche, mit Hilfe von Social Engineering Datendiebstahl, Industriespionage oder Sabotage vorzubereiten. 28 Prozent der Unternehmen berichten von vereinzelt Versuchen, 14 Prozent sogar von mehrfachen.

Mehrheit schult Beschäftigte – aber nicht allzu häufig

Schulen Sie Ihre Beschäftigten zu IT-Sicherheitsfragen und wenn ja, wie häufig?

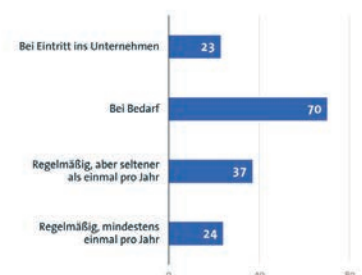
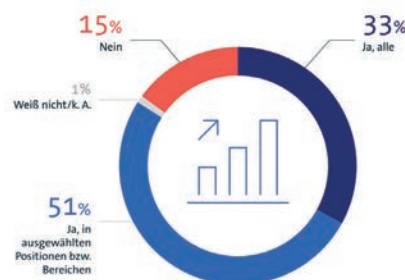


Foto: Roldo Rent

Otto Group kooperiert mit Robotik-Entwickler: Helfer für Logistikprozesse

Die Otto Group ist eine strategische Partnerschaft mit Boston Dynamics, dem wahrscheinlich wichtigsten Unternehmen für mobile Robotik, eingegangen. Das Ziel: die Logistikabläufe weiter zu automatisieren. In den kommenden zwei Jahren soll eine Flotte verschiedener Boston-Dynamics-Roboter in den Logistikzentren der Otto Group, beginnend mit Hermes Fulfillment, eingesetzt werden. „Ziel der Zusammenarbeit ist es, die betriebliche Effizienz sowie die Arbeitssicherheit zu steigern und die Attraktivität von Lagerarbeiten angesichts des Fachkräftemangels zu erhöhen“, teilt die Otto



Group mit. Die unterschiedlichen Robotertypen sollen Tunnelinspektionen und präventive Wartungsaktivitäten für Betriebsanlagen übernehmen, autonome Missionen erledigen und Kisten Transporte absolvieren.

Höhere Autarkie: Friedrich-Gruppe installiert zweite Photovoltaik



Fotos (2): Friedrich Friedrich

Die Griesheimer Friedrich-Gruppe hat eine zweite Photovoltaik-Anlage auf den Dächern ihrer Liegenschaft installieren lassen. Auf 650 Quadratmeter Dachfläche der Selfstoragehalle (Bild r.) wurden 240 Module montiert, die eine Leistung von zusammen fast 100 kW liefern. „Gekoppelt mit einem

Speichermedium von 22 kWh ermöglicht dies eine Autarkiequote von 43,4 Prozent: Ein nächster großer Schritt im strategischen Energiekonzept des Unternehmens“, so PR-Managerin Dorothee Klöß. Die Friedrichs waren bereits 2013 in eine autarke Energieversorgung durch Photovoltaik (Bild l.) eingestiegen.



Neuer Betriebsleiter: Spangenberg holt Ex-Schloms-Geschäftsführer Georg Rinke



Seit August hat Spangenberg aus Hannover, das Unternehmen von Frank Schäfer, einen neuen Betriebsleiter: Mit Georg Rinke dockt ein bekannter

Name als neuer Betriebsleiter an. Rinke war bis Oktober 2012 Geschäftsführer der Spedition Franz Schloms Nachf. aus Hannover. In den letzten elf Jahren arbeitete Rinke in Projekten abseits der Möbellogistik, etwa als Geschäftsführer des gemeinnützigen Verlages „Asphalt“ oder als Partner bei verkehrsleiter.de.

Kurz notiert

Fünf Logistiker gründen Healthcare-Netz

Mit Eurotranspharma Deutschland (ETPD) tritt ein neuer Logistikdienstleister auf den Markt. Ab 2024 sollen – gesteuert aus einem zentralen Hub in Kassel – täglich bis zu 18.000 Apotheken, Krankenhäuser und niedergelassene Ärzte mit temperaturgeführten Produkten beliefert werden: ETPD wird die Logistik von Pharma- und Healthcare-Produkten sowohl im Temperaturbereich von 2 °C bis 8 °C als auch 15 °C bis 25 °C anbieten. Fünf Last-Mile-Healthcare-Experten haben sich zu dem neuen Unternehmen zusammengeschlossen.

Schenker neu im Logistikpark Rostock

DB Schenker eröffnet im Logistikpark Rostock einen neuen Logistikstandort. Bis Ende dieses Jahres sollen



Foto: DB Schenker

mindestens 25 neue Arbeitsplätze dort entstehen. Das neue Terminal in Brinckmansdorf bietet auf einer Hallenfläche von 20.000 Quadratmetern leistungsfähige Lager- und Umschlagkapazitäten. Gunnar Scholtz, Leiter der DB Schenker Geschäftsstellen Rostock und Güstrow: „Mit der Erweiterung unserer Lager- und Umschlagkapazitäten schaffen wir Arbeitsplätze in der Region und für unsere Kunden optimale Rahmenbedingungen für weiteres Wachstum.“

Aktenvernichter Reisswolf wird grüner

Der Aktenentsorgungsspezialist Reisswolf hat sich 2022 nach ISO 14.001 zertifizieren lassen. „Wir wollten diesen branchenunabhängigen Standard für ein betriebliches Umweltmanagement erfolgreich umsetzen, um unsere Verbesserungen im Umweltschutz kontinuierlich voranzutreiben“, so die offizielle Info. Reisswolf hat seither einige grüne Verbesserungen angeschoben, unter anderem wurde das neue Konzept „Reisswolf Go Green“ entwickelt. Dahinter verbirgt sich ein



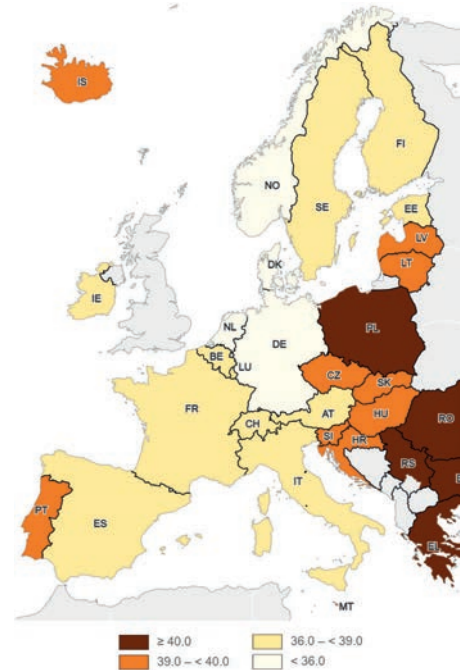
Foto: Reisswolf

Nachhaltigkeitskonzept, das in Zusammenarbeit mit Climatepartner umgesetzt wird. Auch wurde die Förderung von Windparks in Indien und Südafrika angeschoben und drei Standorte auf Klimaneutralität getrimmt.

Durch seine Haupttätigkeit als Aktenvernichter verbraucht Reisswolf viel Energie: So konnten durch das neue Go-Green-Programm in Hamburg im letzten Jahr 2022 zwei Kilowattstunden (kWh) Strom pro Tonne Papiervernichtung eingespart werden. Insgesamt „sparte“ Reisswolf so über 24.000 kWh, was 14.112 Kilo weniger CO₂-Belastung bedeutet. In diesem Jahr sollen weitere zwei kWh pro Tonne Papier eingespart werden. Andere Maßnahmen sind Umstellungen auf nachhaltige Turnusfahrten, Remote-Work-Modelle, Fahrgemeinschaften, eine zu 100 Prozent rein regionale Recyclingquote des Papiers und eine hauseigene Wasseraufbereitung für Trinkwasser. Zudem wurde im Juli ein erster E-Lkw für den Standort Hamburg angeschafft (Bild).

Platz 2 im Listing der kürzesten Arbeitszeiten: Deutsche arbeiten 35,3 Stunden in der Woche

2022 betrug die durchschnittliche Arbeitswoche für Männer und Frauen im Alter von 20 bis 64 Jahren in der Europäischen Union durchschnittlich 37,5 Stunden. Dabei werden laut eurostat.com erhebliche Unterschiede zwischen den Ländern sichtbar: Die längsten Arbeitswochen wurden in Griechenland (41,0 Stunden), Polen (40,4), Rumänien und Bulgarien (jeweils 40,2) verzeichnet. Dagegen hatten die Niederlande die kürzeste Arbeitswoche (33,2 Stunden), gefolgt von Deutschland (35,3) und Dänemark (35,4). In allen Ländern hatten männliche Vollzeitbeschäftigte längere Arbeitswochen als ihre weiblichen Kollegen. Der größte Unterschied war in Irland und den Niederlanden zu verzeichnen, wo der Unterschied zwischen den Arbeitswochen beider Geschlechter 4,0 beziehungsweise 3,7 Stunden betrug.



Karte: Eurostat

umzug.org: Neue Optik und Direktbuchung

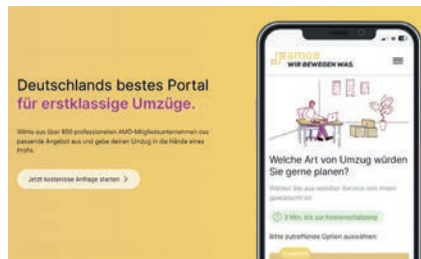


Foto: Screenshot

Ende September ist umzug.org, das ehemalige Spediteursportal der AMÖ, mit neuer Optik und neuen Funktionen wieder online gegangen. Es soll erstmals digitale Umzugsdirektbuchungen ermöglichen und läuft jetzt unter der Verantwortung der neuen Wirtschaftstochter des Verbandes, der Sumo.

Gewerkschafter warnen: „Beschäftigte scheuen den Umzug, Stellen bleiben unbesetzt“

In einem Bericht des Redaktionsnetzwerks Deutschland (RND) warnte der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB) vor den Konsequenzen der derzeit herrschenden Krise auf dem Wohnungsmarkt. Sieben Millionen Haushalte seien aktuell durch zu hohe Wohnkosten finanziell überlastet: „Unter den hohen Mieten leidet zunehmend auch die Wirtschaft, da Beschäftigte den Umzug scheuen und offene Stellen unbesetzt bleiben“, erklärte DGB-Vorstandsmitglied Stefan Körzell.



Foto: DGB/Simone M. Neumann

Relocation-Startup Localyze wird fünf: 100 Beschäftigte und über 100 Großkunden

Localyze (localyzeapp.com) gibt es seit 1998. Drei junge Frauen starteten mit der Entwicklung einer eigenen Relocationsoftware in den Markt. Drei Jahre später war das Hamburger Unternehmen bereits auf rund 25 Mitarbeiter angewachsen, hatte eine Startfinanzierung von zwölf Millionen US-Dollar einsammeln können und wollte Firmenkunden auf fünf der wichtigsten Expatländer Europas digital und virtuell betreuen (siehe **der möbelspediteur 9.2021**). Im September 2022 hatte Localyze noch einmal eine Risikofinanzierung erhalten: Mit weiteren 35 Millionen Dollar, so berichtete Techcrunch (techcrunch.com), sollte der Marktstart in den USA erfolgen. Fünf Jahre nach



der Gründung ist Localyze auf 100 Beschäftigte angewachsen, in elf Ländern aktiv und betreut über 100 Großkunden. Mit der eigenen Veranstaltungsreihe „Beyond Borders“, die für Berlin, London und Amsterdam geplant war und ist (12., 17. und 19. Oktober), tritt Localyze erstmals als Eventorganisator auf.

Kurz notiert

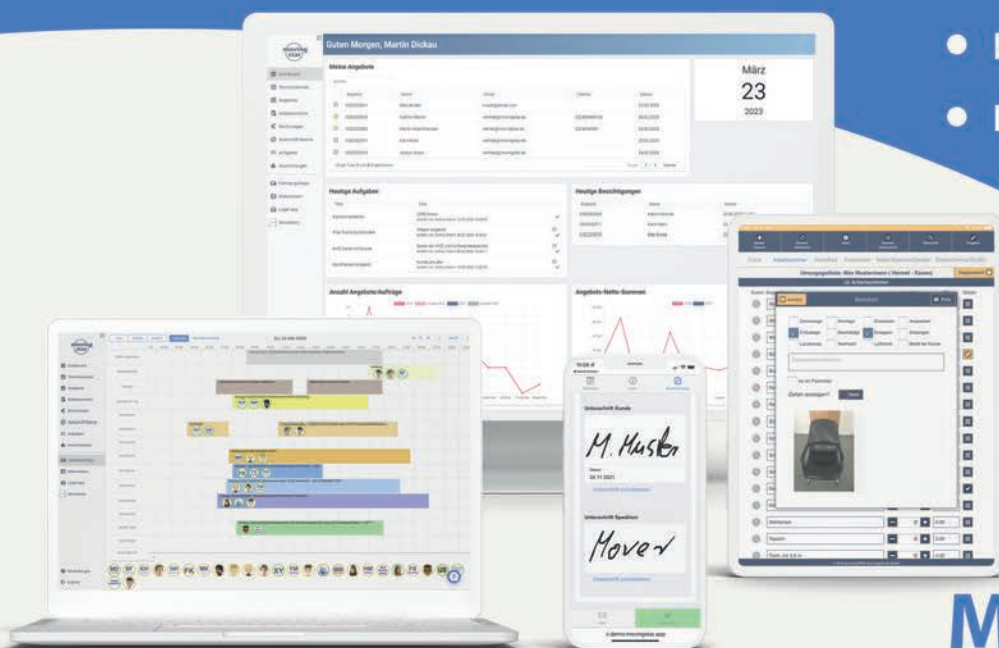
Büromöbelmarkt: „Weniger Nachfrage“

Eine „anspruchsvolle Phase“ erlebt die Büromöbelindustrie laut Industrieverband Büro und Arbeitswelt (IBA). Zwar stieg im ersten Halbjahr der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 3,7 Prozent, allerdings seien die Umsätze angesichts der allgemeinen Preisentwicklung „allenfalls mit dem Niveau des Vorjahres vergleichbar“, so der IBA: „Der notwendige Umbau der Büros zu Innovations- und Begegnungsorten schreitet durch die allgemeine konjunkturelle Lage langsamer voran als erwartet.“

-Anzeige-

Unsere Movercloud - Ihr digitales Büro im Browser

- **Komplette Umzugsabwicklung**
- **Kundenportal**
- **Lagerverwaltung**
- **Disposition**
- **Individuelle Lösungen**



Jubiläums-Angebot:
Ab 69,-€ / Monat
für die ersten
6 Monate
(Gültig bis 31.10.2023)

30 JAHRE MOVINGSTAR

Unabhängig - Innovativ - Kundenorientiert

Lassen Sie sich unverbindlich beraten:
(02242) 96 98 120

www.movingstar.de
vertrieb@movingstar.de





Auffallend gut

Marketing, Werbung & PR

Werbung kennt jeder – dabei ist Reklame nur einer der vielen Bausteine, aus denen sich der Riesenklotz namens Marketing zusammensetzt. In unserem Titelspezial geht es auch gar nicht groß um die Abgrenzung der vielen verschiedenen Bestandteile im Marketing; es geht um auffallend gute Ideen: aus dem Umzug, aus der Neumöbellogistik und dem Selfstorage. Mit zwei klugen Gesprächspartnern sprechen wir darüber.

Einrichten Schweigert aus dem badischen Maulburg gibt es seit 1971. Zum Konzept mit edlen Möbelstücken gehört auch, dass man mit eigenen

Montageteams ausrückt und die Auslieferungsfahrzeuge auch wirklich eigene Firmen-Lkw sind.

Bereits seit einigen Jahren arbeitet das

regionale Möbelhaus mit renommierten Werbern zusammen – so entstanden etwa 2017 TV-Spots, die die Agentur Rampenlicht aufwendig in Szene gesetzt hat. Dabei wird beispielsweise die Ladefläche eines Lkw zum komfortablen Wohnraum gestaltet (kl. Bild u.). Schweigert kann sich diesen Auftritt leisten – das Möbelhaus liegt in einer



Einen schlichter Planen-Lkw als Werbung für exquisite Möbel – auf die Idee muss man auch erst mal kommen.



Fotos: Henn Werbetechnik (2), Schweigert (1)

der reichsten Ecken Deutschlands und klebt fast an der Schweizer Grenze. Um gut betuchte Kundschaft muss sich das

familiengeführte Unternehmen keine Sorgen machen.

Auch deren Lieferfahrzeuge sind nicht einfach nur weiße Lkw mit einem Schriftzug – auf unserem großen Aufmacherbild (o.l.) dieser Doppelseite sind über die Hälfte der 600 Quadratmeter Folie zu sehen, mit denen die Sprinterflotte neu beklebt worden ist. Das freche Kuhstallmotiv ist vor allem eins: mega auffällig.

Werbung, die aus dem Rahmen fällt

Und genau darum geht es in diesem Titelspezial: um Werbung und Marketingaktionen, die aus dem Rahmen fallen. Franz Schloms Nachfolger, das Hannoveraner Unternehmen von Claudia Rinke, ist etwa dabei – der Heißluftballon auf unserer Titelseite lässt sich ja auch nicht wirklich übersehen. Wie die Geschäftsfrau zur Luftfahrt gekommen ist und was hinter dem neuen Firmenfahrzeug namens „Schloms“ steckt, steht auf Seite 14/15.

Die längste Strecke nimmt ein Interview mit Frank Schiefer ein, dem Werbestrategien hinter Lars Kleffners Berttram aus Hilden. Es geht um pffiffige Ideen, flotte Sprüche und den richtigen Marketingmix (ab Seite 16).

Selfstorage ist natürlich auch in unserer Strecke dabei, denn gibt es eine austauschbarere Dienstleistung als ein Lagerhaus mit Abteilen? Diese Branche hat es sehr schwer, werblich anders als nur sachlich aufzutreten, da Marken und Menschen nur bedingt eine bedeutende Rolle spielen. Wir haben trotzdem weit über ein Dutzend guter Ideen gefunden – leider stammt nicht eine aus Deutschland, Österreich oder der Schweiz, dafür wird es mit Großbritannien, den USA oder auch Singapur recht international (Seite 20).

Als „Rausschmeißer“ in diesem Spezial dockt dieses Mal die Markenkolumne von Werber Frank Breitschwerdt an (Seite 22) – es geht um die Markenbildung. Wie das am besten geht? Laut ihm mit einem markanten Auftritt, der im Kopf bleibt.

Marc Weinard



Das Hausschwein war gestern: Bei Einrichten Schweigert aus Maulburg wird selbst der Kuhstall zum stylischen Wohnraum, das versprechen zumindest einige der Auslieferungsfahrzeuge des Möbelhauses.

Stets einen Spruch auf Lager Bertrams Außendarstellung

„Möge die Fracht mit uns sein.“ Das ist der neueste Lkw-Spruch der Rheinländer Bertram Umzüge. Frank Schiefer, der kreative Kopf hinter „galaktisch guten Ideen“ wie dieser erklärt, wie es zu diesen auffallend anderen Lkw-Werbungen kommt. Und einiges mehr.



Frank, welche Funktion nimmst Du genau bei Bertram ein und seit wann bis Du im Team?

Frank Schiefer: Ich bin hier für den Bereich Marketing & Kommunikation zuständig, dazu zählt aber auch das Employer Branding inklusive Recruiting, welches insbesondere in der letzten Zeit einen großen Stellenwert eingenommen hat. Im Dezember bin ich seit zwei Jahren im Team.

Wenn man Bilder von Ende der 2000er-Jahre von Euch findet, steht dort einfach riesengroß ‚A. bertram‘ und deutlich kleiner ‚Intern. Möbeltransport‘ sowie Eure URL auf den Lkw. Davor war es noch langweiliger: ein roter Lkw mit dem ‚gelben Band der Sympathie‘. Warum habt Ihr Euch entschieden, von dieser klassischen Beschriftung mit übergroßen Firmennamen

abzuweichen und auf den heutigen Look zu kommen?

Schiefer: Ich habe Bertram damals schon als Agenturkunden betreut und Lars Kleffner, Inhaber und Geschäftsführer von A. Bertram, befand sich gerade in der Übernahmephase des Betriebs von seinem Vater. Lars wollte eine Veränderung, auch in der Außendarstellung – es sollte moderner und professioneller werden. Ja, und was bietet sich als riesige und dazu noch mobile Werbefläche besser an als die großen roten Lkw-Koffer? Ein Traum für jeden Werber, der sonst nur über teure Außenwerbemethoden wie Großflächenplakate, Displays oder Bus- oder Straßenbahnwerbung so eine große, aufmerksamkeitsstarke Werbefläche bespielen kann! Damit lag es auf der Hand, dass wir den zukünftig stetig wachsenden Fuhrpark für die neue Unternehmensdarstellung nutzen werden.

Wann habt Ihr angefangen mit den Sprüchen auf den Lkws? Und weißt



Eine Reise in die Vergangenheit: Den Look der 1950er- und 60er-Jahre gibt's - technisch bedingt - nur in Schwarz-weiß, die Wagen waren dennoch schon damals rot. Bis 2011 sahen die Bertram-Laster dann recht klassisch aus. Erst danach änderte sich der Look auf das heutige Erscheinungsbild.

du noch, welcher der erste war?

Schiefer: Die ersten Lkws mit Slogan kamen ab 2011, das waren ‚Dä (Um) Zoch kütt. Und nicht nur im Rheinland.‘ sowie ‚Wir lieben Ein- und Auspacken. Und nicht nur zur Weihnachtszeit.‘

Wie entwickelt man so einen Gesamtauftritt?

Schiefer: Ich habe bei der Neuausrichtung versucht, die gegebenen Komponenten wie die Farbkombination Rot-Gelb und den Schriftzug auf das Wesentliche zu reduzieren, die Signalfarbe Rot vollflächig für sich wirken zu lassen und mit der lockeren, aber zugleich auch professionellen Art von Lars zu kombinieren. Diese sollte sich unbedingt in einer Werbebotschaft wiederfinden und so ist das schlichte, aber sehr auffällige Lkw-Design mit den pfiffigen Sprüchen, die oft mit einem witzigen Augenzwinkern zu verstehen sind, entstanden.

Wichtigste Frage: Warum geht Ihr





Eine respektvolle und witzige Verbeugung vor dem Star-Wars-Universum: Obiwan Schiefer hat für unser Titelspezial mit dem neuesten Kofferspruch dieses Visual gebaut. Danke, Frank!

genau diesen Weg in der Außendarstellung und Werbung?

Schiefer: Einfachste Antwort: Um aufzufallen beziehungsweise die Firma Bertram vom Markt abzuheben und einfach anders, sympathisch und modern darzustellen.

Wie viele Sprüche habt Ihr heute auf den Möbelkoffern und Brücken? Gibt es jeden Spruch nur einmal?

Schiefer: Aktuell sind es zusammen mit den Kastensprintern insgesamt 14 Sprüche und ja, jeden Spruch gibt es grundsätzlich nur einmal. Wir haben

aber einzelne Sprüche auch schon mal nach einem Fahrzeugtausch wiederholt. Zum Beispiel ‚Umzüge weltweit. Auch nach Köln.‘, da er zu unseren Favoriten gehört.

Wessen Idee war das und wie überzeugt man einen Geschäftsführer von so einer Neuausrichtung?

Schiefer: Das war meine Idee und es war auch keine große Überzeugungsarbeit nötig, da es im Sinne der gewünschten Neuausrichtung war und idealerweise so auch direkt die Vorstellungen von Lars als neuen Geschäftsführer erfüllte.

Was sagen Eure Privat- oder Geschäftskunden, wenn sie solche Möbelwagen vor dem Haus sehen?

Schiefer: Die Umzugsteams bekommen durchweg nur positive Reaktionen auf die Sprüche, egal ob es sich um einen Privat- oder Geschäftskunden handelt. Es ist auch schon des öfteren vorgekommen, dass die Mitarbeiter an der Ampel ein ‚Daumen hoch‘ bekommen haben oder auf der Straße direkt angesprochen wurden, insbesondere wenn es sich um den besagten Spruch mit Köln oder ‚Umzüge auf Erstliga-Niveau. Fünfundneunzig Olé.‘ gehandelt hat, als Fortuna Düsseldorf in die Erste Bundesliga aufgestiegen war. Auch auf Social Media waren diese besonders beliebt und wurden häufig gepostet, gelikt und geteilt.

Wie haben Eure Mitarbeiter auf die frechere Ansprache reagiert, die Ihr ja auch in der Kundenwerbung und Personalakquise konsequent so durchzieht? Was hört Ihr von Bewerbern? Wir hatten speziell Eure Personalkampagnen mehrfach redaktionell vorgestellt.

Schiefer: Die Mitarbeiter fanden die neue pfiffige Art und natürlich auch die positiven Reaktionen darauf von Anfang an großartig und alle konnten sich sehr gut damit identifizieren. Im Rahmen unserer jüngsten Recruiting-Kampagne haben wir von Bewerbern oft zu hören bekommen, dass neben den attraktiven Leistungen nicht zuletzt auch unsere Motive mit der meist witzigen Wort-Bildsprache ihr Interesse an Bertram als ‚coolen‘ Arbeitgeber geweckt oder bestärkt haben. Und unseren neuen FMKU-Azubi hat nach eigener Aussage sogar unser Jobvideo mit dem witzig-sympathischen Ende überzeugt, bei uns die Ausbildung zu machen.

Stand eigentlich je eine andere werbliche Ausrichtung zur Debatte als das, was Ihr heute macht? Wenn ja, welche Richtung war die Alternative?

Schiefer: Eigentlich nicht. Gut, es gab vielleicht ganz am Anfang auch mal



Der „Senior“ und sein Spross: Zwei Generationen Bertram auf einem Bild.

Fotos: Bertram

einen kurzen Gedanken, dass man die Fahrzeuge auch großflächig mit Bildmotiven und knackigen Headlines gestalten kann, aber das wurde nicht weiterverfolgt, da das Branding mit der vollflächigen Farbe so stark wirkte und klar, es dazu auch von der Kostenseite her absolut im Rahmen lag.

Die höchste Kunst der Anerkennung ist die Kopie: Gibt es im Rheinland, also Eurem Gebiet Umzugsfirmen egal welcher Größe, die Eure Farbkombi viel rot mit wenig gelb nutzen? Oder sich in pfiffiger

Werbung versuchen, die sehr nach Euch klingt?

Schiefer: Also, mir selbst war bis dato keines bekannt. Von Lars erfuhr ich aber jetzt, dass es wohl in der Region doch einen Kollegen gibt, der zumindest mit unserer Farbkombi Rot-Gelb fährt. Das ist für uns aber eher unerheblich und überhaupt kein Thema. Bei anderen Themen hingegen meinen wir schon mehrfach beobachtet zu haben, dass der ein oder Mitbewerber die Dinge auffällig ähnlich wie wir zuvor gemacht haben – insbesondere bei Social-Media-Inhalten. Aber wer weiß, vielleicht war

es ja auch nur reiner Zufall, der sich ein paar Mal wiederholt hat.

Farben vermitteln unbewusst Emotionen. Bertram war ja immer rot wie ein Feuerwehrauto. Ich zitiere dazu mal den größten Farbhersteller Alpina: ‚Rot ist die Farbe der Liebenden und die des Kämpfers, es ist die Farbe von höchsten Gefühlen: Kraft, Feuer und wilder Leidenschaft. In der Natur kommt Rot natürlich vor und steht für Warnung und Anziehung zugleich.‘ Hattet Ihr je über eine andere Farbe nachgedacht als Rot? Gefallen Dir die üblichen Assoziationen? Und was siehst Du in dieser Farbe?

Schiefer: Bertram steht für Rot und Rot steht für Bertram. So war es früher schon und so wird es auch bleiben. Der Einsatz ist je nach Kontext auch variabel. Es gibt eine vollflächige Darstellung wie auf den Lkws, aber auch eine reduzierte wie beispielsweise in Printmedien oder auf Social Media. Auch gibt es Sekundärfarben wie verschiedenen Grautöne oder neuerdings auch ein Hellblau, welches zusätzlich für sogenannte Infobuttons und Textstörer verwendet wird. Aber unsere Primärfarben werden definitiv Rot und Gelb bleiben, insbesondere auf den Lkw. Die

Die „kleine Galerie der Sprücheklopfer“ aus dem Rheinland



Assoziationen wie ‚kämpferisch, stark, leidenschaftlich und gefühlvoll‘ gefallen mir gut und finden sich auch in unserer heutigen Unternehmenskultur wieder. Für mich ist Rot keine Trendfarbe, sie ist zeitlos und beständig – genau wie das Traditionsunternehmen August Bertram, das vor über 110 Jahren gegründet wurde.

Als Faustregel für Werbung und Marketing gilt ja: Zwei bis drei Prozent vom Jahresumsatz sind das Budget für diesen Bereich. Ist das auch Euer Verteilerschlüssel? Hältst Du ihn für richtig?

Schiefer: Es gibt hier keinen klaren Verteilerschlüssel und die Frage ist ja ohnehin, was man alles zu den allgemeinen Marketingkosten hinzurechnet, wie zum Beispiel eigene Personalkosten, die Recruitingkosten oder den Aufwand für das Employer Branding?! Ich denke aber, da liegen wir schon noch drunter. Ich halte den Verteilerschlüssel für einen nur ganz groben Richtwert, was er ja schließlich auch nur sein soll. Es kommt immer auf das Unternehmen an, in welchem Segment es tätig ist, ob es Produkte verkauft oder eine Dienstleistung anbietet et cetera und natürlich

last but not least, was die wirtschaftliche Situation hergibt.

Eine Schlussfrage an dich als Werbe- und Marketingprofi: Was ist für Dich genau der Unterschied zwischen Werbung, Marketing und PR? Und was bei Bertram ist Marketing, was Werbung und was würdest Du als PR bezeichnen?

Schiefer: Als IHK-geprüfter Fachkaufmann für Marketing habe ich die klassischen Marketinginstrumente von der Produkt- bis zur Kommunikationspolitik einmal gelernt. Das hat allerdings meist wenig mit dem Verständnis über Marketingarbeit bei kleinen und mittelständischen Unternehmen in der Praxis zu tun. Hier wird Marketing und Werbung oftmals vermischt oder gleichgestellt. Marketing ist für mich persönlich das große Ganze, also die strategische Planung, Erstellung und Durchführung sowie das Reporting aller Maßnahmen, die ein Unternehmen nach außen und innen darstellen und dabei den Produkt- und Vertriebsfolg steigern sollen. Werbung gleich Kommunikation ist ein Teil des Marketings und beinhaltet die Kreation und die Realisierung von werblichen Maßnahmen wie beispielsweise einer Anzeigenkampagne. Und dann gibt es da auch noch

die Unterscheidung zwischen Produkt- und Unternehmenswerbung. Public Relations ist eine aktive Öffentlichkeitsarbeit, deren Ziel die Verbreitung von positiven Unternehmensmeldungen in der Öffentlichkeit über die Presse oder in den sozialen Netzwerken ist. Dabei kann es sich um ein neues Produkt oder auch um einen Wechsel der Geschäftsleitung handeln. In der heutigen Wirtschaft müssen die PR-Spezialisten jedoch zunehmend häufig auch auf Negativmeldung reagieren und ihnen entgegenwirken. In der Fachpresse sind wir dank unserer sehr guten Vernetzung in der Branche schon regelmäßig vertreten und obwohl die klassische PR-Arbeit hier bislang eher eine untergeordnete Rolle spielte – denn dafür nutzen wir hauptsächlich unsere Social Media-Kanäle – berichtete erst kürzlich die große Tageszeitung ‚Rheinische Post‘ über uns als ‚Umzugsspezialisten für alle Fälle‘ in einem halbseitigen Artikel mit großem Foto. Bei Bertram ist es wohl ein Mix, also von allem etwas. So wie vermutlich in den meisten Unternehmen – wobei ich dank meiner 18-jährigen Erfahrung mit meiner damaligen Werbeagentur als Kreativer und Grafiker die Werbemotive auch selbst gestalten und bis zu den Druckdaten erstellen kann.



„Schloms“ auf großer Fahrt Heißluftballon als Werbemittel

Heißluftballone und Umzug? Da denkt man vielleicht an den DMS-Ballon, den die Berliner auf ihrer Website haben – der soll jedoch nur eine Fotoretusche sein. Absolut echt ist dagegen der neue Schloms-Heißluftballon, der jetzt als „Schloms“ auf Fahrt geht.



Auch wenn sie fliegen, fahren Heißluftballone – schließlich heißt deren „Kapitän“ auch Ballonfahrer. Hier im (Such-)Bild: „Schloms“ bei einem Massenstart bei der 30. Montgolfiade in Warstein.

Fotos: Schloms/Warsteiner Montgolfiade

Umzugsspediteure haben große Lkw, die als fahrende Werbeplakate fungieren und im Idealfall jeden Tag woanders parken – kein Wunder also, dass klassische und somit statische Plakatwerbung für diese Branche nicht relevant ist. Dafür findet man recht häufig Bandenwerbung in kleineren Fußballstadien. Oder einen dicken Werbekleber auf Bussen und Bahnen im Nahverkehr, „Na ja, Buswerbung habe ich schon

gemacht“, sagt Claudia Rinke, die den Hannoveraner Umzugsbetrieb Franz Schloms Nachfolger leitet. „Bandenwerbung im Stadion auch schon, sowohl im Handball als auch im Fußball. Beides ist auch nicht günstig. Und nach Ablauf der Vertragszeit hast du nichts mehr in der Hand. Mit Werbung ist das ohnehin so eine Sache. Niemand weiß ja, welcher Auftrag auf welche Werbung zurückzuführen ist. Es geht ja wie immer darum, im Gespräch zu bleiben.“

„Mein Partner ist Ballonfahrer“

Also kam sie auf eine recht ungewöhnliche Idee, Stadtgespräch zu werden oder zu bleiben: Einen eigenen Heißluftballon über den Himmel der Region fahren zu lassen. Und ihn gibt es seit diesem Herbst: „Schloms“ haben die Rinkes ihn beinahe zärtlich getauft und seine erste große Fahrt hatte er bei der Warsteiner Internationale Montgolfiade Anfang September im Sauerland. Der Schloms-Ballon stammt von Schroeder Fire Balloons (schroederballon.de),

die ihren Sitz in Schweich haben – das liegt bei Trier nahe der Grenze zu Luxemburg. „Dass wir ihn dort gekauft haben, liegt daran, dass mein Partner, der den Ballon fährt, auch früher schon bei Schroeder gekauft hat und gute Erfahrungen gemacht hat“, so Rinke. „Das ist ein Familienbetrieb, der von Korb bis Ballon alles von hand fertigt.“ Sie selbst unternahm vor dem Kauf drei Fahrten in den kompakten Gondeln dieser Ballone. „Ich hab‘ es jedes Mal als herausragendes, wunderschönes Erlebnis empfunden“, sagt sie.

Die Sache mit dem Confernlogo auf der Hülle

„Ein Ballon ist einfach etwas besonderes. Für mich ist es sehr positiv besetzt. Tatsächlich habe ich vor ein paar Jahren schon mal bei der DMS angerufen, um zu erfragen, wo deren Ballon fährt. Auf der Startseite der DMS ist ja immer ein gelber Ballon zu sehen. Nach Auskunft eines der DMS-Partner war das aber kein echter Ballon, sondern nur eine Grafik mit ‚DMS‘ drauf.“ Die

30 Jahre Warsteiner Internationale Montgolfiade

Seine Premierenfahrt erlebte der auf „Schloms“ getaufte Heißluftballon bei der 30. Auflage der WIM, der Warsteiner Internationale Montgolfiade (warsteiner-wim.de), die am 9. September nach neun Tagen zu Ende ging. Über 160.000 Besucher zählte das Großevent, bei dem „Schloms“ und weitere 1.155 Ballone in den Himmel starteten – es war für die Veranstalter das bislang zweitbeste Besucherergebnis. 33 Ballonteamer rückten mit Sonderformen an: So war die Jubiläumsform „Cheers“ ein Biertablett mit 96-fach vergrößerten Warsteiner Tulpen, ein 22 Meter hoher Bärenkopf reiste aus Taiwan zum Start an und ein 32 Meter hohes Dinosaurier-Baby begeisterte laut Warsteiner PR nicht nur Kinder.



Lebensdauer eines Ballons in der Luft beträgt laut den Schroeders 700 bis 800 Stunden: „Je nach Häufigkeit der Fahrten, also 30- bis 70-mal im Jahr, liegt die Lebensdauer bei circa 15 Jahren“, erklärt die Unternehmerin. „In unserem

Korb können wir ,1 + 3‘ fahren, also drei Gäste mitnehmen.“ Mögliche Anlässe sind für sie Incentives für Jubilare oder Topkunden. „Gewerbliche Fahrten sind nicht geplant.“ Schloms fährt dabei nicht nur auf



Passte in Warstein auf „Schloms“ auf: Auch Tim Rinke hat das Ballonfahrervirus gepackt. Einer der ersten Fahrgäste bei der WIM war übrigens Claudia Rinkes Vater André Josef Nowak, der bis 1997 den Betrieb leitete.

eigene Rechnung, denn auch die markante Confernraute ist Teil der Hülle: „Ich hatte tatsächlich erst überlegt, nur mit unserem Logo zu fahren“, sagt Claudia Rinke. „Aber schlussendlich bin ich eine treue Seele und habe das Confernlogo mit ‚Ihr confern-Umzugspartner in Hannover‘ eingepflegt und auch die Zusatzkosten selbst getragen. Da das Ganze eine Überraschung werden sollte, hatte ich mich vorher im Vertrauen bei Andreas Kölling rückversichert, ob das willkommen sei.“

So viel kostet Ballonwerbung und das leistet sie

Je nach Betrachtungsweise sind Heißluftballone ein sehr preiswerter oder immens kostspieliger Ausflug in die Werbewelt: Auf den Quadratmeter Ballonhülle heruntergerechnet gibt es unglaublich viel Werbefläche, doch im Kern bleiben hohe Einstiegskosten. Der Anbieter Dunker Müller weist auf seiner Website aus, dass mit 40.000 Euro aufwärts zu rechnen ist, ein Ballon dafür etwa auf 700 Betriebsstunden kommt, was rund 500 Fahrten entspricht, die binnen fünf Jahren unternommen werden. Beim Ballonteam Mettingen steht online, dass ein Ballon mit 3.000 Kubikmetern Inhalt komplett mit Korb, Brenner, Gasflaschen, Instrumenten, Ballonhülle und Autoanhänger etwa 50.000 Euro kostet – sogenannte „Sonderformen“ können sogar die 100.000-Euro-Marke knacken. Ballonreisen.de rechnet anders: Dort kostet Werbung auf Heißluftballonen 80 Euro je Fahrtstunde, wo die Lebensdauer und Mindestabnahme mit 450 Stunden ausgewiesen wird. Ein gefahrener Kilometer mit einem Heißluftballon soll umgerechnet etwa 70 Cent kosten – pro Einsatz wird eine Pauschale von 1.050 Euro erhoben.

Luftwerbung24 wiederum beklebt fertige Ballonhüllen und berechnet für so angebrachte Werbebotschaften 10.000 Euro aufwärts. Die preiswerteste Form der Werbung mit Heißluftballonen sind Banner, die direkt am Korb angebracht werden – allerdings sind diese vom Boden aus aufgrund der begrenzten Plakatgröße sehr schwer zu erkennen und der Werbeeffect begrenzt. Werbung mit Flug- und Fahrzeugen am Himmel ist übrigens noch immens steigerbar: So kostet Werbung auf einem Luftschiff bei Ballonreisen.de etwa 30 Euro je Quadratmeter. Die Banner sind 24 Meter lang und 9 Meter hoch (bei einer Schiffsgröße von 40 mal 13 Metern), mit 3.000 Euro Einsatzkosten je Tag ist zu rechnen und die Mindestabnahme sind 20 Fahrten im Jahr.

Zum Vergleich: Die klassische Plakatwerbung auf einer Großfläche in Claudia Rinkes Heimatstadt Hannover kostet bei crossveritise.com zwischen 8,35 Euro und 68,25 Euro am Tag. 1.390 Werbeflächen stehen in der Landeshauptstadt insgesamt zur Verfügung, 1.108 Großflächen und 277 Ganzsäulen.



Big does small.

Small spaces also available.

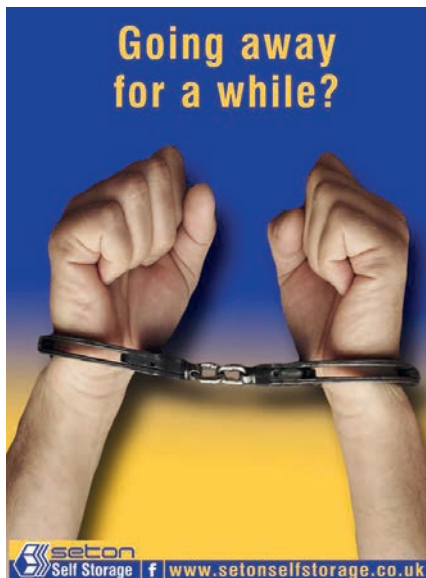


Big does small.



Big does small.

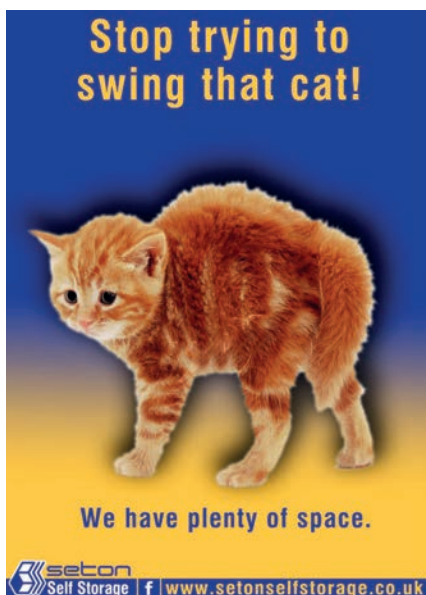
„Groß macht klein“: Dieser eher sperrige Werbespruch ist wahrscheinlich noch das harmloseste an der Werbekampagne von Big Yellow Self Storage aus Großbritannien. 2015 hatte die Werbeagentur Chi & Partners einen Sumoring, eine Giraffe und ein Nashorn böse gestacht.



Going away
for a while?

seton
Self Storage f www.setonselfstorage.co.uk

Wer „no room to swing a cat“ hat, wohnt in einer dermaßen beengten und vollgestopften Bude, dass man selbst eine Katze nicht schleudern kann. Seton ist eine britische Selbstlager-Kette.



Stop trying to
swing that cat!

We have plenty of space.

seton
Self Storage f www.setonselfstorage.co.uk



Von Apple bis Nintendo wurden vor ein paar Jahren Comiccharaktere auf Handys und Spielkonsole als virtuelle Egos eingeführt - Manhattan Mini Storage war mit mehreren Werbungen auf den Trend gesprungen.



„Ich packe meinen Koffer und nehme...“: Xtra Space Self Storage ist eine Kette aus Südafrika, die in drei Großräumen - in Kapstadt, Durban und Johannesburg - mit 18 eigenen Häusern gut im Markt vertreten ist. Deren Plakatwerbung mit dem simplen Claim „Stuff happens“ zeigt mit aberdutzend Produkten, was alles in einen Lagercontainer passt. Von der Rockgitarre über die kleine Jacht über Pkw bis hin zu jedem „Stuff“, der bei Frauen offenbar meterweise Kleiderschränke füllt, findet nahezu jede Zielgruppe eine individuelle Ansprache. Xtra Space vermietet nicht nur Container und Lagerabteile, sondern bietet auch Mietbüros und Meetingräume an.



Fotos & Motive: Anbieter



So kann man auch mit dem eigenen Alter spielen: Natürlich waren bei dem bereits 1964 gegründeten britischen Selfstorage Lens „Veganer“ damals die Bewohner des Planeten Vega, Clubbing verstand man als mit dem Knüppel auf jemanden einschlagen und was man heute als Cappuccino-Abwandlung versteht, war eine Scheibe Weißbrot.

Auffallen um jeden Preis

Internationale Selfstorage-Werbung

Im Kern bietet nahezu jedes Selfstorage dasselbe Angebot: Gesichte, trockene und überwachte Lagerabteile. Da muss Werbung schon kreativ werden, damit man sich von lokalen Mitbewerbern abheben kann. Ein paar davon haben wir ausgesucht.



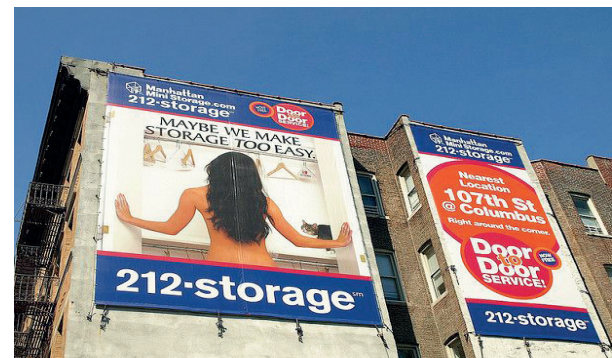
Plastisch, aber vom Bildmotiv her offenbar wenig durchdacht: Die in der kanadischen Provinz British Columbia angesiedelte Kette „Storage for your life“ rät, das kleine Motorboot im Sommer einzulagern und stattdessen einen Pool aufzustellen – klingt das nachvollziehbar?



Mikrowelle, Töpfe, Kaffeemaschine und, und, und: Was alles in den Schränken und auf der Anrichte einer Küche steht, zeigte Big Orange Self Storage aus Singapur auf Plakaten. Der Kubus links soll demnach in ein zwei Meter hohes und 1,5 Meter breites Lagerabteil passen. Wir haben nachgemessen: Könnte stimmen, die Kaffeemaschine links unten ist etwa 30 Zentimeter hoch.



Fort Knox Self Storage ist eine optisch eher ziemlich unattraktive „Drive Thru“-Lageranlage, die im US-Bundesstaat Virginia mit nur einem einzigen Garagenpark aktiv ist. Mit dem Firmennamen und dazu passender Edelwerbung auf den Highways (Beispiel oben) verspricht es viel.



Eine nackte, langhaarige Frau, die in ihren leeren Kleiderschrank guckt, ist tatsächlich nur eines von mehreren Motiven dieser Machart, mit denen Manhattan Mini Storage aus New York City wirbt.

Jeglicher Sexismusvorwurf kann in der Schublade bleiben, denn das männliche Modell, das mit dem „viel zu einfachen“ Abhol- und Bringdienst offenbar seine gesamte Kleidung eingelagert hat, zeigt noch mehr Haut; allerdings wurde nur die Frau mit einem drei Stockwerke hohen Plakat an eine Hauswand getackert.

„Anders als die anderen“ Warum auch Menschen Marken sind

Meist werden nur Unternehmen als Marke wahrgenommen. „Aber auch Menschen können ‚eine echte Marke‘ sein“, erklärt Frank Breitschwerdt im zweiten Teil seiner Serie. „Als Marke wahrgenommen zu werden, hat Vorteile für beide Seiten.“



Foto: Adobe Stock / Mihai Zaharia

In der letzten Ausgabe habe ich versucht, Sie zu ermutigen, Ihr Unternehmen „anders als die anderen“ darzustellen. Dabei habe ich mich auf Unternehmen und den Markenaufbau bezogen. Denn Marken schaffen Vertrauen. Und Vertrauen ist in der Umzugsbranche ganz besonders wichtig, weil Ihnen das Hab und Gut Ihrer Kunden anvertraut wird. Aber auch Menschen können als Marke wahrgenommen werden.

Anders als bei einer Unternehmensmarke entsteht das „Personal Branding“ im Menschen selbst. Die Parallele zur Unternehmensmarke ist, dass sie auf der Persönlichkeit, dem Wissen und den Werten und den Erfahrungen des jeweiligen Menschen basiert. Erfolgreiche Beispiele von Personal Brands waren in der Vergangenheit beispielsweise Karl Lagerfeld (der mit dem Zopf und der Sonnenbrille) oder Steve Jobs (der mit dem schwarzen Rollkragenpulli).

Aktuelle Beispiele gibt es zuhauf: die Vielzahl an Influencern auf Social Media-Kanälen. An den Influencern („Beeinflusser“) sieht man besonders deutlich, dass diese Mensch-Marken ganz hervorragend funktionieren. Denn die Follower (= „Fans“) reagieren auf Empfehlungen eines Influencers: „Wenn XY sagt, dass das Produkt gut ist, dann kaufe ich das“. Direkter kann ein Verkauf nicht funktionieren.

Eine Marke muss authentisch sein

Wie bei der Unternehmensmarke muss der Inhalt einer Personal Brand wohl überlegt sein. Als zentrale Frage gilt: Was sollen Menschen (Kunden) über Sie sagen, wenn Sie nicht im Raum sind?

Egal, welche Attribute Sie anstreben, sie müssen immer wahr und authentisch sein. Eine finale Kaufentscheidung wird immer vom emotionalen Bauchgefühl abgesegnet.

Marken werden sorgfältig aufgebaut und konstant kommuniziert. Eine Besonderheit unserer Branche bei einem Verkaufsgespräch ist jedoch, dass es schnell funktionieren muss. Ein Akquisiteur hat nur einen kurzen Kontakt mit dem Kunden. Um sich vom Mitanbieter abzuheben, ist also eine zweite Frage wichtig: An was erinnert sich der Kunde, wenn er Ihr Angebot mit einem Dritten bespricht? Oder anders, „Ach, das war doch der mit...“ – ja, mit was?

Daher mein Praxistipp: Seien Sie anders! Erlauben Sie sich, anders zu sein. Das können ganz viele Dinge sein, inhaltlich aber auch visuell: Eine auffällige Brille, ein besonderer Haarschnitt, ein gepflegter Vollbart (meine persönliche Wahl), ein Hemd mit Initialen, ein paar besondere Sneaker. Die Möglichkeiten sind vielfältig. Gönnen Sie Ihrem Kunden einen Ankerpunkt, mit dem er sich an Sie erinnern kann.

Viel zu wenige nutzen das

Marken funktionieren nicht nur bei Kunden, sondern auch intern im eigenen Unternehmen. Also bei den Kollegen oder – noch besser – bei Ihrem Chef. Überlegen Sie sich doch mal: Wofür will ich wiedererkannt werden, was sind meine besonderen Fähigkeiten, wofür werde ich besonders geschätzt? Suchen Sie sich Ihre eigene Superpower und sprechen Sie über Ihr Lieblingsthema. Sie werden feststellen, dass Sie sich damit in Ihrem Unternehmen unentbehrlich machen. Und unentbehrlich zu sein, hat viele Vorteile. Oder?

Frank Breitschwerdt/100punkte.com

Zur Person

Frank Breitschwerdt arbeitet seit mehr als 25 Jahren in der Marketing- und Werbebranche, unter anderem für Marken wie Mercedes und Audi oder für eines der weltgrößten Pharmakonzerne. Die Entwicklung der Marke Promovers ist eines seiner aktuellen Projekte.



Foto: privat

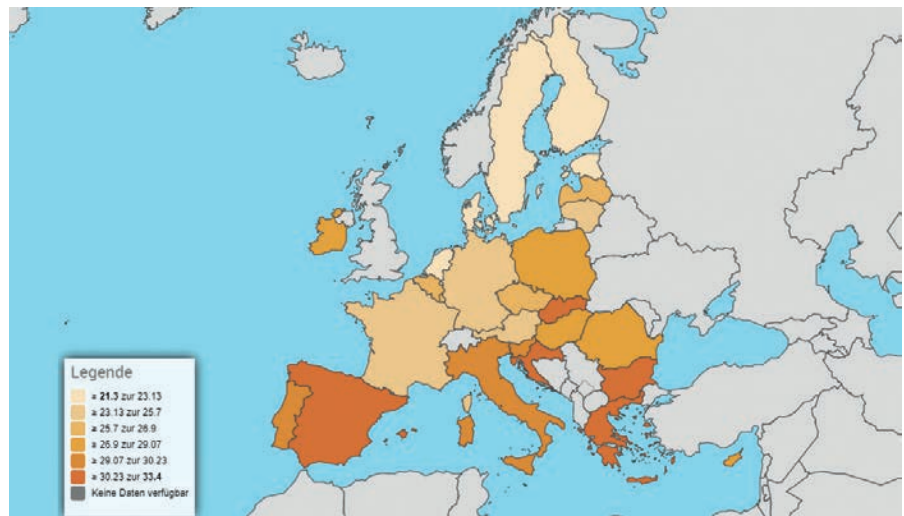
Deutsche werden früh flügge

Durchschnitt der EU-Kinder 26,4 Jahre

Junge Menschen in Deutschland ziehen nach Schätzungen der EU-Statistikbehörde Eurostat 2022 im Schnitt mit einem Durchschnittsalter von 23,8 Jahre aus dem elterlichen Haushalt aus. Söhne lassen sich dabei mit dem Auszug etwas mehr Zeit als Töchter.

Während junge Frauen im Durchschnitt mit 23,0 Jahren ihr Elternhaus verlassen, lag das Auszugsalter junger Männer bei 24,5 Jahren. Insgesamt lebten 2022 mehr als ein Viertel (27,3 Prozent) der 25-Jährigen noch im elterlichen Haushalt. Bei den 30-Jährigen lag der Anteil bei 9,2 Prozent.

Damit erfolgt der Auszug aus dem Elternhaus in Deutschland vergleichsweise früh: Mit 23,8 Jahren lag das durchschnittliche Auszugsalter im Jahr 2022 deutlich unter dem EU-Durchschnitt von 26,4 Jahren. Noch früher ziehen junge Menschen in den nordeuropäischen Ländern von zu Hause aus: In Finnland (21,3 Jahre), Schweden (21,4 Jahre) und Dänemark (21,7 Jahre) war das durchschnittliche Auszugsalter am niedrigsten. Dagegen verlassen Kinder in süd- und osteuropäischen Ländern das Elternhaus vergleichsweise spät:



Farbleitsystem mal anders: Je dunkler das Land, desto älter die Nestflüchter.

In Kroatien lag das durchschnittliche Auszugsalter mit 33,4 Jahren EU-weit am höchsten, gefolgt von der Slowakei

(30,8 Jahre) und Griechenland (30,7 Jahre). In allen EU-Staaten zogen Frauen früher von zu Hause aus als Männer.

In dem Alter zieh'n sie aus

Land	insg.	Männer	Frauen
Kroatien	33,4	34,7	32,0
Slowakei	30,8	31,9	29,7
Griechenland	30,7	32,1	29,2
Bulgarien	30,3	32,3	28,2
Spanien	30,3	31,0	29,5
Malta	30,1	30,5	29,8
Italien	30,0	30,9	29,0
Portugal	29,7	30,4	29,0
Slowenien	29,4	30,5	28,0
Polen	28,9	29,9	27,8
Rumänien	27,7	29,9	25,4
Zypern	27,5	28,4	26,7
Ungarn	27,1	28,4	25,7
Irland	26,9	27,4	26,5
Lettland	26,8	28,2	25,4
Luxemburg	26,8	27,1	26,6
EU-Durchschnitt	26,4	27,3	25,4
Belgien	26,3	27,0	25,6
Tschechien	25,9	27,1	24,6
Österreich	25,3	26,1	24,4
Litauen	24,7	25,6	23,7
Deutschland	23,8	24,5	23,0
Frankreich	23,4	24,2	22,7
Niederlande	23,0	23,5	22,4
Estland	22,7	23,4	22,0
Dänemark	21,7	22,0	21,3
Schweden	21,4	21,7	21,1
Finnland	21,3	22,1	20,5

Wirtschaftliche Gründe oft ausschlaggebend

Häufig werden in diesen Ländern eine hohe Jugendarbeitslosigkeit und ein schlechteres soziales Netz als in den west- und nordeuropäischen Ländern als Gründe für den längeren Verbleib im Elternhaus angeführt: Es sind schlicht wirtschaftliche Gründe und kein gewolltes Kleben im „Hotel Mama“. Da es sich um eine reine EU-Statistik handelt, sind europäische Länder wie Großbritannien, Montenegro, Nordmazedonien, Norwegen, die Schweiz, Serbien und die Türkei nicht mit Datenmaterial vertreten.



Fotos: Hermes

HES schrumpft seine Depots „Wirtschaftliche Herausforderungen“

Selbst der Marktführer im Zwei-Mann-Handling gerät inzwischen unter Druck und handelt: Der Hermes Einrichtungs Service „reagiert auf die aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen und stellt sich strukturell für die Zukunft auf“. Wir erklären den Umbau.

In seiner Mitteilung wählt der Hermes Einrichtungs Service (HES) ungewöhnlich offene Worte: Der HES „reagiert auf die aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen und stellt sich strukturell für die Zukunft auf.“ Der Spezialist fürs Zwei-Mann-Handling und sperrige Haushaltsgüter will unterschiedliche Maßnahmen implementieren, um die eigene Effizienz nach oben zu schrauben. Auch soll die Komplexität entlang der Lieferkette weiter reduziert werden. Dabei hackt die Axt nicht nur in das schwächste Glied dieser Kette, in die Riege der Zustellfahrer und Monteure:

Neben „operativen Bereichen“ ist auch „die Führungsstruktur des Unternehmens“ von der Neusortierung betroffen.

HES will nur noch 50 statt über 60 Depots

Der HES will und muss demnach seine Organisationsstrukturen verschlanken, denn die wirtschaftliche Lage sei „weiterhin angespannt“: „In den Corona-Boom-Jahren hatte [der HES] die Kapazitäten der Marktlage entsprechend erhöht und umfassende Investitionen in die IT-Struktur angeschoben“, heißt es in der Pressemitteilung. „Im Zuge des andauernden Konsumrückgangs reduziert der HES seine Depotstruktur auf eine optimale Größe von circa 50 Depots.“ Die kurze Recherche auf hermesworld.com klärt: „Jeden Tag werden circa 245 Lkw mit bis zu 30.000 Großstücken wie Sofas, Waschmaschinen und Flachbildfernsehern beladen und auf über 60 Hermes-Standorte in Deutschland, den Niederlanden, der Schweiz und Österreich zur Endkundenbelieferung verteilt“, schreibt der HES Mitte September noch auf seiner Website. Damit ist klar, dass rund ein Dutzend Standorte ihre Kündigung respektive Schließung erhalten haben und werden.

Hermes ist sich sicher, dass sein

Zwei-Mann-Spezialist mit einem ausdünnten Netz „die aktuelle Nachfrage auf dem gewohnt hohen Service-Niveau bedienen lässt.“

Hermes kann aber auch einen echten Vorteil nutzen: Es wurde intensiv in die eigene Digitalisierung investiert und diese Früchte kann der Logistiker nun in Form von Prozessoptimierungen ernten, administrative Ressourcen einsparen und auch seine Handelspartner sollen von einer optimierten IT-Infrastruktur in Bezug auf den automatisierten Datenaustausch profitieren können. Die Verschlanung der Führungsgruppe sieht vor, dass Carsten Meinders, der die Bereiche „Finance“, „Legal & Compliance“, „Sales“ sowie „Customer Service & Marketing“ verantwortet, zusätzlich die Zuständigkeit für den Bereich „HUB & Transport“ übernimmt. Der HES verspricht sich von dieser Maßnahme eine stärkere Nähe zum Vertrieb und eine engere und effizientere Zusammenarbeit mit den Auftraggebern.

Viviane Reichert-Brown, die die internationale Ausrichtung des HES sowie Corporate Responsibility und „People & Organizational Development“ steuert, wird künftig auch die Einheiten „Produkt Management“ und „Central Services“ steuern.

Der HES will zudem die eigene „Arbeitskultur mit modernen

Kruse Schwerin kündigt 40 Mitarbeitern: „Konzentrieren uns wieder stärker auf Umzug“



NOB: Confem/Kruse

Erst 2016 hatte der Schweriner Umzugsunternehmer Bernd Kruse seinem langjährigen 2MH-Partner DHL den Rücken gekehrt und war mit Hermes in die Zukunft aufgebrochen. Auch eine

möbelspediteur 11.2017).

Jetzt folgt der Rückschlag: Laut Schweriner Volkszeitung (svz.de) erhielt jetzt Kruse die Kündigung seines Logistikpartners zum 31. August. Die Konsequenz: Knapp 40 Mitarbeiter entließ der Schweriner Unternehmer. An Aufgaben denken laut Bericht weder Bernd Kruse noch seine Tochter Franziska, die längst eine unverzichtbare Stütze im Tagesgeschäft geworden ist: Man wolle weitermachen, plane ein neues Angebot und werde sich wieder stärker auf das Geschäftsfeld Umzug konzentrieren: Kruse ist 1992 an der Confem angebunden

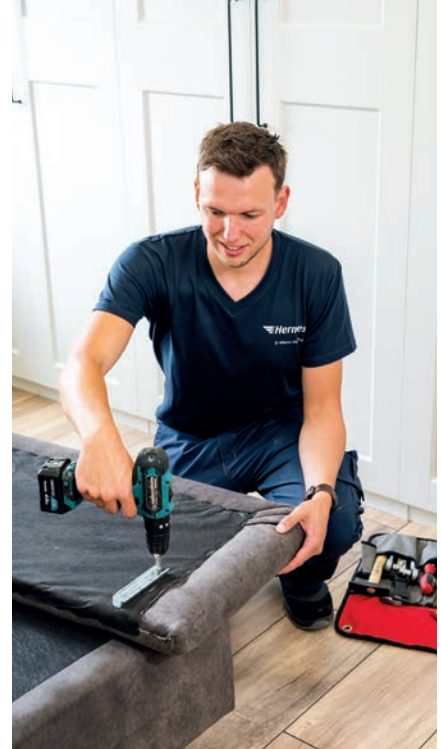
Über einen der ersten bekannten Betroffenen des Hermes-Kahlschlages im eigenen Depotnetz berichteten wir in **der möbelspediteur 09.2023**: Bernd Kruse aus Schwerin hatte sogar eine neue Logistikhalle für seinen Wechsel von DHL zum HES gebaut und erhielt die Kündigung.

Hermes arbeitet an neuem Videotool für Schäden

Neben seiner grundlegenden Neustrukturierung arbeitet der HES noch an einem weiteren Projekt, genauer gesagt: an einem neuen Service-Tool, einer digitalen Videoberatung. Heiko Hufenbach, Business Development Manager beim HES: „Die Video-Beratung ermöglicht es uns, Schäden zu analysieren, benötigte Ersatzteile zu identifizieren, Material- und Bedienungsberatungen durchzuführen und bei unklaren Problemstellungen im Vorhinein die weiteren Prozessschritte zu klären, sodass unnötige Anfahrten vermieden werden können.“ Sollte ein Vor-Ort-Einsatz des HES-Kundendienstes erforderlich sein, werden die Service-Teams künftig durch eine eigens entwickelte Software digital unterstützt. Diese soll alle relevanten Informationen zur Verfügung stellen, von der Reklamation über das Produkt bis hin zum Hersteller.

Führungsprinzipien und einem Sinn für Innovation die Attraktivität als Arbeitgeber“ upgraden. Was genau den neuen Führungsstil auszeichnen soll und welche geänderten Hierarchien zum Tragen kommen, ist wohl Teil der neuen Aufgaben von Reichert-Brown. Der Einzige aus der Führungsspitze, der keine neuen Bereiche abdecken muss,

ist Michael Dildey: Er trägt weiterhin die Verantwortung für das Rückgrat der Organisation mit den Bereichen „Last Mile“, „IT“ und „Logistics Planning & Projects“. Alle Maßnahmen zusammen genommen sollen sicher stellen, dass der Hermes Einrichtungs Service „weiterhin schnell auf sich verändernde Anforderungen reagieren kann“: „Wir



sehen diese Veränderungen als Chance, um als Marktführer in unserem Segment auch künftig erfolgreich agieren zu können“, heißt es dazu in einem Statement der HES-Geschäftsführung. „Unser oberstes Ziel ist es, die Bedürfnisse unserer Auftraggeber und ihrer Endkunden bestmöglich zu erfüllen und unsere Marktposition zu sichern.“




-Anzeige-

 **TURTLEBOX®**
Mehr als eine Box.



Umzugslösungen für Profis

Effizienz und Wirtschaftlichkeit für Ihre Projektumzüge jeder Größe mit den Mietprodukten und Serviceleistungen von TURTLEBOX®.

-  Sicherer Transport
-  Hohe Belastbarkeit
-  Umweltfreundliche Boxen
-  CO₂-Zertifikat für Ihre Kunden

Vereinbaren Sie ein Beratungsgespräch mit unserem Director Vertrieb Stefan Kayser.

M: +49 176 - 34454295
E: s.kayser@turtlebox.de

www.turtlebox.de

Modular kombinierbar - effizienter Transport

* mengen- und dauerabhängig

So ziehen Münzen um 150.000 numismatische Objekte

Das Historische Museum Frankfurt musste 150.000 numismatische Objekte, vor allem Münzen und Medaillen, von einem Depot in ein anderes umziehen lassen, da ein Depot-Mietvertrag ausgelaufen war. Fünf gewiefte Ehrenämter unterstützten die Profis dabei.



Ein Museumsumzug der anderen Art: Die Schubladen, in denen die Münzen einzeln ruhen, werden mit Dämmwatte geschützt und dann zu Päckchen für den Transport verschnürt.

Fotos: Horst Ziegenfusz

Im Gegensatz zu Büchern, Schriftrollen und Bildern sind Münzen nicht dazu bestimmt, einzeln umzuziehen. „Sie befinden sich in Münzschränken auf flachen Tablaren zu durchschnittlich 100 Stück“, klären die Numismatiker vom Historischen Museum Frankfurt in einem Beitrag auf. „Vor dem Umzug werden die Laden mit den Münzen aus den Schränken gezogen und zu Päckchen von meistens acht Stück verschnürt. Zwischen jede Lade kommt eine Schicht Dämmwatte, damit die Münzen nicht verrutschen.“

Das gestapelte Chaos verbleibt zunächst am Auszugort, denn als erstes werden die leeren Münzschränke an und in ihr neues Ziel verbracht. Erst

dann folgen die Päckchen mit den Laden. Sie werden erst dann aufgeschnitten, wenn alle Schränke fest an ihrem neuen, finalen Standort stehen. Im letzten Umzugsschritt wird jede Lade wieder einzeln in ihren dazugehörigen Schrank geschoben.

Beim Umzug der „Hundertfünfzigtausend“ griffen fünf ehrenamtliche Helfer von der Frankfurter Numismatischen Gesellschaft ein. Das Fazit: „Am Schluss konnte festgestellt werden: Keine Münze fehlte und keine ist verrutscht.“



„Taler, Taler, du musst wandern...“: Akribie und Fingerspitzengefühl sind unabdingbar.

So ziehen Bilder um Patentiertes Hängesystem wird 30

1992 hatte Hasenkamp das Patent für ein Hängesystem angemeldet, seit 1993 kommt es zum Einsatz. Passend zum 30-jährigen Jubiläum schauen wir auf das schlaue System, das Bilder an Wänden, in Kunstdepots oder während eines Transports sichert.

Seit dieses Aufhängesystem 1993 erstmals auf die Rückseite von Bilderrahmen geschraubt wurde, ist es in den folgenden Jahrzehnten zum unsichtbaren Bestandteil vieler berühmter Kunstwerke in Museen, Galerien und bei Privatsammlern geworden. Die Neuheit bestand darin, das Hängesystem nur ein einziges Mal am Rahmen anzubringen und es dann mit individuell anpassbaren Modulen vielfältig zu nutzen – eine Idee heute so aktuell wie damals. Durch dieses durchdachte und patentierte Konzept sorgt die Aufhängungslösung für einen sicheren Transport, für eine einfache Wand- oder Deckenmontage sowie für eine platzsparende Lagerung von Kunstwerken.

„Entstanden ist das System aus der Idee heraus, Beschädigungen an Kunstwerken zu vermeiden“, erklärt Thomas Schneider, Inhaber und Geschäftsführer des Speziallogistikers Hasenkamp. „Traditionell wurden Ringösen an der Rahmen- oder Leistenrückseite befestigt, was bei mehrmaligen Transporten zu einer schleichenden Beschädigung der oft kostbaren Rahmen führen konnte.“

Das Hängesystem von Hasenkamp hat dieses Problem durch ein



Modular und flexibel: Das inzwischen 30 Jahre alte Hängesystem ist sowohl ein Montage-, ein Transport- als auch ein Depotsystem.



Fotos: Hasenkamp

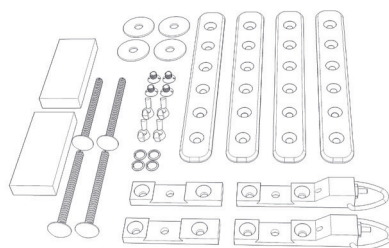
neuartiges, patentiertes Verfahren gelöst. Die Vorteile dieses Systems liegen in seiner Modularität und Flexibilität. Es ist ein Montage-, Transport- und Lagersystem in einem. Und es gibt zwei Grundvarianten: Als Hängesystem für die Hakenmontage oder als Vario-Hängesystem für die Drahtseilmontage. Es passt sich durch verschiedene Systemkomponenten dem jeweiligen Bild an. Auch bietet die Montage an der

Rahmenrückseite gegenüber herkömmlichen Ringösen eine bessere Lastverteilung. Ermöglicht wird das durch eine Zweifachverschraubung.

Beim Transport spielt es einen weiteren Trumpf aus: Das System sei laut Hasenkamp „sparsam bei der Verwendung von zusätzlichem Verpackungsmaterial. Bei empfindlichen Gemäldeoberflächen erlaubt die Hängetechnik eine sichere und kontaktfreie Befestigung des Kunstwerks in einem Transportrahmen oder einer Bilderkiste“, so die Aussage. Eine Lagerung von Kunstwerken kann stehend im Transportrahmen oder mit der Erweiterung zur Gitterwandmontage erfolgen – dabei kann auf herkömmliche S-Haken verzichtet werden, die bei der Handhabung aus der Gitterwand herausfallen und unter Umständen Kunstwerke beschädigen könnten.



Alternative zu klassischen Ringösen: Das Hasenkamp-Hängesystem soll die Rahmen schonen.



Insolvenzen unausweichlich: „Schieflage in der Möbelproduktion“

Der tschechische Möbelhersteller MB Domus, der auch für XXXLutz, Möbellix und Asko-Möbel produzierte, ging im Mai 2022 insolvent. Jetzt werden seine Produktionsmaschinen versteigert und der Auktionator malt ein tiefschwarzes Bild vom Möbelmarkt.



Gemacht für Holz: Eine Panelsäge (Bild o.l.) und ein Sägeblatt-Schärfer sind Auktionsmasse von MB Domus.



Fotos (3): Surplex

Dennis Kottmann, der Marketingchef der Maschinen-Versteigerungsplattform Surplex.de, sieht europäische Möbelproduzenten vor einer immens schweren Aufgabe stehen: „Die europäische Möbelbranche steckt aufgrund der wirtschaftlichen Unsicherheiten und daher sinkender Kundenzahlen tief in der Krise“, heißt es in einer Mitteilung des Digital-Unternehmens.

„Das hat eine steigende Anzahl an Insolvenzen bei den kleinen und mittleren Möbelherstellern zur Folge.“ Eines der jüngsten Opfer ist MB Domus, die bis zur Insolvenz fast 50 Mitarbeiter beschäftigten und denen laut des Fachblattes „Möbelmarkt“ vier Faktoren das Genick gebrochen haben sollen: die Coronapandemie, der Russlandkrieg gegen die Ukraine, steigende Material- und Energiepreise sowie unzuverlässige Zulieferer.

MB Domus hatte seinen Firmensitz und Produktionsstandort in der osttschechischen Region Olomoucký kraj, in Hranice na Moravě.

„40 Prozent weniger Kunden im Möbelhaus“

„Die europäische Möbelbranche befindet sich seit Jahren in einer beunruhigenden Lage“, erklärt Kottmann. „Ganz aktuell besuchen bis 40 Prozent weniger Kunden die Möbelhäuser.“ Neben einer sommerbedingten Flaute ist für den Fachmann der Haupttreiber für diese Konsumzurückhaltung die wirtschaftliche Unsicherheit. Endverbraucher hätten keine Planungssicherheit, würden auf teure und nicht unbedingt notwendige Anschaffungen wie etwa Möbel verzichten.

„Die Insolvenz des tschechischen Möbelherstellers steht exemplarisch für die Schwierigkeiten, die der gesamten Möbelbranche seit Jahren zu schaffen machen“, weiß Kottmann. „Insbesondere mittelständische Möbelproduzenten

stehen oft in einer schwierigen Verhandlungsposition, da ihre Hauptkunden meist große, oft internationale Möbelhausketten sind. Leiden diese Hauptabnehmer, geraten die Fertiger schnell in Schieflage.“

Lieferkettenprobleme und viel höhere Kosten

Die Herausforderungen würden seit Jahren stetig größer: „Zuerst hat die Pandemie zum Einbruch der Nachfrage geführt. Hinzu kamen massive Lieferkettenprobleme, die die Beschaffung von Rohstoffen erschwerten. Der Ukraine-Konflikt hat diese Lieferprobleme noch verstärkt und außerdem zu einem sprunghaften Anstieg der Energie- und Materialkosten geführt. Da diese Kosten nicht vollständig an die Möbelhäuser weitergegeben werden konnten, sind Insolvenzen von Möbelherstellern immer häufiger unausweichlich.“

Wenn dann noch aufgrund der angespannten wirtschaftlichen Lage kein Investor oder Käufer gefunden werden könne, bliebe nur noch die Abwicklung des Unternehmens – inklusive der Veräußerung des Betriebsinventars.

Von Insolvenzen profitieren auch Firmen:
Dennis Kottmann (Bild r.) von Surplex.



Mit Branchenanwältin
Sue Ann Becker

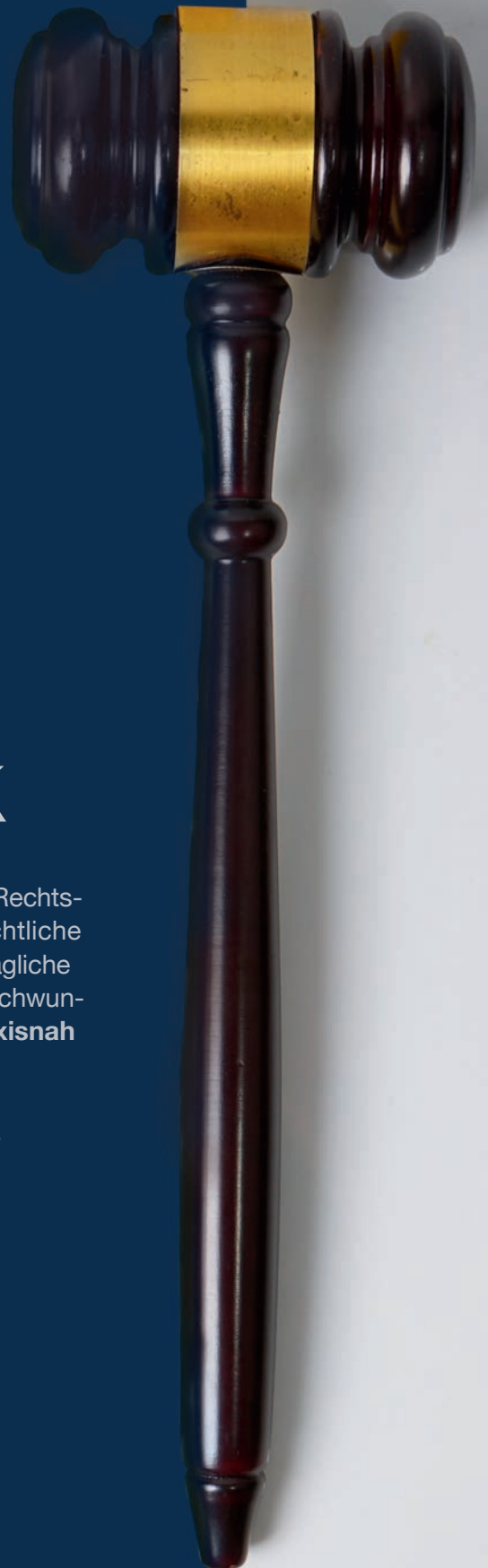
Seminar am **07.11.**
nur noch wenige
Plätze verfügbar

Recht in der Umzugslogistik

Auch bei größter Sorgfalt sind Schäden nicht zu vermeiden. Aber Rechtsstreitigkeiten müssen nicht sein! Unser Seminar bietet Ihnen rechtliche Grundlagen für einen reibungslosen Umzug und Lösungen für alltägliche Speditionsprobleme. Von der unbezahlten Rechnung bis zum verschwundenen Lagerkunden - wir haben Antworten. **Das Besondere: Praxisnah statt stumpfe Theorie.**

Haben Sie Fragen zu unserem Seminar? Rufen Sie uns einfach an.
Wir sind gerne für Sie da: **06145 5442-183.**

Förderung durch das Bafög möglich.
Die Antragstellung übernehmen wir!



DMG CAMPUS

„Wir Deutsche sind rational und können gut aufeinander zugehen“

In der möbelspediteur 07.2023 hatten wir uns redaktionell gewundert, warum mehrere Eurovan- und Confern'ler offiziell bei der Conference von Euromovers Worldwide dabei waren, zum Teil sogar als Speaker. Wir fragten Euromovers-Manager Thomas Juchum.



Eine Weltkugel als Würfel: Die deut und internationale Euromovers teilen sich den wichtigsten Teil des Logos.

Herr Juchum*, warum hatten Sie ausgerechnet Tobia Crisostomo, den Kopf von Eurovan, also eigentlich einem Konkurrenten Ihrer Gemeinschaft, als Speaker in Catania zu Ihrer Euromovers-Konferenz eingeladen? Wie ist Ihr Verhältnis zur Confern und Eurovan?

Thomas Juchum: Zunächst einmal: Die diesjährige Konferenz fand in Catania auf Sizilien statt – dort haben wir ein Mitglied und unsere Konferenzen finden in der Regel immer in der Nähe eines unserer Mitglieder statt. Im nächsten Jahr, vom 29. Mai bis 2. Juni 2024, findet die internationale Konferenz auf Ibiza statt. Auf der Insel selbst haben wir zwar kein Mitglied, aber dafür in Valencia, welches auch nicht sonderlich weit weg gelegen ist. Außerdem feiern wir 2024 das 20-jährige Jubiläum von Euromovers International. Gegründet wurde Euromovers International im Jahre 2004 in Brüssel. Dabei wurde beschlossen, dass der Firmensitz nach Luxemburg gelegt wird, in den Geschäftsräumen der Firma

Tranelux International, deren damaliger Geschäftsführer seinerzeit Mitglied des Vorstands von Euromovers Deutschland war.

Als 2018 das Zweite Vatikanische Konzil stattfand und die Evangelischen und Katholischen nunmehr keine Konkurrenten waren, sondern ‚getrennte Brüder‘, wurde die damalige Zusammenarbeit beschlossen. Nein, natürlich war das nicht 2018, sondern im Jahre 1962. 2018 jedoch haben die Eurovan und wir eine Willenserklärung abgegeben, künftig in erster Linie auf europäischer Ebene, insbesondere während der Saison, zusammen zu arbeiten. Soweit ich mich erinnere, wurde damals eine Presseerklärung abgegeben und auch ein Artikel im möbelspediteur veröffentlicht. Es ging damals um das heute noch aktuelle Thema des Fahrermangels und darum, dass möglichst die Transporteinheiten vernünftig disponiert und ausgelastet werden. Das ist durch die Struktur der Confern-Zentrale in Mannheim sehr gut machbar und das auch zu vernünftigen Preisen.

Confern und Euromovers SCE kooperieren jetzt schon beinahe drei Jahre, veranstalten fast gemeinsame Jahreshauptversammlungen und auch die Verkäufer und Disponenten treffen sich jährlich gemeinsam; streben Sie aktuell auf

der internationalen Ebene mit Ihrer Euromovers und der Eurovan eine ähnliche Nähe an?

Juchum: Ich bekomme am Rande mit, dass auf nationaler Ebene die deutsche Euromovers SCE und die Confern recht eng zusammenarbeiten. Da jedoch mein Fokus rein international ausgerichtet ist und ich mich seit meiner Ausbildung zum leitenden Auditor ISO 9001 im September 2022 noch mehr in der Qualifikation unserer Mitglieder wiederfinde, kann ich zu den Details deren Zusammenarbeit relativ wenig sagen. Eurovan und Euromovers International, heute Euromovers Worldwide Alliance SCE, pflegen seither ein gutes Verhältnis auf kollegialer Ebene. Dazu gehört auch, dass Tobia und ich uns gegenseitig auf unsere Konferenzen einladen. Tobia war auch im letzten Jahr, als wir unsere Tagung in Lissabon ausrichteten, eingeladen und hielt dort eine Präsentation ab. Die Dienstleistung aus Mannheim als zusätzliches Tool zur wirtschaftlichen Disposition kommt sehr gut bei unseren Kollegen an.

* Di eigenen Schreibweisen sind confern, EUROVAN und EUROMOVERS.

Können tatsächlich schon lange gut miteinander: Bereits im Juli 2018 berichteten wir über die Annäherung von Euromovers International und Eurovan.

EUROVAN
22 | der möbelspediteur 07.2018
Spezial
Europa

Eurovan und Euromovers: Zwei große Euros verbinden sich

Die beiden Umzugskooperationen Euromovers International SA aus Luxemburg und die Eurovan aus Mannheim wollen im Bereich der europäischen Fernverkehrsdisposition eng zusammen zu arbeiten. Wir fragten nach den Hintergründen.

„Kernstück ist der Zusammenhalt in der zentrale Fernverkehrsdisposition der Eurovan in Mannheim mit ihren handlichen Disponenten und dem haargenau EDV-integrierten System“, erklärt der Co-Founder der Muttergesellschaft der Eurovan, Erik Mai in einer offiziellen Mitteilung. Durch eine engere Abstimmung würden die vorhandenen Ressourcen zielgerichteter und effizienter eingesetzt, nennt auch in weiteren Abschnitten aller Kundenkontaktpunkte optimal begegnet werden können“, so der O-Ton.

Andreas Kölling, Geschäftsführer der Eurovan, erklärt das noch etwas deutlicher: „Die schmerzenden Kapazitäts sowie die steigenden regionalen Vorkosten machen es notwendig, nach alternativen Lösungen zu suchen.“ Thomas Juchum (rechts im Bild), Geschäftsführer der Euromovers International SA, sieht das ähnlich: „Mit der engeren Zusammenarbeit können wir die Entwicklung in diesem Bereich besser und gleichzeitig die Grundlage für weitere gemeinsame Projekte legen.“

Der Umzugsmarkt befindet sich im Wandel. Auf der einen Seite würde ein immer größerer Bedarf an individualisierten, flexiblen Transport- und Serviceleistungen, während auf der anderen Seite die Zahl der in diesem Bereich tätigen Unternehmen dramatisch sinken, so die Info.

Die Eurovan ist einer der großen Namen in der Logistikbranche der Nachkriegszeit. Doch der Glanz und die Bedeutung der Organisation verblassten in die Jahre hinein. Im Juli 2002 kamen dann die deutsche Confern und die Eurovan AG aus der Schweiz zusammen. „Wir hätten überlegt, dass die Name ‚Confern-Mitbestenverbände GmbH‘ durch zu sperrig für unsere jetzigen Klienten aus Mannheim war“, erklärt nun Andreas Kölling im Juli 2015. „Die Eurovan erwarb ein ganz anderes Gefühl bei den Leuten. Wir haben gesehen, ob wir die Mehrheit der Eurovan übernehmen können, um es wieder mit in den Markt zu bringen. Das wurde auch umgesetzt. Die AG in der Schweiz ist in ‚retroaktiv‘ aufgelöst.“ Die Eurovan Deutschland GmbH ist eine 100-prozentige Tochter der Confern, die das Geschäft führt. Euromovers International SA, mehr zu verwechseln mit der deutschen Euromovers SCE aus Köln, ist mit seinem Gründungsjahr 2004 eine der jüngsten Kooperationen in Europa.



Einer der besten deutschen Netzwerker auf internationalem Terrain: Euromovers-Vorstand Thomas Juchum. Foto: Juchum/Euromovers

Bei der deutschen Euromovers rückt der Abschied von Peter Baldegweg langsam näher. Aktuell sieht es auf euromovers.de mit der sehr starken Hinwendung zur Confern so aus, als würde in den nächsten zwei Jahren die von den Mitgliederbeziehungweise Genossenschaftlerzahlen her deutlich kleinere Euromovers in der Confern aufgehen. Auch wenn ich mir das aufgrund der extrem unterschiedlichen Gesellschaftsformen nicht wirklich vorstellen kann. Aber Euromovers- und Confern-Betriebe sind gleichberechtigt auf der Karte vermerkt, und wer einen Umzugspreis online ausrechnen möchte, wird sogar zu confern.de rübergeschickt. Haben Sie sich nie starkgemacht, Ihre Euromovers und die deutsche Euromovers zu einer einheitlichen Genossenschaft zusammenzuschweißen, auch in Hinblick auf eine irgendwann erfolgende Nachfolgeregelung – wobei ich weder Ihnen noch Ihrem Partner Keld Gisemann damit auf die Füße treten will? Wer, wenn nicht Sie mit einer mehrjährigen Prokura und Geschäftsführertätigkeit bei der deutschen Euromovers, kennt die Gemeinschaft schließlich noch so gut?

Juchum: Natürlich würde ich selbst einen Zusammenschluss beider Euromovers-Zentralen sehr begrüßen. Aber das

eine schließt ja das andere nicht aus. Damit meine ich, dass man eine erfreuliche und erfolgreiche Zusammenarbeit in jedem Fall fortführen muss. Das ist das, was uns Deutsche auch international auszeichnet, nämlich dass wir rational sind, aufeinander zugehen und gut zusammenarbeiten können. Und das nicht nur in der Umzugsbranche.

Um noch einmal kurz auf Catania zurückzukommen. Dort waren die Chefs der Firmen Krügel und Scholz zugegen, jedoch nicht nur deshalb, weil es sich bei beiden um Confern-Mitglieder handelt, sondern auch um Gesellschafter von Relogg Digital Logistics & Office Space Management, welches wiederum ein Mitglied von uns ist. Auch im Bereich Gewerbeumzug arbeiten wir international sehr gut zusammen.

Warum sind Ihrer Meinung nach fast 200 Möbellogistiker aus Deutschland in national ausgerichteten Gemeinschaften wie DMS, Confern, Euromovers, Transratio und Co. engagiert dabei, aber in der Eurovan und Ihrer Euromovers sind es zusammengenommen nur sieben? Die Zahl der grenzüberschreitenden Umzugsspezialisten, die auf hohem Niveau spielen, liegt doch eher an der 100 in Deutschland als an der sieben. Warum sind so wenige von jenen bei Ihnen oder Tobia?

Juchum: Die Frage, warum Eurovan und wir zusammen über vergleichsweise relativ wenige Mitglieder aus Deutschland verfügen, liegt nach meiner Auffassung an der Tatsache, dass es in Deutschland auch nationale Organisationen gibt. Wir haben die Confern, sowie auch die deutsche Euromovers. Das ist mit Ausnahme von den Niederlanden sonst nirgends der Fall.

Es ist – so würde ich annehmen – für die international qualifizierten Unternehmen der nationalen Organisationen nicht erforderlich, sich zusätzlich auch in der jeweiligen internationalen Gruppe zu präsentieren.

Warum ist eigentlich Deutschland im europäischen Umzugsgeschäft

der Motor geworden? Die (ja doch recht gut wiederbelebte) Eurovan sitzt in Mannheim und Sie ja wieder in Köln. Warum nie die Briten oder Franzosen? Auch dort gibt es ja große starke Gemeinschaften und es sind zwei absolut dominierende Weltsprachen durch deren früheren Kolonialismus in so vielen Ländern der Erde....

Juchum: Ich kann gar nicht sagen, ob Deutschland im europäischen Umzugsgeschäft der Motor ist. Falls dem so ist, dann liegt es zum Ersten an dem überschaubaren Preisgefüge im Vergleich zu unseren Nachbarländern. Zum anderen könnte es auch an der Grundhaftung des Möbelspediteurs liegen, die im europäischen Vergleich die hochwertigste ist. Es wäre eigentlich für alle nichtdeutschen Firmen die sicherste Wahl, einen deutschen Möbelspediteur einzusetzen. Es gibt zwar in einigen anderen EU-Staaten auch so etwas wie eine Grundhaftung, aber das ist nicht mit dem zu vergleichen, was unser Gesetzgeber den deutschen Kollegen vorschreibt.

Im Vereinigten Königreich gibt es eine Organisation, die den unseren in etwa ähnelt.

Ansonsten ist man als britischer Möbelspediteur sehr stolz auf die Zugehörigkeit bei der BAR, der ‚British Association of Removers‘. Das ist übrigens der älteste Berufsverband für Möbelspediteure mit Gründung im Jahre 1900. Neben der IAM und anderen übergeordneten Verbänden wie zum Beispiel die FIDI, ist die BAR einer der international einflussreichsten und respektierten Verbände, bei welchen wir, also Euromovers Worldwide Alliance SCE, auch Mitglied sind.

Der Grund dafür mag an der Tatsache liegen, dass die BAR einen großen Einfluss in den 54 Staaten des British Commonwealth hat, die mit ihrer Bevölkerung von circa 2,4 Milliarden, die Bevölkerung der Europäischen Union circa 746 Millionen bei weitem überschreitet.

***Die Fragen wurden per E-Mail gestellt und beantwortet.**

Generation Z verstehen: Junge Arbeitnehmer einbinden

Die Generation Z* betritt die Arbeitswelt mit ganz anderen Vorlieben, Ansprüchen und Erwartungen als ihre Vorgänger: Das stellt Handwerksbetriebe vor große Herausforderungen, da sie sich oft deutlich von den traditionellen Arbeitsstrukturen unterscheiden.



Seit einem Jahr selbstständig: Vivien Schaible (l.) leitet mit ihrer Schwester Madeleine den Vermittler VS Recruiting Fabrik.
Foto: VS Recruiting Fabrik

„Das Halten und das Management dieser jungen Talente werden daher zu einer komplexen Aufgabe“, erklärt Vivien Schaible, Geschäftsführerin der VS Recruiting Fabrik. „Die Generation Z ist technisch versiert, wertorientiert und sucht nach sinnstiftenden Tätigkeiten. Um sie erfolgreich zu integrieren, müssen wir nicht nur verstehen, was sie motiviert, sondern auch bereit sein, unsere Arbeitsweisen zu überdenken und anzupassen.“ Schaible empfiehlt drei Ansätze, junge Arbeitnehmer zu verstehen und optimal im Handwerksbetrieb einzubinden.

1. Methode: Zwischenmenschliche Beziehungen priorisieren

Junge Menschen wünschen sich gute Beziehungen zu ihren Arbeitskollegen. „Ein harmonisches Miteinander liegt ihnen ebenso wie eine angenehme Arbeitsatmosphäre am Herzen“, so Schaible. „Entsprechend würden sie ihren Arbeitgeber auch dann wechseln, wenn sie zwar grundsätzlich zufrieden sind, aber die zwischenmenschliche Basis fehlt. Handwerksbetriebe müssen aus diesem Grund sicherstellen, dass bei ihnen eine Kommunikation auf Augenhöhe stattfindet und neue Mitarbeiter umgehend eingegliedert werden.“ Als Maßnahmen hierfür bieten sich Teamevents, gemeinsame Projekte oder Mittagessen in geselliger Runde besonders gut an. Sie binden junge Talente planbar an ihre Kollegen und somit langfristig an den Betrieb.

2. Methode: Klare Ziele setzen

Junge Menschen sind nicht unmotiviert, wie oft angenommen wird. Sie brauchen lediglich eine klare Zielsetzung. „Die Generation Z wünscht sich also einen Purpose - ihre Arbeit soll Sinn stiften oder einem bestimmten Zweck dienen. Handwerksunternehmen müssen das beherzigen, wenn sie für junge Arbeitnehmer attraktiv sein möchten.“ Das gelingt ihnen beispielsweise, indem sie die von ihnen gebotenen Karrierechancen und Gehaltserhöhungen offenlegen. Auch sollten sie jedes Projekt mit einer klaren Zielsetzung verbinden. Hierbei spielt der tatsächliche Umfang jedoch nur eine untergeordnete Rolle. Junge Menschen lassen sich folglich auch durch kleinere in Aussicht gestellte Meilensteine motivieren, sofern diese klar definiert wurden.

3. Methode: Junge Talente

dort abholen, wo sie unterwegs sind

Social Media ist die Sprache der Generation Z. Möchten Handwerksbetriebe junge Menschen für sich begeistern, müssen sie diese beherrschen. Dabei sind laut einer Studie von Informationszentrum-Mobilfunk 98 Prozent aller 14- bis 29-Jährigen in den sozialen Netzwerken aktiv. „Können sich Firmen hier als attraktiver Arbeitgeber präsentieren, erreichen sie somit eine große Anzahl an potenziellen Mitarbeitern“, weiß Schaible. „Die Generation Z lässt sich im Gegensatz zu ihren Vorgängern jedoch nicht mit einem guten Gehalt oder Standardfloskeln beeindrucken. Junge Leute wünschen sich vielmehr sinnstiftende Aufgaben und Benefits wie Zusatzleistungen, Gesundheitsbudgets, Weiterbildungsmöglichkeiten oder Azubi-Tage.“ Darüber hinaus müssen sie die Unternehmenswerte überzeugen können: Entscheidet sich die Generation Z für einen Arbeitgeber, lebt dieser mit großer Wahrscheinlichkeit Werte wie Authentizität und Ehrlichkeit vor. Auf Social Media sollten sich Betriebe daher unbedingt nahbar zeigen. „Durch erreichen sie genau die jungen Menschen aus ihrer Region, die Lust auf die Handwerksbranche haben“, so Schaible. „Diese jungen Menschen gibt es nämlich definitiv und überall. Betriebe müssen sie nur finden oder von ihnen gefunden werden – zum Beispiel über Social Media.“

Rubens Schäfer

* „Generation Z“ sind die Geburtsjahrgänge zwischen 1995 und 2010.

„Ihm mal in die Fresse hauen“ Chefbeleidigungen in Chat-Gruppe

Im vermeintlich vertraulichen digitalen Raum geschlossener Internet-Chatgruppen werden gelegentlich beleidigende oder sogar rüde Kommentare über Vorgesetzten oder Kollegen abgegeben. Laut BAG kann das im äußersten Fall zur Kündigung führen.

Im vorliegenden Fall betraf es eine Whatsapp-Gruppe, bestehend aus befreundeten Arbeitskollegen der Fluggesellschaft Tuifly. Chat-Mitglieder hatten sich demnach „beleidigend, rassistisch und sexistisch über einen Vorgesetzten geäußert und sogar zur Gewalt aufgerufen“, so das BAG, das entschied, eine daraufhin ausgesprochene fristlose Kündigung könnte rechtens sein.

Wann sind Chatgruppen vertraulich?

Die höchsten deutschen Arbeitsrichter haben entschieden, dass Mitglieder von geschlossenen Chatgruppen nur in Ausnahmefällen auf den Schutz der Vertraulichkeit zählen können, wenn es zu außerordentlichen Kündigungen kommt. Mit dieser Entscheidung heben sie Urteile der niedersächsischen Vorinstanzen auf, die eine „berechtigte Vertraulichkeitserwartung“ der Chatgruppenmitglieder angenommen hatten, was auf Verschwiegenheit hinausläuft.

Im vorliegenden Fall ging es um eine private Whatsapp-Gruppe mit fünf Mitgliedern, die 2014 von Mitarbeitern der Fluggesellschaft gegründet wurde. Im November 2020 wurde ein ehemaliger Kollege in die Gruppe aufgenommen. Ausgangspunkt des Verfahrens waren Auszüge aus einem Chat, in dem Mitglieder des Chats über einen Manager ihres Unternehmens herzogen. Die Nachrichten gelangten zunächst zum Betriebsrat und dann zum Personalchef des Unternehmens, nachdem ein anderer Mitarbeiter den Chatverlauf

kopiert hatte, nachdem ihm die Nachrichten gezeigt wurden. Die Echtheit des Chats wurde von einem der Beteiligten schriftlich bestätigt.

Fristlose Kündigung ausgesprochen

Der Arbeitgeber sprach fristlose Kündigungen gegen Chatmitglieder aus. In den Chats hatten die Mitarbeiter nach Angaben des Gerichts ihren Vorgesetzten mit rassistischen, teils menschenverachtenden und sexistischen Äußerungen beleidigt. Sie riefen auch zur Gewalt auf, indem sie etwa von „in die Fresse hauen“ sprachen. Es wurde sogar mit einem Anschlag gedroht.

Die Richter in Erfurt hatten die Aufgabe, festzustellen, ob eine Whatsapp-Gruppe unter Kollegen als geschützter Raum betrachtet werden kann, in dem private Beleidigungen von Vorgesetzten ohne arbeitsrechtliche Folgen ausgetauscht werden können.

Das Bundesarbeitsgericht entschied, dass die Kündigungen möglicherweise rechtmäßig sein können. Mitglieder geschlossener Internet-Chatgruppen können im Falle von rassistischen Äußerungen oder Beleidigungen gegenüber Arbeitskollegen oder Vorgesetzten nur unter bestimmten Bedingungen auf Vertraulichkeit hoffen. Eine Whatsapp-Gruppe kann nicht automatisch als geschützter privater Raum angesehen werden, in dem uneingeschränkte Vertraulichkeit herrscht und Beleidigungen ohne arbeitsrechtliche Konsequenzen ausgetauscht werden dürfen.



Foto: Adobe Stock / tashatuvango

Das BAG argumentierte weiter, dass die Erwartung von Vertraulichkeit stark von der Art der Nachrichten und der Größe der Gruppe abhängt. Insbesondere bei „beleidigenden und menschenverachtenden Äußerungen über Betriebsangehörige“ muss nachgewiesen werden, warum die Arbeitnehmer erwarten konnten, dass der Inhalt von keinem Gruppenmitglied an Dritte weitergegeben wird. Das BAG verwies das Verfahren an die Vorinstanz zurück. Vor diesem Gericht müssen die Kläger erneut darlegen, warum sie davon ausgingen, dass die Vertraulichkeit aller Chatgruppenmitglieder gewahrt bleiben würde.

Fazit: Die Rechtsprechung zu diffamierenden Äußerungen in geschlossenen Messaging-Gruppen war bisher in Deutschland uneinheitlich. Daher dürfte das Urteil des BAG in Erfurt einen wichtigen Beitrag zur Rechtssicherheit in solchen Fällen geleistet haben.

BAG, Az.: 2 AZR 17/23

**Dr. Stoll & Sauer,
Rechtsanwalts-gesellschaft**



Nutzung von Kundendaten auf privaten Endgeräten unzulässig

In einem wegweisenden Urteil hat das Landgericht Baden-Baden entschieden, dass die Nutzung von Kundendaten auf privaten Endgeräten durch Mitarbeiter unzulässig ist. Die Rechtsanwaltsgesellschaft Dr. Stoll & Sauer erklärt das Urteil.

Eine Kundin kaufte in einem Elektrogeschäft einen Fernseher und eine Wandhalterung. Dabei gab sie ihren Namen und ihre Anschrift an. Kurz nach dem Kauf gab sie die Wandhalterung zurück und erhielt versehentlich eine Rückerstattung in Höhe des wesentlich höheren Preises des Fernsehers. Als dieser Fehler bemerkt wurde, sandte eine Mitarbeiterin des Unternehmens über ihren privaten Instagram-Account mehrere Nachrichten an die Kundin. In diesen Nachrichten wies die Mitarbeiterin die Kundin auf den Irrtum hin und bat sie zusätzlich darum, sich mit dem „Chef“ in Verbindung zu setzen.

Die Käuferin war mit dieser privaten Kontaktaufnahme nicht einverstanden und forderte vom Elektromarkt Informationen darüber, an wen ihre persönlichen Daten weitergegeben wurden, einschließlich der Namen der beteiligten Mitarbeiter. Da das Unternehmen sich weigerte, reichte die Frau eine Klage ein. Das Landgericht Baden-Baden hat in seinem Urteil zunächst festgestellt, dass die Kundin einen Auskunftsanspruch nach Art. 15 Abs. 1 lit. c) DSGVO hat. Dieser Anspruch umfasst auch die Mitteilung der Namen der Mitarbeiter, die die Kundendaten unzulässigerweise genutzt haben. Das Gericht sah in der Nutzung der Kundendaten auf dem privaten Gerät des Mitarbeiters einen Verstoß gegen die DSGVO, die detailliert vorschreibt, dass personenbezogene Daten nur dann verarbeitet werden dürfen, wenn dies für die Erfüllung eines berechtigten Interesses erforderlich ist. In diesem Fall war die Verarbeitung der Daten für den Mitarbeiter

jedoch nicht erforderlich. Er konnte die Kundin auch über die betrieblichen Kommunikationswege kontaktieren.

Die Richter entschieden, dass die Mitarbeiter des Unternehmens als „Empfänger“ im Sinne von Art. 4 Nr. 9 DSGVO anzusehen sind. Zwar sind Arbeitnehmer eines für die Datenverarbeitung Verantwortlichen grundsätzlich nicht als Empfänger anzusehen. Dies gelte aber nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (Az.: C-579/21, Rn. 75) nur dann, wenn sie unter der Aufsicht des Verantwortlichen und im Einklang mit seinen Weisungen die Daten verarbeiteten.

Im vorliegenden Fall hatte die Mitarbeiterin des Unternehmens die Kundendaten eigenmächtig über ihren privaten Account verwendet. Dies war nicht im Einklang mit den Weisungen des Unternehmens. Sie hatte daher die Kundendaten als Empfänger im Sinne von Art. 4 Nr. 9 DSGVO verarbeitet.

Das Gericht entschied, dass die Kundin einen Anspruch auf Unterlassung der weiteren Nutzung der Kundendaten auf privaten Kommunikationsgeräten durch die Mitarbeiter des Unternehmens zusteht. Darüber hinaus sah es in der Nutzung der Daten auf dem privaten Gerät ein erhöhtes Risiko für die Sicherheit der Daten. Die Daten waren nicht durch die Sicherheitsvorkehrungen des Unternehmens geschützt. Es bestand die Gefahr, dass die Daten unbefugt abgerufen oder verändert werden könnten.

Aufgrund dieser Erwägungen wurde das Unternehmen verurteilt, der Kundin die Namen der Mitarbeiter zu nennen,

die die Daten unzulässigerweise nutzten. Eine Revision ist nicht zugelassen. Das Urteil ist ein wichtiger Präzedenzfall. Es stellt klar, dass die Nutzung von Kundendaten auf privaten Endgeräten von Mitarbeitern unzulässig ist. Unternehmen müssen sicherstellen, dass Kundendaten nur auf betrieblichen Geräten verarbeitet werden, die durch angemessene Sicherheitsvorkehrungen geschützt sind.

LG Baden-Baden, Az.: 3 S 13/23
Rechtsanwaltsgesellschaft Dr. Stoll & Sauer

Fazit des Urteils

Unternehmen müssen ihren Mitarbeitern auch Schulungen zum Datenschutz anbieten. Sie müssen wissen, dass sie Kundendaten nur im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit verarbeiten und Kundendaten nicht auf privaten Geräten speichern dürfen.

Unternehmen sollten sicherstellen, dass Kundendaten nur auf betrieblichen Geräten verarbeitet werden und auf betrieblichen Geräten angemessene Sicherheitsvorkehrungen implementieren.

Für Mitarbeiter, die Kundendaten auf privaten Endgeräten verarbeiten, können rechtliche Konsequenzen drohen. Sie können von den Unternehmen abgemahnt oder sogar gekündigt werden. In schweren Fällen können sie auch strafrechtlich verfolgt werden. Mitarbeiter sollten sich daher bewusst sein, dass die Verarbeitung von Kundendaten auf privaten Endgeräten unzulässig ist. Sie sollten Kundendaten nur im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit verarbeiten und nicht auf privaten Geräten speichern.

Fotos: Adobe Stock / Bang



Neue Rechte und Pflichten Datenschutz in der Schweiz

Vor drei Jahren hatten sich die Schweizer für weitreichende Änderungen ihres Datenschutzgesetzes entschlossen – seit September gelten sie offiziell. Das Vorbild: ausgerechnet die deutsche DSGVO.

So wurde der persönliche Anwendungsbereich des Schweizer Datenschutzgesetzes (DSG) eingegrenzt: Der Schutz der Daten von juristischen Personen wurde aus dem Gesetz entfernt. Auch wenn die Daten der juristischen Person nicht mehr den Regelungen des DSG unterliegen, werden jedoch oft auch die persönlichen Daten von Ansprechpartnern verarbeitet werden, welche dem Datenschutz unterliegen. Somit gilt das DSG sowohl für B2C als auch für B2B. Der räumliche Geltungsbedarf wurde ausgedehnt und betrifft nun auch Gesellschaften, deren Datenverarbeitung sich in der Schweiz auswirkt oder Personen in der Schweiz betrifft.

Die Schweizer Regelungen entsprechen dabei in vielen Punkten der DSGVO, allerdings muss bei einzelnen Punkten schon genau hingesehen werden: Denn wie bei der DSGVO gibt es auch Rechtfertigungsgründe für die Datenverarbeitung. Rechtfertigungsgründe stellen eine Erlaubnis von Datenverarbeitungen dar, ohne dass hierbei die Persönlichkeitsrechte verletzt werden. Allerdings sind die Rechtfertigungsgründe im Zusammenhang mit der jeweiligen Datenverarbeitung auf ihre Anwendbarkeit gewissenhaft zu prüfen, um Verstöße gegen das DSG zu verhindern. Aber anders als nach der DSGVO sind diese Rechtfertigungsgründe in Informationspflichten oder Auskunftersuchen nicht zwingend zu nennen.

Auch ist die Datenverarbeitung ebenso darauf zu überprüfen, wie auch der vorhandene oder zukünftig geplante Softwareeinsatz, ob die Datenschutzvorgaben erfüllt werden können. Sicherlich

stark davon betroffen werden Unternehmen sein, die selbst Software entwickeln, weil diese Vorschriften in jedem Fall dann bereits im Entwicklungsstadium einzuplanen sind. Tipp: Positiv kann sich bestimmt die Einbeziehung eines Datenschutzbeauftragten oder anderer Datenschutzfachleute auf die Einhaltung dieser Vorschriften auswirken.

Die Pflicht zur Durchführung ist im DSG neu eingeführt worden, die Voraussetzungen sind aber etwas eingeschränkter als nach der DSGVO. Die Anwendung erfolgt allerdings vergleichbar. Es besteht dann Handlungsbedarf, wenn Unternehmen bislang nicht nach dem DSGVO-Maßstab die Notwendigkeit von Datenschutz-Folgenabschätzungen eruiert haben.

Verlangt die DSGVO in bestimmten Fällen die Einsetzung eines Datenschutzbeauftragten, bleibt die Entscheidung über die Ernennung eines Datenschutzberaters – so der schweizerische Begriff im neuen Datenschutzgesetz – jedem Unternehmen selbst überlassen. Die Aufgaben sind ähnlich. Der Datenschutzberater überwacht die Einhaltung der Datenschutzvorschriften innerhalb des Unternehmens und steht der Unternehmensleitung beratend zur Seite (Art. 10 Abs. 2 DSG). Diese trägt allerdings – analog zur DSGVO – immer noch allein die Verantwortung dafür, dass eine datenschutzkonforme Bearbeitung der Personendaten stattfindet. Trotzdem wird vom Datenschutzberater eine hohe Sachkunde erwartet, sie rechtfertigt die nachfolgende Erleichterung.

Wie in der DSGVO muss im Fall einer Datenschutz-Folgenabschätzung der



Foto: Adobe Stock / Deminos

Eidgenössische Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragte (EDÖB) konsultiert werden, wenn diese zu keiner Herabsetzung des Risikos führte. Wichtiger Unterschied zur DSGVO ist, dass von der Einbindung des EDÖB abgesehen werden kann, wenn ein Datenschutzberater ernannt ist. Allerdings ist dies zu dokumentieren.

Eine wichtige Neuerung stellt das Führen von Verzeichnissen von Verarbeitungstätigkeiten dar: Das neue DSG verlangt von Verantwortlichen und Auftragsverarbeitern, jede Datenbearbeitung zu dokumentieren. Diese Pflicht ist mit der Führung eines Verzeichnisses aller Verarbeitungstätigkeiten in der DSGVO gleichzustellen. Die bisherige Meldepflicht beim EDÖB entfällt. Das neue DSG enthält eine Auflistung der Informationen, die das Verzeichnis enthalten muss.

Fazit: Verantwortliche und Auftragsverarbeiter mit Sitz in der Schweiz oder solche, die an Datenübermittlungen in die Schweiz beteiligt sind, sollten mit Handlungsempfehlungen arbeiten.

Dr. Jörn Voßbein/ UIMC



Marktplatz

- Kleinanzeigen
- Profis helfen Profis
- Regelmäßiger Linienverkehr

Uns finden Sie auch unter:



moebelspediteur.de
fb.com/moebelspediteur
brandeisverlag.de

Kleinanzeigen

Schilderdienst



Mobile Halteverbotszonen
in Stuttgart und Umgebung
für Umzüge • Autokräne
Container & Bauarbeiten

Heinrich-Hertz-Str. 15 • 70794 Filderstadt

Tel.: 0711-7 22 55-70 Fax: 0711-7 22 55-711 • www.wh-schilderdienst.de

platzda.de ←
Halteverbot deutschlandweit bestellen!
→ Tel. 040/987 605 37 www.platzda.de



Mobile Halteverbotszonen
in München und Umgebung
für Umzüge • Autokräne
Container & Bauarbeiten

Lotte-Branz-Str. 8 • 80939 München

Tel.: 089-36 10 22 30 Fax: 089-3 61 60 44 • www.wh-schilderdienst.de



**Stiftung
Rheinische
Kulturlandschaft**

**Erhalten Sie sich
ein Stück Heimat!**

Als gemeinnützige Naturschutzstiftung freuen wir uns, wenn Sie unsere Arbeit durch Ihre Spende unterstützen oder uns Flächen zur Umsetzung unserer Projekte zur Verfügung stellen.

Stiftung Rheinische Kulturlandschaft
Rochusstraße 18 • 53123 Bonn
Fon 0 22 8 - 90 90 721 - 0
www.rheinische-kulturlandschaft.de
IBAN: DE49 3806 0186 1006 1550 10
BIC: GENODE33BRS
Volksbank Bonn Rhein-Sieg

Foto: Kitter, Christian / p1clease

SCHLAGANFALL KANN JEDEN TREFFEN!

Sorgen Sie vor und informieren Sie sich:

Telefon: 05241 9770-0

Internet: schlaganfall-hilfe.de



STIFTUNG
DEUTSCHE
SCHLAGANFALL
HILFE

Ihre **Kleinanzeige**
in der möbelspediteur

Gesucht, gefunden!
06145 / 5442-400

Anzeigenschluss

11/2023



24.10.2023

06145 / 5442 - 400
info@brandeisweb.de

Profis helfen

PLZ 00000 – 09999

Starke Möbeltransporte GmbH
Leibnizstraße 74
07548 Gera
www.moebeltransporte.com
umzug@moebltransporte.com
Tel.: +49 356-54 85 44 40
Kontakt: Herr Starke



PLZ 20000 – 29999

DEGELA GmbH
Reichsbahnstraße 84
22525 Hamburg
www.degela.de
info@degela.de
Tel.: +49 40-222 377
Kontakt: Titus Jansen




PLZ 30000 – 39999

Meyers Miet-Mich GmbH
Hannoversche Straße 64 A
37075 Göttingen
www.meyers-miet-mich.de
info@meyers-miet-mich.de
Tel.: +49 551-30 00-13
Fax: +49 551-30 00-54


W. Winter Logistik GmbH
Gartenstraße 11
08064 Zwickau
www.wwinter.de
info@wwinter.de
Tel.: +49 37607-87 60
Kontakt: Herr Zenker





Max Füllgraf Kieler Möbelspedition GmbH
Wittland 20a
24109 Kiel
www.umzug-fuellgraf.de
info@umzug-fuellgraf.de
Tel.: +49 431-56 78 90
Kontakt: Martin Schuries




Haberland-Möbelspedition GmbH
Salinenweg 2a
37081 Göttingen
www.haberland-umzuege.de
info@haberland-umzuege.de
Tel.: +49 551-3 70 74-70
Fax: +49 551-3 70 74-79




- Umzüge nach & fern
- Möbel- & Aktenlager
- Kücheninstallationen





PLZ 10000 – 19999

FROESCH GmbH
Märkische Allee 45
14979 Großbeeren
www.agsfroesch.com
info.berlin@ags-froesch.com
Tel.: +49 33701 532-0

PLZ 30000 – 39999

DUS Deutsche Umzugsspedition GmbH
Loßbergstr. 13
34130 Kassel
www.umzuege-kassel.de
info@umzuege-kassel.de
Tel.: +49 561- 598 61 72-0

PLZ 50000 – 59999

UMZÜGE MALLMANN
Herzogenbuscher Straße 17
54292 Trier
www.mallmann.com
info@mallmann.com
Tel.: +49 651-2 40 01
Kontakt: Marco Kruppert





Besichtigung für Kollegen



Außenaufzug vorhanden



Gestellung von Personal



Zertifizierter Betrieb



Organisation Halteverbot



Möbellager vorhanden

Kooperationen fördern: Profis helfen Profis

Jetzt anmelden und Partner finden. Profizieren Sie von Ihrem Firmeneintrag in der Rubrik „Profis helfen Profis“. Ab sofort farbige und zum Festpreis!

Mehr Infos: 06145-5442400
oder info@brandeisweb.de

Nur
€ 25,-
monatlich

Mustermann Umzüge

Musterstraße 12
01234 Musterstadt

umzuege.de
umzuege.de

mm

Ihr Logo



Ihr Logo

Ihr Firmenlogo

Ihre Kundennummern

Ihre Kontaktdaten

Musterstraße 12
01234 Musterstadt



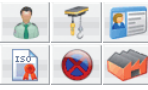
Ihre Leistungssymbole

Profis

PLZ 50000 – 59999

VHDW Umzugs & Dienstleistungslogistik

Hauptstr. 122
57074 Siegen
www.vhdw-umzuege.de
info@vhdw-umzuege.de
Tel.: +49 271-250 168 32
Kontakt: Dirk Valkanov



PLZ 70000 – 79999

Rote Radler OHG Birg & Birg

Rimsinger Weg 20
79111 Freiburg
www.rote-radler.de
info@rote-radler.de
Tel.: +49 761-48 28 52
Kontakt: Nikolaus Birg



PLZ 80000 – 89999

Herlitz GmbH

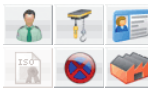
Dieselstraße 20
85748 Garching-Hochbrück
www.herlitz-umzuege.de
info@herlitz-umzuege.de
Tel.: +49 89-35 81 40 0
Fax: +49 89-35 81 40 50



PLZ 70000 – 79999

SpediFly GmbH Spedition & Umzug

Kolbstr. 12
70180 Stuttgart
info@spedifly.de
Tel.: +49 711 16 12 42 21



PLZ 80000 – 89999

Klaviertransporte Hörmann GmbH

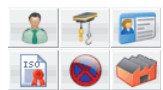
Elly-Staegmeyer-Straße 14
80999 München
www.klaviertransporte-hoermann.de
info@klaviertransporte-hoermann.de
Tel.: +49 89-57 23 65



PLZ 90000 – 99999

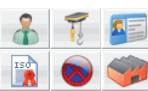
EsenTrans Umzüge

Alfred-Nobel-Straße 7
97080 Würzburg
www.esentrans.de
info@esentrans.de
Tel.: +49 931 299 95 706
Kontakt: Ali Esen



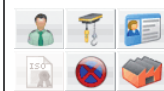
Rembold GmbH Euromovers

Zuffenhauser Str. 69
70825 Komtal-Münchingen
www.rembold-umzug.de
info@rembold-umzug.de
Tel.: +49 711 838 9000



Spedition CRAMER KG Internationale Umzugsspedition

Planegger Str. 125
81241 München
www.spedition-cramer.com
info@spedition-cramer.com
Tel.: +49 89-35 60 77



Ihre Fax-Antwort an: 06145 5442-410

Ihr Eintrag in der Rubrik „Profis helfen Profis“

Hiermit bestelle(n) ich/wir folgende(n) Eintrag/Einträge in der Fachzeitschrift der möbelspediteur in der Rubrik „Profis helfen Profis“:

Beginn: ab sofort ab _____

Preis: € 25,00 monatlich

Symbole:

Besichtigung für Kollegen	Außenaufzug vorhanden	Gestellung von Personal
Zertifizierter Betrieb	Organisation Halteverbot	Möbellager vorhanden

Bitte markieren Sie das/die gewünschte/n Symbol/e und senden Sie Ihr Logo an info@brandeisweb.de

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Internet: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____

Kontakt: _____

Ort/Datum

Unterschrift

Alle Preise zzgl. MwSt. Die Rechnungsstellung erfolgt einmal jährlich. Erfolgt keine schriftliche Kündigung einen Monat vor Ablauf, verlängert sich der Eintrag automatisch um den gebuchten Zeitraum. Der Eintrag ist jederzeit änderbar. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Brandeis Verlag und Medien GmbH & Co. KG.

Regelmäßiger

▶▶▶ Regelmäßiger Linienverkehr All over the world

	Nach	Über	Turnus	cbm	PLZ	Ort	Kontakt
	A-Z, alle Länder		lfd.	ab 5 cbm	55252	Wiesbaden Mainz-Kastel	Andreas Christ Spedition und Möbeltransport GmbH, wiesbaden@christ-umzuege.de
	USA		lfd.	ab 1 cbm	55218	Ingelheim	Compas Mobility Solutions GmbH, Tel.: 06132-7906624, rates@compas-movers.com

Regelmäßiger Linienverkehr von Deutschland nach

	Nach	Über	Turnus	cbm	PLZ	Ort	Kontakt
ALB	Albanien, Kosovo	Mazedonien/Bosnien/Serbien/Kroatien	lfd.	90 cbm	13156	Berlin	Scholz Umzüge Möbelspedition GmbH, Tel.: 030-4769080, info@scholztransport.de
	Benelux		wtl.	100 cbm	71737	Kirchberg/Murr	Trautwein GmbH, Tel.: 07144-831123, info@speditiontrautwein.de
DK	Dänemark		lfd.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
GBR	England	Benelux	lfd.	100 cbm	20537	Hamburg	Krügel GmbH, Tel.: 040-25303629, o.borchert@kruegel-hamburg.de
GBR	England		lfd.	100 cbm	74564	Crailsheim	Spedition Lindenmeyer GmbH & Co. KG, Tel.: 07951-91600, info@lindenmeyer-spedition.de
EST	Estland	Litauen/Lettland	wtl.	110 cbm	31582	Nienburg	Göllner Spedition GmbH & Co. KG, Tel.: 05021-9010, info@goellner-spedition.eu
FRA	Frankreich		wtl.	bis 100 cbm	14979	Berlin	FROESCH Berlin, Tel.: 033701-5320, info.berlin@agsfroesch.com
FIN	Finnland	direkt/Dänemark/Schweden	mtl.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
FIN	Finnland		wtl.	bis 100 cbm	14979	Berlin	FROESCH Berlin, Tel.: 033701-5320, info.berlin@agsfroesch.com
GR	Griechenland		mtl.	bis 100 cbm	78727	Oberndorf	Jüngling, Tel.: 07423-92070, info@juengling.de
GR	Griechenland	Österreich/Schweiz			85414	Kirchdorf b. München	B & P Spedition, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
IE	Irland		lfd.	100 cbm	55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
IT	Italien		lfd.	100 cbm	55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
IT	Italien	Österreich	mtl.	bis 100 cbm	35614	ABlar	Steus Logistik, Tel.: 0160-95814349, info@steus.de
JP	Japan		lfd.	bis 60 cbm	40472	Düsseldorf	NIPPON EXPRESS GMBH, Tel.: 0211-96550
HR	Kroatien		lfd.	100 cbm	55469	Ohlweiler	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.de
MT	Malta		wtl.	100 cbm	74564	Crailsheim	Spedition Lindenmeyer GmbH & Co. KG, Tel.: 07951-91600, info@lindenmeyer-spedition.de
N	Norwegen	Dänemark/Schweden	wtl.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
AT	Österreich		wtl.	bis 80 cbm	71737	Kirchberg/Murr	Trautwein GmbH, Tel.: 07144-831123, info@speditiontrautwein.de
AT	Österreich	Spanien/Portugal	tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Spedition, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
PT	Portugal		lfd.	100 cbm	55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
PT	Portugal	Spanien	tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Sped, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
PT	Portugal	Spanien	wtl.	bis 90 cbm	93055	Regensburg	Zitzelsberger, Tel.: 0941-783790, team@zitzelsberger-umzuege.de
PT	Portugal	Österreich/Schweiz	tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Spedition, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
RUS	Russland (Moskau)	Weißrussland/Ukraine	lfd.	85 cbm	56218	Koblenz	FROESCH, Tel.: 0261-27080, info.koblenz@froesch.de
RUS	Russland (Moskau)		wtl.	bis 100 cbm	14979	Berlin	FROESCH Berlin, Tel.: 033701-5320, info.berlin@agsfroesch.com
S	Schweden	Dänemark	wtl.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
CH	Schweiz		lfd.		79576	Weil am Rhein	Fröde GmbH & Co. KG, Tel.: 07621-7901500, umzug@froede.com
CH	Schweiz		wtl.	95 cbm	85609	Dornach b. München	Umzüge Pointvogel, Tel.: 089-620550-0, info@pointvogel.de
CH	Schweiz		lfd.	90 cbm	88662	Überlingen	Spedition Maier, Tel.: 07551-7214, info@maier-umzuege.de
CH	Schweiz	Spanien/Portugal	wtl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Spedition, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
E	Spanien	Frankreich	lfd.		66125	Saarbrücken	Umzüge Brocke, Tel.: 06897-75180, umzuege.eu@gmail.com
E	Spanien	Österreich/Schweiz	wtl.	bis 90 cbm	93055	Regensburg	Spedition Zitzelsberger, Tel.: 0941-783790, team@zitzelsberger-umzuege.de
E	Spanien		wtl.	bis 100 cbm	14979	Berlin	FROESCH Berlin, Tel.: 033701-5320, info.berlin@agsfroesch.com
E	Spanien	Österreich/Schweiz	tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Spedition, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
E	Balearen-Mallorca		lfd.	85 cbm	46045	Oberhausen	Umzug Strauch, Tel.: 0208-850580, info@umzug-strauch.de
E	Balearen-Mallorca		wtl.	100 cbm	14167	Berlin	der Meckel Umzüge, Tel.: 030-80907200, info@dermeckel.eu
E	Balearen-Mallorca		tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Spedition, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
TR	Türkei		mtl.	bis 100 cbm	78727	Oberndorf	Jüngling, Tel.: 07423-92070, info@juengling.de
TR	Türkei		rgl.	bis 100 cbm	61169	Friedberg	MTL Umzüge GmbH, Tel.: 06031-1617314, umzug-tuerkei@mtl-moving.com
TR	Türkei		wtl.		90765	Fürth	Tekin Transport GmbH, Tel.: 0911-37 47 32 61, tuerkeiumzug@tekintransport.de
HU	Ungarn		lfd.	100 cbm	55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com

▶▶▶ Regelmäßiger Linienverkehr innerhalb Europa

	Von	Nach	Über	Turnus	cbm	PLZ	Ort	Kontakt
DK	Dänemark	EU/CH	Deutschland	lfd.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
FIN	Finnland	EU/CH	Deutschland	lfd.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
N	Norwegen	EU/CH	Deutschland	lfd.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
S	Schweden	EU/CH	Deutschland	lfd.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de

Linienverkehr

Regelmäßiger Linienverkehr nach Deutschland von

Von	Über	Turnus	cbm	PLZ	Ort	Kontakt
Benelux		wtl.	100 cbm	71737	Kirchberg/Murr	Trautwein GmbH, Tel.: 07144 - 831123, info@speditiontrautwein.de
Estland	Litauen/Lettland	wtl.	110 cbm	31582	Nienburg	Göllner Spedition GmbH & Co. KG, Tel.: 05021-9010, info@goellner-spedition.eu
Griechenland	Österreich/Schweiz			85414	Kirchdorf b. München	B & P Spedition, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
Irland		lfd.	100 cbm	55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
Italien		lfd.	100 cbm	55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
Italien	Österreich	mtl.	bis 100 cbm	35614	Aßlar	Steus Logistik, Tel.: 0160-95814349, info@steus.de
Kroatien		lfd.	100 cbm	55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
Malta		wtl.	100 cbm	74564	Crailsheim	Spedition Lindenmeyer GmbH & Co. KG, Tel.: 07951-91600, info@lindenmeyer-spedition.de
Österreich		wtl.	bis 80 cbm	71737	Kirchberg/Murr	Trautwein GmbH, Tel.: 07144-831123, info@speditiontrautwein.de
Österreich	Spanien/ Portugal	tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Sped, Tel.: 08166-9918-30, busch@bp-sped.de
Portugal		lfd.	100 cbm	55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
Portugal	Schweiz/Österreich	tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Sped, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
Portugal	Spanien	tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Sped, Tel.: 08166-991830, busch@bp-sped.de
Portugal	Spanien	wtl.	bis 90 cbm	93055	Regensburg	Zitzelsberger, Tel.: 0941-783790, team@zitzelsberger-umzuege.de
Schweiz		lfd.		79576	Weil am Rhein	Fröde GmbH & Co. KG, Tel.: 07621-7901500, umzug@froede.com
Schweiz	Spanien/Portugal	wtl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Sped, Tel.: 08166-9918-30, busch@bp-sped.de
Schweiz		lfd.	90 cbm	88662	Überlingen	Spedition Maier, Tel.: 07551-7214, info@maier-umzuege.de
Spanien	Schweiz/Österreich	tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Sped, Tel.: 08166-9918-30, busch@bp-sped.de
Spanien	Frankreich	lfd.		66125	Saarbrücken	Umzüge Brocke, Tel.: 06897-75180, umzuege.eu@gmail.com
Spanien	Österreich/Schweiz	wtl.	bis 90 cbm	93055	Regensburg	Spedition Zitzelsberger, Tel.: 0941-783790, team@zitzelsberger-umzuege.de
Spanien	Balearen-Mallorca	lfd.	85 cbm	46045	Oberhausen	Umzug Strauch, Tel.: 0208-850580, info@umzug-strauch.de
Spanien	Balearen-Mallorca	tgl.	120 cbm	85414	Kirchdorf b. München	B & P Sped, Tel.: 08166-9918-30, busch@bp-sped.de
Spanien	Balearen-Mallorca	wtl.	100 cbm	14167	Berlin	der Meckel Umzüge, Tel.: 030-80907200, info@dermeckel.eu
Ungarn		lfd.	100 cbm	55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
Türkei		wtl.		90765	Fürth	Tekin Transport GmbH, Tel.: 0911-37 47 32 61, tuerkeiumzug@tekintransport.de

Regelmäßiger Linienverkehr Inland

Von	Nach	Turnus	cbm	PLZ	Ort	Kontakt
Berlin	Frankfurt	rglm.		55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
Frankfurt	Berlin	rglm.		55469	Simmern	Frey & Klein, Tel.: 06761-90580, info@frey-klein.com
Kiel	München	rglm.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
Kiel	Stuttgart	rglm.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
Kiel	Rhein/Ruhr	rglm.	100 cbm	24109	Kiel	Tischendorf Int. Möbelspedition, Tel.: 0431-3191644, dispo@tischendorf-umzug.de
München	Berlin	rglm.	100 cbm	85748	Garching-Hochbrück	Herlitz GmbH, Tel.: 089-3581400, info@herlitz-umzuege.de
München	Rhein/Ruhr	rglm.	100 cbm	85748	Garching-Hochbrück	Herlitz GmbH, Tel.: 089-3581400, info@herlitz-umzuege.de
München	Hamburg/Kiel	rglm.	100 cbm	85748	Garching-Hochbrück	Herlitz GmbH, Tel.: 089-3581400, info@herlitz-umzuege.de
Hamburg	Sylt	lfd.	nach Bedarf	22525	Hamburg	DEGELA GmbH, Tel.: 040-222377, info@degela.de

Ihre Fax-Antwort an: 06145 5442410

Ihr Eintrag in der Rubrik „Regelmäßiger Linienverkehr“

Hiermit bestelle(n) ich/wir folgende(n) Eintrag/Einträge in der Fachzeitschrift der möbelspediteur in der Rubrik „Regelmäßiger Linienverkehr“:

Beginn: ab sofort ab _____

Preis: € 4,95 pro Strecke im Monat

Ihre Strecke:

Von _____ Nach _____

Über _____ Turnus laufend wöchentlich
 regelmäßig monatlich
 täglich

Zuladung _____

Alle Preise zzgl. MwSt. Die Rechnungsstellung erfolgt einmal jährlich. Erfolgt keine schriftliche Kündigung einen Monat vor Ablauf, verlängert sich der Eintrag automatisch um den gebuchten Zeitraum. Der Eintrag ist jederzeit änderbar. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Brandeis Verlag und Medien GmbH & Co. KG.

Firma: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Internet: _____

E-Mail: _____

Telefon: _____

Kontakt: _____

Ort/Datum

Unterschrift



Messehighlights: ProMovers goes Mölo

Mit rund 1.000 Besuchern ist die zweitägige „Mölo“ eine der größten Branchenmessen in Europa. ProMovers war – gemeinsam mit seinen beiden Mitgliedern DMG Aktiengesellschaft und Brandeis Verlag und Medien – mit einem großen Stand in der Messe Essen dabei. Geredet wurde bei uns viel - vor allem eben über uns. Besonders drei Fragen beherrschten die Gespräche.

„Wir haben viel über Euch gehört – was macht ProMovers?“

„Das war wohl die häufigste Frage, die ich beantworten durfte“, sagt ProMovers-Koordinatorin Vanessa Grau. „Gerne habe ich erklärt, dass ProMovers aus einem Qualitätssystem entstanden ist, aber mittlerweile noch viel mehr Lösungen für die Branche anbietet. Die Voraussetzung zur Mitgliedschaft ist das Bestehen einer Zertifizierung. Diese weist nach, dass man einen ausgezeichneten

Job macht. Jedes Mitglied kann aktiv an Lösungen in den MoveWelten mitarbeiten und davon profitieren.“

„Was habt Ihr alles schon umgesetzt?“

„Diese Frage hat mich oft leicht ins Straucheln gebracht, da wir miteinander bereits so viel auf die Beine gestellt haben“, schmunzelt Vanessa. „Ganz nach dem Motto ‚Alles kann, nichts muss‘, kann man sich bei uns die für sein

Kurz & knapp



So schön kann schlicht sein: Markus Sonnen, Geschäftsführer und Inhaber des Möbellogistikers August Beckmann aus Rheine, hat sich für das ProMovers-Logo „im Original“ entschieden und auf seine Möbelkoffer und Auflieger prominent integriert – dabei ist eine Besonderheit unseres Logos, dass es auch in den Farben der eigenen Firmen-CI nutzbar ist.

Wir können ein weiteres neues Mitglied in unserem Netzwerk begrüßen: Anton Umzüge, das in Berlin beheimatete Unternehmen von Issa Sharaf, ist bereits zum internen Audit angemeldet. Willkommen an Bord!



Fotos: Beckmann (1), Bardacki (2), Anton Umzüge (1), Weinard (1)



„ProMe“ heißt unsere neue Botschafterin, die wir in Essen offiziell vorstellen durften. Das Kuscheltier macht aufmerksam, dass klimaneutrale Umzüge und das Schützen der Umwelt wichtige Punkte sind, an denen viel gearbeitet werden muss. Eine der erklärten Aufgaben von ProMovers ist es, den Lebensraum der Eule ProMe zu bewahren. Mit im Bild ist Markus Sonnen.

Unternehmen passenden Lösungen einfach rauspicken. Es gibt digitale Leitfäden, die Mitarbeiter bei Arbeitsabläufen unterstützen, eine Mitarbeiterapp, eine MoveGreen-Zertifizierung, Muster-Checklisten und vieles mehr.“

„Was unterscheidet Euch von anderen Verbänden?“

„Das war meist die letzte Frage“, so Grau. „Wir möchten eine Community schaffen, die unsere Branche nachhaltig und langfristig verändern kann. Zudem sind wir praxisnahe Alltagshelfer mit innovativen Ideen. Wichtig dabei: Wir betätigen uns nicht politisch, sondern beschäftigen uns mit den alltäglichen Herausforderungen unserer Mitglieder.“ Ihr Fazit: „Wir freuen uns, neue Mitglieder begeistert zu haben; und über unsere Beiträge staunten die wenigsten“, so die Koordinatorin.



ProMovers-Geschäftsführerin Sue Ann Becker im Gespräch.



Stand den vielen Fragenden Rede und Antwort: ProMovers-Koordinatorin Vanessa Grau.



Zum falschen Zeitpunkt stand die falsche Tür Mitte August offen, was nach Starkregen zu einem Wasserschaden im Archiv der DMG und ProMovers in Flörsheim führte. Nach der Erstretung in Eigenregie riefen wir unser ProMovers-Mitglied Hoffmann Umzugsfachspedition aus Neu-Anspach an. So geht Hilfe in unserem Netzwerk!

176 Stimmen wurden auf der Fachmesse Mölo insgesamt für den Innovationspreis 2023 namens „moelo Award“ abgegeben. Acht Firmen und Institutionen waren nominiert – unser Netzwerk landete mit rund 23 Prozent der abgegebenen Stimmen auf Platz drei. Unser Bild zeigt (v.l.) AMÖ-Geschäftsführer Andreas Eichinger, ProMovers-Geschäftsführerin Sue Ann Becker und unseren Vorstand Markus Sonnen bei der Preisverleihung.



Bankmitarbeiter: Alex von Drathen verabschiedet einen seiner Besten



Foto: Tischendorf

Heinz Beuershausen (Bild, Mitte) ist das, was Tischendorf-Chef Alexander von Drathen (l.) „einen Vollblutspediteur“ nennt. In den 1970ern begann Erstgenannter bei Frye, wechselte später zu Buttkezeit und Jacobi, bis dann Jörgen Schmidt-Klingenberg und Wilhelm Tischendorf seine Lehrmeister wurden: „Er hinterlässt eine beeindruckende Spur in der Möbel- und Transportbranche.“ In der Confernguppe ist Beuershausen auch kein Unbekannter, mehrmals landete er beim gruppeninternen Wettbewerb zum besten Disponenten weit vorne. Im September ging es für Beuershausen in einen neuen Lebensabschnitt als Ruheständler. Neben Blumen gab's eine Gartenbank, „die seinen Namen trägt“, so von Drathen.

Der Friedrich-Wald wächst: 200 Quadratmeter „tiny forrest“ und Insektenhotels auf Betriebsgelände in Griesheim

Die Griesheimer Friedrich-Gruppe hat Klimaschutz nach eigenen Angaben fest in den eigenen Unternehmenswerten verankert – schließlich ist es auch nach ISO 14001 zertifiziert.

In den letzten Jahren wurden einige Projekte mit einem grünen Daumen umgesetzt: So wurden Firmenfahrzeuge mit Elektroantrieb angeschafft, insgesamt fünf Twin-Ladestationen installiert, auf die Nutzung einer modernen und umweltfreundlicheren Heizungsanlage umgestellt und für CO₂-neutrale Umzüge und Lagerung leistet man Ausgleichszahlungen an Ökoinitiativen.

Auch wurde 2022 ein eigener „tiny forrest“, ein kleiner Mischwald, auf dem eigenen Betriebsgelände angelegt: Er ist inzwischen schon über 200 Quadratmeter groß – sieben mal 30 Meter, um genau zu sein. Gepflanzt wurden bislang fünf Bäume und 60 heimische Sträucher. „Das Mini-Wäldchen befindet sich am Rande des Containerlagers, sprich: Betriebshofs, deshalb sieht man im Hintergrund die Wechselkoffer stehen“, so die Zusatzinfo von Friedrich-Marketingmitarbeiterin Dorothee Klöß

zu den von uns erbetenen Fotos. Mehrere Insektenhotels sollen Marienkäfern, Schmetterlingen und anderen Flügeltier ein gutes Zuhause bieten. „Wir haben eine ganz klare Verantwortung

in Sachen Umweltschutz und werden auch in Zukunft – im Kleinen wie im Großen – in entsprechende Maßnahmen investieren“, erklärt Friedrich-Macher Ralf Stößel.



Fotos (6): Friedrich/Logserv





Foto: Confern

15 Jahre an Confern-Spitze: Andreas Kölling

Am 17. November 2008 veröffentlichte die Confern Möbeltransportbetriebe eine Pressemitteilung: „Andreas Kölling ist neuer Geschäftsführer“. Kölling, der bereits seit 2000 bei der Confern ist, rückte zunächst als Doppelspitze mit

Hans Schmidt in die Führung auf, um diesen ein Jahr später alleine zu beerben. Im Januar 2024 kann Kölling ein weiteres Jubiläum feiern: seinen 60. Geburtstag. Unsere Glückwünsche gehen nach Mannheim.

Niesen verlängert Sponsorschaft mit Handball-Erstligist „Werkselfen“

Die Leverkusener Spedition Niesen verlängert in ihrer Heimatstadt die Partnerschaft beim Handballbundesligisten



Foto: Werkselfen

TSV Bayer 04 um ein weiteres Jahr. Darüber hinaus erweitert der Logistiker sein Engagement und wird Trikotpaten von Leverkusens Nummer 10 Sophia Cormann.

Die Spielerin (Bild I.) lernte ihren persönlichen Trikotpaten, dessen Arbeitsfelder und das Firmengelände persönlich kennen. Niesen-Geschäftsführer Markus Kalcker (Mitte) und Elfen-Geschäftsführer Christopher Monz begleiteten Cormann. „Wir freuen uns, dass sich mit der Spedition Niesen ein Leverkusener Traditionsunternehmen klar zu den Werkselfen bekennt und sein Engagement zur kommenden Saison erhöht“, so Monz. „Sichtbar wird dies durch den Trikotärmel von Sophia. Dynamik, Vielseitigkeit und Motivation sind Begriffe, die sowohl für Niesen wie auch für Sophia stehen.“

Größte Nashornfarm der Welt lässt 2.000 Tiere umziehen

Der heute 81-jährige Südafriker John Hume züchtete seit Anfang der 1990er-Jahre Nashörner. Seine Farm wuchs auf 8.000 Hektar und rund 2.000 Breitmaulnashörner an. Aus finanziellen Gründen musste Hume seine Farm im Frühjahr versteigern – seine Pläne, die Art zu erhalten und mit dem legalen Verkauf

des Horns der Tiere Geld zu verdienen, scheiterte. Der einzige Bieter für den Verkauf war die Schutzorganisation African Parks, die 10 Millionen US-Dollar zahlte. Diese will alle Tiere umziehen lassen – schrittweise sollen die Nashörner in südafrikanische Schutzgebiete gebracht werden (t1p.de/johnhume).



Foto: African Parks/Mike Dexter

Neunmonatiges Großprojekt für Harder: Rügen Fisch und Hawesta

Harder Logistics aus Neu-Ulm hat innerhalb von neun Monaten einen Großauftrag für die Firma Rügen Fisch aus Sassnitz abgeschlossen. Das zwei Phasen umfassende Projekt beinhaltete Entkernung und Rückbau einer Produktionshalle sowie die Verlagerung von zwölf Produktions- und Verpackungslinien bei laufendem Betrieb. Für Harder kamen an den Spitzentagen Teams mit bis zu zwölf Mitarbeitern zum Einsatz. Die Thai Union Group, Eigner der beiden in Lübeck ansässigen



Foto: Harder Logistics

Fischkonservenproduzenten Hawesta und Rügen Fisch, wollte die Produktionsstätten beider Töchter in Sassnitz zusammengeführt wissen. Das Projekt- und Planungsbüro PKV aus Ratingen zeichnete sich ganzheitlich für die Planung und Ausführung des Projekts inklusive der baulichen Maßnahmen verantwortlich. Für Harder als ausführender Dienstleister sprach demnach die Kombination aus der gewünschten Dienstleistungen mit eigenem Personal sowie Equipment.



Foto: FWN

Knehe neuer Standortleiter bei FWN in Bremen-Hemelingen

Götz Knehe (Bild, l.) ist neuer Standortleiter bei F.W. Neukirch in Bremen-Hemelingen. Knehe hatte im August 2015 seine Berufsausbildung bei FWN gestartet und stellt sich nun dieser neuen Herausforderung. Zur neuen Position gratulierte der Fuhrparkverantwortliche und Prokurist Marc Röpke (r.) aus

Mahndorf und übergab Knehe als Symbol für die neue Aufgabe die Schlüssel für ein neues Flottenfahrzeug: Das Fahrzeug wurde angeschafft, damit Mitarbeiter des FWN-Teams künftig häufiger zwischen dem Kundenstandort und den beiden Lagern in Oyten und Mahndorf pendeln können.

„Wachstum gegen den Trend“: Möbelmeile lockt 650 Firmen zu 16 Partnern

Die „Möbelmeile“ meldet ein massives Wachstum gegen den Trend: „Trotz der zunehmenden Konzentration im europäischen Handel hat die Möbelmeile deutlich mehr Fachpublikum in die 16 Showrooms der Partnerunternehmen gelockt“, heißt es in der offiziellen Mitteilung. Mit über 650 Firmen und Verbandsdelegationen waren an fünf Messetagen Mitte September deutlich mehr Unternehmen in den Ausstellungen unterwegs als 2022 (plus 25 Prozent). 22 Nationen waren in den neun Messezentren vor Ort. Die drei größten Besuchermagneten waren dabei 3C, RMW und Musterring.

„Die Messebilanz dieses Jahres zeigt, dass die Möbelmeile eine Marke ist, die von den drei Grundpfeilern Menschen, Business und Tradition getragen wird“, sagt Möbelmeile-Geschäftsführer Michael Laukötter. Am Freitag nach dem letzten Messetag nahmen sich die Partner noch einmal von acht bis 20 Uhr Zeit, um gemeinsam die neun Destinationen abzufahren. Die Reisegruppe betrieb Messenachlese und holte sich Inspirationen aus den anderen Showrooms.

Nun soll es für die Partnerunternehmen darum gehen, die Impulse aus der Messe in das Tagesgeschäft im stationären Möbelhandel mitzunehmen. Die nächste Auflage der Möbelmeile ist bereits terminiert: Sie wird vom 22. bis 26. September 2024 stattfinden.



Fotos (2): Möbelmeile



Kravag'ler strampeln bei Cyclastics für den guten Zweck



Foto: Kravag

Das Profi- und Freizeitsportler-Radrennen „Bemer Cyclastics“ gibt es seit 1996. Drei Distanzen, die allesamt in Hamburg starten und enden, können dabei in unterschiedlichen Klassen gefahren werden. Das letzte Rennen fand am 14. August statt. Mit dabei war erneut ein großes Team der Kravag-Versicherung: Die Radler hatten dabei nicht nur auf ihren Trikots Werbung für die „Aktion Kinder-Unfallhilfe“ gemacht, sondern waren auch für den guten Zweck geradelt und hatten zu Spenden für diesen Verein aufgerufen, den die Versicherung schon seit Jahren unterstützt. In welcher Höhe Spendengelder erradelt wurde, hat die Kravag nicht veröffentlicht.



Foto: Mondial Movers

Mondial Movers Mitarbeiter für Teilnahme an Charity-Bike-Rennen

Kindern mit dieser Krankheit gegründet wurde.

Die Duchenne Muskeldystrophie (DMD) ist eine seltene, fortschreitende Muskelerkrankung, die mit zunehmendem Muskelschwund einhergeht. Die Erkrankung beginnt im Kindesalter, schreitet langsam voran und verkürzt die Lebenserwartung erheblich. Sie ist genetisch bedingt und bislang nicht heilbar. Mondial Movers sponserte Wim Verdouw von Mondial Kattenberg Removals und sein zweiköpfiges „Team Albert“. Verdouw ist die Duchenne Heroes bereits viermal mit einem Mountainbike gefahren, dieses Jahr ist er erstmals als Betreuer und Teamcoach dabei. Mehr Infos zum Event, der Krankheit und dem Spendenstand gibt's auf duchenneheroes.nl/steun.

Die niederländische Gemeinschaft der Mondial Movers sponserte ein besonderes Event: die Duchenne Heroes. Vom 10. bis 16. September wird die „schönste (aber auch härteste) Offroad-Radtour Europas“ (so die Eigenbeschreibung) mit einem Mountain- oder Gravelbike gefahren. Entweder drei oder gleich sieben Tage lang geht es durch die Niederlande, Belgien, Deutschland und Luxemburg. Alle Teilnehmer sammeln Sponsorengelder für das Duchenne Parent Project, das vor über 25 Jahren von Eltern von

Aus den Mottenkisten der Geschichte



Foto: Library of Congress

Ausgerechnet im US-amerikanischen Online-Archiv „Library of Congress“ (log.gov), also dem Archiv der Legislative der Vereinigten Staaten von Amerika, findet sich ein Umzugszenario, das in Berlin spielt. Es zeigt laut Beschreibung einen Hausumzug und wird von den Archivaren auf einen Zeitpunkt gegen Ende des Deutschen Kaiserreichs datiert: Es soll zwischen 1908 und 1919 entstanden sein. Der Urheber des Bildes ist unbekannt, ebenso wie der Mann an der Deichsel, der das schwere Gefährt nur mit Mühe alleine zieht.

Mottenkistenbilder Nummer zwei und drei sind, wie schon in der letzten Ausgabe des **möbelspediteurs**, wieder Fundstücke, bei denen der Schweizer Umzugsspezialist Welti-Furrer die Hauptrolle spielt: 1943 zog die Firma Landis & Gyr in Zug um. Auch in der neutralen Schweiz herrschte damals große Kriegsangst, die Männer mussten Aktivdienst an der Grenze leisten, die Frauen wurden vermehrt in den Arbeitsprozess eingebunden und durch die strenge Rationierung der Lebensmittelzuteilung herrschte vielerorts Hunger. Und genau

in diesem Szenario entschloss sich ein Unternehmen wie L&G zur Umsiedlung. Zu diesem historisch recht einmaligen Projekt in der Schweiz gibt es einen lesenswerten Text von Dr. Michael van Orsouw und viele Bilder auf lg-zug.ch/verwaltung-lg-neubau.



Fotos (2): LG-Archiv/Archiv für Zeitgeschichte



Dieser, Jena, welcher Fußball Coriand im Carl-Zeiss-Stadion

Carl Zeiss Jena kickt in der vierten Liga – man will aber zurück in den Profifußball, mindestens die dritte, wenn nicht die zweite Liga. Allein für den Stadionneubau wurden 52 Millionen Euro locker gemacht. Mittendrin und stets dabei: Conny Coriand und sein Team.



Grob foliert: Weil beim Einzugstermin erst drei Dächer fertig waren, wurden die Sitzreihen mit weißen Folien geschützt.



Fotos (4) Coriand



Das wird sie werden: Die „Coriand-VIP-Lounge“ ist bislang nicht mehr als ein leerer Raum, der bald mit Leben und 15 noblen Plätzen gefüllt wird.

2008 spielte Jena zuletzt in der 2. Bundesliga – seit 2012 knustert man, bis auf ein dreijähriges Zwischenhoch mit Drittliga Luft, in der Regionalliga Nordost herum, also im Amateurfußball.

Seit 2020 wird an der Zukunft des traditionsreichen Vereins gebaut, in Form eines Stadions, das sich laut Medienberichten sogar beim legendären Maracanã-Stadion in Rio de Janeiro und dessen Membranfassade bedient hat.

Seit diesem Frühling ist das neue „Ad-Hoc-Stadion“ fertig gebaut, seither werden die unterschiedlichen Räume eingerichtet, Dächer verbaut, Schalensitze montiert und vieles mehr.

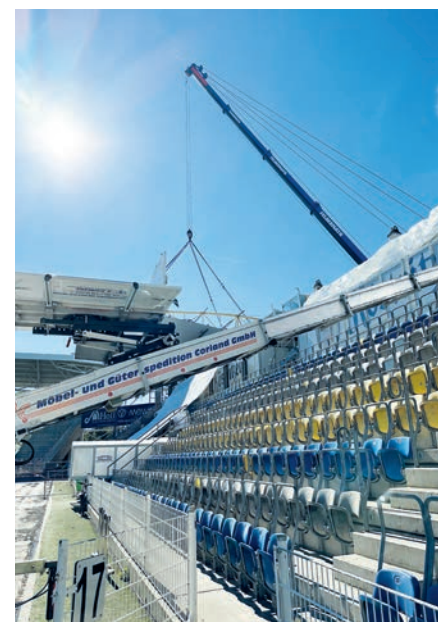
Immer wieder bei den einzelnen Bauabschnitten dabei ist die Möbel- und Güterspedition Coriand aus Jena. Zuletzt im September bei bestem Wetter: Da zogen die „Cori's“ in das neue Stadion, das über 15.000 Zuschauern Sitz- und

Stehplätze bieten wird, die Geschäftsstelle, den Vermarkter und das Nachwuchsleistungszentrum ein. „Jena ist seit jeher ein großer Ausbildungsverein“, erklärt Conny Coriand. Weitere Um- und Einzüge werden folgen. Bei dem bisher größten Termin kam der lange Außenaufzug zum Einsatz – und ganz viel Manpower: „Da war die ganze Firma an dem Umzug beteiligt.“

Coriand mit eigener VIP-Lounge

Dass Coriand als Umzugspartner für den FC Carl Zeiss Jena am Start ist, ist aber nur die halbe Geschichte: Es entsteht im neuen Stadion auch eine exklusive VIP-Lounge, die 15 schicke Plätze mit allerbesten Sicht aufs Spielfeld bieten wird. Sie trägt dann tatsächlich den Namen „Coriand Lounge“, allerdings gehört sie nicht dem Umzugsunternehmer alleine; er teilt sich den Raum

mit mehreren anderen lokalen Partnern. „Da ist etwa eine Folienfabrik dabei und ein Glasfassadenbauer“, erklärt Conny Coriand, „aber gemeinsam haben wir und vor allem diese entschieden, dass sie den Namen ‚Coriand‘ bekommt“.



MoviYolo - Die Zukunft wird Wirklichkeit!

Tauchen Sie ein in die Welt der Objekterkennung von NeoMetrik und erleben Sie eine völlig neue Dimension der Möbellogistik. Dank unserer bahnbrechenden künstlichen Intelligenz wird der Umzug Ihrer Kundschaft optimal geplant. **Überzeugen Sie sich selbst und rufen Sie uns gleich an!**

 **069-2475 264-50**



NeoMetrik
moving people

Die Zukunft im Selfstorage

Futuristische Megaprojekte in D und AT

Jedes Jahr attestiert der Euroverband Fedessa der deutschen und österreichischen Selfstorage-Branche: Da geht noch mehr, Markt und Nachfrage seien viel größer als das Angebot. Längst entstehen neben schnöden Lagerhäusern auch sündige Luxustempel.



Fotos/Artwork: Myplace (2), Store Room

Das Haus der 16 Türme, Berlin-Marzahn

Ausgerechnet in Deutschlands Plattenbau-Hochburg Berlin-Marzahn entsteht aktuell ein weiterer Himmelsstürmer: Ein etwa 8.300 Quadratmeter großes Selfstorage mit einem breit auskragendem Restaurant im ersten Stock. „Den Kern des Hauses bilden 16 Türme, die eng beieinanderstehen“, wortmalert das beauftragte Architektenbüro Gorenflos aus Berlin. „In diesen Türmen werden geheimnisvolle Gegenstände gelagert.“ Myplace ist der Auftraggeber und Mitte 2026 soll das Flaggschiff eröffnen.



Store Room, Wien

Mit der Architektur einer Messe- und Eventhalle punktet das Selfstorage Store Room aus Wien-Süd. Es wurde 2019 eröffnet. Zum Check-in reicht das eigene Smartphone, das alles individuell steuert – heute oftmals ein Standard, vor vier Jahren noch etwas sehr Futuristisches. Apropos Zukunft: Auf dem Dach ist eine Photovoltaik, die jährlich gewaltige 505.000 kWh Strom erzeugt.



„Not a Museum“, Frankfurt-Nied

Ebenfalls von Myplace in Auftrag gegeben ist ein 9.000 Quadratmeter großes Lagerhaus in Frankfurt-Nied, das bereits in einem Jahr eröffnen soll. Die eigentlichen Lagerräume befinden sich in den drei schlanken Baukörpern, die gegeneinander versetzt auf einem Sockelgeschoss liegen. Zur Hauptverkehrsstraße hin sind diese Baukörper verglast. Wie ein Museum öffne sich das Haus und zeige so sein Innenleben, was dem ganzen Projekt den offiziellen Namen „Not a Museum“ gegeben habe. Irritierend: Das Pferd ganz rechts auf der Risszeichnung der Architekten.

Garp will durchstarten

Erster deutscher Relocation-Verband

Ein neuer Verband nimmt seine Arbeit auf: Fünf Relocation-Dienstleister haben die „Garp“ gegründet, die „German Association of Relocation Professionals“. Das Quintett will Öffentlichkeitsarbeit leisten, Standards entwickeln und die Branche voranbringen.



Seit 1998 gibt es die Eura, die „European Relocation Association“ (eurarelocation.com). Sie vertritt nach eigenen Angaben etwas mehr als 350 Mitgliedsbetriebe, die aus 50 Ländern kommen sollen. Neben reinen Relocation Agents ist sie für Umzugsspediteure und verwandte Dienstleister offen. Sie leistet Öffentlichkeitsarbeit, bietet Schulungen an und hat mit dem „Eura Global Quality Seal“ ein eigenes Qualitätsmanagementsystem samt externer Audits eingeführt.

Wer sich mit diesen paar Fakten im Kopf das Aufgabenheft der neu gegründeten Garp (garp-relocation.com) durchliest, erkennt in der Eura eine Blaupause für den Start eines rein deutschen Relocationverbandes. Denn die neue, in Frankfurt ansässige Gemeinschaft von



Bewegt viel in der Branche: Niklas Almerood von IRC Relocation will Veränderungen.

Fotos (2): Garp

aktuell sechs Relocation-Agenturen – eine ist nach dem offiziellen Start Ende April zum Gründerquintett dazu gestoßen – sieht ihre Hauptaufgaben darin, Branchenstandards auszuarbeiten, Wissen auszutauschen, gemeinsame Interessen zu vertreten und mitzuteilen sowie natürlich die Zusammenarbeit von Relocation-Agenturen zu fördern, und zwar explizit auf der nationalen Ebene – so berichtet es jedenfalls das Conplöre Wirtschaftsmagazin (conplöre.com). Rund 130 Relocation-Agenturen zählt die Garp als Zielgruppe in Deutschland und will die große Lücke schließen, dass diese Profis keine professionelle Vertretung besitzen.

IRC Relocation aus Berlin eine der Triebfedern

Eine der Triebfedern der Neugründung war IRC-Geschäftsführer Niklas Almerood (siehe auch **der möbelspediteur 12.2022**): „Vor allem der verbandsinternen Professionalisierung kommt eine große Bedeutung zu“, erklärt Almerood in einer eigenen PR-Aussendung. „Durch eine Standardisierung von Aus- und Weiterbildungsangeboten können wir eine höhere Qualität unseres Angebots erzielen. Weiterhin entstehen so Vergleichsmechanismen, die mehr Transparenz für unsere Kunden schaffen.“ Ein weiterer Vorteil der professionell gemanagten und standardisierten Dienstleistungen wird darin bestehen, den internen Wettbewerb zu senken und verbindliche Qualitätsmerkmale zu definieren.



Gestartet, um zu bleiben: Die Gründungsmitglieder der neuen Garp wollen eine Verbandsvertretung in Deutschland etablieren.

So kann das Ansehen der Branche nach außen gestärkt werden und weiterhin können auch Jobbeschreibungen einheitlich und aussagekräftiger gemacht werden.

„Garp wird wichtige Rolle in der Branche spielen“

Für Almerood soll die neue Garp „zukünftig eine wichtige Rolle in der Relocation-Branche spielen und als Ansprechpartner für Unternehmen, Privatpersonen und Behörden fungieren“. Die Verbandsmitglieder sollen von den Vorteilen einer professionell organisierten und standardisierten Branche profitieren, was wiederum den Ruf der Relocation-Branche in der Öffentlichkeit erheblich stärken soll.

Besser gurten, dann spurten Ladungssicherung im Möbelkoffer

Unsere Praxis-Tipps, die wie immer in Kooperation mit dem DMG Campus, dem Bildungsinstitut für die Möbellogistik, entstehen, befassen sich im 28. Teil mit den Standardfehlern, die beim Gurten von Ladung oftmals zu sehen sind.



„Spannend und anspruchsvoll“ nennt Campus-Coach Thomas Goesch das Thema Ladungssicherung. Die Fotoserie hier stammt aus einem bislang unveröffentlichten Lehrfilm des DMG Campus.



Prüfnummern und Leistungsgrenzen

„Ich habe hier eine Bindegurt-Rolle. Das verwendete Gurtmaterial braucht eine erkennbare Prüfnummer, also mit VDI-/ Dekra-Zertifizierung. Des Weiteren sollte auf dem Gurt die Reißfestigkeit abgebildet sein, die LC 650 dAN.“ Zur Erklärung: LC steht für „Lashing Capacity“, also die zulässige Zugkraft, welche 650 Dekanewton beträgt. Bindegurte haben übrigens auch eine Bruchkraft, in diesem Falle liegt sie bei 1.400 dAN.



Fotos: (9): DMG

Die Vorbereitung eines Gurtes

„Ein neuer Gurt muss stets ein bisschen vorbereitet werden, damit er sich nicht aufräpelt“, erklärt Thomas. Das heißt, dass der Gurt am Ende der Rolle mit einer Schere schräg abgeschnitten (Bild l.u.) und mit einem Feuerzeug für ein paar Sekunden angeflammt wird (Bild r.). Mit den Fingern wird das noch heiße Band zusammengedrückt. „Aber Vorsicht, nicht dabei verbrennen“, rät der Profi. „So lässt sich der Gurt später viel besser einfädeln.“ Bevor es an die Kürzung des Gurtes, also dem Abschneiden eines benötigten Gurtstückes geht, ist etwas Maßarbeit notwendig: „Man braucht zwei Gurtlängen auf dem Wagen“, so Thomas Goesch. „Einmal eine Länge von drei Metern und einmal ein doppelter so langer Gurt mit sechs Metern.“ Die beiden Längen ergeben sich aus den Abständen der beiden an den Seitenwänden montierten Zurrleisten plus Knoten. „Ein Gurt muss mindestens doppelt so lang sein, wie die Ladefläche breit ist. Das ist meine Empfehlung.“



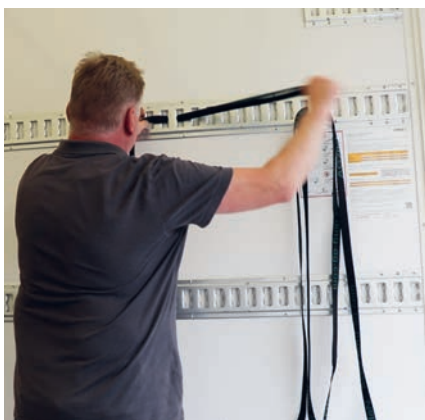
Eine Kooperation von

der
möbel
spediteur



DMG CAMPUS

PRAXIS-TIPPS



Nicht nachmachen und verwenden: Die Anfangsschlaufe

„Bei meinen Umzugsbegleitungen ist mir oftmals eine falsche Knotentechnik aufgefallen“, sagt Thomas Goesch. „Immer wieder wird mit einer sogenannten Anfangsschlaufe gearbeitet. Diese Anfangsschlaufe (Bild o., Mitte u. r.) ist so nicht zulässig und sie ist bei der Reißfestigkeit unserer Bindegurte auch nicht geprüft worden. Der Nachteil bei der Verwendung dieser Schlaufe: es gibt immer eine punktuelle Belastung der Schlaufen spitze. Zudem wird der Schlaufenknoten beim Anfahren und Bremsen des Fahrzeugs sehr stark beansprucht: Beim Losfahren entspannt der Gurt sich, beim Bremsen zieht er sich zusammen.“

Die Folge: Der Knoten zieht sich immer fester zusammen. Da ein Bindegurt aus synthetischen Materialien gefertigt ist, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass er sich erwärmt und dabei schmilzt. Der so immer mehr „verschweißte“ Knoten kann dann bei einer Bremsung brechen. Die Ladung ist dann folglich lose und stürzt auf dem Lkw um. „So entstehen Totalschäden.“

Auch würde in der Praxis dieses Schlaufenende durch die Öffnungen der Zurrleiste „gepopelt“ (Bild l.u.): Diese Methode geht zwar, aber sie ist



recht zeitaufwendig und bereits mit dem Durchfädeln beginnt die übermäßige Beanspruchung des Materials.“ Das komplette Gurtband muss bei dieser Verwendung einmal komplett durch die Schlaufe gezogen und der Knoten gegen die Schlaufe gesteckt werden. „So wird nur das Schlaufenende beansprucht und das Material zusammengedrückt“, weiß Thomas Goesch. „Durch diese Belastung kommt es in der Zurröse zu einem sehr hohen Abrieb, der sich mit dieser Knotentechnik gar nicht vermeiden lässt.“ Wie die richtige Knotentechnik auszusehen hat, das zeigt die DMG in einem Video – der QR-Code rechts im Bild führt zum Film.



Der Campus-Seminar-Tipp: „Transport- und Tragetechnik – Überbelastung verhindern und Schäden vermeiden“

Am 22. November geht es im Campus-Seminarzentrum Flörsheim um nachhaltige und gelenkschonende Transporttechniken. Vermittelt werden unter anderem die wichtigsten Regeln zur Vermeidung von Schäden an Transportgütern und baulichen Einrichtungen, wie sich durch den gezielten

Einsatz und die umsichtige Bereitstellung von Transport- und Tragehilfsmitteln Kraft und Zeit sparen und wie sich körperlicher Überlastungen durch den richtigen Einsatz ergonomisch günstiger Hebe- und Tragetechniken vermeiden lassen. Auch um die Einübung verschiedener Hebe- und

Tragetechniken sowohl von Hand als auch mit branchenüblichen Hilfsmitteln geht es. Das Seminar ist förderfähig durch das BALM.

Mehr Infos? Gibt's per Mail (campus@dmg-ag.com), online (dmg-ag.com/campus) oder Telefon (06145 5442-183).

Goesch auf Reisen

Lasst sie nicht zurück

Der Umzug ist fast gegessen, aber er sitzt schon gute dreißig Minuten neben dem Geschehen und alle lassen ihn in Ruhe. Ich frage das Team, was mit dem Kollegen los ist, aber irgendwie will keiner raus mit der Sprache.



Fotos: Adobe Stock / Krakenimages.com

Nun gut, denke ich, und begleite den Umzug in den letzten Zügen mit.

Der in sich gekehrte ist der Teamleiter, hat den Arbeitsschein zusammengerollt in der Seitentasche. Keine Gesichtszüge sind ihm abzulesen, anscheinend ist er abwesend, geistig zumindest.

Als die Mitarbeiter fertig sind, stupst der Fahrer ihn an und fordert ihn auf, mit dem Kunden das Formelle zu erledigen. Geistesabwesend zieht der Teamleiter den Arbeitsschein hervor und übergibt ihn dem Fahrer.

Nicht dein Ernst, meint der Fahrer, das ist nun schon das dritte Mal diese Woche. Wenn du nicht mit uns redest, sagt er, kann dir kein Schwein helfen.

„Zieh ab, lass' mich!“

Zieh ab, sagt der Teamleiter, lass den Kunden unterschreiben und dann könnt ihr abhauen, ich komme schon alleine klar.

Mensch, was ist los mit dir, fragt der Fahrer, wenn du nicht redest, können wir dir nicht helfen. Was ist nur aus dir geworden?

Ach, ihr habt doch keine Ahnung, sagt der Teamleiter, ich

fühle mich so leer und ausgebrannt.

Dann geh doch endlich zum Arzt, sagt einer der Kollegen, bevor es zu spät ist.

Mit der Unterschrift des Kunden ist diese Umzugsbegleitung für mich eigentlich beendet, aber mich interessiert schon, was dem Teamleiter auf der Seele brennt.

Ich setze mich zu ihm und gemeinsam sehen wir dem Möbelwagen hinterher. Was ist denn los, frage ich eher schüchtern und zurückhaltend, was nun gar nicht meine Art ist.

Zur Person

Thomas Goesch wohnt da, wo andere Urlaub machen: im Ostseebad Boltenhagen. Er ist ehemaliger Umzugsspediteur und seit Mai 2011 für die DMG in Sachen Arbeitsschutz, Umzugsberatung und als Dozent unterwegs. Sein Motto heißt wie seine Kolumne: „Goesch auf Reisen“.



Foto: Weinard

Lass mich bloß in Ruhe, bekomme ich zu hören, das geht dich einen Scheißdreck an. Meine Probleme wird sowieso keiner verstehen und für ernst nehmen.

Ich bleibe einfach neben ihm sitzen

Es vergeht eine Weile, ich bleibe stur neben ihm sitzen und sage kein Wort, so wie er.

Er zieht eine Schachtel Zigaretten aus der Tasche und bietet mir eine an, ich lehne dankend ab und sage, ich habe aufgehört. Wie hast du das gemacht?, fragt er und ich sage, ganz einfach von heute auf morgen. Ich hatte ein tolles Erlebnis und das hat mit Schwung geben.

Genau so etwas fehlt mir auch, sagt er. Ich fühle mich gerade so leer, rauche zu viel und vom Trinken will ich erst gar nicht anfangen. Im Suff ist es aber auch nicht auszuhalten, wenn du Familie hast. Meine Frau ignoriert mich, meine Kinder sind krank, krank in dem Sinne, weil sie einen Dachschaten haben.

Oh, entweicht es mir, du sagst Dachschaten? Was nennst du einen Dachschaten?, frage ich ihn.

Naja, sagt er, der Große ist für mich eine gescheiterte Existenz und die Kleine versucht immer Aufmerksamkeit zu erzeugen.

Wie machen sich denn deine Kinder bemerkbar, was siehst du in ihnen?

Tja, der Große ist nicht dumm, hat sich verkrochen in seinen vier Wänden. Wenn ich mich melde, ist die Welt in Ordnung, aber ehrlich gesagt glaube ich ihm nicht. Er spielt die Nacht durch an seinem Computer – ich erwähnte nicht, dass er zu Hause sitzt und nicht arbeitet, psychisch im Arsch, meint er, und sein Arzt bestätigt das.

Er fühlt sich so wohl, glaube ich und ich glaube auch fest, dass ich daran Schuld habe.

Ich war immer viel unterwegs, der Arbeit wegen, bin eben einer von der Sorte, der nicht nein sagen kann, im Sinne der Firma. Wir haben ja auch schöne Aufträge und die Bezahlung stimmt auch, was willst du auch machen, wenn du Geld verdienen musst!

Was ist denn genau mit deinem Sohn?, frage ich.

Ich bin mir da nicht ganz im Klaren, sagt er, ich will für ihn da sein, will ihm helfen, aber weiß nicht wie.

Wart ihr schon mal beim Seelenklempler?, frage ich.

Um Gottes Willen, sagt er, da will der überhaupt nicht hin! Meine Tochter war da und die Befunde sind nicht nachvollziehbar, angeblich Borderline.

Ach du Scheiße, denke ich, wie gehst du zusammen mit deiner Frau damit um?

Meine Frau? Die sagt, dads ich aufhören und die Kinder in Ruhe lassen soll, die seien doch völlig normal, das wäre einfach die Zeit, in der wir leben!

Ich merke, dass ich hier nichts ausrichten kann, dafür ist das Thema einfach zu schwerwiegend. Psychische Erkrankungen müssen von einem Fachmann therapiert werden. Ich habe hier etwas hinterfragt, auf das ich keine Antwort habe.

Wir sitzen noch eine Weile und ich bekomme viele Dinge zu hören, mir laufen die Tränen, so nimmt es mich mit. Irgendwann sagt er zu mir, er müsse los. Ich biete ihm an, dass ich ihn mitnehme und wir fahren gemeinsam los.

Ich weiß mir keinen Rat

Ich liefere ihn zu Hause ab und weiß mir keinen Rat. Hier muss der Familie geholfen werden, ist mir klar, das kann so nicht enden.

Am nächsten Tag rufe ich im Unternehmen an und schildere meine Eindrücke.

Ach, der Spezi, bekomme ich zu hören, ja das ist, nein, das **war** mal der Beste hier im Unternehmen. Jetzt wissen wir auch nicht, wie es mit ihm weiter gehen soll, er steht auf der Abschussliste.

Ich muss das sacken lassen und schweige am Telefon.

Ist das euer Ernst?, kann ich nur antworten, er war der Beste und ihr lasst ihn fallen? Ihr solltet versuchen, ihm zu helfen, er hat euch auch immer geholfen, aber nun ist er fertig und ihr lasst ihn fallen. Nicht die feine englische Art von euch.

Die Leitung tutet dann nur noch...

Wir verheizen Personal jeden Tag und hinterfragen uns nicht einmal, was in den Köpfen unserer Besten vor sich geht?

Euer Thomas Goesch

(thomas.goesch@dmg-ag.com)



Umzugstipp Nr. 65: Teamwork

Teamwork – zeigt Mannschaftsgeist bei der Erledigung einer Herausforderung, mit unterschiedlichen Anforderungen an jeden.

Ihr seid keine Einzelkämpfer im Zusammenhang mit Eurer Tätigkeit. Ihr seid die Visitenkarte Eures Unternehmens. Wenn Ihr draußen seid, heißt ihr nicht Müller, Maier oder Schulze, sondern Ihr tragt den Namen Eurer Firma auf der Brust, mit Stolz!

Seid das Bindeglied zwischen Chef, Disposition und Kunden und selbstverständlich zu Euch.

Euer Thomas



Fotos: Adobe Stock / Antrey



Artwork: movingout2.com

Mal wieder Umzugsgefummel am Joystick

Was spielen Umzugsunternehmer so in ihrer raren Freizeit? Pokern mit der Firmenkasse in der verrauhten Eckkneipe? Stemmen bei den Highlander Games 40 Kilo schwere Umzugskartons, profilieren sich beim Lkw-Achsen-Weitwurf und legen sich beim Lkw-Pulling schwer ins Zeug? Oder sitzen sie vielleicht doch nur entspannt am „Lkw Simulator“ und cruisen mit einem Dreiaxser durch die Südstaaten Amerikas? Fakt ist: Wer von Tetris alleine noch nicht genug Alpträume bekommt, sollte sich einmal das im Koop-Modus spielbare Gewusel namens „Moving Out 2“ anschauen, das seit 15. August auf dem Markt ist – dem Erstling dieser Reihe hatten wir in der möbelspediteur 08.2020 gleich eine ganze Redaktionsseite spendiert. Den Platz braucht es diesmal nicht: Das Spielprinzip bleibt nahezu dasselbe, allerdings sind in den 50 Levels jetzt Wimmelumzüge mit dutzenden Spielteilnehmern möglich. Ein Online-Mehrspieler-Modus ist das Herzstück des Updates. Das Spiel gibt's für PC, diverse Xboxen und Playstations.
movingout2.com



Bringt viel Licht ins Dunkel

Um etwa 1700 begann das Zeitalter der Aufklärung. Damit ist leider nicht die Erfindung der batteriebetriebenen Taschenlampe gemeint, die erblickte erst 1896 das Licht der Welt – oder vielmehr sorgte sie dafür, dass Licht ins Dunkel kam. Ab 1898 wurde diese erste Taschenlampe dann von der National Carbon Company für den Endverbrauchermarkt entwickelt und die Kerzenindustrie bekam Schnappatmung ob dieser neuen Konkurrenz. Dafür allerdings freuten sich weltweit viele Walfamilien, dass der Marktwert ihres Fettes, das beim Abbrennen eine höhere Leuchtkraft als Bienenwachs lieferte, erheblich sank und Walfang ein gutes Stück unattraktiver wurde. Genau 125 Jahre nach dem Bau der ersten Serientaschenlampe und geschätzten 323 Jahren seit Aufklärungsbeginn rückt der Solinger Hersteller Ledlenser den Scheinwerfer auf mehrere knackfrische Leuchtprodukte aus seinem Haus und nennt eines davon gar „innovativ“. Die Rede ist von dem Suchscheinwerfer „XP30R“, EX-geschützten Leuchten und den „ersten Stirnlampen für komplett freihändiges Arbeiten“. Das Flaggschiff dieser Neuheitenparade, die HF8R, ist laut Ledlenser etwa „mit den innovativen Technologien Adaptive Light Beam und Digital Advanced Focus System ausgestattet“. Diesen Satz versteht zwar niemand in der Redaktion, aber die mitgeschickten Pressefotos liefern eine strahlende Leuchtkraft. Uns geht da mehr als nur ein Licht auf.
ledlenser.com

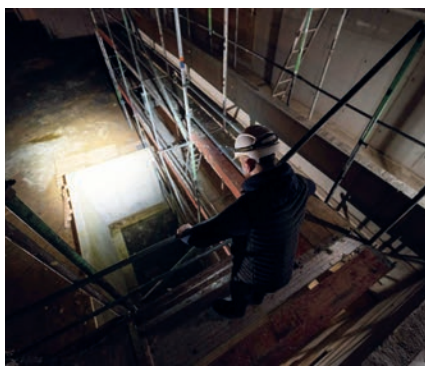


Foto: Ledlenser



Logistik gibt keine Rätsel mehr auf

Als schwerste Mathematikaufgabe der Welt gilt laut Google die folgende Rechnung: $9 - 3 : 1/3 \times 3/1 + 1$ ist gleich was?*

Mit logistischen Prozessen ist wie es wie mit dieser Rechenaufgabe: Sehen erst mal auf dem Papier einfach aus, sind aber bockschwer. Deswegen hat sich aber auch die Digitalisierung dieser vielen Prozesse als echter Helfer entpuppt, damit die zunehmende Komplexität in der Logistikbranche Liefernde Unternehmen nicht unendlich stärker belastet. Auch steigende Kosten entlang der Lieferprozesse und Druck seitens der Konkurrenz erfordern neue Lösungen zur Sicherstellung einer reibungslosen Lieferlogistik. Schließlich sollen Informationen in Echtzeit verfügbar und Sendungen möglichst pünktlich sein. Der digitale Rätsellöser

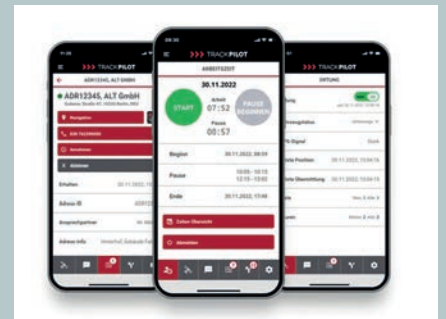


Foto: Linde

will die neue „Track-Pilot Go Fahrer-App“ sein. Ihre Hauptaufgabe: „Lieferprozesse dynamischer und kostenschonend zu gestalten“, so die Beschreibung von Hersteller Moving Intelligence. Die App wurde zusammen mit einigen Kunden aus der Logistik mitentwickelt; so soll sie an den Alltag und die Anforderungen der Fahrer angepasst sein. Moving Intelligence, bis 2021 noch als PLT Software bekannt und in Berlin zu Hause, gehört zur niederländischen Moving Intelligence Gruppe, die sich als Marktführer für GPS-gestützte Diebstahlschutz- und Fahrzeugüberwachungssysteme in den Niederlanden sieht.
movingintelligence.de

* Laut giga.de wurde dieses Aufgabe in Japan veröffentlicht: „Es war Teil einer Untersuchung, bei der die mathematischen Lösungsfähigkeiten von 20-Jährigen denen gegenübergestellt wurden, die in den 1980ern geboren wurden“, heißt es dort. „Über 60 Prozent der jungen Probanden konnten die Aufgabe nicht lösen, während rund 90 Prozent der älteren Teilnehmer damit keine Probleme hatten.“ Die Lösung lautet übrigens: „1“.

SHIT HAPPENS!



Ein Promireporter packt aus „Infos kommen oft von Möbelpackern“



Foto: Adobe Stock / Robert Kneschke

Seinen Namen kennt fast jeder Journalist, Prominente haben ihn Jahrzehnte lang ebenso gefürchtet wie gefeiert, aber wenn wir hier die Namen „Baby Schimmerlos“ und „Kir Royal“ fallen lassen, kennt ihn auch jeder von der „Boomer“-Generation abwärts: Die Rede ist von Michael Graeter, inzwischen 82 Jahre alt, seines Zeichens der bekannteste Klatsch- und Tratschreporter Deutschlands. 1986 bekam er mit der grandiosen

TV-Serie ein frühes Denkmal gesetzt.

Anfang September veröffentlichte „Zeit Online“ (der Artikel ist frei via [zeit.de/2023/38/michael-graeter-rechtsstreit-gefaengnis-haftstrafe](https://www.zeit.de/2023/38/michael-graeter-rechtsstreit-gefaengnis-haftstrafe) lesbar) ein sehr langes Interview mit Graeter. Und darin verrät er detailliert, wie er über all die Jahre an seine oftmals sehr vertraulichen Promi-Informationen gekommen ist. Er räumt ein, dass er nur etwa 30 Prozent von dem, was er im Laufe der Zeit gehört habe, auch veröffentlichte.

Eine Quelle wirft jedoch ein schlechtes Licht auf eines der höchsten Güter dieser Branche: Die Vertraulichkeit von dem, was ein Monteur oder Möbelträger in der Wohnung seiner Kunden sieht und mitbekommt. Auf die Frage „Wie bekommt man über Familienverhältnisse von Promis sonst noch* etwas heraus?“, antwortet Graeter: „Von Möbelpackern. Die waren immer große Zuträger von mir. Die wissen, ob die Leute in getrennten Betten schlafen oder sogar in verschiedenen Etagen. Alles wichtige Informationen.“

Es mag sein, dass das einen Normalleser zum Schmunzeln bringt, aber da auch journalistische Infodienste wie etwa [turi.de](https://www.turi.de) exakt nur dieses Zitat herauspicken und per Newsletter an abertausend unsere Kollegen in Deutschland verschicken, nun, das finden wir als Branchenjournalisten jetzt nicht mehr so komisch, sagt

Ihre Redaktion

***Graeter nennt als erste Infoquelle Scheidungsunterlagen bei Gericht und Möbelpacker als zweitwichtigsten Nachrichtengeber.**

Impressum

Herausgeber:

Brandeis Verlag und Medien GmbH & Co. KG
Schieferstein 11 a, 65439 Flörsheim
Tel.: 0 6145 5442-400, Fax: 0 6145 5442-410
info@brandeisverlag.de, www.brandeisverlag.de

Druck: WIRmachenDRUCK GmbH,
Mühlbachstr. 7, 71522 Backnang

Geschäftsführung: Eckhard Weber

Chefredaktion: Marc Weinard (V.i.S.d.P.),
Tel. 0 6145 5442-405,
marc.weinard@brandeisverlag.de

Layout: Netti Krumbiegel, Marc Weinard

Anzeigenleitung:

Thorsten Klemt, Tel. 0 6145 5442-404,
thorsten.klemt@brandeisverlag.de

Abonnement- & Leserbetreuung:

Aygül Karakadoglu, Tel. 0 6145 5442-406
ayguel.karakadoglu@brandeisverlag.de

Gastautoren (alph.):

Frank Breitschwerdt, Thomas Goesch, Rubens Schäfer, Rechtsanwaltsgesellschaft Dr. Stoll & Sauer, Dr. Jörn Voßbein

Mit Verfassernamen versehene Artikel sind Meinungen des Autors, nicht die der Redaktion. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten.

Abo-Service:

der möbelspediteur erscheint monatlich. Die jährliche Bezugsgebühr beträgt € 102,50 zuzügl. 7% MwSt. (nur D., Ausland 0%) + Versand (D: € 30,68, Ausland: € 75,00). Bei Nichterscheinen von **der möbelspediteur** infolge höherer Gewalt kann weder eine Lieferungsverpflichtung noch ein Anspruch auf Rückzahlung des Bezugspreises geltend gemacht werden.

Anzeigenpreise:

Zur Zeit gültige Preisliste 2023.

ISSN: 0047-780X

Hier bleibt man gerne kleben.

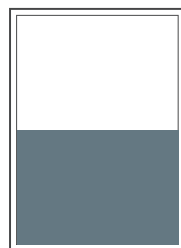
Redaktioneller Teil & Sonderplatzierungen:



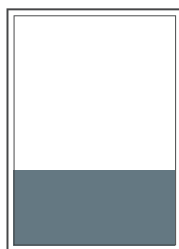
Titelstörer
B 70 x H 70 mm
Grundpreis: € 900,00
AE-Preis: € 1.059,00



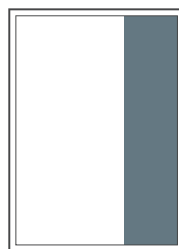
1/1 Seite
B 210 x H 297 mm
Grundpreis: € 750,00
AE-Preis: € 882,00



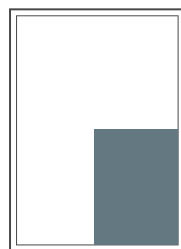
1/2 Seite quer
B 210 x H 148,5 mm
Grundpreis: € 400,00
AE-Preis: € 470,00



1/3 Seite quer
B 180 x H 84 mm
B 210 x H 92 mm
(im Anschnitt)
Grundpreis: € 300,00
AE-Preis: € 353,00



1/3 Seite hoch
B 76 x H 297 mm
Grundpreis: € 300,00
AE-Preis: € 353,00
Inhaltsverzeichnis
Grundpreis: € 450,00
AE-Preis: € 530,00



1/4 Seite hoch
B 105 x H 148,5 mm
Grundpreis: € 225,00
AE-Preis: € 265,00

Kleinanzeigen:

(Mindestgröße 30 mm)

1-spaltig (B 56 mm) Chiffre-Gebühr für alle Größen
€ 2,95 je mm H € 8,95
2-spaltig (B 118 mm)
€ 2,95 je mm H X 2
3-spaltig (180 mm)
€ 2,95 je mm H X 3

Beilagen und Einhefter:

Beilagen:
bis 50 g, pro Tausend, B 295 x H 205 mm
€ 450,00
Einhefter:
2- oder 4-seitig
auf Anfrage

Rabatte: 3 Anzeigen: 5 %
 6 Anzeigen: 10 %
 12 Anzeigen: 15 %
 AE-Provision: 15 %

Kein AE-Preis auf Kleinanzeigen. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Brandeis Verlag und Medien GmbH & Co. KG. Brandeis Verlag und Medien behält sich vor, evtl. anfallende Satzarbeiten bzw. über das übliche Maß hinausgehende Arbeiten weiterzuberechnen. Die Rechnungsstellung für Einträge in der Rubrik „Profis helfen Profis“ und „Regelmäßiger Linienverkehr“ erfolgt einmal jährlich. Erfolgt keine schriftliche Kündigung einen Monat vor Ablauf, verlängert sich der Eintrag automatisch um den gebuchten Zeitraum. Der Eintrag ist jederzeit änderbar.

Auflage: 1.000 Stück
Format: 210 mm breit x 297 mm hoch
Satzspiegel: 180 mm breit x 262 mm hoch
Anschnitt: Beschnittzugaben außen 3 mm
Farbe: Alle Preise inklusive 4C/Farben

Beilagen: Beilagen müssen spätestens 14 Tage vor Erscheinen vorliegen.

Druckunterlagen:
EPS-Datei mit eingebetteten Schriften (oder Pfade)/
PDF (hochauflösend) an info@brandeisverlag.de.
Weitere Informationen erhalten Sie unter 06145-5442 400.

Anlieferungsadresse:
Brandeis Verlag und Medien GmbH & Co. KG
Schieferstein 11a
65439 Flörsheim am Main

der
möbel
spediteur

FRÖDE
umzugsspedition
 www.froede.com



- Umzüge
- Verzollungen
- Leutegestellung

D-79576 Weil am Rhein
07621 7901 500

CH-4058 Basel
004161 690 66 20

Spezial-Linienvkehr wöchentlich
Deutschland – Spanien + zurück
 Wir überwachen unsere Umzugsqualität. Zertifiziertes
 Qualitäts-Management-System nach DIN EN ISO 9002
 Wir übernehmen laufend Umzugsgut-
 Beiladungen – Großraumtransporte

Zitzelsberger
Oswald
– IHR PARTNER FÜR SPANIEN –
 bietet Ihnen Be- und Entladehilfe sowie Überlagernahme von
 Sendungen aller Art inkl. Auslieferung und Abholung

D-93055 Regensburg
 Junkerstraße 11
 Tel. 09 41 / 7 83 79 - 0 • Fax 09 41 / 70 13 55
Repräsentanz Spanien
 E-03570 Villajoyosa
 Partida Moli De Llinares No. 54
 Nave 2/Solar Sesso
 Tel. 0 034/965843095 Fax 965841431

**IHR FAIRER
 PARTNER**

**T Ü R K E I
 U M Z Ü G E**

*Regelmäßige Fahrten
 Fullservice-Leistungen*

JÜNGLING
Internationale Möbelspedition

Am Römerhof 6 Tel.: 0 74 23-9 20 70
 78727 Oberndorf Fax: 0 74 23-92 07 70

**KLIMANEUTRALE
 U M Z Ü G E** mit geringem Aufwand



CO₂-Emissionen berechnen und direkt
 kompensieren. **Informiere Dich jetzt!**



■ Denken. Machen. Gestalten.

**Jetzt
 Projektpate
 werden**

Schon **10 Euro** im Monat
 helfen **Streunerkatzen**.
 www.welttierschutz.org