

Was die Welt zusammenhält

Deutschland bleibt Weltmeister. Nicht im Fußball oder im Export, aber in Sachen Leistungsbilanz. Sie berücksichtigt neben dem Außenhandel auch die Zahlungsströme mit anderen Ländern. 2017 war der deutsche Überschuss mit 262,5 Mrd. EUR weltweit am höchsten. Auch in der Logistik ist Deutschland Spitze.

Wichtig und groß

Logistik ist eng mit der produzierenden Wirtschaft verflochten, vor allem exportstarke Industrieländer brauchen starke internationale Liefernetzwerke für Beschaffung und Absatz. Wo die Rahmenbedingungen am besten sind, fragt die Weltbank regelmäßig bei Logistikpraktikern aus über 100 Ländern ab. Dabei werden Faktoren wie Zollabwicklung, Transportinfrastruktur, Transportpreise oder Termintreue berücksichtigt. 2012 bis 2018 belegte Deutschland vor den Niederlanden, Schweden, Belgien und Singapur Platz eins.

Gute Logistik verbessert die Wettbewerbsfähigkeit der produzierenden Wirtschaft, nicht nur durch Termintreue, unbeschädigte Lieferung und marktgerechte Preise. In Ländern mit leistungsfähiger Logistik haben Hersteller und Handel diese Aktivitäten zu wesentlichen Teilen – in Deutschland zu rund 50% – an Dritte vergeben und können sich besser auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren.

Aus der Arbeitsteilung ist ein substanzieller Wirtschaftszweig entstanden. Die Bundesvereinigung Logistik sieht die Branche in Deutschland mit 3 Mio. Beschäftigten hinter Automobilindustrie und Handel auf Platz 3. Mit rund 60.000 meist mittelständische Unternehmen erzielte sie 2016 rund 258 Mrd. EUR Umsatz. Zur Orientierung: Die Automobilindustrie als Umsatzprimus erreichte 407 Mrd. EUR. Die Kennziffern sind nicht direkt vergleichbar, beschreiben aber die grundsätzliche Bedeutung der Branche. In Europa überschreitet das Marktvolumen 1 Bio. EUR, weltweit wird es auf 4,3 Bio. US-Dollar geschätzt.

Wichtig, groß und nachhaltig?

Bei diesen Größenordnungen werden Fragen zur Nachhaltigkeit von Logistik gestellt, z. B. im Zusammenhang mit den UN-Klimazielen. Wenn besserer Umweltschutz nötig ist, müssen sich alle Schadstoffverursacher nach ihrem Beitrag zum Problem und zu seiner Lösung fragen lassen. Die UN haben zum Thema „Nachhaltiger Transport“ eine High Level Advisory Group eingesetzt, die auf die sozialen, ökologischen und ökonomischen Kosten der Beförderung von Personen und Waren hinweist: Geht die Entwicklung weiter wie bisher, gibt es pro Jahr über eine Million Verkehrstote und 3,5 Mio. Menschen sterben verfrüht durch die Folgen von Umweltverschmutzung, die durch Transporte mitverursacht wird. 23% der Treibhausgase aus Energieerzeugung entstehen im Transportsektor. Verkehrsstaus belasten die Wirtschaft und kosten 0,7% des BIP der USA, für Europa sind es 2%.

Statt so weiterzumachen, ließen sich die Potenziale von mehr Nachhaltigkeit im Transport nutzen. Der UN-Beirat sieht die Chance, durch eine veränderte Ausrichtung von Infrastrukturinvestitionen – weltweit etwa 2 Bio. US-Dollar im Jahr – bis 2050 rund 70 Bio. US-Dollar einzusparen. Zusätzlich könnten eine bessere Grenzverwaltung und die Weiterentwicklung der Transport- und Kommunikationsinfrastruktur weltweit fast 5% mehr Wachstum bringen.

Weiter auf der letzten Seite





78
Boxen
Vollgut

Grüne Sparbüchsen

Was macht viele Mittelständler erfolgreich? Konzentration auf den Kundennutzen. KTP Kunststoff Palettentechnik aus Bous im Saarland hilft Kunden dabei, nachhaltig Kosten zu senken – mit faltbaren „Leichtgroßladungsträgern“. Sie sind so gefragt, dass KTP den Umsatz seit Einstieg von VREP verdoppelt hat: auf über 40 Mio. EUR.

Faltbare Kunststoffboxen sind eine Reaktion auf Wachstum und Strukturveränderungen der produzierenden Wirtschaft. Die Automobilindustrie – große europäische Hersteller und ihre Zulieferer sind wichtige Kunden von KTP – ist ein Paradebeispiel dafür: Sie wächst international und hat eine in viele Stufen gegliederte Supply Chain, die jederzeit funktionieren muss.

On the road

Da heute 75% der Wertschöpfung im Automobilbau bei den Zulieferern entstehen, sind die meisten Komponenten im LKW unterwegs, bevor sie in ein Fahrzeug eingebaut werden – z. B. Lenkräder, Polster, Sitze oder LED-Scheinwerfer. Als Transportbehälter dienen traditionell Holz- oder Stahlgitterboxen bzw. Kartonagen, die allerdings Nachteile haben: teilweise hohes Eigengewicht und -volumen, begrenzter Schutz vor äußeren Einflüssen, mitunter schwieriges Handling, viel Verschleiß.

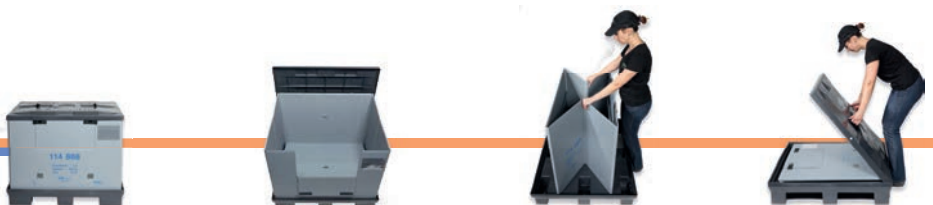
Im Vergleich dazu haben Kunststoffbehälter deutliche Vorteile. Sie sind leichter als Holz- oder Stahlboxen, daher kann die Nutzlast bei vergleichbarem Endgewicht höher sein. Kunststoffbehälter haben eine Lebensdauer von bis zu zehn Jahren, sind wasserdicht, lassen sich leicht bedienen und sauber halten. Mit diesen Pluspunkten verdrängen sie traditionelle Behälter aus vielen Anwendungsgebieten.

Aber vor allem geht es den Nutzern darum, Kosten zu vermeiden. In Megatrailern, Sattelaufliegern mit einer

Ladekapazität von bis zu 100m³, können 78 Boxen Vollgut transportiert werden. Wenn Leergut befördert werden soll, ist die Ladekapazität bei traditionellen Behältern gleich hoch. Der Nutzen steigt um den Faktor 5, wenn KTP-Boxen verwendet werden, denn sie lassen sich auf ca. 20% ihres Volumens zusammenfalten. Dann passen 364 Stück auf den Trailer und der LKW fährt nur noch eine statt fünf Touren.

Weniger Umweltbelastung

Andreas Wintrich, der geschäftsführende Gesellschafter von KTP: „Für unsere Kunden ist das ein Riesenthema, denn viele große Unternehmen arbeiten an der Reduzierung ihres ‚Carbon Footprint‘. Dazu leisten unsere Behälter einen Beitrag durch weniger Leerfahrten bzw. eine Senkung der CO₂-Emissionen.“ Noch ein Vorteil: Kunststoffboxen können recycelt werden. In der Produktion der Behälter setzt KTP nur 30% neue Rohstoffe ein. 70% sind Sekundärrohstoffe,



Die Sandwichfaltung

Intuitive, benutzerfreundliche Handhabung: Schneller Auf- und Abbau, keine manuelle Verriegelung, alle Teile bleiben immer zusammen.



364
Boxen
Leergut

Die Großladungsträger aus Kunststoff von KTP sind faltbar, dadurch lassen sich Transport- und Lagerkosten senken. Möglich sind eine Sandwich- und klassische Faltung, die zu einer Volumenreduktion führen, die bis zu 80% der normalerweise nötigen Leergutfahrten überflüssig machen.

teils aus gebrauchten Boxen, die von Kunden zurückgegeben werden, aber es können auch Industriefolien – im Ballen – sein. Wintrich: „Das ist ein industrielles Mehrwegsystem.“

Pro Jahr verarbeitet KTP rund 15.000 t Rohstoff im Formpressverfahren zu ca. 500.000 Behältern, Paletten und Trägersystemen. Wintrich: „Inzwischen stoßen wir an Kapazitätsgrenzen und erweitern die Fertigung in Bous. Dazu wurden allein 2016 etwa 2 Mio. EUR investiert und neue Mitarbeiter eingestellt – die Belegschaft ist von 120 auf 200 Personen gewachsen.“

KTP treibt das Wachstum auch durch Innovation. Als Ergänzung zu den bisher dreiteiligen Behältern wurde 2010 die einteilige Faltbox „SmartFix“ vorgestellt, die in den Folgejahren mehrere Industriepreise erhielt. Sie wurde am Markt schnell angenommen und leistet heute einen substantziellen Beitrag zum Geschäft. Großabnehmer sehen die Boxen als festes Element ihrer Logistiksysteme und wollen durchgängig damit arbeiten – auch an Standorten außerhalb Europas. Wintrich: „Die EU ist mit mehr als 70% vom Umsatz unser größter Markt. Über kurz oder lang werden wir aber den Kunden in ihre außereuropäischen Absatzregionen folgen. 2013 war die Eröffnung eines Vertriebsbüros mit Lager in der Nähe von Schanghai der erste Schritt. 2017 haben wir dort die Gewinnzone erreicht und in zwei bis drei Jahren könnte das Geschäftsvolumen eine eigene Produktion in China tragen. Dann hätten wir keine Kostennachteile durch den Import mehr.“

Die Unternehmensstrukturen werden den Anforderungen des Wachstums angepasst: KTP verstärkt die zweite Managementebene, die bald ein deutlich internationaleres Geschäft steuern wird. Der Aufbau einer Produktionsinfrastruktur auf mehreren Kontinenten wird auch ein finanzieller

Kraftakt werden, denn schon die Erweiterungen der vorhandenen Standorte können in den nächsten Jahren weitere Investitionen von mehreren Millionen Euro auslösen.

Innovation und neue Märkte

Wintrich will das Innovationstempo hoch halten: „Die Leistungsfähigkeit der Behälter soll zunehmen, z. B. durch höhere Nutzlasten und optimierte Ergonomie. Gleichzeitig wollen wir weiter standardisieren, damit die Behälter auch für die permanente Lagerung im Hochregal verwendet werden können. Denn selbst wenn die Hersteller Läger abbauen, bei den Vorlieferanten werden sie bleiben.“

Die Produkte werden auch parallel zur Erschließung neuer Märkte und Anwendungsgebiete weiterentwickelt, denn KTP zielt auf eine Verbreiterung der Umsatzbasis: In den letzten Jahren hat das Unternehmen bereits Kunden aus Branchen wie Luft- und Antriebstechnik oder Haushalts- und Gartengeräte gewonnen, sieht aber auch Potenzial in Lebensmittelindustrie und Einzelhandel. Zusätzlich ließe sich mit eigenen Innenverpackungen eine optimale Bestückung von Transportboxen und ein besserer Materialfluss an den Logistikschnittstellen erreichen.

In den nächsten Jahren hat KTP noch viel vor: „Wir planen zwar konservativ, aber bis 2020 wollen wir beim Umsatz 50 Mio. EUR überschreiten“, skizziert Wintrich die Richtung.

VR Equitypartner hat sich Ende 2011 mit 49,8% an KTP beteiligt, die Mehrheit lag bei der Gründerfamilie. Anfang 2017 kam die Wagner Holding (Nonnenweiler/Saarland) als Gesellschafter hinzu, sie beteiligte sich im Zuge einer Kapitalerhöhung mit 25,0%. Damit hat das weitere Wachstum von KTP eine breite Grundlage.

Solche Überlegungen zielen oft auf Entwicklungsländer: „Nachhaltigkeit“ bedeutet hier, eine tragfähige Entwicklung einzuleiten oder zu verstärken. Aber ein Teil der Entwicklungsländer könnte ähnliche Verhältnisse wie in den Industrienationen in wenigen Generationen erreichen, z. B. bei der Urbanisierung. Voraussichtlich werden 2050 zwei Drittel der Weltbevölkerung in städtischen Ballungsgebieten leben, ein wesentlicher Teil davon in Afrika und Asien.

Was will der Kunde?

Man kann nicht nur an den täglichen Staumeldungen und der Diskussion um Schadstoffemission oder E-Mobilität ablesen, welche Konsequenzen die Verstädterung in den Industrieländern bereits hat. Eine Studie von PwC weist z. B. auf den Einfluss des Onlinehandels hin: Fast die Hälfte der über 18-Jährigen in Deutschland hat schon online bestellt, Tendenz steigend. 2016 wurden insgesamt 3,2 Mrd. Päckchen und Pakete ausgeliefert, 100% mehr als im Jahr 2000. 2021 wird ein Volumen von 4,2 Mrd. Sendungen erwartet. Da Paketdienste keine gemeinsame Infrastruktur nutzen, sondern mit eigenen Netzwerken arbeiten, sind geringe Kapazitätsauslastung, mehr Fahrten und höhere Belastungen für den Verkehr die Folgen. Plakative Schlussfolgerung: Güterverkehr macht 20% bis 30% des Stadtverkehrs aus, ist aber in Stoßzeiten der Grund für 80% der Staus. Effizienz geht anders, Nachhaltigkeit auch.

Das Argument „Die Kunden wollen es ja so“ ist derzeit schwer zu schlagen, solange es um Logistik für Endverbraucher in Ballungszentren oder vergleichbare Situationen geht. Kunden aus der verarbeitenden Industrie wollen oft etwas anderes. Nachhaltigkeit, d. h. Management unter Einschluss sozialer, ökologischer und ökonomischer Kriterien, kann hier ein Nachweis für unternehmerische Qualität sein. Für viele börsennotierte Unternehmen ist sie sogar ein Werttreiber, denn rund ein Viertel des Vermögens institutioneller Anleger wird nach solchen Anforderungen verwaltet.

Beiträge zu einer grüneren Logistik

Bei Automobilherstellern wie VW, die in ihren globalen Netzen Vor-, Zwischen- und Endprodukte bewegen, gibt es seit Jahren Behältermanagement. Ladungsträger aus Stahl wurden weitgehend durch Kunststoffbehälter ersetzt und die Behältertypen vereinheitlicht, danach wurden immer mehr flexible Ladungsträger aus Kunststoff eingesetzt. Standardisierte Behälter, die leichter und faltbar sind, nutzen Frachträume besser: Nach Einschätzung des Fraunhofer Instituts kann eine Volumenreduktion von 1 : 3 durch Faltbehälter, berechnet auf 1.000 Behälter mit Industriepalettenmaß und eine Strecke von 100 km, zu ca. 500 kg weniger CO₂-Ausstoß und zu 190l weniger Kraftstoffverbrauch führen.

Für Großunternehmen lohnt sich die Beschäftigung mit Einzelaspekten, weil die Skaleneffekte in Konzernen der Detailarbeit zu mehr Wirkung verhelfen. Aber was macht der Mittelstand? 80% der deutschen Mittelständler sehen laut einer Umfrage von Baker Tilly die Notwendigkeit, Nachhaltigkeit in ihre Strategie einzubeziehen. Aber nur die Hälfte der Firmen sieht den Weg dahin. Schließt der Mittelstand diese Lücke nicht, kann Druck von anderer Seite kommen: Großunternehmen müssen über Nachhaltigkeit berichten, erwarten von ihren Partnern entsprechende Information und können den Ball direkt an Lieferanten weitergeben: 2015 hatten bei VW 14.500 Lieferanten das konzerneigene E-Learning-Modul „Nachhaltigkeit“ absolviert, das entsprach einer Umsatzabdeckung von 71%. Sicher auch eine Aufforderung an die übrigen 29%, sich anzuschließen.

KTP, ein Unternehmen, über das Sie auf den Innenseiten mehr erfahren, macht es so: Es produziert faltbare Großladungsträger aus Kunststoff, die in der Logistik viele Vorteile bieten und auf Kundenprioritäten von morgen zielen: mehr Prozesstransparenz durch Vorbereitung auf automatisches Behältermanagement; weniger Logistikkosten durch reduziertes Volumen; Versorgungssicherheit durch Recycling. So wird Nachhaltigkeit zum Teil des Produkts. ●

Impressum

Verantwortlicher Herausgeber: Christian Futterlieb, Peter Sachse
VR Equitypartner GmbH, Platz der Republik, 60265 Frankfurt am Main

Telefon: +49 69 710 476-0, **Telefax:** +49 69 710 476-161

E-Mail: mail@vrep.de, Internet: www.vrep.de

Geschäftsführer: Christian Futterlieb, Peter Sachse
Sitz: Frankfurt am Main, Amtsgericht Frankfurt am Main
Handelsregister HRB 35245

Die Inhalte dieses Newsletters wurden mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt, VR Equitypartner übernimmt aber keine Garantie für Vollständigkeit und Richtigkeit. VR Equitypartner haftet nicht für Folgen, die sich aus der Nutzung des Newsletters oder der Verwendung seiner Inhalte ergeben. Information, Redaktion, Gestaltung, Illustrationen und Fotos sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Reproduktion oder Verbreitung dieser Inhalte in Druck- oder elektronischer Form ist ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch VR Equitypartner untersagt, Ausnahme ist der persönliche Gebrauch.

Kontakt

Christian Futterlieb

Geschäftsführer

+49 69 710 476-113 | christian.futterlieb@vrep.de

Jan Markus Drees

Kontakt M&A-Berater

+49 69 710 476-212 | jan.drees@vrep.de