

MBS  
LOGISTICS



# insight

Magazin für Kunden

Ausgabe 01 - Mai 2023



## Aus lokal wird global

Dank der starken Partner im WCAnet-Netzwerk kann MBS weltweit hochqualifizierte Logistikdienstleistungen anbieten.

## Spediteur durch und durch

Joerg Roehl ist seit Februar 2023 weiterer CEO der MBS Holding. Wer ist er und welche Rolle übernimmt er im Unternehmen?

MBS Logistics eröffnet Standort in Südkorea



Hauchdünn, aber geballte Power - neue Smart Labels



# Liebe Leserinnen, liebe Leser,

alles Neue macht der Mai! Endlich sind die kalten Tage in unserer Hemisphäre vorbei. Der Mai steht symbolisch für Aufbruchstimmung – und was könnte besser passen, um Ihnen unseren neuen CEO Joerg Roehl in dieser Ausgabe der Insight näher vorzustellen? Roehl bildet zusammen mit Daniel Steckel das Führungsteam der MBS-Holding in Köln. Im Interview teilt er Visionen und Projekte der MBS-Gruppe und verrät, wo das Unternehmen Potenzial für Wachstum sieht.

Von einer Vision zu einem konkreten Standort hat sich indes unser erstes Büro in Seoul, Südkorea, entwickelt. Ab Juni dieses Jahres können wir Ihnen mit einer weiteren Präsenz in Fernost einen noch umfassenderen Service für Im- und Exporte anbieten. Sprechen Sie uns bei Interesse an Dienstleistungen für diese Region jederzeit gerne an.

Ansprechbar für Sie sind wir nach einer Pause von vier Jahren auch endlich wieder vor Ort auf der Transport Logistic in München, die vom 9. bis 12. Mai 2023 stattfindet. Auf S. 30 in diesem Heft stellen wir Ihnen unsere Team-Mitglieder vor, die auf der Leitmesse für unsere Branche vor Ort sein werden und sich auf Ihren Besuch an unserem Stand 413/514 in Halle B1 freuen. Verabreden Sie gerne einen Termin mit Ihren Ansprechpartnern!

Egal zu welcher Jahreszeit: Unser MBS-Team rund um die Welt steht eigentlich ständig in den Startlöchern, um unseren Service weiterzuentwickeln. Wie gewohnt präsentieren wir Ihnen in dieser Insight jede Menge Updates zu unseren Produkten und neuen Angeboten. Und wir freuen uns darüber hinaus ganz besonders, Ihnen dieses Heft in einem neuen Design präsentieren zu dürfen.

Sie werden feststellen, dass wir indes nicht nur die Optik verändert, sondern ebenfalls eine Reihe neuer Rubriken eingeführt haben: MBS Logistics Trends greift neue Entwicklungen in unserer Branche auf, MBS Faces stellt Ihnen regelmäßig Mitarbeitende aus MBS-Büros rund um die Welt vor, und MBS 4 You legt einen Fokus auf bestimmte Services, die wir Ihnen bieten.

Gefällt Ihnen, was Sie sehen? Haben Sie bestimmte Themen, über die Sie gerne mehr erfahren möchten? Wir freuen uns immer über Feedback unter [insight@mbslogistics.com](mailto:insight@mbslogistics.com).

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihre Geschäftsführung der MBS-Holding

**Daniel Steckel**  
CEO MBS Holding



**Joerg Roehl**  
CEO MBS Holding



# Inhalt



# Insight

04-05

## Wenn jede Minute zählt

MBS Anytime hilft mit der Notfalllogistik für Sendungen des Medizinprodukteherstellers Meril, Leben zu retten.

06

## Wie schützt man sich vor Gefahren im Netz?

Um Passwörter, Adressdaten und andere sensible Informationen zu schützen, surft MBS Logistics sicher mit der Network Box.

08-09

## Gekommen, um zu bleiben

MBS hat die Förderung des Nachwuchses gestärkt, um Kunden in allen Bereichen exzellente Leistungen bieten zu können.

10-11

## Spediteur durch und durch

Joerg Roehl ist seit dem 1. Februar 2023 weiterer CEO der MBS Holding. Wer ist er und welche Rolle übernimmt er im Unternehmen?

12-13

## MBS Logistics eröffnet Standort in Südkorea

Von Seoul aus wird MBS die Industrie in der Republik Korea beim Im- und Export ihrer Waren künftig noch besser unterstützen.

14-15

## Von der Praxis in die Theorie und umgekehrt

MBS lässt sich bei innovativen Projekten von Studierenden helfen und stärkt damit auch das eigene Arbeitgeberimage.

16-17

## Weltweites Angebot vom Partner vor Ort

Gemeinsam mit ausgewiesenen Experten rund um den Globus löst MBS auch in entlegenen Regionen komplexe Logistikaufgaben.

18-19

## Aus lokal wird global

Dank der starken Partner im WCWorld-Netzwerk kann MBS weltweit hochqualifizierte Logistikdienstleistungen anbieten.

20-21

## Sie gehen immer die Extrameile

Ein sehr persönlicher Service und der Single-Point-of-Contact-Ansatz stehen beim deutschen MBS-Vertriebsteam in Vordergrund.

22-24

## Logistik für lebenswerte Städte

Aktuelle Entwicklungen und Projekte in der Citylogistik zeigen, wie die letzte Meile der Zukunft aussehen könnte.

24-25

## Musik und Logistik verbinden die Welt

So manche Orchesterreise unterstützt MBS Logistics mit Expertise und Leidenschaft – wie kürzlich die der Bamberger Symphoniker.

26-27

## Komplexe Verzollungen? Ein Fall für die Experten

Die Zollabteilung von MBS Logistics Düsseldorf fungiert als Zollagentur für Kunden und MBS-Standorte – mit herausragender Expertise.

28

## Hauchdünn, aber geballte Power – neue Smart Labels

MBS Logistics plant erste Pilotsendungen mit Smart Labels zur Lokalisierung und lädt Kunden ein, am Versuch teilzunehmen.

29

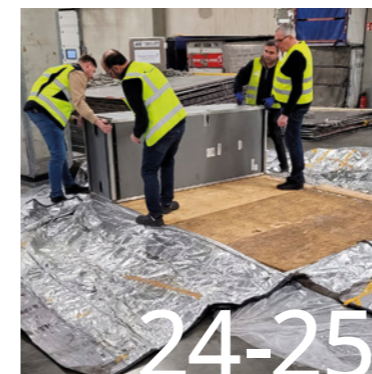
## „Alles außerhalb des Standards“

Barbara Moll, Leiterin von Anytime bei MBS Logistics, stellt den logistischen Express-Service für echte Notfälle im Video vor.

30

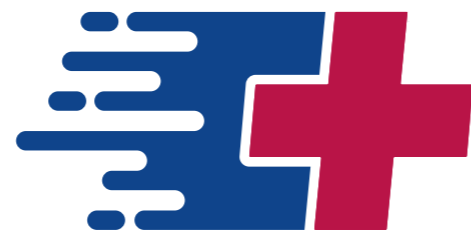
## Treffen Sie das Team von MBS Logistics auf der Messe

Unsere Experten freuen sich auf Ihren Besuch auf der Transport Logistic! Sie finden uns in Halle B1 auf Stand 413/514.

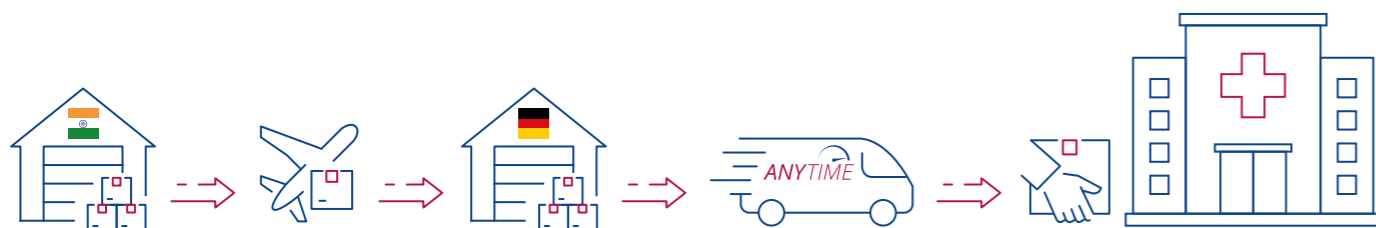




# Wenn jede Minute zählt



Es ist mitten in der Nacht. Ein Neugeborenes in einem Berliner Krankenhaus muss am Herzen notoperiert werden. Der Chirurg ist bereit, aber die für den Eingriff benötigte Herzklappe ist in keinem der umliegenden Krankenhäuser vorrätig. Für die meisten klingt das Szenario wie ein Albtraum. Für die Anytime-Abteilung von MBS Logistics war dies eine von vielen Gelegenheiten, bei denen das Notfalllogistikteam mit Präzision und Sorgfalt einem Kunden helfen konnte. Diese Art der Expertise, die innerhalb weniger Stunden lebensrettende Logistiklösungen anbieten kann, hat die Aufmerksamkeit des Medizinprodukteherstellers Meril erregt und zu der erfolgreichen Partnerschaft mit dem Anytime-Team geführt, die heute besteht.



Dem Anytime-Team liegt jeder Lieferung am Herzen. Bildrechte: MBS Anytime.

■ Als schnell wachsendes, globales MedTech-Unternehmen hat sich Meril der Aufgabe verschrieben, mit innovativen medizinischen Geräten Leben zu verändern. Als Logistikpartner von Meril trägt MBS dazu bei, dass diese lebensrettenden Innovationen immer zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind.

„Deutschland ist der zweitgrößte Markt der Welt für unsere Herzstent-Kits“, erklärt Lisa Dias, Geschäftsführerin der Meril GmbH. „Die Herausforderung bei der Versorgung mit Herzstents besteht darin, dass es viele verschiedene Größen gibt, das Krankenhaus aber in der Regel erst acht bis zehn Stunden vor der Operation weiß, welche Größe ein Patient benötigt. Da dieses Produkt nur eine kurze Haltbarkeit hat, haben viele Krankenhäuser den jeweils erforderlichen Stent nicht vorrätig. Dann muss eine Notlieferung organisiert werden. Um den Bedarf der Patienten im ganzen Land rechtzeitig und verlässlich zu decken, muss unsere Logistik extrem schnell und zuverlässig sein.“

Von der Abholung beim Hersteller in Indien bis zur Anlieferung in den Operationssälen in Deutschland steuert MBS den gesamten Logistikprozess für die Stent-Kits von Meril. Zunächst importiert das MBS-Team die Kits aus Indien nach Deutschland. Anschließend werden sie im MBS-Lager in Köln eingelagert. Von hier aus übernimmt das MBS-Anytime-Team. Es steht rund um die Uhr bereit, um die Kits für die Notfalllieferung an Krankenhäuser in ganz Deutschland vorzubereiten und sicherzustellen, dass alle medizinischen Einrichtungen die für Notoperationen benötigten Stent-Kits innerhalb weniger Stunden erhalten.

#### MBS Anytime hilft, Leben zu retten

Die Kollegen von Anytime wissen, dass jede Lieferung lebenswichtig ist und daher viel auf dem Spiel steht. Es gibt keine Zeit für Verzögerungen und keinen Platz für Fehler.

„Es kann sein, dass wir morgens einen Anruf erhalten, dass bis zum späten Nachmittag desselben Tages zehn Stent-Kits in Freiburg benötigt werden“, erklärt Dennis Münz, Anytime-Operator bei MBS. „In solchen Fällen leiten wir sofort die Disposition ein und organisieren ein passendes beladereifes Fahrzeug. Die Kits sind dann in weniger als zwei Stunden auf dem Weg.“

Um Fehlerquellen auszuschließen und den Prozess zu beschleunigen, wird jedes Stent-Kit im Lager vom Anytime-Team selbst verpackt und mit einem speziellen Etikettierungssystem gelabelt. Die Etiketten sind farbcodiert, um die Größe der Stents in der Schachtel anzugeben. So kann das jeweilige Krankenhauspersonal diese wichtige Information auf einen Blick erkennen.

„Wir arbeiten daran, Meril den besten Service und diesen so schnell wie möglich zu bieten. Bei MBS Anytime heißt dies, dass sich keine Maschine, sondern ein Teammitglied persönlich um jeden einzelnen Vorgang kümmert“, so Münz. Er fährt fort: „Die Digitalisierung ist großartig, aber in diesen kritischen Situationen braucht man den menschlichen Faktor. Deshalb nimmt ein Mitglied des Anytime-Teams den Transportauftrag von Meril persönlich entgegen und kümmert sich um die Abwicklung von A bis Z. Wir sorgen nicht nur für die Verpackung und die Transportvorbereitung, sondern überwachen die Sendung auch genau, wenn sie unterwegs ist. Wir liefern mit eigenen Fahrern, die sich dann nur um genau diese Sendung kümmern, und stehen in ständigem Kontakt mit den Zustellern um sicherzugehen, dass alles reibungslos abläuft.“

Für Meril ist diese persönliche Arbeitsweise ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal. „Wir setzen uns zu 100 Prozent für den Patienten ein und brauchen einen Logistikpartner, der das gleiche Engagement mitbringt“, sagt Dias. „Den haben wir mit MBS gefunden. Das MBS-Anytime-Team ist nicht nur extrem schnell und sorgfältig, sondern auch die Kommunikation funktioniert reibungslos. Wir haben ein außerordentlich gutes Verhältnis zu jedem Mitglied des Teams.“

Im schnelllebigen Geschäft der Notfalllogistik sind sowohl Meril als auch das MBS-Team der Meinung, dass starke, stabile Beziehungen für den Erfolg entscheidend sind. „Das Notfallgeschäft ist ein Geschäft von Angesicht zu Angesicht“, erklärt Barbara Moll, Leiterin von MBS Anytime. „Wenn es um die erfolgreiche Bereitstellung lebensrettender medizinischer Technologie innerhalb weniger Stunden geht, steht viel auf dem Spiel. Ich bin stolz darauf, dass unser Team eine absolut vertrauensvolle Beziehung zu Meril aufgebaut hat. Und ich bin dankbar, mit so fleißigen, zuverlässigen und effizienten Kollegen zusammenzuarbeiten.“

#### Das Geschäft wächst

Und es sieht nicht so aus, als würde sich das Anytime-Team in absehbarer Zeit ausruhen können: Münz berichtet, dass die Abteilung mehr und mehr Sendungen für Meril vorbereitet, da das MedTech-Unternehmen sein Geschäft weiter ausbaut.

„Meril wächst sehr schnell. Da wir expandieren, erwarten wir, dass weitere Krankenhäuser in ganz Europa künftig Eillieferungen benötigen. Und wir hoffen, dass wir diesen Bedarf mit MBS bewältigen können“, meint Dias. Und weiter: „Als ich das erste Mal mit dem MBS-Team sprach, sagte ich: ‚Sehen Sie diesen Job nicht als Arbeit für Meril. Sehen Sie ihn als Arbeit, die jedes Mal das Leben eines Menschen retten kann.‘ Heute ist das unser gemeinsames Ziel.“

Im Fall des Säuglings, der in Berlin am Herzen operiert werden musste, hinterließen das persönliche Engagement und effiziente Handeln von MBS, die nötig waren, um das Leben des Babys zu retten, einen bleibenden Eindruck bei allen Beteiligten, sogar beim Chirurgen. Mit Folgen: „Ich arbeite seit mehr als 20 Jahren im Bereich Notfalltransporte. Aber die erfolgreiche Lieferung von Medizinprodukten für unsere Kunden sicherzustellen, hat zu einigen der wichtigsten und berührendsten Momenten in meiner Karriere geführt“, erzählt Moll. „Nachdem wir zum Beispiel die Herzklappe für die Operation dieses kleinen Babys geliefert hatten, rief der Arzt unser Team am nächsten Tag persönlich an, um uns mitzuteilen, dass es dem Kind gut gehe. Das war eine ganz besondere Situation.“ ■

Kontakt: **Barbara Moll**, Leitung  
MBS Anytime, Köln  
E-Mail: [barbara.moll@mbslogistics.com](mailto:barbara.moll@mbslogistics.com)

„Wir setzen uns zu 100 Prozent für den Patienten ein und brauchen einen Logistikpartner, der das gleiche Engagement mitbringt. Den haben wir mit MBS gefunden.“ **Lisa Dias**, Geschäftsführerin der Meril GmbH



# Wie schützt man sich vor Gefahren im Netz?



Stellen Sie sich vor, es klingelt an Ihrer Tür. Sie entscheiden, ob Sie öffnen und die Person hereinlassen oder nicht. Im Internet machen wir das oft umgekehrt – wir lassen die Haustür sperrangelweit auf und wundern uns dann, wer oder was da alles zu uns hineinkommt. Mit der Folge, dass Cyber-Betrüger in den Besitz von Passwörtern, Adressdaten und anderen sensiblen Informationen gelangen oder dass sich Schadsoftware automatisch allein durch das Surfen im Netz auf unseren Geräten installiert.

„Ein Großteil der Malware zielt darauf ab, die Daten im Netzwerk zu verschlüsseln und erst nach Herausgabe von Lösegeld wieder freizugeben“, so Maximilian Moll, Awareness-Beauftragter von MBS Logistics. „Zahlt der Nutzer das Lösegeld nicht, werden die Daten im Darknet verkauft oder für immer gelöscht.“ Fast jedes vierte mittelständische Handels- und Logistikunternehmen ist bereits Ziel von Cyberkriminellen geworden. Betroffen sind jedoch nicht nur Unternehmen, sondern gleichermaßen auch Privatpersonen. „Dabei können wir uns mit einfachen Regeln vor Gefahren im Internet schützen“, ergänzt Dariush Ansari, Geschäftsführer des IT-Sicherheitsspezialisten Network Box Deutschland. „Die wichtigste Regel ist, dass wir unseren Internetbrowser, das Betriebssystem und die Programme wie Virenschutz und Firewall immer auf dem aktuellsten Stand halten und automatische Sicherheits-Updates erlauben.“ So einfach, so effektiv. Denn fast wöchentlich gibt es Neuerungen für verschiedene Antischadprogramme, welche zu einer verbesserten Sicherheit beim Surfen im Internet führen.

## MBS surft sicher mit Network Box

Weiterhin gilt, so wenig persönliche Informationen zu veröffentlichen wie nötig – insbesondere in den sozialen Netzwerken. Je mehr private Daten Nutzer im Internet preisgeben, desto eher können diese missbraucht werden. Wer unnötige Datenspuren vermeiden möchte, kann regelmäßig über die Browsereinstellungen die Cookies und den Verlauf löschen und das Tracking verbieten oder. Suchmaschinen bevorzugen, die keine derartigen Informationen speichern. „Um unsere Daten beim Surfen im Internet zu schützen, nutzen wir bei MBS über unseren Partner Network Box ein VPN“, so Moll. „VPN steht für ‚Virtual Private Network‘, Das ist eine Art sicherer Tunnel, durch den die Daten geschickt werden, damit Datendiebe keine Chance haben, persönliche Informationen auszuspähen.“

Sensible Daten wie Bankdaten oder Passwörter sollten allgemein niemals auf unverschlüsselten Internetseiten eingegeben werden. Ob eine Internetseite verschlüsselt ist, ist leicht zu erkennen: Sie beginnt mit „https“. Und auch der Internetbrowser – als Fenster zum Internet – sollte so eingerichtet sein, dass er es Schadsoftware richtig schwer macht, auf den Rechner zu gelangen.

Für alle Webseiten, die eine Anmeldung erfordern, wie beispielsweise die sozialen Netzwerke, lohnt sich die Einrichtung einer Zwei-Faktor-Authentifizierung, bei der neben dem Benutzernamen und dem Passwort zusätzlich ein Bestätigungscode, der an die eigene Handynummer gesendet wird, erforderlich ist, um sich anzumelden. Und zu guter Letzt sollten Apps mit viel Werbung vermieden werden. „Entscheiden Sie sich im Zweifel lieber für die Bezahlvariante einer App“, so Ansari. „Hintergrund ist, dass die App-Entwickler lediglich den Werbeplatz zur Verfügung stellen, aber nicht kontrollieren, ob über die Inhalte Schadsoftware eingeschleust wird.“

„Wir können uns mit einfachen Regeln vor Gefahren im Internet schützen.“ Dariush Ansari, Geschäftsführer des IT-Sicherheitsspezialisten Network Box Deutschland

Kontakt: **Dariush Ansari**, Geschäftsführer  
Network Box Deutschland GmbH  
E-Mail: [ansari@network-box.eu](mailto:ansari@network-box.eu)



## MBS Consolidation Airfreight Departures

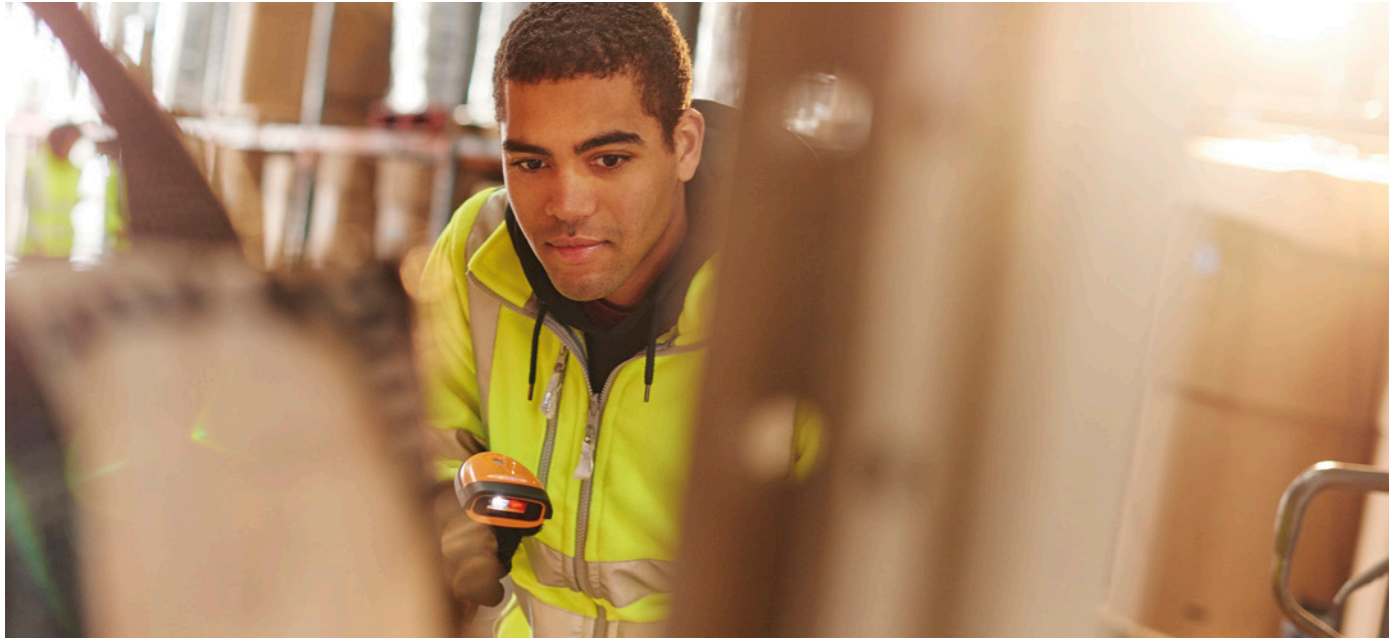
Country	Destination	Flights Per Week
CN	Shanghai	2x
CN	Beijing	2x
CN	Guangzhou	2x
IN	Mumbai	2x
IN	Delhi	2x
IN	Chennai	2x
IN	Bangalore	2x
IN	Kolkata	2x
US	Charlotte	1x
US	Pittsburgh	1x
US	Chicago	1x
US	Washington	1x
US	Cleveland	1x
JP	Tokyo	1x
KZ	Almaty	1x
TM	Tuerkmenabat	1x
TN	Tunis	6x
MA	Casablanca	4x



**MBS**  
LOGISTICS

Requests: [air-consol@mbslogistics.com](mailto:air-consol@mbslogistics.com)  
Phone: +49 6107 7171-0  
[mbslogistics.com](http://mbslogistics.com)





# Gekommen, um zu bleiben

**Der Fachkräftemangel ist in aller Munde und fängt in den meisten Unternehmen bei der Besetzung der Ausbildungsplätze an. MBS Logistics kümmert sich intensiv um die Nachwuchsgewinnung und -qualifizierung. Ziel ist es, genügend geeignete Auszubildende zu finden und nach ihrem Abschluss zu übernehmen. So können sich Kunden auch künftig auf exzellente Leistungen in allen Bereichen von MBS verlassen.**

Die Entscheidung fiel 2022 einstimmig: Die gesamte Geschäftsführung in Köln war dafür, die Nachwuchsförderung am Hauptsitz des Logistikunternehmens zu stärken und auf mehrere Schultern zu verteilen. Nun sorgt ein Team von sechs Ausbildern und Ausbilderinnen dafür, dass die Ausbildungsstellen des Unternehmens regelmäßig mit motivierten Azubis besetzt sind. Auch die anderen MBS-Standorte in Deutschland bilden seit Jahren erfolgreich aus.

Die Kölner haben durch die personelle Verstärkung ihr Recruiting intensivieren können. Sie sind stetig auf der Suche nach guten Bewerbern und Bewerberinnen für ihre Ausbildungsplätze: Sie stellen beispielsweise in Schulen das Unternehmen, die angebotenen Ausbildungen und die Bedeutung der Logistik vor, sind auf Speed-Dating-Veranstaltungen sowie Messen präsent und nehmen am Tag der Logistik bei der Agentur für Arbeit in Köln teil. „Ohne Engagement geht es nicht. Wir müssen uns frühzeitig etwaigen neuen Auszubildenden präsentieren“, sagt Brigitte Varvatos, Ausbilderin im kaufmännischen Bereich bei MBS in Köln. Auch Kinder von Mitarbeitenden und Kunden beziehen sie gern in ihren Auswahlprozess ein. Diese brächten häufig bereits eine relativ konkrete Vorstellung vom jeweiligen künftigen Job mit.

Sehr wichtig sei, potenzielle Bewerber und Bewerberinnen mit den aktuellen Azubis sprechen zu lassen. So erfahren sie aus erster Hand und auf Augenhöhe, wie der Alltag bei MBS und in der Berufsschule aussehe. Darum ist beim Speed Dating und den Berufsorientierungstagen an den Schulen immer ein Auszubildender oder eine Auszubildende mit dabei.

Die Ausbilderin ist sich sicher, dass die breite Aufstellung von MBS – alle Verkehrsträger gehören zum Portfolio und es besteht ein weltweites Netzwerk – zusammen mit dem familiären Miteinanderaufgrund der Unternehmensgröße Pluspunkte im Wettbewerb um Fachkräfte sind. Doch spätestens die Ausbildungsstrategie von MBS Logistics überzeugt: Sie zielt auf eine möglichst umfangreiche Wissensbasis ab. Die kaufmännischen Azubis durchlaufen in Köln alle zwölf Abteilungen, in denen sie meist jeweils drei Monate bleiben. Der Bereich Lagerlogistik gehört ebenfalls dazu. „Dies ist zudem die Abteilung, die auch den Auszubildenden im Lager Einblicke in das kaufmännische Geschehen gewährt“, sagt Carmelo Aguglia. Der Ausbilder im Bereich Lager hält diesen Blick über den Tellerrand für sehr wichtig.

## Ein Blick in andere Welten

Darüber hinaus werden Ausflüge zu Partnern wie LSG Sky Chefs am Flughafen Köln/Bonn organisiert, um sich mit den dortigen Azubis auszutauschen. Im Gegenzug zeigen die jungen Leute ihren Arbeitsplatz bei MBS. Sehr gern möchte das Ausbildungsteam seinen Schützlingen künftig auch Praktika an anderen MBS-Standorten, bei Partnern oder im Rahmen des Erasmus-Plus-Programms im Ausland ermöglichen. Doch diese Überlegungen stehen derzeit noch am Anfang.

Kommt jemand einmal nicht mit dem Lernstoff in der Berufsschule zurecht, gibt es Nachhilfe durch ältere Azubis oder externe Kräfte. Auch mit persönlichen Sorgen kann sich jeder und jede an die Auszubildenden wenden. Varvatos: „Wir sorgen dafür, dass niemand allein gelassen wird.“

## Förderung individueller Begabungen

Das Ausbildungsteam sorgt durch intensive Betreuung auch dafür, dass beruflich relevante Begabungen der Auszubildenden früh erkannt und gefördert werden. Die Beurteilungsbögen, die alle drei Monate sowohl von jeder Abteilungsleitung als auch von den jeweiligen Azubis ausgefüllt werden, geben Aufschluss, wer besonders gut zu welchen Aufgaben passt. Treffen mit allen Auszubildenden gemeinsam, die mehrmals im Jahr stattfinden, ermöglichen ebenso weitere Einblicke wie die jährlichen Personalentwicklungsgespräche. Schließlich sollen sich jede Kollegin und jeder Kollege ernst genommen fühlen und die eigenen Karriereplanungen berücksichtigt sehen. Hinzu kommt, dass Azubis schon früh Verantwortung übernehmen und eigenständig arbeiten dürfen.

Nach der Ausbildung bleiben fast alle im Unternehmen. „Alle wissen: Wir bilden für uns aus. Wir vermitteln unserem Nachwuchs, dass wir möchten, dass er bleibt. Wir haben auch nach der Ausbildung immer ein offenes Ohr für unsere Leute. Die MBS-Familie wird gelebt.“ Das sagt Max Sommershof, ebenfalls Ausbilder im kaufmännischen Bereich. Der auf den Kunden liegende Fokus, das Wissen über bestimmte MBS-Produkte sowie die Gemeinschaft aller Mitarbeitenden wird darüber hinaus in MBS-Schulungen weiter ausgebaut. Das Lernen endet also nicht mit dem Ausbildungsabschluss.

„Nur bei geringer Fluktuation und mit bestens ausgebildeten Mitarbeitenden können wir unseren Kunden die Qualität bieten, die wir uns auf die Fahnen geschrieben haben“, führt Johannes Steckel, Gesellschafter des Unternehmens, aus. The Art of Logistics ist auch die Kunst, Mitarbeitende bestens auszubilden und im Logistikunternehmen zu halten. ■

**„Ohne Engagement geht es nicht. Wir müssen uns frühzeitig etwaigen neuen Auszubildenden präsentieren.“** Brigitte Varvatos,

**Ausbilderin im kaufmännischen Bereich bei MBS in Köln**

Kontakt: **Brigitte Varvatos**, Ausbilderin  
MBS Logistics, Köln  
E-Mail: [brigitte.varvatos@mbslogistics.com](mailto:brigitte.varvatos@mbslogistics.com)



## Vielfältige Möglichkeiten

**MBS Logistics bildet in folgenden Berufen aus:**

- Kaufmann/-frau für Spedition und Logistikdienstleistung
- Fachlagerist/in
- Fachkraft für Lagerlogistik
- Kaufmann/-frau für Digitalisierungsmanagement (bis 2020: Informatikkaufmann/-frau)
- Fachinformatiker/in Anwendungsentwicklung.

Die beiden letztgenannten Optionen werden in diesem Jahr erstmals angeboten und von einem eigenen Ausbilder, Niklas Endnich, betreut. Er hält gerade die Analyse von Daten sowie bestehenden Arbeits-, Geschäfts- und Wertschöpfungsprozessen und ihre digitale Weiterentwicklung für extrem wichtig für den künftigen Unternehmenserfolg. Dies sei nur mit entsprechend ausgebildeten Fachkräften zu leisten. Darüber hinaus kümmern sich drei Auszubildende um die angehenden Speditionsleute und zwei um den Nachwuchs im Lager. Auch ein duales Studium ist bei MBS möglich. Praktika werden ebenfalls angeboten. MBS Köln bildet seit 1991 aus. Viele andere Standorte sind mittlerweile nachgezogen.



IHK-Auszeichnung für den Ausbildungsbetrieb MBS Köln



IHK-Auszeichnung für den Ausbildungsbetrieb MBS Düsseldorf



# Spediteur durch und durch

Die MBS-Holding hat seit dem 1. Februar 2023 neben Daniel Steckel einen weiteren CEO: Joerg Roehl (53). Im Gespräch mit Insight spricht er über Visionen und Projekte von MBS und verrät das eine oder andere persönliche Detail.



**insight:** Herr Roehl, zwei CEOs in einem Unternehmen – das ist eher ungewöhnlich. Warum ist das bei MBS so?

**Joerg Roehl:** MBS ist sehr breit aufgestellt, arbeitet aber mit flachen Strukturen, ohne großen Wasserkopf. Darum hat jeder CEO auch diverse operative Aufgaben. Bei mir sind es z.B. Luft- und Seefracht, Asien-Pazifik und einige deutsche Niederlassungen. Das bedeutet auch, dass wir ganz nah am Geschäft und an den Kunden sind.

**insight:** Sie gehören seit rund drei Monaten zur MBS-Familie. Was hat Sie bewogen, zu MBS zu wechseln?

**Roehl:** MBS ist ein sehr agiles, privat geführtes Unternehmen mit Wachstumsplänen, die gut zu meiner bisherigen Karriere passen. Die Gesellschafter kenne ich seit 20 Jahren. Und flache Hierarchien weiß ich sehr zu schätzen: Ich verliere ungern die Bodenhaftung, also den direkten Kontakt zu den Bedürfnissen der Mitarbeitenden und Kunden.

**insight:** Wie verlief Ihre bisherige Karriere?

**Roehl:** Gelernt habe ich bei Fr. Meyer's Sohn in Düsseldorf. Es folgten später unter anderem verschiedene Führungspositionen bei Kühne & Nagel International, Geis Cargo, Bolloré Logistics, Agility Logistics sowie Hansa Heavy Lift. Zuletzt war ich in der Schweiz CEO bei Natco / Trans Global Projects.

**insight:** Was prädestiniert Sie für Ihre Aufgaben bei MBS?

**Roehl:** Ich bin eher Macher als Akademiker und immer Allrounder geblieben. Das passt zur Hands-on-Mentalität bei MBS. Gleichzeitig habe ich viel Erfahrung in Bereichen, die den Wachstumsplänen von MBS entsprechen.

**insight:** Und wie fing alles an?

**Roehl:** Meine Mutter war einst im Verband des Verkehrsgewerbes in Düsseldorf tätig und hat zuhause viel über Güterverkehr und Speditionen erzählt. Nach wie vor faszinieren mich die unglaublich vielen Facetten meines Berufs.

**insight:** Schauen wir in die Zukunft: Welche Herausforderungen kommen in den nächsten zehn Jahren auf Speditionen zu?

**Roehl:** Die Herausforderungen sind schon da. Ich sehe hier vor allem drei Felder: Erstens die erforderliche Digitalisierung von Prozessen und die Auswahl passender Transport-Management-Systeme: Wir müssen auch künftig mit unseren Kunden auf Augenhöhe – und das umfasst auch den gegenseitigen Datenaustausch mit kompatiblen Systemen – kommunizieren können. Zweitens muss MBS als Arbeitgeber noch attraktiver werden, nicht nur für potenzielle neue Auszubildende und Kollegen, sondern gerade auch für die Mitglieder der MBS-Familie. Drittens sind Speditionen systemrelevant, das ist allen seit der Corona-Pandemie bewusst. Doch das negative Image haftet weiterhin an der Branche. Wie werden wir es los?

**insight:** Hat sich nach Corona etwas anderes gravierend verändert in unserer Branche?

**Roehl:** Leider nein. Wir sind in einer sehr ähnlichen Situation wie vor Corona: Der Preiskampf ist zurück, Service und Qualität zu bezahlen, ist wieder in den Hintergrund getreten. Ich gehe davon aus, dass die Situation in diesem Jahr mindestens so bleibt, wenn sie nicht sogar noch extremer wird.

**insight:** Trotz aller Herausforderungen will MBS wachsen, haben Sie erwähnt. Wo und warum?

**Roehl:** Oh, das trifft diverse meiner Aufgabengebiete: im Raum Asien-Pazifik, in der Luft- und Seefracht sowie in der Schweiz, wo wir noch nicht vertreten sind. Wir wollen organisch wachsen und dem Geschäft folgen. Wo sich valide Möglichkeiten bieten, werden wir die Situation analysieren und uns positionieren. Übrigens wäre auch der Ausbau des Felds Projektlogistik für uns interessant, in dem ich bereits Erfahrung habe.

**insight:** Was genau planen Sie im Raum Asien-Pazifik?

**Roehl:** Wir eröffnen gerade einen Standort in Südkorea, sitzen bereits in China, Vietnam sowie Singapur und prüfen die Möglichkeiten in Japan. Große Chancen sehen wir auch im Raum Südostasien mit dem Ausbau unserer Aktivitäten aus Singapur heraus.

**insight:** Ist Wachstum heutzutage ein Zwang oder ein Privileg für eine Spedition?

**Roehl:** Weder noch. Wenn Wachstum strategisch geplant ist und sich die Möglichkeit dazu bietet, ist es eine Chance, um das Unternehmen wettbewerbsfähiger aufzustellen. Wenn Wachstum nicht im Fokus der Geschäftstätigkeit steht, kann ein Spediteur auch ohne überleben. Ich bin mir sicher, dass neben breit aufgestellten Speditionen wie MBS gerade kleine Spezialisten auch künftig gut über die Runden kommen werden, wenn sie ihre Kunden im Blick behalten. Exquisites Fachwissen und persönlicher Service werden von Kunden geschätzt.

**insight:** Was ist Ihnen an Ihrer Beziehung zu Kunden besonders wichtig?

**Roehl:** ein partnerschaftliches Verhältnis, die Begegnung auf Augenhöhe und gegenseitiges Vertrauen. Aber klar bleibt: Wir sind in erster Linie Dienstleister. Unsere Expertise erlaubt es uns, innovative Lösungen für die Supply-Chain-Herausforderungen unserer Kunden zu erarbeiten. Das ist entscheidend.

**insight:** Sie haben drei Kinder, sind passionierter Golfer und Koch, reisen gern und renovieren zudem das eine oder andere Zimmer zuhause selbst: Wie passt das mit Ihrem neuen Job als CEO bei der MBS Holding zusammen?

**Roehl:** Meine beiden älteren Söhne sind bereits aus dem Haus und studieren in Wien und Heidelberg. Unsere kleine Tochter ist erst 2½ Jahre alt und hält uns ordentlich auf Trab. Durch den Lebensmittelpunkt der Familie momentan noch in Zürich und meine Haupttätigkeit in Köln kommen Hobbys und Privates derzeit oft zu kurz. Sportlich konzentriere ich mich daher aufs Joggen. Laufschuhe habe ich immer im Gepäck und dieses Hobby ist fast überall und zu jeder Uhrzeit möglich. ■

„Wir sind in erster Linie Dienstleister. Unsere Expertise erlaubt es uns, innovative Lösungen für die Supply-Chain-Herausforderungen unserer Kunden zu erarbeiten. Das ist entscheidend.“ **Joerg Roehl, CEO der MBS Holding, Köln**

Kontakt: **Joerg Roehl**, CEO  
MBS-Holding, Köln  
E-Mail: [joerg.roehl@mbslogistics.com](mailto:joerg.roehl@mbslogistics.com)



# MBS eröffnet Standort in Südkorea



**Ob Computer, Mobiltelefone, Autos oder Unterhaltungselektronik – die Republik Korea, meist Südkorea genannt, gehört zu den acht exportstärksten Volkswirtschaften der Welt. Der Bedarf an Logistikexpertise ist entsprechend groß. MBS Logistics hat bald ein eigenes Büro in der Hauptstadt Seoul.**

Der Im- und Export Südkoreas boomt, wichtigste Handelspartner sind China und die USA. 2011 wurde ein Freihandelsabkommen mit der EU geschlossen, seitdem ist vor allem Deutschland ebenfalls ein wichtiger Handelspartner für Südkorea – Tendenz steigend. Für MBS ist diese Entwicklung spannend, denn das Unternehmen mit Standorten in unter anderem Deutschland, China und den USA bietet bereits seit langem Logistikdienstleistungen für das ostasiatische Land an. Die Gründung eines eigenen Büros macht Sinn: „So sind wir in Südkorea noch näher am Kunden“, freut sich Pep Lee, Geschäftsführer MBS Korea. „Darüber hinaus passt die Expansion hervorragend in unsere Wachstumsstrategie, die auf organischer Entwicklung in passenden Märkten basiert.“

Das Im- und Exportvolumen Südkoreas ist enorm. Allein im Automotive-Sektor werden rund 70 Prozent der Teile importiert, zum Beispiel ABS-Anlagen für Hyundai. Dazu kommen unter anderem Rohmaterialien für Elektronik für Firmen wie Samsung oder LG. Bei Halbleitern und Flachbildschirmen sind südkoreanische Unternehmen beispielsweise weltweit führend.

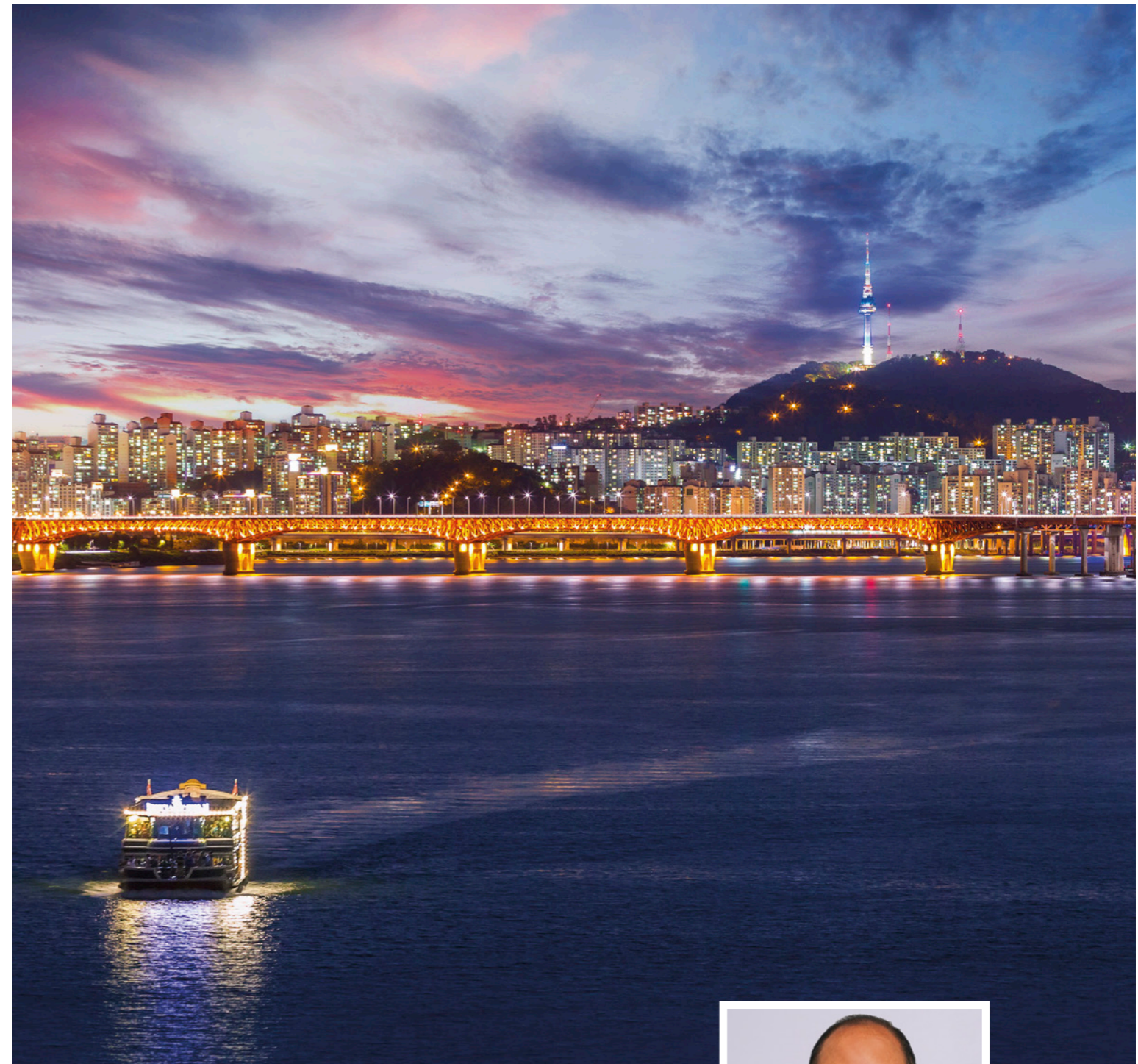
**„In Südkorea ist es nicht genug, die Extrameile zu gehen. Hier erwarten Kunden 100 Extrameilen!“** Pep Lee, Geschäftsführer MBS Korea, Seoul

Lee ist der perfekte Mann für den Job. In Südkorea geboren, wanderte er im Alter von sieben Jahren mit seiner Familie nach Deutschland aus, wo er seine Ausbildung absolvierte. Anschließend zog es ihn in sein Geburtsland zurück. Er kennt sich sowohl mit den Geschäftsgebaren beider Kulturen als auch dem lokalen Markt aus und eröffnete in der Vergangenheit bereits erfolgreich zwei Büros für Unternehmen im Logistikbereich. Dabei ist er durchaus auch auf Herausforderungen gestoßen: „In Südkorea ist es nicht genug, die Extrameile zu gehen. Hier erwarten Kunden 100 Extrameilen! Das MBS-Team, das zu jeder Zeit Wert auf den bestmöglichen Service legt, spornt diese Erwartungshaltung allerdings an“, so seine Meinung.

#### Voll operativ in Seoul

Das neue Büro in Seoul bietet voraussichtlich ab Juni ein ständiges operatives Logistikportfolio: See- und Luftfracht im Import und Export, Vor- und Nachläufe, Lagerei sowie Verzollungen. Die Tatsache, dass das Land bereits extrem digitalisiert ist, kommt sowohl den Kunden als auch dem Team zugute. „Vor allem in Bezug auf die Sendungserfassung oder Verzollungen laufen Prozesse hier sehr vieleinfacher als in Deutschland“, weiß Lee. „In Südkorea wickeln wir diese Abläufe einfach über unser Transportmanagementsystem ab. Dinge wie ein Firmenstempel und ellenlange Papierbögen gehören bereits seit langer Zeit der Vergangenheit an.“

Insgesamt vier Mitarbeitende stehen bereits in den Startlöchern, um das Büro in Seoul zu betreiben. In Zukunft könnte zudem ein Verkaufsbüro in Busan hinzukommen. Der Zeitpunkt für die Standorteröffnung ist passend: Reiserestriktionen aufgrund der Corona-Pandemie gehören endlich der Vergangenheit an und es ist möglich, in den Geschäftsausbau zu investieren. Und auch wenn sich das südkoreanische Wirtschaftswachstum laut Statistischem Bundesamt 2022 mit 2,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr etwas abgeschwächt hat, steckt der Tigerstaat noch immer voller Energie. Das passt zur Mentalität der MBS-Familie: Die Kombination aus Motivation, exzellentem Logistik-Know-how und einem feinen Gespür für einen besonderen Markt macht es möglich, Kunden bei ihren Handelsaktivitäten im Zusammenhang mit Südkorea künftig noch besser zu unterstützen. ■



#### Schon gewusst?

Mit rund 52 Millionen Einwohnern zählt Südkorea zu den 30 bevölkerungsreichsten Staaten der Erde. Knapp die Hälfte der Bevölkerung lebt im Großraum von Seoul. Damit ist das sogenannte „Sudogwon“ eine der größten Metropolregionen der Welt. Für die südkoreanische Wirtschaft sind die sogenannten Chaebeols charakteristisch. Diese großen Konglomerate, zu denen z.B. Samsung, Hyundai, SK sowie LG gehören, bestehen aus rechtlich unabhängigen Einzelunternehmen. Die einzelnen Unternehmen sind jedoch durch Netzwerke auf der Ebene des Top-Managements verflochten, die wiederum durch autokratische Entscheidungssysteme von einem Familienclan kontrolliert werden. Diese Clans sind darüber hinaus über Interessengemeinschaften mit dem Staats- und dem Bankenwesen gesellschaftlich verwoben. In der Regel sind Chaebeols stark diversifiziert, auch wenn außerhalb Südkoreas nur kleine Teile von ihnen bekannt sind. So ist beispielsweise Samsung in Südkorea nicht nur in der Elektronikbranche, sondern auch im Versicherungs-, Maschinen-, Großhandels- und Immobiliensektor aktiv.



Haben Sie Interesse an Logistikservices für Südkorea?

Pep Lee, Geschäftsführer MBS Korea, steht Ihnen unter [pep.lee@mbslogistics.com](mailto:pep.lee@mbslogistics.com) gerne zur Verfügung.



# Von der Praxis in die Theorie und umgekehrt



Um als Unternehmen operativ auf der Höhe der Zeit zu bleiben, sind einige Herausforderungen zu meistern. Oft bleibt aber im Tagesgeschäft nicht genügend Zeit, um Projekte zu innovativen Themen aufzusetzen und voranzutreiben. MBS Logistics lässt sich hier von Studierenden helfen und stärkt damit gleichzeitig das eigene Arbeitgeberimage.

Studierende wünschen sich realistische und praxisbezogene Aufgaben, an denen sie ihre theoretischen Kenntnisse überprüfen und mit Erfahrungen aus dem Arbeitsalltag anreichern können. Unternehmen wie MBS Logistics wünschen sich Menschen, die von außen auf ihr Geschäft blicken und mit neuesten Methoden und betriebswirtschaftlich geschultem Wissen ihre Herausforderungen im Business erkennen, untersuchen, beurteilen und Verbesserungen vorschlagen.

Diese beiden Wünsche haben MBS und die Cologne Business School (CBS) nun zusammengebracht: Studierende des Bachelor-Studiengangs „General Management – Logistik und Supply Chain Management“ haben im Wintersemester 2022 die Möglichkeit erhalten, an fünf Aufgabenstellungen aus der Welt von MBS Logistics zu arbeiten. Die Studierenden der CBS waren zu diesem Zeitpunkt im 5. Semester und konnten bereits auf ein fundiertes wirtschaftswissenschaftliches Wissen zurückgreifen.

Eine weitere Motivation, fünf Business-Projekte für die Studierenden aufzusetzen, war für MBS, Zugang zu jungen qualifizierten Menschen zu erhalten, die als potenzielle Arbeitnehmende für MBS infrage kommen. Durch die intensive Zusammenarbeit während der Projekte konnte sich MBS den Studierenden auch als Unternehmen mit all den interessanten Facetten eines Logistikdienstleisters sowie dem Zusammengehörigkeitsgefühl der MBS-Familie präsentieren.

Drei Monate standen jeder Arbeitsgruppe zur Verfügung, um sich mit folgenden Aufgabenstellungen zu beschäftigen:

## Thema 1: Nachhaltigkeit von Logistikimmobilien

Welche konkreten baulichen Maßnahmen und innovativen Techniken können beim Neubau von Logistikimmobilien genutzt werden, um die Energieeffizienz der Gebäude zu erhöhen? Welche Schritte lassen sich auch für Bestandsimmobilien umsetzen?

## Thema 2: E-Commerce-Geschäft

Was erwarten Kunden von ihren logistischen Dienstleistern im E-Commerce? Welche Leistungen im Order Fulfillment, im Lager und bei der Transportlogistik sind zu erbringen, um sich erfolgreich zu etablieren und gleichzeitig von den großen Playern im Markt zu unterscheiden? Marktanalyse, Kundenumfrage und die Entwicklung einer Roadmap für die nächsten zwei Jahre standen im Fokus.

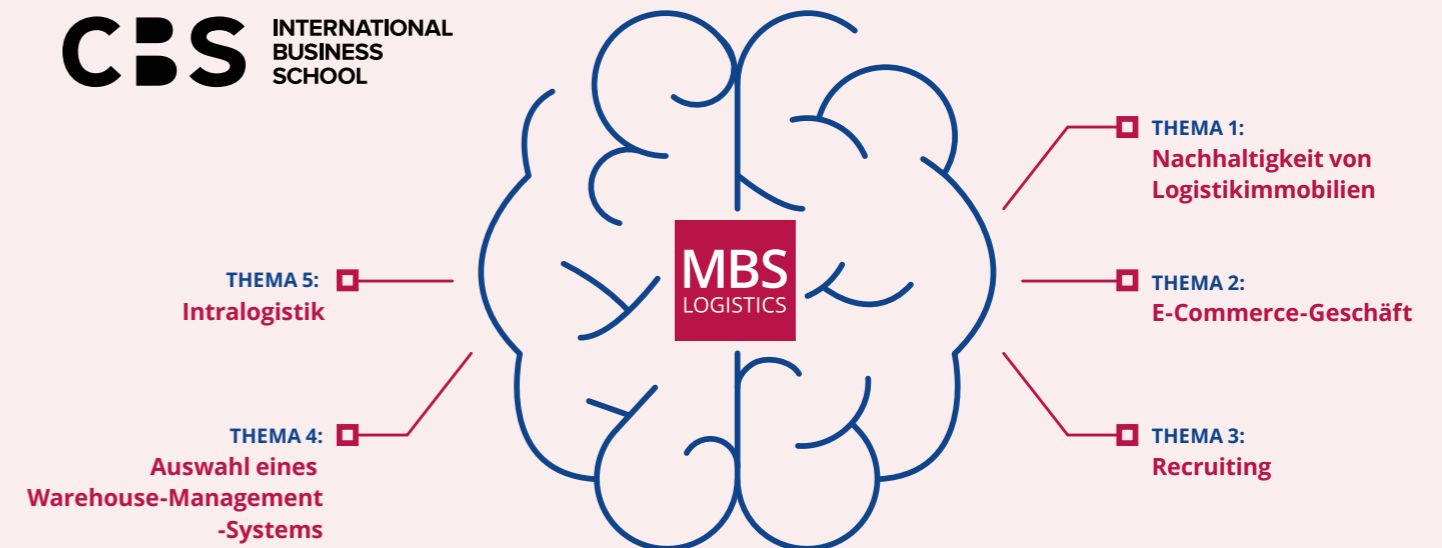
## Thema 3: Recruiting

Welche Anforderungen haben potenzielle neue Mitarbeitende an einen Arbeitgeber wie MBS und wie lassen sich diese erfüllen, um einen neuen Logistikstandort nachhaltig mit ausreichend und ausreichend qualifiziertem Personal zu versorgen? Ein konkreter Maßnahmenplan sollte erstellt werden, der auf mehrere Standorte angewendet werden kann.

## Thema 4: Auswahl eines Warehouse-Management-Systems

Was sollte ein Warehouse-Management-System (WMS) für MBS können, worauf ist bei der Auswahl eines WMS zu achten und welche Anbieter haben aktuell das größte Potenzial, den Bedürfnissen von MBS gerecht zu werden? Es ging neben der Bedarfsanalyse und dem Anbietervergleich darum, eine möglichst konkrete Managementempfehlung zu entwickeln inklusive einer Kosten-/Leistungsanalyse mit Abschätzung möglicher Implementierungskosten.

**CBS** INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL



„Je besser MBS unter Studierenden bekannt ist und wir unseren guten Ruf als moderner und verbindlicher Arbeitgeber stärken können, desto größer wird unser Erfolg im Wettbewerb um Fachkräfte künftig sein.“ **Christoph Schilz**, Geschäftsführer von MBS Logistics in Köln



## Thema 5: Intralogistik

Welche (Teil-)Automatisierungsansätze bieten sich an, um Kunden ein bestmögliches Portfolio hinsichtlich vertraglicher Verpflichtungen, Flexibilität, Skalierbarkeit und Zukunftssicherheit in der E-Commerce-Intralogistik zu bieten? Teil der Aufgabe war, eine Kosten-/Leistungsanalyse für konkrete Automatisierungslösungen und erste Lösungsvorschläge für die Bereiche Lieferung und Kundenkommunikation zu entwickeln.

Während der Projekte hatten die Studierenden mehrfach die Möglichkeit, das MBS-Lager in Köln zu besuchen, und konnten jederzeit Fragen klären. Sie trafen sich zudem wöchentlich mit ihrem Professor, Dr. Nils Finger, an der CBS und monatlich mit den für ihr Projekt bei MBS verantwortlichen Personen sowie ihrem Dozenten, um weitere Impulse zu erhalten. So war jederzeit gewährleistet, dass die Projekte nach Abschluss einen echten praktischen Wert für MBS haben würden.

Dies ist gelungen: Die Abschlusspräsentationen der Gruppen und die umfangreichen Ergebnisse aus den verschiedenen Projekten haben die Erwartungen von MBS in den meisten Teilen erfüllt. Nun wird intern auf Basis der Resultate weitergearbeitet. Einige Lösungen sind bereits in der Erprobung. Dazu gehört der Einsatz von Exoskeletten zur Minimierung der körperlichen Belastung im Lager. Und auch an der Steigerung der Nachhaltigkeit der MBS-Lagerimmobilien wird gearbeitet: Erste Gespräche mit Immobilienentwicklern und Energieberatern haben bereits stattgefunden.

Die guten Erfahrungen haben dazu geführt, dass MBS Logistics CBS-Studierenden alle zwei Jahre weitere Themen für Business-Projekte anbieten will. Christoph Schilz, Geschäftsführer von MBS Logistics in Köln, ist zudem überzeugt, dass die Zusammenarbeit mit der CBS es MBS ermöglicht, einen weiteren Zugang zur Generation Z zu erhalten und ausbauen zu können, um neue Mitarbeitende zu gewinnen. „Der Kampf um Talente hat in den vergangenen Jahren weiter zugenommen. Je besser MBS unter Studierenden bekannt ist und wir in der direkten Zusammenarbeit unseren guten Ruf als moderner und verbindlicher Arbeitgeber im Bereich Logistik und Spedition stärken können, desto größer wird unser Erfolg im Wettbewerb um Fachkräfte künftig sein. Zudem konnten wir potenzielle neue Kolleginnen und Kollegen im Arbeitsumfeld kennenlernen. Einige von ihnen sind nun an einer Werkstudententätigkeit bei uns interessiert.“ ■

Kontakt: **Christoph Schilz**, Geschäftsführer, MBS Köln  
E-Mail: [christoph.schilz@mbslogistics.com](mailto:christoph.schilz@mbslogistics.com)



# Weltweites Angebot vom Partner vor Ort



MBS Logistics ist Ihr Speditionspartner vor Ort mit globaler Reichweite. Durch eine wachsende Anzahl eigener Standorte in Europa, Asien und Nordamerika sowie ein internationales Netzwerk hochqualifizierter Partner kann MBS Ihnen individuell zugeschnittene Transportlösungen bis in den entlegendsten Winkel der Erde bieten. Dank des umfassenden Dienstleistungsportfolios können Sie sich als Kunde auf die Unterstützung durch MBS in allen logistischen Belangen verlassen – egal, ob Sie Güter im Inland oder in der ganzen Welt versenden.



■ MBS Büros  
■ MBS Netzwerk

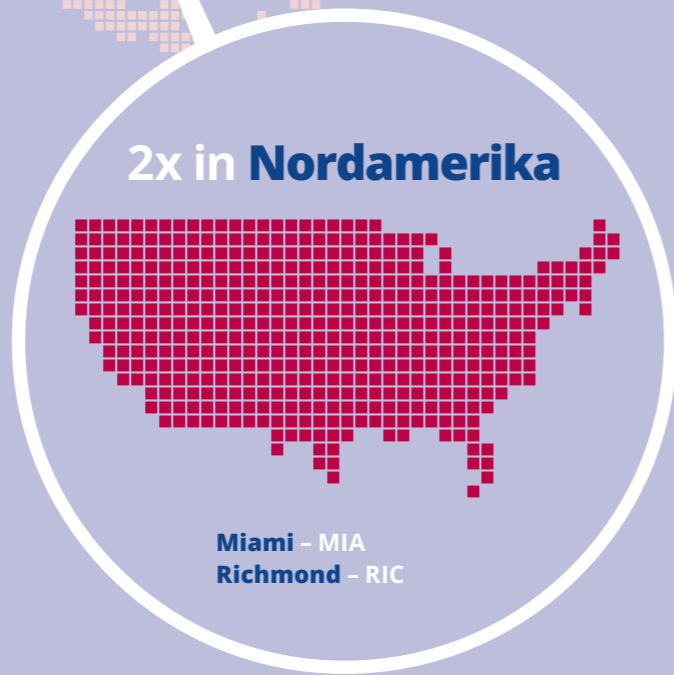
**600+** EXPERTEN

**32** STANDORTE

**950** PARTNERBÜROS

**144** LÄNDER

**35+** JAHRE ERFAHRUNG





# Aus lokal wird global



**Egal, wo auf dieser Welt: Dank der starken Partner aus dem WCAworld-Netzwerk kann MBS Logistics Fracht an jeden Punkt der Erde bringen oder dort abholen. Die weltweit größte Partnerschaft unabhängiger Spediteure hat mittlerweile mehr als 11.700 Büros in 195 Ländern, die sich von den lebhaftesten Städten bis in die einsamsten Landstriche erstrecken. Als einige Spediteure das Netzwerk 1998 gründeten, war die heutige Größe des Zusammenschlusses noch eine weit entfernte Vision. Doch MBS, ein WCA-Mitglied der ersten Stunde, hat immer an die Idee eines weltumspannenden Netzwerks geglaubt.**



„Für kleine und mittelständische Speditionen ist die Entwicklung starker Partnerschaften mit anderen Spediteuren in der ganzen Welt entscheidend für eine effektive Kundenbetreuung“, meint Monika Geier, Geschäftsführerin von MBS in Frankfurt. „Bevor wir uns in den späten 1990er Jahren WCA angeschlossen haben, hatten wir bereits Partner in vielen Ländern. Aber wir waren nicht in dem Ausmaß mit jeder einzelnen Location rund um die Welt verbunden. Die Partnerschaften, die durch dieses Netzwerk entstanden sind, geben uns heute wirklich eine globale Reichweite.“

Durch den Beitritt zu WCA First, dem ursprünglichen WCAworld-Netzwerk in 1998 hoffte MBS, künftig deutlich umfassendere Dienstleistungen anbieten zu können. Das Unternehmen wollte die Reichweite und das Fachwissen anderer erfolgreicher unabhängiger Spediteure auf der ganzen Welt für sich nutzen. Das ist gelungen.

„Dieses Netzwerk wurde vor 25 Jahren gegründet – und zu dieser Zeit gab es wirklich nichts Vergleichbares“, erzählt Geier. „Als David Yokeum, der Gründer von WCAworld, mit dieser Idee an unsere Tür klopfte, fanden wir das fantastisch! Es war eine großartige Möglichkeit für Unternehmen wie unseres, ihre internationale Reichweite zu vergrößern und gleichzeitig den Kunden weiterhin die persönliche Note eines kleinen Unternehmens zu bieten.“

Mit WCAworld konnte MBS aber nicht nur die gleiche internationale Abdeckung erreichen wie sie die größten multinationalen Spediteure bieten. Das Netzwerk unterstützt das Unternehmen seitdem auch dabei, neue Geschäfte zu generieren und Partner zu finden, die helfen, hochspezialisierte Dienstleistungen rund um den Globus für diverse Branchen zu erbringen. MBS ist mittlerweile Mitglied mehrerer WCAworld-Spezialnetzwerke. Mit den Partnern

in diesen Gruppen offeriert MBS beispielsweise maßgeschneiderte Speditionsdienstleistungen für die Sparten Projektlogistik, Expressfracht, Gefahrgut, Pharmazeutika und E-Commerce.

Trotz der nun vielen Mitglieder und Untergruppen hat die Organisation ihren Fokus, den Aufbau persönlicher Beziehungen zwischen Spediteuren nicht verloren. „Bereits bei der allerersten Mitgliederveranstaltung in Miami im Jahr 1998 führte WCA ein Eins-zu-Eins-Networking-Konzept ein, bei dem die MBS-Vertreter mit anderen Spediteuren zusammengebracht wurden, die ihren spezifischen Anforderungen entsprachen“, erläutert Geier. „Das Format war so erfolgreich, dass es auch heute noch bei den Treffen eingesetzt wird. Man könnte sagen, es ist eine besondere Form des Speeddatings.“

### Vertrauensvolle Zusammenarbeit

Spediteure – und ihre Kunden – können sich außerdem darauf verlassen, dass die über WCAworld geschlossenen Partnerschaften vertrauenswürdig und belastbar sind. Um WCAworld beizutreten, müssen Unternehmen von mindestens zwei bestehenden Mitgliedern des Netzwerks empfohlen werden. Für MBS bedeutet eine enge Beziehung zu WCAworld, dass sich das Unternehmen mit den besten unabhängigen Spediteuren in jeder Region verbinden kann.

„Da wir von Anfang an dabei sind, haben wir ein besonderes Verhältnis zu anderen WCA-Mitgliedern aufgebaut“, erzählt Geier. „Wir sind eng mit den qualifiziertesten Spediteuren vernetzt und können uns die Partner, mit denen wir zusammenarbeiten wollen, wirklich wie Kunden aussuchen. Wenn man das mit



Im Februar nahm das MBS-Team am 25-jährigen Jubiläum der WCAworld in Singapur teil.



Bildrechte: MBS Logistics

einem multinationalen Großspediteur vergleicht, der mit einem bestimmten internationalen Büro zusammenarbeiten muss, sind wir in einer deutlich komfortableren Situation: Wir können für unsere Kunden an jedem Ende der Welt immer einen ausgewiesenen Spezialisten mit besonders gutem und passendem Service auswählen.“

Im Februar 2023 nahm MBS an der WCAworld-Veranstaltung zum 25-jährigen Bestehen des Netzwerks in Singapur teil. Nach einer zweijährigen Veranstaltungspause aufgrund der COVID-19-Beschränkungen hat die Konferenz die Teilnehmer daran erinnert, dass die WCA-Stärke in der Gemeinschaft liegt. „Die WCA bietet wirklich aufregende Möglichkeiten“, meint Geier und sagt abschließend: „Das Netzwerk hat es MBS ermöglicht, zusätzliche Geschäfte zu generieren, neue Märkte zu erschließen und neue Sektoren aufzubauen. Sowohl wir als auch unsere Partner konnten so den Gewinn steigern. Doch am wichtigsten ist: Unsere Kunden profitieren von einem hochqualifizierten Service rund um den Globus.“

**„Für kleine und mittelständische Speditionen ist die Entwicklung starker Partnerschaften mit anderen Spediteuren in der ganzen Welt entscheidend für eine effektive Kundenbetreuung.“**

**Monika Geier,  
Geschäftsführerin von MBS Frankfurt**





# Sie gehen immer die Extrameile

## Das deutsche MBS-Vertriebsteam stellt sich vor.

■ Was macht den Service von MBS Logistics so besonders? Wenn Sie die 20 Vertriebsspezialisten des Unternehmens in Deutschland fragen, werden Sie zwei Dinge hören: der sehr persönliche Service von MBS und der Single-Point-of-Contact-Vertriebsansatz.

Während viele multinationale Logistikanbieter segmentierte Vertriebsstrategien verfolgen, bei denen jedes Produkt von einer anderen Abteilung betreut wird, werden MBS-Kunden von ihrem persönlichen Vertriebsspezialisten durchgehend beraten. Dieser eine Ansprechpartner kann seinen Kunden ein breites Spektrum an Produkten anbieten – See-, Luft-, Straßen- und Schienentransport, die Abwicklung zeitkritischer Sendungen, die Lieferung von Schiffersatzteilen, Lagerhaltung und mehr. Die MBS-Verkaufsspezialisten betrachten immer den gesamten Bedarf der Kunden. Sie können so nicht nur schnell und unkompliziert Lösungen bieten, sondern auch eine enge Beziehung zu ihren Kunden aufbauen. ■



Dennis Olschewski    Andreas Manthe    Daniel Bielemeier    Carsten Feldkamp    Alexandra Moeck



Christian Bergmann    Daniel Schulte    Sebastian Broscheid    Gökhan Cesmeli    Ralf Gödderz    Ariane Gaisbauer    Andreas Haner



Martina Libot    Patrick Thiesen    Jannis Friebe    Tolga Drossel    Martin Voll    Kristaps Garklavs    Harald Spindler

### IN KÖLN

„Es ist meine Leidenschaft, das Herz von MBS zu zeigen und mit meinen Kunden Hand in Hand zu arbeiten. Ich freue mich zu sehen, wie sehr die Kunden einen Logistikpartner schätzen, der auf Details achtet und dem ein persönliches Verhältnis wichtig ist.“

**Sebastian Broscheid**

„Im Vertrieb gleicht kein Tag dem anderen. Langeweile gibt es nicht. Zudem inspiriert es mich, täglich auf neue Menschen und Kulturen zu treffen.“

**Gökhan Cesmeli**

„Meine größte Motivation ist es, am Wachstum, der Entwicklung und dem Erfolg von MBS und unseren Kunden maßgeblich beteiligt zu sein.“

**Patrick Thiesen**

„Ich lerne gerne Menschen kennen, bin sehr kommunikativ, schätze Herausforderungen und finde Lösungen. Dank meines Jobs kann ich täglich mit diesen Vorlieben arbeiten.“

**Ralf Gödderz**

„Sich jeden Tag mit Freude und Leidenschaft neuen Herausforderungen zu stellen und bestmögliche Lösungen für unsere Kunden zu finden, ist das Herzstück meiner Arbeit.“

**Martina Libot**

### IN DÜSSELDORF

„Die Motivation für unsere Arbeit ist nicht das, was wir dafür bekommen, sondern das, was wir gemeinsam mit unseren Kunden entstehen lassen.“

**Daniel Bielemeier**

„Mit Menschen etwas zu bewegen, inspiriert mich.“

**Andreas Manthe**

### IN DORTMUND

„Die Arbeit im Vertrieb ermöglicht es mir, die physischen Ergebnisse meiner Bemühungen zu sehen. Wenn ich eine Palette im Lager entdecke, nachdem ich mich um die erste Anfrage und die Angebotserstellung gekümmert sowie die Auftragsabwicklung angestoßen habe, weiß ich, mein Einsatz hat sich gelohnt.“

**Dennis Olschewski**

### IN FRANKFURT

„Zufriedene Kunden, mit denen wir gemeinsam individuelle Logistiklösungen entwickeln und langfristige Partnerschaften etablieren können, sind mein Antrieb.“

**Jannis Friebe**

### IN PRIMASENS

„Bereits seit 1995 macht es mir Spaß, 'unterwegs' und bei den Kunden zu sein, um persönliche Kontakte zu Kunden auf- und auszubauen.“

**Martin Voll**

### IN STUTT GART

„Meine größte Motivation ist, den Kunden die beste Lösung für ihre Wünsche anbieten zu können. Im Logistikbereich gibt es VIELE Lösungen, die wir auf Kundenbedürfnisse passgenau zuschneiden können.“

**Kristaps Garklavs**

„Die Hartnäckigkeit, die diese Arbeit erfordert, um für jeden Kunden die richtigen Lösungen zu finden, motiviert mich jeden Tag aufs Neue.“

**Ariane Gaisbauer**

### IN HAMBURG

„Vertrieb bedeutet vieles: Leidenschaft für den Kontakt mit fremden Menschen, die zu Kunden und Freunden werden können; am Ball zu bleiben, auch wenn Dinge ins Stocken geraten; Lust zu haben, unterwegs zu sein und Neues zu lernen – und noch einiges mehr! Vertrieb bei MBS ist mehr als nur Verkauf. Es ist die Identifikation mit den Wertvorstellungen der Firma.“

**Carsten Feldkamp**

„Mich inspirieren die Abwechslung im Vertrieb durch die unterschiedlichen Branchen unserer Kunden und die dazugehörige Herausforderung, die jeweils passende Logistiklösung zu finden, um nachhaltige und partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen aufzubauen.“

**Daniel Schulte**

„Für mich ist die größte Motivation, für unsere Kunden stets die optimale Lösung für ihre Transporte zu finden. Darüber hinaus macht es mir Freude zu sehen, wie sich die Beziehungen zu unseren Kunden im Laufe der Zeit immer mehr vertiefen und wie sich die Geschäfte weiterentwickeln.“

**Christian Bergmann**

### IN NÜRNBERG

„MBS schafft den Spagat zwischen flachen Hierarchien, kurzen Entscheidungswegen und eigenständigen Arbeitsmöglichkeiten zum Wohle der Kunden. Dies motiviert mich täglich, Teil des MBS-Vertriebsteams zu sein.“

**Tolga Drossel**

### IN MÜNCHEN

„Wir haben viel Spaß daran, mit unseren Kunden gemeinsam erfolgreiche Lösungen zu erarbeiten.“

Das Team in München:

**Andreas Haner  
Alexandra Moeck  
and Harald Spindler**

Erfahren Sie, was Ihre persönlichen Ansprechpartnerinnen und -partner motiviert.



# Logistik für lebenswerte Städte

Eine lebenswerte Stadt benötigt saubere Luft, Platz für nicht motorisierte Menschen, fließenden Verkehr und eine funktionierende Versorgung mit Waren. Gleichzeitig wird umweltbewusstes Handeln auch und gerade in der Logistik immer wichtiger. Wie passt das zusammen? MBS Logistics beleuchtet aktuelle Trends in der Logistik: Aktuelle Entwicklungen und Projekte in der Citylogistik zeigen, wie die letzte Meile der Zukunft aussehen könnte.

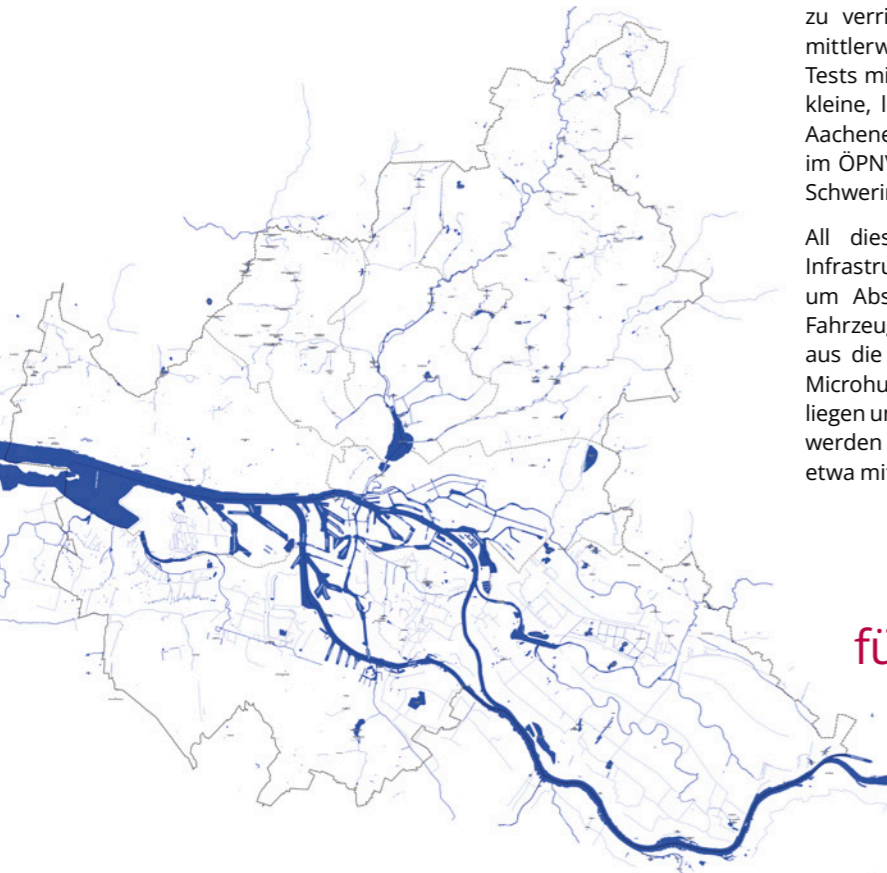
■ Was ist umweltfreundlicher, der Online- oder der stationäre Handel? Laut einer Analyse der deutschen Verbraucherzentrale lässt sich diese Frage nur schwer beantworten. Sicher ist aber: In beiden Fällen kommt es unter anderem darauf an, wie die letzte Meile zurückgelegt wird und wie viele Waren retourniert werden. Eine insgesamt umweltfreundlichere Gestaltung der Citylogistik bietet daher einen großen Hebel, um Verkehrsemissionen zu reduzieren.

Die Vermeidung von Leerfahrten, die Elektrifizierung der Fahrzeugflotten sowie eine Bündelung von Lieferungen durch KI können in Zukunft helfen, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß in den Städten zu verringern. Auf der letzten Meile des Online-Handels sind mittlerweile diverse Lastenräder und E-Mobile unterwegs, auch Tests mit Drohnen und Lieferrobotern laufen. Eine neue Idee sind kleine, leichte, autonom fahrende Logistikfahrzeuge, wie sie das Aachener Start-up Droiddrive entwickelt. Auch Versuche, Güter im ÖPNV – etwa in Straßenbahnen – zu befördern, gibt es, z.B. in Schwerin.

All diese Möglichkeiten haben eines gemeinsam: Passende Infrastruktur muss geschaffen werden. Hier geht es sowohl um Abstell- und Lade- beziehungsweise Akkutauschplätze für Fahrzeuge als auch um dezentrale kleinere Warenlager, von denen aus die letzte Meile bewältigt werden kann. Diese sogenannten Microhubs sollten möglichst über das gesamte Stadtnetz verteilt liegen und mit größeren Fahrzeugen für die Bestückung angefahren werden können. Danach folgt die Feinverteilung ab diesen Punkten etwa mittels Lastenrädern.

Die passende Infrastruktur für eine umweltverträglichere Citylogistik zu schaffen, ist entscheidend für den Erfolg innovativer Transportlösungen.

## Schiffbare Gewässer in Hamburg



Bildrechte: Cb22hh Creative Commons



Bildrechte: DroidDrive GmbH / Jonathan Werle

Immobilien, die als Microhubs geeignet sind, sind nur schwer in ausreichender Anzahl und Größe zu finden. Zum Teil wird daher auf Container oder auch Fahrzeuge ausgewichen, die am Straßenrand an strategisch günstigen Positionen stehen können. Auch die Umnutzung leer stehender Ladenflächen ist möglich oder die Anmietung von Flächen in Parkhäusern. Dass der Bedarf an solchen Möglichkeiten wächst, geht beispielsweise aus einer Kundenumfrage des Immobilienanbieters Mileway hervor. Microhubs sind auch erforderlich, um die umweltfreundlichste Form der letzten Meile, die Abholung von Sendungen zu Fuß oder mit dem Fahrrad durch den Besteller selbst, zu fördern.

Vor der letzten Meile steht jedoch die Belieferung dieser Depots und der Ladengeschäfte in den Ballungsräumen. Hierfür werden ebenfalls innovative Ideen auf ihre Machbarkeit hin untersucht. Auch hier gehört die Nutzung des ÖPNVs ebenso dazu wie die von E-Lkw. Zudem wird beispielsweise in Hamburg die Nutzung von Wasserwegen oder Tunneln geprüft.

### Venedig als Vorbild

Hamburgs Vielzahl an Wasserwegen – neben der Elbe und ihren Armen stehen Alster, Bille und diverse Kanäle zur Verfügung – ist grundsätzlich gut geeignet, um ähnlich wie in Venedig oder Amsterdam mit kleineren Lastkähnen befahren zu werden. Diese können dann einen Teil des urbanen Wirtschaftsverkehrs übernehmen. In London und Paris gab und gibt es solche Projekte. Für Berlin wird an autonomen fahrenden kleineren Binnenschiffen geforscht. 2021 hat das Fraunhofer Center für Maritime Logistik und Dienstleistungen (CML) in Hamburg die Machbarkeitsstudie „Water Cargo Barge“ durchgeführt. Aus ihr geht hervor, dass die KEP-Branche an einem solchen Modell interessiert ist, wenn die Transportschiffe auch als schwimmende Mikrodepots für die Feinverteilung der Ladung mit Lastenrädern genutzt werden können. Die Wirtschaftlichkeit hängt von der Art der Güter und ihrer Menge, ein positiver Effekt für die Umwelt von der Ablösung von Diesel-LKW durch E-Boote ab. Die Entlastung des Straßennetzes von Gütertransporten ergibt sich aber in jedem Fall.

2022 ist das EU-Förderprojekt „Decarbomile – Decarbonise the last mile logistics“ als Teil des Horizon Europe Programms der Europäischen Kommission, das über vier Jahre finanziert wird, gestartet. In vier sogenannten Living Labs in Hamburg, Nantes (F), Logroño (E) und Istanbul (TR) werden diverse Konzepte erprobt. Die TU Hamburg, New Mobility Solutions, die Logistik-Initiative Hamburg und DHL wollen in Hamburg eine wassergebundene Logistikkette realisieren.

Güter in Innenstädte hinein durch Tunnel liefern zu lassen, ist keine neue Idee. Bereits in den 1990er Jahren war „Cargo Cap“ im Gespräch und seit einigen Jahren arbeitet die Schweiz am Projekt „Cargo Sous Terrain“, dessen Netz von 450 km Länge bereits durchgeplant ist. In Hamburg geht es mit dem „Smart City Loop“ um einen Frachttunnel von 2,5 km Länge von einem Logistikzentrum in Steinwerder südlich der Elbe zu einem Cityhub am Messegelände. Für ihn wurden eine Machbarkeitsstudie und Wirtschaftlichkeitsberechnungen positiv abgeschlossen. Einige Handelsketten haben bereits Interesse bekundet. Durch den Tunnel sollen schon in wenigen Jahren fahrerlose Transporteinheiten standardisierte Ladungsträger wie Paletten befördern und dann jeden Tag 1.500 LKW auf Hamburgs Straßen ersetzen. 30.000 t CO<sub>2</sub> könnten so pro Jahr weniger in die Luft gelangen, so die Initiatoren.

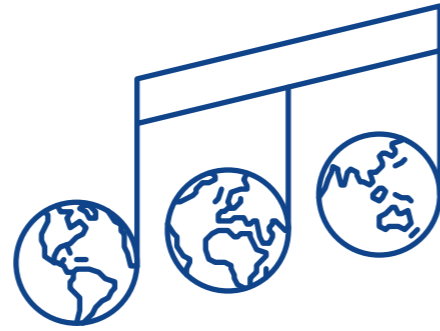
Egal, welche Tests und Analysen zugrunde gelegt werden: Es ist entscheidend, den Dialog zwischen Industrie, Handel und Logistik auf der einen sowie den Bürgern, Städten und Kommunen auf der anderen Seite zu intensivieren. Die anstehenden Herausforderungen sind nur gemeinsam zu bewältigen. Die Citylogistik muss bevölkerungsverträglich ausgerichtet, darf aber nicht aus den Städten verbannt werden. Wenn Logistikleistungen fehlen, leidet die Lebens- und Standortqualität. ■

## MBS lebt Nachhaltigkeit

Ob ökonomisch, ökologisch oder sozial: MBS plant seine Systemverkehre mit Weitsicht, bündelt Warenströme, um überflüssige Transporte zu vermeiden, und geht sorgsam mit endlichen Ressourcen um. Intelligente und innovative Planungstools helfen, verantwortungsbewusst für künftige Generationen und die Natur zu handeln. Für Kunden bietet MBS einen CO<sub>2</sub>-Rechner an, mit dem die Emissionsdaten zu jedem Transport berechnet und über eine Non-Profit-Organisation der CO<sub>2</sub>-Ausstoß kompensiert werden können. Wirtschaftlich und sozial verantwortungsvolles Handeln im Einklang mit der Umwelt sowie den Kundenbedürfnissen ist für MBS die Voraussetzung für langfristigen unternehmerischen Erfolg.



# Musik und Logistik verbinden die Welt



Wenn die Bamberger Symphoniker auf Tournee gehen, ist der Zeitplan eng und das Gepäck zum größten Teil als Fracht unterwegs. MBS Logistics unterstützt im Auftrag von Luxreisen so manche Orchesterreise mit Expertise und Leidenschaft.



■ 69 Packstücke mit zusammen 38,5 m<sup>3</sup> sowie knapp 4 t Gewicht und 105 Personen mit Handgepäck, Sondergepäck und Koffern: So starteten die Bamberger Symphoniker Mitte März auf ihre Asien-Tournee. Nur wenige Instrumente wie Geigen, Bratschen und kleinere Blasinstrumente dürfen als Hand- oder Sondergepäck mit in den Flugraum, den Bus oder das Zugabteil und müssen nicht in speziellen Behältern separat befördert werden.

Hongkong, zwei Stationen in Taiwan und drei Spielorte in Südkorea standen in kurzer Abfolge auf dem Programm, dann ging es zurück nach Deutschland. Die größte Kiste maß 220 x 90 x 60 cm. Darin steckte gut abgepolstert der Kontrabass. Die noch deutlich voluminösere Harfe war dieses Mal nicht dabei. Die Instrumente in ihren maßgetischerten Kisten sind mit dem orchestereigenen LKW frühmorgens am MBS-Lager in Kelsterbach nahe dem Flughafen Frankfurt angeliefert worden. MBS-Spezialisten haben den LKW umsichtig entladen, die Packstücke zum Röntgen gebracht und die Paletten sorgfältig unter Anleitung des Logistikmanagers von Luxreisen, einem Spezialreisebüro für Chor- und Orchestertourneen, für die Verladung im Flugzeug gebaut.

## Thermo-Cover für die Instrumente

Beim Transport von wertvollen Instrumenten ist Bruch unter allen Umständen zu vermeiden. Aber auch der Schutz vor zu hohen oder niedrigen Temperaturen – die Temperatur darf maximal zwischen 18 und 22°C schwanken – sowie vor Feuchtigkeit ist besonders wichtig. Darum werden die fertig gebauten Flugzeugaletten, auf denen sich dann mehrere Instrumentenkisten befinden, mit Thermo-Covern umhüllt. Diese Überzüge schützen vor Feuchtigkeit und halten die Temperatur in ihrem Inneren für bis zu zwölf Stunden konstant. So überstehen die Instrumente auch notwendige Be- und Entladungen inklusive Wartezeiten in kalten Hallen und auf Plätzen sowie in temperierten Frachträumen von Flugzeugen eine versehentliche Platzierung vor einer Warmluftdüse.

Viele Ensembles haben eigene LKW oder einen Vertragsdienstleister, der die innerdeutschen Transporte übernimmt. Auch die Zollpapiere hat das Orchester selbst ausgefüllt. Ob Pro-Forma-Invoice, Carnet CPD, Carnet ATA oder Sondergenehmigungen für die Ausfuhr von Kulturgegenständen, die einen bestimmten Wert und ein bestimmtes Alter übersteigen: Die Bamberger als Vielreiser kennen sich bestens aus.

Die Luftfracht nach Hongkong hat MBS mit Lufthansa Cargo abgewickelt. Zu dem Unternehmen bestehen ein besonderes Vertrauensverhältnis und ein direkter Draht. Sollte etwas Unerwartetes geschehen, kann MBS zu jeder Zeit mit der notwendigen Expertise eingreifen. Verantwortlich für die komplette Luftfrachtorganisation und die Personenbeförderung war für die gesamte Tournee Luxreisen.



Nach Ankunft in den frühen Morgenstunden kümmert sich das MBS-Team um die empfindliche Ware.  
Bildrechte: MBS Logistics



Die Bamberger Symphoniker starteten ihre Asien-Tournee am Frankfurter Flughafen. Bildrechte: MSB Logistics

Rund 100 Konzertreisen pro Jahr organisiert Annette Lux, geschäftsführende Gesellschafterin von Luxreisen, mit tatkräftiger Unterstützung durch ihre Schwester und ihr Team für diverse Chöre und Orchester. Das 1972 gegründete Unternehmen übernahm sie vor mehr als 25 Jahren von ihrem Vater, den sie oft begleitete. Ob innerdeutsch oder rund um die Welt, per Bahn, Bus oder Flugzeug unterwegs: Sie kennt sich bestens aus und fungiert als äußerst erfahrene Ansprechpartnerin für alle Belange einer solchen Tour, seien es Personentickets, Hotels, Transfers oder Frachttransport, und ist zudem das Bindeglied zwischen Orchester und Spediteuren. Noch immer faszinieren sie die vielen Facetten des Geschäfts und das erforderliche, höchst anspruchsvolle und komplexe Projektmanagement. Dazu gehören sowohl die kreativen Lösungen, die immer wieder und bei wirklich jeder Reise gefunden werden müssen, die menschlichen Begegnungen und die Genussmomente, wenn alles geklappt hat und sie dem Konzert lauschen darf.

## Vertrauen ist ausschlaggebend

Dabei fährt sie selbst nur noch selten mit. Das meiste regelt Lux von ihrem Schreibtisch in Bonn aus. Die Planung beginnt bereits mehr als ein Jahr vor Tourneebeginn. Chor- und Orchesterreisen werden ausgeschrieben wie andere Transporte auch. Auftraggeber sind die Ensemble selbst oder die Konzertveranstalter. Neben dem Preis spielt das Vertrauen des Kunden in die Dienste des Reisebüros eine große Rolle. Konkurrenz gibt es durchaus.

Hat Luxreisen den Zuschlag, vergibt Lux die zugehörigen Frachttransporte an Speditionen, die ihre Expertise bereits bewiesen haben. Das ist laut Lux ein überschaubarer Kreis. Ohne Erfahrung und Vertrauen läuft auch hier nichts, die Raten müssen jedoch ebenfalls stimmen. MBS beschäftigt Lux gern. Nicht zuletzt, weil sie einen persönlichen Kontakt ins Unternehmen hat, auf den sie sich verlassen kann: Oliver Hamacher, Luftfrachtleiter bei MBS Logistics in Köln, war früher bei Lufthansa Cargo und hat sich auch dort bereits mit großer Leidenschaft um solche Transporte gekümmert. Die Empfehlung erhielt Lux von Lufthansa.

Einen Plan B gibt es nicht. Aber immer überlegt die Reiseexpertin vorweg, was schief gehen könnte und wie damit umzugehen wäre. Jedes noch so kleine Detail ist zu bedenken, zeitlich und organisatorisch. Überhaupt sei der Faktor Zeit essenziell, meint Lux. Die wertvolle Fracht und die große Personengruppe pünktlich an der richtigen Stelle abzuliefern, sei komplizierter als es sich anhört. Kreativität, Lösungswillen und im Zweifel auch Geld, um die Zeitpläne unter allen Umständen einhalten zu können, seien gefragt. Und eben verlässliche Partner wie MBS Logistics. ■

Kontakt: **Oliver Hamacher**, Luftfrachtleiter  
MBS Logistics, Köln  
E-Mail: [oliver.hamacher@mbslogistics.com](mailto:oliver.hamacher@mbslogistics.com)



Gut verpackt gehen die Instrumente auf Reisen.  
Bildrechte: MBS Logistics





# Komplexe Verzollungen? Ein Fall für die Experten

Zum grenzüberschreitenden Warenverkehr gehört meist eine Verzollung. Damit kennt sich die 2021 gegründete Zollabteilung von MBS Logistics in Düsseldorf bestens aus. Sie fungiert als Zollagentur für Kunden und MBS-Niederlassungen.

■ Sie haben präferenzberechtigte Ware aus Entwicklungsländern anzumelden? Ihnen ist nicht bewusst, dass bei der Abfertigung von Rückwaren der ursprüngliche Ausgangsvermerk nicht älter als drei Jahre sein darf? Die Veterinäranträge für Veterinärsendungen unter Beachtung der Gesundheitszertifikate sind Ihnen zu kompliziert? Kein Problem. Die Experten der Zollabteilung von MBS Düsseldorf helfen Ihnen gerne weiter.

Seit September 2021 unterstützt die Abteilung Zoll unter der Leitung von Erdi Bor sowohl alle MBS-Standorte in Deutschland als auch alle Kunden in Zollfragen im Ex- und Import. Die Idee, eine eigene Zollagentur aufzubauen, ist aus einem Prozessanalyseprojekt heraus entstanden. Johanna Heuser, Niederlassungsleiterin von MBS in Düsseldorf, hat danach diese Abteilung mit sechs Experten selbstständig implementiert. Allein 2022 wurden etwa 2.000 Sendungen abgewickelt, wobei oft mehrere Container voll Ware zu einer Sendung gehörten. 80 Prozent waren Seefrachtensendungen, jeweils 10 Prozent entfielen auf LKW- und Luftfracht. Einige Bahnsendungen gab es ebenfalls.

Erfahrung ist für Bor besonders wichtig: „Durch die große Anzahl abgewickelter Zollverfahren verfügen die Kolleginnen und Kollegen einerseits über Sicherheit und Routine und andererseits über den Blick für entscheidende Details. Dies ist erforderlich, um Fehler schnell erkennen zu können.“ Die Arbeit eines Zolldeklaranten ist nämlich heikel: Er kann persönlich haftbar gemacht werden für eventuell falsche Angaben in der Zollanmeldung, auch für versehentliche Tippfehler. Als direkter Vertreter des Zollwertanmelders bzw. Importeurs hat man eine Sorgfaltspflicht. Jedes Teammitglied ist sich dessen bewusst und prüft vor jedem Zollantrag die Angaben im System auf Fehler. „Bei komplizierten Fällen gilt bei uns das Vier-Augen-Prinzip. Darüber hinaus müssen wir für jeden Kunden eine Zollvollmacht einholen, da wir als Zollagent lediglich im Namen und für Rechnung eines Dritten (Importeur) handeln und nicht als Zollschuldner auftreten“, so der Experte.

## Immer auf dem neuesten Stand

Um alle Zollfragen nach der neuesten Rechtsprechung beurteilen und beantworten zu können, werden die Mitarbeitenden regelmäßig geschult. Aktuelle Themen sind dabei beispielsweise: Änderungen zu den Präferenzen beim Warenursprung, das elektronische Ursprungszeugnis, Änderungen zum Versandverfahren 2023, die Erweiterung der Güterliste zur Exportkontrolle, neue Codierungen in den Zollanmeldungen und die Gegenüberstellung von geänderten Warennummern sowie die daraus resultierenden Auswirkungen.

Die Idee, eine eigene Zollagentur aufzubauen, ist aus einem Prozessanalyseprojekt heraus entstanden. Johanna Heuser, Niederlassungsleiterin von MBS in Düsseldorf, hat die Abteilung implementiert.

Auch mit den Besonderheiten im Online-Handel kennen sich Bor und seine Leute aus. Wichtig für E-Commerce-Händler sei, aufgrund der großen Anzahl an Sendungen, die importiert werden, eine Schnittstelle zum Zollsystem einzurichten. Dies reduziere Kosten und Zeitaufwand. Der Abteilungsleiter verweist zudem auf die ausgezeichnete MBS-Expertise auch in allen anderen logistischen Belangen in diesem Bereich, die den Kunden zur Verfügung stehe.

Von seinen Kunden wünscht sich der Zollagent lieber zu viele als zu wenige Informationen zur Ware. Handelsdokumente inklusive länderspezifischer Präferenzpapiere im System des registrierten Ausführers (REX) mit der EU gehören dazu – auch um prüfen zu können, ob Importware eventuell zollbegünstigt eingeführt werden kann. Diese Möglichkeit sei einigen Kunden nicht bewusst. Bor: „Für uns als Zolldeklaranten ist es wichtig, immer eine ausführliche deutsche Warenbeschreibung über die importierten Güter und die richtige Zolltarifnummer zu erhalten. Die Nummer ist ausschlaggebend für die Höhe der Einfuhrabgaben. Liegt sie nicht vor oder ist der Kunde unsicher, sind wir auf Anfrage gern behilflich. Wie bei so vielen anderen Dingen in diesem komplexen Spezialbereich auch.“ ■

## Leistungsangebot

Die Kompetenzen des breit aufgestellten, hochqualifizierten Düsseldorfer Zollteams mit jahrelanger Berufserfahrung umfassen unter anderem:

- Beratung zu Zollformalitäten, erforderlichen Dokumenten und zur Zollabwicklung bei der Ein- und Ausfuhr von Waren an bundesweiten Zollstellen über Atlas (beispielsweise: Überführung in den zollrechtlich freien Verkehr, Versandscheine (T1, T2), EUR-1-Erstellung, Rückwarenabfertigung, Zollanmeldungen zur aktiven Veredelung per Einheitspapier ohne Erhebung von Einfuhrabgaben (z.B. Ausbesserung oder Reparatur von Waren), Abschreibungsverfahren)
- Klassifizierung der Güter mit der korrekten Codenummer des Harmonisierten Systems (HS-Code) bzw. nach dem Warenverzeichnis des Elektronischen Zolltarifs (EZT) (die Zolltarifnummer enthält den HS-Code), sowohl import- als auch exportseitig
- Unterstützung und Beratung bei der Beantragung von erforderlichen Bewilligungen
- Zusammenstellung von Dokumenten
- Unterstützung bei der Organisation der Dokumenten- und der physischen Warenbeschau sowie der Zollprüfung insgesamt
- Kommunikation mit Zollbehörden
- Aufklärung über zolltechnische Besonderheiten, beispielsweise die Veterinärabfertigung über Traces NT an Grenzzollämtern
- Beratung zur Überführung in das Zolllagerverfahren
- Information zum voraussichtlichen Ergebnis der Risikoanalyse des Zolls je nach Warenart
- manuelle Zollwertberechnungen im Voraus als Information für den Kunden zu den zu erwartenden Einfuhrabgaben
- Beratung auch zu den zollrelevanten innerbetrieblichen Abläufen beim Kunden.

Weitere Fragen zum Thema beantwortet Ihnen gern:

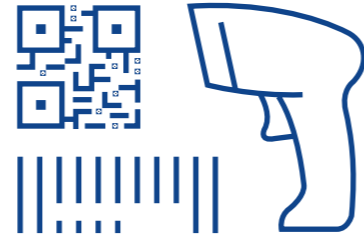
**Erdi Bor**, Teamleitung Zoll

MBS Düsseldorf

E-Mail: [erdi.bor@mbslogistics.com](mailto:erdi.bor@mbslogistics.com)



# Hauchdünn, aber geballte Power – neue Smart Labels



Es ist nur zwei Millimeter dünn und verfügt dennoch über eine gedruckte Batterie – kaum vorstellbar, dass wenig mehr als ein Hauch von Papier als erstes kommerzielles Smart Label Lokalisierungslösungen für die Logistik liefert. MBS plant aktuell erste Pilotsendungen mit der neuen Technologie und lädt interessierte Kunden ein, daran teilzunehmen.

■ Anfang des Jahres ist mit der Markteinführung eines sehr dünnen Tracking-Geräts im Format eines Paketlabels die Zukunft ein bisschen näher gerückt. Vorgestellt wurde das neue Produkt von Lufthansa Industry Solutions (LHIND) in Kooperation mit dem IT-Unternehmen Pod Group und dem niederländischen Anbieter von Tracking-Lösungen SODAQ.

Das sogenannte Smart Label ist hauchdünn und kann somit auf kleine und leichte Gegenstände appliziert werden, für die bislang herkömmliche Tracking-Geräte zu schwer oder sperrig sind. Egal, ob es sich um einen kleinen Umschlag oder ein großes Gemälde handelt: Durch diese neue Lokalisierungslösung können Logistikunternehmen wie MBS, z.B. im Bereich der Notfalllogistik von Anytime, Sendungen rund um die Welt jederzeit verfolgen. Kunden profitieren somit von einer erhöhten Sicherheit, sogar für kleinste Sendungen.

„In Zukunft werden Smart Mobile Devices bei der digitalen Transformation in der Logistik eine wichtige Rolle spielen. Bei MBS beschäftigen wir uns mit diesem Thema und analysieren die für unsere Kunden beste Lösung. Smart Labels bieten viele Chancen und wir freuen uns, mit den ersten Kunden Anwendungsmöglichkeiten in einem Pilotprojekt zu testen“, erklärt Daniel Steckel, CEO der MBS-Holding.

„In Zukunft werden Smart Mobile Devices bei der digitalen Transformation in der Logistik eine wichtige Rolle spielen.“ **Daniel Steckel, CEO der MBS-Holding**

Das Smart Label nutzt den stromsparenden 5G-Mobilfunkstandard (LTE CAT-M), um Daten über den Standort und die Temperatur des Geräts an ein zentrales Dashboard zu senden. Eine Middleware-Plattform von LHIND ermöglicht neben einem umfassenden Device-Management und der Lokalisierung der Güter auch die Verwendung von Geofences. Dadurch können Anwender das System so einstellen, dass sie automatische Informationen erhalten, sobald die Lieferung wichtige Punkte erreicht oder verlässt.

Durch die gedruckte Batterie ist das Etikett besonders leicht. Die Verwendung von Low-Power-Konnektivität optimiert die Lebensdauer der Batterie und gewährleistet eine Nutzung von bis zu sechs Monaten. Je nach Häufigkeit der Übermittlung lässt sich das Smart Label mehrfach verwenden. Die Alkalibatterie ist umweltfreundlicher als herkömmliche Lithiumbatterien und die verwendeten Materialien sind recycelbar. ■

Haben Sie Interesse, Smart Labels im Pilotprojekt zu testen?

**Daniel Steckel**, CEO der MBS-Holding, steht Ihnen unter **daniel.steckel@mbslogistics.com** gerne mit weiteren Informationen zur Verfügung.



# „Alles außerhalb des Standards“

Barbara Moll, Leiterin von Anytime bei MBS Logistics und Lead Operator von LOGCoop Anytime, stellt den logistischen Express-Service für echte Notfälle im Video vor.



■ „Das Produkt Anytime von MBS ist alles, was aus dem normalen Rahmen der Spedition herausfällt“, sagt Barbara Moll im Gespräch mit Holger Gloszeit, der den Videokanal LOGexperts für LogCoop moderiert. „Wenn's brennt“ stehe Anytime bereit, um den Kunden zu helfen. Rund um die Uhr, an 365 Tagen im Jahr. Für Moll und ihr Team ist das selbstverständlich.

Noch immer sei echte Notfalllogistik ein seltenes Produkt, meint Moll. In vielen Speditionen gibt es nach 17 Uhr keinen persönlichen Ansprechpartner mehr. „Wir fangen dann meist erst an zu arbeiten“, so Moll. Auf jede Kundenanfrage antworte sofort ein Mitarbeiter. Ein unverbindliches Ticketsystem gibt es nicht. Und innerhalb von 15 Minuten erhält der Kunde ein Angebot. Falls möglich, stellt Anytime auch alternative Wege vor.

Einer der Hauptkunden von Anytime ist die Automobilindustrie. Dies ist laut Moll unter anderem dem Umstand geschuldet, dass diese kaum noch eigene Lagerbestände an ihren Produktionsstätten habe. „Wir fliegen zum Teil auch Vollcharter mit einem Warenwert von vielleicht nur 1.000 Euro und vielleicht nur 10 kg“ – doch ein Bandstillstand mit hohen Konventionalstrafen wäre für den Kunden deutlich teurer. Aber auch alle anderen Branchen sind mit ihren Notfällen und Spezialaufträgen bei Anytime richtig.

Dass Notfalllogistik zum Angebot von LogCoop gehört, ist MBS und letztendlich auch Moll zu verdanken. Sie hat das Produkt mit ihrem Eintritt bei MBS in Köln im Jahr 2017 aufgebaut und schon zuvor lange in diesem Bereich gearbeitet. Dann hat sie Anytime in das Netzwerk eingebracht.

„Geht nicht, gibt's bei uns nicht!“, meint Moll. „Wir versuchen, Wege und Lösungen zu finden.“ Dazu gehöre auch, mal eine Tonne Fracht als Passage zu fliegen. Es seien nämlich nicht nur kleine Pakete, die von On-Board-Kurieren begleitet würden. Für eine komplette Luftcharter wiederum ist MBS Anytime an eine Plattform angeschlossen, die zeigt, welches Flugzeug wo aktuell

verfügbar ist. Und für einen Straßentransport holt Anytime Sendungen innerhalb von 60 Minuten ab. Wird ein Sattelzug benötigt, kann es etwas länger dauern. Auf der Straße werden nur Direktfahrten angeboten.

Das MBS-Anytime-Team besteht aktuell aus neun Mitarbeitenden in Köln und einem weltweiten Netzwerk. Dazu gehören rund 300 Menschen, die als Handkuriere für Haus-zu-Haus-Lieferungen inklusive der kompletten Dokumentation bis in den letzten Winkel der Erde zur Verfügung stehen. Damit nichts schief geht, ist die Übergabe aller Aufgaben von einer zur nächsten Schicht sehr gründlich. Das Team spricht jeden einzelnen Auftrag durch. Die Kunden erhalten ein Rundum-sorglos-Paket nach ihren Wünschen. Es ist lediglich notwendig, alle erforderlichen Informationen an das Anytime-Team zu geben und intern die Genehmigung für den notwendigen Transport einzuholen. Dann kann Anytime die Ware pünktlich auf Reisen schicken und just-in-time den Notfall abwenden. ■

„Geht nicht, gibt's bei uns nicht!“ **Barbara Moll, Team Leader MBS Anytime**

Das gesamte Gespräch zwischen Barbara Moll und Holger Gloszeit finden Sie als You-Tube-Video hier:



Kontakt: **Barbara Moll**, Team Leader MBS Anytime  
Köln




























E-Mail: **barbara.moll@mbslogistics.com**



# Treffen Sie das Team von **MBS Logistics** auf der Messe

Sie sind eingeladen, diverse MBS-Experten auf der diesjährigen internationalen Fachmesse für Logistik persönlich zu treffen. In **Halle B1, Stand 413/514**, warten die Kollegen und Kolleginnen auf Ihre Fragen, werden Teil Ihres Netzwerks oder entwickeln mit Ihnen gemeinsam maßgeschneiderte Lösungen für Ihren Bedarf. Das MBS-Team freut sich auf Ihren Besuch!



 <b>Nico Leifheit</b> Teamleiter Seefracht Import MBS Düsseldorf	 <b>Andreas Manthe</b> Sales MBS Düsseldorf	 <b>Jannis Friebe</b> Managing Director MBS Frankfurt	 <b>Monika Geier</b> Managing Director MBS Frankfurt	 <b>Stefan Wischrath</b> Managing Director MBS Frankfurt	 <b>Ann-Kathrin Schwarz</b> Manager Ocean Freight Services MBS Hamburg	 <b>Sebastian Broscheid</b> Head of Sales MBS Köln
 <b>Oliver Hamacher</b> Head of Airfreight MBS Köln	 <b>Barbara Moll</b> Head of Anytime MBS Köln	 <b>Christian Müller</b> Anytime Operator MBS Köln	 <b>Max Sommershof</b> Deputy Head of Anytime MBS Köln	 <b>Manuela Thon</b> Anytime - Head of Operation MBS Köln	 <b>Tamara Gräf</b> Teamleader IT Projects MBS Köln HQ	 <b>Maximilian Moll</b> Management Assistance MBS Köln HQ
 <b>Jörg Röhl</b> CEO MBS Köln HQ	 <b>Johannes Steckel</b> Shareholder MBS Köln HQ	 <b>Daniel Steckel</b> CEO MBS Köln HQ	 <b>Bernd Wilkes</b> Shareholder MBS Köln HQ	 <b>Andreas Haner</b> Head of Sales, Head of Export MBS München	 <b>Alexandra Moeck</b> Sales MBS München	 <b>Harald Spindler</b> Sales MBS München
 <b>Inoma Bredenoord</b> Business Development Manager MBS Niederlande	 <b>Daniel Laugner</b> Branch Manager MBS Nürnberg	 <b>Martin Voll</b> Sales MBS Pirmasens	 <b>Ricardo Baltazar</b> Road Freight Germany / Switzerland Porlogis	 <b>Rui Moreira</b> Managing Director Porlogis	 <b>Ana Moreira</b> Business Development Porlogis	 <b>Bruno Oliveira</b> Sales Porlogis



Cologne Bonn Airport

# CGN

YOUR CARGO H(E)AVEN

VISIT US



HALL B1  
BOOTH 413 | 514 & 507





#follow us



### Impressum

Herausgeber / Redaktion / Grafik  
MBS Speditionsgesellschaft mbH  
Hansestraße 57, 51149 Köln  
email: [insight@mbslogistics.com](mailto:insight@mbslogistics.com)

[mbslogistics.com](http://mbslogistics.com)

