

# 24plus PUNKTE

Das Kunden- und Mitarbeitermagazin  
von 24plus logistics network  
The customer's and staff members magazine  
of 24plus logistics network

3



### Persönlich Personal

Olaf Bienek feiert das  
30. Spediteursjubiläum  
Olaf Bienek celebrates  
his 30th forwarding anniversary

11



### Europatag 2010 Europe Day 2010

Expertentreffen unter dem Motto:  
One Europe. One Network.  
Experts' meeting under the motto:  
One Europe. One Network.

14



### Zählbares! Tangible rewards!

Der Partner Ascherl Hilden beein-  
druckt mit Leistungskennzahlen  
The partner Ascherl impresses  
with key performance indicators



4

### Die ersten vergisst man nie You never forget your first

Die Spedition Ritter ist einer der ersten deutschen Spediteure,  
der Hybrid-Lkw einsetzen wird  
The Ritter forwarding agency is one of the first German  
forwarders to employ hybrid trucks



Sehr geehrte Geschäftsfreunde,  
liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,

Betriebswirtschaftler bezeichnen unser Stückgutgeschäft als personalintensive Dienstleistung. Das will wissenschaftlich-neutral klingen, aber es klingt in erster Linie sperrig, unpersönlich und wenig motivierend. Bei 24plus ist das Stückgutgeschäft etwas anderes als eine personalintensive Dienstleistung. Es ist unser Beruf. Trotz der notwendigen technischen Hilfsmittel, im Fuhrpark wie bei der IT-Unterstützung, ist der Mensch in unserem Meier der wichtigste Faktor. Seine Qualifikation, sein Leistungsvermögen und sein Engagement entscheiden über Erfolg und Misserfolg.

In jeder Ausgabe unserer Zeitschrift stellen wir Ihnen die Menschen bei 24plus vor, ihre Einschätzungen, ihre Meinungen, ihre Pläne und Ziele. In der aktuellen Ausgabe der 24plusPunkte menschelt es besonders stark. Unser Sprecher des Aufsichtsrates gibt Ihnen persönliche Einblicke in seinen Berufsweg vom Azubi zum Eigentümer – und er erzählt Ihnen sogar, wie er als Kind auf dem Kettcar Zeuge des Mauerbaus war. Wir feiern außerdem zwei Jubilare in der Systemzentrale, die seit zehn Jahren dabei sind. Zehn Jahre ist doch keine Zeit, sagen Sie? Dann sei der Hinweis gestattet, dass 24plus erst 14 Jahre auf dem Buckel hat! Wir stellen Ihnen unsere neue Europakoordinatorin vor, die zwar erst 25 ist, aber gelernte Seeschiffahrtskauffrau, studierte Betriebswirtschaftlerin und dazu noch berufserfahren. Dann freuen wir uns, dass wir neue Leser haben, nämlich die Kunden und Mitarbeiter unseres neuen Partners Hansa-Barth in München. Herzlich willkommen!

Und zuletzt weise ich Sie auf einen wichtigen Termin hin: unser Ballfieber, bei dem sich in Saarlouis Hunderte von Mitarbeitern zum Fußballturnier und einer Feier treffen werden. Ich bin gespannt, ob die Atmosphäre wieder so gut wird wie vor zwei Jahren in Salzburg.

Ihr

Peter Baumann  
Geschäftsführer  
24plus logistics network

Dear business friends  
Dear members of staff

Business economists label our LCL business "labor intensive service", wanting to sound scientific and neutral. However, above all it sounds cumbersome, impersonal and not very motivating. At 24plus, LCL business is something other than labor intensive service. It is our job. Despite the essential technical resources for our fleet and IT support, the individual is the most important factor of our profession. Their qualifications, their potential and their commitment make or break us.

In each edition of our magazine we introduce you to the people of 24plus, their assessments, their opinions, their plans and goals. This particularly applies to the latest edition of 24plusPunkte. Our speaker for the supervisory board gives you insight into his personal life, from trainee to owner, and even tells you how, as a child, he witnessed the construction of the Berlin Wall while driving around in his pedal go cart. We are also celebrating the ten-year anniversaries of two people from our head office. Ten years is no time at all you say? Then let it be noted that 24plus has only been around for 14 years! We are introducing you to our new Europe co-ordinator, who is merely 25 years old, but is trained in sea transport, has a degree in business studies and professional experience to boot. We are also excited about our new readers, the customers and staff of our new partner Hansa-Barth from Munich. Welcome!

Lastly, I would like to draw attention to an important date: our staff event "Ballfieber". This year, hundreds of employees are meeting for a soccer tournament and party in Saarlouis. I am looking forward to finding out whether the atmosphere will be as good as it was in Salzburg two years ago.

Best wishes

Peter Baumann  
Executive Officer  
24plus logistics network

„Ich bin ein Mauer-Kind“ –  
Persönliches von Olaf Bienek zum  
30. Spediteursjubiläum /  
„I am a child of the Berlin Wall“ –  
getting up close and personal with  
Olaf Bienek on his 30th forwarding  
anniversary

3

Die Spedition Ritter ist einer der ersten  
Spediteure mit Hybrid-Lkw / The Ritter  
forwarding agency is one of the first  
forwarders with hybrid trucks

4

Öffentlichkeitsarbeit:  
Sonderveröffentlichung H zwo B /  
Public relations: Special supplement  
H zwo B

7

Europatag: Neue Maschen fürs Netz /  
Europe Day: New links  
for the network

11

IT: Klar fürs Clearing /  
IT: Clearing gets the go ahead

12

Systemzentrale: Geehrte Pioniere /  
Head office: Dear pioneers

12

Münchner G'schichten: Neuer Partner  
Hansa-Barth / Munich stories:  
New partner Hansa-Barth

13

Porträt: Der Partner Ascherl Hilden  
beeindruckt mit Leistungskennzahlen /  
Portrait: The partner Ascherl Hilden  
impresses with key  
performance indicators

14

Sport und Spiel: Das Ballfieber naht /  
Fun and games:  
„Ballfieber“ approaches

16

**IMPRESSUM / IMPRINT**  
Herausgeber / Publisher:  
24plus Systemverkehre GmbH + Co. KG  
Blaue Liede 12, 36282 Haunack-Unterhaun, Germany  
Tel.: +49 (0) 66 21 92 08-0, Fax: +49 (0) 66 21 92 08-19  
Internet: <http://www.24plus.de>  
24plusPunkte ist die Kunden- und Mitarbeiterzeitschrift von  
24plus logistics network. Erscheinungsweise: viermal jähr-  
lich. / Published four times a year, 24plusPunkte is given  
free of charge to the customers, staff, partners and friends of  
24plus logistics network.  
Redaktion, Projektkoordination, Grafik / Editorial Office,  
Project coordination, Artwork: H zwo B, Erlangen, Germany  
Druck / Printing: Fahner Druck GmbH, Nürnberg, Germany  
Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des  
Herausgebers. / Reprinting – even in part – is permitted but  
requires the prior permission of the publisher.  
Titelbilder: Ritter Logistik GmbH (groß), Kunzendorf Spedition  
GmbH, 24plus, H zwo B

## „ICH BIN EIN MAUER-KIND“

2010 wird die Kunzendorf Spedition 60 Jahre alt. Just die jüngere Hälfte der Firmengeschichte hat Olaf Bienek, Sprecher des Aufsichtsrats von 24plus, mitgeschrieben. Am 1. Februar 1980 stieg er als Azubi bei den fixen Kunzendorfern ein. Ohne mit den Inhabern verwandt oder verschwägert zu sein, stieg er seither Stufe um Stufe bis zum geschäftsführenden Gesellschafter der 285 Mitarbeiter und sechs Standorte starken Gruppe auf, von denen vier, die Häuser Berlin, Ludwigsburg und Schkeuditz sowie die Beteiligungsgesellschaft Kost, Fixpunkte im Netz von 24plus sind. Wir sprachen mit Olaf Bienek über seinen Werdegang – eine persönliche Geschichte, die vor allem die Azubis lesen sollten.

**Über den Anfang:** *Bienek ist Jahrgang 1961, geboren in dem Jahr, in dem die Mauer gebaut wurde.*

„Mein Elternhaus lag an der Demarkationslinie. Anfangs war die Mauer nur eine Stacheldrahtrolle. Wir Mauerkinder wussten, dass wir da nicht spielen durften. Einmal bin ich mit dem Kettcar durch die Gegend gefahren, als Arbeiter für mich als Kind riesenhohe Betonteile aufstellten. Als die Mauer am 9. November 1989 fiel, saß ich mit meiner Frau zu Hause vor dem Fernseher. Ich kannte die DDR, hatte ein Dauereintritts-Visum, weil wir mit der Deutrans Geschäfte gemacht hatten. Unser Firmen stieß direkt an die Mauer, der Grenzübergang Sonnenallee ist keinen Kilometer weit weg. Ich war mir unsicher, was passieren würde.



Werden die Grenzer schießen? Am Tag nach dem Mauerfall kamen wildfremde Leute aus Ostberlin, setzten sich ins Treppenhaus der Spedition und haben gefeiert bis in die Nacht. Bis heute kriege ich eine Gänsehaut, wenn ich daran zurückdenke. “

**Über den Wunschberuf Spediteur:** *Beinahe wäre er Polizist geworden oder Industriekaufmann, oder er wäre als Beamter in der öffentlichen Verwaltung verschwunden – und der Spedition wäre ein engagierter Mitstreiter entgangen. Olaf Bieneks Traumberuf war immer Spediteur.*

„1980 kamen die geburtenstarken Jahrgänge auf den Arbeitsmarkt. Lehrstellen waren rar. Außer meinem

Fortsetzung auf Seite 6

## “I AM A CHILD OF THE BERLIN WALL”

In 2010, the Kunzendorf forwarding agency is turning 60. Olaf Bienek, spokesman for the 24plus supervisory board, has contributed to writing the younger half of the company's history. On February 1st, 1980, he joined the sharp Kunzendorfers as a trainee. Without any help from inside, he ascended the company ladder step by step, up to managing partner of the group that comprises 285 employees and 6 locations, four of which, the houses Berlin, Ludwigsburg and Schkeuditz, as well as the affiliated company Kost, are fixed points in the 24plus network. We talked to Olaf Bienek about his career – a personal story, one that should be read by trainees in particular.

**About the beginning:** *Bienek was born in 1961, the year in which the Berlin Wall was built.*

“The house of my parents lay on the demarcation line. In the beginning, the wall was nothing but barbed wire. We children of the Berlin Wall knew that we must not play there. Once, I was driving around with my pedal go cart while workers were putting up blocks of concrete that looked huge to me then. When the Berlin Wall fell on the 9th of November, 1989, I was at home, in front of the television with my wife. I knew East Germany and had a permanent entrance visa because we had done business with Deutrans. Our company premises directly adjoined the wall, the bor-

der crossing Sonnenallee was less than a kilometer away. I was unsure about what would happen. Would the border police fire? The day after the collapse of the Berlin Wall, people completely unbeknownst to me came over from East Berlin, sat down on the stairway of the company and celebrated until nightfall. Even today, I still get goosebumps when I think about it.”

**About the dream job forwarder:** *He could have become a policeman, an industrial administrator or disappeared as a civil servant in public administration – but then the forwarding agency would have lost a dedicated combatant-in-arms. Olaf Bienek has always dreamed of being a forwarder.*

“Due to high birth-rates at the beginning of the 1960's, apprenticeships were scarce in 1980. Aside from my high school diploma, which I had obtained half a year ahead of time, I had nothing. I did not want to go to college, so I applied for every apprenticeship available. I was almost ready to forget the dream job forwarder. Various logisticians were stalling me. Then the telephone rang in early January. The authorized officer of Kunzendorf forwarding agency asked me about my plans for January 10th. I was supposed to have surgery on my leg. I told him that. He asked me if I was free this afternoon. I went unprepared and with other troubles on my

Continued on page 6

# DIE ERSTEN VERGISST MAN NIE!

**H**ier arbeitet ein diplomierter Informatiker als Programmierer und bildet junge Leute zu Fachinformatikern für Systemintegration und für Anwendungsentwicklung aus. Eine Softwarefirma? Unter den Mitarbeitern findet sich auch ein Fahrlehrer, der 70 Fahrschüler ausbildet. Eine Fahrschule? Noch ein Tipp: Im Unternehmen kümmern sich zwei Mitarbeiter ausschließlich um die Vermeidung von Schäden. Eine Versicherung? Weit gefehlt. Wir sind in einer 200 Mitarbeiter starken Spedition. In einer besonders guten.

Seit drei Jahren in Folge belegt die Ritter Logistik GmbH mit dem Haupthaus Langenhagen bei Hannover im Qualitätsranking von 24plus einen der Medaillenträger. Das Regionalhub Norddeutschland von 24plus, das der Spediteur seit 1999 für 24plus betreibt, weist Spitzenleistungen beim Umschlag und der Handling-Qualität auf. Das Haus Magdeburg, ebenfalls 24plus-Partner, ist in nur neun Jahren vom kleinen Betrieb zum Unternehmen mit 65 Mitarbeitern angewachsen.

## Aufgabenfülle

Aber zurück zu Informatikern und Fahrlehrern. Was haben die Berufe mit Spedition und Logistik zu tun? „Spedition ist ein breites Feld“, sagt Andreas Ritter, Chef des 24plus-Partners. Sein Bruder Thomas Ritter fährt fort: „Als Geschäftsführer muss man ganzer Spediteur sein und ein halber Jurist, ein Motivationstrainer, ein Bauingenieur, ein Marketingmensch. Man muss sich mit Fördermitteln auskennen und wissen, wie Banken ticken und die Kontrolleure der BAG vorgehen. Und man braucht Expertenwissen im Unternehmen.“ Daher legt die Spedition Ritter Wert auf gute Ausbildung und besetzt Schlüsselstellen vorrangig mit jungen Leuten, die sich nach der Berufsausbildung zu Verkehrsfachwirten weiterbilden. Außerdem stellt Ritter bei Bedarf Experten ein. Als der Logistiker an die Grenzen des PAS-Speditionssystems stieß, wurde ein Informatiker verpflichtet, der neue Programme entwickelt. Auf Knopfdruck sind nun alle Kundeninformationen abrufbar: Stammdaten, Ausgangsrechnungen,

Vertriebskontakte, selbst die Ergebnisse der Kundenbewertungen, denen sich Ritter turnusgemäß stellt. Außerdem bindet der IT-Fachmann Kundensysteme jedweder Art schnell und unkompliziert an das Speditionssystem an.

## Großer Eigenfuhrpark

Zwei Drittel der 70 Zustellfahrzeuge der Spedition sind Eigenfuhrpark, die Marke mit dem Stern dominiert. Die Fahrzeuge werden vom Hersteller gewartet und alle drei Jahre durch Neufahrzeuge ersetzt. Genauso wichtig wie die Technik ist das Können der Fahrer. Dafür sorgt Uwe Weidemann, Fahrlehrer und Fuhrparkleiter bei Ritter Logistik. Selbst alte Hasen können von ihm dazulernen, wie sie Unfälle verhüten, Ladungen sichern und sorgsamer mit dem Gaspedal umgehen. 7,5-Tonner begnügen sich bei Ritter selbst im dichten Hannoveraner Straßenverkehr oder auf Höhenstrecken im Harz mit 17 Liter Diesel auf 100 Kilometer. „Besser kann man die vorgeschriebenen Schulungen aus dem Berufskraftfahrer-Qualifikationsgesetz nicht in umweltfreundliche und wirtschaftliche Maßnahmen umsetzen“, begeistert sich Thomas Ritter. Zusätzlich werden alle Lkw, sogar die im Nahverkehr eingesetzten, mit Fleetboard überwacht. Die Telematik zeichnet alle Daten auf, den Spritverbrauch, harte Bremsvorgänge, Stopps. Auch wissen Fahrer und Disponenten damit immer über die Lenkzeiten Bescheid, die vorgeschriebenen Ruhepausen können rechtzeitig eingeplant werden. Weitere telematische Systeme werden



genutzt, um Abholaufträge an die Fahrer zu übermitteln.

## Investitionen sparen Geld

Ein neuer Fuhrpark, ausgefeilte IT-Systeme, Schulungsprogramme, Expertenwissen – das verschlingt Unsummen! „Ja“, sagt Andreas Ritter. „Es bringt aber die Qualität, die unsere Kunden erwarten. Deshalb sind wir in der Krise einigermaßen unbeschadet davongekommen – und auch, weil das Unternehmen auf mehreren Standbeinen steht und Netzwerke nutzt.“

Da ist zum einen das europaweite Stückgutnetz von 24plus und zum anderen das 2002 begonnene Luft- und Seefrachtgeschäft im Joint Venture mit Emo-Trans. Beide Netze befruchten sich gegenseitig. So konnte Ritter mit dem 24plus-Netz im Rücken Luftfrachtkunden gewinnen und übernimmt im Gegenzug bei Überseege- schäften die europaweite Verteilung. Im Spezialgebiet Hochlogistik geht Ritter hoch hinaus – und auch damit lässt sich Stückgut akquirieren: Bevor Ritter mit Spezialfahrzeugen Gipskartonwände auf schwindelnde Höhen hievt, werden die Baustoffe als Stückgut übers 24plus-Netz beschafft. Andreas Ritter: „Ein Grund für unsere positive Entwicklung ist 24plus. Die Kooperation bietet uns ein Netz mit hoher Partnersicherheit und starken Produkten.“

## Die ersten vergisst man nie

2011 wird Ritter eine neue Kundengruppe erschließen: Unternehmen mit hohen Umweltzielen. Daimler bringt im nächsten Jahr eine Kleinserie von 50 Hybrid-Lkw auf den deutschen Markt. Ritter Logistik hat sich drei davon gesichert und gehört zu den wenigen Logistikern, die an dem Feldversuch teilnehmen. Die Hybrid-Lkw werden im Nahverkehr eingesetzt, wo sich viel Bremsenergie in Strom für den Elektromotor umwandeln lässt. Die 45.000 Euro an Mehrkosten (je Fahrzeug!) lassen sich dennoch nie und nimmer einspielen. Trotzdem hat sich die Spedition für die Anschaffung entschieden. Andreas Ritter: „Einer muss den Anfang machen – und den ersten vergisst man nie!“



Andreas und Thomas Ritter



Ritter in Langenhagen



Ritter in Magdeburg



Fahrsicherheitstrainings

Driver safety training



# YOU NEVER FORGET YOUR FIRST!



Andreas and Thomas Ritter

This is where a man with a degree in computer science works as a software engineer and trains young people to become IT application specialists and system engineers. Is this a software company? Among the employees is also a driving instructor with 70 learners. A driving school? One more hint: there are two employees who deal with nothing but preventing damages. An insurance company? Far from it. This is a forwarding agency with no less than 200 employees. An especially good one.

For three years in a row, Ritter Logistik GmbH, with its head office in Langenhagen near Hannover, has landed a top three spot in 24plus' quality ranking. 24plus' regional hub Northern Germany, which is operated by the forwarder for 24plus since 1999, shows top performances in handling and handling quality. Within nine years, the house Magdeburg, also partner of 24plus, has grown from a small forwarding agency to a company with 65 employees.

But let us get back to computer scientists and driving instructors. What have these jobs got to do with forwarding and logistics? "Forwarding is a broad field", says Andreas Ritter, head of the 24plus partner. His brother Thomas Ritter goes on: "As managing director you have to be forwarder, lawyer, motivational coach and civil engineer and also know your way around marketing. You have to be familiar with subsidies, know what makes banks tick and how BAG (federal bureau of freight traffic) controllers proceed. And you need expertise." That is why the forwarding agency puts an emphasis on good training and prefers to assign key positions to young people who study to become transport managers after their training. Ritter also employs experts if needed. When the logistician reached the limits of the PAS forwarding system, a computer scientist was brought into the company to develop new programs. At the push of a button, all customer data is now available: master data, outgoing invoices, sales contacts, even the results of the customer evaluation, which Ritter views regularly. Additionally, their IT specialists are able to integrate customer

software of any kind fast and uncomplicated into the forwarding system.

## Large self-owned fleet

Two thirds of the forwarding agency's 70 vehicles are self-owned, Mercedes is the dominating brand. The vehicles are maintained by the manufacturer and replaced by new ones every three years. Just as important as the technology are the skills of the drivers. That is what Uwe Weidemann, driving instructor and head of fleet at Ritter logistics, ensures. Even old hands can learn something from him: how to prevent accidents, secure cargo and treat the gas pedal with care.

7.5 ton vehicles are content with 17 liter Diesel per 100 kilometers, even in the dense Hannover traffic or when travelling over the Harz Mountains. "There is no better way of adhering to the BKrQG, a law that requires drivers to gain further qualifications, than through eco-friendly and economic measures", says Thomas Ritter enthusiastically. Additionally, all trucks used in short-distance goods traffic are monitored by Fleetboard. Telematics records all data: fuel consumption, braking, stops. Thereby, drivers and logistics co-ordinators are always informed about working periods, so that the mandatory rest periods can be scheduled. Further telematics systems are used to communicate collection orders to the drivers.

## Investments save money

A new fleet, sophisticated IT systems, training programs, expertise – that costs huge sums of money! "Yes", says Andreas Ritter. "But it enables us to deliver the quality that our customers expect. That is why we overcame the crisis reasonably unscathed – and also because the company has multiple mainstays and made use of networks." Those would be the Europe-wide LCL network of 24plus on the one hand and the air and sea cargo business as a joint venture with Emo-Trans, started in 2002, on the other hand. The networks are mutually beneficial. Backed by the 24plus network, Ritter was able to win air cargo customers and is taking over the Europe-wide overseas distribution in return.

In acquiring LCL, Ritter is also flying high: before Ritter's special purpose vehicles heave dry wall to dizzying heights, the building materials are obtained as LCL via the 24plus network. Andreas Ritter: "One reason for our positive development is 24plus. This co-operation offers us a network with a high degree of partner reliability und strong products."

## You never forget your first

In 2011, Ritter is going to tap into a new customer group: companies with high ecological goals. Next year, Daimler is putting a small batch of 50 hybrid trucks on the German market. Ritter Logistik has secured themselves three of these and is among the few logisticians taking part in this test run. The hybrid trucks are used in short-distance cargo traffic, where a lot of braking energy can be converted into power for the electric motor. There will be no economic return on the additional costs of 45.000 Euro (per vehicle!), however. Nevertheless, the forwarding agency decided in favor of an acquisition. Andreas Ritter: "Somebody has to be the first – and they're never forgotten!"



Ritter in Langenhagen



Ritter in Magdeburg



Teamwork in der Halle

Teamwork in the hall



**Did you know?**

Langenhagen, head office of Ritter Logistik GmbH, lies at the gates of Hannover. The capital of Lower Saxony is an important economic business location and international trade fair city. This is where the largest computer and industry exhibitions in the entire world take place. The other 24plus location of the company is Magdeburg. The capital of Saxony-Anhalt was considered the city of machine construction during East German times. After the fall of the Berlin Wall, large facilities disappeared, but a lot of smaller companies persisted.

## „ICH BIN EIN MAUER-KIND“

Fortsetzung von Seite 3

um ein halbes Jahr vorgezogenen Abi hatte ich nichts in der Tasche. Studieren wollte ich nicht, also habe ich mich auf jede Stelle beworben. Den Traumberuf Speditionskaufmann wollte ich mir schon abschminken. Verschiedene Logistiker haben mich hingehalten. Dann klingelte Anfang Januar das Telefon, am Apparat die Kunzendorf Spedition. Der Prokurist fragte mich, was ich am 10. Januar vorhätte. An dem Tag sollte ich am Bein operiert werden. Ich sagte das. Der Prokurist fragte mich, ob ich heute Nachmittag Zeit hätte. Ich ging unvorbereitet und mit anderen Sorgen im Kopf hin und machte einen Einstellungstest. Der Prokurist legte mir sofort einen Ausbildungsvertrag vor, ich sollte am 1. Februar anfangen. Ich fragte: ‚Und was, wenn ich von der OP noch nicht fit bin?‘ Der Prokurist sagte: ‚Fangen Sie an, wenn Sie fit sind.‘ Das hat mich beeindruckt. ☺☺

**Über Karriere:** *Gleich im Anschluss seiner auf zwei Jahre verkürzten Lehrzeit wird Bienek Leiter Rechnungswesen und stellt den ersten Computer in der Spedition auf. Über die Stationen des stellvertretenden Speditionsleiters und Speditionsleiters wird er 1985 Handlungsbevollmächtigter und Assistent der Geschäftsleitung. Diese erteilt ihm 1989 Prokura. Als Prokurist leitet er die kaufmännische Verwaltung des Gesamtunternehmens und die Niederlassung Berlin. 1990 tritt Bienek als Kommanditist in das Unternehmen ein, 1997 wird er Geschäftsführer und übernimmt schrittweise von den Alteigentümern weitere Anteile.* ☺☺Die Laufbahn war nur möglich, weil meine Chefs meine Leistung nicht nur erkannt, sondern auch anerkannt und gefördert haben und bereit waren, mich am unternehmerischen Risiko und am unternehmerischen Erfolg zu beteiligen. Dieses Führungsprinzip will ich fortführen. Spediteur ist ein Beruf mit hoher Leistungs-

beanspruchung. Viel Druck kommt von außen. Da ist es schlecht, wenn zusätzlich unnötiger Druck von innen aufgebaut wird. Unser Unternehmen lebt davon, dass junge Mitarbeiter schnell in Verantwortung hineinwachsen, ohne Überforderung erleben zu müssen. Leistung und Verantwortung muss honoriert werden, durch Geld, durch Anerkennung und langfristige Perspektiven. ☺☺

**Über das Teilen:** *Was würde passieren, wenn bei der Spedition Kunzendorf heute ein ähnlich ambitionierter und talentierter Azubi anfangen würde? Könnte auch er nach 30 Jahren Chef sein?* ☺☺Eine Nachfolge innerhalb der Familie ist denkbar, mein Sohn Dustin jobbt neben seinem Abitur in der Firma. Ich bin 48 und will noch nicht aufhören. Wenn sich mein Sohn für die Spedition entscheidet, dann ohne Druck und unter der Voraussetzung, dass wir eine Lösung finden, die den Ambitionen der Führungskräfte und des Führungs-

nachwuchses im Unternehmen gerecht wird. ☺☺

**Über Erfahrung:** *Als wichtigste unternehmerische Qualität sieht Bienek Beständigkeit und Verlässlichkeit.*

☺☺Jeder will heute den anderen mit noch mehr Dynamik übertrumpfen. Je erfahrener ich werde, desto wichtiger wird mir Beständigkeit. Ich weiß, wie sehr unsere Kunden, Mitarbeiter und Partner Verlässlichkeit schätzen. Unsere Kunden gehen nicht gleich fremd, wenn Speditionskonzerne mit Sonderpreisen wedeln. ☺☺

**Über 24plus:** *1998 wurde Bienek in den geschäftsführenden Beirat und nach der Umstellung der Organisation 1999 in den Aufsichtsrat gewählt. Seit 2001 ist er Sprecher des Aufsichtsgremiums.*

☺☺24plus hat sich beständig entwickelt. In der Wirtschaftskrise haben wir alle verloren: Kunden, Umsätze, Erträge. Aber unser Netz ist stabil. Anders als in anderen Kooperationsnetzen musste kein Partner wegen der Krise aufgeben. ☺☺

Continued from page 3

## “I AM A CHILD OF THE BERLIN WALL”

mind and took an aptitude test. I was offered a training contract right away, starting February 1st. I asked: ‘What if I haven’t recovered from the operation yet?’ He said: ‘Start when you are well again.’ That impressed me. ☺☺

**About his career:** *Right after his apprenticeship, which was shortened to two years, Bienek becomes head of accounting and sets up the company’s first computer. After becoming assistant head of forwarding and head of forwarding he is granted limited commercial authority and becomes executive assistant, receiving power of procuration in 1989. As an authorized officer, he leads the commercial administration of the company as well as the Berlin branch. In 1990, he enters the company as a limited partner, becomes managing director in 1997 and gradually assumes further shares from the previous owners.*

☺☺My career was only possible because my bosses not only recognized my performance, but also encouraged me and let me have a share in business

risks and successes. This is the leadership principle I want to pursue. Being a forwarder is highly demanding job with lots of exterior pressure. Therefore, it is harmful to build up additional pressure from inside. Our company thrives on having young employees becoming responsible quickly without being overstrained. Performance and responsibility need to be rewarded, by means of money, recognition, and long term perspectives. ☺☺

**On sharing:** *What would happen if a similarly ambitious and talented trainee were to start at Kunzendorf today? Could he become managing director within 30 years?*

☺☺A succession from within the family is conceivable. Alongside high school, my son Dustin is temping at the company. I am 48 years old and do not want to quit yet. I do not want to pressure my son into working for the company, but if he does, we will have to find a solution that suits the ambitions of the company’s executives and junior executives. ☺☺



Bild: istockphoto

**About experience:** *Olaf Bienek sees consistency and reliability as the most important corporate qualities.*

☺☺These days, everybody wants to overtrump everyone else with even more dynamics. The more experienced I get, the more important consistency is to me. I know how highly our customers, employees and partners value reliability. We do not lose our customers just because competitors offer them preferential rates. ☺☺

**About 24plus:** *In 1998, Bienek was elected to the executive council. After the restructuring of the organization, he was elected to the supervisory board in 1999. He has been spokesman for the supervisory board panel since 2001.*

☺☺24plus has developed consistently. During the financial crisis, we lost everything: customers, revenues and turnover. But our network is solid. Unlike other co-operation networks, none of our partners had to close down. ☺☺

# Leistung muss sichtbar sein

**Kommunikation ist etwas Vertracktes.** Jeder macht es, den ganzen Tag lang. Der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick kam sogar zur Erkenntnis, dass man nicht *nicht* kommunizieren kann. Sobald sich zwei Menschen wahrnehmen, kommunizieren sie miteinander, selbst wenn der eine schweigt oder gar nichts tut. Ruft der Kundenbetreuer nicht wie versprochen zurück, kommt beim Kunden sehr wohl eine Botschaft an: „Der ignoriert mich absichtlich und hat wohl etwas Besseres zu tun!“

Gerade aber weil jeder ganz natürlich kommuniziert, verschwenden die Wenigsten einen Gedanken darauf, was Kommunikation ist, was sie vermag, wie sie wirkt und was sie braucht. Medien zum Beispiel. Medien sind weit mehr als die bekannten Massenmedien, also Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen oder das Internet. Zum Beispiel zählt in der Kommunikationswissenschaft auch die Sprache zu den Medien. Und damit wird klar: Wer sich nicht medial ins Gespräch bringt, bleibt unsichtbar und wird nicht gehört – weder von Kunden, noch von Interessenten, Mitarbeitern, Bewerbern, der Politik und der Gesellschaft.

Dieses Los der geringen Medienrelevanz wird insbesondere der Logistik zuteil. Sie ist in Deutschland der dritt wichtigste Wirtschaftszweig, stellt über 2,5 Millionen Arbeitsplätze und erreichte im Jahr 2009 nach Angaben des Fraunhofer SCS 218 Milliarden Euro Umsatz. Mehr noch: Nach einer aktuellen Studie der Weltbank ist Deutschland der leistungsfähigste Logistikstandort der Welt. Trotzdem findet Logistik in der breiten Öffentlichkeit nicht statt und nur selten gelingt es Logistikern, ihre Geschichten über die einschlägigen Fachmedien hinaus zu verbreiten.

## Workshops für 24plus-Kommunikatoren

24plus kann sich über ein durchaus beachtliches Medienecho erfreuen. Die Aktivitäten zielen insbesondere auf die europäische Fachpresselandschaft. Hier weist die Veröffentlichungsstatistik im Jahr 2009 insgesamt 142 Veröffentlichungen auf, eine Zahl, die gut ein Drittel höher liegt als im Vorjahr und mit der 24plus im Vergleich mit anderen großen Logistikkooperationen sehr gut besteht. „Wir merken in Gesprächen mit Verladern, dass diese gut über die Presse über uns informiert sind. Von unserer Medienpräsenz profitieren das Netzwerk als Ganzes und auch die Aktivitäten unserer Partner“, erklärt 24plus-Geschäftsführer Peter Baumann.

Auch besteht reges Interesse der Partner, ihre eigene Unternehmenskommunikation auszubauen und zu professionalisieren. Daher bereitet 24plus



*Nicht erst heute wird, wie uns dieses Bild aus dem Frühbarock zeigt, mit drastischen Mitteln gearbeitet, um Botschaften zu vermitteln. Im Frühbarock waren viele Menschen Analphabeten. Im Internetzeitalter werden sie es wieder – oder sie verhalten sich beim Medienkonsum wieder so, als ob sie nicht lesen könnten. Umso wichtiger sind heute Bilder mit **Nachrichtenelementen**. Das barocke Bild hat viele: **Kampf, Drama, Konflikt** sind sichtbar. Auch **Folgenschwere** kommt vor, wie der bibelfeste Betrachter weiß: Judith rettet durch den Mord am feindlichen Feldherrn Holofernes ihr Volk. **Sex** spielt ebenso eine Rolle, die beiden verbrachten vor der Tat die Nacht miteinander. (Bild: akg-images/Pirozzi)*

## Checkliste: Nachrichtenelemente

Schon einmal nachgedacht, warum der eine Presse-Text von den Medien besser aufgenommen wird als der andere? Oft liegt es nicht an der Formulierung, sondern an den Nachrichtenelementen. Der Zeitungswissenschaftler Carl Warren beschrieb diese erstmals im Jahr 1932 in seinem Buch „Modern News Reporting“ – und bis heute hat seine These Bestand: Je mehr Nachrichtenelemente ein Text oder ein Bild beinhaltet, umso eher wird der Journalist das Material veröffentlichen.

### 1. Aktualität

Medien sind aktuell. Welcher Leser interessiert sich dafür, was vor zwei Monaten bei Ihnen passiert war?

### 2. Nähe des Ereignisses zum Leser

Wenn der sprichwörtliche Sack Reis in China umfällt, ist das weit weg vom Leser und seiner Lebenswelt.

### 3. Folgenschwere

Auch hier: Wenn der sprichwörtliche Sack Reis in China umfällt, hat das für uns keine Folgen.

### 4. Öffentliche Bedeutung, Prominenz

Laden Sie Paris Hilton zu sich ein und die Blätter sind voll damit. Aber Achtung: nur mit Paris Hilton, nicht mit Ihrer neuen Speditionsanlage!

### 5. Dramatik

Deshalb sind die Medien so interessiert an Mord und Totschlag – und Lkw-Unfällen.

### 6. Kampf, Konflikt

Das muss nicht immer negativ sein. Für den Kampf des Fahrers gegen Winterskälte und Frost spendiert eine Tageszeitung, vorausgesetzt, Ihr Material ist gut aufbereitet, gerne eine Drittelseite.

### 7. Kuriosität

Ein Storchenpaar nistet auf Ihrem Speditionsdach? Sie transportieren Grabungswerkzeuge für eine archäologische Ausgrabung? Bei Ihnen arbeiten sieben Brüder? Rufen Sie die Zeitung an!

### 8. Liebe, Sex

Ein starkes Nachrichtenelement, das in der PR-Arbeit trotzdem nichts verloren hat.

### 9. Gefühl

Viele Journalisten sind Zyniker. Sie wissen: Leser sind gefühlig. Deshalb und nur deshalb werden Ihre Sponsoring-Geschichten veröffentlicht.

### 10. Fortschritt

Das schwächste aller Nachrichtenelemente – auf das in der Unternehmenskommunikation trotzdem alle schielen, die „seriös überkommen“ wollen. Es bleibt trotzdem: das schwächste Nachrichtenelement.

zusammen mit der langjährigen Kommunikationsagentur H zwo B und weiteren Partnern für den Herbst 2010 eine Workshop-Veranstaltung für die Kommunikatoren im 24plus-Verbund vor. Auf dem Programm stehen Themen wie Pressearbeit, Marketingkommunikation und Markenpflege sowie klassische Werbung. Ein Schwerpunkt soll auf dem Zusammenhang zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Corporate Identity liegen: Schließlich sollte der Außenauftritt mit der inneren Verfassung des Unternehmens übereinstimmen und sich beides auch im Verhalten der Mitarbeiter widerspiegeln. Zusätzlich müssen durchgängige Wiedererkennungsmerkmale geschaffen werden: also der Fahrer in Unternehmensbekleidung oder ein konsistentes Corporate Design der Lkw. Neben der Wissensvermittlung durch interne und externe Referenten sollen sich die Kommunikationsverantwortlichen über gelungene und weniger gelungene Kommunikationsaktivitäten austauschen und langfristig ein Netzwerk bilden. Das Workshop-Programm und die Termine erhalten die 24plus-Partner per Rundschreiben im Sommer. Themenvorschläge können bis dahin per E-Mail an Systemzentrale@24plus.de und info@h-zwo-b.de eingereicht werden.

## Nachgefragt bei Hans Pöllmann, Geschäftsführer der H zwo B GmbH

### Herr Pöllmann, was tun Logistiker für ihre Sichtbarkeit?

Pöllmann: Zu wenig. In jedem Fertigungsunternehmen mit 100 Beschäftigten gibt es jemanden, der sich hauptamtlich mit Kommunikation, Marketing, Vertriebsunterstützung beschäftigt. In der Logistik ist das anders. Erklärbar wird das durch die geringen Gewinnmargen der Logistiker. Trotzdem bleiben sie hinter anderen Branchen zurück, was auf die Sichtbarkeit der Speditionsunternehmen und auf die Sichtbarkeit der gesamten Logistikbranche negativ zurückfällt.

### Was sollten Logistikanbieter Ihrer Meinung nach dagegen tun? Leute einstellen?

Wenn es geht, ja. Aber das allein hilft nicht. Oft sind die Kommunikationsaktivitäten der Logistiker komplett überlagert von kurzfristigen Vertriebsinteressen und die Erwartungen sind viel zu hoch. Beispiel Pressearbeit. Ich habe noch nie ein Produkt gekauft, nur weil ich darüber in der Zeitung gelesen habe. Wenn ich aber mehrfach über ein Unternehmen etwas Gutes und Interessantes erfahre, verfestigt sich ein Bild, dass dieser Anbieter erstens medienrelevant und zweitens seriös ist – und flugs überspringt dieses Unternehmen bei mir eine geistige Schwelle. Sichtbarkeit ist ein Wert an sich.

### Wie erreichen Logistiker diese Sichtbarkeit?

Sie sollten quantitativ noch weniger tun als heute, dafür aber qualitativ aufrüsten und, Stichwort Corporate Identity, vor allem versuchen, in der Öffentlichkeit ein stimmiges, abgerundetes und zum Unternehmen passendes Bild mit durchgängigen Wiedererkennungsmerkmalen abzugeben.

### Ein Beispiel, wo das nicht geklappt hat?

Ein Logistiker legt mit großem Aufwand eine Unternehmensbroschüre auf, es wird professionell fotografiert und gemacht und getan und jedes Wörtlein auf die Goldwaage gelegt. Mit der Broschüre und einem Mailing wird ein Interessent gewonnen, der erwartungsfroh zu einem Termin kommt. Der potenzielle Kunde muss ein paar Minuten warten und

liest, weil ihm langweilig ist, am Schwarzen Brett der Spedition einen harschen Aufruf der Geschäftsleitung über Schlampereien im Sicherheitsbereich, die gefälligst abgestellt gehören. Das vorher mühsam in der Unternehmensbroschüre aufgebaute Bild bricht in sich zusammen. Das Geld dafür war für die Katz.

### Sollte man besser keine Broschüren machen – oder Aushänge vor dem Kunden verstecken?

Das ist beides keine Lösung. Der Kunde kann durch viel mehr abgeschreckt werden: durch das Telefonverhalten in der Zentrale, die Lautstärke und den Tonfall der Gespräche in der Halle, den Geruch aus dem Sozialraum. Deshalb geht das geforderte stimmige Bild weit über die Marketingkommunikation hinaus und ist letztendlich eine Führungsaufgabe im Unternehmen. Was den Aushang angeht: Der lässt sich höflich und motivierend formulieren. Und die Broschüre lässt sich glaubwürdig gestalten.

### Und wo hat es mit dem runden Bild geklappt?

Es klappt oft, und dafür braucht man kein Marketingstudium, gesunder Menschenverstand reicht. Wenn ich mein Auto übers Internet verkaufe, wasche ich den Wagen, bevor ich ihn fotografiere und das Bild ins Netz stelle. So bekomme ich mehr Geld dafür. Wenn ich das Image einer Spedition verkaufen will, in der Werbung oder als Pressebild, sollte ich dafür sorgen, dass die Autos vor dem Fototermin gewaschen sind. Wenn ich es dann noch schaffe, dass die Fahrzeuge im Straßenbild nicht unangenehm auffallen, ist das ein Gewinn.

### Wenn gesunder Menschenverstand reicht, wofür braucht es dann Agenturen?

Sie besitzen das technische Rüstzeug für die Umsetzung und verfügen über die nötige Kenntnis über Formate, Medien und Prozesse der Kommunikation. Gute Agenturen sind überdies Ideenlieferanten und Sparringspartner. Man erkennt sie daran, dass sie sich trauen, zum Kunden auch einmal ein klares Nein zu sagen. Obwohl mir eine Agentur gehört, sollte man Agenturen nicht überschätzen. In unserer eigenen Öffentlichkeitsarbeit versagen wir komplett. Oder haben Sie schon jemals etwas Tolles über eine Agentur in der Zeitung gelesen?



# Be visible

**Communication is a peculiar thing.** Everybody does it, day in and day out. Communication scientist Paul Watzlawick even came to the conclusion that it is impossible not to communicate. As soon as two people perceive each other, they are communicating, even when one of them is silent or inactive. When customer service does not return the call, the customer is bound to think: "He or she has got something better to do and is ignoring me on purpose!"

Precisely because we communicate naturally, few people think about what communication actually is, what it does, how it is perceived and what it needs. Take media, for instance. Media is far more than mass media, meaning newspapers, magazines, television or the internet. In communication science, for instance, language also belongs to media. That means: Whoever does not make themselves heard stays invisible – to clients, prospective buyers, employees, applicants, politics and society.

The lot of low media presence is especially true for logistics. It is Germany's third most important economic sector, provides 2.5 million jobs, and, according to Fraunhofer SCS, had a turnover of 218 billion Euros in 2009. But there is more: a current study of the World Bank shows that Germany is the most productive logistics location in the world. Even so, logistics is excluded from the general public. Only on rare occasions do logisticians manage to make their stories heard outside of specialty media.

## Communication workshops for 24plus

24plus is pleased with its substantial media feedback. The activities are largely directed at the European specialized press. Statistics show 142 publications in 2009, a third more than the previous year. In comparison to other logistics co-operations, 24plus fares very well with this number. "When talking to customers, we notice that they are well informed about us through the press. Our whole network as well as our partners profit from our media presence", illustrates Peter Baumann, managing director of 24plus.

There is also active interest on behalf of the partners in increasing and professionalizing their own business communications. For this reason, 24plus is preparing a workshop for employees of the 24plus network who deal with communication. The workshop is set to take place in the fall of 2010, in co-operation with long-time partner H zwo B publicity agency and others. The program includes press work, marketing communications, brand management as well as classic advertising. A focal point is going to be on the relationship between public relations and corporate

identity: the public image should mirror the interior composition of the company and be reflected by employee behavior. Additionally, key distinguishing features have to be established, meaning the uniformed driver or a consistent corporate design of the trucks. Aside from knowledge transfer on behalf of internal and external referents, those responsible for communications are to exchange opinions about successful and unsuccessful communication activities and, in the long run, establish a network. 24plus partners will receive the workshop programs and its dates via circulation letter in the summer. Until then, topic suggestions can be sent to Systemzentrale@24plus.de and info@h-zwo-b.de.



## Checklist: News elements

Ever thought about why one press release is better absorbed by the media than another? Oftentimes, it has nothing to do with the wording, but with news elements. Newspaper scientist Carl Warren was the first to describe these in his 1932 book „Modern News Reporting“. His thesis continues to hold today: The more news elements a text or an image contains, the more likely a journalist is to publish the material, because news elements are what keeps the reader attentive.

### 1. Timeliness

Media are current. Which reader is going to be interested in events that took place two months ago?

### 2. Proximity

If the proverbial sack of rice were to topple over in China, this would be very far away from the reader's everyday life.

### 3. Consequence

Same thing: if the proverbial sack of rice topples over in China, this has no consequences for us.

### 4. Prominence

Invite Paris Hilton and the papers are going to be filled with it. But beware: only with Paris Hilton, not with your new forwarding facility!

### 5. Drama

That is why the media is so interested in blood and thunder – and truck accidents.

### 6. Conflict

This does not always have to be negative. A daily newspaper will provide, free of charge, a third of a page to cover the driver's struggle against cold and frost, provided that your material is well-edited.

### 7. Oddity

A stork couple is nesting on your forwarding roof?  
You are transporting tools for an archaeological dig?  
You have seven brothers working for your company?  
Call the newspaper!

### 8. Love, sex

A strong news element that has no place in business communications.

### 9. Feelings

Many journalists are cynics. They know that readers are sensitive. That is why your sponsoring stories get published.

### 10. Progress

The weakest news element of them all. Nevertheless, anyone in business communication who wants to come across as „serious“ leans at it. Even so, it remains the weakest news element.



*It should not be forgotten that news elements do not only apply to text, but to images as well. The picture to the left merely illustrates a man's struggle with the wind, quite contrary to the historical painting on page I, which is bursting with news elements.*

*During the early baroque, when this picture was painted, many people were illiterate. In the internet era, they are becoming illiterate again – or rather, in terms of their media consumption, are acting as if they were. Today, images that contain **news elements** are important. The baroque painting has lots of them: **fighting, drama and conflict** are visible. Moreover, the pious observer can see **consequence**: by killing the enemy general Holofernes, Judith saves her people. **Sex** also plays a part, because the two spent the night that preceded the killing together.*

## Inquiring with Hans Poellmann, managing director of H zwo B GmbH

### Mr. Poellmann, what do logisticians do about their visibility?

Too little. In every manufacturing company with 100 employees there is someone who deals with communication, marketing, and sales support full-time. That is not the case in logistics. This is due to the small profit margins of logisticians. Nevertheless, they remain behind other lines of business. This has negative consequences for the visibility of forwarding companies and the visibility of the logistics sector as a whole.

### In your opinion, what should logisticians do? Hire people?

If possible, yes. But that is not enough. Communication activities are oftentimes completely overlaid by short term sales interests and expectations that are too high. Press work, for instance. I have never bought a product because I read about it in a newspaper. However, if I continuously hear positive and good things about a company, an image of a serious and media relevant provider solidifies – and this company quickly jumps over my mental barrier. Visibility is a value in itself.

### How can logisticians achieve this visibility?

They should do less quantitatively, but improve qualitatively and, keyword corporate identity, strive to achieve a coherent public image that fits the company and includes its key distinguishing features.

### An example where this didn't work?

With great effort, a logistician publishes a brochure. Photographs are being done professionally and everything is taken to heart. The brochure and a mailing manage to win the interest of a prospective buyer who shows up for an appointment, full of expectation.

The potential customer has to wait for a few minutes and reads, because he is bored, a harsh appeal from the management to contain sloppiness in security on the notice-board. The image that had previously been established through the brochure breaks down. The money spent on it was wasted.

### Is it better not to make brochures – or to hide notices from the customer?

Both are not a solution. The customer can be deterred by many other things: attitudes of telephonists, volume and tone of voice in the hall, smell protruding from the staff room. That is why the requested coherent image goes far beyond marketing communication and is ultimately an executive function. As far as notices are concerned: these can be formulated in a polite and motivating manner, and the brochure can be designed authentically.

### And where did the coherent image work?

It often works, and you don't need a degree in marketing, common sense is enough. If I sell my old car on the internet, I clean it before taking a picture and putting it online. That way, I get more money. If I want to sell the image of a forwarding agency, in advertising or as a press image, I need to make sure that the cars are washed before the appointment with the photographer. If I can then also manage for the vehicles to not look unpleasant in the street picture, that is a benefit.

### If common sense is enough, why are agencies necessary?

They have the technical skills for the realization and are knowledgeable about formats, media, and processes of communication. Moreover, good agencies provide ideas and are sparring partners. You can

recognize them by the fact that they, on occasion, dare to say no to a customer. Even though I own an agency, agencies should not be overestimated. We completely fail in our own public relations. Or have you ever read anything great about an agency in the newspaper?

### IMPRESSUM / IMPRINT

H zwo B GmbH  
Schorlachstr. 27  
91058 Erlangen  
Deutschland/Germany  
Telefon: +49 (0) 91 31 8 12 81-0  
Telefax: +49 (0) 91 31 8 12 81-28  
info@h-zwo-b.de  
www.h-zwo-b.de  
Geschäftsführer und V.i.S.d.P.: Hans Pöllmann

## NEUE MASCHEN FÜRS NETZ

Der rege Austausch stand im Mittelpunkt des Europatags von 24plus. Über 100 nationale und internationale Systempartner trafen sich zu der zweitägigen Veranstaltung in Kassel, die 2010 unter dem Motto „One Europe. One Network.“ stand.

Bei Länderforen und der Gesprächsbörse konnten sich die 24plus-Kollegen in Diskussionsrunden und Einzelgesprächen gegenseitig austauschen. „Das Angebot zu individuellen Gesprächen wurde rege angenommen“, sagt 24plus-Europakoordinatorin Claudia Lehmann, die sich beim Europatag ebenfalls als ein neues Mitglied der 24plus-Familie vorstellte. Abgerundet wurde die zweitägige Veranstaltung durch mehrere Fachvorträge. Prof. Dirk Lohre von der Fachhochschule Heilbronn sprach über die Rahmenbedingungen für europäische Systemverkehre, Peter Baumann zeichnete ein Zukunftsbild für 24plus und Finanzwirtin Sandra Fischer referierte zum Zugelassenen Wirtschaftsbeteiligten.

Das Fazit aller Beteiligten fiel positiv aus, Claudia Lehmann kann das nur bestätigen: „Der nahe und vor allem persönliche Kontakt zwischen den Partnern stärkt den Partnerschaftsgedanken im Netzwerk ungemein.“

### Assoziierte Partner für Südosteuropa

Neben frisch geknüpften Kontakten konnten die Teilnehmer aber auch eine wichtige Neuigkeit mit nach Hause nehmen. Der Europatag war der geeignete Rahmen, um die beiden assoziierten Partner für Rumänien und Bulgarien als neue Maschen

im Kooperationsnetz zu präsentieren. Die **Somat AG** verstärkt seit



1. April die Kooperation als Bulgarien-Partner. Das Distributionslager in Sofia wird über Gateverkehre fünfmal die Woche vom Willi Betz-Standort Reutlingen, nationaler 24plus-Partner und Mehrheitseigentümer der Somat AG, angesteuert. Zum gleichen Zeitpunkt übernahm für Rumänien die **KLG Europe Logistics S.R.L.** die Distribution. In Rumänien ist KLG Europe neben dem Logistikzentrum in Bukarest an weiteren fünf Standorten präsent. Bukarest wird täglich vom KLG-Hauptsitz im niederländischen Venlo angefahren. „Mit den beiden neuen Partnern erreichen wir eine flächige Abdeckung der beiden südosteuropäischen Staaten“, erklärt 24plus-Geschäftsführer Peter Baumann. „Bulgarien und Rumänien nehmen eine Schlüsselstelle zwischen der EU, dem Balkan und den GUS ein.“



## NEW LINKS FOR THE NETWORK

Active exchange was at the center of the 24plus Europe Day. More than 100 national and international system partners met at the two-day event in Kassel, which took place under the motto “One Europe. One Network.”

24plus colleagues were able to exchange thoughts in roundtable discussions in national forums as well as one-on-one with the representatives of the international partners of 24plus. “The offer of individual talks was well-received”, says Claudia Lehmann, Europe co-ordinator for 24plus, who also introduced herself as a new member of the 24plus family at the Europe Day. The two-day event was rounded off by many specialized lectures. Prof. Dirk Lohe from the University of Heilbronn talked about the framework of European scheduled cargo traffic, Peter Baumann spoke about the future of 24plus and financial consultant Sandra Fischer gave a lecture on Authorized Economic Operators (AEO).

### Strong partnerships

All participants drew positive conclusions. Claudia Lehmann confirms this: “Close and, more importantly, personal contact between the partners tremendously strengthens the

network’s partnerships.” In addition to newly made contacts, the participants also took home an important piece of news. The Europe Day was the right setting to present the associated partners for Romania and Bulgaria as new links of the co-operation network. As of April 1st, the **Somat AG** strengthens the co-operation as its partner for Bulgaria.

Via gate operation, the stocking distributor in Sofia receives consignments five times a week from the Willi Betz location Reutlingen, national partner of 24plus and controlling shareholder of the Somat AG. At the same time, **KLG Europe Logistics S. R. L.** assumed the distribution for Romania. Aside from the logistics center in Bucharest, KLG Europe has five other locations in Romania. Every day, Bucharest receives consignments from the



KLG head office located in Venlo, the Netherlands. “With these new partners, we will reach full geographical coverage of these two South Eastern European countries”, explains Peter Baumann, Managing Director of 24plus. “Bulgaria and Romania are taking on a key role in regards to economic relations and geographical accessibility between the European Union, the Balkan states and the CIS.”

## European Affairs

Seit Oktober 2009 ist sie an Bord: Claudia Lehmann, zuständig für Europa bei 24plus. Ihr Eindruck von den ersten Monaten? „Sehr abwechslungsreich“, sagt die 25-Jährige. „Jeder Arbeitstag bringt etwas Neues für mich. Und das ist gut so!“ Dazu zählten bis jetzt die Organisation des Europatages und die Anbindung der zwei neuen assoziierten Partner für Rumänien und Bulgarien. Aktuell arbeitet sie an der Integration des webbasierten Handbuchs. Auf internationalem Parkett zu agieren, ist für die Europakoordinatorin nichts Neues: Nach ihrer Ausbildung als Seeschiffahrtskauffrau und dem begleitenden BWL-Studium mit Schwerpunkt Verkehrsbetriebslehre arbeitete sie ein Jahr in England bei einem Softwareunternehmen.



## European Affairs

She has been on board since October 2009: Claudia Lehmann, responsible for 24plus Europe. Her impression after a few months? „Very diverse“, says the 25 year-old. “Every day of work has something new in store for me. And that’s a good thing!” So far, her work has yielded her the organization of the European Conference and the integration of two new associated partners for Romania and Bulgaria. She is currently working on integrating the web-based handbook. Operating on an international level is nothing new for the Europe coordinator: After her training in sea transport and her accompanying business studies with a specialization in traffic management, she worked for a British software company.

## KLAR FÜRS CLEARING

International ist es bereits erprobt, national steht der Startschuss kurz bevor: Das Frachtclearing für Deutschland soll bei 24plus noch vor dem Sommer 2010 in den Echtbetrieb gehen. „Die Beta-Testphase ist beinahe abgeschlossen, letzte Fehlerkorrekturen sind durchgeführt und ein paar Schulungen stehen noch aus“, sagt Ludger Rumker, Qualitätsmanager bei 24plus, zur Integration des neuen Abrechnungstools. Mit dem nationalen Frachtclearing können die deutschen 24plus-Partner Forderungen gegenseitig aufrechnen. Alle Sendungen werden automatisch und zentral über 24plus abgerechnet, der Partner bekommt das Rechnungsdokument als PDF direkt



### CLEARING GETS THE GO AHEAD

It has been tried and tested internationally, now the national go ahead is imminent: freight clearing for Germany is going to go live at 24plus even before the summer of 2010. „Beta testing is nearly finished and the final corrections have been made, only a few instructional courses are still outstanding“, says Ludger Rumker, Quality Manager at 24plus, about integrating the new clearing tool. With national freight clearing, German 24plus partners can total outstanding claims between each other. Consignments are automatically cleared at 24plus, while the partner receives the invoice as a PDF document directly from the system – with the appropriate logo and the correct invoice number.

Compared to international freight clearing, which has successfully been in use since 2004, national freight clearing is far more complicated: „Rates are more diverse and consignment volume is much larger on the national level“, explains Rumker.

aus dem System – mit passendem Logo und richtiger Rechnungsnummer.

Das nationale Frachtclearing ist im Vergleich zum internationalen für grenzüberschreitende Sendungen, das bereits seit 2004 erfolgreich im Einsatz ist, deutlich komplexer: „Die Tarifvielfalt und vor allem das Sendungsvolumen sind national sehr viel größer“, erklärt Rumker. „Das System ist also auf Massenverarbeitung ausgelegt.“

„Das Handling ist sehr gut. Ich erwarte mir zukünftig ein schnelleres Abarbeiten der Aufträge und weniger Unstimmigkeiten zwischen den Partnern.“ **Yvonne Andexer**, EDV-Beauftragte bei der Spedition Eischeid in Heiligenhaus.

„Eine gründliche Testphase ist wichtig, um alle Kinderkrankheiten zu beheben. Wenn das nationale Frachtclearing läuft, können wir auf Änderungen von Sendungsdaten viel schneller reagieren.“ **Andrea Schwarz**, zuständig für die Abrechnung bei der Gustke Spedition in Rostock. ■



„Therefore, the system is designed for bulk processing.“

„Handling is excellent. I expect improved order processing and fewer inconsistencies between the partners.“ **Yvonne Andexer**, responsible for IT at the forwarding agency Eischeid in Heiligenhaus.

„Thorough testing is tremendously important in order to deal with all teething troubles. When the national freight clearing is up and running, we will be able to respond to changes in consignment data much faster.“ **Andrea Schwarz**, responsible for clearing at the forwarding agency Gustke in Rostock. ■



## GEEHRTE PIONIERE

Zwei zehnjährige Jubiläen gibt es bei 24plus zu feiern – ein Beleg für gute Perspektiven und ein prima Betriebsklima, immerhin wurde 24plus 1996 gegründet und ist als Unternehmen erst 14 Jahre aktiv.

An seine ersten Audits vor zehn Jahren erinnert sich QM-Beauftragter Ludger Rumker noch gut, wie auch an seine ersten Einsätze bei der Aufnahme neuer Partner. „Als Pracht Stadtallendorf, heute Kühne+Nagel, im Sommer 2001 dazukam, waren wir mit der Schulung in drei Stunden fertig“, erzählt Rumker. „Zwischenzeitlich ist durch IT-gestützte Prozesse alles effizienter, aber auch komplexer geworden. Bei der Aufnahme des Partners Hansa-Barth in München investierten wir zwei Mannwochen an Schulung – wobei der Partner ein umfassendes Wissen über Stückgutnetze hatte und

wir nur kooperationspezifische Dinge behandeln mussten.“ Sehnt sich Rumker in die gute alte Zeit zurück? „Eher nicht. Ich weiß noch, wie wir uns früher Briefe schrieben und wenn es schnell gehen musste ein Telefax. Und: Früher war ich der Kontrolleur. Heute geben wir den Kollegen vor Ort wichtige Unterstützung.“

Zweite Jubilarin ist Hubdisponentin Elke Schmidt. „Die Hubdisposition ist ein ständig wachsendes Aufgabenfeld“, sagt sie. „Deshalb arbeiten wir mit immer moderneren Werkzeugen.“ Trotz Schichtdienst macht ihr der Job nach wie vor Spaß. Was in den zehn Jahren gleich geblieben ist? „Nette Kollegen. Dass Hand in Hand gearbeitet wird. Die Herausforderung, nicht stehenzubleiben“, meint Elke Schmidt. „Andere Logistiker mussten runterfahren, 24plus expandiert weiter.“ ■

### DEAR PIONEERS

There are two ten-year anniversaries to be celebrated at 24plus this year – evidence for good perspectives and a topnotch working atmosphere. After all: 24plus was founded in 1996 and has thus only been active for 14 years.

QM Ludger Rumker still remembers his first quality audits, as well as the first partners he acquired on his own. „When Pracht Stadtallendorf – today Kuehne+Nagel – joined us in the summer of 2001, employee training took a mere three hours“, recounts Rumker. „In the meantime, IT supported processes have made everything more efficient, but also more complex. When Hansa-Barth (Munich) became a partner, we invested two man weeks of training – despite the fact that this partner had comprehensive knowledge about LCL nets and we only had to deal with co-operation specific things.“ Does Rumker sometimes miss the good old times? „Not really. I still remember how we wrote letters and, if we had to be quick, a telefax. And: I used



Gekramt im Bildarchiv aus dem Jahr 2000 ...

Rummaging around in the picture library of the year 2000 ...

to be the controller. Now we locally provide our colleagues with the support they need.“

The second celebratee is Hub Dispatcher Elke Schmidt. „Hub Dispatching is a constantly growing field“, she says. „That is why we are always using the most up to date equipment.“ Despite shift work, she still likes her job. What has not changed during the past ten years? „Nice colleagues and the good feeling that comes with working together closely. The challenge of not standing still“, believes Elke Schmidt. „Other logisticians are having to downsize, 24plus is expanding.“ ■

# MÜNCHNER G'SCHICHTEN



## MUNICH STORIES

Der Umzug in eine neue Anlage ist ein Meilenstein in der Geschichte jeder Spedition und ein logistisches Großprojekt. Die Hansa-Barth GmbH scheute den Aufwand einer Betriebsverlagerung nicht und zog im Februar 2010 aus dem Münchner Stadtgebiet in eine Anlage in Unterschleißheim. Hintergrund der Aktion: Die Spedition ist seit dem 1. März neuer 24plus-Partner und braucht weitere Kapazitäten.

Die Hansa-Barth GmbH, eine Tochtergesellschaft der Barth Logistikgruppe mit Sitz in Burladingen, ist am Standort München seit 30 Jahren aktiv. Regionales Know-how ist im Übermaß vorhanden. Dieses will der neue Partner in den Dienst der 24plus-Partner stellen. Wie der Einzug in eine Anlage mit 2.000 Quadratmetern Umschlagfläche belegt, will Hansa-Barth mit der Mitgliedschaft bei 24plus im Stückgutgeschäft massiv wachsen.

Ein starkes Standbein hat das Unternehmen als Verteilerspediteur in der Reifenlogistik. Hansa-Barth beliefert Händler mit Pkw- und Nutzfahrzeugreifen. „Daneben haben wir ein Stückgutgeschäft aufgebaut“, erklärt Niederlassungsleiter Dirk Seifert, „und suchten Zugang zu einem leis-

tungsstarken Stückgutnetz. Das haben wir mit 24plus gefunden.“ Für 24plus übernimmt Hansa-Barth den bisher dem Partner Logwin Karlsfeld zugeteilten Großraum München als Zustellgebiet und kann mit den aus dem 24plus-Netz stammenden Sendungsmengen seine Nahverkehre effizienter auslasten. Mit eigenen Kundensendungen

und den Beschaffungslogistikaufträgen aus dem 24plus-Netz will Dirk Seifert den Stückgutausgang des Speditionsunternehmens ausbauen und über die tägliche Verbindung ins Zentralhub Hauneck hinaus möglichst rasch Direktverkehre zu 24plus-Partnern aufnehmen. „München ist ein hart umkämpftes Pflaster“, räumt Seifert ein. „Aber einige größere Spediteure haben sich hier jüngst aus dem Stückgutgeschäft verabschiedet und Kunden aufgegeben. Das bietet uns Wachstumschancen.“ 24plus-Geschäftsführer Peter Baumann sieht dies ganz genauso: „Unser neuer Partner ist ambitioniert und verfügt über langjährige Stückgutkompetenz. München ist mit Hansa-Barth qualifiziert besetzt.“ ■



*Der Mensch macht's aus.*

Moving into new facilities is a milestone in the history of any forwarding agency and a major logistical project. The Hansa Barth GmbH did not eschew the effort that comes with relocation and, in February 2010, moved from downtown Munich into facilities in Unterschleißheim. The reason: the forwarding agency is 24plus partner as of March 1st and needs larger capacities.

The Hansa Barth GmbH, a subsidiary of the Barth logistics group based in Burladingen, has been active in Munich for 30 years. Therefore, regional knowhow is not in short supply, and this is what the new partner wants to put into the service of the 24plus partners. The move into new facilities with 2.000 square meters of handling area confirms that Hansa-Barth wants to massively expand their LCL business with a membership at 24plus.

An important mainstay of the company is distribution in tire logistics. Hansa-Barth supplies dealers with tires for private cars and commercial vehicles. "We built up a LCL business

alongside it", explains branch manager Dirk Seifert, "and were looking to gain access to a high-performance LCL network. 24plus is just that." For 24plus, Hansa-Barth is assuming Greater Munich as service area, for which the partner Logwin Karlsfeld had been responsible up to now. This enables Hansa-Barth to use their capacities in short-distance goods traffic more efficiently with the shipment volume stemming from the 24plus network.

With their own customer consignments and supply logistics orders from the 24plus network, Dirk Seifert wants to expand the LCL output of the forwarding agency, and, by means of the daily connection to the central hub Hauneck, take on direct links to 24plus partners as soon as possible.

„Munich is highly competitive terrain“, Dirk Seifert admits. "But a few large forwarders have recently disbanded from the LCL business and given up customers. That offers us growth opportunities." Peter Baumann, managing director of 24plus, thinks the same: "Our new partner is ambitious and has long lasting LCL expertise. With Hansa-Barth, we have a qualified partner for Greater Munich." ■

# ZÄHLBARES!

*Hilden liegt im Rheinland, gleich neben Düsseldorf, zählt 55.000 Einwohner – und ist verkehrsmäßig erschlossen wie eine Metropole. Wie ein Karree umschließen vier Autobahnen die Stadt. Im Norden die A 46, im Westen die A 59, im Süden die A 52 und im Osten die A 3. Nur im Berufsverkehr hilft das herzlich wenig. Zweimal am Tag ist für mehrere Stunden Stau, auf der A 46 im Norden, der A 59 im Westen ... Wer hier Spedition macht, wie der 24plus-Partner Ascherl in Hilden, muss sich gut auskennen – und braucht weitere Rezepte, um dem Wettbewerbsdruck zu trotzen.*

Im dicht besiedelten Rheinland und im angrenzenden Ruhrgebiet, wo die Städte nahtlos ineinander übergehen, liegen die Firmen dicht an dicht. „Aber überall sind auch Spediteure präsent und machen die Region zum wettbewerbsintensiven Pflaster“, sagt Ronald Ferenschild. Seit Anfang 2010 ist er Niederlassungsleiter bei Ascherl in Hilden und trat damit die Nachfolge von Hans-Josef Bohn an, der nach 45 Jahren im Unternehmen heute den Ruhestand genießt. Ferenschild ist dennoch kein Neuling, schon unter seinem Vorgänger arbeitete er in der verantwortungreichen Funktion als Speditionsleiter und konnte wichtige Prozesse und die Ausrichtung des Speditionsbetriebs mitgestalten. Daher hat der neue Niederlassungsleiter keine gravierenden Änderungen im Sinn und setzt auf Kontinuität, im Innenverhältnis, gegenüber den Kunden, aber auch gegenüber den 24plus-Partnern.

Das Nahverkehrsgebiet von Ascherl umfasst mit Düsseldorf und Köln übrigens zwei seit dem Mittelalter rivalisierende Städte. Für die Kölner ist Düsseldorf das „Dorf im Norden“, die Düsseldorfer nennen Köln die „verbotene Stadt“. Für den Spediteur Ascherl sind es aber nur zwei schöne Großstädte, die es im Verkehrsdickicht zu bedienen gilt – vorurteilsfrei und mit perfektem Service.

## Zahlen sprechen lassen

Ascherl ist, abgesehen von Lagergeschäften, ein reiner Stückgutexperte. Aber ein besonders leistungsfähiger. Zum Beleg lässt

Niederlassungsleiter Ferenschild Zahlen sprechen: Im Speditionsbetrieb stehen 180 Menschen in Lohn und Brot. 100 Mitarbeiter sind im Büro und Umschlag beschäftigt, zehn Kollegen arbeiten als Fahrer. Zusätzlich werden 70 Fahrzeuge auf den Verkehren eingesetzt. Sie sammeln im Nahverkehr bei täglich 400 Stopps 1.000 Stückgutsendungen der Kunden ein. Die Menge will disponiert werden! Aber auch der Umschlag in der 4.000 Quadratmeter großen Speditionsanlage und die Abfertigung der Fernverkehre müssen perfekt organisiert sein.

Von der Anlage führen 44 tägliche Direktverkehrslinien zu Partnern in Deutschland und drei Linien zu Europapartnern – überwiegend kooperiert Ascherl mit Partnern aus dem 24plus-Netz. Das Direktverkehrsnetz hielt Ascherl Hilden auch während der harten Phase der Wirtschaftskrise aufrecht. „Die Beharrlichkeit hat sich bewährt“, sagt Ferenschild, „die Auslastung kommt wieder in Gang.“

## Zentralhub als Tor zu Europa

Bei den vielen Direktverkehren spielen die beiden 24plus-Hubzüge für Ascherl Hilden dennoch eine wichtige Rolle. Der Zug ins Regionalhub Norddeutschland hilft, Überhänge abzufedern, während auf dem Zentralhubtrailer zu 65 Prozent Sendungen ins europäische Ausland verladen werden. Für das 24plus-Netz und insbesondere für die Europapartner hat Ferenschild nur lobende Worte: „Wir verkaufen unseren Kunden unter der Marke Ascherl die Leistungen, die in einem Netzwerk erbracht werden.“

Das können wir bei 24plus guten Gewissens tun, die Qualität stimmt europaweit.“ Eigentlich würde sich der Niederlassungsleiter sehr viel öfter mit 24plus-Kollegen austauschen, „aber da fast alles reibungslos klappt, spricht man viel zu selten miteinander. Dabei könnten wir noch viel mehr voneinander lernen.“ ■



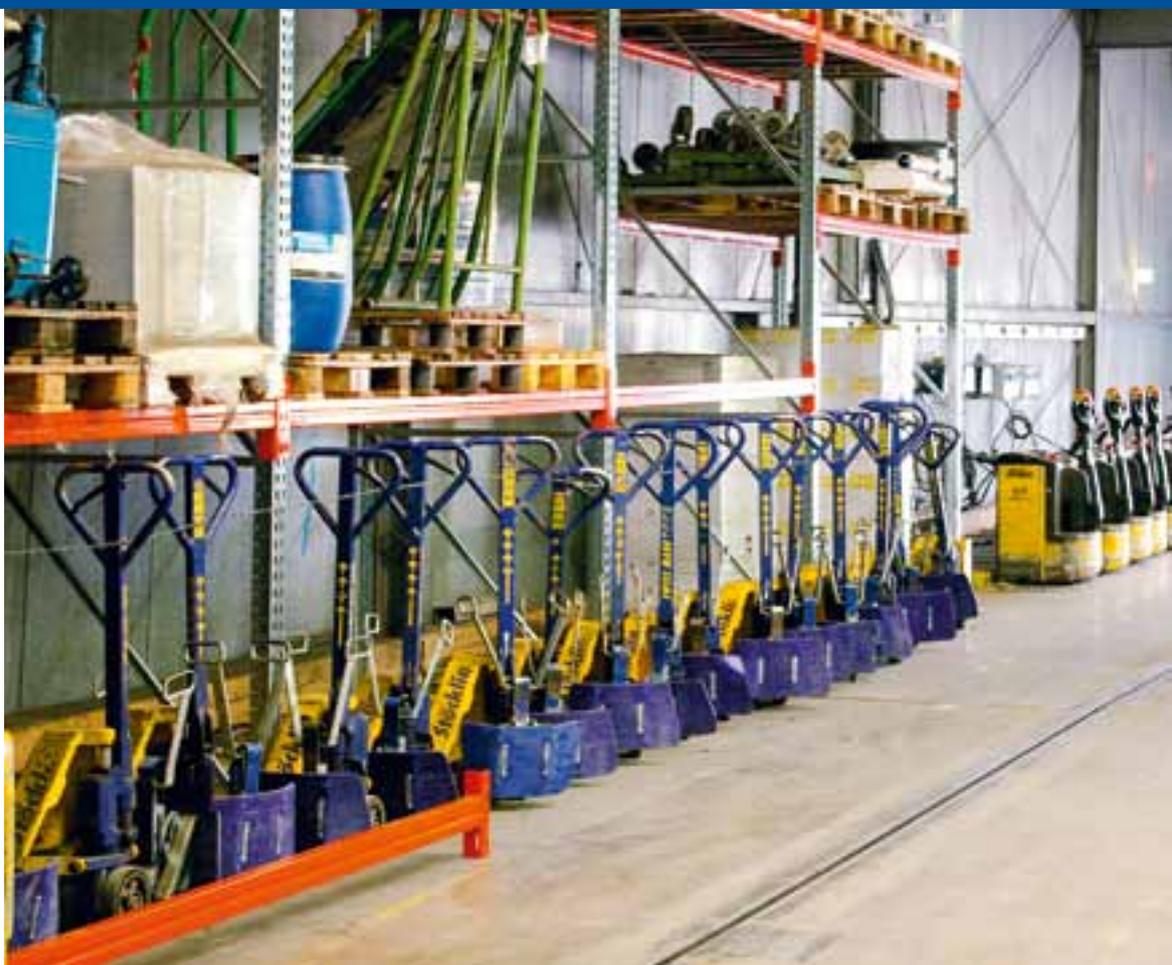
**Niederlassungsleiter und Prokurist Ronald Ferenschild ist stolz auf viele Direktverkehre.**

Branch manager and authorized officer Ronald Ferenschild is proud of many direct links. (Bilder: H zwo B)



# TANGIBLE REWARDS!

**H**ilden lies in the Rhineland, right next to Duesseldorf, has a population of 55 000 and is as accessible as a major city. Traffic-wise, that is. Four autobahns encircle the town: the A 46 to the North, the A 59 to the West, the A 52 to the South and the A 3 to the West. This does precious little for rush-hour traffic, however. Twice a day there are multiple hours of traffic jam, the A 46 to the North, the A 59 to the West ... forwarders in this area, like the 24plus partner Ascherl in Hilden, have to know their way around – and need further ideas in order to brave the competitive pressure.



**9 Uhr früh in der Spedition: die Ruhe nach und vor dem Sturm.**  
 Nine A. M. at the forwarding agency: the calm before and after the storm.

In the densely populated Rhineland and the bordering Ruhr area where cities merge, companies lie close-packed. "Forwarders are everywhere and make the region highly competitive terrain", says Ronald Ferenschild. At the beginning of 2010, he succeeded Hans-Josef Bohn as branch manager at Ascherl in Hilden, who is enjoying his retirement after 45 years at the company. Ferenschild is no novice, however. Under his predecessor, he held the responsible position of forwarding manager and was able to participate in shaping important processes as well as the forwarding agency's orientation. Therefore, the new branch manager has no serious changes in mind and is aiming for continuity – internally, with customers and with the 24plus partners.

### Numbers do the talking

With Cologne and Duesseldorf, Ascherl's short-distance goods traffic area comprises two cities that have been rivals since the middle ages. For Cologne residents, Duesseldorf is "The village in the North", whereas

the people of Duesseldorf refer to Cologne as the "The forbidden city". But for Ascherl, these are merely two beautiful major cities with dense traffic that have to be serviced – without prejudice and with perfect service.

Ascherl is, aside from warehousing, a pure LCL specialist – but an especially potent one. To confirm this, branch manager Ferenschild lets the numbers do the talking: the forwarding agency employs 180 people. 100 employees are responsible for handling or have office jobs, ten colleagues work as drivers. Additionally, 70 vehicles are used for cargo traffic. In short-distance goods traffic, they collect 1.000 LCL customer consignments a day on their 400 stops. For such a large amount, arrangements have to be made! However, handling in the 4.000 square meters large forwarding facilities and the dispatch of long-distance freight have to be organized perfectly as well. From the facilities, 44 direct daily links lead to partners in Germany, 3 lines to European partners. Ascherl predominantly co-operates with 24plus partners. Ascherl Hilden managed to uphold direct links even during the

difficult stage of the financial crisis. "Our perseverance has paid off", says Ferenschild. "Production activity is getting back on track."

### Central hub as the gate to Europe

For much direct cargo traffic, however, the two 24plus trailer trucks for Ascherl Hilden play an important role. The trailer truck to the regional hub Northern Germany helps absorb overhang, while 65 percent of consignments on the central hub trailer are dispatched to other European countries.

For the 24plus network and for the European partners especially, Ferenschild has nothing but kind words: "We sell services which are generated in a network under the brand Ascherl. At 24plus, we can do this in good conscience, the quality is good on a European scale." The branch manager would exchange opinions with his 24plus colleagues much more frequently, "but since almost everything runs smoothly, we talk much too little, even though there is so much more we could learn from each other." ■

## Did you know?



24plus partner Ascherl serves the

densely populated Rhine and Ruhr area, a core area of industrialization. Steel and mining, two old branches of industry, have become much less important. Today, mechanical engineering companies, automotive suppliers and chemical as well as pharmaceutical companies are active here. Ascherl is active in Duesseldorf as well as in Cologne. Both cities have been fighting for supremacy since the middle ages, whereby the rivalry is mostly (but not always) in good fun. It is unforgivable for Cologne residents that, after World War II, Duesseldorf became the capital of North Rhine-Westphalia instead of the larger Cologne.

## ANSTOSS

„Ja, gut. Es gibt nur eine Möglichkeit: Sieg, Unentschieden oder Niederlage!“, sagte Kaiser Franz. Genau darum geht es auch am 19. Juni 2010 in Hülzweiler. Dort findet das dritte internationale 24plus Ballfieber statt.

Die Robert Müller GmbH aus Saarlouis, Pokalsieger des vergangenen Ballfiebers 2008 in Salzburg, richtet gemeinsam mit 24plus als Gastgeber das diesjährige Mitarbeiterfest für alle 24plus-Partner aus. Höhepunkt wird auch dieses Jahr das Fußballturnier der Partner sein. 16 Mannschaften werden wieder um den schmecken Pokal kämpfen. Die Startplätze sind auf diese Zahl beschränkt und werden nach der Reihenfolge der Anmeldungen vergeben. Also nicht trödeln und gleich auf [www.24plus-ballfieber.de](http://www.24plus-ballfieber.de) anmelden! Übrigens, die Jungs von Robert Müller sollen schon fleißig trainieren, zwischert der Ballfieber-Flurfunk. Der Pokal soll schließlich in Saarlouis bleiben, wenn es nach den Robert Müller-Kickern geht.

Das Mitarbeiterfest dreht sich aber nicht nur um das runde Leder. Auch für die mitreisenden Fans gibt es ein abwechslungsreiches Programm. In den Abendstunden können alle Gäste ihr Gesangstalent beim schon traditionellen Karaoke unter Beweis stellen. Und wer nicht mit seiner Stimme überzeugen kann, der kann vielleicht bei der Wahl zu Miss und Mister 24plus glänzen. Ob Schönheit, Witz und Charme oder einfach nur ein loses Mundwerk – wer bei der Miss- und Mister-Wahl auf dem Catwalk das Rennen macht, entscheidet das Publikum. Als Lohn für den Sieger winkt ein Platz auf dem Titelbild der nächsten 24plusPunkte. Um das vergangene Ballfieber zu toppen, muss sich Gastgeber Robert Müller ganz schön ins Zeug legen: Knapp 400 Mitarbeiter aus den nationalen und internationalen 24plus-Depots haben vor zwei Jahren in Salzburg das Ballfieber-Event gefeiert. Die Stimmung rund um den Fußballplatz und in den Abendstunden war bombig.

Weitere Infos sowie die Anmeldeformulare für die Festbesucher und die Mannschaften stehen auf der Ballfieber-Internetseite unter [www.24plus-ballfieber.de](http://www.24plus-ballfieber.de).



So sehen Sieger aus: Die Robert Müller GmbH war der Matchwinner des Ballfiebers 2008.

What winners look like: The Robert Mueller GmbH won the "Ballfieber" cup 2008.

## KICK-OFF

Right, there is only one possibility: victory, draw or defeat!" says "Kaiser Franz" (former German soccer player Franz Beckenbauer). That is exactly what it is all about on the 19th of June 2010 in Huelzweiler, where the third international 24plus "Ballfieber" is taking place.

The Robert Mueller GmbH from Saarlouis, winner of the last "Ballfieber" cup in Salzburg, is – together with 24plus – hosting this year's staff event for all 24plus partners. As in prior years, the soccer tournament is going to be the highlight of the event, with 16 teams fighting for the coveted cup. The starting positions are limited to this number and given

out in order of registration. So don't delay and register at [www.24plus-ballfieber.de](http://www.24plus-ballfieber.de)! By the way, the rumor mill has it that Robert Muller's lads are already busy training. After all, they want the cup to stay in Saarlouis.

However, the event is not limited to soccer. There will be diverse entertainment for fans who are just tagging along. In the evening hours, all guests will have the chance to skills at the traditional karaoke. Those who are not able to impress with their voice might be able to shine at the Miss and Mister 24plus pageant. Beauty, wit, charm or just a quick tongue – the audience will have to decide who makes the grade on the cat-

walk. The winner awaits the opportunity to adorn the cover of the next 24plusPunkte.

### Hard to beat

In order to top the last "Ballfieber", host Robert Mueller will have to put his shoulder to the wheel: approximately 400 employees from the national and international 24plus depots celebrated the "Ballfieber" event two years ago in Salzburg. The atmosphere around the pitch and in the evening hours was fabulous.

Further information as well as registration forms for visitors and teams are available at [www.24plus-ballfieber.de](http://www.24plus-ballfieber.de).



Wer wird Miss 24plus?

Who will be Miss 24plus?