

Molkerei Scheitz übernimmt Logistik

Andechs. Die Andechser Molkerei Scheitz baut ein gekühltes Hochregallager und wird nach der für August 2015 geplanten Inbetriebnahme ihre Logistik insourcen. Den Auftrag für das zweigassige Hochregallager hat der Bio-Hersteller an Hörmann Logistik als Generalunternehmer vergeben. Der Münchner Intralogistik-Spezialist liefert auch das Lagerverwaltungssystem Hi-Lis. Das neue Lager wird über 3 888 Palettenstellplätze verfügen. Im gleichen Gebäude werden Kommissionierung und Versandbereitstellung untergebracht. Die Kommissionierung erfolgt per Pick-by-Voice. *rod/lz 36-14*

Unicorn geht in Ziemann auf

Schallstadt. Die Ziemann Gruppe konsolidiert zugekaufte Bereiche und vereinheitlicht den Markenauftritt ihrer Werttransporter. Damit gehen der 2013 akquirierte Wertdienstleister Unicorn und die bereits 2012 erworbene Lübecker Geldzentrale (LGZ) in der Ziemann Sicherheit GmbH auf. Als Dachgesellschaft darüber bleibt die Ziemann Sicherheit Holding GmbH erhalten. Im Rahmen der Konsolidierung erhalten alle Fahrzeuge die blaue Farbe und das Logo von Ziemann. Durch den Kauf von Unicorn hatte sich Ziemann zum zweitgrößten Geldtransporteur und Betreiber von Cash-Centern in Deutschland nach Prosegur entwickelt. *rod/lz 36-14*

Konflikte an der Rampe warten auf eine Lösung

Spediteure hoffen auf neue Vertragsklauseln zwischen Industrie und Handel – Ministerium hat Mustertexte vorgelegt

Frankfurt. Die Situation an Deutschlands Laderampen ist nach wie vor prekär. Spediteure und Fahrer klagen über lange Wartezeiten, der Handel über die Nicht-Einhaltung eingeräumter Zeitfenster.

Die Uneinigkeit fängt schon bei der Einschätzung der Lage an: Gemäß einer Studie des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) vom März dieses Jahres sehen 84 Prozent der befragten Handelsunternehmen die Wartezeiten an ihren Entladestellen bei unter 60 Minuten. Bei den Herstellern sehen dies nur 43 Prozent so – und gar nur noch 31 Prozent der Logistikdienstleister, die den Transport bewerkstelligen. Bei ihnen überwiegt mit 51 Prozent die Einschätzung, an der Handelsrampe zwischen ein und zwei Stunden warten zu müssen.

Diese Wahrnehmungsdiskrepanz spiegelt die recht konträren Sichtweisen aller Beteiligten wieder. Einer juristischen Lösung, die allen Interessen gerecht werden könnte, steht eine Hürde im Weg: Vertragliche Regelungen der Rechte und Pflichten können nur da greifen, wo auch Vertragsbeziehungen zwischen zwei Vertragspartnern bestehen. Hersteller und Handelsunternehmen schließen einen Kaufvertrag über Kauf samt Lieferung bestimmter Waren „frei Haus“. Hersteller und Transportunternehmen schließen einen Vertrag über den Transport dieser Ware. An der Rampe des Distributionszentrums treffen dann aber genau die beiden zusammen, die kein Vertrag verbindet.



Streitpunkt Handelsrampe: Spediteure klagen über Wartezeiten vor dem Ausladen.

„Eines der Hauptprobleme ist, dass der Spediteur beziehungsweise der Frachtführer keine Vertragsbeziehung mit dem Handel hat. Und damit auch keinerlei Druckmittel in der Hand, um den Empfänger der Ware zu vertragskonformem Handeln zu zwingen“, sagt Rechtsanwalt Hubert Valder, Geschäftsführer beim Deutschen Speditions- und Logistikverband (DSL) in Bonn. Eine andere Lage entstehe nur, wenn der FMCG-Hersteller in seinem Vertrag mit dem Händler entsprechende Vereinbarungen treffe. So könne der Dienstleister über solche Vertragsklauseln vom Handelsunternehmen theoretisch beispielsweise die Zahlung von Standgeld verlangen. Doch selbst Valder stellt die Frage, inwieweit das in einem Kaufvertrag zwischen Industrie und Handel durchzusetzen sei.

„Am sinnvollsten wäre es, wenn

sich alle Beteiligten an einen Tisch setzen, um gemeinsam Lösungsvorschläge für die Schnittstelle Rampe zu entwickeln“, sagt Valder angesichts der realen Machtverhältnisse. Den dafür nötigen Druck werde es jedoch aller Voraussicht nach erst geben, wenn der LKW-Fahrermangel sich weiter verschlimmere: „Der Fahrer soll fahren – und nicht stehen.“

Das BMVI hat in seiner Studie die wesentlichen Streit- und damit auch Ansatzpunkte untersucht und Mustervertragsklauseln entwickelt, die auf den Internetseiten des Ministeriums abrufbar sind. Die Klauseln setzen bei der Pflicht zur Entladung, beim Nachweis über die Entladezeit, bei der Information über Wartezeiten und Ablieferhindernisse sowie beim Standgeld und dessen Abtretung an. So soll beispielsweise die rasche Information über Wartezeiten und Ablieferhinder-

nisse mittels einer Klausel im Beförderungsvertrag zwischen Absender und Spediteur dem Frachtführer als Pflicht auferlegt werden. Zum Nachweis der Wartezeit wird ihm aufgegeben, sich diese vom Empfänger der Ware auf dem Frachtbrief genau bestätigen zu lassen. Korrespondierend dazu muss dann eine Klausel in den Kaufvertrag zwischen Absender und Besteller der Ware, mit der der Besteller verpflichtet wird, dem Frachtführer die Wartezeit in eben dieser Form schriftlich zu bestätigen.

Ganz anders stellt sich die Situation bei der von Metro betriebenen Beschaffungslogistik dar. Die Tochtergesellschaft Metro Logistics betreut die Abläufe an den Handels-Rampen. Dafür fehlt ein direktes Vertragsverhältnis zwischen FMCG-Hersteller und Spediteur. „Im Rahmen der Beschaffungslogistik übernehmen wir jedoch die Koordination der Zusammenarbeit zwischen den Versendern und Logistikdienstleistern“, erklärt eine Metro-Sprecherin gegenüber der LZ. Dies erfolge anhand von standardisierten Richtlinien und beinhalte zum Beispiel die Vereinbarung von Verladezeitfenstern unter Berücksichtigung der Laufzeitpläne, feste Avisierungsvorläufe, die gemeinsame Planung von großen Versandaktionen oder die standardisierte Übermittlung von Sendungsdaten. Doch im Kern verlagert sich das Rampenproblem bei Abhollogistik auf den Hof des Lieferanten – des einen Freuds, des anderen Leid. *Anja Falkenstein/lz 36-14*

Die Autorin ist Rechtsanwältin und Fachjournalistin in Karlsruhe.

23. und 24. September 2014
NCC WEST, MESSEZENTRUM NÜRNBERG

6. VERPACKUNGSGIPFEL 2014

ONLINEHANDEL. DIGITAL NATIVES. SMART PACKAGING

Jetzt anmelden und Frühbucherrabatt sichern:
www.conferencegroup.de/verpackung14



Highlights:

- ⇒ Lebensmittelhandel via Internet – Onlinehandel boomt
- ⇒ Digital Natives – Die Zukunft der Verpackung
- ⇒ Smart Packaging – Volle Kontrolle
- ⇒ Neueste Zahlen und Beispiele / Trend Monitor

Verbraucher verändern die Verpackungswirtschaft

dfv Mediengruppe
Ein Angebot der dfv Mediengruppe
Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt

Veranstalter:
PACK REPORT **PACKMITTEL**

sponsored by:
FachPack NÜRNBERG MESSE

Medienpartner:
Lebensmittel Zeitung **HORIZONT**

Organisation:
the conference group
Ein Unternehmen der dfv Mediengruppe

