

cargo

Das Logistikmagazin von SBB Cargo

1 | 09

What else. 4

Nespresso fährt SBB.

«Nachhaltig». 8

Leere Floskel – oder mehr?

Feuerfest. 10

RHI transportiert CO₂-arm.

Gebettet. 12

Fiege baut mega.

Nespresso unterwegs mit SBB Cargo.





Bild der Saison.

Bildschirmschoner: Jetzt downloaden.

«Mega Centers» nennt das deutsche Logistikunternehmen Fiege seine wichtigsten Drehscheiben. Ein Mega Center hat Fiege (Schweiz) AG nun in Oftringen im Kanton Aargau gebaut. Auf 57 000 Quadratmetern werden unter anderem Autoreifen umgeschlagen (siehe Seite 12). Entdecken Sie die virtuelle Transportreise durch die Bildwelten dieses Magazins – als Bildschirmschoner. Einfach auf Ihren Computer laden. Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen!





Weitsicht.

Liebe Leserin, lieber Leser

Der Konjunkturabschwung ist derzeit das Thema Nummer eins. Auch SBB Cargo ist davon betroffen. Besonders auf der Nord-Süd-Achse und im Import-/Exportverkehr spüren wir den Rückgang der Verkehre. Wir haben bereits im Herbst entsprechende Massnahmen vorbereitet und teilweise eingeleitet. Da wir mit einer längeren Durststrecke rechnen, werden wir auch die Kapazitäten anpassen müssen.

Trotzdem: Gerade in Krisenzeiten ist Weitsicht überlebenswichtig. Wir wollen als Dienstleistungsunternehmen für Sie als Kunden auch in schwierigen Situationen der richtige Partner sein. Ihre Güter sollen weiterhin pünktlich und ökologisch transportiert werden. Deshalb werden wir unsere Anstrengungen, ressourcen- und umweltschonender zu wirtschaften, nicht vernachlässigen.

«Grüne Logistik» bleibt ein zentrales Thema: für uns und, wie die Beiträge in diesem Heft zeigen, auch für unsere Kunden. Unsere Umwelt hat es nicht verdient, wegen der Krise vernachlässigt zu werden: Das sind weitsichtige Werte, die wir mit unseren Kunden teilen.

Nicolas Perrin
CEO SBB Cargo

Inhalt.

- 4 **Express für George.**
Nespresso baut und fährt nachhaltig.
- 6 **Kein Auslaufmodell.**
Frank Furrer setzt auf Wagenladungsverkehr.
- 8 **Modewort.**
Was heisst denn da «nachhaltig»?
- 10 **Staatspreisgekrönt.**
RHI baut feuerfest – und auf SBB Cargo.
- 12 **Dank Fiege renaturiert.**
Wie die Tych zu ihrem neuen Bett kam.
- 14 **Schotter.**
Grünes Papier. Berechnete Emissionen.
- 16 **Abmagerungskur.**
Nicht zur Nachahmung empfohlen.
- 17 **Krise als Chance.**
«Nutzen wir sie!», sagt Sebastian Kummer.
- 18 **Der Waldmeister.**
Heinz Frauchiger verschickt Holz.

Der eine denkt klar, der andere schön:
Enrico Induni, Nespresso-Chefingenieur,
vor einem Werbeplakat mit George Clooney.



Kaffee vom Feinsten und SBB Cargo. What else!

Nespresso, der portionierte Kaffee in den bunten Alukapseln, erfreut sich so grosser Beliebtheit, dass zusätzlich zum bestehenden Produktionszentrum ein neues gebaut werden musste. Es wurde nach allen Regeln der Nachhaltigkeit geplant und erschlossen.

TEXT: URSULA HOMBERGER – FOTOS: GUY PERRENOUD

Von ihm lässt man sich gern verführen, und wenns nur zu einer Tasse Kaffee ist. Kein Zweifel, Nespresso hat mit dem Filmstar George Clooney als Werbeträger auf den Richtigen gesetzt – die jährlichen Umsatzsteigerungen um bis zu 40 Prozent sprechen eine deutliche Sprache. Der Absatz hat in jüngster Zeit alle Erwartungen übertroffen. Heute kann das 2001 in Orbe (Kanton Waadt) erbaute Nespresso-Produktionszentrum, das jährlich drei Milliarden Kapseln ausstösst, die Nachfrage nicht mehr decken. Da Nespresso davon ausgeht, dass sie im Jahr 2010 sechs Milliarden Kapseln in alle Welt verschicken wird, musste die Produktionskapazität verdoppelt werden. In Orbe ist der Platz knapp. Ein Neubau drängte sich auf.

Weiterhin «made in Switzerland».

«Wir haben in ganz Europa nach einem geeigneten Produktionsstandort gesucht», erzählt Enrico Induni, Chefsingenieur bei Nespresso. «Am Ende haben wir uns für die Schweiz entschieden, weil wir hier unmittelbar auf unser Know-how und auf hoch qualifizierte Arbeitskräfte zurückgreifen können. Auch die Baupreise sind konkurrenzfähig.» Die Wahl ist wiederum auf die Waadt gefallen: auf Avenches, nur 50 Kilometer von Orbe entfernt.

Ursprünglich als reiner Produktionsstandort geplant, wurde die Fabrik in der Projektierungsphase um ein Verteilzentrum ergänzt. Dieser Entscheid hatte logistische Konsequenzen.

«Die gesamte Produktion des Standortes Orbe muss mit der Bahn ins neue Verteilzentrum von Avenches gebracht werden», erklärt Induni. Dass die Transporte auf der Schiene erfolgen würden, war klar, denn sie hatten umweltfreundlich zu sein und für die Anwohner die geringstmögliche Belastung zu verursachen.

Die öffentliche Ausschreibung für den Bahntransport zwischen Orbe und Avenches – täglich neun Pendelwagen – hat SBB Cargo für sich entschieden. Sie ging am flexibelsten auf die Transportanforderungen von Nespresso ein. «Täglich» bedeutet in diesem Fall nicht jeden Werktag, sondern wirklich sieben Tage die Woche: Bei Nespresso laufen alle Maschinen rund um die Uhr.

Schiene als Teil der Strategie.

Die Erschliessung des Fabrikgeländes mit einem Anschlussgleis war nicht nur hinsichtlich des Werkverkehrs ein Muss. Ein grosser Teil der grünen Kaffeebohnen, die per Schiff nach Antwerpen geliefert und dort zwischengelagert werden, kommt ebenfalls auf der Schiene in die Schweiz. Nespresso scheute deshalb weder den technischen noch den finanziellen Aufwand, um eine leistungsfähige Anschlussgleisanlage realisieren zu können. Die Investition hat langfristigen Charakter. «Heute können Güter noch problemlos auf der Strasse transportiert werden, aber wir wissen nicht, ob dies

in 25 Jahren noch im selben Umfang möglich sein wird», sagt Induni.

Nachhaltigkeit am Bau.

Der schonende Umgang mit Umwelt und Ressourcen zog sich durch alle Bereiche des Bauprojekts. «Wir haben von Anfang an mit den Umweltverbänden zusammengearbeitet und sind auf deren Forderungen eingetreten», sagt Induni. Nespresso erwirkte unter anderem eine Bushaltestelle vor der Fabrik, sodass die Mitarbeitenden mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit kommen können. Auf den Dächern wird das Regenwasser gesammelt und im

Wir wissen nicht, ob Transporte auf der Strasse in 25 Jahren noch im selben Umfang möglich sind.

Enrico Induni.

Sommer zur Gebäudekühlung eingesetzt. Die beim Röstprozess anfallende Abwärme wird ins Fernheiznetz der Gemeinde Avenches eingespeist. Abfälle werden zu 95 Prozent recycelt, und der Energieverbrauch unterliegt der Kontrolle der Umweltgruppe des Mutterhauses Nestlé. «Wir haben für die Bauarbeiten Unternehmen aus der Region berücksichtigt.»

Marktführer Nespresso.

Nestlé Nespresso SA ist das am schnellsten wachsende Unternehmen der Nestlé-Gruppe. 1986 hat es in der Schweiz und in Italien den portionierten Spitzenkaffee eingeführt. In den letzten acht Jahren verzeichnete Nestlé Nespresso Wachstumsraten zwischen 35 und 40 Prozent. 2008 realisierte sie einen Umsatz von über 2 Milliarden Franken. Weltweit betreibt Nespresso 170 Boutiquen, in denen die Kunden einkaufen und Kaffee trinken können. Nestlé Nespresso hat ihren Firmensitz in Paudex (Schweiz) und beschäftigt mehr als 2500 Mitarbeiter auf der ganzen Welt.

Das Werk Avenches kostet 150 Millionen Franken. Ende 2009 wird dort auf zwölf Linien Kaffee geröstet, gemischt, gemahlen und abgefüllt. Die Anzahl der Mitarbeitenden wird von heute rund 200 auf 450 gestiegen sein.



An der Grenze ihrer Kapazität: Nespresso-Produktionsstrasse in Orbe. >



Auch kurze Anfahrtswege sind nachhaltig. Wir sind zwar businessorientiert, stellen den Gewinn aber nicht über alles», betont Enrico Induni.

Hohe Recyclingquote.

Und die in Aluminiumkapseln verpackten, einzelnen Kaffeeportionen, sind sie vertretbar? «Ja», antwortet Enrico Induni ohne Zögern. Nichts schütze den Kaffee besser vor Licht und Luft und garantiere dadurch eine gleich bleibend hohe Qualität. Ausserdem lasse sich Aluminium besser rezyklieren als andere Kapselmaterialien. In der Schweiz funktioniert die

Sammlung der gebrauchten Kapseln gut: Über 60 Prozent werden zu den Sammelstellen zurückgebracht. Lokale Recyclingfirmen trennen Kaffeessatz und Aluminium, kompostieren Ersteres und führen Letzteres einem Aufbereitungswerk zu. «Wir unternehmen mit dem Aufbau von Recyclingnetzen grosse Anstrengungen, setzen aber auch auf den verantwortungsbewussten Konsumenten», sagt Induni. «Die Schweizer sind diesbezüglich vorbildlich. Unser Ziel ist, dass 85 bis 90 Prozent der Kapseln zurückgebracht werden.»

Zur Nespresso-Philosophie gehöre, dass die Umweltbelastung des Produkts über seinen >



«Zu 98 Prozent vertreten wir dieselben Standpunkte.»

Für den Verband der verladenden Wirtschaft (VAP) ist der Wagenladungsverkehr kein Auslaufmodell. Dessen Geschäftsführer, Frank Furrer, erklärt, weshalb das auch weiterhin so bleiben soll.

INTERVIEW: RETO NEYERLIN
FOTO: GIAN VAITL

Herr Furrer, ursprünglich wurde Ihr Verband vor fast hundert Jahren gegründet, um den SBB Paroli bieten zu können ...

Dies war auch nötig, denn die Bahn war damals den Transportalternativen im Strassenverkehr weitaus überlegen und nutzte ihre Vormachtstellung entsprechend aus. Erst viel später, mit dem Bau von Autobahnen und mit der generellen Stärkung des Strassenverkehrs, begann sich dies auszugleichen.

Heute dürfte sich das Verhältnis zwischen dem VAP und SBB Cargo wohl deutlich entspannter präsentieren?

Mittlerweile vertreten wir tatsächlich bei 98 Prozent aller Themen die gleichen Standpunkte und arbeiten partnerschaftlich zusammen, gerade in der Verkehrspolitik. Die verladende Wirtschaft wie auch SBB Cargo haben ein gemeinsames Interesse daran, die Kosten im Bahnsystem zu senken und langfristig verlässliche Rahmenbedingungen für den Güterverkehr zu schaffen. Deshalb haben wir Ende 2007 gemeinsam eine umfassende Analyse der Verbesserungsmöglichkeiten des Wagenladungsverkehrs und des Betriebs in den Anschlussgleisen initiiert. Diversen Arbeitsgruppen gehen nun die massgebenden Kostentreiber an und arbeiten ein alternatives Infrastrukturmodell aus, das die Schnittstelle zwischen öffentlichem Netz und privatem Anschlussgleis neu regeln soll.



KLIPP & KLAR

AUSGANGSBAHNHOF

Orbe

BESTIMMUNGORT

Avenches

DISTANZ

50 km

TRANSPORTGUT

Kaffee,
Espressomaschinen

WAGEN

Ha

EMPFÄNGER

Nespresso-
Produktionszentrum

gesamten Lebenszyklus geprüft werde. Bereits der Anbau des Kaffees müsse einer Nachhaltigkeitsprüfung standhalten. Nespresso hat deshalb das «AAA Sustainable Quality Program» ins Leben gerufen. Basierend auf den Prinzipien von nachhaltiger Entwicklung, ökonomischer Rentabilität, Umweltverantwortung und sozialer Gerechtigkeit, soll das Programm die langfristige Verfügbarkeit von hochwertigem grünem Kaffee garantieren. Damit George Clooney weiterhin guten Gewissens verkünden kann: «Nespresso. What else?» ■

Nespresso Community.

Nespresso-Trinker sind nicht einfach Kaffeetrinker. Sie bilden einen Nespresso-Club, zu dem gehört, wer eine Nespresso-Kaffeemaschine besitzt. Die Clubmitglieder haben George Clooney – selber Clubmitglied – 2006 zum Botschafter ihrer Marke gewählt. «Mit dem Star zu arbeiten, ist äusserst angenehm», sagt Maryvonne Cholly, Presseverantwortliche bei Nespresso. «Er ist natürlich und unkompliziert, hat Eleganz, Stil und Charme. Sowohl im Haus des Nespresso-Fans in den USA wie in jenem in Italien steht eine Nespresso-Maschine.»

Angesichts ihrer treuen Kundschaft fürchtet Nespresso die wirtschaftlich schwierigeren Zeiten nicht. Selbst die Konkurrenzsysteme, die auf den Markt kamen, bedrängen Nespresso nicht, im Gegenteil: Diese haben zur Akzeptanz des portionierten Kaffees im Allgemeinen beigetragen. Das eröffnete dem Pionier einen noch grösseren Markt.

Wo besteht der dringlichste Handlungsbedarf? Verkehrspolitisch ganz weit vorne steht eine grundsätzliche Neuordnung des Trassenpreises für den Güterverkehr. In den vergangenen Jahren sind wir zwar mit den parlamentarischen Vorstössen und der kleinen Revision des Eisenbahngesetzes einen Schritt vorwärts gekommen, doch noch immer besteht

Wir haben ein **gemeinsames Interesse** daran, die Kosten im **Bahnsystem** zu senken.

Frank Furrer.

eine deutliche Diskrepanz zwischen den Leistungen, die wir bezahlen, und denen, die wir beziehen: Der Güterverkehr finanziert die Infrastruktur zu 30 Prozent, bezieht aber nur 20 Prozent der Betriebsleistungen. Zudem wird der Personenverkehr im Vergleich zum Güterverkehr auf dem Netz weiterhin viel zu prioritär behandelt. Hier ist besonders der Bund als Regulator und Eigner der SBB gefragt.

Mit der Doppelfunktion des Bundes scheint Ihr Verband sowieso nicht glücklich zu sein.

Das ist richtig. Unserer Meinung nach kommen zu viele Leistungen aus einer Hand: Der Anbieter gemäss Leistungsvereinbarung Bund-SBB, also SBB Cargo, fährt den Wagenladungsverkehr, kontrolliert sich selbst bezüglich Qualität und rapportiert darüber an den Bund. Als ersten Schritt werden wir nun ein eigenes Sicherheits- und Qualitätsmonitoring aufbauen. Wir setzen uns weiter für einen unabhängigen Marktregulator ein.

Der Wagenladungsverkehr wird immer wieder als Auslaufmodell bezeichnet. Weshalb ist er das nicht?

Der Wagenladungsverkehr bietet den immensen Vorteil, einen direkten Haus-Haus-Verkehr durchführen zu können, dies im Nachtsprung und erst noch im Rahmen eines punktgenauen Fahrplans. Vor allem aber: Wieso sollte die Politik ein System mit hoher Kundenzufriedenheit, hohem Marktanteil und wohl ausgeglichenem Resultat abbauen, wenn auf der Schiene mit dem kombinierten Verkehr nur subventionierte Alternativen bestehen?

Wo liegen die Nachteile?

Das grosse Handicap liegt darin, dass der Wagenladungsverkehr ein Netzwerk samt Betreiber benötigt, was tendenziell zu einem Alleinanbieter führt. Dies hat zur Konsequenz, dass kein Wettbewerb herrscht – ganz anders als auf der Strasse oder im kombinierten Verkehr. Das grosse Wachstums-

potenzial liegt im internationalen Verkehr, denn das sind bahnaffine Langstreckenverkehre. Den Wagenladungsverkehr auf einem internationalen Netz zu betreiben, ist nochmals weitaus schwieriger. Umso wichtiger ist es, die zaghafte Kooperationsgedanken europäischer Bahnunternehmen in einem europäischen Wagenladungsverkehrssystem politisch zu unterstützen – um eine Zusammenarbeit zu erreichen, wie die Luftfahrt sie kennt. ■

Frank Furrer, 45, ist Geschäftsführer des Verbands der verladenden Wirtschaft. Der VAP wurde 1912 unter der Bezeichnung «Verband Schweizerischer Anschlussgleise- und Privatgüterwagenbesitzer» gegründet. Heute vertritt er 300 Mitglieder, die rund 60 Prozent aller Anschlussgleise und über 95 Prozent der Privatgüterwagen in der Schweiz betreiben. Der VAP betreibt aktiv Verkehrspolitik im Interesse der Verloader und berät als Fachverband seine Mitglieder in allen logistischen und rechtlichen Fragen zu privater Infrastruktur und Rollmaterial.





Der Wurm war **von Anfang an** drin.

«Nachhaltig» ist ein Modewort, das durch inflationären Gebrauch an Bedeutung verliert. Was bedeutet es in der Logistik?

TEXT: MARCEL HÄNGGI – FOTOS: SBB

Als im frühen 18. Jahrhundert die mitteleuropäischen Wälder immer mehr unter Druck gerieten, tauchte im ersten Handbuch der Forstwirtschaft ein neuer Begriff auf: «nachhaltig». Den Wald nachhaltig nutzen hiess: nur so viel Holz schlagen, wie nachwachsen kann.

Der alte Begriff ist in den letzten Jahren zum Modewort avanciert. Unternehmensberatung «für die nachhaltige Entwicklung» bietet beispielsweise BSD Consulting an. Nachhaltig ist für Martin Stäheli, der bei BSD Consulting den Bereich Supply Chain Management betreut, eine «langfristig wirtschaftlich leistungsfähige,

ökologisch tragbare und sozial gerechte Gesellschaft». Was das konkret heisse, müsse für einzelne Unternehmen spezifiziert werden.

Drei Ebenen.

Einfach ist das nicht, sagt Matthias Vodicka, der an der ETH Zürich über Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette forscht. «Nachhaltigkeit beinhaltet viele Aspekte, die schwer mess- und vergleichbar sind.» Auch für Vodicka beinhaltet Nachhaltigkeit eine ökologische, eine ökonomische und eine soziale Komponente. Oft rechnet sich eine umweltbewusste Logistik >

auch ökonomisch, denn nachhaltig wirtschaften bedeute auch, Verschwendung zu vermeiden. Allerdings: «Die Logistik muss verschiedenen Ansprüchen gerecht werden: Flexibilität, Lieferzeit, Qualität, Kosten. Man kann nicht alles gleichzeitig optimieren.»

Für den Praktiker Fortunat Schmid von Fenaco, der Unternehmensgruppe der schweizerischen Agrarwirtschaft, setzt eine nachhaltige Logistik auf drei Ebenen an: «Möglichst kurze Transportwege, möglichst effiziente Transportmittel und eine eigene Flotte auf möglichst moder-

Wir sind uns aber bewusst, dass es **Zielkonflikte** gibt.

Monika Weibel, Migros

nem Stand. Fenaco importiert nur, was die Schweizer Landwirtschaft nicht selber produzieren kann, und 90 Prozent dieser Transporte erfolgen mit dem Schiff bis Basel.»

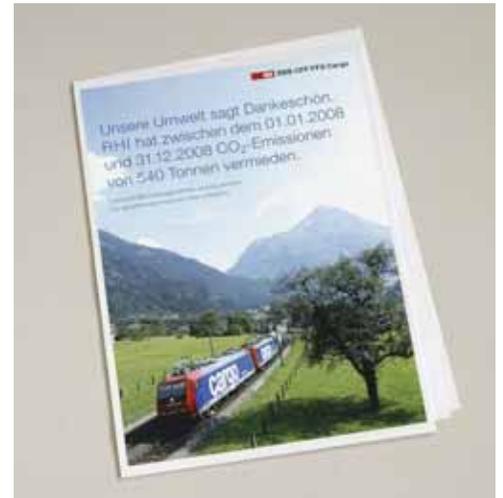
Auch der Detailhändler Migros setzt auf eine moderne Flotte und «innovative Projekte wie die Lastwagen der Migros-Genossenschaft Zürich, die mit Biogas aus hauseigenen Abfällen fahren», sagt Migros-Sprecherin Monika Weibel. Bei den überregionalen Transporten setze Migros auf einen hohen Bahnanteil, während die Zahl der Lastwagenfahrten durch ein computergestütztes Logistik-Tool minimiert werde.

«Wir sind uns aber bewusst, dass es Zielkonflikte gibt», sagt Weibel. Wenn die Kunden im März Spargeln wollen, können sie diese bei Migros kaufen – aus Mexiko. Der Luftfrachtanteil im Gemüsebereich liege aber unter 0,5 Prozent und der Anteil der Produkte aus der Region nehme zu, sagt Weibel.

Im Trend, aber kein Automatismus.

Jürgen Frömberg von der Speditionsfirma Hangartner beobachtet, dass seine Kunden immer häufiger CO₂-Statistiken der Transporte verlangen. «Für namhafte Grosskunden ist das weit mehr als nur eine Imagefrage – das ist Firmenphilosophie.» Freilich: Der Transportsektor hat an Klimawandel oder Luftverschmutzung nach wie vor einen grossen und wachsenden Anteil. Ein Automatismus hin zu mehr Nachhaltigkeit existiert nicht – trotz steigenden Energiepreisen: «Wer heute Verschwendung vermeidet, ist besser für die Zukunft gerüstet. Aber nicht jede diesbezügliche Investition bringt automatisch einen Wettbewerbsvorteil», sagt ETH-Forscher Vodicka.

Für die Konsumenten ist ein umweltbewusster Kaufentscheid schwierig. Es gibt eine Vielzahl von Labels, die – nicht immer seriös – «nachhaltige» Produktion ausweisen. Initiativen wie die im Januar lancierte Informationsplattform www.nachhaltigebeschaffung.org sollen mehr Übersicht schaffen. Als Daumenregel gelte, dass regionale und saisonale Produkte ökologisch



SBB Cargo bietet ein Emissionsreporting an.

sinnvoller seien, sagt Stäheli von BSD Consulting. Doch es gibt Ausnahmen. Zucker aus Brasilien hat die bessere Umweltbilanz als Zucker aus der Schweiz, Rosen aus Kenia die bessere als Rosen aus dem niederländischen Treibhaus.

So einfach ist es eben nicht mit der «Nachhaltigkeit». Und der Wurm sass von Anfang an drin: Nachhaltige Waldnutzung wurde im 18. Jahrhundert möglich, weil die Kohle das Holz als Energieträger ersetzte. Mit höchst unnachhaltigen Folgen, wie wir heute wissen. ■

www.nachhaltigebeschaffung.org



Migros-Lastwagen fahren mit Biogas aus hauseigenen Abfällen.

«Starke» und «schwache» Nachhaltigkeit.

Nachhaltig wirtschaften heisst, nicht auf Kosten kommender Generationen leben. Wie das konkret zu verstehen sei, wird unterschiedlich definiert. Grob kann man zwei Nachhaltigkeitsdefinitionen unterscheiden. Für die Vertreter einer «schwachen» Nachhaltigkeit gelten natürliche Ressourcen als eine Kapitalform unter anderen. Es ist demnach zulässig, die Umwelt zu schädigen, wenn dabei neues Kapital geschaffen wird, das den Schaden mindestens aufwiegt. Für Vertreter einer «starken» Nachhaltigkeit ist die Natur nicht einfach durch andere Kapitalarten ersetzbar. Sie fordern, dass die natürlichen Ressourcen für sich allein erhalten bleiben. Für nicht erneuerbare Ressourcen, die sich gar nicht «stark nachhaltig» nutzen lassen, müsse Realersatz geschaffen werden – also etwa Solarenergie für Erdöl.

RHI-Mitarbeiter montieren eine Glaswanne, die in der Glasherstellung als Gussform dient.



Leidenschaftlich umweltbewusst.

Der Weltmarktführer für feuerfeste Materialien setzt seine Innovation nicht nur im Kerngeschäft ein. Sondern nutzt sie auch für ein umweltfreundliches Logistikkonzept.

TEXT: HEIKE LISCHESKI – FOTOS: RHI

RHI stellt auf der Basis von Magnesit oder Dolomit feuerfeste Steine und Massen her, mit denen unter anderem Konverter sowie Schmelz- und Brennöfen ausgekleidet werden. In den letzten 40 Jahren haben viele Innovationen RHI zum Technologieführer in der Branche gemacht. Das traditionsreiche Unternehmen agiert aber auch besonders nachhaltig, etwa durch hohe laufende Investitionen in Abgasreinigung, Abwärmerückgewinnung, Lärmschutz oder durch den Einsatz schadstoffoptimierter Rohstoffe.

«Das ist ein kontinuierlicher Prozess, den wir in unseren Produktionsstätten im Ausland ebenfalls umsetzen», sagt Ewald Rampler, in der Abteilung Supply Chain Management für Inbound-Logistik zuständig. Demselben Zweck dient auch ein eigenes Technologiezentrum mit 200 Spezialisten, die Produkt- und Prozessinnovationen entwickeln.

Bei 32 Standorten auf 4 Kontinenten spielt die Transportlogistik eine wesentliche Rolle. Mit >

dem erklärten Ziel, möglichst häufig die Schiene als umweltfreundliche Transportart zu nutzen, sind viele Herausforderungen verbunden: die Vermeidung von Leerfahrten, die Verfügbarkeit des gerade benötigten Equipments oder die Bewältigung der letzten Meile. Hierbei hilft ein eigenes Supply-Chain-Netzwerk namens BALLON (Balanced Logistic Networking), das die österreichischen Standorte in ein Rundlaufkonzept integriert.

Staatspreisgekrönt.

Hierbei werden die Rohstoffe mit einem Binnenschiff ins Zwischenlager geliefert, auf Abruf mit einem Ganzzug zu einem Terminal gebracht und von dort aus im Lastwagen zu den vier Produktionsstandorten befördert. Die Fertig-

Wir vermeiden jährlich 3000 Tonnen CO₂-Emissionen.
Ewald Rampler

ware wird schliesslich per Bahn wieder in Richtung Binnenhafen verbracht. «Wir haben dafür einen Container entwickelt, der sowohl Schüttgüter als auch palettierte Fertigware fassen kann», sagt Rampler. 3000 Tonnen CO₂-Emissionen würden durch die Integration jedes Jahr vermieden, und das Equipment werde nahezu vollständig ausgelastet. Das österreichische Bundesministerium für Transport und Innova-

Stichhaltige Datenbasis für das Umweltmanagement.

RHI ist einer der ersten Kunden, für den SBB Cargo ein Emissionsreporting erstellt hat. Dadurch erhält das österreichische Unternehmen den direkten Nachweis, wie viele Emissionen durch den Bahntransport mit SBB Cargo im Vergleich zum Lastwagen vermieden worden sind. So hat RHI im vergangenen Jahr durch den Bahntransport 590 Tonnen Kohlendioxid – 64 Prozent aller Emissionen – eingespart. Der Primärenergieverbrauch betrug 181 600 Liter Dieselequivalente, 200 000 Liter weniger, als Lastwagen verbraucht hätten (Quelle: Eco-TransIT). «Damit verfügen wir über stichhaltiges Zahlenmaterial, um unser Umweltengagement im Logistikbereich objektiv zu belegen», freut sich Ewald Rampler.

RHI.

Bis ins Jahr 1881 reichen die Wurzeln von RHI zurück. Der Weltmarktführer mit Sitz in Wien stellt jährlich 2 Millionen Tonnen Rohstoffe und feuerfeste Materialien für Hochtemperaturprozesse her, die unter anderem in der Stahlindustrie, bei Zement-, Kalk- und Glasherstellung, in Umwelt- und Energietechnik sowie der chemischen Industrie eingesetzt werden. 8000 Mitarbeiter erwirtschaften einen Jahresumsatz von etwa 1,3 Milliarden Euro. Das Kürzel stand bis 1998 für «Radox-Heraklith Industriebeteiligungs AG».



Ewald Rampler, Logistikspezialist bei RHI.

tion hat diese Lösung im Jahr 2005 mit dem Staatspreis für Transportlogistik ausgezeichnet. Um die Rohstoffanlieferung für den deutschen Produktionsstandort Mainzlar umweltfreundlich zu gestalten, hat RHI mit SBB Cargo den richtigen Partner gefunden. «Wir konnten die Transporte vom Binnenhafen Andernach lange Zeit nur per Lastwagen abwickeln, weil Equipment, Termintreue und Preise bei anderen Bahndienstleistern nicht unseren Vorstellungen entsprachen», sagt Rampler. Die ärgerliche Folge: Durch die zusätzlich notwendigen Umladungen vom Schiff auf den Lastwagen fielen Staubbelastungen an, die eigentlich vermeidbar gewesen wären.

Verantwortungsvolle Zusammenarbeit.

«Doch nun übernimmt SBB Cargo die volle Verantwortung für den Transport», erklärt Rampler begeistert. Durch den Einsatz eines

Ganzzuges geht der Transport beim Rohstofflieferanten auf die Schiene und wird im Werk direkt von der Schiene in die Produktionsanlagen verladen. Im Projektgeschäft verlässt sich der Feuerfest-Spezialist ebenfalls zunehmend auf seinen Dienstleister. «Wenn die Verladeindustrie umweltschonende Transportwege nutzen soll, muss das Schienenwesen den damit verbundenen Anforderungen auch gerecht werden», fordert er. SBB Cargo wird dieser Herausforderung gerecht und trägt dazu bei, die Umweltbilanz des Unternehmens weiter zu verbessern. ■

www.rhi-ag.com



Für höllische Einsatzbedingungen sind die Materialien von RHI gemacht.

KLIPP & KLAR

AUSGANGSBAHNHOF
Weltweit 32 Standorte,
Produktion in Mainzlar (D)

BESTIMMUNGSORT
Binnenhäfen,
u.a. Andernach

TRANSPORTGUT
Feuerfeste Steine und
Massen

EMPFÄNGER
Stahlindustrie,
chemische Industrie,
Zement-, Kalk- und
Glaserwerke



Zu Ende gedacht.

In Oftringen hat das internationale Logistikunternehmen Fiege eines seiner Mega Centers errichtet, und der Bach Tych hat ein neues Bett erhalten.

TEXT: URSULA HOMBERGER – FOTOS: BERNHARD LOCHMATTER

Gut gelaunt posiert CEO Thomas Knopf am renaturierten Bach, der den Neubau von Fiege Logistik (Schweiz) AG umfließt. Dieser symbolisiert, was Knopf als Logistiker anstrebt: einen sicheren, ungehinderten Warenfluss.

Dafür hat Fiege in Oftringen (Kanton Aargau) die idealen Voraussetzungen geschaffen: Auf dem 57 000 Quadratmeter grossen Gelände einer ehemaligen Papierfabrik hat das Logistikunternehmen einen neuen, für seine Schweizer Aktivitäten zentralen Standort errichtet. Um das

Grundstück optimal zu nutzen, wurde mit erheblichem Aufwand ein Kanalstück verlagert und dem vorher zubetonierten Flüsschen Tych ein neues Bett gebaut.

Der vierteilige Hallenkomplex des sogenannten Mega Center ist auf unterschiedliche Kundenanforderungen ausgerichtet. Gegenwärtig werden in Oftringen auf 30 000 Quadratmetern Papier, Konsumgüter, Reifen, Getränke und Pharmazeutika gelagert und umgeschlagen. Das Fiege-eigene Warehouse-Management-

System steuert alle Prozesse im Lager, vom optimalen Verkehrsweg für jeden Stapler bis zur scannergeführten oder akustischen Auftragsbearbeitung («Pick by Voice»). Die Schnittstelle zwischen Lagerhallen und den 44 Verladerrampen wird per Video überwacht. «Es geht uns nicht um die Kontrolle unserer Mitarbeiter», stellt Knopf klar, «sondern darum, dass wir auf dem Videoband jederzeit feststellen können, was wann verladen wurde und wo ein allfälliger Fehler passiert ist. Wir haben Track & Trace zu Ende gedacht.»

>

Mehr auf die Bahn.

Das Center wurde mit einem neuen Gleis ans schweizerische Bahnnetz angebunden. Obwohl grundsätzlich ein Strassentransportunternehmen, arbeitet Fiege beim Import von Waren aus ganz Europa mit SBB Cargo zusammen. «Die Bahn ist für uns ein strategischer Partner, der an Stellenwert gewinnen wird, denn Umwelt-

Die Kosten für Umweltschäden fallen auf uns zurück.
Thomas Knopf

abgaben und Vorschriften werden den Strassen-transport verteuern», sagt Knopf. «Richten wir unseren Geschäftsprozess ökologisch aus, ist dies längerfristig auch wirtschaftlich interessant. Handeln wir nicht umweltbewusst, fallen die Kosten für Umweltschäden früher oder später auf uns zurück.»

Beispielhaftes Mutterhaus.

Diese Grundhaltung geht zurück auf das Fiege-Mutterhaus in Deutschland. Dieses gewann 1992 für sein Konzept der Verkehrsbündelung durch grosse Mega Centers den Deutschen Logistikpreis. Eine weitere Auszeichnung für umweltbewusstes und nachhaltiges Management wurde der Fiege-Gruppe vor gut zehn Jahren mit dem «Ökomanager des Jahres» verliehen. Heute setzt Fiege in seinen grossen

Vom Fuhrhalter zum Logistikunternehmen.
Die Wurzeln der Fiege-Gruppe gehen auf einen klassischen Fuhrhalterbetrieb zurück, der 1873 in Deutschland gegründet wurde. Heute stellen ganzheitliche Logistiksysteme die Kernkompetenz der Gruppe dar, die an 230 Standorten in 18 Ländern 21 000 Mitarbeitende beschäftigt. 2007 setzte sie 1,8 Milliarden Euro um.
Fiege Logistik (Schweiz) AG mit Sitz in Münchenstein bei Basel betreibt das Center in Oftringen, die Plattformen in Chiasso, Bern, Bülach und an den Flughäfen von Zürich, Basel und Genf. Fiege ist einer der führenden Anbieter von Papier- und Kartonlogistik in der Schweiz und in Norditalien. Fiege (Schweiz) AG beschäftigt 710 Mitarbeitende. SBB Cargo transportiert jährlich rund 300 000 Tonnen für Fiege, hauptsächlich im Import, 30 000 Tonnen davon zum neuen Center in Oftringen.

Zentren unter anderem auf Fotovoltaikanlagen zur Gewinnung von Energie; in Oftringen wird mit Fernwärme geheizt. «Generell fördern wir ein umweltbewusstes Verhalten in unseren Filialen. Wir beteiligen uns an den Kosten unserer Mitarbeiter für den öffentlichen Verkehr, trennen Abfall, erfassen und optimieren den Energieverbrauch», sagt Knopf. Als Vater zweier kleiner Kinder habe er auch aus moralischen Gründen alles Interesse daran, der Umwelt Sorge zu tragen. ■

Sehen Sie jetzt das Interview auf www.sbbcargo.com/cargomagazin

KLIPP & KLAR
AUSGANGSBAHNHOF Skandinavien/ Deutschland
BESTIMMUNGSORT Oftringen AG
DISTANZ 100 – 1500 km
TRANSPORTGUT Papier
WAGEN 2- u. 4-Achs-Privatwagen
EMPFÄNGER Diverse Druckereien



Fiege (Schweiz)-CEO Thomas Knopf vor der renaturierten Tych.



Was ist ein Klimarappen?



Das schweizerische CO₂-Gesetz sieht vor, die Emissionen gegenüber 1990 mit einer Kombination von freiwilligen Massnahmen und einer CO₂-Abgabe zu senken. Seit 2008 wird auf fossile Brennstoffe eine solche Abgabe von 12 Franken pro Tonne CO₂ erhoben. Die Fahrzeug-Treibstoffe sind davon ausgenommen; bei ihnen kommt eine «freiwillige» Massnahme zum Zug: Die Importeure belasten Treibstoffe mit rund 1,5 Rappen pro Liter. Diese werden von der Stiftung Klimarappen eingesetzt, um im Inland Energiesparprojekte zu unterstützen und im Ausland CO₂-Gutschriften einzukaufen. So können beispielsweise Hausbesitzer Beiträge an die energetische Sanierung ihres Hauses beantragen.

Für die Befürworter des Klimarappens kann die Schweiz ihre Emissionen auf diese Weise preisgünstig reduzieren. Kritiker weisen darauf hin, dass die zertifizierten Einsparungen kaum tatsächlichen Minderemissionen entsprechen und der Klimarappen lediglich dazu diene, eine wirksamere CO₂-Abgabe auf Treibstoffe abzuwenden.



ChemOil: Mehr Information.

ChemOil hat das Layout und die Navigation der Homepage www.chemoil.ch den Bedürfnissen der Benutzer angepasst. Informationen und Details sind schnell und übersichtlich zu finden.

Die auf Chemie- und Mineralöltransporte spezialisierte SBB Cargo-Tochter hat zudem die Angebotsbroschüre aktualisiert. Sie ergänzt den elektronischen Informationsausbau. Neu erweitern eine englische und eine italienische Ausgabe die deutsche Version.

www.chemoil.ch



Agenda.

18. bis 20. Mai

Made in Steel, Brescia.

12. bis 15. Mai

transport logistic 2009,
München.

SBB Cargo fährt schlank durch die Krise.

Während der aktuellen Konjunkturkrise leitet die Güterbahn Massnahmen ein.

SBB Cargo hat bereits im August/September 2008 die Kapazitäten angepasst und einen selektiven Einstellungsstopp verfügt. Zu Recht: Die Konjunkturkrise hat im vierten Quartal 2008 bei SBB Cargo zu einem Umsatzrückgang von rund 10 Prozent geführt.

Im November und Dezember sank das Transportvolumen im internationalen Geschäft auf der Nord-Süd-Achse im Vergleich zum Vorjahr um durchschnittlich 20 Prozent. Im Inlandgeschäft gingen die Transporte um rund 5 Prozent zurück; im Dezember beförderte SBB Cargo im Binnengeschäft gleich viele Güter wie vor einem Jahr. Für die Fahrt durch die andauernde Konjunkturlaute steuert SBB Cargo die Kapazität aktiv und passt sie frühzeitig an die tiefere Nachfrage an. Gleichzeitig nutzen die Verkaufsteams von SBB Cargo die Chancen, um von bestehenden und neuen Kunden zusätzliche Transportvolumen zu gewinnen.

Aktiv anpassen.

Im Binnenverkehr ist eine gute Auslastung des Netzes entscheidend. Die Kapazitäten werden flexibel den regional unterschiedlichen Entwicklungen angepasst. In Absprache mit den Kunden prüfen die Güterspezialisten, wie sie die Bedienungsfahrten bei Zustellungen und Abholungen optimieren können. Die Netzstruktur im Wagenladungsverkehr und von Cargo-Express bleibt unverändert.

Im Transitgeschäft reduziert SBB Cargo die Kapazität um 20 Prozent. Unter anderem werden weniger Leistungen bei Dritten eingekauft. Zudem fahren Cargo-Lokführer vorübergehend auch Reisezüge.

2009 ist vorgesehen die Wagenflotte gegenüber der ursprünglichen Planung um 700 Stück zu verkleinern. Weiter ist geplant, einen Teil der Locks der älteren Baureihe Ae 610 stillzulegen oder einzumotten. «Ich gehe davon aus, dass die wirtschaftliche Lage sich frühestens im kommenden Jahr verbessern wird», erklärt Cargo-Chef Nicolas Perrin. «Das Ziel ist, während der Wirtschaftsflaute unsere Transportkapazitäten aktiv zu steuern, gezielt Zusatzvolumen zu akquirieren und gleichzeitig bereit zu sein, wenn die Konjunktur wieder anzieht.»

Grünes Papier.

Das Logistikmagazin *cargo* wird auf FSC-Papier gedruckt. Das soll so bleiben.

Die Papierherstellung braucht Holz – doch die Abholzung der Wälder ist eines der grössten Umweltprobleme. Papier, das nach FSC (Forest Stewardship Council) zertifiziert ist, wurde umwelt- und sozialverträglich produziert. Das

Logistikmagazin *cargo* erscheint mit der vorliegenden Ausgabe und in Zukunft ausschliesslich auf FSC-Papier.



SBB Cargo im Freigelände an der transport logistic 2009 in München.

Vom 12. bis 15. Mai findet die transport logistic 2009 statt.

Mehr als 1500 Aussteller aus sechzig Ländern präsentieren an der wichtigsten europäischen Transportmesse ihre Angebote und Neuentwicklungen vor über 47 000 Fachbesuchern. SBB Cargo empfängt das Fachpublikum erneut im Freigelände auf dem Gleis 1/4 (Stand 804/1). Platz für gute Gespräche bietet die gemütliche Lounge der Schweizer Güterbahn. Mehr zum Auftritt von SBB Cargo lesen Sie unter www.sbbcargo.com/cargocube. Auch Eintrittstickets können auf dieser Internet-Seite reserviert werden.

www.transportlogistic.de



Neu für Kunden: Emissionen berechnen.

SBB Cargo bietet ihren Kunden neu ein individuelles Emissionsreporting für das vergangene Jahr an.

Anhand der von SBB Cargo im Jahr 2008 gefahrenen Transporte werden Emissionen wie CO₂, Stickoxide oder Russpartikel ausgewiesen. Ein Vergleich zeigt auf, wie viele Emissionen der Transport mit der Bahn gegenüber einem Lastwagentransport vermeidet.

SBB Cargo stellt ihren Kunden mit dem System EcoTransIT wertvolle Daten für das betriebliche Umweltmanagementsystem zu Verfügung. Anhand dieser Daten können Öko-

bilanzen berechnet und Umweltberichte erstellt werden. Rechnungsgrundlage der Emissionsreportings ist das öffentlich zugängliche EcoTransIT. Eine Spezialanwendung dieses Systems erlaubt SBB Cargo, bei den Reportings auf individuelle Kundenwünsche einzugehen.

Interessierte Kunden melden sich am besten bei ihrem Kundenberater oder beim Kunden Service von SBB Cargo.

www.ecotransit.org



Neuer Sicherheitsbeauftragter.

Bernhard Meier, Leiter Corporate Services, ist neu Sicherheits- und Risikobeauftragter von SBB Cargo.

In seiner Funktion wird er das bestehende Sicherheitsmanagementsystem von SBB Cargo und die Sicherheitsleistung der SBB weiterentwickeln. Im Herbst 2009 soll der erste Risikoreport von SBB Cargo vorliegen.

Bernhard Meier folgt auf Jürgen Mues, der diese Aufgabe als Leiter des Geschäftsbereichs Asset Management abgibt.

Neu für Qualität und Information.

Ab dem 1. März leitet Sara Doetsch den Bereich Qualitäts- und Informationsmanagement von SBB Cargo und wird Mitglied der Geschäftsleitung.

Die gelernte Industriekauffrau hat Wirtschafts- und Sozialwissenschaften studiert. Sie verfügt über langjährige Erfahrung in leitenden Funktionen. Unter anderem war sie in der Industrie, im Bank- und im Verlagswesen tätig.

Sara Doetschs interimistischer Vorgänger, Klaus Pirker, wechselt zu SBB IT.



Kein Platz für Überflüssiges!

Evelyne Binsack reiste vom Berner Oberland an den Südpol. Als Transportmittel dienten ein Fahrrad, Skier, ein Schlitten – und der eigene Körper.

TEXT: MARCEL HÄNGGI – ILLUSTRATION: MICHAEL MEISTER

Die Iljuschin 76, die regelmässig von Punta Arenas am Südpol Chiles in die Antarktis fliegt, ist bis auf die Rippen ausgehöhlt. Es hat in der Antarktis keinen Platz für Überflüssiges.

Am Samstag, 10. November 2007, sassen die Schweizer Bergführerin Evelyne Binsack und ihre vier Begleiter im unkomfortablen Bauch der Iljuschin. Vom Rand des antarktischen Kontinents wollten die fünf aus eigener Kraft den Südpol erreichen: 10 Breitengrade, 1111 Kilometer Luftlinie und 3000 Meter Höhendifferenz bei bis zu 29 Grad Kälte und viel Wind. Unassisted and unsupported, wie es im Expeditionsjargon heisst: ohne sich Material in Depots fliegen zu lassen. Am 28. Dezember 2007, nach 47 Tagen

in lebensfeindlicher Umgebung, erreichten die fünf ihr Ziel.

Minimalismus extrem.

Binsack ging noch weiter. «Zum Projekt gehörte von Anfang an, das Ziel aus eigener Kraft zu erreichen», sagt sie. Deshalb flog sie nicht an den Ausgangspunkt der Expedition, sondern fuhr – per Fahrrad. Von ihrem Wohnort im Berner Oberland bis Porto, dann per Fluzeug nach Salt Lake City, das auf derselben geografischen Breite liegt wie Porto, und von da wieder per Rad bis Punta Arenas. «Es ging um die physische und psychische Erfahrung von Distanz», sagt Binsack.

Die Antarktis ist unerbittlich. Alles, was fehlt, kann die Expedition scheitern lassen; alles, was zu viel ist, kostet Energie und kann ebenfalls zum Misserfolg führen. Aus logistischer Sicht heisst das: Zwang zum Minimalismus in Extremform.

Jeder Expeditionsteilnehmer hatte 115 Kilogramm auf seinen Schlitten geladen; davon rund 60 Kilo Nahrungsmittel. Nach dem ersten Tag nahmen die Männer der Frau im Team je ein paar Kilo ab; «im Gegenzug übernahm ich zwei Drittel der Navigation und gute zwei Drittel des Kochens» – Letzteres eine kräftezehrende, täglich mehrstündige Arbeit. Der einzige Luxus, den Binsack sich gönnte, war ein Rosenkranz. >

Statt sich zu waschen, desinfizierte man die Hände mit einer Crème.

Trainieren und schlemmen.

5300 Kalorien betrug die tägliche Essensration – weniger, als der Körper benötigte. Deshalb musste der Körper einen Teil der Energie selber mittragen. Und darin lag die Haupttücke der Anreise per Fahrrad: Radeln hält schlank. 60 Kilo wog Binsack, als sie in Punta Arenas ankam, 75 Kilogramm hätte sie wiegen wollen. Also tat sie in den paar Wochen in Punta Arenas vor allem zwei Dinge: trainieren (Schlittenziehen

Ich las mein Gewicht anhand der Röllchen am Bauch ab.

Evelyne Binsack

braucht andere Muskeln als Radfahren) – und essen. Statt des erhofften «Idealgewichts» schaffte sie es nur auf 72 Kilogramm; sieben Wochen später, am Südpol, war sie dann 15 Kilo leichter. «Unterwegs las ich mein Körpergewicht anhand der Röllchen am Bauch ab.»

Die Expedition war erfolgreich und verlief gut, doch was heisst schon «gut»? In ihrem Buch schildert Binsack die Strapazen und die Momente des Verzweifeln. Etwa, als sie sechs Tage vor der Ankunft aus Erschöpfung nicht mehr weiter konnte und die Lebensmittel nur noch einen Ruhetag zuliessen. Oder als der Schuh eines Gefährten brach und nicht mehr auf dem Ski befestigt werden konnte. Nach langem, mühseligem Basteln gelang eine Notreparatur, für die auch Zahnseide erhalten musste. Nur konnte man den Schuh jetzt nicht mehr vom Ski lösen – sodass dieser abends mit ins Zelt musste, damit der Schuh nicht einfro.

Ihren Rosenkranz hatte Evelyne Binsack nicht mehr, als sie am Südpol ankam. Verloren. Kein Platz für Überflüssiges in der Antarktis! ■

Evelyne Binsack, 41, wuchs in Hergiswil in der Innerschweiz auf und lebt in Innertkirchen. Die diplomierte Bergführerin und Hubschrauberpilotin stand 2001 als erste Schweizerin auf dem Mt. Everest und durchstieg mehrmals die Eigernordwand. Zusammen mit Markus Maeder hat sie das Buch «Expedition Antarctica. 484 Tage bis ans Ende der Welt» publiziert (Wörterseh Verlag 2008).



Die Krise als Chance

Liebe Logistikerinnen, liebe Logistiker

Der Wandel der Finanz- in eine realwirtschaftliche Krise zeigt die Auswirkungen auf Transportwirtschaft und Logistik. Ein noch steigendes Angebot an Transportkapazitäten trifft auf eine rasch sinkende Nachfrage. Dies führt dazu, dass der Preisverfall auf den Transportmärkten ebenso unglaubliche Dimensionen annimmt wie die Kapitalvernichtung an den Finanzmärkten.

Dass die Deutsche Bahn 8000 Güterwaggons (vorübergehend) stilllegt, zeigt einerseits den Handlungswillen eines marktorientierten Unternehmens. Andererseits macht es deutlich, dass der Bahnverkehr aufgrund des Produktspektrums und der Fixkostenintensität stärker von der Krise betroffen ist als der Strassengüterverkehr.

Aus den vergangenen Krisen ist der europäische Strassengüterverkehr – im Gegensatz zu den Bahnen – durch Marktberreinigung gestärkt hervorgegangen. Ineffiziente Strassengüterunternehmen schieden aus, die Kapazitäten (Lastwagen) wurden jedoch nicht vom Markt genommen, sondern tauchten – zum Grossteil zu niedrigen Anschaffungskosten – nach der Krise wieder auf.

Es besteht jedoch die Chance, dass die europäischen Bahnen aus dieser Krise gestärkt hervorgehen. Erstens werden nach der Krise wohl kaum für jedes insolvente Strassengüterunternehmen zwei neue auftauchen. Zweitens sollte die Politik die Situation nutzen, um die Energieeffizienz der Transportwirtschaft zu stärken. Drittens können die europäischen Bahnen die Krise nutzen, um effektive Unternehmensstrukturen und effiziente Transportangebote zu entwickeln.

*Univ.-Prof. Dr. Sebastian Kummer
Vorstand des Instituts für Transportwirtschaft und Logistik, Wien*



Der Waldmeister.

Heinz Frauchiger, Key Account Manager, beobachtet und lenkt den Holzmarkt in der Schweiz.

TEXT: SUSANNE PERREN – FOTO: GUY PERRENOUD

3 Fragen.

Stichwort Chaos:

Hat jeder Mensch zwischendurch. Aktuell herrscht in der Politik Chaos.

Erinnern Sie sich an Ihren ersten Transport?

Ich habe als zwölfjähriger Bub in einer Käseerei in Bern die Käselaike gekehrt – für drei Franken die Stunde!

Welches Talent hätten Sie gerne?

Das Gastronomische: ein Bistro mit guter Küche und speziellen Gerichten führen.

Will seine Frau einen warmen Winterabend daheim verbringen, heizt Heinz Frauchiger, Key Account Manager bei SBB Cargo, den Kachelofen ein. «Dann haben wir Volltemperatur im Haus», sagt der Holzkundige, der jedes Jahr ein paar Arbeitstage bei den Förstern im Wald verbringt. Dort beginnt der grüne Kreislauf, den SBB Cargo aufrechterhält. «Vom Förster bis zum Abnehmer haben alle die gleichen Interessen», sagt er. 1,7 Millionen Tonnen Holz transportiert SBB Cargo jährlich allein in der Schweiz.

Breiter Blick für die Branche.

Heinz Frauchiger blickt als Branchenkenner über den Waldrand hinaus: «Erneuerbare Energien sind eine Chance für die Transportlogistik. Viele Leute wechseln auf Pelletsheizungen. In der Schweiz stehen Holzenergiewerke im Bau.» Dadurch wächst die Nachfrage nach Holz – das transportiert werden will. Zusammen mit dem Team Kundenprojekte macht er sich dafür stark, dass die Bahn für diese Transporte vorgehen kann.

Über Jahre hat sich Heinz Frauchiger ein Netzwerk aufgebaut. Das kommt auch seinen Kunden zugute. Suchen diese Partner für Restholz, bringt Frauchiger mögliche Abnehmer und die gedeckten Behälter Innofreight von SBB Cargo ins Spiel. Seine Grosskunden, darunter auch die Stallinger GmbH im Domat/Ems, die per 1. Januar von der österreichischen Mayr Melnhof Holz übernommen wurde, betreut Heinz Frauchiger täglich, bei Bedarf rund um die Uhr. Für 2009 ist geplant, dass SBB Cargo eine erhebliche Menge von Roh- und Endprodukten vom grössten Sägewerk in der Schweiz von und nach Domat/Ems transportiert.

Holzen im Internet.

Drei bis viermal jährlich tauscht Frauchiger Erfahrungen mit Verkäufern aus; er trifft Vertreter der Holz- und Waldwirtschaftsverbände und hält sich via Internet täglich am Ball. Die Wirtschaftskrise wird auch auf dem Holzmarkt Kerben hinterlassen: «Im Exportmarkt USA wird weniger gebaut. Das werden wir spüren», sagt er. Umso reger verfolgt Frauchiger die Veränderungen auf dem Holz- und Energiemarkt. In der Schweiz seien ein bis zwei neue Pelletswerke und ein Grosssägewerk in Planung. Diese Transporte will er mit konkurrenzfähigen Preisen und dem flächendeckenden Netz von über 130 Holz verladenden Bahnhöfen für SBB Cargo gewinnen. Die Begeisterung für das Geschäft zeichnet den Unternehmer Frauchiger im Grossunternehmen SBB Cargo aus. Dass er das Vertrauen von Händlern, Grosskunden und von der Geschäftsleitung genießt, hat viel mit seiner Unaufgeregtheit zu tun. Er pflegt, nach ergötzlicher Stunde im Krafraum, das Daheimsein. An Wochenenden trifft man ihn beim Einkauf – in der Landi, weil er das Saisonangebot schätze – und später am Herd. Seine Bündner Gerstensuppe oder die Berner Rösti «aus rohen Kartoffeln, die eineinhalb Stunden köcheln», wärmen nicht minder als der Kachelofen. ■

Heinz Frauchiger, 54, begann vor 37 Jahren eine klassische SBB-Laufbahn. Nach der Lehre trat er 1976 als Betriebsdisponent eine Verwaltungsstelle bei SBB Cargo an und blieb der Gütertochter der Bahn seither treu. Er war u. a. im Binnenmarkt und im Transitgeschäft Bau Deutschland-Italien tätig, danach für die Transporte Skandinavien-Italien und die Branche Holz+Papier verantwortlich und spezialisierte sich alsbald auf die Forstprodukte. Der Key Account Manager Grosskunden steht heute zugleich als Branchenbeobachter dem Bereich Holz und Papier vor. Heinz Frauchiger wohnt mit seiner Frau in Münchenbuchsee, in dessen Umgebung auch die zwei erwachsenen Kinder daheim sind.



Impressum.

cargo 1|09, Februar 2009. Das Logistikmagazin von SBB Cargo erscheint viermal pro Jahr in Deutsch, Französisch, Italienisch. **Auflage** 20 000 Exemplare. **Redaktion** Susanne Perren (Leitung), Adrian Kohler, Christoph Rytz, Matthias Widmer, Marcel Hänggi, Tom Schaich. **Grafik / Satz** Favo Werbeagentur, Basel. **Litho** ExactaPro, Arlesheim. **Druck** Stämpfli AG, Bern. **Redaktionsadresse** SBB Cargo, «Redaktion Logistikmagazin cargo», 4065 Basel, Schweiz, Telefon +41 (0)41 210 33 49, Fax +41 (0)51 229 00 69, www.sbbcargo.com/cargomagazin

Das Copyright für dieses Magazin liegt bei SBB Cargo. Der Abdruck von Artikeln ist unter Quellenangaben erlaubt. Bitte schicken Sie uns jeweils ein Belegexemplar.

Sie wünschen ein Gratisabonnement?

Sie finden das Online-Formular unter: www.sbbcargo.com/magazin. Dann erhalten Sie **cargo** viermal pro Jahr kostenlos ins Büro oder nach Hause gesandt.

Änderung von Adresse oder Abonnement

Bitte schicken Sie die Originaletikette zusammen mit der Angabe der gewünschten Änderung (Adresse, Anzahl Exemplare, Sprache etc.) per Fax +41 (0)51 229 01 02, E-Mail cargomagazin@sbbcargo.com oder per Post an: SBB Cargo, cargo magazin, G-CH-MS-M, Centralbahnstrasse 4, 4065 Basel, Schweiz

Kunden Service:

SBB Cargo AG
Kunden Service
Centralbahnstrasse 4
4065 Basel
Schweiz
Tel. Schweiz 0800 707 100
Fax Schweiz 0800 707 010
Tel. Europa 00800 7227 2224
Fax Europa 00800 7222 4329
cargo@sbbcargo.com
www.sbbcargo.com

Marketing & Sales:

Verkauf Schweiz
Postfach
4065 Basel
Schweiz
Tel. 0800 707 100
Fax 0800 707 010
cargo@sbbcargo.com

Vertrieb Italien
SBB Cargo Srl
Via Vittor Pisani 7
20124 Milano
Italia
Tel. +39 0331 24 86 74
Fax +39 0331 24 86 89
sbbmilano@sbbcargo.com

Vertrieb Deutschland
SBB Cargo GmbH
Schifferstrasse 200
47059 Duisburg
Deutschland
Tel. +49 (0)203 607 84 07
Fax +49 (0)203 607 84 09
deutschland@sbbcargo.com

Chemie, Mineralöl
ChemOil Logistics AG
Güterstrasse 97
Postfach
4002 Basel
Schweiz
Tel. +41 (0)61 226 60 60
Fax +41 (0)61 226 60 30
info@chemoil.ch

Instandhaltung:

Asset Management
Verkauf
Viale Officina 18
6500 Bellinzona
Schweiz
Tel. +41 (0)51 227 60 10
Fax +41 (0)51 227 67 97
instandhaltung.verkauf@sbbcargo.com



Alles, was Sie schon immer über Logistik wissen wollten. Und vieles mehr.

In jedem Cargo Magazin.



Vergrössern Sie Ihren Wissensvorsprung. Mit dem Cargo Magazin von SBB Cargo. Es erscheint viermal im Jahr und wird direkt an Ihre Adresse geliefert. Jetzt Gratisabonnement bestellen: www.cargomagazin.ch