

cargo

Hopfen und Malz. Von Rheinfelden aus wird der Fussballfans Durst gelöscht. 6

Lovestory. Emilia-Romagna: Liebeserklärung an eine Landschaft. 10

Für ewig. Eternit hat Geschichte geschrieben. Die Geschichte geht weiter. 14

Müll und Mist. Abfall ist eine Ware wie jede andere. Fast wie jede andere. 18





Ihr Bildschirmschoner.

Jetzt downloaden.

Bei der Arbeit ans Feierabendbier denken? Laden Sie dieses Bild aus dem Lager der Brauerei Feldschlösschen sowie andere Einblicke in die Logistikwelt als Bildschirmschoner herunter:

www.sbbcargo.com/saisonbild.htm.

Guten Durchblick!

Sie wünschen ein Gratisabonnement?

Sie finden das Onlineformular 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 00 69, E-Mail cargomagazin@sbbcargo.com oder mit der Post an:

SBB Cargo, Logistikmagazin *cargo*,
G-CH-MS-MK, Elsässertor, 4065 Basel, Schweiz

Impressum.

cargo 2|08. Mai 2008. 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 Schach. **Grafik/Satz** Favo Werbeagentur, Basel. **Litho** ExactaPro, Arlesheim. **Druck** Stämpfli AG, Bern. **Redaktionsadresse** SBB Cargo, Redaktion Logistikmagazin *cargo*, 4065 Basel, Schweiz, Telefon +41 (0)51 229 00 16, Fax +41 (0)51 229 00 69, www.sbbcargo.com

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

Titelbild: Edle Umgebung für edles Gebräu: Blick in die Brauerei Feldschlösschen in Rheinfelden, die August Bush, ehemaliger Chef der weltgrössten Brauerei, als die schönste der Welt bezeichnet hat.

Begeisterung. Auch in fordernden Zeiten.



Liebe Leserin, lieber Leser

Die Fussball-Europameisterschaft steht vor der Tür. Es wird ein begeisterndes Fussballfest werden. Auch SBB Cargo ist mit von der Partie und sorgt dafür, dass die Belieferung der Stadien mit Getränken klappt (lesen Sie dazu den Artikel über die Feldschlösschen AG ab Seite 6). Als Unternehmen unterzieht sich SBB Cargo derzeit einer umfassenden Sanierung. Wir wollen Erträge und Kosten ins Lot bringen, um auch in Zukunft eine starke und verlässliche Güterbahn zu bleiben. Diese Aufgabe packen wir energisch und mit Begeisterung an.

Begeisterung? Ja, weil wir jeden Tag spüren, dass unsere Kunden zu uns stehen. Dieses Vertrauen wollen wir nicht enttäuschen. Unser Angebot an den Markt steht. Gemeinsam mit unseren Kunden wollen wir noch viele schöne Tore schießen, im Interesse einer ökonomisch und ökologisch nachhaltigen Verkehrsabwicklung.

Adrian Kohler

Leiter Marketing & Kommunikation SBB Cargo

Inhalt.

- «Das Angebot bleibt.» 4**
CEO Nicolas Perrin zur Krise von SBB Cargo.
- Gott erhalts. 6**
Vom Schloss fliesst das Bier zum Fussball.
- Ausgezeichnet. 9**
Die Schweizer Armeelogistik ist exzellent.
- Bel paese. 10**
Unsere Foto-Lovestory für eine Landschaft.
- Aufgehoben. 12**
ChemOil ist der Logistikpartner für SF-Chem.
- Schotter I. 13**
Rasen. Experten. Anschluss.
- Verankert. 14**
Eternit vom Glarnerland für die ganze Welt.
- So ein Mist. 16**
Abfall ist ein normale Handelsware – fast.
- Schotter II. 17**
Cargo Pass, Marktsignale, Assets.
- Bäcker und Bauer. 18**
Ein Duo leitet den Verkauf von SBB Cargo.



«Unser Angebot an den Markt verändert sich nicht.»

Der CEO von SBB Cargo, Nicolas Perrin, über die aktuelle Situation und die Aussichten für die Güterbahn und ihre Kunden.

Nicolas Perrin, warum steckt SBB Cargo in Schwierigkeiten?

Wenn ich unsere Stellung bei den Kunden und unsere Positionierung im Markt anschau, sehe ich nicht nur Negatives. In der Schweiz sind wir die Güterbahn Nummer 1 und auf der Nord-Süd-Achse haben wir uns klar als Alternative etabliert. Unsere Kunden sind zufrieden mit uns, sie wollen uns, und sie stehen zu uns. Aber Erträge und Kosten sind nicht im Lot. Deshalb müssen wir das Unternehmen sanieren.

In welchen Bereichen stimmen die Zahlen nicht?

Die grössten Verluste haben wir 2007 in der Instandhaltung und im internationalen Bereich geschrieben. In der Schweiz haben wir ein fast ausgeglichenes Resultat erreicht. Allerdings sind im Binnenverkehr mittelfristig Ersatzinvestitionen fällig. Da reicht auch dieses an sich erfreuliche Resultat nicht. Zu hohe Kosten weisen wir gemäss Branchenvergleich auch in den Verwaltungsbereichen auf.

Was bedeutet die Sanierung für die Kunden von SBB Cargo?

Die jetzt beschlossenen Sanierungsmaßnahmen verändern unser Leistungsangebot nicht – weder in der Schweiz noch international. Mit der Sanierung sorgen wir dafür, dass wir auch in Zukunft eine verlässliche Dienstleisterin bleiben. Unsere Kunden brauchen eine SBB Cargo, der es gut geht.

Es ist also vor allem ein Kostenproblem?

Ja, denn unser Weg stimmt. Das bescheidenen uns auch unsere Kunden und Logistikexperten. Wir registrieren allerdings auf dem internationalen Markt eine zunehmende Konsolidierung. Da müssen wir reagieren. Ein aggressiver Alleingang ist nicht mehr möglich. Wir wollen auf der Nord-Süd-Achse zusammen mit Partnern weiterhin eine starke Rolle spielen. Wer diese Partner sind, mit denen wir in Zukunft enger zusammenarbeiten wollen, prüfen wir seriös.

Und die Strategie von SBB Cargo in der Schweiz?

Anders als im Fussball ist die Schweiz bei der Liberalisierung der Bahn bereits mindes-

tens Europameisterin. Konkurrenz im Binnenverkehr, mit Strasse und mit Schiene, ist für uns schon lange Alltag. Dieser Wettbewerb wurde bisher aktiv gefördert und wir stellen uns dem. Das gelang uns bisher erfolgreich. Der schweizerische Wagenladungsverkehr ist für uns eine Hauptertragsquelle. Wir wollen ihn für die Zukunft sichern und weiterentwickeln. Wir optimieren stetig auf der Kostenseite und bauen das Angebot langfristig aus.

Was heisst das konkret?

Die Kunden werden bei den Zustell- und Abholzeiten eine grössere Auswahl haben. Das erlaubt uns, die zur Verfügung stehenden Trassenkapazitäten besser auszunutzen. Zudem werden wir die Verkehre zwischen den Knoten des Netzes verstetigen und uns damit bei der Vergabe von Trassen eine bessere Ausgangslage gegenüber dem Personenverkehr verschaffen. Darüber hinaus vereinfachen wir die Geschäftsabwicklung, sei es beim Vertrag, beim Wagenmanagement oder beim Kundenservice.

« Anders als im Fussball ist die Schweiz im liberalisierten Bahnverkehr Europameisterin. »

Nicolas Perrin, Leiter von SBB Cargo

Ausbau des Angebots tönt gut – die Kunden wollen aber vor allem gute Preise!

Unsere Preise sind konkurrenzfähig. Ich sehe bei der derzeitigen Lage von SBB Cargo keinen Spielraum für Preisnachlässe. Im Gegenteil: Ich schliesse gezielte Erhöhungen in Zukunft nicht aus. Gleichzeitig verstehe ich natürlich, dass die Kunden künftig auch von Optimierungsmassnahmen bei SBB Cargo profitieren wollen. Deshalb begrüsse ich es, wenn über die Rahmenbedingungen für den Güterverkehr diskutiert wird. Die Politik will ein flächendeckendes und eigenwirtschaftliches Angebot in der Schweiz. Sie muss dafür sorgen, dass dies nicht zulasten der Verloader geht.

Sanierung SBB Cargo.



Der Verwaltungsrat der SBB verabschiedete Anfang März ein umfassendes Restrukturierungsprogramm für die Güterbahn. Mittelfristig soll es Ergebnisverbesserungen von jährlich über 70 Millionen Franken bringen. SBB Cargo konnte 2007 die Transportleistung um 8,3 Prozent auf 13,37 Milliarden Tonnenkilometer steigern. Dennoch und trotz guter Konjunktur und günstigen Währungsverhältnissen verzeichnete sie einen Verlust von 87,9 Millionen Franken. Die Kernpunkte der Sanierung sind ein Abbau von insgesamt 400 Stellen (vor allem im Overhead), die Verlagerung des Kunden Service Centers in die Zentrale in Basel sowie die Verlagerung der schweren Instandhaltung von Lokomotiven von Bellinzona zu SBB-Personenverkehr nach Yverdon. Die Massnahmen in Bellinzona wurden in der Zwischenzeit nach dem Streik im Industriebetrieb aufgehoben und zwischen den Sozialpartnern neu verhandelt.

In der Schweiz gab es rund um die Sanierung eine sehr heftige Diskussion. Im Industriebetrieb Bellinzona wurde sogar gestreikt. Wie sehen Sie diesen Aufruhr?

Er zeigt uns, wie stark das Thema Bahn die Schweizer Bevölkerung und die Politik bewegt. Die SBB ist populär. Was wir tun, lässt die 7,5 Millionen Schweizerinnen und Schweizer nicht kalt. Das freut mich. Es führt jedoch dazu, dass das unternehmerisch Richtige nicht immer so ohne Weiteres umsetzbar ist.

Hat SBB Cargo keine Verantwortung gegenüber den Regionen wie dem Tessin?

Der höchste regionalpolitische Beitrag von SBB Cargo ist unser flächendeckendes Bediennetz mit 323 Zustellpunkten in der Schweiz. Wir tun alles, um diesen Wert für die Zukunft zu sichern. Dieses Netz ist auch die Basis für die rund 4000 Arbeitsplätze von SBB Cargo in der Schweiz. Es wäre tragisch, wenn dieser Wert – eine europaweit einzigartige Errungenschaft – jetzt durch die Interessen einzelner Regionen gefährdet würde.

Die öffentliche Diskussion hat das erste Quartal dieses Jahres geprägt. Wie ist SBB Cargo kommerziell gestartet?

Der Geschäftsgang in den ersten drei Monaten ist befriedigend. Die Umsätze liegen insge-

samt auf gutem Niveau. Von der prognostizierten Konjunkturabschwächung spüren wir zurzeit nichts, beobachten die Situation aber aufmerksam. Bei den Kosten greifen die Massnahmen, die wir schon letztes Jahr beschlossen haben, namentlich der Investitions- und Einstellungsstopp. Die Sanierung ist noch nicht so weit fortgeschritten, dass Kosten und Erträge bereits jetzt im Lot sein können.

Wann rechnen Sie damit?

Es wird ein langer Weg. Eine nachhaltige Sanierung wird unter den heutigen Rahmenbedingungen mindestens zwei Jahre dauern. Gleichzeitig ist und bleibt das Transportgeschäft sehr konjunkturabhängig. Trotz dieser unbekannteren Rahmenbedingungen bin ich überzeugt, dass wir es schaffen. Dank unseren Kunden und den Mitarbeitenden, die jeden Tag ihr Bestes geben. Darauf bin ich stolz und allen sehr dankbar. Wir wollen als Lieferantin und als Arbeitgeberin auch in Zukunft vorbildlich sein.

Text: Adrian Kohler. Fotos: EQ Images.



Vom Schlösschen in die **Arena.**



Wenn am 7. Juni der Startschuss zur Euro 08 fällt, beginnt auch für die Carlsberg-Gruppe der Ausnahmezustand. Während 23 Tagen versorgt ihre Tochter, die Feldschlösschen Getränke AG, die durstigen Fans mit Bier. SBB Cargo bildet das Rückgrat der aufwendigen Logistik.

René Hak ist voller Enthusiasmus. Dabei hätte der Gesamtprojektleiter Logistik Euro 08 bei der Feldschlösschen Getränke AG allen Grund zu stöhnen. Auf seinen Schultern lastet der Durst von drei Millionen Menschen: So viele Besucher erwarten die Organisatoren der Fussball-Europameisterschaften in der Schweiz. Wenn Ambiance und Wetter stimmen, wird das Bier in Strömen fliessen. Die Herausforderung ist daher enorm. Seit Wochen laufen die Vorbereitungen beim einzigen offiziellen Bierlieferanten der Euro 08 in Rheinfelden auf Hochtouren; längst wurde vom üblichen Drei- auf einen Vierschichtbetrieb umgestellt.

Jeden Abend während der Spiele werden vier SBB Cargo-Bahnwagen mit Bier von Rheinfelden aus zu den Feldschlösschen-Filialen Satigny und Dietikon fahren – in Normalzeiten ist es nur ein Bahnwagen täglich. Von hier aus werden die Stadien und Fanzonen der beiden Gastgeberstädte Genf und Zürich beliefert. Die beiden anderen Gastgeberstädte, Bern und das nahe Basel, werden von Rheinfelden aus direkt auf der Strasse angefahren.

Aufwendige Feinverteilung.

Die Genfer Fanzone auf der Plaine de Plainpalais ist auf 40 000 Besucher ausgelegt. Am Rande des grossen Platzes werden sechs Kühlwagen mit Carlsberg-Bier – mit und ohne Alkohol – stehen. Von diesen Stützpunkten aus werden die 41 Stände innerhalb der Zone konstant mit frischem Bier versorgt.

Nach demselben System wird in Zürich vorgegangen, wo die Fanzone auf 45 000 Personen ausgelegt ist. Ausserdem müssen hier 60 bis 70 zusätzliche Verkaufsstände sowie die bestehenden Feldschlösschen-Kunden in der Innenstadt beliefert werden. Diese Feinverteilung ist denn auch die grosse logistische Herausforderung. Sie bedingt eine minutiöse Planung, zumal Zufahrtswege und -zeiten eingeschränkt sind.

Die Bahnverbindungen zwischen der Produktion in Rheinfelden und den Filialen in Zürich und Genf bilden das stabile Rückgrat der Versorgung. Marcel Braun, Leiter Logistik-Grobverteilung bei Feldschlösschen, ist aufgrund der langjährigen Zusammenarbeit mit SBB Cargo überzeugt, dass dies reibungslos funktionieren wird: «Wir haben die

klipp & klar

Ausgangsbahnhof	Rheinfelden AG
Bestimmungsort	Dietikon ZH und Satigny GE
Distanz	Dietikon: 60 km Satigny: 250 km
Transportgut	Getränke
Wagen	Hbbillns
Empfänger	Filialen Feldschlösschen Getränke AG

nötige Erfahrung, und wir haben einen sehr guten Fahrplan.»

Funktionierender Rücklauf unabdingbar.

Um ein, wie René Hak betont, in dieser Grössenordnung noch nie da gewesenes Ereignis bewältigen zu können, hat die Feldschlösschen Getränke AG bereits seit dem frühen Frühjahr Leergebinde, also Flaschen und Dosen, eingekauft und eingelagert. So kann sichergestellt werden, dass die Produktion nicht im entscheidenden Moment ins Stocken gerät. Die grössten Biermengen werden an der Euro 08 jedoch offen ausgeschenkt und daher in Fässern in die Gastgeberstädte geliefert. Diese Behälter werden in der Brauerei in Rheinfelden kontinuierlich neu befüllt, sie müssen also jeweils so schnell wie möglich wieder nach Rheinfelden zurückgelangen. In Satigny und Dietikon werden sie

Spezialbier für Saudi-Arabien.

Seit Jahrzehnten exportiert Feldschlösschen Bier nach Saudi-Arabien. Kein herkömmliches natürlich, sondern solches ohne Alkohol. Es heisst Moussy und wird in verschiedenen – für mitteleuropäische Verhältnisse ziemlich abenteuerlichen – Geschmacksvarianten hergestellt. Jährlich werden 4300 Seecontainer mit je 10 000 Litern exportiert. Die 20-Fuss-Container werden auf Tragwagen nach Rheinfelden angeliefert und direkt auf dem Wagen beladen. Pro Lieferung verschickt Feldschlösschen 24 Container Richtung Rotterdam, von wo sie nach Jeddah verschifft werden. In Saudi-Arabien wird Moussy von einem Grossverteiler vertrieben; hierzulande ist es nicht erhältlich.



Von der Brauerei ins Fass auf die Bahn in die Tulpe. Und dann die Kehle runter.

deshalb als Retourfracht in die SBB Cargo-Wagen verladen, sodass sie am Folgetag bereits wieder in der Brauerei ankommen. Marcel Braun gibt sich zuversichtlich: «Wir sind sehr gut vorbereitet.» Er räumt aber ein, dass er Respekt habe vor dem ganzen Vorhaben. Deshalb wird er, obwohl logistisch mit allen Wassern gewaschen, die Euro hauptsächlich da verbringen, wo in dieser Zeit auch die Mitarbeitenden der Feldschlösschen anzutreffen sind: in der Brauerei.

Der Alltag geht weiter.

Ob der ganzen Euro-Euphorie darf nicht vergessen werden, dass das normale Tagesgeschäft in Rheinfelden weiterläuft. Dessen jährliche Spitze liegt auch in anderen Jahren ausgerechnet im Juni. Dabei geht es nicht nur um den Gerstensaft. In den schweizweit vier Produktionsbetrieben der Gruppe stellt die Feldschlösschen Getränke AG ausser Bier nämlich auch Mineralwasser her: insgesamt 350 Millionen Liter pro Jahr. Im Verkehr zwi-

gesamten Malzbedarfs der Brauerei wird auf der Schiene importiert: jährlich 28000 Tonnen oder 570 Bahnwagen aus Deutschland, Frankreich und Tschechien. Leerglas kommt ebenfalls mit der Bahn in die Schweiz: 61 Millionen Bierflaschen oder das Äquivalent von 600 Lastwagen pro Jahr werden seit neuestem mit SBB Cargo aus der Region Mailand nach Rheinfelden transportiert. «Wir haben alles Interesse, solche Grossmengen auf die Schiene zu bringen, nicht zuletzt auch der Umwelt zuliebe», sagt Marcel Braun.

Entsprechend dicht ist der Verkehr auf dem Anschlussgleis, das den Bahnhof Rheinfelden mit der Brauerei verbindet. Damit es hier auch in so durstigen Zeiten wie der bevorstehenden nicht zum Stau kommt, hat Feldschlösschen soeben 1,6 Millionen Franken

in die Erneuerung ihrer Gleisanlage investiert und damit die Weichen für die Transportzukunft des Unternehmens gestellt.

Text: Ursula Homberger. Fotos: Gian Vaitl.

« Wir haben einen sehr guten Fahrplan. »

Marcel Braun,
Feldschlösschen Getränke AG

schen diesen Produktionsstätten und den fünfzehn Getränkeverteilzentren spielt die Bahn traditionell eine wichtige Rolle: Pro Jahr werden 11 500 Wagen oder über 230 000 Tonnen mit SBB Cargo transportiert. Hinzu kommen nahezu 4300 Container für den Export ab Rheinfelden (siehe Box Seite 7).

Auch bei der Wareneinfuhr setzt Feldschlösschen auf die Schiene: 97 Prozent des



Von der Brauerei zum Getränkeunternehmen.

Die 1876 in Rheinfelden im Kanton Aargau gegründete Brauerei Feldschlösschen ist heute Teil der Feldschlösschen Getränke AG. Sie ist mit einem jährlichen Ausstoss von 350 Millionen Litern das grösste Getränkeunternehmen der Schweiz. An ihren drei Brauerei-Standorten Rheinfelden, Freiburg und Sitten stellt sie neun Biermarken her, darunter die beiden national führenden Marken Feldschlösschen und Cardinal, das internationale Premiumbier Carlsberg, vier regionale Marken, das Lizenzprodukt Tuborg sowie das alkoholfreie Moussy für den Export. In Rhäzüns werden Mineralwässer aus verschiedenen Quellen abgefüllt. Das Stammhaus der Gruppe in Rheinfelden ist bekannt wegen seiner besonderen Architektur: Es ist als Schloss erbaut. Das historische Sudhaus gilt als das schönste der Welt. Seit 2000 gehört die Feldschlösschen-Getränkegruppe zur dänischen Carlsberg Breweries.

«Uns geht es um **Kundenfreundlichkeit.**»



Divisionär Werner Bläuenstein, 61, leitet die Logistikbasis der Schweizer Armee (LBA). Diese besteht seit dem 1. Januar 2004. Sie wurde im Zuge der Armeereform XXI ins Leben gerufen mit dem Auftrag, sämtliche logistischen Dienstleistungen für Heer und Luftwaffe sowie für das Hauptquartier der Armee zu erbringen. Die Schweizer Armee zählt 220 000 Angehörige.

Zur LBA gehören 5 Logistik- und 6 Infrastruktur-Center, ein Zentrallager und rund 100 Aussenstellen; vor 2004 gab es 30 Zeughäuser und Armeefahrzeugparks und rund 600 Aussenstellen. Die Reorganisation brachte der LBA den Swiss Logistics Award 2006 und den European Award for Excellence in Logistics 2007 ein. Sie soll bis 2010 abgeschlossen sein.

Der gelernte Feinmechaniker und Doktor der politischen Wissenschaften Werner Bläuenstein tritt im Mai 2008 in den Ruhestand.

Die neu geschaffene Logistikbasis der Schweizer Armee wurde 2007 mit dem European Award for Excellence in Logistics ausgezeichnet. cargo sprach mit dem Chef, Divisionär Bläuenstein, über Bedarfsberechnungen und Maultiere.

Als die Logistikbasis der Schweizer Armee 2007 den European Award for Excellence in Logistics erhielt, hiess es in der Begründung, die Armee habe ihre Logistik «aufgrund von Informationen über Kunden, Produkte und Prozesse neu organisiert». Das Wort «Kunde» klingt doch recht unmilitärisch!?

Ja. Der Chef der Armee sagt: Die Armee ist kein Unternehmen, sie hat also keine Kunden. Aber die Logistikbasis ist natürlich ein Dienstleister, und armeeintern geht es uns um Kundenfreundlichkeit. Das war nicht immer so – wenn ein Wehrmann vor einigen Jahren im Zeughaus Material brauchte, wurde er oft recht unfreundlich bedient. Heute konzentrieren wir

uns darauf, die Leistungen, die unsere Truppen brauchen, möglichst gut zu erbringen.

Logistik ist demgegenüber ursprünglich ein militärischer Begriff; die Logistik ist eine Kernaufgabe jeder Armee. Was kann man daran neu erfinden?

Wir haben nicht die Logistik neu erfunden, sondern die Art, wie man Logistik betreibt. Die Vorgabe war, mit 2200 Stellen die annähernd gleiche Leistung zu erbringen wie zuvor mit rund 4000.

Dabei kam ein «Operations Research Model» zum Einsatz, das die neuen Standorte errechnete. Wie kann man Standorte «errechnen»?

Wir wissen auf Jahre hinaus, wer wo Dienst leistet und welche Verbände welches Material brauchen. Daraus errechneten wir den logistischen Bedarf. Dann schauten wir: Wie viele Center braucht es dafür, wenn so und so viel Prozent der Verbände das nächste Center innert der und der Zeit erreichen sollen? So konnten wir ausrechnen, wie viele Center dem betriebswirtschaftlichen Optimum entsprechen.

Sie haben insgesamt 600 Standorte auf 100 reduziert und viele Arbeitsstellen abgebaut. Das ist ja auch ein politischer Prozess, an dem 26 Kantonsregierungen beteiligt sind.

Kann man da überhaupt effizient sein?

Das war eine sehr intensive Zeit, wir sprachen mit allen Kantonen. Schliesslich fand man einen Konsens. Dabei wichen wir manchmal aus militärstrategischen oder politischen Gründen vom betriebswirtschaftlichen Optimum ab. Bedingung war immer, dass die daraus entstehenden Mehrkosten vertretbar sind.

Die Armee ist auch in sehr abgelegenen Bergtälern präsent. Was für besondere Herausforderungen stellt das an die Logistik?

Das ist heute nicht mehr ganz richtig. Der Alpenraum ist logistisch nur noch schwach belegt. Früher war die Armee für die Randregionen volkswirtschaftlich wichtig. Davon ist man abgekommen.

Welche Rolle spielen die SBB und andere Transportunternehmer?

Die SBB spielen eine grosse Rolle. In die Rekrutenschule rücken über 80 Prozent, in die Fortbildungsdienste über 60 Prozent der Armeeangehörigen mit der Bahn ein. Das entspricht einem Auftragsvolumen von über 30 Millionen Franken. Truppenbewegungen, Panzer- und Munitionstransporte ergeben noch einmal ein Volumen von gegen 2 Millionen Franken; interne Transporte zwischen Zentrallager, Centern und Truppen über 12 Millionen. Da können wir die Vorteile der Bahn wie Nachttransporte oder Witterungsunabhängigkeit, Sicherheit und Umweltfreundlichkeit ausschöpfen. Private Transportunternehmer setzen wir nur selten ein, um Belastungsspitzen zu brechen.

Das Lieblingstier meiner dreijährigen Tochter ist ein ausgedientes Maultier der Schweizer Armee. Setzen Sie heute noch Maultiere ein?

Ja, es gibt ja immer noch den sogenannten Train. Über die Existenzberechtigung kann man unterschiedlicher Meinung sein, aber solange es ihn gibt, können Maultiere ein logistisches Element unserer Armee sein.

Interview: Marcel Hänggi. Foto: zvg.

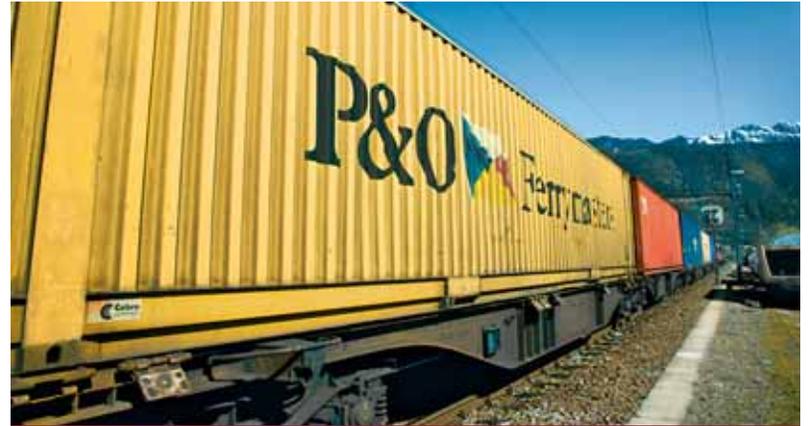


Buongiorno **Emilia-Romagna**: SBB Cargo fährt südwärts.

Seit Januar 2008 fährt SBB Cargo noch weiter in den Süden. Beispielsweise Übersee-Container bis Bologna. Oder Stahl von Lothringen nach Parma. Marco Terranova, Geschäftsführer SBB Cargo Italia, nimmt Sie mit in die Emilia-Romagna.



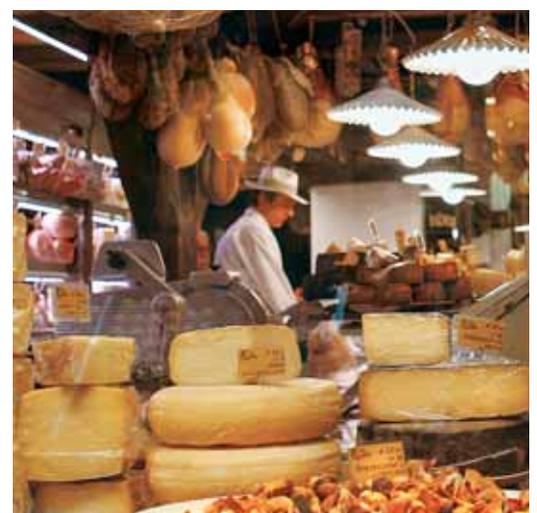
Seit Anfang Jahr können unsere Lokführer ihren Pausencafé weiter im Süden trinken als zuvor: SBB Cargo fährt neu bis Bologna.



Jede Woche führen wir für die Maersk-Tochter ERS Railways 36 Züge mit Überseecontainern von Rotterdam über die Alpen bis in die Emilia-Romagna.



Parma, eine weitere historische Stadt neben Bologna, gehört zu unseren neuen Destinationen in der Emilia-Romagna. Im Bild der Palazzo della Pilotta aus dem 16. Jahrhundert.



Von der Nordsee in die Emilia-Romagna heisst auch: vom Land des Gouda durch das Land des Emmentalers ins Land des Parmesan!



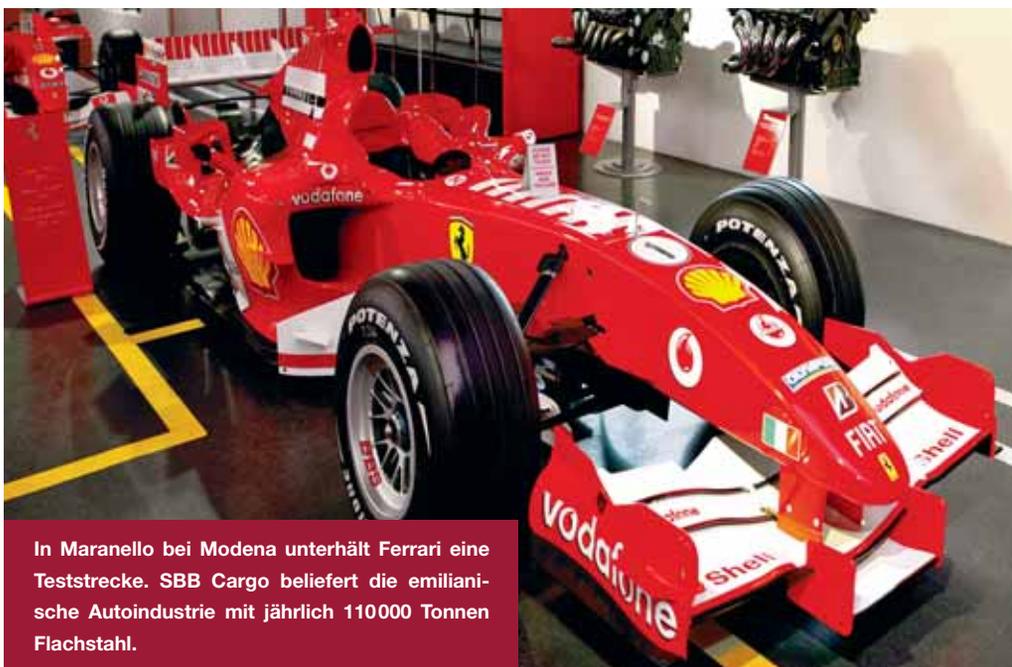
Innovation und Design: Die Autobahnbrücke ist eine von drei Brücken des Stararchitekten Santiago Calatrava, die 2007 bei Reggio Emilia eingeweiht wurden.



Ein Verkehrsweg – die Via Aemilia – hat der italienischen Region ihren Namen gegeben. Mit SBB Cargo führt ein neuer Weg dahin und verbindet unter anderem die Stahlindustrie im Norden mit der Automobilindustrie im Süden.



Der heilige Petronius wacht vor der Torre Garisenda (12. Jahrhundert) über Bologna, den südlichsten Punkt des SBB Cargo-Netzes.



In Maranello bei Modena unterhält Ferrari eine Teststrecke. SBB Cargo beliefert die emilianische Autoindustrie mit jährlich 110000 Tonnen Flachstahl.



Beim Stichwort «Markt» denkt SBB Cargo an den Wettbewerb im Transportgewerbe. Oder an kulinarische Genüsse in Bologna.



In guten Händen.

Das Schweizer Unternehmen SF-Chem stellt Zwischenprodukte für die chemische Industrie her. Der SBB Cargo-Tochter ChemOil vertraut die Firma seit Anfang des Jahres nicht nur die Beförderung ihrer Waren an, sondern auch das gesamte Flottenmanagement.

Seit Anfang 2008 ist die ChemOil AG exklusiver Logistikpartner von SF-Chem. Die SF-Chem AG hat ihren Sitz in Pratteln bei Basel und ist ein führender Anbieter von schwefel- und chlorbasierten Zwischenprodukten für die Pharma-, die Agro- und die Spezialchemieindustrie. Alle nationalen und internationalen Transporte des Zwischenprodukteherstellers werden seit Anfang Jahr von ChemOil durch-

geführt. Das SBB Cargo-Tochterunternehmen wickelt so pro Jahr 1400 Transporte mit einer Gütermenge von rund 45 000 Tonnen ab.

In Einzelwaggons treten die verschiedenen Chemikalien ihre Reise zu verschiedenen Destinationen in ganz Europa an. ChemOil sammelt die Wagen in Schweizerhalle bei Basel, von dort geht es unter anderem nach Deutschland, Frankreich und Belgien. Ziele sind aber nicht

nur das hessische Frankfurt oder das belgische Seebad Ostende, sondern auch die grossen Chemiestandorte in der heimischen Schweiz. Regelmässig arrangiert ChemOil zum Beispiel Einzelwagenladungsverkehre nach Monthey, Luterbach, Zofingen und Visp.

Jederzeit wissen, wo.

Das Logistikunternehmen übernimmt für SF-Chem aber nicht nur die Transportdurchführung, sondern auch das komplette Flottenmanagement. Von der Bewirtschaftung über die Wagenrevision bis hin zur gemeinsamen Automatisierung der Auftragsabläufe und des Abrechnungssystems liegt die Verantwortung in den Händen der erfahrenen Logistiker.

«**Gemeinsam wollen wir die Logistik für den Standort Basel optimieren.**»

Richard Seebacher, ChemOil

Eine grosse Rolle spielt das von ChemOil selbst entwickelte, computergestützte Tracking-and-Tracing-System. «Zudem überprüfen wir für SF-Chem laufend bestimmte Key-Performance-Indikatoren und spüren so Optimierungspotenziale in der Logistikkette auf», sagt Richard Seebacher, Geschäftsführer von ChemOil. «SF-Chem ist für uns ein strategischer Partner. Gemeinsam wollen wir die Logistikkosten so optimieren, dass der Standort Basel für SF-Chem weiterhin optimal versorgt werden kann.»

Text: Sebastian Wolking. Foto: zvg.

Tracking and Tracing.

Unter Tracking and Tracing versteht man die Rückverfolgbarkeit und Transparenz von Waren oder Produkten. ChemOil hat ein eigenes, computergestütztes Tracking-and-Tracing-System entwickelt, mit dem die eingesetzten Waggons jederzeit rückverfolgt werden können. Dazu erhält ChemOil von den beteiligten Eisenbahnverkehrsunternehmen mehrmals täglich die aktuellen Standortinformationen. Die verschiedenen Datenformate werden dann konvertiert, überprüft und den einzelnen Kunden in einem passwortgeschützten Bereich auf der eigenen Homepage zur Verfügung gestellt. Loggt sich der Kunde mit seinem Passwort ein, sieht er auf Anhieb, wo die jeweiligen Waggons im Augenblick positioniert sind. Sinn und Zweck des Systems ist es, Defizite in der Logistikkette aufzuspüren.

SBB Cargo bringt **Lavasand** auf den Rasen.



SBB Cargo hat den neuen Rasenuntergrund für das Fussballstadion in St. Gallen geliefert.

Dieser Tage wird in St. Gallen ein neues Fussballstadion eröffnet. Als Grünbelag (Rasenuntergrund) kommt das Produkt Lavaterr zum Einsatz. SBB Cargo hat die einbaufertige Rasentragschicht vom Rheinhafen in Basel nach St. Gallen transportiert.

Lavaterr besteht unter anderem aus speziell aufbereitetem Lavasand, Quarzsand, Weisstorf und sowie aus weiteren Nähr- und Wirkstoffen. Der Spezialbelag wird von der Cargo Green AG vertrieben. Insgesamt fuhr SBB Cargo 2000 Tonnen Lavaterr nach St. Gallen.

Übrigens: Das letzte Vorbereitungsspiel der Schweizer Nationalmannschaft für die Europameisterschaft findet am 30. Mai im neuen Stadion St. Gallen gegen Liechtenstein statt.

► www.stadion-sg.ch

SBB Cargo als **Experte** an ChainLog.

Vom 16. bis 17. Juni 2008 findet in Piacenza (Italien) das nationale Forum zu Logistik und Transport ChainLog statt. Mit dabei ist auch SBB Cargo.

Mehr als 30 Spezialisten diskutieren in Piacenza über die neusten Entwicklungen der italienischen Logistik- und Transportbranche – unter ihnen auch der Leiter von SBB Cargo Italien, Marco Terranova.

Das Forum richtet sich an Manager wichtiger Unternehmen der Transportkette sowie

an Entscheidungsträger aus Politik und Wissenschaft. Es werden mehr als 300 Teilnehmer aus der Logistik- und Transportbranche erwartet. SBB Cargo unterstützt den bedeutenden Anlass als Partner und unterstreicht damit ihre Position als Experte im Schienengüterverkehr auf der Nord-Süd-Achse.

► www.chainlog.it

Einzigartiges Anschlussgleissystem sichern.



Der Verband der Privatwagen- und Anschlussgleisbesitzer VAP und SBB arbeiten seit Neustem eng zusammen.

Das Projekt «Anschlussgleis», an dem auch SBB Infrastruktur sowie das Bundesamt für Verkehr beteiligt sind, will die Rahmenbedingungen für Anschlussgleise in der Schweiz verbessern. «Die Wahrnehmung der Anschlussgleise entspricht bei weitem nicht ihrer Bedeutung für die Schweizer Wirtschaft», sagt Frank Furrer, Geschäftsführer des VAP. In einem ersten Schritt wird jetzt der Zustand der Anschlussgleise untersucht. Zudem soll die Zusammenarbeit zwischen SBB und Privaten in diesem Bereich einfacher werden.



Die Eternit (Schweiz) AG hat sich vom Traditionsunternehmen zum weltweiten Anbieter innovativer Faserzementprodukte gemausert. SBB Cargo liefert die Rohstoffe dazu an den Hauptsitz im Glarnerland und verbindet den Standort mit dem Schwesterwerk in der Waadt und mit ihren Kunden.

Farbenfrohe Hausfassaden, moderne Dachflächen, gestylte Pflanzgefässe: Das Traditionsunternehmen Eternit ist längst über die grauen Stalldächer und eckigen Geranienkistchen hinausgewachsen, die in den Schweizer Köpfen unauslöschlich mit dem Begriff «Eternit» verknüpft sind. Nicht, dass es sie nicht mehr gäbe. Aber moderne, handgefertigte Gefässe nehmen mehr und mehr ihren Platz ein. Eternit ist auch immer noch grau, es kann heute aber beliebig eingefärbt werden. Dies macht den soliden Werkstoff aus Zement, Kalksteinmehl und Fasern zu einem beliebten Gestaltungselement der Architektur – hierzulande und auf der ganzen Welt.

Die beiden Produktionsanlagen der Eternit (Schweiz) AG stehen am Eingang zum Glarnerland in Niederurnen sowie im waadtländischen Payerne. In Niederurnen werden Dach-, Fassaden- und Gartenprodukte maschinell hergestellt. Das Werk Payerne ist auf handgefertigte Pflanzgefässe und auf Dachschiefer spezialisiert. Beide Fabriken dienen der jeweils anderen als Regionallager. Daher besteht seit Jahren ein

regener Werk-Werk-Verkehr, der mit SBB Cargo abgewickelt wird. Diese Verbindung besteht in jeder Richtung aus durchschnittlich einem Wagen zu 50 Tonnen pro Tag.

Grobverteilung durch die Bahn.

Der Verkehr zwischen dem Werk Niederurnen und den Kunden – das sind die wichtigsten Grossverteiler für die Gartenprodukte sowie der schweizerische Baumaterialhandel – beläuft

sich im Durchschnitt auf zwei Wagen pro Tag. Diese Zahl kann jedoch je nach Auftragslage zwischen null und sechs Wagen variieren. Salopp ausgedrückt, übernimmt SBB Cargo im Auftrag der Eternit AG die Grobverteilung. Dem Baumaterialhandel obliegt die Feinverteilung bis hin zu den Baustellen. Rund ein Drittel der Ware wird nach diesem Konzept ausgeliefert, der Rest wird auf Wunsch der Kunden auf der Strasse transportiert.

Eternit – Tradition auf dem Weg in die Moderne.

Die Eternit (Schweiz) AG mit Sitz im glarnerischen Niederurnen und einer Zweigniederlassung in Payerne VD besteht seit 1903. Jährlich produziert sie rund 60000 Tonnen Produkte aus Faserzement – oder eben Eternit. 95 Prozent ihres Umsatzes erwirtschaftet sie mit Produkten für den Dach-, Fassaden- und Innenbau; dank ihrer innovativen Farbtechnologie hat sie sich auch international einen Namen gemacht. Ein grosser Teil ihrer

grossformatigen Fassadenplatten wird weltweit exportiert; der britische Technikhistoriker David Edgerton sieht in Eternit gar eine der Schlüsseltechniken des 20. Jahrhunderts. Gartenprodukte tragen die restlichen 5 Prozent zum Umsatz bei. Eternit beschäftigt in beiden Werken knapp 500 Mitarbeitende. Im Glarnerland ist sie der zweitgrösste Arbeitgeber. Seit 2003 befindet sie sich im Besitz der BA Holding AG.

Regional verankert, weltweit gefragt.

Beim Belad der Bahnwagen setzt die Eternit AG auf ihrem Anschlussgleis ein sogenanntes Seilspiel ein. Es erlaubt ihr, jeweils vier Wagen aufs Mal mittels eines Seilzugs vor- oder rückwärts zu verschieben, ohne dass sie dabei auf die Hilfe des SBB-Cargo-Rangierteams Ziegelbrücke angewiesen ist.

« Das Glarnerland ist auf SBB Cargo angewiesen. »

Urs Menzi, Eternit

Ein weit beachtlicheres Bahnvolumen, nämlich 30 000 Tonnen pro Jahr, hat die Eternit AG mit den Rohstoffen im Wareneingang: Jeden Tag treffen drei Wagen mit Zement aus Untervaz auf ihrem Anschlussgleis ein; sie werden umgehend leer gepumpt und in der Regel an den Absender zurückgeschickt. Hinzu kommt eine ansehnliche Anzahl weiterer Bahnwagen mit Fasern aus Übersee.

Ein «Eternitler» für die Bahn.

Dafür, dass all diese Verkehre reibungslos abgewickelt werden, sorgt Urs Menzi, Leiter Spedition und Logistik, mit seinem Team. Er sei «Eternitler» durch und durch, sagt er. Man nimmt ihm dies gerne ab, denn genauso fundiert, wie er über seine Transporte redet, kann

er über Eternit-Produkte Auskunft geben und sich für Neuentwicklungen begeistern. Man glaubt ihm auch aufs Wort, wenn er sagt, dass er stark bahnorientiert denke, denn er hat für seine ganze Region den Tatbeweis erbracht: Zusammen mit einem weiteren grossen Bahnkunden, der Kalkfabrik Netstal, sowie einigen kleineren und mittleren Betrieben im Kanton Glarus hat sich die Eternit AG zur «IG verladende Wirtschaft Glarnerland und Umgebung» zusammengeschlossen.

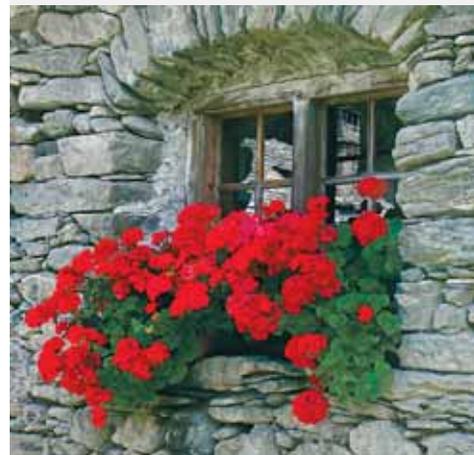
Gemeinsam haben sich diese Unternehmen für die Erhaltung der SBB Cargo-Bedienpunkte im Glarnerland stark gemacht – mit Erfolg. Urs Menzi, der die IG präsidiert, sagt: «SBB Cargo ist eine gute Dienstleisterin, und das Glarnerland ist dringend auf sie angewiesen. Man stelle sich vor, wie es hier aussähe, wenn der ganze Verkehr von der Schiene auf die – wohlverstanden einzige – Strasse im Tal umgelagert werden müsste!» 60 bis 80 Lastwagen am Tag wären das, 15 000 bis 20 000 übers Jahr. Oder eine Viertelmillion Tonnen an Gütern. Es hat sich für die Glarner gelohnt, sich zu vernetzen, um am Netz zu bleiben.

Text: Ursula Homberger. Fotos: Gian Vaitl.

klipp & klar

Ausgangsbahnhof	Nieder- und Oberurnen GL
Bestimmungsort	verschiedene, ganze Schweiz
Distanz	verschiedene bis 350 km
Transportgut	Dach-, Fassaden- und Gartenprodukte aus Faserzement
Wagen	hauptsächlich Hbbillns (Wareneingang: Zementwagen)
Empfänger	Zweigwerk Payerne VD und schweizerischer Baumaterialhandel

Geranienkistchen – vom Zeitgeist verdrängt.



Eine Mischung aus Zement, Fasern und Wasser wird in eine Form gespritzt, das Wasser wieder herausgepresst. Knapp zwei Minuten dauert das, und nun braucht sie nur noch zu trocknen. Doch die berühmten Eternit-Geranienkistchen, die einst zur Grundausstattung eines jeden bürgerlichen Haushalts gehörten und das Bilderbuchimage der ländlichen Schweiz mitgeprägt haben, geraten trotz des soliden Werts, den sie verkörpern, mehr und mehr in Bedrängnis. Die zeitgenössische Architektur duldet kaum mehr Blumenkisten vor den Fenstern. Eternit stellt nur noch ein Drittel so viele Geranienkistchen her wie zu den besten Zeiten. Für Ersatz ist mit den neuen handgeformten Pflanzengefässen jedoch gesorgt.



So ein Mist.

Immer mehr schwellen die Abfallströme an und umrunden die ganze Welt. Die besondere Natur der Handelsware Müll zieht auch zwielichtige Gestalten an.

«Züge der Schande» nannte der zurückgetretene italienische Regierungschef Romano Prodi einst die Güterzüge, die Italien mit Abfall beladen Richtung Norden verlassen. Zweimal täglich schickt die Region Kampanien 1500 Kilogramm Haushaltsmüll in die Verbrennungsanlagen von Bremerhafen und Leipzig – kein Exportgut, auf das ein Land stolz ist.

Das Wort «Schande» war im Zusammenhang mit Abfall und Italien um die letzte Jahreswende oft zu lesen. Bilder von Neapel, das im Dreck versinkt, füllten die Titelseiten der Welt- und Wirtschaftspressen.

Abfall ist eine Geißel der modernen Welt. Abfall – das gab es in agrarischen Gesellschaften nicht. Jeder Rest war wieder Ausgangsmaterial für Neues. Essensreste wanderten in den

Schweinetrog, aus Lumpen wurde neuer Stoff, Kaputtbesetztes wurde geflickt.

Wertvolle Abwässer.

Wo viele Menschen aufeinander lebten, änderte sich das schon früh. Mittelalterliche Städte stanken zum Himmel, Abfälle gingen direkt auf die Straße. Wo es zu viel davon gab, verlor Abfall seinen Wert. Doch als die ersten europäischen Städte im 19. Jahrhundert Kanalisationen bauten, wollten nicht alle die Verfügungsgewalt über ihre Abwässer abtreten: Kot war immer noch als Dünger beliebt.

Aber je mehr Stoffe der Mensch umsetzte und je mehr Materialien er erfand, die nicht verrotteten und gar giftig waren, desto mehr wurde Abfall zum Problem. Auch zum logistischen,

denn da kommen Mengen zusammen, die transportiert sein wollen – in die Deponie, zur Verbrennung oder einfach aus den Augen.

Die Zahlen sind gewaltig. 300 Millionen Tonnen Abfälle im Jahr fallen beispielsweise in Deutschland an, wenn Bauschutt und Aushub mitgerechnet werden. Davon werden zwei Drittel verwertet und ein Drittel beseitigt, 14 Millionen Tonnen verbrannt. Haushaltsmüll produziert jede und jeder Deutsche fast 600 Kilogramm im Jahr, Tendenz steigend.

Die grenzüberschreitenden Müllströme wachsen besonders schnell – da sind Prodis «Züge der Schande» ein Klacks. Deutschland exportierte 2006 (ohne Sondermüll) 18 Millionen Tonnen Abfälle, 10 Prozent mehr als noch 2001, und importierte 12 Millionen Tonnen. Vieles

davon reiste weit: Wenn auch der grösste Teil des Abfallhandels innerhalb Europas stattfindet, entsorgte Deutschland doch auch 63 000 Tonnen amerikanischen, 40 000 Tonnen brasilianischen oder 38 000 Tonnen kasachischen Mülls, während umgekehrt 1,5 Millionen Tonnen deutschen Mülls in China landeten.

Besonders schnell wächst der Handel mit Sondermüll: Um 80 Prozent zwischen 1995 und 2006 wuchs sein Export, während sich der Import dank guten deutschen Spezialöfen und Deponien in derselben Zeit verzwanzigfachte – auf 5,6 Millionen Tonnen. Unter den Sondermüllexporten befanden sich 250 000 Tonnen Gülle und Mist – unter den Importen 220 000 Tonnen vom selben «Gut».

« In unseren Händen wird der Müll zu purem Gold. »»

Ein Camorrista

Kriminelle Zauberer.

Abfall ist heute eine Handelsware unter anderen, nur dass man in der Regel fürs Loswerden zahlt statt für den Erhalt. Das macht freilich ihre Besonderheit aus. Denn was man haben will, kann man nicht einfach herzaubern. Was man loshaben will, kann man hingegen «wegzaubern»: in die illegale Deponie, ins Meer, in ferne Länder. Deshalb ist die Abfallwirtschaft auch ein Tummelfeld des Verbrechens. Giftmüllexporte in Entwicklungsländer verbietet zwar die Basler Konvention. Doch wird beispielsweise Elektronikschrott oft kurzerhand als Secondhand-Computerware deklariert. Allein in der nigerianischen Hafenstadt Lagos kommen jeden Monat 500 Container mit Elektronik an, wovon nur ein Viertel noch funktioniert. Und von den weltweit 800 mit vielen Giftstoffen belasteten Hochseeschiffen, die jedes Jahr aus dem Verkehr gezogen werden, wird kein einziges in einem Industrieland abgewrackt. Doch nur selten schafft es der illegale Giftmüllexport in die Schlagzeilen – so wie 2006, als ein niederländisches Unternehmen giftiges Altöl in Deponien um Abidjan entsorgte. Sieben Menschen starben am Gift, 30 000 mussten hospitalisiert werden.

Das organisierte Verbrechen hat seine Hand auch in Italien im Spiel: Die Camorra entsorgte jahrelang illegal. Hätte sie das nicht getan, wäre die Politik schon viel früher unter Druck geraten. Ein Camorrista, den die italienische Justiz 2003 belauscht hat, prahlte: «In unseren Händen wird der Müll zu purem Gold.»

Text: Marcel Hänggi. Illustration: Michael Meister.

Die Güterbahn spielt den CARGO PASS.

An Kundenveranstaltungen in der Schweiz hat SBB Cargo zukunftsweisende Projekte vorgestellt.

Mit CARGO PASS definiert die Güterbahn die zukünftige Produktions- und Angebotsstrategie. Oberstes Ziel ist die langfristige Sicherung des schweizerischen Wagenladungsverkehrs und des flächen-deckenden Bedienungsnetzes. Die Kunden erhalten mehr Wahlmöglichkeiten bei Zustell- und Abholzeiten. Die zunehmenden Trassenengpässe sollen entschärft werden.

Das geschieht, indem die Transportflüsse über den Tag verteilt werden, damit die Züge zwischen den Knoten des Netzes gleichmässiger über den Tag verkehren. Die Planung der Trassen wird längerfristig angepackt.

SBB Cargo wird per 2009 das Wagenstandgeld vereinfachen, um den Kunden mehr Transparenz und Flexibilität zu bieten. Mehr Informationen gibt es bei den zuständigen Kundenbetreuern oder im Kunden Service Center.

Klare Signale an den Schweizer Markt.

Mit einer Inserate-Aktion und einer neuen Website zeigt SBB Cargo, was sie für die Kunden in der Schweiz tut und weiter tun wird.

Seit Ende April präsentiert SBB Cargo in den Schweizer Medien ihre logistische Leistung. Die Leser und Leserinnen der Wirtschafts- und Fachpresse lernen in den halb- und ganzseitigen Inseraten vier Beispiele von Transportaufträgen kennen, die SBB Cargo für ihre Kunden ausführt.

Website mit Podcast.

Weiterführende Informationen zu den Kunden und zur Dienstleistungspalette der Güterbahn gibt es überdies auf einer neuen Website: www.cargomagazin.ch. «Mit der Marktkampagne senden wir ein klares Signal», sagt Adrian Keller, Leiter des Geschäftsbereichs Schweiz. «Wir stehen zu unseren Kunden – und sie stehen zu uns.»

► www.cargomagazin.ch



Service nach Mass.
Wie SBB Cargo die **Stahllöfen füttert.**

In Eisenwerke ist Schrott nicht Abfall, sondern ein gefragter Rohstoff. Die Stahlwerke sorgfältig, damit im Stahlwerk Schmelzflüssigkeit aus dem Schrott gewonnen wird.

Der wertvolle Stahlbedarf steigt und steigt. Gefragt ist die ganze Palette vom Bau- bis zum Container in der Schweiz produziert. SBB Cargo

600 000 Tonnen Recycling. Eisenabfälle ist heute der zweitgrösste Recyclingbestand in der Schweiz.

SBB Cargo angeliefert wird.



Per Nachschub. Für den Transport von Massen, gelben wie Schrott und Stahl, eignet sich die Bahn bestens. Sie ist weltunabhängig. Stumm

Perfekt damit. Einmalzeit geht es an die Maschinen und Schmelzflüssigkeit die Planung nicht so leicht aus dem Takt werfen. SBB Cargo verfügt über ein Hochleistungsnetz. Nur, um den Schrott überall abzubringen.

Ideal für die Bahn.

Zu 60 bis 70 Prozent wird der Schrott mit der Bahn angeliefert. 34 Prozent des Stahls werden aus dem Werk auf der Schiene. Zu den Kunden von SBB Cargo geht dann Schmelzflüssigkeit über die Schiene. Die Schmelzflüssigkeit wird weiter – für die Auto- und die Maschinenindustrie. Und wenn die Werte allgemein sinken, landet sie vielleicht wieder in Eisenwerke.

Den ausführlichen Beitrag finden Sie auf www.cargomagazin.ch

Mehr Infos:

- Abfallwirtschaft in der Schweiz

www.cargomagazin.ch

SBB CFF FFS Cargo

Neuer Geschäftsbereich.

SBB Cargo bündelt die technischen Bereiche und den Einkauf.

Im neuen Geschäftsbereich Asset Management bündelt SBB Cargo neu die Instandhaltung, das Rollmaterialmanagement sowie den Einkauf und das Flottenmanagement. Damit sollen in Zukunft eine noch höhere Qualität und Verfügbarkeit der Flotte zu möglichst tiefen Kosten gewährleistet sein. Der Geschäftsbereich wird von Jürgen Mues geleitet.



Pizzabäcker und Saunabauer.

Sie leiten den Verkauf bei SBB Cargo: Thomas Riesterer (links im Bild) zeichnet für das internationale Geschäft verantwortlich; Peter Schär (rechts) für den Verkauf im Bereich Schweiz. Dem cargo Magazin beantworten sie Fragen, die im Metier kaum zur Sprache kommen.

Welches war Ihre grösste private Logistikleistung?

Thomas Riesterer: Als Jugendlicher jobbte ich in den Sommerferien und an Wochenenden als Pizzabäcker. Das ist anspruchsvoller, als man denkt: Die richtige Menge in richtiger Qualität zur gewünschten Reihenfolge in kürzester Zeit herzustellen, erfordert Erfahrung und Geschick. Ich profitiere heute noch davon – und meine Frau gelegentlich auch.

Peter Schär: Vor rund zehn Jahren kauften meine Frau und ich eine Sauna ab Platz – eine aufgebaute, notabene. Wir zerlegten die Sechspersonensauna, verladen sie zu zweit

in einen Kleintransporter und bauten sie daheim wieder auf. Die Fahrt wie auch den Aufbau werden wir nie vergessen: Es war ein Abenteuer. Wir waren danach saunareif und lachen noch heute darüber, wenn wir sie an kalten Wintertagen geniessen.

Was schätzen Sie an SBB Cargo, die nicht gerade eine einfache Zeit durchmacht?

Thomas Riesterer: Es freut mich immer wieder zu sehen, wie zuverlässig im Sinne unserer Kunden und unseres Unternehmens die Mitarbeitenden an der Basis ihre Leistung erbringen.

Peter Schär: Ich freue mich jeden Tag, mit motivierten Kollegen und Mitarbeitenden am Erfolg von SBB Cargo zu arbeiten. Mit diesem professionellen Team haben wir eine Chance, den Turnaround zu schaffen. Unsere Mitarbeiter setzen sich jeden Tag für die Anliegen unserer Kunden ein – besonders in diesen schwierigen Zeiten.

Denken Sie an Ihre Frau, wenn sie wieder einmal bis spät in der Nacht arbeiten?

Thomas Riesterer: Sehr gerne schenke ich meiner Frau ein Parfum. Ich probiere es immer wieder mit neuen, obschon ich ihren Lieblingsduft kenne. Nur bei mir selber bleibe ich konservativ.

Peter Schär: Ich versuche Sie mit Blumen oder Karten für ein Musical abzulenken. Meine Frau liebt Musicals.

Wann haben Sie sich zum letzten Mal geärgert?

Thomas Riesterer: Über unsere derzeitige Situation bei SBB Cargo. Ich kann nicht glauben, dass wir mit unseren Produkten und Leistungen keinen finanziellen Erfolg haben, und ich werde mit meinem Team hart daran arbeiten, dass sich dies ändert.

Peter Schär: Ich ärgere mich selten. Wenn Probleme auftauchen, denke ich sofort an Verbesserungen. Mein Motto heisst: Wer ein Problem anspricht, sollte zwei bis drei Ideen zur Behebung einbringen – so kommen wir weiter!

Wie stimmen Sie einen verärgerten Kunden positiv?

Thomas Riesterer: Zuhören, aussprechen lassen und dann gemeinsam eine Lösung erarbeiten. Manchmal hilft ein ganz besonderer Effort: ein besseres Angebot, eine höhere Frequenz ...

Peter Schär: Dem stimme ich zu. Es geht um wirkungsvolles Handeln: Nicht nur reden, sondern tun. Mit Events wie «Kunde des Monats» verbessern wir uns und überraschen zugleich unsere Kunden.

Nennen Sie mir zwei kluge Köpfe unserer Zeit!

Thomas Riesterer: Meine siebzehnjährige Tochter Corinna. Sie schafft es immer wieder, ihren Weg auf ihre Art durchzusetzen. Friedensnobelpreisträger Michael Gorbatschow: Er realisierte den politischen Durchbruch auf friedliche und diplomatische Art, beendete damit den Kalten Krieg und ermöglichte die Öffnung Europas nach Osten.

Peter Schär: Bill Gates: Mir imponieren Personen, die aus einer Idee neue Werte schaffen und sich zudem für das Wohl der Menschen einsetzen. Ingvar Kamprad, der Ikea-Grün-

der: Sein Weg vom Schuljungen, der Streichhölzer verkauft, zum Milliardär fasziniert mich.

Wie nutzen Sie die Zeit im Zug?

Thomas Riesterer: Zum Telefonieren. Viel und lang. Darauf kann ich mich im Zug bestens konzentrieren – solange nicht der Akku ausgeht, weil keine Steckdose in der Nähe ist.

Peter Schär: Zur Bearbeitung von Mails und zum Aktenstudium. Ich fuhr auch schon mal eine Station zu weit, weil ich in die Akten vertieft war ...

Welches Talent hätten Sie gerne?

Thomas Riesterer: Ich könnte nie Arzt oder Helfer in einem Krisengebiet sein. Gerade deshalb habe ich manchmal Sehnsucht nach dieser Fähigkeit.

Peter Schär: In meiner Jugendzeit habe ich viel Tennis gespielt, und zwar ganz in der Nähe von Roger Federer. Früher waren meine Idole die grossen Tennisprofis.

Welchen Gütertransport möchten Sie einmal begleiten?

Thomas Riesterer: Es geht mir weniger um die Strecke als viel mehr um den Kontakt mit den Menschen. Ich fuhr bereits als Begleitung im Führerstand nachts von Köln nach Basel. Lokführer tragen viel Verantwortung und sind dabei sehr auf sich gestellt. Diese Erinnerung bleibt.

Peter Schär: Mich fasziniert die Komplexität der Transportlogistikkette ab einem Hafen bis beispielsweise zu einer Plattform in Italien. Für jeden Transport müssen viele Details stimmen. Leider fehlte mir bisher die Zeit, einen Transport begleiten zu können. Ich werde das jedoch nachholen.

Text: Susanne Perren. Foto: Dorothea Müller.



Thomas Riesterer, 47, ist seit 2006 Leiter Marketing & Sales bei SBB Cargo International. Zuvor baute der Verkehrsfachwirt mit MBA als Geschäftsführer die Schweizer Niederlassung des österreichischen Transport- und Logistikunternehmens Gebrüder Weiss auf. Thomas Riesterer wohnt mit seiner Familie in Möhlin.

Peter Schär, 47, ist seit November 2007 Leiter Marketing & Sales Schweiz. Der diplomierte Ingenieur Maschinenbau und Betriebswirt verfügt über eine breite Logistikerfahrung. Schär war zuvor beim Papiergrosshändler Inapa Schweiz AG als Leiter Supply Chain Management und Mitglied der Geschäftsleitung tätig.

<p>Kunden Service Center</p> <p>Kunden Service Center Rue de la Carrière 2A 1700 Fribourg 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</p>	<p>Marketing & Sales</p> <p>Verkauf Schweiz Postfach 4065 Basel Schweiz Tel. 0800 707 100 Fax 0800 707 010 cargo@sbbcargo.com</p> <p>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</p>	<p>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</p> <p>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</p>	<p>Instandhaltung</p> <p>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</p>
---	--	--	--

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

In jedem *cargo* Magazin.



Bringen Sie sich vier Mal jährlich auf den neuesten Stand der Bahnlogistik – mit dem *cargo* Magazin von SBB Cargo. Gratis direkt an Ihre Adresse. Sichern Sie sich Ihre Ausgaben für die Zukunft unter 051 229 00 16, www.sbbcargo.com oder mit diesem Coupon.

Einfach ausfüllen und senden an:

SBB Cargo, Logistikmagazin *cargo*, G-CH-MS-MK, Elsässertor, Centralbahnstrasse 4, 4065 Basel, Schweiz

Ja, ich möchte das *cargo* Magazin vier Mal im Jahr kostenlos erhalten.

___ Anzahl Exemplare (max. 5)

Name, Vorname _____

Firma _____

Adresse _____

E-Mail _____