

Das Newsmagazin der PRALLE Logistik GmbH

# dialog.



## **Familienunternehmen**

Die nächste Generation  
im Blick

## **KEP Lounge**

Dem Weltmeister fehlt es  
an Fachkräften

## **Kundenmanagement**

„Hier musst Du keine  
Marke ziehen“

## **Mitarbeiterporträt**

Mittendrin statt nur dabei –  
Jennifer Bergs und Andrea  
Neumann im Gespräch



**Vorwort**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Kunden und Freunde,

kaum ist der Winter vorbei, beginnt auch schon der Sommer – so scheint es. Die Natur hat Fahrt aufgenommen und auch wir verharren natürlich nicht im Stillstand.

So hat sich zum Beispiel das Kundenmanagement bei PRALLE neu sortiert: So haben wir unsere Disposition, das Partner- und Kundenmanagement, neu strukturiert und unter dem „Dach“ des Kundenmanagement zusammengeführt. Auf den Seiten 10 und 11 berichten unsere Mitarbeiterinnen Andrea Neumann und Jennifer Bergs über ihre ersten Erfahrungen nach der Neuorganisation.

Gewohnt zielführend und produktiv ging es in unserer KEP Lounge zu – bei der ersten Veranstaltung in diesem Jahr drehte sich alles um das „Image der

Logistik – quo vadis?“ Ehrengäste waren diesmal Dr. Diana Kistro-Warnecke, Hauptgeschäftsführerin des Gesamtverbandes Verkehrsgewerbe Niedersachsen, Stefan Schröder, Geschäftsführer des LogisticNetwork Consultants Hannover und Mathias Krage, Präsident des Deutschen Speditions- und Logistikverbandes e.V. und Geschäftsführer der Krage Speditionsgesellschaft mbH Hannover. Details und Bilder finden Sie auf den Seiten 6 bis 8.

So wichtig uns auch der Blick auf das große (Logistik)-Ganze ist, unsere Firma bleibt dabei natürlich immer im Fokus. Das Familienunternehmen PRALLE plant langfristig, übernimmt Verantwortung und macht sich stark – generationsübergreifend. Auf den Seiten 4 und 5 erfahren Sie, warum unserer Meinung nach das Engagement bei dem Interessenverband „DIE FAMILIENUNTERNEHMER - ASU“ sinnvoll ist.

Viel Spaß beim Lesen wünschen Ihnen

Stefan Pralle

Andreas Pralle

# Kurz notiert

## Girls'Day – ein Zukunftstag für Mädchen bei PRALLE

Am Girls'Day öffnen Unternehmen, Betriebe und Hochschulen in ganz Deutschland ihre Türen für Schülerinnen ab der 5. Klasse. Die Mädchen lernen dort Ausbildungsberufe und Studiengänge in IT, Handwerk, Naturwissenschaften und Technik kennen, in denen Frauen bisher eher selten vertreten sind. Oder sie begegnen weiblichen Vorbildern in Führungspositionen aus Wirtschaft und Politik. Und auch bei PRALLE war Girls'Day.

Drei junge Damen haben die Möglichkeit genutzt, sich eingehend über den Beruf des Spediteurs und Logistikers zu informieren – sie erlebten einen spannenden und informativen Tag.



**Sie gelten als das eigentliche Herzstück der Wirtschaft:  
DIE FAMILIENUNTERNEHMEN - ASU**

# Die nächste Generation im Blick

Eine gut geführte Familienfirma hat gegenüber anderen Unternehmensformen eine Reihe wichtiger Vorzüge: So kann sich das Familienunternehmen den Luxus leisten, in längeren Zeiträumen zu planen und zu handeln, ohne sich dabei wie börsennotierte Aktiengesellschaften dem Druck der Quartalszahlen beugen zu müssen.



Auch wachsen Familienunternehmen in der Regel organisch und nicht primär durch Übernahmen von Mitbewerbern und Fusionen, was oft mit dem Abbau von Arbeitsplätzen verbunden ist. Fortbestand und Qualität der Firma sind wichtiger als die Gewinnmaximierung.

Kein Wunder also, dass Familienunternehmen als sozial gelten. Schließlich funktionieren diese traditionell geführten Firmen nach den Prinzipien einer Familie: Es geht um ein Miteinander

und es wird Verantwortung übernommen – auch für die Mitarbeiter.

Nicht zuletzt arbeiten Inhaber geleitete Firmen oft innovativer als vergleichbare Nichtfamilienunternehmen. Der Grund: Die Entscheidungsgewalt liegt meist in einer Hand. Das ermöglicht schnelle, unbürokratische und effiziente Entscheidungen.

Natürlich kann es auch bei Familienunternehmen zu Problemen kommen:

So können unter Umständen Familienstreitigkeiten die Firma über längere Zeit lähmen. Auch besteht die Gefahr, dass die Herkunft und nicht das Können bestimmt, wer das Unternehmen lenkt.

Für Andreas Pralle überwiegen eindeutig die Vorteile: „Wir denken langfristig und generationsübergreifend“, sagt der 49-jährige Geschäftsführer. „Zudem repräsentieren wir nicht nur ein Familienunternehmen, sondern versuchen auch intern ein Stück weit „Familie“ zu leben. Für unsere Mitarbeiter stehen die Türen stets offen, und durch eine flache Hierarchie entsteht ein gesundes Betriebsklima, das man auch als ein Wir-Gefühl beschreiben könnte.“

„Inzwischen trifft man bei PRALLE sieben Familienmitglieder aus drei Generationen an, die Hand in Hand arbeiten“, erzählt Stefan Pralle, ebenfalls Geschäftsführer. „Auch für uns ist das Thema Nachfolge von großer Bedeutung. Wir wollen ein gesundes und wirtschaftliches Unternehmen an die nächste Generation übergeben.“ Es gehe um das Erhalten und Weitergeben, nicht nur um den nächsten Quartalsbericht.

Andreas Pralle will sich mit seinem Engagement nicht auf seine Firma beschränken. Seit November 2013 sitzt er im Vorstand bei „DIE FAMILIENUNTERNEHMER-ASU“ (ehemals Arbeitsgemeinschaft Selbstständiger Unternehmer) in der Region Niedersachsen. „Familienunternehmen bilden das Rückgrat der deutschen Wirtschaft“, sagt er. Die Zahlen geben ihm recht: Rund 90 Prozent der rund 3,65 Millionen Firmen in Deutschland sind Familienunternehmen. Sie erwirtschaften rund 40 Prozent der Erlöse, stellen gut 60 Prozent

der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten und rund 80 Prozent aller Ausbildungsplätze im Land.

Es gibt also viel gute Gründe, warum „DIE FAMILIENUNTERNEHMER - ASU“ eine gemeinsame starke Stimme brauchen. Der Verband „DIE FAMILIENUNTERNEHMER-ASU“ übernimmt diese Aufgabe. Als politische Interessenvertretung hat er sich in den vergangenen sechs Jahrzehnten zu einem anerkannten und gefragten Ratgeber der

## Stichwort

„DIE FAMILIENUNTERNEHMER - ASU“ ist ein Interessenverband der deutschen Familienunternehmer. Er tritt für die grundsätzlichen Werte der sozialen Marktwirtschaft ein. 1949 wurde der Verband unter dem Namen Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer (ASU) gegründet. Ziel war es, politischen Entscheidungsträgern unternehmerisches Wissen zu vermitteln und den wirtschaftlichen Aufbau Deutschlands voranzutreiben. Im Mai 2007 wurde der Verband umbenannt in „DIE FAMILIENUNTERNEHMER - ASU“.

„DIE FAMILIENUNTERNEHMER - ASU“ sind Mitglied in der europäischen Dachorganisation European Family Businesses GEEF.

Politik sowie zu einem bedeutenden Unternehmernetzwerk entwickelt. Er repräsentiert die wirtschaftspolitischen Interessen von 180.000 Familienunternehmen in Deutschland und tritt dafür ein, dass die Rahmenbedingungen für Unternehmen verbessert werden.



## Dem Weltmeister fehlt es an Fachkräften

Bei der 11. KEP Lounge dreht sich alles um das „Image der Logistik – quo vadis?“

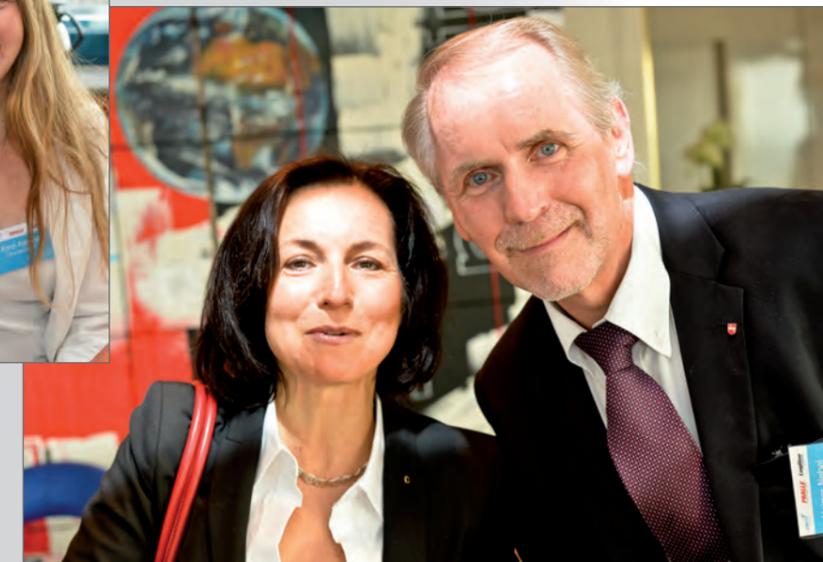
Was macht man, wenn man drei spannende Gesprächspartner hat, aber wenig Zeit, jeden ausführlich zu Wort kommen zu lassen? Man stellt kurzerhand Spielregeln auf – oder genau genommen eine Klingel, die das Ende der jeweiligen Redezeit einläuten soll.

Ehrengäste der 11. KEP Lounge waren diesmal Dr. Diana Kistro-Warnecke, Hauptgeschäftsführerin des Gesamtverbandes Verkehrsgewerke Niedersachsen (GVN), Stefan Schröder, Geschäftsführer des LogisticNetwork Consultants Hannover (LNC) und Mathias Krage, Präsident des Deutschen Speditions- und Logistikverbandes e.V. (DSL) und Geschäftsführer der Krage Speditionsgesellschaft mbH Hannover. Das Thema der Veranstaltung, zu der traditionell die Firmen CITIPOST, PRAL-

LE Logistik und Logiline Systeme ins Maritim Hotel eingeladen hatten, lautete „Image der Logistik – quo vadis?“

Nach der Begrüßung und Vorstellung der Gäste moderiert Olaf-Ulrich Krause passend zu den Spielregeln den Business-Treff gleich auch sportlich an. „Wir sind Weltmeister“, sagt der Logiline-Geschäftsführer. „Und zwar nicht in Brasilien sondern hier in Deutschland.“ Im weltweiten Logistikranking. „Trotzdem hat die Branche bei uns so ein schlechtes Images.“

Ein Problem mit Folgen: „Unsere Unternehmen finden nicht die Fachkräfte, die sie benötigen“, beschreibt Dr. Diana Kistro-Warnecke eines der größten Probleme. Vor allem in den mittelständigen und kleinen Betrieben würden die Unternehmer selbst noch mit 70 Jahren



Unsere Unternehmen finden nicht die Fachkräfte, die sie benötigen

„auf dem Bock“ sitzen. „Wie können die deutschen Unternehmen die Nachfrage in Zukunft bedienen“, fragt sie rhetorisch in die Runde. Und Andreas Pralle ergänzt zum Thema: „Wir haben kaum noch Stellen zu besetzen, wo jemand unqualifiziert arbeiten könnte.“

Für Mathias Krage ist das Image der Branche „besser als wir denken.“ Vor allem im Zeitalter des Onlineshoppings. „Wir müssen deutlich machen: Heute bestellt, morgen geliefert – das ist Logistik!“ Ein großes Problem sei allerdings die Personalfindung. „Insbesondere der Fahrer-mangel stellt die Branche vor große Herausforderungen“, meint der Logistiker. Krage regt an, ein Ethik-Lable zu entwickeln, das ausweist, dass das Unternehmen seine Mitarbeiter fair beschäftigt.

„Leistungsdruck und Preiskampf – das bewegt die Unternehmen“, fasst Dr. Kistro-Warnecke zusammen. „In der Öffentlichkeit aber fehlen die positiven Bilder.“ Vor allem junge Leute würden beim Thema Berufskraftfahrer zuerst an Lärm, Stau und Unfälle denken. LNC-Geschäftsführer Stefan Schröder erinnert: „Wir haben alle das gleiche Ziel, müssen deshalb Allianzen bilden.“ Und Antje Bismark von der Nordhannoverschen Zeitung ermutigt, mehr mit den Logistik-Themen in die Öffentlichkeit zu gehen.

„Wie verhält es sich mit dem ökologischen Aspekt?“, fragt CITIPOST-Geschäftsführer Lars Rehmann





» Heute bestellt – morgen geliefert. Das ist Logisik!



zum Schluss. Wohin führt der Weg der Logistiker? „Emission ist ein politisches Thema, das ganz oben auf der Liste steht“, sagt Schröder. „Doch Wirtschaftswachstum kann nicht vom Verkehrswachstum entkoppelt werden. Das muss immer wieder in der Diskussion klar gemacht werden“, betont er und stößt damit auf breite Zustimmung.



Was an diesem Morgen fehlt? Das ständige Klingeln, um an Redezeiten zu erinnern. Die Ausführungen der Ehrengäste waren dann doch alle prägnant, strukturiert und zielführend – passend zur Branche eben.



Noch viel mehr Impressionen im Web:  
[www.kep-lounge.de](http://www.kep-lounge.de)



Martin Degenhardt (47) hat seit 15 Jahren bei PRALLE einen Vertrag, doch zugehörig fühlt er sich schon viel länger ...

## „Hier musst du keine Marke ziehen“

Interview mit Martin Degenhardt vom Kundenmanagement

### ... seit wann?

Oh, das ist lange her – Mitte 1991. Damals habe ich bei einer Autovermietung gearbeitet, einen Nebenjob gesucht und bei PRALLE als Fahrer angefangen.

### Können Sie sich noch an Ihre ersten Touren erinnern?

Klar, ich habe nachts Zeitungen ausgefahren. Die 481 kenne ich heute noch genau: Opernhaus, Lavesstraße, Anzeigerhochhaus ... Und das Fahren war noch echter Sport.

### Wieso Sport?

Die Fahrzeuge waren damals nicht so hypermodern wie heute – keine Servolenkung. Wenn du hinten zwei Tonnen drauf hast, brauchst du Kraft.

### Wann kam die Festanstellung?

1998 hat mich der Senior gefragt, ob ich mir vorstellen könne, bei PRALLE anzufangen. Seit 1999 bin ich dort angestellt. Aber auch schon vorher war die Arbeit hier nicht nur ein Nebenjob, um Geld zu verdienen. Ich habe zum

Beispiel schon zwei Jahre vorher die Nachttouren neu organisiert, die Strecken optimiert. Mein Herz hat eben schon immer für die Logistikbranche geschlagen!

### Und heute sind Sie Leiter des Kundenmanagements.

Ja, in dieser Abteilung sind seit Mai vorigen Jahres die Disposition, das Partner- und das Kundenmanagement zusammengefasst. So kann das Augenmerk besonders auch auf die Disposition – das Kernstück einer Spedition – gelegt werden.

### Wie sieht Ihr „PRALLE-Rückblick“ aus?

Es waren spannende Zeiten, aber auch schwierige. Der Vorteil bei einem Familienunternehmen aber ist, dass man Probleme gemeinsam meistern kann. Und zwar sofort – hier musst du keine Marke ziehen.

### Wo sehen Sie sich in 10 Jahren?

100prozentig hier – wenn es nach mir geht (lacht). Über etwas anderes brauchen wir gar nicht zu reden.



**PRALLE Logistik GmbH**

Frankenring 4 • D-30855 Langenhagen

Tel: +49 (0) 511 - 449 888 • Fax: +49 (0) 511 - 449 889 99

info@pralle-logistik.de • www.pralle-logistik.de

***PRALLE***  
*transports • logistics • services*

## **Impressum:**

### **Herausgeber:**

PRALLE Logistik GmbH

### **Konzept & Realisation:**

[www.pro-sale.com](http://www.pro-sale.com)

### **Texte:**

Katrin Schreiter, Andreas Pralle

### **Fotos:**

Jens Schulze und PRALLE Logistik