

# Mehr Geld für Standortmarketing

## Deutscher Logistik- und Versandleitertag: Kooperationspreis an BASF und Karl Schmidt Spedition

Von Björn Helmke und Claus Grimm

Die Vermarktung des Logistikstandortes Deutschland muss finanziell besser ausgestattet und professionellisiert werden. Das ist das Fazit einer Podiumsdiskussion auf dem 11. Deutschen Logistik- und Versandleitertag in Dresden, den die DVZ gemeinsam mit dem Bundesverband Wirtschaft Verkehr und Logistik (BWWL) veranstaltete.

Ein gutes Marketing wäre nur ein kleiner Teil eines Standortvermarktungskonzeptes, sagte Prof. Peter Klaus, Uni Erlangen-Nürnberg, am Donnerstag: „Es ist naiv zu meinen, mit ein paar schönen Messeauftritten etwas ändern zu können“, so Klaus. Nötig sei es, Beratungspotenzial aufzubauen, um die Investoren bereits in ihren Heimatländern bei Investitionsvorhaben in Deutschland zu unterstützen.

Dr. Klaus Lippold, Vorsitzender des Verkehrsausschusses im Bundestag, kritisierte, dass das Standortmarketing im Ausland in den vergangenen 20 Jahren vernachlässigt worden sei. In den deutschen Auslandsvertretungen sei entsprechendes Fachpersonal abgebaut worden. Investoren müssten ganzheitlich betreut werden. In der Vergangenheit hätte die Vermarktung unter Eifersüchteln der beteiligten Institutionen gelitten.

Hans-Jörg Hager, Vorsitzender der Schenker Deutschland AG, warnte davor, den Logistikstandort falsch zu vermarkten. Ziel müsse es sein, die Dreh-scheibenfunktion von Deutschland in-



Foto: Grimm

**BWWL und DVZ zeichnen das beste Logistikkonzept mit dem Kooperationspreis Transport und Logistik 2006 aus (von links): Dr. Martin Jastorf (DVZ), Jörg Hennerkes (BWWB5-Staatssekretär), Herbert Götz (BWWL-Präsident), Prof. Hans-Helmuth Grandjot (Jury-Sprecher), Dr. Wolfgang Hoppmann (Karl Schmidt Spedition), Norbert Page und Silvio Menegatti (beide BASF).**

nehalt der erweiterten EU zu betonen. BWWL-Präsident Herbert Götz forderte, mehr Geld für die Logistikvermarktung zur Verfügung zu stellen. Götz: „Geiz ist hier nicht geil.“

Matthias von Randow, Leiter der Grundsatzabteilung im Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, stellte eine Aufstockung der Mittel in Aussicht. Er regte darüber hinaus eine finanzielle Beteiligung der

Logistikwirtschaft an der Vermarktung an.

Höhepunkt des Tages war die Verleihung des Kooperationspreises Transport und Logistik 2006. BASF und die Silospedition Karl Schmidt teilen sich die vom BWWL und der DVZ gestiftete Auszeichnung für ein Logistikkonzept, das viele Kosten verursachende Schnittstellen überflüssig macht. Dazu zählen das Verpacken des Silogutes, dessen

Ein- und Auslagerung sowie das Auspacken beim BASF-Kunden. BASF produziert direkt in einem von Karl Schmidt transportierten Silokomplex. Von dort transportiert Schmidt den Kunststoff in Silo-Lkw ab und lagert ihn im Silo des BASF-Kunden ein. Wirtschaftlichkeit und Kostensenkungen, zentrale Kriterien für den Kooperationspreis, sah die Jury damit erfüllt.

DVZ 13.5.2006

■ Kommentar Seite 2

DVZ

13.05.06