

# Am Puls der Zeit

Von Kerstin Zapp

Unternehmen müssen sich ständig an wandelnde Anforderungen anpassen. Entsprechend sind auch ihre Verbände gefordert, da sich Interessenlagen verändern können. Wie gehen sie damit um? Die Redaktion hat einige Verbandsvertreter befragt.

**1** Ihre Mitgliedsunternehmen richten sich neu aus. Inwiefern wandelt sich auch Ihre Verbandsarbeit?

**2** In sozialen Medien kann man sich diversen Gruppen anschließen und hat viele Möglichkeiten, seiner Meinung öffentlich Gehör zu verschaffen. Wofür braucht man noch Verbände?

**3** Welche Aufgabe ist in diesem Jahr die wichtigste und dringendste für Ihren Verband?



**DR. ULRICH NUSSBAUM**, Präsidiumsvorsitzender des Deutschen Verkehrsforums (DVF).

**1.** „Die 'Digitalisierung' oder die 'Automatisierung' etwa führen zu einschneidenden Veränderungen und zwingen Unternehmen zum Umdenken oder sogar zu veränderten Strukturen. Das DVF ist wie ein Seismograph, der frühzeitig diese Transformation aufgreift, thematisiert und Handlungsempfehlungen an die Politik gibt. Als Think Tank dienen wir aber auch dazu, unter den Unternehmen Best Practices zu diskutieren und auszutauschen und den Strukturwandel damit zu beschleunigen. Unsere Verbandsarbeit ist geprägt durch diese unternehmerischen Veränderungen.“

**2.** Vielleicht ist genau das der Grund, warum Verbände in Zukunft noch wichtiger werden. Denn wirklich jeder kann sich in schier unendlich vielen Kanälen in der Öffentlichkeit produzieren. Wer bündelt, kanalisiert und platziert diese Themen, Aussagen und Forderungen an den richtigen Stellen? Ein Verband ist eine anerkannte Institution, deren Zielrichtung allgemein bekannt und deren Aussagen belegbar sind.

**3.** Da gibt es keine einzelne herausragende Aufgabe - wir sind die Stimme des gesamten Mobilitätssektors im Güter- und Personenverkehr. Die vielen unterschiedlichen Themen, angefangen beim Luftverkehrskonzept über den Aktionsplan Schienengüterverkehr bis hin zu den Verordnungen für die Häfen, sind

gleichrangig. Die positive Entwicklung des gesamten Mobilitätssektors ist und bleibt für uns die wichtigste Aufgabe.“



**ADALBERT WANDT**, Präsident des Bundesverbands Güterkraftverkehr Logistik und Entsorgung (BGL)

**1.** Keine Angaben

**2.** „Die Verbände werden als Interessenvertretungen noch auf lange Zeit hin unersetzbar bleiben, denn nur sie sind in der Lage, etwa mit Politikern um fachgerechte und praktikable Lösungen zu ringen. Als Beispiel: Ein Social-Media-Dienst, der es wie der BGL schafft, ein Mautharmonisierungsprogramm zu entwickeln, zu vereinbaren und umzusetzen, muss noch erfunden werden.“

**3.** Es gibt viele wichtige „Baustellen“ in diesem Jahr. Beispielhaft sei hier das Ringen um die Wettbewerbsfähigkeit des mittelständischen deutschen Transportlogistikgewebes genannt. Dem immer weiter um sich greifenden Sozialdumping und seinen unsäglichen Auswirkungen muss mit einer Nejustierung von EU-Dienstleistungsfreiheit und EU-Niederlassungsfreiheit Einhalt geboten werden. Eine einheitliche europäische Wochenruhezeitregelung kann hier einen Beitrag leisten.“



**UWE PETERS**, Geschäftsführer der Bundesvereinigung Logistik (BVL) e.V. Die BVL ist kein Verband, sondern ein Wissens- und Kompetenznetzwerk.

**1.** „Unser Jahresmotto lautet: Neues denken, Digitales leben. Wir befassen uns in der Vereinsarbeit mit den Herausforderungen der Digitalisierung. Die Benchmarks, die in unserer aktuellen Trends- und Strategien-Studie definiert werden, bieten dafür gute Leitplanken für die Unternehmen.“

**2.** Wir machen die Erfahrung, dass der persönliche Austausch den Menschen nach wie vor viel gibt - professionell und persönlich - und als gute Investition angesehen wird.

**3.** Die BVL arbeitet daran, Orientierung zu geben und Verunsicherung zu nehmen. Bei uns ist es möglich, branchenübergreifend zu diskutieren und so Impulse für die Gestaltung des anstehenden Paradigmenwechsels zu erhalten.“



**DR. BEN MÖBIUS**, Hauptgeschäftsführer des Verbands der Bahnindustrie in Deutschland (VDB)

**1.** „Nicht nur Unternehmen agieren globaler, auch der VDB. Erstmals nimmt die Bahnindustrie in Deutschland konzertiert an den Auslandsmessen in Atlanta und in Teheran teil. Hinzu kommt eine Unternehmerreise in den Iran, unterstützt auch vom Bundeswirtschaftsministerium. In Südamerika engagiert sich der VDB für das Jahrhundertprojekt eines Panamakanals auf der Schiene.“

**2.** Nichts gegen soziale Medien. Profunde und wirkungsvolle politische Interessenvertretung braucht indes mehr: Konstanz, Strategie, persönlichen Austausch und die Moderation von Meinungsbildungs- und Gesetzgebungsprozessen.

**3.** Die Digitalisierung bleibt auch 2017 das beherrschende Thema für uns, für klimaschonenden und multimodalen Schienenverkehr 4.0.“



**RALF-CHARLEY SCHULTZE**, Präsident der UIRR International Union for Road-Rail Combined Transport

**1.** „Vor über zwei Jahren hat die UIRR nun den neuen, ganzheitlichen Ansatz als Industrieverband gewählt, gestützt auf das erfolgreiche Aktivitätentrio Förderung, Weiterentwicklung und Unterstützung des Kombinierten Verkehrs (KV). Dies bedeutet, dass die UIRR die Interessen des KVs gleichzeitig in dreierlei Hinsicht vertritt: erstens durch Information und Lobbying, zweitens durch die Entwicklung von Standards und Best Practice als wichtigem Beitrag zur Förderung des KVs und drittens durch die Unterstützung mit Dienstleistungen und Produkten, die effizient und wirksam tatsächlich nur aus der neutralen Ecke kommen können.“

**2.** Wir als UIRR geben uns nicht damit zufrieden, Meinungen zu bilden und diese in den Äther hinauszuposaunen. Vielmehr bringen unsere Arbeitsgruppen echte Expertise an einen Tisch, um in professioneller Weise Positionen zu formulieren, die zur Weiterentwicklung des KVs führen. Diese vertreten wir dann nach außen.“

**3.** Das Hauptthema der UIRR in 2017 ist die Überarbeitung der KV-Richtlinie 92/106. Dazu kommen unter anderem die Durchführungsverordnung zum Zugang zu den Serviceeinrichtungen, die Überarbeitung der UIC-Merkblätter und EN-Standards im KV und die Entwicklung des Portals railfreightlocations.eu.“



**JENS SCHWANEN**, Geschäftsführer des Bundesverbands der Deutschen Binnenschifffahrt (BDB)

**1.** „Die Verbandsarbeit hat sich in den vergangenen Jahren insbesondere durch den schnelleren Informationsfluss verändert. Deutlich kürzere Reaktionszeiten auch zu komplexen Themen und Fragestellungen und eine verstärkte direkte Kommunikation mit den Verbandsmitgliedern gehen mit dieser Entwicklung einher.“

ANZEIGE



## VISION BECOMES REALITY

Vielseitig, sicher und zuverlässig: Egal was Sie bewegen, mit Fahrzeugen der TII Group sind Sie ganz vorne mit dabei. Verlassen Sie sich auf uns - wir freuen uns auf Ihre Herausforderungen.

tii-group.com

Besuchen Sie uns auf der

**transport**  
logistic

Halle A6, Stand 105/206

**TII GROUP**

**SCHUEERLE**

**NICOLAS**

**KAMAG**

**TIGER**

Dadurch wurde die Verbandsarbeit deutlich transparenter.

**2.** Als Branchenverband steht der BDB für eine qualitativ hochwertige Themenbearbeitung sowie eine saubere und fundierte Argumentation gegenüber Politik und Verwaltung. Insofern ist die anspruchsvolle Arbeit eines Verbands nicht vergleichbar mit dem bloßen Verbreiten von Informationen und Meinungen über soziale Medien.

**3.** Im Fokus steht in diesem Jahr die Bundestagswahl 2017. Es ist unsere Aufgabe, Forderungspapiere in den politischen Raum zu tragen, damit die umweltfreundliche Binnenschifffahrt ausreichend Berücksichtigung im Programm der Bundesregierung findet. Eine Daueraufgabe ist die Darstellung der Leistungsfähigkeit des Verkehrsträgers Wasserstraße in der Öffentlichkeit. Vielen Menschen ist nämlich nicht bewusst, dass die Binnenschifffahrt als einziger Verkehrsträger noch freie Kapazitäten hat und allein durch die Besetzung vereinzelter infrastruktureller Engpässe im Netz sofort in der Lage ist, mehr Güter klimaschonend zu transportieren.“



**OLIVER WOLFF**, Hauptgeschäftsführer des Verbands Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV)

**1.** „Ein Branchenverband wie der VDV mit über 600 Mitgliedern bearbeitet zahlreiche Themen. Damit sind wir per se einer ständigen Entwicklung ausgesetzt. Es gibt immer politische Veränderungen oder gesellschaftliche Trends, durch die wir unsere Positionen hinterfragen und weiterentwickeln müssen. Denn wir haben den Anspruch, den Wandel unserer Branche aktiv mitzugestalten und selbst auf der Höhe der Zeit zu sein.“

**2.** Der persönliche und fachliche Austausch untereinander ist für die Unternehmen des Verkehrssektors durch nichts zu ersetzen. Denn der Verkehrsmarkt ist sehr komplex und steht außerdem vor großen grundsätzlichen Veränderungen, die es gemeinsam als Branche zu gestalten gilt. Die unangeregte und fachlich gute Arbeit eines Verbands ist dabei von großer Wichtigkeit. Insofern

nimmt die Bedeutung der Branchen- und Fachverbände eher zu. Einzelgruppierungen mit Partikularinteressen können punktuell erfolgreich sein, Relevanz für das Ganze haben sie nicht.“

**3.** Im Jahr einer Bundestagswahl bildet die politische Arbeit natürlich einen wichtigen Schwerpunkt. Darüber hinaus gibt es gerade im Schienenüterverkehr ganz konkreten Handlungsbedarf. Das Bundesverkehrsministerium hat einen wichtigen Dialogprozess angestoßen, den wir intensiv begleiten. Der Schienüterverkehr in Deutschland braucht eine echte Chance durch faire Wettbewerbsbedingungen. Das ist eine systemrelevante Frage. Dafür setzen wir uns auch oder gerade im Wahljahr ein!“



FOTO: ADV

**RALPH BEISEL**, Hauptgeschäftsführer des Flughafenverbands ADV

**1.** „Der Flughafenverband ADV feiert in diesem Jahr sein 70-jähriges Bestehen. Damals war er eine Arbeitsgemeinschaft zur Wiederaufrichtung der Flughäfen und des Luftverkehrs. Heute setzt er sich für einen leistungsstarken und wettbewerbsfähigen Luftverkehrsstandort Deutschland ein. Dabei agiert er auf allen politischen Ebenen, von der Kommunalpolitik bis hin zur Europapolitik. Entwicklungen sehen und Herausforderungen erkennen, sei es wirtschaftlicher, politischer oder ökologischer Art, und dabei oft im Spannungsfeld gegensätzlicher Interessenlagen handeln - das ist die Verbandsarbeit des ADV.“

**2.** Gerade im digitalen Zeitalter ist eine glaubwürdige Stimme der Flughäfen gefragt. Der ADV als Fachverband ist Berater von Wirtschaft, Politik und Regionen in rechtlichen und wirtschaftlichen Belangen.“

**3.** Die bedarfsgerechte Entwicklung von Flughafeninfrastruktur muss auch in Zukunft möglich sein. Damit deutsche Flughäfen auch weiterhin Bestandteil weltweiter Logistikketten bleiben, bedarf es etwa wettbewerbsfähiger Betriebszeiten. Das Verkehrsaufkommen der deutschen Flughäfen wird weiter steigen. Darauf müssen wir uns vorbereiten.“



FOTO: BME

**DR. SILVIUS GROBOSCH**, Mitglied des geschäftsführenden Bundesvorstands des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME)

**1.** „Die digitale Vernetzung stellt auch unsere Mitgliedsunternehmen vor gewaltige Herausforderungen. Der BME hat rechtzeitig auf die sich abzeichnenden Megatrends der Zukunft reagiert und mit der Langfrist-Strategie `BME 2030´ eine Neuausrichtung des Verbands erarbeitet. Die Digitalisierung der Wirtschaft sorgt bei unseren Mitgliedsunternehmen für einen wachsenden Informationsbedarf. Dem tragen wir mit einem kontinuierlich ausgebauten Bildungsangebot sowie Studien zur Digitalisierung des Einkaufs Rechnung.“

**2.** Das Netzwerk lebt immer noch vom persönlichen Austausch. Das gilt auch für die Community unseres Verbands. Social Media kann unterstützen, aber nicht ersetzen. Partnerschaften werden auch in Zukunft auf persönlicher Ebene geschlossen.“

**3.** Basis unserer Arbeit in diesem und in den kommenden Jahren ist die Umsetzung der Langfrist-Strategie. Sie sieht unter anderem vor, unser Netz von mehr als 9200 Mitgliedern und Mitgliedsfirmen, die ein jährliches Einkaufsvolumen von 1,25 Bio. EUR repräsentieren, im In- und Ausland zu erweitern. Damit treiben wir unsere Internationalisierung voran. Dabei wollen wir auch einen Wissenspool für Mitglieder schaffen und weitere Services anbieten.“



FOTO: REICHMANN

**MATTHIAS WISSMANN**, Präsident des Verbands der Automobilindustrie (VDA)

**1.** „Natürlich begleitet der VDA seine Mitgliedsunternehmen auf ihrem Innovationskurs, oft gibt er sogar die

Richtung vor. Die aktuellen Megatrends sind vernetztes und automatisiertes Fahren sowie die Entwicklung alternativer Antriebe. Gleichzeitig geht es aber auch um die Optimierung der klassischen Antriebsarten.“

**2.** Der weltweite Wettbewerb wird härter, auch die Mobilitätsanforderungen sind heute differenzierter als in der Vergangenheit. Angesichts der Social-Media-Welt ist es umso wichtiger, dass die Branche mit einer Stimme spricht und ihre Interessen bündelt. Die Aufgaben für den VDA nehmen daher von Jahr zu Jahr zu. Insbesondere gegenüber Brüssel gilt es, die eigenen Standpunkte überzeugend zu vertreten, denn die meisten Regulierungen sind heute nicht mehr national, sondern EU-weit.“

**3.** Wir stehen in Deutschland vor einer neuen Legislaturperiode. Eine der wesentlichen Kommunikationsaufgaben des VDA besteht darin, deutlich zu machen, wie wichtig eine Stärkung des Industriestandorts Deutschland ist. Hierfür ist es erforderlich, dass die Balance zwischen Wirtschaftspolitik und Umweltpolitik gefunden wird. Denn es geht immer auch um die Sicherung der gut 800 000 direkten Arbeitsplätze dieser Schlüsselbranche am Standort Deutschland.“



FOTO: CER

**LIBOR LOCHMAN**, Executive Director der Gemeinschaft der Europäischen Bahnen CER

**1.** „Ein zunehmender Wettbewerbsdruck sowohl intra- als auch intermodal führt zu der Notwendigkeit, auf europäischer Ebene stärker zu koordinieren. CER hat zusammen mit seinen Partnerverbänden und den Verladern einen Aktionsplan entwickelt, der eine Reihe von Aufgaben im Bereich Infrastrukturinvestitionen, Serviceplanung, betrieblicher Fragen sowie Kundenbeziehungen definiert, die die ursprüngliche Aufgabe der rein regulatorischen Angelegenheiten hinaus.“

**2.** Verbände spielen eine wesentliche Rolle, um wichtige Sektorenpositionen gegenüber politischen Entscheidungsträgern zu vertreten

und den Austausch zu fördern. Für uns sind soziale Medien ein wichtiges Instrument, das die Bandbreite der professionellen Dienstleistungen ergänzt.“

**3.** Für die kommenden Jahre haben wir vier Prioritäten festgelegt:

1. Umsetzung der technischen Säule des 4. Eisenbahnpakets
2. Digitalisierung sowohl im Passagier- als auch im Güterverkehr
3. Beschleunigung der Entwicklung des Kernkorridornetzwerks
4. Verbesserung des intermodalen Rechtsrahmens.

Diese Aktivitäten haben zum Ziel, die Schiene effizienter, wettbewerbsfähiger und attraktiver für ihre Kunden zu machen.“



**FRANK HUSTER**, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Speditions- und Logistikverbands (DSLIV)

**1.** „Der Auftrag des DSLIV als Interessenvertretung und Clearingstelle zwischen Politik, Medien und Logistikbranche bleibt grundsätzlich konstant. Die Themen, die wir bewerten und für die wir gemeinsam Lösungen erarbeiten, ändern sich hingegen. Der DSLIV arbeitet wie ein dynamischer Think-tank mit hohem Experten-Know-how.“

**2.** Soziale Medien sind ein Instrument für erfolgreicher Verbandsarbeit, aber kein Ersatz. Die Vielfalt der Meinungen in der Speditionsbranche muss systematisch gefiltert, professionell moderiert und als abgestimmte Kernaussage qualifiziert vorgetragen werden. Das können soziale Medien nicht leisten. In unserem Geschäft muss man etablierter Meinungsbildner gegenüber Politik und Medien sein, um etwas zu bewegen.“

**3.** Die erfolgreiche Platzierung unserer `Agenda der Logistik´ im Bundestagswahlkampf kann entscheidend für eine Koalitionsvereinbarung und die spätere Regierungspolitik sein. Sie enthält Themen wie den Infrastrukturausbau aller Verkehrsträger, die Lieferkettensicherheit, die digitale Transformation der Branche, die soziale und die Umweltverantwortung der Spedition sowie Bedingungen für eine fairen Wettbewerb in Europa.“



**100%-ige Flottenauslastung bei voller Einsatzbereitschaft Ihrer Transportmittel...**

...Ihre tägliche Herausforderung nehmen wir gerne an.

Wählen Sie uns als Ihren Servicepartner und wir unterstützen Sie bei allen Fuhrparkangelegenheiten - Flexibilität bei der Mietfahrzeugauswahl sowie Wartung und Reparatur Ihrer eigenen Transportmittel aller Art.

Unser TIP (P) - Rufen Sie uns jetzt gleich an unter  
0800 - 8 88 50 51 oder senden Sie uns eine E-Mail an  
tip-services-de@tipeurope.com.  
Wir nehmen Ihre Herausforderung an!

www.tipeurope.de

Treffen Sie uns auf der  
transport logistic

