

verkehrs RUNDSCHAU

Magazin für Spedition, Transport und Logistik

Das Spezial Nostalgischer Güterverkehr finden Sie ab Seite 23



Der Mutmacher

Während andere über Krise klagen, gibt er Gas: Knut Sander, CEO der Münchener Kukla Spedition Seite 14

20 ACHTERBAHNFAHRT

Infolge immer extremerer Auslastungsschwankungen geben die Transportpreise derzeit nach. Was Experten raten

44 SCHWEDENZUG

Die VR fuhr Volvos neues Flaggschiff FH16-780 Aero mit zwei hintereinander gekoppelten Aufliegern Probe

www.verkehrsrundschau.de



Verkehrsrundschau/Eva Hassa

Vom Speditionskaufmann zum geschäftsführenden Gesellschafter: Knut Sander, CEO der Kukla Spedition in München

Der Kukla-Weg

In Kürze

Um sich als Mittelständler im umkämpften Speditionsmarkt erfolgreich zu behaupten, muss man sich einiges einfallen lassen. Dass dies gelingen kann, zeigt die Kukla Spedition in München, die unter der Ägide von CEO Knut Sander seit Jahren erfolgreich wächst.

Während andere über Krise jammern, macht er lieber. Knut Sander, CEO der Kukla Spedition, ist Spediteur mit Herz und Verstand. Kein Wunder, dass Kukla wächst. Im Gespräch mit der Verkehrsrundschau erklärt er, wie er sein Unternehmen auf Kurs hält.

Was für ein Start in eine neue Firma! Als Knut Sander im Jahr 1998 bei der Kukla Spedition als Abteilungsleiter für Russland-Verkehre anfang, war sein Schreibtisch leer. „Keinen einzigen Auftrag hatte ich da“, erzählt Sander, mittlerweile CEO des Unternehmens.

Grund für das Debakel war die russische Bankenkrise im Sommer 1998, nur zwei Wochen vor seinem Einstieg bei Kukla, durch die schlagartig das komplette Russland-Geschäft der Münchener Spe-

dition zusammenbrach. In der Folge fiel der damals größte Umsatzbringer der Spedition ersatzlos weg. Andere wären verzweifelt. Statt zu jammern, kramte Sander die Ärmel hoch, packte an und suchte Neugeschäft. Heute macht die Kukla Spedition mit 300 Mitarbeitern rund 280 Millionen Euro Umsatz; 1998 waren es 25 Mitarbeiter und umgerechnet 15 Millionen Euro Umsatz. Ein Erfolg, der nicht selbstverständlich war, wie sich im Gespräch mit Sander zeigt.

Aber der Reihe nach. Nach dem Abitur zog es Sander erst mal nach Kanada, wo er sich mit Jobs als Dachdecker und Burger-Brater über Wasser hielt. Danach folgte sein kurzer Exkurs an die Fachhochschule in Bielefeld, wo er BWL studierte. Doch auch das schmeckte ihm nicht. „Zu viel Theorie“, sagt er, bis er schließlich mit 22 Jahren im Job-Center landete, wo ihm ein Berater empfahl: „Werden Sie Speditionskaufmann.“

Die Nische in der Nische

Ein Rat, der für Sander goldrichtig war: „Das war vom ersten Tag an meins. Das war mir bei meiner Ausbildung bei Terrana sofort klar“, sagt er heute. „Ich konnte da viel entscheiden. Dazu kam die Geschwindigkeit, und man musste sich in diesem Geschäft durchsetzen, um erfolgreich zu sein. Das alles hat mir sehr, sehr getaugt.“ Und je besser er in der Branche vernetzt war, desto mehr habe er sich zu Hause gefühlt. „Der Speditionskaufmann ist für mich mit Abstand der attraktivste Ausbildungsberuf.“ Zudem ist die Speditionsbranche ein wichtiger Wirtschaftsindikator. Wir merken als Erste, wann die Wirtschaft rauf- oder runtergeht.“

Als zum Beispiel der US-amerikanische Investor George Soros 1992 gegen die italienische Lira gewettet habe, habe sein Ausbildungsbetrieb keinen einzigen Transport mehr nach Italien gehabt. Auch aus dieser Not machte Sander schnell eine Tugend und wechselte zur Bielefelder Spedition Boes, wo er schon mit Anfang 20 ein Team von zwölf Mitarbeitern führte und ein paar Jahre später für Boes, damals Gesellschafter der Stückgutkooperation ILS-East Logistik, Osteuropa-Verkehre im Baltikum aufbauen durfte – neben seiner Verantwortung für

eine Boes-Niederlassung im russischen Nowgorod. „Goldgräberstimmung war das in diesen Ländern“, schwärmt er. „Osteuropa trauten sich ja damals nur wenige deutsche Spediteure zu. Dazu gehörte schon etwas Mut.“ Dann wurde Boes verkauft, und Sander zog es zu Kukla nach München, um dort das Russland-Geschäft zu managen. Stattdessen stand er wie gesagt zunächst vor einem leeren Schreibtisch.

„Geschäfte brechen weg. Dann müssen neue Geschäfte her. Vorwärts, weiter geht’s.“ Das war und ist Sanders Devise. So brachte und bringt er Kukla auf Kurs. Konkret heißt das: „Wir suchen die Nische in der Nische. Das ist klein, aber fein und vor allem profitabel“, erklärt er das Erfolgskonzept der Spedition. „Sprich: unsere Spezialität ist das Komplizierte. Das ist zwar etwas schwieriger, wird aber auch besser bezahlt.“ Auf diese Weise habe sich Kukla als Mittelständler in einem volatilen Marktumfeld immer schon erfolgreich behauptet. „Die Kukla-Gesellschafter und -Geschäftsführer waren zu diesem Zeitpunkt einfach cool; die probieren auch mal aus.“ Zum Beispiel in den 1980er-Jahren die Kühl-Verkehre in den Irak, Iran und später nach Libyen. „Das waren schon wilde Geschichten“, sagt er und lacht.

Das Short-Sea-Shipping-Geschäft, in das Kukla nach dem Zusammenbruch seines Russland-Geschäfts einstieg, ist auch so eine Geschichte, weil es auf den ersten Blick so gar nicht zu einem Münchener Spediteur passt. Die Idee dazu kam im Übrigen von einem Großkunden, der bei Kukla anklopfte, weil er für die Iberische Halbinsel eine Belieferungslösung auf dem Seeweg suchte. Denn in Spanien und Portugal gibt es zwar jeden Sommer viele

Die Kukla Spedition

Die Kukla Spedition wurde im Jahr 1941 in München gegründet. 2023 erzielte das Unternehmen 280 Millionen Euro Umsatz mit rund 300 Mitarbeitern. Kukla ist mit 15 eigenen Standorten in acht Ländern präsent.

Die Geschäftsfelder

Quasi Alleinstellungsmerkmal von Kukla ist Short-Sea-Shipping, vor allem für die Konsumgüter-, Möbel-, Lebensmittel- und Chemiebranche. Zudem bietet die Spedition Lkw-Transporte mit externen Frachtführern. Kukla verfügt über 450 palettenbreite Container und bietet zudem Kontraktlogistik. eh

konsumfreudige Touristen, aber nur sehr wenig Lkw-Laderaum. „So wurden wir in 1999 das erste Speditionsunternehmen“, erzählt Sander, „das für große Auftraggeber eine Haus-zu-Haus-Lösung über Short-Sea-Shipping abgewickelt hat.“ Und Kukla habe noch heute in diesem Geschäftsfeld quasi Alleinstellungsmerkmal – mit Fokus Mittelmeerraum, hier insbesondere nach Spanien, Griechenland, Zypern und in die Türkei, aber auch in den Norden und Westen Europas, also nach Skandinavien und in das Vereinigte Königreich (UK).

Erfolgshebel Short-Sea-Shipping

Im Vorlauf, etwa zum Rotterdamer Hafen, setzt die Spedition dafür auf Lkw, Bahn oder Binnenschiff. Im Hauptlauf werden die Container dann per Seeschiff zum Empfangshafen im Bestimmungsland verbracht, die im Nachlauf meist per Lkw zugestellt werden. Gebrochene Verkehre also, die einen mehrmaligen Umschlag auf unterschiedliche Verkehrsträger erfordern und daher von langer Hand präzise geplant und eingetaktet werden müssen. Jede Verzögerung, ob durch Stau, Wartezeiten an Laderampen, in Häfen oder durch behördliche Bürokratie, kann den Transportprozess durcheinanderwirbeln – was sich sofort auf Laufzeiten und Kosten niederschlägt. „Trotzdem rechnet sich Short-Sea-Ship- ▶



Verkehrsrundschau/Eva Hassa

Blick auf die Unternehmenszentrale der Spedition Kukla in München – unweit der Großmarkthalle

Interview: Was hilft Ihnen in schwierigen Zeiten?

Sie sind seit über 26 Jahren in der Speditionsbranche aktiv und seit 2008 geschäftsführender Gesellschafter der Kukla Spedition. Sie haben da auch einige Krisen erlebt. Was haben Sie gelernt, was Ihnen in schwierigen Zeiten hilft? Das Wichtigste, das ich da gelernt habe, ist eine gewisse Gelassenheit. Es hilft einem nicht, bei jeder Krise hysterisch zu reagieren. Im Gegenteil: Das macht es oft schlimmer. Was ich auch gelernt habe: Man ist nur mit einem guten Partnernetz stark. Zum Glück verfügen wir über ein starkes Partnernetz. Das ist unser wichtigstes Asset.



Knut Sander, CEO der Kukla Spedition in München

Kukla Spedition

Was passiert aber, wenn mal richtig Geschäft bei Ihnen wegbricht? Wie gehen Sie damit um? Diesen Druck haben wir permanent. In unserem Geschäft ist es ganz normal, dass immer mal Geschäft wegbricht. Das verlieren wir aber zum Glück sehr selten an unsere Mitbewerber. Wenn wir Geschäft verlieren, liegt es meist daran, dass unsere Kunden selbst Aufträge verlieren oder kurzfristig anders sourcen, sprich andere Lieferanten aufschalten.

Welche Ziele stehen bei Ihnen nun in den nächsten Jahren an? Ich beschäftige mich privat im Moment sehr viel mit digitalen Start-ups. Von denen können wir sehr viel lernen. Das Thema Digitalisierung birgt ja viele Potenziale, die wir als Kukla Spedition noch zu wenig nutzen. Aber daran arbeiten wir mit Hochdruck. Zudem bauen wir gerade an unserem Standort in München eine Zollabteilung für ganz Europa auf. Auch das Geschäftsfeld Flüssigtransporte für Getränke und Chemikalien wollen wir voranbringen. Da gibt es auf jeden Fall noch Platz für einen weiteren Anbieter. *eh*

werden. „Unsere Kunden brauchen aber stabile und preisstabile Transporte, die wir ihnen mit Short-Sea-Shipping garantieren können. Zwölf Monate lang. See-Container sind stets verfügbar, auf den Seeschiffen ist genug Platz – die Corona-Pandemie mal ausgenommen.“

Netz-Ausdehnung nach Osten

Sorgen macht ihm nur eines: „Bei den Mengen, die wir umschlagen, sind für uns Streiks in den Häfen fatal. Denn solche Mengen lassen sich nicht einfach komplett auf Lkw umleiten.“ „Das ist dann Geschäft, was uns wegbricht“, sagt er. „Die Streiks im griechischen Piräus – auf dem Höhepunkt der Euro-Finanzkrise – hätten uns 2008 also fast das Genick gebrochen – zumindest haben sie uns sehr viel Geld gekostet.“ Bis zu 12.000 Container jährlich hatte Kukla seinerzeit nach Griechenland abgewickelt.

Aufgeben? Eher Ansporn für Sander, in Europa das Kukla-Netz noch breiter zu spannen. Ob in Bilbao, Brentwood bei London, Breda an der holländisch-belgischen Grenze, Lissabon, Thessaloniki oder auch in Porto, Murcia und Santander – Kukla eröffnete in den letzten Jahren etliche Tochtergesellschaften. Schritt für Schritt baute der Mittelständler seine Präsenz in Europa aus. Inzwischen hat er neun eigene Tochtergesellschaften an 15 Standorten in acht Ländern. „Und wir wachsen im Moment rasant weiter, und zwar in jedem Geschäftsfeld. Allein dadurch, dass wir sehr große Kunden haben, die stark wachsen, wachsen wir da selbst mit. Die sehen ja, in welchen Ländern wir mit eigenen Standorten präsent sind – das sorgt für diesen Push.“

Umso wichtiger ist es für ihn, die Spedition jetzt für das anrollende Wachstum zu rüsten. Das sei auch der Grund für die

ping auf den Relationen, die wir anbieten, im Vergleich zum Lkw-Transport immer – sowohl für unsere Kunden als auch für uns“, macht er unmissverständlich klar. So koste ein Lkw-Transport von Hamburg nach Sevilla 2500 Euro für 2800 Kilometer Fahrtstrecke in vier Tagen, nennt er Zahlen. Und per Short-Sea-Shipping koste dieser ab Hamburg nach Sevilla über Cádiz inklusive Vor- und Nachlauf per Lkw insgesamt 2100 Euro mit zwölf Tagen Laufzeit. Natürlich sei die Abwicklung per Lkw stets schneller, räumt er ein. Darum gehe es aber nicht. Es gehe vielmehr um Nachhaltigkeit, auch im Sinne von Laderaum-Verfügbarkeit und angemessenen Preisen. Denn im Winter bezahle man zum Beispiel für einen Lkw-Transport von München nach Sevilla 1600 Euro, im Som-

mer dagegen 2900 Euro. Schlichtweg, weil nach der Zitrusfrüchte-Hochsaison im Winter auf der Iberischen Halbinsel von April bis Herbst tausende Lkw stillgelegt

Rund 300 Mitarbeiter arbeiten bei der Kukla Spedition – hier der Blick in das Münchener Büro



Kukla Spedition

Kukla verfügt zwar nicht über eigene Fahrzeuge, aber über langjährige Transportpartner für seine Lkw-Verkehre



Kukla Spedition

neue Holding-Struktur, die sich Kukla im Mai gegeben habe. Neben Sander als CEO führen nun fünf weitere Geschäftsführer die Holding. Die Hände in den Schoß legen, wird Sander aber wohl nicht. Im

Gegenteil: Kukla läutet mit der neuen Struktur die nächste Wachstumsrunde ein. „Wir wollen unser Netz ganz klar weiter in den Osten ausdehnen und hier weiter organisch wachsen“, kündigt er an.

„Vor allem in den Ländern Osteuropas sehen wir Chancen im Vertrieb und im Einkauf von Lkw-Laderaum.“ Bei Kukla bleibt es also spannend. Mehr dazu im Interview auf Seite 16. *eh* ■■■

SCHUNCK – MEHR ALS NUR VERSICHERT

Unsere Maxime: Einfach machen

Es sind meist die einfachen Dinge, die Erfolg haben. Seit mehr als 100 Jahren sind wir Partner der Logistikbranche! Wir machen das komplexe Versicherungsgeschäft für Sie verständlich und Ihre Welt damit ein bisschen einfacher. 100% Kundenfokus und voller Einsatz für die beste Versicherungslösung sowie Topservice – das ist SCHUNCK.

Die SCHUNCK GROUP ist ein Unternehmen der Ecclesia Gruppe.

www.schunck.de

