

ANZEIGE

QCS Quick Cargo Service GmbH
 International Logistics

SHIP IT? QUICK IT.
 SEEFRACHT WELTWEIT

www.quick-cargo-service.com
 0800-89 89 899

Transportbarometer

LADUNG % LADERAUM
 87 13

Frühjahrshoch hält weiter an

Laderaum bleibt Mangelware am Spotmarkt im Straßengüterverkehr. Unter den Angeboten der Timocom-Nutzer lag der Ladungsanteil in der ersten vollen Woche nach Ostern innerhalb Deutschlands bei 88 Prozent, nur 12 Prozent entfielen auf freie Lkw. Auch europaweit (87:13) waren die freien Fahrzeugkapazitäten kaum größer. Beobachter sehen darin Auswirkungen der hohen Dieselpreise. (loe)

Anteil der Angebote von Ladung und Laderaum nach Ländern in Prozent

Land	Ladung (%)	Laderaum (%)
D	52	48
A	72	28
B	40	60
BG	32	68
CH	36	64
CZ	45	55
DK	18	82
E	37	63
F	62	38
GB	27	73
H	45	55
I	46	54
NL	38	62
PL	68	32

Die Werte basieren auf den bei TIMOCOM eingestellten Ladungs- und Laderaumangeboten.

TIMOCOM

Jürgens fordert Bundesgelder

HÄFEN Der Geschäftsführer der Lübecker Hafen-Gesellschaft, Sebastian Jürgens, wirft dem Bund vor, sich mit falschen Argumenten vor Investitionen aus dem Sondervermögen in die Seehäfen zu drücken. Die Begründung, das sei Ländersache, bezeichnete Jürgens, der auch Präsident des Zentralverbands der deutschen Seehafenbetriebe (ZDS) ist, als so nicht zutreffend. Es gebe ein Gutachten des Rechtsdienstes des Deutschen Bundestags, wonach der Bund durchaus Geld in die Häfen geben könne, sagte er. Es müsse nur ein Bundeszweck wie beispielsweise die Förderung von Industrie, Verteidigung oder Energie gegeben sein. (dpa/ben)



Paketdienst für sperrige Ware

Geschwindigkeit tritt im neuen Markenauftritt von GEL hinter Klarheit und Einfachheit zurück. Das **System für Güter ohne Paletten** beliefert vor allem Privatempfänger.

Nur die Auflieger gehören dem GEL-Verbund, die eingesetzten Zugmaschinen stammen von Subunternehmern.

Von Tobias Loew

GEL hat sich neu erfunden. Der Transportverbund mit Hauptsitz in nordrhein-westfälischen Meerbusch tritt nicht mehr mit dem Fokus auf Expresslogistik auf, sondern präsentiert sich als Paketdienst für XXL-Ware. „Viele haben Express mit Sonderfahrt gleichgesetzt – und das ist einfach nicht unser Geschäft“, erklärt Geschäftsführer Tobias Starosky.

Die neue Positionierung zielt auf eine strategische Nische im Transportgeschäft, oberhalb der Paketdienste, unterhalb des klassischen Stückguts. Denn GEL befördert Sendungen, die für das Förderband zu groß, zu schwer oder zu fragil sind, aber noch keine Palettierung erfordern. Anders als klassische Paketdienste transportiert das Unternehmen auch Multicolli-Sendungen, also Aufträge mit mehreren Packstücken.

Rechtlich agiert GEL dabei als Spediteur nach Handelsgesetzbuch (HGB). Das Selbstverständnis des Partnersystems folgt aber einem anderen Leitbild. „Paketdienst bedeutet für einen Empfänger: Es geht schnell, ich kann die Sendung lückenlos tracken, ich habe ein Zeitfenster“, betont Starosky und fügt hinzu: „Genau das wollen wir auch für sperrige Ware bieten.“

Das Spektrum der Güter, die der Dienstleister transportiert, reicht von Möbeln und Küchen über weiße und braune Ware bis zu Outdoor-Produkten, Fahrrädern, Sanitärkeramik und Glas. Zu den Versendern zählen überwiegend Onlinehändler, Hersteller und Importeure, die ihre Produkte direkt an Privathaushalte ausliefern. Doch die eindeutige Ausrichtung auf Endkunden beruht nicht auf strategischen Überlegungen, sondern ist das Ergebnis eines langfristigen Entwicklungsprozesses.

„Ins B2C-Segment haben uns die Kunden getrieben“, erzählt der GEL-Chef. „Große Sanitärhersteller haben sich irgendwann von uns gewünscht, dass wir auch zu Privatempfängern liefern, weil deren Kunden das wollten“, blickt er zurück. Mittelfristig sieht der Verbund

seinen Schwerpunkt in einem strukturell wachsenden Segment: dem Onlinehandel. So sei etwa das Geschäft mit Möbeln deutlich weniger digitalisiert, die Strukturen ein wenig altmodisch. „Dort können wir noch enorm wachsen“, hat Starosky ausgemacht.

Dabei legt der Verbund großen Wert auf schlanke Prozesse – mit einem klaren Ziel: der Zustellung im ersten Versuch. Dafür investiert GEL regelmäßig in seine IT – rund 3 Prozent des Umsatzes, verrät Starosky. Einen erheblichen Anteil davon verschlingt die Cybersicherheit. Der GEL-Chef schätzt ihn auf rund ein Viertel der gesamten IT-Kosten.

System mit 19 eigenen Standorten

Das Netz umfasst 50 Standorte in Deutschland; 19 eigene Niederlassungen und 32 Franchisenehmer. Hinzu kommen fünf eigene Umschlaganlagen. Der Fuhrpark besteht aus rund 1.000 Fahrzeugen, von denen rund 300 im Fernverkehr und 700 im Nahverkehr unterwegs sind. Während die im Hauptlauf eingesetzten Trailer überwiegend dem Verbund gehören, verfügt GEL über keine eigenen Lkw.

Als Gesellschafter der internationalen Kooperation Netexpress Europe sowie in bilateralen Partnerschaften erreichen Sendungen aus dem Verbund laut Starosky fast alle EU-Länder und die Schweiz, mit Ausnahme der baltischen Staaten, Skandinaviens und Griechenlands. Im grenzüberschreitenden B2C-Geschäft bietet das Unternehmen ein europaweites Produkt mit einheitlichen Standards an.

Mit dem Aufbau eigener Betriebe hat die Kooperation im Anschluss an die Wirtschafts- und Finanzkrise 2009 begonnen, als Lücken in der flächendeckenden Struktur des Netzes entstanden. Die Investitionsphase belastete das Ergebnis zunächst erheblich, erinnert sich der GEL-Gesellschafter und Nachhaltigkeitsbeauftragte Norbert Keimeier, der das Netz bis 2025 gemeinsam mit Starosky in einer Doppel-

GEL in Zahlen

- 50 Standorte (19 eigene, 32 von Franchisenehmern)
- 5 Logistikzentren als Regional-Hubs
- Umsatz 2025: 140 Millionen Euro (eigene Angabe, Hochrechnung auf Basis der unternehmens-eigenen Depots)
- Transportvolumen 2025: 1,8 Millionen Sendungen mit 3,8 Millionen Packstücken
- 1.000 Fahrzeuge, davon rund 300 Lkw im Fernverkehr und etwa 700 Nahverkehrsfahrzeuge
- 2.000 regelmäßige Versender, davon 900 als Kunden der eigenen Depots



Ins B2C-Segment haben uns die Kunden getrieben.

Tobias Starosky, Geschäftsführer GEL

spitze führte. Heute rentiere sich die damalige Anstrengung dagegen sehr.

Denn die eigenen Häuser liefern längst nicht nur Empfangs-, sondern auch Versandmengen und damit Margen, die ein reines Kooperationsmodell nicht erlaube. „Wir hören immer wieder von Kunden: Ich will mit GEL direkt sprechen, nicht mit dem Franchisenehmer vor Ort“, berichtet Starosky. Das belege, wie wertvoll der direkte Marktzugang sei. Dennoch seien die Franchisepartner, von denen viele ausschließlich für GEL tätig sind, unverzichtbare, langfristige Bestandteile des Systems. Die Kombination aus eigenen und Partnerbetrieben gebe dem Verbund eine Stabilität, die ein reines Kooperationsnetz nicht biete.

Das Sendungsvolumen lag 2025 in etwa auf Vorjahresniveau bei rund 1,8 Millionen Sendungen. Starosky bezeichnet die Entwicklung als solide, aber unter den Erwartungen: „Wir hätten uns ein kleines Wachstum gewünscht.“ Für das laufende Jahr zeigt er sich zuversichtlicher. Das Unternehmen zählt netzweit rund 2.000 regelmäßige Versender, davon knapp 900 an den eigenen Standorten. Die Abhängigkeit von einzelnen Großkunden halte GEL bewusst gering.

„Das Angebot vieler Logistikdienstleister überschneidet sich teilweise mit unseren Leistungen – aber niemand bietet ganz exakt dasselbe an“, betont Starosky auf die Frage nach den Wettbewerbern des Systems. Sperrige Elektronikartikel wie Fernsehgeräte würden zum Teil von klassischen Paketdiensten zugestellt, auch wenn diese darauf eigentlich nicht ausgelegt seien. Die größte Überschneidung gebe es mit Zwei-Mann-Systemen bei Sendungen im oberen Gewichts- und Volumensegment. „Aber wir bieten keine Aufstell-, Anschluss- oder Montage-servises an“, schränkt der GEL-Chef ein. Auch längere eigene Lieferdienste könnten sich aus seiner Sicht langfristig zu Wettbewerbern entwickeln.

