

# Keine Spur von Tristesse bei BWG Reimer

Gute Chancen in Osteuropa / Mittelstand muss kooperieren



BWG ist mit seinen Lkw vor allem im Hinterlandverkehr der bremischen Häfen aktiv.

Simon Reimer, geschäftsführender Gesellschafter der Spedition BWG Reimer, ist zuversichtlich. Zwar könnte das Aufkommen im Kerngeschäftsfeld, dem Hinterlandverkehr der Bremischen Häfen, sicherlich besser sein. Doch anstatt lange zu klagen, sucht der Mittelständler vor allem im Geschäft mit Osteuropa Chancen.

Simon Reimer hat gute Gründe für seinen Optimismus. Mehr als 1,9 Mio. TEU werden pro Jahr im Hinterlandverkehr der Bremer Häfen per Eisenbahn, Lkw oder Binnenschiff bewegt. Ein Volumen, das – trotz schwieriger Wirtschaftslage – langfristig zunehmen dürfte. „Mit der Geschwindigkeit, in der der Bedarf – abgesehen von der momentanen Atempause – wächst, kann die Transportkapazität nicht mithalten“, meint Reimer.

Der Infrastrukturausbau ist notwendig, um sich gegen die Hafen-Konkurrenten aus den Beneluxländern durchsetzen zu können. „Dem Vor- und Nachlauf kommt hinsichtlich der Transportkosten eine hohe Bedeutung zu“, so Reimer weiter. „Um so mehr müssen sich Unternehmen, die im Hinterlandverkehr aktiv sind, auf eine funktionierende Anbindung verlassen können.“

Deutschland- und europaweit übernimmt BWG Reimer die Beschaffung und Verteilung von Waren. Ein wichtiges Geschäftsfeld ist die Importlogistik, die hauptsächlich über Bremen und Bremerhaven abgewickelt wird.

**Zusatzleistungen gefordert.** Über ein dichtes Transportnetzwerk, das bundesweit rund 80 Empfangs- und Beschaffungsstationen umfasst, bie-

tet der Mittelständler 24-, 48- und 72-Stunden-Belieferungen sowie einen Overnight-Service an. Neben Leistungen wie Lagerung, Kommissionierung, Etikettierung und Distribution erwarten die Kunden zunehmend Value-Added-Services, auch in den Beschaffungsländern selbst. Reimer erklärt: „Für die Abwicklung des Imports wollen die Unternehmen einen einzigen Ansprechpartner haben, der für sie sämtliche Prozesse steuert.“ So übernimmt BWG Reimer über Partner bei Bedarf den Vorlauf der Logistikabwicklung. Dazu zählen beispielsweise Qualitätschecks. Bei fehlerhafter Ware oder mangelnder Qualität können die Textilien noch vor Ort reklamiert werden – das spart Zeit und Geld.

Auch falsch ausgefüllte Dokumente können teuer werden. Somit ist gerade die Zollabwicklung ein wichtiges Glied in der Logistikkette. BWG Reimer gehört zu den ersten Unternehmen, die die Logistiksoftware Atlas und Dakosy genutzt haben. Der frühe Einsatz hat sich gelohnt: Das Un-

ternehmen wickelt inzwischen sogar für andere Logistikunternehmen Aufträge in diesem Bereich ab, „und wir investieren sehr stark in die Informationstechnologie, um weiterhin vorne dabei zu sein“.

Chancen sieht der Unternehmer vor allem im Geschäft mit Osteuropa. Mindestens dreimal wöchentlich fahren die BWG Reimer-Lkw sowohl die EU-Mitgliedstaaten als auch die Balkanländer und Gus-Staaten an. Neben Medizintechnik- und Pharmaprodukten zählen vor allem Importgüter aus Übersee wie etwa Werbemittel aus Ostasien zur Fracht.

Auf diesem Markt, der zuletzt stark gewachsen ist, sieht das Unternehmen großes Potenzial. Zum einen hat die EU-Osterweiterung die Attraktivität der Region erhöht: Durch vereinfachte Zollabfertigungen sind die langen Standzeiten an den Grenzen entfallen. Zum anderen sind in den vergangenen Jahren viele mittelständische Unternehmen in Osteuropa entstanden, die bereit sind, mit deutschen Mittelständlern Kooperationen einzugehen.

Dabei profitiert das Unternehmen davon, dass es schon sehr früh am Markt präsent war. Bereits 1989 nutzte BWG Reimer die Gunst der Stunde und wagte den Schritt nach Osten. Viele der Mitarbeiter in Bremen und in anderen Niederlassungen beherrschen die Sprachen der Region.

**Kooperative Mittelständler.** Die Zukunft des Mittelstands sieht Reimer in Partnerschaften. Dabei sei es wichtig, auf Augenhöhe miteinander zu kooperieren. „Ist einer der Partner deutlich größer, übernimmt er den Auftrag nach kurzer Zeit vollständig“, ist Simon Reimer überzeugt. Dies gelte vor allem bei Auslandskooperationen: Nur in einer gleichwertigen Partnerschaft profitieren beide Unternehmen von der Erschließung des jeweils fremden Markts.

„Mindestens ebenso wichtig ist es für ein Unternehmen unserer Größe, nah am Kunden zu sein und Gesicht zu zeigen“, so der Spediteur weiter. Dieses Kriterium sieht er als größte Chance für mittelständische Logistikdienstleister, sich im Wettbewerb zu behaupten. Gerade für Kunden, die auf schwierigen Märkten wie Asien oder Osteuropa aktiv sind, steige die Bedeutung der Beratungsleistung. Reimer: „Es reicht nicht, einmal im Jahr einen Mitarbeiter hinzuschicken, der die Preise verhandelt.“ DVZ 12.5.2009 (57)

»Wichtig ist, nah am Kunden zu sein und Gesicht zu zeigen«

Simon Reimer, geschäftsführender Gesellschafter BWG Reimer

