KUNDENMAGAZIN DER TOYOTA MATERIAL HANDLING DEUTSCHLAND GMBH

FRÜHJAHR 2018/N° 4

HOCHFORM

AUTOMATISIERUNG
TOYOTA RADIOSHUTTLE UND BT REFLEX AUTOPILOT IM OPTIMALEN ZUSAMMENSPIEL

IM EINSATZ
BEIM SPIELE-LOGISTIKER LUDO PACKT SORGT TOYOTA FÜR REIBUNGSLOSE MATERIALFLÜSSE

GEMEINSAM MEHR BEWEGEN
TOYOTA UNTERSTÜTZT DAS HILFSPROJEKT „MISSING MAPS“ DES DEUTSCHEN ROTEN KREUZES

HOCH HINAUS

GÜNTER SIMONIS ÜBER PERSÖNLICHE UND WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

INHALT

03 / EDITORIAL

04 / HÖHER? SCHNELLER? WEITER!
Günter Simonis über persönliche und wirtschaftliche Entwicklung.

08 / HELFEN MIT OFFENEN KARTEN
Toyota unterstützt das Hilfsprojekt „Missing Maps“ des Deutschen Roten Kreuz.

10 / DREAMTEAMWORK
Toyota Radioshuttle und BT Reflex Autopilot im optimalen Zusammenspiel.

12 / TOYOTA IM EINSATZ BEI LUDO PACKT
Beim Spiele-Logistiker Ludo Packt sorgt Toyota für reibungslose Materialflüsse.

16 / DIE GESICHTER HINTER DEN HÄNDLERN
Wir stellen Ihnen die Menschen vor, die bundesweit für und hinter Toyota stehen: unsere Händler.

18 / NEWS
Neuigkeiten aus dem Hause Toyota Material Handling Deutschland auf einen Blick.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER
Toyota Material Handling Deutschland GmbH
Hannoversche Straße 113 | 30916 Isernhagen

KONTAKT
Telefon: 0511 7262-0 | Fax: 0511 7262-137
info@de.toyota-industries.eu | www.toyota-forklifts.de

GESTALTUNG
Dievision Agentur für Kommunikation GmbH
Robert-Koch-Platz 10 | 30173 Hannover | www.dievision.de

DRUCK
Basis-Druck GmbH
Springwall 4 | 47051 Duisburg | www.basis-druck.de

FSC
www.fsc.org
MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C110840

EDITORIAL

↑ Norman Memminger, Geschäftsführer der Toyota Material Handling Deutschland GmbH

Liebe Leserinnen und Leser,

2018 öffnen wieder die Leitmessen LogiMAT und CeMAT ihre Tore, um der Welt der Logistik Neuheiten und Trends zu präsentieren. Vernetzung, Automatisierung und Effizienz sind erneut die Schlagworte. Diese mit Leben zu füllen und gleichzeitig unseren Wurzeln treu zu bleiben, das sehen wir als unsere Aufgabe. Unsere Wurzeln greifen schon sehr tief. In diesem Jahr begeht Toyota sein 100-jähriges Jubiläum. Unser Gründer, Sakichi Toyoda, erlebte die Anfänge der Industrialisierung in Japan im späten 19. Jahrhundert und gestaltete diese mit der Entwicklung des ersten automatischen Webstuhls entscheidend mit.

Heute, 100 Jahre später, sind wir Zeugen der Entwicklung einer neuen Epoche: der Digitalisierung. Und Toyota lässt es sich nicht nehmen, auch diese zu gestalten. Günter Simonis, Leiter Key Account Deutschland, erzählt Ihnen, wie wir dank unserer tiefen Wurzeln weiterkommen, ohne stehen zu bleiben. Dafür sind wir mit ihm in die Höhe, und zwar auf den Tower der DEUTSCHEN MESSE in Hannover.

In die größte Höhe haben sich unsere Mitarbeiter begeben – nämlich ins Weltall mit einem wunderbaren Blick auf die Erde. Im Rahmen des 10-jährigen Jubiläums (siehe HOCHFORM #3, 2017) haben sie gemeinsam mit dem Deutschen Roten Kreuz Teile der analogen Welt mittels Satellitenaufnahmen in die digitale übertragen. Ein spannendes Projekt, das unbedingt empfehlenswert ist.

Das sind nur einige Themen aus dem Heft. Lassen Sie doch einfach Ihren Blick schweifen und schauen Sie hinter die Kulissen von Toyota Material Handling Deutschland. Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Ihr

Norman Memminger

HÖHER? SCHNELLER? WEITER!

INTERVIEW MIT GÜNTER SIMONIS, LEITER KEY ACCOUNT UND MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG VON TOYOTA MATERIAL HANDLING DEUTSCHLAND.

Gesellschaft verändert sich. Wirtschaft verändert sich. Technik verändert sich. Diese Veränderungen mitzugehen und mitzugestalten ist eine große Herausforderung – für Unternehmen und Menschen gleichermaßen. Wie man es schaffen kann, weiterzukommen, ohne stehen zu bleiben, verrät uns Günter Simonis, Leiter Key Account und Mitglied der Geschäftsleitung von Toyota Material Handling Deutschland (TMHDE). Ein Gespräch über wirtschaftliche, soziale und persönliche Entwicklung.

Das Thema der aktuellen Ausgabe der HOCHFORM lautet „Hoch hinaus“. Ein Titel, den man auch über Ihren Lebenslauf schreiben könnte.

Also, „hoch“ war eigentlich nie mein vorrangiges berufliches Ziel. Mir war es viel wichtiger, weiterzukommen. Nicht stehen zu bleiben, sondern mich zu entwickeln. Nach der Schule habe ich eine Lehre zum Elektromechaniker abgeschlossen. Dann meinen Meister gemacht. Anschließend den Techniker. Immer wenn es bei meinem damaligen Arbeitgeber ein neues Projekt gab, habe ich den Finger gehoben. Ich wollte mich einfach ausprobieren und weiterkommen. Mit 24 durfte ich dann mein erstes eigenes Projekt in den USA betreuen. Zu dem Zeitpunkt war ich der jüngste in meinem Team. Sogar der Praktikant war älter als ich. Meine Motivation war aber nicht, möglichst schnell Karriere zu machen. Ich wollte einfach etwas gestalten. Und gestalten kann man nur, wenn man Verantwortung übernimmt. Für Projekte, aber auch für Menschen.

Ist Verantwortung für Menschen zu übernehmen eine größere Herausforderung, wenn man aus einem technischen Bereich kommt?

Egal ob Ingenieur oder Manager, wer heute etwas gestalten will, muss kommunizieren können. Die Kunst des Steuerns ist auch eine Kunst des Redens. Und ich habe schon früh in meiner Laufbahn gemerkt, dass ich einfach Spaß daran habe, mit Menschen umzugehen und zu kommunizieren. Dass Techniker und Ingenieur nur introvertierte Zahlendreher sind, halte ich für ein überholtes Vorurteil. Man muss sich einfach ausprobieren, Neues kennenlernen und sich verändern. Wenn man immer nur auf der Stelle tritt und nicht weiterkommt, wird man nicht wachsen. Auch als Unternehmen.

Ist Kommunikation also ein Wachstumstreiber für Unternehmen?

Kommunikation ist die Grundlage von allem. Wir können den besten Gabelstapler der Welt bauen. Aber wir müssen ihn auch verkaufen. Das schaffen wir nur, wenn wir unsere Kunden von unserer Leistung überzeugen. Das wird allerdings eine immer größere Herausforderung. Früher ging alles über das Produkt. Es hat gereicht, wenn man den Stapler in allen seinen Dimensionen erklärt hat – von der ergonomischen Sitzposition über den flexiblen Hubmast bis hin zum sparsamen Motor. Heute muss unser Verkäufer nicht mehr nur Produkte erklären, sondern ganze Prozesse optimieren.

Werden Verkäufer damit ein Stück weit zu Unternehmensberatern?

Es war schon immer unser Anspruch, unsere Kunden weiterzubringen. Der Schlüssel dazu ist, ihre Bedürfnisse und ihre Situation zu verstehen. Die wird allerdings immer komplexer. Wenn wir heute bei einem Großkunden vor Ort sind, reden wir erst einmal nicht über unsere Produkte, sondern über seine Prozesse. Wo liegt ungenutztes Potenzial verborgen? Was für Abläufe können wir wodurch verbessern? Welchen Meter und welche Sekunde können wir wo einsparen? Auf diese Fragen finden wir Antworten. In Form von Produkten und Leistungen, die unseren Kunden weiterbringen. Das ist aus meiner Sicht die Zukunft des Verkaufens und als Toyota Material Handling sind wir für diese Zukunft perfekt aufgestellt. Denn eine unserer wesentlichen Stärken ist es, Dinge besser zu machen.

> *Heute muss unser Verkäufer nicht mehr nur Produkte erklären, sondern ganze Prozesse optimieren.*

Besser als die Mitbewerber?

Unsere größeren Marktbegleiter bauen auch gute Gabelstapler, keine Frage. Aber einen guten Stapler zu bauen, ist heute eher eine Grundvoraussetzung. Kunden erwarten Mehrwert, der über das Produkt hinausgeht. Als Toyota können wir da eine Stärke ausspielen, die tief in unserer Unternehmenskultur verankert ist: der Anspruch, kontinuierlich besser zu werden und unser Handeln zu optimieren. Ich sage immer, „kein Prozess ist so gut, dass er nicht verbessert werden kann“ – bei unseren Kunden, aber natürlich auch bei uns intern. Diese Perspektive, dieses Prozessverständnis, dieser Blick für Effizienz ist eines unserer stärksten Alleinstellungsmerkmale. Zusammen mit unseren Produkten und Service- und Finanzierungslösungen können wir unseren Kunden so alles bieten, was sie brauchen.

> *Die Kunst des Steuerns ist auch eine Kunst des Redens.*

Wird es in Zeiten der Digitalisierung schwieriger, Kunden persönlich zu erreichen und zu überzeugen?

Ich glaube nicht daran, dass mit der Digitalisierung persönliche Kontakte unwichtiger werden. Ganz im Gegenteil. Klar gibt es heute immer mehr Excel-Buyer oder automatisierte Einkaufsvorgänge, aber das sind nur Anfangsfilter. Danach läuft alles wieder auf das persönliche Gespräch hinaus. Denn Algorithmen können viele Vorgänge unterstützen oder beschleunigen, aber sie können den menschlichen Faktor nicht ersetzen. Letztendlich geht es immer noch um Vertrauen und das vermittelt man immer noch am besten unter vier Augen. Das spüren wir in unserem täglichen Geschäft, aber auch auf Messen wie der CeMAT.

Gerade auf Messen wie die CeMAT ist die Digitalisierung eine gewaltige Herausforderung.
Alle müssen sich weiterentwickeln. Unsere Kunden, unser Unternehmen und natürlich auch die Messen. Klar kann ich mir heute alle relevanten Produktinformationen und -innovationen an meinem Tablet zusammengoogeln. Darauf reagieren Messen aber auch. Früher standen unsere Messestände voll mit „Stahl“. Das Produkt stand im Scheinwerferlicht. Heute steht der persönliche Kontakt im Fokus. Messen sind Marktplätze für Kontakte, die wichtig waren und wichtig bleiben.

Die Digitalisierung scheint also weniger zu verändern, als oft prophezeit wird …
Die Digitalisierung wird alles verändern. Wir stehen gerade erst am Beginn einer gewaltigen Umwälzung. Genau dort, wo die Menschen vor zweihundert Jahren kurz nach der Erfindung der Dampfmaschine standen. Wir können nur erahnen, was auf uns in den nächsten Jahren und Jahrzehnten zukommen wird. Aber wir können uns auf die Veränderung einstellen. Als Unternehmen, aber auch als Menschen. Das ist das, was ich am Anfang des Gesprächs meinte. Man muss bereit sein, weiterzugehen und sich zu entwickeln. Die Veränderung wird kommen und wir haben die einmalige Chance, sie aktiv mitzugestalten. Mit dieser Einstellung im Kopf müssen wir uns nicht vor der Digitalisierung fürchten, sondern können das Potenzial nutzen, das sie freisetzen wird.

Danke an Günter Simonis für das Interview.

ZUR PERSON

Günter Simonis

Seit dem Jahr 2000 ist Günter Simonis Teil von TMHDE, verantwortet heute als Leiter Key Account die Großkundenbetreuung und ist gleichzeitig Mitglied der Geschäftsleitung von TMHDE.

HELFEN MIT OFFENEN KARTEN.

MAPPEN FÜR DIE KATASTROPHENVORSORGE

Kaum zu glauben, aber: Nicht alle Regionen der Welt sind kartographisch erfasst. Humanitäre Hilfsorganisationen, wie das Deutsche Rote Kreuz (DRK), arbeiten in Gebieten, von denen es keine Landkarte gibt. Im Rahmen des Projekts „Missing Maps“ arbeitet das DRK an Karten, damit sich humanitäre Helfer besser orientieren und im Ernstfall schneller vor Ort sein können. Mitarbeiter von Toyota Material Handling Deutschland helfen dabei.

Geröllwüste. Ein Fluss, wo keiner sein sollte. Plötzlich endet die Straße. Alltag für Helfer des Deutschen Roten Kreuzes im Einsatz. In Regionen, die häufig von Wirbelstürmen, Dürren, Fluten oder Kriegen heimgesucht werden, fehlen den Helfern oft detaillierte Wegbeschreibungen, um sich schnell vor Ort zu orientieren. „Land- oder Straßenkarten obliegen in vielen Regionen dem Staat und werden nicht an Bürger oder Hilfsorganisationen ausgegeben“, erklärt Steffen Lohrey, wissenschaftlicher Mitarbeiter in der DRK-Projektgruppe „Humanitäre Anpassung an den Klimawandel (FbF)“. Im Katastrophenfall behelfen sich die Organisationen in der Regel der Hilfe ortskundiger lokaler Mitarbeiter.

Das kostet Zeit. Kostbare Zeit, die im Krisenfall Leben retten kann. Damit dann nicht das große Suchen beginnt und internationale und lokale Hilfsorganisationen in den Regionen besser reagieren können, arbeitet das DRK mit dem Projekt Missing Maps zusammen. Dieses hat sich zum Ziel gesetzt, u. a. Entwicklungsgebiete zu kartographieren. Im Rahmen von Corporate Social Responsibility können sich Unternehmen für dieses Projekt im Rahmen eines „Mapathon“ engagieren.

Gemeinsam mehr bewegen

Im November 2017 haben sich freiwillige Helfer von Toyota Material Handling Deutschland (TMHDE) in Isernhagen zusammengefunden, um diesen Zweck zu unterstützen. „Im Rahmen unseres 10-jährigen Jubiläums haben wir unsere Mitarbeiter unter dem Motto ‚Gemeinsam mehr bewegen‘ aufgerufen, soziales oder karitatives Engagement zu zeigen“, erklärt Norman Memminger, Geschäftsführer von TMHDE. „Das DRK bietet eine Vielzahl an Aktivitäten für Unternehmen an. Das ‚Mappen‘ hat uns sofort überzeugt“, erklärt Memminger.

Missing Maps

Karten für Peru

Das DRK nimmt das Toyota-Team dieses Mal mit ins peruanische Amazonasgebiet, das vor allem durch Fluten gebeutelt ist. Die Karten werden benötigt, um Siedlungen, Straßen und Wege zu identifizieren. Das verbessert die Navigation vor Ort und dient der Projektplanung sowie der Bildung und Informationsverteilung vor Ort.

Mit der Mouse auf der Straße

Mit Hilfe von Satellitenbildern erfassten die Teilnehmer Informationen, wie etwa Straßen und Wege, Gebäude oder Flüsse und übertrugen sie in die offene Online-Karte OpenStreetMap, das „Wikipedia der Karten".

„Ich hätte nicht gedacht, dass so viel von der Erde noch nicht kartographiert ist", sagt Jasenka Krneta, Mitarbeiterin Miete und Gebrauchtgeräte bei TMHDE. Auch Jessica Kaiser, CRM-Spezialistin, war begeistert: „Ich fand's toll! Mir ist erst einmal bewusst geworden, wie wichtig ein aussagefähiges Kartenwerk ist und wie gut wir es in Deutschland und im europäischen Umland haben." Die einheitliche Meinung von allen: unbedingt wiederholenswert. Eine gute Sache, die auch noch Spaß macht!

Für weitere Infos zum Mapathon steht Ihnen Nadine Haegeli (DRK) gerne zur Verfügung.
Telefon: 030 85404-386 | E-Mail: haegelin@drk.de

INITIATIVE „LOCAL HERO" – GEMEINSAM BEWEGT MAN EINFACH MEHR

Ganz gleich, ob digitales Kartenmaterial für Peru oder analoge Hilfe vor Ort – zusammen kann man einfach mehr bewegen. Aus diesem Grund hat Toyota Material Handling Deutschland anlässlich des 10-jährigen Jubiläums die Aktion „Local Hero" ins Leben gerufen. Im Rahmen der Initiative unterstützen Mitarbeiter und Händler soziale Einrichtungen in ihrer Region:

GEMEINSAM **MEHR BEWEGEN**

→ **DAS TOYOTA STAPLER CENTER SÜD** in Ötisheim unterstützt die Lebenshilfe BBA e. V. mit einer Spende für Fördermaterialien für den Schulkindergarten in Baden-Baden, um pädagogische Arbeit weiterzuentwickeln.

→ **FALLER STAPLER** fördert die First Responder der DRK-Ortsgruppe Lenzkirch – freiwillige Helfer, die in ländlichen Gebieten im Fall der Fälle als Erste vor Ort sein können und bis zum Eintreffen des Notarztes Patienten versorgen.

DREAMTEAMWORK

HARMONISCHES ZUSAMMENSPIEL IN ALLEN DIMENSIONEN: TOYOTA RADIOSHUTTLE UND BT REFLEX RAE 160-250 AUTOPILOT

Modell: RAE160

TOYOTA BT REFLEX AUTOPILOT

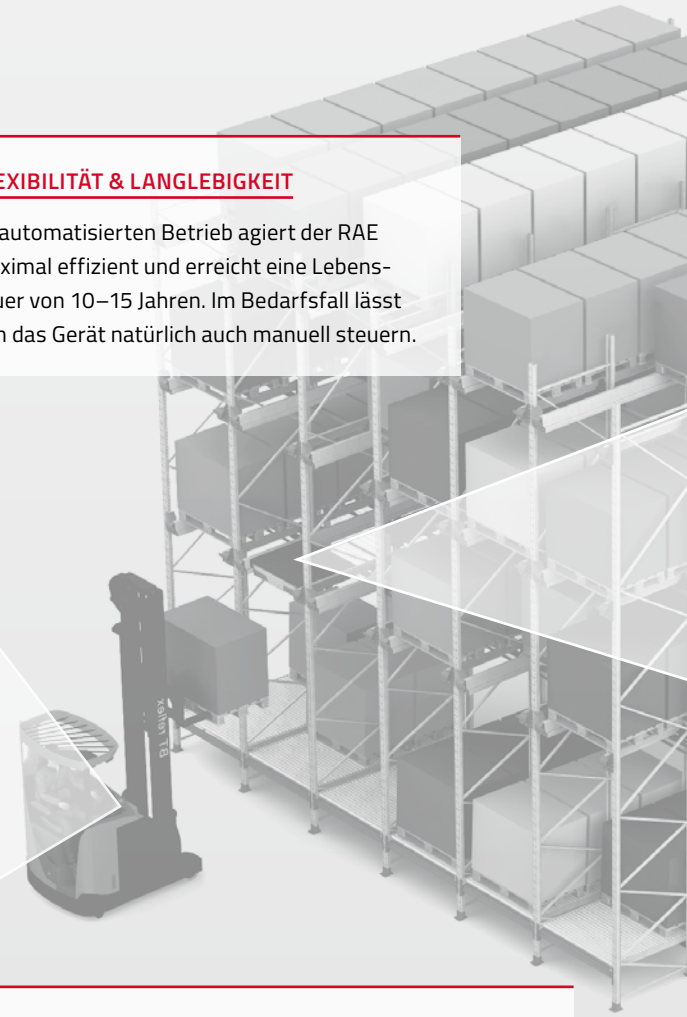
Der automatisierte Schubmaststapler nimmt Mitarbeitern monotone und sich wiederholende Aufgaben ab und meistert sie souverän – bei maximaler Produktivität und minimalem Personaleinsatz.

HÖHERER WARENDURCHSATZ

Im Zusammenspiel mit dem Toyota Radioshuttle und dank seines automatisierten Workflows überzeugt der RAE durch einen höheren Warendurchsatz.

FLEXIBILITÄT & LANGLEBIGKEIT

Im automatisierten Betrieb agiert der RAE maximal effizient und erreicht eine Lebensdauer von 10–15 Jahren. Im Bedarfsfall lässt sich das Gerät natürlich auch manuell steuern.



SICHERER WARENTRANSPORT

Mit seinen Sicherheitssensoren scannt der RAE seine Umgebung und reagiert, sobald er ein Hindernis in seinem Sicherheitsbereich wahrnimmt.

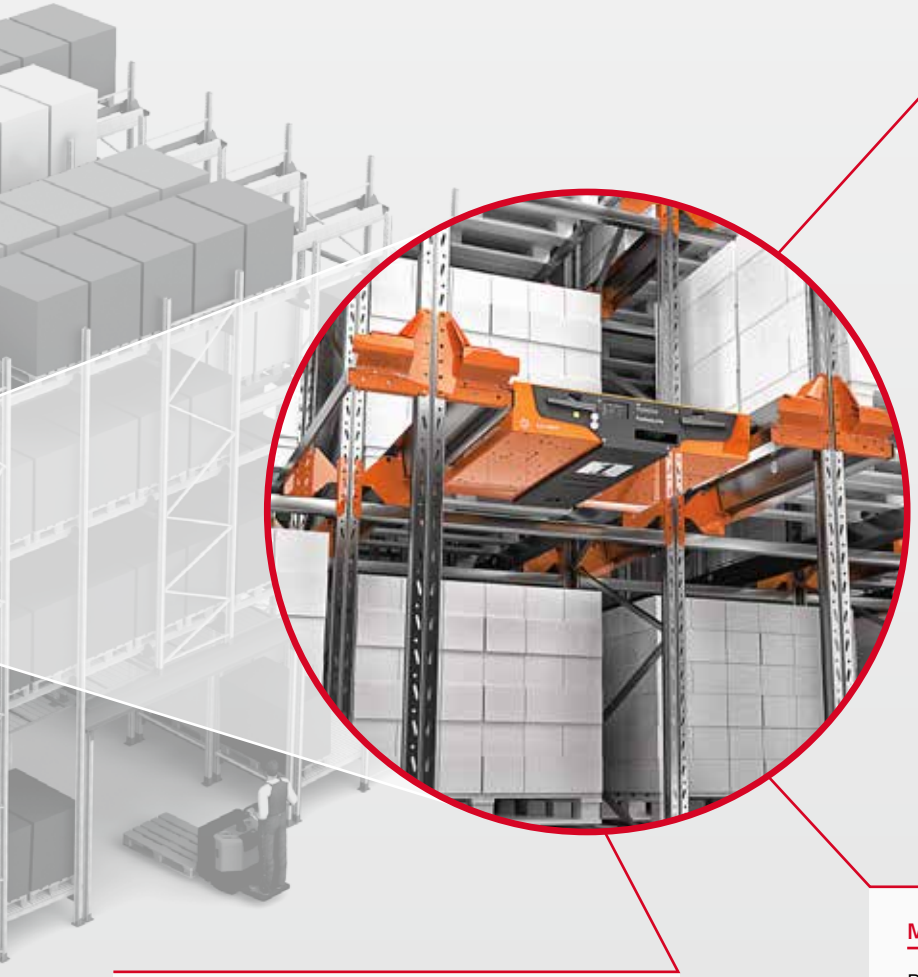
MAXIMALE EINSATZZEITEN

Effiziente Lithium-Ionen-Batterien und ein smartes Batterie-Management-System garantieren optimale Einsatzzeiten.

Höhe, Tiefe, Breite – in modernen Regallagern findet Materialfluss in allen Dimensionen statt. Wer unter diesen Bedingungen Intralogistikprozesse effizient gestalten möchte, braucht Lösungen, die perfekt ineinandergreifen. So wie der BT Reflex RAE 160-250 Autopilot und das Toyota Radioshuttle. Ein harmonisches Team, das Paletten automatisch und effizient an jeden Ort im Raum bewegt.

TOYOTA RADIOSHUTTLE

Der ferngesteuerte Lastenträger Toyota Radioshuttle bewegt Paletten innerhalb des Regalsystems mit Highspeed – sicher und zuverlässig. Ein effizienter Helfer, der bei hohem Volumen seine Stärken konsequent ausspielt.



EFFIZIENTES LAGERMANAGEMENT

Dank seiner Geschwindigkeit und der variablen Raumnutzung lassen sich Waren im Regal noch effizienter lagern (first in – last out / first in – first out).

MAXIMALE RAUMAUSNUTZUNG

Das Toyota Radioshuttle ermöglicht eine maximale Nutzung von totem Raum und bringt Paletten in jeden Winkel – so lassen sich bis zu 80 Prozent der Hallenfläche nutzen.

INTELLIGENTE VERNETZUNG

Das Flottenmanagementsystem I_Site sendet die Daten an Waren- und Lagerwirtschaftssysteme. Diese schicken das Toyota Radioshuttle immer dahin, wo etwas zu tun ist.

LOGISTIKLEITER, ÄRGERE DICH NICHT.

TOYOTA IM EINSATZ BEIM SPIELE-LOGISTIKER LUDO PACKT

Schmalgangstapler von Toyota Material Handling sorgen bei Ludo Packt für reibungslose Abläufe. Für rund 200 Spieleverlage weltweit produziert Ludo Fact über 70.000 Brettspiele pro Tag, 350.000 Spiele und Puzzles in der Woche und bis zu 17 Millionen Einheiten im Jahr. Spiele, die auch im Zeitalter von Smartphone und Tablet wieder an Relevanz gewinnen. Die Produktion allein ist jedoch nicht das Ende des Spiels: Konfektion, Verpackung und weltweiter Versand werden über die Logistiktochter Ludo Packt abgewickelt. Beide Bereiche gehören zur Unternehmensgruppe HW Holding mit Sitz in Jettingen-Scheppach. Das logistische Spielbrett der Firma sind Lagerflächen mit künftig bis zu 35.000 Palettenstellplätzen. Damit hier alles seine Ordnung hat und nach klaren Regeln läuft, setzt Ludo Packt auf Flurförderzeuge von Toyota Material Handling.

Produktion ist eine Sache

„Ursprünglich wurde Ludo Packt im Jahr 2000 gegründet, um unseren Kunden zur Spieleproduktion gleich auch die passende Logistiklösung zu liefern“, sagt Ulf Lemon, Leiter von Ludo Packt. „Aber mittlerweile sind bereits etwa 30–40 % unseres täglichen Warenvolumens nicht aus der Spieleindustrie.“ Die Kontraktlogistik und das Fulfilment für Industrie und Handel sind neben der Spieleindustrie mittlerweile zum zweiten Standbein geworden. Und der Bereich wächst kontinuierlich. Ludo Packt versteht sich dabei als Logistiker auf ganzer Linie: Neben der Lagerung und Auslieferung der Waren übernimmt das Unternehmen auf Kundenwunsch auch weitere Dienstleistungen, wie zum Beispiel das Kennzeichnen der Artikel oder die Qualitätskontrolle. Auf dem Gelände der Unternehmensgruppe HW Holding in Jettingen-Scheppach, zu der Ludo Fact und Ludo Packt gehören, wird daher weiter gebaut, um mehr Lagerfläche zu schaffen.

Herausforderung Wachstum

Großen Zuspruch von seinen Kunden erhielt Ludo Packt für seine Logistikdienstleistungen. Der Palettenumschlag nahm zu und führte schnell zu Kapazitätsengpässen bei Lagerung und Handling. Anfangs noch modular mit 5.000 Palettenplätzen gestartet, erhöhte sich die benötigte Palettenmenge im Lager auf mehr als 20.000 Plätze. „Es gab eine Zeit, da haben wir nahezu jede freie Lagerfläche im Umkreis von 30 km angemietet, um den Lagerplatzanforderungen unserer Kunden gerecht werden zu können. Bereits hier war Toyota Material Handling ein starker, zuverlässiger Partner, der uns immer schnell und unkompliziert helfen konnte“, erklärt Lemon.

↑ Die Lagerbereiche von Ludo Packt sind stark ausgelastet. Im Hochregal lassen sich Güter auf engstem Raum platzsparend lagern.

← Kommissionieren in 12 m Höhe – kein leichter Job für die Mitarbeiter von Ludo Packt. Routiniert führen sie die Arbeiten mit den Schmalganggeräten von Toyota Material Handling aus.

↑ Von links: Ulf Lemon (Leiter Ludo Packt), Ronald Drieschner (Fachberater Logistiksysteme TMHDE), Sandra Zimmermann (Produktmarketing-Spezialistin TMHDE), Josef Raps (Beratung und Verkauf TMHDE).

Toyota Material Handling stellte in dieser Zeit Mietstapler zur Verfügung. Mittlerweile kann das Unternehmen auf eine Flotte von über 17 Flurförderzeugen zurückgreifen. Für den Übergang unterstützten Niederhubwagen der Serie Toyota BT Levio bis zur finalen Lösung – dem Bau eines neuen Logistikzentrums – den Warenumschlag. 2017 wurde das Logistikzentrum in Jettingen-Scheppach mit einer Lagerfläche von 10.000 m² eröffnet. Damit ist das Unternehmen bestens gewappnet – auch für die saisonal auftretenden Spitzen in der Logistik.

↑ Ohne Umwege vom Start ans Ziel – die Logistik bei Ludo Packt läuft nach klaren Spielregeln.

Hochbetrieb für Spielefans

Besonders im Weihnachtsgeschäft läuft die Produktion von Spielehersteller Ludo Fact auf Hochtouren. Neben dem starken Wachstum in den vergangenen Jahren stellen auch saisonale Spitzen Ludo Packt vor eine Herausforderung. Damit auch das letzte Spiel pünktlich unter dem Weihnachtsbaum liegt, ist von Ludo Packt ganzer Einsatz gefragt. Gerade in Spitzenzeiten, wie vor Weihnachten oder vor Beginn der Essener Spielemesse, sind vor allem schnelle Lösungen gefordert. Die Mitarbeiteranzahl der Unternehmensgruppe steigt in dieser Zeit von knapp 550 auf bis zu 650 Mitarbeiter. Für alle Mitarbeiter ist in diesem Zeitraum die Vollverfügbarkeit der Geräte unabdingbar. „Die Servicetechniker von Toyota stehen in direktem Kontakt mit unseren Schicht- und Lagerleitern. Wenn hier etwas Dringliches ansteht, wird dem sofort nachgekommen“, sagt Lemon.

Bloß nicht tiefstapeln

Um die große Menge verschiedenster Waren platzsparend unterzubringen, kam für Ludo Packt nur ein Hochregallager mit schmalen Gängen in Frage. Auf schwindelerregenden Höhen von bis zu 12 Metern kommissionieren die Lagermitarbeiter die Waren, welche von großen Produktionsmengen und Chargen bis hin zu Einzelartikeln reichen. Die vielen unterschiedlichen Güter sind dabei eine Herausforderung – hier ist Flexibilität gefragt. „Oft müssen wir sehr kurzfristig auf Anfragen unserer Kunden reagieren“, fügt Ulf Lemon hinzu. „Da ist es wichtig, einen leistungsstarken Partner wie Toyota zu haben, der auch in der Lage ist, die entsprechenden Geräte schnell bereitzustellen und in Betrieb zu nehmen.“ Die Vorlaufzeiten für Kundenaufträge seien zudem oft recht knapp, weshalb Platz und Geräte häufig kurzfristig benötigt werden. Wenn die Zeit es zulässt, schätzt Lemon an Toyota die Möglichkeit, Geräte für neue Prozesse zu testen: „Es gibt bei Toyota immer die passende Lösung für spezielle Lagersysteme. Unsere Prozesse ändern sich stetig und auch hier schätzen wir die Zusammenarbeit, vor allem in Hinblick auf Demogeräte – da können wir etwas ausprobieren und bestmöglich optimieren –, um auch unsere Kunden schnell und in hoher Qualität bedienen zu können.“

Rangieren wird zum Kinderspiel

Die schienengeführten Schmalgangstapler der BT Vector A-Serie von Toyota können das Versprechen von Ludo Packt an seine Kunden in puncto Qualität und Schnelligkeit durch das einzigartige Knickgelenk-Chassis unterstützen. Es spart wertvolle Zeit bei den Umsetzvorgängen: In der Regel dauert der Wechsel von Gang zu Gang weniger als zehn Sekunden. Dies ist besonders bei den sehr schmalen Bereichen vor den Regalen bei Ludo Packt von Bedeutung. Die Schmalgangstapler fahren in den Gang ein und rückwärts wieder heraus – ein Kinderspiel dank der wendigen Lösung von Toyota. Als das erste Knickgelenk-Gerät bei Ludo Packt eingesetzt wurde, war zunächst eine gewisse Skepsis spürbar: „Wir haben zunächst nur einen Mitarbeiter probeweise damit fahren lassen. Am Ende des Tages haben wir festgestellt, dass der Mitarbeiter deutlich produktiver war und mehr Paletten umgesetzt hatte – von da an wollten auch die anderen Kollegen nichts anderes mehr fahren. Auch das Handling der Geräte insgesamt wird von unseren Mitarbeitern sehr geschätzt“, ergänzt Lemon.

Bereit für die nächste Runde

Dem starken Wachstum sieht Ulf Lemon gelassen entgegen: „Wir sind mit Toyota nicht nur im Gespräch über Equipment, sondern binden das Unternehmen auch in unsere weitere Planung ein. Zum Beispiel in Hinblick auf Automatisierung oder den Einsatz von fahrerlosen Transportsystemen. Damit können wir sicherstellen, für die jetzigen und zukünftigen Anforderungen unserer eigenen Kunden in Sachen Schnelligkeit und Qualität gerüstet zu sein.“ Denn für Lemon ist dies Bestandteil eines langfristigen Unternehmenserfolgs: zufriedene Kunden, die sich gut aufgehoben fühlen und mit Ludo Packt gemeinsam ihre Ziele am Markt erreichen.

↑ Das Knickgelenk der Toyota BT Vector A-Serie ermöglicht geringe Wenderadien und steigert so die Produktivität bei der Arbeit im Schmalgang.

ÜBER DIE UNTERNEHMENSGRUPPE HW HOLDING

LUDO FACT produziert bis zu 17 Millionen Brettspiele und Puzzles im Jahr für rund 200 Spieleverlage weltweit. In der Hochsaison (Mitte August – Mitte Dezember) verlassen pro Tag bis zu 70.000 Spiele und Puzzles das Lager.

Zum Geschäftsbereich „Spiele & Puzzles“ gehören weiterhin das Logistikunternehmen LUDO PACKT GmbH & Co. KG in Jettingen-Scheppach, die Digitaldruckerei Friedmann Print Data Solutions GmbH, LUDO FACT USA LLC und das Joint Venture O.K. Oriens Karton in Tschechien.

Die HW Holding besteht neben dem Geschäftsbereich „Spiele & Puzzles“ aus dem Geschäftsbereich „Energie“, in welchem die vento ludens Holding GmbH mit ihren Tochtergesellschaften in Deutschland, Großbritannien, Irland und der Schweiz sowie die ValloSol GmbH gebündelt werden.

Insgesamt arbeiten in der Unternehmensgruppe weltweit an 9 Standorten rund 550 Mitarbeiter.

WEITERE INFORMATIONEN FINDEN SIE UNTER WWW.LUDOPACKT.DE

DIE GESICHTER
HINTER DEN HÄNDLERN

GUIDO MÜLLER
ITL TRANSPORTMASCHINEN GMBH
GESCHÄFTSFÜHRER
VERTRAGSPARTNER SEIT 2002

Was verbindet Sie mit Ihrer Region?
Natur gibt es überall, aber nirgendwo ist sie so abwechslungsreich wie bei uns zwischen Saar und Mosel. Und natürlich meine Familie und Freunde, denn die gibt es wirklich nur hier.

Was macht für Ihre Kunden eine Zusammenarbeit mit Ihnen aus?
Wir sind persönlich für unsere Kunden da und können schnell, zeitnah und qualifiziert reagieren. Außerdem pflegen wir mit all unseren Kunden einen partnerschaftlichen Umgang.

Welche Anekdote aus den vergangenen zehn Jahren ist ihnen in Erinnerung geblieben?
Meine kurioseste Bestellung war einen Tag vor Weihnachten. Ich war bereits auf unserer Weihnachtsfeier, als ein Kunde mich abends anrief, um kurzfristig fünf Geräte zu bestellen. Ich hatte allerdings nur einen Kugelschreiber und einen Bierdeckel in Reichweite, also habe ich die gesamte Bestellung mit allen Details auf dem Bierdeckel notiert. Trotz der unorthodoxen Bestelldokumentation lief der Auftrag flüssig durch.

THOMAS FÄHNRICH
LAGERTECHNIK BERLIN GMBH & CO. KG
INHABER-GESCHÄFTSFÜHRER
VERTRAGSPARTNER SEIT 2004

Was verbindet Sie mit Ihrer Region?
Als gebürtiger Potsdamer bin ich automatisch mit der Region verbunden. Hier in Berlin und Brandenburg hat man ein riesiges Angebot an Freizeit und Kultur und dadurch eine sehr hohe Lebensqualität.

Was macht für Ihre Kunden eine Zusammenarbeit mit Ihnen aus?
Das Team von LTB ist sehr authentisch und ehrlich mit einem sehr persönlichen Kontakt zu unseren Kunden. Das fängt beim Monteur an und hört bei mir auf. Dadurch haben wir einen Kundenstamm aufgebaut, der uns vertraut. Ein Kunde hat einmal zu mir gesagt, wo Lagertechnik Berlin dransteht ist auch Lagertechnik Berlin drin.

Welche Anekdote aus den vergangenen zehn Jahren ist ihnen in Erinnerung geblieben?
Wir haben vor einigen Jahren vier Geräte an Underberg verkauft. Der Kunde meinte zu mir: „Herr Fähnrich, mit der Lieferzeit habe ich Bauchschmerzen.“ Ich habe ihm geraten mal einen Underberg zu trinken. Er hat laut gelacht und uns den Auftrag gegeben.

EIN HOHES GUT.
DIE SICHERHEIT DER FAHRER

Hochhub-Kommissionierer sind aus Hochregallagern nicht mehr wegzudenken. Mühelos bringen sie ihre Bediener an jeden Punkt des Lagers. Aber was passiert, wenn das Gerät in sieben Metern Höhe plötzlich stehen bleibt? Damit Fahrer in dieser Situation sprichwörtlich nicht in der Luft hängen, bietet Toyota professionelle Abseiltrainings an. Eines von vielen Angeboten für mehr Sicherheit in der Intralogistik.

Zahlen schreiben Fakten

Warum Sicherheitsübungen wie das Abseiltraining wichtig und sogar gesetzlich verpflichtend sind, zeigen die Statistiken der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung. Allein 2014 gab es deutschlandweit über 31.000 betriebliche Unfälle mit Flurförderzeugen. Der wichtigste Faktor, um diese Unfälle zu verhindern, sitzt hinter dem Steuer. „Sicherheit beginnt in den Köpfen der Fahrer. In unseren Kursen transportieren wir darum nicht nur technisches Know-how, sondern wecken auch ein Bewusstsein für die Verantwortung, die die Fahrer tragen“, erklärt Sascha Grenke, Spezialist Produktmarketing Sicherheit bei Toyota.

Eine Investition in den Faktor Mensch

Fahrerschulung und Sicherheitstrainings führen nicht nur bei Fahrern zu einem Umdenken. Auch bei Unternehmern und Betriebsleitern rückt dieser Faktor immer mehr in den Fokus. Denn eine sichere Arbeitsumgebung hilft nicht nur Unfallkosten kurzfristig zu senken, sondern auch Mitarbeiter langfristig zu binden. So viel ist sicher.

MEHR AUF WWW.TOYOTA-FORKLIFTS.DE/FAHRERSCHULUNG

NEWS

AUF DER LIST: TOYOTA WIEDER GANZ OBEN

Im Oktober veröffentlichte das Fachmagazin logistik journal die jährliche Weltrangliste zum Weltmarkt der Flurförderzeuge. Und die Toyota Industries Corporation (TICO) darf sich erneut freuen! Mit einem Umsatz von 8.332 Millionen Euro und 253.000 produzierten Einheiten steht das Unternehmen erneut an der Spitze.

Hauptsächlich durch den steigenden Verkauf von Einheiten in Europa und Nordamerika sowie eine Gesundung des chinesischen Marktes ist der Material-Handling-Markt global betrachtet weiter auf Wachstumskurs – obwohl der Verkauf in Japan sich auf Vorjahresniveau bewegt. Der Netto-Umsatz im Material-Handling-Equipment-Segment war um 3 Prozent (29,9 Milliarden Yen) rückläufig und fiel auf 1.001,5 Milliarden Yen. Ungeachtet der steigenden Verkaufszahlen in Europa, Japan und anderen Märkten lässt sich dieser Rückgang hauptsächlich den Auswirkungen der Wechselkursschwankungen zuschreiben.

Neben dem logistik journal erheben auch die Fachmagazine dhf Intralogistik und STAPLERWORLD Daten zu der Weltrangliste der Flurförderzeughersteller. Die Toyota Industries Corporation belegt demnach bereits seit 2001 den ersten Rang.

AUS DER PRODUKTION: 200.000. STAPLER LÄUFT VOM BAND

Im September 2017 rollte der 200.000. Stapler in unserem Werk in Ancenis (Frankreich) vom Band. An dem französischen Standort produziert Toyota Material Handling verbrennungsmotorische Gabelstapler und beliefert damit neben Europa auch Russland oder Israel. An drei europäischen Produktionsstandorten werden insgesamt über 95 Prozent der Geräte für den europäischen Markt produziert. Neben Ancenis fertigt Toyota Material Handling elektrische Gabelstapler in Bologna (Italien) und Lagertechnik in Mjölby (Schweden). Die Entwicklungsabteilung für automatisierte und telematischen Lösunge von Toyota Material Handling sitzt in Göteborg.

↑ Über den 200.000. Gabelstapler freut sich ein Kunde in Russland.

IN BEWEGUNG: ANWENDUNGEN UND PRODUKTE

Wie funktioniert eigentlich Natural Navigation? Was ist SAS? Und wieso fahren Sie besser mit Handhubwagen von Toyota? Auf unserem YouTube-Kanal erfahren Sie all das und noch mehr über Toyota Material Handling Deutschland, Anwendungen und Produkte. Einfach auf www.youtube.com/user/ToyotaMHDeutschland klicken und den TMHDE-Kanal abonnieren, so werden Sie sofort informiert, wenn es Neuigkeiten von Toyota gibt.

YouTube

DUAL IMPACT – TOYOTAS NACHHALTIGKEITSREPORT 2017

Mit unserem dritten Nachhaltigkeitsreport beweisen wir erneut unser Engagement für mehr Sicherheit, Effizienz und einen nachhaltigen Umgang mit unserer Umwelt. Seit 2015 legen wir die Verbesserung in diesen Bereichen offen. Dabei kehrt Toyota nicht nur vor der eigenen Tür, sondern unterstützt auch Kunden dabei, ein sicheres Arbeitsumfeld zu gestalten, Warenflüsse zu optimieren und Emissionen zu reduzieren.

In diesem Jahr haben wir bereits 18 von 25 Zielen erreicht und einen bemerkenswerten Fortschritt in fünf weiteren gemacht. Ab April 2018 erhalten Sie unseren ausführlichen Nachhaltigkeitsreport 2017 auf unserer Website.

DAS HABEN WIR GESCHAFFT

- **Sicherheit maximieren**
  Wir haben die Anzahl der Geräte verdoppelt, auf denen I_Site läuft.

- **Prozesse optimieren**
  Wir haben einen Beurteilungsansatz für indirekte Zulieferer eingeführt.

- **Umweltauswirkungen minimieren**
  Wir haben 20 % mehr Gebrauchtgeräte verkauft.

- **Nummer 1 in Kundenzufriedenheit**
  Wir haben 83 % unserer Gewährleistungsanfragen reduziert und damit unsere Qualität erhöht.

www.toyota-forklifts.de/darum-toyota/ueber-uns/nachhaltigkeit/

TOYOTA

MATERIAL HANDLING

www.toyota-forklifts.de