

Was hilft gegen den Fahrermangel?



Girteka Logistics

Kristian Kaas Mortensen, Chief Communications Officer von Girteka Logistics in Litauen

Girteka stellt 2000 Lkw-Fahrer ein

Alle klagen über den Fahrermangel – doch bei Girteka Logistics aus Litauen scheint das kein Thema zu sein. Das 1996 in Vilnius gegründete Unternehmen hat seit Januar von 8000 auf 10.000 Fahrer aufgestockt. Zurzeit besitzt der Logistikriese 5000 Zugmaschinen und 5500 Auflieger. Bis 2021 will das Unternehmen mit Kunden im Baltikum, Russland, Weißrussland und Westeuropa auf 20.000 Lkw-Fahrer und 10.000 Zugmaschinen wachsen. *akw*

Vergangenes Jahr wuchs Girteka Logistics um 30 Prozent. Was ist Ihr Erfolgsrezept?

Wir setzen auf organisches Wachstum und verzichten auf Übernahmen. Aktuell profitieren wir davon, dass die Nachfrage im Transportmarkt in Europa steigt, aber die Kapazitäten stagnieren oder schrumpfen, vor allem durch den Fahrermangel. Wir haben das erkannt und arbeiten an unserer Qualität. Dabei wollen wir nicht der Billigste sein. Auch eine hohe Fluktuation ist schädlich für das Wachstum eines Unternehmens.

Sie haben kürzlich 2000 Fahrer eingestellt. Wie geht das in Zeiten des Fahrermangels?

Es gibt solch einen Mangel in Deutschland, sodass ein Fahrer dort besser verdienen würde als hier in Litauen. Deshalb müssen wir ein ähnliches Einkommen zahlen und ähnliche Arbeitsbedingungen bieten und so für eine gute Mund-zu-Mund-Propaganda sorgen. Zu 99 Prozent kommen unsere Fahrer aus Litauen und benachbarten Ländern wie Weißrussland,

Russland oder der Ukraine. Wir beschäftigen keine Fahrer zu Dumpinglöhnen.

Sie haben das Recruiting und Training Ihrer Fahrer erweitert. Wie genau?

Wir wollen nicht nur Personal gewinnen, sondern es langfristig an uns binden. Deshalb investieren wir mehr Geld und Zeit in ein intensives Onboarding und Training als in der Branche üblich. In Tests und Interviews filtern wir die Kandidaten vorab aus und checken ihren Hintergrund. In den Trainings geht es um den Umgang mit unseren Lkw, mit unseren IT-Systemen und mit unseren Kunden. Die Mitarbeiter schätzen das und bleiben uns vergleichsweise lange treu.

Ungewöhnlich für ein Transportunternehmen ist, dass Sie das Lean-Prinzip nach Kaizen umsetzen. Wie funktioniert das?

Lean Management ist die Basis für unser Qualitätsmanagement über alle Unter-

nehmensbereiche hinweg. In allen Teams gibt es jeden Morgen ein zehnmütiges Meeting mit je fünf bis zehn Personen. Es folgen Anschlussmeetings von unten nach oben durch alle Ebenen – vom Lager bis zum Management. Um 10:15 Uhr findet das letzte Gespräch mit dem CEO statt. Ziel ist es, so neue Ideen zu generieren.

Dafür planen Sie auch ein externes „Technology Lab“. Was sind die Ziele?

In unserem neuen Lab, das noch 2018 eröffnet werden soll, sollen in einer jungen und kreativen Start-up-Atmosphäre Zukunftstechnologien entwickelt werden. Zum Beispiel erproben wir aktuell alternative Antriebe wie den LNG- oder Elektroantrieb. Zudem wollen wir unsere Auslastung optimieren. In einer perfekten Welt läge sie bei 99,9 Prozent.

Angesichts steigender Kosten wollen Sie Ihre Preisgestaltung anpassen. Wie?

Die Kostenbasis verändert sich permanent, etwa durch die seit Kurzem vorgeschriebene Übernachtung von Fahrern in festen Unterkünften oder anziehende Kraftstoffpreise. Bei Kabotageverkehren in Deutschland müssen wir auch Mautgebühren und Mindestlohnvorgaben beachten. Immer, wenn wir neue Verträge aufsetzen oder verlängern, passen wir auch die Preise an.

Was raten Sie anderen Transportunternehmen, um sich für die Zukunft zu wappnen?

Momentan gibt es in Europa eine Marktkonsolidierung. Wir hoffen auf mehr große Unternehmen ab 5000 Lkw. Das wäre gesund für den Wettbewerb und für die Industrie. Der Zuwachs an Bürokratie und rechtlicher Rahmenarbeit ließe sich so leichter bewältigen. ■■■

Anja Kiewitt