

# König der Landstraße

Karl-Martin Penning steuert seit über 30 Jahren und in dritter Generation eine Spedition. Mit Erfolg – Penning Logistics zählt heute zu den Großen der Branche

Babys mögen viel Arbeit machen. In einer Sache sind sie sehr geduldig: Lange reichten ausschließlich Milch. Beim Unternehmen von Karl-Martin Penning war das genauso. 1932 startete sein Großvater Johann Penning mit einem Milchankerkonzern. Bis Mitte der 70er Jahre wuchs das Unternehmen nur langsam. Der Betrieb aus Verhain kam in dieser Zeit auf 30 Mitarbeiter und zwölf LKWs. Diese transportierten in der Hauptsache nach wie vor Milch, veranzelt auch schon Fertigprodukte für den Handel. Dann kam ein neues Zusammen: Zum einen schloss die Molkerei in Mannheim. Bei der restlichen Kunden gab es ebenfalls gewaltige Änderungen: „Die Tante Emma-Läden sind uns Ende der 70er Jahre weggebrochen“, erinnert sich Karl-Martin Penning. Dafür trat sich ein neues Geschäftsfeld auf: Supermärkte und Discounter. Das war die Stunde des Junior.

Der 1950 geborene Sohn der damaligen Firmenchefs Johann und Elisabeth Penning studierte in der Zeit Betriebswirtschaft in München. Gerne hätte er nach seinem Studium ein paar Jahre bei Siemens oder BMW gearbeitet. Doch der Vater drängte seinen Sohn, in den elterlichen Betrieb einzusteigen. „Ich bin ein typisches Nachkriegskind – von der Welt habe ich wenig gesehen“, kommentiert Karl-Martin Penning die frühe Übernahme von Verantwortung. Geschadet hat dem Unternehmen nicht. Die neuen Strukturen im Handel hat Karl-

## Aus Lagern wurden Warenhotels

Der Kurs war richtig. Das beim Einstieg in das Unternehmen gesteckte Ziel, einmal 100 LKWs im Hof stehen zu sehen, war 1989 erreicht. Heute rollen über 1050 Transporter mit dem Schriftzug „penning logistics“ über Europas Straßen. Penning spricht gar nicht mehr von Lagern, sondern von „Warenhotels“. „Dort schlagen wir jeweils bis zu 10.000 Paletten im Monat um“, sagt er. Zehn solcher Warenhotels betreibt das Unternehmen in Verhain, eines in Nürnberg und eines in Seewald bei Hamburg. Doch der Service für die Unternehmen geht manchmal noch weiter: Für einen japanischen Motorproduzenten hat Penning Logistics einige Zeit die importierten Motorräder entgegenfertiigt. In einem Werk in Frankenthal machen Mitarbeiter vor dem



penning  
logistics

Karl-Martin Penning vor einem seiner Lastwagen in Verhain. Insgesamt rollen mehr als 1000 LKWs mit dem Schriftzug „penning logistics“ über Europas Straßen.

Transport zum Händler die Produkte für den deutschen Markt TÜV-tauglich. „Wir bewegen uns mit den Kunden“, nennt Penning dieses Prinzip. Im stetigen Austausch mit den Vertragspartnern aus Handel, Chemie und der Automobilindustrie versucht das Unternehmen, den Weg der Waren vom Hersteller zum Endverbraucher zu verbessern.

Wenn es sein muss, geht Penning mit ins Ausland. Für die Rewe-Tochter Penny erbringt das Unternehmen mittlerweile Logistikdienstleistungen in Ungarn, für den Discourter Plus in Rumänien.

Diese langfristige Bindung, das Minimum sind Verträge von 12 bis 18 Monaten, ist ein Grund für die stabile Ertragsituation. Bei 210 Millionen Euro Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr habe das Unter-

nehmen schwarze Zahlen geschrieben. „Wir sind aber nicht zufrieden“, kommentiert Penning. Branchenkollegen wären vermutlich froh, sie würden überhaupt noch etwas verdienen. Der Bundesverband Güterverkehr, Logistik und Entsorgung geht für 2007 eher von einer negativen Umsatzrendite der zumzeit mittelschlechten Unternehmen aus. Grund ist zum einen der hohe Dieselpreis, der für 25 bis 40 Prozent der LKW-Kosten je Kilometer verantwortlich ist. Hier schützt sich Penning bereits seit Jahren mit einer Diesel-Preis-Geld-

klause. Diese Klausel erlaubt dem Spediteur die Anpassung der Lieferentgelte entsprechend der Entwicklung des Dieselpreises. Eine Vertragsänderung ist dazu nicht notwendig. Noch wichtiger ist jedoch

das Geschäftsmodell: Da die Werteschöpfung nur zum Teil auf der Straße erbracht wird, schlagen hohe Treibstoffkosten nicht mit voller Wucht auf die Bilanz durch. Reine Güterverkehrsunternehmen sind stärker betroffen. Penning rechnet im Übrigen nicht mit sinkenden Dieselpreisen. Was der Unternehmer durchaus begrüßt: Die-ser Ursinn, Mineralwasser durch halb Europa zu fahren, wird auf der hohen Dieselpreis, der für 25 bis 40 Prozent der LKW-Kosten je Kilometer verantwortlich ist. Hier schützt sich Penning bereits seit Jahren mit einer Diesel-Preis-Geld-

klause. Diese Klausel erlaubt dem Spediteur die Anpassung der Lieferentgelte entsprechend der Entwicklung des Dieselpreises. Eine Vertragsänderung ist dazu nicht notwendig. Noch wichtiger ist jedoch

Penning auch um die schwarzen Schafe in der Branche. Die hohe Verkehrsdichte erfordert gut ausgebildete Fahrer. Wenn was schief geht, seien alle betroffen: Sei es durch Kilometerlange Staus oder durch den Imageschaden. „Die Fahrer sind unsere Visitenkarte“, so Penning.

Beim Umgang mit den Mitarbeitern ist ihm das „Geben und Nehmen“ wichtig. Sein Credo: „Nur zufriedene Mitarbeiter bringen Leistung.“ Dazu trägt nicht nur die übermäßige Bezahlung bei. Wichtig ist dem Unternehmer auch, bei Notfällen zu helfen. So sprang Penning kürzlich einem Mitarbeiter bei, dessen Wohnung durch einen Brand zerstört wurde. Das Unternehmen organisierte eine neue Unterkunft und gewährte ein Darle-

hen. „Wie und ob das überhaupt zurückgezahlt wird, sehen wir später gemeinsam mit dem Mitarbeiter. Wichtig ist erst einmal, rasch zu handeln“, sagt Penning. Doch unternehmerische Verantwortung endet für ihn nicht am Werkstor. Der Sportfan unterstützt die Amateure in Verhain und die Spielvereinigung Leutenstausen. Katholische Jugendgruppen am Ort vertrauen auf Penning Logistik, um ihre Ausrüstung ins Zielager zu transportieren. Besonders am Herzen liegt Penning die Stiftung „Kinder sollen sehen“. Im Mittelpunkt stehen Kinder in Osteuropa, die ihre Sehkraft zu verlieren drohen. Der Vater dreier Kinder ist überzeugt: „Kinder sind unsere Zukunft.“ So engagiert sich sein Unternehmen beim Unternehmensspiel „Jugend denkt Zukunft“ und bietet jährlich rund 20 Auszubildenden und fünf BA-Studenten berufliche Perspektiven. Wie er meint, in einer der spannendsten Branchen überhaupt. „Die Logistik bietet die Chance, jeden Tag neue Unternehmen kennen zu lernen.“

## Brummfähren nur auf dem Werksgehirne

Einen LKW-Führerschein hat Karl-Martin Penning trotz seiner Leidenschaft für die großen Trucks im Übrigen nie gemacht. Zwar hat er schon manche Runde auf dem Werkshof gedreht. Seine Eltern waren ihm jedoch auch hier ein Beispiel: Beide konnten LKW fahren und mussten daher oft einspringen, wenn irgendwo ein Fahrer ausfiel, gerade am Wochenende. Das wollte sich Penning ersparen. Lieber spielt er in seiner Krippe mit seinen fünf Kindern mit seinem jüngsten Sohn Fußball. *Manfred Schmitz*

## DATEN & FAKTEN

- Umsatz 2007: 220 Mio. €
- Standorte insgesamt: 40
- Mitarbeiter in Verhain und Region: 450
- Mitarbeiter in Deutschland: 1650
- Mitarbeiter im Ausland: 200
- Fahrer: 1000
- Lagerfläche: 200.000 m<sup>2</sup>
- LKWs in Deutschland: 950
- LKWs im Ausland: 200