NEWS & STORYS DER MAINTALER GROUP

maintaler

maintaler group

EVERY NEED!
EVERY PLACE!
EVERY TIME!

SONDERAUSGABE

Die Maintaler Group

4 starke Marken unter einem gemeinsamen Dach

maintaler NOTFALL LOGISTIK | maintaler THERMOSPRINT | maintaler EVENT TRUCKING | maintaler FAHRZEUGTRANSPORTE

IMPRESSUM:

Herausgeber:
Keltenstraße 7
D-63486 Bruchköbel
Tel: +49 (0) 6181 - 300 99 - 0
Fax: +49 (0) 6181 - 300 99 - 711
dispo@maintaler.de
www.maintaler.de

Konzept & Realisation:
www.pro-sale.com

Liebe Leser,

Logistikdienstleister gibt es wie Sand am Meer. Wenn es jedoch darum geht Service, Leistung und Beratung kontinuierlich auf die sich verändernden Kundenwünsche und Bedürfnisse auszurichten, trennt sich oftmals die Spreu vom Weizen. Umso stolzer sind wir darauf, in diesem Jahr – gemeinsam mit Ihnen – unser 25-jähriges Firmenjubiläum zu begehen.

Für uns war es ein Vierteljahrhundert voller einzigartiger Momente, geprägt von spannenden Aufträgen, interessanter Veränderungen und emotionalen Ereignissen. Eine Zeit und eine Entwicklung, die ohne unsere tollen Kunden niemals möglich gewesen wäre. Darum möchten wir uns im Namen des gesamten Maintaler-Teams herzlichst bei Ihnen für das entgegengebrachte Vertrauen und die erstklassige Zusammenarbeit bedanken. Es ist uns Auftrag für Auftrag eine Ehre für Sie unterwegs zu sein.

Doch nicht nur deshalb ist für uns das Jahr 2016 ein ganz besonderes. So läuten wir die nächsten 25 Jahre Maintaler mit einer Neuausrichtung unserer einzelnen Geschäftsfelder ein. Künftig werden wir daher unter dem Dach der Maintaler Gruppe mit den Marken Notfall Logistik, Thermosprint, Event Trucking und Fahrzeugtransporte agieren. Begleitend zu der neuen Ausrichtung gehen wir mit einem neuen Corporate Design an den Start.

Erfahren Sie in dieser Sonderausgabe des Maintalkers aus dem Gespräch mit Maintaler Geschäftsführer Markus Grenzer alles zum 25-jährigen Firmenjubiläum und der Maintaler Gruppe.

Und nun viel Spaß beim Lesen!

Markus Grenzer Marc Trimhold

Der erste seiner Art!

Alles bleibt noch besser
Die Maintaler Gruppe kommt!

Der Name Maintaler hat sich am Logistikmarkt in den vergangenen 25 Jahren als Synonym für Geschwindigkeit, Effizienz, Flexibilität, Fairness und persönlichem Service etabliert. Und diese Entwicklung kommt nicht von ungefähr: Denn obwohl das Unternehmen insbesondere als Spezialist für Direkt- und Sonderfahrten wahrgenommen wird, ist es seit jeher das Ziel, auf verändernde Kundenbedürfnisse und volatile Marktgegebenheiten zu reagieren. Vor diesem Hintergrund wurde allein in den Jahren 2011 bis 2016 jedes Jahr ein neues Produkt auf den Markt gebracht. Nicht zuletzt aufgrund dieser strategischen Segment-Orientierung verfügt das Unternehmen heute mit seinen Sparten über wesentliche Wachstumstreiber am Markt.

Um diesen positiven Entwicklungen Rechnung zu tragen, sollen künftig die einzelnen Segmente noch stärker fokussiert und zusätzliche Synergien für Kunden geschaffen werden. Mit dem Ziel, dies organisatorisch sowie auch qualitativ zukunftssicher aufzustellen, wurden nun die einzelnen Sparten unter dem Dach einer neu geschaffenen Firmengruppe integriert. Wir sprachen ausführlich mit Maintaler-Geschäftsführer Markus Grenzer über diesen Schritt und über die Vorteile dieser Strategie für Maintaler-Kunden.

wichtige Punkte!

Herr Grenzer, Maintaler ist eine Erfolgsgeschichte, gerade vor dem Hintergrund, dass das Unternehmen seit jeher als Familienbetrieb geführt wird. Haben Sie keine Befürchtungen, dass die Reorganisation zu einer Firmengruppe diesen speziellen Charme nach innen wie nach außen mindern kann und Maintaler künftig eher wie ein unpersönliches Großunternehmen wahrgenommen werden könnte?

Dieser Punkt spielte bei unseren Vorüberlegungen eine zentrale Rolle. So haben wir durchaus gewisse Bedenken, dass dies möglicherweise, vor allem in der Übergangsphase, so wahrgenommen werden könnte. Wir werden unsere Kunden, unsere Mitarbeiter, Unternehmer und Geschäftspartner allerdings überzeugen, dass sich an der bekannten Qualität, Flexibilität und allem voran unserem speziellen „Spirit" nichts ändern wird. Wir werden weiterhin ein Familienbetrieb bleiben und auch in Zukunft sehr viel Wert darauf legen. Der Zusammenhalt unseres Teams zeichnet uns aus und lässt uns jeden Tag aufs neue Höchstleistungen abrufen. Genauso wie der persönliche Einsatz jedes einzelnen Mitarbeiters. Es gehört zu unseren Kernwerten, dass wir immer ansprechbar sind und flexibel auf jegliche Begebenheiten eingehen können. Dieser direkte Draht wird von uns bereits seit den vergangenen 25 Jahren intensiv gepflegt. Die daraus resultierenden kurzen Entscheidungswege sind für unser Geschäft essentiell. Aus diesem Grund werden wir uns auch in Zukunft definitiv keinen schwerfälligen Overhead oder den viel zitierten Wasserkopf anbinden. Wir wissen, was uns ausmacht, was wir können, aber auch ganz genau, wo wir herkommen.

Wie kam es denn nun zu der Entscheidung das Unternehmen zur Maintaler Gruppe auszubauen? Sie waren doch mit den einzelnen Segmenten bereits gut aufgestellt?

Dazu möchte ich kurz einen kleinen Rückblick über die Entwicklung in den letzten Jahren geben. Bis ins Jahr 2011 haben wir den Fokus auf Direkt- und Sonderfahrten gelegt. Ergänzende Produkte wie beispielsweise On-Board-Courier und Air Charter wurden von uns zwar ebenfalls im Kundenwunsch realisiert, allerdings nicht gesondert im Vertrieb forciert.

Vor fünf Jahren haben wir dann sukzessive damit begonnen, intensiver über mögliche Marktveränderungen und Szenarien nachzudenken. Wir hatten die Idee, unser Sonder-Know-how zu transferieren und als Spezialist für zeit- und handlingsensible Transporte frühzeitig zukunftsträchtige Nischen zu besetzen. Wir starteten zunächst mit der Sparte Pharmatransporte und investierten stark in einen entsprechenden Fuhrpark und die Qualifizierung unseres Personals. Diese Vorgehensweise haben wir dann bei jeder Produkteinführung entsprechend methodisch wiederholt. Seit 2011 konnten wir jedes Jahr erfolgreich ein neues Segment zur Marktreife bringen.

Im Umkehrschluss bedeutete diese Strategie bislang aber auch: fünf eigene Unternehmensauftritte, eine recht unüberschaubare Produktwelt und nicht zuletzt eine manchmal bunt gemischte Fahrzeugflotte mit segmentspezifischer Beschriftung. De facto ist es schwieriger geworden zu vermitteln, wofür das Unternehmen eigentlich steht und welche Kompetenzen sich dahinter verbergen. So fragen uns teilweise heute noch Kunden, ob wir auch ins Ausland fahren, oder ob wir auch 40-t-LKW haben. Selbst langjährige Kunden wissen oftmals gar nicht, welche Möglichkeiten unsere Sparten abdecken.

Gefragt war also ein einendes Element, dass unsere jeweiligen Bereiche auf einfachste Art und Weise darstellen kann, damit Kunden Synergiepotentiale für sich erkennen und nutzen können.

Und so kam dann die Gruppe ins Spiel?

Genau, durch die Bündelung der einzelnen Sparten unter dem Dach einer Gruppe wird dies künftig in der Wahrnehmung – aber auch organisatorisch wieder deutlich einfacher werden. Unsere Kunden haben so einen noch einfacheren Zugriff auf unsere gesamte Leistungspalette. Hier dürften sich bereits bei bestehendem Geschäft viele Synergieeffekte ergeben. Im Grunde gingen wir ans große Aufräumen und Umsortieren. Jetzt gibt es wieder mehr Raum für Kreativität. Das zeigt sich ganz pragmatisch auch operativ bei der Lösungsfähigkeit bestimmter Kundenwünsche.

Nennen Sie bitte ein Beispiel:

Zum Beispiel durch den spartenübergreifenden Einsatz unserer Flotte! Oftmals gibt es kundenseitig Bedarf an verschiedenen Lösungen, die wir jedoch komplett abdecken können. Gerade im Geschäftsfeld der geschlossenen Fahrzeugtransporte oder im Eventbereich. So lässt sich beispielsweise die eine oder andere Sendung statt mit zwei Fahrzeugen

INFOBOX
Neueinführungen Produkte und wichtige Zertifizierungen

2011
Pharmatransporte

2012
geschlossene Fahrzeugtransporte

2013
Zulassung zum reglementierten Beauftragten

2014
Einführung von High-Value-Transporten nach Tapa-Richtlinien

2015
Event Trucking mit eigenen Spezialfahrzeugen

2016
Zertifizierung nach GDP-Richtlinien.

„Vor allem aber konzentrieren wir uns auf Geschäftsfelder wo 100 Prozent vom Kunden gefordert werden und nicht weniger. Hier punkten wir.“

mit nur einem Spezialfahrzeug transportieren. Somit sparen wir für unsere Kunden häufig ein weiteres Fahrzeug ein. Auf diesem Wege können wir aber auch exemplarisch auf einem LKW zwei Fahrzeuge und 7,2 Lademeter Material transportieren. Oder aber acht Lademeter temperiert auf –20° C und im zweiten Bereich Ware bei +10° C. Kurz: Unsere Kunden profitieren immens von dieser Flexibilität.

Generell ist uns diese Vielseitigkeit schon bei der Fahrzeugbeschaffung ein besonders wichtiger Punkt. So können viele unserer Fahrzeuge bis zu vier Produkte qualitätskonform kombiniert aufnehmen. Von Direkt- und Sonderfahrt, über Pharmatransporte, Eventtransporte mit Koffer-aufliegern und Ladebordwänden bis hin zu High-Value-Transporten.

Letztendlich geht es uns darum, ein hochwertiges Full-Service-Angebot aus einer Hand anzubieten. Dazu gehört natürlich auch, dass wir durch solche sinnvollen Kombinationen eine Vielzahl an Optionen offerieren und dabei auch ein attraktiveres Pricing anbieten können. Und die Kundenseite hat dadurch immer den größtmöglichen Entscheidungshorizont.

Die Umwandlung zur Maintaler Gruppe geht mit einem Relaunch des optischen Erscheinungsbildes und einem neuen Slogan für die Gruppe einher. Was soll der Slogan aussagen?

Unsere Außendarstellung sowie insbesondere der neue Slogan soll vor allem kommunizieren, dass wir mehr können als nur von A nach B zu fahren. Unser neuer Slogan „Every Need, Every Place und Every Time“ bringt deshalb unsere tagtäglichen Anforderungen auf den Punkt – natürlich ganz ohne Weltherrschaftsambitionen.

Auf jeden Fall ist dieser Slogan eine starke Ansage. Wie möchten Sie diese einlösen?

Für unseren Service ist nicht entscheidend, mit welcher Anforderung uns ein Kunde konfrontiert. Dabei ist es auch völlig unerheblich, von wo nach wo und zu welcher Zeit wir einen Transport realisieren sollen. Aufgrund unserer eigenen großen Spezialfahrzeuge können wir bereits das meiste mit eigenem Fuhrpark abdecken und für alles andere haben wir zuverlässige Partner an der Hand, sodass es für uns eigentlich keine Grenzen gibt, was die Anforderungen angeht.

Zudem entwickeln wir für unsere Kunden auch gezielt Lösungen in den Segmenten Seefahrt, OBC und Luftfracht, falls dies die Aufgabe erfordert. Denn speziell wenn es darum geht, diverse Transportmöglichkeiten sinnvoll miteinander zu verbinden, profitieren unsere Kunden von unserem jahrzentelangen Know-how. Wir schauen stets über den Tellerrand und denken nicht in Produkten, sondern in Lösungen. Denn das Ganze ist immer mehr als die Summe seiner Teile. Unser Kunde bekommt immer die beste – nicht die erstbeste Lösung!

Seit mehr als 25 Jahren sind wir fest in der Hochdringlichkeitslogistik beheimatet. Für jedes Ladungsgut haben wir das passende Fahrzeug oder auch Flugzeug parat, wenn es sein muss. Ob die Sendung von Frankfurt nach Stuttgart, von London nach Dublin, oder auch von Istanbul nach Madrid geht macht für uns mehr oder weniger keinen Unterschied. Knapp 40 Prozent der Aufträge starten aktuell bereits außerhalb des Rhein-Main-Gebietes und knapp 7 Prozent außerhalb Deutschlands. Unser Büro ist rund um die Uhr besetzt und unsere Räder stehen niemals still. Wir sind immer genau da, wo man uns braucht!

Welche Änderungen bringt die Gruppen-Organisation für Ihre Kunden mit sich?

Vom Ablauf her wird sich nichts ändern. Lediglich an unser neues Corporate Design wird sich der ein oder andere Kunde mitunter gewöhnen müssen. Vor allem, da die neuen Fahrzeuge ab sofort auf der Front ohne „M“ unterwegs sind. Das ließ sich leider nicht anders lösen, da wir mit dem gleichen Fuhrpark teilweise mehrere Produktlinien abdecken können. Dafür bleibt unser Feuermelder bestehen, der unsere Kernaussage perfekt trifft: Wir positionieren uns schon seit geraumer Zeit als die logistische Feuerwehr für unsere Kunden – unabhängig vom nachgefragten Produkt innerhalb unseres Portfolios. Das ist die Essenz unserer Leistungsfähigkeit. Dafür stehen wir am Markt.

Was uns zu der spannenden Frage treibt: Wie bewerten Sie die allgemeinen Marktgegebenheiten. In welche Richtung wird sich die Maintaler Gruppe bewegen?

Im Standardgeschäft werden die Rahmenbedingungen für deutsche Spediteure immer schwieriger, vor allem wenn deutsche Fahrzeuge, besetzt mit in Deutschland ansässigen Fahrern, eingesetzt werden. Wir setzen bewusst auf einheimisches Equipment und Personal, um die Qualität auf konstant sehr hohem Niveau zu halten. Wir wollen unseren Fuhrpark nicht nach Osteuropa ausflaggen. Ebenso wollen wir unseren Firmensitz weiterhin in Deutschland behalten. Im Standardgeschäft mussten wir uns aufgrund der dort teilweise ruinösen Preise schon von Geschäft trennen, da wir nicht jeden Preis mitgehen wollen. Hier verzichten wir teilweise lieber auf Umsatz und investieren unsere Kapazitäten in unsere bestehenden oder aber auch neue Nischen. Wir wollen unseren Kunden weiterhin den Service liefern, den sie sich wünschen, und dies zu einem fairen Preis. Qualität kostet nun mal und setzt sich unserer Meinung nach auch langfristig durch. Von unserem hohen Standard wollen wir nicht abweichen und hoffen unsere zufriedenen Kunden weiterhin betreuen zu dürfen.

Mit welcher Taktik und Strategie wollen Sie das erreichen?

Wir reizen bereits alle Optimierungspunkte aus, um unsere Fahrzeuge bestmöglich auszulasten. Aufgrund der flexiblen Ausstattung sind unsere Fahrzeuge vielseitig einsetzbar, sodass wir die verschiedensten Ladegüter transportieren und somit

Leerkilometer minimieren können. Vor allem aber konzentrieren wir uns auf Geschäftsfelder in denen 100 Prozent vom Kunden gefordert werden und nicht weniger. Hier punkten wir!
Mit unserem Equipment, unserer Flexibilität und vor allem unserer Ehrlichkeit und Zuverlässigkeit. Als eigentliche Wachstumstreiber betrachten wir daher eher die Nischen.

Aufgrund unseres Portfolio-Mixes sind wir zudem sehr unabhängig von Branchen oder Kunden. Läuft es im Bereich Automotive mal etwas schlechter, gehen die Geschäfte woanders besser. In der Regel fängt ein Bereich den anderen immer wieder auf.

Wir sind zudem technisch auf dem neuesten Stand, was EDV und Fuhrpark angeht, und haben genug Manpower, um weiteres Wachstum zu stemmen. Wir haben sehr wenig Fluktuation bei Mitarbeitern und Kunden. Dieses Fundament pflegen wir mit Hingabe, damit sich darauf nachhaltig aufbauen lässt.

Aktuell arbeiten wir daran, neue Strukturen zu schaffen, um den nächsten Schritt zu gehen. Im Moment entstehen knapp 350 m² neue Büro- und Sozialflächen, sodass wir für die Zukunft neue Stellen schaffen können.

Welche Neuerungen und Veränderungen stehen sonst noch ins Haus?

Unsere Schwesterfirma Schnellfracht Express Solutions GmbH soll in naher Zukunft näher an uns heranrücken, sodass wir an allen vier Standorten (Großraum Frankfurt, Erfurt, Regensburg und München) mit einheitlichem Equipment und Produkten auftreten. Diese wurden am Stammsitz entwickelt und sollen nun in die Fläche ausgerollt werden. Weiteren Standorteröffnungen oder aber Übernahmen, wie bereits in Schmalkalden erfolgt, stehen wir offen gegenüber. Ideen über mögliche neue Standorte haben wir bereits und müssen nun schauen, inwiefern wir diese umsetzen werden.

Ein erster Tieflader, der sowohl für Materialtransporte, als auch für den geschlossenen Transport von bis zu fünf Fahrzeugen eingesetzt werden kann, hat unser Fahrzeugangebot seit September erweitert. Überbreite Transporte bis 3 Meter können wir somit nun auch in Eigenregie durchführen. Bereits jetzt verfügen wir an allen vier Standorten über knapp 200 eigene Fahrzeuge, die wir über unsere GPS-Plattform in Echtzeit überwachen können. Dank unseres exzellenten langjährigen Netzwerks haben wir zudem jederzeit Zugriff auf weitere 2500 Fahrzeuge jeder Art und Größe. Darüber hinaus steht der Ausbau unserer Sparte Express Air Freight für uns auf der Agenda.

Mit welchem Investitionsvolumen rechnen Sie?

Aufgrund unseres sehr speziellen Fuhrparks und der damit verbunden Expansionsstrategie sind unsere Investitionen in diesem Bereich beträchtlich. Letztes Jahr haben wir einen sehr, sehr hohen Betrag in unsere Flotte investiert. 2016 werden diese Investitionen sogar noch übertroffen. Unsere Fahrer wollen wir weiterhin schulen, sodass am Ende nahezu alle Fahrer über einen ADR-Schein verfügen, 100-Prozent der Fahrer Luftfahrtsicherheitsgeschult sind, ein Großteil der eigenen Fahrer über einen Sprengstoffschein inklusive Befähigungsschein und einen Staplerschein verfügen. Ebenso planen wir natürlich Weiterbildungsmaßnahmen für unsere Büromitarbeiter. Investieren wollen wir zudem

„Im Standardgeschäft werden die Rahmenbedingungen für deutsche Spediteure immer schwieriger."

vor allem auch in die EDV, um unseren Kunden noch mehr Annehmlichkeiten bieten zu können. Ganz allgemein betrachten wir Investitionen als Treibstoff unserer Entwicklung. So gehört es seit jeher zu unseren Prinzipien, Gewinne in vollem Umfang zu reinvestieren und somit im Betrieb zu belassen.

Sie haben die Geschäfte seinerzeit von Ihrem Vater übernommen. Steht die nächste Generation bereits in den Startlöchern?

Meine beiden jüngeren Brüder sind in diesem Sommer dem Unternehmen beigetreten und werden zunächst jede Abteilung durchlaufen. Das Lager, die Werkstatt, die Buchhaltung, den Service und die Dispo. Auch Fahrten weden sie selbst übernehmen und so das Prozedere eines Transports von der Auftragsannahme bis zur Anlieferung kennenlernen. Sie brennen bereits darauf die kompletten Zusammenhänge in der Praxis kennenzulernen, was ihnen in Zukunft sicherlich von großem Nutzen sein wird. Davon abgesehen setzten wir als Ausbildungsbetrieb ohnehin auf den eigenen Nachwuchs.

Sie selbst haben die Entwicklung des Unternehmens – im wahrsten Sinne des Wortes – von Kindesbeinen an mitbekommen. Was ist Ihre ganz persönliche Identifikation mit dem Namen Maintaler?

Ich bin mit der Firma nun bereits 25 Jahre verbunden. Anfangs war ich selbst als Fahrer unterwegs, disponierte hier und da und deckte den Notdienst ab. Neben der Ausbildung abends, an Wochen-

enden und inzwischen seit nun bereits knapp 20 Jahren in Vollzeit. Maintaler ist ein wichtiger Teil meiner Familie, mit der ich bereits einige Tiefs, aber auch einige Hochs mitgemacht habe. Ich bin stolz auf unsere gute Entwicklung und unsere Marke Maintaler, die bereits weit über das Rhein-Main-Gebiet bekannt ist – national und auch international. Viele unserer Mitarbeiter sind bereits langjährig im Unternehmen, sodass ein sehr enger Draht besteht und vor allem auch ein großer Zusammenhalt. Ein so starkes Team hinter sich zu wissen, gibt mir den Mut, mit Maintaler weiter voran zu gehen, auch wenn die Rahmenbedingungen nicht unbedingt einfacher werden.

Ein starkes Team fällt ja nicht einfach so vom Himmel – welche besondere Chemie ist da bei Ihnen am werkeln?

Zunächst sehen wir nicht nur den Mitarbeiter, sondern den Menschen dahinter. Wir versuchen jeden Mitarbeiter seinen Qualifikationen entsprechend einzusetzen und auch die persönlichen Reife- und Entwicklungspotentiale zu fördern. Aufgrund unserer Größe können Mitarbeiter mittlerweile ihre Positionen wechseln. Sei dies abteilungsbezogen oder aber bei Fahrern der Wechsel vom 12-t-Nahverkehr auf einen 40-t-Fernverkehr oder auch Weiterbildungen zum Beispiel zur Führerschein Klasse CE.
Wir sind jederzeit für unserer Mitarbeiter da und gehen auf deren Probleme ein. So wissen sowohl unsere Arbeitnehmer, dass sie bei Problemen auf uns zählen können, genauso wie wir wissen das wir uns auf unsere Mitarbeiter jederzeit verlassen können. Wir stellen unseren Mitarbeitern das bestmögliche Equipment zur Verfügung, von der Büroausstattung über die EDV, die Werkstattausstattung bis hin zur Fahrzeugausstattung.
Die Mehrinvestitionen gegenüber dem Standard sind hier nicht unerheblich, aber unterm Strich zahlt sich das am Ende meiner Meinung nach aus, auch wenn man das nicht mit Zahlen greifen kann. Mir ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter mit dem Herzen dabei sind und ihrer Arbeit mit Spaß nachgehen. Dies wirkt sich positiv auf die Arbeitsleistung aus. In den vergangenen zehn Jahren hat sich unsere Mitarbeiterzahl mehr als versechsfacht, in den vergangenen fünf Jahren mehr als verdoppelt. So zählen wir aktuell knapp 110 Mitarbeiter, was ein familiäres Arbeiten teilweise gar nicht mehr so einfach macht. Nichtdestotrotz kennen wir alle unsere Mitarbeiter mit ihrem vollen Namen. Niemand ist hier nur eine Nummer und das soll auch so bleiben.

Verschiedene Events wie die jährliche Teilnahme am Truck Grand Prix, internes Sommerfest, Wochenendausflüge mit der Büromannschafft kommen aktuell aufgrund des schnellen Wachstums leider zu kurz. Hier haben wir bereits Strukturen geschaffen, um ab 2017 in diesem Bereich wieder vermehrt aktiv zu werden und so auch neben dem stressigen Alltag Möglichkeiten zu schaffen, sich näher kennen zu lernen und gemeinsame private Events zu erleben.

2016 ist sowieso ein ganz besonderes Jahr für Ihr Unternehmen. So feiert Maintaler in diesem Jahr 25-jähriges Firmenjubiläum. Wie beurteilen Sie die Entwicklung in den vergangenen 25 Jahren?

Die Zeit ist so schnell vergangen, dass es gar nicht so einfach ist, darauf eine Antwort zu finden. Verschiedene Schicksalsschläge haben uns immer wieder zurückgeworfen in den vergangenen 25 Jahren. Aus diesen sind wir jedoch immer gestärkt hervorgegangen.

Dies haben wir vor allem unserem tollen Team zu verdanken. Gerade nach der Krise 2009 war es für uns eine sehr schwierige Zeit, da wir innerhalb von 24 Monaten um das doppelte gewachsen sind. Ohne den unermüdlichen Einsatz des gesamten Teams wäre dieser Wahnsinn damals nicht zu stemmen gewesen. Hier bin ich unglaublich stolz auf unser Team und vor allem auch dankbar, dass sich jeder unermüdlich für unser Unternehmen eingesetzt hat und dies auch weiterhin tut.
Als ich 2004 das Unternehmen von meinem verstorbenen Vater übernommen habe, war ich lediglich mit dem Tagesgeschäft betraut. In alles andere habe ich mich nach und nach einarbeiten müssen. Erst nach etwa zwei Jahren war der „Knoten" geplatzt und die Zeichen standen auf Wachstum und Expansion. Zu diesem Zeitpunkt hatte ich nicht im Entferntesten an diese positive Entwicklung gedacht, die wir vor allem in den vergangenen zehn Jahren genommen haben.

An dieser tollen Entwicklung haben natürlich unsere Kunden auch einen sehr großen Anteil, die uns oftmals bereits seit vielen Jahren ihr wertvolles Gut anvertrauen.

Und was wünschen Sie sich ganz persönlich für Ihre Zukunft?

Wenn der Nachwuchs in die Fußstapfen tritt, habe ich hoffentlich mehr Zeit, mir Gedanken über die Entwicklung der vergangenen Jahre zu machen. Hoffentlich bleibt dann auch wieder mehr Zeit für Familie und Hobby, die in der Vergangenheit leider doch oftmals fehlte.

Bei täglich rund 150 Aufträgen, die wir alleine in Bruchköbel abwickeln, erleben wir häufig den einen oder anderen „Kracher", sodass die Geschichten dahinter sicherlich für ein ganzes Buch, bzw. Bücherband reichen würden. Auch das wäre vielleicht ein Projekt, welches ich einmal angehen könnte ...

Herr Grenzer, wir danken Ihnen herzlich für dieses Gespräch.

maintaler group

Stammsitz Bruchköbel:
Keltenstraße 7
D-63486 Bruchköbel
Tel: +49 (0) 6181 - 300 99 - 0
Fax: +49 (0) 6181 - 300 99 - 711
Mail: dispo@maintaler.de

Niederlassung Schmalkalden:
Wilhelm-Külz-Straße 12
D-98574 Schmalkalden
Tel.: +49 (0) 3683 - 780 507
Fax: +49 (0) 3683 - 606 871
Mail: dispo98@maintaler.de

www.maintaler-group.de
www.exklusive-fahrzeugtransporte.de

Mehr Infos?
Einfach QR-Code scannen

Besuchen Sie uns!
facebook.com/maintaler

Besuchen Sie uns!
facebook.com/fahrzeugtransporte

zertifiziert nach DIN EN 14001
zertifiziert nach DIN EN 9001

maintaler