

Das Start-up Cito fordert mit klarer Mission mehr Fairness am Transportmarkt

Interview mit Dr. Gregor Stock, Co-Founder und CEO der Cito Transport Technologies GmbH Berlin, und Katrin Seegers, Gesellschafterin der Berliner Agentur rethink, zum Start-up Cito Transport Technologies GmbH.

Beim Versuch eine eigene Lieferung in Auftrag zu geben, wurde den Gründern nach mehreren Anrufen und vielen E-Mails mit Kurierdiensten klar: Der Transportmarkt ist intransparent, arbeitet mit veralteten Prozessen und ohne klare Preisstrukturen. Die Berichte über die schlechten Arbeitsverhältnisse von Kurierfahrern bestärkten Cito dabei, die Branche zu verändern. Die Idee zur digitalen Transport-on-Demand-Lösung wurde geboren. rethink hat das Tochterunternehmen der Volkswagen Nutzfahrzeuge beim Markenbuilding begleitet und eine klare Vision formuliert.

Herr Dr. Gregor Stock, was verbirgt sich ganz konkret hinter dem Start-up Cito?



STOCK Die Cito Transport Technologies GmbH ist die digitale Transport-on-Demand-Lösung der Volkswagen Nutzfahrzeuge für Kurierdienste, zeitkritische Lieferungen und den direkten Transport von Waren. Unser Software Start-up mit Sitz in Berlin wurde 2021 von Sage Shiromani und mir gegründet und liefert Geschäftskunden Transport-as-a-Service für zeitkritische Transporte.

Ihr ganz persönlicher Anspruch?



STOCK Cito ist angetreten, um Einfachheit, Fairness und Transparenz in der Transportbranche zu etablieren. Unser

Team hat zum Ziel, die beste Customer-Journey im Markt anzubieten, indem wir Firmenkunden und Transportpartner schnell, einfach und effizient zusammenbringen. Unsere Software-Lösung ist für unsere aktuellen und potenziellen Transportpartner unentgeltlich nutzbar und bietet vollkommene Transparenz über die gesamte Lieferkette.

„Cito ist angetreten, um Einfachheit, Fairness und Transparenz in der Transportbranche zu etablieren.“

Dr. Gregor Stock,
Cito Transport Technologies GmbH

Frau Seegers, Sie und Ihr Team haben das Start-up beim Markenbuilding unterstützt. Cito ist als B-to-B-Marke im Wettbewerbsumfeld positioniert?



SEEGERS Ja, Cito ist am Transportmarkt für zeitkritische Transporte unterwegs. Dementsprechend konkurriert das Start-up nicht im klassischen Paketmarkt, sondern mit der großen Zahl meist kleinerer Kurierdienste. In der Betrachtung des Wettbewerbs fiel auf, dass die meisten Anbieter vor allem ihre Angebote in den

KATRIN SEEGERS,
Gesellschafterin der
Berliner Agentur rethink



DR. GREGOR STOCK,
Co-Founder und
CEO der Cito
Transport Techno-
logies GmbH Berlin



Vordergrund stellen. Cito hingegen hat einen Anspruch. Das macht Cito einzigartig, denn Cito will neben seiner Transportleistung etwas im Markt verändern. Hierdurch entsteht eine relevante Differenzierung.

Was macht die Marke Cito aus Ihrer Sicht im Kern aus?



SEEGERS Die Gründer hatten eine starke Vision, was sie mit ihrem Angebot erreichen wollen, nämlich den Markt ein Stück besser zu machen. Diese Vision prägt die Marke, und die Werte Einfachheit, Transparenz und Fairness drängten sich quasi auf. Auf dieser Basis haben wir eine Marke entwickelt, die mutig und anspruchsvoll ist. Natürlich müssen Marken auch gefallen, aber sie brauchen Eigenständigkeit und

Charakter, nur so entsteht aus meiner Sicht eine nachhaltige Relevanz und letztlich die Magie.

Cito ist also eine digitale Plattform für Geschäftskunden?



STOCK Richtig. Über Cito werden Geschäftskunden, die zeitkritische Transporte beauftragen wollen, direkt mit ausführenden Transportfahrern connected. Zudem wird der Transport über den digitalen Service organisiert, durchgeführt und dokumentiert. Ansprech-

„Cito hat einen Anspruch. Das macht Cito einzigartig, denn Cito will neben seiner Transportleistung etwas im Markt verändern.“

Katrin Seegers, rethink

Fotos: Unternehmen / Cito AI



AUF EINEN CLICK: Die VW-Tochter verspricht schnelle und unkomplizierte Vermittlung von Frachtdienstleistungen für eilige und teure Sendungen.

partner sowie Vertragspartner ist und bleibt dabei immer die Serviceplattform Cito. Interessenten können sich über unsere Webseite als Neukunden für einen einmaligen Transport oder als Unternehmen dauerhaft als Kunden von Cito mit eigenem Dashboard-Bereich anmelden. Für die User müssen die Prozesse in der Logistik so einfach wie möglich sein. Denn Logistik ist unser Kerngeschäft, nicht das unserer Kunden.

Bei Kurierdiensten ist Zeit im wahrsten Sinn des Wortes Geld. Wie findet Cito so schnell den richtigen und zuverlässigen Transportpartner?



STOCK Das ist der springende Punkt. Bei Cito sind die ausführenden Transportpartner aus ganz Europa registriert und Cito überprüft deren Leistungsfähigkeit und Qualitätsniveau. Dafür wenden wir im Interesse unserer Kunden sehr viel Energie auf. Gecheckt wird, ob der Versicherungsschutz besteht, die Sozialabgaben abgeführt werden und die Arbeitsbedingungen der Fahrer unseren Ansprüchen genügen. Dafür haben wir einen eigenen Onboarding-Prozess für ausführende Transportpartner definiert, bei dem der Begriff Fairness erste Priorität hat. Da wir über keine eigenen Fahrzeuge verfügen, brauchen wir für die nachhaltige und langfristige Zusammenarbeit verantwortungsvolle und zuverlässige Transportpartner. Wir wollen eine echte Win-win-Situation.



SCHNELL UND FAIR: Cito sieht sich als Spediteur für die neue Zeit. Der ID.Buzz soll auch als Transporter für die Message des Start-ups unter dem Dach VW Nutzfahrzeuge dienen.

„Für die User müssen die Prozesse in der Logistik so einfach wie möglich sein. Denn Logistik ist unser Kerngeschäft, nicht das unserer Kunden.“

Dr. Gregor Stock,
Cito Transport Technologies GmbH

Wie läuft der Prozess bei einer konkreten Beauftragung ab?



STOCK Der Auftrag wird vom Kunden mit Destination, Art und Umfang sowie branchenüblicher Vergütung digital platziert und das System findet den richtigen Transportpartner für den Kunden vollautomatisch. Dies ermöglichen wir durch unsere Software, die eingehende Anfragen direkt an potenzielle Transportpartner weiterleitet – und zwar ohne das Zwischenschalten von Disponenten und zeitraubende, intransparente Vergabemethoden. Sobald ein Auftrag eingeht, läuft der Timer. Der Kunde soll innerhalb von 30 Minuten einen Transportpartner finden. Derzeit schaffen wir das im Schnitt in fünf Minuten.

Transportpartner können die Aufträge im System also selbstständig annehmen?



STOCK Exakt. Zwischen dem Transportpartner und dem Kunden stellen wir sofort den direkten Kontakt her, um volle Transparenz und optimale Auftragsabwicklung zu gewährleisten. Das kommt im Markt sehr gut an. Bei Abholung der Fracht erfolgt eine digitale Unterschrift sowie eine standardisierte Fotodokumentation. Während des Transports kann der Kunde zu jeder Zeit tracken, wo sich die Ware im Augenblick befindet und diese Information auch über Mail an Dritte weiterleiten. Bei Abgabe wird der Übergabestatus erneut mit Foto dokumentiert und durch digitale Unterschrift bestätigt. Alle digitalen Dokumente liegen auf dem Dashboard und können eingesehen werden. Rechnungsstellung erfolgt meist gesammelt zum Monatsende.

Ein lernendes System?



STOCK So kann man sagen. Durch unser kontinuierliches Claim-Management erfassen wir jeden Pain-Point und arbeiten im Prozess stets an Verbesserungen. Dabei ist es uns besonders wichtig, dass wir mit unseren Transportpartnern auf Augenhöhe besprechen, wie wir Abläufe optimieren können.

Spielen der CO₂-Footprint und die Kompensation des CO₂-Ausstoßes bei Cito eine Rolle?



STOCK An dem Thema arbeiten wir mit Hochdruck. Noch fahren die meisten Transportpartner natürlich nicht mit E-Transportern. Aber Cito fördert als 100-prozentige

Tochter der Volkswagen Nutzfahrzeuge E-Mobility und unterstützt die Transportpartner beim Einsatz von E-Fahrzeugen in der betrieblichen Praxis. Deshalb ist es nur konsequent, dass der ikonische ID.Buzz – die vollelektrische und moderne Neuauflage des Bulli, die in diesem Jahr auf die Straßen kommt – zur Weltpremiere in der Cargo-Version im Branding des Start-ups Cito vorfuhr. Mit seiner kompakten Größe und der CO₂-Neutralität ist der ID.Buzz die Zukunft für nachhaltige Transportfahrten. Zudem werden wir in Zukunft den Kunden auf Wunsch die Berechnung des CO₂-Ausstoßes für jeden Transport ausstellen. Damit besteht dann die Möglichkeit, den CO₂-Ausstoß beispielsweise über Climate Partner zu kompensieren und den Footprint zu neutralisieren.

„Die Mission von Cito ist also, den Transportmarkt neu zu gestalten.“

Katrin Seegers, rethink

Welches Mission-Statement ergibt sich aus der Vision von Cito?



SEEGERS „Nur wenn sich etwas zum Besseren verändert hat, können wir zufrieden sein“, hat einer der Gründer zu uns gesagt. Das hat mich beeindruckt. Denn er meinte damit Fairness und Vertrauen im Markt. Die Mission von Cito ist also, den Transportmarkt neu zu gestalten. Das ist erst einmal eindeutig. In der Praxis berührt es verschiedene Bereiche: Von der Digitalisierung und der damit einhergehenden Transparenz und Einfachheit über einen nachhaltigen Ansatz bis zum klaren Bekenntnis, Fairness zu etablieren. Die Kommunikation muss diesem Anspruch Rechnung tragen.

Worin besteht die besondere Customer-Experience?



STOCK Cito ist einfach strukturiert und sehr benutzerfreundlich. Die Plattform ist stationär wie mobil immer erreichbar. Ein Transportauftrag ist mit wenigen Clicks bestellt. Zudem hat der Kunde maximale Transparenz. Schwer zu toppen.

Das Interview führte Friedrich M. Kirn