

LOGO

DAS FIEGE MAGAZIN

NR. 81 | 2013

FIEGE LEGT SCHWERPUNKT AUF WACHSTUMSMÄRKTE



FIEGE

The World of Logistics

2 · Inhalt

Editorial

Strategische Konzentration auf wachsende Märkte 3

News

Platz und Flexibilität für Lufthansa Technik 4

Air + Ocean auch in Frankreich 4

Wolfgang Bosbach zu Gast bei Fiege
Impressum 4

Logistik-Kongress zeigt aktuelle Trends
und Strategien 5

Landratstreffen bei Fiege 5

Tag der Logistik in Erfurt 5

Titel

Wachstumsmärkte im Fokus der Fiege Gruppe 6

Report

Ein zweites Krankenhaus-Logistikzentrum in Bochum 8

E-Commerce-Lösungen in China
für die Fashionindustrie 24

Wachstum und Erweiterung statt Leerstand 28

Professionelle Zollabwicklung für zufriedene Kunden 31

Special

Logistik als Instrument zur Steigerung der
Wirtschaftlichkeit und Qualität eines Krankenhauses 10

Erfolgreiche Internationalisierung im E-Commerce –
eine Frage der richtigen Logistik 18

Porträt

Ein Beatmungsbeutel wird zum Meilenstein
in der Notfallmedizin 14

Projekte

daheim.de setzt auf Fiege eCommerce 17

Stürmische Entwicklung des E-Commerce-Geschäfts 23

Struik Foods kooperiert in Rangsdorf mit Fiege 26

Fiege bringt den guten Ton von Foster ins Auto 27

Berufsbekleidung aus dem Netz 30

Social Responsibility

Die Wertschätzung der Mitarbeiter steht an
erster Stelle 32

Fiege International Team unterstützt Hilfsorganisation
in Rumänien 35

„Aus alt mach neu“ mit hoher Kreativität und
Nachhaltigkeit 36

Lernen und Boxen mit den Profis 38

Die freundliche Personalanwerbung steht an
vorderer Stelle 39

Fiege organisiert Tag für Kinder in Bor 39



Eröffnung des mOc II in Bochum

Seite 8



Teamarbeit für Media-Saturn

Seite 23



Gelungene Mitarbeiterinitiative

Seite 36

In eigener Sache:

Strategische Konzentration auf wachsende Märkte

Laut IWF, dem Internationalen Währungsfonds, wächst der Welthandel aktuell mit 3,2 Prozent, ein weiterer Anstieg wird prognostiziert. Das Wachstum bleibt in allen BRIC-Staaten, Brasilien, Russland, Indien und China, mit vier bis acht Prozent pro Jahr um ein Vielfaches höher als in den etablierten Volkswirtschaften. Das sind gute Nachrichten für die Logistikwirtschaft.

Indien gehört trotz eines Abschwächens des Wirtschaftswachstums auf fünf Prozent nach wie vor zu den am stärksten expandierenden Volkswirtschaften der Welt (Stelle zehn weltweit). Bei derzeit 1,2 Milliarden Einwohnern wird es nach Schätzungen des US-Statistikamtes voraussichtlich bis 2025 das bevölkerungsreichste Land der Erde sein und mit seinem Bruttoinlandsprodukt nach China und den USA an dritter Stelle liegen.

Mit ihrer Fokussierung auf die Wachstumsmärkte liegt die Fiege Gruppe voll im Trend: Nicht überall mitmischen wollen, sondern dorthin gehen, wo die Logistikwirtschaft expandiert, in die sich schnell entwickelnden Märkte Osteuropas, Chinas und Indiens. Die Erweiterung unseres Netzwerks auf den indischen Subkontinent und unsere Expansion in China sind somit die logische Weiterentwicklung der Strategie, mit starken Partnern und gemeinsam mit den Kunden neue Märkte zu besetzen.

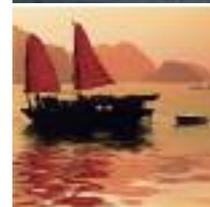
Unser Joint Venture in Indien wird in den nächsten zwei bis drei Jahren über zehn Millionen US-Dollar in Indien investieren und dann über ein indienweites Warehouse-Netzwerk verfügen. Ziel ist es, einer der Top 5-Anbieter integrierter Logistikdienstleistungen in Indien zu werden. Und auch in China haben wir unsere Aktivitäten verstärkt, um europäischen



wie asiatischen Kunden logistische End-to-End-Lösungen anbieten zu können.

Diese Ziele gemeinsam mit unseren Partnern zu erreichen, kann nur mit engagierten und motivierten Mitarbeitern gelingen. Doch auch hier sehen wir uns als Fiege Gruppe gut aufgestellt: Persönliches Engagement wird bei vielen unserer Mitarbeiter groß geschrieben. Das zeigte sich erst kürzlich bei einem freiwilligen sozialen Projekt mit Jugendlichen in berufsvorbereitenden Programmen staatlicher Trägerschaften, die von jungen Mitarbeitern der Fiege Gruppe über Monate hinweg tatkräftig unterstützt wurden. Und ein Erfolg konnte direkt verbucht werden: Eine junge Frau erhielt aufgrund ihrer aktiven Teilnahme an diesem Projekt einen Ausbildungsplatz bei Fiege in Bocholt.

Ihre LOGO-Redaktion ●



Platz und Flexibilität für Lufthansa Technik

● Fiege baut seine Position und Kompetenz im Kernsektor der Industrielogistik weiter aus: Seit gut einem Jahr unterstützt der Logistikdienstleister die Lufthansa Technik AG logistisch, um Wartungs-, Reparatur- und Überholungsservices der Lufthansa Technik AG für die zivile Luftfahrtindustrie am Standort Hamburg noch flexibler und effizienter zu gestalten. Die Leistungen von Fiege umfassen die Zwischenlagerung, den innerbetrieblichen Transport und das Handling von Ausbau- und Ersatzteilen wie zum Beispiel einzelnen Flugzeugsitzen bis hin zu ganzen Küchenmodulen im Fiege Mega Center Hamburg. Die Prozesse bei Fiege unterliegen strengen Richtlinien der Lufthansa Technik sowie luftfahrtrechtlicher Grundlagen, nach denen die Mitarbeiter und Infrastrukturen des Logistikdienstleisters vor Kooperationsbeginn auditiert wurden. „Es freut uns in ganz besonderem Maße, unsere Erfahrung und Expertise im Bereich der Industrielogistik für ein so renommiertes Unternehmen wie die Lufthansa Technik AG einbringen zu dürfen, und damit unser Know-how in diesem Fokusssektor erneut unter Beweis stellen zu können“, freut sich Felix Fiege, CEO Germany North & Northwest Europe der Fiege Gruppe, über die Kooperation der beiden Unternehmen.

Air + Ocean auch in Frankreich

● Seit dem 15. April 2013 ist die Fiege Gruppe in Survilliers auch im Bereich Air + Ocean tätig. Die Luftfrachten werden direkt über Paris verladen, während die Seefrachten in Zusammenarbeit mit Fiege Antwerpen abgewickelt werden. Das Hauptgeschäft sind Verkehre mit zwei neuen Agenten in Brasilien, ein weiterer Ausbau des Volumens mit den Fiege-Niederlassungen in China, mit Apollo Fiege in Indien sowie dem weltweiten Fiege-Netzwerk ist geplant. Nur sechs Wochen nach dem „go ahead“ wurden die ersten Transporte abgewickelt, wobei hier die IT-Software von Fiege Antwerpen übernommen werden konnte.

Gut aufgelegt zeigte sich Wolfgang Bosbach (Mitte) mit Dr. Hugo Fiege und Dieter Jasper (r.) bei einem Besuch in der Systemzentrale.



Wolfgang Bosbach zu Gast bei Fiege

● Entspannt und gut aufgelegt präsentierte sich der Bundestagsabgeordnete und Vorsitzender des Innenausschusses, Wolfgang Bosbach, im Juli in der Fiege Systemzentrale. Bosbach war zu Gast beim Wirtschaftsrat der CDU im Kreis Steinfurt. Hausherr Dr. Hugo Fiege und der heimische Bundestagsabgeordnete Dieter Jasper (CDU), der zugleich Vorsitzender des Wirtschaftsrates im Kreis Steinfurt ist, begrüßten gemeinsam den Gast. Bosbach nahm Stellung zur Überwachungspraxis des amerikanischen Geheimdienstes NSA und verwies auf die „fundamental unterschiedliche Rechtslage“ in Deutschland und USA. Um die deutschen Interessen zu wahren, seien Verhandlungen, etwa im Rahmen des geplanten Freihandelsabkommens, der bessere Weg als Konfrontation. Natürlich lenkte Bosbach auch den Blick auf die Bundestagswahl. Nach gut zwei Stunden Vortrag und Diskussion verabschiedete sich der Politiker unter großem Applaus von seinen Zuhörern.

NEWS

Impressum

Logo 81/Oktober 2013
Das Fiege Magazin

Anschrift:
Redaktion Logo
Joan-Joseph-Fiege-Straße 1
D-48268 Greven

Herausgeber:
Fiege Logistik Holding Stiftung & Co. KG
Joan-Joseph-Fiege-Straße 1
D-48268 Greven

Redaktion:
Renate Schindler-Tiedemann
Tel. 0 25 71-56 06 65, Fax 0 25 71-91 83 18
renate.schindler-tiedemann@fiege.com

Layout:
Wietheger Druck Nordwalde

Druck:
Steinbacher Druck GmbH, Osnabrück
Auszüge oder inhaltliche Wiedergaben aus diesem Heft sind nur mit Quellenangabe und nach vorheriger Genehmigung durch die Redaktion gestattet. Namentlich gekennzeichnete Beiträge müssen nicht unbedingt die Auffassung der Redaktion widerspiegeln. Logo erscheint auch in englischer Sprache.

Logo zum Download:
http://www.fiege.de/de/presse___events/kundenmagazin_logo
http://www.fiege.com/en/press___events/customer_magazine_logo

Logistik-Kongress zeigt aktuelle Trends und Strategien

Impulse, Ideen, Innovationen – so lautet das Motto des 30. Deutschen Logistik-Kongresses vom 23. bis 25. Oktober in diesem Jahr. Auf der Plattform für den internationalen Wissens- und Erfahrungsaustausch geben Experten konkrete Impulse durch erfolgreich umgesetzte Projekte. Rund 200 Unternehmen stellen bei der begleitenden Fachausstellung ihre Ideen und Lösungen vor. Nationale und internationale Top-Referenten berichten im Plenum über Innovationen in der Logistik. Im Fokus des Kongresses stehen die aktuellen Trends und Strategien in der Logistik. Dazu werden die Ergebnisse der neuen internationalen BVL-Studie ausführlich vorgestellt und diskutiert. 1.700 Fach- und Führungskräfte aus Industrie, Handel und Dienstleistung haben ihre Einschätzungen abgegeben.

Landratstreffen bei Fiege

● Es war eine illustre Runde, die sich im Juli auf dem Dach der Fiege Systemzentrale am Flughafen in Greven traf. Alle Landräte, Münsters Oberbürgermeister, der Regierungspräsident und der Landesdirektor demonstrierten an diesem Tag Einigkeit, als es darum ging, im Wettbewerb der europäischen Regionen um die millionenschweren EU-Fördermittel Gehör zu finden. „Wir kriegen nur Geld, wenn wir entschlossen und selbstbewusst auftreten“, sagte Warendorfs Landrat Olaf Gericke. Man müsse endlich einmal über Stärken reden, hatten die Landesminister Michael Groschek und Garrelt Duin jüngst von der Region gefordert. Das taten die Landräte dann auch ausführlich, an diesem Abend hoch über dem Flughafen.



Landräte, Oberbürgermeister, Regierungspräsident und Landesdirektor trafen sich bei Fiege.

Tag der Logistik in Erfurt

● Vom Webshop bis zur Haustür und wenn nötig auch retour – Fiege schnürt ein Komplettpaket für den Online-Handel, davon konnten sich im April beim „Tag der Logistik“ viele Besucher im Mega Center Erfurt überzeugen. Am „Tag der Logistik“, ins Leben gerufen und organisiert von der Bundesvereinigung Logistik e.V., öffnete auch die Fiege Zweigniederlassung in Apfelstädt ihre Türen. Insgesamt nahmen 171 Schüler, Studenten, Meisterschüler, Bildungsträger, Personaldienstleister, Vertreter der umliegenden Gemeinden, Bewerber und andere Interessenten das Angebot wahr. Zu Beginn der Veranstaltung wurde ein kurzer Film über das Unternehmen gezeigt und über die Möglichkeiten der Ausbildung informiert. Tieferen Einblick bekamen die Gäste durch eine Besichtigung eines speziellen Geschäfts: Wie läuft die Internetlogistik vom Wareneingang, der Kommissionierung, Verpackung bis hin zum Warenausgang ab, wie funktioniert ein Klammerstapler und wie hoch ist das Hochregallager wirklich. In einem separaten Bereich war für die Schüler eine Teststrecke mit Produkten aus den verschiedenen Kundenbereichen aufgebaut. Die Schüler konnten selbst in einem Wettbewerb kommissionieren und verpacken.



Stolz präsentierten die Schülerinnen und Schüler ihre selbst kommissionierten Päckchen am Tag der Logistik in Erfurt.

Wachstumsmärkte im Fokus der Fiege Gruppe

„Wir wollen unsere Unternehmensstrategie der Fokussierung auf definierte Branchen sowie die logistischen Wachstumsmärkte in Zentraleuropa, Osteuropa sowie China und Indien weiter vorantreiben“, erklärt Dr. Stefan Kurrle, Sprecher des Vorstands der Fiege Gruppe.

A photograph of four men in dark suits standing on a rooftop. Behind them is a large, stylized geometric logo on a white wall. The logo consists of a large diamond shape with a smaller diamond inside it, and a vertical line passing through the center. The background shows a clear blue sky and a distant landscape with trees and buildings.

Die Erweiterung des Fiege-Netzwerkes auf den indischen Subkontinent manifestierte sich in der Gründung des Joint Ventures Apollo Fiege Integrated Logistics. Aus diesem Anlass begrüßten Dr. Hugo Fiege, Jens Fiege sowie Jan Fiege (l.) als Board Member des Joint Ventures Rajaa Kanwar, CEO Apollo Fiege (2.v.r.), in Greven.



Modern und funktionell eingerichtet sind die Hallen des Logistikcenters von Apollo Fiege Integrated Logistics in Gurgaon.

Darum wurden im Frühjahr dieses Jahres Gesellschaften in Spanien und Portugal sowie Teile der italienischen Gesellschaften verkauft. Im Einklang mit der Fokussierungsstrategie auf Branchen, in denen Fiege gruppenweit eine starke Marktposition hat und international erhebliche Synergieeffekte generieren kann, betreibt Fiege die italienischen Standorte Origgio und Arese bei Mailand, die vor allem auf Geschäfte aus den Bereichen E-Commerce, High Tech/ Consumer Electronics und Fashion ausgerichtet sind, weiterhin selbst. Auch die internationalen Transportlösungen in und aus diesen Ländern sowie die Air & Ocean-Aktivitäten verbleiben weiterhin bei Fiege.

National geprägte Strukturen in der Kontraktlogistik

„Unsere Geschäfte in Südeuropa laufen sehr erfolgreich, wachsen jedoch nur langsam, da diese Länder eher etablierte Strukturen in der Kontraktlogistik aufweisen. Darüber hinaus verfügen Italien, Spanien und Portugal vorrangig über regional oder national geprägte Strukturen in der

Kontraktlogistik ohne wesentliche Synergieeffekte zu unseren Aktivitäten in Zentraleuropa oder unseren Lösungen in China und Indien. Folglich haben wir im Rahmen einer zukunftsfähigen Wachstumsstrategie diese Entscheidung getroffen“, erläutert Dr. Hugo Fiege, Beiratsvorsitzender der Fiege Logistik Holding Stiftung & Co. KG die Hintergründe.

Das freigesetzte Kapital aus dem Verkauf nutzt die Fiege Gruppe für die weitere Expansion in den definierten Wachstumsmärkten. Bereits heute erwirtschaftet die Fiege Gruppe rund 45 Prozent ihres Umsatzes außerhalb Deutschlands. Mit der Gründung des Joint Ventures Apollo Fiege Integrated Logistics in Indien unterstrich die Fiege Gruppe Ende 2012 die Ernsthaftigkeit ihrer Expansionsbestrebungen und die Konzentration auf sich schnell entwickelnde Märkte. Unter dem Namen Apollo Fiege Integrated Logistics Pvt. Ltd. bietet das Joint Venture integrierte Supply Chain Lösungen global an. Die Erweiterung des Fiege-Netzwerks auf den indischen Subkontinent ist somit die logische Weiterentwicklung der Strategie, mit starken Partnern und gemeinsam mit den Kunden neue Märkte zu besetzen. Seit Anfang des Jahres konnte die Mitarbeiterzahl von Apollo Fiege verdoppelt und die

Anzahl der Standorte von sieben auf 22 gesteigert werden.

Stärkere Fokussierung auf die Wachstumsmärkte

Auch in China hat Fiege seine Aktivitäten verstärkt, um europäischen wie auch asiatischen Kunden logistische End-to-End-Lösungen anbieten zu können: Hier wurden vor kurzem zwei neue Multi-User-Standorte eröffnet. Fiege hat sich in China als Spezialist in verschiedenen Branchen etabliert und bietet z.B. seinen Kunden aus der Modebranche die Zusammenführung von Waren verschiedener Produzenten einerseits, sowie die Durchführung von Value Added Services, inklusive Qualitätsprüfung, Etikettierung, Vorkommissionierung und Versand in die Absatzmärkte andererseits.

„Wir sind davon überzeugt, mit der stärkeren Fokussierung auf die Wachstumsmärkte China, Indien sowie Osteuropa den richtigen Weg zu beschreiten. Wir bauen damit auf einer ebenfalls weiter wachsenden Basis in Zentraleuropa auf und werden in Zukunft eine noch stärkere Position als Kontraktlogistikspezialist besetzen“, kommentiert Dr. Stefan Kurrle die Entwicklung. ●



Das Krankenhaus-Logistikzentrum in Bochum stellt ein zukunftsweisendes Modell in der Healthcare Logistik dar.

Ein zweites Krankenhaus-Logistikzentrum in Bochum

Das zweite Krankenhaus-Logistikzentrum hat die St. Franziskus-Stiftung Münster, eine der größten konfessionellen Krankenhausgruppen Deutschlands, in Kooperation mit der Fiege Gruppe in Bochum in diesem Jahr offiziell eröffnet.

Zur Feierstunde am 20. März kamen rund 100 Teilnehmer in das Gebäude des „medicalORDERcenter II“ (mOc II) auf dem ehemaligen Nokia-Gelände. „Das hier verwirklichte Modell ist zukunftsweisend, denn es entlastet Krankenhäuser in ihren Logistikprozessen und ermöglicht ihnen die Konzentration auf ihre medizinisch-pflegerischen Kernkompetenzen“, betonte Dr. Klaus Goedereis, Vorstandsvorsitzender der Franziskus Stiftung, in seinem Grußwort. Vor etwa zehn Jahren sei im münsterländischen Ahlen das erste mOc eingerichtet worden, damals national und international ohne Beispiel. Da

dieses seit längerem sehr erfolgreich sowie „unter Vollast“ laufe, sei die Zeit für die Etablierung des mOc II reif gewesen.

Kunden sind auch externe Kliniken

Von Bochum aus werden Krankenhäuser und andere Gesundheitseinrichtungen im Ruhrgebiet und im Rheinland mit Arzneimitteln und weiterem Krankenhausbedarf, hauptsächlich Medikalprodukten, versorgt. In einer zentralen Sterilisationsanlage

werden zudem Untersuchungs- und Operationsinstrumente der angeschlossenen Kliniken gereinigt und keimfrei gemacht.

Zu den Kunden zählen neben Krankenhäusern der Franziskus Stiftung auch externe Kliniken, beispielsweise konfessionelle Hospitäler in Essen und Gelsenkirchen sowie die Düsseldorfer Häuser der Sana Kliniken AG. „Wir sind stolz darauf, einen Beitrag für das mOc II zu leisten“, betonte Dr. Hugo Fiege. Gemeinsam mit der Franziskus Stiftung habe man sich schon vor Jahren auf den Weg in die Healthcare-Logistik gemacht. Dort ergänzten sich die Kompetenzfelder der Franziskus Stiftung und der Fiege



Gruppe gegenseitig optimal. „Mehr noch: Die Healthcare-Logistik wird sich in den kommenden Jahren weiterentwickeln und wir setzen auf eine lange und kontinuierliche Partnerschaft“, so Dr. Hugo Fiege. Dass die Fiege Gruppe als Familienunternehmen geführt werde, stelle dabei ein Plus dar.

Die Bochumer Bürgermeisterin Erika Stahl hob den Beitrag des mOc II zum wirtschaftlichen Strukturwandel der Stadt hervor. Bochum sei einer der größten Krankenhaus-Standorte Deutschlands. Die Stadt verfüge über eine gute Infrastruktur und biete die

„Bochum setzt auf die Gesundheitswirtschaft“

Kooperation mit Hochschulen an. „Bochum setzt auf die Gesundheitswirtschaft und die Franziskus Stiftung setzt auf Bochum“, unterstrich die Bürgermeisterin. „Zentralisierung der Warenlogistik – Dezentralisierung

von Produkt-Know-how“ – Dieses Leitwort des mOc beschreibe treffend dessen erfolgreiches Konzept, unterstrich Centerleiter und Chefapotheker Georg Rosenbaum. Der Dreiklang von Krankenhausapotheke, Zentralsterilisation und Warenwirtschaft habe sich bewährt. Dazu sei auch eine funktionierende Logistik unerlässlich,

wie sie die Fiege Gruppe gewährleiste. In einem anschließenden Fachvortrag analysierte Dr.-Ing. Sebastian Wibbeling vom Fraunhofer-IML Dortmund Entwicklungen und Perspektiven der Krankenhaus-Logistik. Danach gab es Gelegenheit, sich bei Führungen ein eigenes Bild vom mOc II zu machen. ●



Dr. Hugo Fiege hob in seiner Ansprache zur Eröffnung die lange und kontinuierliche Partnerschaft hervor.



Logistik als Instrument zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit und Qualität eines Krankenhauses

VON Dr. Sebastian Wibbeling zur Eröffnung des mOc II Bochum

Krankenhauslogistik beinhaltet die Planung, Gestaltung, Steuerung und Kontrolle der Material-, Personen- und Informationsflüsse in vor- oder nachgelagerten Stufen innerhalb eines Krankenhauses.

Hierbei sind eine Vielzahl von logistischen Strömen zu berücksichtigen (Abbildung 1), um eine Versorgungssicherheit aus den „zuliefernden Bereichen“ oder „Servicebereichen“ zu ermöglichen und um eine optimale Patientenpflege zu gewährleisten. Das Hauptaugenmerk bei der Krankenhauslogistik liegt neben der

Optimierung der einzelnen Bereiche insbesondere in der optimalen Gestaltung der Schnittstellen in den Prozessen und von EDV-Systemen zwischen den einzelnen Bereichen.

Die Krankenhauslogistik beeinflusst insbesondere die für die Patienten sichtbare Qualität. So werden beispielsweise durch die logistischen Prozesse die Wartezeiten vor und

nach Behandlungen beeinflusst, aber auch die Qualität der Speiserversorgung wird von der Logistik mitbestimmt. Ziel des logistischen Betriebskonzepts ist es, einen durchgängigen Prozess auf optimalen Flächen mit passgenauer technischer Unterstützung aufzubauen. Hierbei wird die gesamte Prozesskette mit zugehörigen Flächen, Mitarbeiter, Techniken,



EDV-System und Wechselbeziehungen ganzheitlich betrachtet.

Abbildung 2 beschreibt die Durchführung des logistischen Betriebskonzeptes. Zunächst wird die Planungsdatenbasis verabschiedet. Auf Basis der analysierten und bewerteten Versorgungsprozesse und Zielvorgaben werden abgestimmte Soll-Prozesse erstellt. Die Auswahl und Dimensionierung der technischen Systeme entstehen parallel dazu. Schwerpunkte sind die Kalkulation der Flächenbedarfe sowie die Entwicklung der Regeln für die Flächenanordnung.

Nur mit entsprechenden Flächen können Prozesse und Techniken optimal genutzt werden. Bei der Flächenplanung von Lager-, Vorbereitungs- und weiteren Flächen werden häufig pauschale Planungsabsätze und Erfahrungswerte eingesetzt. Dies ist jedoch nicht ausreichend. Der Ansatz >

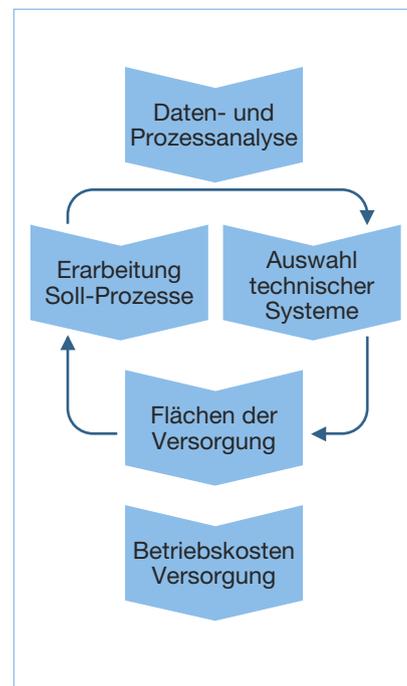


Abbildung 2: Das logistische Betriebskonzept

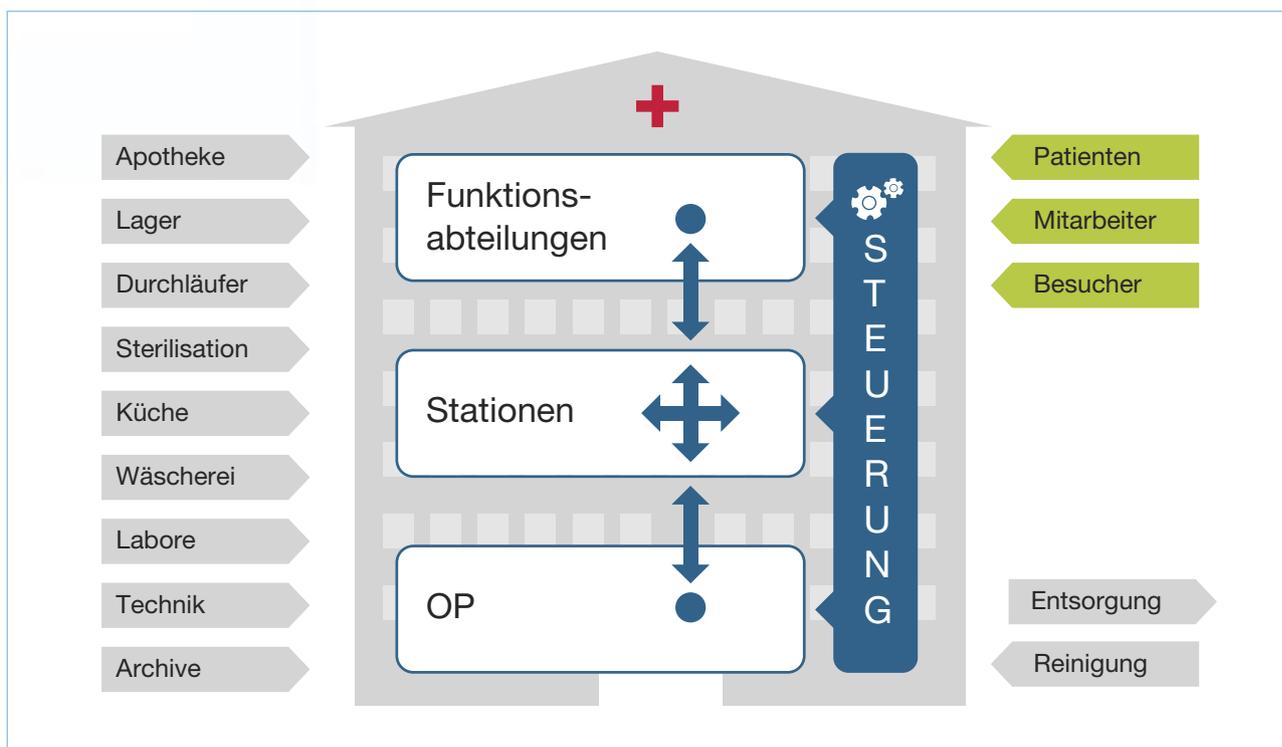


Abbildung 1: Logistische Ströme innerhalb eines Krankenhauses

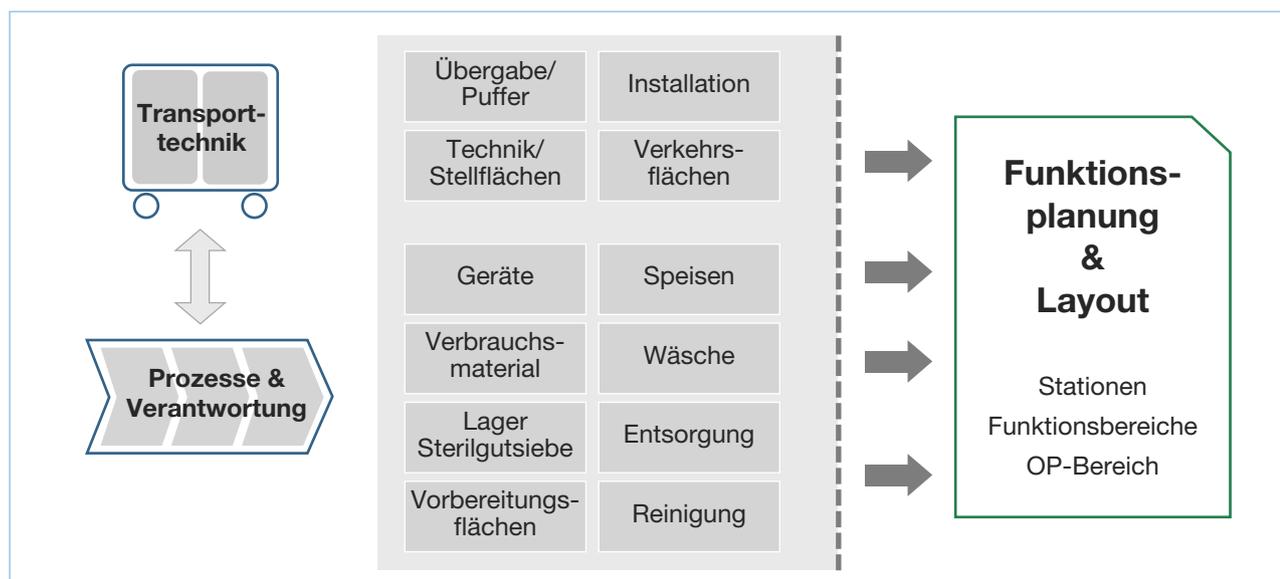


Abbildung 3: Flächendimensionierung auf Basis des Gesamtkonzeptes

muss sein, dass die Prozesse und die eingesetzte Technik das Gebäudelay-out mitbestimmen und nicht, dass die Prozesse in eine bereits vorhandene Flächenplanung integriert werden. Die Schritte zur optimalen Flächendimensionierung sind nach diesem Verständnis in Abbildung 3 dargestellt.

Erst nachdem die Transporttechniken, Prozesse und Verantwortlichkeiten bekannt und deren Einsatzbereiche festgestellt wurden, können einzelne Flächenbereiche bemessen werden. Interne logistische Aufgaben (Speisenversorgung, Reinigung, etc.) müssen berücksichtigt sowie die Flächenarten (Übergabe-, Pufferflächen etc.) hierbei unterschieden werden. Diese Flächen müssen für jeden Funktions-OP-Bereich und für die Stationen gesondert betrachtet werden. Dadurch ergibt sich ein Layout, das die Flächendimensionierung und Prozesse optimiert.

Optimierung der Stationsversorgung

Eine zentrale Aufgabe des logistischen Betriebskonzeptes ist die Optimierung der Stationsversorgung. Die

Stationsversorgung beginnt mit der Bedarfs- und Mengenermittlung, es folgt die Bestellung, so dass die Kommissionierung und der Transport zu den Stationen angestoßen werden können, danach das Einräumen und zuletzt die Entnahme. Zur Lösung der Beschaffungsprobleme (kleine, teure Sonderbestellungen oder unklarer Bestellstatus bzw. Verantwortlichkeiten) ist ein transparenter, durchgängiger Prozess zu implementieren. Optimale Bestands- und Bestellmengen müssen kalkuliert und feste Bestellrhythmen und -häufigkeiten festgelegt werden. Der Prozess wird durch entsprechende Technik, EDV-Systeme und durch geschultes Personal unterstützt. Ziel eines Stationsbestellsystems ist die unterstützende Durchführung der Bestellungen von Apotheken-, Lager- und weiteren Artikeln. Wesentlich ist eine einheitliche Bestelloberfläche für alle.

Materialgruppen sowie die Möglichkeit zur Kombination verschiedener Versorgungssysteme der Schrankversorgung (Modulversorgung, Schrankversorgung, freie Lagerung). Zur Entlastung des Pflegepersonals sollten logistische und pflegefremde Tätigkeiten vollständig beim Versorgungs-

assistenten liegen. Lediglich Bestellungen von Sonderartikeln verbleiben aufgrund des notwendigen Fachwissens weiter beim Stationspersonal. Zusätzlich müssen die Bestände im Zentrallager optimiert werden. Die Bestandshöhe wird den Lagerhaltungskosten gegenübergestellt, um Kosteneinsparungen zu ermitteln. Die Ist-Prozesse im Einkauf werden erfasst, Verbräuche und Bestände ermittelt und optimale Bestellmengen und -rhythmen bestimmt. Regelmäßig verbrauchte Artikel können anders als kaum genutzte Artikel, bevorratet werden. Wesentlich hierbei sind Durchläufer, welche nicht im Zentrallager, sondern nur in der Kostenstelle gelagert werden. Die Zentralisierung von Beständen hat den Vorteil Bedarfsschwankungen auszugleichen.

Betrachtung der internen Transportlogistik

Ebenfalls Bestandteil des logistischen Betriebskonzeptes ist die Betrachtung der internen Transportlogistik (Material-, Patienten-, Personal- und Besu-

Zur Person

Dr. Sebastian Wibbeling arbeitet seit 2000 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fraunhofer Institut für Materialfluss und Logistik. 2007 gründete er die Abteilung Health Care Logistics. Seine Arbeitsgebiete umfassen die Planung und Optimierung der Prozesse und Strukturen im Krankenhaus und der Pharma-Branche. Schwerpunkte im Bereich der Krankenhäuser sind die Gestaltung der Stationsversorgung, die Transport- und Lagerplanung sowie übergreifende Prozessgestaltung bis hin zum ganzheitlichen logistischen Betriebskonzept.



cherströme). Vorteile einer Optimierung sind kürzere Wegstrecken, geringere Zeitinanspruchnahme der Mitarbeiter und kürzere Wartezeiten. Von der manuellen Patientenbeförderung, Materialwagen bis hin zum Einsatz von fahrerlosen Transportsystemen (FTS) sind mehrere Optionen anwendbar. Ein FTS wird u. a. für die automatische Ver- und Entsorgung von Speisen, Wäsche, Abfällen verwendet und ist freifahrend in den Fluren und Aufzügen, ohne dabei die Personensicherheit zu gefährden. Eine Möglichkeit zur Verbesserung der Aufzugsauslastung ist die Nivellie-

rung der Belastungsspitzen der Transportströme. Durch die Nivellierung der Transporteinheiten werden ein verbesserter Ressourceneinsatz und ein reduzierter Kapazitätsbedarf ermöglicht. Bei der Glättung der Transportmengen wird zwischen zeit- und zeitunkritischen Materialströmen unterschieden. Zeitkritische Ströme können nur begrenzt auf einen anderen Zeitpunkt gelegt werden (Speisen-Sterilgutversorgung, etc.). Zeitunkritische Transporte hingegen können, abgestimmt mit dem Pflegepersonal, durch eine optimale Prozessplanung früher oder später erfolgen, so dass Transporteinheiten kontinuierlich genutzt werden können.

Einsatz eines zentralen Leitstands

Um im gesamten Bereich des Krankenhauses die Transportsteuerung zu optimieren, ist der Einsatz eines zentralen Leitstands zu favorisieren. Ein zentraler Leitstand ermöglicht eine echtzeitorientierte und effiziente Disposition und Steuerung des Transportpersonals und der Materialströ-

me. Regelmäßige Touren werden ergänzt um Spontan- oder Sondertransporte von Patienten und Material. Der Leitstand verteilt über Regeln und Prioritäten die einzelnen Transporte auf die zur Verfügung stehenden Ressourcen und stellt so eine optimale Auslastung sicher.

Die Logistik ist ein wichtiges Instrument zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit und Qualität eines Krankenhauses sowie für Kosteneinsparungen. Dies beinhaltet die Stationsversorgung, effiziente Transportlogistik, Optimierung der Flächenbedarfe und ein logistisches Betriebskonzept, welches die derzeit wichtigsten Aufgabengebiete darstellt, mit denen ein Krankenhausbetrieb optimiert werden kann. Insbesondere die Erarbeitung eines logistischen Betriebskonzeptes ist in bestehenden Versorgungsstrukturen und bei Neuplanungen notwendig, um Optimierungen wirklich realisieren zu können. Die Neugestaltung muss stromübergreifend erfolgen, um vorhandene Potenziale auszuschöpfen. Eine gut organisierte Logistik ermöglicht, dass sich das Pflegepersonal auf die wesentliche Arbeit mit seinen Patienten konzentrieren kann. ●



Ein Beatmungsbeutel wird zum Meilenstein in der Notfallmedizin

Ambu entwickelt, produziert und vermarktet professionelle diagnostische und lebensrettende Geräte, sowie Trainingsausrüstungen an Krankenhäuser und Rettungsdienste.

Kooperation in der Healthcare Logistik

Weltweit bekannt als Erfinder und Entwickler des Beatmungsbeckens, des Ambu-Beutels, ist der dänische Notfall- und Trainingsgerätehersteller Ambu. An ihrem neuen Healthcare-Standort in Münster verantwortet die Fiege Gruppe jetzt einen großen Teil der europäischen Logistik von Ambu.



Der Ingenieur Holger Hesse gründete 1937 das Testa Labor, welches später Ambu werden sollte. Hesse entwickelte Produkte, deren Anwendung für Patienten und Ärzte einen großen Fortschritt bedeuteten. Das Sicca Hämometer ist das erste Produkt seiner Art, das niedergelassenen Ärzten ermöglichte, den Hämoglobingehalt von Blut zu bestimmen, ohne hierfür eine Blutprobe an ein externes Labor senden zu müssen. Der eigentliche Durchbruch kam 1956, als der Ambu-Beatmungsbeutel – eine gemeinsame Entwicklung mit dem Anästhesisten Henning Ruben – auf den Markt kommt. Der weltweit erste sich selbst mit Luft füllende Beutel für die Beatmung von Patienten ist zugleich ein Meilenstein in der Entwicklung von Geräten für die Notfallmedizin. Der Ambu-Beutel wird zum festen Bestandteil der Krankenhäuser und Notfalldienste.

Ende der 70er Jahre war die Nachfrage nach Ambu-Produkten überwältigend. Ein globales Vertriebsnetz und Vertriebsgesellschaften stärken Ambus Position innerhalb der weltweiten Szene für medizinische Versorgung und Training. Die Produkte werden mittlerweile in zwei Kategorien unterteilt: Wiederbelebung- und Trainingsprodukte.

1986 ändert Testa Laboratory seinen Namen und heißt fortan Ambu International, und nur sechs Jahre später führt eine bereits lange erwartete Börsennotierung dazu, dass Ambu offiziell ein internationales Unternehmen wird. Im Jahr 2001 erwirbt Ambu Medicotest, Europas größten Hersteller von Elektroden. Der Erwerb war verbunden mit einer großen Auswahl an hochwertigen Elektroden, genannt Blue Sensor. Erste Schritte werden eingeleitet, um Ambus Produktion von Dänemark nach Malaysia und China zu verlagern. Zu

diesem Zeitpunkt beginnt Ambu sich mehr auf die Förderung von Geräten für die Einmal-Nutzung zu konzentrieren. Die Medizingemeinde und viele Märkte benötigen Produkte, die sich für den Einweg-Gebrauch eig-

Konzentration auf Geräte zur Einmal-Nutzung

nen, der sich nach und nach zu einem integrierten Bestandteil der Ambu-Strategie entwickelt.

Das Unternehmen Ambu verfügt über drei Geschäftsbereiche: Notfallversorgung, Patientenüberwachung und Diagnostik, Anästhesie- und Beatmungsprodukte. Ambu ist spezialisiert auf Produkte für den einmaligen Gebrauch, wodurch das Unternehmen eine exponierte Stellung >



Notfallversorgung



Patientenüberwachung und Diagnostik



Anästhesie- und Beatmungsprodukte



Produktionsnadel-Roboter



Das Ambu-Headquarters in Ballerup, Dänemark

am Markt einnimmt. In der neuesten Entwicklung hat die Akquisition eines großen amerikanischen Unternehmens (King Systems) einen besonders hohen Stellenwert, da

durch den Erwerb die Anästhesie-Produkte im Portfolio des Gesamtunternehmens bedeutend stärker positioniert sind. Insbesondere das Video-Laryngoskop namens King Vi-

sion ist interessant für Ambu. „Damit entspricht unser gesamtes Produkt-Portfolio für den Anästhesie-Bereich genau dem, was ein Anästhesist benötigt“, sagt Steen Hesthaven, Director Business Unit Anaesthesia bei Ambu.

„Wir haben stets auf unsere bedeutungsvolle Vergangenheit gebaut, indem wir bahnbrechende Ideen voran-

Ambu Daten und Fakten

1937	Dr. Holger Hesse gründet Ambu
1956	Der erste Beatmungsbeutel, der „Ambu Resuscitator“ ist erhältlich
1992	Ambu wird an der Kopenhagener Börse notiert
2000	Ein Teil der Produktion wird nach China ausgelagert
2001	Medicotest, eine Elektrodenfirma, wird in Ambu integriert
2004	Ambu erreicht den höchsten Aktienkurs der letzten zehn Jahre
2005	Neue Produktionsstätte in Penang, Malaysia wird eröffnet
2007	Ambus 70. Geburtstag
2009	Ambu launcht das erste, flexible Einweg-Endoskop, das Ambu aScope
2010	Die Ambu Trainingsgeräte sind ab sofort Wireless verfügbar
2012	Ambu schließt die Übernahme des Elektroden- und Diathermie-Bereichs von Unomedical ab
2013	Ambu erwirbt King Systems, eine weltweit führende Firma im Bereich des Airway Managements

Effiziente Lösungen für das Gesundheitswesen

getrieben haben, um hieraus effiziente Lösungen für das Gesundheitswesen zu entwickeln. Diese Vorgehensweise hat uns dorthin gebracht wo wir heute stehen als eines der weltweit anerkannten Unternehmen für medizinisches Gerät“, erläutert Ambus Präsident und CEO Lars Marcher. ●



daheim.de setzt auf Fiege eCommerce

Das komplette E-Commerce Fulfillment für den jetzt online gegangenen Webshop daheim.de der Möbelhauskette Segmüller verantwortet die Fiege Gruppe. Damit festigt Fiege erneut seine Position als Kontraktlogistik- und E-Commerce-Spezialist.

Mit Segmüller konnte Fiege einen sehr etablierten, traditionellen Möbelhändler als Kunden gewinnen, der als eines der ersten großen Möbelhäuser mit einem professionellen und durchgängigen E-Commerce-Konzept den Online-Markt erschließt. Durch schnelle Verfügbarkeit, hohen Bestellkomfort und stetig erweitertes Produktangebot wollen Segmüller und Fiege eine hohe Kundenzufriedenheit erreichen.

Die zum Start über 3.600 verfügbaren Artikel vom Salzstreuer bis zur Polstermöbel-Garnitur sind alle sofort verfügbar. Das Sortiment von daheim.de besteht zunächst aus den Rubriken „Einrichten“ (Möbel, Polstermöbel, Beleuchtung etc.), „Dekorieren“ und „Haushalt“ (Geschirr, Gläser etc.). Fiege übernimmt dabei die komplette Bandbreite an Dienstleistungen im E-Commerce vom Order Management über Zahlungsabwicklung, Debitorenmanagement, Customer Service bis hin zum Logistikfulfillment.

Durch die Wahl von Fiege als Partner für das E-Commerce-Fulfillment profitiert Segmüller von der langjährigen Erfahrung der Fiege Gruppe im Bereich des Möbelversandhandels unter anderem für Neckermann sowie einer flexiblen hoch integrierten E-Commerce-Lösung aus einer Hand. Damit greifen E-Commerce- und Logistikprozesse ideal ineinander.

Im Fiege Mega Center in Ibbenbüren, in dem bereits E-Commerce-Kunden



anderer Branchen betreut werden, sorgt Fiege auf über 12.000 Quadratmetern Fläche für reibungslose Abläufe. Je nach Produkt erfolgt die Lagerung im Colli, Blocklager oder in einer Fachbodenanlage. Die Anforderungen an den E-Fulfillment-Partner sind aufgrund der teilweise hohen Warenwerte und der Sperrigkeit in der Möbelbranche besonders hoch. Neben einem Multi-Carrier-Konzept inklusive Zwei-Mann-Handling und Montage-Service für die Auslieferung, sind ein hervorragender Customer Service, komfortable Zahlungsmöglichkeiten, ein leistungsfähiges Debitorenmanagement sowie höchste Sorgfalt bei Lagerung und Transport gefordert, um die Kunden zufriedenzustellen und somit Retouren zu

vermeiden. Für ein einwandfreies Shopperlebnis verantwortet Fiege deshalb die komplette Steuerung des E-Commerce-Fulfillments.

„Fiege konnte für Segmüller das Know-how und die Erfahrungen aus Versandhandelslogistik und leistungsfähigen E-Commerce-Prozessen optimal verbinden. Wir freuen uns sehr, dass wir gemeinsam mit Segmüller sozusagen Pionierarbeit für die Branche leisten können. Dank unserer branchenübergreifenden Logistikkompetenz und unserem Fokus auf E-Commerce-Lösungen sind wir für Händler aus den verschiedensten Bereichen gerade im E-Commerce ein interessanter Partner,“ erklärt Felix Fiege, Vorstand der Fiege Gruppe, den Geschäftserfolg. ●



Erfolgreiche Internationalisierung im E-Commerce – eine Frage der richtigen Logistik

Der Online- und Versandhandel zeigt sich seit einigen Jahren europaweit als einer der stärksten Wachstumskanäle für Händler der verschiedensten Güter.

Waren vor einigen Jahren noch Mode- und Elektronikartikel im Bereich E-Commerce die Vorreiter, entdecken jedes Jahr weitere Branchen den Onlinehandel als lohnenden Vertriebskanal, der die Möglichkeiten des reinen Kataloggeschäfts nicht zuletzt aufgrund seiner einfachen Erreichbarkeit über eine Internetseite, seiner Multimedialität in der Produktpräsentation und der möglichen Erschließung internationaler Kundenkreise weit übersteigt. Jedoch birgt gerade die internationale Aufstellung eines Online-Shops für Händler viele Fallstricke. Denn neben den hohen technischen Anforderungen an ein internationales Shop-System gilt es eine Vielzahl rechtlicher,

logistischer und auch kultureller Besonderheiten zu berücksichtigen, die über den Erfolg der Internationalisierungsstrategie entscheiden. Zwar ist eine Internationalisierung innerhalb der EU-Mitgliedsstaaten durch vermehrt EU-weit geltende Regelungen zumindest aus rechtlicher Sicht bereits etwas einfacher geworden, betrachtet man allerdings Länder außerhalb des EU- und Euro-Geltungsbereichs, wie z.B. den deutschen Nachbarn und Nicht-EU-Mitglied Schweiz, erhöht sich die Komplexität u.a. durch Zollbestimmungen oder auch die lokale Rechtsordnung, die im B2C-Bereich für den jeweiligen Landeshop gültig ist, deutlich. Deshalb ist eine Anpassung der AGBs an die nationalen Gesetze nötig, da sich der Endkunde im B2C-Bereich auf sein Heimatrecht berufen wird.

Statt sich also von den vermeintlich lockenden Kundenmengen in den Nachbarländern vorschnell zu diesem Schritt verleiten zu lassen, sollten die Entscheider eines Online-Händlers die Gegebenheiten in den in Frage kommenden Ländern genau analysieren und bei der Festlegung ihrer Internationalisierungsstrategie auch die Fähigkeiten der bestehenden oder potenziellen Partner und Dienstleister genau prüfen. Insbesondere Logistikdienstleister haben in den vergangenen Jahren das Angebot an Dienstleistungen erweitert, um die Anforderungen des E-Commerce zu erfüllen und durch Multichannel, Cross-Channel und Cross-Border-Lösungen für ihre Kunden echte Mehrwerte zu generieren. Ein Logistikdienstleister, der wie Fiege auf diese Bereiche spezialisiert ist, kann bei der Internationalisierungsstrategie über rein logistische Fragen hinaus ein wertvoller Partner sein.

Was es zu bedenken gilt und wie Lösungsmöglichkeiten für eine Internationalisierung aussehen können, wird im Folgenden am Beispiel der Schweiz dargestellt. Da die Schweiz aufgrund der räumlichen, sprachlichen und kulturellen Nähe und der wirtschaftlich guten Verfassung von vielen deutschen Unternehmen als lukrativer Markt wahrgenommen wird, gleichzeitig aber aufgrund der fehlenden EU-Mitgliedschaft im Vergleich zu den restlichen Nachbarn ein Sonderfall ist, lassen sich die Herausforderungen der Internationalisierung gut darstellen.

Herausforderungen der Internationalisierung

Dabei überschneiden bzw. bedingen sich technische, rechtliche und logistische Besonderheiten häufig. Schwerpunkt der Betrachtungen werden die logistischen Herausforderungen sein, ohne dabei zentrale Herausforderungen auf anderen Ebenen auszublenden.

Dreh- und Angelpunkt für den Endkunden ist der Online-Shop selbst.



Hier sind bei Internationalisierungsvorhaben einige Veränderungen notwendig. Zunächst muss in der Regel eine sprachliche Anpassung stattfinden.

Hier gibt es zwei Möglichkeiten. Der Händler kann neben der deutschen lediglich eine englischsprachige Version anbieten oder er entscheidet sich für eine Version in der jeweiligen Landessprache. Beim Fall Schweiz muss sich der Händler im Klaren sein, dass in der Schweiz drei Sprachen existieren (Deutsch, Italienisch, Französisch). Diese lokalen Besonderheiten müssen sich in der Vorbereitung des Webshops wiederfinden. Diese Rücksichtnahme auf kulturelle Eigenarten kann die Annahme des Shops und dessen Bewertung durch die Kunden positiv beeinflussen. Auch bei der Organisation des Customer Care müssen die landessprachlichen Gegebenheiten berücksichtigt werden.

Ein anderer wichtiger Punkt gerät durch den Euro immer häufiger in Vergessenheit: Das Shop-System muss verschiedene Währungen unterstützen! Im Beispiel der Schweiz ist ein Angebot in Schweizer Franken notwendig. Dabei darf sich die Mehrwährungsfähigkeit nicht auf die reine Anzeige in Landeswährung auf der Homepage beschränken. Das System muss z.B. in der Lage sein, die lokalen MwSt.-Sätze differenziert zu berech- >

nen und über die Middleware entsprechende Schnittstellen für den Gesamtprozess bereithalten (z.B. zum Payment, Debitorenmanagement). Die Middleware ermöglicht den Datenaustausch zwischen ansonsten entkoppelten Softwaremodulen. Während durch den Euro in Europa nur noch relativ wenig verschiedene Währungen existieren, ist die Situation bei den Zahlungsmethoden auch

Verschiedene lokale Dienste für elektronische Bezahlung

innerhalb des Euro-Raums äußerst heterogen. Wer hier die entsprechenden Methoden nicht anbietet, verliert schnell einen potenziellen Kunden. Neben den verschiedenen etablierten Kreditkarten, gibt es gerade beim elektronischen Bezahlen verschiedene lokale Dienste wie z.B. in Frank-

reich, Österreich und Großbritannien, die äußerst beliebt sind (siehe Tabelle Zahlungsarten in Europa).

Knackpunkt der Internationalisierung und Kernkompetenz der Logistikdienstleister bleibt jedoch immer noch die Frage: Wie gelangt die Ware schnell, zuverlässig und preiswert zum Kunden? Und wie gelangt sie bei Nichtgefallen wieder schnell und unkompliziert zurück zum Versender und das Geld zurück zum Kunden?

Denn während die Funktionalität und das Design des Web-Shops darüber mitentscheiden, ob ein potenzieller Kunde zum Erstkunden wird, entscheidet eine reibungslose und schnelle Logistik darüber, ob ein Kunde erneut bestellt und sein Einkaufserlebnis positiv bewertet.

Gerade im Cross-border-Transport in Nicht-EU-Länder wie der Schweiz können Logistikspezialisten durch ihre Logistiksysteme für entscheidende Wettbewerbsvorteile für den Kunden sorgen. Hier spielt z.B. das Thema Zoll eine tragende Rolle, das schnell zu Verzögerungen bei der Zustellung

führen kann. Idealerweise übernimmt ein kompetenter Logistikdienstleister die gesamte Steuerung der Prozesse und Partner und reduziert damit die Zahl der Ansprechpartner für den Auftraggeber.

So erfolgt bei Fiege die gesamte Zollabwicklung mit eigenen und erfahrenen Zolldeklaranten und entsprechenden Softwaremodulen. Es werden u.a. alle Stammdaten zu den Artikeln (inkl. Deutscher und Schweizer Zolltarifnummer sowie Kundenstammdaten) zu den Aufträgen und den Kunden gesammelt, ergänzt und konsolidiert verarbeitet. Dies vereinfacht die Verzollung und es können durch den geringeren Aufwand Kosten reduziert werden.

Sammelverzollung für alle Schweizer Kunden

Wenn die Verzollung in die Schweiz auf Sendungsebene (Endkundenverzollung) erfolgt, d.h. wenn eine Verzollung vom deutschen Shopbetreiber an Schweizer Endkunden durchgeführt würde, entstünde ein immenser Aufwand und sehr hohe Kosten. Außerdem müsste der Endkunde die Zollgebühren zahlen. Deshalb sollte der Shopbetreiber über eine eigene Firma in der Schweiz verfügen, damit eine Sammelverzollung aller Sendungen für die Schweizer Kunden beim Versand- bzw. Retourprozess des deutschen Shopbetreibers über die Schweizer Dependance erfolgen kann. Die Schweizer Niederlassung tritt in der Folge als Verkäufer auf und versendet die einzelnen Bestellungen der Kunden samt Einzelrechnungen an die Schweizer Endkunden.

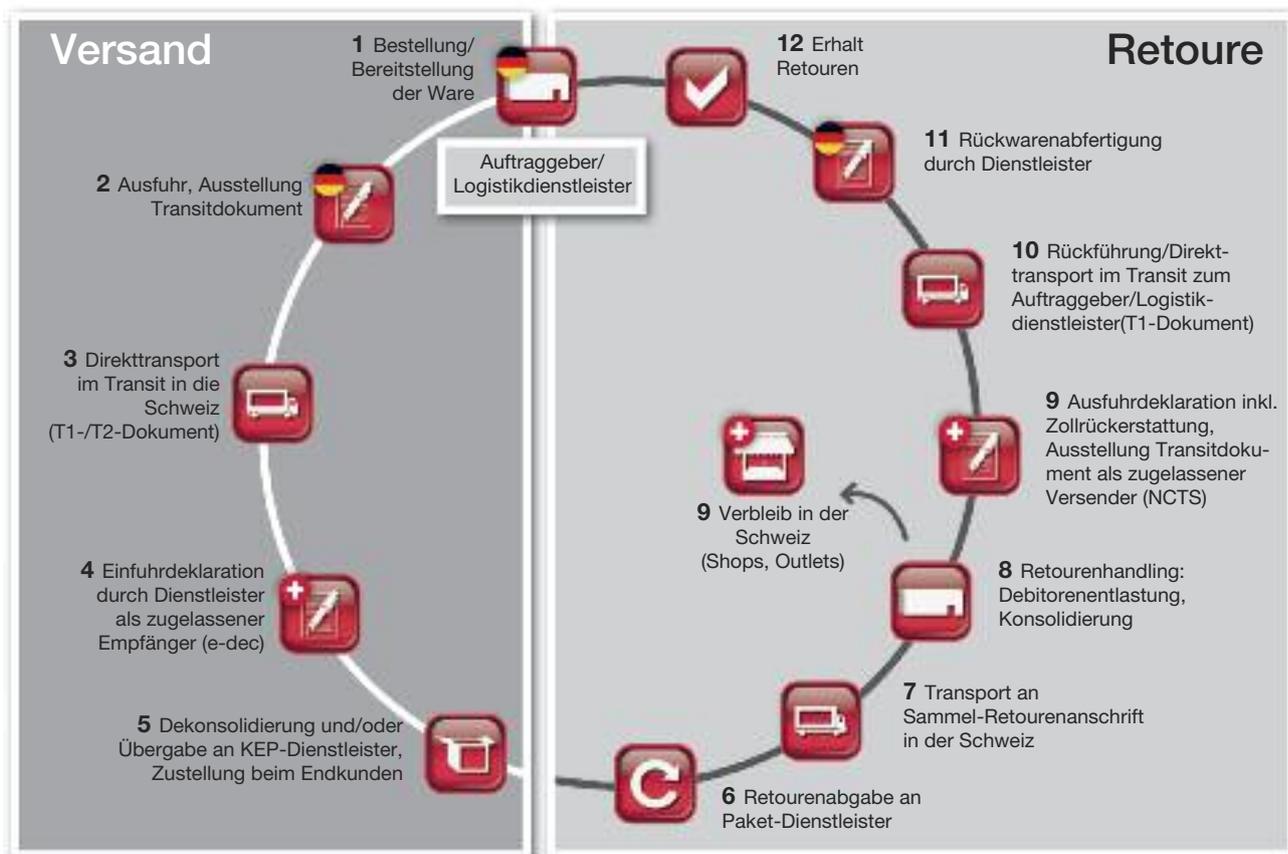
Ein weiterer Vorteil der Organisation der Sendungen über eine eigene Schweizer Niederlassung liegt in

Zahlungsarten Europa

International generell:	Kreditkarte (VISA, Mastercard, Amex), PayPal
Österreich:	EPS (Onlineüberweisungsverfahren), Maestro (Debitkarte), Lastschrift, Rechnung
Schweiz:	PostFinance Card (Debitkarte), PostFinance E-Finance (Onlineüberweisungsverfahren), Rechnung
Frankreich:	Carte Bleue/Carte Bancaire (Debitkarte), Schecks
Großbritannien:	Maestro (Debitkarte)
Benelux:	iDEAL (Onlineüberweisungsverfahren)
Deutschland:	Lastschrift, Rechnung, Sofortüberweisung/giropay (Onlineüberweisungsverfahren)
Polen:	Przelewy24 (Onlineüberweisungsverfahren), Nachnahme
Russland:	Webmoney (eWallet), Yandex (eWallet)
Skandinavien:	Dankort (Debitkarte), Nordea (Onlineüberweisungsverfahren), Rechnung
Italien:	Carta Si (Debitkarte), Nachnahme
Osteuropa generell:	Nachnahme

Versandhandels- und Retourenlogistik

Leistungsspektrum FIEGE



Organisation, Abwicklung und Überwachung der Transporte durch Fiege oder einen Partner.
Option: Fiskalvertretung kann bei Bedarf durch Fiege organisiert werden

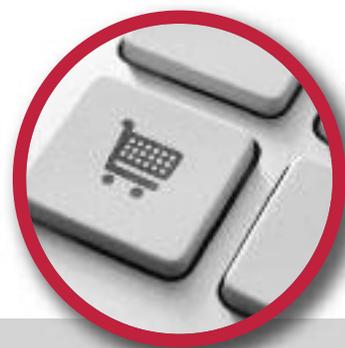
der Mehrwertsteuer begründet. Die schweizerische Mehrwertsteuer von acht Prozent bzw. der reduzierte Mehrwertsteuersatz von 2,5 Prozent (z.B. bei Büchern) darf nur auf der Rechnung aufgeführt und auch wieder vom Schweizer Fiskus (Retouren) erstattet werden, wenn der deutsche Versender (Shopbetreiber) über eine schweizerische Steuernummer verfügt. Um diese zu erhalten, ist eine Niederlassung in der Schweiz nötig. Die Schweiz ist außerdem neben Russland das einzige Land in Europa, in dem für die Verzollung nicht der Wert der Ware relevant ist. Entscheidend für den Zoll ist in der Schweiz das Gewicht der Sendung. Deshalb

müssen Händler Artikelstammdaten bereithalten, die Aussagen über das Gewicht der Waren ermöglichen. Da diese Art der Zollberechnung in Europa untypisch ist, haben viele Händler diese Daten oft nicht verfügbar.

Will der Händler keine eigene Niederlassung in der Schweiz etablieren, kann der Shopbetreiber die Möglichkeit der fiskalischen Vertretung nutzen, um in den Genuss der oben beschriebenen Vorteile zu kommen. Diese Fiskalvertretung übernimmt auch Fiege. Der Fiskalvertreter erstellt anhand der Buchhaltung des Kunden die vierteljährlichen Mehrwertsteuerabrechnungen und über-

nimmt die mehrwertsteuerliche Vertretung gegenüber der eidgenössischen Steuerverwaltung. Der Fiskalvertreter trägt zwar keine Haftung für allfällige Steuerschulden, jedoch trägt er die Verantwortung für die korrekte Abrechnung und Administration der Mehrwertsteuer.

Die Vorteile einer Fiskalvertretung liegen damit klar auf der Hand: >



Zur Person

Vinko Castrogiovanni ist Mitglied der Geschäftsleitung Fiege Logistik (Schweiz) AG und Head of Business Development Switzerland and Far East.



1. Sammelverzollung möglich statt Verzollung auf Endkundenbasis.
→ Kosten für die Verzollung fallen pro Ausfuhr/Einfuhr an, und dies unabhängig von der Anzahl Pakete.
2. Mit dem Fiskalvertreter führt der Kunde im eigenen Namen in die Schweiz ein, zahlt die Einfuhrumsatzsteuer an den Zoll und stellt dem Endkunden die Schweizer Mehrwertsteuer in Rechnung.
→ Der Schweizer Endkunde erlebt den Kauf, als wenn er die Ware bei einem Schweizer Lieferanten bezieht: Der Endkunde muss keine Zölle bezahlen und der Mehrwertsteuersatz auf der Rechnung beträgt acht Prozent bzw. 2,5 Prozent.
Generell sollte sich ein Händler, der den Schweizer Markt beliefern will, unbedingt steuerrechtlich beraten lassen.

Neben der schnellen Belieferung ist angesichts hoher Retourenquoten (in der Fashion-Branche teilweise über 50 Prozent) eine schnelle und unkomplizierte Retourenabwicklung von großer Bedeutung. Dies hat zwei Gründe: Erstens muss der Händler die retournierte (wieder verkaufsfähige) Ware nach eingehender Prüfung schnell wieder im Bestand haben, um sie erneut verkaufen zu können. Zweitens will er den Kunden nicht durch lange Wartezeiten auf die Gutsschrift der zurückgesendeten Waren verärgern.

Im Bereich der Retouren könnte sich ein Händler z.B. dafür entscheiden, die Distribution zwar über ein zentrales Distributionslager zu organisieren, für die Retourenabwicklung allerdings auf regionale Retourenlager setzen. Alternativ könnte er beides über das Zentrallager laufen lassen oder sowohl Distribution als auch Retouren in regionalen Lagern organisieren. Die Organisation über regionale Retourenlager kann dem Händler eine Reihe von Vorteilen bringen: Zunächst einmal können lokale Mitarbeiter, die die Landessprache sprechen, oftmals die Begründung von Retouren besser verstehen und somit einordnen. Dies ist z.B. für eine Ana-

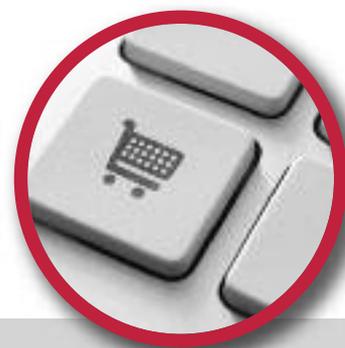
Retouren kommen in ein Schweizer Lager

lyse der Retourendaten wertvoll. Werden die Retouren in unserem Beispiel an ein Schweizer Lager geschickt, können bereits in der Schweiz die Warenprüfung und Aufnahme der Ware ins System erfolgen und damit auch eine schnelle Rückvergütung des Endkunden. Des Weiteren kann die Ware in der Schweiz bereits wieder aufbereitet werden. Hier kann die Reaktionsschnelligkeit des Händlers bzw. letztendlich des Lo-

gistikers ebenfalls darüber entscheiden, ob ein Endkunde ein zweites Mal bei diesem Shop bestellt. Je nach Aufstellung des Online-Händlers kann dann im Nachgang gebündelt die Ausfuhr an das Zentrallager in der EU erfolgen (mit den bereits genannten Vorteilen bei der Zollthematik) oder der Wiederverkauf der Ware über ein regionales Lager in der Schweiz oder andere Verkaufskanäle (Shops, Outlets, etc.) erfolgen.

An dieser Stelle wird deutlich, dass Logistiker nicht nur Warenströme, sondern auch Informationsflüsse organisieren. Deshalb ist es sinnvoll, dass Logistiker im Bereich E-Commerce möglichst ganzheitliche Lösungen anbieten. Die Systeme des Logistikers müssen über Schnittstellen zu den ERP-Systemen des Kunden verfügen, die möglichst eine Datenübernahme in Echtzeit ermöglichen. Sobald eine Retoure vom Logistiker überprüft und vereinnahmt wurde, muss das Online-Shopsystem diese Info für z.B. die Lagerbestände bekommen und es muss eine Debitorenentlastung im System erfolgen.

Mit erfahrenen Partnern ist der erfolgreiche Schritt in die Internationalisierung eines Online-Shops unter anderem eine Frage der Planung und der genauen Kenntnis der eigenen Strategie. Für die Organisation der Prozesse sollte rechtzeitig ausreichend Zeit eingeplant werden, um die am besten passende Lösung zu finden. Denn nachträgliche Veränderungen an den Systemen sind zwar meistens möglich, allerdings in der Regel mit hohen Kosten und Zeitverlusten verbunden. ●





Mit einem eingespielten Team meistert Fiege am Standort Erfurt die Logistik für alle Online-Shops von Media-Saturn.



Stürmische Entwicklung des E-Commerce-Geschäfts

Von Speicherkarten und USB-Sticks über Tablet-PCs zu Smartphones bis zu großen 3D-LED-Flachbildschirmen sowie „Weißer Ware“ – über 30.000 verschiedene Artikel aus der bunten Elektronik- und Technikwelt von Media Markt und Saturn werden mittlerweile über die Online-Shops im Internet verkauft und ab dem Fiege Standort Apfelstädt bei Erfurt an die Endkunden in ganz Deutschland geliefert.

Die Zusammenarbeit zwischen Fiege und dem Elektrofachhandelsunternehmen Media-Saturn in der E-Commerce-Logistik begann bereits 2010 in den Niederlanden und Österreich. Seit 2011 organisiert die Fiege Gruppe die B2C-Logistik von Media-Saturn in Deutschland, und in diesem Jahr erweiterte sich die Kooperation auf Belgien. Fiege zeichnet dabei für die gesamte Produktpalette aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Entertainment, Neue Medien und Haushaltsgeräte verantwortlich und erlebt eine stürmische Entwicklung in diesem E-Commerce-Geschäft.

Media-Saturn ist in Deutschland seit Jahren die Nummer Eins im Elektro-

fachhandel. Das Unternehmen erwirtschaftete 2012 hierzulande einen Umsatz von rund 9,6 Milliarden Euro. Mit den Vertriebsmarken Media Markt und Saturn ist die deutsche Landesgesellschaft insgesamt an mehr als 400 Standorten vertreten und beschäftigt rund 23.300 Mitarbeiter.

Das stationäre Geschäft der Elektrofachmärkte beider Marken ist dabei eng mit dem jeweiligen Online-Geschäft verzahnt. So kann der Kunde beispielsweise im Internet gekaufte Produkte bei entsprechender Verfügbarkeit noch am gleichen Tag in den Märkten abholen, dort umtauschen oder reparieren lassen.

„Unser E-Commerce-Geschäft wächst seit dem vierten Quartal 2012 rasant und übersteigt in diesem Jahr bereits

das Volumen des Vorjahres um ein Vielfaches“, sagt Michael Schirmaier, Niederlassungsleiter am Standort Erfurt.

„Durch unsere geografische Lage in der Mitte Deutschlands und unschlagbare Cut-off-Zeiten haben wir in Erfurt beste Voraussetzungen für solche Geschäfte. Und mit der erst kürzlich erfolgten Vertragsverlängerung für Media Markt und Saturn konnten jetzt weitere wichtige Investitionen in Lager-, Verpackungs- und Fördertechnik sowie IT-Entwicklungen am Standort frei gegeben werden. Diese neuen Anlagen und Prozesse werden bereits im September operativ gehen, um das weitere Wachstum und das Weihnachtsgeschäft erfolgreich bewältigen zu können.“ ●

E-Commerce-Lösungen in China für die Fashionindustrie

Chinas dynamischste Metropole, eine Vielzahl von Fashion-Ausstellern, unzählige Besucher und ein Logistikdienstleister: Das alles vereinte die diesjährige Fashionmesse „Novomania“ im Juli in Shanghai, an der Fiege Far East mit einem anziehenden Konzept und einem internationalen Team aus Logistikexperten teilgenommen hat.



Full Service eCom für China

- Order Management
- System Qualitätsprüfung
- Pick, pack und Versand
- Store und Channel Management
- Finanz- und Kundenservice

Mit der Inbetriebnahme von zwei dezidierten Konsolidierungszentren in Shanghai und Shenzhen im vergangenen Jahr hat Fiege erfolgreich den chinesischen Textillogistikmarkt betreten. „Unser strategischer Fokus liegt auf der Entwicklung von nationalen Lösungen für die Fashionindustrie“, gibt Hannes Streeck, CEO von Fiege Far East, als ambitionierte Richtung vor. In diesem Zusammenhang spielt E-Commerce eine entscheidende Rolle: Das Online-Fashiongeschäft wächst jährlich

mit über 30 Prozent. Schon heute ist China mit 145 Millionen Menschen nach den USA das Land mit den meisten Online-Shoppers.

Fiege zeigt großes Verständnis für die lokalen Besonderheiten

Fiege Far East hat ein attraktives Produkt für den chinesischen Fashionmarkt entwickelt, von E-Commerce-Leistungen über Lagerungen

und Abwicklung für B2B- und B2C-Kunden bis hin zu See- und Luftfrachtsendungen. Die Kombination aus europäischer Textil- und E-Commerce-Experte und einem chinesischen Netzwerk mit umfangreichem Verständnis für die lokalen Besonderheiten ergibt eine effiziente Lösung für die Herausforderungen dieses spannenden Marktes. Um der Fashionwelt das neue Leistungsportfolio und die aktuellen Trends chinesischer Textillogistik zu zeigen, hat Fiege als exklusiver Logistikdienstleister vom 17. bis 19. Juli an der Fa-

NOVOMAN

shionmesse Novomania teilgenommen.

Seit 2010 findet diese Messe jährlich in Shanghai statt und hat sich zu einer der führenden Fashionmessen in China entwickelt, die Urban Fashion-Marken, Einkäufern, Warenhäusern und Immobilienmaklern eine gemeinsame Plattform bietet, um internationale Marken und Konzepte nach China zu bringen. Mango, River Woods, Dickies und viele andere – über 100 Unternehmen haben ausgestellt und ihre neuesten Kollektionen und Vertriebskanäle präsentiert. Besucher – unter anderem Großhändler, Franchisenehmer, Warenhausketten und weitere Einkäufer – wurden



„Hingucker“ der Messe waren die Fiege-Models.

von den neuesten Trends der Fashionwelt angezogen und begeistert. Und ein Trend wurde dieses Jahr exklusiv von Fiege angeboten: Textil- und E-Commerce-Logistik für einen der schnelllebigsten Märkte der Welt.

Fiege begeistert mit ausgefallener Mode und innovativen Konzepten

Mit einem internationalen Team unter der Leitung von Elisabeth Bröring, Key Account Manager Fashion & E-Commerce in China, und einem aufsehenerregenden Marketingkonzept, hat Fiege für Aufmerksamkeit sorgen können und viele interessante Kontakte geknüpft.

Während der gesamten Ausstellungsdauer lief ein professioneller Fotograf begleitet von drei Models in Kleidern aus Pappe über das Gelände. Unter dem Motto „Logistics must fit“ wurden Fotos von Besuchern und Ausstellern mit den Models geschossen und direkt an den Fiege-Stand gesendet, mit der Einladung vorbeizukommen, um die Bilder zu drucken, zu

verschicken oder zu posten. Am Stand wurden sie von unserem Team begrüßt, und viele interessante Diskussionen über die Herausforderungen der Fashionbranche in China entstanden. „Wir haben viele interessierte Menschen kennengelernt und gemerkt, dass wir mit unserem Ansatz und unserer neuen Lösung genau den Nerv der europäischen und chinesischen Unternehmen getroffen haben. Die Werte, die uns in Europa auszeichnen, möchten wir auch in China etablieren: Schnelligkeit, Qualität und Zuverlässigkeit“, fasst Martin Rademaker, Sektormanager Fashion der Fiege Gruppe, die drei Tage zusammen.

Mit seiner gelungenen Mischung aus Logistik und Fashion hat Fiege einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Die Models im Fiege-Dress waren die „Hingucker“ der Messe. Über 4000 Fotos wurden geschossen, hunderte Visitenkarten ausgetauscht und ein Eindruck ist nachhaltig geblieben: Fiege Far East hat die Sorgen und Wünsche der nationalen und internationalen Fashionunternehmen in China verstanden und bietet attraktive Lösungen an. ●

IA NOVOMANIA NOVOMANIA NOVOMANIA



Ein perfektes Fiege-Team stand für alle Fragen der zahlreichen Besucher auf der Novomania zur Verfügung.



Struik Foods kooperiert in Rangsdorf mit Fiege

Zwischen 10.000 und 12.000 Paletten, beladen mit Dosensuppen, -sauce und fertigen Dosen-Mahlzeiten des niederländischen Unternehmens Struik Foods, füllen einen Teil des großen Fiege-Lagers am Standort Rangsdorf.

Mehr als 60.000 Paletten mit den Struik Foods Produkten werden von hier aus jährlich in Sammelgut-, Teil- und Komplettlösungen in ganz Deutschland distribu-

iert. Mit der Übernahme des logistischen Geschäfts für die Struik Foods Deutschland GmbH im März 2013 konnte Fiege die in Rangsdorf vorgegebenen Logistikstrukturen im FMCG-Bereich für seine Bestandskunden Nestlé, Underberg/Hardenberg und Mondeléz nutzen und erweitern. Die Lagerung erfolgt innerhalb vorhandener Lagerbereiche, die durch zusätzliche Regale ergänzt wurden, sowie in bestehenden Automatiklagern. Zu den bekanntesten Markennamen von Struik Foods zählen Sonnen Bassermann, Struik und Ye Olde Oak.

Struik Foods Deutschland ist im brandenburgischen Beelitz ansässig, und damit in unmittelbarer Nähe zum Logistikzentrum Rangsdorf. „Das ist natürlich von großem Vorteil für unseren Kunden, da lange Transportwege zum und vom Logistikzentrum aus entfallen“, sagt Susanne Pauli, Niederlassungsleiterin in Rangsdorf.

Fiege selbst nutzt die jetzt entstandenen Synergien im Transport durch höhere Transportauslastung und Inbounds. Auch die größere Auslastung der bestehenden Lagerinfrastruktur

Zusätzliche Synergien im Transport

ist ein positiver Effekt der neuen Kundenbeziehung.

Ein besonders erfreuliches Ergebnis dieses Neugeschäfts und auch ein Anliegen der Geschäftsführung von Struik Foods Berlin ist die möglich gewordene Integration von insgesamt 16 Mitarbeitern der ehemaligen Fiege Niederlassung Brieselang, die jetzt ein speziell geschultes und bewährtes Logistikteam für die Niederlassung Rangsdorf bilden. ●



Sonnen Bassermann zählt zu den bekanntesten Marken von Struik Foods.

Fiege bringt den guten Ton von Foster ins Auto

Die Fiege Gruppe hat ihre Position auf einem ihrer Fokussektoren für Logistiklösungen, dem Bereich Electronics/High Tech, deutlich verstärkt: Seit Ende letzten Jahres kooperiert Fiege mit Foster Electric (Europe) GmbH, der Tochtergesellschaft der japanischen Unternehmensgruppe Foster Electric Company Ltd., zur Versorgung von Produktionsstätten der Foster-Kunden in Europa.

Foster ist mit einem breiten Produktportfolio unter anderem Produzent innovativer Lautsprechersysteme höchster Qualität für die Automobilindustrie. Für aktuelle Baureihen namhafter Hersteller beauftragte Foster die Fiege Gruppe mit der internationalen Logistikabwicklung und Distribution ihrer Produkte. Fiege steuert den gesamten Warenfluss ab Übernahme der Container am Hamburger Hafen. „Foster hat sich bewusst für Fiege als Logistikkdienstleister entschieden, weil eine reibungslose Logistik- und Distributionskette neben der hohen Qualität unserer Technologien letztlich entscheidend für den Erfolg unserer Kunden ist“, sagt Sven Ericke, Logistikleiter der Foster Electric (Europe) GmbH. „Wir suchten einen weltweit agierenden, verlässlichen Partner, der den hohen Anforderun-

gen an Zulieferer von Automobilherstellern gewachsen ist. Diesen Wunschpartner haben wir mit Fiege gefunden.“ Das Fiege Mega Center Hamburg bietet ideale Voraussetzungen als Dreh- und Angelpunkt der Supply-Chain für die aus Asien und Nordamerika importierten Produkte. Zunächst wer-

den die Produkte im Logistikzentrum auf Vollständigkeit, Qualität und Funktion geprüft. Erst danach werden die Lautsprecher einzeln in die herstellerspezifischen Wechselbehälter (KLT) umgepackt und Just-in-Time an die jeweiligen Produktionsstätten distribuiert. ●

FOSTER Electric Company Ltd.

Seit Gründung im Jahr 1949 hat die Foster Unternehmensgruppe mit Stammsitz in Tokyo, Japan, als Spezialist für exzellenten Klang eine breite Palette von Innovationen im Kernbereich der akustischen Wandler geschaffen. In den letzten Jahren hat eine riesige Auswahl von weltweit produzierten innovativen Foster-Produkten den Trend

der Digitalisierung von Ton prägend mit voran getrieben.

Die Foster Unternehmensgruppe erwirtschaftete in 2012 weltweit einen Umsatz in Höhe von 1,0 Milliarden Euro mit rund 67.000 Mitarbeitern.



Im Mega Center Hamburg wird der Warenfluss reibungslos gesteuert.



Wachstum und Erweiterung statt Leerstand

Was ursprünglich als Warenverteilzentrum für nur einen Kunden geplant und errichtet wurde, ist heute ein Multi-User-Center mit Schwerpunkt auf E-Commerce, Fashion und Tapeten, das mehr als ein Dutzend verschiedener Kunden bedient: das Fiege Mega Center Ibbenbüren.

1 992 offiziell eingeweiht setzte das – damals noch „Warendienstleistungszentrum“ genannte – Lager einen Meilenstein in der Geschichte der Fiege Gruppe. Und das Konzept wurde bereits ein Jahr nach seiner erfolgreichen Implementierung von der Bundesvereinigung Logistik e.V. mit dem Deutschen Logistikpreis ausgezeichnet.

Angefangen hat alles mit der Kaufhauslogistik für Karstadt: Auf einer logistischen Nutzfläche von rund 135.000 Quadratmetern wurden die Aktionswaren in bis zu 700 Einzelaktionen jährlich abgewickelt. Das Aufgabenspektrum umfasste die Aktionsplanung, Warenannahme, Wareneingangskontrolle, Einlagerung, Preisauszeichnung, Kommissionierung, das Verpacken und die Transportsicherung, Zwischenlagerung bis zum Versandzeitpunkt sowie die Verladekontrolle und die Beladung der

Bahnwaggons im eigenen überdachten Bahnhof beziehungsweise der Lkw für die gesamten Konzernfilialen. 60 bis 70 Prozent des Warenausgangs wurden damals über die Bahn abgewickelt.

„Heute können wir leider kaum noch mit der Bundesbahn arbeiten, dazu ist der Schienenverkehr einfach nicht flexibel und schnell genug“, erklärt Christoph Mangelmans, Niederlassungsleiter am Standort Ibbenbüren. Der damals noch als beispielhaft bezeichnete eigene Bahnanschluss erwies sich in der späteren Praxis als wenig nutzbar. „Wir sind inzwischen ein sehr textillastiger Standort, darum ist die Durchlaufzeit der Waren gering. Das Fashiongeschäft dreht sich sehr schnell, die richtige Ware muss zur richtigen Zeit im Shop sein. Werden zum Beispiel T-Shirts zu spät geliefert, können diese nur noch mit Abschlägen über den Sale verkauft werden. Deswegen ist die Zeit zwi-

schen Produktion und Auslieferung ganz entscheidend.“ Und da erweist sich der Lkw-Verkehr doch als weit besser einsetzbar mit erheblich kürzeren und flexibel zu gestaltenden Laufzeiten. Heute sind die Bahnschwellen im Mega Center überbühnt, das schaffte rund 8.000 Quadratmeter zusätzliche Flächen, und ein Rückbau ist jederzeit möglich.

E-Commerce als weiterer Schwerpunkt

Für die weltbekannte Modemarke Esprit verantwortet Fiege bereits seit 2002 große Teile der logistischen Abläufe. Nach Fertigstellung des neuen Esprit-Lagers in Mönchengladbach begann der Umzug: Nach und nach werden bis Ende dieses Jahres alle Esprit-Divisionen nach Mönchen-



Auf einem großen Bildschirm im Lagerbereich werden die Leistungskennzeichen abgebildet.

gladbach verlagert. Aber von einem Leerstand kann nicht die Rede sein. „Das Gegenteil ist der Fall“, sagt Christoph Mangelmans, „wir haben rechtzeitig auf den E-Commerce-Handel als weiteren Schwerpunkt gesetzt sowie auf das Wachstum und die Erweiterung unserer Bestandskunden.“ Vier große Bereiche bedient das Mega Center heute: Textil, Möbel, Ersatzteile und Tapeten.

Das B2C-Geschäft, die direkte Belieferung des Internet-Endkunden, nimmt immer mehr an Bedeutung zu. Diesen Wandel hat die Fiege Gruppe rechtzeitig erkannt und sich darauf eingestellt. Heute organisiert

Fiege am Standort Ibbenbüren die Abwicklung des Online-Shops von Segmüller, eine der größten Möbelhausketten in Deutschland. Weitere neue E-Commerce-Kunden kommen aus dem Fashionbereich und der Ersatzteillogistik wie zum Beispiel Grohe. Für Bestandskunden wie Mexx, Liebeskind und Naketano aus der Fashionbranche wurde die Logistik auf das B2C-Geschäft ausgeweitet.

„80 Prozent aller Kundenanfragen bewegen sich heute im Bereich E-Commerce und Internetshop, das heißt für uns, weniger Belieferung des Handels, hin zur direkten Belieferung des Endkunden, der übers Inter-

net bestellt,“ erklärt Mangelmans. Und die Wareneingangsmenge aller B2C-Geschäfte beläuft sich inzwischen auf bis zu 25.000 Aufträge (Kartons), die täglich von Ibbenbüren aus versandt werden. Im Lagerbereich wurde ein Bildschirm aufgestellt, auf dem für alle Mitarbeiter sichtbar die Leistungskennzahlen abgebildet werden. Die Daten aus dem Lagerverwaltungssystem werden viertelstündlich aktualisiert, um den Mitarbeitern den Arbeitsfortschritt grafisch zu visualisieren.

Gelungen ist dieser Wandel, der den nachhaltigen Erfolg des Mega Centers Ibbenbüren garantiert, mit Hilfe eines

Eine reife Team-Leistung

ausgezeichneten Mitarbeiterstamms. „Unser Team hat den Wechsel mit vollzogen und auch die damit verbundene mentale Umstellung geschafft. Das war eine reife Leistung, die wir hoch anerkennen“, lobt der Niederlassungsleiter. ●



Bis zu 25.000 Aufträge werden täglich im B2C-Geschäft von Ibbenbüren aus bearbeitet.

Berufsbekleidung aus dem Netz

Mit der Übernahme des gesamten E-Commerce Fulfillments für den Workwear-Spezialisten Bierbaum-Proenen GmbH & Co. KG unterstreicht Fiege seine Wachstumsambitionen im elektronischen Handel.



Mit der Inbetriebnahme einer eigens für Bierbaum-Proenen entwickelten automatisierten Sortierlösung mittels eines Taschensorters, zeigt die Fiege Gruppe außerdem ihre hohe Kompetenz und Innovationsfähigkeit im Kernsektor Fashion Logistik.

Neben der Übernahme des kompletten Fulfillments inklusive Retourenbearbeitung für den Online-Shop von Bierbaum-Proenen, zeichnet Fiege mit seiner integrierten E-Commerce-Lösung auch für das Order Management, das Debitorenmanagement sowie die Payment-Prozesse und das Kundenmanagement verantwortlich. Dank des modularen Aufbaus des Fiege E-Commerce-Systems können Kunden die benötigten Module völlig

frei wählen. Die Geschäftserweiterung schließt sowohl die B2B- als auch B2C-Abwicklung des Online-Geschäfts ein. Im ersten Schritt startet der Online-Shop für Deutschland und Österreich. In 2014 folgten weitere

Kompetenz in der Fashion Logistik und im E-Commerce

Länder. Sowohl private wie auch gewerbliche Kunden erreichen den neuen Shop unter www.bp-online.de. In Zusammenarbeit mit den Firmen Dürkopp und Erhardt & Partner wurde am Fiege Standort Greven, an dem Bierbaum-Proenen seit 1998 Kunde von Fiege ist, eine exklusive Sortier-

lösung für Liegeware entwickelt, die perfekt an die Logistikprozesse des Herstellers von Berufsbekleidung angepasst ist. Dank der innovativen Taschensorter-Lösung können die B2B- und B2C-Bestellungen aus einem Bestand bedient werden. Derzeit werden allein im B2B-Bereich pro Tag circa 650 Sendungen mit durchschnittlich 10.500 Picks versendet. „Im Projekt mit unserem Kunden Bierbaum-Proenen konnten wir unsere Kompetenzen in der Fashion Logistik und im E-Commerce in einer innovativen Lösung ideal miteinander verbinden“, erklärt Felix Fiege, Vorstand der Fiege Gruppe. Eine angepasste Version einer solchen Sortierlösung wird derzeit bereits für einen weiteren Kunden aus der Textilbranche entwickelt. ●

Professionelle Zollabwicklung für zufriedene Kunden

Seit dem 1. August dieses Jahres verfügt die Fiege Gruppe über eine eigene Zollgesellschaft, die Fiege Customs Services GmbH. Als erste Niederlassung der Zollgesellschaft wurde der Standort Neuss aufgeschaltet. Weitere Competence Center wie Ibbenbüren, Bocholt und Hamburg werden in den nächsten Wochen folgen, bis alle relevanten Standorte in Deutschland eingegliedert sind.

Innerhalb der Europäischen Union ist durch den Wegfall der Zollkontrollen der Warenverkehr zwar vereinfacht worden, doch die Handelspartner haben ihren Sitz oftmals über die EU-Außengrenzen hinaus. Hierzu gehören zum Beispiel nicht nur die USA, China, Japan und Indien, sondern auch die Schweiz und Norwegen. Um einen reibungslosen Warenaustausch mit diesen Ländern zu gewährleisten, ist eine professionelle Zollabwicklung unabdingbar. Natürlich sind dafür genaue Kenntnisse der spezifischen Vorschriften unerlässlich, denn die deutschen Behörden stellen sehr hohe Anforderungen an die Zollabwicklung. Um ein solches Fachwissen zur Verfügung stellen zu können, wurden und werden diese Kenntnisse in

der Fiege Customs Services GmbH aus den bereits bestehenden Kompetenzen gebündelt, intensiviert und erweitert. Und nicht zuletzt wurde im Zusammenhang mit der Risikoanaly-

Professionelle Zollabwicklung ist unabdingbar

se zum zugelassenen Wirtschaftsbeitrügten (AEO) festgestellt, wie wichtig ein solches Vorgehen ist.

„In den vergangenen zwei Jahren haben wir es geschafft, unser Fachwissen aus dem Bereich Zoll zusammenzuführen und die Kompetenzen zu erweitern, wodurch auch schon externe Kunden gewonnen und aufge-

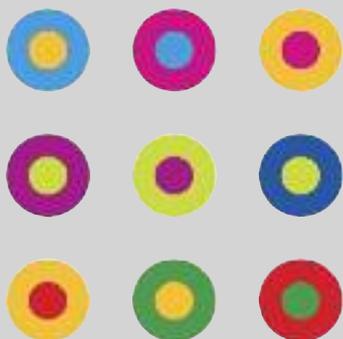
schaltet werden konnten“, erklärt Walter Johnne, Geschäftsführer. So konnten zum Beispiel am Pilot-Standort Neuss übergreifend Kunden wie NU3, Spoon, Euromate, ICC, Vorwerk, Ambu, Sixt, More & More, Emuco, CBR und der Zolllager-Kunde Imation aufgeschaltet und in ihrer Zollabwicklung erfolgreich betreut werden.

„Wir bieten unseren Kunden eine anspruchsvolle Einfuhrabfertigung und allen Anforderungen entsprechende Erstellung von Ausfuhrdokumenten und Transitpapieren. Dies könnte eine Einfuhr-Zollabfertigung zum freien Verkehr sein oder die Erstellung einer Ausfuhrerklärung (ABD) mit gefordertem Ursprungszeugnis“, erklärt Walter Johnne den Aufgabenbereich der Zollgesellschaft. „Weiter können wir mit unserer Erfahrung aus den verschiedensten Branchen Kunden in Zollfragen fachgerecht betreuen und unterstützen. Parallel hierzu dient uns und unseren Kunden auch der reglementierte Beauftragte (Compliance Check), um eine einfachere Abwicklung der Frachten zu erreichen.“

Mit der Einführung von Competence Centern deutschlandweit und der Bündelung von Know-how im Bereich Zoll ist die Fiege Customs Services GmbH niederlassungsübergreifend in der Lage, bereits bestehenden wie auch Neukunden eine professionelle, fachgerechte und effiziente Zollabwicklung anzubieten und abzuwickeln. ●



Als erste Niederlassung der Fiege Customs Services GmbH wurde der Standort Neuss aufgeschaltet.



Die Unternehmensinitiative „Charta der Vielfalt“

Die Charta der Vielfalt ist eine deutsche Unternehmensinitiative, die sich für die Förderung und Wertschätzung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einsetzt. Die Verschiedenheit der Beschäftigten, ihre Vielfalt bezüglich ethnischer Herkunft, Geschlecht, Alter und körperlicher Konstitution, sowie ihre sexuelle, weltanschauliche beziehungsweise religiöse Orientierung und unterschiedlicher Lebensstil sollen zum Bestandteil der Personalstrategie und zur Organisationsentwicklung gemacht werden, zum Vorteil der/des Einzelnen, des Unternehmens und der Gesellschaft.

Die Charta der Vielfalt wurde im Dezember 2006 von Daimler AG, der Deutschen BP, der Deutschen Bank und der Deutschen Telekom initiiert. Herzstück der Initiative ist eine Selbstverpflichtung zur Schaffung eines vorurteilsfreien Arbeitsumfelds. Diese Selbstverpflichtung haben bis jetzt über 1300 Unternehmen und Institutionen unterzeichnet, zu denen auch der Fiege-Standort IDC in Worms gehört. Neben Fiege wurde die Charta der Vielfalt auch von der Stadt Worms und fünf weiteren Wormser Unternehmen unterzeichnet.

Die Wertschätzung der Mitarbeiter steht an erster Stelle

Der Fiege-Standort IDC in Worms hat sich bereits Ende 2010 dieser wichtigen Verpflichtung angeschlossen und die Charta der Vielfalt unterzeichnet. „Wir sehen es als großen Vorteil für unser Unternehmen an, dass hier eine Arbeitskultur eingefordert wird, die auf gegenseitigem Respekt beruht und die unterschiedlichen Talente in der Belegschaft anerkennt und fördert – dies ist für das Arbeitgeberimage, aber auch für den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens von großem Nutzen“, erklärt Michael Suden, Executive Director Germany South.

COACHING
QUALIFIKATION
PERSONAL-
ENTWICKLUNG
TRAINING
PLANUNG
TEAM
PERSONAL

WIE
FÖRDERPROGRAMME
FACHKRÄFTE
MOTIVATION
KONZEPT
SCHULUNG

Durch die Unterzeichnung der Charta verpflichtet sich Fiege, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen gleichermaßen respektiert werden. Nur wem es gelingt, die Fähigkeiten und Kompetenzen von Menschen aus anderen Ländern zu integrieren, der wird auch in Zukunft wirtschaftlichen Erfolg haben.

Weitere Vorteile der Charta der Vielfalt sind:

- Bindung von Beschäftigten
- Effizienzsteigerung
- Recruiting

- Imagebildung
- Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden im Inland
- Erschließung neuer Märkte im Ausland

Als wichtige Voraussetzung für die Erfüllung dieser Kriterien müssen Vorgesetzte wie auch Mitarbeiter die Werte erkennen, teilen und leben. Die Mitarbeiter wurden über die Zeichnung der Charta informiert und bei der Umsetzung mit einbezogen. Durch die hauseigene Mitarbeiterzeitung „logo local“ werden alle Beteiligten über Projekte sowohl am eigenen Standort als auch an anderen Standorten informiert. Die Firma Fie-

ge unterstützt zudem bei der Wohnungssuche und hilft bei Behörden- und Ämtergängen.

Die Charta der Vielfalt ist ebenso ein wichtiger Bestandteil der Führungsgrundsätze/Geschäftsgrundsätze im Hause Fiege und darin fest verankert. Die Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist in Worms ein wichtiger Indikator für die Wertschätzung der Mitarbeiter. So wurden zum Beispiel die Arbeitszeiten flexibel gestaltet, bei Bedarf werden Home-Office-Arbeitsplätze eingerichtet oder Kinder können im Notfall mit ins Büro genommen werden. Jungen Müttern wird durch Teilzeitarbeitsmo- >



Am Fiege Standort Worms haben zahlreiche Menschen unterschiedlicher Nationalitäten einen festen Arbeitsplatz gefunden.

delle der Wiedereinstieg ins Berufsleben ermöglicht und auch die Inanspruchnahme der Elternzeit von Männern nimmt immer mehr zu.

Die Frauenquote am Standort IDC Worms liegt aktuell bei 37 Prozent. Die Zweigniederlassung am Rhein unterstützt die Förderung der Frauen im Management sehr stark, sie ist nicht auf eine Zahlung von ge-

Förderung der Frauen im Management

schlechtsspezifischen Gehältern fixiert, sondern orientiert sich ausschließlich an der Leistung. Der große Erfahrungsschatz der älteren Arbeitnehmerinnen wird gern genutzt und in den Arbeitsalltag übernommen. Durch die rege Integration der Lebenshilfe Worms finden auch Menschen mit Behinderung oder schwerbehinderte Menschen bei Fiege einen Arbeitsplatz. Menschen mit Schwerbehinderung verrichten ihre Arbeit an behindertengerecht gestalteten Arbeitsplätzen und können sich bei

Problemen an die gewählte Schwerbehindertenvertretung wenden.

Gesundheit wird bei Fiege in Worms ganz groß geschrieben. Vergünstigungen bei Schwimmbädern und Freizeitparks wurden ausgehandelt sowie günstigere Mitgliedschaften in örtlichen Fitnessstudios und Kooperationen mit Krankenkassen vereinbart. Das Gesundheitsmanagement wurde schon vor Jahren am Standort IDC erfolgreich eingeführt und seither stetig weiterentwickelt – auch unter strenger Berücksichtigung der Anforderungen der Charta der Vielfalt.

Die Aktion „50+“ ist ein weiterer wichtiger Punkt der gezielten Beschäftigung und Förderung älterer Arbeitnehmer. Mitarbeiter über 50 haben hier die Möglichkeit als Mentoren tätig zu sein, um ihre Berufserfahrung und ihr Wissen an die jüngeren Kollegen weiterzugeben. Darüber hinaus sind alle Arbeitsplätze altersgerecht eingerichtet, sodass die Mitarbeiter die Möglichkeit haben, über ihr Rentenalter hinaus weiterbeschäftigt zu werden – auch mit dem Hintergrund, das vorhandene Wissen im Unternehmen zu behalten.

Im Rahmen einer Informationsveranstaltung für Wormser Unternehmen und Institutionen im Wormser Ratsaal berichtete Michael Suden im April dieses Jahres über die „neuen Wege der Unternehmenskultur“ bei Fiege. Hier zeigte Suden anhand von Praxisbeispielen die neuen Wege der Unternehmenskultur, die auf Anerkennung, Fairness und Wertschätzung fußen, auf. Des Weiteren ging es um die interkulturelle Öffnung von Unternehmen in der Wormser Region. „Gerade im Hinblick auf den Fachkräftemangel und die zahlreichen Ausbildungsanwärter mit Zuwanderungsgeschichte im dualen System, bietet sich die kultursensible Ausrichtung eines Unternehmens an“, erläuterte Suden.

Integrationshilfe für Mitarbeiter mit Migrationshintergrund

Über 60 Auszubildende werden aktuell in sechs verschiedenen Berufen in Worms ausgebildet. 20 Prozent der Auszubildenden haben Migrationshintergrund. Insgesamt liegt der ausländische Anteil aller Beschäftigten bei 23 Prozent. Mitarbeiter mit Migrationshintergrund werden durch Deutschunterricht gefördert und erhalten eine Integrationshilfe. Während der religiösen Feste werden die Schichtzeiten im Bereich angepasst und auch die Verpflegung in der Kantine umgestellt. Die tägliche Arbeit wird durch vielsprachige Arbeitsanweisungen sowie Aushänge und spezielle Spracherkennung der Pick-by-Voice-Geräte erleichtert. Bei Mitarbeitergesprächen unterstützen ausgewählte Dolmetscher und stehen den Mitarbeitern und Führungskräften zur Seite. Als zertifizierter Bildungsträger nach AZWV bietet Fiege Qualifizierungen zur Integration von Arbeitssuchenden und Beschäftigten auf dem deutschen Markt an. ●



Fiege International Team unterstützt Hilfsorganisation in Rumänien

Das Lager für Hilfsgüter des Vereins Papageno in Sibiu, Rumänien, war Dank vieler Spenden zu klein geworden. Darum wurde dringend und schnellstmöglich eine Erweiterung der Räumlichkeiten für die Unterbringung der Hilfsgüter bis zu ihrer Verwendung benötigt.

Dieser Herausforderung hatte sich das Fiege International Team (FIT), das Entwicklungsprogramm der Fiege Gruppe für junge Nachwuchsführungskräfte mit internationalem Fokus, in diesem Jahr gestellt. Papageno wurde 1992 in der Schweiz mit dem Ziel gegründet, der notleidenden Bevölkerung in Rumänien zu helfen. So organisiert der Verein mehrmals im Jahr Hilfsgütertransporte aus der Schweiz und unterstützt unter anderem eine Notküche sowie Schulen, Krankenhäuser und Heime in Sibiu und Umgebung.

Nach den ersten theoretischen Projektplanungen im Mai 2012, reisten die elf Teilnehmer im Oktober des Jahres nach Rumänien, um dort durch diverse Abrissarbeiten Platz für die Errichtung des Lagers zu schaffen. Neben der Arbeit waren vor allem die Impressionen, die in dieser Zeit gesammelt werden konnten, eine einschneidende und spannende Abwechslung vom Berufsalltag.

Geprägt von den Eindrücken in Rumänien, standen die Wintermonate für den Fiege-Nachwuchs ganz im Zeichen der Spendensammlung. Diverse Sammelaktionen auf Firmenveranstaltungen, das Kontaktieren von Kunden, Lieferanten und Mitar-



beitern, aber auch privates Sammeln, ermöglichten den Erfolg von nahezu 16.000 Euro, die für den Bau des Lagers bereitgestellt werden konnten. Somit konnten rund 75 Prozent des 180 Quadratmeter großen Lagers finanziert werden.

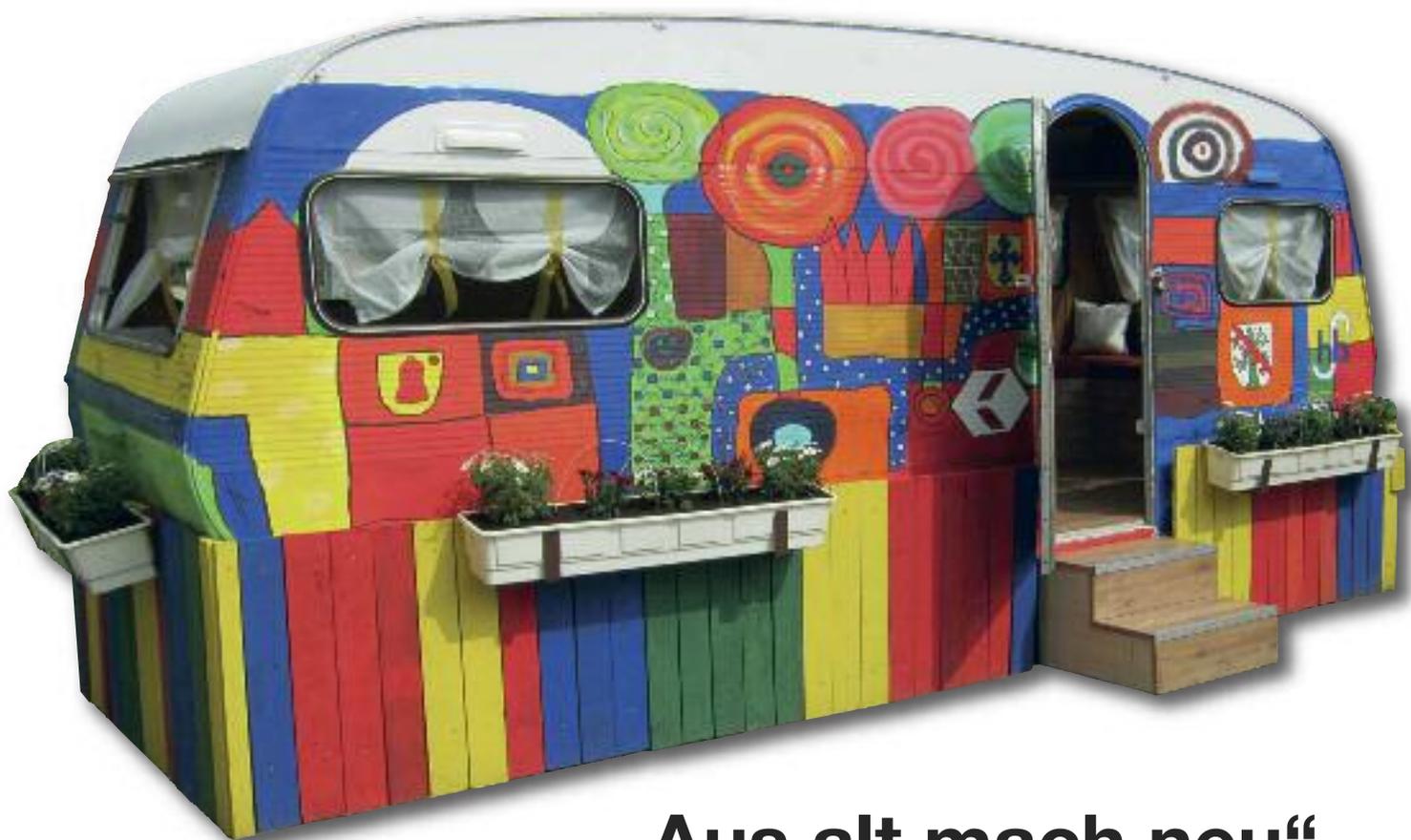
Unterstützt durch lokale rumänische Unternehmen wurde das neue Lager der Papageno-Stiftung am 23. Mai dieses Jahres unter Anwesenheit des Teams sowie Felix Fiege feierlich eingeweiht. „Im Namen von Papageno Schweiz und Papageno Rumänien möchte ich mich bei der Firma Fiege für die riesige Unterstützung bedanken“, sagte Robert Jacque-



Der Erweiterungsbau umfasst 180 Quadratmeter.

Das Engagement der Mitglieder des FIT in Rumänien lobte auch Vorstand Felix Fiege (M.) bei der Eröffnung des Lagerraums.

roud, Präsident des Hilfsvereins Papageno in Rumänien. „Ein Traum ist jetzt in Erfüllung gegangen“. Von diesem „Traum“ zeigte sich auch Felix Fiege vor Ort begeistert: „Für mich war es unheimlich beeindruckend zu sehen, mit wie viel Herzblut und Leidenschaft Papageno mit seinen Partnern versucht, das Leben in Sibiu nachhaltig zu verbessern.“ „Das Engagement des FIT Teams in diesem Projekt passt hervorragend zu unserer Kultur und unseren Werten als Familienunternehmen.“ ●



„Aus alt mach neu“ mit hoher Kreativität und Nachhaltigkeit

Die hohe Kreativität und Nachhaltigkeit des Projekts gaben den Ausschlag: Der erste Preis ging an die Jugendlichen aus Lüdinghausen, aber auch die vier weiteren Teams konnten zufrieden sein, sie alle erhielten einen zweiten Platz. Denn die Projekte lagen so eng beieinander, dass eine weitere Unterscheidung ungerecht gewesen wäre, so Jens Fiege.

In den Räumen der Kreishandwerkerschaft Coesfeld fand im Mai dieses Jahres die Siegerehrung des Freiwilligen-Projekts „Aus alt mach neu“ statt. Seit Ende 2012 arbeiteten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Fiege freiwillig mit Jugendlichen ab 15 Jahren aus Programmen von sozialen Trägern aus dem Münsterland zusammen. Insgesamt fünf Teams aus Jugendlichen von der Kreishandwerkerschaft

(KH) Coesfeld (Standorte Dülmen, Lüdinghausen und Coesfeld), der Akademie Überlingen (AKÜ) in Münster sowie dem Handwerkskammer Bildungszentrum (HBZ) Münster nahmen daran teil.

Das Projekt „Aus alt mach neu“ wurde als Wettbewerb ausgerichtet. Aufgabe der Jugendlichen war es, in Eigenregie aus gebrauchten Gegenständen etwas Neues zu gestalten. Die Jugendlichen befinden sich bei

den Trägern in berufsvorbereitenden Programmen, die die Perspektiven für einen Ausbildungsplatz verbessern sollen. Der kreative Schaffensprozess war deshalb wesentlicher Bestandteil des Projekts mit den Fiege-Mitarbeitern, sodass die Teilnehmer ihr bis dahin gelerntes Wissen einbringen konnten.

Eine Jury, der unter anderen Jens Fiege angehörte, ließ sich die Projekte am 16. Mai von den Jugendlichen ge-

nau erklären und war von der Kreativität und der Verarbeitung beeindruckt. Von der Konstruktion eines Grills mit Hilfe von Altmetall (KH Coesfeld), der aufwändigen Restauration eines historischen Bollerwagens (KH Dülmen) über den Bau eines Bar-Tresens aus alten Fahrrädern (HBZ Münster) oder den Bau eines Mosaiktischs aus einem alten Zimmerbrunnen und Fliesenresten (AKÜ Münster) bis hin zur vollständigen Restauration eines alten Wohnwagens von innen und außen inklusive Umbau zu einem Aufenthaltsraum für die Jugendlichen (KH Lüdinghausen), konnten die Jugendlichen ihr handwerkliches Geschick, ihre Teamfähigkeit und ihre Fähigkeit, projektbezogen zu arbeiten beweisen.

Auch der Geschäftsführer der Kreishandwerkskammer Coesfeld, Dr. Michael Oelck, war begeistert vom Verlauf des Projekts: „Das Beispiel, das das Unternehmen Fiege mit diesem Projekt gibt, ist vorbildhaft und bahnbrechend zugleich, es zeigt, wie wichtig heute das Engagement der

Wirtschaft für die Ausbildung der Jugendlichen ist.“

Trotz der Unterstützung des Projekts durch das Unternehmen Fiege mach-

„Ein eigenständiges Programm unserer Mitarbeiter“

te Jens Fiege noch einmal deutlich, dass das Projekt „Aus alt mach neu“ kein offizielles Fiege-Firmenprojekt war: „Dies ist ein eigenständiges Projekt unserer Mitarbeiter, die sich diese Projekte ausgesucht, die Kontakte geknüpft, Pläne erstellt, organisiert und die Jugendlichen unterstützt haben, wo immer es notwendig war. Ihnen zollen wir Anerkennung und Respekt für ihr hohes Maß an sozialer Verantwortung“, so Jens Fiege.

Am Ende ging die sehr knappe Entscheidung der Jury zu Gunsten der KH Lüdinghausen aus. Die Gruppe

aus Lüdinghausen hat sich als Gewinn einen gemeinsamen Tag auf der Go-Kart-Bahn ausgesucht. Auch den Jugendlichen war die Freude über das große Interesse an ihren Arbeiten deutlich anzumerken. Der Ehrgeiz sorgte zwar bei einigen Jugendlichen, die nicht zur Siegergruppe gehörten, für leichte Trauer, die allerdings nur kurz währte. Denn nach der Ankündigung von Jens Fiege, dass der Grevener Logistikdienstleister allen teilnehmenden Gruppen ein Grillfest spendieren wird, blieb dafür keine Zeit!



Fünf Teams aus Jugendlichen von der Kreishandwerkerschaft Coesfeld, der Akademie Überlingen in Münster und dem Handwerkskammer Bildungszentrum Münster waren mit großer Begeisterung bei der Sache „Aus alt mach neu“.

Die Jury mit Jens Fiege (l.) prüfte jedes Projekt mit großer Anteilnahme.



Lernen und Boxen mit den Profis

„Das ist wirklich ein tolles Projekt!“ Die Begeisterung von Dr. Hugo Fiege ist deutlich zu spüren, als Ex-Boxer Dr. Farid Vatanparast schildert, was sich hinter seinem „Farid’s QualiFighting“ verbirgt: Ein Sport- und Lernkonzept, das Kinder und Jugendliche für ihr zusätzliches Lernen nach der Schule mit professionellem Boxtraining belohnt.



Dieses besondere soziale Projekt bedachte die Josef Fiege Stiftung unter anderen in diesem Jahr mit einer Spende, die Dr. Hugo Fiege im Juli persönlich überreichte. Die Idee zum „QualiFighting“ kam Farid Vat-

Eine Box- und Lernanstalt für Mädchen und Jungen

anparast, als er seine eigene Boxkarriere wegen einer Augenerkrankung aufgeben musste. „Diese Box- und Lernanstalt ist für Jungen und Mädchen da, hier gibt es keine Religions- oder Staatenprobleme“, sagt der gebürtige Perser mit berechtigtem Stolz, „hier sind alle gleich!“

38 Kinder und Jugendliche stehen zurzeit unter voller Betreuung durch Lehrer und Trainer, bis zu 90 weitere Kinder und Jugendliche sind zum Boxtraining angemeldet. Zwischen acht und 25 Jahre alt sind sie und kommen zum Teil aus schwierigen sozialen Verhältnissen. Durch die gelungene Kombination aus nachmit-

täglichem Lernen und Boxtraining werden sie sowohl schulisch als auch sportlich gefördert und gefordert. Seit Juni dieses Jahres steht die neue Halle in Münster am Schiffahrter Damm mit einem perfekten Boxing in der Mitte und genügend Räumlichkeiten zum Trainieren und Lernen. Noch in diesem Jahr soll hier ein Bundesstützpunkt eingerichtet werden. „Das alles muss leider ohne finanzielle Unterstützung von außen geschultert werden“, sagt Farid Vatanparast, und das ist bei den vielen Ausgaben für Unterhaltung, professionelle Trainer und Lehrer keine

leichte Aufgabe. Da sind Spenden jederzeit hoch willkommen, denn jetzt wäre aufgrund der großzügigen Räumlichkeiten für weit mehr Kinder Platz in der Einrichtung, „aber das muss wohl noch ein wenig warten...“ bedauert der Initiator. Doch er schaut hoffnungsvoll in die Zukunft: „Mit unserem Konzept erreichen wir die Jugendlichen. Die Trainer und auch die älteren Jugendlichen sind Vorbild für die Jüngeren, deren Leistungen sie im Boxing sowie in der Schule oder Ausbildung ebenfalls erreichen möchten – denn mit Boxern lernen ist cool!“ ●



Dr. Hugo Fiege (M.) überreichte im Boxing persönlich den Scheck der Josef Fiege Stiftung.

Die freundliche Personalanwerbung steht an vorderer Stelle

Fiege Polen ist der „Coalition for Friendly Recruitment“ beigetreten, einem Projekt, das darauf abzielt, bewährte Praktiken zu fördern und bestehende Standards bei der Personalanwerbung zu verbessern.



Der Bund ist eine Initiative der „eRecruitment Solutions“ sowie von Unternehmen in Polen, die den Grundsatz des Code of Good Practice befolgen wollen: eine freundliche Personalanwerbung – bestehend aus der professionellen, verlässlichen Zurverfügungstellung von Informationen, der Einbindung in den Anwerbungsprozess, der Sicherstellung vertraulicher Informationen und der Teilnahme an einer kontinuierlichen Verbesserung der Kompetenzen in der Leitung von Personalbeschaffung. „Der Beitritt zum Bund für eine freundliche Personalanwerbung ist eine Bestätigung der hohen Personalbeschaffungsstandards bei Fiege“, sagt Piotr Kohmann, CEO Polen und Ukraine. Die Kommunikation mit Bewerbern, ihnen Gewissheit über die sichere Handhabung ihrer persönlichen Daten zu geben und ein korrekter Informationsfluss seien bei der Rekrutierung neuer Mitarbeiter von großer Bedeutung. „Unsere Aktivitäten zielen darauf ab, das Gesamtimage von Fiege und nicht nur die Geschäftsentwicklung zu zeigen“, erklärt Kohmann, „ich bin davon überzeugt, dass diese Vorgehensweise uns dabei hilft, erfahrene und motivierte Mitarbeiter zu finden und einzustellen.“ ●

Fiege organisiert Tag für Kinder in Bor

Ein Tag voller Attraktionen bot Fiege in Tschechien den Kindern seiner Mitarbeiter. Gemeinsam mit anderen Logistikunternehmen, die sich in Bor u Tachova im CTPark angesiedelt haben, hatte Fiege im Juni 2013 eine Veranstaltung organisiert, die von Kindern wie Erwachsenen gleichermaßen begeistert begrüßt wurde. Das Fiege Lager in Bor hat seinen Betrieb in 2006 als Reifenlager für Bridgestone aufgenommen. Also war auch die Hindernisstrecke, die es von den Kindern zu überwinden galt, aus Reifen gebaut. In weiteren Aktivitäten wurden Reifen bemalt, und die ganz Kleinen hatten die Gelegenheit, einen Gabelstapler zu fahren. Weitere Attraktionen waren eine Fahrt in einem PKW der Luxusklasse, einem Ferrari, eine Motorradshow, Karussellfahrten, ein Puppentheater, Auto-Scooter und vieles mehr. Ein Feuerwehrmann demonstrierte zudem, was in erster Hilfestellung zu leisten ist, um ein Menschenleben zu retten. Am Ende

des Tages gab es eine Lotto-Ziehung mit tollen Preisen für alle Kinder, die die Aufgaben erfüllt hatten.



Auch die Kleinsten hatten am Tag für die Kinder bei Fiege viel Spaß.



LOGO

DAS FIEGE MAGAZIN

NR. 81 | 2013

FIEGE LEGT SCHWERPUNKT AUF WACHSTUMSMÄRKTE



FIEGE

The World of Logistics