

# LOGO

DAS FIEGE MAGAZIN

NR. 79 | 2012



**ESPRIT UND FIEGE  
NEHMEN MODERNSTES  
LOGISTIKCENTER IN BETRIEB**



**FIEGE**

The World of Logistics

**| Editorial**

Fokussierung auf Sektoren 3

**| News**

JFS unterstützt Studenteninitiative 4  
 Tag der Logistik im Mega Center Erfurt 4  
 Fiege ist „Supplier of the Year“ 5  
 Finanzkommunikation als Referatsthema 5  
 Studenten besuchen Fiege in Worms 21  
 Business E-Commerce Lösung für Reifen 21  
 Impressum 21

**| Titel**

Esprit und Fiege nehmen modernstes  
 Logistikcenter in Betrieb 6

**| Report**

Ein Zentrum mit Schlüsselfaktor im  
 chinesischen Markt 10

**| Special**

Logistik, die Leben retten kann 12  
 2012 – Das Jahr vor der nächsten Rezession  
 oder vor der Beruhigung der Märkte? 22  
 Jenseits von Effizienz –  
 Die Herausforderungen der Logistik von morgen 28

**| Projekte**

Ein Produktspektrum mit hohen Anforderungen 16  
 VIP Transportservice für SR Technics 17  
 Ein Transport der ganz besonderen Art 18  
 Ausweitung der Medienlogistik in der Schweiz 19  
 Neuer Standort für die Fashion-Logistik 20  
 Logistik für das schwarze Kätzchen 26  
 Fiege Ukraine kooperiert mit Husqvarna 27

**| Messen**

Reifenmesse in Essen ist wichtiger Branchentreff 32

**| Social Responsibility**

Innovativ durch den Unternehmergeist 33  
 Kreative Ideen und Anreize für die tägliche Arbeit 36  
 Ein Programm für schwerkranke Kinder 38



Transportlogistik weltweit  
**Seite 18**



Handelslogistik in Oftringen  
**Seite 16**



Eröffnung in Lingang  
**Seite 10**



In eigener Sache:

# Fokussierung auf Sektoren

„Go live“ für das Logistikcenter in Mönchengladbach –  
 „Go live“ für die weitere partnerschaftliche und  
 produktive Zusammenarbeit zwischen Esprit und Fiege!

**S**eit dem 1. Juli 2012 ist es soweit: Das mit modernster Technologie ausgestattete Logistikzentrum in Mönchengladbach hat den Betrieb aufgenommen. Geplant und errichtet wurde der moderne Komplex von Fiege Engineering. Die Fortsetzung der Kooperation zwischen unserem Unternehmen und der international renommierten Modemarke Esprit ist der Beweis für eine langjährige funktionierende Partnerschaft, die vor nunmehr zwölf Jahren begann.

Dass wir gut aufgestellt in die Zukunft gehen, zeigt uns auch die Stärkung unserer Marktposition in Fernost. In Lingang, rund 60 Kilometer südöstlich von Shanghai gelegen, wurde im Juni ein weiteres Zentrum der Fiege Gruppe für die Fashionbranche eröff-

net. Und in Münster, am neuen deutschen Fashion-Standort der Fiege Gruppe, hat unser Unternehmen die Logistikaktivitäten für Primera und More&More übernommen.

Nicht derjenige, der alles anbietet, sondern derjenige, der das Besondere kann, ist heute am Markt gefragt. Und Fiege setzt gezielt auf acht Sektoren in der Kontraktlogistik: FMCG, Healthcare, Medien, Fashion, Hightech/Electronics, Retail, Industriegüter und Reifen. Logistische Lösungen in Perfektion für diese Bereiche anzubieten ist unser Anspruch und zwar in allen Regionen, in denen die Fiege Gruppe vertreten ist. Damit wollen wir unsere Kunden überzeugen und sie mit unserem Know-how begeistern.

Ihre LOGO-Redaktion



## JFS unterstützt Studenteninitiative



Vor dem Schloss in Münster präsentierten die Studenten den Scheck der Josef Fiege Stiftung, der ihnen von Stephan Meyer (vorne links) überreicht worden war.

● Sie wollen bei der Bewältigung einer der größten gesellschaftlichen Herausforderungen – der Bildungsgerechtigkeit – helfen, das hat sich die studentische Initiative ROCK YOUR LIFE! Münster zum Ziel gesetzt. Dieses studentische Engagement fand jetzt die Unterstützung der Josef Fiege Stiftung (JFS), die den Studierenden im Juli einen Scheck über 4.000 Euro überreichte. Im Programm ROCK YOUR LIFE! Münster begleiten Studierende Hauptschüler in ihren letzten beiden Schuljahren auf ihrem Weg zum Schulabschluss. Über Julius Wegmann, Werkstudent bei Fiege in Greven und Mitarbeiter der studentischen Initiative, erfuhr die Josef Fiege Stiftung von dem Projekt. Das überzeugende Konzept und das große Engagement der Studierenden begeisterten Vorstand und Kuratorium der Josef Fiege Stiftung und führten zur Entscheidung, das Projekt zu unterstützen. „Es freut uns sehr, dass junge Menschen bereit sind, sich in ihrer Freizeit füreinander einzusetzen und für mehr Chancengerechtigkeit zu sorgen. Unsere Gesellschaft braucht solch ein privates Engagement und natürlich profitieren wir auch als Unternehmen von qualifizierten und motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern“, so Stephan Meyer, Vorstand der Josef Fiege Stiftung.

# NEWS

## Tag der Logistik im Mega Center Erfurt

● Der bundesweite Tag der Logistik im April dieses Jahres war Anlass zu einer Notfallübung im Fiege Mega Center Erfurt. In Kooperation mit den Freiwilligen Feuerwehren der Gemeinde Nesse-Apfelstädt, dem Arbeiter-Samariter-Bund, der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Gefahrguttransporte und der Bundesvereinigung Logistik, Regionalgruppe Thüringen, wurde die Übung durchgeführt. Ziel der Veranstaltung war es, das Zusammenspiel der unterschiedlichen Einsatzkräfte transparent darzustellen.

Ebenfalls am Tag der Logistik statteten rund 80 Schüler der 6. Klassen des Gymnasiums von Neudietendorf dem Logistikzentrum in Apfelstädt einen Besuch ab, um an praktischen Beispielen zu lernen, was Logistik ist und wie sie funktioniert. Dass Logistik kein „Sackkarrenschieben“ ist, sondern hauptsächlich von Technik und IT bestimmt wird, davon konnten sich die Schüler bei einem Lagerrundgang überzeugen. Die E-Commerce-Geschäfte im Bereich Fashion und Elektronik begeisterten dabei sowohl Mädchen als auch Jungen. Bleibt abzuwarten, wer sich von den Teilnehmern in einigen Jahren bei Fiege um einen Ausbildungsplatz bewirbt.



Ein verunglückter Gefahrguttransport wurde als Notfall simuliert.

## Fiege ist „Supplier of the Year“

● Mit der Ernennung zum „Supplier of the Year“ im Bereich Logistik zeichnete das führende Agrartechnikunternehmen CLAAS KGaA mbH die Logistikkompetenz von Fiege bei seinem achten Lieferantentag vor rund 600 Teilnehmern in Harsewinkel aus. Damit gelang Fiege quasi „aus dem Stand“ heraus der Sprung an die Spitze der Logistikkdienstleister von CLAAS. Seit Mitte 2010 verantwortet Fiege in der Niederlassung Greven-Reckenfeld die Lagerung und Veredelung der Motoren sowie die Just-In-Sequence (JIS)-Belieferung der Produktion in Harsewinkel. Zu den Mehrwertdienstleistungen gehören neben der Motorreinigung auch Filtereinbauten und Ölwechsel, die die Motoren für den Einsatz in der Produktion vorbereiten. „Wir freuen uns sehr, dass wir CLAAS von Beginn an mit unserer Dienstleistung überzeugen konnten. Diese Auszeichnung unterstreicht das von Vertrauen und Zuverlässigkeit geprägte partnerschaftliche Verhältnis sowie unsere hohe Kompetenz im Bereich Industrielogistik“, so Heinz Fiege, Inhaber der Fiege Gruppe, der die Auszeichnung gemeinsam mit den Projektverantwortlichen Andreas Altrogge, Niederlassungsleiter Fiege Reckenfeld, und Günter Westrup, Regionaldirektor Fiege Westfalen, im Technopark von CLAAS entgegennahm. Die Zusammenarbeit ist ein Beispiel für die erfolgreiche Integration der Logistik bis in die Produktionsabläufe von Industrieunternehmen hinein.



Günter Westrup, Regionaldirektor Fiege Westfalen, Andreas Altrogge, Niederlassungsleiter Fiege Greven, Heinz Fiege, Mitinhaber Fiege Gruppe, Dietmar Düsing, Supply Chain Management CLAAS Selbstfahrende Erntemaschinen GmbH, und Rüdiger Mohr, Leiter Konzerneinkauf CLAAS Gruppe (von links), bei der Ernennung zum Supplier of the Year.

## Finanzkommunikation als Referatsthema

● Der Studiengang BWL-Spedition, Transport und Logistik an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Lörrach hat mit einer Festveranstaltung sein 30-jähriges Jubiläum gefeiert. Zugleich jährte sich das Lörracher Logistik Forum zum 10. Mal, das in diesem Jahr unter dem Leitthema „Finanzkommunikation in der Logistik“ stand. Dazu konnte eine Reihe namhafter Referenten begrüßt werden, darunter auch Alfred Messink, Finanzvorstand der Fiege Gruppe, und Dr. Holger Werthschulte, Fiege Director Finance. Die Referenten machten unter anderem deutlich, dass Kommunikation eine wesentliche Basis für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen ist. So wie Public Relations für eine erfolgreiche Arbeit von Logistikkdienstleistern unerlässlich ist, sollte auch die spezielle Finanzkommunikation als eine wichtige Unterstützung der Finanzierungspolitik genutzt werden. Angesichts der von vielen Beobachtern befürchteten Verteuerung oder gar Verknappung von Finanzierungsmitteln durch Basel III sei eine professionelle Kommunikation mit den Finanzinstitutionen wichtiger denn je.

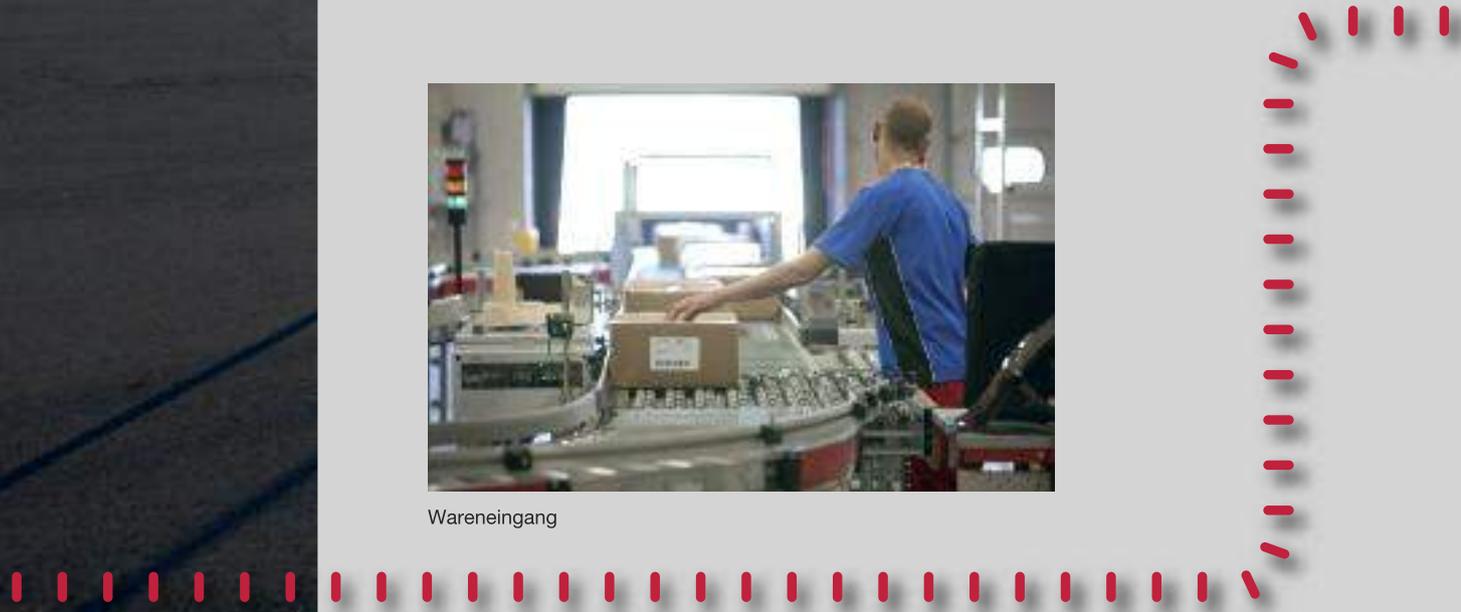


Dr. Holger Werthschulte (l.) und Alfred Messink referierten vor BWL-Studenten.

# Esprit und Fiege nehmen modernstes Logistikcenter in Betrieb



Wareneingang



Esprit, eine der international führenden Modemarken, und die Fiege Gruppe haben Anfang Juli im Regiopark Mönchengladbach das neue, hoch automatisierte Esprit Distribution Center Europe (DCE) in Betrieb genommen. Auf rund 76.000 qm wurde eine Hallenfläche von insgesamt 32.000 qm Grundfläche realisiert.



Automatische Wareneingangserfassung



Umpacken in Dropboxen



Einlagerung im AKL (automatisches Kartonlager)



Auslagerung aus dem AKL



Aufgabe der Ware in Dropboxen

Von dem neuen Distributionscenter aus wird zukünftig die europaweite B2B-Distribution in die 350 selbst betriebenen Esprit Retail-Verkaufsstellen sowie über 10.000 Wholesale POS-Standorte abgewickelt. Auf einer Gesamtlänge von 23 Kilometern werden die zu bearbeitenden Teile automatisch gefördert. Ein automatisches Kartonlager mit einer Kapazität von 220.000 Kartons stellt sicher, dass die Nachversorgung jederzeit gewährleistet wird. Pro Jahr wird Fiege in Mönchengladbach bis zu 150 Millionen Teile von Esprit abwickeln. Gesteuert wird das Lager über das Fiege-eigene SAP-basierte Lagerverwaltungssystem. Eric Berben, Head of Global Supply Chain/Logistics von Esprit, sagte: „Mit dem neuen DCE können wir unsere bisher überwiegend manuellen Prozesse hin zu höchst automati-

## Höchst automatisierte Abläufe

sierten Abläufen weiter entwickeln. Damit werden wir nicht nur unsere Effizienz steigern, sondern uns auch noch besser auf die Anforderungen unserer Kunden ausrichten.“

Mit Einführung einer umweltfreundlichen Mehrwegkiste, der sogenannten Retail-Box, zur Belieferung der Esprit-eigenen Stores, wird zum Ende des Jahres in Mönchengladbach außerdem die Umweltfreundlichkeit der Prozesse erhöht. Die bereits im DCE getesteten Boxen verbinden Ökonomie und Ökologie, denn neben Kosteneinsparungen in der Beschaffung und Entsorgung spart die Retail-Box während ihrer fünf- bis achtjährigen Nutzung massiv Res-

sourcen, da zukünftig eine große Menge Kartonage eingespart werden kann.

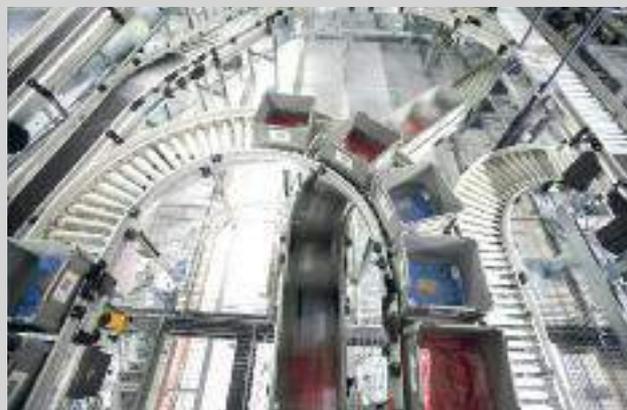
„Mit dem DCE vertiefen Esprit und Fiege ihre seit über zwölf Jahren bestehende erfolgreiche Partnerschaft. Das gemeinsam entwickelte Logistikcenter setzt für eine noch effizientere Organisation der Logistik auf einen besonders hohen Automatisierungsgrad. Die damit erreichte Effizienz setzt nicht nur Maßstäbe für die Fashionbranche, sondern den gesamten Logistikbereich. Details wie die Retail-Box unterstreichen außerdem das Bekenntnis beider Partner zu Ressourcen schonender Logistik“, erklärt Jens Fiege, Vorstand der Fiege Gruppe.

Fiege zeichnete mit den Logistikimmobilien-Spezialisten des Bereichs Fiege Engineering als Generalübernehmer für den Bau des Logistikzentrums verantwortlich. Die gesamten Investitionen in die technische Betriebsausstattung wurden von Esprit getätigt. Eigentümer der Immobilie ist die Investmentgesellschaft Union Investment, mit der Esprit für die Immobilie langfristige Mietverträge abgeschlossen hat. Der Standort im Regiopark bietet außerdem die Möglichkeit, das neue Distributionszentrum kurzfristig zu erweitern.

Im Zuge der Inbetriebnahme des neuen Distributionszentrums wird ein großer Teil der bisherigen Aktivitäten für Esprit im Fiege Mega Center Ibbenbüren in einem langfristigen Migrationsprozess nach Mönchengladbach verlagert. Bei dieser Migration, deren Projektplan zwischen Esprit und Fiege einen Abschluss in 2013 vorsieht, ist man voll im Zeitplan. Nach dem Abschluss des Umzugs nach Mönchengladbach bietet das Distribution Center Europe bis zu 600 Arbeitsplätze. ●



Matrix-Sorter zur Bestellsortierung



Feinsortierung



Verpackung zum Versand

# Ein Zentrum mit Schlüsselfaktor im chinesischen Markt

„Die Eröffnung eines neuen Zentrums in Shanghai ist ein wichtiger Meilenstein für unsere Gruppe und natürlich auch für Fiege in China“, sagte Hannes Streeck, CEO Fiege Far East, in seiner Willkommensansprache zur Eröffnungsfeier des modernen Gebäudekomplexes in Shanghai am 6. Juni 2012.



Bei der Eröffnungsfeier konnten sich Gastgeber und Gäste von der Funktionalität des neuen Gebäudekomplexes überzeugen.

**D**as brandneue Sammellager hat jetzt seinen vollständigen Betrieb für zwei europäische Fashion-Kunden aufgenommen. An der Lingang Freihandelszone gelegen, zwischen Pudong International Airport und Yangshan Hafen, dem weltgrößten Containerumschlagplatz, ist dieser Standort eine internationale multimodale Drehscheibe. Da die Zeit in der Modeindustrie eine ganz besondere Rolle spielt, stellt dieser strategische Standort einen Schlüsselfaktor für eine erfolgreiche Abwicklung der Artikel von der Produktion bis zum Point of Sale dar. Das neue Lager ist zugleich der zehnte Standort der Fiege Gruppe im chinesischen Raum

und bietet mit einer Lagerfläche von 20.000 Quadratmetern noch Wachstumspotenzial für weitere Kunden.

## Lingang mit perfekter Reichweite

Bei dieser besonderen Gelegenheit überzeugte sich Heinz Fiege, Mitinhaber der Fiege Gruppe, persönlich von der Entwicklung der Logistikbranche in China und den Investitionsmöglichkeiten im Fernen Osten. „Das rasante Wachstum des chinesischen Logistikmarktes ist beeindruckend. Mit der Eröffnung eines weiteren Standortes tragen wir dieser Entwicklung Rechnung und stärken unser Profil in China“, erklärte Heinz Fiege. „Unsere

Kunden können heute in Lingang zwischen wöchentlichen Schiffsabfahrten oder auch Luftfrachttransporten wählen, um den Transport ihrer Fracht zu beschleunigen.“ Nur wenige andere Standorte auf der Welt verfügen über eine so perfekte Reichweite wie Shanghai-Lingang, meinte Heinz Fiege. „Und dann sind da noch rund 50 Millionen Konsumenten in und um Shanghai selbst sowie tausende Zulieferer der Modebranche gleich nebenan!“

Die Regierungsvertreterin Tan hieß Fiege während der Eröffnungsfeier als einen innovativen Anbieter von Logistiklösungen in Lingang willkommen und betonte die ambitionierte Zielsetzung der Gemeinde Shanghai,



## Fiege im Fernen Osten

Im Fernen Osten ist die Fiege Gruppe mittlerweile mit zehn Standorten vertreten, die sich in folgenden wichtigen Wirtschaftszonen befinden: Beijing, Wuxi, Shanghai, Ningbo, Xiamen, Shenzhen, Hongkong und Taipei. Fiege bietet klassische See- und Luftfrachttransporte an sowie ganzheitliche Supply Chain Lösungen einschließlich Vendor Management, Produktionsversorgung und Aftermarket-Logistik.



Direkt am Yangshan Hafen gelegen ist der Lingang-Standort eine internationale multimodale Drehscheibe.

weitere Investoren in die gut vernetzte Zollfreizone zu ziehen.

### Effizienz wird großgeschrieben

Für die Übertragung des gesamten Supply Chain Managements der Fashionbranche in Lingang stehen gleich mehrere überzeugende Gründe:

- Vendor Management: Fieges webbasierte Vendor Management Lösungen schaffen Effizienz im Bestellwesen. Bis jetzt gibt es rund 60 Bekleidungshersteller, die in und um Shanghai mit diesem System verbunden und darauf eingearbeitet sind. Diese Lösung ermöglicht es den Fiege-Kunden, ihre Bestellungen aufzugeben und zu verfolgen, Änderungen einzugeben und die fertigen Produkte von der Produktion bis zur Ankunft auf den Regalen im Geschäft zu beobachten.
- Konsolidierung: Der Fiege Kontrollturm gewährleistet die pünktliche Abholung am Produktionsstandort, die Zollabfertigung und Konsolidierung der Bekleidungsstücke und Accessoires im Fiege Zentrum. Kleinere Bestellungen werden gebündelt, um von den kostengünstigeren FCL (fullcontainerload) Tarifen zu profitieren. Zudem werden Qualitätsprüfungen, Kommissionierungsarbeiten oder Veredelungsarbeiten in Lingang ausgeführt.
- Globale Reichweite: „Von Shanghai-Lingang aus ist die Welt nur einen Steinwurf entfernt“, meint Hannes Streeck: Über Pudong International Airport und den weltgrößten Containerumschlaghafen in Yangshan kann jeder Kontinent direkt erreicht werden. Des Weiteren ist Shanghai-Lingang ein zentrales Tor nach China und dessen schnell wachsendes Einzelhandelsumfeld. „Kurz gesagt: Die Fiege-Kunden können sich auf die Entwürfe ihrer Kollektion, die Beschaffung und Vertriebskanalsteuerung konzentrieren, während der Rest vom deutschen Pionier der Kontraktlogistik gehandhabt wird.“



Für das Healthcare-Vertriebsnetzwerk stehen rund 45 temperaturgeführte Fahrzeuge zur Verfügung.

# Logistik, die Leben retten kann

Die Gesundheitsbranche ist eine der größten und am schnellsten wachsenden Industrien und trägt erheblich zum wirtschaftlichen Wohlergehen eines Landes bei. Damit ist sie auch ein wichtiger Wachstumsmarkt für die Logistikdienstleistungsbranche geworden.

**D**ie Anforderungen, die an den Vertrieb und die Lagerung medizinischer Produkte gestellt werden, sind hoch und steigen immer mehr an. Infolgedessen erhöht sich auch der Druck auf medizinische Logistikdienstleistungen, wodurch die Abläufe zunehmend komplexer werden. Fiege Benelux hat diese Entwicklung bereits früh erkannt und einerseits in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter investiert sowie andererseits sein Healthcare-Netz weiter ausgebaut.

Der Begriff Healthcare bezeichnet ein weites Tätigkeitsfeld, das von jedem

Menschen anders wahrgenommen wird. Was allerdings nahezu jeder mit diesem Stichwort verbindet, ist die Heilung und Versorgung kranker Menschen. Diese Versorgung geschieht unter anderem in einem Krankenhaus, einem Pflegeheim oder in der Apotheke um die Ecke. All diese Einrichtungen sind kontinuierlich bestrebt, die Lebensqualität der Menschen zu verbessern. Genau wie diese im Gesundheitswesen aktiven Einrichtungen expandieren, hat sich auch die Dienstleistung von Fiege weiterentwickelt. Denn ein modernes Healthcare-Logistiksystem beinhaltet nicht nur den Transport sowie die

Lagerung medizinischer Geräte und Substanzen, sondern ist so weitgehend, dass die komplette Auslagerung der Logistik eines Krankenhauses übernommen wird.

In den vergangenen Jahren hat sich die Welt der Medizin und die Lebenssituation der Menschen teils stark verändert. Aufgrund einer stetig älter werdenden Bevölkerung und der weltweit wachsenden Mittelschicht ist die Nachfrage in der Pflege gewachsen – ein Trend, der sich in den kommenden Jahren fortsetzen wird. Einerseits gilt es, dabei Kosten einzusparen, weshalb viele Institutionen ihre Logistikkosten auf den Prüfstand

stellen. Andererseits müssen medizinische Produkte unter zunehmend strengeren Bedingungen gelagert und transportiert werden. Dies führt zu einem starken Spannungsverhältnis zwischen Qualität und Kosten der Logistik.

### Lieferung bis an den Kühlschrank

Fiege Benelux bietet mit seinem Healthcare-Vertriebsnetzwerk, das bereits 1995 für den Transport radioaktiver Materialien für die Nuklearmedizin in den Niederlanden gegründet wurde, eine Lösung für dieses Problem. Das Netz besteht aus etwa 45 temperaturgeführten Fahrzeugen, die für den Transport verschiedener medizinischer Produkte, wie zum Beispiel Diagnosegeräte, medizinische Ausrüstungen, Medikamente oder chirurgische Instrumente, ausgestattet sind. Die meisten dieser Produkte werden an Krankenhäuser, Pflegeheime und den medizinischen Großhandel geliefert, aber für einige

seiner Kunden liefert Fiege sogar direkt bis in den heimischen Kühlschrank der jeweiligen Patienten.

Das Arzneimittelgesetz stellt dabei strenge Bedingungen an die Handhabung medizinischer Produkte während der Produktion, der Lagerung, dem Transport und der Lagerung beim Endverbraucher. All diese Anforderungen sind in den sogenannten Good Manufacturing Practices (GMP) sowie in den Good Distribution Practices (GDP) enthalten. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, hat Fiege viel in die Ausbildung seiner Mitarbeiter, die im Bereich Healthcare arbeiten, investiert, so dass Fiege in diesem Bereich die höchstmögliche Qualität der Dienstleistung bieten kann.

### Temperaturgeführt innerhalb der gesamten Supply Chain

Beim Vertrieb medizinischer Produkte wird unterschieden zwischen ge-

kühlten Produkten, die zwischen zwei und acht Grad Celsius transportiert werden, und den sogenannten „Ambient-Produkten“, die bei einer Temperatur zwischen 15 und 25 Grad Celsius ausgeliefert werden. Für gekühlte Produkte verlangen die GDP eine geschlossene und überwachte Kühlkette, die während des gesamten Ablaufs von der Produktion bis zum Moment der Nutzung durch den Patienten oder eine Institution garantiert werden muss. Um diese GDP Anforderungen zu erfüllen, hat Fiege bereits vor Jahren begonnen, sein Qualitätssystem weiterzuentwickeln. Es wurde u. a. eine klimatisierte Umschlagzone eingerichtet, in der diese Produkte sortiert werden und in der eine konstante Temperatur von zwei bis acht Grad Celsius herrscht. Außerdem ist sie, ebenso wie die jeweiligen Fahrzeuge, mit mehreren Temperatursensoren ausgestattet, die kontinuierlich die Temperatur aufzeichnen. Die vollständig geschlossene Kühlkette wird kontinuierlich durch ein System überwacht. Die Temperaturen sind dabei ständig auf einem Mo- >



Fiege Benelux hat viel in die Ausbildung seiner Mitarbeiter im Healthcare-Bereich investiert.

nitor sichtbar, der von Mitarbeitern in der Disposition überprüft wird. Die aufgezeichneten Daten werden außerdem fünf Jahre aufbewahrt, so dass Fiege innerhalb dieses Zeitraums stets nachvollziehen kann, ob ein bestimmtes Produkt an einem bestimmten Tag unter korrekten Temperaturbedingungen ausgeliefert wurde.

### Vertrieb radioaktiver Materialien

Ähnlich strenge Anforderungen gelten für radioaktive Medizinprodukte. Die Nuklearmedizin verwendet radioaktive Materialien, um Tumore und andere Krankheiten zu entdecken. Dieses radioaktive Material wird ausschließlich an einigen wenigen Standorten innerhalb der Niederlande hergestellt und muss so schnell wie möglich zum Patienten transportiert werden, da es bereits im Laufe weniger Tagen an Qualität verliert. Obwohl es Leben rettet, ist dieses Material aufgrund der Radioaktivität als

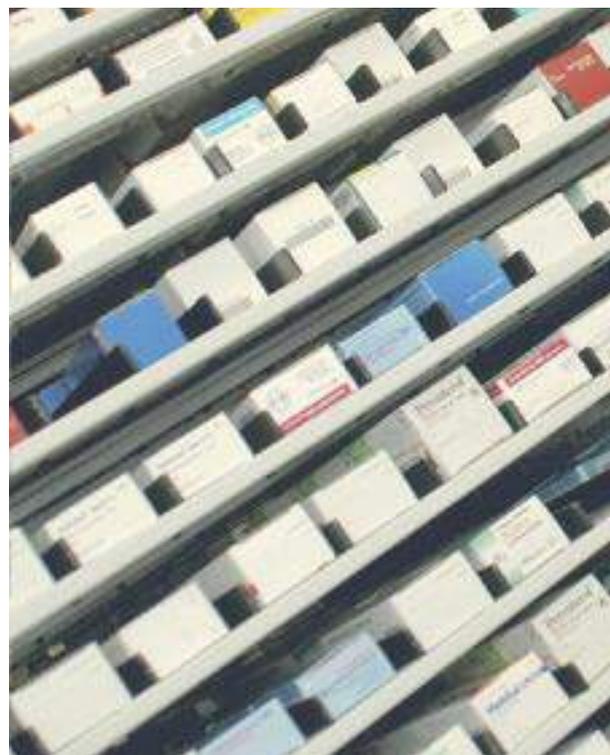
Gefahrstoff eingestuft (ADR Klasse 7). Die Fiege-Mitarbeiter müssen deshalb speziell ausgebildet sein, um dieses Material transportieren zu dürfen und stets einen Dosimeter tragen, der die Menge an Radioaktivität misst, der ein Fahrer im Laufe eines Jahres ausgesetzt war. Zudem sind die Fahrzeuge mit speziellem Bleischrot ausgestattet, um die Strahlung, die einen Fahrer erreicht, auf ein Minimum zu beschränken.

Neben diesen generellen Kühl- und Gefahrguttransporten im Fiege Verteilernetzwerk, bietet Fiege für einige Krankenhäuser eine dedizierte Lösung an. Ein Beispiel hierfür ist der Transport spezieller Nährstoffe, die eine konstante Kühlung benötigen, direkt zum Patienten. Dieser Dienst wird meist Menschen angeboten, die chronisch erkrankt sind und sich in der Endphase ihres Lebens befinden. Fiege liefert die jeweiligen Produkte in diesen Fällen bis in den Kühlschrank des Patienten und prüft auf Wunsch sogar, ob dieser noch richtig funktioniert.

### Verschiebung im Bereich der Betreuung

All diese Entwicklungen lassen für die Zukunft erwarten, dass die Anforderungen in diesem besonderen Transportbereich immer strenger werden – insbesondere im Bereich der Temperaturoaufzeichnungen. Gleichzeitig werden die Volumina in den kommenden Jahren erheblich zunehmen. Hinzu kommt eine Verschiebung im Bereich Betreuung, da die Menschen zunehmend eine Pflege bei sich zu Hause in Anspruch nehmen werden. Die Patienten werden sich nur für eine kurze Behandlungsdauer ins Krankenhaus begeben und, sobald es ihr Gesundheitszustand erlaubt, eine Betreuung im eigenen Heim vorziehen.

Um die Kosten der gesundheitlichen Betreuung auch für kommende Generationen auf bezahlbarem Niveau zu halten, müssen all diese Veränderungen durch effiziente Logistiklösungen unterstützt werden, die die



Der Vertrieb von medizinischen Produkten unterliegt strengsten Bedingungen an die Handhabung.



Bis auf die Stationen liefert Fiege zum Teil die medizinischen Produkte.



höchstmögliche Qualität bei gleichzeitig konkurrenzfähigem Preis gewährleisten. Diese Trends hat Fiege erkannt und bietet seinen Kunden bereits heute leistungsfähige Lösungen an. ●

## Weltweite Distribution für Medskin Solutions Dr. Suwelack

Mit Medskin Solutions Dr. Suwelack hat Fiege einen weiteren Kunden aus dem Bereich Healthcare für den Pharma-Lagerstandort in Münster gewinnen können. Der Hersteller von Life Science-Produkten aus Billerbeck vertraut seit November letzten Jahres bei der weltweiten Distribution sowie allen dazugehörigen Verzollungstätig-

keiten seiner Ware auf das Know-how von Fiege. Für die Wahl von Fiege waren vor allem zwei Kriterien entscheidend: Einhaltung der GMP-Standards und damit die Sicherstellung der Qualität der hochwertigen Produkte sowie die globale Logistikkompetenz der Distributionsorganisation kombiniert mit umfassendem Know-how im

Bereich der weltweiten Zollabwicklung. Die Anforderungen passten ideal zum Fiege-Standort in Münster: Der gesamte Hallenkomplex ist klimatisiert und in den vorhandenen Kühllhäusern ist eine Lagerung im Bereich von 2 bis 8 °C möglich. In der gesamten Anlage wird zudem nach GMP-Standards gearbeitet.

# Ein Produktspektrum mit hohen Anforderungen

Eine aus logistischer Sicht besonders herausfordernde Aufgabe hat Fiege jetzt in der Schweiz übernommen: Seit dem 1. Juli ist die Schweizer Tochtergesellschaft Fiege Logistik (Schweiz) AG in ihrem Multi-User-Center Oftringen verantwortlich für die Lager- und Transportlogistik der Depot CH AG.

**D**ie Depot CH AG wurde als Konzerntochter der Migros zum 1. Juli 2012 gegründet. In der Implementierungsphase wurde das Projekt durch die Gries Deco Company GmbH mit Sitz in Niedernberg, Deutschland, begleitet. Unter den zwei Marken „Depot“ und „Ipuro“ werden Homeaccessories und Raumdüfte vertrieben. Das Produktspek-

trum erstreckt sich von Kleinstartikeln wie Schlüsselanhängern und Grußkarten über Bücher und Dekorationsartikel bis hin zu Wohnmöbeln wie Tische und Schränke. Somit stellt die logistische Aufgabe hohe Anforderungen an das Know-how der Mitarbeiter.

„Im Zuge der Neustrukturierung unseres Unternehmens waren wir, die Gries Deco Company (GDC) bzw. Depot CH AG, auf der Suche nach einem starken und flexiblen Logistik-Partner. Diesen haben wir in Fiege gefunden. Es war eine intensive Zusammenarbeit in der Konzept- und Aufbauphase, woraus wir einen großen Nutzen ziehen konnten. Dank dieser gründlichen und intensiven Vorbereitung konnten wir gemeinsam einen erfolgreichen Go Live sicherstellen. Jetzt freuen wir uns auf eine weiterhin gute und angenehme Zusammenarbeit zwischen Fiege und der Depot CH AG“, sagt Marco Berninger, Projektleiter Logistik, Gries Deco Company.

Und auch Brigitte Schönhoff, Head of Logistics der Fiege Logistik (Schweiz) AG, betont: „Wir haben gegenseitig unsere Versprechen eingehalten und damit die Basis für einen guten Start in die Kooperation gelegt. Die klare Prozessorientierung, die zielgerichtete Arbeitsweise und die sehr gute Abstimmung während der Implementierung haben einen erfolgreichen operativen Start sichergestellt.“

Der Dienstleistungskatalog der Fiege Logistik umfasst den Wareneingang von Container- und LKW-Ware, umfangreiche Qualitätsprüfungen beim Wareneingang, Kommissionierung und Zusammenstellung der Artikel in der Form, dass die Ware in den Filialen direkt auf die Präsentationstische oder Regalflächen verteilt werden kann. Als Value Added Service kommen zum Beispiel Preisauszeichnungen hinzu. Fiege übernimmt mit der eigenen Flotte auch den Transport der Waren und garantiert eine 24-Stunden-Zustellung in der gesamten Schweiz. ●



## Zahlen und Fakten der Gries Deco Company

Gries Deco Company GmbH:  
Sitz in Niedernberg, Deutschland,  
Mitarbeiter: ca. 5.700  
zum 1. Juli 2012 gegründete Gesellschaft  
(Depot CH AG),  
Tochter der Migros,  
24 Filialen in der Schweiz,

heterogenes Produktspektrum: Schlüsselanhänger, Grußkarten, Bücher, Kerzen, Deko-Artikel, Küchenzubehör, Badezimmerartikel und Möbel, Ganzjahresartikel sowie stark ausgeprägtes Saisongeschäft, starke Marken „Depot“ und „Ipuro“.

# VIP Transportservice für SR Technics

Eine der interessantesten Wachstumsbranchen der Fiege Gruppe, die Industrielogistik, wurde in der Schweiz verstärkt: Die Fiege Logistik (Schweiz) AG, 100-prozentige Tochtergesellschaft der Fiege Gruppe, zeichnete mit dem Aviation Kunden SR Technics einen Vertrag für die exklusive Abwicklung aller In- und Outboundtransporte für das neue VIP Completion Center.

Langjährige Erfahrung im Luftfahrtgeschäft bietet die Fiege Logistik (Schweiz) AG.

**S**R Technics mit Hauptsitz am Flughafen Zürich (Schweiz) ist einer der weltweit führenden, unabhängigen Anbieter von technischen Dienstleistungen für die zivile Luftfahrt. Die Gruppe bietet Fluggesellschaften umfassende Lösungen für die technische Betreuung von Flugzeugflotten, Flugzeugkomponenten und Triebwerken. Im Jahr 2011 hat SR Technics in Zürich ein VIP Completion Center eröffnet, welches exklusiv für VIP-Kunden innovative und maßgeschneiderte Flugzeuginterieurs entwickelt und umsetzt.

In unmittelbarer Nähe zu SR Technics, im Frachtzentrum des Flughafens Zürich in Kloten, wickelt Fiege seit Juli 2011 exklusiv alle ein- und ausgehenden Transporte inklusive

des Order Managements für das VIP-Business von SR Technics ab. Dies erfordert höchste Qualität, Zuverlässigkeit und Flexibilität in den expeditionellen Dienstleistungen. Durch logistisches Know-how, kundenorientierten Service und langjährige Erfahrung im Luftfahrtgeschäft bietet die Fiege Logistik (Schweiz) AG eine optimale Lösung für SR Technics.

Die Serviceleistungen reichen vom vollständigen Transportmanagement über alle Verkehrsträger inklusive Verzollungsservice bis zu einem anspruchsvollen „Workstoppage-Service“ für die Expressbeförderung von Flugzeugkomponenten zur Vermeidung von Arbeitsunterbrechungen am Flugzeug. Die Koordination dieser vielfältigen Aufgaben erfolgt über ein

zentrales und integriertes Order Management System.

So realisiert die Fiege Logistik (Schweiz) AG effiziente und individuell abgestimmte Logistiklösungen, u. a. durch Vermeidung von Arbeitsunterbrechungen während der Projektphasen seitens SR Technics, mit einem optimalen Kosten-Nutzen-Verhältnis.

Mit SR Technics gelang der Fiege Gruppe in der Schweiz auch der konsequente Ausbau des Aviation Business. „Für unsere Kunden zählen Know-how und Zuverlässigkeit, denn sie können sich Stillstand nicht leisten“, erklärt Thomas Knopf, CEO Schweiz + Far East. „Wir freuen uns auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit in einem für Fiege wichtigen und spannenden Logistikbereich.“ ●





## Ein Transport der ganz besonderen Art

Die umsichtige Einplanung von Ressourcen sowie die Koordinierung von Kundenbedürfnissen zeichnet die Kunst eines präzisen Speditionswesens aus, was die Fiege Logistik (Schweiz) AG letztlich bei einem Großauftrag wieder einmal bestätigen konnte.

**D**ie Aufgabe bestand darin, einen 196 Tonnen schweren Transformator vom ABB-Werk, südwestlich von Oslo gelegen, in den Hafen der Jebel

Ali Freezone, Vereinigte Arabische Emirate (UAE), zu transportieren. „Am einfachsten wäre es gewesen, den Transformator auf einen Spezialtrailer zu laden und die Ladung nach

196 Tonnen wog der Transformator, der von Norwegen in die Vereinigten Arabischen Emirate transportiert wurde.

Oslo oder zum nächsten Seehafen über Land zu verbringen“, meinte Thierry Traechsl, Leiter der Seefracht Division bei Fiege Logistik. „Doch die Lage des Werks, das an einem Nebenarm des Oslofjords errichtet wurde, stellte eine große Herausforderung dar: Der Zugang war nur über eine niedrige Brücke möglich, die jedoch nicht von schwerem Gerät befahren werden durfte. Deshalb gab es nur die eine Möglichkeit für den Transport des Transformators – das Wasser.“

Es wurde ein Schwimmkran angemietet, um den Transformator auf ein kleines Küstenschiff zu heben, dessen Ziel der Hafen von Hamburg war. Zwischenzeitlich musste Fiege schnell und umsichtig planen. Die Herausforderung bestand darin, zwei Fristen einzuhalten: einmal den Abholtermin des Transformators vom ABB-Werk, und dann dessen Auslieferung vor Ort beim Kunden bis spätestens sechs Wochen später. Um weitere logistische Einschränkungen zu überwinden und zugleich die vereinbarten Lieferbedingungen einzuhalten, musste der Transformator für zwei Wochen auf einem Ponton in Hamburg zwischenlagert werden.

Nach dieser „Zwangspause“ wurde der Transformator endlich auf einen Rickmers Mehrzweckfrachter geladen, der speziell für diesen Transport gechartert worden war. Um den Transformator auf seiner langen Seereise zu schützen, befand dieser sich unter Deck.

Die Einheit erreichte das Gelände des Kunden pünktlich nach einer Transportzeit von Tür zu Tür von genau 40 Tagen. Das gesamte Projekt einschließlich der notwendigen Zollformalitäten wurde vom Fiege-Projektteam unter der Aufsicht von Oliver Hoz organisiert. ●



# Ausweitung der Medienlogistik in der Schweiz

Die Fiege Gruppe hat ihre Medienlogistik jetzt auch im europäischen Ausland erweitert: Seit Juli 2012 wird in der Schweiz die Verlagslogistik von Tamedia am Standort Zürich durch die Fiege Logistik (Schweiz) AG sichergestellt.

**T**amedia ist eine Schweizer Mediengruppe mit Sitz in Zürich, die mit ihren Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften, Onlineplattformen sowie Zeitungsdrukereien zu den führenden Medienunternehmen der Schweiz zählt. Fiege erbringt in Deutschland für zahlreiche renommierte Verlagshäuser, unter anderem für die Frankfurter Allgemeine und das Handelsblatt, teilweise schon seit über zehn Jahren maßgeschneiderte Logistikdienstleistungen.

„Wir konnten unseren neuen Kunden Tamedia mit unserer langjährigen und erfolgreichen Zusammenarbeit mit den verschiedenen Verlagen in Deutschland überzeugen“, erklärt Peter Scherbel, Vorstand der Fiege Gruppe, „denn Fiege Logistik Schweiz verfügt über dieses Wissen und die Erfahrungen in der Presselogistik. Darum war letztendlich die Entscheidung für uns als Partner naheliegend“.

Fiege Logistik Schweiz wird die Verlagslogistik Zürich mit modernen IT-Programmen und neuen Prozessen aktualisieren. Fiege übernimmt die Betriebsverantwortung für das gesamte Logistiknetz, insbesondere für die Disposition, Kommissionierung und den Transport. Gleichzeitig wird Fiege die vorhandenen Logistik-

strukturen reorganisieren und optimieren.

Sämtliche 14 Mitarbeiter der Verlagslogistik Zürich wurden von Fiege Logistik Schweiz übernommen. Die zentrale Planung der Logistik sowie das Datenmanagement aller Zeitschriftentitel von Tamedia werden in Zukunft von Bern aus gesteuert. ●





## Fiege gewinnt weiteren Fashion-Kunden

Mit der Übernahme der Logistik von MORE&MORE konnte Fiege für den im April übernommenen Fashion-Standort in Münster direkt im Eröffnungsmoment des Lagers einen weiteren Kunden gewinnen. Nach dem Umzug der Logistik von MORE&MORE von München nach Münster übernimmt Fiege zukünftig das komplette Handling der Fertigware des Starnberger Fashion-Labels. An dem neuen Fashion-Standort werden rund 1,5 Millionen Teile, davon 350.000 Teile Hängeware, von MORE&MORE übernommen, gelagert, kommissioniert und sowohl national als auch international in die MORE&MORE-eigenen Stores, Partner-Stores, Shop-in-Store-Systeme sowie Flächenpartner und Fachhandelsgeschäfte versendet.

**S**eit April 2012 hat Fiege die insgesamt drei Hallen mit 16.500 m<sup>2</sup> Lagerfläche auf dem Gelände des Hauptsitzes von Primera angemietet und betreibt sie zukünftig als eigenen Standort. Für die zu Primera gehörenden Damenmode-Marken apriori, Cavita und Laurèl wickelt Fiege im Münsteraner Standort die Warenannahme,

# Neuer Standort für die Fashion-Logistik

Mit der Übernahme umfassender Logistikaktivitäten für den Fashion-Hersteller Primera in Münster sowie des Betriebs der gesamten Logistikimmobilie baut Fiege seine Stellung im Bereich der Fashion-Logistik weiter aus.

Kommissionierung und Versandabwicklung für die nationale und internationale Distribution der Liege- und Hängeware, das gesamte Handling der Rohware, wie Oberstoffe und Zutaten (Reißverschluss, Knöpfe) sowie das Retourengeschäft ab. Neben diesen logistischen Kernaufgaben übernimmt Fiege für Primera außerdem zahlreiche Value Added Services. Rund zwei Millionen Teile verlassen pro Jahr das Lager. Durch die Konsolidierung der Primera-Logistik konnten bereits die Wege und Dauer der Logistikprozesse verkürzt werden. „Im Rahmen der Konsolidierung und weiterer logistischer Optimierungen

sind wir in der Lage, an diesem Standort zukünftig weitere Kunden der Fashion-Branche aufzunehmen und so Synergien für alle Beteiligten zu generieren“, erklärt Günter Westrup, Fiege Regionaldirektor Westfalen.

Die Textilindustrie ist eine der acht Kernbranchen, für die Fiege leistungsfähige Kontraktlogistikkonzepte entwickelt. An 13 eigenen Fashion-Standorten in ganz Europa übernimmt Fiege als führender Kontraktlogistiker im Fashion & Textile-Bereich für namhafte Kunden der Branche die logistische Bearbeitung von mehr als 250 Millionen Teilen pro Jahr. ●

# Studenten besuchen Fiege in Worms

● Schon seit mehreren Jahren kooperiert Fiege mit der WHU Worms, der Otto Beisheim School of Management. Zusammen mit seinen internationalen MBA-Studenten von ausländischen Partneruniversitäten besuchte Prof. Dr. Martin Fassnacht auch in diesem Jahr das große Logistikzentrum der Fiege Gruppe in Worms. Durch eine ausführliche Präsentation und einen anschließenden Rundgang durch die beiden Standorte VDC und IDC sollten die Studenten einen Einblick in die Welt der Logistik erhalten. Als sehr spannend wird beim Rundgang durch das Zentrum immer wieder das voll-elektronische Hochregallager empfunden.

## Impressum

Logo 79/September 2012  
Das Fiege Magazin

### Anschrift:

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

### Herausgeber:

Fiege 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 und italienischer Sprache.

### Logo zum Download:

[http://www.fiege.de/de/presse\\_\\_\\_events/kundenmagazin\\_logo](http://www.fiege.de/de/presse___events/kundenmagazin_logo)  
[http://www.fiege.com/en/press\\_\\_\\_events/customer\\_magazine\\_logo](http://www.fiege.com/en/press___events/customer_magazine_logo)



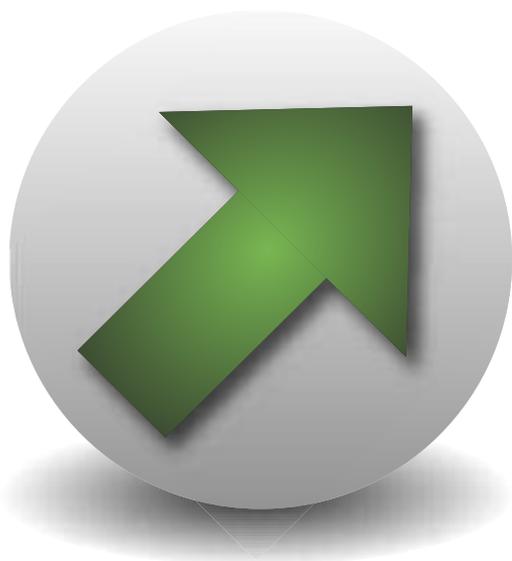
Hoch interessant und spannend war der Rundgang durch die Logistikhallen für die Studenten.

# NEWS

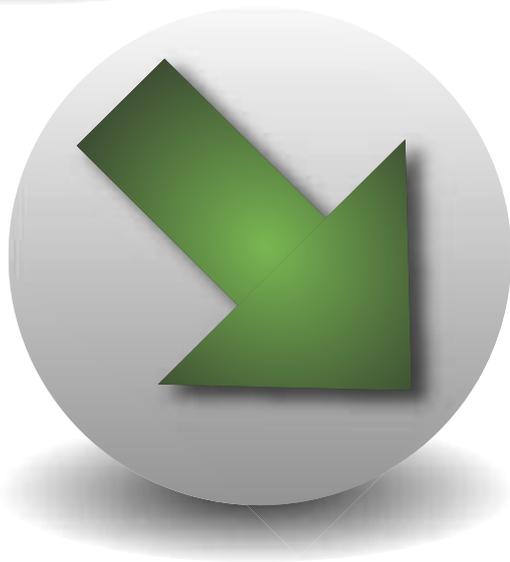
## Business E-Commerce Lösung für Reifen

● Mit Hilfe der E-Commerce-Spezialisten von Fiege vertreibt die Toyo Tire Europe GmbH ihre Reifen für Business-Kunden zukünftig auch über eine B2B-Internetplattform. Durch den jüngst erfolgten Rollout in Großbritannien ist die multilinguale E-Commerce Branchenlösung für die Toyo Tire Geschäftskunden nun in Deutschland, Italien, den Beneluxländern und Großbritannien verfügbar. Mit diesem Schritt erweitern die beiden Unternehmen die partnerschaftliche Zusammenarbeit neben der Logistik nun auch auf E-Commerce-Dienstleistungen. „Die Übernahme der E-Commerce-Aktivitäten unterstreicht die Fiege Kompetenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Onlinehandel, die wir seit 2006 sukzessive ausgebaut haben. Fiege hat sich vom Fulfillmentdienstleister zu einem echten Full Service E-Commerce-Dienstleister entwickelt“, erklärt Felix Fiege, Vorstand Fiege Gruppe.





# 2012 – Das Jahr vor der nächsten Rezession oder vor der Beruhigung der Märkte?



Was noch von diesem Jahr erwartet werden kann und welche akuten Herausforderungen für Kontraktlogistiker bestehen

VON Prof. Dr. Christian Kille

In Zeiten der Unsicherheit wird der Ruf nach Prognosen traditionell immer lauter. Unternehmenslenker und Geschäftsfeldentwickler suchen Leitplanken, an denen sie sich orientieren und durch die sie ihre Entscheidungen begründen können. In der Logistik lagen bisher einzig Ausblicke für die Entwicklung der Transportaufkommen vor, welche vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung herausgegeben werden. Auf diesen Prognosen haben sich die vielen Entscheidungen für Expansionen, Ergänzungen oder Ausweitungen begründet – zumindest durch Ableitungen, wie die Auswirkungen auf das eigent-

liche Geschäft aussehen könnten. Diese Lücke wird mit der Studie „Challenges 2012“, welche jüngst im Deutschen Verkehrs-Verlag erschienen ist, geschlossen. Sie prognosti-

## Prognosen für den Logistikmarkt

ziert nicht nur den Logistikmarkt für das Jahr 2012 nach Eurovolumen, sondern differenziert auch nach insgesamt 13 Teilmärkten. Um nicht eine Scheingenauigkeit zu erhalten, wird hier mit Szenarien gearbeitet,

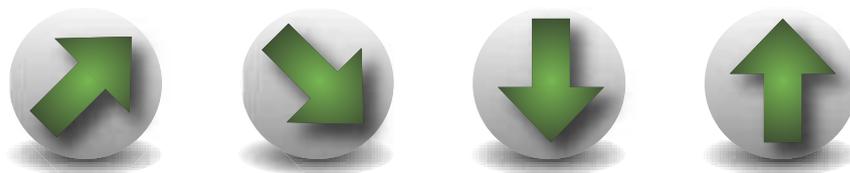
die einen Best und einen Worst Case umfassen und detaillierte Analysen bieten, bei welchen Rahmenbedingungen diese eintreffen.

Dies erscheint wichtig, denn das Umfeld, in dem sich die Logistik bewegt, ist geprägt durch unterschiedlichste und in ihrer Stärke wechselnde Einflüsse, so dass es nicht verwunderlich ist, wenn bisher eine Prognose in dieser Form nicht angegangen wurde. Denn insgesamt zehn Kräfte zerran an der Logistik mit unterschiedlicher Intensität (siehe Tabelle auf S. 23).

So zeigt sich aktuell, dass die Diskussionen zur Dynamik der Weltwirtschaft und die Globalisierung nach ihrem Hoch in den letzten Jahren

langsam abnehmen. Die Mechanismen, die durch die Ereignisse der letzten Jahre entwickelt wurden, werden eingeführt und etabliert. Auch die Professionalisierung der Logistik zeigt eine eher abnehmende Intensität, da sie bereits weit vorangeschritten ist. Gleichbleibend wichtig ist der staatliche Einfluss, der den Markt immer bewegen und in Atem halten wird. Auch die Konzentration auf Kernkompetenzen einschließlich der Outsourcing-Diskussion bleibt bestehen.

Mit einer zunehmenden Tendenz wird sich der demografische Wandel in die Gestaltung der Logistikmärkte einbringen. Während dieser seinen Höhepunkt erst in zehn oder zwanzig Jahren haben wird, steht der Höhepunkt der Wirkung des Treibers Klimawandel und nachhaltiges Wirtschaften kurz bevor. Bereits in den nächsten Jahren wird der Druck auf die Unternehmen so groß sein, etwas zu ändern, dass er sich in wenigen



Jahren bereits zu einem „Hygienefaktor“ entwickelt haben wird.

Derzeit dominieren noch die Risiken entlang der Versorgungsketten. Diese werden jedoch kurzfristig abnehmen, sofern nicht neue Risiken entstehen, bevor die Gegenstrategien implementiert sind. Für die Logistikdienstleister sehr positiv wirkt die Dienstleistungsorientierung, der sich viele Industrie- und Handelsunternehmen in Zukunft mehr widmen werden. Durch die Professionalisierung ihrer Dienstleis-

tungen und die Steigerung ihrer Leistungsfähigkeit bieten sich die Logistikdienstleister hier als kompetente Partner an. Gepaart mit der geforderten immer kürzer werdenden Reaktionszeit, die viele neue Branchen erfassen wird, werden die Potenziale für die Logistiker in Deutschland steigen – trotz der zahlreichen Herausforderungen der oben genannten Kräfte. Wie wirken nun diese Kräfte auf den Logistikmarkt? In 2011 lagen die Aussichten kontinuierlich deutlich im positiven Bereich. In Summe hat sich nach den letzten Hochrechnungen ein Marktwachstum von 6% ergeben. Eine statistische „Sicherheit“ wird im Herbst dieses Jahres vorliegen.

Für 2012 gestalten sich die Aussichten nicht ganz so rosig. Die Prognose Stand 03/2012 zeigt einen Korridor,

	Intensität
Dynamik der Wirtschaft und die treibende Kraft der Globalisierung	
Der demografische Wandel und die Diversifizierung der Gesellschaft	
Der Klimawandel und die damit neuen Anforderungen an die Logistikabwicklung	
Staatliche Einflüsse als lenkendes Korrektiv und zunehmende Mitsprache der Bevölkerung	
Neue Risiken aus Arbeitsteilung, Bestandsoptimierung, Wachstum der Ballungszentren und Vernetzung	
Professionalisierung der Logistik und damit wachsendes Aufgabenfeld	
Konzentration auf Kernkompetenzen nicht nur bei Leistungen, sondern auch bei Ressourcen	
Die neue Dienstleistungsorientierung mit Fokus auf den Nutzen von den Produkten	
Die neuen Technologien – das Wohl und Wehe für die Logistik und ihre Unternehmen	
Die schneller tickende Uhr und ihre Herausforderung bei der Bedarfsprognose	

Quelle: Kille/Schwemmer 2012

## Dunkle Wolken am Horizont der Weltwirtschaft

der im Maximum bis +3% reicht. Dies entspräche einer Marktgröße von 230 Mrd. Euro. Jedoch zogen und ziehen immer noch dunkle Wolken am Horizont der Weltwirtschaft. Zwar sind Europa mit der Schuldenkrise, die mittlerweile nicht nur Griechenland, sondern auch Spanien ergriffen hat, und die USA, die sich immer noch nicht zu 100% erholt hat, die derzeitigen Hauptkrisen- >

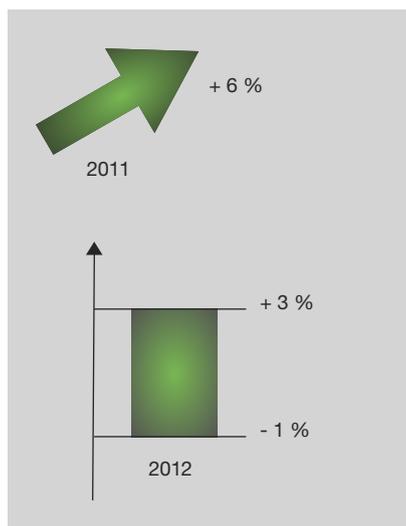


Abbildung : Prognose Gesamtmarkt für 2011 und 2012 (Quelle: Kille/Schwemmer 2012)

herde. Aber auch China steht nicht so sicher da, wie allgemein gedacht wird. Noch wird das Wirtschaftswachstum von den Schwellenländern getragen. Sofern China schwächelt, kann es zu noch größeren Verwerfungen kommen. Zu dem jetzigen Zeitpunkt sollte dies jedoch nicht mehr für das laufende Jahr ausschlaggebend sein.

Für Fiege stehen zwei der 13 Teilmärkte im Mittelpunkt des Interesses: die Konsumgüterkontraktlogistik sowie die Industrielle Kontraktlogistik. Beide Logistiksegmente haben in der Vergangenheit unterschiedliche Entwicklungen genommen.

Charakteristisch für den Teilmarkt der Konsumgüterkontraktlogistik ist die geringe Anfälligkeit hinsichtlich

Konjunktorentwicklungen. Besonders hohe Ausschläge nach oben (in boomenden Zeiten) oder nach unten (in Krisenzeiten) bleiben die Ausnahme. Zumindest kann dies seit 2006 festgestellt werden, denn die „German Angst“, die die deutsche Bevölkerung bei den kleinsten Unsicherheiten bis davor ergriffen hat, tritt so gut wie gar nicht mehr auf. Sogar in 2008, als sich eine Wirtschaftskrise bereits angedeutet hat, wie auch in 2009, als die Finanzkrise ihren Höhepunkt hatte, blieben die Konsumausgaben erstaunlich stabil.

Jedoch kann die deutsche Bevölkerung schlicht nicht mehr konsumieren. Mehr Essen und Trinken, mehr Kosmetika und Reinigungsmittel, mehr Bücher und andere Medien können in einem entwickelten Land wie Deutschland nicht verkauft werden. Auch bei den Gebrauchsgütern

## Mehrwertleistungen außerhalb der Logistik

aus dem Konsumbereich sieht es nicht anders aus: 95% der Haushalte haben einen Fernseher, 98% einen Kühlschrank und fast 80% einen PC. Woher kommt also überhaupt das Wachstum? Für die Logistikdienstleister sicherlich durch die Übernahme von Mehrwertleistungen, die zuvor nicht unbedingt der Logistik zugeordnet wurden. Aber auch durch das Vertrauen in die Wirtschaft und damit in die Zukunft: Ersatzkäufe

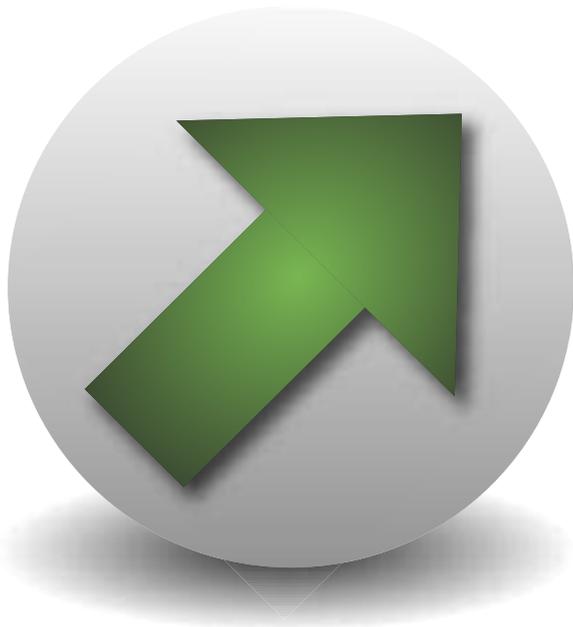
werden früher bzw. überhaupt getätigt. Aber auch die Kosten für Logistikleistungen steigen (hauptsächlich Treibstoff und Lohn), und damit die Aufwendungen für die Konsumgüterkontraktlogistik. Der interessanteste Aspekt kommt durch den geänderten Konsum bzw. die veränderten Bedürfnisse. Zwar kann nicht mehr gegessen werden. Jedoch steigt der Bedarf an Convenient Food. Darunter fallen immer weniger Dosenravioli oder Tütensuppen, sondern aufwändig hergestellte frische oder tiefgekühlte Fertiggerichte. Dafür ist die Logistik komplexer. Dies ist ein weniger offensichtlicher Treiber für das Wachstum im Markt der Logistik für die Güter des täglichen Bedarfs.

Die erste Hochrechnung sieht für 2011 ein Wachstum von 4% vor. Subjektiv aus Sicht der Logistikdienstleister erreichte das Wachstum in diesem Teilmarkt wahrscheinlich sogar fast 10%. Immer noch liegt ein Großteil der Leistungen in den Händen der Industrie und des Handels. Dies ist das Potenzial, welches die Wachstumsaussichten der Logistikdienstleister nach oben korrigieren lässt. Weiterhin haben sie im Rahmen von Kontraktlogistikprojekten die Möglichkeit, Leistungen außerhalb der bzw. benachbart zur Logistik zu erhalten, die meist margenträchtiger sind als klassische TUL-Logistik.

Die Entwicklung in 2012 wird voraussichtlich mit max. +2% leicht wachsen – sofern die fast schon herbei geschworene Krise nicht nach Deutschland schwapppt und das bisher unerschütterliche Vertrauen der Konsumenten doch beeinflussen sollte.

Von dieser Volatilität wird insbesondere die Industrielle Kontraktlogistik – neben anderen vom Export abhängigen Logistiksegmenten – beeinflusst. Ein Jahr nach dem anderen vermeldet die Exportwirtschaft ein Rekordwachstum nach dem anderen – allen voran der Maschinen- und Anlagenbau sowie die Automobilindustrie. Für 2011 ergab sich damit ein weiteres Mal ein hohes Wachstum





von acht Prozent bei der aktuellen Hochrechnung.

Die Gründe dafür liegen auf der Hand: Die deutsche Exportindustrie, darunter u.a. Automobil, Maschinenbau, Chemie und Elektronik, ist hier mit rund 2/3 der gesamten Nachfrage stark repräsentiert. Entsprechend hatten die Rekordzuwächse und Absatzkorrekturen nach oben einen besonders eindrucksvollen Einfluss auf den Teilmarkt. Aus diesem Grund gestaltet sich dieser Teilmarkt als besonders interessant. Dazu kommt, dass noch ein niedriger Outsourcinggrad herrscht. Neugeschäft kommt dadurch nicht nur durch mehr Auf-

## Neugeschäft kommt durch neue Projekte

kommen, sondern auch durch neue Projekte, die an Logistikdienstleister vergeben werden. Dieser generelle Trend, der seit über zehn Jahren stattfindet und deshalb eher als Standard bezeichnet werden sollte, bekommt in der volatileren Weltwirtschaft einen wichtigeren Stellenwert. Die deutschen Unternehmen, die bereits vieles initiiert haben, um flexibler auf Nachfrageschwankungen zu reagieren, werden

weiter an diesem Erfolgsfaktor arbeiten. Die Industrie- und Handelsunternehmen werden sich vermehrt der Flexibilisierung der Prozesse außerhalb der Produktion widmen, um auf kurz- und mittelfristige Bedarfsschwankungen noch besser reagieren zu können. Da die meisten Transportleistungen bereits fremd vergeben sind, wie aus den Outsourcinggraden der entsprechenden Teilmärkte zu ersehen ist, profitiert die industrielle Kontraktlogistik durch die hier angesiedelten Warehousing-, Management- und Mehrwertleistungen in besondere Maße. Zwar haben die Instrumente wie Arbeitskonten, Kurzarbeit und Zeitarbeit den verladenden Unternehmen einen hohen Grad an Flexibilität bei ihren eigenen Ressourcen gebracht – noch flexibler sind jedoch externe Dienstleister, die in hohem Maße nur bei wirklich erbrachten Leistungen bezahlt werden. Doch auch das Vertrauen der verladenden Unternehmen ist zu gewinnen. Das Katastrophenjahr 2011 hat gezeigt, dass die Logistikunternehmen vorbereitet sein sollten, wenn Störungen in den sensiblen Logistikketten ihrer Auftraggeber auftreten, damit die kostenintensiven Ausfälle der Produktion aufgrund der abbrechenden Beschaffungsseite so selten vorkommen wie nur möglich. Zu-

mindest einige der Versorgungsketten waren robuster als von vielen Experten erwartet. Das sollte das Vertrauen in die Leistung der Logistikunternehmen steigern und die Nachfrage nach Kontraktlogistiklösungen im Industriebereich ankurbeln.

Was sind weitere Wachstum stützende Faktoren für 2012? Ein Fakt ist, dass der Bedarf an deutschen Produkten in den Schwellenländern und den neuen Wirtschaftsmächten insbesondere der BRIC-Staaten steigt. Diese Nachfrage kann noch über ein paar weitere Jahre Bestand haben.

Insgesamt ziehen jedoch dunkle Wolken auf, die nicht unbedingt einen Wolkenbruch bedeuten müssen. Der Vorteil gegenüber 2008/2009 ist, dass die Wirtschaftslenker, Finanzbosse und Politiker vorbereitet sind. ●

## Zur Person

Prof. Dr. Christian Kille  
Hochschule Würzburg-Schweinfurt  
Institut für Angewandte Logistik (IAL)  
Professur für Handelslogistik  
Wissenschaftlicher Beirat der  
Fraunhofer SCS



# Logistik für das schwarze Kätzchen

Seit nunmehr 20 Jahren kooperiert Fiege erfolgreich mit dem bekannten Süßwarenunternehmen Katjes Fassin GmbH & Co. KG aus Emmerich am Rhein. Jetzt wurde der bestehende Logistikvertrag erweitert und verlängert.



Seit 1950 ist das bekannteste süße Produkt aus dem Hause Katjes „in aller Munde“. Inzwischen zum Klassiker avanciert, ist das schwarze Lakritz-kätzchen auch heute noch so beliebt, dass in den Produktionsbetrieben von Katjes Fassin in Emmerich nach wie vor nach dem alten aus Sizilien eingeführten Rezept die schwarzen „Katjes“ (holländisches Wort für Kätzchen) hergestellt werden. Weit mehr als 50 verschiedene Produkte aus dem Hause Katjes füllen heute die Regale der Geschäfte. In Bocholt konzentriert Fiege die Logistik ab der Produktion der Werke Emmerich, Remshalden, Potsdam und aus Belgien und führt das Zentrallager für die gesamte Logistik des Süßwarenherstellers. Auch die komplet-

te Transportlogistik für die Länder Deutschland und Österreich wickelt die Fiege Gruppe ab.

„Die hohe Qualität der Dienstleistung von Fiege hat uns in all den Jahren überzeugt und uns das Vertrauen auf eine weitere langfristige gute Zusammenarbeit gegeben“, betont Bastian Fassin, Geschäftsführer Katjes International. Verschiedene umfangreiche Value Added Services wie zum Beispiel Konfektionierungen und Displaybau für den Handel oder Discounterkunden ergänzen das Dienstleistungsportfolio. „Am Stammwerk Emmerich betreiben wir zusätzlich ein Exportlager, um dem internationalen Wachstum unseres Kunden Rechnung tragen zu können“, erklärt Markus Pohle, Niederlassungsleiter am Fiege-Standort Bocholt. ●

Im Bocholter Logistikcenter werden die Produkte von Katjes gelagert und kommissioniert.

# Fiege Ukraine kooperiert mit Husqvarna

Die Fiege Gruppe hat im Frühjahr dieses Jahres einen Logistikvertrag mit der Husqvarna Gruppe, Ukraine, unterzeichnet. Die Husqvarna Gruppe ist weltweit Marktführer für Outdoor-Power-Produkte der Forstwirtschaft sowie der Park- und Grünpflege.



Die Fiege Gruppe ist seit 2006 auf dem ukrainischen Markt vertreten.

**D**ie jetzt getroffene Vereinbarung benennt Fiege als exklusiven Dienstleister für Fertigprodukte, Zubehör und Ersatzteile von Husqvarna in der Ukraine und umfasst alle Lageraktivitäten einschließlich Warenannahme, Verpackung, Versand und Warehouse-Management. Für beide Parteien stellt die Flexibilität der Dienstleistung einschließlich einer qualitativ hochwertigen Wartung zu den saisonal bedingten Hauptverkaufszeiten eine besondere Herausforderung dar.

„Wir haben das Unternehmen Fiege mit diesen Aufgaben betraut aufgrund seiner Erfahrungen in unserer Branche. Wir sind besonders beeindruckt von seiner Flexibilität und der Anwendung neuester Technologien innerhalb seines spezifischen Dienstleistungsangebots“, erläutert Vladlen Popolitov, General Manager of Husqvarna (Ukraine) die Entscheidung von Husqvarna zu Gunsten der Fiege Gruppe. „Als strategischer Partner ist Fiege in der Lage, die Leistungsfähigkeit der Logistikketten zu erhöhen und Mehrwertdienste anzubieten, welche eine absolute Übersicht und Kontrolle der Aufträge mit Hilfe von Informationssystemen gewährleisten, die die Prozessplanung und -überwachung unterstützen“, betont Jens Fiege, Vorstand der Fiege Gruppe. ●

## Die Husqvarna Gruppe

Die Husqvarna Gruppe ist der weltweit größte Hersteller von Outdoor Power Produkten einschließlich Kettensägen, Schneidegeräten, Rasenmähern und Gartentraktoren. Die Gruppe ist ferner in Europa führend für Bewässerungsprodukte und einer der Weltführer für Schneidegeräte und Diamantenwerkzeuge für die Bau- und Steinindustrie. Die Produkte werden über Vertragshändler in über 100 Ländern verkauft. Der Umsatz in 2011 betrug SEK 30 Milliarden und die durchschnittliche Mitarbeiterzahl beläuft sich auf etwa 15.700.

## Fiege Ukraine

Die Fiege Gruppe ist auf dem ukrainischen Markt seit 2006 vertreten und beschäftigt rund 200 Mitarbeiter. Das Unternehmen betreibt mehr als 40.000 Quadratmeter Lagerfläche. Fiege Ukraine bietet Dienstleistungen für unterschiedliche Branchen an wie FMCG, Handel, langlebige Verbrauchsgüter, Automobile, Reinigungsmittel für den Haushalt und mehr. Ziel ist es, Kunden mit ganzheitlichen innovativen Logistiklösungen und kostengünstigem und optimalem Supply Chain Management auf der Grundlage moderner Informationssysteme zu bedienen.

# Jenseits von Effizienz – Die Herausforderungen der Logistik von morgen

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ boomt in Wissenschaft und Praxis. Und, wie es für viele Trends gilt, gibt es auch in Bezug auf Nachhaltigkeit Unkenrufe.

In diesem Fall hinsichtlich der Frage, ob dieser Trend die richtigen Antworten auf die Fragen unserer Zeit geben kann.

VON Nora Meyer und Dr. Johannes Reidel



**D**as Forschungsprojekt „CSR-Management in Logistiknetzwerken“ (CoReLo), welches das Kulturwissenschaftliche Institut (KWI) in Essen mit weiteren Wissenschafts- und Praxispartnern durchführt, beschäftigt sich mit genau diesen Fragen, speziell für die Logistik. CoReLo ist ein Verbundprojekt im Rahmen des Effizienz Clusters Logistik Ruhr und wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung für drei Jahre von 2010 bis 2013 gefördert.

Logistikunternehmen sind aufgrund ihrer Einbindung in globale Wertschöpfungsprozesse in besonderer Weise mit dem Begriff der Nachhaltigkeit, also den Herausforderungen ökonomischer, sozialer und ökologischer Verantwortung konfrontiert, wie sie gegenwärtig auch unter dem Begriff „Corporate Social Responsibility“ (CSR) diskutiert werden. Die zunehmende öffentliche Aufmerksamkeit für Sozial- und Umweltstandards, die wachsende Bedeutung von Ethik- und Öko-Audits und die durch den Klimawandel erforderliche Ressourcenschonung und Energieeffizienz machen CSR-Konzepte notwendig, die speziell auf die Anforderungen kleiner und mittelständischer Logistikdienstleister und Logistiknetzwerke zugeschnitten sind.

Vor diesem Hintergrund entwickelt das Verbundprojekt CoReLo innovative Strategien der Unternehmensverantwortung, die über die bekannten Ansätze des nachhaltigen Lieferketten-Managements hinausgehen. Neuartig am verfolgten Ansatz ist die Verbindung von Ethik- und Nachhaltigkeitsanalysen mit der Gewinnung von Stakeholder-Informationen und der Entwicklung betrieblicher Verantwortungsmanagement-Systeme.

Ziel des Projekts ist der Nachweis, dass wertegelitete, sozial-ökologisch verantwortliche Logistiknetzwerke über eine innovative Unternehmenskultur verfügen und durch geringere Störanfälligkeit, bessere Koordinationspotenziale, höhere Mitarbeitermotivation und Sozialreputation gekennzeichnet sind. Insgesamt könnten somit Wettbewerbsvorteile und neue Marktchancen auf der Grundlage nachhaltigen Wirtschaftens entstehen.

Die Erkenntnisse aus der Klimaforschung am Beispiel der Treibhausgasemissionen (THG) zeigen, dass vor allem im Transportsektor eine gravierende Diskrepanz zwischen tatsächlicher und notwendiger Entwicklung besteht: Auf der einen Seite verursacht der Güter- und Personenverkehr weltweit etwas mehr als 13 Pro-



Vor dem Hintergrund des ansteigenden Fachkräftemangels werden CSR-Strategien zu Entscheidungsfaktoren für die Gewinnung von Mitarbeitern.

zent der THG-Emissionen, in der EU-27 sind es sogar 24 Prozent. Erschwerend kommt hinzu, dass, je nach Prognose, eine Steigerung im Frachttransport in der EU um bis zu weitere 80 Prozent bis 2050 erwartet wird. Dies erschwert die gewaltige Emissionsreduktion, die die Ergebnisse der Klimaforschung nahelegen. Die Europäische Kommission hat deshalb in ihrem im letzten Jahr erschienen Weißbuch das Ziel einer Senkung der verkehrsbedingten Kohlendioxidemissionen bis 2050 um 60 Prozent gegenüber 1990 ausgegeben. Das ist zwar deutlich weniger als das Emissionsziel von 80 bis 95 Prozent für die

## Immense Anstrengung ist gefordert

EU-Wirtschaft insgesamt, aber da der Frachtverkehr für rund 90 Prozent der gesamten Treibhausgasemissionen des Logistiksektors verantwortlich ist, bedarf auch die Einhaltung dieses Ziel seiner immensen Anstrengung.

Zum anderen intensiviert sich auf europäischer Ebene die Debatte um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Die EU hat im Oktober letzten Jahres in ihrer neuen EU-Strategie CSR als die „Verantwortung

der Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“ definiert. Damit rückt die EU von der bisher betonten freiwilligen Übernahme von CSR ab; denn mit ihrer neuen Strategie ist ein Mix aus freiwilligen und verpflichtenden Instrumenten geplant.

Ausgehend von diesem Handlungsdruck wurde im CoReLo-Projekt zunächst eine Bestandsanalyse der bestehenden CSR-Aktivitäten (CSR-Verständnis, -Strukturen, -Maßnahmen) bei den Projektpartnern, klein- und mittelständischen Logistikunternehmen, durchgeführt. Im Rahmen zweier Fallstudien wurden qualitative Interviews geführt und durch eine quantitative Fragebogenerhebung ergänzt. Zusätzlich wurden Experteninterviews und Sekundäranalysen durchgeführt. Die bisherigen Erhebungen zeigen, dass grundsätzlich großes Interesse an CSR-Themen besteht: Zahlreichen Aspekten, die in diesem Zusammenhang wichtig sind, wird ein hoher Stellenwert attestiert, u.a. die Reputation des Unternehmens, Mitarbeitergewinnung und -bindung, Gesundheit der Mitarbeiter sowie eine Steigerung der Ressourceneffizienz.

CSR aus Reputationsgründen speist sich aus der Erkenntnis, dass sich die Unternehmen beispielsweise gegen-

über der Region und den dort lebenden Menschen verantwortlich fühlen, bzw. dem sich verstärkenden Anspruch nach gesellschaftlicher Verantwortung des Unternehmens gegenüber der Öffentlichkeit stellen wollen. Dementsprechend legen die Unternehmen einen besonderen Wert auf einen „authentischen“ Auftritt. Es soll nicht um einen bloßen Marketing-Effekt gehen, sondern CSR muss mit der Unternehmenstradition, den Werten und dem Geschäftsfeld übereinstimmen. CSR wird als ein strategisches Unternehmensziel betrachtet. Besonders vor dem Hintergrund des ansteigenden Fachkräftemangels in der Logistik werden CSR-Strategien z.B. im Personalbereich als entscheidend angesehen, um Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten.

Auch ergab sich aus den Interviews, dass Werten und einer integren Unternehmenskultur eine hohe Bedeutung für die Betriebsführung eingeräumt wird. Dies ist ein wichtiger Aspekt, denn die Ergebnisse des CoReLo-Projekts haben auch gezeigt, dass die Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die Organisation für Unternehmen eine enorme Herausforderung darstellt. Die Interviewten sehen es als nicht ausreichend an, dass es einen einzelnen CSR-Beauftragten gibt. Es wird die Gefahr gesehen, dass dieser „Scheuklappen“ entwickelt, die ihn weniger empfänglich für die Notwendig- und Widersprüchlichkeiten des Alltagsgeschäfts machen. Das Thema muss vielmehr als Querschnittsthema in die Organisation getragen werden.

Daraus ergab sich für das CoReLo-Projekt, dass CSR-Management einer strukturellen Einbettung an den verschiedenen Schnittstellen innerhalb der Organisation einerseits, andererseits aber eben auch entsprechender Werte und einer CSR-affinen Kultur bedarf, damit unternehmerische Verantwortung verankert und in die Geschäftsprozesse integriert werden kann. CSR-affin bedeutet hier, >

dass Unternehmenskultur und CSR-Strategie übereinstimmen, dabei aber für jedes Unternehmen individuell gestaltet bzw. entwickelt werden müssen.

Dass strategisches Wertemanagement und ethisches Betriebsklima zu einer Reihe von Vorteilen führen, zeigten auch andere Forschungsergebnisse, die im Rahmen der Sekundäranalyse zusammengetragen wurden:

- Mitarbeiter sind eher dazu bereit, informelle und freiwillige Verpflichtungen einzugehen (Commitments).
- Es lassen sich eine gesteigerte Identität mit dem Unternehmen (Loyalität) und erhöhte Transparenz (durch Kommunikation) feststellen.
- Die Fehleranfälligkeit in betrieblichen Abläufen wird reduziert (Resilienz) und die Korruptionsanfälligkeit sinkt (Vertrauen).
- Schließlich – und dies ist im Hinblick auf Zukunftsprozesse interessant – entsteht durch mehr Kooperation ein verbessertes Innovationsklima.

Der Aspekt des Vertrauens ist besonders in hoch sensiblen, flexiblen Lieferketten entscheidend. Hier müssen Entscheidungen auf das spezielle Wissen Vieler gründen. Aufgrund der Dynamik des Marktes, mit der besonders die Logistik wissen muss umzu-

gehen, ist eine vorausschauende Planung einer ereignisgetriebenen Anpassung gewichen. Eine Art ad-hoc Selbstorganisation ist gefragt. Das heißt, dass der Manager vor Ort oftmals etwas anderes tun muss als das, was die Zentrale vorgegeben hat; ein beiderseitiges Vertrauen gewinnt an Bedeutung.

Kooperation ist ebenfalls ein entscheidendes Stichwort für mehr Nachhaltigkeit. Der Handel zeigt wachsendes Interesse an langfristigen Kooperations- und Projektierungsansätzen. Diese Entwicklung eröffnet Optionen für das Lieferketten-Management, welches auch Potenziale für mehr Nachhaltigkeit birgt. Kooperationsbereitschaft ermöglicht eine Vernetzung von autonomen Unternehmen, die nicht aufgrund wettbe-

### Aspekt des Vertrauens ist entscheidend

werbstechnischer Gründe die Struktur permanent verändern, sondern beständig bereit sind, Nachhaltigkeitsthemen voranzutreiben. Zu denken ist z.B. an die kooperative Bahnverladung. Weitere Optimierungspotenziale liegen in der Bündelung von Logistikdienstleistungen („Auf der Palette Partner, Wettbewerber im

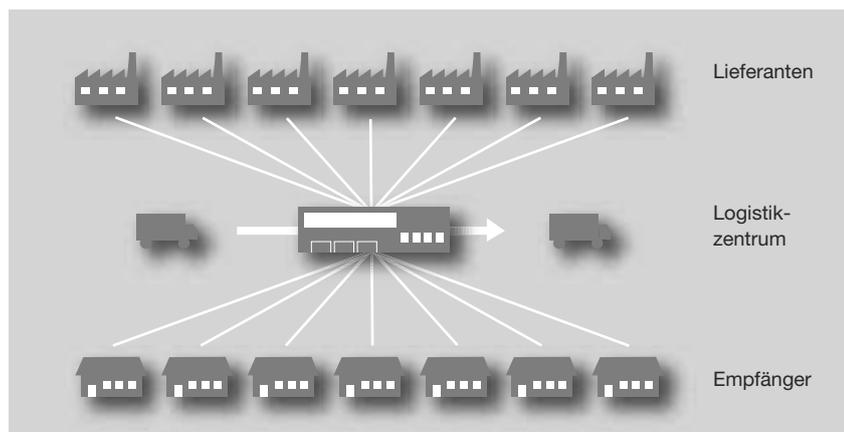
Regal“) und der Doppelstockverladung.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen und Ergebnisse, auch des CoReLo-Projekts, steigen die Chancen, dass in der Logistik Nachhaltigkeit neu gedacht wird. Bisher geht es vordergründig um die Steigerung der Effizienz (Stichworte: „Global Green

### Nachhaltigkeit wird neu gedacht

New Deal“ oder „Dritte industrielle Revolution“), die im Wesentlichen auch im Effizienzcluster Logistik Ruhr verfolgt wird. Hierbei steht die Reduzierung der Treibhausgase durch technologische Lösungen und entsprechend massive Technologieinvestitionen im Vordergrund. Aber Effizienzsteigerungen allein werden absehbar nicht ausreichen, um die Emissionsminderungsziele zu erreichen. Dementsprechend sollte über Logistikkonzepte nachgedacht werden, die in Zukunft auf die globalen Herausforderungen adäquat reagieren können. Nachhaltigkeitsstrategien sollten gesellschaftliche Entwicklungen proaktiv mitdenken und einen grundlegenden Verhaltens- und Strukturwandel berücksichtigen. Die Logistik hat die Chance, als Leitbranche aktiv zu werden, um neue Märkte und Zukunftsperspektiven zu entwickeln und in Netzwerken gemeinsam – beispielsweise mit dem Handel – Strategien neu zu denken:

Dies betrifft erstens den Bereich nachhaltiger Lebensstile. Das Marktvolumen von Menschen (der sogenannten LOHAS), die ihren Konsum an Nachhaltigkeitskriterien orientieren, wird weltweit inzwischen auf über 200 Milliarden Euro eingeschätzt. Die Entwicklung neuer Nachhaltigkeitsmärkte setzt voraus, dass die Verbraucher durch ein verändertes Konsumverhalten mehr Verantwortung übernehmen. In der Logistik wird es deshalb zunehmend wichti-



Optimierungspotenziale liegen in der Bündelung von Logistikdienstleistungen, die durch Kooperationsbereitschaft zustande kommen.



Die Verbraucher werden ihr Konsumverhalten ändern und mehr Verantwortung übernehmen.

hier zu kooperieren – etwa durch das Recycling von Rohstoffen oder intelligente Steuerung von Materialströmen (Stichwort: „cradle-to-cradle-Verfahren“). Insgesamt hat die Logistik große Chancen, die nötigen Transformationsprozesse im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung mitzugestalten, die die Grenzen unserer Ökosysteme („planetary boundaries“) ernst nimmt, indem sie wirtschaftliche mit sozial-ökologischer Wertschöpfung verbindet. Ihr Zukunftspotenzial besteht darin, nicht nur die Dinge richtig zu tun (Effizienz), sondern auch die richtigen Dinge zu tun (Suffizienz). Auf eine alte Formel gebracht heißt dies: „Weniger ist mehr“ (Mies van der Rohe). ●

ger sein, dass die Angebotsseite mit der Nachfrageseite zusammenarbeitet und durch gemeinsame Produktentwicklung oder integrierte Liefersysteme die „corporate“ mit der „consumer responsibility“ verzahnt wird (Stichwort: Kollaborative Ökonomie).

Zum zweiten werden logistische Suffizienzstrategien an Bedeutung ge-

## Güter sollen sicher und Ressourcen schonend kommen

winnen, d.h. Strategien, die auf verlangsamte und vereinfachte Versorgungsprozesse setzen (Stichwort: „slow logistics“). Eine Entschleunigung komplexer Logistikprozesse ermöglicht eine höhere Robustheit und geringere Fehleranfälligkeit und generiert gleichzeitig neue Marktpotenziale, da es immer mehr Kunden gibt, die nicht daran interessiert sind, dass die Güter schnell, sondern sicher und Ressourcen schonend kommen.

Drittens ist die Logistik in der Lage, ihre Dienstleistungen stärker auf die Kreislaufwirtschaft auszudehnen oder

### Zur Person

Nora Meyer arbeitete zunächst von 2007 bis 2010 bei einem Beratungsunternehmen für Nachhaltigkeitsmanagement. Seit 2010 arbeitet sie als Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Kulturwissenschaftlichen Institut Essen, Center for Responsibility Research im BMBF-geförderten Projekt „Integriertes Corporate Social Responsibility-Management in Logistiknetzwerken“ (CoReLo).



### Zur Person

Johannes Reidel, geb. 1968, studierte Technische Kybernetik und Philosophie an den Universitäten von Stuttgart und Tübingen. 2010 promovierte er in Philosophie an der Universität Stuttgart über Nachhaltige Entwicklung, Unternehmensethik und Menschenrechte. Er ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Center for Responsibility Research des Kulturwissenschaftlichen Instituts Essen.



# Reifenmesse in Essen ist wichtiger Branchentreff

Aus mehr als 130 Ländern waren die Experten rund um Reifen, Räder und Fahrwerkstechnik im Juni nach Essen gereist, um sich auf der Internationalen Fachmesse „Reifen“ über die Innovationen des Weltmarktes zu informieren, aus dem Angebot zu ordern oder Abschlüsse konkret vorzubereiten.



Als einziger Logistikdienstleister war die Fiege Gruppe mit einem Stand vertreten.

**D**ie Fiege Gruppe war als einziger Logistiker mit einem Ausstellungsstand vertreten, der während der vier Messtage von zahlreichen Bestandskunden und vielen potenziellen Neukunden besucht wurde. „Nach meiner Ansicht ist es für unser Unternehmen sehr wichtig, auf der Reifen-Messe vertreten zu sein. Wir erfahren hier sozusagen aus erster Hand die Neuigkeiten in der Branche und die Pläne der verschiedenen Unternehmen für die Zukunft. Das hilft uns, die Branche noch besser zu verstehen und ermöglicht uns, unseren Anspruch als Reifenexperte unter den Logistikern weiter zu schärfen“, erklärt Stephan Wittenbrink, Fiege

Sector Manager Tyres, heute Niederlassungsleiter am Reifenstandort Dortmund.

Im Rahmen der Messe lud die Fiege Gruppe Vertreter verschiedener interessanter Firmen aus der Reifenbranche, zu denen im Vorfeld überwiegend noch kein Kontakt bestand, zu einem Logistik-Workshop ein. In drei Kurzvorträgen – „Fiege – der Reifenlogistiker“, „Fiege – E-Commerce“ und „Versandhandels- und Retourenlogistik am Beispiel der Fiege Schweiz“ wurde das Unternehmen präsentiert. Anschließend wurde mit den Workshop-Teilnehmern über mögliche Logistikkonzepte und -ideen für deren Unternehmen diskutiert. ●

## Modemesse in Brünn mit innovativen Lösungen

Die Fiege Gruppe hat in diesem Jahr zum ersten Mal an der internationalen STYL&KABO Messe in Brünn/Tschechien teilgenommen. Diese Messe gilt als ein angesehenes Mode-Event auf dem mitteleuropäischen Markt. Sie bot Ausstellern und Besuchern ausreichend Gelegenheit, innovative Lösungen vorzustellen und die globalen Trends und Anforderungen der Modeindustrie kennenzulernen. Die Ausstellung im Februar dieses Jahres verzeichnete über 280 Aussteller aus 14 Ländern und mehr als 6.000 Besucher. „Unsere Teilnahme an der Messe zeigt deutlich, dass die Fiege Gruppe ein verlässlicher Kooperationspartner für die Modebranche ist. Basierend auf unserer weltweiten Erfahrung haben wir viele moderne Lösungen für das Mode Business vorgestellt und aufgezeigt, wie unsere Kunden davon profitieren können, uns ihre Logistik anzuvertrauen“, sagte Jaroslav Aujezdsky, Geschäftsführer Fiege in Tschechien. Der Ausstellungsstand auf der Messe bot die Möglichkeit für zahlreiche persönliche Gespräche zwischen neuen und bekannten Geschäftspartnern und stellte maßgeschneiderte Mehrwertdienste vor, welche erheblich zur Verbesserung der textilen Supply Chain beitragen können.

# Innovativ durch den Unternehmergeist

Wie schafft es ein inhabergeführtes, mittelständisches Unternehmen, in einem hart umkämpften Markt zu bestehen und zu wachsen? Wie viel Wahrheit steckt in der Theorie, dass Familienunternehmen durch ihren Unternehmergeist besonders innovativ sind? Oder gibt es spezielle Faktoren, die es Familienunternehmen ermöglichen, im Hinblick auf Wachstum und Erfolg selbst mit weitaus größeren Firmen mithalten zu können?

Der Artikel ist eine Zusammenfassung eines Vortrags, den Jens Fiege anlässlich der 129. Baden Badener Unternehmergespräche gehalten hat. Er ist in ähnlicher Form im „Palais Biron“, dem Magazin der Baden Badener Unternehmergespräche, erschienen.

**F**iege wird häufig als ein „Hidden Champion“ der deutschen Wirtschaft wahrgenommen – mit einer Geschichte von fast 140 Jahren und großem Potenzial für die Zukunft. Seit Eintritt der derzeitigen Unternehmensinhaber in den 1970er Jahren hat sich der Umsatz ungefähr ver Hundertfacht. Aber worin liegt das Erfolgsrezept?

Das Familienunternehmen wurde 1873 als Fuhrunternehmen gegründet und ist mittlerweile in vierter und fünfter Generation inhabergeführt. Fiege entwickelt und realisiert integrierte, ganzheitliche Logistiksysteme und arbeitet u.a. für Kunden aus dem Handel und der Industrie sowie dem Gesundheits- und E-Commerce-Bereich.

Viele der Kunden haben im Zuge der Globalisierung stark expandiert und suchten nicht mehr nur einen regionalen Logistikanbieter, sondern einen Dienstleister mit einem europaweiten Netzwerk. Um diesen Anforderungen Rechnung tragen zu können, hat sich die Fiege Gruppe seit Beginn der 1990er Jahre geographisch ausgedehnt. Es wurden einerseits gemeinsam mit den Kunden neue Märkte und Regionen erschlossen. Andererseits wurden Logistikanbieter in den

Zielmärkten der Kunden zugekauft. Heute ist Fiege in ganz Europa und China an über 200 Standorten vertreten.

Was ebenfalls stark zum Wachstum beigetragen hat, war die „Evolution“ des Logistik-Outsourcings. Im Zuge der Internationalisierung der Märkte und durch steigenden Kostendruck begann in den 1980er Jahren der Trend zur stärkeren Fremdvergabe von Logistikleistungen.

Auch Fiege profitierte von den Anfängen des Outsourcing-Trends, aber das Unternehmen ging bereits einen Schritt weiter: Im Jahre 1978 wurde Fiege vom Reifenhersteller Bridgestone mit dem Aufbau eines Zentralagers in Deutschland und der Abwicklung der gesamten Kundenbelieferung beauftragt. Fiege übernahm darüber hinaus jedoch auch Leistungen wie Importabwicklung, Retourenabwicklung oder Zoll, schon damals gekoppelt mit direkter IT-Anbindung an den Kunden. Damit war das erste bundesweite Markenartikelkonzept entwickelt. Die Kontraktlogistik war geboren, und als deren Pionier wird Fiege auch heute noch verstanden.

Aber warum hat das Outsourcing von Logistikleistungen in den letzten Jahrzehnten so stark zugenommen? >



Für die Reifenbranche entwickelte Fiege das erste bundesweite Markenartikellogistikkonzept.



Auch im Gesundheitswesen suchen die Verantwortlichen nach kostengünstigen und effizienten Lösungen.

men? Wo liegen die Vorteile einer Fremdvergabe? Ein wesentlicher Vorteil liegt im Bereich der Kosten. Ein erfahrener Logistikdienstleister kann kostengünstiger arbeiten, da er durch die Tätigkeit für verschiedene Kunden Skaleneffekte anbieten kann. Zudem können die Kostenstrukturen der Unternehmen variabel gehalten werden. Sprungfixe Kosten können bei schnellem Wachstum oder insbesondere auch bei Volumenrückgängen vermieden werden.

Was den strategischen Aspekt betrifft, so verfügt ein guter Logistiker über branchenübergreifendes Wissen. Dieses kann zur ständigen Optimierung der Logistikprozesse und sogar von kundeneigenen Prozessen genutzt werden.

Da die Unternehmen keine eigenen Lagerstrukturen vorhalten müssen, kann langfristig deutlich flexibler agiert werden. Die Logistik wird regelmäßig komplett überprüft und kann bei Bedarf kurzfristig umgebaut oder sogar verlagert werden.

Fiege ist schon lange nicht mehr nur für die grundlegenden logistischen Prozesse von Unternehmen zuständig. Fiege kümmert sich viel mehr

um die Gestaltung, Umsetzung und Organisation von Supply Chains und die Integration von vielen kundenspezifischen Dienstleistungen, wie z. B. Verpackungsentwicklung, Vorproduktionsaktivitäten, kaufmännische Dienstleistungen, Call-Center-Dienste usw.

Je komplexer die zu vergebenden Leistungen sind, desto größer muss das Vertrauensverhältnis zwischen Kunde und Logistikpartner sein. Schaut man sich die Kundenerwartungen an, so steht Zuverlässigkeit an erster Stelle, erst dann gefolgt von der Aussicht auf eine Reduzierung der Kosten. Für die Kunden ist es zudem wichtig, einen flexiblen und schnell reaktionsfähigen Logistikpartner zu haben.

Fiege als inhabergeführtes Unternehmen erfüllt diese Voraussetzungen optimal, da das Unternehmen einerseits für Vertrauen, Kontinuität und langfristiges Handeln steht, andererseits flache Hierarchiestrukturen eine ständige Anpassung an den sich schnell verändernden Logistikmarkt und die damit einhergehenden Änderungen der Kundenbedürfnisse ermöglichen.

Aber wie schafft es Fiege, Marktentwicklungen und damit einhergehende Kundenanforderungen nicht nur frühzeitig zu erkennen, sondern diese auch in die Praxis umzusetzen?

Innovationen können auf verschiedene Weisen entstehen. Zwei unterschiedliche Herangehensweisen aus dem Unternehmen Fiege werden im Folgenden vorgestellt. Zunächst ein Beispiel aus dem Bereich der Krankenhauslogistik.

Seit die Kosten im Gesundheitswesen explodieren, suchen Krankenhäuser

### Vertrauen, Kontinuität und langfristiges Handeln

nach Lösungen, uneffiziente und kostenintensive Abläufe zu reduzieren. Mit großem Fachwissen und in Kooperation mit einem Krankenhausverbund hat Fiege ein Dienstleistungszentrum für das Gesundheitswesen, das Medical Order Center (MOC) aufgebaut. Alle Produkte, die in einem Krankenhaus benötigt werden, werden zunächst am MOC angeliefert, dort gebündelt und dann

bedarfsgenau an die einzelnen Krankenhäuser verteilt. Dabei werden die Waren nicht nur bis zum Wareneingang gebracht, sondern unverpackt zum direkten Einsatz auf die Stationen geliefert.

Durch die Schaffung des MOC, das deutschlandweit Pilotcharakter hat, konnte die Leistungserbringung in Krankenhäusern deutlich verbessert werden. Dabei hat Fiege bei dieser Innovation das Rad nicht neu erfunden – ganz im Gegenteil. Bereits bestehende Prozessbausteine aus Gesundheitslogistik fernen Branchen wurden genommen und neu zusammengefügt. Dadurch konnte in einem völlig anderen Markt eine innovative Lösung auf Grundlage von recyceltem Wissen entwickelt werden.

Ein weiteres Beispiel einer Innovation ist die Gründung des Personallogistik-Unternehmens Fiege uni/serv. Vor einigen Jahren wurde vergeblich nach einem Personalvermittler gesucht, der Fiege auf Logistik spezialisiertes Personal anbieten konnte. Gerade für Kunden mit stark schwankenden Auftragszyklen hatte Fiege großen Bedarf an qualifizierten Logistikmitarbeitern, die schnell einsetzbar

sind und nicht lange eingearbeitet werden müssen. Das Angebot in diesem Bereich war jedoch gleich Null. Somit wurde die Geschäftsidee Fiege uni/serv entwickelt.

Heute ist Fiege uni/serv ein zertifizierter Bildungsanbieter, der Arbeitssuchende qualifiziert und eigene Mitarbeiter weiterbildet. Bestehende Mitarbeiter von Fiege werden dabei nicht ausgelagert, sondern hauptsächlich Arbeitssuchende, die durch die Teilnahme an Logistikworkshops gezielt auf ihre weiteren Tätigkeiten in der Logistik ausgebildet werden.

Die Herangehensweise an diese Innovation ist jedoch völlig anders als im ersten Beispiel. Fiege hat nicht auf eine Entwicklung im Logistikmarkt oder ein Kundenbedürfnis reagiert, sondern hatte eigenen Bedarf. Dabei wurde frühzeitig eine Marktlücke erkannt und diese geschlossen.

Fiege verfügt, wie auch große Konzerne, über ein betriebliches Vorschlagswesen und Abteilungen, die sich mit Prozessinnovationen beschäftigen. Der Innovationsgedanke geht bei Fiege jedoch noch wesentlich tiefer. Das Unternehmen pflegt seit Jahren eine Innovationskultur, die

Garant für Unternehmenswachstum ist. Diese Kultur wird einerseits durch das unternehmerische Denken der Inhaber vorgelebt. Andererseits setzt das Unternehmen auf die Kreativität und die Veränderungsbereitschaft der Mitarbeiter.

Die flache Hierarchiestruktur erlaubt es, Ideen mit Potenzial auf kurzem Wege dem Vorgesetzten oder dem Vorstand vorzustellen. In diesem Punkt unterscheiden sich die Strukturen erheblich von Konzernstrukturen. Durch kurze Kommunikationswege mit und zwischen den Mitarbeitern werden Trends im Markt schneller wahrgenommen und benötigte Ressourcen können kurzfristig zur Verfügung gestellt werden.

Worin liegt aber nun konkret das Erfolgsrezept von Fiege? Zwei Faktoren können dazu festgemacht werden: Von außen wird vor allem die räumliche Expansion durch die Erschließung neuer Märkte wahrgenommen, von innen wird das Unternehmen jedoch von seiner Innovationskultur getragen. Nur durch diese konnte Fiege die rasante Entwicklung der Logistikbranche mit prägen und für sich nutzen. ●



# Kreative Ideen und Anreize für die tägliche Arbeit

„Die Kooperation mit der Hochschule Osnabrück ist wichtig für unser Unternehmen: Wir wollen die Studenten für die Logistik begeistern und so dem spürbaren Fachkräftemangel gerade in unserer Region entgegentreten – gleichzeitig wollen wir kreative Ideen und Anreize für unsere tägliche Arbeit und unsere strategische Ausrichtung im Unternehmen gewinnen“, so Jan Fiege, Director Real Estate der Fiege Gruppe.

## Zusammenarbeit mit der Hochschule Osnabrück

Intensive Zusammenarbeit zwischen Fiege und der Hochschule Osnabrück seit zwei Jahren, Betreuung des Praxisprojekts BWL und Kommunikation, Unternehmensplanspiel „Sim“, Betreuung von Bachelor- und Masterarbeiten und Praktikanten, Platzierung von Vorträgen, Gemeinsame Beteiligung am regionalen Kompetenznetzwerk für Individuallogistik (KNI), regelmäßige gegenseitige Konsultationen zu Fachthemen.



Die Zusammenarbeit zwischen Fiege und der Hochschule Osnabrück wurde in diesem Jahr noch intensiviert.



Sie stellten ihre Praxisprojekte in der Systemzentrale der Fiege Gruppe vor: Studenten der Hochschule Osnabrück.

**W**ährend der Vorstellung eines umfassenden Hochschulprojekts in der Systemzentrale des Unternehmens präsentierten die Studenten der Hochschule Osnabrück Jan Fiege, Finanzvorstand Alfred Messink und weiteren Führungskräften der Fiege Gruppe die Ergebnisse der gemeinsamen Projekte des Jahres. Bereits zum zweiten Mal hatte sich der Logistikdienstleister für ein Praxisprojekt mit Studenten der Hochschule Osnabrück engagiert, das für beide Seiten der Kooperation positive Erkenntnisse gebracht hat. 18 angehende Betriebswirte im fünften Semester hatten während des gesamten Sommersemesters unter ständiger Betreuung durch die Fiege-Mentoren Johanna Pilz, Martin Rademaker, Karsten Oelmann und Elisabeth Bröring an konkreten Themen gearbeitet, die von Relevanz für die strategische Ausrichtung und die operative Praxis des Unternehmens sind:

- „Shanghai Noon – Fiege Fashion goes China“ – Hier erstellten die Studenten eine umfangreiche Analyse des chinesischen Marktes, der Zielkunden, der Wettbewerber und der Verkaufskanäle.
- „Supply Chain Integration – Vermarktung des Konzeptes Preca“, zur Unterstützung der Supply Chain Integration gibt es das webbasierte Tool „AX 4“, das bei Fiege bereits im Einsatz ist: Zur Vermarktung dieses Produkts und Darstellung der vorteilhaften Prozessabwicklung erstellten die Studenten eine Vertriebspräsentation und eine Vertriebsbroschüre.
- „Last-Mile Logistik für den Ballungsraum Hamburg“ – Hier zeigte die Studentengruppe eine logistische Lösung für den Online-Handel auf. Dabei wurden verschiedene Szenarien gewählt, die zum einen die besonderen Verkehrsanforderungen in der Stadt berücksichtigen und zum anderen einen innovativen Lösungsansatz für das

Problem der „letzten Meile“ zum Endkonsumenten berücksichtigen. Die einzelnen Ergebnisse wurden nach ihrer Präsentation diskutiert und jeweils als Handbuch an Jan Fiege übergeben, der als Gastgeber durch die Veranstaltung führte. Sie endete in einem gemütlichen Get-together, bei dem sich Fiege-Mitarbeiter, Dozenten und Studenten noch weiter über die Themen austauschen konnten. Alle Teilnehmer äußerten großes Interesse daran, diese Projektserie auch in den kommenden Jahren fortzusetzen und so die Hochschulkooperation bei Fiege auszubauen und den Studenten die Möglichkeit zu geben, Theorie und Praxis miteinander zu verbinden. „Auch in Zukunft würden wir uns freuen, wenn Fiege und die Hochschule Osnabrück gemeinsame Kooperationsansätze finden, um die Studenten optimal auf den logistischen Arbeitsmarkt vorzubereiten“, sagt dazu Karsten Oelmann, Sektor Manager Retail / FMCG bei Fiege. ●

## Fiege International Team

FIT gibt es bereits seit elf Jahren. Im Rahmen des Management Development Programms soll mit dem FIT die Nachwuchsentwicklung vorangetrieben und gleichzeitig zur Integration der verschiedenen Fiege-Unternehmen im In- und Ausland beigetragen werden. Die jungen Mitarbeiter werden in vier Modulen von internen und externen Trainern auf ihre künftigen strategischen, kundenorientierten und projektbezogenen Aufgaben vorbereitet. Projekte der letzten Jahre waren z. B.: Informations-

sammlung von Regionsdaten für eine Fiege-Datenbank zur Verbesserung der internen Kommunikationsplattform „Intranet“, Aufbau eines Kinderspielplatzes in Münster, Renovierung einer Grundschule in Borispol, Ukraine, sowie ein Projekt in einer Jugendfarm in Bocholt. Die Projekte wechseln zwischen internem, regionalem, internationalem und sozialem Bezug und werden meistens durch Selbstkosten getragen beziehungsweise mit sehr geringen Etats umgesetzt.

## Ein Programm für schwerkranke Kinder

Zehn junge hoch motivierte Mitarbeiter der Fiege Gruppe aus sechs verschiedenen europäischen Ländern haben mit großem Engagement in Budapest ein Projekt verwirklicht, das schwerkranken Kindern in Ungarn helfen wird, für eine Woche auszuspannen, ihre schwere Krankheit zu vergessen und vielleicht schneller wieder gesund zu werden.



**D**as Fiege International Team (FIT) bildet sich jeweils für ein Jahr aus zehn bis zwölf jungen Männern und Frauen mit internationalem Fokus, die bereits erste Verantwortung in den Bereichen Führung und Projektmanagement oder als Spezialist mitbringen. Eine Projektaufgabe im Team zu planen und zu lösen ist einer der Schwerpunkte der einjährigen Zusammenarbeit. Dieses Entwicklungsprogramm existiert bereits seit mehr als fünf Jahren und hat sich inzwischen den unterschiedlichsten Projekten im In- und Ausland gewidmet. Unter den verschiedenen Vorschlägen aus Italien, der Schweiz, Polen, Tschechien, Ungarn und Deutschland wurde von den FIT-Teilnehmern das Projekt aus Budapest ausgewählt: Auf dem Gelände einer Kindererholungsstätte für schwerkranke Kinder, die im Jahr von rund 600 Kindern besucht wird, sollte im „Magic Forest“ ein Erlebnisparcours in einem Holzhaus eingerichtet werden. Planung, Ausführung und Aufbau der Spiele lagen in den Händen des Fiege-Teams.

An acht Erlebnisstationen wird nun spielerisch den Kindern, die hier eine Woche Urlaub verbringen, die Natur mit allen Sinnen näher gebracht. Hierzu zählen zum Beispiel „Tast- und Riech-Spiele“, die im Zusammenhang mit den im Wald lebenden Pflanzen und Tieren stehen. „Es war auch für uns ein ganz besonderes Erlebnis, bei der Planung, dem Aufbau und Einrichtung dieser Stationen aktiv eingespannt zu sein und dann die

Freude bei der Einweihung des Parcours durch die Kinder zu sehen“, erzählt Bettina Pick, Fiege Manager Personnel Development und Mitinitiatorin des FIT 2011. „Eltern und Kinder haben unser Projekt mit großer Begeisterung angenommen.“ Im Hintergrund agierte Stefano Vincinelli, Mitglied des International Board Fiege, als immer hilfsbereiter Sponsor, der das Team aktiv in vielen Situationen unterstützte. ●



Viel Spaß hatten die Kinder an den Erlebnisstationen.



Vor der Hütte im Magic Forest postierten sich die Mitglieder des FIT 2011 sowie die verantwortlichen Helfer vor Ort in Budapest: Hintere Reihe Wojtek Wiczorek, Stefano Vincinelli, Tobias Hepke, Barbara Meyer, Bettina Pick, Istvan Vilmos Vincze, Karel Hlavacek, Rita Reisinger und Olivier Brenner, vordere Reihe Johannes Wattendorff, Stephanie Ripplinger, Marina Teigeler und Zaneta Lechowska.

