

LOGO

DAS FIEGE MAGAZIN

NR. 80 | 2013

**ERFOLGREICH IM JAHR DES DRACHEN:
FIEGE EXPANDIERT IN CHINA**



FIEGE

The World of Logistics

2 · Inhalt

Editorial

Ein starker Vorstand verbindet Tradition und Fortschritt	3
--	---

Report

Erfolgreich im Jahr des Drachen	4
Exzellente Vernetzung der Logistiker	7
Die „Goldenen Zwanziger“	8
15 Jahre Fiege in Polen	24
TOP Quality International Award 2012 in Polen	26

News

Kunden profitieren von wesentlichen Vorteilen	6
Neue Aufgabe in der Medienlogistik	6
Eine der Besten unter den Besten	6
Impressum	6

Special

Stabile Strukturen als Voraussetzung für weiteres Wachstum	12
Die Logistikimmobilie – Fluch und Segen zugleich	20
Der neue „War for Talent“ in der Logistik	28
Fiege eCommerce – mehr als Online-Handel	32

Projekte

Fiege übernimmt Logistik für Candy in Portugal	15
Flexible und skalierbare Lösung gefordert	19
Integrierte Logistik für den indischen Markt	27
Doosan und Fiege bekräftigen Partnerschaft	34
Neue Möbel für IKEA	36

Pressespiegel

Der Fiege-Clan	16
----------------	----

Social Responsibility

Die nicht alltägliche Geschichte eines Auszubildenden	37
---	----



Entwicklung in China
Seite 4



Einladung zur Fiege Gala 2012
Seite 8



Healthcare Logistik in Münster
Seite 21

In eigener Sache:

Ein starker Vorstand verbindet Tradition und Fortschritt

Der Wandel hin zu Neuem, der Aufbruch in andere Regionen und Bereiche, die Entwicklung neuer Ideen in der Logistik und die Weiterentwicklung von Bewährtem waren und sind bis heute in der jetzt 140-jährigen Geschichte der Fiege Gruppe das Fundament ihres Erfolges.

Dass China, das Land der großen Veränderungen, ein Land mit riesigem wirtschaftlichem Potenzial ist und Indien zu einer weiteren Weltmacht heranwächst, ist unbestritten. Die Fiege Gruppe hat ihre Expansion in Asien erfolgreich in den letzten Jahren vorangetrieben. Und jetzt hat Fiege zum ersten Mal auch in Indien Fuß gefasst: Das Joint Venture mit Apollo Fiege Integrated Logistics Pvt. Ltd. bietet mit Hauptsitz in Gurgaon zukünftig als integrierter Logistikdienstleister umfassende Dienstleistungen an. Damit trägt Fiege dem Bedarf vieler Kunden Rechnung, die sowohl nach Lösungen für die Marktversorgung des Wachstumsmarktes Indien mit ihren Produkten verlangen, als auch immer stärker Konzepte für eine Beschaffungslogistik aus Indien heraus fordern.

Als Pionier der Kontraktlogistik ist Fiege auf die Zukunft ausgerichtet und hat sich bis heute niemals damit begnügt, sich auf dem Erreichten auszuruhen. Damit das auch in den nächsten Jahrzehnten so bleibt, wurde der Generationswechsel im Unternehmen langfristig vorbereitet. Mit der Ende vergangenen Jahres erfolgten Ernennung von Dr. Stefan Kurrle, einem erfahrenen Logistikmanager, zum Vorstandssprecher, wird der Übergang von der vierten zur fünften Generation professionell und gemeinschaftlich gestaltet.



Der neue Vorstand der Fiege Gruppe: Jens Fiege, Peter Scherbel, Dr. Stefan Kurrle, Alfred Messink, Felix Fiege (v.l.).

Dr. Stefan Kurrle führt jetzt gemeinsam mit einem starken Vorstand, in dem Jens Fiege und Felix Fiege sowie der CFO Alfred Messink und Peter Scherbel vertreten sind, die Firma. Dr. Hugo Fiege und Heinz Fiege nehmen nach wie vor ihre Gesellschafterfunktion wahr und unterstützen den Vorstand in strategischen Projekten.

Auf diese Weise bleiben Tradition und Familienführung im Unternehmen erhalten, unterstützt durch das externe Know-how erfahrener Manager, eine Führungskombination, die bestens gerüstet ist für die Aufgaben der kommenden Jahre.

Ihre LOGO-Redaktion



恭喜发财!*

Erfolgreich im Jahr des Drachen



*May you be happy and prosperous!

Begeisternde Ideen und große Visionen charakterisieren in der chinesischen Mythologie das Jahr des Drachen. Am 9. Februar endete dieses Jahr in China und Fiege Far East blickt tatsächlich auf ein innovatives und erfolgreiches Jahr zurück.

China ist das Land großer Veränderungen. Eine stabil wachsende, der globalen Krise trotzende Wirtschaft, aus dem Boden schießende Wolkenkratzer in den Millionenmetropolen und eine junge chinesische Generation, die das Internet für sich entdeckt und einen selbstbewussten Lebensstil anstrebt. China entwickelt sich von der Werkbank der Welt zum größten Konsumtempel auf diesem Planeten.

Veränderungen verlangen nach Anstrengungen, sowohl staatlicher als auch unternehmerischer Natur. In den letzten zwei Jahrzehnten wurden mehr als 70.000 Kilometer Autobahn fertig gestellt, der Logistikmarkt wurde weitestgehend liberalisiert. Trotzdem bleibt der relative Anteil der Logistikkosten am BIP im Vergleich zu anderen Industrienationen hoch. Hier sind vor allem innovative Logistikdienstleister gefragt, gemeinsam mit ihren Kunden effizientere Wert-

schöpfungsketten zu schaffen und Prozesse zu optimieren.

Fiege Far East hat im vergangenen Jahr entscheidende Weichen gestellt, um den Herausforderungen des chinesischen Marktes zu begegnen und seinen Kunden transparente und kosteneffiziente Dienstleistungen zu liefern.

In der Freihandelszone Shanghai-Lingang, in direkter Anbindung an den Pudong Airport und den Yangshan Hafen, hat Fiege im vergangenen Sommer ein Konsolidierungscenter für seine Fashionkunden eröffnet. In einem webbasierten Vendor Management System werden Händler und ihre Lieferanten zusammengeführt. „Als Steuerungseinheit dieses Systems koordinieren wir alle wesentlichen Prozesse, können auf Engpässe reagieren und Laderaum frühzeitig zu



Auch in China bietet Fiege mit hoch motivierten Mitarbeitern zahlreiche Value Added Services an.



In Wuxi bewirtschaftet Fiege ein hochwertiges Lager für die Ersatzteillogistik.



In der Freihandelszone Shanghai-Lingang wurde im vergangenen Jahr das Konsolidierungscenter für Fashionlogistik eröffnet.

günstigen Konditionen buchen. Qualitätskontrollen noch vor der Verzollung im Herkunftsland und Konsolidierungen mehrerer Bestellungen zu Voll-Containerladungen reduzieren Transport- und Koordinationskosten signifikant“, fasst Hannes Streeck, CEO Fiege Far East, das neue Serviceportfolio für die Fashionlogistik zusammen. Die gesteigerte Transparenz gibt dem Kunden Sicherheit und Fiege die Möglichkeit, internationale Transportwege weitsichtig und effizient zu planen.

Shenzhen

Im Süden Chinas, in Shenzhen, ist Ende 2012 ein weiterer Fashionstandort von Fiege entstanden. Für den Kunden Liebeskind werden hier die in China beschafften Waren auf Vollständigkeit und Qualität geprüft, Einzelstücke kommissioniert und verpackt und anschließend für den Export konsolidiert. Dabei werden die Pakete bereits für den Expressversand zum Point of Sale vorbereitet und mit entsprechenden Labels versehen, um so nach der Verschiffung ohne Verzögerung in europäische und amerikanische KEP-Netzwerke eingespeist zu werden. Auch für die Zukunft des chinesischen Konsummarktes sieht sich Fiege gewappnet. „Unser Logistik- und Transportnetzwerk ist in der

Lage, auch den boomenden, chinesischen Fashionmarkt zu bedienen. Wir möchten unsere Kunden beim Eintritt in diesen Markt unterstützen und versprechen die gewohnte Fiege-Qualität“, blickt Streeck in die Zukunft.

Wuxi

Aber nicht nur der Fashionmarkt boomt. Die exzellente Infrastruktur mit Autobahnanbindung und Flughafen hat viele Produktionen internationaler Industrieunternehmen nach Wuxi gelockt, die vor allem für den chinesischen Markt fertigen. Mit der Eröffnung eines neuen Distributionscenters von knapp 10.000 Quadratmetern, bietet Fiege seinen Kunden ein hochwertiges Lager direkt vor der Tür. Ob lokal produzierte oder importierte Güter, Endprodukte oder Ersatzteile: Für seinen langjährigen Kunden Vaillant übernimmt Fiege alle Logistikprozesse und koordiniert die chinaweite Verteilung der Waren. Staubabweisender Epoxidboden, höchste Sicherheitsstandards und ein geschultes Logistikteam stellen sicher, dass die hohen Ansprüche der Industrie erfüllt werden. Mit dem neuen Standort bietet Fiege die mit Abstand hochwertigste Logistikanlage im Großraum Wuxi an, inkl. Expansionspotenzial.

Mittelfristig wird China die Produktionsstätte der Weltwirtschaft bleiben. Sechs der zehn größten Containerhäfen liegen heute in China (inkl. Hong Kong). Der Tiefseehafen Yangshan hat sich innerhalb von sechs Jahren zur größten Container-Drehscheibe der Welt entwickelt. Ein Erfolgsfaktor für globale Supply Chains bleibt deshalb ein verlässlicher und schneller Transportweg aus China in die Welt. Fiege Far East bietet für die Handelswege China – Europa und China – Mittlerer Osten seit 1981 zuverlässige See- und Luftfrachtdienstleistungen an und erweitert das Portfolio nun um China – Indien in Kooperation mit dem neu gegründeten indischen Joint Venture Apollo Fiege. Bevorstehende Herausforderungen umfassen die Verlagerungen chinesischer Produktionsstätten nach Zentralchina und deren Anbindung ans weltweite Transportnetz sowie die Versorgung eines schnell wachsenden chinesischen Konsumentenmarktes. Schon heute ist die chinesische Internetgemeinschaft die größte der Welt, während sich der Internethandel in den kommenden Jahren vervielfachen wird. In der chinesischen Mythologie werden Schlangenhjahre auch „Jahre der Häutung“ genannt, die große Neuerungen mit sich bringen. Der Pionier der Kontraktlogistik freut sich darauf! ●

Kunden profitieren von wesentlichen Vorteilen

● Seit Mitte des vergangenen Jahres ist Fiege Gesellschafter der TCU-Trans-container Universal, einem Spezialisten für intermodale Containertransporte. Neben den klassischen weltweiten LCL- und FCL-Transporten verfügt der Bereich Air and Ocean der Fiege Gruppe auch über großes Know-how bei komplexen Projektverladungen oder anspruchsvollen Kühl- und Pharmatransporten auf allen Verkehrsträgern. Insbesondere in der Pharmalogistik profitieren Kunden von der jahrelangen Erfahrung der Fiege Gruppe in der Healthcare-Logistik, die eine der acht Kernbranchen des Logistiklers darstellt. „Unsere strategische Weiterentwicklung im Bereich ‘Merchant Haulage’ kann mit der Zusammenarbeit mit TCU hervorragend erreicht werden“, erläutert Jens Tschentscher, Head of Air and Ocean Germany bei Fiege, die strategischen Gründe. Intelligente IT-Lösungen, EDI-Verknüpfungen sowie der Zugang zu allen wichtigen Bahnverkehren für den Containertransport seien die wesentlichen Vorteile, von denen man als Partner der TCU in Zukunft profitieren könne.

Neue Aufgabe in der Medienlogistik

● Die „Freie Presse“, Tageszeitung für Chemnitz und Umgebung, hat einen neuen Partner mit der Organisation ihrer Presselogistik beauftragt. Ab März 2013 wird die Fiege Gruppe alle Transporte der sächsischen Tageszeitung von der Druckerei zu ihren Handelspartnern organisieren. Die Regionalzeitung arbeitete bislang mit dem Logistikdienstleister M. Sander Transporte zusammen. Die „Freie Presse“ wird von der Medien Union herausgegeben und verkaufte zuletzt rund 270.000 Exemplare pro Ausgabe, den überwiegenden Teil im Abonnement.



Eine der besten Studierenden ihres Jahrgangs ist Maren Drauschke, hier bei der Preisverleihung mit den Professoren Bayer und Trump von der Dualen Hochschule Lörrach sowie dem Vorstandssprecher der Fiege Gruppe, Dr. Stefan Kurre (v.l.).

Eine der Besten unter den Besten

● Weil Logistikler stets auf der Suche nach den Besten sind, hat die Bundesvereinigung Logistik (BVL) bereits zum dritten Mal den BVL Thesis Award ausgeschrieben. Mit diesem Preis werden herausragende Bachelor-, Master- sowie Diplomarbeiten ausgezeichnet. Der Thesis Award 2012 wurde im Rahmen des 29. Deutschen Logistik-Kongresses an insgesamt 84 Preisträger verliehen, darunter auch Maren Drauschke, Studierende des Bachelor-Studiengangs BWL – Spedition, Transport und Logistik der Dualen Hochschule Lörrach. Maren Drauschke hat in ihrer Arbeit die Mitarbeiterkommunikation eines Kontraktlogistikdienstleisters an einem großen Standort untersucht. Dabei berücksichtigte sie die Perspektiven der unterschiedlichen Adressaten: Mitarbeiter, Betriebsrat, Führungskräfte und Geschäftsführung. Die Autorin entwickelte Lösungsansätze zur Aufbauorganisation sowie zur besseren Nutzung mündlicher, schriftlicher und elektronischer Kommunikationsinstrumente.

NEWS

Impressum

Logo 80/März 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 und italienischer Sprache.

Logo zum Download:

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



Rund 190 Aussteller darunter auch Fiege, präsentierten sich mit einem eigenen Stand auf dem Logistikkongress.

Exzellente Vernetzung der Logistiker

„Exzellent vernetzt“ – das Motto des 29. Deutschen Logistik-Kongresses war in vielen Vorträgen, Workshops und vor allem in zahlreichen Gesprächen der Teilnehmer untereinander deutlich zu spüren. Denn der Logistik-Kongress – ins Leben gerufen und organisiert von der Bundesvereinigung Logistik (BVL) e.V. –, ist und bleibt eine unverzichtbare Plattform für Kontakte und Geschäftsanbahnungen zwischen den Logistikern aus aller Welt.

Rund 3.300 Experten und Interessierte waren zwischen dem 17. und 19. Oktober nach Berlin gekommen, um über aktuelle und grundsätzliche Fragen des Wirtschaftsbereiches Logistik und des Supply Chain Managements zu diskutieren. Rund 190 Aussteller präsentierten sich in der begleitenden Fachaussstellung im Hotel Intercontinental, auf der auch die Fiege Gruppe mit einem Ausstellungsstand vertreten war.

„Heute ist der Deutsche Logistik-Kongress die wichtigste jährlich ausgerichtete Logistikveranstaltung Europas. Er hat sich zum zentralen Treffpunkt der Wirtschaft in Deutschland entwickelt. Jedes Jahr kommen aber auch mehr ausländische Gäste, um vom Wissensaustausch und den konzentrierten Kommunikationsmöglichkeiten zu profitieren“, betonte Prof. Raimund Klinkner, Vorstandsvorsitzender der BVL.

Der Deutsche Logistik-Preis 2012 der Bundesvereinigung Logistik ging an die Merck KGaA. Die Jury zeichnete das Unternehmen für das Projekt „Packmittellogistik at its best – Innovative Packmittelprozesse am Standort Darmstadt“ aus. Die Preisverleihung erfolgte im Rahmen der Gala-Veranstaltung am Abend des ersten Tages. ●

DIE GOLDENEN ZWANZIGER

In die aufregende Zeit der goldenen Zwanziger Jahre entführte die Fiege-Gala 2012 ihre Gäste – und es wurde ein exklusiver Abend in der außergewöhnlichen Atmosphäre des Spiegelpalastes, ganz wie es die Einladung versprochen hatte. Bereits zum 17. Mal hatte Fiege Freunde, Partner, künftige und bestehende Kunden zu einem Gala-Abend während des Logistik-Kongresses in Berlin in die Bar jeder Vernunft eingeladen, die in diesem Jahr auch optisch im Zeichen der Zwanziger Jahre stand.

Dem Sänger Henry de Winter aus Berlin gelang es spielerisch, die Gäste mit seiner wunderbaren Kunst, seinem unvergleichlichen Stil und seinem eleganten Auftreten zu faszinieren. Herrlich authentisch, charmant und witzig nahm er sein Publikum gefangen mit Schlagern, Gassenhauern, Couplets und Evergreens, mit Melodien und Texten aus dieser Zeit, die bis heute nichts von ihrem Charme und ihrer Originalität verloren haben.

So wurde der Gala-Abend der Fiege Gruppe wieder einmal zum – internen – Höhepunkt der drei Kongresstage in Berlin!







Felix Fiege, Christiaan Vogel, Jens Fiege.



Christoph Beumer, Alfred Messink,
Dr. Peter Güllmann.



Lilly Möhring, Winfried Rübesam.



Guido Jaenisch, Hans-Ulrich Wolf.



Gregor Suwelack, Benedikt Müller, Karsten Broska, Andrea Broska.



Andreas Franke.



Jasmin Rudolph, Fritz Rudolph, Diethild Baumgarten, Henry de Winter, Sabine Schenk.



Kurt Döhmel.



Dr. Stefan Kurrle, Margit Flechsenberger, Dr. Dieter Flechsenberger.



Guido Jaenisch, Lilli Schiebur, Annika Fiege, Kai Schiebur, Eric Berben, Dayna Steinebach, Jens Fiege.



Peter Scherbel, Alexandra Breitenfelner, Roman Breitenfelner, Jan Fiege, Burkhard Fülles.



Marcos T. Peirera.

Stabile Strukturen als Voraussetzung für weiteres Wachstum

In volatilen Zeiten wirtschaftliche Vorhersagen für die kommenden zwölf Monate abzugeben, ist eine besondere Herausforderung. Schon die Indikatoren sind uneindeutig.

VON: Prof. Dr.-Ing. Raimund Klinkner



Die verhaltenen Zukunftserwartungen der Unternehmen und die immer noch überwiegend stabile Geschäftslage wichen 2012 erheblich voneinander ab. Hier schlugen sich Unsicherheiten aus den Kapitalmärkten und der Politik nieder. Tatsache ist jedoch, dass der Welthandel weiter wächst und insbesondere von den für die Exportnation Deutschland wichtigen Volkswirtschaften der BRIC-Länder, Brasilien, Russland, Indien und China, Impulse sowohl in die Beschaffungs- als auch in die Absatzmärkte gesandt werden.

Im letzten Quartal 2012 zeichnete sich für den deutschen Logistikmarkt ein Wendepunkt zum Positiven ab – und im ersten Quartal 2013 zeigt sich, dass die konjunkturelle Talfahrt tatsächlich gestoppt werden konnte. In der Februar-Befragung für den Logistik-Indikator der BVL weisen die Einschätzung der Lage und die Erwartungen der Logistikdienstleister

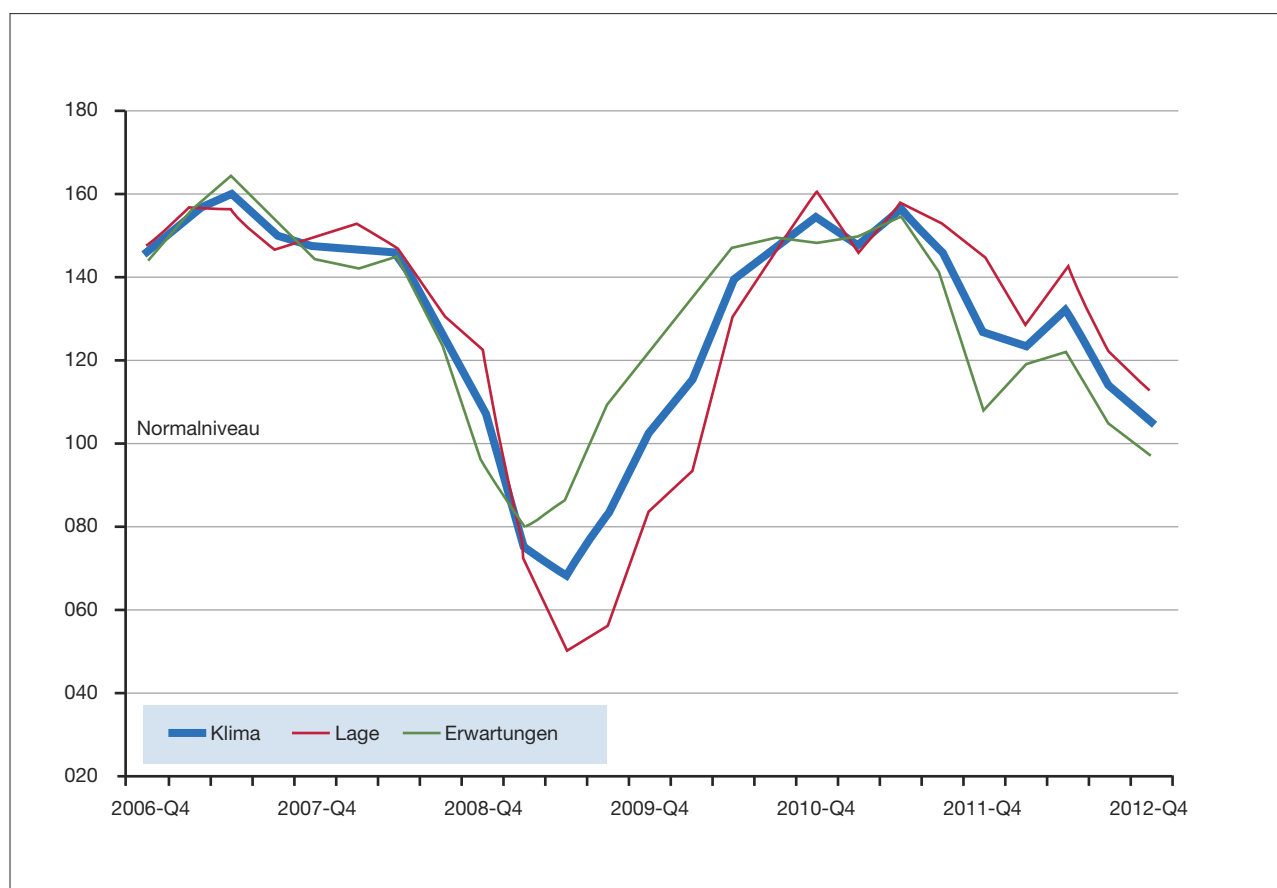
nach oben. Die Konjunktur stabilisiert sich.

Das für 2013 für Deutschland prognostizierte Wirtschaftswachstum von etwa 0,8 Prozent ist – das lehrt die Erfahrung – keine volks- und betriebswirtschaftliche Komfortzone. Der IWF erwartet für die kommenden Jahre ein Wachstum des Welthandels zwischen drei und vier Prozent. Für den deutschen Export wichtige Absatzmärkte wie die USA und Europa sind von einer stabilen Nachfrageentwicklung weit entfernt. Weitere für die deutsche Wirtschaft relevante Handelspartner wie Brasilien, Russ-

land, Indien und die Türkei erwarten dagegen anhaltendes Wachstum auf hohem Niveau. Der Konsum im Inland ist stabil geblieben, aber die Mehrkosten für die Energiewende werden nicht ohne Wirkung bleiben. Defizite hinsichtlich der Qualität und des weiteren Ausbaus der Infrastruktur wirken hinderlich für eine effiziente Logistik – und damit für die Entwicklung des Wirtschaftsbereiches. Positiv ist, dass die Logistiker in Industrie, Handel und Dienstleistung in Deutschland viel besser auf Konjunkturschwankungen vorbereitet sind als vor vier Jahren. Daher

bleiben eine intensive Marktbeobachtung und besonnenes Handeln erfolgsrelevant.

Angesichts konjunktureller Schwankungen ist es umso wichtiger, dass die strukturellen Rahmenbedingungen stimmen. Das Ergebnis einer BVL-Umfrage unter 200 deutschen Unternehmen aus den Bereichen Industrie, Handel und Dienstleistung mit hoher Logistikaffinität lautet: Für gut 90 Prozent der Unternehmen hängt die zukünftige Geschäftsentwicklung direkt von den Investitionen in die Infrastruktur ab. Für rund 45 Prozent der Befragten ist das Straßennetz >



Gesamtindikator – Indexpunkte

Zur Person

Prof. Dr.-Ing. Raimund Klinkner, war nach dem Maschinenbaustudium an der TU München seit 1991 bei der Porsche AG u.a. für die Logistikplanung, Beschaffung und Fabriksteuerung verantwortlich. Er promovierte 1994 berufsbegleitend an der TU Dresden. 1998 wechselte Klinkner als Vorstand Produktion, Logistik, Einkauf und IT zur Gildemeister AG und wurde 2003 zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden ernannt. Von 2007 bis 2011 war Klinkner Vorsitzender des Vorstands der Knorr-Bremse AG. 2012 gründete er in Ergänzung zu seinem langjährigen ehrenamtlichen Engagement im Themenfeld Manufacturing Excellence (MX) das Institute for Manufacturing Excellence. Klinkner ist Vorsitzender des MX-Boards, geschäftsführender Gesellschafter des Instituts und nimmt diverse Mandate in Industrie und Wissenschaft wahr. Er ist Honorarprofessor für Produktionslogistik an der TU Berlin und seit 2001 in den Gremien der Bundesvereinigung Logistik (BVL) aktiv, von 2003 bis 2006 als Vorsitzender des Beirats und seit 2007 als Vorsitzender des Vorstands.



einer der zwei bedeutendsten Faktoren für ihre Geschäftsentwicklung. Zweitwichtigster Einflussfaktor ist der Ausbau der Informations- und Telekommunikationsnetze. Das bedeutet: Fehlende Investitionen in die Infrastruktur bremsen das Wachstum der Logistik und haben negative Auswirkungen auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung.

Die Fakten lauten: die Verkehrsleistung wird laut Bundesverkehrsministerium bis 2025 im Güterverkehr um 74 Prozent und im Personenverkehr um rund 18 Prozent wachsen. Laut BITKOM sind in den Jahren 2000 bis 2002 mehr Daten generiert worden, als in der Menschheitsgeschichte davor. Von 2003 bis 2005 hat sich diese Datenmenge vervierfacht. Und im gerade vergangenen Jahr hat sich das weltweite Volumen digitaler Daten gegenüber 2006 wiederum verzehnfacht. Das Datenvolumen wird in den nächsten Jahren schneller wachsen als die Kapazitäten zur Datenverarbeitung, die sich zurzeit etwa alle 18 Monate verdoppeln. Das sind eindeutige und wahrnehmbare Signale.

Die BVL hat daher folgende fünf Handlungsempfehlungen für die Politik formuliert, um den Rückstand bei der Infrastrukturerhaltung aufzuholen und die Voraussetzungen für das Wachstum von Daten- und Güterströmen zu schaffen. Eine zeitnahe Umsetzung ist trotz des Wahljahres 2013 mehr als ratsam:

- Investitionen in Infrastruktur verdoppeln.
- Nutzerfinanzierung zweckgebunden und zielgerichtet nutzen.
- Planungssicherheit schaffen, Infrastrukturfinanzierung langfristig sichern, Mobilität für Bürger und Wirtschaft bezahlbar halten.
- Intermodalität und Anbindung verbessern, Nadelöhre in Supply Chains beseitigen.
- Gemeinsame, faktengestützte Überzeugungsarbeit bei Projekten leisten.



Zahlen und Fakten zur Candy Gruppe

Die Candy Gruppe ist ein familiengeführtes Unternehmen, das zur Fumagalli Familie gehört und in Europa Marktführer für Haushaltsgeräte ist: Waschmaschinen, Geschirrspüler, Trockner, Kühlschränke, Gefrierschränke, Herde und Backöfen – entweder für Einbauküchen oder freistehend – mit einem hohen ökologischen Wert sowie hoher Leistungsfähigkeit. Die Gruppe betreibt zwei internationale Marken – Candy und Hoover – sowie verschiedene nationale Marken wie IBERNA, Jinling, Hoover-Otsein, Rosières, Süssler, Vyatka, Zerowatt, Hoover-Helkama und Hoover-Grepa. Hoover ist in Europa marktführend im Bereich Bodenpflege. Die Candy Hoover Gruppe hat 5.800 Mitarbeiter, neun Fabriken in Europa, der Türkei und China und 48 Standorte weltweit. Der Hauptsitz, das industrielle Zentrum und die Einrichtungen für Forschung und Entwicklung befinden sich in Brugherio (Monza Brianza).

Fiege übernimmt Logistik für Candy in Portugal

Fiege Iberia, Fiege-Tochtergesellschaft in Spanien und Portugal, hat eine Vereinbarung mit Candy, einem italienischen Hersteller von Haushaltsgeräten, unterzeichnet. Fiege Iberia ist damit für das ganzheitliche Logistikmanagement der Candy-Produkte in Portugal verantwortlich.

Der Logistikdienstleister verantwortet insbesondere den Wareneingang aus den Produktionsstätten von Candy in Polen, Italien und China, sowie die Auftragsvorbereitung, das tägliche Inventurenmanagement und die landesweite Auslieferung an Endverbraucher – Geschäfts- beziehungsweise Direktkunden – sowie die Belieferung von Messen. Mit Beginn dieser Aufgaben ist Fiege verantwortlich für die Leitung aller Referenzen des Konzerns einschließlich der Weißwaren sowie Staubsauger der Marke Hoover, dem Marktführer in Portugal.

Jorge Franco, Geschäftsführer Fiege Portugal, betont: „Für uns ist die Ar-

beit mit einer so angesehenen Marke wie Candy enorm befriedigend. Über Fiege Iberia werden wir die passende Kombination aus Flexibilität, Wissen und Service bieten, um allen erforderlichen Bedürfnissen des Kunden gerecht zu werden. Gleichmaßen verhilft uns unser Wissen über den portugiesischen Markt dazu, dass wir gemeinsam mit unserem Team und der technischen Abteilung ein idealer Partner sind, um Candy flexible und effektive Dienstleistungen anzubieten“, versichert Franco.

Ignacio de Juana, iberischer Logistikdirektor des Unternehmens Candy, erwartet „eine kontinuierliche Verbesserung in Bezug auf Kundendienstleistungen als Ergebnis der

enormen Flexibilität, die Fiege durch seinen Logistikbetrieb anbieten kann, weshalb wir uns auch eine langwährende Partnerschaft mit diesem Logistikdienstleister erhoffen.“

Um die Aufgaben für Candy erbringen zu können, verfügt Fiege über eine moderne Plattform für mehrere Kunden in Azambuja, Portugal, rund 35 Kilometer nördlich von Lissabon, mit über 22.000 Quadratmeter Fläche, 25 Rampen und einem Team von 50 Mitarbeitern. Das Gelände in Azambuja verfügt zudem über modernste technologische Anlagen für die Überwachung der Produkte: Es ist mit einer passiven Überwachungsanlage sowie einer Brandmeldeanlage ausgestattet. ●

Der Fiege-Clan



Jens und Felix Fiege sollen in den nächsten Jahren die Führung des Grevener Familienunternehmens übernehmen. Im Vorstand sind sie bereits und werden seit Jahren auf die Top-Managementposition vorbereitet. Jeder von ihnen soll Erfahrungen in allen wesentlichen Kernfunktionen des Betriebes sammeln. Eine wichtige Rolle dabei spielt Dr. Stefan Kurrle, der kürzlich für vier Jahre zum Vorstandssprecher ernannt wurde. Als Beiratsvorsitzender übernimmt Hugo Fiege, in enger Abstimmung mit seinem Bruder Heinz, eine beratende Funktion in strategischen Fragen. Aus dem operativen Geschäft haben sie sich zurückgezogen.

QUELLE: DVZ Nr. 131 vom 23.11.2012 Seite 14, 15

VON: Robert Kümmerlen

Dr. Hugo Fiege lehnt sich entspannt zurück. Aus gutem Grund: Er muss sich keine Sorgen um sein Unternehmen machen, das er über 35 Jahre lang mit seinem Bruder Heinz aufgebaut und geführt hat. Nun ist die Zeit für den Wechsel gekommen, und die Söhne stehen an der Spitze schon bereit. In vier Jahren könnten sie die Unternehmensleitung übernehmen. Dann nämlich läuft der Vertrag mit Dr. Stefan Kurrle aus, der zu

dem Zeitpunkt 60 Jahre alt sein wird und derzeit die Rolle des Vorstandssprechers einnimmt.

Heinz und Hugo Fiege sind überzeugt, mit ihren Söhnen Jens und Felix die Richtigen für die nächste Generation der Unternehmensgeschichte gefunden zu haben. Die beiden sind bereits Vorstandsmitglieder und haben verschiedene zentrale Funktionen in der Firma wahrgenommen. So hat Jens Fiege (Sohn von Heinz), der seit acht Jahren im Unternehmen

ist, den internationalen Bereich erst teilweise, dann ganz geleitet.

Kein Grund zur Eile

Aktuell verantwortet er Vertrieb und Business Development sowie Engineering, also Großprojektentwicklung. Das hat zuvor Felix (Sohn von Hugo) gemacht, der seit 2008 im Unternehmen ist. Er verantwortet momentan die Regionen Norddeutsch-



Start
Gründung durch
Joan Joseph Fiege

1873



Der 1. LKW
wird von Josef
Fiege jun. gekauft

1924



Kontraktlogistik
Das erste
Konzept
in Deutschland
wird für den
Reifenhersteller
Bridgestone
umgesetzt

1979

land, Benelux und Frankreich. „Jeder der beiden sollte operative Verantwortung, Vertriebsverantwortung und Zentralfunktionen innegehabt haben“, sagt Hugo Fiege und ergänzt: „Erst dann kann man mit Fug und Recht sagen, dass man befähigt ist, das Gesamtunternehmen zu führen.“ Ob das wirklich in vier Jahren der Fall ist oder doch erst später, lasse sich derzeit noch nicht sagen. Es besteht ja auch keine Eile. Und ein gewisses Maß an westfälischer Gelassenheit gehört zur Firmenphilosophie.

Die Idee, dass sich die beiden designierten Nachfolger auf allen Kerngebieten des Managements beweisen müssen und alle zwei Jahre ihr Aufgabengebiet wechseln, kam von Kurrle. So lernen sie jeden Bereich intensiv kennen, und es ist offensichtlich, dass sich die beiden gut ergänzen – so wie sich Heinz und Hugo zu ihrer aktiven Zeit im operativen Geschäft auch immer ergänzt haben. Kurrle ist überzeugt, dass sich Jens und Felix langfristig nicht auf bestimmte Managementfunktionen festlegen werden. „Die beiden werden sicher auch später noch Aufgaben wechseln, und das ist sehr positiv für das Unternehmen.“

Allerdings ist es zum heutigen Tage nicht in Stein gemeißelt, wie sich die Cousins später die Aufgaben teilen und ob sie wirklich wechseln. Das Rotationsprinzip in der Führung hat

es vor Kurrle in der westfälischen Firma nicht gegeben. „Heute würde ich sagen, das war falsch“, räumt Hugo Fiege ein. „Das hätten wir auch mit unseren Managern machen sollen.“ Dann hätte man das ein oder andere Mal in der Unternehmensgeschichte vielleicht sogar etwas Lehrgeld gespart.

Jens und Felix sind verschiedene Unternehmerpersönlichkeiten, so wie es auch auf ihre Väter Heinz und Hugo zutrifft. Worin sie sich genau unterscheiden, darüber hält sich Hugo Fiege bedeckt. So entspricht es seiner westfälischen Natur. „Meinungsverschiedenheiten werden im Familienkreis diskutiert und nach außen tritt man gemeinsam auf“ – nach dieser Devise handelt die Fiege-Familie.

„Sie dürfen ihre Energie nicht nach innen verschleifen, wenn sie zu zweit sind“, umreißt Hugo Fiege die Erfolgsformel. So haben er und sein Bruder das Unternehmen mit anfangs 2,5 Mio. D-Mark Umsatz zu einem international aufgestellten Logistikdienstleister gemacht. „Wir haben den größten Teil unserer Energie immer auf den Markt gerichtet. Ich habe den Eindruck, dass sich das fortsetzen lässt.“ Voraussetzung dafür sei natürlich ein ganz enges Vertrauensverhältnis innerhalb der Familie. Und zu Stefan Kurrle.

Der lehnt sich ebenfalls entspannt zurück. Auf die Frage, ob er sich wohl-

fühle in diesem Familiengeflecht, antwortet er: „Sonst hätte ich es ja nicht gemacht.“ Er habe seine Expertise mit eingebracht, sagt er selbstbewusst, aber er habe auch viel gelernt, und insofern sei es eine Symbiose gewesen. In den kommenden vier Jahren hat er sich noch einiges vorgenommen – beispielsweise verstärkt auf die Zukunftsmärkte in Asien zu setzen. Und eCommerce ist ein wichtiger Bereich mit enormem Potenzial, der gerade auch von den Junioren stark getrieben wird. „Felix hat das Geschäftsfeld entwickelt, und gemeinsam mit Jens wird dieses Thema jetzt weiter vorangetrieben“, erklärt Kurrle, der vor seiner Fiege-Zeit viel seiner Managementenerfahrung bei Deutsche Post DHL gesammelt hat.

Die Strukturen in dem Börsenkonzern sind allerdings gänzlich anders als in dem Grevenener Unternehmen. Kurrle genießt die „sehr großen Freiheitsgrade“, wie er sagt. Darüber hinaus ist ihm die Teamarbeit sehr wichtig. Man hat sich vorsichtig aneinander herangetastet. „Wir hatten uns einen Zeitrahmen gesetzt, in dem wir schauen wollten, ob zwischen Dr. Kurrle und uns die Chemie stimmt“, sagt Hugo Fiege offen. Und es hat geklappt. Kurrle ist überzeugt, mit dem Vorstandsteam das umsetzen zu können, was er sich vorgenommen hat. Daher hat er gern den Posten des Vorstandssprechers übernommen. >



Mega Center
entsteht in Ibbenbüren.
Das Unternehmen wird mit dem Deutschen Logistik-Preis ausgezeichnet

1992



Auszeichnung
als Öko-Manager
des Jahres durch
WWF und Capital

1996



Systemzentrale
am Flughafen
Münster/
Osnabrück

1999

Nun sind Heinz und Hugo Fiege starke Unternehmerpersönlichkeiten, und einige in der Branche zweifeln, dass sich die beiden Brüder mit dem Wechsel in den Beirat wirklich aus dem operativen Geschäft heraushalten. Doch Tatsache ist: Hugo Fiege hat sich schon im ganzen vergangenen Jahr so verhalten, als wäre er Beiratsvorsitzender, und Kurrle hat die eigentliche Geschäftsführung übernommen. Die klare Trennung zwischen Beirat und operativem Geschäft ist für beide Seiten essenziell. „Das ist nicht Theorie, sondern Praxis“, betont Fiege. „Wir in Westfalen geben uns die Hand und halten uns an die getroffenen Abmachungen. Die Vereinbarung zwischen Kurrle und uns für diesen Vierjahresvertrag ist, dass wir uns aus der Geschäftsführung raushalten.“

Die Junioren sind normale Vorstandsmitglieder. Kurrle führt die Fiege-Gruppe. Der Beirat hat beratende Funktion. In ihm sind prominente Manager vertreten, wie Hartmut Mehdorn (Air Berlin), Kurt Döhmelt (ehemals Shell) oder Dr. Jens-Jürgen Böckel (Tengelmann). Vorstand und Beirat diskutieren Strategien und deren Weiterentwicklung. „Wir geben unsere Erfahrungen und Marktkenntnisse weiter, wenn große Entscheidungen anstehen“, erklärt Fiege und betont: „Aber nicht im operativen Geschäft.“ Große Entscheidungen

wären beispielsweise, wenn der Vorstand den Branchenfokus verändern oder in neue geografische Regionen expandieren wollte. Grundsatzenentscheidungen eben.

Spaß am Unternehmertum

Eine Frage steht überhaupt nicht zur Debatte: der Verkauf der Fiege Gruppe. Auch darüber wurde spekuliert, als bekannt wurde, dass sich Hugo Fiege aus dem Vorstand zurückzieht. „Wir haben Spaß am Unternehmertum, und das gilt auch für Jens und Felix“, sagt der 63-Jährige. Und um es in Richtung der Unternehmen und Institutionen, die immer mal wieder mit Kaufinteresse anrufen, noch klarer auszudrücken: „Wir verkaufen nicht.“ Man wollte einen klaren Strich ziehen, bevor man altersstarrsinnig werde, sagt der Beiratsvorsitzende. Seine jetzige Funktion wolle er daher auch sicher nicht wahrnehmen, bis er 80 ist. Aber jetzt fühlt er sich wohl und hat noch einigen Elan. Das wirtschaftliche Umfeld der Logistik beurteilt Hugo Fiege positiv. Der Logistikmarkt läuft vorwärts. Wäre das nicht der Fall, würden sich junge Leute selbstverständlich überlegen, ob sie die Unternehmensführung übernehmen. „Fiege ist ein starker Markenname, und so eine Firma wei-

terzuentwickeln ist eine tolle Chance“, sagt der Vater. Dass sich sein Sohn und sein Neffe überhaupt fürs Management interessieren, hat etwas mit Vorbildfunktion zu tun. Den Spaß, den Heinz und Hugo am Unternehmensaufbau hatten, haben sie abends mit nach Hause genommen. Außerdem haben die Fiege-Brüder ihren Nachwuchs nicht verwöhnt. „Unsere Kinder mussten sich ihr Taschengeld selbst verdienen, so haben wir unternehmerische Aspekte früh gefördert.“

Motivation kann offenbar ganz einfach sein. Muss aber nicht. Gerade viele kleine und mittlere Familienunternehmen sind nicht in der glücklichen Lage, dass die nächste Generation in den Startlöchern steht. Oftmals hat der Nachwuchs andere Interessen und Stärken, und dann wird die Firma verkauft oder von Nicht-Familienmitgliedern geführt. Bei Fiege ist Kurrle hingegen die Brücke in die nächste Generation. Etwas Anspannung kommt dann doch noch im Gesicht von Hugo Fiege auf. Nämlich dann, wenn sein Lieblingsverein Borussia Dortmund zur Sprache kommt. Die Mannschaft schwächelte ein wenig beim Bundesligastart. Doch in der Champions League schlagen sich die Schwarz-Gelben überraschend gut. Das vorzeitige Erreichen des Achtelfinales dürfte Fiege wieder versöhnlich stimmen. ●



1. Konzept
für integrierte
Krankenhauslogistik

2001



Start
des Personal-
logistikers
Fiege uni/serv

2002



Eröffnung
des Esprit
Distribution
Center Europe
(DCE) in
Mönchengladbach

2012



Am Standort Münster verantwortet Fiege die Europa-Logistik von Ambu.



Im Team waren sie gemeinsam stark: Bo Nielsen und Susanne Langhorn, Ambu, Johannes Wattendorff, Carina Haverstreng und Aydin Demir, Fiege, Kim Holger Larsen, Bente Ejrup und Carsten Karholt, Ambu, Michael Hammel, Marco Balz und Frank Bäcker, Fiege (v.l.).

Von der Warenübernahme und Kommissionierung bis hin zur Transportsteuerung der Pakete an Endkunden in ausgewählte Märkte vertraut Ambu auf das Know-how von Fiege. Ambu ist für Fiege kein Unbekannter mehr, da Fiege vom Medical Order Center Ahlen aus bereits Krankenhäuser u. a. mit den Beatmungsbeuteln des Marktführers aus Dänemark versorgt hat. Seine Produkte werden in der Notfallmedizin schlicht „Ambu-Beutel“ genannt.

Bereits in 2011 hatte Ambu beschlossen, den Bereich Logistik zu optimieren und war auf der Suche nach einem leistungsfähigen Partner. Nach eingehender Analyse der bestehenden globalen Logistikprozesse wurde ein Ideal-Szenario entworfen, in dem alle nicht wertschöpfenden Prozesse besei-

Flexible und skalierbare Lösung gefordert

Weltweit bekannt als Erfinder und Entwickler des Beatmungsbeutels, der aus der Notfallmedizin nicht mehr wegzudenken ist, 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.

tigt wurden. Nach dem Vertragsabschluss mit Fiege wurden alle Prozesse inklusive IT-Schnittstellen bis ins kleinste Detail dokumentiert und vor-

bereitet. Dank einer sehr guten Zusammenarbeit verlief der Übergang, nicht zuletzt durch die hohe Flexibilität aller Beteiligten, ohne nennenswerte Schwierigkeiten. Seit der Umstellung kann Ambu seinen Kunden über das Fiege-System jetzt einen noch besseren und schnelleren Service bieten. „Die neue Kooperation mit Ambu ist für uns ein großer Erfolg im Bereich Healthcare Logistik, eine der Kernbranchen der Fiege Gruppe“, betont Felix Fiege, Vorstand der Fiege Logistik Holding Stiftung & Co. KG. „Besonders die Flexibilität und Skalierbarkeit unserer Lösung konnten überzeugen. Angesichts der Wachstumserwartungen von Ambu war dies ein äußerst wichtiges Entscheidungskriterium.“ ●

Ambu in Deutschland – Zahlen und Fakten

Seit über 75 Jahren beschäftigt sich Ambu mit der Entwicklung von Notfall- und Trainingsgeräten für den Einsatz in Krankenhäusern und Notfalldiensten. Bahnbrechender Durchbruch war sicherlich die Entwicklung des bekannten Ambu-Beutels in den 50er Jahren. Ein Meilenstein der Notfallmedizin, dem noch viele wegweisende Konzepte fol-

gen sollten. Ambu ist in Deutschland mit einer eigenen Tochtergesellschaft vertreten, die den kompletten deutschen Markt betreut. Das ständige Streben nach Verbesserung und der enge Kontakt zu Kliniken, Krankenhäusern, Praxen und Rettungsdiensten sind die Grundlage für ausgereifte und innovative Produkte.

Die Logistikimmobilie – Fluch und Segen zugleich

Bei Kontraktlogistikdienstleistern wird häufig vom „Dienstleister ohne Grenzen“ gesprochen. Diese Bezeichnung drückt die Vielfalt der Leistungen aus, die der Dienstleister für seine Kunden erbringt.

VON: Jan Fiege und Kai Alfermann

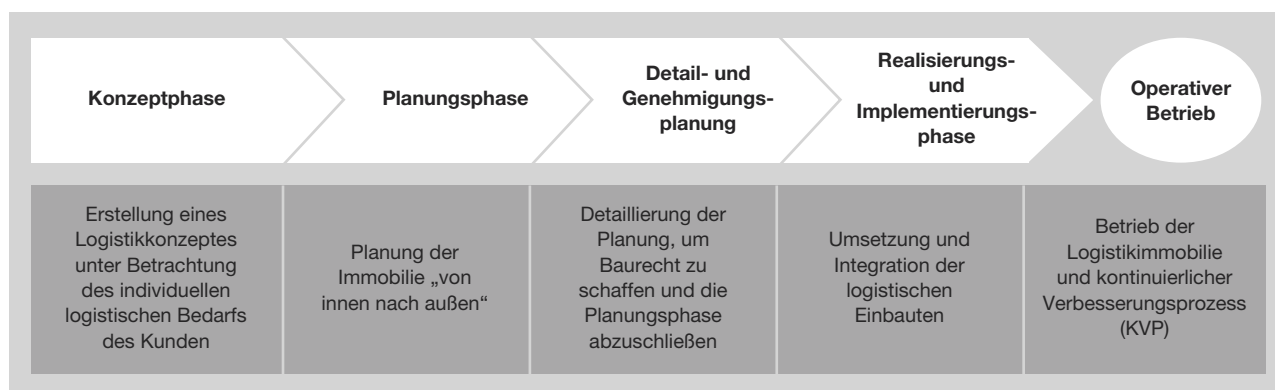


Darunter fallen nicht nur klassische Logistikleistungen wie Transport, Umschlag und Lagerung, sondern auch vor- und nachgelagerte Produktionsaufgaben, After Sales Services, Qualitätskontrolle, Debitorenmanagement und vieles mehr. Im Folgenden werden die Herausforderungen, denen sich ein Kontraktlogistiker bei der Entwicklung von Logistiksystemen und maßgeschneiderten Logistiklösungen im Spannungsfeld einer Logistikimmobilie stellen muss, erläutert. Dabei stehen nachhaltige und flexible Konzeptionen im Fokus der Erläuterungen.

Projektentwicklung einer Kontraktlogistikimmobilie

In allen Phasen der Planung ist die Zusammenarbeit der verschiedenen beteiligten Disziplinen von entscheidender Bedeutung. Neben den reinen Immobilienthemen nimmt die Logistikplanung, die über Kapazität, Materialfluss und Technik wesentlich das Layout der Immobilie bestimmt, eine entscheidende Position ein. Möglichst frühzeitig müssen auch die operativen Logistiker und – bei größeren Projekten – ein Implementierungsteam eingebunden werden. Um zum

einen eine rechtzeitige und reibungslose Inbetriebnahme und zum anderen die Anforderungen an die technische Gebäudeausstattung zu gewährleisten, ist es wichtig, dass die IT-Spezialisten so früh wie möglich Bestandteil des Projektteams werden. Am Anfang der Logistikimmobilie steht der logistische Bedarf des Kunden. Der Kunde hat in erster Linie das Ziel, diesen Bedarf – unter Berücksichtigung bestimmter Kriterien wie Produktivität, Wirtschaftlichkeit und Qualität – zu decken. Der Logistikdienstleister, als externer oder interner Dienstleister, betrachtet den logistischen Bedarf eines Kunden ganz-



Projektentwicklung einer Kontraktlogistikimmobilie aus Sicht eines Kontraktlogistikers.

heitlich und erstellt ein allumfassendes Logistikkonzept. Neben der Ermittlung der benötigten Kapazitäten, z. B. in Form von Quadratmeter-Flächen oder Palettenstellplätzen, wird außerdem die Art der logistischen Dienstleistung definiert, die an den jeweiligen Standorten durchgeführt werden soll.

Diese Herangehensweise über die Art der logistischen Dienstleistung ermöglicht eine Planung „von innen nach außen“. Im Gegensatz zu Logistikimmobilien von reinen Entwicklern, die oft spekulativ und ohne Kenntnis der konkreten Anforderungen errichtet werden, sind für den Logistikdienstleister die Anforderun-

gen an die Immobilie schon vor der Errichtung und sogar vor der Grundstückssuche bekannt. Dies ermöglicht es, die Immobilie entsprechend dem definierten Konzept zu realisieren.

Während der Entwicklung des Logistikkonzeptes wird das Netzwerk definiert. Dazu gehören u. a. Abwägungen wie Zentrallager vs. Regionallager oder Anzahl und Kapazität der Standorte. Eine „center of gravity“-Analyse ermittelt anschließend durch die Aufnahme aller Transportrelationen die optimalen Standorte. So wird der Makro-Standort definiert. Hier sind die Top-Logistikregionen generell im Vorteil, da sie eine hohe Drittverwendungsfähigkeit begünstigen. Die gute infrastrukturelle Anbindung, über die diese Top-Lagen per se verfügen, ist ein weiterer wesentlicher Faktor. Für eine langfristige flexible Nutzung ist die Möglichkeit einer multi-modalen Anbindung wertvoll. Derzeit spielen für die schnelle Distributionslogistik die Bahn und die Binnenschifffahrt zwar noch eine untergeordnete Rolle, vor dem Hintergrund steigender Rohstoffpreise und der Nachhaltigkeitsbestrebungen in der Logistik sind hier allerdings Veränderungen zu erwarten.

Ein anderer wesentlicher Faktor ist das Arbeitskräftepotenzial am Standort. Dieser Bedarf muss, aufgrund der

Faktoren Mesoebene	Faktoren Mikroebene
Geringe Entfernung und staufreier Zugang zur nächsten Autobahnauffahrt, möglichst wenig Ampeln und kein Wohngebiet auf diesem Weg	Büroanteil max. 10 % der Grundfläche
Störungsfreier Zugang zu weiteren Verkehrsträgern	Potenzielle Erweiterbarkeit
Marktübliche Miet- und Grundstückspreise	Hallenhöhe 10-12 m (Unterkante Binder UKB)
Serviceangebot in der Nähe	Tragfähigkeit des Bodens (> 5.000 kg/m ²)
Verfügbarkeit von Arbeitskräften	Stützenfreie Konstruktion oder Stützenabstand von mehr als 12,5 m (Raster sollte zur Standard-Breitgangregalierung optimiert sein)
Anbindung an die ÖPNV	Teilungsfähigkeit
24-Stunden-Betrieb	Sprinkleranlage / EFSR-Sprinklerung
Sicherheitsschleusen	Sicherheitsschleusen, vollständige Umzäunung des Grundstücks
	Ausreichend vorhandene Parkplätze für Pkw und Lkw
	Eingeschossige Halle
	Rangierfläche mindestens 35 m
	Hohe Zahl an Rampentoren (mindestens 1 Tor pro 1.000 m ²)
	Mindestens ein ebenerdiges Tor für 10.000 m ²
	Bei Umschlagshallen zweiseitige Andienung notwendig

Faktoren für die Grundstückswahl
(Quelle: Logistikimmobilie – Markt und Standorte, Fraunhofer IIS)

Konkurrenzsituation und der daraus resultierenden Zwänge in der Logistikbranche, mit einem für das Logistikgeschäft verträglichen Lohnniveau gedeckt werden. Außerdem benötigt das Grundstück zunächst einmal die notwendige Größe und passenden Zuschnitt. Besonders große Multi-User-Anlagen verlangen entsprechend große Flächen.

Die Realisierungsphase beginnt mit der Vergabe der Leistungen und endet mit der Übergabe der Anlage an den operativen Betrieb. Dabei ist es von entscheidender Bedeutung, die vorher in der Planung beteiligten Parteien entsprechend in den vorab erarbeiteten Zeitplan einzubinden. Da häufig Details erst in der Umsetzung aufkommen, ist eine stetige Abstimmung notwendig und sinnvoll. Insbesondere die Schnittstelle zwi-

schen Lagertechnik und Gebäude ist hier zu berücksichtigen.

Es hat sich als vorteilhaft erwiesen, die Personen, die im späteren Betrieb die Leitung des Standortes oder die Facility-Management-Aufgaben wahrnehmen, sehr frühzeitig einzubinden. In dieser Phase können die technischen Mitarbeiter wertvolles Wissen über die Anlage erlangen. Außerdem fördert und stärkt eine frühe Einbeziehung die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Anlage und steigert die Motivation und die Effizienz der Arbeit.

Die Phase der Implementierung stellt während der Anlaufphase das Bindeglied zwischen dem operativen und dem zentralen Projektmanagement dar. Das Implementierungsteam vor Ort sichert die erfolgreiche Inbetriebnahme der Kontraktlogistikimmo- >

bilie und den Start des operativen Geschäftes. Die Kombination aus methodischem Know-how und praktischer Erfahrung sowohl im Projektmanagement als auch in den fachlichen Kernbereichen bildet die Grundlage für Prozesse und Lösungen, die kundenindividuell designt werden

rung des Logistikgeschäfts in die neu errichtete oder angemietete Logistikimmobilie beginnt die Phase der betriebswirtschaftlich und logistisch effizienten Standortoptimierung. Hierbei werden alle Prozesse in der Verwaltung und Bewirtschaftung der Logistikanlage überprüft und kontinu-

plexität dieser Strukturen vollständig durchdringen, eng miteinander verzahnen und mit den Anforderungen des Finanzmarktes und der jeweiligen Investoren in Einklang bringen können, kann die seitens der Logistikdienstleister geforderte „flexible und hochdrittverwendbare“ Logistikim-

und einen wesentlichen und nachhaltigen Mehrwert für den Geschäftserfolg auch in Bezug auf die Kontraktlogistikimmobilie ermöglichen. Ab dem Zeitpunkt der erfolgreichen Implementierung beginnt der eindeutig dominante Bereich im Lebenszyklus einer Kontraktlogistikimmobilie: der Betrieb der Anlage und der darin ablaufenden logistischen Prozesse. Unter Betrachtung des gesamten Lebenszyklus fallen durchschnittlich 70 bis 80 Prozent der Gesamtkosten für Immobilien in der Bewirtschaftungsphase an. Potenzielle Kosteneinsparungen im Betrieb der Immobilie müssen somit bereits durch einen Mehraufwand der Projektentwicklung und -gestaltung in der Bauphase gehoben werden. Bereits am ersten Tag nach dem Einzug und der erfolgreichen Implementie-

erlich verbessert, um langfristige Kosten einzusparen und den Betrieb nachhaltig effizient zu gestalten. In der Praxis zeigt sich, inwieweit die umfangreichen Vorplanungen, Materialflussberechnungen, Simulationen und weiteren Analysen der Immobilie im Einklang mit dem operativen logistischen Betrieb stehen.

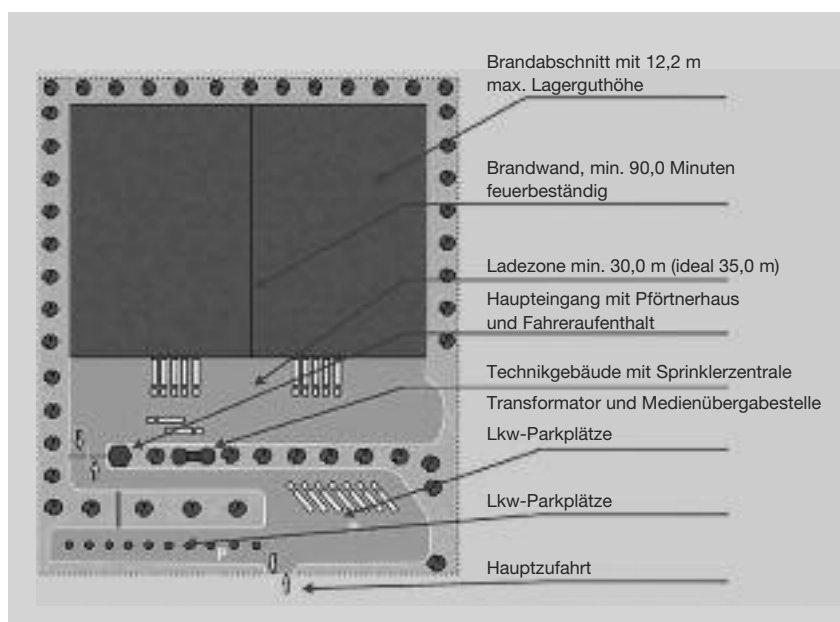
Strategien und Trends in der Logistik

Flexible und schnell anpassbare logistische Systeme in Verbindung mit dem verfügbaren Arbeitskräftepotenzial werden die Logistik – und mit ihr die Logistikimmobilien und die gesamte Supply Chain – nachhaltig prägen. Wenn die Logistikdienstleister und die Projektentwickler die Kom-

moblie der Zukunft geschaffen und etabliert werden.

Die Frage, in welche Richtung sich die Logistikbranche in Zukunft entwickeln wird, lässt sich aufgrund der Komplexität und Vielfalt oftmals nur erahnen oder als vorsichtige Strömung angeben. Insbesondere dieser Versuch, die Zukunft abzubilden, hat einen großen Einfluss auf die Ausprägungen der zukünftigen logistischen Prozesse und die Logistikimmobilien. Im Vergleich zu anderen Assetklassen hat die Logistikimmobilie eine relativ kurze Lebensdauer von rund 30 Jahren, so dass die richtige Interpretation der Trends besonders wichtig ist. Insbesondere die Impulse der Logistikdienstleister und die rasante Weiterentwicklung der gesamten Branche verändern und schärfen die Anforderungen an Logistikimmobilien nachhaltig.

Ein weiterer Mega-Trend ist und bleibt die Globalisierung. Sie ist einer der wesentlichen Treiber für die Logistikbranche und ein Grund für das nachhaltige Wachstum des globalen Handels im Bereich Beschaffung, Produktion und Absatz. Denn die wachsenden Material- und Warenflüsse müssen von Spezialisten im Detail geplant und gesteuert werden. Hier gilt es als Logistiker, innovative und flexible Systeme zu entwickeln. Darüber hinaus vergrößern sich die Versorgungs- und Einzugsgebiete, was zur Konzentration auf einige wenige Standorte führt. In der Logistiksprache ist hier von Zentral- oder Regionalstandorten die Rede. In diesem Zuge müssen die Prozesse in bestehenden Logistikabwicklungen und die Flächenressourcen neu ausgerichtet werden.



Beispiel Masterlayout (Skizze und 3D-Ansicht) als Musterplanung.



Ein extrem spannender Punkt wird die Weiterentwicklung der Informationssysteme innerhalb der logistischen Abwicklungen und der gesamte Bereich des eCommerce bzw. eFulfilment sein.

All diese skizzierten Trends folgen in ihrer Umsetzungsart einem weiteren (Mega-)Trend: der Nachhaltigkeit. Denn alle Innovationen auf Prozess- oder Systemniveau haben zum Ziel, Ressourcen schonender und klimaverträglicher zu arbeiten.

Ausblick und Wettbewerbsvorteile der Zukunft

Ein wirklich nachhaltiger Logistiker sollte aus ureigenem Interesse Ressourcen schonende Methoden entwickeln. Er denkt, plant und handelt gemeinsam und ganzheitlich mit dem Kunden oder Auftraggeber und antizipiert die Zukunft. Nachhaltige Logistiklösungen von morgen werden so schon heute umgesetzt. Als Pionier kann sich nur derjenige durchsetzen, der aus einer strategischen Position heraus in die richtigen Lösungen investiert und sich nicht in schnellem Aktionismus und übertriebenen Außendarstellungen verrennt. Die wirklich nachhaltigen Lösungen berücksichtigen die ökonomischen, sozialen und ökologischen Aspekte innerhalb der beeinflussbaren Wertschöpfungskette.

Ein nicht zu unterschätzender Wettbewerbsvorteil der Zukunft wird in der partnerschaftlichen Kundenbindung durch Flexibilität, Nachhaltigkeit bzw. Green Logistics liegen. Die

Zur Person

Kai Alfermann (34), ist seit 2008 Head of Real Estate Management im Bereich Fiege Engineering der Fiege Logistik Stiftung & Co. KG mit Sitz in Greven. Zudem ist er Mitglied des International Managements der Fiege Gruppe. Neben den beiden Studiengängen zum Diplom-Bau- und Wirtschaftsingenieur in Münster und Bochum hat er 2007 seinen Abschluss zum Immobilienökonom an der European Business School in Oestrich-Winkel absolviert. Kai Alfermann ist seit 2002 für die Fiege Gruppe als Immobilienspezialist tätig und zeichnet für diverse nationale und internationale Großprojekte und Managementaufgaben im Bereich der Logistikimmobilien verantwortlich.



verstärkte Nachfrage nach Lösungen, die sich an ökologischen Standards orientieren, wird zum Innovationsmotor für neue Konzepte, Produkte, Technologien und Dienstleistungen mit einem großen Einfluss auf die Logistikimmobilie.

Oberflächlich betrachtet kann eine Logistikimmobilie aus Sicht des Kontraktlogistikers Fluch und Segen zugleich sein. Es geht natürlich nicht ohne die Immobilie, aber auch die falsche Auswahl einer Logistikimmo-

Zur Person

Jan Fiege (31), ist seit Ende 2011 in der Fiege Logistik Stiftung & Co. KG aktiv und verantwortet als Geschäftsführer zusammen mit Jan Dünzelmann den Bereich Engineering Real Estate mit den Bereichen Asset Management und Development. Vor seinem Eintritt in das elterliche Unternehmen war er u. a. in der Immobilienbranche tätig und zuletzt vier Jahre als Projektleiter bei der Boston Consulting Group in Berlin für verschiedene Beratungsprojekte mit dem Schwerpunkt auf den Branchen Industrial Goods, Transport und Logistik verantwortlich. Seine akademische Ausbildung schloss er 2005 als Diplom-Kaufmann mit Schwerpunkt Immobilienökonomie an der ebs Oestrich-Winkel ab.



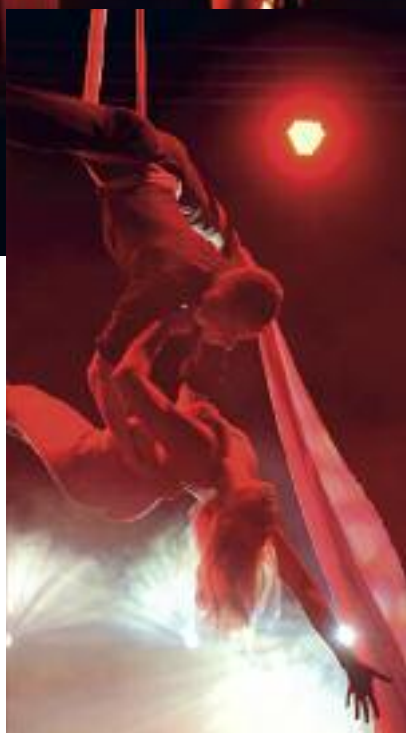
bilie kann die logistischen Systeme und Prozesse entscheidend stören. Die Chancen und Risiken der Immobilienwelt haben die Logistiker bereits seit langem für sich erkannt, so dass die Logistikimmobilie als fester Bestandteil in die Supply Chain aufgenommen und in die logistischen Prozesse integriert wurde. ●

Grundlage dieses Textes ist ein Autorenbeitrag des Buchs „Kompendium der Logistikimmobilie – Entwicklung, Nutzung und Investment“.



15 Jahre Fiege in Polen

Mit einer atemberaubenden Show im Beisein zahlreicher langjähriger und neuer Kunden feierte Fiege Polen im November vergangenen Jahres in Warschau sein nunmehr 15-jähriges Bestehen auf dem polnischen Markt.



Eine einmalige Darbietung aus Akrobatik, Gymnastik und Tanz in der Luft bot eine Gruppe junger Künstler beim Abenddinner den geladenen Gästen, die mit viel Beifall dankten. Fiege nahm seine Aktivitäten in Polen 1997 auf. Während der vergangenen Jahre hat das Unternehmen das Vertrauen vieler Kunden gewonnen und seine Position auf dem polnischen Logistikmarkt stärken können. Viele dieser Kunden arbeiten bereits mit dem Unternehmen Fiege seit seinen ersten Schritten auf dem polnischen Markt zusammen.

„Das Unternehmen hat sich in den Jahren enorm weiterentwickelt und eine professionelle Vorgehensweise erarbeitet, hervorragende Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen eingestellt, um die bestmögliche Dienstleistung für seine Kunden zu entwickeln und anzubieten. Darum kann Fiege heute auf eine lange Liste zufriedener Kunden verweisen, bei denen ich mich ausdrücklich für ihre Unterstützung in den vergangenen Jahren bedanken möchte“, sagte Piotr Kohmann, CEO Fiege Polen.

Auch Jens Fiege, Vorstandsmitglied der Fiege Gruppe, und Stefano Vincinelli, CEO Southern & Eastern Europe, der die ersten zehn Jahre verantwortlich war für die Leitung der polnischen Tochtergesellschaft, verwiesen in ihren Ansprachen auf die positive Entwicklung von Fiege in Polen und sprachen den anwesenden

Kunden ihren Dank aus. „Und wir hoffen auf eine weitere gute Zusammenarbeit in den kommenden Jahren in Polen!“ ●



Piotr Kohmann schnitt den Geburtstagskuchen an.



Anregende Gespräche führten die Gäste schon vor dem Dinner.



Piotr Kohmann dankte den Kunden ausdrücklich für die gemeinsame Arbeit.



Auch Jens Fiege verwies auf die hervorragende Kooperation.



Viel Beifall zollten die Gäste den Künstlern in der Aula des Warschauer Politechnikums.



Das festliche Abenddinner war der Höhepunkt der Geburtstagsfeier.



Stefano Vincinelli bot den Gästen einen spannenden Rückblick auf die vergangenen Jahre.



TOP Quality International Award 2012 in Polen

Mit dem „Top Quality Award QI 2012“ in der Kategorie Dienstleistungen wurde die polnische Fiege-Tochter Fiege Sp. z o.o. im September vergangenen Jahres ausgezeichnet. Die Jury ehrte Fiege Polen für die in der Pharmalogistik erbrachten Leistungen sowie für die Förderung von Logistikleistungen höchster Qualität speziell für die Pharmaindustrie.

Der Top Quality International Award, ein renommierter internationaler Preis, der die Erfüllung höchster Qualitätsanforderungen auszeichnet, wurde bereits zum sechsten Mal verliehen. Das Ziel des Top

Quality International Award besteht darin, Unternehmen aber auch Institutionen auszuzeichnen, die in außerordentlichem Maße für die höchste Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen sorgen. Über 3.000 Institutionen, Unternehmen und

Kommunalverwaltungen nahmen in diesem Jahr an dem Wettbewerb teil. Der Wettbewerb wird unter der Schirmherrschaft des Ministeriums für Regionale Entwicklung, des polnischen Forum Club ISO 9000 sowie der Polnischen Agentur für Unternehmensentwicklung, ausgetragen.

Ausgezeichnet wurde Fiege für die Dienstleistungen im Pharmalogistiksektor, die in den beiden Niederlassungen Mszczonów und Dąbrowa angeboten werden. Diese Dienstleistungen umfassen unter anderem temperaturgeführtes Warehousing in den Temperaturbereichen 2 bis 8 °C und 15 bis 25 °C für rezeptpflichtige und freiverkäufliche Produkte, FTL-Transporte vom Produktionswerk zum Warehouse und weitere Fulfilment-Dienstleistungen.

„Wir sind sehr stolz darauf, diesen renommierten Preis gewonnen zu haben. Die Anforderungen des Gesetzgebers an Pharmalogistikdienstleister sind äußerst hoch und unterliegen strengen Regularien, um die Sicherheit der Arzneimittel zu gewährleisten. Diese Auszeichnung bestätigt unsere Strategie, mit Top-Qualität zu attraktiven Preisen echte Mehrwerte für unsere Kunden zu bieten. Unsere herzlichen Glückwünsche und unser Dank für diese Leistung gehen an unsere Kolleginnen und Kollegen in Polen“, freute sich Jens Fiege, Vorstand der Fiege Gruppe, über die Auszeichnung. ●

Hohe Auszeichnungen für Fiege Polen

Eine weitere hohe Auszeichnung erhielt Fiege Polen von den Redakteuren der „Dziennik Gazeta Prawna“: Symbol der Logistik 2012. Fiege wurde aufgrund der hohen Qualität seiner erbrachten logistischen Leistungen, seiner Flexibilität gegenüber den Kunden sowie für seine innovativen Lösungen geehrt. Fiege Polen konnte sich ebenfalls beim Award Highest Quality IQ 2012 sowie beim Business Credibility Zertifikat von Dun & Bradstreet, dem führenden Business-Informationsleister an die Spitze der Preisträger setzen. „Diese Preisverleihungen krönen die erfolgreiche fünfzehnjährige Arbeit des Unternehmens im Markt. Wir sind stolz darauf, dass unsere Bemühungen, unsere Professionalität und unsere Innovationskraft durch diese Auszeichnungen eine solche Anerkennung gefunden haben“, so Piotr Kohmann, CEO Fiege Polen.





Integrierte Logistik für den indischen Markt

Mit der Unterzeichnung eines Joint Ventures mit der zur indischen Apollo Group gehörenden Apollo LogiSolutions Ltd. hat Fiege seinen Marktfokus seit dem 5. November 2012 auf Indien erweitert.

Unter dem Namen Apollo Fiege Integrated Logistics Pvt. Ltd. bietet das Joint Venture mit Hauptsitz in Gurgaon, Indien, zukünftig als integrierter Logistikdienstleister umfassende Dienstleistungen wie Luft- und Seefracht, Zollabwicklung, Transportdienstleistungen sowie Warehousing und Mehrwertdienste an.

Damit trägt Fiege dem Bedarf vieler Bestandskunden Rechnung, die sowohl nach Lösungen für die Markerversorgung des Wachstumsmarkts Indien mit ihren Produkten verlangen, als auch immer stärker Konzepte für eine Beschaffungslogistik aus Indien heraus fordern. Hier sieht Fiege aufgrund der gerade im Bereich komplexer Kontraktlogistik niedrigen Outsourcingquote großes Potenzial. Die bereits zum Beginn des Joint Ventures gewonnenen Kunden u. a. aus den Bereichen Pharma, erneuerbare Energien sowie dem Bereich eCommerce bestätigen diesen Trend.

Die Erweiterung des Fiege-Netzwerks auf den indischen Subkontinent ist somit die logische Weiterentwicklung der Strategie von Fiege, mit starken Partnern und gemeinsam mit den Kunden aus den acht Kernsektoren neue Märkte zu besetzen. Bis März 2013 wird das Joint Venture über 20 Büros verfügen, die alle wichtigen Wirtschaftsräume in Indien abdecken. Apollo Fiege Integrated Logis-

tics will in den nächsten zwei bis drei Jahren über zehn Millionen US-Dollar in Indien investieren und wird dann auch über ein Indien weites Warehouse-Netzwerk verfügen. Ziel ist es, einer der Top-5-Anbieter integrierter Logistikdienstleistungen in Indien zu werden. Neben einer starken Infrastruktur wird das Joint Venture durch einen kontinuierlichen Know-how-Transfer von der hohen Kompetenz der Fiege Gruppe bei komplexen Kontraktlogistiklösungen profitieren.

Die maßgeschneiderten Supply Chain-Lösungen von Apollo Fiege Integrated Logistics berücksichtigen die besonderen Anforderungen der Fiege-Kunden sowie die landesspezifischen Voraussetzungen gleicherma-

Hohe Kompetenz bei komplexen Kontraktlogistiklösungen

ßen und bieten alle Logistik-Services aus der Hand eines erfahrenen Spezialisten. „Wir sind überzeugt, dass Apollo LogiSolutions der perfekte Partner für das Joint Venture in Indien ist. Diese Partnerschaft vereint die fast 140-jährige Logistikerfahrung von Fiege mit der Dynamik und der tiefen indischen Marktkenntnis von

Apollo LogiSolutions. Wir glauben, dass auf dem indischen Markt ein großes Potenzial für integrierte und lückenlose End-to-end-Konzepte existiert“, so Jan Fiege, Mitglied des Vorstands, Apollo Fiege Integrated Logistics. ●

Zahlen und Fakten zu Apollo Logi Solutions Limited

Apollo LogiSolutions Limited (ALS) wurde 2007 als hundertprozentige Tochter von Apollo International Limited (AIL) gegründet. Apollo LogiSolutions Limited (ALS) gehört zu Indiens führenden Logistikunternehmen in den Bereichen Containertransport, Güterumschlag, Konsolidierung, Zollabfertigung, Lagerung und Warehousing. Das Unternehmen bietet End-to-end-Logistiklösungen an, die sich für die Kunden in hoher Kosteneffizienz niederschlagen. Die große Bandbreite an verfügbaren logistiknahen Dienstleistungen und das an den Kundenwünschen abgestimmte Vorgehen von ALS ermöglicht die Erbringung der Dienstleistung in höchster Qualität.

Der neue „War for Talent“ in der Logistik

In Deutschland wird sich der Fachkräftemangel zunehmend ausweiten.

VON: Prof. Dr. Franz Vallée und Andreas Pumpe



Bereits vor über zehn Jahren prägte die Unternehmensberatung McKinsey den Begriff „War for Talent“.

Damals war dies noch überwiegend auf den Wettbewerb um Toptalente der besten Hochschulen bezogen, so sehen allerdings Prognosen für die Zukunft in vielen Bereichen Fachkräfte als Mangelware an. Einige Unternehmen stehen diesem bereits heute gegenüber. Gibt es diesen Fachkräftemangel auch in der Logistik? Können wir uns im Bereich der Logistik beruhigt zurücklehnen?

Die Antwort ist ein klares Nein! Schauen wir uns die Megatrends unserer Zeit an. Die Verbraucher wollen heute immer individuellere Produkte und diese möglichst schnell, am besten direkt nach Hause, geliefert haben. Die Beschaffung, Produktion, ja, selbst die Forschung und Entwicklung, finden heute immer mehr global statt. Diese Trends ergänzt um die Weiterentwicklung der IT und die ökologischen Themen Ressourcenverknappung und Klimawandel führen zu zwei klaren Konsequenzen für die Logistik: Zum einen wird die Logistik zumindest mittelfristig ein Wachstumsmarkt bleiben, da die Megatrends zu einem steigenden Güter- und Transportaufkommen, zu höheren Belieferungsfrequenzen, zu engeren Zeitfenstern und zu steigenden Serviceanforderungen führen.

Zum anderen wird die Bedeutung der Logistik weiter steigen, da effiziente,

flexible Logistiknetze zu einem immer wichtigeren Wettbewerbsvorteil werden. Dies erfordert gut ausgebildete Fachkräfte für die Logistik. Eine Branchenbefragung der BVL bekräftigt den steigenden Bedarf, so versuchen Transporteure wie auch Kontraktlogistiker in 2013 wieder viele neue Stellen zu besetzen.

Deutschland kämpft bereits mit einem Fachkräftemangel, der je nach Branche und Berufsfeld ein unterschiedliches Ausmaß erreicht hat, sich aber in den kommenden Jahren durch den demografischen Wandel zusätzlich verstärken wird. Die höhere Lebenserwartung der Bevölkerung bei gleichzeitig rückläufigen Geburtenraten führt bis 2025 zu einem Rückgang des Erwerbspersonenpotenzials von über sechs Millionen Personen, davon rund 5,4 Millionen Fachkräfte. Auch die Logistikbranche ist zunehmend davon betroffen. Fachkräfte sind dabei alle Personen mit einer abgeschlossenen Berufsausbildung oder einem abgeschlossenen Hochschulstudium.

Obwohl die Logistikbranche mit etwa 2,8 Millionen Beschäftigten die drittgrößte Wirtschaftsbranche in Deutschland ist, werden Entwicklung und Gefahr des Fachkräftemangels bisher nur unzureichend in der Praxis beachtet. Eine Befragung unter BVL-Mitgliedsunternehmen verdeutlicht bereits die heutigen Probleme. 75 Prozent der Unternehmen haben Schwierigkeiten offene Stellen zu besetzen, 73 Prozent erwarten in der

Gefahr des Fachkräftemangels findet zu wenig Beachtung

Zukunft bereits auf den Fachkräftemangel zurückzuführende finanzielle Einbußen. Nach Berichten von Personalberatern erhalten diese teilweise weniger als zehn Bewerbungen auf



eine Stelle, für die vor wenigen Jahren noch bis zu 150 Bewerbungen eingegangen sind.

Vor allem Spediteure haben ein Problem ihren Personalbedarf zu decken. Bis 2018 gehen national in etwa 30 Prozent der Berufskraftfahrer in den Ruhestand und der Anteil der Fahrer unter 25 Jahren liegt bei nur etwa zwei Prozent. Neben dem demografischen Wandel, dem fast vollständigen Wegfall der Bundeswehr als Ausbildungsstätte, ist auch das häufig negative Image dieses Berufs ursächlich. Permanenter Zeitdruck, überfüllte Parkplätze und dazu noch die Verpflichtung zur Einhaltung der Lenk- und Ruhezeiten sind für viele unattraktive Arbeitsbedingungen. Auch die Verlader beklagen das Problem

des Fachkräftemangels, sowohl in ihren eigenen Logistikabteilungen als auch indirekt bei ihren Dienstleistern. Gesucht wird neben Fahrern, Zusteller und Lageristen auch Personal mit kaufmännischer und technischer Ausbildung. Außerdem werden Akademiker für höher qualifizierte Bereiche, wie z. B. Speditionsleiter, Logistikleiter, Ingenieure, IT-Experten und Betriebswirte mit Logistikswerpunkt gesucht. Der Wettbewerb zwischen den Unternehmen um die besten Arbeitskräfte wird sich deutlich verschärfen und sich zunehmend auf weitere Tätigkeitsfelder in der Logistik ausweiten.

Für ein Unternehmen sind qualifizierte Mitarbeiter essenziell wichtig, denn bei einem Mangel können >

die Zielgrößen Kosten, Qualität, Zeit und Flexibilität in keinem gesunden Gleichgewicht gehalten werden. Aufträge könnten nicht oder nur unzulänglich bearbeitet werden. Die Kompensierung fehlender Personalkapazitäten durch Überstunden ist dabei nur eine Verschleppung und keine Lösung des Problems. Personal wird zunehmend zum Engpassfaktor.

Lösen können diesen Fachkräftemangel nur Politik und Wirtschaft gemeinsam. Die Bundesregierung hat die Notwendigkeit der Veränderung der Rahmenbedingungen erkannt, die Fachkräftesicherung zu einem zentralen Ziel für die kommenden Jahre erklärt und eine Fachkräfte-Of-

fensive gestartet. Für die Unternehmen, auch in der Logistik, bieten sich für die Deckung des künftigen Fachkräftebedarfs demgegenüber verschiedenste inner- als auch überbe-

Fachkräftesicherung ist zentrales Ziel der Zukunft

triebliche Maßnahmen an. Die PwC-Studie „Winning the talent race“ mit einem Ausblick der Transport- und Logistikbranche in das Jahr 2030 verdeutlicht die Probleme dieser

Branche. Sie leidet an einem Imageproblem und gilt bei Kandidaten als wenig attraktiv. Trainings, konsequente Personalentwicklung und interessante Karriereperspektiven für junge Mitarbeiter müssen massiv ausgebaut werden. Das Arbeitsumfeld ist aber auch an die Bedürfnisse älterer Fachkräfte anzupassen.

Die Anzahl der Älteren ab 55 Jahren nimmt noch bis Mitte der 2020er Jahre zu, was flexible Arbeitszeitmodelle, altersgerechte Arbeitsorganisation, Gesundheitsmanagement und insbesondere Nachqualifizierungen zum Erhalt einer innovativen Arbeitskraft erfordert. Mehrfachqualifizierung zur flexibleren Einsetzbarkeit der Arbeitskräfte als auch die Nachqualifizierung von Geringqualifizierten sind wichtige Bausteine, damit die Mitarbeiter von heute auch die Aufgaben von morgen bewältigen können. Vergütungsmodelle sind so anzupassen, dass talentierte Mitarbeiter gewonnen und an das Unternehmen gebunden werden. Zusatzleistungen und Arbeitsbedingungen sind in diesem Kalkül ebenfalls zu berücksichtigen.

Die Unternehmen müssen sich darum bemühen, die Branche für Frauen attraktiver zu gestalten, welches auch eine familienfreundliche Unternehmenskultur erfordert. Für die Teilnehmer der PwC-Befragung werden im Jahr 2030 nur die Unternehmen noch erfolgreich am Markt sein, die zudem ihre „Arbeitgebermarke“ aktiv weiterentwickeln und gezielt einsetzen. Das Wertversprechen für Mitarbeiter am Arbeitsmarkt ist zu konkretisieren und Personalmarketing als auch Kommunikation sind zu intensivieren.

Kooperationen und Partnerschaften sind ein weiterer Bereich, welcher insbesondere bei klein- und mittelständischen Unternehmen der Logistikbranche zunehmen kann. Oft ist es schwierig eigene Aus- und Weiterbildungen effizient, in vollem Leistungsumfang und mit hoher Qualität an-



bieten zu können. Hier wären beispielsweise branchenübergreifende Netzwerke zur Erzielung einer ausreichenden Teilnehmeranzahl hilfreich. So unterstützt z. B. das Kompetenzzentrum für Geschäftsprozessmanagement Coesfeld der FH Münster sehr erfolgreich mit der Weiterbildung zum zertifizierten Geschäftsprozessmanager. Auch Netzwerktreffen werden zunehmend bedeutender, wie in der Region Münster/Osnabrück das „Kompetenznetz Individuallogistik“ oder der überregionale „Tag der Logistik“ der Bundesvereinigung Logistik.

Die akademische Ausbildung ist von besonderer Wichtigkeit, um dem Arbeitsmarkt potenzielle Kandidaten bereitzustellen. In der Region Münster/Osnabrück wird dies durch die Fachhochschule Münster sowie der Hochschule Osnabrück geprägt – betriebswirtschaftlich orientierte Bachelorstudiengänge mit logistischer Vertiefung, Master Studiengang Logistik als Vollzeitstudiengang, berufsbegleitender Master Studiengang International Supply Chain Management mit der Saxion Hogeschool Enschede. Außerdem gibt es kooperative Promotionen mit Unternehmen. Aber auch hier können die Unternehmen unterstützen, beispielsweise durch das Deutschland- bzw. NRW-Stipendium.

Ein wesentlicher Baustein, um sich einen Vorsprung auf dem zunehmend engeren Fachkräftemarkt sichern zu können, wird in den nächsten Jahren die Aus- und Weiterbildung sein, die sich jedoch nur lohnt, wenn die Kosten durch Gewinne bei Produktivität und Flexibilität überstiegen werden. Eine sorgfältige und vor allem individuelle Auswahl der Maßnahmen und der Teilnehmer ist die Voraussetzung, welche eine strategische Personalplanung erfordert.

Der Fachkräftemangel wird in der Logistik weiter ansteigen, Arbeit gewinnt zunehmend als Wettbewerbs-



faktor an Bedeutung. Fachkräfte werden knapper, begehrter und damit auch teurer. Daher ist es für die Unternehmen der Logistikbranche bereits heute von strategischer Wichtig-

keit, sich dem bereits existierenden Fachkräftemangel zu stellen und eine weitsichtige Personalstrategie zu entwickeln. Der neue „War for Talent“ in der Logistik hat bereits begonnen! ●

Zur Person

Prof. Dr. Franz Vallée ist Vorstand am Institut für Prozessmanagement und Logistik (IPL) der Fachhochschule Münster.



Zur Person

Andreas Pumpe ist Doktorand und wissenschaftlicher Mitarbeiter am IPL.



Fiege eCommerce – mehr als Online-Handel

Das Shoppen im Internet erfreut sich seit vielen Jahren wachsender Beliebtheit und wird von immer mehr Branchen als lohnenswerter Absatzkanal identifiziert. Nach der ACTA-Studie 2011 von IfD-Allensbach haben 2011 bereits 69 Prozent der 14- bis 64-jährigen Deutschen online eingekauft.

Außerdem steigt auch die Häufigkeit der Online-Einkäufe pro Jahr. Verbunden mit den steigenden Erwartungen der Endkunden an den Service eines Shops, wie zum Beispiel Abholung/Rückgabe online bestellter Waren in den Filialen, steigen natürlich auch die Anforderungen an die logistischen Lösungen, die sich hinter den Webshop-Präsenzen verbergen und das reibungslose Funktionieren des elektronischen Einkaufens ermöglichen. Hier muss der Handel auf professionelle Lösungen vertrauen können.

Diesen Trend hin zu Multichannel-Lösungen, die mehrere Vertriebskanäle vereinigen, hat Fiege früh erkannt und seinen seit 2005 als Fiege E-Fulfilment gegründeten Fachbe-

reich entsprechend weiterentwickelt. Unter dem neuen Namen „Fiege eCommerce“ steht das Produkt für eine umfassende, modular aufgebaute Lösung, die den komplexen Anforderungen der verschiedenen Branchen für eCommerce und Multi-

Eine umfassende modular aufgebaute Lösung

channel-Lösungen gerecht wird. Die Leistungen beziehen dabei alle wichtigen Geschäftsprozesse wie z. B. Risk

Management, Payment, Customer Service, Schnittstellenmanagement, Debitorenmanagement und natürlich Warehousing und Transport ein. Bis auf das Design des Webshops erhalten Fiege-Kunden ein Komplettpaket. Neben dem „Rundum-sorglos-Paket“ können Fiege-Kunden dank der Modularität des Systems auch nur einzelne Bausteine für ihr Geschäft auswählen.

Neben der großen Kontraktlogistikerfahrung von Fiege ist das Herzstück des Systems eine neue und hochmo-



derne Middleware, die die verschiedenen Module miteinander verbindet und steuert. Nachdem der Endkunde im Online-Shop seine Produkte ausgewählt hat, greifen die Prozesse des Fiege eCommerce ineinander bis zur Zustellung bzw. einer eventuell anschließenden Retoure und Gutschrift. Ein großer Vorteil der Fiege-Lösung ist, dass die Prozesse nicht branchengebunden sind, sondern das System auf die verschiedensten Branchenanforderungen anpassbar ist. Gleichzeitig ermöglicht die eingesetzte Software verlässliche Multichannel-Prozesse. Komplexe Herausforderungen wie das Verwalten oder die Vereinheitlichung verschiedener Bestände für Filial- und Online-Logistik im System sind durch das System abbildbar.

Neben Branchen, die schon seit einiger Zeit sehr aktiv im eCommerce sind, wie die Fashion-Branche oder der Handel mit Computern und Un-

Hohe Flexibilität und Skalierbarkeit des Fiege eCommerce

terhaltungselektronik, bietet die hohe Flexibilität und Skalierbarkeit des Fiege eCommerce auch für Möbel- und Home-Interior-Handel die richtige Lösung. „Dank der Investition in Know-how und Personal können nicht nur alle Fiege Kernsektoren in

Deutschland auf unsere Leistungen zugreifen; vielmehr sind auch alle Fiege Regionen jetzt in der Lage, ihren Kunden unsere eCommerce Services anzubieten.

Damit rundet Fiege die Servicepalette als Logistikspezialist mit professionellen eCommerce- und Multichannel-Lösungen äußerst sinnvoll ab“, erklärt Felix Hettlage, Head of Fiege eCommerce, die gruppenweite Aufstellung seines Bereiches. In einigen Ländern sind bereits erfolgreich erste Workshops gelaufen, die in den nächsten Monaten auf weitere Länder ausgedehnt werden. Mit dem „Original Fiege eCommerce“ übernimmt Fiege einmal mehr die Umsetzung komplexer Logistiklösungen und gibt seinen Kunden den Freiraum, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren. ●



Die Prozesse des Fiege eCommerce greifen nahtlos ineinander.

Doosan und Fiege bekräftigen Partnerschaft

Doosan Infracore Construction Equipment EMEA (DICE EMEA), die regionale Baumaschinensparte von Doosan Infracore, und Fiege haben die Erweiterung der bereits seit 1998 bestehenden Partnerschaft bekanntgegeben.



Doosan Infracore ist das Infrastructure Support Business des südkoreanischen Doosan-Konzerns.

Am Standort Puurs in Belgien verantwortet Fiege das Warehousing und den Vertrieb der gesamten Produktpalette kompakter Baugeräte, Aufsätze und Ersatzteile der Doosan-Marke Bobcat sowie Teile von Doosans tragbaren strombetriebenen Geräten – die sogenannte Portable Power Sparte – für die Regionen Europa, Mittlerer Osten und Afrika (EMEA). Fiege verantwortet auch die Abwicklung aller eingehenden Transportdienste für Bobcat-Produkte und Ersatzteile innerhalb der EMEA-Region.

Die Liste der von Fiege zu erbringenden Dienste umfasst außerdem die Wartung, Reparatur sowie Lackausbesserungsarbeiten für Bobcat-Geräte und -Aufsätze. Diese Arbeiten werden in einem speziell zu diesem Zweck eingerichteten Werkstattbereich erledigt. Durch die Erweiterung ihrer Partnerschaft bestätigen sowohl DICE EMEA wie auch Fiege ihr langfristig ausgelegtes Ziel, ein sogenanntes „Center of Excellence“ für den After Sales Service am Logistik-Standort Puurs zu entwickeln.

Die Vertragsverlängerung bekräftigt die Partnerschaft und fördert die Harmonisierung der bestehenden Geschäftsabläufe und Qualitätsstandards. „Im Einklang mit Doosans ‚Inhwa‘-Konzept, mit dem Doosan

weltweit eine ‚harmonische Teamarbeit‘ verfolgt, stellt die Vertragserweiterung einen neuen Meilenstein in der Entwicklung der Partnerschaft zwischen DICE EMEA und Fiege dar. Diese enge Zusammenarbeit ist die Grundlage für eine Optimierung und Harmonisierung der Service Levels und Qualitätsstandards und generiert zudem einen echten Mehrwert für unsere Kunden“, kommentierte Cormac Tracey, Direktor Logistik am Sitz von Doosan Infracore Construction Equipment EMEA in Waterloo, Belgien.

Die Umsetzung eines umfassenden Qualitätsmanagements bei Doosan und Fiege verbindet zugleich die jeweiligen Firmenphilosophien der beiden Partner. Ziel ist die Weiterentwicklung der offenen und vertrauensvollen Geschäftsbeziehung, die auf einem hohen Grad an Produktivität beruht.

Am Standort Puurs, den Fiege entwickelt und 2006 erbaut hat, um den spezifischen logistischen Anforderungen der Bobcat Compact-Gerätereihe gerecht zu werden, lagern rund 60.000 Bestandseinheiten auf 20.000 Quadratmetern überdachter Lagerfläche und einer zusätzlichen

Fläche von 4.000 Quadratmetern ohne Überdachung. Vor dem Einzug in das Lager in Puurs war Fiege bereits seit 1998 von Mühlheim in Deutschland aus für Doosan tätig. „Wir freuen uns sehr, dass Doosan nicht nur weiterhin auf unser Know-how und unsere Kompetenz in der Industrielogistik vertraut, sondern auch, dass wir mit Doosan einen Kunden und Partner haben, der, genau wie Fiege, ein hohes Interesse an einer engen Partnerschaft und der gemeinschaftlichen Weiterentwicklung der Prozessoptimierung und Qualität hat“, erklärt Ludo Langen, Fiege Business Development Director Nordwesteuropa. ●



Auch Lackausbesserungen für Bobcat-Geräte gehören zum Leistungskatalog.

Über Doosan Infracore Construction Equipment EMEA (DICE EMEA)

Mit Sitz in Waterloo, Belgien, ist Doosan Infracore Construction Equipment in EMEA einer von vier Standorten der Doosan Infracore Construction Equipment, einer globalen Allianz von Baumaschinenunternehmen der Doosan Infracore, dem Flaggschiff-Unternehmen der Doosan Gruppe, die zugleich weltweit führend ist in dem Bereich

„Infrastructure Support Business“. Doosans Portfolio von Baumaschinen bietet ein umfangreiches Programm von schwerem Baugerät und portablem Power-Equipment (der Marke Doosan), kompakten Baugeräten (der Marke Bobcat) sowie Aufsätzen (der Marke Doosan, Bobcat, Geith und Montabert). Doosan Infracore Construction Equipment

beschäftigt 2.500 Mitarbeiter in der Region EMEA. Das Marketing und der Vertrieb von DICE EMEA-Produkten wird über ein Netz von mehr als 300 unabhängigen Händlern innerhalb der EMEA-Region vertrieben sowie über vier firmeneigene Verkaufshäuser (Frankreich, Deutschland, Südafrika und Großbritannien).

Neue Möbel für IKEA

Fiege unterstützt IKEA beim Umbau seiner Einrichtungshäuser in Deutschland!

In diesem Jahr wird IKEA in Deutschland die Modernisierung zahlreicher Filialen realisieren. Die Fiege Gruppe übernimmt die zentrale Bündelung und Lagerung der Verkaufseinrichtungen im Fiege Mega Center Hamburg, um anschließend eine termingerechte Anlieferung an die Einrichtungshäuser zu gewährleisten. Durch die Warenbündelung und Transportsteuerung aus einer Hand erhöht Fiege die Ver-

fügbarekeit der Einrichtungen, verkürzt Lieferzeiten und erreicht eine optimale Präzision in der bauabschnittsbezogenen Anlieferung der Waren.

„Die besonderen Herausforderungen im logistischen Handling, die vor allem in der Vielfältigkeit der Art der Einrichtungsgegenstände und den sehr unterschiedlichen Abmessungen liegen, haben wir bei Fiege am besten verstanden und aufgegriffen gese-

hen“, begründet Oliver Topf, Equipment Coordinator bei IKEA, die Entscheidung für Fiege als Partner in diesem Projekt.

„Wir sind sehr stolz, unsere Flexibilität und Qualität für einen so namhaften und global erfolgreich agierenden Kunden wie IKEA unter Beweis stellen zu dürfen“, freut sich auch Stefan Küster, Niederlassungsleiter Fiege Mega Center Hamburg, über die erfolgreiche Kooperation. ●

Ausgezeichnete TechnoCargo Logistics

Mit dem „Top Sales Support Team“ wurde jetzt die TechnoCargo Logistics in England ausgezeichnet. Das Tochter-Joint-Venture stellt seit Jahren die strategisch wichtige Verbindung zwischen Großbritannien und Kontinentaleuropa her und verstärkt die paneuropäische Strategie der Fiege Gruppe perfekt – und die Kooperation zwischen

Fiege und Vaillant ist ein Beispiel für den reibungslosen logistischen Ablauf. Vaillant Ltd. zeichnet einmal im Jahr ein Unternehmen mit diesem Preis aus. TechnoCargo Logistics Ltd. erhielt im Januar diese Auszeichnung für herausragenden Sales Support. Die Preisverleihung fand in Stratford upon Avon statt.



Das TCL-Team in Großbritannien freut sich über die hohe Auszeichnung durch Vaillant.

Die nicht alltägliche Geschichte eines Auszubildenden

Die Geschichte von Tarik Labsy ist auch bei Fiege nicht alltäglich für einen Auszubildenden mit Migrantenhintergrund. Aber sie zeigt, dass Ehrgeiz und fester Wille eine Menge bewegen können.

Tarik Labsy, ehemaliger Auszubildender als Fachkraft für Lagerlogistik in der Fiege Niederlassung Greven, hat es allen gezeigt: Mit seinem hervorragenden Abschluss der Lehre wurde er im November mit dem dritten Platz des Grevenener Ausbildungsförderpreises geehrt.

Die Geschichte des 37-jährigen gebürtigen Marokkaners ist von vielen Hochs und Tiefs geprägt, aber immer beherrscht von seinem starken Willen, sein Leben und das seiner Familie durch eigene Arbeit zu sichern. Und so steht letztlich die Auszeichnung des Wirtschaftsforums Greven auch für eine Migranten-Erfolgsgeschichte, die Tarik Labsy unter schwierigen Umständen geschrieben hat. (Der folgende Text wurde der Grevenener Zeitung vom 6. Dezember 2012 entnommen.)

1975 wurde Tarik Labsy in einer Stadt geboren, die wie kaum eine andere unsere Fantasie beflügelt: in Casablanca. Man denkt an Humphrey Bogart und Ingrid Bergmann, an die weltberühmte „Schau-mir-in-die-Augen“-Szene, aber auch an eine weiße Stadt voller orientalischer Mythen. Für Tarik Labsy war Casablanca schlicht Heimat. Er wuchs in normalen Verhältnissen auf und machte 1996 sein Abitur.

Danach lernte er Wartungstechniker, und zwar in einem Institut, das aus Deutschland unterstützt wurde. „Nach dem dualen System“, sagt Labsy, habe die Ausbildung funktioniert, „genau wie in Deutschland.“ Er lernte Deutsch im Goethe-Institut in Casablanca, und als 1999 das Angebot zur beruflichen Weiterbildung in Deutschland kam, griff er beherzt zu.

„Dann aber lernte ich die deutsche Bürokratie kennen“, sagt Tarik Labsy. Seine Ausbildung wurde hier nicht anerkannt, er musste ein Studium beginnen, um im Land bleiben zu dürfen.

Dafür aber musste Labsy zuvor noch ein Jahr in Greifswald ein Studien-Kolleg besuchen. Anschließend nahm er ein IT-Studium in Wuppertal auf. „Eigentlich wollte ich mich in meinem Beruf weiterbilden“, sagt er. Stattdessen studierte er jetzt. Und er jobbte. Mal hier, mal dort. Bei der Süßwarenfirma Haribo stand er an der Goldbären-Maschine. Dann lernte Tarik Labsy eine Frau aus Steinfurt kennen. Er zog zu ihr und ihren beiden Kindern, bricht das Studium ab. „Wir hatten kaum Geld, ich hatte ja keinen Abschluss, ich war dann ja auch noch ein Studienabbrecher“, sagt er. Und zieht weiter von Job zu Job.

Tarik Labsy war trotz seines privaten Glücks frustriert. 34 Jahre war er mittlerweile alt – und hatte noch nichts vorzuweisen in Deutschland. Er bewarb sich überall, auch bei Fiege. „Wir dachten anfangs, der Mann ist überqualifiziert, der ist bei uns unterfordert“, sagt Gerrit Heinke, Abteilungsleiter bei Fiege. „Aber dann wollten wir es doch ausprobieren.“ Und es funktionierte. Im Logistikzentrum in Reckenfeld zeigte Tarik Labsy schnell, dass er anpacken und mitdenken kann, dass er flexibel und zuverlässig ist. Dass er Waren abladen, kontrollieren, sortieren, elektronisch buchen, kommissionieren und neu verpacken kann. Kurz: dass er den gesamten Warenkreislauf der Logistik beherrscht.

Gegen Ende der Ausbildung war für Gerrit Heinke und die anderen Fiege-



Bei der Feier zur Vergabe des Ausbildungsförderpreises des Wirtschaftsforums erzählt Tarik Labsy lebendig aus seinem Arbeitsleben bei Fiege.

Verantwortlichen klar: „Den Mann möchten wir halten.“ Man fand einen Job als Springer für Tarik Labsy. Zunächst befristet, aber die Aussichten auf eine dauerhafte Beschäftigung stehen nicht schlecht. „Ich möchte gerne bleiben“, sagt Labsy.

Inzwischen hat er mit seiner Frau zwei weitere Kinder bekommen, die Familie ist jetzt zu sechst. „Mein Leben ist jetzt um so vieles besser als noch vor ein paar Jahren“, sagt der Ex-Auszubildende. „Ich danke der Firma Fiege, dass man mich trotz meines fortgeschrittenen Alters als Azubi genommen hat.“ Nach Casablanca fährt Tarik Labsy nur noch in den Ferien. „Ich zeige meinen Kindern dann meine alte Heimat und besuche meine Familie. Dauerhaft aber möchte ich nicht mehr dorthin zurück“, sagt er. „Damals, als ich nach Deutschland kam, war es mein Ziel, jetzt nicht mehr.“ ●

LOGO

DAS FIEGE MAGAZIN

NR. 80 / 2013

**ERFOLGREICH IM JAHR DES DRACHEN:
FIEGE EXPANDIERT IN CHINA**



FIEGE

The World of Logistics