

LOGO

DAS FIEGE MAGAZIN

NR. 82 | 2014



**NEUES LOGISTIKZENTRUM DER FIEGE GRUPPE
WIRD IN DIEBURG ERRICHTET**



FIEGE

The World of Logistics

Editorial

Bewährtes mit Innovationen verbinden 3

News

Besuch einer studentischen
BVL-Regionalgruppe in Bremen 4
Jubiläumsfeier in Neuss 4
Impressum 4
GLS feiert 40-jähriges Agentur-Jubiläum 5
Studenten in Apfelstätt 5
Auszeichnung für TechnoCargo Logistik 5
„Für Küche und Genuss“ in Ibbenbüren 36
Umzug von windeln.de nach Großbeeren 36
Die Supply Chain im Fokus der Prüfer 36

Report

„Gala next generation“ im Spiegelpalast 6
Intensive Kommunikation unter Experten 10
Grundstein für zweiten Standort in Neuss gelegt 21
Neue Herausforderungen für Kontraktlogistiker 22
Unternehmenssicherheit auf dem Prüfstand 30
Zehn Jahre Haribo und Fiege 37

Titel

Neues Logistikzentrum der Fiege Gruppe wird
in Dieburg errichtet 18

Special

Komplexität und Zusammenarbeit
bewegen die Logistik 2014 11
Reifenlogistik: Fiege als After Market
Spezialist in Europa 14
Logistik lernen – neue Herausforderungen
an den Logistiker in der globalisierten Welt 34

Projekte

Logistik für Falken in Ungarn erweitert 20
Fashion Logistik für SmartGuy in Polen 24
Kontraktverlängerung mit Brown-Forman 25
Ein Gemeinschaftsunternehmen für
integrierte Dienstleistungen 26
E-Commerce-Lösung für den chinesischen Markt 27
Fiege startet Zusammenarbeit mit Bosch in China 28
Fiege gründet Joint Venture mit Work Service 33

Porträt

Haribo – eine einzigartige Erfolgsgeschichte 38

Social Responsibility

Hilfsaktion für die Philippinen 40
Förderung für soziale und
ökologisch nachhaltige Projekte 41



Fiege Gala 2013

Seite 6



10 Jahre Haribo und Fiege

Seite 37



Hilfsaktion für die Philippinen

Seite 40

In eigener Sache:

Bewährtes mit Innovationen verbinden

Mit der Übernahme der Logistik für den Reifenhersteller Pirelli und dem damit verbundenen Bau eines neuen Reifenlogistikcenters in Dieburg haben wir einen deutlichen Schritt für den Ausbau unserer Position als führender europäischer Reifenlogistiker getan.

Gleichzeitig stärken wir damit die „älteste“ Branche, in der Fiege als Kontraktlogistiker tätig ist, denn schon 1979 haben wir mit einem der führenden europäischen Reifenhersteller, Bridgestone, den ersten bundesweiten logistischen Vertrag geschlossen. Und dieser Reifenhersteller ist uns bis heute als Kunde treu geblieben.

Wir werden auch in diesem Jahr bei Bewährtem bleiben, dem Ausbau der Kontraktlogistik und der Erstellung von Großlösungen in der Logistik wie zum Beispiel Dieburg und das Logistikcenter Neuss II. Dabei setzen wir weiterhin auf lange, belastbare Partnerschaften mit unseren Kunden, was sich für beide Seiten auszahlen wird, wie zum Beispiel Haribo und TechnoCargo Logistik. Wir bleiben aber auch der Tradition treu, uns im Verband zu engagieren wie zum Beispiel in der Bundesvereinigung Logistik, in deren Beirat unser Vorstandsmitglied Felix Fiege berufen wurde. In diesem Kontext wollen wir aber

neue Segmente nicht vernachlässigen, die als Ergänzung zur Kontraktlogistik konsequent zu besetzen sind und letztlich unsere Position als Komplettlösungsanbieter ebenso wie als Spezialist festigen. Neu ist zum Beispiel unser Engagement in den Bereichen Call Center und Customer Service. Mit der Gründung eines neuen Unternehmens stärken wir unsere Position als Anbieter integrierter internationaler Serviceleistungen für Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen und Ländern. Das Angebot multilingualer Service Center ist insbesondere für Kunden aus dem E-Commerce-Umfeld von großem Interesse. Und die E-Commerce-Branche ist wiederum ein Bereich, auf den sich Fiege schon seit einigen Jahren neben der Kontraktlogistik konzentriert hat. Die Verbindung von Bewährtem mit Neuem, von Tradition mit Innovation ist die Basis unserer Strategie, heute genauso wie morgen.

Ihre LOGO-Redaktion



Besuch einer studentischen BVL-Regionalgruppe in Bremen



Logistik „hautnah“ erlebten die Studenten am Bremer Standort der Fiege Gruppe.

● Zehn Mitglieder der studentischen BVL-Regionalgruppe Weser/Ems nutzten in Bremen die Möglichkeit, einmal in der Praxis zu sehen, was sonst im Hörsaal theoretisch behandelt wird: die praktische Logistik vor Ort. Nach einer allgemeinen Vorstellung der Fiege Gruppe erläuterten Timo Wedemeyer aus dem Logistikcontrolling Bremen sowie Logistikleiter Matthias Dieckmann die Kundenstruktur des Bremer Standortes und die Besonderheiten, die spezielle Kundenabwicklungen erfordern. Beim anschließenden Lagerrundgang stieß vor allem die automatische Shuttleentladung auf großes Interesse der Teilnehmer: Hier wird mittels eines Förderbandes ein gesamter LKW mit 33 Stellplätzen innerhalb von fünf Minuten automatisch entladen. Wie der Wareneingang im Detail erfolgt und was nach der Shuttleentladung weiter passiert, schilderte Timo Wedemeyer den interessierten Studenten ausführlich. Zum Ende des Besuchs stand die Besichtigung des Hochregallagers an, wo die Studenten die automatische Einlagerung der Paletten in bis zu 25 Meter Höhe erlebten und den weiteren Weg bis zur Verladung auf den LKW verfolgen konnten.

NEWS

Dr. Jens Wichtermann, Direktor Unternehmenskommunikation, Nachhaltigkeitsmanagement und Politik der Vaillant Group, Dr. Carsten Stelzer, Gregor Suwelack, Geschäftsführer TechnoCargo Logistik, Jens Fiege, Heinz Gräber, Mitglied im Beirat der TechnoCargo Logistik, und Dr. Dietmar Meister feierten mit Gästen das Jubiläum der TCL.



Jubiläumsfeier in Neuss

● TechnoCargo Logistik, das Joint Venture zwischen dem Unternehmen Vaillant und der Fiege Gruppe, feierte im Januar in Neuss sein 20-jähriges Bestehen. Unter den rund 80 geladenen Gästen waren auch Heinz Fiege und Dr. Hugo Fiege, die Vorstandsmitglieder Jens Fiege und Dr. Stefan Kurrle. Von der Vaillant-Geschäftsführung waren Dr. Carsten Voigtländer, Dr. Dietmar Meister und Dr. Carsten Stelzer gekommen. Und als Vertreter der Stadt Neuss waren die stellvertretende Bürgermeisterin, der Landrat und der stellvertretende Landrat anwesend. Aber auch einige Kunden und Partner als Wegbegleiter über eine lange Zeit ließen es sich nicht nehmen, ihre Glückwünsche persönlich zu überbringen. Im Rahmen der Feier spendete Vaillant der Stadt Neuss eine Heizung für eine noch zu benennende soziale Einrichtung.

Impressum

Logo 82/April 2014
Das Fiege Magazin

Anschrift:

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

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

Layout:

Wietheger Druck Nordwalde

Druck:

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

Logo zum Download:

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



Takafumi Kido gab einen informativen Einblick auf die Entwicklung der Reederei.

GLS feiert 40-jähriges Agentur-Jubiläum

Seit 40 Jahren vertritt die Fiege-Tochtergesellschaft Global Liner Services (GLS) in der Schweiz die japanische Hochseereederei „K-Line“, Kawasaki Kisen Kaisha. Dieses Jubiläum wurde von der Agentur zusammen mit langjährigen Kunden und Partnern gebührend gefeiert. Als Ehrengäste waren Vertreter der K-Line London sowie der K-Line Belgien in die Schweiz gekommen. Fabio Crosilla, Line Manager von GLS, präsentierte den Gästen die Verantwortlichen des zentralen Managements von K-Line London sowie K-Line Belgien und stellte das gesamte Team von Global Liner Services vor. Markus Warnebold, Direktor GLS, bot den Geladenen einen interessanten historischen Rückblick von der Gründung der Reedereiagentur bis zum heutigen Tag. Zum Abschluss gab Takafumi Kido, Direktor K-Line London, einen informativen Einblick in den Entwicklungsprozess der Reederei.

Studenten in Apfelstädt

● Eine Gruppe Studenten des Masterstudiengangs Logistik an der Fachhochschule Münster besuchte am 6. November 2013 unter Leitung von Professor Dr. Franz Vallée die Fiege-Niederlassung in Erfurt-Apfelstädt. Nach der Firmenpräsentation durch Niederlassungsleiter Michael Schirmaier wurde den Studenten eine umfassende Standortbesichtigung mit Führung durch die einzelnen Kundenbereiche wie Media Markt, Toys „R“ US und IC Companys geboten. Insbesondere die Erläuterungen zu den Besonderheiten im E-Commerce-Geschäft fanden bei den Besuchern große Aufmerksamkeit. Aber auch die Besichtigung der neuen Packstraße im Bereich Media-Saturn und die Standortplanung 2014 mit einem neuem Kundengeschäft, erweitert durch einen Vortrag zum Projekt, boten den Hintergrund für die anschließende Diskussion und Fragenstellungen der Studenten.



Eine große Gruppe interessierter Studenten der Fachhochschule Münster besuchte das Fiege Mega Center Erfurt.

Auszeichnung für Techno Cargo Logistik

● Als „vorbildlichstes Unternehmen mit Weitblick“ im Rhein-Kreis Neuss wurde die TechnoCargo Logistik GmbH u. Co. KG, Joint Venture der Fiege Gruppe mit Vaillant, ausgezeichnet. Die Auszeichnung des Jobcenters Rhein-Kreis Neuss ist fester Bestandteil des Bundesprogramms „Perspektive 50plus – Beschäftigungspakte für Ältere in den Regionen“. Der Preis „Unternehmen mit Weitblick“ würdigt einmal im Jahr regionale Unternehmen, die bei der Beschäftigung älterer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Vorbildliches leisten, von einer gelungenen Zusammenarbeit zwischen Jung und Alt im Unternehmen profitieren und sich für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter „50plus“ engagieren.



Eckhard Binner, Prokurist, und Geschäftsführer Gregor Suwelack (v.l.) nahmen die Auszeichnung entgegen.

„Gala next generation“ im Spiegelpalast

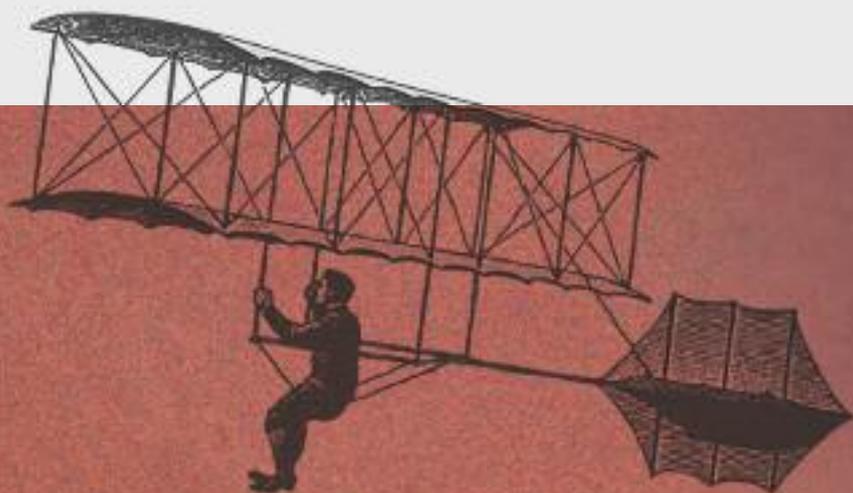
„Genuss und Leichtigkeit“, das Motto der diesjährigen Fiege Gala in Berlin, versprach allen geladenen Gästen einen entspannten und familiären Abend in der Bar jeder Vernunft. Und das bereits zum 19. Mal!

Doch diesmal sollte es ein etwas anderer Abend werden, mit einem neuen lockeren Konzept, dem Generationswechsel auf der Führungsebene des Unternehmens angepasst. Mehrere Kochstationen in und außerhalb des Festzeltens luden die Gäste zu den unterschiedlichsten Köstlichkeiten aus der westfälischen Region ein.

Musikalisch aufgeheizt und begleitet wurde der Abend im Spiegelpalast von einer hochklassig besetzten Walking Band, die sich mit viel Spaß am Spiel durch die Reihen der Gäste bewegte. Die Walk-a-Tones, vier professionelle Musiker und eine Sängerin, sorgten mit ihrer direkten Nähe zum begeisterten Publikum für viel Stimmung und gute Laune. Und so trugen auch die Gäste als Teil des neuen Konzepts der „Gala next generation“, wie Jens Fiege in seiner Begrüßungsansprache betonte, zum Gelingen des Abends bei.

„Nein, man muss nicht unbedingt Italiener sein, um ein Risotto perfekt kreieren zu können“, meinte Holger Zurbrüggen, der als „Risottoweltmeister“ die Live-Show Cooking mit einer Kochstation auf der Bühne des Spiegelpalastes bereicherte. Und das wurde ihm ausnahmslos von allen bestätigt, die sein Risotto mit frischen Trüffeln probierten. Aber auch die Kochstation für das Münsterländer Töttchen, eine besondere Spezialität aus der Heimat des Gastgebers, sowie eine Grillstation sorgten mit ihren Leckereien für großen Genuss der Gäste bei einer traditionellen und dennoch ganz neuen Fiege Gala 2013. ●







Marc-Stephan Heinsen, Alexander Brand, Dr. Thomas Frank, Dr. Stefan Kurrle, Stephan Meyer.



Begrüßung durch Jens und Felix Fiege.



Tobias Trevisan, Roland Fahrmeier, Marco Marioni, Jens Fiege, Dr. Karl-Rudolf Rupprecht, Stefan Horstmann.



Felix Fiege, Christina Fiege, Lilly Möhring, Winfried Rübesam.





Dr. Jens-Jürgen Böckel, Gisela Horn-Moll, Prof. Dr. Peer Witten, Ralf Jahncke, Prof. Dr. Raimund Klinkner, Melanie Klinkner, Dr. Hugo Fiege.



Heinz Fiege, Hans-Peter Villis, Rita Villis, Gero Schulze Isford, Uschi Fiege.



Risottoweltheimer Holger Zurbrüggen.



Begeisterte Gäste im Spiegelpalast.



Dr. Hans-Ullrich Förster, Björn Stammer, Peter Scherbel, Carsten Dietmann, Stefanie von Canal.



Dr. Hanspeter Stabenau, Alfred Messink, Dr. Norbert-Christian Emmerich, Christine Emmerich, Kurt Döhmel.

Intensive Kommunikation unter Experten

Bereits zum 30. Mal traf sich die Logistikfachwelt im Oktober 2013 in Berlin beim Deutschen Logistikkongress. Seit 1984 wird dieses Expertentreffen alljährlich von der Bundesvereinigung Logistik e.V. ausgerichtet – und hat bis heute nichts von seiner Aktualität eingebüßt.

Felix Fiege im Beirat der BVL

Der Beirat der Bundesvereinigung Logistik e.V. berät und unterstützt den Vorstand in seinen Aufgaben. Er ist besetzt mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, überwiegend Vorstände und Geschäftsführer, die unmittelbar Verantwortung für Logistik tragen. So werden persönliche Netzwerke und Know-how eingebracht. Seit November 2012 ist Felix Fiege Mitglied des Beirats. Er übernahm quasi den Staffelstab von Dr. Hugo Fiege, der der BVL seit mehr als 20 Jahren verbunden ist und sich unter anderem im Vorstand und an der Spitze des Beirats engagierte. Der Beirat der BVL hat derzeit 36 Mitglieder. Seine Mitglieder sind geschätzte Ratgeber und unterstützen den Vorstand durch ihre vielfältige Expertise und Kontakte. Einmal jährlich kommen die Mitglieder des Gremiums zu einem intensiven Gedankenaustausch zusammen.



Rund 3.200 Teilnehmer aus den Berufsfeldern Logistik und Supply Chain Management waren aus aller Welt zum Jubiläumskongress nach Berlin gekommen, der diesmal unter dem Motto „Impulse, Ideen, Innovationen“ stand. Rund 100 Referenten sprachen zu den Teilnehmern, disku-

Impulse, Ideen und Innovationen

tierten mit ihnen, vermittelten Informationen und gaben Denkanstöße. Einer der Höhepunkte des dreitägigen Kongresses war natürlich die Verleihung des Deutschen Logistik-Preises, der 2013 an das Unternehmen

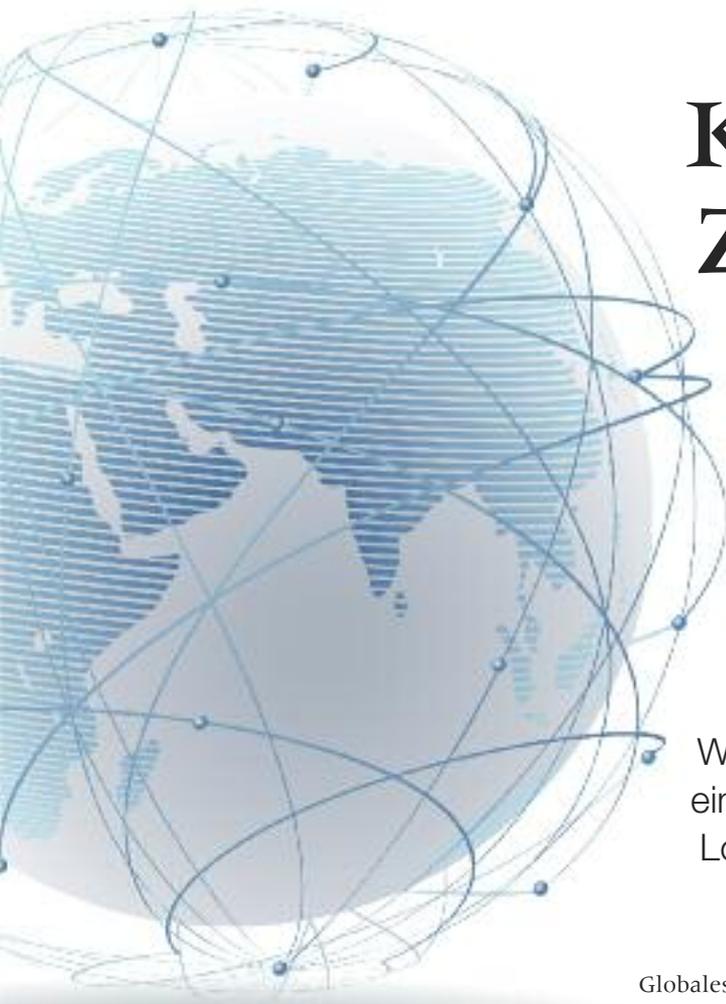
Lekkerland ging. Vor 22 Jahren war mit diesem in der Logistikfachwelt hoch geschätzten Preis die Fiege Gruppe ausgezeichnet worden.

Eine viel beachtete Diskussion über die Perspektiven für die Weltwirtschaft im Jahr 2025, die Berichte der Professoren Robert Handfield und Frank Straube zur Studie „Trends und Strategien in Logistik und Supply Chain Management“ sowie die zahlreichen Vorträge von Top-Managern fanden das Interesse der Besucher.

Ebenso intensiv und wichtig war für alle Beteiligten die Kommunikation an den Ständen der rund 200 Aussteller und in den Lounges. Auch die Fiege Gruppe war mit einem aktuellen Stand vertreten, der von vielen Kongressteilnehmern, Kunden, Partnern und anderen Interessierten besucht wurde. ●



Der Stand der Fiege Gruppe wurde während der drei Kongresstage von vielen Gästen besucht.



Komplexität und Zusammenarbeit bewegen die Logistik 2014

VON Prof. Dr.-Ing. Thomas Wimmer

Steigender Kostendruck und wachsende Kundenanforderungen beschäftigen 2014 den Wirtschaftsbereich Logistik. Das ist das Ergebnis einer Mitgliederbefragung der Bundesvereinigung Logistik (BVL) in den ersten Wochen des Jahres.

Gleichzeitig suchen die Verantwortlichen nach Lösungen, um diesen Herausforderungen zu begegnen: Mit standardisierten und automatisierten Prozessen sowie einer intensivierte Zusammenarbeit wollen sie die Komplexität ihres Geschäfts reduzieren und die Kosten senken. Die konjunkturellen Rahmenbedingungen stimmen optimistisch und dürften bei der Bewältigung der Aufgaben Rückenwind geben.

Globales Sourcing, globale Produktion, globaler Handel – vom Mittelständler bis zum Konzern ist jedes Unternehmen Teil einer vernetzten Weltwirtschaft. Eine Anforderung an den Wirtschaftsbereich Logistik ist es, die Transaktionskosten für den weltweiten Warenfluss so gering wie möglich zu halten. Damit die Qualität und Zuverlässigkeit logistischer Leistungen hoch bleiben können, müssen steigende Kosten aufgrund komplexerer Abläufe durch mehr Effizienz in optimierten Prozessen wettgemacht werden. Kostensenkungen generieren direkte Wettbewerbsvorteile. Steigt die Komplexität, braucht der Wirtschaftsbereich neue Werkzeuge, mit denen Logistik-Verantwortliche die Prozesse im Netzwerk steuern und optimieren. Mehr Zu-

sammenarbeit über Bereichs- und Unternehmensgrenzen hinweg spielt für die Senkung der Kosten eine entscheidende Rolle: Signifikante Effizienzgewinne werden erschlossen, wenn die Beteiligten auch die Prozesse außerhalb des eigenen Unternehmens in ihre Planungen und Steuerungen einbeziehen.

59 Prozent der befragten BVL-Mitglieder sehen den wachsenden Kostendruck als wichtiges Thema für dieses Jahr. Für 56 Prozent sind es höhere Kundenanforderungen, auf die sie 2014 eine Antwort finden müssen. Auf Platz drei der Logistik-Agenda ist der Fachkräftemangel, den 44 Prozent zu den Top-Themen >



zählen. Logistikdienstleister, Industrie und Handel bewerten die Themen jedoch leicht unterschiedlich. Für die Befragten aus der Industrie nehmen die Kundenanforderungen 2014 eine wichtigere Position ein als der Kostendruck. Handel und Industrie sehen den Fachkräftemangel weniger gravierend und setzen die Standardisierung von Prozessen auf den dritten Platz der für sie wichtigen Themen.

Logistik denkt und handelt lösungsorientiert

Eines wird jedoch bei allen Antworten deutlich: Der Wirtschaftsbereich sieht sich einer wachsenden Komplexität gegenüber. Die steigenden Kundenanforderungen, die Globalisierung der Prozesse sowie länger werdende und sich verzweigende Supply Chains machen die Aufgaben in der Logistik vielschichtiger. Klassi-

sche Supply Chains werden zu Supply Networks.

Der Wirtschaftsbereich Logistik beschäftigt sich unter diesen Vorzeichen 2014 daher auch mit möglichen Lösungen, um dem zunehmenden Kostendruck und Kundenanforderungen Herr zu werden. Die wichtigste Rolle spielen dabei Prozess-Standardisierungen (40 Prozent) sowie die Digitalisierung der Arbeitsabläufe (38 Prozent).

Bislang zu wenig Berücksichtigung findet das Themenfeld Kooperation. Momentan sieht erst ein gutes Viertel (26 Prozent) der Befragten die Zusammenarbeit unternehmensintern und über die Unternehmensgrenzen hinweg als Top-Thema. Es wird deutlich, dass Verbesserungen im Angebot an den Kunden und Einsparungen bei den Kosten nicht mehr nur im eigenen Verantwortungsbereich, sondern verstärkt mit Kooperationen zu erreichen sind. Die Querschnittsfunktion Logistik dient vielen Akteuren

und Bereichen, die von der zunehmenden Komplexität und steigenden Kosten betroffen sind. Sie macht es möglich, gemeinsam nach Lösungen zu suchen.

Konjunkturprognosen sind positiv

Der Logistik-Indikator der BVL im Monat Dezember 2013 mit Ausblick auf 2014 bestätigte die Erwartungen der großen Herbstkonferenzen und die Erfahrungen der ersten Wochen des neuen Jahres: Der Wirtschaftsbereich Logistik ist mit Elan ins Jahr 2014 gestartet. Rund 95 Prozent der Logistikdienstleister und 85 Prozent der Supply Chain Manager in Industrie und Handel erwarten für das erste Quartal 2014 eine unverändert gute oder sogar noch verbesserte Geschäftsentwicklung. Für das abgelaufene Jahr ist ein Umsatz in Höhe

Welche Faktoren werden Ihrer Meinung nach die Logistik in diesem Jahr besonders stark beschäftigen?



von etwa 230 Milliarden Euro in Deutschland realistisch. Rund 2,85 Millionen Menschen sind aktuell je zur Hälfte bei Logistikdienstleistern sowie in den Logistiksparten von Industrie und Handel beschäftigt. Damit hat die Logistik 2013 einen stabilen Sidestep auf dem Rekordniveau des Vorjahres realisiert. Für 2014 kann von einer weiteren Zunahme der Umsätze zwischen einem und drei Prozent ausgegangen werden.

Der Indikator liegt durchgängig auf Niveaus, die zuletzt vor zwei Jahren erreicht wurden. In der Ein-Jahres-Perspektive melden die Dienstleister bei guter Kapazitätsauslastung einen deutlich steigenden Auftragseingang. Sie erwarten einen Ausbau der Kapazitäten und weiteren Personalaufbau. Die Logistiker in Industrie und Handel sind in der Beurteilung von Lage und Erwartung etwas zurückhaltender. Einen deutlichen Schub erwarten sie jedoch bei der Nachfrage im Inland, hingegen eher gedämpfte Impulse beim grenzüberschreitenden Bedarf.

Diese dürften stärker aus den USA oder China kommen als aus den Ländern des Euroraumes jenseits der deutschen Grenzen. Die Stimmung der amerikanischen Wirtschaft hat sich gemessen am Einkaufsmanagerindex deutlich aufgehellt, die Konjunktur in China behält zum Jahresende ihren Schwung – entgegen den Erwartungen. Für Europa haben die Logistiker, die für den Indikator befragt wurden, wenig Hoffnung auf wachsende Dynamik. Insbesondere die wichtigen Märkte Frankreich und Spanien gelten als Sorgenkinder.

Innovationen fungieren als Wachstumstreiber

Über die konjunkturelle Betrachtung hinaus stimmt es positiv, dass logistikspezifische Innovationen als Wachstumstreiber erkannt worden sind. Das bestätigen vier von fünf Logistikdienstleistern. Die BVL setzte in 2013 thematisch auf Impulse für Innovationen in der Logistik und stellte auch ihren Jahreskongress unter den Leitgedanken, gemeinsam Impulse aufnehmen und generieren zu wollen, um daraus Ideen zu entwickeln, die in Innovationen münden, die Unternehmen weltweit wettbewerbsfähig halten.

Eine im Sommer 2013 durchgeführte Umfrage hatte ergeben, dass Innovationen in den Bereichen Prozesse, Technik oder bei der Neuentwicklung von Dienstleistungen besonders positiv auf Wirtschaftlichkeit und Effizienz, auf Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen wirken. Innovative Ansätze, durch die Organisationsprozesse und Abläufe verbessert werden, sind für rund die Hälfte der Befragten am dringlichsten. Etwa jeder vierte Befragte betont den Bedarf an innovativen Dienstleistungsangeboten für die Kunden. An dritter Stelle steht der Ruf nach Innovationen in der IT.

Die im Auftrag der BVL erstellte internationale Studie zu „Trends und Strategien in Supply Chain Management und Logistik“ stützt die Ergebnisse der Innovations-Umfrage auch im grenzüberschreitenden Kontext. Wesentliche Strategien der Unternehmen gemäß dieser Studie: Der weitere Ausbau von Netzwerken mit horizontalen und vertikalen Allianzen und der verstärkte Einsatz moderner Technologien, insbesondere

Zur Person

Prof. Dr.-Ing. Thomas Wimmer promovierte nach dem Maschinenbau-Studium an der Uni Hannover berufsbegleitend an der TU Berlin. Seit 1984 war Wimmer in der Industrielogistik tätig. 1999 wechselte er als Geschäftsführer zur Bundesvereinigung Logistik (BVL) in Bremen, wo er 2004 zum Vorsitzenden der Geschäftsführung berufen wurde. Neben der beruflichen Tätigkeit ist Wimmer als Lehrbeauftragter für Angewandte Beschaffungs-, Produktions- und Kontraktlogistik an der Uni Bremen sowie an der Jacobs University tätig. 2009 wurde er zum Honorarprofessor an der Universität Bremen bestellt.



im Zusammenwirken von IT und Logistik. Und dafür helfen Innovationen in SCM und Logistik! ●



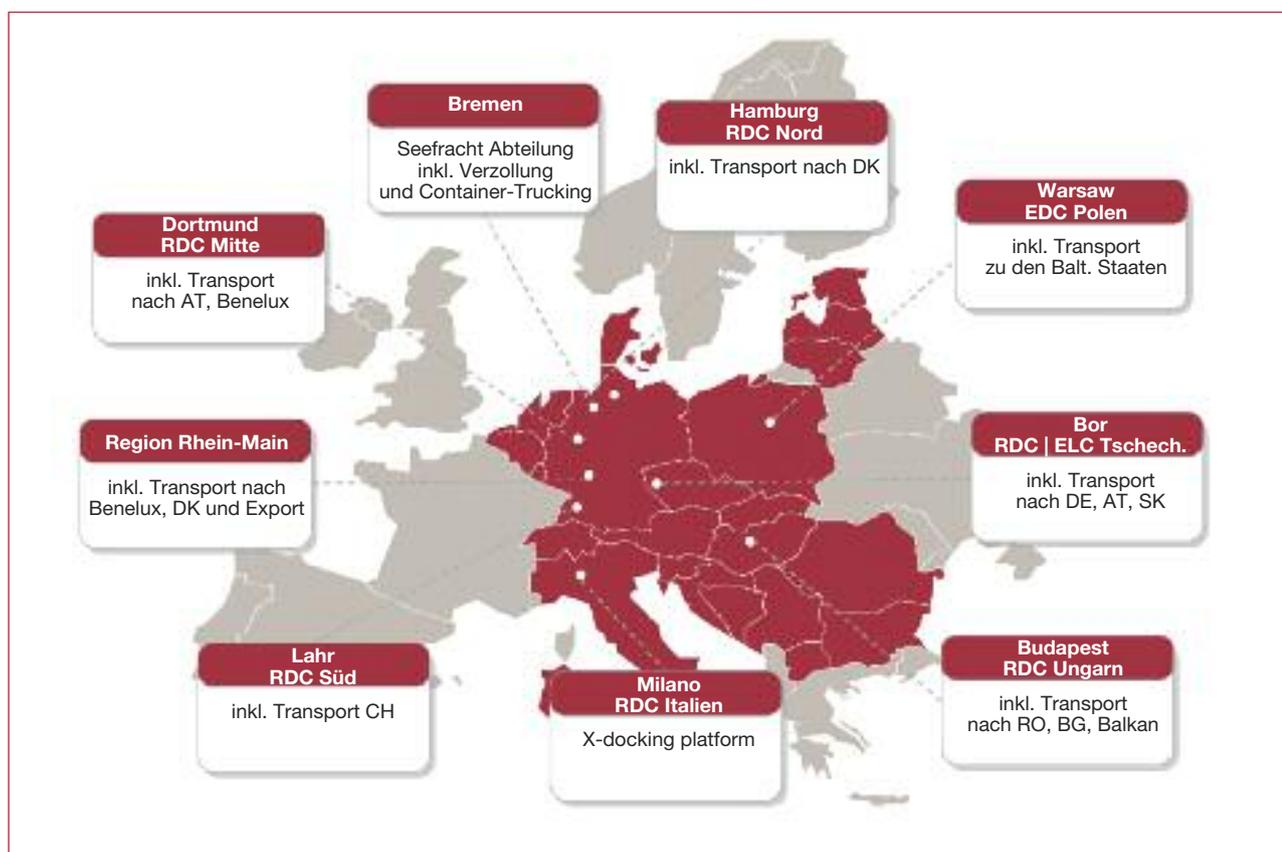
Reifenlogistik: Fiege als After Market Spezialist in Europa



„Wir sind die Reifenlogistiker für den besonderen Anspruch!“ Nicht ohne Grund betonen die Spezialisten der Fiege Tyre Logistics ihre Vorrangstellung am Markt. Denn Fiege verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Reifenlogistik.

Bei der Planung, dem Bau und Betrieb von Reifenlagern inklusive aller Services in diesem Bereich ebenso wie dem Management von nationalen und internationalen Reifentransporten steht Fiege auf der Pole Position in Europa: „Unser Reifennetzwerk ist der Wettbewerbsvorteil für unsere Kunden“, sagt Thomas Stokan, Geschäftsführer der neu gegründeten Business Unit Reifen. „Jahrzehntelange Erfahrung und das professionelle Handling von jährlich 30 Millionen Reifen sind unsere Visitenkarte. Und durch die erfolgreiche Akquisition Pirelli sind wir erstmalig in der Lage, mit unserem derzeitigen Volumen die lang ersehnte Vision eines speziellen Reifennetzwerks in Deutschland zu realisieren.“

Die Vorteile für den Kunden liegen dabei klar auf der Hand: Kosteneffizienz durch geringere Kosten dank optimierter Supply Chain, Liquiditätssicherung durch geringere Risiken dank kalkulierbarer Kosten, Flexibilität durch individuelle Lösungen, die auf hohem Branchen-Know-how basieren sowie Qualität und Sicherheit durch optimale Lagerung und zuverlässige Verfügbarkeit der Produkte. Bis zu jeweils 800.000 Reifen lagern in den großen Reifenlagern der Fiege Gruppe in Europa. Im Hamburger Mega Center mit rund 30.000 Quadratmetern Lagerfläche werden die >





Thomas Stokan, Geschäftsführer BU Reifen.

Bridgestone-Reifen gelagert, kommissioniert und europaweit distribuiert, in Dortmund sind auf 28.000 Quadratmetern Toyo, Falken, Yokohama und Pneumobil die Hauptkunden, das Lager in Lahr, ebenfalls ein reines Reifenlager, steht mit 35.000 Quadratmetern den Produkten von Bridgestone zur Verfügung. In den drei Lagern in Osteuropa, Bor (Tschechien) mit 70.000 Quadratmetern, Mszczonów (Polen) mit 45.000 und Budapest (Ungarn) mit 15.000 Quadratmetern, werden die Reifen der

Unternehmen Bridgestone, Pirelli, Continental, Apollo Vredestein, Hankook, Nokian, Falken und Delticom logistisch bearbeitet.

Die logistischen Prozesse laufen folgendermaßen ab:

- Übernahme der Reifen aus den Herstellerwerken (europa- und weltweit)
- Wareneingangskontrolle und Einlagerung gemäß DOT (Herstellungsdatum des Reifens) mithilfe von automatischen Förderbändern
- Lagerung in Fiege-eigenen Reifengestellen oder in Gestellen des Herstellers
- papierlose Kommissionierung mithilfe moderner Staplerleitsysteme
- Verladung mithilfe automatischer Förderbänder
- Kompensation von saisonalen Schwankungen durch Fiege-eigenen Personaldienstleister
- nationaler 24-Stunden-Service durch Fiege Reifen-Netzwerk sowie Paketdienst mit späten Cut-Off-Zeiten und „same-day-Belieferungen“ in bestimmten Regionen.

Aktuell befinden sich beim Reifen-spezialisten Fiege europaweit etwa 3,5 Millionen Reifen auf Lager, mehr als 30 Millionen Reifen werden von speziell geschulten Fiege-Mitarbeitern jährlich gehandelt und distribuiert. „Den stetig steigenden und wechselnden Kundenanforderungen gerecht zu werden ist unsere große Herausforderung für die Zukunft“, betont Christian Thiemann, Head of Business Development Fiege Tire Logistics, „darum ist eine ständige Prozessoptimierung unabdingbar.“

Um diesen Herausforderungen angemessen begegnen zu können, wurde jetzt die Business Unit Reifen der Fiege Gruppe gegründet. Ziel ist die noch schnellere standortübergreifende Weiterentwicklung im Reifenbereich und der enge Austausch unter „Profis“. Dadurch wird eine maximale Kundenzufriedenheit durch ausgeprägte Marktkenntnisse, großes Reifenlogistik-Know-how sowie exzellente Betreuung der Kunden erzielt. ●



Neues Logistikzentrum der Fiege Gruppe wird in Dieburg errichtet

Seit dem 1. Januar dieses Jahres hat Fiege die Logistik für alle Produktgruppen der Pirelli Deutschland GmbH übernommen. Damit baut der Kontraktlogistiker und Reifenlogistikspezialist seine Stellung als führender Reifenlogistiker weiter aus.

Alles für die Umweltschonung

Nachdem jetzt alle notwendigen Genehmigungen für das große Bauvorhaben vorliegen, wurde auf dem etwa 160.000 Quadratmeter großen Gelände am Dieburger Dreieck mit den vorbereitenden Bauarbeiten begonnen. Um dabei möglichst umweltschonend zu agieren, wird zunächst der Banngraben, der das Gelände durchzieht, zu einem Fließgewässer renaturiert. Im Zuge dieser Maßnahmen wird auch mit der Renaturierung der „Banngraben-Aue“ begonnen. Dazu wurde ein eigenständiges wasserrechtliches Verfahren durchgeführt. Aus dem bislang begräbten Graben soll ein schlängelnd verlaufendes (mäandrierendes) Fließgewässer mit Steil- und Flachufern sowie

Randstreifen mit Biotopen werden. Vorgesehen sind auch Stein- und Totholzhaufen.

Durch die Renaturierung des Banngrabens wird ein natürliches Umfeld für viele Pflanzen- und Tierarten wie z.B. die Rohrammer und Zauneidechse geschaffen.

Dies dient ebenso wie weitere Artenschutzmaßnahmen, die vor dem Start der Bauarbeiten umgesetzt werden, dem Ausgleich von Eingriffen in Natur und Landschaft, die mit dem Bau verbunden sind. So wird östlich des Geländes eine bisher intensiv genutzte Ackerfläche in eine extensiv genutzte Grünfläche umgewandelt und dort ein Lebensraum für Feldlerchen und Offenlandarten geschaffen. Auch für Zauneidechsen werden Lebensräume mit Steinriegeln und

Totholzhaufen hergestellt. Als Ersatz für das Gehölz auf dem Baugelände werden in Abstimmung mit Hessen Forst im nahen Umkreis Aufforstungen mit heimischen Laubbaumarten vorgenommen. Als Ausgleichsmaßnahmen werden etwa 15 Flächen im Landkreis Darmstadt-Dieburg bzw. Forstbezirk ökologisch aufgewertet. Sie sind insgesamt etwa 375.000 Quadratmeter groß. Vorgesehen ist dabei im Einzelnen die Neuanpflanzung von Gehölzen und Waldflächen, die naturnahe Gestaltung von Gewässern, die Ausgestaltung eines Lebensraums für die Zauneidechse und die Aufwertung von Waldflächen durch Stilllegung und damit völligen Nutzungsverzicht.

Die Übernahme der Lagerung, Kommissionierung und des deutschlandweiten Versands folgt dem Ziel, ein optimales Service-Level für die Logistikkette des Premium-Reifenherstellers zu etablieren. Im Fokus liegen dabei die schnellstmögliche Serviceleistung und die direkte Reaktion auf individuelle Kundenwünsche. Um diese hohe Verfügbarkeit bei größtmöglicher Ressourcenschonung und Transportvermeidung zu erreichen, plant Fiege mittelfristig, bisherige kleinere Lagerstandorte rund um das Pirelli-Produktionswerk in Breuberg, Hessen, in einem neuen Fiege Logistikzentrum in Dieburg, Hessen, zu konsolidieren.

Mit den Arbeiten für den als Multi-User Center angelegten Bau mit einer Lagerfläche von etwa 90.000 Quadratmetern wurde im Februar begonnen, sie werden voraussichtlich bis Ende 2014, Anfang 2015 abgeschlossen sein. Das neue Logistikzentrum

wird eine der modernsten und nachhaltigsten Logistikimmobilien Europas sein. Die besondere Umweltfreundlichkeit soll durch eine Zertifizierung der „Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen“ (DGNB) dokumentiert werden. Die Investitionssumme für den Neubau liegt bei 50 bis 60 Millionen Euro.

Pirelli wird einen großen Teil der Fläche des Neubaus in Anspruch nehmen. Gemäß dem Multi-User-Konzept ist die übrige Fläche für weitere Kunden aus den acht Kernbranchen von Fiege nutzbar. „Wir freuen uns sehr, dass wir mit Pirelli einen weiteren Top-Reifenhersteller von der Qualität und Leistungsfähigkeit unserer Dienstleistung überzeugen konnten. Neben unserem großen Know-how der Reifenbranche ist ein ausschlaggebender Erfolgsfaktor unsere Bereitschaft, die Services an die individuellen Kundenwünsche anzupassen,“ erklärt Jens Fiege, Vorstand der Fiege Gruppe. ●



Trelleborg Wheel Systems

Trelleborg Wheel Systems, weltweit führender Hersteller von Reifen und Kompleträdern für Land- und Forstmaschinen, Gabelstapler und andere Transportfahrzeuge, gehört ebenfalls seit dem 1. Januar 2014 zum Stamm der Fiege-Reifenkunden. Zurzeit werden alle logistischen Aufgaben von Fiege-Mitarbeitern im Lager des Kunden abgewickelt. Nach Fertigstellung des Logistikzentrums in Dieburg werden auch die Trelleborg-Produkte hier gelagert und logistisch bearbeitet. Die Distribution erfolgt in Deutschland, in die Schweiz, nach Österreich und in die Benelux-Länder.

Apollo Vredestein B.V.

Apollo Vredestein B.V. gehört zu Apollo Tyres Ltd in Indien. Apollo Tyres ist ein multinationaler Konzern mit Büros und Produktionsstandorten in Ländern wie Indien, Südafrika und den Niederlanden. Die Hauptniederlassung befindet sich in der indischen Stadt Gurgaon. Apollo Tyres Ltd ist ein junges, dynamisches Unternehmen mit einer außergewöhnlichen Identität. Seit Januar 2014 zählt Apollo Vredestein mit Sitz in Enschede in den Niederlanden, zu den Reifenkunden von Fiege. Die Entwicklung, die Produktion und der Vertrieb von hochwertigen Reifen unter den Markennamen Apollo und Vre-

destein erfolgen über ein weitverzweigtes Netzwerk aus Büros in ganz Europa und Nordamerika. Apollo Vredestein ist bereits seit 2007 Fiege-Kunde in Polen. Heute erfolgen die logistischen Abwicklungen für den niederländischen Kunden in der bestehenden Anlage in Eppertshausen bei Darmstadt, der Umzug in den Neubau Dieburg ist bis spätestens 2016 geplant.

Logistik für Falken in Ungarn erweitert

Mit der Eröffnung eines neuen Reifenstandortes Hegyeshalom in Ungarn für den Reifenhersteller Falken stellt Fiege seine hohe Kompetenz in der Reifenlogistik erneut unter Beweis.

Von Oktober bis zum Ende des Jahres 2013 wurde zunächst der zentrale Standort von Fiege Ungarn in Budapest genutzt, doch bereits zum Jahreswechsel fand der Umzug in das ungarische Fiege-Lager Hegyeshalom statt. Hier stehen rund 3.000 Quadratmeter Logistikfläche in einem Multi-User-Center zur Verfügung. Geplant ist jedoch, diese Fläche schon bald zu erweitern und so dem weiteren Wachstum des Kunden Falken Rechnung zu tragen.

Hegyeshalom liegt äußerst zentral im Dreiländereck Österreich, Slowakei, Ungarn – weniger als eine Stunde Fahrzeit vom Ballungszentrum Wien entfernt. Damit sind optimale Voraussetzungen gegeben, um den österreichischen und den ungarischen Ersatzteilmarkt zu bedienen, sowie als

Lager zur Belieferung des VW-Werks nahe Bratislava mit Erstausrüstungsware zu fungieren. Aber auch für die Distribution in andere Länder wie zum Beispiel Slowenien, Tschechien oder die Balkan-Region ist Falken vom Lager in Hegyeshalom aus bestens aufgestellt. So kann der Fiege Standort in Budapest beispielsweise weiterhin als Hub für die gesamte Balkan Region genutzt werden – wie auch schon für zahlreiche andere Fiege Kunden.

Offizieller Start der Zusammenarbeit zwischen Falken und Fiege war der 1. Januar 2010 in Dortmund. Im Fokus standen die Distribution von PKW-Reifen in Deutschland und das Ersatzmarktgeschäft. Im Februar 2012 wurde die Distribution nach Benelux aufgeschaltet. In der zweiten Jahreshälfte 2012 und Anfang 2013 kam

das Erstausrüstungsgeschäft hinzu. Anfang 2013 wurde das Produktportfolio um LKW-Reifen erweitert.

Bis zum Herbst 2013 wurden die Länder Österreich und Ungarn aus dem Fiege-Lager in Dortmund versorgt. Falken reagiert mit der Verlagerung des Geschäfts vor allem auf die wachsende Bedeutung des österreichischen Marktes. „Fiege unterstützt Falken durch die Eröffnung des neuen Standortes in Hegyeshalom bei seiner weiteren Expansion in Österreich. Dadurch können wir in einem sehr wichtigen Markt mit verkürzten Laufzeiten unsere Kunden noch besser versorgen“, sind sich Alexandra Lechermann, verantwortlich für Logistik und Operations bei Falken Tyre Europe GmbH, und Günther Riepl, verantwortlich für den Vertrieb von Falken in Österreich, einig. ●



Vom neuen Standort Hegyeshalom aus werden auch der österreichische und ungarische Ersatzteilmarkt bedient.



Den symbolischen Akt der Grundsteinlegung nahmen Frank Wolters, Wirtschaftsförderung der Stadt Neuss, Ulrich Wippermann, Köster GmbH, Fergus O'Neill, Immobilien-Baumanagement Württembergische Lebensversicherungs AG, Thomas Nickel, stellv. Bürgermeister Stadt Neuss, und Jan Fiege, Fiege Director Real Estate (v. l.), vor.

Grundstein für zweiten Standort in Neuss gelegt

Knapp sechs Jahre nach der Grundsteinlegung für das Fiege Logistikzentrum Rhein/Ruhr wurde am 13. Februar 2014 – nur einen Steinwurf von diesem entfernt – der Grundstein für den Fiege-Standort „Neuss II“ gelegt.

Auf rund 20.000 Quadratmetern Hallenfläche will die Fiege Gruppe nach Abschluss der Arbeiten im Spätsommer 2014 die erfolgreiche Entwicklung in der Region fortführen. Auf dem Grundstück in der Sudermannstraße wird zukünftig Platz sowohl für Bestands- als auch Neukunden sein.

„Das Grundstück gehört jetzt wahrscheinlich zu den bestuntersuchten in Neuss“, erläuterte Jan Fiege, Director Real Estate, in seiner Ansprache. Damit spielte er auf den Fund von zwölf Weltkriegsbomben an, die im Rahmen der Bauvorbereitung gefunden wurden und vom Kampfmittelräum-

dienst beseitigt wurden. Trotz einer Verzögerung durch die Räumungsarbeiten, liegen die Arbeiten gut im Plan. „Das ist nicht zuletzt auch der guten Zusammenarbeit mit der Verwaltung geschuldet, die stets von hohem Pragmatismus und Verlässlichkeit geprägt ist“, so Jan Fiege weiter. Für die Stadt Neuss waren der stellvertretende Bürgermeister Thomas Nickel sowie Frank Wolters, Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung anwesend.

„Als Stadt Neuss sind wir mit einer seit mehr als fünf Jahren währenden Geschäftsbeziehung zu Fiege heute der älteste Partner hier. Ich kann Ihnen sagen, es ist eine fast freund-

schaftliche Zusammenarbeit. Das ist das höchste Lob, das eine Verwaltung aussprechen kann.“ bekräftigte Thomas Nickel die gute Zusammenarbeit mit Fiege in den letzten Jahren.

Freundschaftliche Zusammenarbeit

Als Investor für das Bauprojekt mit einem Volumen im zweistelligen Millionenbereich konnte erstmalig die Württembergische Lebensversicherung gewonnen werden. Als Generalunternehmer zeichnet die Köster GmbH aus Bielefeld verantwortlich. ●

Neue Herausforderungen für Kontraktlogistiker

Unter dem plakativen Titel „Auf alles gefasst sein – wie sich Kontraktlogistikmodelle verändern“ referierte Stephan Meyer, Executive Director Business Development, Marketing und Communications der Fiege Gruppe im November 2013 an der TU Dortmund im Rahmen des VDI Forums Transportlogistik.

Haupthema seines Vortrags waren die besonderen Herausforderungen, denen Kontraktlogistiker heute bei der Planung von Logistiklösungen gegenüberstehen und wie die Fiege Gruppe sich diesen stellt.

Generalisten mit einem großen Vertriebsherzen sind gefragt

Der Firmenbereich Business Development besetzt mittlerweile eine besondere strategische Rolle – denn neben der Vertriebsaufgabe und der Gestaltung der richtigen Logistiklösung für den Kunden, ist das Aufgabenspektrum heute viel stärker auf die Analyse des Geschäftsmodells des Kunden, seiner Unternehmens- und Finanzierungsstruktur, des jeweiligen Projektansatzes „Vergabe-Philosophie“ des Kunden ausgerichtet. Solide Kenntnisse vor allem über Finanzierungsstrukturen der Kunden sowie Zusammenhänge in Insolvenz-Situationen sind von immer größerer Bedeutung geworden. Immer mehr Unternehmen werden z. B. durch Investoren-Gruppen gehalten, so dass im Detail verstanden werden muss, wie diese Unternehmen arbeiten und wie sich die verschiedenen Gruppen auch in ihrer Philosophie unterscheiden. Ent-

sprechend sind für diese Aufgabe auch immer weniger reine „Vertriebler“ gefragt, sondern Generalisten mit betriebswirtschaftlichem Hintergrund, die Geschäftschancen nüchtern analysieren können, aber auch ein „großes Vertriebsherz“ haben müssen.

Die Betrachtung von Geschäftschancen wird in diesen Zeiten natürlich beeinflusst durch stark wachsende E-Commerce-Aktivitäten mit entsprechend andersartigen Kunden im Vergleich zu den lange etablierten Unternehmen, mit denen Fiege zum Teil schon Jahrzehnte arbeitet. Gerade die sogenannten „eCommerce pure player“ in diesem Bereich sind in der Regel schnell, gut informiert und im positiven Sinne fordernd. Gleichzeitig befindet sich Fiege am Ende eines Generationswechsels, der auch in den Führungsetagen der meisten Kunden in vollem Gange ist. Entsprechend richtet man schrittweise eine gesamte Organisation auf eine neue Art von Geschäften, aber auch eine neue Art der Interaktion miteinander aus.

Hinzu kommen in der eigentlichen Planung der Logistikprozesse kontinuierlich neue Möglichkeiten, über die sich vor allem Einheiten wie Engineering und Business Development einerseits informiert halten, andererseits filtern müssen, welche Innovation sich durchsetzen wird und welche

Lösungen in den Logistiksystemen überhaupt Sinn machen. Eine der ganz großen Herausforderungen bei umfassenden technischen Lösungen bis hin zu hohen Automatisierungsgraden im Lager ist der immer weiter sinkende Planungshorizont der Geschäfte. Hohe Technikinvestitionen mit entsprechend langen Abschreibungszeiten erfordern verbindliche Planungen der Mengen- und Strukturparameter eines Lagergeschäfts. „Aber wer kann heute noch verbindlich sagen, wie sein Geschäft in fünf oder mehr Jahren aussieht? Die meisten der Geschäfte, die Fiege betreibt, leben aber von kontinuierlichen Veränderungen des Geschäftsmodells, so dass auch die Logistiklösung die entsprechende Flexibilität bieten muss. Um so wichtiger ist es, dass wir das Geschäft unserer Kunden eigentlich genauso gut kennen wie sie selbst.“, so Meyer.

Gemeinsam mit dem Kunden den Automatisierungsgrad bestimmen

Ein Dilemma der Kontraktlogistik zeigt sich aber genau in dem „richtigen“ Automatisierungsgrad. Durch die demografische Entwicklung einerseits sowie sich immer klarer her-



Stephan Meyer referierte an der TU Dortmund.



auszubildende Logistik-Regionen andererseits ist die Verfügbarkeit von Arbeitskräften in einigen Regionen stark eingeschränkt, zum Teil so stark, dass nicht alle unterjährigen Spitzen der Geschäfte mit Personal aus der Region des Logistikzentrums abgedeckt werden können. Entsprechend verändern sich die Planungen der Kontraktlogistiker hin zu einem höheren Automatisierungsgrad und weg von klassischen, also überwiegend manuellen Varianten. Hier kommt die Expertise des Logistikers zum Tragen, um mit dem Kunden zusammen den „richtigen“ Automatisierungsgrad zu bestimmen. Immer häufiger werden daher Mischformen umgesetzt, also Lagerlösungen, die zum Teil vollautomatisierte Prozesse, zum Teil aber bewusst manuelle Prozessschritte kombinieren. „Alle Prozesse im Zusammenspiel auf die Soll-Performance zu bringen, ist dann die echte Herausforderung in der betrieblichen Praxis“, betonte Meyer.

Darüber hinaus hat sich in den letzten Jahren deutlich eine offene Diskussionskultur mit den Kunden über Lagerstandorte und Möglichkeiten zu grenzüberschreitenden Lösungen entwickelt. Hierbei wird offen über Vor- und Nachteile von z.B. Lagerstandorten in Deutschland gegenüber Standorten in Polen oder Tschechien diskutiert. „Man ist – auch von Kundenseite – in diesen Diskussionen

schon lange über das Gefühl hinweg, hierbei Versuchskaninchen zu sein. Dafür gibt es schon zu viele, gut funktionierende Geschäfte in der Praxis. Insgesamt nehmen wir bei den Standort-Diskussionen mit unseren Kunden eine Verschiebung vor allem der Zentrallager-Lösungen in Richtung Osten wahr“, erklärte Meyer. Die Gesamtbetrachtung wird erstellt unter Berücksichtigung aller Faktoren, also vor allem Inbound- und Outbound-Transportkosten, Laufzeiten, Zoll-/Steuerthemen, Faktorkosten an den Standorten, Personalverfügbarkeit, aber auch der zukünftigen Veränderung des Kundengeschäfts hinsichtlich der Vertriebskanäle und -regionen sowie der Sourcing-Strategie.

Offene Diskussionen zur Generierung der besten Ideen

Unbedingte Voraussetzung für eine funktionierende Neukonzeption durch einen Logistikdienstleister ist die Art der Zusammenarbeit mit dem Kunden. Beide Seiten sollten „offen“ in die Diskussion gehen, um die besten Ideen zu generieren – dabei ist essentiell, dass man über weit mehr diskutieren können muss, als über die Aspekte, die typischerweise in einer Ausschreibung zusammengefasst

sind. Für Stephan Meyer gibt die Herangehensweise von potenziellen Kunden im Rahmen einer Dienstleister-Suche bereits die ersten wichtigen Erkenntnisse. „Wer versucht, Kontraktlogistik wie Schrauben einzukaufen und darüber hinaus eher einen Lieferanten, als einen Partner sucht, der wird nur unwahrscheinlich zu einer guten Logistiklösung kommen.“ Letztlich basiert ein für beide Seiten gutes Kontraktlogistikgeschäft auf einer langjährigen Bindung beider Partner – also eigentlich wie bei der Entscheidung für eine Ehe, die durch eine gemeinsame Augenhöhe geprägt sein sollte.

„Kontraktlogistiker denken anders!“, attestierte Stephan Meyer zum Ende seines Vortrags. Natürlich sei es unglaublich wertvoll, beinahe täglich existierende Logistiklösungen verschiedenster Art zu sehen und sich mit der Gestaltung dieser Prozesse auseinanderzusetzen. Das gebe in der Regel wesentlich mehr Impulse und Transparenz über Lösungsmöglichkeiten, als die Kunden im Vorfeld eines Projektes generieren könnten. „Wenn man als Kunde die nötige Offenheit mitbringt, kann man von diesem Wissen gut profitieren. Klar muss aber auch sein, dass eine komplexe Logistik-Konzeption im Rahmen einer Neuvergabe nie als kostenlose Beratung verstanden werden sollte“, sagte Meyer abschließend. ●



Informationsaustausch und Diskussion über die Weiterentwicklung der Zusammenarbeit sind wichtige Themen auf den diversen Business Development Meetings wie hier in Warschau.

Internationale Zusammenarbeit im Business Development

Der Austausch über Kundenprojekte, die Verbesserung der Services sowie die Weiterentwicklung der Zusammenarbeit auf internationaler Ebene sind einige der Themen der regelmäßig stattfindenden „International Business Development Meetings“ von Fiege. Im Oktober 2013 in Mszczonów, Polen, sowie im Februar 2014 in Dortmund waren neben der Information über aktuelle Großprojekte genau dies die wichtigsten Themen der Meetings. Jens Fiege, Vorstand, und Stephan Meyer, Executive Director Business Development, Marketing and Communications, präsentierten die Branchenstrategien und Umsatzziele für 2014 und diskutierten insbesondere das Thema „Cross-selling“, das die Weiterentwicklung existierender Kundenbeziehungen betrifft. Es wurde unter anderem erörtert, wie Fiege mit den angebotenen Services für Kunden zusätzliche Herausforderungen lösen kann. Ein spannendes Thema wird in diesem Zusammenhang die neue Kompetenz von Fiege im Bereich Customer Service Center sein.

Fashion Logistik für SmartGuy in Polen

Fiege Polen konnte jetzt die SmartGuy Group A/S, einen der führenden Online Shops für Mode in Europa, als neuen Kunden gewinnen.

Die SmartGuy Gruppe bietet ihren in ganz Europa ansässigen Kunden rund 1.000 verschiedene Marken über ihre StylePit Modeportale an, die zu Europas größten Mode-Webshops für Männer und Frauen zählen. Insbesondere in den nordischen Ländern nimmt der Online Shop eine führende Position ein. Für diese neue Aufgabe wurde im Goleniów Industriepark in Goleniów (nahe Szczecin/Stettin) ein großes

Zugeschnitten auf die individuellen Bedürfnisse

Distributionszentrum in Betrieb genommen. Fiege hat die SmartGuy Group A/S im Rahmen von Planung und Inbetriebnahme des Lagers unterstützt. „Wir freuen uns, mit SmartGuy einen sehr dynamischen Kunden gewonnen zu haben, den wir mit

der Fashion- und E-Commerce-Expertise unserer Mitarbeiter vor Ort bei dem rasanten Wachstum unterstützen dürfen“, so Piotr Kohmann, CEO Fiege Polen und Ukraine.

Das Lager wurde auf die individuellen Bedürfnisse von SmartGuy zugeschnitten. Fiege erledigt sämtliche logistischen Vorgänge, vom Wareneingang und von der Qualitätskontrolle über die Lagerung bis zur Kommissionierung sowie zum Versand der Pakete in 17 Länder. Fiege zeichnet auch für die Abwicklung von Retouren und den hohen Standard bei der Qualitätskontrolle verantwortlich.

Die Herausforderung für Fiege liegt in erster Linie in den Mengenschwankungen im Wochen- und Jahresverlauf sowie in der sehr großen Artikelvielfalt. Neben Textilien, Schuhen und Accessoires werden u.a. auch Skier und Snowboards gelagert. Aus diesem Grund legt Fiege neben Qualität und Service insbesondere einen Fokus auf eine größtmögliche Flexibilität in Lagerung und Abwicklung. ●

Kontraktverlängerung mit Brown-Forman

Den seit 2010 bestehenden Kontrakt mit der Brown-Forman Deutschland GmbH am Standort Hamburg konnte Fiege jetzt verlängern. Ausschlaggebend für die Fortführung der Kooperation mit dem US-Produzenten von hochwertigen Spirituosen waren die hohe Servicequalität und die Expertise vor allem in Bereichen der Value Added Services (VAS).

Dazu zählen u.a. der Bau von Verkaufsdiskontrollen, Geschenksets, Promotion Packs sowie die Führung eines Branntweinsteuerlagers. Zum Sortiment von Brown-Forman in Deutschland gehören unter anderem die Premium-Marken Jack Daniel's, Southern Comfort und Finlandia. Seit 2010 ist im Mega Center Hamburg das Distributionszentrum für den deutschen Markt von Brown-Forman integriert. Der Container-nachlauf aus dem Hamburger Hafen, die Administration der Einfuhrprozesse, die Lagerhaltung, die Erbringung diverser VAS sowie die deutschlandweite Distribution der Ware in Stückgut-, Teil- und Komplettladungsverkehre erfolgen aus einer Hand. Duty-Free-Abnehmer in Deutschland, der Schweiz und Benelux werden ebenfalls vom Fiege-Standort in Hamburg Moorfleet beliefert. Darüber hinaus werden Produkte des Ready-To-Drink-Segments importiert und in Hamburg mit den übrigen Produktgruppen konsolidiert.

Mit der jetzt vereinbarten Vertragsverlängerung will Fiege auch zukünftig gemeinsam mit seinem Kunden wachsen. Brown-Forman Deutschland hat ambitionierte Wachstumsziele: Die Zahl der derzeit über sieben Millionen verkauften Jack Daniel's Flaschen pro Jahr soll weiter steigen. Die Marke Jack Daniel's wächst bereits stärker als der Markt und die neue Kampagne der Marke Southern



Die Premium-Marke Jack Daniel's gehört zum Standortsortiment von Brown-Forman.

Comfort treibt die Entwicklung der Marke in Deutschland weiter voran. „Die Skalierbarkeit von Geschäften sowie der flexible Umgang mit Saisonalitäten in der Lagerhaltung können in dem 2006 erbauten und 70.000 Quadratmeter großen Multi User Center ideal abgebildet werden“, betont der Hamburger Niederlassungsleiter Stefan Küster von Fiege. Felix Fiege, als Familienmitglied im Vorstand der Fiege Gruppe, ist über die Verlängerung der Zusammenarbeit sehr zufrieden. „Brown-Forman passt mit seinen komplexen Anforderungen perfekt zu unseren Kernkompetenzen im Bereich der Spirituosen-

logistik und wir freuen uns mit dem Kunden gemeinsam weiter wachsen zu können.“

Auch Winfried Rübesam, Geschäftsführer von Brown-Forman Deutschland, zeigt sich von der bisherigen Partnerschaft überzeugt: „Seit Beginn unserer Distributionsaktivitäten in Deutschland unter eigener Flagge ist Fiege als flexibler und kooperativer Partner beim Auf- und Ausbau unseres erfolgreichen Geschäftsmodells an unserer Seite. Die Fiege auszeichnende und zu Brown-Forman passende Unternehmenskultur bildet die Basis unserer langjährigen gewinnbringenden Geschäftsbeziehung.“ ●

Ein Gemeinschaftsunternehmen für integrierte Dienstleistungen

Ein noch breiteres Dienstleistungsspektrum als bisher bietet Fiege jetzt seinen Kunden an: Durch die Beteiligung an der Kölner AIC Service & Call Center GmbH kann Fiege die leistungsfähigen Services von AIC im Bereich Call-Center und Customer Service tief in die hauseigenen umfassenden Logistiklösungen integrieren und zur Verfügung stellen.



Insbesondere für die E-Commerce-Branche, auf die sich Fiege neben dem allgemeinen Kontraktlogistikgeschäft seit einigen Jahren spezialisiert hat, kann das Full-Service-Konzept weiter verstärkt werden. Die Leistungen, die Fiege eCommerce anbietet, decken die komplette Prozesskette des elektronischen Handels von Order Management, Risk Management, Payment, Debitorenmanagement, Financial Services, Customer Service sowie natürlich der E-Commerce-Logistik inklusive Lagerung, Transport und Retourenmanagement ab.

„Mit der Gründung des neuen Unternehmens stärken wir unsere Position als Anbieter integrierter internationaler Serviceleistungen für Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen und Ländern. Dabei ist das Angebot multilingualer Service Center insbesondere für Kunden aus dem E-Commerce-Umfeld sehr interessant“, betont Jens Fiege, Vorstand der Fiege Gruppe.

AIC bietet Kundenservice-Center in 20 Sprachen an und ist bisher sehr stark im Tourismus- und Airline-Bereich vertreten. In diesen Sparten herrscht ein sehr hoher Anspruch an die Qualität der Service-Center. Von diesem hohen Qualitätsanspruch werden zukünftig auch die Fiege-Kunden profitieren. Für Andreas Diederich, Geschäftsführender Gesellschafter der AIC, bildet die Verbindung der beiden Unternehmen die Basis für die Expansion des Geschäfts in neue Branchen- und Service-Segmente: „Wir glauben, unsere ehrgeizigen Wachstumsziele durch die Verknüpfung unseres qualitativ hochwertigen Leistungsangebotes mit dem Kundennetzwerk der Fiege Gruppe zeitnah und effizient erreichen zu können.“

Zu den Kunden der AIC zählen u.a. Germanwings, TUI, Koelnmesse und Europcar. Fiege ist u.a. für Bosch, Zalando, Media-Markt, Saturn, daheim.de (Segmüller) sowie Esprit tätig. „Durch die jetzt geschlossene Partnerschaft können AIC und Fiege ihre Dienstleistung im Customer Service auch systemisch eng aufeinander abstimmen und somit nicht nur den Kundenkreis erweitern, sondern dem Kunden eine wirklich integrierte Lösung aus einer Hand anbieten“, betonen Andreas Diederich und Dr. Bodo Krönfeld, Director Fiege Customer Solutions, die die Geschäftsführung des Gemeinschaftsunternehmens übernommen haben. ●

AIC – Kundenservice-Center

AIC ist ein Kundenservice-Center, das zu äußerst attraktiven Preisen deutsche Qualität in 20 Sprachen bietet. AIC wurde 1994 als AIC Airline Industry Consultants GmbH gegründet und vertrat Fluggesellschaften als Repräsentant in Deutschland. Neben den Vertretungsaufgaben, dem Vertrieb und Marketing entwickelte AIC ein umfassendes Serviceangebot für den Airline- und Tourismusbereich. AIC ist auf die Ansprüche und Kommunikationswege mobiler Kunden spezialisiert und beherrscht die Gestaltung des Kundenkontakts – vom Niedrigpreis bis zum Premium-Segment. Die Agenten sind Muttersprachler in 20 Sprachen, mit den entsprechenden Kulturkreisen vertraut und mindestens dreisprachig. Als deutsches Unternehmen bietet AIC überdurchschnittlich gut ausgebildete Service Center Agenten, Vertrags- und Rechtssicherheit sowie maximale Stabilität der Infrastruktur. Alle Standorte verfügen über eine hochmoderne technische Ausstattung für Help Desk-Aufgaben und Reservierungen.

E-Commerce-Lösung für den chinesischen Markt

Seinen europäischen Kunden in China ermöglicht Fiege jetzt mit einer neuen Full Service E-Commerce-Lösung den Eintritt in den Online-Handel auf diesem enormen Wachstumsmarkt.

Das flexible und hoch integrierte E-Commerce-Konzept bietet Kunden alle Services aus einer Hand. Ob Order Management, Zahlungsabwicklung, Debitorenmanagement, Customer Service oder Logistikfulfillment inklusive Luft- und Seefracht, alle Abläufe sind von Fiege speziell an in China geltende Bedingungen sowie an das chinesische Kundenverhalten angepasst. Mit diesem Schritt trägt Fiege der wachsenden Bedeutung Chinas als Absatzmarkt und den Wünschen europäischer Kunden nach einer leistungsfähigen Lösung Rechnung.

Begleiter beim Eintritt in den chinesischen Markt

Fiege ist seit 1981 in China präsent und versteht sich als logistischer Begleiter beim Eintritt in den chinesischen Markt. Europäische Firmen können dank leistungsfähiger und skalierbarer E-Commerce-Prozesse, einem starken lokalen Partner- und Carrier-Netzwerk sowie professionellem Projektmanagement optimal unterstützt werden. Auch spezifische Anforderungen, die beim Import europäischer Waren zu beachten sind, erfüllt Fiege und unterstützt Kunden beispielsweise bei der Verzollung der Ware, der Einhaltung spezieller Einfuhrbestimmungen und dem Erhalt bestimmter Zertifizierungen. ●

Der Eintritt in den chinesischen Online-Handel ist aufgrund rechtlicher, kultureller und wirtschaftlicher Besonderheiten für europäische Unternehmen ein komplexer Prozess. So benutzen Chinesen beispielsweise kaum Kreditkarten, sondern bevorzugen nach wie vor Cash-on-Delivery (Nachnahme) als beliebtestes Zahlungsmittel. Darüber hinaus findet ein Großteil der Online-Transaktionen auf Online C2C-Marktplätzen (Customer-to-Customer) statt, auf denen sich der chinesische Kunde direkt mit anderen Käufern austauscht und Vertrauen aufbauen kann. In China E-Commerce zu betreiben bedarf daher spezieller Lösungsansätze, die auf die Kundenwünsche und Marktgegebenheiten vor Ort abgestimmt sind.

„Mit unseren E-Commerce-Konzepten waren wir in Europa bisher sehr erfolgreich. Wir freuen uns, diesen Erfolg nun auch mit unserer langen Erfahrung im chinesischen Markt zu bündeln. China ist ein sehr dynamischer Markt, der im Bereich E-Commerce stark wächst. Mit unserer neuen Lösung bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, von diesem enormen Potenzial zu profitieren,“ erklärt Felix Fiege, Vorstandsmitglied und Geschäftsführer der Fiege Gruppe. Durch die Übernahme der kompletten E-Commerce-Prozesskette schafft Fiege den Kunden Raum, sich bei der Expansion in den chinesischen Markt voll auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren. ●



Für seine europäischen Kunden hat Fiege eine neue E-Commerce-Lösung in China entwickelt.

Fiege eCommerce

Als Kontraktlogistikspezialist groß geworden verbindet Fiege mit leistungsfähigen E-Commerce-Lösungen virtuelle und physische Prozesse. Kunden profitieren insbesondere bei komplexen Multichannel-Lösungen von dem hohen Logistik Know-how der Fiege Gruppe. Als Full Service E-Commerce-Dienstleister übernimmt Fiege das Management des kompletten Bestellprozesses, ob als hoch integrierte Komplettlösung oder modular nach Bedarf. Vom Order Management über Zahlungsabwicklung, Risikomanagement, Customer Service bis zu Lagerung, Transport und professioneller Retourenlösung bietet Fiege eCommerce höchste Kompetenz – und das auf internationalem Niveau.

Fiege startet Zusammenarbeit mit Bosch in China

Fiege China übernimmt die Logistik und den operativen Betrieb des Lagers von Bosch Automotive Diesel Systems in Wuxi, China.



Der jetzt geschlossene Vertrag sieht die komplette Übernahme des 5.000 Quadratmeter großen Lagers in der chinesischen Provinz Jiangsu vor, die mit der Übergabe des Standorts von Bosch an Fiege am 27. November 2013 in Kraft trat. Fiege wird den Standort in ein Multi-User-Lager umwandeln und neben Bosch weitere Kunden aus den Sektoren Automotive, Maschinenbau und High-Tech von dem Standort aus abwickeln.

Durch die Umwandlung in einen Multi-User-Standort kann Fiege für Bosch und weitere Kunden Synergieeffekte heben und die Produktivität deutlich steigern. Fiege plant das

übernommene Lager in Wuxi zu einem Service-Hub für das produzierende Gewerbe in Wuxi, Suzhou und der Changzhou-Region auszubauen. Das Hub bietet Dienstleistungen in

Zusammenarbeit mit Bosch in China ist ein wichtiger Schritt für Fiege

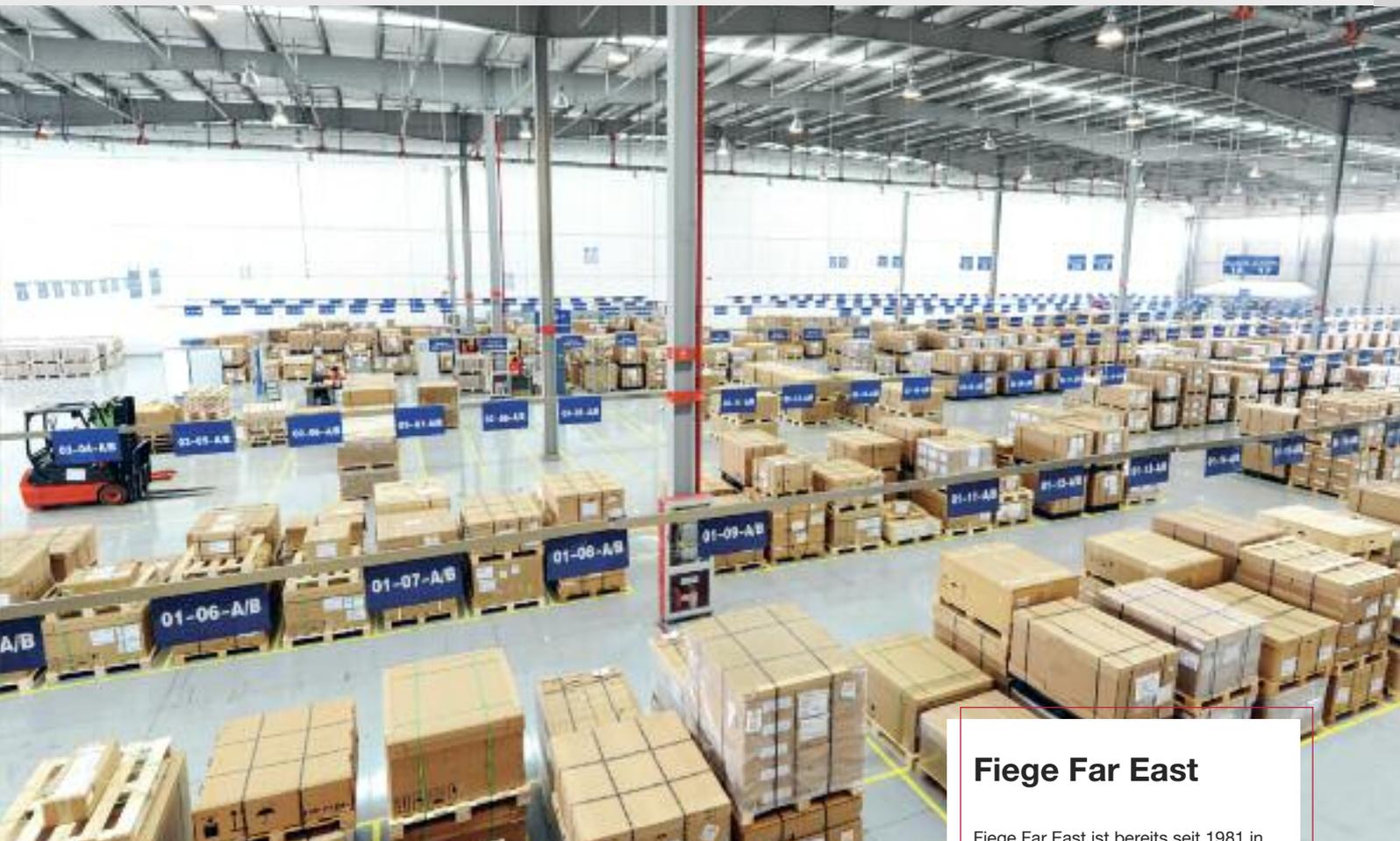
der Beschaffungslogistik, Produktionsversorgung, Lagerhaltung und Distribution für Ersatzteilgeschäfte. Für Bosch Automotive Diesel Sys-

tems übernimmt Fiege das Warehousing von Endprodukten und Rohmaterialien. Dazu gehören Services wie das Umpacken von Rohmaterial, Qualitätsmanagement, Pick & Pack sowie die termingerechte Versorgung der Produktionslinien der zahlreichen Bosch Kunden. „Wir freuen uns sehr, dass Fiege von Bosch als Dienstleister für das schnelle und qualitätsgetriebene Automotive-Geschäft ausgewählt wurde. Die Zusammenarbeit mit Bosch ist ein wichtiger Schritt für Fiege und unsere Strategie, mehrwertschaffende und branchenspezifische Supply Chain-Lösungen zu schaffen“, erklärt Hannes Streeck, CEO Fiege Far East.

Die jetzt erfolgte Zusammenarbeit mit Bosch auf dem chinesischen Markt ist ein weiterer Baustein in der seit Jahren erfolgreichen Partnerschaft zwischen den beiden Unternehmen. Für den Bereich Bosch Power Tools betreibt Fiege zum Beispiel in Deutschland seit mehr als zwölf Jahren ein internationales Distributionszentrum in Worms.

Durch die Übernahme des Lagers verfügt Fiege in Wuxi nun über eine Lagerfläche von insgesamt 15.000 Quadratmetern. Das Unternehmen bildet vor Ort kontinuierlich Logistikfachkräfte aus. Bereits seit 2012 verantwortet Fiege von Wuxi aus die chinaweite Distribution für das deutsche Heiztechnikunternehmen Vaillant.

Wuxi ist aufgrund seiner günstigen Lage im Herzen der geschäftigen Jiangsu-Provinz und sehr attraktiver Immobilien ein überaus gefragter Standort. ●



In ein Multi-User-Center umgewandelt wird das übernommene Lager in Wuxi.

Fiege Far East

Fiege Far East ist bereits seit 1981 in China aktiv und verfügt über höchste Kompetenzen im Bereich Kontraktlogistik sowie See- und Luftfracht. Mit insgesamt 12 Standorten in den wichtigsten Ballungszentren der Volksrepublik China bietet Fiege seinen Kunden sowohl lokale als auch exportorientierte Logistikleistungen. Seit Mitte 2013 wird zudem das volle Service-Portfolio rund um E-Commerce in China angeboten. 250 Mitarbeiter sorgen vor Ort für den reibungslosen Ablauf sämtlicher Prozesse und bringen große lokale Marktkenntnisse in die Fiege Gruppe. Fiege hält in China die A-Lizenz, die es der Gruppe offiziell erlaubt, eigenständige Kontraktlogistikgeschäfte zu betreiben. Dank enger Zusammenarbeit mit anderen Standorten von Fiege erhält der Kunde die Möglichkeit, sein komplettes internationales Geschäft über Fiege zu verwalten.



Die offizielle Übergabe des neuen Zentrums von Dr. Hans-Henning Toepper (links), Vice President Diesel Systems (Robert Bosch Diesel, Wuxi) an Hannes Streeck (rechts), CEO Fiege Far East im November vergangenen Jahres

Unternehmenssicherheit auf dem Prüfstand

„Mit der neu gegründeten Abteilung für Unternehmenssicherheit wollen wir die Sicherheitslage unseres Unternehmens weiter verbessern und die durch Wirtschaftskriminalität verursachten Vermögensschäden signifikant reduzieren, insbesondere im Interesse unserer Kunden.“



Aufgaben des Sicherheitsmanagements

Zu den wesentlichen Aufgaben des Security-Managements zählen die konzeptionelle Weiterentwicklung der Sicherheitsstandards, die Unterstützung der Niederlassungen bei der Identifikation und Bewertung von Schwachstellen und die Empfehlung und Umsetzung von Schadenverhütungsmaßnahmen, ebenso die Steigerung des Bewusstseins der Mitarbeiter für sicherheitsrelevante Belange durch geeignete Schulungs- und Sensibilisierungsmaßnahmen. Aber auch die Überprüfung, Steuerung und Koordination der Tätigkeit des Werkstoffschutzes und externer Sicherheitsdienstleister zählen zum Sicherheitsmanagement, ebenso wie die Täterermittlung bei Verdacht auf Straftaten, insbesondere hinsichtlich der Eigentumskriminalität, mit dem Ziel der Verbesserung von Kontroll- und Präventionsmaßnahmen.

„Unternehmenssicherheit“, so Kemper, „beinhaltet die bewusste Akzeptanz, Verhinderung und Bekämpfung der Gefährdungen oder Risiken, die den operativen Betrieb des Unternehmens beeinträchtigen oder sogar unterbrechen können. Sicherheit ist die Grundlage, um unsere Ertragsstärke, unsere Stabilität und unseren geschäftlichen Erfolg langfristig zu sichern und die Werte Vertrauen, Leistung und Zuverlässigkeit zu stützen.“

Gelungenes Sicherheitskonzept

Ein Beispiel für ein gelungenes Sicherheitskonzept ist bei der Übernahme der logistischen Aufgaben für den Reifenhersteller Pirelli zu sehen. Gemeinsam mit dem Kunden wurde in der Security-Abteilung ein ganzheitliches Sicherheitskonzept für die Lieferkette erarbeitet. Dieses Konzept beinhaltet nicht nur die Sicherheit der Logistikstandorte, sondern auch

Das sagte vor gut einem Jahr Wilhelm Kemper bei der Gründung des professionellen Sicherheitsmanagements bei Fiege. Wilhelm Kemper war zwölf Jahre im kriminalpolizeilichen Fahndungsdienst tätig und verfügt über umfangreiche Berufserfahrung in diesem Bereich. Zentrales Ziel der Fiege Gruppe ist die Erhaltung und Steigerung des Unternehmenswertes. Das bedeutet u.a. Schutz aller physischen und logischen Werte wie Gebäude, Personen, Informationen und Güter. Um diesen umfassenden Schutz zu gewährleisten, wurde ein unternehmensweites und effektives Sicherheitsmanagement benötigt und eingeführt.

die Durchführung der Transporte und Linienverkehre bis hin zur Auswahl der Spediteure und Frachtführer. Schon bei der Planung neuer Logistikstandorte und auch in der Bauphase berät die Securityabteilung, so auch bei dem Bauvorhaben des neuen Logistikzentrums in Dieburg. Genannt seien hier insbesondere der Perimeterschutz des Betriebsgeländes mit Zutrittskontrolle und die Installation von Gefahrenmeldesystemen einschließlich der Videoüberwachung. Effektives, risikobasiertes und prozessorientiertes Sicherheitsmanagement bedeutet insbesondere:

- Transparenz von Unternehmensrisiken und den damit verbundenen Chancen,
- Aufbau eines Sicherheitsmanagements als Führungsprozess im Unternehmen, damit die notwendige Transparenz über Organisation, Verantwortlichkeiten, Kompetenzen und Standards sowie Erreichung der notwendigen Führungs- und Mitarbeiterverantwortung durch Richtlinien und Sensibilisierung,
- Schaffung von Qualitäts- und Sicherheitsgrundsätzen als Leitfaden für Entscheidungen und persönliches Verhalten sowie Schaffung eines Handlungsrahmens für sicherheitsrelevante Vorgänge,
- Kommunikation zwischen Fachbereich und Sicherheitsverantwortlichen mit einem gemeinsamen Verständnis für Geschäftsanforderungen und Sicherheitszielen,
- optimale Umsetzung von Sicherheitsbelangen, indem angemessene, wirksame und nachhaltige Sicherheitsmaßnahmen ausgewählt werden und diese insbesondere hinsichtlich Gebrauchstauglichkeit an Unternehmens- und Mitarbeiterbedürfnisse angepasst werden,
- Abgrenzung und Zuordnung von Verantwortung hinsichtlich neuer Gefahrenfelder und Vermeidung von Sicherheitsmaßnahmen für subjektiv wahrgenommene Bedrohungen, die kein bedeutendes Risiko für das Unternehmen darstellen. >



Zutrittskontrolle und Videoüberwachung gehören in den großen Zentren wie Neuss zu den Standards des Sicherheitsmanagements.

Ganzheitlich und durchgängig

Als erfahrener Praktiker setzt Kemper den Akzent auf die Umsetzung erforderlicher Maßnahmen und deren Gebrauchstauglichkeit. Dazu ist ein ganzheitliches und durchgängiges Sicherheitskonzept wichtig. Dieses sollte den gesamten Sicherheitsmanagementprozess effizient abbilden und umsetzen. „Das Konzept muss von Flip-Charts und Leinwänden aus Konferenzräumen in die Lagerhallen weitergetragen werden, es muss gelebt werden“, so Kemper, „hier ist jeder Fiege-Mitarbeiter gefordert.“

Ein solches Konzept dient der Gewährleistung der Sicherheit auf Basis

von Wirtschaftlichkeit mit dem gemeinsamen Nenner für ein tragbares Risiko im Unternehmen. Gleichzeitig dient es der Unterstützung von unternehmenseigenen Standards und damit als Basis für Risikominimierung, Kostenreduzierungen und Einsparungen. Es wird zum Auf- und Ausbau effektiver und effizienter Sicherheitsprozesse ebenso benötigt wie zur Stabilisierung der Unternehmenswerte, zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit, zur Unterstützung der Geschäftsprozesse und zur Einhaltung der rechtlichen und innerbetrieblichen Rahmenbedingungen.

Alle Security-Maßnahmen werden kontinuierlich den sich verändernden Bedingungen und Prozessen angepasst und verbessert. Jedes Unter-

nehmen muss Risiken eingehen, um aus Chancen Werte für das Unternehmen zu generieren. Ein zu hoher Sicherheitsstandard kann die Realisierung von Wettbewerbschancen verhindern und selbst zu einem gefährlichen Risiko werden. Die Findung des richtigen Sicherheitsstandards ist komplex und infolge der sich wandelnden dynamischen Unternehmensbedingungen fortwährend vorzunehmen. Entsprechend flexibel sollte das Sicherheitsniveau im Unternehmen an die notwendigen Sicherheitsbedürfnisse angepasst werden können, damit Risiken trotz sich ändernder Sicherheitsanforderungen stets in einem akzeptablen Bereich und damit beherrschbar bleiben. ●



In den großen Hallen der Logistikzentren ist Wilhelm Kemper vom Security Management fast täglich zur Überprüfung der optimalen Umsetzung von Sicherheitsbelangen unterwegs.



Fiege gründet Joint Venture mit Work Service

Eine gemeinsame Gesellschaft hat die Fiege Gruppe im Februar 2014 mit der Work Service S.A. Capital Group mit Hauptsitz in Breslau, Polen, für den deutschen Markt gegründet. Die neue Gesellschaft Work Service GmbH & Co. KG besteht aus den Fiege-Töchtern Fiege uni/serv und Fiege worksess sowie aus allen deutschen Gesellschaften der Work Service S.A.

Zu Work Service S.A. Capital Group:

Die Work Service SA Capital Group ist einer der führenden Personaldienstleister in Mittel- und Osteuropa. Seit 1999 entwickelte sich Work Service von einem Lieferanten von Leiharbeitsnehmern für den Einzelhandel zu einer von Innovation getriebenen Dienstleistungsorganisation. Moderne Outsourcing-Modelle und Expertenwissen in allen Belangen der Personalbeschaffung sowie Verwaltung werden erfolgreich um- und eingesetzt. Work Service betreut heute über 2.200 Kunden und sorgt täglich für die Beschäftigung von mehr als 21.000 Mitarbeitern. Jedes Jahr bringt das Unternehmen 150.000 Menschen in Arbeit. Die Work Service SA Capital Group ist an der Warschauer Börse notiert. Aktive Konsolidierung und die Expansion in neue Märkte werden ihre Produktpalette und die damit verbundenen Erfolge auch weiterhin im europäischen Raum etablieren und festigen.

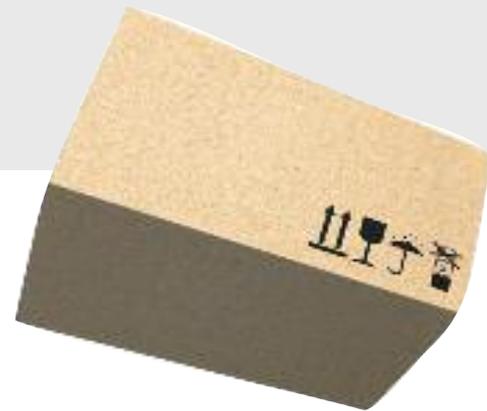
Die Fiege Logistik Stiftung & Co. KG wird 49 Prozent der Anteile an dem Joint Venture halten, während Work Service S.A. Capital Group 51 Prozent hält. Das neu gegründete Unternehmen wird zu den führenden Personaldienstleistern auf dem deutschen Markt gehören und peilt für 2014 einen Umsatz von rund 100 Millionen Euro an.

In 2013 hatte die Fiege Gruppe angekündigt, dass sie ihre Dienstleistungen auf Zentral- und Osteuropa sowie Indien und China konzentrieren wird. Das jetzt gegründete Gemeinschaftsunternehmen ist der jüngste Schritt bei der Verfolgung dieser Strategie. Die Work Service SA Capital Group ist einer der führenden Personaldienstleister in Mittel- und Osteuropa. Fiege uni/serv und Fiege worksess wurden 2002 als Spezialisten für Personallogistik-Konzepte für den Handel und die Logistikwirtschaft gegründet. Derzeit gehört Fiege uni/serv zu den Top 25 Dienstleistern in der Personalüberlassung. Das Dienstleistungsspektrum von Work Service legt den Fokus unter anderem auf Personaldienstleistungen für Banken, Versicherungen und die IT-Industrie. „Das Joint Venture ist eine großartige Chance für beide Partner. Wir bringen unsere motivierten und fachkun-

digen deutschen Mitarbeiter, eine große Kundenbasis und unser exzellentes Kontaktnetzwerk ein. Work Service steuert sein großes Know-how sowie neue Dienstleistungen und Kunden wie Banken, Versicherungen und IT-Unternehmen bei. Die Partnerschaft wird unsere Marktposition in Deutschland nicht nur in der Personalüberlassung, sondern bei umfassenden Personaldienstleistungen weiter stärken,“ sagt Felix Fiege, Vorstand der Fiege Gruppe.

Neben der Abdeckung neuer Märkte haben sich beide Parteien geeinigt, dass das Joint Venture zukünftig der bevorzugte Partner für den Bedarf an Zeitarbeit der Fiege Gruppe in Deutschland sein wird. Strategisches Ziel des neuen Unternehmens ist es, eine bedeutende Position unter den Top 10 der deutschen Personaldienstleister zu erreichen.

„Wir gehen eine Partnerschaft mit einem starken deutschen Partner ein. Diese Kooperation wird uns einen großartigen Zugang zum attraktiven deutschen Markt ermöglichen. Auf der anderen Seite sind wir in der Lage, für die anspruchsvollen deutschen Kunden gut ausgebildetes Personal sowohl aus Deutschland als auch aus ganz Mitteleuropa zu gewinnen,“ so Tomasz Hanczarek, CEO Work Service S.A. ●



Logistik lernen – neue Herausforderungen an den Logistiker in der globalisierten Welt

VON Prof. Dr. Sebastian Herr

Unternehmen in der globalisierten Welt sind bestrebt, sich im Wettbewerb zu behaupten. Verlagerungen von Betriebsstätten und die Reorganisation von Unternehmenseinheiten sind als Folge diesem Ziel geschuldet.

Zur Person

Sebastian Herr studierte an der TU Dresden „Verkehrswirtschaft“. Anschließend promovierte er am Lehrstuhl von Prof. Peter Klaus in Nürnberg zu „Nationalen Stückgutnetzwerken“. Nach seiner Tätigkeit im zentralen Supply Chain Management für ein großes Industrieunternehmen wechselte er 2010 an die FH Worms. Hier unterrichtet er als Professor Internationale Logistik und Supply Chain Management. Dort initiierte er gemeinsam mit Michael Suden, Fiege Executive Director, das Logistikkolabor, das 2011 als Kooperation der Fachhochschule Worms mit dem Unternehmen Fiege am Standort Worms ins Leben gerufen wurde.



Der Beitrag zu mehr Qualität und Performance der Wertschöpfungsketten wird im Wesentlichen durch zwei Faktoren beeinflusst. Ein Einflussfaktor ist die logistische „Hardware“ wie Infrastruktur, Equipment und Ressourcen. Hier spielt zusätzlich eine Vielzahl von weiteren Determinanten wie steuerliche Restriktionen sowie Zoll- und Handelsschranken eine bedeutende Rolle. Der zweite Einflussfaktor sind die Kompetenzen der Mitarbeiter als Gestalter der logistischen Prozesse. Die in einer komplexen Welt geforderten Fähigkeiten gehen dabei über das übliche Spektrum wie fachliche Kompetenz, Teamfähigkeit und Mobilität weit hinaus.

Logistiker der Zukunft

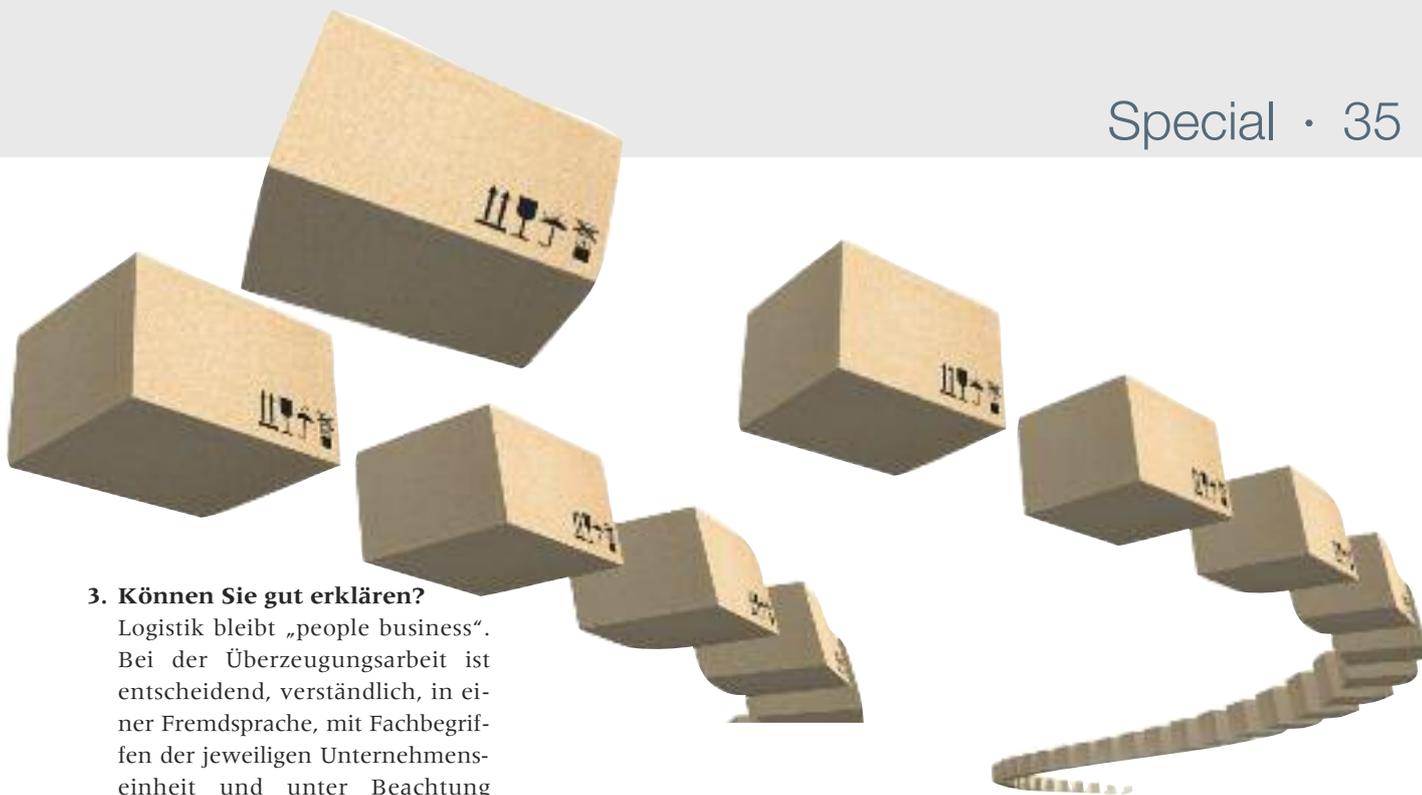
Was muss der Logistiker in Zukunft für Fähigkeiten und Kompetenzen besitzen, um sich im globalen Wettbewerb zu behaupten? Folgt man Thomas Friedman in seinem Buch über die globalisierte Welt, so sind es vor allem neun Kernfähigkeiten, die für den Logistiker von besonderer Bedeutung sind. (Thomas Friedman: Die Welt ist flach: Eine kurze Geschichte des 21. Jahrhunderts, Suhrkamp, 2008.)

1. Können Sie kooperieren und organisieren?

In globalen Wertschöpfungsketten sind viele Zulieferer und Dienstleister aus unterschiedlichen Regionen integriert. Auch die Kunden sind weltweit verteilt und deren Bedürfnisse müssen befriedigt werden. Dies gelingt nur durch eine enge Kooperation zwischen den Beteiligten. Diese Kunden-Lieferanten-Beziehungen müssen entwickelt, verstetigt und organisiert werden.

2. Können Sie kombinieren?

In diesem Zusammenhang ist die Fähigkeit der Wissensvernetzung zu verstehen. Es genügt dabei nicht, nur das originäre Fachgebiet zu beherrschen, sondern auch die Restriktionen und Einflussfaktoren benachbarter Fachbereiche zu kennen. Wie eingangs bereits erwähnt, bestehen häufig Zoll- und Handelshemmnisse, die der logistisch sinnvollsten Netzwerkkonfiguration entgegenstehen. Folglich müssen die Lösungen nicht nur logistischen Optimierungskriterien gerecht werden, sondern auch Restriktionen des Außenhandels oder der IT-Struktur berücksichtigt werden. Erst durch die ganzheitliche Betrachtung wird die Lösung tragfähig.



3. Können Sie gut erklären?

Logistik bleibt „people business“. Bei der Überzeugungsarbeit ist entscheidend, verständlich, in einer Fremdsprache, mit Fachbegriffen der jeweiligen Unternehmenseinheit und unter Beachtung kultureller Sensibilitäten Mitarbeiter zu motivieren, Partner zu gewinnen und Widerstände zu überwinden.

4. Können Sie Abläufe optimieren?

Die Optimierung von Prozessen ist eine der ureigenen Aufgaben des Supply Chain Managers. Innerhalb des logistischen Netzwerkes sind Verschwendungen zu vermeiden, Durchlaufzeiten zu verkürzen und Schnittstellen zu harmonisieren.

5. Sind Sie flexibel und anpassungsfähig?

Die Konfiguration eines logistischen Netzwerkes ist nichts Statisches, sondern unterliegt einer starken Dynamik und erfordert die kontinuierliche Weiterentwicklung. Hier gilt es, auf Risiken vorbereitet zu sein, auf „Events“ wie Störungen und Unterbrechungen der Versorgung zu reagieren und dabei die Kundeninteressen im Auge zu behalten.

6. Sorgen Sie sich um unsere Umwelt?

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund knapper Ressourcen einerseits und einer wachsenden Umweltsensibilität der Kunden andererseits, müssen logistische Netzwerke auch Aspekten der Nachhaltigkeit gerecht werden. Der Carbon Footprint rückt hier ebenso in den Fokus wie Umwelteffekte der Verkehrsträger objektiv gegenüberzustellen und zu bewerten.

7. Haben Sie Persönlichkeit?

Um dieser Vielfalt von Kundenerwartungen in Bezug auf Effizienz und Nachhaltigkeit gerecht werden zu können, ist das stete Streben nach Verbesserung ausschlaggebend. Im Sinne einer Realisierung innovativer Ansätze und einer kontinuierlichen Suche lassen sich die Fähigkeiten eines Logistikers mit „neugierig bleiben“, „visionär denken“ und „Begeisterung wecken“ umschreiben.

8. Sind Sie Matheliebhaber?

Neben Innovation und Nachhaltigkeit zählt letztlich der direkte mess- und berechenbare Nutzen. Netzwerkoptimierungen müssen mit betriebswirtschaftlich messbaren Effekten im Einklang stehen. Mathematische Fertigkeiten sind hierbei unerlässlich, um transparent, objektiv und unter Verwendung betriebswirtschaftlich anerkannter Kennzahlen die möglichst beste Entscheidung zu treffen.

9. Können Sie sich die Welt ins Haus holen?

Mit dieser letzten Fragestellung ist die Fähigkeit gemeint, neue und innovative Lösungen des IT-Sektors zu identifizieren und zu nutzen. Gerade die Innovationssprünge durch zunehmende Vernetzung und Digitalisierung versprechen deutliche Verbesserungen und erfordern ein tiefes Verständnis von Möglichkeiten und Einschränkungen neuer Technologien.

Die hier deutlich gewordene Komplexität und Interdisziplinarität prägen das Tätigkeitsfeld des Logistikers. Dabei stoßen gängige Lehr- und Fortbildungskonzepte in Unternehmen und Hochschulen an Grenzen. Vielversprechende Schritte unternimmt hierzu die Fachhochschule Worms im Studiengang „Internationale BWL und Außenwirtschaft (IBA)“. Neben einer klassischen Vorlesung lernen die Studierenden in einer „Lernwerkstatt für Logistik und Handel“ Abläufe und Herausforderungen der Logistik auf spielerische Weise kennen. Darüber hinaus besteht seit 2011 das „Logistiklabor“, in dem Studierende in Kooperation mit dem Logistikdienstleister Fiege – mit Unterstützung durch Mentoren – mit operativen Herausforderungen im Rahmen von Projekten konfrontiert werden. Die Studierenden erlangen auf diese Art einen Einblick in eine spannende Branche und können ihre erlernten Fähigkeiten direkt überprüfen. Auch Fiege profitiert von der Kooperation: Talente werden gesichtet und umsetzbare Lösungen erarbeitet. Daneben wird die Vernetzung zwischen den Abteilungen verbessert. Dies sind vielsprechende Schritte, um junge Menschen für Logistik zu qualifizieren und zu begeistern. Es unterstützt Mitarbeiter und Unternehmen, den wachsenden Anforderungen der Zukunft gerecht werden zu können. ●

„Für Küche und Genuss“ in Ibbenbüren



● Schon nach vier Wochen konnte die Projektphase erfolgreich abgeschlossen werden und das neue Geschäft mit Springlane, dem Onlineshop „für Küche und Genuss“, zog von seinem bisherigen Standort Düsseldorf zum Fiege Multi User Center nach Ibbenbüren um. Grund für den Umzug war die nicht mehr ausreichende Lagerkapazität im eigenen Lager in Düsseldorf, bedingt durch das überdurchschnittliche Wachstum des Geschäfts. Innerhalb von vier Monaten hat sich der Lagerbestand in Ibbenbüren verdreifacht – und auch in diesem Jahr ist der Onlineshop weiter auf Expansionskurs. Aktuell werden über 300 Aufträge pro Tag bearbeitet und verschickt, im Weihnachtsgeschäft lag das Auftragsvolumen um ein Vielfaches höher.

Umzug von windeln.de nach Großbeeren

Um dem stetig wachsenden Geschäftsvolumen von windeln.de, Deutschlands großem Baby Online Shop, auch weiterhin in vollem Umfang gerecht werden zu können, hat Fiege die logistischen Aufgaben für das Online-Geschäft von Erfurt nach Großbeeren verlagert. windeln.de zeichnet sich durch ein umfangreiches Sortiment für die täglich benötigten Baby-Produkte zu günstigen Online-Preisen aus. Nicht nur Windeln inklusive Zubehör wie Windeleimer und Wickelaufgaben, sondern auch eine breite Palette an Babynahrung, Pflegeprodukten, Babyflaschen und Schnuller bis hin zum Babyphone zählen zu den Produkten. Das Umzugsvolumen umfasste rund 27.000 verschiedene Artikel, die in Großbeeren auf rund 45.000 Fachbodenplätze eingelagert wurden. Bis zum heutigen Zeitpunkt ist das Artikelvolumen bereits auf über 40.000 Artikel – gelagert in rund 70.000 Fachbodenplätzen – gestiegen. Das Portfolio soll laut Kunde noch weiter aufgebaut werden.

NEWS

Ein TÜV geprüfter Ausbildungsbetrieb

● Als erstes Logistikunternehmen überhaupt hat die Fiege Gruppe in Worms das Zertifikat „TÜV geprüfter Ausbildungsbetrieb“ des TÜV-Saarland erhalten. „Wir betrachten diese Zertifizierung als Auszeichnung und Meilenstein für unser Unternehmen“, sagte Michael Suden, Fiege Executive Director Germany South. In der Region Worms bildet Fiege zurzeit 70 Jugendliche in sechs verschiedenen Fachrichtungen aus. 40 junge Menschen werden ab August 2014 ihre Ausbildung dort beginnen. Im Laufe der Zertifizierung wurde der gesamte Ausbildungsprozess genau unter die Lupe genommen, von der Ausschreibung der Stelle bis hin zum Abschluss. „Ein Logistikunternehmen muss sich jeden Tag aufs Neue unter Beweis stellen“, sagte Hans-Dieter Flesch, Vertriebsleiter des TÜV Saarland bei der Überreichung der Urkunde, „denn die Leistung zeigt sich nicht in einem bestimmten Produkt, sondern in Prozessen. Und eben diese Prozesse haben wir nun bei der Ausbildung intensiv geprüft.“ Einbezogen wurden dabei die Bewertungen der Auszubildenden und des Betriebsrats. Besonders positiv aufgefallen sei dabei das Kriterium „Gute Zusammenarbeit im Team“. Das Zertifikat zum TÜV geprüften Ausbildungsbetrieb ist bereits die zweite Auszeichnung für den Standort Worms: 2011 wurde der Betrieb bereits von der IHK Rheinhessen für seine gute Ausbildung ausgezeichnet.



Michael Suden und Ausbildungsleiterin Ramona Henter (Mitte) konnten von Hans-Dieter Flesch (2.v.r.) die Urkunde entgegennehmen. Mit ihnen freuten sich Ausbildungsleiter Walter Schneider (l.) und die Betriebsratsvorsitzende Nicole Ellenberg.



Ein großes Büffet, Tanz und viele Spiele waren die Höhepunkte des Sommerfestes zum Jubiläum.

Zehn Jahre Haribo und Fiege

Zehn Jahre der gemeinsamen Arbeit, der Partnerschaft und einer funktionierenden Geschäftsbeziehung sind eine Bilanz, die in der heutigen schnelllebigen Zeit selten geworden ist.

Fiege und Haribo konnten im vergangenen Jahr das zehnjährige Bestehen ihrer Kooperation mit zahlreichen Gästen, Mitarbeitern und Freunden des Hauses feiern. Klaus-Peter Walscheid, Niederlassungsleiter in Köln, Michael Lorca, Regionalleiter Rheinland, und Jens Fiege, Vorstand der Fiege Gruppe, hatten am 14. September 2013 zu einem großen Sommerfest eingeladen. Michael Phiesel und Arndt Rüsgen, Geschäftsführer bei Haribo und zum Sommerfest stellvertretend für ihr Unternehmen dabei, nahmen das Präsent von Fiege zum Jubiläum entgegen: eine Glasskulptur mit Gravur „10 Jahre Haribo – Fiege“. Ein großes Büffet, Tanz und diverse Spiele rundeten das gelungene Fest ab. ●

Die Partnerschaft

Seit September 2003 besteht die Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmen Haribo und Fiege. Was mit der reinen Lagerhaltung in zwei Hallen am Eifeltor Köln begann, beinhaltet heute neben der Lagerhaltung das Bestandsmanagement, den Displaybau, die Kommissionierung, die Distribution und den Transport, die Verwaltung des Haribo-Fuhrparks und die Werksentsorgung im Shuttleverkehr. Das Zentrallager ist 25.000 Quadratmeter groß, dazu kommt das Außenlager (Exportlager) mit 9.800 Quadratmeter Fläche. Der Transport umfasst

monatlich rund 55.000 Paletten mit den Haribo-Produkten, für die 130 Mitarbeiter verantwortlich sind.



Haribo – eine einzigartige Erfolgsgeschichte

Die einzigartige Erfolgsgeschichte der Firma Haribo ist seit über 90 Jahren von Tradition, hoher Qualität, Trends und vor allem einem zeitgemäßen dynamischen Auftreten geprägt.

Wer kennt ihn nicht, den weltberühmten, vertrauten Werbeslogan „Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso“? Eine perfekte Definition der Marke, die die Werte wie Freude, Genuss, Spaß und Vielfalt widerspiegelt. Der Gründer Hans Riegel sen. ließ die Firma Haribo GmbH & Co. KG am 13. Dezember 1920 ins Bonner Handelsregister eintragen. HARIBO steht als Akronym für HANS RIEGEL BONN. Nach dem Tod des Vaters im Jahre 1945 übernehmen seine Söhne Dr. Hans Riegel († Oktober 2013) und Paul Riegel († August 2009) im Jahr 1946 die Firmenleitung. Mitte der 30er Jahre führt die Firma Haribo den einfachen wie genial einprägsamen Werbeslogan „Haribo macht Kinder froh“ ein. Um den Zusatz „und Erwachsene ebenso“ wurde dieser Traditionsslogan in den 60er Jahren erfolgreich ergänzt und schaffte eine Erweiterung der Zielgruppenansprache. Mit den Jahren wurde der beliebte Slogan in viele weitere Sprachen übersetzt wie „Kids and grown-ups love it so, the happy world of Haribo“.

Das im Jahr 1922 kreierte Produkt „Tanzbär“ ist heute die Kultfigur von Haribo und als „Goldbär“ weltberühmt. Die erste legendäre Grundlage für den internationalen Erfolg war platziert und wurde durch die drei Jahre spätere Erfindung der ebenfalls namhaften Lakritz Schnecke tatkräftig unterstützt. Allein 100 Millionen Goldbären werden täglich weltweit produziert. Die kontinuierliche Markenführung unter höchster Qualitätskontrolle sowie das Vertrauen der Verbraucher machen einen großen Teil des Erfolgs an 15 Produktionsstandorten in zehn europäischen Ländern mit über 6.000 Mitarbeitern aus.

International bunte Produktvielfalt bis ins 21. Jahrhundert

Die Geschichte der Firma Haribo ist eine einmalige Erfolgsbilanz. Was in einer Hinterhof-Waschküche in einem Bonner Vorort mit einem Sack Zucker begann, entwickelte sich über die Jahrzehnte zu einer der beliebtesten und bekanntesten Qualitätsmar-



Gründer Hans Riegel sen.

„Haribo macht Kinder froh ...



ken in der Süßwarenbranche. Besonders die beliebten Goldbären sind mittlerweile ein internationaler Top-Seller und Haribo Weltmarktführer im Fruchtgummi- und Lakritz-Segment.

Die Haribo-Produkte hatten schon immer ihre Liebhaber. Natürlich konnten auch viele Prominente der süßen Verführung nicht widerstehen. Zu den Millionen Liebhabern in aller Welt zählen u. a. auch der letzte deutsche Kaiser Wilhelm II., Nobelpreisträger Albert Einstein, die Schauspielerinnen Sandra Bullock und Megan Fox sowie die Sängerin Rihanna. Dem englischen Prinzenpaar und bekennenden Haribo-Liebhabern Kate und William wurde explizit zur Hochzeit eine spezielle Mischung „Hearts & Rings“ kreiert.

Ausgezeichnete Produktqualität und dynamische Innovationskraft der Marke

Generationen sind mit Haribo-Naschereien groß geworden. Oberste

Priorität ist es, stets den hohen Qualitätsansprüchen der Konsumenten gerecht zu werden, und das beweist Haribo eindeutig mit dem Erwerb von zahlreichen Auszeichnungen, wie unter anderem

- im Jahr 2013 zum elften Mal in Folge die Auszeichnung als „vertrauenswürdigste Süßwarenmarke in Deutschland“ laut Verbraucherumfrage Reader's Digest,
- die Auszeichnung als „Marke des Jahrhunderts“ von Deutsche Standards im Jahr 2007, 2010 und 2013,
- jährlich zahlreiche DLG-Goldmedaillen der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft für Haribo- und Maoam-Produkte,
- im Jahr 2010 erhielt das Unternehmen den begehrten Branchen-Oskar der Lebensmittel Zeitung, den „Goldenen Zuckerhut“ für hervorragende Leistungen in der Ernährungswirtschaft.

Mit genialen Produkten, kreativen Verpackungen und speziellen Konzepten geht die Erfolgsgeschichte der Marke floriert auch im 21. Jahrhundert! ●



... und Erwachsene ebenso“

Hilfsaktion für die Philippinen

1222 Pakete voller Sachspenden kamen über den Seeweg Ende Februar in Camotes Island auf den Philippinen an. Die Hilfsaktion für die vom Taifun „Haiyan“ im November letzten Jahres betroffenen Menschen war von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Fiege Gruppe in Bürstadt in die Wege geleitet worden.

Vorausgegangen war eine kleinere Spendenaktion, die eine philippinische Mitarbeiterin von Fiege in Bürstadt ins Leben gerufen hatte. May Roa-Engel, geboren und aufgewachsen auf Camotes Island, einer kleinen Inselgruppe der Philippinen, arbeitet bereits seit 2003 in Worms. Als das schreckliche Unglück über ihre Landsleute hereinbrach, wollte sie so schnell wie möglich wenigstens ihren dort lebenden Verwandten und Freunden helfen. Sie startete die Aktion und ist noch heute von der spon-

tanen und großzügigen Hilfe ihrer Kolleginnen und Kollegen begeistert. 39 große Pakete mit Sachspenden nur aus den Reihen der Fiege-Mitarbeiter wurden zusammengestellt und sofort nach Camotes Island verschickt.

Doch damit nicht genug: Fiege Regionaldirektor Südwest Marc Baumgarte initiierte mit viel Elan die Ausweitung der Aktion und informierte Kunden aus dem Food- und Modebereich. Der bekannte Modekonzern CBR mit den Marken Street One und Cecil sowie ein großer Snack-Herstel-

ler stellten jeweils eine beträchtliche Anzahl Kleidung und Snacks zur Verfügung. Weitere Partnerunternehmen der Fiege Gruppe wie unter anderem die Brugger Transport und Logistik GmbH beteiligten sich zum Teil über die Josef Fiege Stiftung mit hohen Geldspenden an der Aktion. Die Sachspenden wurden in der Fiege-Niederlassung in Worms gesammelt und anschließend von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Niederlassung Bürstadt in 1222 Paketen in zwei große Container gepackt und nach Antwerpen versandt. Dort wurden sie mit dem Containerschiff MV „Hannover Bridge“ nach Cebu auf den Philippinen verschifft, wo sie am 27. Februar eintrafen. Gemeinsam mit der Aktion Hessen hilft e.V. wurde eine Verteilstruktur aufgebaut. Die internationale christliche Hilfsorganisation Operation Mobilisation Deutschland e.V. hat die Spenden vor Ort übernommen und an die Bevölkerung verteilt. ●

Von Cebu aus wurden die Sachspenden an die Bevölkerung verteilt.



Förderung für soziale und ökologisch nachhaltige Projekte

„Wenn jeder auf seinem Platz das Beste tut, wird es in der Welt bald besser aussehen“. Dieser Ausspruch von Adolf Kolping ist Antrieb und Auftrag der Josef Fiege Stiftung.



Dem Kuratorium gehören neben den Ehefrauen der beiden Stifter, Uschi und Lisa Fiege, Domprobst Josef Alferts (i.R.), Dr. Rudolf Kösters und Prof. Dr. Dr. h.c. (mult.) Heribert Meffert an (fehlt auf dem Foto). Ebenfalls anwesend waren die beiden Stifter Heinz Fiege und Dr. Hugo Fiege sowie die Geschäftsführer Stephan Meyer und Alfred Messink.

Auf der Kuratoriumssitzung im November 2013 wurde festgelegt, welche Projekte zukünftig unterstützt werden. Gefördert werden soziale und ökologisch nachhaltige Projekte in erster Linie an Standorten, an denen Fiege tätig ist. Während der Kuratoriumssitzung im Domhof in Greven-Schmedehausen, entschied das Gremium u.a., das unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel stehende Projekt „Wellcome“ zu unterstützen. „Wellcome“ hat zum Ziel, Familien mit Neugeborenen im Alltag durch die Hilfe von ehrenamtlichen Mitarbeitern zu entlasten. Heute leben viele Familien vereinzelt und das soziale Netzwerk

der eigenen Familie, Freunde und Nachbarn vor Ort existiert oft nicht mehr. Die Ehrenamtlichen kommen ins Haus, begleiten beim Gang zum Kinderarzt, spielen mit dem Geschwisterkind, machen Einkäufe usw., damit die Eltern etwas Zeit zum Durchatmen haben.

Außerdem wird in 2014 erstmals das Projekt „DeutschSommer“ unterstützt. „DeutschSommer“ ist eine Initiative der Stiftung Mitmachkinder Münster, die sich frühzeitig um die Integration von Flüchtlingskindern, z.B. aus Libyen, Armenien, Syrien kümmert. Die Sommerferien werden genutzt, um die Kinder im grundschulpflichtigen Alter gezielt sprachlich, kulturell und sozial zu fördern.

Zudem werden durch das „Ehrenamtsprogramm“ Mitarbeiter aus allen deutschen Niederlassungen unterstützt, die sich ehrenamtlich aktiv in

JOSEF FIEGE STIFTUNG

ihrer Freizeit in einem gemeinnützigen Projekt engagieren. „Die Mitarbeiter zeigen, worin gesellschaftlicher Bedarf vor Ort besteht und wo sinnvolle Unterstützung notwendig ist. Wir sind begeistert von so viel Engagement und großartigen Projekten“, so Dr. Hugo Fiege. ●

