

LOGO

DAS FIEGE MAGAZIN

NR. 85 | 2015



EINE DER MODERNSTEN UND NACHHALTIGSTEN
LOGISTIKIMMOBILIEN EUROPAS:
DAS LOGISTIKZENTRUM
RHEIN-MAIN IN DIEBURG

MIT
HEALTHCARE
SPECIAL



FIEGE

The World of Logistics

2 · Inhalt

Editorial

Auftrieb in der Logistik	3
--------------------------	---

Interview

Leistungsfähiger, wettbewerbsfähiger und schneller	4
--	---

News

Tag der Logistik in Neuss	6
Ein Spezialist im Transport anspruchsvoller Waren	6
„NexTrust“ setzt auf Logistikkoperationen	7
Award für Fiege Polen	7
Ahlener Wirtschaftspreis für das MOC	7
Eltern-Kind-Büro in der Systemzentrale	38
Baubeginn eines Großprojekts in Lahr	38
Impressum	38
Handwerkerfest in Marklkofen	39
Polen gewinnt den Fiege Soccer Cup	39
Der DLK 2015	39

Titel

Eine der modernsten und nachhaltigsten Logistikimmobilien Europas	9
---	---

Projekte

Mango übergibt Onlineshop-Logistik an Fiege	10
Ein Lieferantenlogistikzentrum in Marklkofen	14

Report

Von Worms aus in die ganze Welt	11
Erfolgreiche Partnerschaft seit mehr als 30 Jahren	16

Special

Retourenvermeidung im Fashion Online-Handel	12
---	----

Healthcare

Hohe Anforderungen an Mitarbeiter und Prozesse	18
Optimiertes Vertriebsnetz für Therapieprodukte	19
Fiege Zaandam ist attraktiver Partner im Healthcare-Sektor	24
Erfolg durch Veränderung	26
Praxisnahe Ausbildung für Studierende beim Projektstudium	28



E-Commerce Special

Neue Herausforderungen für die Logistik	30
---	----

Pressespiegel

Studieren am realen Objekt bei Fiege	34
--------------------------------------	----

Social Responsibility

Fiege International Team unterstützt Kinderhilfe in Rumänien	35
--	----



Zertifikatsübergabe an Fiege Real Estate.
Seite 9



Scannerbasierte Prozesse bei Fiege Healthcare.
Seite 18



Fröhliche Kinder durch das Fiege International Team.
Seite 35

In eigener Sache:

Auftrieb in der Logistik

Der Generationswechsel im Vorstand unseres Unternehmens von der vierten zur fünften Generation ist vollzogen. Jens und Felix Fiege, Söhne von Heinz und Hugo Fiege, führen nun das Unternehmen – gemeinsam mit zwei weiteren Vorstandsmitgliedern, die bereits seit vielen Jahren in der Fiege Gruppe tätig sind und einen großen Beitrag zur positiven Entwicklung des Unternehmens beigetragen haben: Peter Scherbel und Alfred Messink.

Dr. Stefan Kurrle, der den lange vorbereiteten Generationswechsel begleitet und die Übergabe an die nächste Generation erfolgreich zum Abschluss gebracht hat, ist zum 30. Juni dieses Jahres aus dem Vorstand ausgeschieden. Als neuer Beiratsvorsitzender wird er das Unternehmen weiterhin tatkräftig unterstützen und die strategische Weiterentwicklung beratend begleiten.

Die neue Organisationsstruktur der Fiege Gruppe, die vor gut einem Jahr eingeführt wurde, hat sich bewährt. Schnellere und bessere Entscheidungen in essentiellen Fragen, eine Bündelung von Expertisen, stärkere unternehmerische Verantwortung auf der Ebene des Business Unit Managements – das sind schon jetzt die zu verzeichnenden Erfolge der Umstrukturierung. In einem Interview erläutern Jens und Felix Fiege in dieser Ausgabe des Magazins die Ziele und Ergebnisse dieser Neuordnung.

Die konjunkturellen Auftriebskräfte in der deutschen Logistikwirtschaft haben sich weiter gefestigt, wie aus der Erhebung zum Logistik-Indikator hervorgeht, den das Institut für Weltwirtschaft im Auftrag der Bundesvereinigung Logistik e.V. (BVL) ermittelt. Fachkräfte, die mit der Komplexität von Warenströmen umgehen können, brauchen attraktive Qualifizierungsangebote und Arbeitsplätze mit

wettbewerbsfähiger Bezahlung, die von Tarifpartnern vereinbart wurden. Dafür steht der Wirtschaftsbereich Logistik, der sehr gerne auch Zuwanderer in verschiedenste Bereiche des Arbeitsmarktes integrieren möchte, wie die BVL immer wieder betont. Also eine Chance für viele – auch für einige der vielen tausend Flüchtlinge,

die zurzeit nach Deutschland kommen? Einige von Fiege und durch Fiege-Mitarbeiter initiierte Projekte konnten bereits umgesetzt werden, so z. B. die Integration von Flüchtlingen im Mega Center Ibbenbüren. Das könnte für beide Seiten ein Gewinn sein.

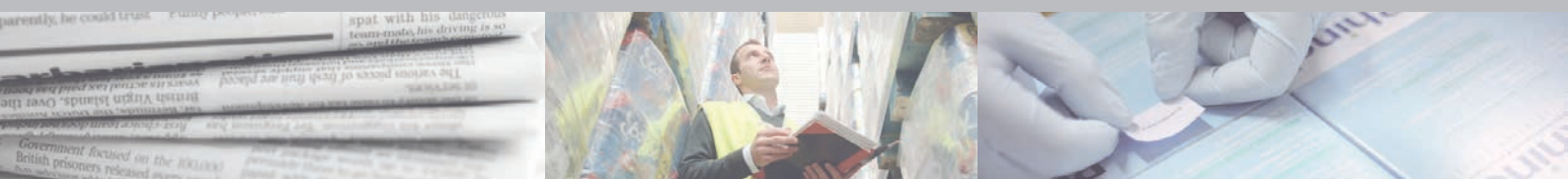
Ihre LOGO-Redaktion



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

Leistungsfähiger, wettbewerbsfähiger und schneller

Vor gut einem Jahr wurde in der Fiege Gruppe eine neue sektororientierte Organisationsstruktur eingeführt, die insbesondere die speziellen Kundenanforderungen in den Mittelpunkt stellt. Ziele und erste Ergebnisse dieser Neuordnung erläutern Jens und Felix Fiege in einem Interview.



LOGO: Was war der Grund für die neue Organisationsstruktur?

FF: Wir sind als Dienstleister für viele unterschiedliche Kunden und in verschiedenen Branchen tätig. Wir wollen uns dabei voll auf den Kunden und seine jeweiligen Bedürfnisse konzentrieren. Mit der neuen Business Unit Struktur schaffen wir es, uns noch besser in den einzelnen Branchen zu spezialisieren und so auf die jeweiligen Branchen- und Kundenbedürfnisse einzugehen.

JF: Die Ziele waren dabei eine noch stärkere Konzentration auf die Entwicklung unserer Kernsektoren, um die Kunden unserer Branchen noch mehr ins Zentrum unseres Handelns zu stellen. Wir wollen das Wissen, das wir im Unternehmen haben, bündeln, um unseren Kunden über Innovationen und kundenindividuelle Konzepte einen noch größeren Mehrwert bieten zu können.

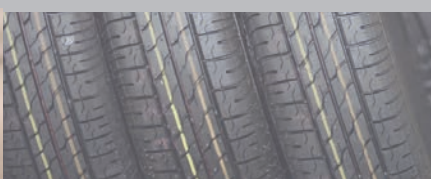
LOGO: Wie funktioniert eine solche strukturelle Veränderung in der Praxis?

JF: Es wurden sogenannte Sektor Business Units eingerichtet, die sich auf die Bedienung bestimmter Kundenbranchen spezialisiert haben. Zudem gibt es weitere sogenannte Produkt Business Units, welche kunden- und sektor-übergreifend relevante Dienstleistungen anbieten. Dazu zählen z. B. Full Service E-Commerce Lösungen oder See- und Luftfrachtdienstleistungen.

FF: Die neuen Sektor Business Units haben klare Verantwortlichkeiten und werden über schlanke Strukturen als eigenständige Profitcenter geführt. Die einzelnen Business Units können heute stärker als Spezialist und leistungsstarker Partner in ihrer jeweiligen Branche am Markt auftreten. Geführt werden die Einheiten von einem verantwortlichen Management-Team. Es handelt sich dabei im Übrigen um eine organisatorische Neustrukturierung in Sektoren und nicht um eine rechtliche Neustrukturierung der Gruppe.



Jens und Felix Fiege (v. l.).



LOGO: Was waren die Herausforderungen bei der Einführung der neuen Strukturen im Unternehmen?

JF: Eine solche organisatorische Veränderung ist immer ein Prozess, der geschickt bewerkstelligt werden muss. Das Wichtigste war, dass alle am Prozess Beteiligten die Gründe dafür verstehen und deshalb diese Veränderungen aktiv und voller Überzeugung mit umsetzen. Trotzdem bringt ein solcher Schritt viele Veränderungen in der Art der täglichen Zusammenarbeit mit sich. Gerade die Aufgabenteilung zwischen Systemzentrale und den neuen Business Units musste neu definiert werden und sich erst einspielen.

LOGO: Sind heute schon positive Ergebnisse dieser Neustrukturierung zu erkennen?

FF: Es gibt jetzt eine stärkere unternehmerische Verantwortung auf Ebene des Business Unit Managements. Uns war es ganz wichtig, die Verantwortung nicht weiter zu zentralisieren, sondern im Gegenteil die Business Unit Teams zu motivieren, selbst Verantwortung zu übernehmen und als „Unternehmer im Unternehmen“ zu agieren.

JF: Zudem entsteht eine größere Nähe zum Kunden, da die einzelnen Business Units besser auf die unterschiedlichen Kundenanforderungen reagieren können. Sie sind näher am Markt und an den Kunden und können so schnell und eigenständig die richtigen Entscheidungen treffen. Gleichzeitig findet eine Bündelung der Expertisen zu den einzelnen Kundenbranchen direkt in den Business Units statt. So wurden schon einige neue, tolle Projekte und Ideen entwickelt und ganz konkret innerhalb der neuen BUs namhafte Kunden gewonnen, wie z. B. Mann+Hummel oder Mango.

LOGO: Welche weiteren Vorteile erwarten Sie in der Zukunft von dieser Umstrukturierung?

FF: Wir sind uns sicher, dass diese neue Organisationsstruktur Fiege für die Zukunft noch leistungsfähiger, wettbewerbsfähiger und schneller macht. Gleichzeitig ist es ein sehr attraktives, unternehmerisches Umfeld für unsere Mitarbeiter. Wir sehen, dass die neue Struktur umgesetzt ist und positiv gelebt wird. Auch von unseren Kunden erhalten wir positive Rückmeldungen. ●

Tag der Logistik in Neuss

● Der „Tag der Logistik“ – initiiert von der Bundesvereinigung Logistik – ist inzwischen zu einer festen Größe im Jahreskalender der Logistiker geworden. Jeder Interessent, vom Schüler über den berufstätigen Experten bis zum Rentner, kann am diesem Aktionstag kostenfrei einen Blick hinter die Kulissen der Logistik werfen. Bereits zum dritten Mal fand in Neuss anlässlich des „Tags der Logistik“ eine Messe unter dem Motto „Vom Klicken bis zum Klingeln“ im alten Güterbahnhof Gare du Neuss statt. Insgesamt präsentierten sich 23 regional ansässige Unternehmen den zahlreichen interessierten Besuchern an diesem Tag. Der Zielgruppe der Messe, Schüler und Studenten, wurde anhand von acht Projektischen mit Mitmach-Aktionen ein Einblick in die Logistik gegeben. TechnoCargo Logistik veranschaulichte anhand eines Brücken-Modells die entladegerechte Beladung einer Wechselbrücke unter Berücksichtigung der Ladungssicherung. Interessierte Zuschauer versuchten die Brücke formschlüssig mit den bunten Paletten zu beladen. Schüler, Studenten und andere Besucher informierten sich über das Unternehmen und die Ausbildungsmöglichkeiten bei TechnoCargo Logistik. In den vergangenen Jahren hatte TechnoCargo Logistik bereits Auszubildende über die Veranstaltung zum Tag der Logistik gewonnen.



Die Mitmach-Aktion am Fiege-Stand fand bei den Schülern großes Interesse.

NEWS

Ein Spezialist im Transport anspruchsvoller Waren

● Die Fiege Gruppe hat sich die Mehrheitsbeteiligung an der FAS Fritsch Air Service GmbH gesichert. Damit baut der Kontraktlogistikspezialist seine Präsenz im Bereich See- und Luftfracht auf dem deutschen und europäischen Markt weiter aus. Ob per Flugzeug, Binnenschiff oder auf hoher See: Fiege Air & Ocean sorgt auf eng vernetzten Lieferwegen für eine ökonomisch wie ökologisch effiziente Abwicklung. Neben der klassischen Transportlogistik hat sich Fiege ebenso als Spezialist im Transport von anspruchsvollen Kühl- und Pharmaprodukten sowie Projektcargo etabliert. „Mit der Integration von FAS Fritsch Air Service in die Fiege Gruppe stärken wir unsere Position als Anbieter integrierter, internationaler Serviceleistungen. Durch die Zusammenführung der bestehenden Produktpaletten beider Unternehmen im Bereich Air & Ocean sind wir gut gerüstet, um unseren Kunden eine reibungslose logistische Abwicklung auf allen Transportwegen zu garantieren“, betont Michael Völlnagel, CEO International Freight Forwarding bei Fiege. Die Fiege Gruppe und FAS Fritsch Air Service ergänzen sich dabei ideal. Als Spezialist für Luftfracht in Deutschland, insbesondere an den Flughäfen Frankfurt und Stuttgart, bringt FAS langjährige Erfahrung und Kompetenz auf diesem Gebiet mit. Durch den Zusammenschluss können gemeinsame Kräfte im Bereich See- und Luftfracht gebündelt und Synergien durch eng vernetzte Lieferwege genutzt werden. Die Geschäfte werden von nun an unter dem Namen Fiege Fritsch Forwarding GmbH geführt. Das Gemeinschaftsunternehmen wird die Abwicklung größerer Luftfrachtvolumina über die erweiterte Infrastruktur sowie die Bündelung der internationalen Freight Forwarding-Aktivitäten in Deutschland übernehmen.

„NexTrust“ setzt auf Logistikkooperationen

Die Europäische Union (EU) startet mit „NexTrust“ ein Förderprojekt, das auf Logistikkooperationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette setzt. Die EU will mit NexTrust unter dem Dach des EU-Forschungsprogramms Horizon 2020 effizientere und nachhaltigere Logistikprozesse schaffen. Während des 42 Monate dauernden Vorhabens sollen in insgesamt 21 Pilotprojekten die Zahl der genutzten Verkehrsmittel um 20 Prozent und CO₂-Emissionen durch die intelligente Kombination der Verkehrswege Luft, Schiene, Straße und Wasser um 50 Prozent gesenkt werden. Ein weiteres Ziel ist die um 50 Prozent stärkere Auslastung der Transportmittel, etwa durch die Bündelung von Transporten. Insgesamt gehören 30 Unternehmen dem NexTrust-Konsortium an, darunter auch die Fiege Gruppe.

Das Medical Order Center in Ahlen versorgt rund 50 Krankenhäuser mit einer breiten Produktpalette.

Award für Fiege Polen



● Fiege Polen wurde mit dem Preis des „Solid Employer of the year 2015“ ausgezeichnet. Der Wettbewerb, der in diesem Jahr für ganz Polen organisiert wurde und den zuverlässigsten Arbeitgeber des Jahres auszeichnet, ist für Fiege Sp.zo.o. eine Bestätigung seiner Good Practices, die das Unternehmen innerhalb seines Personalwesens umgesetzt hat. Die Zielsetzung des „Solid Employer of the Year“ Awards besteht darin, Polens herausragende Arbeitgeber zu finden, die die besten Lösungen für den Bereich Personalwesen fördern und die persönliche Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiter unterstützen. Das Komitee wählt die Gewinner anhand einer Liste von Kriterien aus, die z. B. die Beachtung des Arbeitsrechts, klare Karriereoptionen, ein Motivationssystem sowie Projekte zur Corporate Social Responsibility beinhaltet. „Dieser Preis ist eine große Ehre für uns“, erklärt Piotr Kohmann, CEO Fiege Sp.zo.o. „Ich war schon immer davon überzeugt, dass unsere Mitarbeiter das wichtigste Kapital unseres Unternehmens sind. Diese Anerkennung dient als großartige Motivation, neue Projekte zu entwickeln und die besten Lösungen und Praktiken für unsere gegenwärtigen und zukünftigen Mitarbeiter zu schaffen!“



Ahlener Wirtschaftspreis für das MOC

● Der zehnte Wirtschaftspreis der Stadt Ahlen ging 2015 an das Medical Order Center (MOC), ein Tochterunternehmen der St. Franziskus-Stiftung Münster und der Fiege Gruppe. Die Jury erkannte damit die „moderne Dienstleistung des Zentrums“ an, das im Ahlener Natur- und Gewerbepark liegt. Seit nunmehr 15 Jahren am Standort Ahlen aktiv, hat sich das MOC zu einer festen Größe im Gesundheitswesen entwickelt. Es versorgt rund 50 Krankenhäuser sowie zahlreiche andere Kunden aus dem Gesundheitswesen von Ahlen und seit 2013 auch vom zweiten Standort Bochum aus mit einer breiten Produktpalette. „Das MOC ist ein hervorragendes Beispiel eines jungen innovativen und stark expansiven Unternehmens“ hieß es in der Begründung der Jury.



Logistikzentrum vom Landkreis Darmstadt-Dieburg ausgezeichnet

Hoch aktuell ist die Auszeichnung des Logistikzentrums Rhein-Main zum „Unternehmen des Jahres 2015“:

Am 23. September wurde im Rahmen des Wirtschaftsgesprächs des Kreises Darmstadt-Dieburg die Ehrung an die Fiege Logistik Stiftung & Co. KG in Dieburg durch Landrat Klaus Peter Schellhaas verliehen.

„Die Auszeichnung ist mit einem großen Dank und der hohen Anerkennung an die Unternehmen verbunden, die

aufgrund herausragender unternehmerischer Investitionen auf beispielgebende Weise zur Schaffung, Sicherung oder zum Erhalt von Arbeitsplätzen und damit zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts Darmstadt-Dieburg beigetragen haben“, heißt es in der Laudatio. Und die Fiege Gruppe habe mit dieser unternehmerischen Investition bei finaler Auslastung des Zentrums rund 500 neue Arbeitsplätze am Standort in Dieburg geschaffen.



Eine der modernsten und nachhaltigsten Logistikimmobilien Europas

Nach knapp einem Jahr Bauzeit sind die Arbeiten am Fiege Logistikzentrum Rhein-Main in Dieburg pünktlich abgeschlossen worden. Die erfolgreiche Endabnahme des gesamten Gebäudekomplexes erfolgte am 31. März 2015, womit alle neun Hallensegmente mit einer Gesamtfläche von rund 90.000 Quadratmetern jetzt voll nutzbar sind.



Das neue umweltfreundliche Multi-User-Center am „Dieburger Dreieck“ gehört zu den modernsten und nachhaltigsten Logistikimmobilien Europas. Die ressourcensparende Bauweise wurde mit dem Gold-Zer-

Hochmodern und nachhaltig

tifikat der „Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen“ (DGNB) belohnt. „Von 114 in Deutschland zertifizierten Objekten hat es unsere Fiege-Logistikimmobilie unter die TOP 10 geschafft. Deutschlandweit haben

lediglich 24 Objekte im Segment Neubau-Industriebauten eine Gold-Zertifizierung erreichen können“, sagt Kai Alfermann, Head of Real Estate Management & Quality.

Eine ökonomisch wie ökologisch einwandfreie logistische Abwicklung ermöglicht auch die sehr gute Verkehrsanbindung in Dieburg. Die Nähe zum Frankfurter Flughafen sowie die Lage im hoch frequentierten Ballungsgebiet Rhein-Main im Herzen Deutschlands bieten optimale Voraussetzungen für nachhaltige Logistikprozesse. „Wir sind immer darauf bedacht, unseren Kunden eine hohe Verfügbarkeit bei größtmöglicher Ressourcen-

schonung und Transportvermeidung zu bieten. Deswegen freuen wir uns sehr, dass wir unseren Anspruch auf Nachhaltigkeit und Effizienz bereits im Bau unseres neuen Standorts in Dieburg umsetzen konnten“, betont Jan Dünzelmann, Managing Director Fiege Real Estate.

Fiege ist mit den Logistikimmobilien-Spezialisten des Bereichs Fiege Real Estate als Bauherr für die Erstellung der Immobilie verantwortlich und ist gleichzeitig Mieter des Logistikzentrums. Der Finanzierungspartner Union Investment erwirbt die Immobilie für das Portfolio seines Offenen Immobilienfonds UniImmo: Deutschland. Der weltweit agierende Reifenhersteller Pirelli nimmt mit seinen Produkten einen großen Teil der Fläche des Neubaus in Anspruch. 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. Mit dem Betrieb des Logistikzentrums Rhein-Main baut die Fiege Gruppe ihre Stellung als führender Reifenlogistikspezialist weiter aus. ●

Mango übergibt Onlineshop-Logistik an Fiege

Die spanische Modekette Mango hat das Fulfillment des nordeuropäischen Onlineshops an die Fiege Gruppe übergeben. Mit einem Gesamtumsatz von mehr als zwei Milliarden Euro und Shops in 105 Ländern gehört Mango zu den am schnellsten wachsenden Modelabels.



Täglich werden mehr als 35.000 Aufträge von Hannover aus abgewickelt.



Durch die Partnerschaft mit Fiege kann Mango jetzt perfekt auf das enorme Wachstum des E-Commerce-Geschäfts reagieren. Fiege beliefert von den insgesamt 76 Ländern 17 in Zentral- und Nordeuropa. Diese Dienstleistung ermöglicht es Mango, täglich mehr als 35.000 Aufträge abzuwickeln und zu verschicken.

„Mit Fiege haben wir den idealen Partner gefunden, der die besonderen

„Fiege ist ein idealer Partner“

Anforderungen des E-Commerce-Geschäfts nicht nur kennt, sondern täglich vom Warenein- und -ausgang bis zu den Retouren lebt“, erklärt Antonio Polaino, Commerce Logistics Director Mango. „Die besonderen An-

forderungen an Flexibilität und Geschwindigkeit im E-Commerce werden von unserem Team in Hannover in vorbildlicher Weise erfüllt“, betont Christoph Mangelmans, Managing Director Fashion/Online Retail.

Mit einer Laufzeit von nur vier Monaten wurde das Projekt von Mango und Fiege am Standort Hannover-Langenhagen realisiert. Insgesamt stehen für die Abwicklung 10.000 Quadratmeter zur Verfügung – ausgerüstet mit einer eigenen Hängewarenanlage für 150.000 Teile und Fachbodenregalen für weitere 600.000 Teile. Weitere Flächen können bei Bedarf bereitgestellt werden.

„Durch die Eröffnung des Nordeuropa-Hubs im E-Commerce-Bereich können wir noch schneller und flexibler auf die Anforderungen und Wünsche der jeweiligen Märkte reagieren“, ergänzt Antonio Polaino. ●



Von Worms aus in die ganze Welt

Worms, ein Wirtschaftsstandort mit vielen Vorteilen, erlebte am 24. April dieses Jahres einen weiteren Höhepunkt: Die festliche Eröffnungsfeier des Erweiterungsbaus des Intercontinental Distribution Centers Bosch/Fiege im Wormser Stadtteil Rheindürkheim.

Im Rahmen des bereits 2012 begonnenen Erweiterungsprojekts und zahlreicher Gespräche mit den Kommunen Worms und Osthofen fand das Projekt durch die feierliche Erweiterungsfeier an diesem sonnigen Freitag seinen offiziellen Höhepunkt. Auf nunmehr 70.000 Quadratmetern Lager- und Logistikfläche (138.000 Quadratmeter Grundstücksfläche) werden Produkte des Bosch-Geschäftsbereichs Power-Tools (Elektrowerkzeuge, Gartengeräte und Zubehör) gelagert, kommissioniert, verpackt und anschließend in die ganze Welt verschickt.

Im Rahmen der Eröffnungsfeier hatten Investor Wegner, Kunde Robert Bosch Power Tools und Betreiber Fiege zahlreiche Gäste aus Politik und Wirtschaft eingeladen. Bei ausführlichen Rundgängen durch die neuen Hallen konnten sich die Gäste persönlich und hautnah ein Bild davon machen, was Logistik heute bedeutet. Die anschließenden Reden von Investor Wegner, Fiege-Vorstand Peter Scherbel, Bosch Vice President Divisional Logistics Stefan van Dalen, Staatssekretär Uwe Hüser sowie der Bürgermeister der Kommunen Osthofen und Worms machten allen Geladenen deutlich, welche Leistungen in den letzten Monaten an die-



Links im Bild ist der Erweiterungsbau gut zu erkennen sowie rechts die hellen Dachflächen.

sem Standort erbracht wurden und welche Bedeutung die Erweiterung des Standorts hat. „Und dies alles während des laufenden Geschäfts!“ betonte Michael Suden, Fiege Managing Director, sichtlich stolz auf seine Mannschaft.

Begonnen hatte Bosch zusammen mit Fiege nach 18-monatiger Pro-

Höhere Lagerkapazitäten und zusätzliche Logistikflächen

jektphase in 2003 mit einer Lagerfläche von 48.000 Quadratmetern. In 2006 erfolgte die erste Anbauphase

auf 55.000 Quadratmeter. Aufgrund der wirtschaftlich besseren Option, alle Lagerprozesse und Abläufe unter einem Dach zu zentralisieren – und auch bedingt durch das stetige Wachstum von Bosch – entschied man sich 2011, den Standort erneut auszubauen. Im Juni 2013 erfolgte der erste Spatenstich. Im April 2014 erfolgte die Fertigstellung der neuen Hallen. Die Gesamtinvestition lag bei 42 Millionen Euro.

Die am Standort zurzeit bis zu 900 beschäftigten Mitarbeiter können sich nunmehr über höhere Lagerkapazitäten freuen. Ein automatisches Kleinteilelager wurde ebenfalls in den neuen Hallenkomplex integriert sowie ein zweites vollautomatisches Hochregallager. Die vorher vorhandenen Hochregal-Palettenstellplätze wurden von 61.000 auf 127.500 Plätze erweitert.

RETOUREN

Retourenvermeidung im Fashion Online-Handel

Der nachfolgende Artikel ist die Zusammenfassung der Masterarbeit von Linda Niedenzu, Manager Business Development E-Commerce. Es wurden sieben namhafte Fashion-Unternehmen sowie 516 Endkonsumenten befragt, um Möglichkeiten zur Senkung der Retourenquoten im Online-Handel aufzuspüren.

Der Stellenwert des Internets in der Bevölkerung nimmt immer mehr zu: Allein in Deutschland nutzten mehr als 65 Millionen Menschen das Internet im Jahr 2013 – das sind 79 Prozent der deutschen Bevölkerung. Dadurch verändert sich die Vertriebsstruktur im deutschen Einzelhandel vom stationären hin zum Online-Handel. Bereits heute kaufen rund 40 Prozent

Rasanter Anstieg des Online-Handels

der Konsumenten ihre Bekleidung über das Internet ein. Durch den Anstieg des Online-Handels steigt jedoch auch die Anzahl von Retouren. Je nach Studie wird von einer Retourenquote bei Fashion Online Shops von 25 bis 50 Prozent gesprochen.

Diese Retourenquoten haben natürlich Auswirkungen auf die Kosten der Fashion-Unternehmen, denn Porto-, Wiederaufbereitungs-, Handlungs-, Lager- und Payment-Kosten müssen berücksichtigt werden. Die

Kosten pro Retoure liegen zwischen 8,95 und 20,74 Euro, je nachdem, ob es sich um eine Teil- oder Vollretoure handelt und die Versandkosten dem Endkunden anteilig oder gar nicht berechnet werden. Die häufigsten Gründe (aus der Studie) für Retouren sind folgende:

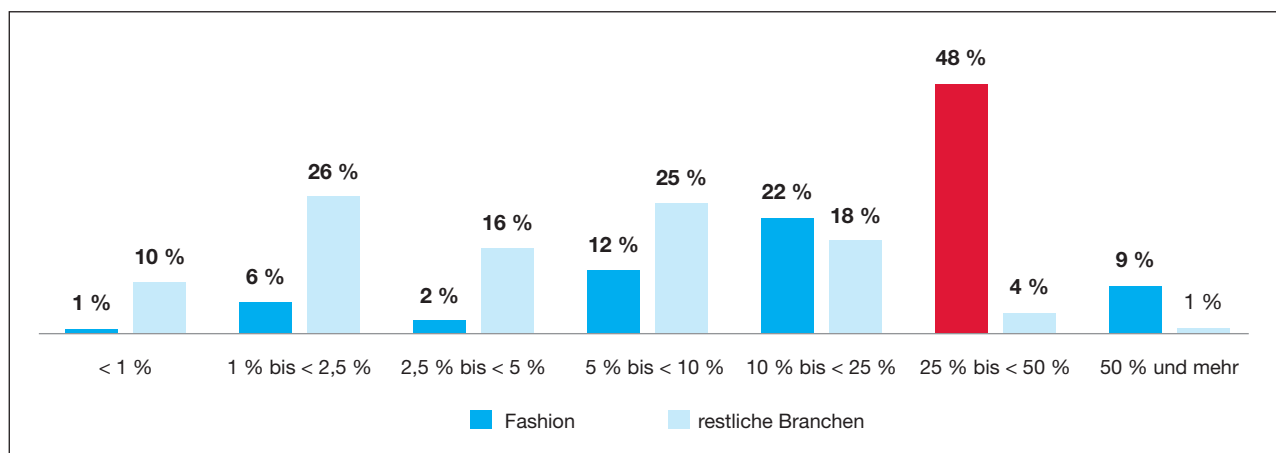
- Artikel gefällt nicht – 59 Prozent
- Artikel passt nicht – 52 Prozent
- Mehrere Varianten zur Auswahl bestellt – 38 Prozent
- Artikel defekt oder beschädigt – 27 Prozent
- Falschbestellung – 26 Prozent
- Keine echte Kaufabsicht – 13 Prozent
- Artikel entspricht nicht der Produktbeschreibung – 12 Prozent
- Falscher Artikel geliefert – 7 Prozent
- Doppelkauf – 5 Prozent
- Zu lange Lieferzeit – 4 Prozent

Aus den Expertengesprächen der Studie wurde ersichtlich, dass sich die Unternehmen zu wenig mit diesem Thema befassen. So fehlen in den meisten Organisationen dezidierte Mitarbeiter oder Strategien, die sich mit Retourengründen oder Retourenvermeidung beschäftigen.

Eine der größten Herausforderungen im Online-Handel ist die fehlende Haptik für die Kunden.

Aus der Endkundenbefragung lassen sich folgende Ansätze ableiten:

1. Die Artikel sollten so realitätstreu wie möglich im Online-Shop dargestellt werden.
2. Die Online-Shops sollten Erfahrungswerte von anderen Kunden zulassen, so dass sich die Kunden untereinander beraten können. Die Konsumentenumfrage hat ergeben, dass fast alle Kunden (86,1 Prozent) das Feedback anderer User lesen.
3. Einer der häufigsten Gründe für Retouren ist: „Der Artikel passt nicht“. Anhand der Konsumentenumfrage wurde festgestellt, dass ein einfach zu bedienender Größenberater dem Kunden bei der Größenauswahl helfen kann. Den Größenberater fanden alle befragten Unternehmen interessant, jedoch waren sie der Meinung, dass es die perfekte Lösung auf dem Markt noch nicht gebe.
4. Nur 6,6 Prozent der Teilnehmer sind nicht bereit, Versandkosten



Beta-Retourenquoten nach Branchen

zu tragen, das heißt, die Unternehmen könnten sich durchaus überlegen, generell Versandkosten zu veranschlagen. Bestätigt wurde dagegen die Tendenz, mehrere Artikel zu bestellen, um Versandkosten zu vermeiden (54,4 Prozent).

5. Änderung der Zahlarten: Ein großer Faktor, welche die Retourenquote beeinflusst, ist die Zahlart. Die höchste Retourenquote liegt bei „Kauf auf Rechnung“ vor. Die Konsumentenumfrage zeigt, dass ein Großteil der Kunden bereit wäre, die Zahlungsart zu ändern, wenn dafür ein Rabatt bei der Bestellung angerechnet würde.
6. Schaffung von Zuverlässigkeit und Verbindlichkeit: Wie sich bei der Untersuchung herausstellte, ist es von Bedeutung, dass der Kunde nach seiner Bestellung die Artikel

in der vom Unternehmen kommunizierten Zeit erhält. Es wurde deutlich, dass die Retourenquote mit jedem Tag um 0,5 Prozent ansteigt, wenn der Kunde sein Paket nicht rechtzeitig erhält, da dann das Produkt in alternativen Kanälen gekauft wird.

7. Unprofitable Kunden identifizieren: Kunden mit einer hohen Retourenquote sollten genauer auf ihre Profitabilität untersucht werden. Die Kunden, die nicht zur Wertsteigerung eines Unternehmens beitragen, sollten durch ein Vielretournerer-Stufenprogramm ausgesondert werden. Die Kosten der Retouren müssen den Erlösen der Kunden gegenübergestellt werden. Kunden, die dem Unternehmen negative Deckungsbeiträge beibringen, sollten durch das

Stufenprogramm eine gewisse Restriktion erhalten.

Fazit: eine Retouren-Reduktions-Strategie sollte integrierter Bestandteil des E-Commerce sein. Dieser kann nur gemeinsam mit dem Kunden erfolgreich sein, deshalb sollte jedes Unternehmen die genauen kunden- sowie produktbezogenen Retourengründe analysieren, Maß-

Retourengründe müssen analysiert werden

nahmen testen und konsequent nachverfolgen. So lassen sich Retourenkosten signifikant senken und die Profitabilität langfristig steigern. ●

Ein Lieferantenlogistikzentrum in Marklkofen

Für den Filtrationsspezialisten Mann+Hummel hat Fiege in unmittelbarer Nähe zum Produktionswerk in Marklkofen in Niederbayern ein neues Logistikzentrum errichtet.



11.2014



01.2015



02.2015



03.2015



04.2015



05.2015



06.2015



07.2015

Der Neubau wurde im Juli abgeschlossen und unmittelbar danach in Betrieb genommen. Auch dabei setzt Mann+Hummel auf den Logistikspezialisten Fiege. In diesem Lieferanten-Logistikzentrum lagern jetzt die gesamten Kaufteile und Halbwaren für die Produktion von Mann+Hummel in Marklkofen. Mit einer Hallenfläche von circa 33.000 Quadratmetern – die Gebäudeabmessungen betragen 224 Meter mal 133 Meter bei 14 Metern Höhe – liegt das Investitionsvolumen für die Baumaßnahme bei rund 20 Millionen Euro. Die Anbindung der neuen Hallen an das Bestandswerk erfolgt zum überwiegenden Teil über ein führerloses Transportsystem (FTS) und mit Shuttles. Die neue Partnerschaft zwischen Mann+Hummel und Fiege Industrial Logistics, des Industrielogistikbereichs von Fiege, ist ein weiterer Meilenstein in der Geschichte des Kontraktlogistikspezialisten Fiege.



07.2015

Erfolgreiche Partnerschaft seit mehr als 30 Jahren

Seit 30 Jahren sind Bischof + Klein, einer der führenden Komplettanbieter für flexible Verpackungen und technische Folien, und die Fiege Gruppe Geschäftspartner. Fiege wickelte zunächst sämtliche ausgehenden Transporte ab. Und vor gut 20 Jahren riefen die beiden Unternehmen eine neue Gesellschaft mit dem Namen LSL Logistik Service Lengerich GmbH & Co. KG ins Leben.

Anlass für die Gründung war damals die Öffnung des Binnenmarktes und die damit verbundene Freigabe des Gütertarifs. Das Gemeinschaftsunternehmen bot die Möglichkeit, einen hohen Servicegrad zu halten und Kostentransparenz auch ohne Tarifbindung zu gewährleisten. 2003 wurde das moderne Logistikzentrum am Hullmanns Damm eingeweiht. Dies ermöglichte die Ent-

flechtung von Kommissionierung und Lageraktivitäten. Außerdem konzentrierten sich nun Materialbereitstellung, Lagerung und Transport von Fertigware auf einen einzigen Standort. Eine deutlich schnellere und reibungslosere Abwicklung, auch dank nächtlicher Kommissionierung, war die Folge. Zusätzliche Synergieeffekte ergeben sich dadurch, dass im Logistikzentrum nicht nur unsere Fertigware,

sondern auch Rohstoffe der Lieferanten gelagert werden. Sie können von dort zeitgenau für die Produktion abgerufen werden. Heute verfügt LSL in Lengerich über 32.500 Palettenstellplätze in zwei Lagern. Jährlich werden von Lengerich aus knapp 140.000 Paletten versandt. Von Konzell aus, dem zweiten Standort der LSL, sind es etwas mehr als 110.000 Paletten. Das Joint Venture startete damals mit 14 Mitarbeitern – heute

Ein Meilenstein in der gemeinsamen Geschichte von B + K und Fiege war der Neubau am Hullmanns Damm.



arbeiten in Lengerich 36 und in Konzell weitere fünf Mitarbeiter.

Günter Westrup, seit über 15 Jahren als Geschäftsführer für Fiege in verschiedenen Bereichen tätig, ist seit Januar 2015 auch für die LSL verantwortlich. Er hebt insbesondere die gute Zusammenarbeit zwischen den Joint-Venture-Partnern hervor. Als Vorteile dieser Kooperation nennt er die starke Verkürzung der Reaktionszeiten bei Lieferungen an die Kunden: „Das ist der Bündelung See-Luft-Land-Verkehr zu verdanken und wirkt sich natürlich auch bei Wareneingängen positiv aus.“

Wandelnde Anforderungen des Marktes

Natürlich gab es in den 30 Jahren der Zusammenarbeit immer wieder besondere Herausforderungen, die gemeistert werden mussten. „Eine ständige Herausforderung aber ist es“, sagt Günter Westrup, „sich den wandelnden Anforderungen des Marktes anzupassen. Viel verändert hat sich natürlich durch die Einführung von EDV und die digitale Entwicklung. Der Neubau LSL LC1 am Hullmanns Damm Anfang der 2000er Jahre war ein Meilenstein unserer gemeinsamen Geschichte.“

Abschließend erwähnt Günter Westrup die von Fiege praktizierte „Grüne Logistik“, die für umweltfreundliche Logistik steht. „Das bedeutet zum Beispiel, dass Transporte reduziert werden. Durch die Zusammenfassung von Teilsendungen zu Ganzladungen, wie wir das nennen, werden Lkw besser ausgelastet und es sind weniger Fahrten nötig. Die Möglichkeiten der Fiege Gruppe tragen wesentlich dazu bei, Verkehrsströme zu reduzieren und CO₂ einzusparen“, erklärt er. Und er hat noch eine gute Nachricht zum Schluss: „Der Vertrag mit Bischof + Klein wurde jetzt vorzeitig verlängert bis zum Jahr 2025!“ ●



Günter Westrup hebt insbesondere die gute Zusammenarbeit zwischen den Joint-Venture-Partnern hervor.





Auch in der Lagerhalle findet eine durchgängige Temperaturüberwachung statt.

Hohe Anforderungen an Mitarbeiter und Prozesse

Die deutschlandweite Krankenhausversorgung durch ihre Logistikdienstleistung hat die Fiege Gruppe erreicht: Mit der Eröffnung der neuen Standorte für den Kunden clinic.log verfügt Fiege jetzt zusammen mit den bereits bestehenden Standorten für die St. Franziskus-Stiftung Münster über ein engmaschiges Netz in der Healthcare Logistik und hat sich als größter Dienstleister in diesem Segment in Deutschland etabliert.

Der neue Kunde der Fiege Healthcare GmbH, die Logistik- und Dienstleistungsgesellschaft clinic.log, ist eine Tochter des Sana Konzerns für den operativen Einkauf und die Logistik. Sie legt ihren Schwerpunkt auf die Reorganisation von klinikinternen Einkaufs- und Logistikprozessen. Das Projekt forderte in seiner Implementierungsphase einen hohen Arbeitseinsatz des gesamten Projekt-

teams, das partnerschaftlich von clinic.log unterstützt wurde.

Seit Herbst 2014 erfolgte schrittweise die Aufschaltung von fünf Lagerstandorten: das Mega Center Hamburg, Bochum, Berlin, Stuttgart und München. Hier übernimmt Fiege die physische Logistik für clinic.log und versorgt rund 30 Einrichtungen – Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen – mit den täglichen Bedarfen in der Krankenhausversorgung. Der

Mehrwert für den Kunden liegt auf der Hand: clinic.log kann sich stärker auf die Optimierung des Einkaufs und die Prozesse innerhalb der Krankenhäuser konzentrieren und dabei gemeinsam mit Fiege die Abläufe der Versorgung optimieren.

Die Krankenhauslogistik stellt durch ihre Warengruppen hohe Anforderungen an Mitarbeiter und Prozesse: Gefahrgut, Arzneimittel und Medikalware werden logistisch bearbeitet. Alle Mitarbeiter sind im Handling mit Arzneimitteln geschult, um eventuelle Fälschungen oder Beschädigungen erkennen zu können. So wird sichergestellt, dass nur unbeschädigte Originalprodukte in die Krankenhäuser gelangen. Dabei müssen zahlreiche Hygienestandards eingehalten werden, um das Risiko der Einschleppung von Keimen und Erregern über die Waren zu minimieren. Eine tägliche fehlerfreie Kommissionierung ist unabdingbar, da im schlimmsten Fall sogar Operationen verschoben werden müssten.

Alle Prozesse werden scannerbasiert durchgeführt, so ist zu jeder Zeit sichergestellt, dass die Nachvollziehbarkeit des Warenflusses dokumentiert ist. Ebenso nachprüfbar ist, welcher Artikel in welcher Box wann im Krankenhaus zugestellt wurde. Das ist zwingend notwendig, wenn es zu Produktrückrufen der Industrie kommt. Fiege kann dann direkt die betroffenen Waren im Lager sperren und dem Krankenhaus mitteilen, welche Ware wann auf welche Station geliefert wurde. Durchgängige Temperaturüberwachung (15 bis 25 °C) der Lagerhalle und auf den Transportfahrzeugen stellt sicher, dass die sensible Ware immer innerhalb der zulässigen Temperaturgrenzen transportiert wird. Das Lagerverwaltungssystem von Fiege Healthcare ist nach dem europäischen Standard GDP zertifiziert. ●

Optimiertes Vertriebsnetz für Therapieprodukte

Die exakte Beschreibung des Konzepts für ein optimiertes Vertriebsnetz einschließlich Bestandsmanagement für KCI V.A.C.® Therapy products, das Fiege in Zusammenarbeit mit KCI, einem Unternehmen der Acelity, entwickelte, war die Grundlage für die Bewerbung um den Deutschen Logistikpreis 2014. Die Lösung wurde auf dem 31. Logistikkongress im Oktober 2014 mit dem dritten Preis ausgezeichnet.



Mit dem dritten Platz wurde das Konzept, vorgestellt von Carina Haverstreng, Niederlassungsleiterin Fiege Healthcare Münster, auf dem Logistikkongress 2014 ausgezeichnet.

Mehr als 100.000 Mal im Jahr muss in Deutschland schnellstmöglich ein Produkt von KCI in einem der 2.000 von dem global diversifizierten, auf die Wundversorgung und regenerative Medizin spezialisierten Unternehmen versorgten Krankenhäuser zum Einsatz kommen. Die Logistik hinter diesen Einsätzen wird von Fiege für Deutschland, die Schweiz und >



Reinigung und Desinfektion der Therapieeinheiten.

Österreich ausgeführt. Wie die beiden Unternehmen KCI und Fiege den Übergang meisterten und Effizienzsteigerungen verbuchen konnten – und das in einem Markt, der sehr auf Qualität bedacht ist und keine Fehlertoleranz kennt – wird im Folgenden beschrieben.

Die Ausgangssituation

2012 musste sich KCI einigen besonderen Herausforderungen stellen, nachdem ein Teil des Unternehmens verkauft worden war und die verbleibende Logistikstruktur in Folge dessen überdimensioniert war. Zusätzlich vermerkte KCI den Zugang von

Lagerung der Therapieeinheiten.



Mitbewerbern auf den Markt. Um das Unternehmen für die Zukunft wettbewerbsfähig aufzustellen, entschied sich KCI für eine Auslagerung seiner Logistik. In Deutschland, seinem größten Markt außerhalb der USA, unterhielt KCI 17 Service-Center. Von hier aus brachten Techniker und Vertriebler die eingesammelten Geräte zur Nutzung in die Krankenhäuser und nach deren Einsatz wieder zurück. Es handelte sich hierbei um ein exklusives für KCI aufgestelltes System.

Als zentrale Anforderung formulierte KCI die Notwendigkeit, einen einzigen Dienstleister für die gesamte DACH-Region haben zu wollen, um länderübergreifend einheitliche und genormte Prozesse umsetzen zu können. Aus der Prozess-Perspektive erwartete KCI die Übernahme des Leasings für den vollständigen Lebenszyklus ihrer V.A.C.® Therapy Geräte durch den zukünftigen Logistikdienstleister.

Der bisherige Status

Der Zyklus beginnt mit einem Auftrag von KCI, in dem alle notwendigen Informationen wie Lieferanschrift und erforderliches Produkt, aufgeführt sind. Die jeweils bestellte Einheit wird durch einen Fahrer direkt zum Krankenhaus bzw. zum ambulanten Pflege-Patienten transportiert. Nach dem Einsatz erfolgt eine Rückmeldung an KCI, und KCI generiert einen Abholauftrag, welcher abermals von dem Fahrer erfüllt wird. Dieser transportiert das Gerät zum entsprechenden Service-Center, wo es in einer keimarmen Umgebung gereinigt wird und anschließend eine strenge Qualitätsprüfung durchläuft. Wenn das Therapie-Gerät die Prüfung be-

steht, wird es eingelagert, wo es bis zur nächsten Auslieferung abholbereit bleibt. Berücksichtigt man jedoch, dass KCI ein äußerst kundenorientiertes Unternehmen ist, wird klar, dass nicht alle Prozesse standardisiert werden konnten und viele Besonderheiten auf Wunsch des Kunden berücksichtigt werden mussten.

Die Produktflotte, die diesen Prozess durchläuft, ist mehr oder weniger konstant, so dass das Flottenmanagement für die landesweit zu verteilenden Geräte eine kritische Anforderung darstellt. Zudem haben viele Krankenhäuser die hochwertigen V.A.C.[®] Therapy-Geräte ihrem Konsignationslager hinzugefügt, um eine unmittelbare Verfügbarkeit bei Bedarf gewährleisten zu können, wobei dem Kunden Kosten für diese nur beim Einsatz des Gerätes anfallen. Dass die Geräte dort verfügbar sind, wann und wo Bedarf besteht, stellte eine weitere Anforderung an die Logistikdienstleistung dar.

Die Anforderungen

KCI musste sicher sein, dass der zukünftige Dienstleister in der Lage wäre

- Service Center einzurichten, die eine getrennte Bearbeitung der benutzten und gereinigten Einheiten ermöglichen,
- keimarme Einrichtungen zu gewährleisten,
- Qualitätsprüfungen gemäß der KCI SOP vorzunehmen (Standard Operation Procedure) und zugleich diese Prüfungen angemessen zu dokumentieren,
- ihre Fahrer sowie ihr Reinigungspersonal so auszubilden, dass die richtige Handhabung der Geräte in den unterschiedlichen möglichen Szenarien gewährleistet ist.

Fiege als Dienstleister im Healthcare Markt

Die Fiege Gruppe verfolgt eine klare strategische Ausrichtung bezüglich der Branchen, auf die sie sich spezialisiert hat. Dazu zählt der Bereich Healthcare. Das Konzept der Fiege Gruppe besteht darin, verschiedene Produktlinien (hauptsächlich sterile, pharmazeutische und medizinisch-technische Produkte) in einen kombinierten Weitertransport zu bündeln. Der Lieferprozess endet nicht an der Schwelle des Krankenhauses, vielmehr geht Fiege direkt in die Krankenhäuser und beliefert bis auf die Station oder gar bis an die Schränke der Ärzte. Die Rücksendung des benutzten Materials (Instrumente nach einer OP oder Wäsche) ist wichtiger Bestandteil des Dienstleistungsspektrums von Fiege.

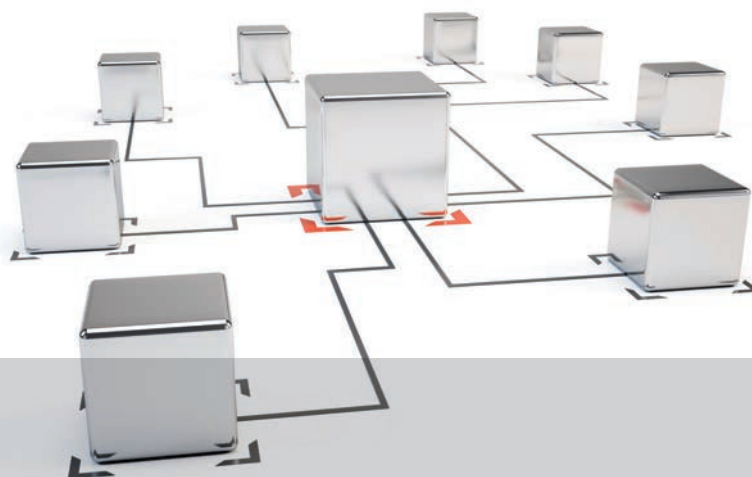
Die Umsetzung des Projekts

KCI hat sich für Fiege als seinen zukünftigen Partner entschieden aufgrund

- des hohen Wissens über die Kunden von KCI, also die Krankenhäuser, >

Healthcare Standort Münster

Neben KCI betreibt der Healthcare Standort in Münster weitere Kundengeschäfte aus der Medizintechnik- und Pharmabranche. Die Spezialität des Standorts liegt in der GMP-konformen Abwicklung der Geschäfte, die für die Kunden von höchster Relevanz ist. Die Waren werden in zwei Temperaturzonen eingelagert (15 – 25 °C und 2 – 8 °C) und in diesen weiterverarbeitet. Dabei steuert Fiege häufig die komplette Supply Chain für seine Kunden, die ab Produktionsstandort in Fernost startet. Fiege organisiert die Inboundlogistik (See/Luft + Trucking ab Hafen), die Lagerung, Kommissionierung, Verpackung und häufig ein hohes Maß an Value Added Services (Umpacken, Aufbereiten etc.) am Standort in Münster und organisiert dann den Versand an den Kunden in den geforderten Temperaturfenstern (inkl. aller zollrelevanten Themen bei Bedarf). Die Mitarbeiter des Standortes sind allesamt auf Basis von SOP Trainings auf die speziellen Kundenprozesse geschult und Experten in der Abwicklung. Neben der DIN ISO 9001 und 14001 Zertifizierung, liegt eine Zertifizierung nach §52 Abs. 1 AMG vor.



22 · Healthcare Konzept



Weitere Funktionsprüfungen der Therapieeinheiten.

- seiner Erfahrung mit anderen MedTech Unternehmen sowie mit den für diese erbrachten Aufarbeitungsprozessen,
- seiner bewährten Fachkompetenz bei der Einrichtung von Vertriebsstrukturen für zeitkritische Produkte,
- seines Konzepts zur Optimierung des Distributionsnetzes von KCI,
- der Größe des Unternehmens, die passend ist, um über die benötigten Strukturen zu verfügen und zugleich ausreichend flexibel ist, um eine maßgeschneiderte Lösung für KCI zu entwerfen und umzusetzen.

Das in Deutschland umgesetzte Konzept wurde nach folgenden Aspekten entwickelt:

- Im Notfall muss eine Lieferung innerhalb von vier Stunden abgeschlossen sein.
- Die Anzahl der Geräte ist limitiert, so dass die Umschlagszeit für die Bearbeitung der Geräte sehr kurz sein muss.
- Eine optimale Kostenstruktur wird anvisiert.
- Die geographische Verteilung der Krankenhäuser (und somit der KCI Kunden) ist nicht gleichmäßig verteilt, jedoch gibt es bestimmte Hot Spots.

Für Deutschland führten diese Planungsgrößen dazu, dass sieben Service-Center eingerichtet wurden, die auch die Möglichkeit zur Reinigung und Qualitätsprüfung anbieten, sowie vier Umschlagpunkte, die von

einem Zentrum mit Geräten beliefert werden, die bereits zur Auslieferung an Patienten bereit sind und wo die Geräte auch zur Reinigung und Qualitätskontrolle zurückgesandt werden. Obwohl die Vorgehensweise dezentral ist, werden die zugrunde liegenden Abläufe zentral organisiert. Abgesehen von den festen Lagerstandorten, die landesweit verteilt sind, um eine Notfall-Auslieferung innerhalb von vier Stunden rund um die Uhr und an 365 Tagen des Jahres gewährleisten zu können, verwendet Fiege die Transporter der Fahrer tagsüber als eine Art rollendes Lager.

Landesweit fahren 40 bis 60 Fahrer ihre jeweiligen täglichen Touren. Jeden Tag aufs Neue wird die Liste ihrer Aufträge von einem zentralen Dispositionsteam erstellt. Sobald der Tourenplan an den Fahrer geleitet wird, sieht dieser die Tour auf seinem mobilen Endgerät und kann mit der Beladung seines Transporters beginnen. Sämtliche Fahrer beladen mehr Produkteinheiten als benötigt werden, damit sie etwaige anfallende zusätzliche Lieferungen, die am selben Tag fällig werden, oder Notfallaufträge, die im Laufe des Tages eingehen, ausführen können.

Sobald das zentrale Dispositionsteam Kenntnisse über neue Aufträge erlangt, kann es den jeweiligen Standort der Fahrer prüfen und checken, ob diese die angeforderten Einheiten in der geforderten Menge verfügbar haben. Diese beiden Ansichten beim zentralen Dispositionsteam führen zu einem weiteren Vorteil: dem Kunden den bestmöglichen Service anbieten zu können. Sollte der Kunde ein zusätzliches Gerät benötigen oder ein anderes Modell anfordern als ursprünglich geordert, ist das Dispositionsteam in der Lage zu prüfen, ob der zugewiesene Fahrer diese neue

Anfrage erfüllen kann. Falls ja, wird die Überarbeitung unmittelbar zum mobilen Gerät des Fahrers weitergeleitet.

Diese Flexibilität stellt einen großen Vorteil gegenüber einer papierbasierten Lieferweise dar. Wenn der Fahrer am Krankenhaus ankommt, um eine Lieferung auszuführen, scannt er die Seriennummer, nimmt bestimmte Daten von der Krankenschwester entgegen, welche für den späteren Rechnungsvorgang von KCI relevant sind, und lässt sich von der Krankenschwester die Übergabe auf dem mobilen Endgerät signieren. Dieser Vorgang löst einen Ausdruck für die Krankenschwester aus (Print On Demand), und sämtliche Daten werden an das Fiege System weitergeleitet, wo diese mit dem Warenwirtschaftssystem von KCI vernetzt werden.

Vendor Managed Inventory

Viele Krankenhäuser übernehmen die hochwertigen Produkte von KCI in ihr Konsignationslager, um somit das Produkt zu ihrer Verfügung zu haben, wenn es benötigt wird, aber nicht eher dafür zahlen zu müssen, bis es tatsächlich eingesetzt wird. Während der ersten Monate der Zusammenarbeit generierte KCI immer noch Nachschubaufträge per Standby für Fiege. Ziel war es, den gesamten Nachschubprozess an Fiege zu übergeben, um diese Lager auf der Grundlage einer Minimal-/Maximalplanung aufzustocken.

Während der Anfangszeit konnte Fiege Erfahrungen sammeln und Daten in Bezug auf den Einsatz der Geräte bei den verschiedenen Standby-Standorten zusammentragen. Die Analyse dieser Verbrauchsdaten er-

gab eine Minimal-/Maximalplanung, die auf eine Logistik abzielte, bei der kleine Krankenhäuser ihre Konsignationslager einmal pro Woche und große Krankenhäuser zweimal die Woche aufstockten.

Die Erfüllung jeder Order hat höchste Priorität, sodass sofort, wenn das Zentrum nicht genügend Geräte zur Verfügung hat, ein zentraler Bestandsmanager in der Lage ist zu überprüfen, ob das Zentrum

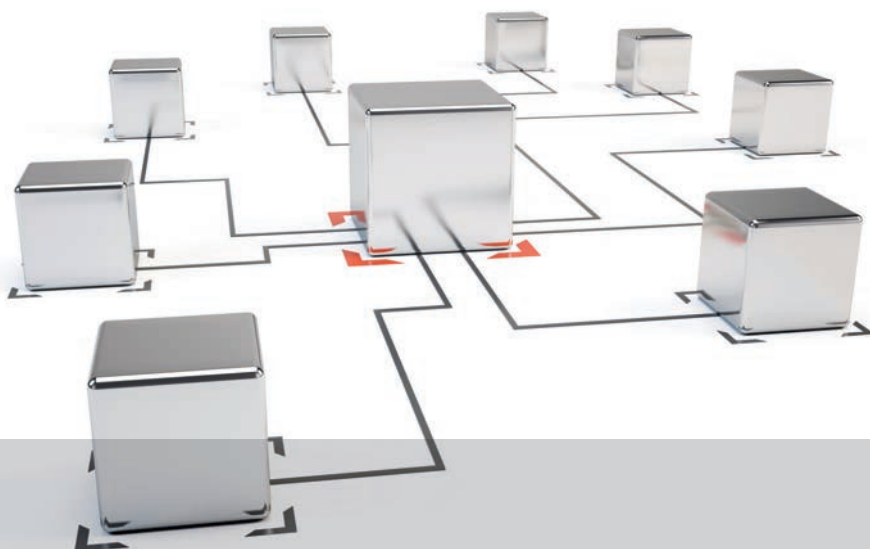
- a) mehr Ressourcen in die Reinigung/Qualitätsprüfung investieren muss, damit mehr Einheiten für Patienten zur Verfügung stehen,
- b) die Abholung als Priorität anzugehen hat, damit die Geräte der Flotte zugeführt werden können,
- c) zusätzliche Bestände benötigt, damit diese von einem anderen Zentrum überführt werden können.

Die Vorteile für KCI

Das Outsourcen der Logistik für KCI erfolgte unter der klaren Prämisse, dass das Service-Netzwerk überarbeitet werden sollte, ohne den Betriebsablauf des Kunden zu beeinträchtigen. Abläufe innerhalb der neuen Strukturen haben sich schnell

stabilisiert, und der gegenwärtige Service Level verläuft innerhalb der vertraglich vereinbarten Service Level Agreements. Weitergehende Effizienzen wurden gewonnen, als das automatische Standby-Nachschub-Konzept umgesetzt wurde, das zu einer Reduzierung der Anzahl von Standby-Nachschüben um zwölf Prozent führte, was wiederum einen positiven Effekt auf die Verfügbarkeit der Geräte sowie Kosten aufgrund der verringerten Anzahl von Lieferfahrten hatte.

Die Flexibilität wurde aufrechterhalten, da die eingesetzte IT-Lösung flexibel genug ist, um auf individuellem Kundenniveau auf einen Wechsel innerhalb der Service Level Agreements von einem Tag auf den anderen reagieren zu können. Wie bei vielen Logistikauslagerungen wurden die Änderungen genutzt, um zugleich eine Standardisierung innerhalb des Unternehmens anzustoßen. Strukturen wurden angeglichen, und das Unternehmen hat es geschafft, sich abermals auf seine Kernkompetenzen zu konzentrieren, nämlich die Produktion, den Vertrieb und die Klinik-Unterstützung, die benötigt wird, um den effektiven Einsatz der Therapie-Produkte zur Rettung von Menschenleben zu gewährleisten. ●





Fiege Zaandam ist attraktiver Partner im Healthcare-Sektor

Der Fiege Multi-User-Standort Zaandam bei Amsterdam hat sich in den letzten Jahren zu einem attraktiven Partner für den niederländischen Healthcare-Sektor entwickelt. Fiege hat sich in den Bereichen Transport und Lagerung auf Kühl- und radioaktive Güter spezialisiert und ist für mehrere namhafte Pharma-Hersteller wie Roche, Eurocept und Abbott tätig.

In Zaandam setzt die Fiege Gruppe im Healthcare-Bereich neue Maßstäbe. Bereits 2011 hat die Niederlassung die „Whole sale licence“ erhalten, die es einem Unternehmen erlaubt, Medizinprodukte – Medikamente – zu vertreiben. Zur Erlangung dieser Lizenz muss der Betrieb konform zu den GDP (good distribution practice) -Regeln arbeiten und regelmäßige Inspektionen durchlaufen. Dazu gehören unter anderem die Lagerung und der Transport von Ware, die zwischen 2-8 °C aufbewahrt werden muss.

Im Jahr 2013 wurden die GDP-Richtlinien mit dem Ziel aktualisiert, die Qualität der Güter entlang der gesamten Logistikkette durch kontrollierte

Temperaturstabilität zu gewährleisten. So geben die Richtlinien nun vor, dass eine separate Lagerung von „2-8 °C-Gütern“ und „Raumtemperatur-Gütern“ bei 15 bis 25 °C einzuhalten ist.

Fiege mit neuer GDP-Zertifizierung

Nach Inkrafttreten der strengeren GDP-Regeln wurden in einem Kraftakt innerhalb eines halben Jahres die neuen Vorgaben der Gesundheitsbehörden in Bezug auf Lager, Prozesse sowie die Ausrüstung vollständig umgesetzt. Dazu gehörten die Einrichtung eines separaten Lagerbereichs für 15-25 °C-Produkte, ein vollständiger

Austausch und eine Aufrüstung der Transportflotte, permanente IT-Überwachung der Temperaturstabilität im Lager und Fahrzeug sowie regelmäßige Schulungen der Lagermitarbeiter und Fahrer. Darüber hinaus wurden intern alle Prozesse sowie Subunternehmer auf GDP-Konformität überprüft.

Als einem der ersten Logistikdienstleister im niederländischen Markt bestätigte die Gesundheitsbehörde im März 2015 die Anstrengungen der Niederlassung: Fiege erhielt die neue GDP-Zertifizierung. Diese Markterfordernis brachte Fiege bereits die Erweiterung des Bestandskunden Eurocept, einem Pionier auf dem Gebiet der Krankenhausersatzpflege.



Der Multi-User-Standort Zaandam bietet maßgeschneiderte Logistiklösungen bis zum Endkunden.

Hier kommen modernste Fahrzeuge für die Healthcare Distribution zum Einsatz.



Fiege als High-end-Lieferant für die direkte Patientenversorgung

Bereits seit 2011 ist Fiege für den Pharma-Großhändler im B2B-Bereich tätig und liefert hunderte von Aufträgen pro Tag innerhalb der Benelux Länder an Krankenhäuser und Apotheken aus. Nach Veröffentlichung der neuen GDP-Richtlinien musste das Unternehmen sich eine andere Lösung für seine Endkundendistribution suchen, die bisher über KEP-Dienstleister durchgeführt wurde. Aufgrund seiner GDP-Zertifizierung

konnte Fiege den Bereich „business to patient“ in den Niederlanden gewinnen.

Nach nur einer kurzen Vorlaufphase liefert Fiege nun ab Juni medizinische Produkte von Eurocept (von Medizintechnik über Medikamente) direkt an den Patienten nach Hause. Dafür wurde die Fahrzeugflotte erweitert, die mehrere hundert Speziallieferungen am Tag innerhalb eines neuen dedizierten home-delivery-Netzwerks verteilt. Dabei kann Fiege auf Erfahrungen von home deliveries für verschiedene Krankenhäuser zurückgreifen. Durch die Erweiterung der Aktivitäten für Eurocept zeichnet sich Fiege Zaandam nun für die gesamten Transporte im B2B- als auch

B2C-Bereich in den Niederlanden verantwortlich.

Healthcare-Standards als USP

Die GDP Richtlinien sind weltweit gültig und werden für alle Beteiligten im medizinischen Healthcare-Sektor verpflichtend. Die frühe Zertifizierung, die die MedizinhHersteller von allen Supply-Chain-Dienstleistern in Zukunft verlangen werden, betont einmal mehr die hohe Qualität der Logistikprozesse von Fiege in den Niederlanden und wird die Marktattraktivität für potenzielle Kunden weiter erhöhen. ●



Der Etac Clean
Dusch- und Toilettenrollstuhl.

Erfolg durch Veränderung

Seit 20 Jahren ist Etac mit einer eigenen Niederlassung in Deutschland vertreten. Der schwedische Reha-Spezialist steht für Qualität – und sieht seine Zukunft in der Nische.

Zahlen und Fakten zu Etac

Die Geschichte von Etac beginnt in den 30er Jahren in Schweden. Die Visionärin Elise Ottesen-Jensen bemühte sich um die sexuelle Aufklärung der Bevölkerung und gründete 1933 den schwedischen „Reichsverband für sexuelle Aufklärung“ (RFSU). Um die Mission zu finanzieren, verkaufte RFSU technische Alltagshilfen. Aus dieser Initiative entwickelte sich später der Hilfsmittel-Spezialist Etac.

Die Produktionsstätten und die Etac Hauptlager befinden sich in Andersborg in Südschweden und in Gedved in Dänemark.

Gesamtumsatz: rund 120 Millionen Euro, rund 600 Mitarbeiter. Die Gruppe gehört dem schwedischen Investor Nordstjernan.

Etac GmbH (Deutschland, Österreich)

- Umsatz: rund 11 Millionen Euro
- Etwa 30 Mitarbeiter, davon 11 im Außendienst
- neben Etac Marken, ROHO Antidekubitus Produkte, Feal Alurampen

Als Ralf Kirchhoff, Frank Kovitz und Artur Gietl am 1. Juli 1995 die deutsche Niederlassung gründeten, gab ihnen der schwedische Reha-Spezialist eine Vorgabe mit auf den Weg: Mit Blick auf die Fachmesse Reha-care sollte der Firmensitz nicht zu weit entfernt vom Düsseldorfer Flughafen liegen. Die Wahl fiel auf Marl am nördlichen Rand des Ruhrgebiets. Seitdem ist Etac zwar kontinuierlich gewachsen, aber immer noch am gleichen Standort wie vor 20 Jahren. Geschäftsführer Artur Gietl, Mann der ersten Stunde, erläutert seine Strategie.

Das Wort „Ausschreibung“ löst Emotionen in der Hilfsmittelbranche aus. Artur Gietl stellt keine Ausnahme dar: „Ausschreibungen nehmen zu. Das erfüllt uns mit Sorge. Denn die Versorgungsqualität nimmt ab“, sagt der langjährige Branchenfachmann und ergänzt: „Selbst Sitzkissen werden ausgeschrieben. Die Krankenkassen glauben, dass Schaumkissen bis zum Dekubitusgrad 4 einsetzbar sind. Da wird die Gesundheit des Patienten aufs Spiel gesetzt.“ Diese Marktentwicklung fordert auch Etac heraus. „Billige Massenware wollen wir nicht.“ Der Reha-Spezialist setzt auf Qualität.





Der Rollstuhl Prio mit besonderem Pflegekomfort.

Diese kommt nicht von ungefähr. Gietl verweist auf das „innovationsfreundliche Klima“ in Skandinavien. In Schweden und Norwegen übernehmen staatlich betriebene Hilfsmittel-Zentralen die Versorgung anstelle von Sanitätshäusern. Die Therapeuten tauschen sich direkt mit den Herstellern aus. Die deutsche Niederlassung bringt sich über die jeweiligen Bereichsleiter in diese Zusammenarbeit ein. Für den Entwicklungsprozess gilt generell: „Die Kostenfrage steht nicht gleich an erster Stelle.“ Aus diesem Ansatz resultierten daher viele innovative Produkte. Etac etwa hat 1985 den ersten vierrädrigen Rollator entwickelt.

Neue Geschäftsfelder

Die deutsche Niederlassung führt nicht das komplette Programm der Gesamtgruppe, denn die Entwicklung des Reha-Markts in Deutschland ist auch an Etac nicht spurlos vorübergegangen. Vor Jahren setzte man noch bis zu 30.000 Rollatoren und 2.000 manuelle Rollstühle pro Jahr ab. Jetzt sind es noch 500 Rollstühle für spezielle neurologische Krankheitsbilder. Die Konsequenz: „Wir mussten uns verändern und neue Geschäftsfelder erschließen“, so Artur Gietl. Zu der traditionellen Stärke bei Bad- und Toilettenhilfsmitteln sowie All-

tagshilfen addieren sich zunehmend Transferhilfen und Rampen. Gietl stellt fest: „Die stark ansteigende Zahl pflegebedürftiger Menschen in Institutionen und zu Haus ist ein wachsender Bereich.“ Um hier die Arbeit der Pflegefachkräfte und das Leben der Betroffenen zu erleichtern, bietet Etac Deutschland für diesen Bereich Lösungen des dänischen Herstellers Immedia, welcher auch zum Etac Konzern gehört, an.

Seit 2003 sind zunehmend die Antidekubitus-Kissen von ROHO eine feste Größe im Sortiment. Hier übernimmt die Fiege HealthCareLogistics GmbH den erforderlichen, qualitativ hochwertigen Service für die Antidekubitus Kissen, der die Desinfizierung, die hygienische Aufbereitung sowie die Reparatur und schnelle Lieferung umfasst. Damit kann Etac von der Rollstuhlanpassung über das Sitzkissen inklusive Service bis zum Transfer ins Auto, Bett oder auf die Toilette Lösungen „aus einer Hand“ anbieten.

Bei der Kundenbetreuung vor Ort ist man auf die Reha-Techniker und Sanitätsfachhändler angewiesen. „Wir haben erklärungsbedürftige Produkte, die individuell angepasst werden. Wir brauchen die lokalen Experten.“ Um das Know-how vor Ort zu sichern, investiert Etac daher stark in sein Schulungsprogramm. Die Resonanz ist groß. „Wir können den nachgefragten Bedarf gar nicht decken.“ Ebenso

wie die Fachleute will Etac aber auch die Anwender an Qualität heranführen. Dafür nutzt das Unternehmen gezielt die Möglichkeiten der neuen Medien, da man hier die Zielgruppen erreicht. „Muskeldystrophiker zum Beispiel sind gut vernetzt.“ In Schulungsvideos und E-Learning-Bausteinen werden Transferhilfen erläutert oder Tipps für die Pflege zu Hause gegeben. Ein riesiges Thema, denn: „Die Ambulantisierung der Pflege nimmt immer weiter zu.“

Organisch wachsen

Etac arbeitet mit rund 1.800 Kunden zusammen. Um die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel technisch zu vereinfachen, wird derzeit mit dem IT-Dienstleister Wheel-IT eine Schnittstelle an die E-Business-Plattform Viaedata entwickelt. Der Fachhändler kann künftig direkt aus seiner Branchensoftware heraus Bestellungen online abwickeln.

Die Etac GmbH setzt derzeit rund 11 Millionen Euro um. Durch den Einstieg in den Volumenmarkt ließe sich der Umsatz schnell steigern, weiß Gietl. Dafür würde im Sortiment eine Abrundung nach unten oder gleich eine „Low-Budget-Marke“ benötigt. Doch weder in Deutschland noch in der schwedischen Zentrale findet diese Strategie zurzeit Anklang. Gietl bevorzugt stattdessen die Integration innovativer junger Unternehmen.

In Deutschland will Etac auch künftig organisch wachsen und sich über Qualität und Service profilieren. Energie, Technik, Ambition und Charme lauten die Attribute des schwedischen Reha-Spezialisten. Oder auf eine kurze Formel gebracht: ganz einfach Etac. ●

Praxisnahe Ausbildung für Studierende beim Projektstudium



In Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Münster fördert die Fiege HealthCare GmbH im Rahmen eines Projekts junge Nachwuchskräfte in Münster. Das Projektteam unter der Leitung von Carina Haverstreng, Niederlassungsleiterin am Standort Münster, untersuchte, beobachtete und hinterfragte bestehende Logistikprozesse in der Healthcare-Branche. Methodisch begleitet wurde das Projekt von Prof. Dr. Franz Vallée, Leiter des Masterstudiengangs Logistik an der Fachhochschule Münster.



Bestehende Logistikprozesse werden im Projektstudium von den Studenten untersucht, beobachtet und hinterfragt.

Die Fachhochschule Münster bietet im Rahmen des Studiengangs Betriebswirtschaftslehre seit einigen Jahren ein Modul mit Namen „Projektstudium“ an. Im Rahmen des Moduls wird ein kleiner Kreis von Studierenden zunächst in mehrtägigen Seminaren zu Themen wie Change Management, Projektmanagement und Besprechungsmanagement geschult. Anschließend müssen die Studierenden sich in verschiedenen Unternehmen beweisen und anhand festgelegter Aufgabenstellungen ihr erlerntes Wissen anwenden.

Ziel des Projektstudiums

Ziel dieses Moduls ist es, die Studierenden möglichst praxisnah auf den Berufsalltag vorzubereiten und ihnen bereits frühzeitig wichtige Erfahrungen aus der Praxis als Rüstzeug für spätere Herausforderungen auf den Weg zu geben. Mit Erfolg: Die Studierenden sind begeistert und fühlen sich besser auf ihre berufliche Zukunft

vorbereitet, als andere Kommilitonen. „Viele Herausforderungen, die während der Umsetzung in der Praxis auftreten, lernt man einfach nicht in einer rein theoretischen Ausbildung“, erklärt Dominik Goetsch, Mitglied des Projektteams.

In diesem Jahr war die Fiege HealthCare GmbH erstmals mit im Boot und nahm ein Team von Studierenden auf. „Für uns ist dies eine tolle Möglichkeit, mit einem kleinen Kreis von künftigen Führungskräften frühzeitig zusammenzuarbeiten und sich dabei fokussiert um ein Projektthema außerhalb des Tagesgeschäftes zu kümmern“, freut sich Carina Haverstreng.

Auftrag des Projekts

Die Studierenden bekamen die Aufgabe, zwei Kundengeschäfte des Standorts Münster miteinander zu vergleichen. Während der eine Kunde (Ambu) über die IT voll integriert ist, wird der zweite Kunde (Etac) über die Kundensoftware abgewickelt, eine Methode, die die Abwick-

lung mutmaßlich ineffizienter macht. Fokuskunde sollte dementsprechend Etac sein, mit dem Ziel, die Abwicklung für den Kunden zu analysieren sowie Prozessverbesserungen zu identifizieren und umzusetzen. Als Priorität wurde herausgestellt, dass im Rahmen der fünfmonatigen Projektlaufzeit Ergebnisse umgesetzt werden sollten, nicht nur die Potenziale zu identifizieren.

Projektverlauf und Ergebnisse

Um die Geschäfte zunächst gut kennenzulernen, tauschten die Studierenden ihre Straßenschuhe gegen Sicherheitsschuhe ein. Über mehrere Tage arbeiteten sie in den praktischen logistischen Abwicklungen mit, um so die Geschäfte vergleichen zu können und Potenziale zu identifizieren. Beides gelang optimal, und schnell wurde daraus eine Vielzahl verschiedener Ideen. Diese wurden in Prozessworkshops mit den Mitarbeitern vertiefend analysiert und auf Machbarkeit hin überprüft. Es folgten Umbauten in der Lagerstruktur und Anregungen zur Prozessveränderung. Bei der Abschlusspräsentation konnten die Studierenden dann einem größeren Kreis, in dem mit Felix Fiege auch der Vorstand der Fiege Gruppe vertreten war, ihre Ergebnisse vorstellen. Die angehenden Betriebswissenschaftler legten Einsparungspotenziale in der logistischen Abwicklung offen und überzeugten insbesondere durch bereits umgesetzte Maßnahmen. Felix Fiege zeigte sich begeistert von den Ergebnissen und dem Engagement des gesamten Projektteams: „Die Studierenden konnten durch eine hohe Qualität der Analysen sowie durch ihre ansprechende Präsentation punkten.“ Die Fiege HealthCare GmbH kündigte an, auch in den kommenden Jahren Teams von Studierenden begrüßen und die Partnerschaft mit der Fachhochschule Münster vertiefen zu wollen.



Das Projektteam der Studierenden mit Felix Fiege (Mitte), Prof. Dr. Franz Vallée und Niederlassungsleiterin Carina Haverstreng (rechts).



Neue Herausforderungen für die Logistik

E-Commerce und Logistik –

Wie der Boom im Online-Handel den Logistikmarkt in Deutschland beeinflusst.

VON Christian Reichenauer

Zur Person

Christian Reichenauer ist seit Mitte 2013 Mitarbeiter der Gruppe Markt der Fraunhofer-Arbeitsgruppe für Supply Chain Services SCS. Dort beschäftigt er sich schwerpunktmäßig mit Untersuchungen zum Logistikmarkt, zu nennen ist hier insbesondere die jährlich erscheinende Studie „Die Top 100 der Logistik“. Darüber hinaus hat er zahlreiche Untersuchungs- und Beratungsprojekte zum deutschen und europäischen Logistikmarkt im Auftrag von Industrieunternehmen, Logistikdienstleistern sowie öffentlichen Einrichtungen bearbeitet.



Einkaufen zu jeder Tageszeit, ob Bekleidung, Elektronik, Drogerieartikel oder sogar Möbel und Lebensmittel – das ermöglicht der Internethandel. Während die Kunden in früheren Zeiten des Katalog-Versandhandels nur eine begrenzte Produktauswahl hatten und mehrere Tage auf die Warenlieferung warten mussten, sind Konzepte wie „Overnight“ oder „Same-Day“ mittlerweile Standard. Neben den großen und rein auf den Online-Handel spezialisierten Anbietern, allen voran Amazon und Zalando, Online-Marktplätzen wie ebay oder der ursprünglich im klassischen Versandhandel tätigen Otto Group, sind in den letzten Jahren auch mehr und mehr traditionell stationäre Einzelhandelsunternehmen in das Online-Geschäft eingestiegen. Aber auch die Logistik kann vom E-Commerce-Boom profitieren, sieht sich jedoch gleichzeitig neuen Herausforderungen gegenüber, die es zu meistern gilt.

Entwicklung des E-Commerce in Deutschland

Der E-Commerce in Deutschland wuchs nach Angaben des BEVH im letzten Jahr um etwa sieben Prozent und hat ein Volumen von knapp 42 Mrd. erreicht. Der Anteil des Internet-Warenhandels am gesamten deutschen Einzelhandel stieg somit auf circa 9,5 Prozent. Für 2015

wird eine abermalige Steigerung der Online-Umsätze um rund 12 Prozent erwartet. Somit liegen die Steigerungsraten des E-Commerce noch immer deutlich über denen der gesamten Einzelhandelsbranche, die im abgelaufenen Jahr nach Angaben des HDE um lediglich 1,9 Prozent auf 459 Mrd. gewachsen ist. Leidtragender dieser Entwicklungen ist insbesondere der klassische Distanzhandel, dessen Marktvolumen sich zwischen 2007 und 2014 halbierte. Beachtlich ist allerdings auch, dass die beiden „Platzhirsche“ im Online-Handel, Amazon und ebay, im vergangenen Jahr rund ein Zehntel ihrer Umsatzvolumina verloren haben. Nutznießer hiervon waren vor allem die Multichannel-Anbieter, d. h. Einzelhändler, die ihre Waren sowohl stationär als auch online anbieten, die ihre Erlöse um knapp 50 Prozent steigern konnten. Aber auch die reinen Onlinehändler legten bei den Verkäufen kräftig zu und verdienten rund ein Fünftel mehr als im Vorjahr. Textilien und Bekleidungsartikel sowie Schuhe werden im klassischen Distanzhandel noch am stärksten nachgefragt, stehen allerdings auch bei Betrachtung der reinen Onlineumsätze an der Spitze mit 11,3 Mrd. und einem Anteil von 27 Prozent. Geräte der Unterhaltungselektronik, Computer, Bild- und Tonträger sowie Telekommunikationsartikel mit in Summe 10,9 Mrd. machen ebenso einen der größten Umsatzblöcke im Internethandel aus. Bezüglich der zukünftigen Entwicklung der Waren-

gruppen-Anteile im E-Commerce hat eine Untersuchung der GfK ergeben, dass nahezu alle Produktsegmente bis 2025 mit steigender Nachfrage rechnen können. Besonders starkes Wachstum wird bei Möbeln, Deko-Artikeln, DIY-Produkten (Garten-, Bau- und Heimwerkerprodukte), aber vor allem auch bei Lebensmitteln und anderen Gütern des täglichen Bedarfs erwartet.

Bis 2020 ist weiterhin von zweistelligen Umsatzzuwächsen im deutschen Online-Handel auszugehen. Einen großen Einfluss hierauf haben die Anstrengungen der Einzelhändler und der beauftragten Logistikdienstleister, den Lieferprozess für den Verbraucher so angenehm wie möglich zu gestalten. Vor allem die „letzte Meile“ wird ein entscheidender Wettbewerbsfaktor für Handel und Logistik sein. Es sind Konzepte gefragt, die sowohl die Planung des Netzwerks an Lager- und Umschlagsstandorten, den Grad der Zusammenarbeit zwischen Handel und Dienstleister, die

Integration der IT und die Gestaltung der finalen Zustellprozesse inklusive Avisierung an den Endkunden, Flexibilität hinsichtlich Zeit und Ort der Lieferung sowie eine effiziente Retourenabwicklung beinhalten.

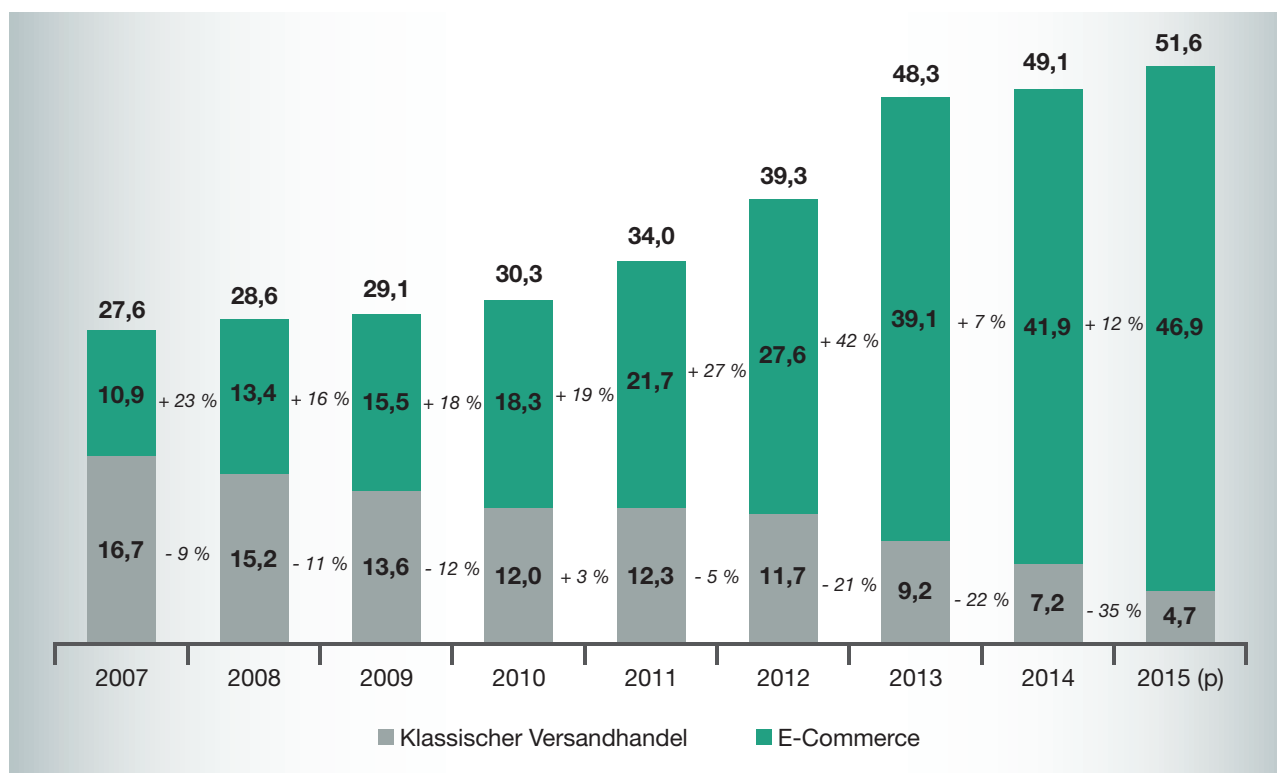
Auswirkungen des E-Commerce-Booms auf den Kurier-, Express- und Paketmarkt

Seit dem Jahr 2000 ist das Sendungsvolumen des KEP-Marktes in Deutschland nach Berechnungen des Branchenverbandes BIEK um etwa 64 Prozent gestiegen. Mehr als die Hälfte der Erlöse in Höhe von knapp 17 Mrd. sowie über 80 Prozent des Sendungsaufkommens entfallen auf das Segment der Paketdienste. So wuchs der Paketmarkt im letzten Jahr um etwas mehr als fünf Prozent, wo-

bei die nationalen B2C-Sendungen sogar um rund sieben Prozent zulegen konnten.

Der Online-Handel ist der Haupttreiber dieses Wachstums, aber auch die Paketsendungen im B2B-Geschäft sowie internationale Transporte nehmen deutlich zu. Im Gegensatz zu Sendungen an private Empfänger ist das B2B-Geschäft wesentlich konjunkturabhängiger, weshalb hier 2014 lediglich eine Aufkommenssteigerung von 2 Prozent erreicht werden konnte. Die Verschiebungen zu Gunsten des digitalen Versandhandels zeigen sich auch in den Änderungen der Empfänger-Versender-Struktur des Paketmarktes. Während im Jahr 2009 noch 47 Prozent der Sendungen B2B waren, liegt deren Anteil heute bei nur noch 39 Prozent. B2C-Transporte sind im gleichen Zeitraum von 45 auf 54 Prozent angestiegen.

Was also sind Erfolgsfaktoren für Paketdienstleister? Neben einer hohen Netzauslastung ist der Einsatz von Informations- und Automatisie- >



Umsatz Versandhandel in Mrd. Euro

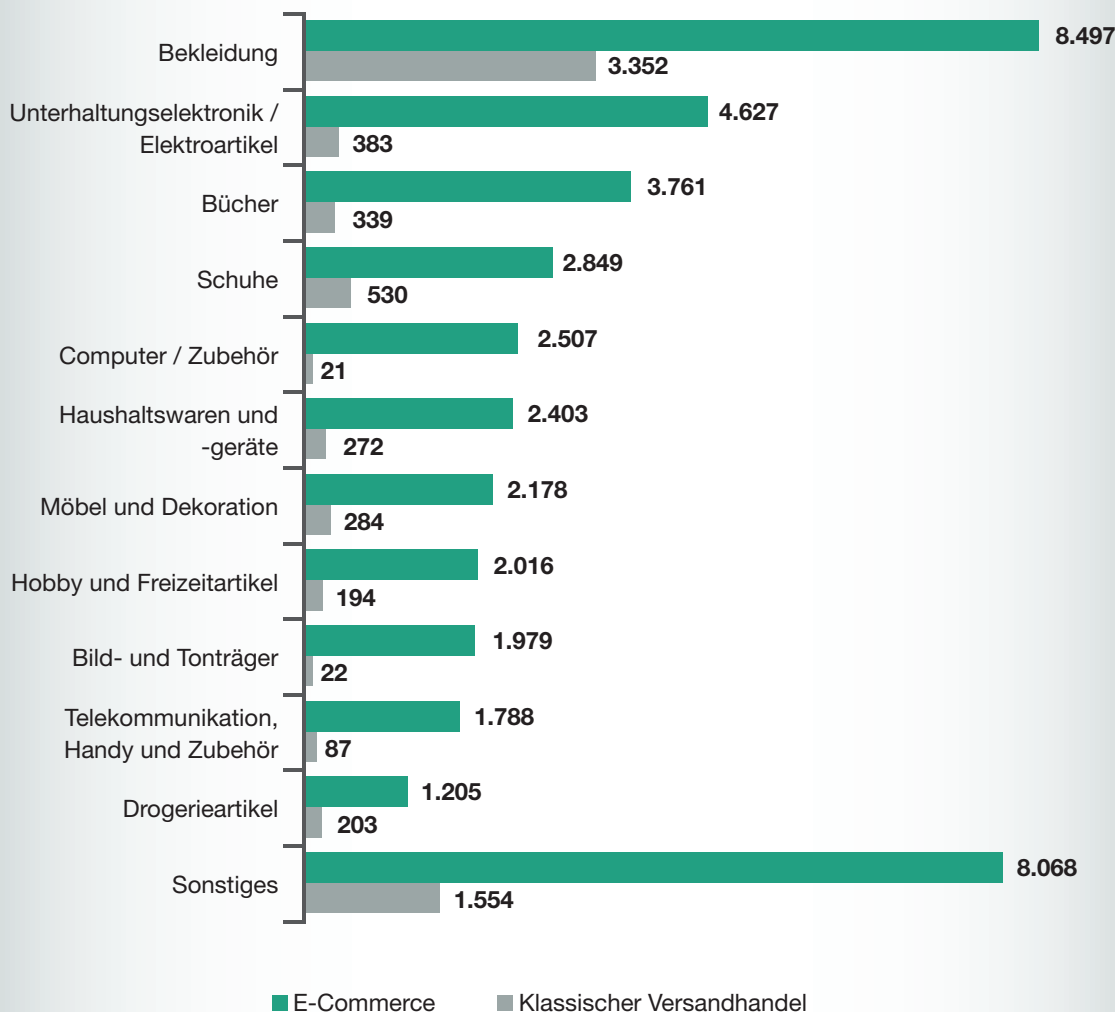
ungstechnologien zur Unterstützung der operativen Prozesse unerlässlich. Auch dienen diese dazu, Versender sowie Empfänger jederzeit über den aktuellen Status sowie den Aufenthaltsort eines Pakets in Echtzeit informieren zu können. Die Abwicklung von Rücksendungen, die bei einigen Warengruppen durchaus bei 50 Prozent liegen können, spielt zur Kostenreduzierung ebenfalls eine sehr wichtige Rolle. Hier ist Prozessstandardisierung notwendig, um anfallende Aufwände kompensieren zu können. Der steigende Anteil an Multichannel-Anbietern setzt Poten-

ziale für die Unternehmen der KEP-Branche frei. Die Logistikdienstleister müssen Lieferkonzepte entwickeln, die für die Versorgung sowohl des stationären als auch des Internethandels geeignet sind. Eine flexible Gestaltung von Zustellzeiten und -orten inklusive der Möglichkeit, diese unkompliziert an die Kundenbedürfnisse anpassen zu können, sind ebenfalls zu erfüllende Anforderungen. Zur Nutzung von Synergiepotenzialen können Logistikunternehmen verstärkt in Kooperationen oder anderen Formen der Zusammenarbeit agieren. Hinsichtlich des zu er-

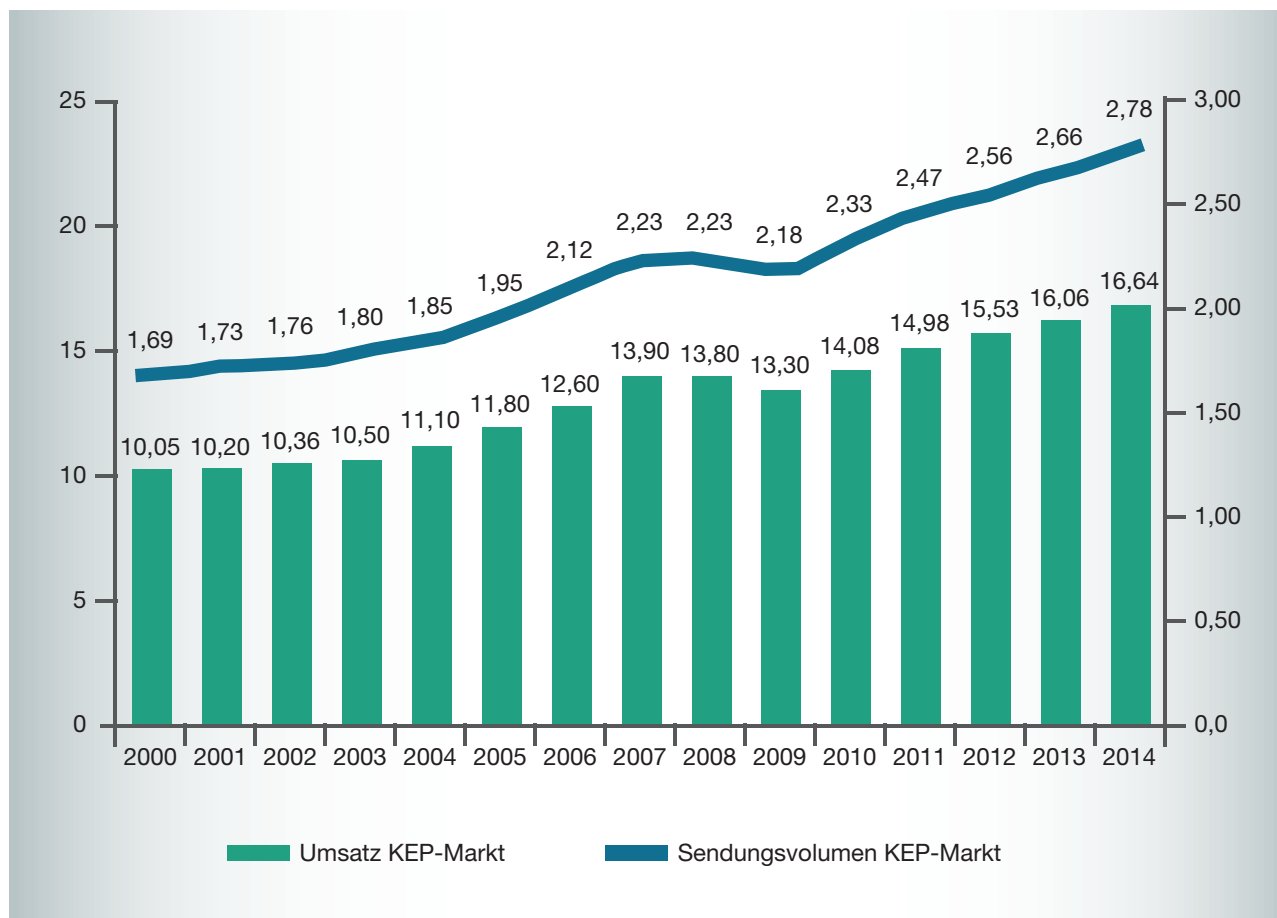
wartenden steigenden Anteils von Lebensmittel-Sendungen durch den Online-Handel sind auch der Aufbau entsprechender Lagerstätten sowie eine durchgehende Kühlkette relativ neue Herausforderungen für die Unternehmen der KEP-Branche.

Beeinflussung des nationalen Stückgutmarktes

Nicht alle Warengruppen des Online-Handels können über die Paketnetz-



Umsatzvolumen je Warengruppe in Mio. Euro



Umsatz und Sendungsvolumen für den KEP-Markt in Deutschland

werke der KEP-Branche abgewickelt werden. Dies resultiert insbesondere aus Größe und Struktur der zu versendenden Waren. Hiervon betroffene Produkte sind beispielsweise Geräte der Unterhaltungselektronik (Fernsehgeräte), Fitnessgeräte, Möbel oder auch weiße und braune Ware. Spezifisches Handling bei Transport und Lagerung ist bei diesen eher unhandlichen Waren daher unerlässlich. B2C-Sendungen machen im Teilmarkt Stückgut rund 10 Prozent der Transporte aus – bei steigender Tendenz. Da es sich hierbei nicht um klassische Pakete handelt, stellen diese Sendungen auch die Logistikdienstleister vor neue Herausforderungen. Funktionierende Avisierungs- und Anlieferkonzepte sind zu entwickeln, hierunter fallen beispielsweise die Zustellung im Zwei-Mann-Handling,

Montageleistungen beim Endkunden oder flexible Zustellzeiten und -orte. Die Stückgutdienstleister müssen in der Lage sein, B2C-Lieferungen effizient über ihr bestehendes (B2B-geprägtes) Netzwerk abzuwickeln. Die Sperrigkeit der Güter ist ein wichtiger Grund, weshalb ein Transport über ein hoch automatisiertes Stückgut-Netzwerk nur schwer zu realisieren ist. Die Logistiker müssen folglich neue Services entwickeln, die allerdings erst mit einer entsprechend hohen Auslastung rentabel werden. Auch ist zu beachten, dass die Belieferung von Privathaushalten hinsichtlich Uhrzeit und Zustellprozess stark vom B2B-Geschäft abweicht. Der Online-Handel bietet mit seinen kontinuierlich steigenden Sendungsmengen bisher noch nicht da gewesene Potenziale für die Logistik. Keine

andere Branche verspricht derartiges Wachstum in den nächsten Jahren, kaum eine andere Branche ist allerdings auch mit solch hohen Anforderungen verbunden. Nicht nur die Vielschichtigkeit und die unterschiedlichen Erfordernisse der Güter stellen die Logistiker vor Probleme, noch wichtiger ist die Befriedigung der Kundenbedürfnisse hinsichtlich des Lieferprozesses. Die Unternehmen des KEP-, aber auch des Stückgutmarktes sind hier gefordert, gemeinsam mit den im E-Commerce tätigen Einzelhändlern entsprechende Konzepte bezüglich Lieferzeitpunkt, Mehrwertleistungen oder Retourenabwicklung zu erarbeiten und umzusetzen. Gelingt dies, kann der E-Commerce-Boom zu einem großen Gewinn für die internationale Logistik werden. ●

Studieren am realen Objekt bei Fiege

Das Wormser Logistikunternehmen Fiege ist eine besondere Kooperation mit der Hochschule Worms eingegangen: das Fiege-Logistiklabor.

QUELLE: Report – Mitgliederzeitschrift der IHK für Rheinhessen

VON Gabi Rückert



Michael Suden (l.) und Prof. Dr. Sebastian Herr haben mit dem Logistiklabor eine Win-win-Situation für alle Beteiligten geschaffen.

Seit neun Semestern gibt es diese Zusammenarbeit, inzwischen eine feste Institution. Es ist eine sprichwörtliche Win-win-Situation für alle Beteiligten – Unternehmen, Hochschule und Studierende: „Von den Mentoren bekommen wir sehr positive Rückmeldungen, das hat eine Umfrage der Hochschule gerade ebenfalls gezeigt. Zahlreiche Projekte haben Einfluss auf unsere internen Prozesse und Abläufe“, sagt Michael Suden, Mitglied der Geschäftsleitung bei Fiege, der mit dem Logistiklabor auch das Image seiner Branche aufpolieren möchte.

Die Idee zum Logistiklabor, das die Studierenden in den operativen Alltag bringen soll, hatte Prof. Dr. Sebastian Herr, Professor Internationale Logistik der Hochschule Worms: „Die Studierenden des Bachelor Studiengangs

Internationale Betriebswirtschaft und Außenwirtschaft (IBA) mit der Vertiefung Internationale Logistik erhalten im sechsten Semester die Chance zu einer praktischen Gruppenarbeit im Rahmen des Fiege-Logistiklabors

Praktische Gruppenarbeit im Logistiklabor

und lernen anhand konkreter Vorgaben die Anforderungen im Berufsalltag kennen.“

Insgesamt 25 bis 30 Studierende betreut Fiege pro Semester. Das Unternehmen stellt in einem Kick off die Projekte vor, an denen die Studierenden arbeiten sollen. „Das können Themen sein, die bei uns gerade auf Eis liegen oder aber Projekte, die zu-

kunftsweisend für unsere Prozesse sein können“, beschreibt Suden. Da planen die Studierenden den Umzug für die Retouren und optimieren den Prozess dabei. Da sollen VAS-Bereiche (sogenannte Mehrwertdienste) zusammengelegt werden – die Studierenden erarbeiten einen Vorschlag. Fiege betreibt Lagerlogistik auf einer Fläche von 300.000 Quadratmetern. Die Studierenden entwickeln Lösungen, damit die internen Transporte noch effektiver laufen. Etwa 50 Prozent der Themen werden in die Praxis umgesetzt, andere wiederum sind häufig Anstöße, die teilweise später wieder aufgegriffen werden.

„Die Studierenden erhalten weitreichende Zugänge zu realen Abläufen und Kennziffern. In einer Abschlusspräsentation erläutern sie uns die Untersuchungsergebnisse und schlagen Maßnahmen vor. Die Studierenden müssen den Nutzen ihrer Maßnahmen belegen“, sagt der Fiege-Geschäftsführer. Viele erkennen erst durch die praktische Arbeit, wie vielseitig die Logistikbranche ist. „Unsere erst kürzlich erstellte Auswertung hat ergeben, dass bei der Mehrzahl der Studierenden das Interesse an der Logistik gestiegen ist“, betont der Hochschulprofessor. Zahlreiche Ehemalige haben durch das Logistiklabor ihren späteren Arbeitsplatz gefunden, andere die Logistikbranche erst für sich entdeckt. Diese Erfahrungen bestärken die Hochschule Worms in dem Vorhaben, einen dualen Logistik-Studiengang einzurichten.

Das Logistiklabor zeigt: Wenn Theorie auf Praxis trifft, kann dies erfolgreich für alle Seiten sein. ●

Fiege International Team unterstützt Kinderhilfe in Rumänien

„Mulțumesc mult! – Vielen Dank!“ Diese Worte haben die Mitglieder des Fiege International Teams 2014/2015 zum Ende ihrer Projektphase oft gehört. Am 29. Mai 2015 konnten zwei Spielplätze nach fast einjähriger Arbeit an die Kinder und ihre Pflegeeltern in der rumänischen Stadt Lipova übergeben werden.

Im Juni 2014 fand sich das Team von elf jungen Fiege-Mitarbeitern aus Deutschland, Österreich, Polen und den Niederlanden das erste Mal zusammen. In mehreren Modulen wurden gemeinsam mit den Trainern Bettina Pick, Barbara Meyer und Bernd Kappeller Themen rund um Projektmanagement, Teambildung und Führungsstil erarbeitet. Um diese graue Theorie in der Realität anzuwenden und auszuprobieren,

führt jedes Fiege International Team ein soziales Projekt durch.

Aus verschiedenen Projektvorschlägen der Teammitglieder wurde letztendlich die Unterstützung des Vereins Kinderhilfe Rumänien e.V. ausgewählt. Es wurde beschlossen, in den Höfen zweier Kinderhäuser in Lipova Spielplätze zu bauen, um den Kindern die Möglichkeit zu geben, sich auch an der frischen Luft kindgerecht weiterentwickeln zu können. >





Das Fiege International Team

Das Fiege International Team setzt sich jedes Jahr aus bis zu zwölf jungen Mitarbeitern mit internationalem Hintergrund zusammen. Die Teilnehmer wurden von ihren Vorgesetzten hierfür nominiert. Die Mitarbeiter haben schon erste Führungsverantwortung als Führungskraft, im Projektmanagement oder arbeiten als Spezialisten in ihren jeweiligen Positionen. Das englischsprachige Programm setzt sich aus vier Modulen à drei Tagen zusammen und erstreckt sich über ein Jahr. Ein Kernthema des Programms ist der Entscheidungsfindungsprozess für ein soziales Projekt sowie dessen Planung und Realisierung.

Waisenkinder in Rumänien

Rumänien hat die höchste Anzahl von Waisen in Europa, die meisten von ihnen sind Sozialwaisen. Durch die hohe Armut in Rumänien sind fast zehn Prozent der Bevölkerung ausgewandert, um im Ausland zu arbeiten. Die Kinder landen dann oft in staatlichen Einrichtungen, da die Familien sich eine private Unterbringung nicht leisten können. Die Zustände in den staatlichen Waisenhäusern sind aufgrund der finanziellen staatlichen Mittel, der Qualifikation der Mitarbeiter und Überbelegung der Waisenhäuser oftmals katastrophal. In Rumänien stehen Waisen, auch in privaten Einrichtungen wie die der Kinderhilfe, unter staatlicher Obhut. Deswegen werden die Angestellten der Kinderhäuser sowie ein Grundbedarf an Kleidung und Nahrung vom Staat gezahlt. Alles Weitere muss durch Spenden finanziert werden, auch Spielzeug.

Die Kinderhilfe Rumänien

Die Kinderhilfe Rumänien betreibt seit 1991 zahlreiche sogenannte „Kinderhäuser“, in denen je zehn bis zwölf Kinder im Alter von vier bis 19 Jahren wie in Pflegefamilien wohnen. Dort wird den Kindern ein sicheres und behütetes Zuhause geboten, genauso wie ein guter Zugang zu Bildung und Unterstützung beim Lernen. Die Kinder sollen zu eigenständigen und verantwortungsvollen Menschen erzogen werden, die möglichst – trotz guter Ausbildung – in Rumänien bleiben und das eigene Land unterstützen.



Im November 2014 besuchte ein Teil des Fiege International Teams für drei Tage die Waisenhäuser des Vereins Kinderhilfe Rumänien in Lipova, um sich vor Ort ein Bild der Lage zu machen. War die Gastfreundschaft der rumänischen Pflegeeltern zwar beeindruckend, so wurde doch deutlich, wie groß der Bedarf an Hilfe vor Ort ist. Seinerzeit konnten die Kinder nur bei trockenem Wetter draußen spie-

Spendenkampagne hilft den Kindern

len. Sobald es regnete, verwandelten sich die Höfe in eine Landschaft aus Matsch und Pfützen. Um zukünftig auch bei Regen trockenen Fußes über den Hof zu kommen und spielen zu können, sollte der Hof gepflastert und mit einem Drainagesystem versehen werden. Zudem wurde ein Pavillon geplant, unter dem die Kinder sich auch bei Regen aufhalten können. Je nach Spendenaufkommen sollten noch weitere Spielgeräte angeschafft werden.

Neben der Planung des Spielplatzes wurde eine Spendenkampagne ins Leben gerufen, die zahlreiche Freunde, Familien, Kollegen, Lieferanten und Kunden überzeugte, das Projekt zu unterstützen. Die Spendenbereitschaft war enorm. Ende Mai 2015 reiste das gesamte Team schließlich nach Rumänien, um die Fertigstellung der Spielplätze in Augenschein zu nehmen. Vor Ort stellte das Team fest, dass neben der Pflasterung und der Erstellung eines Pavillons eine Umzäunung des Geländes gebaut werden konnte. Gemeinsam mit den Kindern wurde vor Ort eine Wand bemalt, Fußball gespielt und schließlich konnten die Spielplätze im Rahmen eines Grillfestes übergeben werden. Mit dem restlichen Spendenbetrag sollen die Spielmöglichkeiten in den Höfen erweitert und Spielgeräte angeschafft werden. ●



Eltern-Kind-Büro in der Systemzentrale

● „Anlässlich der aktuellen Streiks in den Kitas haben wir, um solchen Betreuungsgapen entgegenzuwirken, nach einer Lösung für unsere Kollegen gesucht“, erklärt Martina Schlottbom, Head of Strategic Human Resources der Fiege Gruppe. Und die wurde gefunden: Ab sofort steht Müttern und Vätern, die in der Systemzentrale ihren Arbeitsplatz haben, ein „Eltern-Kind-Büro“ zur Verfügung. „Wenn Ihr Kleinkind oder Ihr heranwachsendes Kind nicht wie geplant betreut werden kann, sind Sie herzlich eingeladen, Ihr Kind in solchen Ausnahmefällen mit in die Systemzentrale zu bringen und es im Eltern-Kind-Büro neben Ihrer Arbeit selbst zu betreuen“, erklärt sie. Das Büro befindet sich in der ersten Etage der Systemzentrale und ist mit einem PC, einer Docking Station, einem Telefon, einem Drucker sowie anderen bürotechnisch notwendigen Unterlagen ausgestattet. Für die

Kinder steht verschiedenes Spielzeug zur Verfügung. Um über diese und andere Neuerungen in der Fiege Gruppe zu informieren, veranstaltet Human Resources für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich in der Elternzeit befinden, so genannte „Elterntage“ im Sinne der Bindung an das Unternehmen.



Martina Schlottbom (r.) und Praktikantin Julia Denk richteten das Eltern-Kind-Büro ein.

Impressum

Logo 85/Oktober 2015
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. 02571 560665, Fax 02571 918318
renate.schindler-tiedemann@fiege.com

Fotos:

Fiege, Gabi Rückert, Etac Deutschland GmbH, Barbara Staubach, Fotolia

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

Baubeginn eines Großprojekts in Lahr

● Das gemeinsame Großprojekt der Schweizer fenaco Genossenschaft und der deutschen ZG Raiffeisen auf dem Flugplatzgelände in Lahr, Deutschland, nimmt sichtbare Formen an. Der erste Spatenstich markiert den offiziellen Start der Bauarbeiten an dem Logistikzentrum, in dem internationale Einkaufs- und Logistikaktivitäten beider Unternehmen gebündelt werden sollen. Das dazu gegründete Joint Venture firmiert unter dem Namen LahrLogistics House & Garden GmbH. Planer und Projektsteuerer des mit einer Investitionssumme von rund 15 Millionen Euro errichteten ersten Bauabschnitts ist die Fiege Real Estate. „Wir unterstützen den Kunden intensiv in allen Projektphasen vom Konzept bis zur Fertigstellung und auch darüber hinaus“, erklärt Jan Fiege, Director Real Estate. „Das Fiege-Team bringt große Erfahrung und viel persönlichen Einsatz mit in das Projekt.“



FIEGE



Handwerkerfest in Marklkofen

● Um die gemeinsam erbrachte Leistung beim Bau des Großprojekts für das Unternehmen Mann+Hummel in Marklkofen zu würdigen, hatte die Fiege Gruppe im April dieses Jahres zum Handwerkerfest eingeladen. Rund 130 Gäste waren gekommen, um in einer Feierstunde den ersten der drei Bauabschnitte, die Halle 31, zu betrachten und einen Eindruck von der Vielfalt und der Qualität der Anlage zu gewinnen. Nach einer kurzen Ansprache von Jan Fiege, Director Real Estate, genossen alle am Projekt beteiligten Personen den späten Nachmittag bei intensiven Gesprächen und kulinarischer Abwechslung.

NEWS

Polen gewinnt den Fiege Soccer Cup

Stolz präsentierte sich das erste Team aus Polen am Ende des Fiege Soccer Cup 2015 mit dem Siegerpokal, den sich die weitgereisten Fußballer redlich verdient hatten. Insgesamt waren am 25. Juli 27 Teams nach Meerbusch gekommen, um in einem Fiege-internen Fußballturnier um den Pokal zu kämpfen. Begleitet und angespornt wurden sie von zahlreichen begeisterten mitgereisten Zuschauern.



Der DLK 2015

● „Eine Welt in Bewegung“ ist das Motto des Deutschen Logistik-Kongresses, der im Oktober 2015 in Berlin im Hotel Intercontinental stattfindet. Mit Experten aus Praxis und Wissenschaft werden Trends und Entwicklungen, die die Welt in Bewegung versetzen, und welche Impulse auf die Logistik wirken, in Plenumsvorträgen, Podiumsdiskussionen und Fachsequenzen diskutiert. Vizekanzler und Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel sowie der Präsident des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik, Michael Hange, werden als Gäste referieren. Die Fiege Gruppe ist mit einem eigenen Ausstellungsstand im Raum Potsdam II, PO2 und PO3, vertreten.

BVL
Bundesvereinigung
Logistik

