

# LOGO

DAS FIEGE MAGAZIN

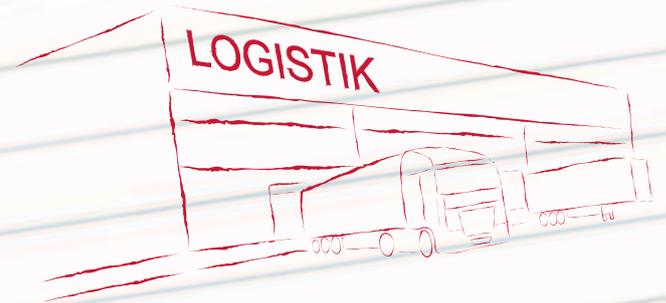
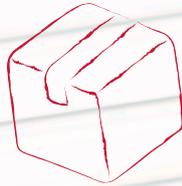
NR. 91 | 2018



**FIEGE**



**KARSTADT**



**DAS BESTE AUS BEIDEN WELTEN:  
KARSTADT UND FIEGE GRÜNDEN  
NEUES LOGISTIKUNTERNEHMEN**

## 2 · Inhalt

<b>Editorial</b>	3
<hr/>	
<b>News</b>	
Logistik für eBay in Apfelstädt	4
Ehrenamtliches Engagement gefördert	4
Real Estate Development für Immobilienmanagement gewürdigt	5
40 Jahre Bridgestone und Fiege	5
Impressum	5
<hr/>	
<b>Report</b>	
Go live am modernisierten Stammsitz von Fiege	6
Fiege & Friends im Spiegelpalast	14
Künstliche Intelligenz im Fokus	16
Erste Erfolge in kürzester Zeit	19
Fiege Soccer Cup in Krakau – größtes Event der Firmengeschichte	34
Hohe Auszeichnung für Kooperation mit Start-ups	48
<hr/>	
<b>Pressespiegel</b>	
„Riesenkompiment“ für das Team	10
Fiege setzt heute mehr und mehr auf Innovationen	32
<hr/>	
<b>Titel</b>	
Joint Venture Fiege X Log verbindet Karstadt und Fiege	12
Gemeinsam neue Standards in der Handelslogistik setzen	13
<hr/>	
<b>Projekte</b>	
Fiege Innovation Challenge – ein erfolgreiches Konzept	20
Neue Datenbrillen für Worms und Großbeeren	23
Mit Opticert zur Sicherheit am Arbeitsplatz	38
<hr/>	
<b>Special</b>	
Ein Frachtvergabetool mit großen Vorteilen	22
<hr/>	
<b>Porträt</b>	
Datenbrillen senken mögliche Fehlerquoten	24
<hr/>	
<b>Special Social Media</b>	
Soziale Medien stärken die Kommunikation der Mitarbeiter	26
<hr/>	
<b>Special Lean Management</b>	
Lean Management – ein Baustein für den zukünftigen Erfolg	29
Durch Wissenstransfer zum Erfolg	30
<hr/>	
<b>Social Responsibility</b>	
Das Beste zu tun ist Antrieb und Auftrag	40
Ehrenamtspreis für soziales Engagement der Mitarbeiter	42
Kompetenznachweis für ungelernete Mitarbeiter	46
<hr/>	
<b>Human Resources</b>	
Ein authentischer und attraktiver Arbeitgeber	49



Fiege & Friends in Berlin.  
Seite 14



Soccer Cup in Krakau.  
Seite 34



ValiKom in Halle.  
Seite 46

# Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, liebe Partner, Freunde und Familie, liebe Leserinnen und Leser!

**E**in ereignisreiches Jahr mit vielen spannenden Projekten, ausgebauten und neuen Partnerschaften sowie tollen Erlebnissen neigt sich dem Ende zu. Als besonderes Ereignis ist uns der Soccer Cup in Krakau im Sommer in Erinnerung geblieben. Über 1.000 Fiege-Mitarbeiter aus acht verschiedenen Ländern kamen an einem Ort zusammen, spielten und feierten gemeinsam und machten das Fußballturnier zum größten Event der Firmengeschichte. Im nächsten Jahr sind wir in Greven nach dem Titel-



Jens Fiege.

gewinn der Systemzentrale selbst Ausrichter und freuen uns darauf, so vielen Kollegen einmal die Heimat des Unternehmens und der Familie zu zeigen.

Der alte Stammsitz in Greven ist bis dahin weiter ausgebaut und saniert. Schon im September sind die ersten Pakete aus den neuen, modernen Hallen termingerecht verschickt worden. Ein großer Dank geht von uns an alle Projektbeteiligten und vor allem auch an unsere Mitarbeiter in Greven-Reckenfeld, die unter erschwerten Bedingungen großartige Arbeit geleistet haben.

Die Entwicklungen am und im Standort Greven-Reckenfeld werden 2019 spannend bleiben. An weiteren interessanten Projekten mangelt es uns im kommenden Jahr nicht. Auch für 2020 werden bereits wichtige Weichen gestellt: Denn ab 2020 wird Fiege X Log die komplette Logistik von Karstadt steuern. Das Gemeinschaftsunternehmen von Fiege und Karstadt hat die Arbeit bereits aufgenommen in den Büros in Münster und entwickelt das neue Logistikkonzept für das Handelsunternehmen.

Beim Blick in die Zukunft sehen wir uns als Innovationsführer in der Logistik auf dem richtigen Weg, wie einige Auszeichnungen uns zuletzt bestätigten. Wir werden weiter mutig sein und Neues wagen – immer in dem Wissen, dass wir ein starkes Team hinter uns haben. Wir danken

unseren Partnern, Kunden und unseren Mitarbeitern für das Vertrauen in unser Unternehmen und die großartige Zusammenarbeit.

Wir wünschen allen Lesern und ihren Familien – auch im Namen unserer Vorstandskollegen Peter Scherbel und Alfred Messink – eine besinnliche Adventszeit, ruhige Feiertage und alles erdenklich Gute für das kommende Jahr. ●

Felix Fiege  
Jens Fiege



Felix Fiege.



## Logistik für eBay in Apfelstädt

● Mit eBay Fulfillment und eBay Versand bietet der weltweite Online-Marktplatz eBay seinen gewerblichen Verkäufern in Deutschland neue Logistik-Services an, um sie bei der Skalierung ihres Geschäfts auf allen Kanälen zu unterstützen. Fiege übernimmt im Namen von eBay für die teilnehmenden eBay-Händler die Lagerung und Versandvorbereitung der Produkte. eBay-Verkäufer, die die Logistik-Services nutzen, erfüllen die Standards des eBay Plus-Programms und profitieren dadurch unter anderem von einer besseren Sichtbarkeit ihrer Angebote durch das eBay Plus-Logo sowie besonderem Verkäuferschutz. Beide Logistik-Angebote stehen ab sofort in einer Beta-Version für ausgewählte eBay-Händler zur Verfügung. Die technische Umsetzung der Logistik-Services erfolgt durch das eBay-Tochterunternehmen Shutl. Bei eBay Fulfillment handelt es sich um einen Multichannel-Fulfillment-Dienst, der die Zustellung am nächsten Tag für Kundenbestellungen bis 18 Uhr ermöglicht. Die Ware aus dem Fiege-Lager in Apfelstädt bei Erfurt wird durch Hermes an den Endkunden zugestellt. „Als ein führendes globales Handelsunternehmen sind wir überzeugt, dass die Logistik von strategischer Wichtigkeit ist, um die Käufer- und Verkäufer-Erfahrung auf unserer Plattform zu verbessern“, sagt Michael Pasch, Senior Director Loyalty & Logistics bei eBay. „Mit unseren neuen Logistik-Services unterstützen wir unsere Händler dabei, die stetig wachsenden Anforderungen ihrer Kunden nach einer schnellen und zuverlässigen Lieferung zu erfüllen.“



Als ehrenamtsfreundlicher Arbeitgeber wurde Fiege vom Technischen Hilfswerk (THW) ausgezeichnet.

## Ehrenamtliches Engagement gefördert

● Die deutsche Bundesanstalt Technisches Hilfswerk (THW) hat Fiege im September als ehrenamtsfreundlichen Arbeitgeber ausgezeichnet. Bei einem Festakt in Bocholt am 20. September wurden Fiege und acht weitere Arbeitgeber, die in besonderer Weise die Arbeit des THW unterstützen, ausgezeichnet. Dirk Brocks, Niederlassungsleiter bei Fiege in Bocholt, nahm die Ehrung entgegen. „Ehrenamtliches Engagement ist für unsere Gesellschaft unverzichtbar“, sagte Dr. Hans-Ingo Schliwienski, der THW-Landesbeauftragte für Nordrhein-Westfalen. Das Bevölkerungsschutzsystem Deutschlands beruhe im großen Maße auf Freiwilligkeit. Hier sei auch das Technische Hilfswerk als eine von Ehrenamtlichen getragene Einsatzorganisation auf das Verständnis und die Kooperation mit den Arbeitgebern angewiesen. Die am Abend ausgezeichneten Arbeitgeber stellen ihre Angestellten für Einsätze, Übungen und Lehrgänge frei. Sie unterstützen die Ortsverbände mit Spenden oder stellen beispielsweise Firmengelände zu Übungszwecken zur Verfügung. Das Besondere bei dieser Auszeichnung ist, dass die Unternehmen nicht vom THW ausgesucht, sondern von ihren Beschäftigten vorgeschlagen werden.

# Real Estate Development für Immobilienmanagement gewürdigt

● Der Platow Brief hat Fiege mit dem Platow Immobilien Award ausgezeichnet. Der Platow Brief ist ein Informationsdienst für Wirtschaft, Kapitalmarkt und Politik und vergibt seit sechs Jahren den Immobilienaward in den vier Kategorien Wohnen, Gewerbeimmobilien, Beteiligungen und Sonderimmobilien. Kai Alfermann, Managing Director Fiege Real Estate Development, nahm den Immobilienaward bei der Preisübergabe in Frankfurt Ende September entgegen. Platow-Geschäftsführer Albrecht F. Schirmacher überreichte Kai Alfermann die kupferne Zeitkapsel. „Gewürdigt wurde hier die Entwicklung von einem Transportunternehmen zu einem weltweit operierenden Full-Service Logistikdienstleister, der neben traditionellen Aufgaben zunehmend in den Bereichen E-Commerce, Paketauslieferung und vor allem im Immobilienmanagement von der Beratung bis zur Umsetzung eines Logistikkonzeptes ganzheitliche Kundenlösungen entwickelt“, heißt es in der Mitteilung des Platow Briefs zur Preisvergabe an Fiege.



Das Team von Real Estate Development wurde mit dem Platow Immobilien Award ausgezeichnet.

# NEWS

## 40 Jahre Bridgestone und Fiege

● Premium-Reifen treffen auf Premium-Dienstleister: Seit dem europäischen Markteintritt von Bridgestone arbeitet der Reifenhersteller eng mit Fiege zusammen. So hat der Weltmarktführer der Reifen- und Gummibranche seit nunmehr 40 Jahren mit Fiege einen verlässlichen Partner an seiner Seite. Die Jubiläumsfeier, an der Mitarbeiter aller deutschen Fiege-Niederlassungen und der Bad Homburger Zentrale von Bridgestone Deutschland teilnahmen, fand am 22. Juni in Bad Homburg statt. „Für unseren europäischen Markteintritt hatten wir seinerzeit einen Logistikpartner gesucht, dem wir unsere Premium-Reifen anvertrauen können. In Fiege haben wir diesen Partner gefunden, der sich durch Flexibilität und Service auszeichnet“, sagt Stephan Rensch, Supply Chain Manager Bridgestone Central Region bei der Jubiläumsfeier. „Die langjährige Partnerschaft ist durch ein gemeinsames Wachstum und gemeinsame Weiterentwicklung geprägt. Wir freuen uns sehr, Fiege seit nunmehr 40 Jahren an unserer Seite zu haben.“ Und Christian Thiemann, Mitglied der Geschäftsleitung Reifenlogistik bei Fiege, ergänzt: „Wir verstehen Bridgestone als Partner, mit dem wir gemeinsam dauerhafte Lösungen entwickeln. Dabei richten wir uns flexibel nach ihren Anforderungen, um als Logistikexperte auch das Vertrauen eines Weltmarktführers zu genießen. Unsere 40-jährige Zusammenarbeit spiegelt sich auch in unserer Erfolgsbilanz wider“. Aktuell arbeitet Fiege mit Bridgestone in Deutschland, Österreich, der Schweiz, sowie in Polen und Ungarn zusammen.

### Impressum

Logo 91/Dezember 2018  
Das Fiege Magazin

#### Herausgeber:

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

#### Redaktion:

Renate Schindler-Tiedemann  
Julian Mester

#### Autoren:

Linda Dietz, Michael Geers, Bettina Pick (alle Fiege), Vanessa Dumke, Berit Leinwand (beide Sputnik GmbH) Mihai Melonari

#### Fotos:

Günter Benning, IHK Halle-Dessau/Michael Deutsch, Vanessa Dumke, Christian Hicking, Angelika Klausner, Axel Mertens, MIKA-fotografie, MWIDE NRW, Sea Watch, Marcel Schwickerath, Jeanette Seidelmeyer, Marcin Szablowski, Adobe Stock (S. 29 + 30), IHK Halle-Dessau/Michael Deutsch (S. 48), MWIDE NRW (S. 50)

#### 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.com/de/press/logo/>  
<http://www.fiege.com/en/press/logo/>





# ERWEITERUNG

## Go live am modernisierten Stammsitz von Fiege

Die Partnerschaft der Fiege Gruppe mit dem Handelsunternehmen MediaMarktSaturn hat sich schon seit mehreren Jahren bestens bewährt. Jetzt baut Fiege seinen Stammsitz in Greven-Reckenfeld, vorrangig für das Geschäft mit MediaMarktSaturn, um.



Markus Röser.

**N**eben der Modernisierung des Standorts findet eine erhebliche Erweiterung statt: Drei neue Hallenschiffe wurden errichtet. Ein Teil des bisherigen Logistikzentrums musste dafür weichen. In zwei der drei Hallen wird schon das Wintergeschäft 2018 abgebildet.

Markus Röser, Niederlassungsleiter des Standorts, erklärt im Gespräch die entstandenen sowie die noch anstehenden Veränderungen. >



Neuinstallation der Fördertechnik für MediaMarktSaturn: Die errichtete Förderstrecke verbindet Ebenen übergreifend die einzelnen Arbeitsplätze für die Verpackung von Kleinteilen und großen Artikeln mit den Wechselbrücken der KEP-Dienstleister. Jeder Mitarbeiter arbeitet dabei mit Hilfe einer Lagerverwaltungssoftware und scannt die kommissionierte Ware. Über eine Lademittelvorbereitung wird für die jeweilige Ware eine bestimmte Versandkartonage vorgeschlagen und diese anschließend für die Verpackung verwendet. Die fertigen Pakete werden auf dem Förderband abgelegt und gelangen über die Förderstrecke und angeschlossene Kaljan-Gurtbandförderer zu den Wechselbrücken.



### Seit wann ist MediaMarktSaturn Kunde bei Fiege?

MediaMarktSaturn ist bereits seit 2011 Kunde von Fiege in Deutschland. Zufälligerweise habe ich die Implementierung des Kunden seinerzeit in unserer Niederlassung Apfelstädt bei Erfurt selbst verantwortet. Dass MediaMarkt jetzt in unsere Niederlassung nach Greven kommt und ich damit auch teilweise die Mitarbeiter des Kunden wiedertreffe, freut mich umso mehr.

### In welchem Umfang lief das Geschäft bisher, welche Bereiche deckte Fiege ab, und wie lief das Geschäft ab?

Fiege betreibt logistisch seit 2011 das Online-Geschäft der Marken Saturn und MediaMarkt. Dies sowohl für die Waren, die über das Transportsegment Paket das Lager verlassen, als auch für die Warengruppen im

Großgüterbereich, die über ein spezielles Zwei-Mann-Handling-Netzwerk unser Haus verlassen. Alle diese Warengruppen waren seinerzeit in Apfelstädt komplett integriert. Durch das hohe Wachstum des Kunden und den guten Job, den unsere Kollegen in Apfelstädt gemacht haben, wurde 2015 in Lehrte eine Lagerabwicklung speziell für die Großgeräte der Marken installiert, und diese Warengruppen wurden aus Apfelstädt umgezogen. Durch weiteres Kundenwachstum haben wir uns dann 2017 mit dem Start des Lagers in Köln und 2018 nun mit dem Start der Lagerabwicklung in Greven den Anforderungen des Kunden angepasst.

**Sind der Umbau und die Erweiterung in Reckenfeld vorrangig für MediaMarktSaturn? Wie groß ist das Geschäft hier zurzeit, und was ist für die Zukunft geplant?**

Letztes Jahr haben wir am Standort Greven 32.500 Quadratmeter Lagerfläche bewirtschaftet. Zwischenzeitlich mussten wir für den Umbau ein Außenlager anmieten und bewirtschaften, da im Rahmen des Gesamtprojektes 12.500 Quadratmeter abreißen und im weiteren Verlauf neu bebauen mussten. Insgesamt wurden 65.000 Quadratmeter neu errichtet. Des Weiteren bauen wir im Bestand eine mehrgeschossige Bühnenanlage, so dass wir ab April 2019 rund 90.000 Quadratmeter Logistikfläche bewirtschaften werden. Hiervon werden für MediaMarkt 50.000 Quadratmeter benötigt. Somit werden wir die Kunden, die wir temporär im Außenlager untergebracht haben, Anfang 2019 wieder an unseren Standort zurückführen.

**Wann war der Go live in Reckenfeld für MediaMarktSaturn, welche Bereiche und welche Aufga-**



### **benpalette deckt Fiege zurzeit ab? Und ist das Weihnachtsgeschäft schon in vollem Gang?**

Wir sind am 3. September vollkommen konform zu unserem Projektplan gestartet und haben im ersten Monat bereits 50.000 Aufträge verschickt. Jeden Tag wurden alle Sendungen an den Transportdienstleister übergeben. Unser Aufgabenbereich liegt in den logistischen Prozessen Wareneingang, Bestandsmanagement, Value Added Services, Kommissionierung und Verpacken der Sendungen, einschließlich Übergabe an den Transportdienstleister. Aktuell erfolgen die Vorbereitungen auf das Weihnachtsgeschäft in Form erhöhter Wareneingänge, um die Bestände für das Weihnachtsgeschäft aufzubauen. Auf der Warenausgangsseite wird sich das Weihnachtsgeschäft dann ab dem sogenannten Singles Day am 11. No-

vember bemerkbar machen und uns bis Heiligabend auf Trab halten. Eine große Herausforderung wird hierbei das Wochenende vom 23. bis 26. November mit Black Friday und Cyber Monday mit rund 60.000 Aufträgen nur an diesem Wochenende sein. Aber genau darauf freuen wir uns ja auch.

### **Was passiert im nächsten Jahr?**

Im ersten Halbjahr haben an unserem Standort der Einbau der dreigeschossigen Fachbodenanlage im laufenden Betrieb sowie die Integration der Kunden, die wir aktuell im Außenlager bewirtschaften, höchste Priorität. Parallel werden wir für MediaMarkt weitere Warengruppen aufschalten, die ein weiteres Wachstum an Arbeitslast und damit an Mitarbeitern nach sich ziehen. Wenn diese Punkte abgeschlossen sind, haben wir ein kurzes Zeitfenster, um unsere neu

implementierten Prozesse zu schärfen und zu optimieren, um uns anschließend wieder auf das Weihnachtsgeschäft 2019 vorzubereiten und die dann prognostizierten 435.000 Aufträge im November und 455.000 im Dezember für MediaMarkt abzuarbeiten.

### **Was waren die größten Herausforderungen bei diesem Projekt?**

Der Neubau in Kombination mit Abriss und Sanierung der Bestandshallen haben eine Komplexität im Projekt erzeugt, die ich in meiner bisherigen Laufbahn noch nicht erlebt habe. Insgesamt ist dieses Projekt zwar noch nicht abgeschlossen, aber bisher optimal gelaufen, und wir haben alle Meilensteine gehalten. Ein Dankeschön hierfür möchte ich daher an die Projektteams der Zentrale und die Teams und Mitarbeiter hier am Standort geben. ●

# „Riesenkompiment“ für das Team

Jens und Felix Fiege gehören zur fünften Fiege-Generation, die in Greven den internationalen Logistik-Konzern lenkt. Sie sind Mitglieder des vierköpfigen Konzern-Vorstandes. Unser Redaktionsmitglied Günter Benning sprach mit ihnen über die Entwicklung der Fiege-Standorte in Greven und Reckenfeld.

VON Günter Benning

QUELLE: Westfälische Nachrichten, 6.10.2018

**Ihr Neubau in Reckenfeld ist schon während der Bauarbeiten in Betrieb gegangen?**

**Jens Fiege:** Ja, die ersten beiden Hallen sind fertig. Das war auch wichtig, für das Black-Friday-Geschäft im November und auch für Weihnachten. Wir können die Hallen schon jetzt für den MediaMarkt nutzen, um andere Standorte zu entlasten.

**Wie viele Pakete werden dort abgearbeitet?**

**Jens Fiege:** Aktuell sind es 25.000 täglich – im Schnitt. Das soll jetzt natürlich bis Weihnachten noch wachsen. In der letzten Ausbaustufe werden es dann täglich bis zu 90.000 Pakete sein. Das ist die Schallgrenze.

**Während der Bauzeit weiterzuarbeiten war sicher nicht einfach?**

**Jens Fiege:** Wir hatten nie wirklich einen Betriebsstopp, das war eine irre Herausforderung. Während des Umbaus wurde ein Teil der Anlage abgerissen, da sind manche Abteilungen mehrfach umgezogen. Teils wurde der Altbau saniert, teils ging man in den Neubau. Da müssen wir der Mannschaft ein Riesenkompiment machen, die in der Umbauzeit schier Unmenschliches geleistet hat.

**Im Vorfeld wurde daran gezweifelt, ob Sie genügend Mitarbeiter für den neuen Betrieb finden. Von 500 Jobs ist die Rede. Wie entwickelt sich das?**

**Felix Fiege:** Bislang gut. Es sind bisher zirka 100 Leute neu eingestellt worden. Aber es ist in der Tat die größte Herausforderung für uns an den allermeisten Standorten. Gute Angebote und attraktive Arbeitsbedingungen sind für die Rekrutierung sehr wichtig.

**Man muss ja schon auf einen Arbeitskräfte-Fundus zugreifen können. Wo kommen Ihre Leute her?**

**Felix Fiege:** Spannenderweise sind ganz viele von denen, die hier angefangen haben, ehemalige Mitarbeiter. Wir haben in Reckenfeld auch schwierige Zeiten erlebt, vor einigen Jahren gab es eine Teilschließung des Speditionsbereichs, und wir mussten dabei eine Reihe von Mitarbeitern entlassen. Das ist uns nicht leicht gefallen, aber wir haben das damals in einer fairen Art hinbekommen. Jetzt haben sich viele von denen gemeldet und gesagt, wir sind gerne wieder dabei. Obwohl viele von ihnen anderswo wieder einen Job gefunden hatten! Sie arbeiten gern bei Fiege, das hat uns sehr gefreut. Ansonsten machen unsere Mitarbeiter Werbung bei Freunden, Sportskameraden, Verwandten. Das hilft sehr.

**In der Grevener Politik wird immer wieder geklagt, die Logistikbranche zahle nicht gut. Gerade hier im Airportpark wünscht man sich keinen Niedriglohnsektor. Zahlen Sie wirklich so schlecht? Und stehen Sie im Wettbewerb um Mitarbeiter mit den anderen Logistikern in Greven?**

**Jens Fiege:** Wir zahlen gut und fair. Logistik ist kein Dumping-Lohnsektor, sondern es ist ein durch Tarife organisierter Sektor. Aber die Branche wird oft in die Schmutzdecke gestellt. Tatsächlich gibt es auch schwarze Schafe, viele, die von der Hand in den Mund leben. Aber in den größeren Betrieben – auch bei DHL oder Hermes – werden gute und faire Löhne bezahlt. Tatsächlich gibt es einen gewissen Wettbewerb zwischen den Betrieben. Aber da geht es weniger um Löhne, sondern eher um Betriebsklima, Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Felix und Jens Fiege (v. l.) im Open-Space-Büro am FMO.  
Foto: Günter Benning



### **In Ibbenbüren wird gerade die Zeche geschlossen. Können Sie dort Mitarbeiter finden?**

**Jens Fiege:** In Ibbenbüren haben wir ja einen größeren Standort. Da sind einige Leute, die durch den Strukturwandel neue Berufsfelder suchen. In Greven ist das anders. Greven wächst, weil es der Wirtschaft gut geht. Das zieht Leute an. Wir haben die Hoffnung, dass wir hier in Greven auch weiter wachsen können.

**Felix Fiege:** Wir haben als Familienunternehmen sicher einen Vorteil gegenüber vielen anderen. Mit den Werten, für die ein familiengeführtes Unternehmen steht: Verlässlichkeit, Sicherheit und ein familiärer Umgang miteinander. In der Firmenkultur setzen wir ganz bewusst darauf. Familie, das halten wir hoch, es ist uns wichtig. Fiege wird auch in Zukunft ein Familienunternehmen bleiben.

### **Sie spielen mit Ihren Mitarbeitern international Fußball?**

**Felix Fiege:** Ganz wichtig. Unser Soccer-Cup ist ein Riesenthema für alle. Jede Niederlassung stellt ein Team. Der Vorjahrgewinner richtet das Turnier aus, wir waren die letzten drei Jahre deshalb in Polen. Beim letzten Mal haben wir den Pott nach Hause geholt. Nächstes Jahr richten wir das Turnier mit über 40 Mannschaften in Greven aus.

### **Wo trainieren Sie?**

**Felix Fiege:** Auf dem 09er-Platz.

### **Und spielen die Chefs selbst mit?**

**Jens Fiege:** Klar, ich habe zwei Tore geschossen, Felix eines. Aber wenn Sie glauben, es gäbe einen Chef-Bonus, täuschen Sie sich. Ich glaube, für die Gegenspieler war es die Höchststrafe, vom Chef ein Tor reingeschoben zu bekommen. Die haben uns härter rangenommen als alle anderen.

### **Draußen in der Eingangshalle steht ein Modell der Fiege-Verwaltung. Da ist neben dem Turm noch ein Verwaltungsgebäude mit drei Flügeln zu sehen. Ist das noch geplant?**

**Jens Fiege:** Das ist eine Option. Aber eigentlich sind wir eine sehr dezentral organisierte Firma. Wir versuchen das, was wir hier am Standort FMO machen, möglichst schlank zu halten. Das Geschäft, auch der Vertrieb, spielt sich an den Standorten ab. Da spielt die Musik. Da laufen die Kundengeschäfte. Gewisse Dinge wie Finanzen muss man zentralisieren, auch Bereiche wie das Engineering, also die Beschäftigung mit neuen Techniken wie Robotertechnik werden hier gebündelt.

### **Nebenan im Airportpark haben Sie noch ein Grundstück für ein Forschungs-Logistikzentrum.**

**Felix Fiege:** Ja, ein Forschungs-Lab mit operativem Geschäft. Wir wollen dort neue und innovative Technologien einsetzen wie Roboter oder Datenbrillen.

**Jens Fiege:** Wir überlegen jetzt, die ersten Drohnen im Lager einzusetzen, die Inventur machen können und feststellen, was vorhanden ist. Die fliegen mit Kameras durch die Hallen und erleichtern demjenigen, der sonst die Ware kontrolliert, die Arbeit.

### **Und das wollen Sie hier machen?**

**Felix Fiege:** Das wollen wir hier bündeln, so dass wir vielleicht verschiedene Technologien testen können. Da geht es um die Logistik der Zukunft.

### **Wann soll das geschehen?**

**Jens Fiege:** Im Moment bauen wir in Reckenfeld ziemlich viel Fläche auf. Dort gibt es noch Ausbaureserven für ein Wachstum des Bestandsgeschäftes. Sobald Reckenfeld voll ist, wird das hier zu einer konkreten Option. Aber auch da sind wir eher familienorientiert und zurückhaltend. Wenn der Bedarf da ist, bauen wir. Vielleicht in zwei, drei Jahren.

### **Greven bleibt für Sie wichtig?**

**Felix Fiege:** Ja, das ist unsere Heimat. Hier bleiben wir. ●

# Joint Venture Fiege X Log verbindet Karstadt und Fiege

Das Unternehmen Karstadt und der Logistikdienstleister Fiege gründen ein neues Logistikunternehmen: Das Joint Venture Fiege X Log wird ab 2020 die gesamte Logistik von Karstadt übernehmen. Zudem kann Fiege X Log seine Expertise und Leistung zukünftig auch anderen Unternehmen am Markt anbieten.

**K**arstadt-CEO Dr. Stephan Fanderl erklärt: „Karstadt ist dabei, sich erfolgreich zu einem vernetzten Marktplatz mit vielen Partnern weiterzuentwickeln und wir verfügen mit unseren Filialen über 79 Logistikstandorte mitten in der Innenstadt und über ein Zentrallager. Unser neuer Partner Fiege ist ein sehr erfahrener Logistikdienstleister mit umfassender Omnichannel- und Fulfillment-Expertise. Wir werden nun in einem Joint Venture das Beste aus den beiden Welten Handel und Logistikdienstleistung miteinander kombinieren. Im Ergebnis werden wir nicht nur über eine maßgeschneiderte und hocheffiziente Logistik für Karstadt verfügen, sondern auch in die Lage versetzt, diese einzigartige Erfahrung zukünftig am Markt anzubieten.“

„Wir unterstützen Karstadt durch unser gemeinsames Joint Venture dabei, seine Logistik wieder selbst zu verantworten und durch neue Services seine Kunden positiv zu überraschen“, erklärt Vorstand Jens Fiege. „Die Kunden erwarten ein nahtloses Einkaufserlebnis über alle Kanäle hinweg: Wir werden daher in einem Omnichannel-Ansatz den E-Commerce, den stationären Handel und das Marktplatzgeschäft besser vernetzen



und darüber hinaus den Endkunden weitere innovative Dienstleistungen anbieten. Wir freuen uns darauf, mit Karstadt gemeinsam neue Standards in der Handelslogistik zu setzen.“

Bereits jetzt wird die neue Logistikstruktur für Karstadt entwickelt. Durch im Zuge der Modernisierung bereits erfolgte Maßnahmen, wie beispielsweise die Funktionstrennung in den Filialen in Logistik, Kasse und Verkauf, sind dazu wesentliche Voraussetzungen geschaffen. „Es war uns besonders wichtig, die seit 2005 outgesourcete Logistik wieder zu uns zurückzuholen“, erklärt Miguel Müllenbach, Chief Finance Officer und Arbeitsdirektor von Karstadt. „Die Logistik für die eigenen Standorte zu betreiben, ist eine Kernkompetenz für einen Einzelhändler, die wir selbst beherrschen müssen und wollen.“

Von der zusätzlichen Schlagkraft des neuen Joint Ventures im Zuge der geplanten Fusion von Karstadt und Kaufhof mit einer erheblichen Anzahl innerstädtischer Logistik-Hubs würden wiederum auch externe Kunden profitieren. ●





**FIEGE**  
X Log

# Gemeinsam neue Standards in der Handelslogistik setzen

Seit diesem Jahr ist auch Hendric Fiege, Bruder von Jens Fiege, für das Familienunternehmen tätig. Im Gespräch erläutert er, welche Aufgaben und Ziele der Director New Ventures in den kommenden Jahren in den Fokus stellt.

**H**endric Fiege, Sie sind 2018 ins Familienunternehmen eingestiegen. Können Sie uns Ihren ersten Eindruck schildern?

Fiege hat mich natürlich schon mein Leben lang begleitet. Ich bin happy, endlich voll dabei zu sein. Bei Fiege begeistern mich vor allem das Team, die netten, dynamischen Kollegen, aber auch die tollen Themen, die uns umtreiben.

Zum einen kümmere ich mich um die Entwicklung und Weiterentwicklung innovativer – oft datengetriebener – Geschäftsmodelle bei Fiege, aber meine Kernaufgabe ist der Aufbau und die Führung unseres Joint Ventures mit Karstadt – der Fiege X Log – gemeinsam mit meinem Geschäftsführungskollegen Werner Linnemann von Karstadt. Eine tolle und spannende Aufgabe. Mein großer Dank gilt an dieser Stelle Martin Rademaker und seinem Team aus der BU Fashion & Online Retail. Martin hat Karstadt von Fieges Visionen als Multichannel-Fulfillment-Dienstleister überzeugt und das Geschäft gewonnen. Ich freue mich darauf, dass wir diese Vision jetzt gemeinsam umsetzen.

**Wie ist Fiege X Log aufgestellt und was ist ihr Ziel?**

Fiege X Log ist ein 50:50-Joint Venture zwischen Karstadt und Fiege. Die beiden Unternehmen ergänzen sich ganz hervorragend: Karstadt verfolgt eine konsequente Omnichannel-Strategie, und Fiege ist einer der führenden Omnichannel-Logistiker. Die Fiege X Log wird in 2020 die komplette Logistik von Karstadt übernehmen. Unsere Ziele sind: erstens einen nahtlosen Übergang der Logistik zu gewährleisten, zweitens wollen wir die Karstadt-Logistik weiterentwickeln und optimieren. Und nicht zuletzt wollen wir die Logistik zu einem Differenzierungsfaktor und Enabler für neue Kundenservices von Karstadt machen. Darüber hinaus wollen wir diese Leistungen zukünftig auch an Dritte vermarkten.

**Die Fiege X Log übernimmt die Logistik für Karstadt erst in 2020. Was passiert aktuell, wurde die Arbeit schon aufgenommen?**

Wir haben gerade unsere neuen Büros in Münster bezogen. Hier hat die Gesellschaft ihren Sitz und hier kommen wir mit den Kollegen von Karstadt zusammen und bereiten den Betriebsübergang für 2020 optimal vor. Außerdem sind wir bereits mit der Entwicklung von neuen innovativen Geschäftsmodellen gestartet. Zum Beispiel haben wir unseren Lieferservice Angel bereits in zehn Filialen in Dresden und Berlin eingeführt. Mit Angel können sich Karstadt-Kunden ihre Einkäufe aus den Filialen zum Wunschzeitfenster auch am gleichen Tag nach Hause schicken lassen.

**Sie haben lange in Berlin gelebt und bei der Deutschen Bahn ge-**

**arbeitet. Wie ist es, aus der Großstadt in die Heimat, ins beschauliche Greven, zurückzukommen?**

Der Wechsel vom Staatskonzern zum mittelständischen Familienunternehmen ist deutlich größer als der Wechsel von der Hauptstadt nach Greven. Wir sind bei Fiege wesentlich agiler und schneller in den Entscheidungsprozessen. Wir orientieren uns stärker am Kunden und sind nicht so sehr von interner Politik geprägt. Und ich denke, dass die Entscheidungen bei Fiege immer im Sinne der Nachhaltigkeit getroffen werden und weniger durch kurzfristigen Aktionismus.

Für mich und meine Familie war es ein einfacher Schritt, zurück nach Greven zu kommen: Hier wurden wir von Familie und Freunden mit offenen Armen aufgenommen. Das einzige was mir wirklich fehlt, ist die kulinarische Vielfalt aus Berlin.

**Was wünschen Sie sich für die Zukunft?**

Zum einen möchte ich mit Karstadt gemeinsam neue Standards in der Handelslogistik setzen. Mit Fiege möchte ich die Chancen der digitalen Revolution nutzen und der sechsten Fiege-Generation ein zukunftsfähiges und stabiles Unternehmen übergeben. Und wenn ich dann noch einen Wunsch frei hätte, würde ich mir einen tollen Sushi Laden in Greven wünschen. ●

# Fiege & Friends im Spiegelpalast

„Networking. Unterhaltung. Dinner.“ – Schon traditionell fand „Fiege & Friends“ als großes Berlin-Event am Abend nach „Fast & Forward“ in der Bar jeder Vernunft statt, ein Abend, bei dem interessante Gespräche in entspannter Atmosphäre mit Kunden, Partnern, Freunden und Mitarbeitern im Vordergrund stehen, in diesem Jahr übrigens als Jubiläumsveranstaltung zum 25. Mal im Spiegelpalast.

**J**ens und Felix Fiege hoben in ihrer Begrüßung die erfreulich hohe Zahl der diesjährigen Teilnehmer hervor: „Wir sind an der Kapazitätsgrenze des Spiegelpalastes angelangt!“ Dass so viele der Geladenen nach Berlin zu Fiege gekommen waren, freute nicht nur den Vorstand, auch die zahlreichen Organisatoren aus den Reihen der Mitarbeiter durften die Resonanz der Gäste als An-

erkennung ihrer Leistung werten. An den Kochstationen hatten die Gäste Gelegenheit, sich mit feinsten Speisen verwöhnen zu lassen und an den beiden Bars ausgesuchte Getränke zu kosten – musikalisch begleitet von Walk-a-Tones, einer Walking-Band aus hochprofessionellen Musikern und Sängern, die bereits mit vielen internationalen Künstlern auf der Bühne standen. Sie begeisterten mit

altbekanntem und zahlreichen neuen Songs ihre aufmerksamen Zuhörer. Und dann kam Live-on-Loops auf die Bühne: Mit der Besetzung aus Perkussion, Gesang und Saxofon konnten die drei Musiker das Publikum überzeugen – und ausgelassen tanzen die Gäste des Abends bis in die späten Stunden zu den Klängen von Rock, Pop und Soul im Innenraum des Spiegelzeltes. ●



Jens und Felix Fiege begrüßten die erfreulich vielen Besucher des Abends.



Die Walk-a-Tones spielten direkt vor den Gästen auf.



Mit Perkussion, Gesang und Saxophon begeisterten die drei Musiker von Live-on-Loops.



Das Organisationsteam erhielt viel positive Resonanz.

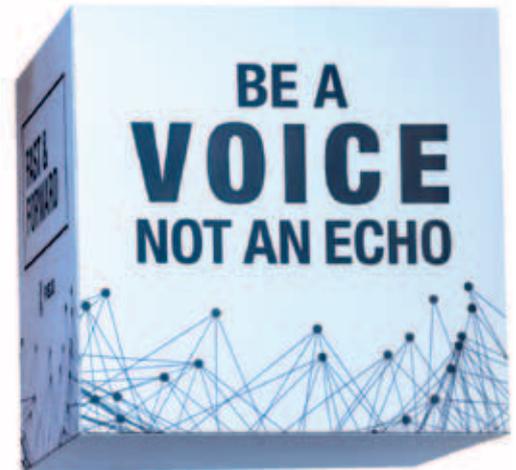
# Künstliche Intelligenz im Fokus

„From big data to smart business“, das Motto, unter dem zum zweiten Mal das Berlin Event „Fast & Forward“ der Fiege Gruppe im Oktober stattfand, hatte mehr als 100 Interessierte, Kunden, Partner, Mitarbeiter und Freunde des Unternehmens in die Location Von Greifswald in der Nähe des Tiergartens geholt. Sie kamen, um sich über Data Analytics, Blockchain und Künstliche Intelligenz (AI) zu informieren, darüber zu diskutieren und Neues zu erfahren.



Felix Fiege hob in seiner Ansprache die Bedeutung des Netzwerkers hervor.

Infrastrukturen und der Kampf gegen die „Schwarmdummheit“ sind die Themen, die ihm am Herzen liegen. Anschließend sprach Prof. Dr. Marc Jansen, dessen Forschungsschwerpunkt im Rahmen der Softwaretechnik speziell in der Entwicklung verteilter und mobiler Anwendungen liegt, zu den Use cases - Blockchain in der Logistik. Prof. Dr. Marc Jansen leitet seit Februar 2011 das Labor für die Architektur verteilter Systeme an der Hochschule Ruhr West. Sein Forschungsschwerpunkt liegt im Rah-



Die Zuhörer hatten sichtlich viel Spaß an der lockeren Vortragsweise von Prof. Dueck.

**U**nd der Tag hielt, was er im Vorfeld versprochen hatte: Vorträge, Austausch beim gemeinsamen Netzwerken und das Kennenlernen von Innovationen standen im Mittelpunkt der Veranstaltung. Als erster Redner erläuterte Prof. Dr. Gunter Dueck – ein wissenschaftlicher Querdenker, der sich einmischt, kommentiert und in Frage stellt – in lockerer Vortragsweise seine Sicht zum Thema „Intelligence as a service“. Neue Bildung, Innovation, die Förderung digitaler





Prof. Dr. Marc Jansen



Prof. Dr. Gunter Dueck



Iskender Dirik

## SPEAKERS



In der spannenden Podiumsdiskussion erläuterten Kevin Ückert, Christian Junger und Felix Hettlage unter Moderation von Prof. Dr. Reiner Kurzhals (l.) ihre Erfahrungen aus den speziellen Branchen.

men der Softwaretechnik sowie im Bereich Blockchain und Kryptowährungen. Hier unterstützt er zahlreiche Unternehmen aus dem Bereich der Logistik.

„Durch KI werden repetitive Jobs und Aufgaben wegfallen, sie wird aber auch neue, menschliche Jobs schaffen“, erklärt Iskender Dirik, der den dritten Hauptvortrag des höchst informativen Tages mit dem Titel „The Future of AI Driven Marketing“ hielt. Er

erläuterte, was Künstliche Intelligenz für Marketing und damit indirekt für die Supply Chain bedeutet und betrachtet AI als Chance für die Logis-

## AI als Chance

tik. Iskender Dirik ist Geschäftsführer und CEO von Microsoft ScaleUp, dem exklusivsten Startup-Programm bei Microsoft weltweit. „Sind Menschen

in Zukunft komplett ersetzbar? Und wird im Zuge dessen auch das Marketing komplett automatisiert?“ In seinem Vortrag ging es ebenso um kommende Themen wie automatisiertes CRM, Advertising im selbstfahrenden Auto, Chatbots und Bilderkennung und um bereits umgesetzte AI Solutions im Marketing-Bereich.

Spannend wurde es auch in der Podiumsdiskussion, die von Prof. Dr. Reiner Kurzhals, Statistik-Professor >

an der Fachhochschule Münster, moderiert wurde. 2017 gründete Prof. Kurzhals das Daten-Startup

## Zielgerichtete Neukundenansprache

Westphalia DataLab, das über eine Onlineplattform Datenanalyse branchenübergreifend und als monat-

lich kündbaren Service anbietet. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, auf Basis von Daten Umsatzsteigerungen und Kosteneinsparungen zu erreichen, beispielweise durch zielgerichtete Neukundenansprache oder die intelligente Betriebsmittelallokation. Gemeinsam mit Kevin Ückert, seit 2016 Data Scientist bei der Firma CLAAS, Christian Junger von MADANA und Felix Hettlage, Director Supply Chain bei Peek &



### START-UPS



Cloppenburg, erläuterten die Spezialisten ihre Erfahrungen aus ihren speziellen Branchen und beantworteten ausführlich die Fragen der interessierten Zuhörer. Das Resümee ihres Austauschs: „Wenn man nicht startet, kommt man nicht an!“

In einer begleitenden Ausstellung präsentierten sich wie im vergangenen Jahr junge Start-up-Unternehmen, die ihre Ideen und eine mögliche Anwendung in der Logistik vorstellten. ●



Im Gespräch lernten sich viele interessierte Besucher näher kennen und tauschten Erfahrungen aus.

# Erste Erfolge in kürzester Zeit

Gegründet im Oktober 2017 weist das Westphalia DataLab nach einem Jahr bereits erste große Erfolge auf. Immer mehr Unternehmen erkennen das Potenzial ihrer Daten. Das Westphalia DataLab spielt bei der Verwertung dieser Daten eine wesentliche Rolle.

**D**ata Analytics as a Service – also automatisierte Datenanalyse als abrufbaren Service anzubieten – mit diesem Vorhaben gründete ein Team aus Wissenschaftlern der Fachhochschule Münster gemeinsam mit der Fiege Logistik Stiftung im Oktober 2017 das Westphalia DataLab in Münster. In der letzten Ausgabe präsentierte sich das Unternehmen bereits mit der Zielsetzung, es insbesondere mittelständischen Unternehmen zu ermöglichen, Erkenntnisse aus Ihren Daten zu gewinnen, auch ohne selbst Fachpersonal, wie Programmierer oder Statistiker einstellen zu müssen.

Ein Jahr nach Unternehmensgründung ist festzustellen, dass das Unternehmenskonzept aufgeht. In mehr als 100 umgesetzten Projekten konnten essenzielle Erkenntnisse aus Daten für mittlerweile über 25 Kunden aus der Region und der ganzen Welt gewonnen werden. Zudem ist das Unternehmenskonzept branchenübergreifend erfolgreich und umsetzbar. So wurden Projekte unter anderem für die Entsorgungs-, Recycling-, Energieversorgungs-, Finanz-, Logistik-, Landtechnik-, Bau- und Lebensmittelbranche realisiert.

State-of-the-Art Machine Learning und die Modellanreicherung mit externen Daten versprechen messbare Erfolge in kürzester Zeit. So können erhebliche Umsatzsteigerungen beispielsweise durch die Identifikation abwan-

derungsgefährdeter Kunden oder die Erhöhung von Warenkörben (Next-Best-Order) realisiert werden. Auf der Kostenseite ermöglichen die Vorhersage zukünftiger Absätze oder das frühzeitige Erkennen von Maschinenausfällen massive Einsparpotentiale.

In enger Zusammenarbeit mit dem Kunden werden potenzielle Anwendungsfälle identifiziert, deren Erfolgspotenzial dann zunächst im Rahmen eines Proof-of-Concept bewiesen wird. In diesen initialen Projekten werden die bereitgestellten Daten im Kontext des zuvor identifizierten Use Case in einer Projektzeit von maximal sechs Wochen analysiert. Danach anschließend bietet das Westphalia DataLab seinen Kunden die Option, die gewonnenen Erkenntnisse aus der ersten Phase in ein individuelles Analysedashboard zu überführen. Durch ständig optimierte und selbstlernende Algorithmen werden die monatlich aktualisierten Analyseergebnisse dann intelligent in das Tagesgeschäft der Kunden integriert.

Mit Fiege hat das Westphalia DataLab nicht nur einen starken strategischen Partner, sondern auch einen prädestinierten Kunden an seiner Seite, der das Potenzial seiner Daten erkennt und einzelne Unternehmensbereiche sukzessive datengetrieben ausgestaltet. Nennenswert ist die automatisierte Lagerzuordnung einzelner Artikel. Aktueller Verkaufsschlager des Westphalia DataLabs ist der Bereich Forecasting. Mithilfe von Methoden des



Cornelius Brosche, Reiner Kurzhals und Felix Fiege (v. l.), präsentierten das Westphalia DataLab bei Fiege Fast & Forward in Berlin.

maschinellen Lernens werden historische Daten analysiert, um beispielsweise zukünftige Absatzmengen vorherzusagen.

Dies ermöglicht ein hohes Einsparpotenzial an Produktions-, Personal- und Lagerkosten sowie eine erhöhte Planungssicherheit. Dies wird vor allem durch die überdurchschnittlich hohe Hinzunahme externer Daten zur Anreicherung der Modelle erzielt. Vergangene Projekte deckten Einsparungspotentiale bis zu 28 Millionen Euro auf.

Das Westphalia DataLab blickt auf ein sehr erfolgreiches erstes Geschäftsjahr zurück, verliert dabei aber nicht den Blick nach vorne. Bis Ende 2018 strebt man an, der größte Cross-Industry Anbieter für Datenanalyse in Deutschland zu sein und im kommenden Jahr in Europa. ●

# Fiege Innovation Challenge – ein erfolgreiches Konzept

Die erste Innovation Challenge der Fiege Gruppe 2017 war so erfolgreich, dass sie zu einem dauerhaften Begleiter im Bereich Inside-Out-Innovation werden sollte – das war der Wunsch der Verantwortlichen, die in diesem Jahr die zweite Challenge veranstalteten.



Ein aufmerksames Publikum lauschte zusammen mit den Juroren den Vorträgen der Finalisten.

**E**s geht nicht nur darum, die Innovationskultur zu stärken und die Mitarbeiter zu unternehmerischem Denken aufzufordern, sondern wir meinen es ernst und setzen die Dinge tatsächlich um“, betont Andreas Pott, Director Coporate Development.

Die Ergebnisse der ersten Challenge sprechen für sich: Die Gründer Jan Trulley und Göran Thälker von Opticert sind aktuell dabei, ihre Plattform technisch umzusetzen und stehen somit kurz vor dem Go live. Eine weitere Idee aus dem Bereich Healthcare ist bereits fester Bestandteil des Kundengeschäfts der Fiege Business Unit Healthcare: Bestandsfinanzierung in der Krankenhauslogistik.

In diesem Jahr erhöhte sich die Anzahl der Bewerbungen im Vergleich zum Vorjahr um knapp 50 Prozent, insbesondere beim Anteil der externen Bewerber, da auch Studenten von Partnerhochschulen starke Ideen eingereicht hatten. Viele der neuen und zukunftsorientierten Innovationsfelder im Bereich der Logistik wurden mit den eingehenden Ideen abgedeckt, zum Beispiel Blockchain, 3-D-Druck, Energieeffizienz, Warehouse-Automatisierung und Fachkräftemangel, eines der aktuell brennendsten Themen der Logistik.

Im Finale standen sich dann sechs Bewerbergruppen, vier interne und zwei externe Gruppen – Studenten



Die Innovation Challenge 2018 gewann die Gruppe Marc Borgmann, Mareike Vogt und Fabian Groß aus dem Unternehmensbereich Energie mit dem Konzept einer intelligenten Lagerbeleuchtung.

## Ein Geschäftsmodell gewinnt

Fiege lädt alle Studierenden und Mitarbeiter ein, sich von den aufregenden Möglichkeiten dieser Zeit auf Ideen bringen zu lassen. Eine Jury bestehend aus den Fiege-Inhabern und Teilen des Top-Managements prüft die eingereichten Ideen. Die vielversprechendsten Geschäftsmodelle schaffen es in den Light-Pitch. Hier besteht dann die Gelegenheit, die neuen Ideen persönlich vorzustellen. Wer beim Light-Pitch überzeugt, hat beim abschließenden Pitch-Event die Chance, Jury und Publikum für seine Idee zu begeistern. Das Geschäftsmodell, das sich hier am Ende durchsetzt, gewinnt die Fiege Innovation Challenge. Dem Gewinner oder Gewinnerteam winken ein Preisgeld von 5.000 Euro sowie die Möglichkeit, das Geschäftsmodell gemeinsam mit Fiege voranzutreiben.

der Fachhochschule Münster, Masterstudiengang Logistik – gegenüber. In den Zuschauerreihen saßen nicht nur Mitarbeiter, sondern auch Kunden und weitere Gäste wie Professoren und Mitarbeiter der Technologieförderung Münster. Die Pitches der Finalisten waren fesselnd und auf den Punkt gebracht. In jeweils zehnminütigen Vorträgen zeigten die Finalisten ihre Ideen und erläuterten den Gewinn für Fiege. Die folgende Frage-

runde mit dem gleichen Zeitrahmen fokussierte sich auf mögliche Schwächen oder genannte Zahlen der Konzepte. Kritisch wurden Details unter die Lupe genommen. Auch erste Impulse zur Weiterentwicklung der Idee wurden von den Zuschauern und Juroren gegeben. Gewonnen hat das Team Mareike Vogt, Fabian Groß und Marc Borgmann aus dem Unternehmensbereich Energie. Sie stellten ein Konzept einer intelligenten Lagerbe-

leuchtung vor, die Jury und Publikum gleichermaßen überzeugte.

Knapp den Sieg verpasste das Team aus dem Bereich Fiege Healthcare, bestehend aus Moritz Hüwe, Christian Bockholt und Marcel Wegmann, mit einer Idee für die Effizienzsteigerung bei der Belieferung von Krankenhäusern und Medizinlagern. Den dritten Platz teilten sich die Studenten der Universität Münster Hannes Hatesohl, Bastian Engelking, Niklas Hoffmann, Eike Werther und Kristina Dumbeck mit einer Lösung gegen die Parkplatznot von LKW und Felix Jeschke mit einer Plattform zur Unterstützung von Kfz-Werkstätten. Jeschke ist als Werkstudent bei Fiege tätig und zugleich an der FH Münster eingeschrieben.

Auf verschiedenen Wegen werden die Ideen nun weiter angegangen: Der Lichtkompass ist weiterhin in enger Abstimmung mit einem möglichen Partner zur Umsetzung der Idee. Aktuell wird das Konzept spezifiziert und die technologische Umsetzung erforscht. Die anderen Ideen befinden sich ebenfalls in der detaillierten Prüfung der Konzepte und der Validierung. ●



Die Finalisten stellten sich zusammen mit den Jurymitgliedern Felix Fiege, Prof. Dr. Reiner Kurzhals und Jens Fiege dem Applaus der Zuhörer.

# Ein Frachtvergabetool mit großen Vorteilen

Das neue Frachtvergabetool „Freight connect 2 FIEGE“ ist eine eigene Fiege-Entwicklung und bietet den beteiligten Frachtführern zahlreiche Vorteile im täglichen Einsatz. Seit Mai 2018 sind die Fiege-Niederlassungen der Business Unit Consumer Goods Bocholt, Rangsdorf, Grafschaft und Bremen aufgeschaltet, in den nächsten Wochen kommt die BU Reifen mit Dortmund, Hamburg, Dieburg und Lahr hinzu. In einem Gespräch erläutert Sabrina Purwin, Team Transportmanagement BU CG, die positiven Seiten des Tools für die Frachtführer.



Sabrina Purwin.

**W**arum hat Fiege sich dazu entschlossen, ein eigenes Frachtvergabetool zu entwickeln?

Wir wollten einen neuen Weg in Sachen Frachtvergabe einschlagen und haben festgestellt, dass die bereits am Markt etablierten Portale zwar gut sind, aber viele unserer Anforderungen und Bedürfnisse nicht abdecken. Wir wollten unsere Ideen umsetzen, ohne Kompromisse oder Zugeständnisse eingehen zu müssen, daher

entstand in Zusammenarbeit mit unserem Transport-Management-Team und dem Information-Management-Team die Idee, ein eigenes Frachtvergabetool zu entwickeln.

**Was unterscheidet Freight Connect 2 FIEGE (FC2F) von andern Portalen?**

Zum einen ist FC2F kein öffentliches Portal, an dem sich jeder Frachtführer anmelden kann. Uns war es wichtig, in der heutigen Zeit dem Thema Sicherheit mehr Bedeutung zu geben. Die Teilnahme an unserem Frachtvergabetool kann nur über eine persönliche Einladung erfolgen. Im Vorfeld muss sich der Frachtführer mit seinen Unterlagen registrieren lassen, diese werden auch auf Inhalt und Gültigkeit überprüft, bevor er als aktiver Frachtführer teilnehmen kann. Des Weiteren sind FC2F und das Transportmanagementsystem miteinander verbunden, sodass keine Frachten manuell eingegeben werden müssen. Zudem erfolgt der komplette Vergabeprozess digital. Durch den Einsatz von FC2F können wir unsere Niederlassungen im Bereich Transport übergreifend vernetzen und betrachten. Mit FC2F schaffen wir die Grundlage, zukünftig operative Themen wie Abwicklung, Abrechnung und die Rück-

meldung von Statusinformationen an einem zentralen Punkt zu erledigen.

**Welchen Vorteil haben Frachtführer, wenn sie sich an dem Portal anmelden?**

Wir schenken den Frachtführern Zeit. Frachtführer kämpfen mit den gleichen Herausforderungen wie wir, und das sind Zeit- und Personal-mangel. Die Meinung der Frachtführer war von Anfang an ein zentrales Thema im Projekt! Zu diesem Zweck haben wir schon in einem sehr frühen Stadium eine Umfrage mit unseren Top-Frachtführern durchgeführt, um deren Wünsche zum Prozess mit zu berücksichtigen. Durch den Einsatz von FC2F ergeben sich zahlreiche Vorteile für den Frachtführer wie Zeitersparnis, effizientere Planung und Zugang zu allen Fiege-Niederlassungen. Der Frachtführer muss keine zeitaufwändige Frachtsuche mehr vornehmen, er erhält automatisch eine Mail, wenn eine Niederlassung eine Tour zu vergeben hat, die auf seine Anforderungen passt. Dadurch entfällt unnötiges Warten auf Antworten, vielmehr erhält der Frachtführer spätestens 30 Minuten nach Ablauf der Angebotsabgabefrist eine Ab- oder Zusage einschließlich des Transportauftrags. ●

## Neue Datenbrillen für Worms und Großbeeren

Fiege setzt auch beim Thema Pick-by-Vision Maßstäbe: Für seinen Standort Worms hat das Unternehmen, in dem bereits mit der Picavi-Lösung gepickt wird, 40 weitere Datenbrillen bestellt. Ganz neu mit Datenbrillen ausgerüstet wird die Fiege-Niederlassung in Großbeeren. Das nahe Berlin gelegene Logistikzentrum hat Fiege nun mit einem guten Dutzend Picavi-Datenbrillen ausgestattet.

**F**ür Picavi stellen diese Projekte Meilensteine in der Firmenentwicklung dar. „Die Neubestellung für das Lager in Großbeeren sowie die Verdreifachung der Brillenzahl für die Niederlassung in Worms bedeuten einen riesigen Schritt für unser Unternehmen“, ordnet Carsten Funke die aktuellen Entwicklungen ein. Der Chief Sales Officer bei Picavi ergänzt: Etwas Besseres, als dass ein zufriedener Kunde nachordert be-

ziehungsweise die Pick-by-Vision-Lösung auf weitere Standorte ausdehnt, kann uns gar nicht passieren. Es ist ein deutliches Signal, dass unser Produkt im Alltag bestens funktioniert, weil es die Logistikprozesse optimiert.“

Fiege hatte vor knapp anderthalb Jahren in Worms damit begonnen, für dortige Kunden Erzeugnisse wie

Elektrowerkzeuge und Gartengeräte mit der Brille zu kommissionieren. Zuletzt waren an diesem Standort 20 Picavi-Datenbrillen im Einsatz. „Die Effizienzgewinne, die mit der Pick-by-Vision-Lösung zu erzielen waren, haben uns überzeugt. Aus diesem Grund stellen wir nun noch mehr Lagerarbeiter mit Datenbrillen aus“, kommentiert Michael Suden, Managing Director von Fiege Industry Logistics in Worms, die neueste Anschaffung.

Auch in der Fiege-Niederlassung Großbeeren wird der Hands-free-Ansatz für die Kommissionierung genutzt. „Wir wollen durch die Nutzung der Datenbrille die Pick-Zeiten senken und durch die visuelle Steuerung der Lagermitarbeiter die Fehlerquoten senken“, sagt Martin Schacht, Niederlassungsleiter bei Fiege in Großbeeren. „Nach den guten Erfahrungen unserer Kollegen in Worms halten wir diese Ziele für realistisch. Wir freuen uns, dass die Datenbrille bei uns als zweitem Standort der Fiege-Welt zum Einsatz kommt.“ ●



# Datenbrillen senken mögliche Fehlerquoten

Menschen nehmen über 80 Prozent der täglichen Sinneseindrücke über das Auge wahr. Diesen Fakt macht sich die Pick-by-Vision-Lösung von Picavi für die Kommissionierung zu Nutze. An zwei Fiege-Standorten wird nun mit der Datenbrille des Unternehmens aus der Städte-Region Aachen gepickt. Das geht schneller und minimiert Fehler.





**W**o befinde ich mich gerade und wo muss ich jetzt hin?“ Smartphones, die zu festen Begleitern im Alltag geworden sind, beantworten – beispielweise bei einer Dienstreise in eine unbekannte Stadt – dem Orientierung Suchenden diese Frage in Windeseile. Mit ähnlichen Fragen, ergänzt durch den nicht unwesentlichen Zusatz, was es als Nächstes zu picken gilt, sind die Lagerfachkräfte bei ihren täglichen Touren zwischen oft meterhohen Regalreihen konfrontiert.

Seit drei Jahren unterstützt die marktreife Pick-by-Vision-Lösung von Picavi die Werker bei ihren Aufgaben in der Intralogistik. Mit einer strikten visuellen Prozessführung setzt das Unternehmen mit seinen Datenbrillen darauf, dass das Auge jenes Sinnesorgan ist, mit dem der Mensch die meisten Eindrücke aus seiner Umwelt wahrnimmt. Rund 80 Prozent der Umgebung werden darüber an jedem Tag wahrgenommen – also weit vor

Tast-, Geruchs- oder Geschmackssinn. „Diesen Umstand macht sich unsere Anwendung zu Nutze, um mittels einer Ausgabe der Kommissionsaufgaben auf dem Display den Lagermitarbeiter durch sein Tagwerk zu leiten. Die Brille ist leicht und ergonomisch sehr gut zu tragen. Vor allem aber hat der Werker seine Hände frei, um die Waren aufzunehmen oder abzulegen“, betont Johanna Bellenberg, Director Marketing und Communications bei Picavi, einen entscheidenden Vorteil gegenüber anderen Systemen. „Das macht ihn schneller bei der Umsetzung seiner Picks. Hinzu kommt, dass das Display ihm sagt, wenn er die falsche Ware oder eine falsche Anzahl des richtigen Produktes gepickt hat. So lässt sich neben der Zeitersparnis auch die Fehlerquote bei der Kommissionierung senken.“

Wichtig war es Picavi, die 2013 mit der Entwicklung dieses visuellen Ansatzes starteten, bevor dann bereits 2015 die ersten Kunden das sogenannte „Ökosystem“ Hard- und Software im Einsatz hatten, die Anwendung IT-technisch so einfach wie möglich mit dem bestehenden Lagerverwaltungssystem der Auftraggeber zu verbinden. Für die rund 450 existierenden WMS-Typen wurden bereits Standardschnittstellen programmiert. Sie stellen für einen schnellen Go live des jeweiligen Projekts dann im Einsatz die Übertragung der relevanten Informationen in Echtzeit zwischen Datenbrille und dem Lagerverwaltungssystem sicher.



Da Waren in den unterschiedlichsten Positionen in Regalen oder auf Paletten (zwischen-)gelagert werden und Menschen mit unterschiedlicher technischer Sozialisation die Pick-by-Vision-Lösung anwenden, gibt es bei Picavi nicht nur die eine Eingabefunktion für den Werker: Je nach Einzelaufgabe oder persönlichen Vorlieben kann das Touchpad an der Brille, das gleichzeitig als Akku dienende Bedienelement Picavi Power Control, die neu hinzugekommene Sprachsteuerung oder der sehr häufig in Kombination mit der Brille genutzte Bluetooth-Ringscanner für das Eingeben von Befehlen verwendet werden. ●



## Fakten und Zahlen

Picavi GmbH	
gegründet:	2013
Mitarbeiterzahl:	35
Unternehmenssitz:	Herzogenrath
CEO:	Jens Harig
Kunden:	über 50

# Soziale Medien stärken die Kommunikation der Mitarbeiter

Fiege ist seit Mitte des Jahres offiziell auf Facebook und Instagram vertreten. Über die Unternehmens-Accounts teilt das Team Marketing & Communications Beiträge aus der ganzen Fiege-Welt: Unternehmensnachrichten, Eindrücke von Messen und Events sowie Impressionen aus den Standorten. Bislang war Fiege auf den sozialen Netzwerken LinkedIn und Xing als Arbeitgeber präsent.



**W**ir wollen die Sozialen Medien verstärkt dazu nutzen, mit unseren Mitarbeitern zu kommunizieren und sie darüber zu informieren, was alles in der Fiege-Welt passiert“, sagt Julian Mester, der die Unternehmenskommunikation bei Fiege verantwortet. „Gleichzeitig wollen wir allen Geschäftseinheiten und Standorten die Möglichkeit geben, diese Kanäle selbst zu nutzen und über uns Inhalte zu teilen.“ Der Aufwand lohnt sich, denn die potenzielle Reichweite ist enorm. 3,2 Milliarden Menschen nutzen 2018 die Sozialen Medien aktiv. Pro Sekunde werden es elf User mehr. In Deutschland nutzen 32 Millionen Menschen Facebook mindestens einmal im Monat, über 15 Millionen sind auf Instagram aktiv.

„Unsere Mitarbeiter sind auf Facebook & Co., unsere Partner und unsere Kunden auch. Wir wollen Fiege dort mit interessanten Geschichten und guten Bildern als modernes Unternehmen präsentieren“, so Julian Mester. Während auf dem sozialen Netzwerk Facebook mittlerweile 94 Prozent aller Unternehmen in Deutschland vertreten sind, sind es auf Instagram bislang nur zwei Drittel. „Im B2B-Bereich sind es sicherlich erheblich weniger und in der Logistik gehören wir zu den ersten, die diesen Kanal ausprobieren“, sagt Julian Mester. Der Bilderdienst Instagram ist vor allem bei jüngeren Menschen beliebt, Fotos können geteilt und mit einem Hashtag versehen werden. In den Instagram-Stories können Bilderstrecken geteilt werden, die nach 24 Stunden wieder gelöscht werden.

„In den Stories haben wir schon von verschiedenen Events berichtet. Das erste war der Fiege Soccer Cup, wo man von zu Hause ein wenig mitverfolgen konnte, welches Team es wie weit geschafft hat und was sonst so

vor sich ging im Stadion von Wisla Krakau“, sagt Social Media Managerin Genevieve Wiehe. Sie ist seit Anfang des Jahres bei Fiege und betreut die Fiege-Kanäle. „Wir möchten einen Blick hinter die Kulissen von Fiege ermöglichen und zeigen, dass >



### SOCIAL MEDIA TIPPS FÜR FIEGE-MITARBEITER

**Darf ich den FIEGE-Accounts in den Sozialen Medien folgen und die Inhalte verbreiten?**  
 Ja – FIEGE hat offizielle Accounts in den Sozialen Netzwerken Facebook, Instagram, LinkedIn und Xing. Die Beiträge dürfen geliket, geteilt oder kommentiert werden. Dies sind die offiziellen Corporate Accounts:

	facebook	FIEGE1873
	Instagram	FIEGE1873
	LinkedIn	FIEGE
	Xing	FIEGE

**Kann ich selber Inhalte erstellen?**  
 Ja - Jeder FIEGE-Mitarbeiter darf mitmachen und Inhalte für die Social Media Accounts von FIEGE erstellen. Veröffentlichen dürfen sie aber nur Administratoren. Mögliche Inhalte, wie tolle Bilder oder z.B. ein Text über einen Besuch in einer Niederlassung, können an [socialmedia@fiege.com](mailto:socialmedia@fiege.com) gesendet werden.

**Darf ich FIEGE als meinen Arbeitgeber angeben?**  
 Ja – Dazu geben Sie als Firmennamen immer FIEGE (ohne weiteren Zusatz) als Arbeitgeber an, in den Jobtitel gehört die Position inklusive des Geschäftsbereiches, wie es im Arbeitsvertrag festgehalten ist. Beachten Sie: Wenn Sie FIEGE als Arbeitgeber angeben, repräsentieren Sie gleichzeitig das Unternehmen. Achten Sie daher im Social Web, wie im richtigen Leben, das Gesetz und veröffentlichen Sie keine beleidigenden oder anderweitig rechtswidrigen Inhalte.

**Darf ich meine Meinung über FIEGE-Beiträge sagen?**  
 Ja – Die Sozialen Netzwerke sind Kommunikationsplattformen, Meinungen sind immer erwünscht. Bleiben Sie aber unbedingt professionell und sachlich. Wie immer gilt: Erst Denken, dann Schreiben.

**Gibt es etwas Besonderes zu beachten?**  
 Verhalten Sie sich im Social Web, wie im richtigen Leben auch. Dazu gehört: Vertrauliche Firmeninformationen dürfen nicht verbreitet werden. Dies gilt vor allem auch für Bilder, die auf dem Betriebsgelände entstanden sind. Beachten Sie Copyrights und die Rechte am eigenen Bild - bei Kollegen, Besuchern wie auch Kunden.

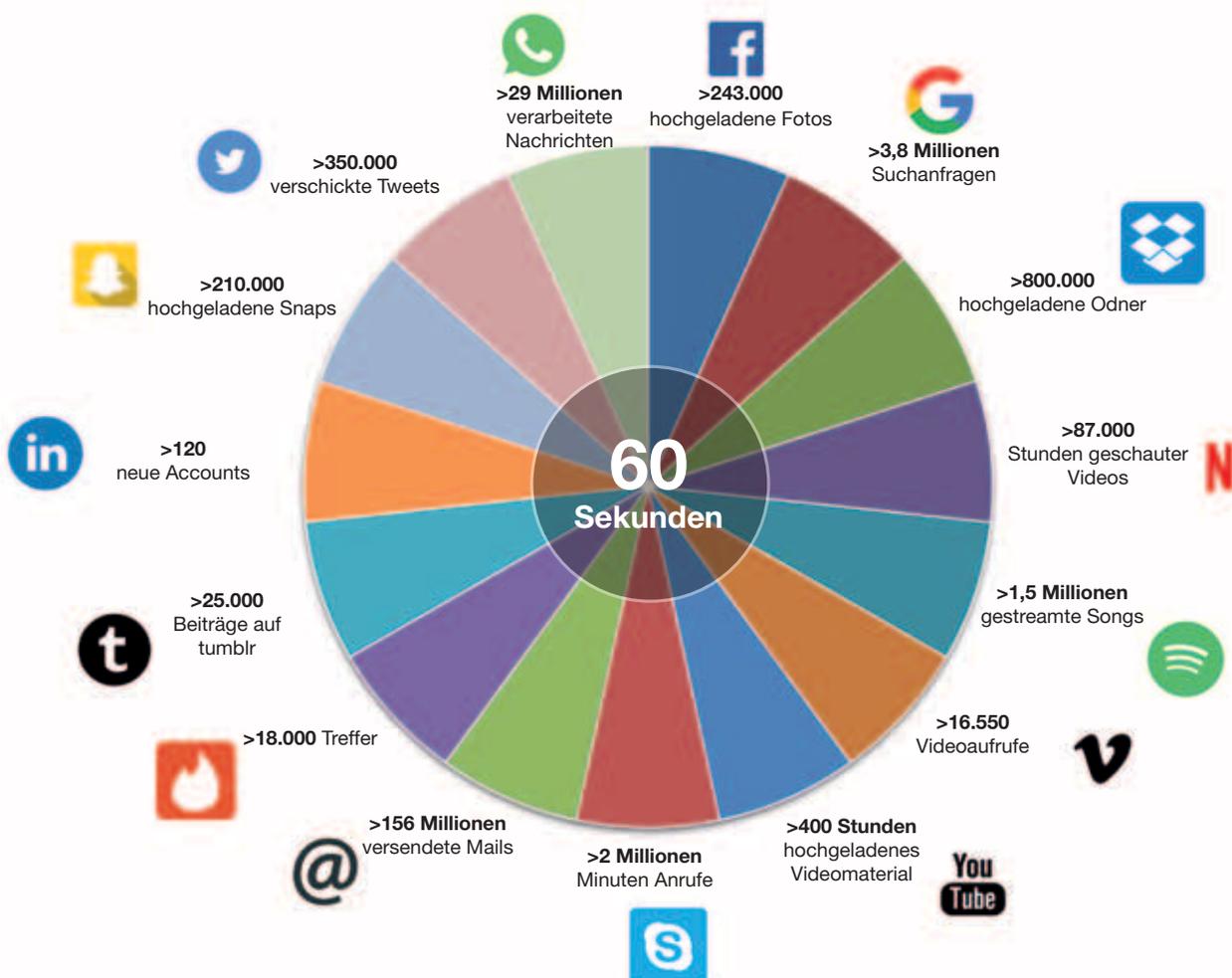
Logistik ein spannendes und abwechslungsreiches Feld ist“, so Wiehe. Das Feedback ist bislang sehr positiv. auch die Beteiligung bei den Gewinnspielen. „Bei unserem Fotowettbewerb mit dem Fiege-Brummi haben wir ganz viele tolle Bilder zugeschickt bekommen, da war es echt schwierig, fünf Finalisten auszuwählen“, beschreibt Wiehe. Knapp 50 Brummis reisten mit in den Sommerurlaub von Followern der Fiege-Facebook-Seite. Diese setzten den Brummi am Strand, in den Bergen oder unter Wasser in Szene und schickten die Bilder aus

den verschiedensten Orten auf der Welt ans Social Media Team von Fiege. Am Ende stimmte die Facebook-Community über den Sieger ab. Die Fiege-Accounts leben von den Geschichten, die dort geteilt, kommentiert und geliket werden. Mitmachen kann jeder Fiege-Mitarbeiter. „Wir freuen uns über jeden, der unseren Kanälen folgt und unsere Beiträge liket oder kommentiert“, so Wiehe. Respektieren müsse man aber in jedem Fall bestimmte Grundregeln – dazu hat das Team Marketing & Communications elf Social Media

Tipps für die eigenen Mitarbeiter zusammengestellt.

Zu der Erarbeitung der Social Media Strategie von Fiege hat das Fiege International Team entscheidend beigetragen. Das Entwicklungsprogramm für junge Fiege-Mitarbeiter hatte sich 2018 dem Thema „Fiege goes Social“ verschrieben. „Das FIT-Team hat in enger Abstimmung mit uns Leitlinien für den Umgang von Fiege mit den Sozialen Medien erarbeitet und diese sind ein wichtiger Bestandteil unserer Social Media Strategie geworden“, sagt Julian Mester. ●

## 2017 Was innerhalb einer Minute im Internet passiert





# Durch Wissenstransfer zum Erfolg

Die Einführung von Lean Management in den einzelnen Niederlassungen der Gruppe ist kein Sprint, sondern ein kontinuierlicher Weg, der mit einem Marathon verglichen werden kann.

Aktuell werden bei Fiege zehn ausgewählte Mitarbeiter zu Lean-Management-Experten ausgebildet, welche die Fiege-Führungskräfte bei der Umsetzung intensiv unterstützen sollen.



**D**iese künftigen Experten absolvieren ein intensives Schulungsprogramm, bestehend aus unterschiedlichen Modulen. Auf einem Lean-Campus bekommen sie theoretische Grundlagenkenntnisse vermittelt. Hierbei handelt es sich um ein Online-Lernportal mit abschließenden Prüfungen, dessen Inhalte Fiege in Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer Münster entwickelte. Auf dem Stundenplan stehen zum



Teilnehmer eines Workshops zum Thema Change/Lean Management Initial.

Beispiel Themen wie 5S, Lean Leadership, Change Management und Problemlösetechniken.

In einem weiteren Modul setzen die angehenden Lean-Experten das erlernte Wissen bei Optimierungsprojekten an ihren Standorten in die Tat um. Dabei sind sie mit individuellen Aufgabenstellungen konfrontiert, die auf die jeweiligen Herausforderungen in den Niederlassungen zugeschnitten sind. Am Standort Grafenschaft wurden im Zuge des Projekts beispielsweise die Kapazitäten im Export erhöht, da ein Kunde mehr Zeitfenster für die Containerverladung benötigte. Die Teilnehmer werden über die gesamte Ausbildungszeit von einem erfahrenen Projektmanager begleitet.

Ungefähr einmal im Monat besuchen die angehenden Fiege-Lean-Experten zudem mehrtägige Seminare an verschiedenen Niederlassungen bundes-

weit. „Andere Standorte kennenzulernen ist nicht nur hochspannend, sondern bietet auch eine tolle Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch“, sagt Eva Di Francesco, Projekt- und Lean-Expertin am Standort Grafenschaft. Nach der Ausbildung geben die Lean-Experten ihr Wissen dann

## Interner Wissenstransfer

sowohl an die Belegschaft als auch die Führungskräfte in Form interner Seminare und Workshops weiter. Durch den Wissenstransfer soll das Lean-Wissen in der Unternehmensphilosophie verankert und operativ umgesetzt werden. „Es geht um den Vollzug eines Kulturwandels.

Der Wettbewerbsdruck steigt, Vertragslaufzeiten werden kürzer. Die Kundenbindung ist somit von entscheidender Bedeutung für unsere tägliche Arbeit. Daher müssen wir regelmäßig unsere Prozesse hinterfragen und wenn nötig auf den Kopf stellen, um uns in Puncto Qualität und Produktivität kontinuierlich zu verbessern“, erläutert Di Francesco. Zum Erfolg gelange Fiege nur durch das Mitwirken der gesamten Belegschaft an Lean-Management-Aktivitäten zur Prozessoptimierung. Jeder Einzelne im Unternehmen – egal ob Lagermitarbeiter, Teamleiter, Niederlassungsleiter oder Geschäftsführer – hat die Chance, entscheidend Einfluss zu nehmen. „Denn wie der Flügelschlag eines Schmetterlings können schon die kleinsten Ideen große Wirkung haben und so Zeit und Geld sparen.“ ●



Handlungsfelder.



Angehende Lean-Experten der Fiege Gruppe.

# Fiege setzt heute mehr und mehr auf Innovationen

„Lager und Transport sind wie Brot-und-Butter-Geschäfte“

VON Christine Schönfeld

QUELLE: Neue Reifenzeitung 9/2018



**3** 9 Jahre alt, verheiratet und zwei Kinder. Ist dies eine Grundvoraussetzung, um Manager bei Fiege in der Reifenlogistik zu werden? Sicher nicht, aber auf die beiden Managing Director Christian Thiemann und Stephan Wittenbrink, die den Bereich Reifenlogistik bei Fiege verantworten, und ihren Business Development Manager Carsten Syndikus treffen genau diese Merkmale zu. Die Neue Reifenzeitung traf Stephan Wittenbrink und Carsten Syndikus im Lager in Dortmund. Beide sind sich einig: „Sicher muss man nicht genau diese Merkmale erfüllen, aber wir sind ein Traditionsunternehmen mit einem jungen Gesicht. Ein Familienbetrieb im wahrsten Sinne des Wortes. Mittlerweile in der fünften Generation.“

Seit 1873 ist man im Geschäft. Macht mittlerweile mit 13.000 Mitarbeitern einen Umsatz von über 1,5 Milliarden Euro. Mit der Reifenlogistik hat das Unternehmen 1978 begonnen. Mehr als 35 Millionen Pneus bewegt das Unternehmen mittlerweile jährlich. 360.000 Quadratmeter der insgesamt 2,9 Millionen Quadratmeter Gesamtlagerfläche stehen dazu zu Verfügung, 800 Mitarbeiter des Unternehmens an 14 Standorten in Europa sind nur mit der Reifenlogistik beschäftigt. Hier hat sich im Laufe der Jahre einiges verändert: Hat Fiege früher Transporte von A nach B über-

nommen, werden heute Logistikkonzepte angeboten, die individuell auf die Kunden zugeschnitten sind. Die Auftraggeber lesen sich wie das „Who is Who“ der Reifenhersteller: Bridgestone, Pirelli, Hankook, Yokohama, Falken, Toyo, Nokian, Apollo-Vredestein, Continental, Giti und noch weitere. Aber auch Großhändler aus Deutschland und Benelux wickeln ihre Logistik beziehungsweise auch nur den Transport mittlerweile über Fiege ab. Stephan Wittenbrink: „Mit den Reifenherstellern haben wir teilweise langjährige gewachsene Partnerschaften. Bei den Großhändlern sind dies jüngere Partnerschaften. Ich bin mir sicher, aus diesem Bereich werden wir noch weitere Kunden hinzugewinnen. Der Markt ist ja derzeit im Wandel.“

## Lose Reifen sorgen für sofortige Einlagerung

Täglich bewegen die Fiege-Mitarbeiter Tausende von Reifen. Dazu gehören die passgenaue Einlagerung samt automatischer Rückmeldung an den Kunden per EDI, das komplette Orderprocessing, steuerbare FIFO- oder FEFO-Abwicklung (First In First Out bzw. First Expired First Out), gezieltes DOT-Management und Qualitäts- und Quantitätskontrollen. Dazu können passende Leistungen wie etwa



Labeling der Reifen, Komplettradmontage, Retourenmanagement oder die gesamte Zollabwicklung gebucht werden. In der Reifendistribution gibt es ein von „Fiege gesteuertes Netzwerk“. „Der Endkunde bekommt die Reifen von uns lose. Also nicht eingeschweißt, in Kartons oder auf Paletten. Der Vorteil: Er kann sie sofort einlagern“, so Wittenbrink. Punktuell würden hierfür eigene Lkw genutzt. Der Anteil sei aber verschwindend gering. „Wir beschaffen uns bedarfsgerecht Kapazitäten vom Markt. Dazu sind wir auch hier langjährige Partnerschaften eingegangen“, so Wittenbrink.

## Mit Kunden zusammen die Märkte verändern

Das Unternehmen habe langjährige Erfahrung im Aufbau paneuropäischer Logistikkonstruktionsnetzwerke, habe einen 24-Stunden-Lieferservice national und grenzüberschreitend wie etwa aus Deutschland in die Schweiz und nach Benelux. Regional würden Reifen sogar am gleichen Tag geliefert. Und über Nacht etwa in die



Stephan Wittenbrink (r.) und Carsten Syndikus im Lager in Dortmund.

Niederlande und die Schweiz. Durch die große Anzahl der betreuten Reifenhersteller gibt es für die Kunden Synergien. „Wenn etwa aus unserem Lager Dortmund die Reifen von Hankook, Falken, Yokohama und Toyo auf den Weg gehen, treffen sie irgendwann auf die Pirelli-Pneus aus Dieburg und die Bridgestone-Reifen aus Hamburg. Die Reifen werden konsolidiert, und der Reifenhändler bekommt bestenfalls eine Lieferung am Tag“, so Wittenbrink. Der Betrieb von Lagern und die Transporte seien heute das „Brot-und-Butter-Geschäft“ des Logistikers. Wittenbrink: „Wir investieren heute nicht mehr in Lkw, sondern in Innovationen. Wir wollen nicht nur die Logistik anbieten, wir wollen die Märkte verstehen und mit unseren Kunden zusammen die Märkte verändern. Besonders gut ist etwa, dass wir von unseren sechs Kernbranchen (neben Reifen auch Fashion, Industrie, Healthcare, Konsumgüter und Medien) wechselseitig profitieren können. Was für Fashion gut ist und schon lange läuft, wie etwa das B2C-Geschäft, wollen wir auch im Reifenbereich umsetzen. Das wird die Zukunft sein. Unsere Rei-

fenpartner sind es bisher gewohnt, Größenordnungen von einigen 1.000 Kunden zu betreuen und nicht Millionen, wie es im Bereich Mode bereits üblich ist. Hier haben wir aber bereits Erfahrungen und können das nötige Know-how beisteuern bzw. liefern.“

### Neues Joint Venture soll Erkenntnisse aus Daten gewinnen

Eine neue Innovation ist das Joint Venture mit der Fachhochschule Münster. Ende 2017 wurde das Startup Westphalia DataLab gegründet. Mittlerweile seien hier über 60 Mitarbeiter eingestellt. Das Unternehmen bietet eine automatisierte Datenanalyse an, die Unternehmen als einen abrufbaren Service nutzen können. Denn die Themen Big Data und Datenanalyse sind inhaltlich sehr komplex, und für mittelständische Unternehmen soll es durch Westphalia DataLab einfacher sein, Erkenntnisse aus ihren eigenen Daten zu gewinnen, auch ohne Programmierer, Statistiker und anderes Fachpersonal

einsetzen zu müssen. „Aus Daten kann man viel Wissen für die eigene Kundschaft und interne Abläufe generieren, um daraus Maßnahmen für Marketingaktivitäten, Verbesserungen der eigenen Prozesse oder sogar ganz neue Geschäftsmodelle abzuleiten“, so Wittenbrink. Auch Fiege hat schon ein Pilotprojekt in der Reifenlogistik am Start. Wittenbrink: „Hier werden Kundendaten mit Daten von externen Einflüssen wie dem Wetter, Ferienzeiten, Feiertagen und etwa Marketingaktionen von Herstellern kombiniert. Heraus kam am Anfang des Jahres eine lange flache Welle. Ich war überrascht. Aber genauso ist es dann auch gekommen. Wir hatten eine kontinuierlich verlaufende Saison.“

Ein anderes Beispiel für Innovationen im Unternehmen: Seit 2016 arbeiten drei Kommissionierroboter in einem Schuhlager von Fiege. 30 weitere sind mittlerweile in Auftrag gegeben worden. Dank zahlreicher Sensoren und Sicherheitstechnik arbeiten die Roboter bereits parallel zu den Mitarbeitern. Die Kommissionierung von einzelnen Artikeln spiele in der Lieferkette, gerade im boomenden Onlinehandel, eine der entscheidendsten Rollen, denn die Endkunden erwarten eine fehlerfreie und immer schnellere Lieferung. Gleichzeitig stellen Personalmangel und Bestellspitzen die Dienstleister vor immer größere Herausforderungen.

Zudem habe Fiege mittlerweile eigene Experten, die Lager bauen. „Wir begleiten bei der Standortsuche, entwickeln die Immobilien und überwachen den Bau. Wir können jedes Lager bauen, egal ob für den Reifenhersteller oder für den Großhandel. Das machen wir gerade für einen Automobilhersteller, für den wir ein Logistikzentrum im norddeutschen Raum errichten“, sagt Wittenbrink. ●





# Fiege Soccer Cup in Krakau – größtes Event der Firmengeschichte

Über 1.000 Mitarbeiter haben am diesjährigen Fiege Soccer Cup in Krakau teilgenommen. 54 Mannschaften – gemischte Teams, reine Männermannschaften und auch reine Frauenteam – spielten im Stadion des polnischen Erstligisten Wisla Krakau und wurden dabei von Hunderten von Fans unterstützt. Das Fußballturnier ist damit das größte Event in Fieges Firmengeschichte.



Begeisterte Fans jubelten den angetretenen Fußballern im Henryk-Reyman-Stadion in Krakau zu.



Auch gemischte und reine Frauenteam waren beim Soccer Cup dabei und zeigten ihr Können.

**N**och nie kamen so viele Fiege-Mitarbeiter irgendwo zusammen – das ist also ein historisches Ereignis“, sagte Jens Fiege bei der Eröffnung des Turniers in Polen. Zuvor hatte sein Vorstandskollege Felix Fiege die Teilnehmer auf Englisch und Piotr Kohmann auf Polnisch begrüßt. Kohmann leitet für Fiege die Geschicke in Osteuropa und war damit Gastgeber des Turniers – bereits zum dritten Mal in Serie. Es ist Tradition, dass der Sieger das Turnier im nächsten Jahr ausrichtet.



Spannende Aktionen gab es bei allen Spielen zu bewundern ...



... und entsprechend groß war der Jubel der Zuschauer auf den Rängen.

## 137 Matches mit Mannschaften aus acht Ländern

Und das ist eine logistische Herausforderung – Anreise, Hotels, Catering und das Turnier selbst mussten geplant und organisiert werden. Aus acht verschiedenen Ländern reisten Mannschaften per Flugzeug oder Bus an und vertraten ihre Standorte. Dabei gab es gemischte Teams, reine Männermannschaften und auch reine Frauenteam.

„Die weiteste Anreise hatten unsere Kollegen aus Belgien, von unserem Standort in Puurs“, verkündete Felix Fiege, der ebenso wie sein Cousin Jens Fiege selbst die Fußballschuhe schnürte. 1.300 Kilometer sind es von der Gemeinde Puurs nahe Antwerpen bis zum Henryk-Reyman-Stadion in Krakau.

## Der begehrte Titel ging an Greven

Der Weg ins Finale war für die Teams ebenso anstrengend. Von 10 Uhr am Morgen bis um 18 Uhr wurden 106 Gruppenspiele und 31 K.O.-Matches auf dem in sechs Spielfelder aufgeteilten Rasen im Wisla-Stadion ausgetragen. Bis ins Finale schafften es letztendlich die österreichische Mannschaft Fiege Austria und das Team Headquarters III aus Greven. Mit 2:0 siegten die Greven und holten den Pokal in die Heimat. „Nach drei Jahren in Polen war es auch endlich mal an der Zeit“, sagte Christoph Mangelmans, der das Headquarters-Team gemeinsam mit Holger Wertschulte als Spielertrainer betreute. Der Titel geht damit bei der schon 13. Auflage des Turniers zum ersten Mal nach Greven. ●

## Soccer Cup 2019 erstmalig mit einem Turnier für Frauenteam

Gespielt wird am 29. Juni 2019 in Greven. Wieder sind alle Niederlassungen eingeladen, Teams zu stellen und um die begehrte Trophäe zu kicken. Erstmals wird auch ein Turnier für Frauenteam ausgerichtet. In Krakau hatten bereits fünf Frauenteam gegen die gemischten und reinen Männerteam gespielt.



Die Siegerteams präsentierten sich stolz mit ihren Medaillen und natürlich dem goldenen Soccer Cup.

# Mit Opticert zur Sicherheit am Arbeitsplatz

Brandschutz, Sicherheitsunterweisungen, Datenschutz und Co. – das sind Themen, um die sich jedes Unternehmen kümmern muss, die in der Realität aber oft stiefmütterlich behandelt werden. Denn gesetzlich verfasste Texte sind in der Regel lang und kompliziert geschrieben.

**D**as führt oft dazu, dass die Unterlagen in Aktenschränken Staub ansetzen und nie wieder das Tageslicht sehen. Oft kennen weder die Chefetage noch die Mitarbeiter die geltenden Vorgaben im Detail oder wissen, wie sie diese umsetzen sollen. Göran Thaelker und Jan Trulley aus

dem Team Quality bei Fiege haben sich dieses Problems angenommen und mit Opticert eine Lösung entwickelt.

Opticert steht für Optimal Certification (optimale Zertifizierung). Dahinter verbirgt sich Deutschlands erstes Portal für einen schnellen und kostenlosen Selbstcheck, um die Ein-

haltung gesetzlicher Anforderungen in Unternehmen zu kontrollieren. Mithilfe von Checklisten informiert Opticert die Nutzer kurz und knapp, welche gesetzlichen Vorschriften einzuhalten sind und deckt auf, wo noch Nachholbedarf besteht. Darüber hinaus vermittelt Opticert passgenau Dienstleister, mit deren Hilfe Unter-

## Die Funktionsweisen von Opticert

Die webbasierte Plattform soll von jedem Internet-Browser erreichbar sein und bietet vier Funktionsweisen:

**Selbstcheck:** Unternehmen jeder Größe können anhand einer Checkliste kostenlos überprüfen, ob sie die Grundanforderungen erfüllen. Vor allem: die gesetzlichen Grundvoraussetzungen. Dazu zählen Themen wie Datenschutz, Anlagen- und Gebäudesicherheit sowie ISO-Zertifizierungen.

**Suchfunktion:** Über Schlagworte kann gezielt nach Dienstleistungen oder sogar Fortbildungsmöglichkeiten für die eigenen Mitarbeiter gesucht werden.

**Selbstdarstellung:** Opticert bietet Dienstleistern die Gelegenheit, sich einer großen Menge an Unternehmen zu präsentieren. Dabei haben sie folgende Möglichkeiten: Anlegen eines Profils, Hochladen angebotener Services, Eintragen von Alleinstellungsmerkmalen, Darstellung eigener USP, Services standardisiert anbieten.

**Netzwerk:** Über das bislang einzigartige Netzwerk können Unternehmen und Dienstleister zusammenfinden. Dabei stehen drei Grundsätze im Fokus: Die richtige Darstellung von Anforderungen, ein seriöser Auftritt und gehaltvolle Informationen sowie ein unkomplizierter und ehrlicher Vergleich.

Einen weiteren Mehrwert bietet Opticert durch eine Bewertungsfunktion. Unternehmen können so beauftragten Dienstleistern ein Feedback hinterlassen. Daraus ergibt sich neben einer finanziellen auch eine qualitative Übersicht. Opticert wird somit in Zukunft nicht nur ein wichtiges Instrument für Unternehmen sein, um Risiken, die Sicherheit betreffend, einschätzen zu können, sondern leistet auch einen Beitrag zur Transparenz in einem Nischenmarkt. Dies ist ein Vorteil für alle und ein Beitrag von Fiege zum Engagement, Mitarbeitern in ganz Deutschland zu einem sicheren Arbeitsumfeld zu verhelfen.



# opti✓cert

Start-up-Inkubators „Gründergarage“ sichern konnten.

Der Umsetzung stand also nichts mehr im Weg. Die „Gründergarage“ stellte dem Opticert-Team Göran Thälker, Head of Quality, und Jan Trulley, Manager Quality, dafür neun Monate kostenlos Arbeitsplätze zur Verfügung. „Das war eine intensive, aber vor allem spannende Zeit für uns. Die ‚Gründergarage‘ hat uns nicht nur den Raum gegeben, um Opticert voranzutreiben, sondern auch bei der Konzeptionierung unter die Arme gegriffen“, sagt Göran Thälker.

Als das Konzept wasserdicht war, starteten im Januar 2018 die Projekt-Umsetzung und die Kunden-Akquise. In Zusammenarbeit mit den IT-Spezialisten der 21st Digital GmbH nahm das Portal auch visuell immer mehr Gestalt an, sodass eine Testphase ab Dezember dieses Jahres geplant ist. Offiziell an den Start gehen wird Opticert voraussichtlich im Januar 2019. Interessenten gibt es genug: Nahezu jeder Gesprächspartner interessiert sich für die Lösung. Externe Unternehmen hätten sogar in die Idee investiert, für das Team war aber klar, dass der Weg mit Fiege die beste Option ist. ●

nehmen die Vorgaben in kürzester Zeit erfüllen. Über eine Experten-Datenbank können sich Unternehmen den Anbieter aussuchen. Dabei besteht absolute Markt- und Preistransparenz.

Damit gibt Opticert kleinen bis mittelständischen Dienstleisterunternehmen die Möglichkeit, sich professionell am Markt zu präsentieren und ihre Bekanntheit überregional zu stärken. So entsteht ein Austausch zwischen Unternehmen und Dienstleistern, der bis dato einzigartig am Markt ist und eine Win-win-Situation für beide Seiten darstellt. Der Slogan „Mit Sicherheit richtig.“ spiegelt nicht nur wider, dass Anforderungen erfüllt werden, sondern dass mit Opticert auch der passende Dienstleister gefunden wird.

Die Idee zu Opticert entstand im Kontext der ersten Innovation Challenge, die Fiege 2016 ins Leben gerufen hat. Bei dem Wettbewerb wurden Ideen für neue Prozesse, Produkte oder Geschäftsmodelle gesucht. Sechs der zu Hauf eingereichten Konzepte schafften es schließlich ins Finale, bei dem Opticert unter den Gewinnern war, die eine Freigabe für die Umsetzung

## Opticert unter den Gewinnern

ihrer Idee erhielten. Auch die anwesenden Vertreter der Technologieförderung Münster waren direkt von der Plattform begeistert, wodurch sich die Initiatoren die Unterstützung des



*Fiege*

JOSEF FIEGE STIFTUNG

## Das Beste zu tun ist Antrieb und Auftrag

„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 zum Unternehmen Fiege gehörenden Josef Fiege Stiftung. Namensgeber der Stiftung ist der früh verstorbene Vater der Stiftungsgründer Heinz und Hugo Fiege.

Im Jahr 1998, vor genau 20 Jahren, wurde die Josef Fiege Stiftung ins Leben gerufen, die sich zur Aufgabe gemacht hat, ausgesuchte Projekte mit einem deutlichen regionalen Bezug zum Unternehmen zu identifizieren und nachhaltig zu unterstützen. Im Fokus stehen Projekte aus den Bereichen Soziales und Umwelt sowie Initiativen von Mitarbeitern der Fiege Gruppe.

Die Gründung erfolgte 125 Jahre nach der Gründung des Kontraktlogistikers mit einem Anfangsvermögen von 100.000 DM. Die Stiftung fungiert als primäre Beratungsinstanz der Fiege Gruppe und ist branchenübergreifend im Bereich der Corporate Social Responsibility tätig. Stiftungsorgane sind der Familienrat und der Vorstand. Vertreten wird der Familienrat durch die Stifter Heinz und Hugo Fiege sowie ihre Ehefrauen Ursula und Elisabeth. Der Stiftungsvorstand erschließt sich aus Alfred Messink (Vorstand Fiege), Martin Ra-



Zwei von zahlreichen Projekten, die die Josef Fiege Stiftung im Laufe der 20 Jahre ihres Bestehens unterstützt hat, sind „Rock Your Life“ und „Weitblick“, beides Studenteninitiativen aus Münster, die sich tatkräftig für sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche einsetzen. „Weitblick“ fördert und unterstützt die Schul- und Berufsausbildung in über 20 Staaten, vor allem in Entwicklungsländern wie hier in Ghana. „Rock Your Life“ ist ein Netzwerk aus ehrenamtlich engagierten Studierenden in 51 Vereinen, motivierten Schülern und verantwortungsvollen Unternehmen, die sich tatkräftig für mehr Bildungsgerechtigkeit und Chancengleichheit für junge Menschen einsetzen.



demaker (Mitglieder der Geschäftsführung Fashion & Online Retail) und Holger Werthschulte (Director Finance).

In diesem Jahr feiert die Josef Fiege Stiftung das 20-jährige Bestehen. Der Stiftungsrat kann seit jeher auf viele erfolgreiche Spenden zurückblicken. Das Projekt „Soziales Lernen“ des

## 20 Jahre Josef Fiege Stiftung

städtischen Gymnasiums Augustinum Greven, in dem Schülerinnen und Schüler aller Altersklassen die Themen Integration und Anti-Mobbing – gerade in den sozialen Medien – nähergebracht werden, wird in Form einer langjährigen Partnerschaft unterstützt.

Regionale Spenden gingen zum Beispiel an studentische Projekte der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster oder den Reckenfelder Bür-

gerverein, um Projekte zu fördern, die sich an Standorten der Fiege-Niederlassungen sowie am Stammsitz befinden. Das soziale und ökologische Engagement der Fiege-Mitarbeiter ermöglicht den Vertretern der Josef Fiege Stiftung, Projekte zu erkennen und für eine mögliche regionale Spende zu klassifizieren.

Neben regionalen Organisationen, Vereinen und Schulen, unterstützt die Stiftung weltweit Projekte, um nachhaltig das Leben zu verbessern: Kindern ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern und ihnen ein schöneres Leben zu ermöglichen, ist eine Herzensangelegenheit der Familie Fiege. Überregionale Spenden gingen demnach auch an das Sozialunternehmen „welcome“, das unter der Schirmherrschaft von Angela Merkel Familien nach der Geburt zur Seite steht. Die Kinderhilfsorganisation Unicef wurde ebenfalls durch eine Spende der Stiftung unterstützt. 42.809 Euro überreichte der Stiftungsrat 2001 an Unicef.

Neben Geldspenden konnte die Josef Fiege Stiftung einzelnen Projekten in Form von Sachspenden helfen. Durch die Spende von 1.400 Schulbänken und 550 Tafeln wurden Bildungseinrichtungen auf Haiti wiederaufgebaut, die nach einer Naturkatastrophe zerstört wurden. In den vergangenen Jahren erfüllte eine gemeinschaftliche Aktion der Josef Fiege Stiftung und der Systemzentrale in Greven Kindern Weihnachtswünsche. Im Foyer des Fiege-Turms wird seit 2016 ein Weihnachtsbaum mit Wunschzetteln sozial benachteiligter Kinder aufgestellt. Fiege-Mitarbeiter aus Greven sowie anderen Standorten und Ländern besorgen selbstständig Präsente. Dies zählt mittlerweile als Tradition und wird auch in diesem Jahr fortgeführt. Die Josef Fiege Stiftung wird auch in den kommenden Jahren soziale und ökologische Projekte aus dem regionalen Umfeld und Initiativen von Fiege-Mitarbeitern unterstützen. ●

# Ehrenamtspreis für soziales Engagement der Mitarbeiter

Soziales und ökologisches Engagement sind in der Philosophie von Fiege fest verankert. Das Unternehmen unterstützt nicht nur selbst zahlreiche Einrichtungen und Projekte finanziell, sondern ermutigt auch seine Mitarbeiter, sich zu engagieren.

**F**ederführend im Bereich Corporate Social Responsibility ist die zur Unternehmensgruppe gehörige Josef Fiege Stiftung, die in diesem Jahr erstmals den Fiege Ehrenamtspreis für Mitarbeiter ausgelobt hat. Bewerben konnte sich, wer sich privat für gute Zwecke einsetzt – sei es beispielsweise in der Kinder- und Jugendhilfe, bei Integrations-, Nachbarschafts- oder Umweltprojekten. „Wir wissen, dass sich viele unserer Mitarbeiter für die Belange anderer einsetzen. Mit dem Preis möchten wir ihnen für das Engagement danken und zeigen, dass wir dies wertschätzen und unterstützen“, sagt Dr. Holger Werthschulte aus dem Vorstand der Josef Fiege Stiftung.

20 Mitarbeiter aus ganz Deutschland sind dem Aufruf gefolgt und haben ihre Projekte eingereicht. „Vom Engagement in Ferienfreizeiten oder Sportvereinen bis hin zu Schülerhilfen oder dem Katastrophenschutz war alles dabei“, sagt Julian Mester aus dem CSR-Lenkungskreis. Er war der Ideengeber für den Fiege Ehrenamtspreis. „Wir waren tief beeindruckt, wie viele Mitarbeiter sich auf ganz unterschiedliche Art und Weise ehrenamtlich engagieren“, sagt Mester. Zwei Preisträger auszuwählen, war daher nicht einfach. Letztlich fiel die Entscheidung auf Marcus Berger aus Ibbenbüren und Tomasz Morelowski aus Mönchengladbach. Berger und Morelowski wurden während der Feier anlässlich des 20-jähri-

gen Bestehens der Josef Fiege Stiftung am 28. November 2018 in Greven geehrt. Mit jeweils 1.000 Euro unterstützt die Josef Fiege Stiftung die Projekte der beiden Preisträger, die zusätzlich je einen Tag Sonderurlaub als persönlichen Bonus erhalten. „Wir planen, den Ehrenamtspreis jetzt regelmäßig zu verleihen und freuen uns bereits jetzt auf die nächste Runde die spätestens 2020 stattfinden wird“, kündigt Dr. Holger Werthschulte an.

## Die Preisträger Marcus Berger und Tomasz Morelowski

Betroffen spricht Marcus Berger über ein Foto, auf dem eine Mutter einen toten Säugling in der Hand hält – das Bild zweier Flüchtlinge aus Libyen, von denen der Jüngste auf dem weiten Weg über das Mittelmeer starb. Schicksale wie dieses gehen dem 43-Jährigen sehr nah. Er selbst lebt mit seiner Frau und seinen zwei jugendlichen Kindern in Rheine und sorgt als EDV-Administrator am Ibbenbürener Fiege-Standort dafür, dass die Systeme und Hardware einwandfrei funktionieren. „Das Einzige, was mir momentan fehlt, ist Freizeit“, sagt Berger und ist dankbar, dass er keine größeren Probleme hat. Oft denkt er aber an Menschen, die es viel, viel schwerer haben als er. Auslöser dafür war vor zwei Jahren >





Aktiv beteiligt ist Marcus Berger vom Standort Ibbenbüren an der Seenotrettung von Flüchtlingen.



Deutlich zu sehen ist die hohe emotionale Bindung, die Marcus Berger zu vielen der geflüchteten Menschen aufgebaut hat.

das Bild mit der afrikanischen Mutter und dem Säugling. „Ich habe dieses Foto gesehen und mich gefragt, wie schlecht es jemandem gehen muss, der sein Land verlässt und sich bewusst der Gefahr aussetzt, auf der Flucht zu sterben?“ Die Antwort darauf hat sein Leben verändert. Als er begriff, dass diese Menschen in ihrem Land einfach keine Perspektive sehen, wollte er helfen. Als Mitglied des Vereins Sea-Watch beteiligt er sich nun jedes Jahr vier Wochen lang auf dem Mittelmeer aktiv an der Seenotrettung von Flüchtlingen. Dafür ist er gerne bereit seine Urlaubszeit zu nutzen. Gemeinsam mit einer 22-köpfigen Crew holt er Kinder, Frauen und Männer von Schlauchbooten auf das Rettungsschiff, kümmert sich an Bord um sie und bringt sie nach Italien in einen sicheren Hafen. Allein bei seinem ersten Einsatz waren es 1.200 Personen. Menschen, die er als „Gäste“ bezeichnet und zu denen er oft eine emotionale Bindung aufbaut. Was sie ihm zeigen und erzählen, hat auch seine politische Einstellung geschärft. Früher war er eher unpolitisch. Jetzt bezieht er Stellung gegen die Kriminalisierung der Seenotrettung und für die Einrichtung einer Mission der Europäischen Union im Mittelmeer. „Man wird automatisch

politisch bei all den Bildern und Geschichten, die sich einem einprägen“, sagt er.

### Gründung einer eigenen Stiftung

Auch Tomasz Morelowski hat alles, was er braucht, wie der Administrator im Zoll-Wareneingang bei Fiege in Mönchengladbach selber sagt. Das war nicht immer so. Als Kind kam er zusammen mit seiner Mutter und seiner Schwester mit wenig Hab und Gut aus Polen nach Deutschland. „Meine Mutter musste drei Jobs gleichzeitig machen, damit wir über die Runden kamen“, erzählt der 37-Jährige. Mittlerweile lebt er zusammen mit seinem Lebenspartner und dem gemeinsamen Hund in einer Eigentumswohnung in Neuss. Mit dem Kauf der Immobilie hat sich Morelowski seinen großen Traum erfüllt. „Mein Leben ist schön. Aber das kann nicht jeder von sich sagen. Deswegen spende ich schon lange Geld für gute Zwecke.“ Irgendwann kam bei ihm allerdings die Frage auf, ob das Geld auch wirklich seinen Bestimmungsort erreicht. Nach einem Skandal bei einer gro-

ßen Organisation, die Morelowski seit Jahren unterstützte, kamen ihm Zweifel und diese brachten ihn schließlich dazu, 2014 seine eigene Stiftung zu gründen: die Tomasz Morelowski Stiftung zugunsten des Kinderhospizes Regenbogen in Düsseldorf. Mit Spenden, die bei Verkaufsveranstaltungen und Wohltätigkeitsevents zusammenkommen, werden zweimal im Jahr konkrete Projekte unterstützt. Zum Beispiel der Bau eines Spielplatzes oder des neuen Gebäudes des Jugendhospizes im Jahr 2017. Auf der Internetseite der Stiftung ist genau dokumentiert, wo das Geld herkommt und was damit passiert. Diese Transparenz ist More-



lowski wichtig. Das Schlimmste für ihn wäre, wenn die Menschen ihm gegenüber so misstrauisch würden, wie er es gegenüber großen Organisationen ist. Dass er sich ausgerechnet für das Kinderhospiz engagiert, begründet Morelowski mit kräftigen Worten: „Kinder sind in meinen Augen das Wichtigste, das wir haben.“ Je weniger Zeit sie zum Leben hätten, desto weniger Zeit hätten sie auch, das Leben zu genießen. Jedes Mal, wenn er das Hospiz besucht, bringt er neben einem Spendenscheck einen großen Teddybären mit. „Es geht nicht nur um Geld – auch wenn dieses natürlich für die Umsetzung von Projekten notwendig ist.“ ●



Tomasz Morelowski gründete eine Stiftung zugunsten des Kinderhospizes Regenbogen in Düsseldorf.



Konkrete Projekte wie zum Beispiel der Bau eines neuen Spielplatzes für das Kinderhospiz Regenbogen werden von der Stiftung unterstützt.



## Kompetenznachweis für ungelernte Mitarbeiter

Die Fiege-Niederlassung Halle an der Saale hat an dem Pilotprojekt ValiKom der Industrie- und Handelskammer (IHK) Halle-Dessau teilgenommen. Sechs Fiege-Mitarbeiter ohne Berufsabschluss in der Logistik haben jetzt ihre Kompetenzen für den Beruf Fachlagerist bzw. Fachkraft für Lagerlogistik nachgewiesen und sind von der IHK entsprechend zertifiziert worden.

**D**ie Fiege-Mitarbeiter Marcus Gelhard, Mario Mertens, Michael Petri, Denis Wöhl, Mathias Schmidt und Reik Kühne gehören zu den ersten 26 Absolventen, denen die IHK Halle-Dessau ihre durch Berufserfahrung erworbenen Kenntnisse bescheinigen konnte. „In unserem Unternehmen haben wir einige ungelernete Mitarbeiter, die sehr gute Arbeit verrichten. Wir finden es gerechtfertigt, wenn ihnen dies auch von unabhängiger Stelle bescheinigt wird“, sagt Sandra Günther, Personalverantwortliche in der Fiege-Niederlassung Halle an der Saale. Sie hatte die Teilnehmer, die alle schon mehrere Jahre bei Fiege arbeiten, dazu animiert, an dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekt teilzunehmen.



Alle Projekt-Teilnehmer mussten sich einer genauen Prüfung im Lagerbereich unterziehen.

### Fremdbewertung beim Praxistest

In einer berufsbezogenen Selbsteinschätzung reflektierten die Teilnehmer zunächst, welche Kompetenzen sie sich im Job oder anderweitig angeeignet hatten. Es folgte ein Gespräch mit Berufsexperten, welches auf die sogenannte Fremdbewertung vorbereitet – die eigentliche Kompetenzfeststellung. Hierbei mussten die Teilnehmer verschiedene handlungsorientierte Aufgaben lösen: etwa im Rahmen von Arbeitsproben, Fallstudien, Rollenspielen, Präsentationen oder Fachgesprächen. In realitätsnahen Arbeitssituationen zeigten sie dann ihr Können.

Berufsexperten beobachteten und bewerteten das Vorgehen und die Arbeitsergebnisse. Am Ende stellt die IHK den Teilnehmenden in Abhängigkeit der gezeigten Kompetenzen ein Zertifikat aus. So konnte in der Pilotphase der IHK Halle-Dessau 19 Personen die volle und sieben die teilweise Gleichwertigkeit ihrer Kompetenzen mit dem Referenzberuf bestätigt werden.

### Projekt wird bei Fiege wiederholt

„ValiKom ist ein sehr individuelles Verfahren. Die Teilnehmenden erfahren viel über den Beruf und sich selbst. Mit dem Zertifikat erhalten sie von einer unabhängigen Stelle ein Papier, welches ihnen hilft, ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu verbessern und ihre beruflichen Ziele zu verfolgen“, sagt Dr. Kathrin Rheinländer von der IHK Halle-Dessau. Und auch die Unternehmen profitieren: „Indem wir Mitarbeitern die Teilnahme an ValiKom ermöglicht haben, konnten wir guten Leuten unsere Wertschätzung ausdrücken und sie an unser Unternehmen binden. Außerdem erkennen wir Potenzial für Qualifizierungsmaßnahmen“, resümiert der Niederlassungsleiter Markus Kindermann.

Auf Grund der positiven Resonanz wurde die Fiege-Niederlassung in Halle an der Saale ausgesucht, das Projekt ValiKom ausgewählten Mitarbeitern des Ministeriums für Arbeit, Soziales und Integration Sachsen-Anhalt in der Praxis vorzustellen. ●

Höchst zufrieden mit den Ergebnissen des ValiKom-Verfahrens zeigten sich die Teilnehmer und Verantwortlichen des Projekts.





Das Fiege-Team wurde für die vorbildliche Auseinandersetzung mit der digitalen Transformation ausgezeichnet.

## Hohe Auszeichnung für Kooperation mit Start-ups

Das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie hat Fiege mit dem Preis der Digitalen Wirtschaft 2018 in der Kategorie Großunternehmen ausgezeichnet. Wirtschafts- und Digitalminister Prof. Dr. Andreas Pinkwart übergab die Preise in einer feierlichen Preisverleihung beim RuhrSummit in Bochum.

**N**eben Fiege wurden die Firmen envelio GmbH aus Köln und die Hermann Ullrich GmbH & Co. KG aus Solingen mit dem ersten Platz für ihre Auseinandersetzung mit der digitalen Transformation ausgezeichnet. Minister Pinkwart: „Die Jury hat drei würdige Gewinner bestimmt, die sich von der Digitalisierung nicht treiben lassen, sondern selbst zum Treiber der Digitalisierung geworden sind. Sie zeigen, wie dynamisch und digital

Nordrhein-Westfalen bereits ist und agieren damit als eindrucksvolle Vorbilder für andere Start-ups, den Mittelstand und Großunternehmen.“ Fiege überzeugte die Jury durch seine enge und vertrauensvolle Partnerschaft mit Start-ups, heißt es in der Mitteilung des Ministeriums. „Gemeinsam mit dem jungen Unternehmen Magazino entwickelt Fiege Roboter, die in der Logistik zum Einsatz kommen. Zudem überzeugte die Jury, wie sehr der ‚Open Innovation‘-

Ansatz bereits in der Unternehmenskultur von Fiege verankert ist.“

Die Verleihung des Preises der Digitalen Wirtschaft des Landes Nordrhein-Westfalen fand im Rahmen des RuhrSummit in der Jahrhunderthalle in Bochum statt. Die Vorstandsmitglieder Jens Fiege und Felix Fiege nahmen den Preis für das Familienunternehmen entgegen. „Wir freuen uns riesig. Es ist eine schöne Bestätigung für unseren Ansatz, mutig neue Wege zu gehen und die Entwicklungen in der Zukunftsbranche Logistik aktiv zu gestalten“, sagte Jens Fiege. Innovation sei eines der Fokusthemen in der Strategie des 145 Jahre alten Unternehmens. „Wir fördern eine Unternehmenskultur, in der Querdenken und Neues wagen in allen Bereichen und Hierarchieebenen gelebt wird“, so Jens Fiege weiter.

Im Grunde seien es aber vor allem ihre Mitarbeiter, denen der Dank gebühre, sagte Felix Fiege: „Wir stehen hier stellvertretend für eine große Mannschaft, die das Thema Innovation bei uns im Unternehmen treibt.“ Ausdrücklich dankte Felix Fiege den innovativen Partnern, mit denen Fiege zusammenarbeitet: „Wir lernen von den Start-ups und Gründern unheimlich viel. Jedes Gespräch bringt uns da weiter – als Unternehmen und auch als Unternehmer oder Manager.“ ●

# Ein authentischer und attraktiver Arbeitgeber

Ausgangspunkt für das Employer-Branding-Konzept des Bereichs Human Resources bei Fiege war die Erkenntnis, dass es immer schwieriger wird, Personal zu finden. In nahezu allen Bundesländern und auch in Osteuropa herrscht Vollbeschäftigung. Erschwerend kommt hinzu, dass Logistik generell nicht so spannend erscheint und Fiege als „Hidden Champion“ auch lokal oft eher unbekannt ist. So wird es noch schwerer, geeignete und motivierte Mitarbeiter für die einzelnen Standorte zu gewinnen.

**F**iege benötigte eine einheitliche Recruiting-Strategie, um sich aktiv in den lokalen Märkten bekannt zu machen.

Das Ziel war die Bildung einer überzeugenden, intern wie extern wirkenden Marke, die Fiege als authentischen und attraktiven Arbeitgeber positioniert (Employer Brand).

„Am Anfang unserer Überlegungen stand ein Workshop mit zehn verschiedenen Mitarbeitern, die unterschiedliche Eigenschaften mitbringen mussten“, erklärt Martina Schlottbom, Leiterin Strategisches Personalmanagement, die das Projekt initiiert hat und heute verantwortet, die Vorgehensweise. „Wir brauchten jemanden, der Fiege schon sehr gut kennt, jemanden, der gerade neu bei uns ist, jemanden aus dem IT Bereich, einen Digital Native und jemanden, der in seinem langen Berufsleben schon viele unterschiedliche Erfahrungen gesammelt hat – kurz: wir brauchten einen repräsentativen Querschnitt unserer Belegschaft“.

## Analyse der Stärken und Schwächen

Mit dieser Gruppe wurden Stärken und Schwächen von Fiege als Arbeitgeber analysiert. Herausgearbeitet wurden Eigenschaften, die ein attraktiver Arbeitgeber unbedingt benötigt, da sie von den Bewerbern – den Kunden – eingefordert und auch

von Mitbewerbern angeboten werden. Gleichzeitig wurden exklusive Eigenschaften herausgearbeitet, von denen die Verantwortlichen aus dem Human-Resources-Bereich überzeugt sind, dass sie von ihren Kunden gefordert, aber von den Mitbewerbern nicht angeboten werden. Mit diesen Erkenntnissen wurde weiter gearbeitet. Es folgte eine Analyse der Karriereseiten der Mitbewerber und eine Befragung der Mitarbeiter, die zu >

„Ich liebe die Abwechslung in meinem Job. Man kann sich auf jeden hier verlassen, wenn man irgendetwas hat. Jeder ist hier hilfsbereit. FIEGE ist flexibel und findet immer eine Lösung.“

Katja Jansen, Kraftfahrerin bei FIEGE.



„Bei FIEGE sind alle Türen offen. Man bekommt hier immer wieder Neues und wird gefördert. Ich habe mit FIEGE einen super Arbeitgeber gefunden.“

Lewis Helget machte eine Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik und arbeitet heute als Teamleiter bei FIEGE in Reckenfeld.



formuliert: „Ich bin..., ich möchte..., ich brauche..., ich will...“, betont Martina Schlottbom.

## Fiege wagt den Perspektivwechsel

Auf Grundlage dieses Perspektivwechsels kommt es zu einer ganz anderen Haltung in den Imageanzeigen: Mitarbeiter erzählen, was sie brauchen, um bei einem Unternehmen zufrieden zu sein – und stellen fest: Fiege passt zu mir. Damit geht Fiege als Unternehmen jetzt anders auf Mitarbeiter und Kunden/Bewerber zu.

dem Zeitpunkt zwölf Monate oder weniger bei Fiege waren.

Aus dem Workshop und den Befragungen kristallisierten sich sechs exklusive Eigenschaften heraus, die sich mit den Kunden- beziehungsweise Bewerberbedürfnissen deckten und die von den Mitbewerbern nicht explizit auf ihren Karriereseiten genutzt wurden. Die Analyse und Verdichtung dieser Ergebnisse führte zu der Formulierung der neuen Arbeitgeberpositionierung und zur Formulierung des neuen Claims „Fiege passt zu mir“.

### › FIEGE PASST ZU MIR ‹

„Mit dieser Arbeitgeberpositionierung wechselt Fiege ganz bewusst die Perspektive. Unsere Angebote sind nun aus der Sicht des Kunden, des Bewerbers formuliert und nicht länger aus der Unternehmenssicht. Fiege sagt nicht mehr: „Komm zu uns, wir brauchen Dich...“, bei uns findest Du...“, sondern versetzt sich in die Lage des Kunden, der aus seiner Perspektive

### › FIEGE PASST ZU MIR ‹



## EIN ARBEITGEBER FÜR MICH

Wir bewegen die Welt.

Mit unserer Leidenschaft für unsere Kunden sind wir zu einem weltweit operierenden Full Service-Logistikdienstleister gewachsen.

Innovationskraft, flache Hierarchien und gemeinsames Handeln kennzeichnen unsere Werte. Wir sprechen eine Sprache, die alle verstehen: freundlich, wertschätzend und zuverlässig.

FIEGE bietet Freiraum und einen sicheren Rückhalt für eine Karriere ohne Umwege.

Wer neugierig ist, flexibel und spannende Aufgaben in einem internationalen Umfeld sucht, entdeckt bei FIEGE faszinierende Perspektiven.

## Mitarbeiter als Markenbotschafter

Um diesen Perspektivwechsel zu verdeutlichen, wurden Mitarbeiter gebeten, zu formulieren, was sie mit Fiege verbindet. Es wurden Interviews mit ganz unterschiedlichen Kollegen aus unterschiedlichen Niederlassungen und Regionen geführt. Wichtig war dabei, dass die Kollegen sowohl aus dem gewerblichen als auch aus dem kaufmännischen Bereich stammten. „Unsere Mitarbeiter werden so zu unseren Markenbotschaftern – sowohl extern also auch intern. Sie sprechen über ihre Bedürfnisse und Wünsche, erklären, warum Fiege zu ihnen passt. Sie erzählen von ihren individuellen Werdegängen, warum sie gerne bei Fiege arbeiten und was sie mit Fiege verbindet“, erzählt Martina Schlottbom. Damit bekommt Fiege ein Gesicht beziehungsweise viele Gesichter.

## Der Chef bewirbt sich

Der Bewerbermarkt hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt, die Bewerber können sich ihre Stellen in vielen Fällen aussuchen. Inzwischen könnte man fast sagen, dass sich nicht der Bewerber, sondern das Unternehmen bewirbt. Fiege setzt mit der neuen Recruiting Strategie genau hier an. „Wir gestalten die Karriereseite unseres Unternehmens neu, es wird eine neue Stellenausschreibung geben, die die geänderte Perspektive widerspiegelt. Um die Kultur in unserem Unternehmen zu transportieren, haben wir Arbeitgebervideos gedreht, sind in den sozialen Netzwerken präsent und nutzen diese Maßnahmen auch

„Zu FIEGE passt der Begriff Chancengebung, weil man sehr viele Wege aufgezeigt bekommt, sich selbst auch in der Arbeit zu verwirklichen“

Daniel van der Linde, Betriebsleiter in Otzberg, organisiert an diesem Standort mit seinem Team die Tire-Logistik.



für unsere interne Bindungsarbeit“, erklärt Martina Schlottbom. „Wir sind uns sicher, dass wir mit dieser neuen Perspektive unsere Kunden, Bewerber und auch unsere Mitarbeiter begeistern werden. Vor allem

unsere Mitarbeiter können nun aktiv mitgestalten und ihre Geschichten erzählen. Dies führt zu einem authentischen, nachhaltigen Außenbild und lädt auch Externe ein, Fiege näher kennenzulernen.“ ●

## Employer Branding

Employer Branding ist die identitätsbasierte, intern wie extern wirksame Entwicklung und Positionierung eines Unternehmens als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber. Kern des Employer Brandings ist immer eine die Unternehmensmarke spezifizierende oder adaptierende Arbeitgebermarkenstrategie. Entwicklung, Umsetzung und Messung dieser Strategie zielen unmittelbar auf die nachhaltige Optimierung von Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterbindung, Leistungsbereitschaft und Unternehmenskultur sowie die Verbesserung des Unternehmensimages. Mittelbar steigert Employer Branding außerdem Geschäftsergebnis sowie Markenwert.

Deutsche Employer Branding Akademie

