

LOGO

DAS FIEGE MAGAZIN

NR. 92 | 2019

FAST. FOCUSED. FIEGE.

FELIX FIEGE UND JENS FIEGE SPRECHEN
ÜBER DIE UNTERNEHMENSSTRATEGIE, IHRE NEUE
AUFGABE UND DAS STARKE WACHSTUM.

2 · Inhalt

Editorial	3
Report	
Zalando-Standort in Brieselang wird zu Fiege Multi-User-Center	4
Eröffnung eCommerce-MegaCenter Greven-Münster	6
LogiVisor Award	21
Fulfillment-Center für Zalando Lounge in Polen	34
Heraeus: Hochtechnologie im Mondschein	40
Fast & Forward	42
Fiege & Friends	45
Action wächst in Polen	46
Transport: Klimaneutral bis ans Ende der Welt	51
Größte Dachsolaranlage Hessens in Dieburg eröffnet	52
Fiege Soccer Cup	56
Neuigkeiten von Fiege Far East	60
Neubau für den Kunden Katjes in Emmerich am Rhein	64
Axia Best Managed Companies Award	69
Der Social-Media-Jahresrückblick	76
Pressespiegel	
FAZ: Mit gebündelter Logistik gegen Amazon	10
DVZ: Nachhaltig leben und zustellen	32
Die Familienunternehmer: Wandel als Familienprojekt	74
Special Real Estate	
Fiege Real Estate	12
Special	
Energiemanagement bei Fiege	18
Personalarbeit 4.0 / Digitalisierungsstrategie der Human Resources	70
Titel	
Felix Fiege und Jens Fiege im Interview: „Wir wollen Innovationsführer in der Logistik sein“	22
Porträt	
Continental: Reifenlogistik, E-Mobilität und Löwenzahn	36
Interview	
International Freight Forwarding: Über Blockchain, China und globale Netzwerke	48
Projekte	
Fiege und Galeria Karstadt Kaufhof übernehmen operative Logistikverantwortung für das Handelsunternehmen	28
Fiege Innovation Challenge	54
Gastbeitrag	
#DasIstMirWichtig: Große Werbekampagne der HypoVereinsbank portraitiert Unternehmen	62

Social Responsibility

Einsatz für Naturschutz: Bienenvölker ziehen bei Fiege ein	66
--	----

Human Resources

Ausbildung bei Fiege	72
----------------------	----



Bienenvölker ziehen bei Fiege ein.

Seite 66

Impressum

Logo 92/Dezember 2019
Das Fiege Magazin

Herausgeber:

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

Redaktion:

Julian Mester

Autoren:

Franca Bätz, Marc Borgmann, Sophia Nordlohne (alle Fiege),
Marketing Projektteam #DasIstMirWichtig (HypoVereinsbank)

Fotos:

Action, Adobe Stock, Anne Großmann (Fotografie),
Rainer Holz für WirtschaftsWoche (Axia Award), HypoVereinbank,
Mijo M. Jongebloed (emsMedien), Jens Könning (Sputnik GmbH),
Patrick Lux (Fotografie), Sven Marquardt, NASA, Marcus Schlaf
(LogiVisor Award), Marcel Schwickerath, Telemaz, Andreas Teipel
(Heimspiel Verlag), Zalando Poland

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/>

Liebe Kollegen, liebe Partner und Freunde der Firma Fiege, liebe Leserinnen und Leser,

Benötigt man in digitalen Zeiten von Social Media und Podcasts als Unternehmen noch ein gedrucktes Magazin? Sind nicht Videos viel eingängiger und ist nicht ohnehin schon längst bekannt, was bei Fiege in 2019 geschehen ist?

Diese Fragen haben auch wir uns gestellt. Wie wir sie für uns beantwortet haben ist eindeutig, Sie halten die neue Ausgabe der Logo in den Händen. Ich will Ihnen auch erklären warum und was Sie in der Logo 92 erwartet.

Fiege informiert über das Intranet, die eigene Homepage und die Unter-



nehmenspräsenzen in den Sozialen Medien, was bei uns im Familienunternehmen geschieht. Gerade über LinkedIn, Facebook und Instagram sind wir bemüht einen Blick hinter die Kulissen zu gewähren. Wir zeigen Aktivitäten von und mit unseren Kollegen, meist kurz und knapp. Und über Instagram häufig genug auch nur für 24 Stunden, denn dann ist die Story gelaufen – die nächste kommt aber bestimmt. Mehr Raum für Geschichten bietet die Logo: für Hintergrundberichte, Porträts und Interviews.

Es gibt Beiträge für Zwischendurch, die man in der Kaffeepause schnell gelesen hat, wie die Meldungen aus China. Es gibt aber auch längere Geschichten, für die man sich zu Hause auf der Couch etwas Zeit nehmen kann, wie das Interview mit unserem Kunden Continental – oder hätten Sie gewusst, dass man aus Löwenzahn Autoreifen herstellen kann?

In der Logo stellen wir spannende Kunden, interessante Projekte oder Mitarbeiter und ihre Aufgaben bei Fiege vor. In dieser Ausgabe lernen Sie auch unseren Vorstand etwas besser kennen. Und die Vorstandsvorsitzenden Felix Fiege und Jens Fiege sprechen im Interview über die Strategie des Unternehmens. Wir schlagen auch den Bogen zu unseren Social-Media-Kanälen in einem Jah-

resrückblick mit schönen Beiträgen aus der Fiege-Welt.

Bei Fiege passiert über ein Jahr gesehen unheimlich viel, alle Geschichten können wir auch in dieser ausführlichen Logo-Ausgabe nicht erzählen. Wir hoffen aber, dass wir eine spannende Auswahl getroffen haben und dass Sie, liebe Leserinnen und Leser, Freude an der Logo 92 haben.

Viel Spaß beim Lesen!

Julian Mester
Unternehmenskommunikation

Sie haben Anregungen oder Kritik?

Ich freue mich sehr über Kommentare oder Anregungen zur Logo 92 oder Hinweise zu spannenden Geschichten für die nächste Ausgabe.
julian.mester@fiege.com

Ehemaliger Zalando-Standort in Brieselang bei Berlin zum Multi-User-Center weiterentwickelt

E-Commerce-Abwicklungen
und Omnichannel-Lösungen
für Fashionkunden



Standortleiter Robert Fix ging mit den Kollegen zu Fiege über.

Rote Fiege-Ballons und orangene Zalando-Ballons wurden von der Belegschaft bei der Feier zum Betriebsübergang steigen gelassen.

Der Standort Brieselang bei Berlin bekommt eine langfristige Perspektive: Fiege hatte das Logistikzentrum im April 2019 von Zalando, Europas führender Online-Plattform für Mode und Lifestyle, übernommen und angekündigt, die Niederlassung zu einem Multi-User-Center weiterzuentwickeln. Dies ist geglückt: Das

erste Drittkundengeschäft ist bereits in Brieselang eingezogen, Mitte 2020 folgt der spanische Modekonzern Mango. Auch Zalando bleibt dem Fiege-Standort in Brieselang als Kunde weiter erhalten.

„Wir freuen uns, dass es gelungen ist, weitere Kunden von diesem Standort zu überzeugen“, sagte Christoph Mangelmans, Managing Director



Die Belegschaft feierte den Übergang zu Fiege vor dem Standort mit Kaffee und Kuchen. „Zusammen sind wir Fiege“, so das neue Motto am Standort.





David Schröder, CFO bei Zalando, und Christoph Mangelmans, Managing Director Omnichannel bei Fiege, knüpfen symbolische Bande bei der Feier zum Betriebsübergang in Brieselang im April 2019.

Omnichannel Retail bei Fiege. „Diese positiven Entwicklungen sichern den Fortbestand des Standortes über Mitte 2020 hinaus. Es war unser aller erklärtes und gemeinsames Ziel, mit Zalando dies für unsere tollen Kolleginnen und Kollegen in Brieselang zu erreichen.“

Zalando hatte Brieselang im Jahr 2011 als Bestandsimmobilie übernommen. Das Logistikzentrum bei Berlin mit einer Fläche von 75.000 Quadratmetern Logistikfläche war allerdings zu klein geworden. Die selbst entwickelten Logistikstandorte in Lahr, Mönchengladbach und Erfurt sind deutlich größer. Als schnell wachsendes Unternehmen mit mehr als 25 Millionen Kunden in 17 europäischen Märkten hat Zalando besondere Anforderungen an seine Logistikstandorte. Eine Herausforderung in Brieselang sind die kapazitären Beschränkungen, durch die nur ein vergleichsweise kleiner Teil des Sortiments eingelagert werden kann. „Zalando bietet seinen Kunden eine fast grenzenlose Auswahl

von 300.000 Mode- und Lifestyle-Artikeln. In Brieselang stoßen wir daher allein räumlich an Grenzen. Zusätzlich lassen sich hier moderne Automatisierungstechnologien, die in unseren anderen Logistikzentren Standard sind, nur in begrenztem Umfang einbauen. Über die Jahre ist es für uns daher zunehmend schwerer geworden, den Standort für unsere Zwecke wirtschaftlich effizient zu betreiben und ein Ende von Zalando in Brieselang war absehbar. Deshalb war es uns wichtig, eine Lösung zu finden, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Zukunftsperspektive bietet“, sagte Zalando-Vorstand David Schröder. Die hat Zalando in Fiege gefunden.

Langjährige Partnerschaft weiter vertieft

„Fiege ist ein sehr erfahrener Logistikanbieter, mit dem wir bereits erfolgreich an anderen Standorten

zusammenarbeiten. Daher freuen wir uns, dass wir unsere langjährige Partnerschaft nun am Standort Brieselang weiter vertiefen können“, so CFO David Schröder weiter.

Als Multi-User-Center hat die Niederlassung eine gute Perspektive. „Das Logistikzentrum in Brieselang ist verkehrsgünstig gelegen und mit der Nähe zum Ballungsraum Berlin ein interessanter Standort für Omnichannel-Logistik“, sagt Christoph Mangelmans. „Das Neugeschäft sorgt dafür, dass wir hier mit einem eingespielten und erfahrenen Team weiterarbeiten können und ich freue mich auf die neuen Herausforderungen“, sagte Niederlassungsleiter Robert Fix, der mit seinen Kollegen von Zalando zu Fiege übergegangen ist. „Neue Kunden bedeuten immer auch neue Prozesse und eine erhöhte Komplexität“, beschreibt Christoph Mangelmans die anstehenden Aufgaben für den Standort. „Wir wollen noch weitere Kunden in dem Multi-User-Center unterbringen und Brieselang darüber hinaus weiterentwickeln.“ ●

Ministerpräsident Laschet eröffnet Fiege eCommerce-MegaCenter Greven-Münster

Vernetzung aller Absatzkanäle: Perfektes Zusammenspiel von Onlinehandel und stationärem Handel



Der Handel ist seit geraumer Zeit im Wandel: Die Kunden erwarten flexible Bestell-, Liefer- und Bezahlmöglichkeiten – in der Filiale, wie über alle Onlinekanäle. Dabei ist es egal, ob die Ware über den Webshop des Händlers, über die App oder einen Online-Marktplatz bestellt wurde. Die Ware muss möglichst schnell und zu einem selbst gewählten Zeit-

punkt beim Kunden ankommen. Dies bedeutet enorme Herausforderungen an die Logistik. Die ständige Verfügbarkeit auf allen Kanälen muss gewährleistet sein, ebenso die schnelle Zustellung, ungeachtet der Komplexität der Letzten Meile.

Logistik 4.0 im digitalen Wandel

Das perfekte Zusammenspiel von Onlinehandel und stationärem Handel ist ein entscheidender Erfolgsfaktor, um im Wettbewerb zu bestehen. Fiege hat sich darauf spezialisiert, die Vernetzung sämtlicher Absatzkanäle für den Handel zu ermöglichen. Aus 30 Megazentren in Europa ermöglicht Fiege diese Omnichannel-Lösungen. Ein Herzstück ist das jetzt aufwendig

modernisierte und erweiterte Logistikzentrum in Greven-Reckenfeld. Auf 90.000 Quadratmetern Logistikfläche ist Fiege hier für verschiedene Kunden tätig, die das E-Commerce und das Filialgeschäft eng miteinander verzahnen. Ende August hat Nordrhein-Westfalens Ministerpräsident Armin Laschet das Fiege Mega Center Greven-Reckenfeld offiziell eröffnet.

Ministerpräsident Armin Laschet würdigte in seiner Ansprache die Aktivitäten des Unternehmens: „Mit dem neuen Logistikzentrum zeigt Fiege eindrucksvoll, wie Logistik 4.0 im digitalen Wandel funktioniert. Mit der Verbindung von traditioneller Logistikkompetenz, modernster Digitaltechnik und Künstlicher Intelligenz ist Fiege als weltweit agierendes Familienunternehmen ein Aushängeschild der nordrhein-westfälischen >



Oben: Armin Laschet lobte den Gastgeber in seiner Ansprache: „Mit der Verbindung von traditioneller Logistikkompetenz, modernster Digitaltechnik und Künstlicher Intelligenz ist Fiege als weltweit agierendes Familienunternehmen ein Aushängeschild der nordrhein-westfälischen Logistikbranche.“

Links: NRW-Ministerpräsident Armin Laschet durchschritt gemeinsam mit Jens Fiege (l.) und Felix Fiege, die den neuen E-Commerce-Standort feierlich eröffneten, das Band. Umrahmt wurden sie von Auszubildenden der Niederlassung in Greven-Reckenfeld.



Christoph Mangelmans beschrieb in seiner humorvoll vorgetragenen Ansprache die Entwicklung des Handels von früher bis heute und gab einen Ausblick auf die Einkaufswelt von morgen.

Logistikbranche. Von einem solchen Pioniergeist lebt die wirtschaftliche Stärke unseres Landes. Gemeinsam mit der Branche sorgen wir als Landesregierung dafür, dass Nordrhein-Westfalen auch künftig führende Logistikregion im Herzen Europas bleibt.“

Zu der Feierstunde kam neben dem Ministerpräsidenten weitere politische Prominenz nach Greven: Dr. Klaus Effing, Landrat des Kreises Steinfurt war zugegen, ebenso wie Christina Schulze-Föcking, die für die CDU im NRW-Landtag sitzt. Zudem konnten die Vorstandsvorsitzenden Felix Fiege und Jens Fiege Münsters Oberbürgermeister Markus Lewe sowie die Bürgermeister Peter Venne-meyer aus Greven und Georg Moenikes aus Emsdetten zur Eröffnungsfeier begrüßen. „Es sind heute sehr viele befreundete Unternehmer, Kunden und Partner, Nachbarn, Familienmitglieder sowie Kollegen vom Standort und aus dem Projektteam hier, was uns sehr freut“, sagte Jens Fiege.



Eine große Zahl an befreundeten Unternehmern, Kunden, Partnern, Nachbarn, Familienmitgliedern und Gästen aus der Politik waren zur Eröffnung gekommen.



An einem Packtisch ließ sich Armin Laschet von einem Fiege-Mitarbeiter zeigen, wie der Artikel ins richtige Paket kommt.

Felix Fiege bedankte sich bei den Kunden am Standort „für das große Vertrauen, das Sie uns entgegengebracht haben, um hier in Greven-Reckenfeld eine der modernsten Logistikimmobilien der Fiege-Welt zu errichten“. Aus Logistikzentren, wie dem neuen MegaCenter in Greven, verschickt Fiege für verschiedene Kunden die bestellte Ware in die Filiale, direkt an den Endkunden oder an einen vom Kunden gewünschten Abholort. „Die Logistik wird immer mehr zum Unterscheidungsmerkmal für den Kunden. Wer schnell und zuverlässig zum versprochenen Zeitpunkt liefert, ist im Vorteil“, sagt Felix Fiege. Auf die Kundenzufriedenheit habe dies neben der Produktqualität den größten Einfluss. Herausfordernd ist hierbei vor allem die Zustellung in Innenstädten, die letzte Meile, die ein Paket zurücklegt. „Wir entwickeln immer neue Ideen dafür, die Herausforderungen der Citylogistik so intelligent

wie möglich zu lösen“, erläutert Jens Fiege. Der Aufbau von Micro Hubs, aus denen Pakete mit innovativen Ansätzen wie Lastenfahrrädern oder anderen modernen Zustellfahrzeugen den Weg zum Endkunden machen, ist ein Ansatz.

Die Anlieferung im Wunschzeitfenster ist ein weiterer Ansatz, um den Kunden möglichst gut zufriedenzustellen. „Mehr als zwei Drittel der Zustellversuche scheitern beim ersten Anlauf, denn der Kunde ist nicht zu Hause. Das sorgt für Frustration“, berichtet Jens Fiege. Das Fiege-Start-up Angel bietet hierfür eine technische Lösung, die es den Kunden ermöglicht, für die Ankunft des Paketes ein 30-minütiges Wunschzeitfenster zu wählen. „Die Zustellung an Endkunden erfolgt in den Abendstunden, wenn die Menschen nicht mehr auf der Arbeit sind oder an einem bestimmten Tag zu einer bestimmten Uhrzeit, das erhöht die Zustell-

quote enorm und sorgt dafür, dass die Fahrzeuge weniger häufig durch das Stadtgebiet fahren müssen“, sagt Felix Fiege. Doch nicht immer ist die Zustellung nach Hause die erste Wahl beim Kunden. „Für viele Menschen ist es bequemer die online bestellte Ware direkt in der Filiale abzuholen, weil sie ohnehin in der Innenstadt arbeiten oder sich dort häufig aufhalten“, erläutert Jens Fiege. Auch die Möglichkeit die zu retournierenden Waren in der Filiale abgeben zu können, werde kundenseitig mittlerweile erwartet. „Entsprechende Servicepunkte in den bestehenden stationären Geschäften einzurichten bietet eine große Chance für den Handel. Der Kunde ist in der Filiale und kann hier erneut angesprochen werden, der Umsatz steigt“, berichtet Felix Fiege. So werde aus dem stationären Handel und dem Onlinehandel eine Einheit. „Und genau das verstehen wir unter Omnichannel“, so Felix Fiege. ●

Mit gebündelter Logistik gegen Amazon

Die Fiege-Gruppe verknüpft E-Commerce und stationären Handel. Der gemeinsame Gegner Amazon bringt Konkurrenten logistisch in ein Boot.

VON Helmut Bündler

QUELLE: F.A.Z., 29.08.2019

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Das Logistikzentrum in Greven-Reckenfeld, ganz in der Nachbarschaft der Unternehmenszentrale, ist nur eines von vielen, das die Fiege-Gruppe betreibt. Doch der große Bahnhof, mit dem das umgebaute und auf doppelte Fläche erweiterte Lager am Freitag im Beisein von Nordrhein-Westfalens Ministerpräsident Armin Laschet offiziell eröffnet werden soll, zeigt schon, dass es ein Herzstück ehrgeiziger Pläne bildet. Als Lagerhallenbetreiber für Industrie und Warenhäuser groß geworden, geht das Unternehmen immer stärker in den E-Commerce. Und dabei bildet der Umschlagplatz in Greven, mit einer Fläche so groß wie ein Dutzend Fußballfelder, eine wichtige Drehscheibe. „Das ist ein idealer Standort, hervorragend angebunden an die Seehäfen und direkt vor der Haustür des Rhein-Ruhr-Gebietes als größter Verbraucherregion in Deutschland“, sagt Jens Fiege, der zusammen mit seinem vier Jahre jüngeren Vetter Felix an der Spitze des westfälischen Familienunternehmens steht.

Als neuen Großkunden für Greven hat es den Elektronikhändler Mediamarkt-Saturn gewonnen, mit dem Fiege schon an anderen Standorten zusammenarbeitet. Für Mediamarkt ist praktisch der gesamte Zubau reserviert. Rund 50 Millionen Euro hat Fiege in die Erweiterung, in neue Automatisierungstechnik und viel IT gesteckt. Neben Mediamarkt-Elektronik werden von dem Lager, in dem in der

Hochsaison bis zu 600 Leute arbeiten sollen, viele andere Online-Bestellungen ausgeliefert: Schuhe zum Beispiel, Textilien und Arbeitskleidung, aber auch Motoren für den Landmaschinenhersteller Claas in Harsewinkel. Für Claas liefert Fiege „just in time“ ans Fließband, wie es in der Industrie üblich ist. Tempo und Verlässlichkeit in der Zustellung, am besten in einem von den Empfängern gewünschten Zeitfenster, werden bei den Online-Händlern zum immer wichtigeren Erfolgsfaktor. Im Kommen ist dabei die Auslieferung noch am Tag der Bestellung, auf die deshalb die Infrastruktur in Greven ausgelegt sei. „Unsere Kompetenz liegt darin, Online und stationären Handel für unsere Kunden bestmöglich zu vernetzen, egal, über welchen Weg die Ware bestellt wurde und über welchen Weg sie zu den Empfängern kommen soll“, sagt Jens Fiege.

Omni-Channel ist der Fachbegriff für diese Vernetzung von analogen und digitalen Optionen. Die Verbraucher bestellen direkt im Online-Shop des Anbieters, immer öfter gehen sie aber auch auf einen der großen digitalen Marktplätze, etwa von Amazon, Zalando oder Otto, oder sie ordern im Geschäft Ware, die gerade nicht vorrätig ist. Genauso vielfältig sind die Lieferwege. Ganz klassisch mit dem Paketdienst an die Haustür, zu automatischen Packstationen von DHL oder Amazon, zu Paketshops oder einem Abholpunkt im stationären Einzelhandel. „Das perfekte Zusam-

menispiel dieser Möglichkeiten wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor“, meint Felix Fiege. Und zum großen Wachstumstreiber für die Logistiker. „Wir sehen da Zuwachsraten von 20 bis 25 Prozent im Jahr“, sagt er. Von den rund 1,6 Milliarden Euro, welche die Gruppe 2018 mit ihren gut 15 000 Mitarbeitern in der ganzen Welt erwirtschaftet hat, entfiel nach seinen Worten rund ein Drittel auf Omni-Channel-Lösungen.

In absehbarer Zeit werde dieses Segment für die Hälfte des Geschäftes stehen. Und das läuft trotz Handelsstreit, Brexit und Konjunkturabschwächung bisher auch in diesem Jahr rund. Im ersten Halbjahr habe man eine schöne Steigerung gesehen, aufs Jahr bezogen rechne man mit einem Umsatzanstieg in Richtung 10 Prozent. Wie optimistisch die beiden Fiege-Chefs die Aussichten für den E-Commerce beurteilen, zeigt sich daran, dass sie für 2020 bereits einen zweistelligen Millionenbetrag für zusätzliche Investitionen in Greven einkalkulieren. Zunächst könne die Kapazität durch weitere Automatisierungsschritte noch erhöht werden. Wenn das nicht ausreiche, stünden Reserven für eine Erweiterung um mehr als 40.000 Quadratmeter Logistikfläche zur Verfügung.

Fiege gehört zu den Pionieren im Versandhandel und E-Commerce. Für reine Online-Händler arbeitet das Unternehmen seit rund zehn Jahren. Zu den Kunden der ersten Stunde gehörte damals Zalando. Inzwischen



In dem E-Commerce MegaCenter Greven-Münster wird Omnichannel-Logistik betrieben: Aus einem Bestand werden alle Absatzkanäle bedient, egal ob der Kunde über einen Online-Marktplatz, den Onlineshop oder in der Filiale einkauft.

Im Beisein von NRW-Ministerpräsident Armin Laschet (3. v. l.) wurde das E-Commerce MegaCenter Greven-Münster offiziell eröffnet.

sind die Westfalen auch für Anbieter wie Deichmann und Sportscheck tätig, seit 2018 stehen ebenfalls Online-Marktplätze wie Ebay auf der Kundenliste. Mit dem Warenhauskonzern Karstadt hat sich Fiege in einem Gemeinschaftsunternehmen verbündet, das von 2020 an die komplette Logistik für Karstadt übernehmen soll – online wie offline. Entsprechend breit ist das Dienstleistungsportfolio für Marken und Händler aus aller Welt. Neben Lagerhaltung, Umschlag und Organisation der Zustellung auf der letzten Meile kümmert sich Fiege auch um das Retouren-Management sowie die technische Anbindung an digitale Handelsplattformen und weitere Aufgaben rund um den E-Commerce, etwa die Zahlungsabwicklung. „Wir kennen beide Welten, die digitale und die stationäre, und können die Konzepte deshalb sehr gut verheiraten“, meinte Felix Fiege. Dabei sei es für die Kunden überhaupt kein

Problem, dass sie sich die Logistik teils mit direkten Wettbewerbern teilen. „Konkurrenz findet im Regal und auf der Webseite statt, nicht im Lager und auf der Straße“, bringt es sein Cousin Jens Fiege auf den Punkt.

Und es gibt einen Konkurrenten, der die Kooperationsbereitschaft befördert: den Internethandelsriesen Amazon, der mit seiner Größe und den damit verbundenen Skaleneffekten auch in der Logistik die Maßstäbe bestimmt. „Da ist fast jeder andere für sich allein zu klein. Gegen Amazon zu bestehen setzt voraus, dass Kunden ihre Mengen bündeln und logistisch an einem Strang ziehen“, so die Fieges. Auch viele Unternehmen, die den Amazon-Marketplace nutzten, versuchten, sich von dessen Logistik zu lösen. Der Verkauf über digitale Marktplätze wird den Online-Handel in Deutschland und in Europa in den kommenden Jahren maßgeblich beeinflussen. Man stehe hierzulande

im Vergleich zu Amerika und China noch ganz am Anfang. Und das eröffnet den Logistikern weitere Chancen: Denn das Ranking auf den Plattformen hänge auch vom Lieferservice ab. Wenn der nicht stimme, rutsche ein Anbieter in der Liste schnell ab. Die verbindende Furcht vor Amazon baut nach Einschätzung der Fiege-Chefs Berührungängste dort ab, wo eine Kooperation noch vor nicht langer Zeit als undenkbar galt: Sie sind davon überzeugt, dass es bald zahlreiche Abholpunkte für Bestellungen von Online-Händlern auch in stationären Geschäften geben wird, die konkurrierende Ware in den Regalen liegen haben. „Das schafft Kundenfrequenz, und die zählt mehr als Waren-Konkurrenz“, sagen sie. ●

© Alle Rechte vorbehalten. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeine Archiv.



Fiege Real Estate

Wer wir sind und welche Kompetenzen hinter dem Namen „Fiege Real Estate“ stehen.

VON Sophia Nordlohne

Planen, Bauen, Bewirtschaften und Optimieren“, so beschreibt die Abteilung Real Estate ihre Dienstleistungen innerhalb der Fiege Gruppe sowie für Dritte. Doch was und noch viel mehr wer steckt hinter diesem Bereich und welche Geschäftsfelder werden durch diesen abgedeckt?

Seit mehr als 30 Jahren ist Fiege Real Estate als Projektentwickler für Logistikimmobilien tätig. Zu Beginn fokussierten sich die Dienstleistungen auf die unternehmensinterne Projektierung von Neubauten, sowie die Instandhaltung und Bewirtschaftung

der Bestandsimmobilien. Aufgrund der jahrelangen Erfahrung und mittlerweile mehr als zwei Millionen Quadratmeter entwickelter Logistikfläche, wurde das Portfolio der Fiege Real Estate erweitert und beinhaltet inzwischen die Projektentwicklung, Generalübernahme, sowie Planung & Beratung für Fiege, als auch für Dritte. Für Fiege Real Estate ist eine starke Kunden- und Geschäftspartnerbindung von essentieller Bedeutung. Aufgrund dessen zählt Fiege Real Estate zu den Top-10-Projektentwicklern in Deutschland (Quelle: Bulwiengesa Report 2018).

PLANEN



BAUEN



BEWIRTSCHAFTEN



OPTIMIEREN



DAS PORTFOLIO VON FIEGE REAL ESTATE

Projektentwicklung

Unser komplettes Know-how für Ihre Anforderungen

Wir entwickeln Logistikimmobilien aus einer Hand. Von der Grundstücksakquise über die Schaffung von Planungs- und Baurecht, die Planung von Immobilien und Intra-logistik, Ausschreibung und Vergabe von Bauleistungen und Logistik über die Projektsteuerung bis hin zum anschließenden Asset und Facility Management.

Generalübernahme

Schlüsselfertiges Bauen

Sie haben die Flächen, wir das Know-how. FIEGE Real Estate tritt für Investoren als Generalunternehmer oder auch Generalübernehmer auf. Wir stellen Ihnen unsere Kenntnisse und Erfahrungen im Baugewerbe zur Errichtung einer für den Mieter optimal zugeschnittenen Immobilie zur Verfügung.

Planung & Beratung

Consulting liegt bei uns

Wir bieten Ihnen unsere gesamte immobilienwirtschaftliche, bauliche und logistische Leistungsfähigkeit zur Realisierung Ihres Projektes. Wir beraten Sie dabei vollumfänglich in Ihren Projekten und unterstützen Sie so in Prozessen, die nicht Ihrem Kerngeschäft entsprechen. Wir beraten Sie gerne bei der Erweiterung Ihres Bestandes, dem Auf- oder Ausbau oder auch dem kompletten Neubau Ihrer Logistikimmobilie.

DAS TEAM VON FIEGE REAL ESTATE

Die Real Estate Abteilung in der Fiege Gruppe besteht derzeit aus 18 Mitarbeitern im Alter zwischen 24 und 55 Jahren. Der gesamte Bereich wird in drei Unterabteilungen differenziert, wodurch eine optimale Aufgabenverteilung sichergestellt wird.

Das Team Real Estate Development, kurz „RED“, beschäftigt sich primär mit der Projektierung von Neubauprojekten und Beschaffung potenzieller Logistik- bzw. Grundstücksflächen. Das Aufgabenspektrum umfasst die Projektentwicklung, die Generalübernahme, sowie die Planung & Beratung von Logistikprojekten für unsere Kunden (siehe Seite 15). Die gesamte Planung einer neuen Logistikhalle, von der Grundstücksbeschaffung, Bauplanung, Bauantragsstellung und Finanzierung, wird

durch das Team RED abgebildet und zielgerichtet gesteuert.

Im Zuge der erfolgreichen Projektierung wird das Real Estate Management, kurz „REM“, für die gesamte Baubegleitung in das Projekt integriert. Durch wöchentliche Baubesprechungen, einer engen Zusammenarbeit mit den Finanzierungspartnern & Generalunternehmern, sowie einer permanenten Kostenüberwachung wird nun gemeinschaftlich im gesamten Real Estate Team zusammengearbeitet. Eine optimale Planung aus einer Hand – dafür steht Fiege Real Estate.

Durch diesen Ansatz optimieren sie Qualität, Kosten, Design, Bauzeit und den gesamten gebäudetechnischen Betrieb. Mithilfe seiner Kompetenzen integriert Fiege Real Estate jede Logistikimmobilie als strategische Res-

source in den Gesamtprozess eines Unternehmens. Dabei stehen interne Facility Management Spezialisten mit umfangreichem Know-how im gesamten Lebenszyklus einer Logistikimmobilie zur Verfügung. Dazu zählt unter anderem das kaufmännische und technische Facility Management, sowie die ergebnisorientierte Steuerung von Dienstleistern und weiteren Partnern für einen erfolgreichen Betrieb einer Logistikimmobilie.

Auch das Thema Energieeffizienz in Immobilien spielt nicht nur in der Fiege Gruppe, sondern auch bei unseren Kunden eine immer bedeutendere Rolle. Das zentrale Energiemanagement ist daher ein fester Bestandteil der Real Estate Abteilung (weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 18). >

WER STECKT HINTER FIEGE REAL ESTATE?

Ein Team wird nicht nur durch seine Kompetenzen, sondern auch durch die Individualität der Teammitglieder geprägt. Um Ihnen einen Einblick in das Real Estate Team zu geben, stellen wir Ihnen an dieser Stelle vier Kollegen aus dem Team REM & RED vor.

„Wir krepeln alle die Ärmel hoch, damit es weitergeht“

Frederik Bettmer hat Immobilien- und Facility Management im Master an der FH in Münster studiert. Seit seiner Bachelorzeit im Jahr 2017 ist er bei Fiege tätig, zuerst als Praktikant und anschließend als Werkstudent. Seit März 2019 ist er ein fester Bestandteil des Real Estate Teams und begleitet seine ersten Bauprojekte neben der Verfassung seiner Masterarbeit, die er im August dieses Jahres abgeschlossen hat. Frederik beschäftigt sich mit der Standortbetreuung der Fiege Immobilien, der Koordination von Instandhaltungen und die komplette Projektbegleitung der Neubauprojekte.

Für ihn ist das Real Estate Team wie eine kleine Familie, geprägt von Vertrauen und Humor. Ihm ist eine enge Zusammenarbeit im Team sehr wichtig, denn „der gemeinsame Weg zum Ziel macht Spaß, weil alle an einem Strang ziehen, so Frederik.“

„Die Individualität eines jedes Einzelnen zeichnet uns aus“

Sophia Nordlohne ist seit März 2018 als Junior Projektmanagerin im Real Estate Team beschäftigt. Ihr Studium in der Betriebswirtschaftslehre schloss Sophia im Oktober 2018 neben der Beschäftigung bei Fiege erfolgreich ab. Ihre Kernaufgaben im Unternehmen umfassen die Möblierung der Fiege Bürostandorte, die kaufmännische Unterstützung der Großprojekte, sowie die Vermarktung der Fiege Real Estate Abteilung.

„Ich fühle mich durch Fiege gefördert“, sagte Sophia, die nun ein Aufbaustudium im Bereich Immobilienmarketing angefangen hat, um die Präsenz von Fiege Real Estate national sowie international weiter aufzubauen.

„Man hat das Gefühl, dass man mitplanen kann“

Ahmad Hamou ist im Real Estate Development als gelernter Architekt tätig. Seinen Abschluss hat Ahmad 2013 in Damaskus gemacht und arbeitete für drei Monate in Syrien. Durch den Krieg kam Ahmad über einen sechsmonatigen Aufenthalt in der Türkei nach Deutschland und startete seinen beruflichen Werdegang in einem kleinen Architekturbüro inklusive eines Minijobs im Fiege Real Estate Team. „Ich habe gemerkt, dass Fiege besser zu mir passt und mir die Arbeit Spaß macht“, sagte Ahmad und wechselte Anfang 2018 fest in das Real Estate Team.

Seine Aufgaben liegen im Bereich des Real Estate Developments und umfassen die Erstellung von Masterplanningen, Konzeptionierung neuer Logistikstandorte, sowie die Erstellung von 3D Visualisierungen und Videosequenzen für Fiege und für Dritte.



„So was wie uns, gibt es glaube ich nicht so häufig“

Guido Veltel ist gelernter Diplom-Geograf und ist seit drei Jahren ein Bestandteil des Fiege Real Estate Development Teams. Vorher war Guido in der Stadtentwicklung mit dem Fokus auf besondere städtische Entwicklungen und den Abbau von städtebaulichen Defiziten tätig. In der Fiege Gruppe beschäftigt er sich nun mit der Projektentwicklung im engen Kontakt mit den unterschiedlichen Kommunen und Behörden.

„Wir machen das Projekt von Anfang bis zum Ende – und wir geben es niemals aus der Hand. Da hat man schon immer mit geworben – aber letzten Endes machen wir genau das“, sagt Guido und betont die Besonderheit des Fiege Real Estate Teams.



LAHRLOGISTICS

EIN PROJEKT FÜR UND MIT DRITTEN

Die Grundidee für das Projekt „Lahr-Logistics“ beruht auf der Basis, eine gemeinsame Logistikplattform für die LahrLogistics House & Garden GmbH zu schaffen, über die Waren aus Europa und Übersee in die jeweiligen Läden und Märkte transportiert werden.

Die Gesellschaft setzt sich aus der „fenaco-Landi-Gruppe“ aus der Schweiz und der „ZG Raiffeisen Gruppe“ aus Deutschland zusammen. Der Kontakt zur Fiege Gruppe entstand durch eine schon bestehende Zusammenarbeit in der Schweiz.

Im Jahr 2014 wurden die ersten Untersuchungen für das durch die LahrLogistics House & Garden GmbH erworbene Grundstück vorgenommen und die Grundkonzeptionierung der Masterplanung entwickelt. Das Grundstück mit einer Fläche von ca.

127.222 m² wurde mit einer Logistikhallen- und Gebäudefläche von 74.600 m² beplant. Dazu wurden rund 4.600 m² Mezzanin-Ebenen und ca. 4.000 m² Bürofläche angedacht. Der Gesamtausbau sollte in mehreren Baustufen erfolgen.

Die erste Baustufe umfasste den ersten Hallenabschnitt des Masterplans und misst eine Grundfläche von ca. 10.760 m², einer Mezzaninfläche von ca. 2.700 m², sowie ca. 660 m² Büro- und Sozialflächen. Die finale Abstimmung und Planung wurde im Jahr 2015 durchgeführt und die Baugenehmigung wurde im Mai 2015 erteilt. Im Mai startete auch direkt der Beginn der ersten Baustufe und wurde innerhalb von nur fünf Monaten fertiggestellt. Die gesamte Planung bis hin zum Bauantrag wurde von Fiege Real Estate geleistet. Ebenfalls >



Eines der fertiggestellten Hallenschiffe der zweiten Baustufe im April 2018.



Die Planung des neuen Logistikstandortes in zwei Baustufen (Baustufe 1 – Halle 1, Baustufe 2 – Halle 2+3). Eine optionale Erweiterung um zwei weitere Hallen ist möglich.

die Abstimmung mit den Genehmigungsbehörden einschließlich der Bearbeitung aller Gutachten und die Ausschreibung der Generalunternehmerleistungen waren im Leistungspaket von Fiege enthalten. In der Bauphase wurde die Projektleitung bis zur Abnahme ebenfalls durch Fiege Real Estate übernommen.

Die Abstimmung und Planung der zweiten Baustufe wurde im Mai 2017 gestartet und mit einer im September 2017 vorhandenen Baugenehmigung auch operativ in die Wege geleitet. Ab November 2017 bis zum Juni 2018 wurde der zweite Bauabschnitt erfolgreich in nur acht Monaten Bauzeit umgesetzt. Die zwei neuen Hallen umfassen eine Grundfläche von ca. 21.520 m², einer Mezzaninfläche von ca. 5.400 m² und einer Büro- und Sozialfläche von ca. 200 m². Da das Projekt in der ersten Baustufe in voller Zufriedenheit umgesetzt worden ist, wurde auch der zweite Bauabschnitt von Fiege Real Estate ausgeführt.



Außenansicht

FIEGE MEGA CENTER EMMERICH

Ein weiterer Meilenstein für die Fiege Gruppe wurde Ende Oktober 2019 erreicht. Das Fiege Mega Center Emmerich ist nach nur acht Monaten Bauzeit erfolgreich fertiggestellt worden und die ersten Logistikgeschäfte befinden sich derzeit in der Hochlaufphase. Bevor die ersten Erdarbeiten auf dem Grundstück erfolgen konnten, musste dieses zuerst einmal durch Fiege akquiriert, gesichert und erschlossen werden. Bereits seit 2016 gab es eine deutlich gestiegene Nachfrage nach einer solchen Fläche in Emmerich am Rhein. Nachdem Fiege sich als einer von vielen Interessenten für das Grundstück durchsetzen konnte, startete die finale Masterplanung und die Rücksprachen mit den Behörden.

Das gesamte Projekt wurde durch eine strategische Projektstruktur innerhalb des Unternehmens mit diversen Teilprojekten (Real Estate, Intralogistik, IT uvm.) gesteuert. Das Team von Fiege Real Estate hatte bereits im November 2018 das Grundstück in Emmerich am Rhein erworben und generierte einen Investor für das Mega Center Emmerich. Von der Koordination der Grundstücksentwicklung inkl. Erschließung, über die Master- und Bauantragsplanung, bis hin zur kompletten Baubegleitung erzielte die Real Estate Abteilung eine erfolgreiche Projektentwicklung in Zusammenarbeit mit dem Generalunternehmer.

Ende Oktober fand ein umfangreicher Abnahmeprozess in mehreren Schritten statt, der die Abnahme der Fertigstellung durch den Generalunternehmer und die anschließende Übergabe der gesamten Projektentwicklung an den Investor umfasste. Die BU Consumer Goods der Fiege Gruppe mietet alle drei Hallenschiffe mit einer Größe von über 30.000 m² unter anderem für den Kunden Katjes an, um deren Logistikgeschäft an die Produktionsstätte des Süßwarenunternehmens umzusiedeln.



Es besteht die Möglichkeit das Mega Center Emmerich in einem zweiten Bauabschnitt um weitere ca. 30.000 m² zu erweitern.



● Das Mega Center Emmerich kurz vor der Fertigstellung (Stand September 2019).

Energiemanagement

Rund 40.000.000 Kilowattstunden Strom verbrauchen die 35 größten von Fiege betriebenen Logistikzentren in Deutschland jährlich. Um diesen Strom- aber auch den Gasverbrauch langfristig zu reduzieren, hat Fiege in den letzten Jahren ein eigenes Energiemanagementsystem aufgebaut.

VON Marc Borgmann

In den Fiege-Immobilien stellt die Beleuchtung das größte Einsparpotenzial dar. Es folgen die Wärme- und Kälteversorgung, Fördertechnik und Spitzenlastmanagement.

Neben dem zentralen Energie-Einkauf und der Zertifizierung sind dabei immer mehr auch das Energie-Monitoring und die Umsetzung von Einsparpotenzialen in den Fokus gerückt.

Mit diesen Potenzialen beschäftigen sich Marc Borgmann und Mareike Vogt täglich. Eingegliedert in den Bereich Real Estate Management und unter der Leitung von Kai Alfermann bilden sie das zentrale Energie-Team der Fiege Gruppe.

Die Potenziale und energetischen Stell-schrauben sind vielseitig: „Unsere Erfahrungen haben gezeigt, dass das Einsparpotenzial durch eine effizientere und intelligentere Beleuchtung zwar am höchsten ist, dass organisatorische Einsparpotenziale aber sehr dicht dahinter folgen“, sagt Marc Borgmann. Es gebe zahlreiche Fälle, in denen ein Mehrverbrauch außerhalb von regulären Schichtzeiten auftrete. „Beispielsweise, wenn der Sicherheitsdienst das Licht morgens schon zwei Stunden vor dem eigentlichen Schichtbeginn einschaltet. Da kommen dann schnell mehrere Tausende Euro zusammen“, weiß Borgmann.

Kontrolle und Analyse des Energieverbrauchs

Um Einsparungen wie diese aufzuzeigen, müssen täglich mehrere hundert Datensätze ausgewertet werden. Die Verarbeitung der täglichen Datenflut erfolgt dabei durch das Fiege-eigene Energie-Portal. Durch die regelmäßige Kontrolle und Analyse der Daten lässt sich erkennen, wo und wann der Energieverbrauch vom Standard abweicht.

Der Austausch mit den Standorten, so sagt Marc Borgmann, sei dabei der entscheidende Faktor. „Wir schauen im ersten Moment nur auf Zahlen und stellen Unregelmäßigkeiten fest.“ Diese müsse man dann gemeinsam mit den Verantwortlichen am Standort analysieren. „In 2018 hat in Dortmund ein Zählerwechsel stattgefunden. Der Netzbetreiber hat uns darüber aber nicht informiert“, beginnt Mareike Vogt ein Beispiel. „Es ist eine Lastspitze entstanden, die uns 20.000 Euro gekostet hätte.“ Mit Unterstützung des Standortes habe man die entstandenen Kosten aber erfolgreich zurückweisen können. „Das wäre sonst vermutlich nie jemandem aufgefallen“, so Vogt.

Neben der regelmäßigen Überprüfung der Verbrauchsdaten mit Hilfe des Online-Portals hat Fiege gemeinsam mit dem Energie-Dienstleister Envis-tra seit 2017 mehr als 30 Standorte einem sogenannten Energie-Check unterzogen. „Dabei nehmen wir zunächst die aktuelle Energie-Situation auf. Ziel ist es, den Gesamtverbrauch einzelnen Verbrauchern zuzuordnen“ erklärt Mareike Vogt. So würden Einsparpotenziale identifiziert und sowohl wirtschaftlich als auch technisch bewertet. „Mittlerweile stehen mehr als 300 mögliche Einsparmaßnahmen auf unserem Zettel. Nicht alle sind realisierbar, aber wir sind dabei, alle Maßnahmen nach und nach abzuarbeiten.“

Oft bietet der größte Verbraucher auch das größte Einsparpotenzial. In der Regel ist das die Beleuchtung

Olaf Hügelmeyer, Standortleiter in Neuss für die BU Consumer Goods:

„Die Einsparungen beim Thema LED sind wirklich enorm und die Intelligenz der Systeme überzeugt. Ich kann nur jedem empfehlen, sich bei Energie-Fragen direkt an die Kollegen aus Greven zu wenden.“

mit einem Anteil von 50 bis 85 Prozent am Gesamtverbrauch. Das zeigen vor allem Projekte wie Hamburg und Neuss.

„In beiden Fällen haben wir durch das Einbringen von LED-Leuchten und einer intelligenten Steuerung unsere prognostizierte Einsparung von 50 Prozent auf den Gesamtstromverbrauch übertroffen“, so Borgmann. Je weniger Betrieb in einem Lager, desto höher sei die Einsparung durch eine intelligente Beleuchtungssteuerung. Eine Einsparung, die sich je nach Projekt nach 2 bis 4 Jahren rentiert.

Neue Konzepte

Mit dem Thema Robotik und zunehmender Intelligenz in Logistikzentren stehen bereits jetzt weitere Verbraucher fest, die den Zeitpunkt und die Menge des Energieverbrauchs zukünftig noch stärker beeinflussen. Und das sind nicht die einzigen Themen die Marc Borgmann und Mareike Vogt im Blick haben. „Wir analysieren Konzepte zur Selbstversorgung, etwa durch Photovoltaik und Windkraft, wir befassen uns mit Elektromobilität, die bereits an einzelnen Standorten eingesetzt wird. Wir bieten all unsere Leistungen nicht nur intern, sondern auch extern an. Und wir entwickeln eigene Ideen“, so Borgmann. Damit spielt er auf die Innovation Challenge an, die das Energie-Team Anfang 2018 mit der Idee „Lichtkompass“ gewann. Die Innovation, eine Schnittstelle zwischen >

Das kann man mit 1 kWh alles machen:

133 Scheiben Toastbrot rösten
Eine Stunde lang Haare föhnen
2.500 mal den Bart elektrisch rasieren
50 Stunden lang aktiv an einem Laptop
arbeiten

70 Tassen Kaffee kochen
100 Stunden Radio hören
Etwa 7 Stunden fernsehen
91 Stunden lesen unter einer
Energiesparlampe

Warenmanagementsystem und Beleuchtung, soll ein schnelles und einfaches Navigieren im Logistikzentrum ermöglichen. Über Visualisierungen durch das Licht soll der Mitarbeiter so schneller zum Ziel geführt werden.

„Ich finde es toll, dass wir in unseren eigenen Reihen solche Ideen produzieren. Mit der Innovation reduzieren die Kollegen nicht nur den Energieverbrauch, sondern auch die Weg-, Pick- und Einarbeitungszeiten. Solche Dinge machen Fiege nicht nur nachhaltiger, wir erzielen so auch deutliche Wettbewerbsvorteile“, erklärt Kai Alfermann, Director Real Estate & Quality. „Und wenn ich mir dann überlege“, so Alfermann weiter, „dass wir gerade einmal die Einsparpotenziale von 30 Standorten bewertet haben, dann haben wir noch ein riesiges Potenzial.“

Fact 1:

CO₂-frei: Strom und Gas

Neben der Steigerung der Energieeffizienz und der Sensibilisierung von Mitarbeitern setzt Fiege ab 2020 deutschlandweit auf grüne Energie und investiert so nachhaltig in den Klimaschutz. In einem ersten Schritt wird der Energieeinkauf von Strom und Gas durch die freiwillige CO₂-Kompensation emissionsfrei. Damit reduziert das Unternehmen seinen CO₂-Fußabdruck um mehr als 22.000 Tonnen jährlich. Konkret unterstützt Fiege dabei vom TÜV Süd zertifizierte Wasserkraftprojekte entlang des Sutlej und seiner Nebenflüsse in Indien. Das Wasserkraftprojekt Karcham-

Wangtoo (KWHEP) ist ein 1000 MW Laufwasserkraftwerk und Teil eines Gesamtplans zur Entwicklung des Wasserkraftpotenzials im Flussgebiet Sutlej. Der Damm und das Kraftwerk befinden sich zwischen den Dörfern Karcham und Wangtoo, womit das Werk auch seinen Namen erhält.

Fact 2:

Burgwedel zweite nachhaltigste Logistikimmobilie Deutschlands

Mit einem Gesamterfüllungsgrad von 88,1 % zählt der Fiege Standort in Burgwedel zu den Top 10 nach DGNB zertifizierten Neubauten in Deutschland. In der Sparte Logistikimmobilien belegt der Standort sogar den zweiten Platz. Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) hat den Standort 2019 mit dem Platin-Zertifikat ausgezeichnet. Die inhaltliche Grundlage der DGNB bildet ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsverständnis, welches die Themen Umwelt, Wirtschaftlichkeit und den Menschen gleichermaßen einbezieht. Insgesamt sind deutschlandweit bereits rund 5000 Gebäude nach diesem Qualitätsstandard zertifiziert worden. „Die Fiege-Immobilie in Burgwedel ist eines der Projekte mit der höchsten Bewertung, die wir als DGNB im Rahmen der Zertifizierung jemals vergeben haben. So ein Ergebnis erreicht nur, wer sich intensiv und ganzheitlich mit den vielfältigen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsqualität auseinandersetzt“, sagt Johannes Kreißig, Geschäftsführender Vorstand der DGNB. Für das Kriterium „Ökologische Qualität“ erhielt der Standort mit 100 % Erfüllungsgrad die höchstmögliche Bewertung. ●



Seit 2016 ist Fiege ISO 50.001 zertifiziert – ein internationaler Standard, mit dem die Energieeffizienz des Unternehmens kontinuierlich überprüft und verbessert werden soll.





LogiVisor Award: Fiege für Top-Logistiklösung im Bereich Fashion und Lifestyle prämiert

Beste Kontraktlogistiker von der Ansiedlungsplattform Gewerbegebiete.de ausgezeichnet



Nahmen für Fiege den LogiVisor Award in München entgegen: Christoph Mangelmans, Sophie Austen, Jens Fiege und Frederik Brantner von Magazino (v. l.).

Fiege Logistik ist mit dem LogiVisor-Award als „Bester Kontraktlogistiker im Bereich Fashion & Lifestyle“ ausgezeichnet worden. Die Preisverleihung fand am Mittwoch, 6. Juni, im Münchner Oberanger-Theater im Umfeld der Branchen-Leitmesse transport logistic statt. Der Vorstandsvorsitzende Jens Fiege nahm in Begleitung von Sophie Austen, Projektmanagerin aus dem Bereich Logistics Consulting & Purchasing, sowie Christoph Mangelmans, Managing Director Omnichannel Retail, den Preis entgegen.

Die LogiVisor-Awards wurden in diesem Jahr erstmalig vergeben, den Wettbewerb hatte die Ansiedlungsplattform Gewerbegebiete.de ins Leben gerufen, die damit innovative Logistiklösungen ins Rampenlicht rücken will. Erfolgreiche Projekte in den Bereichen Fashion & Lifestyle, Retail & E-Commerce, Industry sowie Consumer Products wurden dafür von einer 21-köpfigen Experten-Jury bewertet. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung, die wir hier stellvertretend für all die Teams bei Fiege

entgegennehmen, die sich mit neuen Ideen für innovative Logistiklösungen beschäftigen“, sagte Jens Fiege. „Mein Dank gilt zudem unserem Kunden Deichmann für das langjährige Vertrauen und die Offenheit für innovative Konzepte sowie unserem Partner Magazino, mit dem wir gemeinsam Pionierarbeit für die Robotik in der Intralogistik leisten.“

In der Kategorie Fashion & Lifestyle überzeugte Fiege die Branchenjury, bestehend aus den Experten Stefan Röbel (Asos) Maximilian Molkenthin (Puma) und Guido Jaenisch (Takko), mit dem innovativen Einsatz eines Pick-Roboters in der Schuhkommissionierung bei Europas größtem Schuhhändler am Fiege-Standort

in Ibbenbüren. Der kleine Helfer ist durch Kamerasteuerung und Einsatz eines Vakuum-Greifarms in der Lage, Pakete aus Regalen zu entnehmen und für den Transport zu den Packplätzen bereitzustellen.

Gemessen wurden die eingereichten Logistiklösungen an ihrer Qualität, Komplexität und ihrem Innovationsgrad. Darüber hinaus bezogen die Jury-Teams auch die gelebte unternehmerische Verantwortung der dahinterstehenden Logistikdienstleister in ihre Bewertung mit ein – beispielsweise in Hinblick auf die Einhaltung hoher sozialer und ökologischer Standards sowie die aktive Förderung von Weiterbildung, Gesundheit und des gesellschaftlichen Lebens. ●



Felix Fiege (l.) und Jens Fiege.

„Wir wollen Innovationsführer in der Logistik sein“:

Jens Fiege und Felix Fiege haben mit dem neuen Vorstandsteam große Ziele

Bei Fiege ist einiges in Bewegung. Das Unternehmen wächst, bestehende Partnerschaften werden ausgebaut, neue werden eingegangen. Innovative Ansätze werden weitergedacht, neue Geschäftsmodelle entwickelt. Dies bringt auch Veränderungen in der Führung des Familienunternehmens mit sich. Felix Fiege und Jens Fiege haben den Vorsitz des Vorstandes übernommen, der von vier auf sechs Mitglieder erweitert wurde. Im Interview sprechen die Vorstandsvorsitzenden über ihre neue Rolle, die neue Unternehmensstrategie und das starke Wachstum.

Der Fiege-Vorstand wurde um Dr. Stefan Thies und Martin Rademaker erweitert. Sie selbst haben den Vorsitz übernommen. Wie kam es zu der Entscheidung?

Jens Fiege: Zunächst einmal möchte ich sagen, dass wir uns unheimlich darüber freuen mit Stefan Thies und Martin Rademaker zwei Verstärkungen für unser Vorstands-Team zu haben. Ich sage bewusst Team, denn wir arbeiten mit Peter Scherbel und Alfred Messink seit vielen Jahren eng und partnerschaftlich zusammen. Das werden wir auch

weiterhin tun und zusätzlich freuen Felix und ich uns darauf, Fiege als Gesamtunternehmen zu führen. Dadurch können wir uns übergreifend in allen Business Units verstärkt einbringen.

Felix Fiege: Wir werden die strategische Unternehmensentwicklung weiter vorantreiben – zu unseren Fokusgebieten zählen zum Beispiel die Bereiche Innovation, Unternehmenskultur, Leadership und Digitalisierung. Und dafür werden wir auch noch häufiger an unseren Standorten und bei unseren Landesgesellschaften vor Ort sein. Wir werden also noch näher an den unheimlich vielen spannenden Themen bei Fiege dran sein. Und für 2020 stehen wieder viele interessante Projekte an.

Was wären das für Themen?

Felix Fiege: Wir wollen Innovationsführer in der Logistik sein und hochspannende Themen rund um die Digitalisierung von Prozessen oder die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle weitertreiben. Das ist unser Anspruch und wird Teil unserer Unternehmens-DNA. Entsprechend ist es auch in unserer Strategie manifestiert. >

VORSITZ DES VORSTANDES



FELIX FIEGE

Welchen Menschen würden Sie gerne einmal treffen?

Satoshi Nakamoto, den unbekanntesten Erfinder der Kryptowährung Bitcoin.

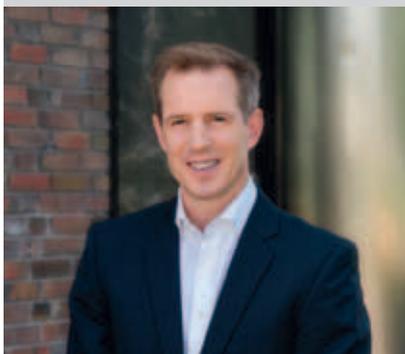
Was tun Sie an einem perfekten Wochenende?

Viel Zeit mit meinen Kindern verbringen, ein bisschen Sport und abends im Garten grillen.

Was fasziniert Sie an der Logistik?

Die Möglichkeit sich mit und für jeden Kunden in sein jeweiliges Geschäftsmodell reinzudenken und den Markt und die Logistikanforderungen zu verstehen.

Felix Fiege ist 41 Jahre alt, verheiratet und er hat drei Kinder. In seiner Freizeit spielt er gerne Fußball oder Tennis, segelt oder jagt er.



JENS FIEGE

Welchen Menschen würden Sie gerne einmal treffen?

Papst Franziskus.

Welchen Traum wollen Sie sich erfüllen?

Ich würde gerne einmal den Kilimandscharo besteigen.

Was war das letzte Fußballspiel, das Sie besucht haben?

Das Spiel Preußen Münster gegen Viktoria Köln – das die Preußen leider (mal wieder) verloren haben.

Jens Fiege ist 45 Jahre alt, verheiratet und hat vier Kinder. Seine Freizeit verbringt er gerne mit Jagen, Fußballspielen oder Radfahren.

Jens Fiege: Unsere Kunden und Partner schätzen an uns, dass wir mit neuen Ideen auf sie zukommen. Wir haben uns in der Start-up-Szene einen guten Ruf erarbeitet. Wir gehen mit Pilotprojekten voran. Das wollen wir in den nächsten Jahren noch weiter ausbauen. Das Schöne ist ja, dass bei Fiege so viele Menschen richtig Lust darauf haben, Dinge voranzubringen und neu zu denken. Das zeigt auch die neue Strategie, die von einem großen Kreis an Mitarbeitern aus verschiedenen Hierarchiestufen und Unternehmensbereichen entwickelt wurde.

Wo wir gerade auf die Strategie zu sprechen kommen. Die Plakate mit der neuen Unternehmensstrategie wurden kürzlich in den Nieder- >



**F-LOG
VENTURES**

F-Log Ventures ist der Venture Capital Fund der Fiege Gruppe. Hier bündelt Fiege die Investitionen mit Start-ups. Die strategischen Investments werden über F-Log Ventures zentral gesteuert. Neben finanzieller Unterstützung bietet Fiege reale Anwendungsfälle, enormes Logistik-Know-how und ein großes Netzwerk.

VORSTAND



ALFRED MESSINK

Was tun Sie an einem perfekten Wochenende?

An einem perfekten Wochenende habe ich Zeit für meine Familie und auch um mich in der Natur zu bewegen. Beim Joggen bekomme ich den Kopf frei. Ein Sieg des FC Schalke 04 rundet ein perfektes Wochenende natürlich ab.

Welchen Menschen würden Sie gerne einmal treffen?

Ich würde gerne einmal Paul McCartney treffen. Bei ihm könnte ich mir sicherlich noch den ein oder anderen Gitarrenriff abschauen.

Sie haben operative Logistikverantwortung bekommen. Worauf freuen Sie sich am meisten?

Mehr als zehn Jahre war ich für die klassischen CFO-Bereiche verantwortlich, jetzt freue ich mich auf die Verantwortung für die Bereiche Industry & Tires, International Freight Forwarding sowie Far East. Hier sehe ich spannende Herausforderungen bei der Mitgestaltung der Geschäftsbeziehungen sowie der Vertiefung der Zusammenarbeit mit den operativen Einheiten.

Alfred Messink ist 57 Jahre alt und seit 2005 bei Fiege. Er ist verheiratet und hat zwei erwachsene Töchter. In seiner Freizeit spielt er gern Gitarre und liest Kriminalromane. Als Vorstand verantwortet er u.a. die Bereiche Finance und Accounting.



MARTIN RADEMAKER

Was war Ihr Traumberuf als Kind?

Ich wollte Fußballprofi werden. Jetzt setze ich meine ganzen Hoffnungen darauf, dass es bei einem meiner drei Jungs klappt. ;)

Was ist Ihr Lieblingssort?

Læsø, eine kleine Insel im Norden Dänemarks. Dort gibt es eigentlich nichts – keinen Lärm, keinen Verkehr. Die Menschen sind dadurch unfassbar entspannt und dadurch entspanne auch ich.

Warum sind Sie nach 17 Jahren immer noch gerne bei Fiege?

In aller Kürze – 4 Punkte. Es gibt die Möglichkeit – auch schon früh – Verantwortung zu übernehmen. Es ist wahnsinnig vielseitig und es gibt immer die Chance sich bzw. etwas zu verändern. Ich mag die Menschen, die hier arbeiten und ihre große Leidenschaft, für das was wir tun. Und ich bin gerne Teil eines Familienunternehmens.

Martin Rademaker ist 38 Jahre alt, verheiratet und hat drei Kinder. Seine Freizeit verbringt er gerne mit Kochen, Lesen oder Fußball – selbst spielend oder als Zuschauer. Als Vorstand verantwortet er u.a. den Bereich Business Development.



PETER SCHERBEL

Was war das letzte Konzert, das Sie besucht haben?

Ich habe Ende Oktober das Konzert „Elias“ von Felix Mendelsohn Bartholdy unter der Leitung meines Bruders Thomas in der Kirche St. Joseph in München genossen.

Welchen Traum wollen Sie sich erfüllen?

Ich würde gerne mit einem Land Rover durch ganz Südamerika bis Feuerland auf der Panamericana fahren.

Sie sind für Operational Excellence verantwortlich, was sind Ihre Themenschwerpunkte?

Exzellente bedeutet hervorragend, ausgezeichnet. Und genau das ist unser Ziel: Best in class! Lean Management wird unsere Grundlagenphilosophie. Das Monitoren aller logistischen Prozesse auf einer standardisierten Basis gibt uns das Rüstzeug, Kostenstrukturen und Qualitäten permanent zu optimieren. Hierfür ist es wichtig alle Werkzeuge von Six Sigma bis Wertstromanalysen zu beherrschen. Noch wichtiger aber sind die Menschen, also wir! Alle unsere Mitarbeiter, die diesen Anspruch von OPEX verinnerlichen und diesem täglich gerecht werden.

Peter Scherbel ist 54 Jahre alt, verheiratet und hat drei Töchter. In seiner Freizeit fährt er gerne Ski, wandert oder liest Biographien. Als Vorstand verantwortet er u.a. den Bereich Operational Excellence.



DR. STEFAN THIES

Was tun Sie an einem perfekten Wochenende?

An einem perfekten Wochenende habe ich meine Familie die ganze Zeit um mich, dabei müssen wir noch nicht einmal etwas Spektakuläres unternehmen. Alle puzzeln herum und abends gehen wir gemeinsam zum Essen.

Was war das letzte Fußballspiel, das Sie besucht haben?

Ich war beim Derby FC St. Pauli gegen den Hamburger SV. Ich bin schon immer St.-Pauli-Fan, das ist auch meine Heimat. Daher habe ich seit ewigen Zeiten eine Dauerkarte.

Warum haben Sie sich entschlossen zu Fiege zu kommen?

Ich empfand es nach 15 erfolgreichen Jahren bei Fielmann an der Zeit, noch einmal in eine völlig andere, aber sehr zukunftssträchtige Branche zu wechseln. Durch gute Gespräche im Vorfeld und die mir skizzierten Potenziale sowie Herausforderungen im Vorfeld, fiel mir die Entscheidung zu Fiege zu kommen, sehr leicht. Zumal ich gerne wieder für ein Familienunternehmen tätig werden wollte.

Stefan Thies ist 50 Jahre alt, verheiratet und hat vier Kinder. In seiner Freizeit geht er gerne joggen oder zum Spinning. Als Vorstand verantwortet er u.a. die Bereiche Human Resources, Controlling und IT.

VISION



Zusammen mit unseren **Kunden...**



...gestalten wir Märkte **mit innovativen Logistiklösungen.**



Wir sind **mehr als nur ein Arbeitsplatz.**



Wir leben **Familie.**



FAST. FOCUSED. FIEGE.

Zusammen mit unseren Kunden gestalten wir Märkte mit innovativen Logistiklösungen. Wir sind mehr als nur ein Arbeitsplatz. Wir leben Familie.

MISSION



Der **Erfolg unserer Kunden** treibt uns täglich an.



Mit **Know-how und Leidenschaft** erarbeiten wir uns **langfristiges Vertrauen.**



Gemeinsam machen wir den Unterschied.



FAST. FOCUSED. FIEGE.

Der Erfolg unserer Kunden treibt uns täglich an. Mit Know-how und Leidenschaft erarbeiten wir uns langfristiges Vertrauen. Gemeinsam machen wir den Unterschied.

STRATEGISCHE PRIORITÄTEN



Customer Relations



Operational Excellence



Innovation



People



FAST. FOCUSED. FIEGE.

Customer Relations | Innovation
People | Operational Excellence

lassungen aufgehängt. Wie ist die neue Strategie zu verstehen?

Felix Fiege: Unsere Strategie besteht aus einer Vision und aus einer Mission. Die Mission legt fest wofür Fiege steht. Und das ist in dem Slogan „Fast. Focused. Fiege.“ sehr gut zusammengefasst. Wir haben kurze Entscheidungswege und sind schnell in der Umsetzung. Das alles geht nur, weil wir als Team funktionieren, gemeinsam mit unseren Partnern.

Und was ist eine Vision?

Jens Fiege: Unsere Vision gibt vor, in welche Richtung sich unser Unternehmen entwickeln soll. „Zusammen mit unseren Kunden gestalten wir Märkte mit innovativen Logistiklösungen.“, heißt es in unserer Vision. Es ist im Moment so viel im Wandel, wir wollen dabei nicht nur zusehen und auf Veränderungen reagieren, wir wollen die Zukunft aktiv gestalten.

Felix Fiege: Und das als ein attraktiver Arbeitgeber, der den Menschen die Chance eröffnet, daran aktiv mitzuwirken. Das schaffen wir mit all den Werten, für die wir als Familienunternehmen stehen: Verlässlichkeit, Stabilität und Sicherheit: „Wir leben Familie.“, heißt es daher auch ganz passend, wie ich finde.

Jens Fiege: Bei mir kommen bei diesem Teil der Vision sofort Bilder vom Fiege Soccer Cup in den Kopf. Wo

2000 Kollegen aus zehn Ländern bei uns hier in Greven zu Gast waren und ein riesiges Fest zusammen gefeiert haben. Das war ein besonderes Erlebnis. Und Dank dem fußballerisch begabten Team aus Reckenfeld, sind wir 2020 wieder hier in der Heimat.

Das Wort Innovation ist fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Fiege geht Pilotprojekte mit jungen Start-ups ein oder beteiligt sich sogar. Die Fiege Innovation Challenge hat zum dritten Mal stattgefunden, wieder wurden viele Ideen eingereicht. In Worms oder Hamburg haben in diesem Jahr Innovationstage stattgefunden, in Berlin gibt es bei Fast & Forward regelmäßig einen großen Austausch zu den Themen der Zeit. Welche Ziele verfolgen Sie in diesem Bereich in den nächsten Jahren?

Felix Fiege: Wir werden in diesem Bereich noch aktiver werden und haben dafür eine formale Struktur geschaffen: Wir haben einen Venture Capital Fund gegründet – F-Log Ventures. Damit wollen wir gezielt frühphasige Start-ups ansprechen. Wir werden weiter in Ideen investieren, die das Logistikgeschäft ergänzen, weiterentwickeln oder sogar disruptieren. Wir wollen die Zukunft aktiv gestalten und freuen uns auf viele spannende neue Projekte und Lösungen. Zudem werden wir die Ideen, die bei uns im Hause entstehen, noch fokussierter vorantreiben. Wir haben dafür einen neuen Bereich aufgebaut – das Company Building – und uns mit Experten verstärkt. Wir wollen unsere selbst gegründeten Start-ups stärker bei ihrem Weg unterstützen, aus der

Idee und ersten Pilotprojekten auch ein marktfähiges Produkt zu machen. Wir wollen mehr Geschwindigkeit aufnehmen.

Jens Fiege: Und an guten Ideen mangelt es bei uns nicht. Das hat die Innovation Challenge wieder gezeigt. Wir haben so viele Einreichungen bekommen, wie noch nie. In diesem Jahr haben Workshops in den Niederlassungen stattgefunden, der Innovation Truck ist durch Deutschland getourt, aber auch in Polen, der Slowakei oder sogar China gewesen. Unsere Mitarbeiter haben Spaß daran, sich mit innovativen Ideen auseinanderzusetzen oder sie selbst zu entwickeln. Wir freuen uns über jede Idee, die unsere Kolleginnen und Kollegen generieren. Nicht aus jeder wird eine neue große Firma, aber eventuell entwickeln wir daraus ein neues Produkt für unsere Kunden.

Um noch einmal auf die neuen Vorstandsmitglieder zu sprechen zu kommen. Was erwarten Sie von Dr. Stefan Thies und Martin Rademaker?

Felix Fiege: Stefan Thies war zwölf Jahre im Vorstand bei Fielmann. Er hat dort die Ressorts Personal, Controlling und Organisation sowie IT verantwortet und weiterentwickelt. Von seiner Erfahrung können wir enorm profitieren. Wir sind froh ihn mit an Bord zu haben.

Jens Fiege: Martin Rademaker ist 2002 als dualer Student bei Fiege gestartet und hat sich über die 17 Jahre bei Fiege sensationell entwickelt. Martin hat in der langen Zeit viele verantwortungsvolle Positionen innegehabt und

zuletzt mit Christoph Mangelmans und Walter Johne den Bereich Omnichannel Retail erfolgreich geleitet. Wir schätzen an ihm seinen Tatenrang, seine Art auf Menschen zuzugehen und neue Dinge anzupacken. Wir sind überzeugt, dass er in seiner neuen Rolle dem gesamten Unternehmen Fiege guttun wird.

Felix Fiege: Wir wünschen uns von beiden, dass sie ihre Erfahrung und Kompetenz aktiv einbringen. So wie es Peter Scherbel und Alfred Messink seit vielen Jahren tun. Mit Peter und Alfred haben wir als Vorstandsteam irre viel erreicht. Als erweitertes Team sehen wir uns für die großen Aufgaben und die Weiterentwicklung der Firma gut aufgestellt.

Was sind die Herausforderungen für 2020?

Jens Fiege: Wir wachsen im Moment sehr stark. Nicht nur in Deutschland, sondern auch in Italien oder Polen wächst die Fiege-Familie um mehr als 5000 neue Mitarbeiter. Das freut uns sehr, aber es ist auch eine Herausforderung, an den neuen Standorten den Teamgeist und die Unternehmenskultur von Fiege zu entfachen.

Felix Fiege: Und natürlich gilt es, operativ gute Ergebnisse zu erzielen, denn wir haben die Maxime, dass wir profitabel wachsen wollen. Unser Unternehmen soll weiterhin gesund und stabil sein – denn irgendwann wollen wir die Firma Fiege an die nächste Generation weitergeben. Das ist unser gemeinsames Ziel. ●

Fiege und Galeria Karstadt Kaufhof bauen Logistikstandort Essen-Vogelheim aus

Galeria Karstadt Kaufhof und Fiege erarbeiten in dem Gemeinschaftsunternehmen Fiege X Log ein neues Logistikkonzept für das Warenhaus. Der Handelsriese mit 180 Standorten deutschlandweit richtet sich neu aus und entwickelt einen vernetzten Marktplatz der Zukunft. Entscheidend hierfür ist eine funktionierende Omnichannel-Logistik.





Auf einem Fußballfeld aus Acrylglas verewigten sich die Mitarbeiter. Sie setzten sich selbst auf das Spielfeld des Teams Fiege Essen.



Der erste Schritt ist getan: Fiege und Galeria Karstadt Kaufhof haben den Logistikstandort Essen-Vogelheim übernommen. Bislang wurde das Lager von einem externen Dienstleister für das Warenhaus betrieben. Das Joint Venture von Fiege und Galeria Karstadt Kaufhof ermöglicht jetzt aber, die Übernahme der operativen Verantwortung für die Logistik und maßgeschneiderte Lösungen für das wachsende Geschäft des Warenhauses. Der Standort Essen-Vogelheim ist der erste Logistikstandort, der zu Fiege und Galeria Karstadt Kaufhof übergeht, die weiteren Standorte folgen ab dem kommenden Jahr. Der Betriebsübergang in Essen-Vogelheim ist am 2. Dezember mit den mehr als 300 Mitarbeitern gefeiert worden.

Und die Perspektive für den Standort ist sehr positiv: Im Zuge des wachsenden Online-Geschäfts sowie der neuen Logistikstrategie von Galeria Karstadt Kaufhof entstehen am Logistikstandort Essen-Vogelheim, den das Warenhausunternehmen gemeinsam mit seinem Logistik-Partner Fiege künftig wieder in Eigenregie betreibt, rund 500 neue Arbeitsplätze.

„Essen-Vogelheim als Großstandort mit idealer Verkehrsanbindung ist und bleibt sehr wichtig für das Warenhaus und wir sind froh, dass die bewährten

und langjährig erfahrenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch weiter für diesen wichtigen Standort da sind“, sagte Reinhard Haas, Leiter Immobilien und Logistik Galeria Karstadt Kaufhof. Im Zuge des Betriebsüberganges waren alle Mitarbeiter übernommen worden. Die Neuausrichtung der Niederlassung und die Integration des E-Commerce-Geschäftes gibt dem Standort eine gute Perspektive: „In Essen-Vogelheim ist in den nächsten Monaten ein starker Personalaufbau erforderlich. Zusammen mit den rund 400 neuen Jobs in unserer Hauptverwaltung haben wir in Essen fast 1.000 neue sozialversicherungspflichtige Stellen aufgebaut“, so Haas.

„Wir werden die Omnichannel-Abwicklung von Fashionartikeln für Galeria Karstadt Kaufhof von hier aus übernehmen und intensiv weiterentwickeln“, sagte Walter Johnne, Managing Director Omnichannel Retail bei Fiege. Die enge Verzahnung von Onlinegeschäft und stationärem Handel ist eins der Kernziele im neuen Logistikkonzept für Galeria Karstadt Kaufhof.

Dabei spielt der Standort Essen-Vogelheim mit seinen 130.000 Quadratmetern Logistikfläche eine besondere Rolle. „Ich freue mich auf die neuen Herausforderungen und die anstehenden Aufgaben an dem zentralen Fashionlogistikstandort für Galeria Karstadt Kaufhof“, sagte Ulrich Siggemann, der als Geschäftsführer der Fiege Essen GmbH & Co. KG die Niederlassung Essen-Vogelheim leitet.

„Wir freuen uns, dass die Stadt Essen nicht nur über diesen stabilen Logistikstandort verfügt, sondern darüber hinaus einen solchen Stellen- und Kompetenzzugewinn verzeichnen kann“, sagte Bürgermeister Franz-Josef Britz bei der Feier zum Betriebsübergang. „Essen ist nicht nur eine lebenswerte und überraschend grüne Stadt, sondern auch ein hochattraktiver Unternehmensstandort mitten im pulsierenden Ruhrgebiet.“ >



Feierten gemeinsam mit den Mitarbeitern den Betriebsübergang in Essen am 2. Dezember: Hendric Fiege (v. l., Geschäftsführer Fiege X Log), Reinhard Haas (Leiter Logistik und Immobilien Galeria Karstadt Kaufhof), Werner Linnemann (Geschäftsführer Fiege X Log), Walter Johnhe (Managing Director Fiege Omnichannel Retail), Klaus Zimmermann (Betriebsratsvorsitzender Fiege Essen), Christoph Ehresmann (Niederlassungsleitung Fiege Essen), Essens Bürgermeister Franz-Josef Britz, Ulrich Siggemann und Ulrich Geislinger (beide Niederlassungsleitung Fiege Essen).

Interview

Herr Haas, Galeria Karstadt Kaufhof und Fiege übernehmen die Bewirtschaftung des Lagers in Essen-Vogelheim. Was sind Ihre Ziele für den Standort?

„Wir haben uns bei Galeria Karstadt Kaufhof dafür entschieden, die Bewirtschaftung dieses Lagers wieder selbst zu übernehmen und uns dafür mit dem Logistikdienstleister Fiege, einem tollen Spezialisten, zu einem neuen Gemeinschaftsunternehmen zusammengeschlossen. Essen-Vogelheim als Großstandort mit idealer Verkehrsanbindung und modernster technischer Ausstattung ist und bleibt sehr wichtig für das Warenhaus und wir sind froh, dass diese bewährten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch weiter für diesen wichtigen Standort da sind. Der Standort Es-

sen-Vogelheim hat für unsere neue Logistikstrategie eine sehr wichtige Funktion. Dies unterstreichen wir auch dadurch, dass wir mit dem Eigentümer der Logistikimmobilie erst kürzlich einen sehr lang laufenden Mietvertrag abgeschlossen haben. Im Rahmen der Zusammenarbeit mit Fiege werden wir auch weiterhin in den Standort investieren.“

Aber Galeria Karstadt Kaufhof hat mit Fiege X Log noch mehr vor ...

„Richtig. Zum einen können wir mit Fiege X Log die Logistik nun optimal auf die Bedürfnisse des Warenhauses mit inzwischen fast 180 Standorten deutschlandweit und seiner stetigen Weiterentwicklung zum vernetzten Marktplatz der Zukunft ausrichten. Und zum anderen verbinden wir in diesem Unternehmen das Beste aus beiden Welten, nämlich spezielle Expertise aus den Bereichen Handel und Logistik, und wollen mit der sich daraus ergebenden neuen Leistungsfähigkeit auch für Drittkunden attraktiv sein.“



Reinhard Haas, Leiter Immobilien und Logistik Galeria Karstadt Kaufhof

Wie profitieren die Galeria Karstadt Kaufhof-Kunden durch die Neuausrichtung der Logistik?

„Unsere modernisierte Logistik ermöglicht nicht nur eine schnelle und optimierte Belieferung der Filialen und Kunden – durch die Nutzung von Filialen als City Hubs wird künftig auch die Belieferung der Kunden über die letzte Meile für uns und andere Händler, die unsere Hilfe in Anspruch nehmen, noch schneller und gezielter möglich werden. An entsprechenden Modellprojekten sind wir schon dran. Denn wir können heute über 80 Prozent der städtischen Bevölkerung in weniger als 15 Minuten Fahrtzeit erreichen.“



Ein erstes Teamfoto mit den Mitarbeitern und dem neuen Trikot für den Fiege Soccer Cup 2020.



Erstes Drittkundengeschäft: Esprit nutzt Galeria Karstadt Kaufhof-Logistikstandort in Neuss ab 2020

Textillogistik: Joint Venture Galeria Karstadt Kaufhof
– Fiege distribuiert Hängeware von Esprit



Essens Bürgermeister Franz-Josef Britz beglückwünschte die Mitarbeiter und Joint-Venture-Partner zum erfolgreichen Betriebsübergang: „Es ist schön, dass hier in Essen ein Schritt weiter in Richtung Zukunft gegangen wird und Sie alle für den Erfolg des Warenhauses – sowohl der Filialen, als auch für das Onlinegeschäft – Ihren Beitrag leisten.“

Die Logistikexperten von Fiege und Galeria Karstadt Kaufhof haben den internationalen Modekonzern Esprit als ersten Drittkunden für das 2018 neu gegründete Joint Venture gewonnen. Ab Frühjahr 2020 erfolgt die Filialbelieferung mit hängender Ware von Esprit aus dem Logistikzentrum in Neuss-Norf.

„Wir freuen uns, dass wir mit Esprit den ersten Partner für unser neues Drittkundengeschäft gewinnen konnten“, sagt Reinhard Haas, Leiter Logistik und Immobilien von Galeria Karstadt Kaufhof. „Diese einzigartige Verbindung von Logistik- und Handlungsexpertise, insbesondere auch für den komplexen Textilbereich, wollen wir wie angekündigt darüber hinaus auch weiteren Partnern zugänglich machen. Dafür investieren wir auch gemeinsam in die Modernisierung

unserer Infrastruktur in den Lagern.“ „Wir distribuieren nun das gesamte Sortiment für sämtliche Esprit-Filialen und beliefern auch die Shops-in-Shop von Esprit, die unter anderem in den Kaufhäusern von Galeria Karstadt Kaufhof zu finden sind“, sagt Walter Johnne, Managing Director Omnichannel Retail bei Fiege.

„Wir haben mit dem Joint Venture aus Fiege und Galeria Karstadt Kaufhof einen Logistikpartner, dem Kundenzentrierung und ein schneller, flexibler Service genauso wichtig sind wie Esprit. Die einheitliche Steuerung unserer Hänge- & Liegewaren-Logistik wird dazu beitragen, den Service für unsere Wholesale-Partner und die eigenen Stores in Zukunft noch einmal deutlich verbessern zu können“, sagt Leif Erichson, Chief Digital & Operations Officer von Esprit. ●

Nachhaltig leben und zustellen

Doreen Brodersen ist COO bei Angel Last Mile und kauft selbst viel im Internet. Dank der Doppelnutzung von Zustellfahrzeugen ist eine Lieferung zum Wunschtermin möglich.

VON Kerstin Kloss

QUELLE: DVZ, 24.07.2019

DEUTSCHE VERKEHRSZEITUNG
DVZ

Mit einem fröhlichen „Moin“ grüßt Doreen Brodersen an Bord der Hamburger Hafenfähre und schenkt Wasser in mitgebrachte Gläser ein. Unterdessen hat das Schiff an den Landungsbrücken abgelegt und nimmt Fahrt auf Richtung Elbinsel Finkenwerder. Die 43-Jährige ist Chief Operation Officer bei dem

Start-up Angel Last Mile mit Sitz in der Speicherstadt und verbringt ihre Mittagspause am liebsten am oder auf dem Wasser. „Der Hafen ist für mich Hamburg, und ich mag die entspannte Art, sich auf einem Schiffsdeck zu unterhalten“, beginnt sie das Gespräch. Seit knapp zwei Jahren verantwortet Doreen Brodersen das operative Geschäft des Paketzustellers Angel Last Mile, einem Tochterunternehmen der Fiege-Gruppe. Nachhaltigkeit ist bei ihr mehr als bloß ein Buzzword, sondern gehört zu ihrem Leben dazu. Zum Fähranleger hat sie die S-Bahn genommen, zur Arbeit kommt sie mit dem Rad oder Bus. „Meinen Dienstwagen habe ich sofort abgegeben“, sagt sie. Das würde auch schlecht passen zu einem Unternehmen, das mit CO₂-Vermeidung einen Beitrag zu Green City Logistics leisten will (siehe Kasten).

Abends kommt die Sendung

„Untersuchungen haben ergeben, dass in Deutschland nur jedes zweite Paket den Empfänger direkt erreicht. Angel liefert zu 99 Prozent beim ersten Mal an den richtigen Adressaten – ganz einfach weil Menschen eher abends zuhause sind und wir zur individuellen Wunschzeit kommen“, erläutert die Diplom-Betriebswirtin

Angel Last Mile

Das 2018 gestartete Unternehmen hat sechs Mitarbeiter, aber keine eigene Flotte. Stattdessen nutzt der Zusteller in bislang zehn deutschen Städten Fahrzeuge von Partnerfirmen aus der Verlagsbranche. In Hamburg ist das Funke Logistik, eine Tochter der Funke Mediengruppe, in Dresden beispielsweise Postmodern, ein Unternehmen der Sächsischen Zeitung. Zwischen 18 und 23 Uhr, wenn die Verlage keine Zeitungen ausfahren, verwandeln sich die Transporter durch Magnetschilder mit Angel-Aufdruck in Zustellfahrzeuge, vorrangig für den B2C-Bereich. Die Fahrer sind bei den Verlagen angestellt.



(FH) die Geschäftsidee. Das bedeute nachhaltige Zustellung. In Hamburg sind für Angel allerdings noch überwiegend Fahrzeuge mit Verbrennungsmotoren auf der Straße. Und das soll nachhaltig sein? Brodersen, die für Strandausflüge und Campingurlaube mit ihrer Familie selbst einen Van besitzt, sieht es so: „E-Transporter sind wenig sinnvoll, wenn der Empfänger nachher mit dem eigenen Auto das Paket bei der Post abholen muss.“ Jeder Paketzusteller, der auf eine E-Flotte umstelle, bedeute für den Klimaschutz nur einen Tropfen auf den heißen Stein, und Werbung mit CO₂-neutralen Paketen bezeichnet die Managerin als „Ablasshandel“. Sie meint: „Das ist der falsche Weg. Man muss das Thema ganzheitlich angehen.“ Die gebürtige Jenaerin fällt keine Urteile einfach aus dem Bauch he-



raus. Sie kennt das Geschäft durch 15 Jahre bei der Otto-Tochter Hermes. Dort hat sie strategische Partnerschaften aufgebaut, zum Beispiel mit dem Onlinemarktplatz Ebay, oder für internationale Paketprodukte mit verschiedenen Paketdiensten wie DPD zusammengearbeitet. Später gründete sie ihr eigenes Unternehmen, das sich ebenfalls mit kundenorientierter Paketzustellung beschäftigte. „Dazu braucht es aber das richtige Team“, sagt sie heute, nachdem ihr Start-up gefloppt ist. In Hamburg streift Doreen Brodersen gern durch St. Georg, wo es „viele tolle Läden“ gibt. Leider sind sie meistens zu, wenn sie nach Feierabend vorbeikommt. Umso mehr schätzt sie im Internet die „unfassbare Auswahl an Produkten“, mit ihren über 1,80 m und Schuhgröße 44 kauft sie für sich fast alles online

ein. Denn sie findet in den Hamburger Szenevierteln bestenfalls Plateauschuhe mit Glitzer – für Männer.

Werte an die Kinder weitergeben

Als Onlinekundin gefällt es ihr, wenn das positive Einkaufserlebnis bis an die Haustür weitergeführt wird. Und genau das bietet Angel mit drei Produkten an: „SameDay“ für superschnelle Zustellung noch am selben Abend, „MyTime“ mit Zustellung sowie „MyReturn“ mit Abholung jeweils zur Wunschzeit innerhalb von zwei Stunden. Denn ohne Retouren funktioniert E-Commerce nun mal nicht: „Jeder Hersteller hat komplett andere Größen“, so Brodersens eigene Erfahrung.

Das Thema Nachhaltigkeit treibt die Mutter eines zwölfjährigen Sohnes und einer achtjährigen Tochter tagtäglich um. Sie macht sich gern ihr eigenes Bild, probiert deshalb vieles selbst aus und versucht gemeinsam mit ihrem Mann, den Kindern Werte mitzugeben. Angefangen bei selber kochen und Brot backen bis zu Verpackungsmüll vermeiden. Sohn und Tochter hat sie zur Klimademonstration „Fridays for Future“ bis vors Rathaus begleitet. „Schade, da brüllten Eltern gemeinsam mit ihren Kindern, dass sie erneuerbare Energien wollen, und dann reicht Mutti Fruchtsaft in der Kunststofftrinktüte“, kritisiert sie. Währenddessen gießt sie den letzten Rest Wasser nach. Die Fähre ist längst auf der Rückfahrt von Finkenwerder, die Landungsbrücken schon in Sicht. (jpn) ●

Erstes Fulfillment-Center für Zalando Lounge im polnischen Olsztynek eröffnet

15 Millionen Zalando Lounge-Mitglieder aus 13 europäischen Ländern werden aus dem Standort im Nordosten Polens beliefert

Einblick in das neue Fulfillment-Center.





Feierten die Eröffnung des neuen Fulfillment-Centers für Zalando Lounge in Olsztyn: Sven Thiessen, Director Zalando Offprice Logistics, Mariusz Balicki, Site Lead Fiege E-Com North, Stephanie Michl, Team Lead Lounge Logistics Network Development, Piotr Kohmann, CEO Fiege Polen, Martin Rademaker, Vorstand Fiege Gruppe, Martin Rost, SVP Zalando Offprice (Zalando Lounge and Outlets), Kamil Lentacz, Site Lead Zalando Lounge (v. l.)

Zalando hat für seinen Shoppingclub Zalando Lounge das erste internationale Fulfillment-Center in Olsztyn, Polen, eröffnet. Auf 130.000 Quadratmetern Logistikfläche wird Fiege als Logistikpartner den wachsenden Kundenstamm der Zalando Lounge bedienen, die derzeit mehr als 15 Millionen Mitglieder in 13 europäischen Märkten hat. An dem Standort im Nordosten Polens sind schon jetzt 500 Arbeitsplätze entstanden, langfristig wird ein Personalaufbau auf mehr als 1.000 Mitarbeiter erwartet.

Im Juli 2018 feierte der Standort sein Richtfest, während Anfang März 2019 der erste Betrieb aufgenommen wurde. Das Fulfillment-Center Olsztyn ist mit zwei fünfgeschossigen, hohen Picking-Türmen ausgestattet, in denen mehrere Millionen Artikel gelagert werden können. Neben den installierten Automatisierungstechnologien, wie z.B. Sortierern, die Einzelartikel zu Bestellungen zusammenstellen, wird Europas größter Outbound-Sorter – genannt „Optimus“ – die Bestellungen an den jeweiligen Lieferort leiten. Das Sortiment Home & Living bekommt einen eigenen Bereich, um die Lieferung noch effizienter abzuwickeln.

Martin Rost, Senior Vice President Office (Zalando Lounge and Outlets), sagt: „Unser Shopping-Club wächst in Polen und ganz Europa stetig, wir müssen also unsere Logistikprozesse kontinuierlich optimieren. Mit Fiege als operativem Partner an unserem neuen Standort für Zalando Lounge, sind wir zuversichtlich, unser Angebot um neue Marken und Artikel, wie z. B. Wohnaccessoires und Heimtextilien, weiter ausbauen zu können.“

Erfolgreichster Shopping-Club Europas

Piotr Kohmann, CEO von Fiege Polen, ergänzt: „Wir betreiben bereits erfolgreich das Fulfillment-Center in Gardno bei Stettin für Zalando, die Erfahrung hieraus konnten wir für das neue Center für Zalando Lounge mit einbringen. Wir sind sehr stolz darauf, dass wir dank einer gut geplanten und durchgeführten Implementierung sowie unserer Flexibilität in der Lage sind, die erste Ware bereits zu verarbeiten. Doch das ist erst der Anfang: Wir werden hier gemeinsam mit unserem Partner Zalando Lounge ein gutes Arbeitsumfeld schaffen und

unsere Mitarbeiterzahl kontinuierlich erhöhen. Wir sind davon überzeugt, dass wir durch unsere gute Arbeit hier in Olsztyn die Kunden der Zalando Lounge in ganz Europa zufriedenstellen werden.“

Zalando hatte sich für Olsztyn als neuem Logistikstandort aufgrund des Rekrutierungspotenzials der Region, der geografischen Lage und Infrastruktur mit direkter Anbindung an die Autobahnen S51 und S7 sowie einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit der Stadt Olsztyn entschieden. Der neu eröffnete Standort wird damit ein Teil des Zalando-Logistiknetzwerks von bald fünfzehn Fulfillment-Centern in sechs Ländern. Zalando eröffnete 2018 den Logistikstandort in Stettin. Ein Standort in der Nähe von Lodz ist geplant, der den Betrieb im Jahr 2020 aufnehmen soll.

Mit 15 Millionen Mitgliedern in 13 europäischen Märkten ist Zalando Lounge einer der erfolgreichsten Shopping-Clubs Europas. Zalando Lounge bietet exklusiven Zugang zu 2.500 Marken mit Rabatten bis zu 75 Prozent. Es ergänzt den Zalando Fashion Store mit speziellen Verkaufsfaktionen für einen bestimmten Zeitraum. ●

Reifenlogistik, E-Mobilität und Löwenzahn:

Continental bringt innovative Ansätze im Lager und auf der Straße ins Rollen

Continental hat Fiege 2019 damit beauftragt, das Logistikzentrum nahe des eigenen Stammsitzes in Hannover-Stöcken zu betreiben. Auf 38.000 Quadratmetern Logistikfläche werden von Hannover-Stöcken aus LKW-Reifen europaweit versendet. Charlie So, Head of Global Warehouse Services & Inbound Supply Chain bei Continental, und Hinnerk Kaiser, Leiter der Reifenentwicklung für LKW-Reifen in der Region Europa, Mittlerer Osten und Afrika bei Continental, sprechen im Gespräch mit Logo-Redakteur Julian Mester über die langjährige Logistikpartnerschaft, das Continental-Lager der Zukunft und innovative Forschungsprojekte des Reifenherstellers mit dessen Reifen fast jedes dritte Auto in Europa ausgeliefert wird.

Ihr Logistiklager in Hannover-Stöcken wird aufwendig modernisiert. Welchen Stellenwert hat die Niederlassung in der Heimatstadt von Continental?

Charlie So: Neben der Unternehmenszentrale der Continental AG gibt

es noch weitere Standorte und Geschäftsbereiche, die hier in Hannover ansässig sind. Der ehemalige Produktionsstandort Hannover-Stöcken beherbergt heute unsere zentrale, weltweite Forschung und Entwicklung für die Reifendivision sowie weitere zentrale Abteilungen, wie etwa Logistik. Von hier aus erreichen wir alle vom Markt geforderten Leistungsvereinbarungen, unter Berücksichtigung der Kostenvorteile.

Herr So, Sie selbst sind für den Einkauf der Logistikdienstleistungen von extern betriebenen Continental-Lagerhäusern zuständig. Nach welchen Kriterien suchen Sie Ihre Partner aus?

So: Das ist richtig, wir sprechen hier von ein paar Hundert externen Lagerhäusern, für die ich mit meinem globalen Team und Kollegen zuständig bin. Gemeinsam betreiben wir eine Lieferantenentwicklung mit vielen verschiedenen Dienstleistern, mit denen wir global zusammenarbeiten und uns gemeinsam weiterentwickeln. Aber wir treten auch aktiv an neue Dienstleister im regionalen als

auch im lokalen Markt heran, um das Portfolio ständig zu erweitern und um wettbewerbsfähig im Markt zu bleiben. Für Continental ist es ungemein wichtig, einen verlässlichen Partner zu finden, der unsere Unternehmenswerte Vertrauen, Gewinnermentalität, Freiheit und Verbundenheit selbst lebt und weiterträgt.

Welche Mehrwerte erhoffen Sie sich von Ihrem Logistikpartner?

So: Wir wünschen uns von unserem Partner, dass er uns mit innovativen Ansätzen im Bereich Logistik und Lieferkette unterstützt, um noch erfolgreicher zu sein. Das ist uns neben dem exzellenten Service und der Produktivität besonders wichtig. Neue Technologien, wie intelligente Fließbandsysteme oder verschiedene Wearables, können zu enormen Effizienzsteigerungen führen. Zuletzt haben wir uns näher mit dem Pick-by-Vision-Ansatz beschäftigt, den ich sehr interessant finde.

Continental und Fiege sind bereits seit mehreren Jahren Logistikpart-



1871

Am 8. Oktober wird die Continental-Caoutchouc- und Gutta-Percha Compagnie als Aktiengesellschaft in Hannover gegründet. Hergestellt werden Weichgummiwaren wie beispielsweise Hufpuffer für Pferde, gummierte Stoffe sowie Luftreifen für Fahrräder und Automobile.



1882

Das springende Pferd wird als Warenzeichen angemeldet.



ner. Was macht die Zusammenarbeit aus Ihrer Sicht aus?

So: Wir arbeiten mit Fiege schon seit mehreren Jahren im Reifenbereich in Polen erfolgreich zusammen. Als strategischer Einkäufer wurde ich bislang mit wenigen operativen Herausforderungen konfrontiert, was immer ein gutes Zeichen ist, dass alles wie vereinbart läuft.

Fiege betreibt seit diesem Sommer auch die Logistik der Continental-Niederlassung in Hannover-Stöcken. Was erhoffen Sie sich für die Entwicklung des Standortes?

So: Wir erhoffen uns zweierlei, nämlich dass wir als Kunden noch zufriedener werden mit der Logistik und dass die Leistungsvereinbarungen am Standort Hannover-Stöcken weiter ausgebaut werden. Die Nähe zur zentralen Forschung & Entwicklung, welche ebenfalls hier sitzt, ist ein großer Vorteil. Zugleich ist dieser Standort sehr geschichtsträchtig, denn hier sind wir bereits seit 1938 tätig und haben hier viele wichtige Funktionen untergebracht. Außerdem ist es der

größte Standort von Continental am Stammsitz in Hannover. Daher wird „Stöcken“, wie wir gerne sagen, für uns auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen, sowohl für den Konzern insgesamt und die Reifendivision als auch für die Logistik.

Ihre Logistiklager sind teilweise hochgradig automatisiert. Welchen Stellenwert hat die fortschreitende Automatisierung für Sie und wie sehen die Continental-Lager der Zukunft aus?

So: Es findet aktuell ein Umbruch bei Continental statt, bei dem wir neue Innovationen und Technologien im Bereich Lagerhaus und Lagerhaustechnik eingeführt haben, um die Prozesse effizienter zu gestalten. Des Weiteren sind wir in meinem Bereich mit der Implementierung des Transportmanagementsystems für alle von unseren externen Lagerhäusern abgehenden Transporte gestartet, bei denen wir eine deutlich bessere Transparenz, Steuerung und Optimierung herbeiführen werden.

Welche Chancen sehen Sie in der zunehmenden Digitalisierung der Logistik?

So: Mit der fortschreitenden Automatisierung können wir noch effizienter im Lagerhaus arbeiten und, abhängig von der jeweiligen Geschäftseinheit, kommen auch hier unterschiedliche Technologien zum Einsatz. Wir werden auch zukünftig auf Innovationen setzen, hier spielt sicherlich eine datenunterstützte Prognose eine große Rolle, um den richtigen Bestand am richtigen Ort zur richtigen Zeit für den richtigen Kunden bereitzustellen.

Auf der IAA Nutzfahrzeuge 2018 hat Continental im vergangenen Jahr einen Designreifen für E-Lkw vorgestellt. Wie weit ist die Entwicklung von Reifen für E-Nutzfahrzeuge schon fortgeschritten?

Hinnerk Kaiser: Wir sammeln seit Längerem im Rahmen von Kooperationen mit Nutzfahrzeugherstellern und Busbetrieben wertvolle Erfahrungen für die Entwicklung von Reifen für elektrische Lkw und Busse. Vor >



1904

Als erste Firma der Welt entwickelt Continental Profilreifen für Automobile.



1909

Als erster Mensch überquert der Franzose Louis Blériot den Ärmelkanal in einem mit Continental-Aeroplanstoff bespannten Flugzeug. Im gleichen Jahr werden Proben der in den Bayer-Labors entwickelten Kautschuk-Synthese bei Continental erfolgreich vulkanisiert und erstmals zu Testreifen verarbeitet.

Das ist Charlie So:

Als Head of Global Warehouse Services & Inbound Supply Chain sind Sie unter anderem für den Dienstleistungseinkauf von mehreren Hundert extern betriebenen Continental-Lagerhausstandorten zuständig. Sitzen Sie mehr im Auto oder mehr im Flugzeug?

Ich fahre persönlich lieber Auto, oder Zweirad, wo ich selber lenken kann, aber gefühlt sitze ich mehr im Flugzeug. Das habe ich erst letzts wieder gemerkt, als mich eine Stewardess wiedererkannte und mich freundlich darauf ansprach.

Ich fahre zudem gerne Zweirad, insbesondere Motorrad, auch wenn meine Frau das Motorradfahren nicht mag. Seitdem wir uns kennen, greife ich aber auch häufiger aufs Fahrrad zurück. Gerade Mountainbike fahren gehört zu meinen Leidenschaften.

Was tun Sie, um vom beruflichen Alltag abzuschalten?

Wenn es die Zeit zulässt, reise ich privat sehr gerne in die Ferne, vor allem zu exotischen Destinationen. Mittlerweile habe ich zwei wundervolle Kinder, die mich täglich auf Trab halten und das berufliche Abschalten nach Feierabend erleichtern.

Wie sieht für Sie ein perfekter Samstag aus?

Wenn unsere Kinder uns erst ab sieben Uhr morgens wecken und Frühstück wollen. Die Nächte sind momentan doch eher kurz.



kurzem haben wir den ersten Reifen für E-Fahrzeuge herausgegeben. Das ist ein Busreifen, der speziell für die Anforderungen eines Elektrobusses ausgelegt ist. Solche Reifen müssen aufgrund der schweren Elektrobatterie ein erhöhtes Gesamtfahrzeuggewicht tragen und dem vollen Drehmoment aus dem Stand gewachsen sein.

Wie verändern die neuen Antriebe die Anforderungen an Nutzfahrzeugreifen?

Kaiser: Vorübergehend kann man elektrisch betriebene Fahrzeuge mit konventionellen Reifen betreiben, aber die neuen Antriebe und die damit einhergehenden neuen Fahrzeugkonzepte werden die Anforderungen an Nutzfahrzeugreifen verändern.



1932

Unter der Bezeichnung Continental-Schwingmetall kommt eine Gummi-Metall-Verbindung auf den Markt, die eine stoß- und lärm-dämpfende Motorlagerung ermöglicht.



1952

Neben konventionellen Reifen bietet Continental erstmals M+S-Reifen für den speziellen Einsatz im Winter an.

Aufgrund der Reichweitenoptimierung brauchen die Reifen einen niedrigen Energieverbrauch, also optimalen Rollwiderstand der Fahrzeuge. Neue Fahrzeugkonzepte können auch veränderte Schwerpunktlagen, Radlasten und Drehmomente bedeuten und stellen damit potenzielle Herausforderungen für zum Beispiel die Tragfähigkeit oder die Abriebfestigkeit der Reifen dar. Dafür möchten wir spezielle Reifen entwickeln und auch produzieren.

Was sind die Unterschiede zu konventionellen Reifen?

Kaiser: Die Reifen, die wir derzeit nutzen für E-Lkw müssen eine höhere Last tragen, sind aber genauso groß wie bisherige Reifen. In Zukunft könnten solche Reifen jedoch einen größeren Durchmesser haben und dafür schmaler sein. Das hat auch mit den klassischen Zielkonflikten in der Reifenentwicklung zu tun: Man kann nicht den perfekten Reifen bauen, ein Reifen ist immer in bestimmte Richtungen optimiert – sei es zum Beispiel im Hinblick auf Rollwiderstand, Nassbremsen, Handling oder Laufleistung – da kommen viele verschiedene Komponenten zusammen.

Bei der Entwicklung neuer Reifen müssen sämtliche Zielkonflikte betrachtet werden. Der Bereich Sicherheit – damit kurze Bremswege – ist für uns extrem wichtig. Andere Eigenschaften, wie zum Beispiel Rollwiderstand oder Laufleistung, dürfen bei dieser Ausrichtung nicht vernachlässigt werden.

In Mecklenburg-Vorpommern haben Sie ein Labor eröffnet, das tropischen Kautschuk durch eine heimische Pflanze ersetzen möchte – Löwenzahn. Ist das tatsächlich möglich?

Kaiser: Es ist seit Jahrzehnten bekannt, dass man aus Löwenzahn Naturkautschuk gewinnen kann.

Russische Forscher haben schon im vergangenen Jahrhundert große Fortschritte in der Entwicklung des Löwenzahn-Kautschuks gemacht und ihn genutzt. Der Kautschuk aus den Tropen, der ursprünglich aus Brasilien kommt (Hevea brasiliensis) und heute vor allem in Südostasien angebaut wird, ist derzeit allerdings noch wesentlich ertragreicher, was die Anbaufläche angeht. Deshalb wird heutzutage fast ausschließlich der Kautschuk aus Südostasien verwendet. Wir wollen durch die Nutzung des Kautschuks aus Löwenzahn die Abhängigkeit von dieser Region vermindern und eine stabilere Lieferkette haben. Unser Ziel ist es, eines Tages pro Hektar Löwenzahn genauso viel Kautschuk zu gewinnen wie mit Hevea.

Wo wächst der Löwenzahn denn, den Sie verwenden können?

Kaiser: Fast überall, das ist ja das Großartige. Im Idealfall haben wir bald den Löwenzahn, der direkt vor unseren Werkstoren wächst und können ihn nutzen. Aber das dauert noch: Wir vermuten, dass wir den Löwenzahn-Kautschuk in bis zu zehn Jahren in der serienmäßigen Reifenproduktion einsetzen werden. Unser Ziel ist es,



Hinnerk Kaiser, Leiter der Reifenentwicklung für LKW-Reifen in der Region Europa, Mittlerer Osten und Afrika bei Continental.

bis zu zehn Prozent des benötigten Naturkautschuks durch Löwenzahn abzudecken.

Gibt es weitere Alternativen zum Tropen-Kautschuk?

Kaiser: Es gibt auch andere Forschungsteams, die Alternativen erforschen. Wir arbeiten als Forschungspartner mit dem Fraunhofer-Institut in verschiedenen Projekten hier in Deutschland zusammen. Es gibt noch andere Wettbewerber, die mit der Pflanze Guayule experimentieren, welche in den Wüstengebieten Nordamerikas wächst. Aber wir sind überzeugt, dass Löwenzahn die deutlich bessere Alternative ist. Daher haben wir kürzlich 35 Millionen Euro in ein Forschungslabor für dieses Projekt in Anklam (Mecklenburg-Vorpommern) investiert und sind damit der Vorreiter in der Forschung um eine Alternative zum Tropen-Kautschuk. ●



1995

Aufbau der Division Automotive Systems zur Intensivierung des Systemgeschäfts mit der Automobilindustrie.

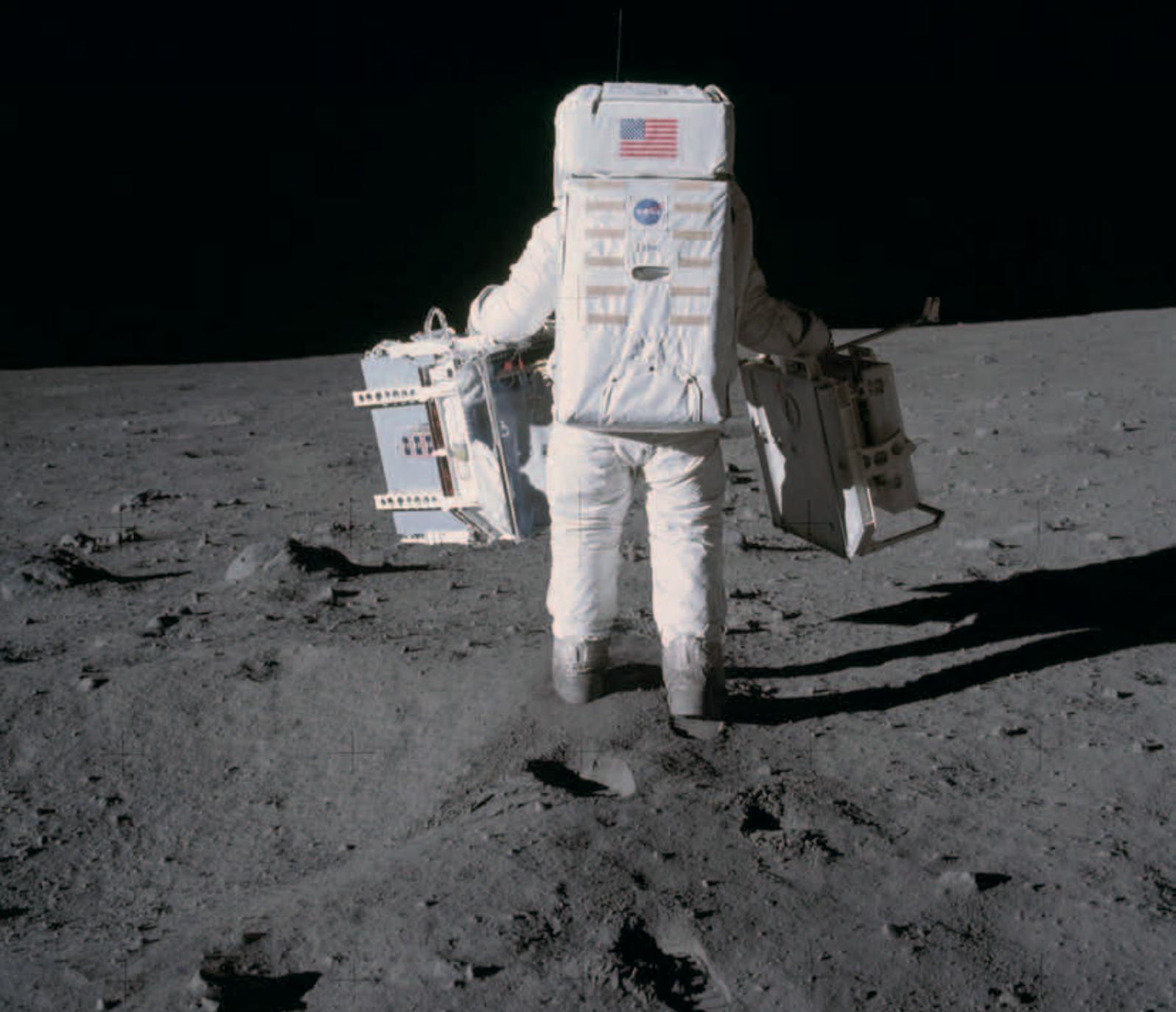


2018

Eröffnung des „Taraxagum Lab Anklam“ genannten Forschungs- und Versuchslabors in Anklam, Mecklenburg-Vorpommern. Dort wird der Anbau und die Verarbeitung von Russischem Löwenzahn als alternative Rohstoffquelle zum Kautschukbaum erforscht.

Heraeus: Hochtechnologie im Mondschein

Fiege übernimmt die Onsite-Logistik bei dem Hanauer Familienunternehmen, das sogar schon High-Tech-Quarzglas für die Apollo-11-Mission lieferte



Laserreflektor

Der Laserreflektor besteht aus 100 Quarzglas-Tripelprismen oder Eckprismen, die von Heraeus in Hanau gefertigt wurden. Ursprünglich wurde der Reflektor nach Anforderungen der NASA entwickelt, um zehn Jahre lang in Betrieb zu bleiben. Das Fazit: Er hat zum fünfzigsten Jahrestag der Mondlandung seine erwartete Lebensdauer bei Weitem überschritten.

Der Laserreflektor ermöglicht es, den Abstand zwischen Erde und Mond auf wenige Zentimeter genau zu messen. Das funktioniert so: Ein Laserstrahl wird von der Erde auf den Reflektor gerichtet – dieser reflektiert das Licht präzise zu seinem Ursprung. Auf der Erde kann so das rückkehrende Licht gemessen und mittels der Berechnung der Reisezeit die Entfernung bestimmt werden.

Seit 50 Jahren befindet sich ein Laserreflektor aus Quarzglas von Heraeus auf dem Mond. Neil Armstrong und Buzz Aldrin hinterließen ihn nach ihrer erfolgreichen Apollo-11-Mission. Bis heute ermöglicht der Laserreflektor die Messung der exakten Entfernung zwischen Erde und Mond. Es ist sicher das spektakulärste Produkt des Hanauer Familienunternehmens Heraeus, das sich auch mit Themen wie der Leistungssteigerung von 5G-Mobilfunkstandards, Heizmaterialien für die Elektromobilität oder industriellen Wärmeprozessen durch Infrarot-Strahler beschäftigt. Seit Juni 2019 unterstützt Fiege den Technologiekonzern Heraeus bei der Abwicklung aller logistischen Tätigkeiten, direkt in den Produktionsstätten im hessischen Hanau.

Fiege übernimmt und organisiert den Warenein- und -ausgang, die innerbetriebliche Paketverteilung, den Versand und die Retourenabwicklung der Heraeus-Produkte. „Zudem kümmern wir uns um die Importverzollung sowie die Frachtrechnungsprüfung und beraten beim Einkauf von Versandverpackung“, sagt Michael

Suden, Managing Director bei Fiege. „Wir freuen uns sehr über das in uns gesetzte Vertrauen. Das ist eine tolle Aufgabe, die wir mit einem hervorragenden Team angehen.“ Im Zuge des Logistik-Outsourcings hat Fiege das qualifizierte Stammpersonal aus Hanau übernommen. ●

Das ist Heraeus

Der Technologiekonzern Heraeus mit Sitz im hessischen Hanau ist ein weltweit führendes Portfoliounternehmen in Familienbesitz. Die Wurzeln des 1851 gegründeten Unternehmens reichen zurück auf eine seit 1660 von der Familie betriebene Apotheke. Heraeus bündelt heute eine Vielzahl von Geschäften in den Feldern Umwelt, Energie, Elektronik, Gesundheit, Mobilität und industrielle Anwendungen.

Im Geschäftsjahr 2018 erzielte Heraeus einen Gesamtumsatz von 20,3 Milliarden Euro und beschäftigt rund 15.000 Mitarbeiter in 40 Ländern. Fast 50 Prozent des weltweiten Umsatzes wurden davon in den asiatischen Ländern erwirtschaftet. Heraeus zählt heute zu den Top 10 Familienunternehmen in Deutschland und hat eine führende Position auf den globalen Absatzmärkten.

Heraeus



Trafen sich auf dem Werksgelände von Heraeus in Hanau zum Start der Zusammenarbeit: Felix Pfitzer (v. l., Heraeus), davor Romina Guida (Fiege), Michael Suden (Fiege), Martin Fried (Heraeus), Serkan Bagbasi (Fiege), Krischan Stahmleder (Heraeus), Wolfgang Bahlke (Heraeus), Thomas Brunner (Fiege), Tobias Mühlens (Heraeus), Dr. Steffen Ehrmann (Heraeus) und Andreas Suck (logistik21).



Digitalisierungsexperte Christoph Bornschein hielt die Keynote-Rede. Er ist Mitgründer der Agentur Torben, Lucie und die Gelbe Gefahr (TLGG), die sich auf Digital Business spezialisiert hat und mehrere Dax-Konzerne berät.

Austausch und Netzwerken stand bei Fast & Forward wieder im Vordergrund.



START-UPS



Pickit
Robot Vision Made Easy

Martin Rademaker (l.) und Felix Fiege eröffneten die Veranstaltung und begrüßten die vielen Gäste.

Jens Fiege hob in seiner persönlichen Rückschau auf den Tag hervor, dass er viele wertvolle Denkanstöße bekommen hat.



From Ideas to Business

Bei Fast & Forward diskutieren die Gäste die Themen der Zukunft

bahnhof und jetzigen In-Location Von Greifswald. „Wir haben wieder viele junge Start-ups mit interessanten neuen Lösungen eingeladen, die sich Ihnen präsentieren. Aber wir werden auch Sie, liebe Gäste, in diesem Jahr mehr mit einbeziehen“, kündigte Felix Fiege in der Begrüßung an.

In Hands-on-Sessions konnten die Teilnehmer in kleineren Gruppen miteinander zu spannenden Themen diskutieren. Omnichannel Retail, Flexible Automatisierung, Corporate Innovation, City-Hubs und die Letzte Meile standen zur Auswahl. Die Diskussion leiteten Experten aus dem Fiege-Management, die die Teilnehmer mit provokativen Thesen konfrontierten – wie zum Beispiel „Die Innenstadt ist tot!“. „Ich war selbst in einer Diskussionsgruppe dabei und es hat unheimlich Spaß gemacht mit Menschen über ein Thema zu sprechen, die so unterschiedliche Perspektiven mit einbringen“, sagte Fiege-Vorstand Martin Rademaker in seiner Closing-Ansprache. Die Ergebnisse aus den Gruppendiskussionen wurden von den Fiege-Experten im Anschluss an die Hands-on-Sessions kurz vorgestellt.

Interessante Denkanstöße gab auch der Keynote-Sprecher Christoph Bornschein gleich zu Beginn der Veranstaltung. Der Geschäftsführer von TLGG, einer Agentur für digital Business, berät DAX-Unternehmen oder die Bundesregierung bei >

Mehr als 200 Gäste kamen zur dritten Auflage von Fast & Forward nach Berlin – dem Innovations-Netzwerktreffen der Fiege Gruppe. Kunden, Partner, Mitarbeiter und Freunde des Unternehmens waren wieder in die Location Von Greifswald in der Nähe des Tiergartens eingeladen. Das Fokusthema lautete diesmal: From Ideas to Business. Datengetriebene Geschäftsmodelle und smarte Logistiklösungen.

Keynote durch Christoph Bornschein

Vorträge, Austausch und Innovationen – das war den Gästen von Fast & Forward angekündigt. Alles in lockerer Atmosphäre in dem alten Güter-

PROGLOVE

for a smarter workforce



BIRDIEMATCH

MATCH ME IF YOU CAN

heyconnect

opti✓cert



Moderatorin Hannah Klose stellte die Fiege-Experten und ihre Themen für die Hands-on-Sessions vor. In kleineren Besprechungsräumen diskutierten die Teilnehmer zu provokativen Thesen. Christoph Mangelmans und Leonie Demmer begleiteten das Thema Omnichannel Retail.



Bei der Start-up-Messe stellten die jungen Unternehmer ihre Lösungen vor.

der strategischen Nutzung digitaler Technologien. Bornschein zeichnete in seiner Rede zunächst einen düsteren Ausblick für Europa, das ob all der inneren Konflikte um Brexit oder Flüchtlingskrise sich noch nicht der wirtschaftlichen Gefahr bewusst sei, die die aktuellen Entwicklungen mit sich brächten. „Wir werden sowohl von rechts, als auch von links überholt – die Chinesen, als auch die Amerikaner sind uns in Sachen Innovation weit voraus“, so Born-

schein. Es sei aber noch nicht zu spät, das war die positive Wendung, die er später weiter ausführte. Denn: Die Digitalisierung biete sehr viele Möglichkeiten neue Geschäftsmodelle zu erschließen und weiterzuentwickeln. „Wir müssen den Mut haben, Wetten auf die Zukunft abzuschließen und in neue Ideen und Geschäftsmodelle investieren und unser eigenes Geschäft weiterentwickeln“, führte Martin Rademaker in seinen Abschlussworten aus, was ihm von Christoph Born-

scheins Vortrag besonders im Kopf geblieben ist, dem er „ewig zuhören könnte, auch wenn das bei dem wahnsinnigen Sprechtempo und der Geschwindigkeit an formulierten Gedanken irgendwann schwierig wird.“ Spannenden Input gaben die acht Start-ups, die Fiege nach Berlin geholt hatte und die ihre Ideen in kurzen Pitches präsentieren durften. Proglove, Pulpo, Pick-it, Blackbox Solutions, Ducktrain, Birdie-Match, Opticert und Heyconnect stellten in zwei Pitch-Runden ihre smarten Lösungen aus ganz unterschiedlichen Bereichen vor. Diese reichten von High-Tech-Handschuhen zum Scannen von Barcodes, über intelligente Warehouse Management Systeme, industrielle IoT-Lösungen und Software für Robotics bis hin zu autonomen Lieferfahrzeugen oder Plattformen, die Job-Matching ermöglichen, die Unternehmensrisiken steuern oder Online-Marktplätze miteinander verbinden. Bei der Start-up-Messe konnten sich die Teilnehmer die Lösungen der Jung-Unternehmer in den längeren Networking-Pausen näher erläutern lassen. ●

Fiege & Friends im Spiegelpalast

Networking und Unterhaltung stand bei Fiege & Friends im Spiegelpalast im Vordergrund. In der Bar jeder Vernunft hat man den Abend nach der Tagesveranstaltung Fast & Forward in exklusiver Gesellschaft ausklingen gelassen. Die Band Decoy sorgte für die musikalische Begleitung. ●



Erstes Distributionszentrum in Polen: Action wächst und investiert

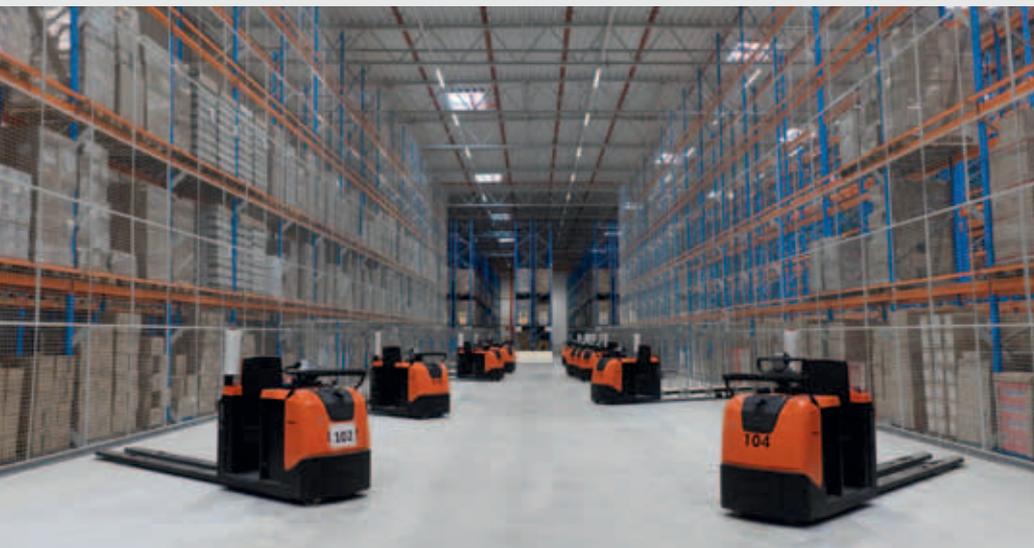
Der Non-Food-Discounter eröffnet mit Fiege das erste Distributionszentrum in Polen und trägt damit dem starken Wachstum in der Region Rechnung. 50 Filialen hat Action bereits in Polen eröffnet, in nur zwei Jahren. Fiege betreibt das neue Logistikzentrum in Osla nahe der deutsch-polnischen Grenze.

Der Non-Food-Discounter Action hat sein erstes Distributionszentrum in Polen eröffnet. Fiege wird das Logistikzentrum in Osla nahe der deutsch-polnischen Grenze betreiben. Auf 45.000 Quadratmetern Logistikfläche wird Fiege mit bis zu 400 Mitarbeitern für den holländischen Non-Food-Discounter tätig sein. Anfang November feierte Action mit Fiege und weiteren Partnern die Eröffnung des neuen Distributionszentrums in der Gemeinde Gromadka. Dies ist zwei Jahre nach Actions Markteintritt in Polen der nächste Meilenstein für das Unternehmen. Fiege ist bereits seit mehr als 20 Jahren in Polen aktiv und betreibt für Action bereits ein Distributionszentrum in Biblis bei Frankfurt.

„Die Eröffnung unseres DC in Osla ist ein Meilenstein in der Entwicklung von Action in Polen. In den



Sander van der Laan, CEO von Action (l.), und Jens Fiege im Gespräch bei der Eröffnung in Osla.



Auf 45.000 Quadratmetern Logistikfläche wird Fiege für Action tätig sein. Der neue Standort befindet sich in Niederschlesien im Südwesten Polens.



Das Fiege-Team in Polen um Piotr Kohmann (r.), CEO Fiege Polen, freut sich über die gelungene Eröffnung und auf die anstehenden Aufgaben. Jens Fiege (vorne, 6. v. l.) und Fiege-Vorstand Martin Rademaker (l.) feierten mit den polnischen Kollegen.

vergangenen zwei Jahren haben wir fast 50 Filialen eröffnet, und in den folgenden Jahren wollen wir noch viele weitere eröffnen. Das DC ist eine Investition in unsere Präsenz in Polen und dank unserer Partner und der Unterstützung der Gemeinde Gromadka werden wir eine stabile Basis schaffen können“, erklärt Sławomir Nitek, General Manager von Action Poland. „Osla ist ein strategisch ausgezeichneter Standort für unsere weitere Entwicklung mit guter Infrastruktur und Anbindung an nahegelegene Autobahnen“, so der Geschäftsführer weiter.

Dynamisch wechselndes Sortiment in den Action-Filialen

Auf mehr als 50.000 Palettenstellplätzen wird in dem neuen Logistikzen-

trum in Osla das gesamte Sortiment von Action gelagert werden können. Und das ist sehr dynamisch: Action bietet in seinen Filialen mehr als 6.000 Artikel an, davon sind 150 jede Woche neue Artikel. Die Produktpalette besteht aus 14 Kategorien: Dekoration, Heimwerken, Spielzeug & Unterhaltung, Büro & Hobby, Multimedia, Haushaltswaren, Garten & Outdoor, Waschen & Reinigen, Essen & Trinken, Körperpflege, Haustier, Sport, Mode und Heimtextilien.

„Das Handelskonzept basiert auf Geschwindigkeit und Produktvielfalt. Dies erfordert eine hervorragende logistische Leistung. Mit unserer Erfahrung und unserem Know-how sind wir für diese Aufgabe gut gerüstet und freuen uns, die Zusammenarbeit mit Action fortzusetzen und zu ihrer Wachstumsstory beizutragen“, sagt Piotr Kohmann, CEO Fiege Poland.

Starkes Wachstum in Polen

Und das Wachstum von Action in Polen soll weiter fortgeführt werden. Innerhalb von zwei Jahren nach dem Markteintritt von Action in Polen eröffnete der Non-Food-Discounter insgesamt 46 Filialen. Noch in diesem Jahr wird der 50. Markt seine Türen öffnen. Derzeit arbeiten in Polen mehr als 700 Menschen für Action. „Unser erfolgreiches Wachstum in den letzten zwei Jahren beweist nicht nur das skalierbare Geschäftsmodell von Action, sondern zeigt auch, dass Konsumenten in Polen die Action-Formel sehr schätzen, sich von einem breiten, sich ständig ändernden Angebot zu niedrigsten Preisen und guter Qualität überraschen zu lassen“, erklärt Sławomir Nitek, General Manager von Action Poland. ●

Über Blockchain, China und globale Netzwerke

Fiege International Freight Forwarding sorgt auf eng vernetzten Lieferwegen für eine ökonomisch wie ökologisch effiziente Abwicklung. Michael Völlnagel und Markus Warnebold sprachen mit Logo-Redakteur Julian Mester über die wichtigen Themen der Branche und ein besonderes Betriebsjubiläum.

Im April war Fiege als ein Hauptsponsor bei der International Freight Logistics Network Konferenz in Wien. Mehr als 300 Spediteure und Logistiker aus der ganzen Welt haben die Konferenz besucht. Was sind die wichtigsten Themen, die die Branche umtreibt?

Warnebold: Das Thema Digitalisierung beschäftigt die Branche stark. Unsere Kunden fordern Order Management Systeme aktiv ein und natürlich ist die Blockchain-Technologie ein großes Thema. Derzeit wird beim Warentransport ja tatsächlich noch viel auf Papier dokumentiert. Die Blockchain wird als ein digitales Geschäftsbuch hier irgendwann eine Alternative sein. Dann müssen sämtliche involvierten Partner miteinander verknüpft sein: Sender, Empfänger, der Spediteur und der Carrier, eventuell noch Versicherungen oder Banken. Ob und wann sich die Blockchain-Technologie durchsetzt, bleibt daher abzuwarten.

Völlnagel: Die Digitalisierung nimmt aber immer weiter zu. Wir haben in den vergangenen Jahren in digitale Prozesse investiert und sind heute in einigen Geschäftsbereichen bereits in der Lage, das papierlose Büro komplett umzusetzen und Daten ausschließlich elektronisch mit den Transportbeteiligten auszutauschen.

Warnebold: Die jährliche IFLN-Konferenz ist aber auch eine wunderbare Möglichkeit sich mit weltweiten

IFLN-Mitgliedern zu vernetzen. Man hilft sich untereinander und gibt Aufträge weiter, die man nicht selbst bearbeiten kann. Durch diese Kontakte generieren wir immer wieder Transportaufträge, da wir über ein starkes, weltweites Netzwerk verfügen.

Wie relevant ist ein globales Netzwerk für das Forwarding-Geschäft?

Warnebold: Um unseren Kunden eine reibungslose Transportkette ab Produktion bis zur Adresse des Empfängers inklusive lokaler Dienstleistungen wie beispielsweise der Verzollung und Verteilung anzubieten, sind wir auf ein globales Netzwerk angewiesen. Und dieses müssen wir auch pflegen, denn unsere Agenten sind nicht nur unsere Partner sondern teilweise auch unsere Kunden, da sie uns mit ihren Transporten beauftragen. Auf der IFLN-Konferenz konnten wir uns unseren Partnern gut präsentieren und unsere Expertise im Bereich Pharma und Healthcare vorstellen. Fiege ist Gründungsmitglied des neu erschaffenen IFLN Healthcare & Pharma Network.

Was sind Ihre Ziele für 2020 im Bereich IFF?

Völlnagel: Das Jahr 2020 beschreibt das Zielbild unserer in 2015 verabschiedeten IFF Strategie Play2Win. Über die vergangenen vier Jahre haben wir einen siebenstelligen Betrag





Bei der IFLN-Konferenz in Wien hat sich Fiege als Conference Host Sponsor eingebracht.



Markus Warnebold (oben) ist seit 50 Jahren in der Transportbranche aktiv, das brachte ihn mehrfach um den Globus. Gemeinsam mit Michael Völlnagel (r.) verantwortet er bei Fiege den Bereich International Freight Forwarding.

in unsere Systeme und Prozesse investiert und sind heute besser aufgestellt als je zuvor. Wir wollen im Bereich See- und Luftfracht weiter wachsen und mit intelligenten Lösungen an den Markt treten. Dazu wollen wir auch neue Märkte erschließen und unser globales Netzwerk weiter stärken.

Handelskrieg, Brexit und – die politische Großwetterlage verkompliziert den globalen Handel. Wie stellen Sie sich darauf ein? Was sind die größten Herausforderungen?

Warnebold: Wir verschiffen im Jahr etwa 10 000 Teus, LCL und Luftfracht nach UK. Welche Auswirkungen der Brexit hat, können wir noch nicht sagen. Es ist ja auch immer noch nicht klar, wie er genau aussehen wird und wann er kommt. Aber wir werden mit unseren Partnern in UK neue Lösungen finden.

Völlnagel: Jede Krise bedeutet neben den damit einhergehenden Herausforderungen auch viele Geschäftsmöglichkeiten. Als im Jahre 2017

die großen Marktbegleiter ihre Luftfracht nicht mehr abfliegen konnten bzw. diese nicht mehr finden konnten, haben wir es geschafft Kunden zu gewinnen, die wir mit unserem Service und Know-how überzeugen konnten. Genauso erhalten wir gerade kurz vor dem Brexit Anfragen unserer Kunden, Waren sehr kurzfristig aus oder nach Großbritannien zu transportieren und einzulagern, sozusagen als Sicherheitsbestand oder auch um spätere Einfuhrabgaben zu vermeiden.

Der Handel mit China wächst immer weiter. Wohin geht der Trend für 2020? Auf welchem Weg wächst es besonders, auf dem Wasser, in der Luft oder sogar auf der Straße?

Warnebold: Der Verkehr mit dem Fernen Osten wird im kommenden Jahr wohl weiter wachsen, wobei hier eine weitere Verschiebung der Fernost Importe von China in Länder mit günstigeren Produktionskosten zu erwarten ist. Dies sind vor allem Länder in Südostasien und auf dem indischen Sub-

kontinent. Längerfristig erwarte ich sogar eine Auslagerung nach Afrika, wo die Chinesen jetzt schon Milliarden investieren.

Obwohl wir schon einen Probelauf auf der Straße nach China vorgenommen haben, sehe ich hier keine große Entwicklung in nächster Zeit – ganz anders sieht es bei Bahntransporten von und nach China aus. Schnellere Laufzeiten stehen hier höheren Frachtraten gegenüber. Bahntransporte sind keine Konkurrenz zur Seefracht, sondern höchstens als Alternative zur Luftfracht, wenn auch eine Laufzeit von etwa 20 Tagen für den Kunden ausreichend ist. Fiege ist seit vielen Jahren im Bereich der Transsibirien-Verkehre involviert und Gründungsmitglieder der GETO, Group of European Operators and Forwarders.

Der Klimaschutz ist ein wichtiges Thema, auch im Bereich Freight Forwarding. Welche Maßnahmen ergreift Fiege hier?

Völlnagel: Im Bereich Freight Forwarding haben wir uns 2015 in unserer >

Play2Win Strategie das Thema „Green Logistics“ als einen der wichtigen Meilensteine vorgenommen. Wir sind eine strategische Partnerschaft mit ClimatePartner eingegangen und können Kunden nebst eines CO₂-Reports auch klimaneutrale Transporte per Luft, See oder Land anbieten.

Herr Warnebold, Sie haben jetzt ein besonderes Firmenjubiläum gefeiert: Sie sind seit 50 Jahren bei Fiege! Wie sind Sie zu Fiege gekommen und was waren Ihre persönlichen beruflichen Höhepunkte?

Warnebold: Im Frühling 1969 habe ich aufgrund eines Zeitungsinserates eine Lehrstelle bei der damaligen Goth & Cie AG in Basel erhalten, die später in der Fiege Forwarding Schweiz AG aufgegangen ist. Es gab über die Jahre viele schöne Projekte: Die Gründung und der Aufbau von Fiege China, woran ich mitwirken durfte, war sicherlich ein Höhepunkt und auch der Aufbau der Transsibirien- und Sammelverkehre ab Fernost.

Wenn Sie an Ihre Anfangszeit zurückdenken, was hat sich am meisten verändert?

Früher erfolgte die Kommunikation über Telex, also einen Fernschreiber, und hier galt es den Text auf Lochstreifen abzuspeichern, um bei der Übermittlung Zeit und Geld zu sparen. Ich mag mich noch gut erinnern, als wir das erste Telefax-Gerät erhalten haben, welches für den England-Verkehr eingesetzt wurde. Dank der Digitalisierung sind die Kommunikation und der Datenaustausch natürlich sehr viel einfacher geworden.

Was fasziniert Sie besonders an der Transportbranche?

Schon immer faszinierte mich der Kontakt mit Menschen anderer Kulturen und fremden Ländern. Ich war schon als Bub glücklich, wenn ich ein Flugzeug oder ein Schiff gesehen habe.

Das ist ein gutes Stichwort. Sie beide unterhalten Geschäftsbeziehungen in die gesamte Welt. Ist das Flugzeug Ihr Hauptverkehrsmittel? Wie viele

Flugstunden haben Sie in 2018 absolviert?

Warnebold: Sicher ist das Flugzeug eines meiner wichtigsten Transportmittel. Wie viele Flugstunden ich absolviert habe, kann ich aber nicht sagen.

Völlnagel: Wie viele Flugstunden ich in 2018 absolviert habe, kann ich öffentlich nicht sagen, da ich sonst wahrscheinlich ein Problem mit meiner Familie bekäme, wenn sie diese Zahl Schwarz auf Weiß sehen würde. Die bekommen viele der Flugstunden nicht mit, wenn ich über Nacht fliege und am Samstag nach einer Asienreise um 7 Uhr morgens frisch geduscht mit Brötchen zum Frühstück erscheine. Aber das Hauptverkehrsmittel in Europa ist für mich mittlerweile der Zug. Bei Distanzen von bis zu 400 Kilometern ist man mit dem Zug genauso schnell wie mit dem Auto oder dem Flugzeug und man kann dank WLAN in den Zügen sehr gut arbeiten. Und man tut zudem etwas für die CO₂- und Umweltbilanz. ●



Klimaneutral bis ans Ende der Welt

Transportlogistik mit Klimaschutz von Fiege

Michael Völlnagel (l.), Managing Director International Freight Forwarding bei Fiege, erhält die Urkunde als Partner im Klimaschutz von Tristan Foerster und Isabell Oster, ClimatePartner.

Fiege bietet ab sofort klimaneutrale Luft- und Seefracht und Straßentransporte für alle Kunden, von Kleinstlieferungen bis zum Großkunden. Damit ist der Logistiker Klimaschutz-Vorreiter in der Branche.

Diesen Service bietet Fiege in allen Landesgesellschaften im Bereich International Freight Forwarding. Auf Wunsch können die Kunden sämtliche CO₂-Emissionen des Transports ausgleichen. Möglich ist dies über ein integriertes Tool von ClimatePartner: Damit werden die anteiligen Emissionen des Kundenauftrags anhand von Entfernung und Gewicht oder Volumen berechnet. Der Kunde erhält so vollautomatisiert ein Angebot für den CO₂-Ausgleich seines Auftrags.

Jeder Kunde kann dann ein Klimaschutzprojekt auswählen und darüber seinen Transport klimaneutral stellen. Dafür erhält der Kunde eine Urkunde, die den Ausgleich bestätigt und das Projekt ausweist.

Weltweit Projekte fördern

„Unsere Kunden haben vermehrt ein Interesse an klimafreundlichen



Transporten, das Bewusstsein für das Thema Nachhaltigkeit nimmt immer mehr zu“ erklärt Michael Völlnagel, CEO International Freight Forwarding bei Fiege. „Wir als Fiege setzen uns seit langer Zeit für den Klima- und Umweltschutz ein. So unterstützt Fiege über die Josef Fiege Stiftung seit mehr als 20 Jahren soziale Projekte, wobei der Naturschutz eins der Schwerpunktthemen ist.“ Fiege ist seit Jahrzehnten darum bemüht Ökonomie und Ökologie in Einklang zu bringen. Im Bereich Freight Forwarding ist dieses Thema seit vielen Jahren aktuell. „Mit dem Angebot von ClimatePartner haben wir nun ein weiteres interessantes Angebot für unsere Kunden“, sagt Michael Völlnagel.

Fiege-Kunden unterstützen mit klimaneutralen Transporten hochwertige, international anerkannte Klimaschutzprojekte aus dem ClimatePartner-Portfolio. Diese Klimaschutzprojekte leisten einen entscheidenden Beitrag zur Bekämpfung der globalen Erwärmung, indem sie nachweislich Treibhausgase einsparen. Das erfolgt etwa durch Waldschutz oder den Ausbau erneuerbarer Energien.

Zusätzlich fördern Klimaschutzprojekte eine nachhaltige Entwicklung in den Projektländern, zum Beispiel indem sie die Versorgung mit sauberem Trinkwasser verbessern oder indem lokale Infrastrukturen ausgebaut werden, Arbeitsplätze entstehen und die Biodiversität erhalten bleibt. ●

Größte Dachsolaranlage Hessens auf Fiege-Niederlassung in Dieburg in Betrieb genommen

Die Photovoltaikanlage hat im April den Betrieb aufgenommen und kann nicht nur den Standort, den Fiege für seinen Reifenkunden Pirelli betreibt, sondern bis zu 1.100 weitere Haushalte mit nachhaltigem Strom versorgen.



Feierten die Inbetriebnahme der Solaranlage: Dieburgs Bürgermeister Frank Haus (vorne v. r.), Jens Deutschendorf, Staatssekretär im Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, Matthias Wagner von Union Investment, Michael Wendt, Vorsitzender der Geschäftsführung Pirelli Deutschland, Stephan Wittenbrink, Managing Director Reifenlogistik bei Fiege und Christoph Strasser, Geschäftsführer MaxSolar.

Auf dem Dach der Fiege-Niederlassung in Dieburg befindet sich jetzt Hessens größte Dachsolaranlage.



Hessens Wirtschafts- und Energiestaatssekretär Jens Deutschendorf hat die neue Solaranlage auf dem Dach der Fiege-Niederlassung in Dieburg Anfang Juli feierlich eröffnet.

„Wir sind sehr stolz, dass dieses Projekt von Max-Solar und Union Investment auf dem Dach unserer Dieburger Niederlassung realisiert werden konnte“, sagte Stephan Wittenbrink, Managing Director bei Fiege. „Die Firma Fiege sieht sich seit jeher dem Umweltschutz und der Nachhaltigkeit verpflichtet. Deswegen freut es mich, dass wir neben dieser gewaltigen Solaranlage auch zwei Ladesäulen für Elektroautos installiert haben, die unseren Besuchern und Mitarbeitern zur Verfügung stehen.“

Das Dach-Solarkraftwerk produziert 6,5 Gigawattstunden erneuerbare Energie pro Jahr. Ein Vier-Personen-Haushalt verbraucht in einem Einfamilienhaus ca. 4000 Kilowattstunden pro Jahr. Mit der auf dem Dach in Dieburg gewonnenen Energie könnten also 1625 Haushalte ein Jahr lang versorgt werden.

Gleichzeitig werden jährlich 3193 Tonnen CO₂-Emissionen vermieden. Das entspricht in etwa dem Ausstoß von 17 Millionen Kilometern Autofahrt. Mit dieser Leistung gehört die Solarkraftanlage in Dieburg zu den fünf größten Dachanlagen in Deutschland, wie die Bundesnetzagentur bestätigte.

„Diese neue Anlage setzt hinsichtlich Fläche und Leistung neue Maßstäbe. Denn hier wird eindrucksvoll gezeigt: Solare Stromerzeugung ‚Made in Germany‘ kann in großem Maßstab technisch realisiert und aufgrund der starken Kostensenkung der letzten Jahre mittlerweile wirtschaftlich sinnvoll und konkurrenzfähig umgesetzt werden“, sagte Hessens Wirtschafts- und Energiestaatssekretär Jens Deutschendorf in seiner Ansprache bei der Eröffnung der Solaranlage. „Ihr Projekt ist vor diesem Hintergrund ein Vorzeigeprojekt. Und ich setze darauf, dass weitere Unternehmen diesem Vorbild folgen.“ ●

Pirelli und Fiege bauen Partnerschaft aus

Der Reifenhersteller Pirelli hat seinen Vertrag mit Fiege über mehrere Jahre verlängert. An den Standorten Dieburg und Breuberg wird Fiege weiterhin die Produktionsentsorgung und Lagerung übernehmen sowie die Pirelli Reifen im deutschen Markt distribuieren. Zusätzlich hat Fiege im Sommer 2019 in Eppertshausen für Pirelli einen neuen Standort

mit 9192 Quadratmetern Logistikfläche in Betrieb genommen. Die neue Niederlassung ist nur zehn Kilometer von Dieburg entfernt.



Jens Deutschendorf sagte in seiner Ansprache: „Die Energiewende muss im Hinblick auf eine CO₂-neutrale Gesellschaft vorangetrieben werden. Diese Anlage zeigt, dass es geht“.



In Dieburg wurden zwei E-Zapfsäulen mit insgesamt vier Ladestationen in Betrieb genommen. Katja Eidmann, Leitung Logistik Pirelli Deutschland, und Michael Wendt, Geschäftsführer Pirelli Deutschland, sowie Stephan Wittenbrink, Managing Director, und Jan Rehme, Niederlassungsleiter Dieburg testeten die neue Ladesäule.

Fiege Innovation Challenge: Zwei Ideen erreichen Platz eins – Intelligente Lösungen für die Letzte Meile und für die Frachtvermessung

Team aus FH-Studentinnen und Felix Koch aus dem Engineering-Team bei Fiege gewinnen Ideenwettbewerb

Spannende Ideen unterhaltsam vorgetragen: Bei der Fiege Innovation Challenge stellten sich sechs Finalisten mit ihren neuen Konzepten einem großen Publikum und einer kritischen Jury. Bei der dritten Auflage gab es ein Novum: Erstmals wurde der erste Platz doppelt vergeben. Kerstin Kuhn, Ann-Christin Rüdibusch, Josy Sproß und Lena Tautz von der Fachhochschule Münster wurden ebenso wie Felix Koch aus dem Engineering-Team bei Fiege zum Sieger der Fiege Innovation Challenge gekürt und konnten sich über je 5.000 Euro Preisgeld freuen. Die FH-Studentinnen hatten ihre Lösung zu flexibler Frachtvermessung vorgestellt und Felix Koch einen innovativen Ansatz für die innerstädtische Zustellung von Paketen.

„Beide Sieger haben in ihren Präsentationen gezeigt, dass sie sich mit ihren Themen und den vorhandenen Problemstellungen sehr intensiv beschäftigt haben und überzeugende Lösungen vorgestellt“, sagte Jurymitglied Christoph Mangelmans, Managing Director Omnichannel Retail bei Fiege. Auf die Fragen der Jury und aus dem Publikum hätten die letztlichen Sieger sehr souverän reagiert und auch die Geschäftsmodelle hinter der Idee deutlich gemacht. Die beiden Finalisten lagen nach Auswertung des Publikumsvotings – die Besucher der Innovation Challenge konnten über eine App für ihren Favoriten stimmen – und den Bewertungsbögen der Jury gleichauf, mit deutlichem Vorsprung zu den weiteren vier Finalisten.

66 Bewerber reichen Ideen ein

Vor mehr als 130 Personen stellten die sechs Finalisten am vergangenen Donnerstag ihre Ideen in der Fiege-Zentrale in Greven vor. „Der Weg hierher ins Finale war so schwer wie nie: Ihr habt euch gegen 66 Bewerber durchgesetzt, dazu schon jetzt meinen Glückwunsch“, sagte Felix Fiege, Vorstandsvorsitzender der Fiege Gruppe, an die Final-Teilnehmer gerichtet. „Die Entwicklung neu-

er Geschäftsmodelle und neuer Ideen ist für uns enorm wichtig – die große Beteiligung am Wettbewerb zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“ Jeweils zehn Minuten hatten die Gruppen Zeit, Publikum und Jury von ihrer Idee zu überzeugen. Diesem Pitch folgte eine Fragerunde der Jury, die unnachgiebig dort nachbohrte, wo das Geschäftsmodell noch Lücken aufwies hinsichtlich Umsatzpotenzial, Herausforderungen bei der Umsetzung im Hinblick auf rechtliche Hürden oder die Machbarkeit. Die Jury setzte sich zusammen aus Frauke Mispagel, die die Otto Group Digital Solutions als Geschäftsführerin leitet, den Fiege-Vorständen Alfred Messink und Dr. Stefan Thies, den Fiege Direktoren Andreas Pott (Corporate Development) und Christoph Mangelmans (Omnichannel Retail).

Ein breites Publikum erreicht

Die Erstplatzierten wussten die Jury zu überzeugen. „Die Entwicklung des Geschäftsmodells war ein langwieriger, zeitintensiver Prozess“, sagt Ann-Christin Rüdibusch aus dem FH-Team. „Es war wichtig, kontinuierlich darauf zu achten den Kern der Idee im Auge zu behalten und

Lena Tautz,
Freight2Meter

Ich fand es super, dass wir auch seitens von Fiege so gut unterstützt wurden. Michael und Sümeyra waren immer für Fragen da, haben uns up-to-date gehalten und uns gutes Feedback gegeben.

Kerstin Kuhn,
Freight2Meter

Es ist super aufwendig, so ein neues Geschäftsmodell zu entwickeln und man stößt oft auf Grenzen und immer neue Fragen, manchmal muss man zurückrudern und etwas abändern, aber wenn es am Ende auf Zuspruch trifft, ist das ein ziemlich gutes Gefühl.



Die Finalisten der Fiege Innovation Challenge 2019. In der ersten Reihe die beiden Sieger: Die FH-Studentinnen Lena Tautz, Kerstin Kuhn, Josy Sproß und Ann-Christin Rüdebusch sowie der zweite Erstplatzierte Felix Koch.



Nach den Pitches warteten Zuhörer und Finalisten auf das Ergebnis der Jury. Das Team Emil² mit Ben Wiens (l.) und Thorsten Sbrzesny (r.) erreichte Rang drei.



Auch nach der Innovation Challenge wird weiter an den Ideen gearbeitet. Beim Innovation Bootcamp im Digital-Hub in Münster kamen die Finalisten mit Coaches und Mentoren aus der Fiege-Welt zusammen, um Pilotprojekte anzustoßen.

das Produkt für den Anfang nicht mit Features zu überladen, damit es noch verständlich blieb. Es war eine großartige Teamleistung und wir haben persönlich viel dabei gelernt.“

Ideen-Workshops an Standorten im Vorfeld

„Ich habe mich schon länger mit dem Thema City-Logistik auseinandergesetzt – auch während des Studiums. Ich hatte unheimlich Lust darauf, einmal bei der Innovation Challenge dabei zu sein und die Idee vor einem breiteren Publikum zu präsentieren“, sagte Felix Koch. „Es macht mir Spaß, mich mit The-

men zu beschäftigen, die über den eigenen Arbeitsalltag hinausgehen.“ Den dritten Platz belegten die Fiege-Mitarbeiter Thorsten Sbrzesny und Benjamin Wiens mit ihrem Konzept Emil². Sie wollen mithilfe von Künstlicher Intelligenz und einer selbstlernenden Plattform in den Fiege-Lagern entstehende Daten auswerten und für die Steuerung logistischer Prozesse einsetzen.

„Es hat wieder viel Spaß gemacht, den Vorträgen und neuen Ideen zuzuhören“, sagte Jens Fiege, Vorstandsvorsitzender der Fiege Gruppe, vor der Verkündung der Sieger. „Die Innovation Challenge ist in diesem Jahr noch größer und noch internationaler geworden als in den Vorjahren. Es freut uns, dass so viele Mitarbeiter sich mit neuen Geschäftsideen und

Ansätzen zur Lösung von Problemen auseinandersetzen.“ In diesem Jahr hatten im Zuge der Fiege Innovation Challenge erstmals Ideen-Workshops an verschiedenen Standorten mit den Mitarbeitern stattgefunden, unter anderem in Polen, der Slowakei und sogar in China. ●

Felix Koch, Fiege CityLog

Es ist toll zu erleben, dass es bei der Innovation Challenge nicht einfach nur um Ideensammeln geht, sondern – wie in meinem Fall – die Idee zum Grundstein für ein spannendes Projekt werden kann.



Fiege Soccer Cup:

Mehr als 2.000 Mitarbeiter und Fans kicken und feiern in Greven. Reckenfelder Team holt sich den Titel, Ahlener Frauen triumphieren ebenfalls.



Alle Siegermannschaften von Platz drei bis eins des Fiege Soccer Cups und des Frauenturniers feiern gemeinsam auf der Bühne.

Ganze 77 Mannschaften aus zehn unterschiedlichen Nationen spielten Ende Juni den Fiege Soccer Cup 2019 in der Heimat des Familienunternehmens aus. Sie wurden dabei von Hunderten von Fans, Freunden und Familienmitgliedern unterstützt.

Die mehr als 2.000 Menschen füllten das Stadion des SC Greven 09. Erstmals gab es für die Fiege-Mitarbeiter ein eigenes Frauenturnier, gemischte Teams spielten weiterhin beim Soccer Cup mit. Die 15. Auflage des Fußballturniers ist damit das größte Event in Fieges Firmengeschichte.

„Im vergangenen Jahr haben wir uns in Krakau schon über das größte Event der Firmengeschichte gefreut – in diesem Jahr sind fast doppelt so viele Menschen zusammengekommen und wir sind noch internationaler“, sagte Jens Fiege bei der Eröffnung des Turniers. „Wir freuen uns >

SOCCER CUP

sehr darüber, euch alle hier in unserer Heimat zu begrüßen und euch zu zeigen, wo das Unternehmen Fiege seine Wurzeln hat“, sagte Felix Fiege. Die beiden Vorstandsvorsitzenden waren wie im Vorjahr selbst am Ball – im vergangenen Jahr sehr erfolgreich, als das Team aus der Fiege-Zentrale den Soccer Cup im polnischen Krakau gewann. Es ist Tradition, dass der Sieger das Turnier im nächsten Jahr ausrichtet.

187 Spiele an einem Tag mit Mannschaften aus zehn Ländern

Und das ist eine logistische Herausforderung – Anreise, Hotels, Catering und das Turnier selbst mussten geplant und organisiert werden. Untergebracht waren die Teilnehmer in Greven, Münster und Osnabrück. Aus zehn verschiedenen Ländern reisten Mannschaften per Flugzeug oder Bus an und vertraten ihre Standorte. Begleitet wurden die Teams von vielen



EMOTIONAL



INTERNATIONAL

Kollegen aus ihren Standorten, die als Fans am Soccer Cup teilnahmen. „Es ist unheimlich schön, so viele Mitarbeiter und ihre Familien an einem Ort zu versammeln und den Tag gemeinsam zu verbringen“, sagte Jens Fiege. Erst spielten die Teams die Siegerepokale aus, danach wurde gemeinsam im Partyzelt am Sportplatz gefeiert.

Der Weg bis ins Finale war bei der Rekordveranstaltung so lang wie noch nie: Von 10 Uhr am Morgen bis um 18 Uhr wurden 148 Gruppenspiele und 39 K.O.-Matches auf dem in vier Spielfelder aufgeteilten Rasen im Grevener Stadion ausgetragen. Bis ins Finale schafften es letztendlich die Teams aus dem hessischen Dieburg



Jens Fiege (r.) und Felix Fiege begrüßten die mehr als 2.000 Spieler und Fans, die nach Greven gekommen waren.



Mit 2:0 war das Frauenteam aus Ahlen gegen das polnische Team aus Gardno erfolgreich.



TEAMGEIST



KAMPFGEIST

gemacht, den Frauen zuzuschauen, sie waren mit vollem Einsatz dabei. Trotz dieser hohen Temperaturen“, sagte Felix Fiege. Auch dieses Turnier war mit Teams aus Polen, der Ukraine und Ungarn international besetzt. Aus Deutschland stellten die Standorte Mönchengladbach und Ahlen eigene Mannschaften, zudem formierten sich zwei Frauenteams „Münsterland“ mit Mitarbeiterinnen aus Greven, Münster und Ibbenbüren. Neun Mannschaften spielten bei der Erstaufgabe um den Titel, der Frauenpokal soll im kommenden Jahr wieder ausgetragen werden. Der Fiege Soccer Cup 2020 findet erneut in Greven statt, am 6. Juni 2020. ●

und Greven-Reckenfeld, das mit 4:0 deutlich siegte. Damit wird auch der kommende Fiege Soccer Cup wieder in Greven ausgetragen.

Bei der Premierenveranstaltung des Frauenpokals sicherte sich Ahlen den Titel. Das Team aus dem polnischen Gardno hatte im Finale das Nachsehen. „Es hat richtig Spaß



Sino-German Logistic Forum an der Wuzi University:

Judy Zhu referiert über Cross Border E-Commerce

Im September hat die Logistics School der Beijing Wuzi University (BWU) in der chinesischen Hauptstadt das Sino-German Logistics Forum ausgerichtet. Judy Zhu, Head of E-Commerce bei Fiege Far East in Shanghai, referierte über das Thema „Cross Border E-Commerce. The Fiege Model“. Weitere Referenten waren Herr Dr. Johannes Patrick Michalski, Senior Business Planner & Analyst bei der Novartis Pharma AG in Basel sowie Prof. Dr. Armin F. Schwolgin, pensionierter Studien-

gangsleiter Spedition, Transport und Logistik an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Lörrach. Er verfügt über langjährige Chinaerfahrung ist jetzt Visiting Professor an der BWU im Pekinger Distrikt Tongzhou. In seiner neuen Funktion hatte er das Sino-German Logistics Forum 2019 organisiert. Unter den Zuhörern war auch Lea Seuffert, die bei Fiege ein Duales Studium an der DHBW in Lörrach absolviert und derzeit für ein Auslandssemester in Peking weilt.



Trafen sich beim Sino-German Logistics Forum in Wuxi: Lea Seuffert, duale Studentin bei Fiege, Dr. Johannes Patrick Michalski, Senior Business Planner & Analyst bei Novartis Pharma AG, (v. l.), Judy Zhu, Head of E-Commerce Fiege Far East und Dr. Armin F. Schwolgin von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg.

Mit einem Besuch im Altenheim haben Fiege-Mitarbeiter der Standorte Shanghai, Taicang und Changzhou eine neue Corporate Social Responsibility-Initiative in China gestartet. „Unsere Mitarbeiter wollen sich gemeinnützig engagieren. Das wollen wir als Unternehmen gerne unterstützen. Denn Corporate Social Responsibility ist ein sehr relevantes Thema bei uns in China“, so Richard Qin, CEO Fiege Far East. Bei dem Besuch im Altersheim im August verbrachten die Fiege-Kollegen einen Nachmittag mit den Bewohnern, sie verteilten kleine Geschenke und sangen gemeinsam ein altes chinesisches Volkslied. „Den alten Menschen hier fehlt es vor allem an Gesellschaft“, so der Chef des Altersheims, Qiang Ming. Deshalb sei der Besuch eine schöne Veranstaltung gewesen.

Fiege China startet Corporate Social Responsibility-Initiative



Bei einem Besuch im Altersheim verbrachten Fiege-Kollegen aus drei Standorten Zeit mit den Bewohnern und überreichten kleine Geschenke.

Bosch China zeichnet Fiege-Standorte in Wuxi und Suzhou für erstklassige Logistik aus

Bosch China hat die beiden Fiege Standorte Wuxi und Suzhou beim Purchasing Expert Quality Audit für ihre erstklassige Service Qualität ausgezeichnet.

Den ersten Platz unter den 300 internen und externen Lagern von Bosch in China erreichte der Standort Wuxi beim Audit im März. Die 76 von 100 möglichen Punkten wurden im Juli vom Fiege-Standort Suzhou noch übertroffen: 80 Punkte sind eine neue Bestmarke und heben Fiege Suzhou in den Rang eines B-Klasse Lieferanten. Dies ist zuvor noch keinem Logistikdienstleister von Bosch China gelungen. Der Audit wird von der Bosch Global Service Abteilung durchgeführt und hat das Ziel, die Leistung von nicht-produktionsverbundenen Services zu verbessern.

Fiege Suzhou und Fiege Wuxi haben kontinuierlich daran gearbeitet, die Qualität ihrer Services zu verbessern. So wurde z. B. im Juni ein Workshop zur Effizienzsteigerung zusammen mit Bosch am Standort Suzhou durchgeführt. Auch abseits des geschäftlichen Rahmens pflegen Fiege China und Bosch China ihre langjährige Beziehung. So fand im April ein Basketball-Spiel zwischen Vertretern beider Unternehmen in Suzhou statt. In Wuxi hat Fiege China im September 2013 die Lagerlogistik für den Bosch-Standort übernommen. Bosch produziert hier Dieselsysteme für Autos sowie Produkte zur Autoabgasreinigung und für Batteriesysteme. Sowohl Rohmaterialien als auch fertige Produkte für Fahrzeughersteller im Markt Asia-Pacific werden von Fiege Wuxi gelagert. Seit März 2018 besteht zudem die Kooperation zwischen Fiege China und dem Bosch-Werk in Suzhou, wo Fahrassistenzsysteme hergestellt werden. ●

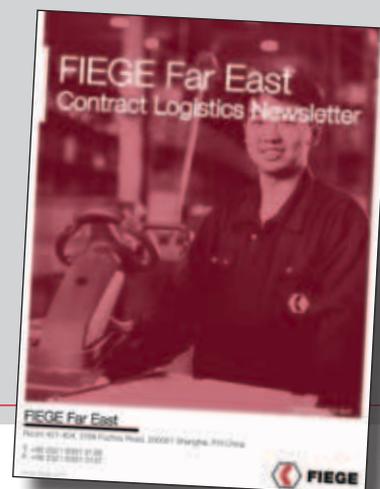


Beim Audit erzielte Fiege sehr gute Ergebnisse. Das freute auch (v. l.) Simon Feng (Fiege), Eric Wu (Bosch), Haiwei Kang (Fiege), Zhongkui Ming (Bosch), Jeff Miao (Bosch), Stella Shao (Fiege), Ray Shi (Bosch) beim Audit in Suzhou.

Die Kollegen von Bosch China und Fiege China trafen sich auch abseits der Logistikhallen – auf dem Basketballfeld.

Jetzt zum Fiege Far East Newsletter anmelden

Neuigkeiten aus Fernost erhalten: Fiege Far East bringt seit März 2019 alle zwei Monate einen Newsletter heraus. Hier stellen sich die Fiege-Kollegen und Standorte vor und es gibt kurze Einblicke in die Wirtschaft Chinas sowie speziell in die Logistik- und Speditionsbranche in China. Wenn auch Sie am Geschehen in China interessiert sind, melden Sie sich für den Newsletter an bei Jane Jiang: jane.jiang@fiege.com.cn.



Alles ist **UNMÖGLICH**,
bis es einer macht.

Richtig digitalisieren. #DasIstMirWichtig

Ob als Berater in der Kommunikation oder bei Kooperationen mit Start-Ups: die Belegschaft, sich seit fast 150 Jahren immer wieder neu zu erfinden, hat FIEGE zu einem der führenden Logistikleister Europas gemacht. Die HypoVereinsbank ist stolz darauf, ihren Teil zum Wachstum dieses außergewöhnlichen Familienunternehmens beizutragen.

Die Bank für alles,
was wichtig ist.

HypoVereinsbank
Member of UniCredit

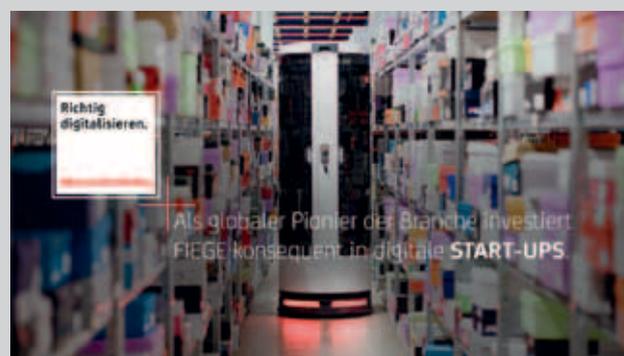
hvb.de/dasistmirwichtig

#DasIstMirWichtig: Große Werbekampagne der HypoVereinsbank portraitiert Unternehmen

Unter dem Hashtag #DasIstMirWichtig hat die HypoVereinsbank Anfang 2019 eine groß angelegte B2B-Kampagne gestartet. Erzählt werden Erfolgsstories ausgewählter Unternehmen und Ihrer Unternehmerpersönlichkeiten – darunter nationale Champions wie Schwan Stabilo, FC Bayern München, Coppenrath Verlag und FlixBus sowie Hidden Champions des deutschen Mittelstands, wie Krone aus Spelle oder LAPP Kabel aus Stuttgart und Fiege.

VON Marketing Projektteam
#DasIstMirWichtig, HypoVereinsbank

Die Unternehmen sind allesamt Kunden und Partner der HypoVereinsbank. #DasIstMirWichtig verdeutlicht unsere Wertschätzung für unsere Kunden und deren Pläne. Wir sind stolz darauf, Unternehmen wie Fiege als Finanzpartner begleiten zu dürfen. Und dabei die Bank für alles, was wichtig ist, zu sein. Wer könnte unsere Kampagne besser präsentieren als die erfolgreichen Unternehmer selbst? So haben wir uns entschieden diese in Motiven zu



Beim Shooting in Ibbenbüren wagten sich Felix Fiege (l.) und Jens Fiege hoch hinaus.

Mit wechselnden Motiven wurde über das Business-Network LinkedIn auf die Werbekampagne aufmerksam gemacht.

#DasIstMirWichtig

zeigen, die ihre Welt und ihr Denken inszenieren. Wir unterstützen unsere Kunden und Ihre Ideen aus vollster Überzeugung – und dies soll unsere Kampagne verdeutlichen.

Multimediales Storytelling

Auf den Anzeigen sind die Unternehmer selbst zu sehen, stehen aber nicht im Mittelpunkt des Motivs. Genau das macht neugierig. Was ist ihr Erfolgsgeheimnis? Und vor allem: Was ist ihnen wichtig?

An dieser Stelle liefert die Bank Antworten und erzählt die Geschichte hinter den Plakaten. Mit dem Ziel, als einer der wichtigsten Partner für den deutschen Mittelstand, zu verstehen, welche großen Themen unserer Zeit für Unternehmer wichtig sind: Digitalisierung, Internationalisierung, Wachstum und Unternehmensnachfolge.

Die klassischen Print-Werbemotive für regionale und überregionale Tageszeitungen und großflächige Plakatmotive an den Flughäfen Münster/Osnabrück, Frankfurt, Stuttgart und München werden mit Content-Formaten im Storytelling-Format

fortgeführt. Die multimediale Kampagne liefert hierfür auf der Kampagnenseite #DasIstMirWichtig Einblicke hinter die Kulissen der Unternehmen: Unternehmensportraits, Video-Interviews, Bildergalerien und Hintergrundberichte bilden den Kern des journalistischen Contents. Die Inhalte werden in Form von Kurz-Videos und Posts über die Social Media Kanäle LinkedIn und Twitter über mehrere Wochen ausgespielt.

Ein Veranstaltungsangebot komplettiert die Content-Kampagne und bringt deutschlandweit kluge Köpfe, Strategen, Vor- und Querdenker zusammen. ●

Neubau für den Kunden Katjes in Emmerich am Rhein fertiggestellt

Fruchtgummis und Lakritze ziehen ab Januar ein.

Die Wareneingangstore sind schon eingehängt, die Zugwege geteert, die Parkplätze gekennzeichnet: Von außen sieht der neue Logistikstandort von Fiege in Emmerich am Rhein schon fast fertig aus, als sich Mitte September Partner, Projektteams und Investoren zur Grundsteinlegung auf der Baustelle treffen. Mittlerweile ist der Neubau für den Kunden Katjes fertig, Dank der guten Zusammenarbeit aller Gewerke. Bei der Feierstunde im September waren auch die Bauarbeiter eingeladen, an die Kai Alfermann, Director Real Estate bei



Legten den Grundstein bei der Feierstunde in Emmerich: Markus Pohle, künftiger Niederlassungsleiter bei Fiege in Emmerich, Kai Alfermann, Director Real Estate & Quality bei Fiege, Maik Köpke von Goldbeck International, Sebastian Herbst von Krüger Consult, Thorsten Ullrich von W & W Asset Management GmbH und Dominik Lange von Goldbeck International (v. l.).

Ende Oktober wurde das neue Logistikzentrum in Emmerich am Rhein fertiggestellt.



Fiege, ein großes Lob verteilt: „Wir sind sehr zufrieden, hier wird jeden Tag sehr gute Arbeit geleistet. Dafür wollen wir Danke sagen.“

Multi-User-Center für mehrere Kunden

Als Generalunternehmer hat Goldbeck für die termingerechte Fertigstellung des neuen Logistikstandortes gesorgt. Ende Oktober konnte die Immobilie übergeben werden. Auf 32.000 Quadratmetern Logis-

tikfläche wird Fiege künftig für den Kunden Katjes in Emmerich und damit in der Heimat des Süßwarenherstellers tätig sein. Die Katjes Fassin GmbH + Co. KG hat ihren Hauptsitz in Emmerich am Rhein und stellt vor allem Lakritz und Fruchtgummi her. „Ab Januar wird die erste Ware des Kunden bei uns einziehen“, sagt Markus Pohle, der die Niederlassung leiten wird. „Katjes wird unser Hauptkunde am Standort, wir haben Emmerich aber als Multi-User-Center angelegt und werden hier für mehrere Kunden unter einem Dach tätig sein.“

Fiege ist bereits seit 27 Jahren der Logistikpartner von Katjes, bislang hatte Fiege in Bocholt die süßen Produkte aus den Werken in Emmerich, Remshalden und Potsdam eingelagert. Dort sind die Lagerkapazitäten jetzt erschöpft, daher wird der Neubau in Emmerich zum neuen Zentrallager für Katjes. „Wir werden von hier aus den Handel beliefern und auch die Transporte nach Deutschland und ins Ausland organisieren“, so Markus Pohle. Fiege wird auch weiterhin verschiedene Mehrwertdienstleistungen erbringen, wie den Displaybau und Konfektionierungen. ●





Einsatz für Naturschutz: Bienenvölker ziehen bei Fiege ein

Bienen werden an fünf Fiege-Standorten angesiedelt

Jan Fiege (r.) lässt sich vom Imker Sven Ticks zeigen, wie sich die Bienen in ihrem neuen Zuhause einrichten.





*„Um ein Honigglas zu füllen,
müssen fünf Millionen Blüten von den
Bienen besucht werden.“*

Das Bienensterben ist ein weltweites Problem, die Bienenpopulation geht dramatisch zurück. Dabei ist die Biene für unser Ökosystem von entscheidender Bedeutung. Bienen und andere Blütenbestäuber tragen wesentlich zum Erhalt der Artenvielfalt bei, denn sie sorgen für die Verbreitung hunderttausender Pflanzen, auf die wiederum unzählige Tierarten als Nahrungsgrundlage angewiesen sind. Fiege hat jetzt fünf Bienenvölker an vier Standorten angesiedelt und lässt diese durch eine Kooperation mit dem Unternehmen beefuture nachhaltig pflegen. Fiege investiert hierfür eine Summe von mehr als 10.000 Euro jährlich.

An den Fiege-Standorten Burgwedel, Mönchengladbach, Ibbenbüren, Erfurt und Greven sind in den vergangenen Tagen Bienenvölker eingezogen. Das Unternehmen beefuture aus Ulm hat an den Niederlassungen Bienenstöcke aufgestellt und die Bienen aus Bayern mitgebracht. Die ausgebildeten Imker von beefuture werden >



An den ersten Tagen werden die Bienen ihr neues Zuhause erkunden.



Auch in Ibbenbüren wurden die Bienen von den Fiege-Mitarbeitern gebührend in Empfang genommen. Niederlassungsleiter Hanno Reekers (3. v. r.) und seine Mitarbeiter ließen sich von den Imkern Frederik Idem (l.) und Sven Ticks (2. v. r.) näher bringen, wie die Bienen die ersten Tage in der neuen Heimat gestalten.

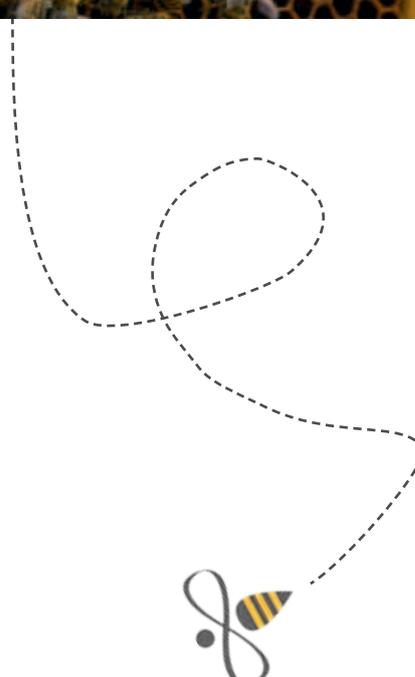
„Die Lebensdauer einer Arbeiterbiene beträgt ca. 20 Tage bis 6 Monate. Eine Bienenkönigin kann 3 – 5 Jahre alt werden.“

in regelmäßigen Abständen nach den Bienenvölkern schauen, die Bienenstöcke pflegen und den Honig ernten. „Die Bienen werden in einem Umkreis von fünf Kilometern nach Nahrung suchen und ihr Volk weiter kultivieren“, erklärt Frederik Idem von beefuture bei der Aufstellung des Bienenvolks in Greven, dem auch Jan Fiege, Managing Director Real Estate, beiwohnte. „Wir fühlen uns als Unternehmen dem Umweltschutz verpflichtet“, sagt Jan Fiege zu dem Hintergrund der Ansiedlung der Bienenvölker bei Fiege. „Dies ist eine sehr schöne Möglichkeit, etwas für den Naturschutz zu tun und es sorgt auch für Aufmerksamkeit über das Thema Bienensterben bei unseren Mitarbeitern oder weiteren Gästen an unseren Standorten, die die Bienenkästen hier stehen sehen.“

Tatsächlich summt es rund um die Bienenkästen, nachdem der Imker das Bienenvolk in seiner neuen Umgebung freigelassen hat. „Die Bienen erkunden jetzt erstmal ihr neues Zuhause und fliegen umher, auf der Suche nach Nahrung“, beschreibt Frederik Idem, womit sich die Bienen an den ersten Tagen beschäftigen. „Ungefähr 15 Mal im Jahr wird ein Imker von beefuture bei den Bienen nach dem Rechten sehen, in den anstehenden Wintermonaten seltener, im Sommer dann häufiger“, so Frederik Idem. Dazu gehört auch die Honigernte, auch wenn dies nicht

im Fokus steht. „Wirtschaftlich ist das natürlich nicht, aber die Bienen werden pro Volk zwischen 10 und 15 Kilogramm Honig produzieren – und der ist dann wirklich ganz aus der Region.“

Im kommenden Jahr wird es also eine exklusive Menge an Fiege-Honig geben. „Ob wir den dann für einen guten Zweck versteigern oder verschenken, wissen wir noch nicht. Wir sind erstmal froh, wenn die Bienen sich in ihrer neuen Heimat wohlfühlen und sich eventuell weitere Völker ansiedeln“, sagt Jan Fiege. ●



Anja Hansch (r.), Wirtschaftsförderin der Stadt Burgwedel, kam zum Einzug der Bienen am Fiege-Standort nahe Hannover hinzu. Niederlassungsleiter Blazej Janik, Imker Sven Ticks und Irene Freese, Kaufmännische Leiterin Fiege Burgwedel legten das neue Zuhause für die Bienen fest.

Fiege mit dem Axia Best Managed Companies Award 2019 ausgezeichnet

Deloitte, WirtschaftsWoche und BDI zeichnen hervorragend geführte mittelständische Unternehmen aus

Fiege hat den Axia Best Managed Companies Award 2019 erhalten. Mit dem Award und Gütesiegel zeichnen das Prüfungs- und Beratungsunternehmen Deloitte, die WirtschaftsWoche sowie der BDI hervorragend geführte mittelständische Unternehmen aus. Auf der feierlichen Preisverleihung am 9. Mai in Düsseldorf mit über 220 Gästen aus Wirtschaft, Politik und Medien wurden die Top-Leistungen von Fiege und den weiteren Preisträgern gewürdigt. Hendric Fiege, Director Corporate Ventures bei Fiege, nahm die Auszeichnung stellvertretend entgegen. „Diese Auszeichnung ist eine sehr schöne Bestätigung unserer Arbeit und unserer strategischen Ausrichtung, eine kundenorientierte und innovationsfördernde Kultur im Unternehmen zu schaffen“, sagte Hendric Fiege bei der Preisverleihung in Düsseldorf. Im Familienunternehmen Fiege gebe es eine hohe Bereitschaft bei allen Mitarbeitern, sich selbst immer wieder zu hinterfragen, Prozesse kontinuierlich zu verbessern, neuen Ansätzen eine Chance zu geben und gemeinsam neue Wege einzuschlagen, so Hendric Fiege.

Top-Leistungen in unternehmerischen Schlüsselbereichen

Der Axia Best Managed Companies Award richtet sich an mittelständische deutsche Firmen mit einem Jah-



Hendric Fiege (Mitte) nahm den Axia Award stellvertretend entgegen. Moderatorin Susanne Schöne und Jurymitglied Holger Lösch, stellvertretender BDI-Hauptgeschäftsführer, überreichten die Auszeichnung.

resumsatz von mindestens 150 Millionen Euro. In die Bewertung fließen Leistungen in den vier unternehmerischen Schlüsselbereichen Strategie, Produktivität und Innovation, Kultur und Commitment sowie Finanzen und Governance ein.

Die Initiatoren lobten auf der Preisverleihung am 9. Mai in Düsseldorf die hohe Qualität der 16 Gewinner: So haben 100 Prozent der prämierten Unternehmen eine strategische Vision festgelegt und kommunizieren diese auf allen Ebenen ihrer Organisation. 81 Prozent verfügen über ein klares Innovationsmanagement, um neue Geschäftsideen und -felder zu identifizieren. Zudem arbeiten 75 Prozent

der Preisträger konsequent an ihrer Unternehmenskultur, die sie als strategisch wichtig und entscheidend für den Erfolg bewerten. Und 81 Prozent verfügen über ein externes Aufsichts- oder Beratungsgremium.

„Fiege zeichnet sich durch ein vorbildliches Management aus, das strategischen Weitblick mit Innovationskraft, einer nachhaltigen Führungskultur und guter Unternehmensführung verbindet. Damit tragen sie dazu bei, die wirtschaftliche Zukunft des Standorts Deutschland zu sichern und sind Leitbilder für andere Unternehmen“, betont Lutz Meyer, Partner und Leiter des Mittelstandsprogramms von Deloitte. ●



Personalarbeit 4.0 / Digitalisierungsstrategie der Human Resources

Die Suche nach geeigneten und motivierten Mitarbeitern gestaltet sich für Unternehmen immer schwieriger. Globalisierung, Digitalisierung, demographischer Wandel und Wertewandel haben Auswirkungen auf die Personalarbeit im Unternehmen. Um sich diesen Herausforderungen zu stellen, hat der Bereich Human Resources seine Digitalisierungsstrategie erweitert.

Infobox

Active Sourcing bezeichnet die aktive Recherche und Kontaktaufnahme in den sozialen Medien mit interessanten Kandidaten als potenzielle Mitarbeiter sowie den Versuch, diese langfristig an ein Unternehmen zu binden.

Bereits 2016 hat Fiege mit dem Employer-Branding-Konzept einen Perspektivwechsel gewagt und die Angebote werden nicht länger aus Unternehmenssicht formuliert. Stattdessen erzählen Fiege-Mitarbeiter, was sie an ihrer Arbeit schätzen und kommen zu dem Schluss: Fiege passt zu mir. Fiege geht in Image- und Stellenanzeigen bewusst auf die Bewerber zu und bewirbt sich bei den Talen-

ten. Die Umsetzung erfolgt entlang der strategischen Ausrichtung von Fiege mit der strategischen Priorität People. Das Ziel ist die Bildung einer überzeugenden, intern wie extern wirkenden Marke, die Fiege als authentischen und attraktiven Arbeitgeber positioniert.

Um die Arbeitgebermarke einheitlich und mit hohem Wiedererkennungswert zu gestalten, wurde in diesem Jahr ein interaktiver Employer Bran-

ding Guide entwickelt. Dieser dient allen Standorten als Arbeitsgrundlage für die Umsetzung des Employer Branding Konzepts und enthält Vorlagen für die Gestaltung interner und externer Kommunikationsmittel. Darunter sind unter anderem Image- und Stellenanzeigen, Plakate sowie Broschüren. Die Vorlagen können heruntergeladen und teilweise entsprechend der jeweiligen Anforderungen individualisiert werden. „Die

www.zukunft-fiege.de/

Rückmeldungen aus den Standorten sind positiv. Bis zum Ende des Jahres werden wir eine Employer Branding Kampagne in unseren Niederlassungen umsetzen. So kommunizieren wir auch intern und unsere Mitarbeiter werden zu Markenbotschaftern“, freut sich Martina Schlottbom, Head of Strategic HR.

Für eine bessere Vermarktung der Ausbildungsstellen hat die BU Omnichannel Retail bereits Anfang 2019 eine Ausbildungsbörse als Piloten getestet. Ende Juli wurde die Plattform dann auf ganz Deutschland ausgerollt. Bewerber können sich hier gezielt über Ausbildungsmöglichkeiten bei Fiege informieren. Ein Selbsttest hilft noch unschlüssigen Bewerbern den passenden Ausbildungsplatz zu finden. Anhand von sechs Fragen werden Fähigkeiten und Interessen des Bewerbers mit den Inhalten der Ausbildungen abgeglichen und eine Empfehlung abgegeben.

Ausbildung und Weiterbildung

„Wir wollen unser Team mit jungen, motivierten Kollegen bereichern und erweitern. Und für die Berufseinsteiger muss nach der erfolgreichen Ausbildung noch lange nicht Schluss sein, auch das Thema Weiterbildung und strategische Personalentwicklung ist bei uns im Fokus“, so Alexander Neudorf, Director Human Resources. Auch für weitere Zielgruppen wurden die Informationsangebote auf der Karriereseite erweitert. Die Kategorie „Berufe mit Zukunft“ stellt die Vielseitigkeit Fieges und die große Auswahl an Berufsfeldern in einem modernen Arbeitsumfeld vor. Von Warehouse Management über IT bis Data Science können sich Be-

werber einen Überblick über Funktionsbereiche verschaffen, die gut zu ihren Interessen und Talenten passen.

Active Sourcing in Sozialen Netzwerken

Recruiter müssen zudem immer neue Antworten auf Präferenzen der potenziellen Kandidaten finden. Besonders junge Talente lassen sich nicht mehr über klassische Kanäle rekrutieren und wollen gefunden werden. Soziale Netzwerke und Business-Plattformen wie Xing und LinkedIn sind allgegenwärtig. Fiege will potenzielle Bewerber deshalb direkt dort ansprechen, wo sie viel Zeit verbringen und betreibt deshalb seit kurzem Active Sourcing auf den Business-Plattformen. Daneben bekommen Bewerberinnen und Bewerber auf Instagram und Facebook mithilfe von Fotos und Videos einen Einblick in die Arbeitswelt bei Fiege.

Teil der Digitalisierungsstrategie von Fiege ist auch das neue Bewerbermanagementsystem, das im Februar 2019 live geschaltet wurde. Durch standortübergreifende Regeln und Prozesse kann der Prüfungsprozess von Bewerbungen beschleunigt und vereinfacht werden. Gleichzeitig erhöht sich die Qualität des Bewerbungsprozesses und damit auch die Arbeitgeberattraktivität. Bislang wird das System standortübergreifend in Deutschland und der Schweiz genutzt.

Zusätzlich wird eine digitale High Potential Plattform ins Leben gerufen, die dem internen Austausch von Talenten dient. Personalverantwortliche und Führungskräfte können auf der Plattform Profile von Talenten teilen und suchen. So entsteht eine standortübergreifende Übersicht der

verfügbaren und bereits vermittelten Kandidaten.

In den letzten Jahren hat der Bereich Human Resources sowohl interne als auch externe Maßnahmen ins Leben gerufen, um sich den Herausforderungen der Digitalisierung zu stellen. Und weitere werden in den nächsten Jahren folgen, denn die Digitalisierung steht nicht still und bringt immer neue Entwicklungen mit sich. ●

FIEGE PASST ZU MIR



ICH SCHÄTZE DAS FREUNDLICHE MITEINANDER*

Ich lege mir viel Wert auf einen guten Arbeitsklima. Meinen Umgang und mag es, wenn man sich mit den Kollegen gut versteht. Das ist bei FIEGE der Fall. Das Arbeitsklima ist sehr herzlich. Jeder wird hier mitgeschult. Ich freue mich darauf, auch meine Kollegen aus der Ebene mit mir bei FIEGE arbeiten zu können. Wie sind ein großes, vielfältiges Unternehmen. Alles im Arbeitsalltag merke man das sehr.

*Prisca Böhm, Arbeitskolle der CD Group IT

FIEGE BIETET MIR:

- Spaß und Begeisterung bei Team
- Ein freundliches und familiäres Umfeld
- Kennenlernen während der Einarbeitung
- Ein breites Fachwissen
- Gute Arbeitsbedingungen

FIEGE BIETET MEHR:
karriere.fiege.com



Ausbildung bei Fiege: 90 junge Menschen starten ins Berufsleben

17 neue duale Studenten beginnen unter anderem in Münster, Worms und Dresden

Start in die Berufswelt bei Fiege: In Hamburg werden Patil Hamouchian (M.) und Lars Langer (r.) zur Kauffrau bzw. zum Kaufmann für Spedition- und Logistikdienstleistungen ausgebildet. Maximilian Beyer (l.) wird sich nach Ende seiner Ausbildung Fachkraft für Lagerlogistik nennen dürfen.

Ein neues Ausbildungsjahr hat begonnen: Mehr als 90 Auszubildende und duale Studenten starten bei Fiege in den deutschen Niederlassungen in ihr Berufsleben. Der Logistikdienstleister bildet junge Menschen in 14 verschiedenen Berufen aus, gewerblichen wie kaufmännischen.

„Wir bieten ganz unterschiedliche Ausbildungen an – nicht nur speziell im Logistikumfeld. Bei uns kann man auch Kraftfahrzeugmechatroniker/-in lernen oder Wirtschaftsinformatik studieren“, sagt Bettina Pick, Personalentwicklerin bei Fiege. Der Großteil der jungen Menschen erlernt die klassischen Logistikausbildungsberufe: Fachkraft für Lagerlogistik, Fachlagerist oder Kaufmann für Spedition- und Logistikdienstleistungen. Etwa ein Drittel der Auszubildenden bei Fiege sind junge Frauen.





Gleich 19 Auszubildende und drei duale Studenten starten bei Fiege in Worms. In der Region Worms werden aktuell 60 Auszubildende in acht verschiedenen Ausbildungsberufen ausgebildet.

282 Auszubildende in Deutschland

Insgesamt 282 junge Menschen sind aktuell in einer Ausbildung bei Fiege, 136 im gewerblichen und 146 im kaufmännischen Bereich. Zudem absolvieren 48 Studierende ein duales Logistik-Studium zum Beispiel an der Fachhochschule Münster, Fachhochschule Worms oder an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Lörrach. Elf von ihnen sind jetzt im August gestartet, weitere sechs beginnen im Oktober.

Auch nach dem Studium oder der Ausbildung geht es bei Fiege für viele weiter. „Unsere Übernahmequote ist in den letzten Jahren immer weiter gestiegen“, sagt Bettina Pick. Eine gute Ausbildung beziehungsweise ein duales Studium sei der perfekte Weg, um bei Fiege eine individuelle Karriere zu starten.



Neue Auszubildende bei Fiege in Nesse-Apfelstädt: Vanessa Horn (l.) startet ihre Ausbildung zur Fachlageristin gemeinsam mit Sami Julian Soukah (M.), der zum Mechatroniker ausgebildet wird. Mit auf dem Foto: Die Ausbilder und Mentoren Fabian Launer (2. v. l.), Sebastian Schocher (2. v. r.) und Daniel Druschba (r.) aus der Personalabteilung bei Fiege.

Wandel als Familienprojekt

Mit Traditionen und Routinen zu brechen, führt in Familienunternehmen gelegentlich zu Konflikten. Nicht so bei der Fiege Logistik. Über fünf Generationen hat die Familie Fiege aus einem Fuhrpark mit Pferd und Wagen ein führendes Unternehmen der Kontraktlogistik geformt. Und der derzeitige Vorstand blickt weiterhin nach vorn: Fiege steht Bestandskunden bei der Digitalisierung zur Seite und setzt Start-ups unbürokratisch aufs richtige Gleis.

Felix Fiege (l.) und Jens Fiege (r.) haben das Logistikunternehmen ihrer Väter umstrukturiert. Die Organisation in Business Units erleichtert es, Expertise zu erlangen, Entwicklungen vorzusehen und diese mit Innovationen selbst zu treiben.



Der Artikel ist im Magazin „Wir Familienunternehmer“ erschienen.

Die Sicherheitsschleuse fliept gnadenlos. Geschäftig reichen die Security-Mitarbeiter Plastikschaalen herum und fordern alle Besucher auf, Uhren und Geldbörsen abzulegen. Unter ihnen: Felix Fiege und Jens Fiege. Zu dieser Halle des Logistikunternehmens, das ihren Namen trägt, haben selbst Vorstandsmitglieder nur bestens kontrolliert Zutritt. „Wir wickeln hier den Paketversand von MediaMarkt ab“, erläutert Felix Fie-

ge. „Auf Wunsch dieses langjährigen Kunden stellen wir an Schleusen sicher, dass niemand mit einem iPhone 6 reinkommt und mit einem iPhone 8 rausgeht.“

Individuelle Lösungen nach Kundenwunsch gehören bei Fiege zum Geschäftsmodell – und das Logistikunternehmen geht dabei über die Lagerung und den Versand von Ware hinaus. Fiege-Mitarbeiter nähen Logos auf Textilien, schrauben Motoren zusammen und statten Laptops mit

Software aus. Mitunter entwickeln sich aus solchen Services ganze Sparten. Am Standort Münster etwa sterilisiert Fiege Operationsbesteck und sorgt dafür, dass Krankenhäuser die Geräte rasch wieder einsetzen können.

„Beispiele wie die Medizinlogistik zeigen, wie hoch der Spezialisierungsgrad unserer Branche geworden ist“, sagt Jens Fiege. „Die Kunden erwarten, dass wir auf Augenhöhe mit ihnen sprechen und Herausforderun-



Felix Fiege (r.) und Jens Fiege lassen sich von einem Mitarbeiter in Greven-Reckenfeld einen neuen Scanner zeigen. Er ist leicht am Finger zu tragen, sodass der Mitarbeiter beide Hände beim Kommissionieren, Einlagern oder Verladen von Waren frei hat.

gen gemeinsam angehen.“ Aus dieser Entwicklung zogen die Vettern Konsequenzen: Nach dem Ausscheiden ihrer Väter 2015 strukturierten sie das Unternehmen um. „Früher war Fiege regional geprägt“, erläutert Felix Fiege. „Das bedeutet, dass beispielsweise Fiege Nord sämtliche Kunden in seiner Region bediente. Heute sind wir in Business Units organisiert, die sich ganz auf Fokusz Märkte und -branchen spezialisiert haben.“ Dadurch sei es noch besser möglich, diese Märkte gemeinsam mit den Kunden zu verändern, so Felix Fiege.

Die ehemaligen geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Hugo Fiege und Heinz Fiege haben den Umbau interessiert und gelassen verfolgt, erinnert sich Jens Fiege. „Mein Onkel und mein Vater wissen, dass sich wandeln muss, wer wachsen will.“ Nach dieser Devise hätten sie selbst in den 80er-Jahren eine Revolution angezettelt: Hugo und Heinz Fiege formten aus einer Spedition den ersten Kontraktlogistiker Deutschlands. Ausgangspunkt war die Bitte eines Kunden um ein Rundum-Sorglos-Paket – Importabwicklung, Lagerung, Versand und die Abwicklung von Retouren aus einer Hand. „Unsere Väter nutzten dies als Chance, das Speditionsgeschäft bedeutend zu erweitern – und erfanden

die ganzheitliche Kontraktlogistik. Mit diesem Service entlang der gesamten Versorgungskette war es möglich Geschäftsbeziehungen entscheidend auszubauen“, sagt Jens Fiege.

Der Wechsel von Heinz und Hugo zu Jens und Felix Fiege fiel mit einer Entwicklung zusammen, an der Unternehmen oft verzweifeln, der Digitalisierung. „Unsere Generation tut sich damit naturgemäß leichter als die unserer Väter“, sagt Felix Fiege. „Wir bauen aber auf dem auf, was Heinz und Hugo Fiege eingeführt haben.“ Fiege gehörte vor über 20 Jahren zu den ersten Logistikern, die E-Commerce-Sendungen verschickt haben. Heute bringt Fiege Firmen online, die ihre Geschäfte noch offline abwickeln. „Dabei übernehmen wir den gesamten Prozess von der IT-Implementierung über den Kundenservice und die Zahlungsabwicklung bis zur Anbindung an internationale Online-Marktplätze zum Beispiel in China“, so Felix Fiege.

Fiege ist aber nicht nur als E-Commerce-Partner gefragt. Das Grevener Logistikunternehmen hat sich auch in der Start-up-Szene einen Namen gemacht. „Gründer benötigen Kapital und Beratung vor allem in der Frühphase“, sagt Jens Fiege. „Wir bieten Start-ups neben Wachs-

tumsfinanzierung – dem sogenannten ‚smart money‘ – weitere sehr wichtige Unterstützung.“ Dazu gehöre etwa die Möglichkeit, Pilotprojekte umzusetzen, sich bei Partnern Türen öffnen zu lassen oder von der Fiege-Infrastruktur zu profitieren. Generell helfe Fiege Start-ups dabei, ihre Innovationen in einem realen Umfeld zu verproben. „Mit uns haben Start-ups eine gute Chance ihr Produkt zur Marktreife zu bringen und schnell zu wachsen. Das ist ein bedeutender Unterschied zur Wachstumsfinanzierung durch Banken oder Venture Funds“, sagt Jens Fiege.

Die Fähigkeit, schnell zu entscheiden, gehört laut Felix und Jens Fiege zu den großen Vorzügen von Familienunternehmen gegenüber börsennotierten Wettbewerbern. Dass es dabei gelegentlich zu Rückschlägen komme, müsse man in Kauf nehmen: Besser ein Pilot scheitere früh als sich über eine verpasste Gelegenheit zu ärgern. Diese Einstellung vermitteln die Vettern bei sogenannten Familientagen der nächsten, inzwischen sechsten Generation. Und auch die Väter bleiben dem Unternehmen verbunden. So hat Dr. Hugo Fiege der erst kürzlich neu gestalteten Kantine bereits ein Jubiläum beschert: Er feierte in der KOSTbar seinen 70. Geburtstag. ●



Der Social-Media-Jahresrückblick

Ob auf LinkedIn, Instagram oder Facebook – Fiege ist in den Sozialen Netzwerken aktiv und gibt einen Einblick hinter die Kulissen. Neben den Topmeldungen werden auch viele Neuigkeiten und Ereignisse aus den Niederlassungen und von Kollegen geteilt. Hier eine kleine Auswahl als Social-Media-Jahresrückblick für 2019.



Januar

34 Fiege-Mitarbeiter, die im vergangenen Jahr 25-, 40- oder sogar 45-jährige Betriebszugehörigkeit erreichten, sind bei der Jubilarfeier geehrt worden. Sie waren nach Greven eingeladen und verbrachten den Tag und den Abend mit dem Vorstand. Für viele war es der erste Besuch des Hauptsitzes der Fiege Gruppe.

01



Februar

Ihre handwerklichen Fertigkeiten stellten die Auszubildenden am Standort Greven-Reckenfeld unter Beweis. Sie bauten aus Paletten Sitzgelegenheiten für das neue Betriebsrestaurant. Nach der Eröffnung konnten die Kollegen auf den bequemen Möbeln ihr erstes Eis genießen.



März

Der Innovation Challenge Truck war unterwegs: Workshops fanden an verschiedenen Standorten statt, wie hier in Mszczonów bei Warschau. Die kreativen Teilnehmer entwickelten Ideen für die Fiege Innovation Challenge, der Truck machte an mehreren Stationen in Deutschland, Polen, der Slowakei und sogar in China Halt.

03

April

Tag der Logistik – es wurde kommissioniert, gepackt und gestaunt. Mehrere Niederlassungen gewährten interessierten Besuchern einen Blick hinter die Kulissen eines führenden Logistikdienstleisters.

04





Mai
05

Lean Experten werden durch den Online-Campus der Fiege Lean Academy das ganze Jahr über ausgebildet. Bei dem Seminar vor Ort erlernen die Kollegen das Thema Lean im Büro bei Fiege neben den theoretischen Inhalten auch spielerisch. Unter anderem durch die Anwendung der Makigami Methode, welche ein geeignetes Mittel ist, um administrative Prozesse zu optimieren. Fieges Lean Manager waren unter anderem am Standort in Marklkofen.

Juni

Die Niederlassung Erfurt feierte ihr 25-jähriges Jubiläum mit einem großen Fest für alle Mitarbeiter.

**06****Juli****07**

Beim Innovationstag in Neuss drehte sich alles um das Thema Innovationen und Logistiktrends. Verschiedene Start-ups präsentierten ihre Lösungsansätze den 60 Gästen.

08**August**

Sonnige Grüße aus San Francisco: Unsere Kollegen vom IDC Worms waren gemeinsam mit Carsten Funke, CEO bei Picavi, in den USA und besuchten die Google Zentrale.





September

„To the Top“ – Sportliche Kolleginnen und Kollegen der Business Unit Omnichannel Retail haben gemäß ihrem Motto „To the Top“ gemeinsam als Team den „Top of Germany“ erklommen, sie bestiegen gemeinsam die Zugspitze.

09

Oktober

10

Sicheres Training in der dunklen Jahreszeit: Einer inklusiven Laufgruppe spendete Fiege Multifunktionshalstücher. Sie sind gut sichtbar und halten warm. Das Geld für die Spende hatten Fiege-Kollegen beim Münster Marathon erlaufen, indem sie schneller waren als die Fiege-Staffel aus Familienmitgliedern.



November

11

Movember in Castel San Giovanni: Die Mitarbeiter des italienischen Standortes unterstützen die Movember Foundation, die Forschung im Hinblick auf Prostatakrebs, Hodenkrebs, die psychische Gesundheit und Suizidprävention finanziert. Movember ist eine Wortneuschöpfung aus den englischen Begriffen Moustache und November, für Schnurrbart und den Monat. Im Monat November lassen sich Unterstützer einen Schnurrbart stehen, um auf das Thema aufmerksam zu machen. Also holten sich die Kollegen die Barbieri von La Barberia aus Piacenza an den Standort und ließen sich den Bart herrichten. Zudem spendete Fiege Italien 500 Euro an die Movember Foundation. ●

