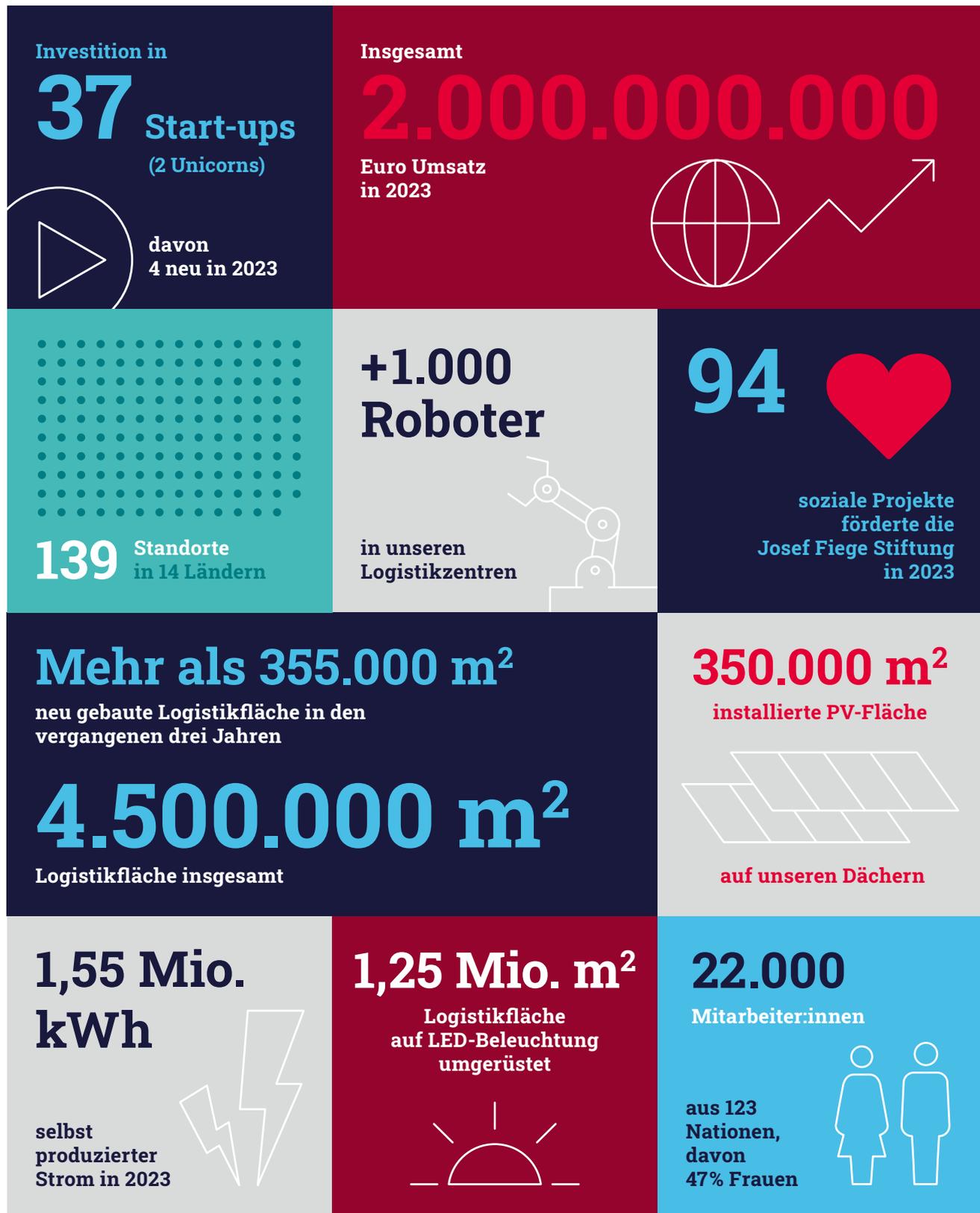


LOGO

Das **FIEGE** Magazin
Nr. 97 | 2024



FIEGE in Zahlen



Liebe Kolleginnen und Kollegen, liebe Kunden, Partner und Freunde, liebe Leserinnen und Leser,

es gibt Dinge auf der Welt, die besitzen besonderen Seltenheitswert: Polarlichter zum Beispiel, weiße Weihnachten (zumindest in Greven) oder Briefmarken wie die Blaue und Rote Mauritius. Und manchmal sogar auch noch das eigentlich so überfrachtete und überdrehte Fußballgeschäft. Großer Fußball hatte bei uns im schönen Münsterland nämlich – abgesehen vom jährlichen FIEGE Soccer Cup natürlich – entschieden zu lange Seltenheitswert, was der SC Preußen Münster im vergangenen Sommer mit dem Aufstieg in die 2. Fußball-Bundesliga eindrucksvoll korrigiert hat. Schalke 04, Hamburger SV, 1. FC Köln: Man könnte sich an die Namen, die nun Wochenende für Wochenende im Preußenstadion gastieren, gewöhnen.

Doch was bestimmt abgesehen von der Seltenheit eigentlich den Wert einer Sache? Wie bemessen wir etwa den Wert von immateriellen Gütern wie Dienstleistungen? Worauf legen unsere Kunden Wert? Und vor allem: Wie können wir für unsere Partner möglichst großen Wert – am besten einen echten Mehrwert – schaffen?

Diese Frage treibt uns täglich an und um. Und deswegen trägt auch die inzwischen 97. Ausgabe unseres LOGO Magazins den Titel „Mehr. Wert. Schaffen.“. Das Thema Mehrwert ist ein ganz zentraler Bestandteil unseres Selbstverständnisses als Dienstleister. Wir können nur dann unseren Auftrag – unseren Kunden wertstiftend zu dienen – erfüllen, wenn wir uns als Organisation bestmöglich entlang der individuellen Kundenbedürfnisse ausrichten.

Daran haben wir auch in den zurückliegenden zwölf Monaten wieder mit Feuereifer gearbeitet. Wir haben jeden Stein umgedreht und geschaut, wo weitere Optimierungspotenziale schlummern. Unser Vorstandskollege Martin Rademaker erklärt im Titelinterview ab Seite 20, wie wir dabei vorgegangen sind, was uns besonders am Herzen liegt und warum ein offener und ehrlicher Austausch mit unseren Kunden für uns so bedeutend ist. Und weil Kundenorientierung immer mit Zuhören beginnt, haben wir selbstverständlich auch unsere Partner gefragt, welche Herausforderungen aktuell bei ihnen im Fokus stehen. Einen Auszug der Antworten lesen Sie und lest Ihr ab Seite 24. Die Antworten spornen uns an, unseren Weg entschlossen weiterzugehen und uns als Unternehmen

immer wieder neu zu erfinden, um am Ende der bestmögliche Dienstleister und Begleiter für unsere Kunden zu sein und zu bleiben.

Nun wünschen wir aber erst einmal viel Spaß beim Lesen der LOGO#97, Ihnen und Euch ein fröhliches Weihnachtsfest und schon jetzt alles Gute für 2025!

Herzliche Grüße



Felix Fiege & Jens Fiege



Impressum

LOGO – Das FIEGE Magazin
Nr. 97 | Dezember 2024

Herausgeber:
FIEGE Logistik Holding Stiftung & Co. KG
Joan-Joseph-Fiege-Straße 1
48268 Greven, Germany
Telefon: +49 2571 999-0
www.fiege.com

Redaktion: Tobias Jöhren, Lukas Wilke
Autoren: Tobias Jöhren, Lukas Wilke
Fotos: FIEGE, CONTENTYOU/Kai Pohlkamp, FALKEN (Titel), Paul Masukowitz (Titel), Piratlove (S. 6/7), MS4L (S. 8/9), Vorwerk (S. 10/11), MANN+HUMMEL (S. 14/15 & 28), ROSE Bikes/Paul Masukowitz (S. 16/17), Action (S. 25), St. Franziskus-Stiftung (S. 26), Zalando (S. 29), Katjes (S. 30/31), Bierbaum-Proenen (S. 36), DNP/Frank Fendler (S. 40), Vaillant Group (S. 42/43), Suntory Global Spirits (S. 50/51), Apollo Supply Chain (S. 56)
Layout: GUCC GmbH, Münster
Druck: LUC GmbH, Greven

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. Die LOGO erscheint auch in englischer Sprache.



 natureOffice.com/DE-836-NGG6E2	Materials		g CO ₂ e per 480,32 Print product	
	Transport			
	Production			

Inhalt

FIEGE in Zahlen	2
------------------------	---

Editorial	3
------------------	---

Zeitlupe	6
-----------------	---

Mehr. Wert. Schaffen.	
• Titelinterview: „Offenheit ist die Basis“	20
• Was uns und unsere Kunden bewegt	24

Kunde im Fokus	
• MANN+HUMMEL: Den richtigen Partner an der Seite	14
• ROSE Bikes: „Wir haben uns von Anfang an sehr verstanden gefühlt“	16
• Katjes: We said jes, jes, jes	30
• Bierbaum-Proenen: Der Stoff, aus dem Erfolgsgeschichten sind	36
• Vaillant: Logistik zum warm werden	42
• Suntory Global Spirits: A perfect serve	50

Nachhaltig erfolgreich	
• Home Suite Home	18
• Zwischen Pflicht und Kür	40
• „Operative Exzellenz ist unsere Verantwortung gegenüber unseren Kunden“	52
• 50 shades of green	54

Rund um den Globus	
• Logistisch gut bewandert	38
• Giro d'Italia	44
• Über diese Brücke musst du geh'n	56
• BeNeLux good	57

Feste feiern, wie sie fallen	
• Künstliche Intelligenz, echte Transformation	32
• Wenn die EM zur Nebensache wird	46

The Power of **TRUST**

Manche Beziehungen altern, andere reifen. Auf die Partnerschaft zwischen FALKEN und FIEGE trifft definitiv Letzteres zu. 1983 wurde die Marke FALKEN als Tochtergesellschaft des japanischen Reifenherstellers Sumitomo Rubber Industries gegründet und befindet sich seitdem im Steilflug. Seit 15 Jahren ist FIEGE als Logistikdienstleister an Bord und unterstützt das kontinuierliche Wachstum von FALKEN in Europa. Der Schlüssel zum Erfolg heißt Vertrauen, erzählt Stephan Wittenbrink (5.v.r.), Managing Director des FIEGE Geschäftsbereichs Industrial: „Als wir 2009 damit begonnen haben, auf einer Fläche so groß wie ein Strafraum, Reifen für FALKEN zu lagern, war das Wachstumspotenzial für alle Beteiligten kaum greifbar. Heute bewirtschaften wir für FALKEN eine Logistikfläche von etwa 14 Fußballfeldern in mehreren Lägern in Europa und beliefern 15 verschiedene Länder. Das tiefe Vertrauen, das uns unser Kunde auf dieser Reise entgegengebracht hat und bis heute jeden Tag schenkt, ist für uns als Dienstleister die wichtigste Währung.“ Das bestätigt auch Bettina Feldmann (l.), COO von FALKEN: „Verlässlichkeit spielt eine große Rolle. Unsere Kunden verlassen sich darauf, dass sie selbst weniger in der Bestandsverantwortung sind und wir pünktlich liefern können. FIEGE ist ein verlässlicher und innovativer Partner, der uns dabei unterstützt, stets in Bewegung zu bleiben und unsere Anpassungsfähigkeit zu erhalten.“





V.l.n.r.: Bettina Feldmann (COO FALKEN), Pia Pricken (FIEGE), Kerstin Schneider (PR Specialist FALKEN), Maiko Schwindt (Supervisor OE & Quality Assurance FALKEN), Alexandra Lechermann (Business & Executive Support Manager FALKEN), Thomas Teritte (FIEGE), Martin Olivera (Supply Chain Specialist FALKEN), Malte Pellner (FIEGE), Nicole Schultz (Supervisor Market Operations Replacement FALKEN), Henning Off, Stephan Wittenbrink, Dario Faraci, Andreas Oberle, Matthias Koch, Dustin Wolters (alle FIEGE).



FAST & FORWARD Studios

FIEGE x FALKEN
15 Jahre Partnerschaft
auf der Überholspur





The Power of **LOVE**

Anlässlich der diesjährigen Europawahl haben der SC Preußen Münster, FIEGE und die Online-Plattform „Münster 4 Life“ ein Sondertrikot herausgebracht. Auf der Brust, wo sonst in großen Lettern FIEGE steht, prangte eine unmissverständliche Botschaft: Münster 4 Love. Martin Rademaker, Vorstand bei FIEGE, erklärt: „Wir sind glücklich und stolz, wie bunt und weltoffen das Münsterland ist – und wir möchten, dass das so bleibt. Deswegen war es uns wichtig, vor der Europawahl im vergangenen Juni ein klares Signal zu senden: Nächstenliebe und Toleranz sind immer der bessere Weg als Hass und Hetze. Deshalb sind wir neben dieser Aktion auch Teil der Kampagne ‚Made by Vielfalt‘, initiiert durch unseren Kunden Vorwerk, der sich mittlerweile über 120 Familienunternehmen aus Deutschland angeschlossen haben. Unser Standpunkt ist klar: Vielfalt macht uns als Unternehmen stärker – und Vielfalt ist für uns nicht verhandelbar!“

The Power of **PARTNERSHIP**



V.l.n.r.: Martin Rademaker (Vorstand FIEGE), Jörn Compernaß (COO & Board member Vorwerk International), Katharina Bäuerlein (Head of Transport & Warehouse Management Vorwerk International), Jens Fiege (Co-CEO der FIEGE Gruppe)

Ende Juli haben Vorwerk und FIEGE eine neue Lager- und Logistikimmobilie in Schwelm eingeweiht. Das Wuppertaler Familienunternehmen, dessen Name weltweit für hochwertige Haushaltsprodukte bekannt ist, trägt mit dem neuen Standort unweit seines größten Produktionswerks dem kontinuierlichen Wachstum Rechnung. „Vorwerk wächst, und Wachstum erfordert Infrastruktur, Logistik und eine gute vorausschauende Planung“, so Dr. Thomas Rodemann (4.v.r.), Mitglied des Vorstands der Vorwerk-Gruppe. Für den Betrieb des Logistikzentrums zeichnet FIEGE verantwortlich. Jens Fiege (4.v.l.), Co-CEO von FIEGE, sagt: „Wir sind sehr dankbar, dass wir mit Vorwerk seit fast 30 Jahren eine stetig wachsende Partnerschaft leben. Die Einweihung der neuen Lager- und Logistikhalle in Schwelm ist ein weiterer wichtiger Meilenstein in der strategischen Entwicklung unseres Kunden, zu dem wir dem gesamten Vorwerk Team herzlich gratulieren.“



V.l.n.r.: Dr. Thomas Rodemann (Mitglied des Vorstands der Vorwerk-Gruppe), Meike Schmidt-Krenz (Managing Director Consumer Products bei FIEGE), Christoph Mangelmans (Managing Director Fashion & Lifestyle bei FIEGE), und Philipp Debuch (Managing Director Industrial bei FIEGE).





The Power of **AUTOMATION**

Gelungene Premiere: Im September hat FIEGE das erste Mal zum „Together in Automation“-Event eingeladen. Das Ziel der neuen Eventreihe: ein offener und ehrlicher Austausch über Automatisierung in der Logistik – und das auf Augenhöhe zwischen Herstellern und Anwendern. Christoph Mangelmans (r.), Managing Director des FIEGE Geschäftsbereichs Fashion & Lifestyle, fasst die Veranstaltung mit gut 100 geladenen Gästen wie folgt zusammen: „Es ging uns nicht darum, Automatisierungslösungen zu präsentieren, die es nicht auch auf großen Logistik-Messen zu bestaunen gibt. Viel wichtiger war uns, im Live-Betrieb zu zeigen und zu diskutieren, welche Technik operativ wirklich funktioniert – und welche vielleicht auch nicht und vor allem warum nicht. So konnten wir viele wichtige Impulse und Erkenntnisse mitnehmen – beispielsweise, dass es beim Thema Automatisierung sehr stark um Flexibilität, Resilienz, Software, vertrauensvolle Partnerschaften und Mut geht. Und, dass bei aller Technik der Mensch im Mittelpunkt bleiben muss, weil am Ende der Mensch dafür sorgt, dass aus Automatisierung auch tatsächlich Erfolg erwächst.“ Ein Konzept, das laut Peter Buse (l.), COO von Snipes, aufging: „Es war eine gut organisierte Veranstaltung, die das Thema Automatisierung sehr breit aufgezeigt hat. Ich habe für die Voraussetzung und Planung von Automatisierungslösungen, speziell im Bereich Verpackung, ein paar gute Punkte mitgenommen.“



THE POWER OF AUTOMATION

Film zur Premiere unseres
„Together in Automation“-Events

Den richtigen Partner an der Seite



Entweder man findet einen Weg oder man schafft einen neuen. Dieses Motto fasst die Kooperation von MANN+HUMMEL und FIEGE vermutlich am besten zusammen. In den vergangenen neun Jahren wurde die Zusammenarbeit stetig ausgebaut. Nun haben der Weltmarktführer für Filtrationstechnik und FIEGE den Vertrag verlängert – und wappnen sich für die nächsten Herausforderungen.

Es ist heiß an diesem Sommertag im August. Stefan Hausbeck, Manager Logistics bei MANN+HUMMEL, und FIEGE Niederlassungsleiter Marc Styrnal sitzen im Bürotrakt des 2015 in Betrieb gegangenen Lieferanten-Logistikzentrums (LLZ) in Marklkofen. Von hier versorgt FIEGE die Fertigungslinien im größten Produktionswerk des Filterspezialisten bedarfssynchron mit Kaufteilen und Halbfertigwaren – rund um die Uhr, an sechs Tagen in der Woche.

Trotz der drückenden Temperaturen sind Hausbeck und Styrnal guter Dinge. Und das aus gutem Grund: Denn das LLZ erfüllt sämtliche Aufträge aus der Produktion mit einer Lieferquote von über 99 Prozent. Und das, obwohl das Team die dafür notwendige Vorlaufzeit in

den vergangenen zwei Jahren von vier auf nur noch eineinhalb Stunden reduziert hat. „Der Ehrgeiz, unsere Prozesse immer weiter zu optimieren, hört erst dann auf, wenn wir von der Produktion zu hören bekommen: Ihr seid zu schnell in der Logistik“, sagt Hausbeck und lacht.

Die Vorteile, die MANN+HUMMEL daraus zieht, liegen auf der Hand, erklärt Hausbeck: „Die Bestände bleiben so lange wie möglich im Konsignationslager. Dadurch können wir die Transportsysteme optimal auslasten, Doppelbewegungen vermeiden und den Materialumlauf im Werk auf ein Minimum reduzieren.“ Das sorgt nicht nur für mehr Platz an den Fertigungslinien, sondern auch für eine höhere Kosteneffizienz.



Effizienz trifft Nachhaltigkeit:
MANN+HUMMEL setzt
Maßstäbe in der Filtertechnik.

Planungssicherheit für anstehende Investitionen

In diesem Jahr hat MANN+HUMMEL den Vertrag mit FIEGE vorzeitig verlängert. „Das FIEGE Team in Marklkofen macht seit Beginn der Zusammenarbeit einen guten Job. Unser Dienstleister kennt das Geschäft, das Vertrauen auf beiden Seiten ist hoch“, sagt Hausbeck. Das sei auch der Grund dafür gewesen, dass FIEGE ab Januar 2025 den Betrieb in einer weiteren Produktionshalle übernehmen wird.

Noch wichtiger aber sind die anstehenden Automatisierungsprojekte, deren Finanzierung man mit der frühzeitigen Verlängerung auf sichere Beine gestellt habe. Auch Styrnal spricht deshalb von gelebter Partnerschaft: „Wir wollen einen vollautomatischen Palettenwickler anschaffen, um den teilweise noch manuellen Wicklungsprozess zu optimieren. Dadurch können wir unsere Kolleginnen und Kollegen in wertschöpfenderen Prozessen einsetzen, in denen menschliche Fähigkeiten unabdingbar sind.“

Auch der Materialtransport soll weiter automatisiert werden. Dafür suchen FIEGE und MANN+HUMMEL nach der richtigen Technologie: „Wir haben bereits mehrere Systeme im Live-Betrieb pilotiert, um wirklich sichergehen zu können, am Ende die bestmögliche Lösung für unseren Anwendungsfall zu finden“, erklärt Styrnal. Hausbeck pflichtet ihm bei: „Solche Projekte funktionieren nur gemeinsam. Und wichtig ist: Als Partner müssen beide Seiten Mut zum Risiko aufbringen und nicht Angst vorm Scheitern haben.“ Mit Erfolg: „Unsere Tests haben bereits bestätigt: Automatisierte Transporte sind in unserem LLZ wirtschaftlich darstellbar – jetzt geht es im nächsten Schritt um das Wie.“

Doppeltes Backup-Konzept für die IT

Apropos Risiko: In der Logistik funktioniert heute bekanntlich kaum noch etwas ohne Software. Vor einigen Jahren haben FIEGE und MANN+HUMMEL ein digitales Staplerleitsystem eingeführt, um auf analoge Zettelwirtschaft verzichten zu können. Doch Hausbeck weiß: „Wie wir fast jeden Tag im privaten oder beruflichen Umfeld erfahren, können IT-Systeme auch mal ausfallen. Die Produktionsversorgung ist allerdings auf Kante genäht – wenn unser LLZ keine Aufträge erfüllt, stehen relativ schnell die Fertigungslinien still.“

Um das zu vermeiden, hat MANN+HUMMEL mit FIEGE ein doppeltes Sicherheitsnetz gespannt. „Das LLZ verfügt über zwei vollständig getrennte Netzwerke mit eigenständiger Hardware. Sollte ein System ausfallen, können wir unmittelbar auf dem anderen weiterarbeiten“, erklärt Hausbeck. Sollten gleich beide Systeme Störungen haben, werden die offenen Aufträge halbstündlich in eine Textdatei heruntergeladen. Mithilfe der Informationen in dieser Datei können die Aufträge weiterhin ausgeliefert werden. Styrnal ergänzt: „Unsere Kernaufgabe ist es, den Betrieb durch eine garantierte Produktionsversorgung aufrechtzuerhalten. Daher haben wir uns mit zwei ausgereiften Backup-Konzepten handlungsfähig und robust abgesichert.“

Gemeinsam arbeiten, gemeinsam feiern

Es hat fast den Anschein, als würden die Grenzen zwischen beiden Unternehmen hier und da ein bisschen verschwimmen. Für Hausbeck hat das Methode: „Es werden auch in Zukunft große Projekte anstehen, die wir gemeinsam vorbereiten und gemeinsam umsetzen wollen. Unsere Partnerschaft profitiert von dem gegenseitigen Wissenstransfer – und nur so erzielen wir für unsere beiden Häuser das bestmögliche Ergebnis.“

Den gemeinsamen Spirit verkörperte auch das FIEGE Betriebsfest, für das sich Styrnal und sein Team in diesem Jahr etwas Besonderes haben einfallen lassen: „Anlässlich der Vertragsverlängerung haben wir auch die Kolleginnen und Kollegen aus den angrenzenden Abteilungen unseres Kunden eingeladen, um gemeinsam zu feiern. Und was bietet sich in Bayern besser an, als ein unternehmenseigenes Oktoberfest.“ Na dann: O'zapft is!

„Wir haben uns von Anfang an sehr verstanden gefühlt“



ROSE Bikes ist auf dem Vormarsch. Die Fahrradmarke aus dem nordrhein-westfälischen Bocholt erobert die Bike-Welt wie im Flug. Für einen Teil seiner Logistik setzt das 1907 gegründete Familienunternehmen seit Ende November erstmals auf einen externen Logistikdienstleister. Uwe Schmäing, Director Operations bei ROSE Bikes, erklärt, warum die Wahl auf FIEGE fiel.

Wie kam es zu dem Gedanken, einen Teil Eurer Logistik auszulagern, die Ihr bislang immer selbst abgewickelt habt?

Wir haben unseren Umsatz in den vergangenen fünf Jahren fast verdoppelt. Wir sind als Händler durch den Verkauf von Kleidung, Zubehör und Fahrrad-Ersatzteilen und natürlich vor allem durch den Verkauf unserer eigenen Fahrräder sehr stark gewachsen. Wir entwickeln uns auch nach Corona noch deutlich über dem Branchen-Schnitt. Und das hat dazu geführt, dass wir sowohl mit Blick auf unsere Lagerkapazitäten als auch mit Blick auf die logistische Abwicklung zunehmend an Limits gestoßen sind. Deshalb ist vor rund zwei Jahren die Idee entstanden, erstmals Teile unserer Logistik, nämlich unsere Handelswaren-Logistik, auszulagern

und an einen externen Dienstleister zu vergeben. Wir wollten noch mehr Ressourcen in unser Kerngeschäft investieren können – und der Kern unserer Marke ist und bleibt das Fahrrad.

Was fällt in Eurem Fall alles unter den Begriff Handelswaren?

Einfach gesagt sind das alle Teile, die keine Fahrräder sind. Das Produktportfolio reicht vom Radtrikot im Bekleidungsbereich über die Ersatzkurbel und Ritzel-Pakete im Teilebereich bis hin zu Flaschenhaltern, Reifen, Montageschlüsseln oder Fahrradträgern fürs Auto. Die Produktpalette, die es abzuwickeln gilt, ist in jedem Fall breit gefächert.

Wie ist der Kontakt zu FIEGE zustande gekommen und was hat den Ausschlag für FIEGE gegeben?

Wir haben die Entscheidung, unsere Logistik auszugliedern, sehr bewusst getroffen und dafür einen aufwendigen Prozess aufgesetzt. Für uns ist das ein großer Schritt und auch eine große Veränderung. Wir waren zu Beginn mit über 20 Logistikdienstleistern im Austausch, mit mehr als fünf haben wir später konkrete Gespräche geführt. Während des gesamten Prozesses und insbesondere auch während der Besuche und Gespräche hat sich abgezeichnet, dass FIEGE in der Breite mit sehr viel Kompetenz und Erfahrung aufwarten kann. Wir hatten zu jedem Zeitpunkt das Gefühl, dass jede Ansprechpartnerin und jeder Ansprechpartner sehr genau weiß, worauf es in ihrem oder seinem Bereich ankommt und wie das Geschäft läuft – und am Ende hat uns auch der Team-Gedanke maximal überzeugt, den wir bei FIEGE wahrgenommen haben.

Stichwort Team-Gedanke: Welche Rolle hat die Tatsache gespielt, dass sich in ROSE und FIEGE zwei Familienunternehmen aus dem Münsterland mit einer jeweils über 100-jährigen Unternehmensgeschichte getroffen haben?

Das hat auch eine Rolle gespielt. Ich glaube, dass wir als Unternehmen sehr überlappende Werte-Konstrukte oder Denkansätze haben. Eine Grundehrlichkeit, ein positives Menschenbild, gegenseitiges Vertrauen, der Kunde steht immer im Mittelpunkt, konsequentes Handeln, wenn etwas mal nicht funktioniert: Da gibt es viele Überschneidungen. Wir sind als ROSE mit gut 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sicherlich nochmal ein Stück familiärer unterwegs, als das bei FIEGE mit über 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Fall sein kann, aber trotzdem ist das Werte-Gerüst im Grundsatz sehr deckungsgleich. Auch deshalb haben wir uns während des gesamten Auswahlprozesses bei FIEGE immer sehr verstanden gefühlt.



Im Namen von ROSE:
Uwe Schmäing,
Director Operations
bei ROSE Bikes.



Zum Abschluss: Der Go-Live am FIEGE Standort in Apfelstädt ist ganz frisch erfolgt. Was ist Eure Vision, wo soll die Reise für ROSE Bikes in den nächsten Jahren hingehen?

Wir glauben, dass wir durch die Auslagerung der Handelswaren-Logistik unser Kerngeschäft noch einmal deutlich besser skalieren können, als uns das in den vergangenen Jahren bereits gelungen ist. Wir verfolgen im Fahrradgeschäft eine starke Wachstumsstrategie, die bislang voll aufgeht. Wir sind überzeugt, dass wir durch die Partnerschaft mit FIEGE unsere Flexibilität in der Logistik noch einmal deutlich erhöhen und gleichzeitig die Komplexität für uns enorm reduzieren – und somit den Fokus noch stärker auf das legen können, worin wir am besten sind: coole und hochwertige Fahrräder zu entwickeln, zu bauen und zu verkaufen.

Home Suite Home



Next Level: Mit der E-Commerce-Suite hat FIEGE eine modulare, integrierte Komplettlösung für D2C-Businesses geschaffen. Durch die Vernetzung von Software und Dienstleistungen können Onlinehändler sämtliche Prozesse transparent und kosteneffizient aus einer Hand abbilden – von der Bestellung bis zur Retoure, ganz nach individuellem Bedarf.

Eins steht außer Frage: Mit jeder zugestellten Onlinebestellung steigen auf Seiten der Empfänger:innen die Erwartungen. Shops und Händler sollen Pakete immer noch schneller, noch bequemer und noch nachhaltiger zustellen – bei Bedarf im gewünschten Zeitfenster, mit dem bevorzugten Carrier und mit maximaler Transparenz schon vor dem Klick auf den Kaufen-Button. Spielraum für Verzögerungen und Fehler gibt es keinen, dafür ist der Konkurrenzdruck in der E-Commerce-Branche zu groß.

Felix Hettlage weiß nur zu gut um das Dilemma, in dem viele D2C-Unternehmen stecken. Gemeinsam mit Boris Scholz verantwortet er als Managing Director bei FIEGE das Geschäftsfeld Digital, in dem das gesamte E-Commerce-Produktportfolio von FIEGE vereint ist. „Das E-Commerce-Geschäft wird immer komplexer. Mit Stand-alone-Lösungen kommen Onlinehändler nicht mehr weit. Wer erfolgreich sein will, muss sich auf ein nahtloses Zusammenspiel von digitalen Services, der dahinterstehenden Logistikinfrastuktur und der Dienstleistung an sich verlassen können“, erklärt Hettlage.

Customer Journey – aber wohin geht's?

Kund:innen kommen auf ihrer Reise nur ans Ziel, wenn an jedem Touchpoint einfache und vor allem kundenorientierte Prozesse auf sie warten. Fehlt an einer Weggabelung die richtige Markierung, steigen viele potenzielle Käufer:innen aus und suchen woanders ihr Glück. Hettlage sagt: „Genau hier setzen wir mit unserer FIEGE E-Commerce-Suite an. Unsere ganzheitliche Lösung vereint Software und Dienstleistung, besteht aber dennoch aus modularen und flexiblen Services, die sich beliebig kombinieren lassen. Dadurch machen wir E-Commerce um ein Vielfaches einfacher.“

Was auf den ersten Blick trivial klingen mag, ist der entscheidende Vorteil der FIEGE Lösung. Denn kein E-Commerce-Business gleicht eins zu eins dem anderen: verschiedene Produkte, verschiedene Bestands- und Drittsysteme, verschiedene Verkaufskanäle, verschiedene Wachstumspläne. „D2C-Einsteigern bieten wir mit unserer E-Commerce-Suite Zugang zu Lösungen, die aus Kostengründen bislang den großen Playern vorbehalten

waren. Etablierte Onlinehändler wiederum erhalten je nach Bedarf das Rundum-sorglos-Paket oder dedizierte Einzelservices – verbunden mit der Sicherheit, dass wir jegliche Skalierungsstufe mitgehen können“, sagt Hettlage. „Dadurch sind wir der ideale Partner für alle Unternehmen, die ihr Onlinegeschäft strategisch auf- und ausbauen möchten.“

Value Chain – sämtliches Potenzial ausschöpfen

Auch für Händler, die in den europäischen Markt einsteigen möchten, dient die E-Commerce-Suite als passgenaue Lösung. Hettlage erklärt: „Wir können die notwendige Software und die erforderlichen Dienstleistungen nach individuellen Anforderungen kombinieren. Unsere Kunden bekommen genau das – und eben auch nur das –, was sie wirklich benötigen. Das sorgt für Flexibilität und finanzielle Sicherheit.“

Das Angebot umfasst die gesamte Wertschöpfungskette des digitalen Handels: von Marktplatzlösungen, Omnichannel- und Stock-Management über E-Commerce-Fulfillment und Paketversand bis hin zu Finanzdienstleistungen, Carrier Claims Management und Customer Service. Auch datenbasierte Tools zur Optimierung des Versandprozesses wie der Pickup Navigator sind in der Suite enthalten. Nutzbar ist alles über nur ein Interface, also eine übersichtliche Oberfläche, mit der alle Aktivitäten im Blick bleiben. Boris Scholz ergänzt: „In dieser Tiefe und Modularität ist die FIEGE E-Commerce-Suite einzigartig am Markt. Der Begriff Next-Level-E-Commerce beschreibt es vermutlich am treffendsten.“



Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette des digitalen Handels: von E-Commerce-Fulfillment bis zu KI-basierten Tools für den Paketversand.

Unterstützt durch Künstliche Intelligenz

Mittlerweile setzt FIEGE auch vermehrt auf intelligente Technologien, um das Dienstleistungsangebot weiter zu optimieren. „Der große Vorteil ist unsere jahrelange Erfahrung. Wir haben früh die Fähigkeit entwickelt, digitale Trends aufzugreifen und auf die Bedürfnisse unserer Kunden abzustimmen. Das hilft uns nun auch im Zeitalter von Künstlicher Intelligenz“, sagt Scholz.

Für den optimalen Paketversand hat FIEGE bereits eigene marktfähige Lösungen am Start, wie Risk AI. „Das Tool für Risikomanagement kombiniert Datenquellen wie Wettervorhersagen, Staumeldungen oder Streikankündigungen“, erzählt Scholz. „Dadurch sind frühzeitige Korrekturen und Umleitungen über alternative Hubs, Carrier oder Touren möglich – und die Sendung kommt trotzdem auf schnellstem Wege an.“ Als Teil von Communicate AI informiert das Risikomanagement Endkund:innen sowie andere Partner proaktiv und automatisiert über gefährdete Sendungen, was die Zufriedenheit erhöht und Serviceanfragen reduziert.

Aber wie findet man überhaupt den bestmöglichen Paketdienstleister für eine E-Commerce-Sendung? Vor allem dann, wenn Performance oder Preise schwanken und viele Empfänger:innen individuelle Präferenzen haben? Auch hierfür arbeitet FIEGE bereits an einer KI-basierten Lösung, wie Scholz erklärt: „Die Herausforderung ist, den optimalen Carrier-Mix im laufenden Prozess sicherzustellen. Unser Tool Hero AI soll mithilfe von Künstlicher Intelligenz automatisch nachjustieren, wenn sich auf Seiten des Partners hinsichtlich Kosten, Laufzeit oder Qualität die Prioritäten ändern.“ Damit Onlinehändler der Konkurrenz immer einen Schritt voraus sind.

„Offenheit ist die Basis“



Wie schafft man Mehrwert für seine Kunden? Was zeichnet eine gute Partnerschaft aus? Und was wird in Zukunft entscheidend sein, um als Dienstleister erfolgreich zu sein? Martin Rademaker, Vorstand bei FIEGE, spricht im Interview über Herausforderungen und Erfolgsformeln – und er erklärt, warum Kunden-Feedback die wichtigste Währung ist.

Das Jahr neigt sich dem Ende entgegen. Was bleibt besonders in Erinnerung, was waren Deine persönlichen Highlights in 2024?

Jeder, der mich auch nur ein bisschen kennt, weiß, dass der Aufstieg von Preußen Münster in die 2. Bundesliga natürlich ein absolutes Highlight war – sorry, first things first! (lacht) Wenn ich auf die beruflichen Höhepunkte schaue, lande ich immer bei Dingen, die zusammen mit unseren Kunden passieren. Hinter uns liegt ganz gewiss ein sehr herausforderndes Jahr. Der Druck im Markt ist für alle spürbar. Was für mich dann immer besonders ist, sind die Dinge, die aus diesen Herausforderungen entstehen. Wenn wir uns zusammen weiterentwickeln, zum Beispiel durch gemeinsame Automatisierungsprojekte.

Und natürlich auch, wenn wir neue Kunden für uns begeistern können. Das ist immer ein Highlight. Dabei denke ich etwa an Hisense, an OACE, mit denen wir innerhalb von nur zwei Wochen nach Vertragsunterzeichnung live gegangen sind, oder an ROSE Bikes, um nur drei Beispiele zu nennen. Insgesamt haben wir im vergangenen Jahr viele tolle Geschäfte gewinnen und Kundenprojekte umsetzen können. Wir haben für Action und SEPHORA neue Standorte in Italien eröffnet, wir haben unser neues Logistikzentrum in Bülach in der Schweiz eingeweiht und wir haben für unseren langjährigen Kunden Vorwerk ein neues Lager in Schwelm in Betrieb genommen. Es gibt viele Höhepunkte aus 2024, die in Erinnerung bleiben.

Ganz allgemein: Was waren oder sind die größten Herausforderungen, vor denen wir als Logistikdienstleister stehen?

Die generelle konjunkturelle Lage bekommt ein relevanter Teil unserer Kunden zu spüren. Es gab in diesem Jahr leider auch Unternehmen, die deutliche Mengenrückgänge zu verzeichnen hatten oder sogar Insolvenz anmelden mussten. Entscheidend ist, dass wir unsere Kunden gerade auch in solchen Zeiten als Dienstleister eng begleiten und bestmöglich unterstützen. Gleichzeitig sehen wir auch Kunden, die trotz der aktuell herausfordernden Zeit erfolgreich sind, die weiter wachsen und mit denen wir neue Standorte eröffnen. Insgesamt profitieren wir davon, dass wir als Gruppe über mehrere Branchen hinweg robust aufgestellt sind und Kundengeschäfte flexibel skalieren können.

Wie kann KI dabei helfen, Mehrwert zu schaffen? Darüber wurde auch beim FAST & FORWARD, dem alljährlichen FIEGE Austauschformat, mit Kunden, Partnern und Start-ups diskutiert.

Der Titel dieses Heftes lautet „Mehr. Wert. Schaffen.“ Wie definierst Du für Dich den Begriff Mehrwert und wie können wir ihn als Logistikdienstleister für unsere Kunden kreieren?

Mehrwert ist etwas sehr Individuelles. Es gibt dafür keine allgemeingültigen Standards, sondern jeder Kunde definiert ihn auf seine eigene Art. Deshalb ist unsere Mission – we are obsessed with creating value for our customers – so aufregend und deswegen bereitet sie uns auch so viel Freude. Unter dem Strich ist es eigentlich egal, wie der Kunde für sich Mehrwert definiert, entscheidend ist in erster Linie, dass wir ihn für den Kunden schaffen und der Kunde sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren kann. Dafür sind wir da. Wir sind Dienstleister. Wir haben kein strahlendes Produkt, das wir verkaufen oder ins Schaufenster stellen können, sondern wir schaffen Mehrwert für unsere Kunden, indem wir der bestmögliche Dienstleister sind.

Wie machen wir das? Indem wir zuhören und die richtigen Fragen stellen, um für jeden Kunden individuell herauszufinden, welchen Mehrwert wir bieten können. Bei einem Kunden ist es die reine Kosteneffizienz, bei einem anderen ist es die Möglichkeit, sein Geschäft flexibel skalieren zu können. Beim nächsten ist es die Digitalisierung und beim übernächsten ist es die Erschließung neuer Vertriebskanäle. Unsere Aufgabe ist es, die jeweiligen Bedürfnisse zu identifizieren und anschließend unseren Teil dazu beizutragen, dass diese Bedürfnisse bestmöglich bedient werden.



Was würdest Du sagen: Worin sind wir richtig gut, wo können wir vielleicht noch besser werden?

Der COO eines großen Unternehmens hat mir mal erklärt, wie wir zu seinem wichtigsten Logistikpartner geworden sind. Er hat gesagt: „Ihr seid schnell im Lösungen finden – fast in fixing.“ Das ist eine große Stärke von uns: Wir denken immer lösungsorientiert und finden zügig Antworten auf die Herausforderungen unserer Kunden. Und wenn mal etwas nicht perfekt funktioniert, was zu unserem Geschäft dazu gehört, reagieren wir darauf schnell und pragmatisch. Außerdem profitieren wir davon, dass wir eine gute Kundennähe haben. Das macht es einfacher, auch schwierigere Zeiten zusammen durchzustehen und Herausforderungen gemeinsam und entschlossen anzugehen.

Und wo ist noch Luft nach oben?

Jeder Prozess lässt sich immer noch ein bisschen weiter optimieren. Dauerhafte Verbesserung und das Streben nach operativer Exzellenz haben keine natürliche Obergrenze, es gibt keine Ziellinie. Das ist der Grundgedanke von Lean Management – und deshalb werden wir nicht aufhören, uns weiterzuentwickeln. Ich sehe das aktuell an sehr vielen Stellen bei uns in der Organisation, weil wir zum Beispiel die Ergebnisse und Erkenntnisse unserer Customer Survey dafür nutzen, um die Wünsche unserer Kunden noch stärker in den Fokus zu rücken und operativ noch besser und effizienter zu werden.

Stichwort Customer Survey: Auch dieses Jahr haben wir unsere Kunden wieder um ihre Meinung und ihr Feedback gebeten. Was sind die wichtigsten Learnings?

Wir haben eine hohe Kundenzufriedenheit, das ist für uns die wichtigste Kennzahl überhaupt, und der Trend ist weiter positiv. Darüber freue ich mich sehr, weil es zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Was mich außerdem freut, ist, dass wir 2024 eine sehr positive Entwicklung bei den Kunden feststellen konnten, die ein Jahr zuvor zum Teil noch nicht so zufrieden mit unserer Leistung waren. Das führt uns eindrucksvoll vor Augen, wie wichtig es ist, dass wir gut zuhören, dass wir Feedback von unseren Kunden annehmen und damit arbeiten – und, dass wir in den Austausch gehen und gegenseitig Vertrauen und Verständnis aufbauen. Denn, und das ist auch eine spannende Erkenntnis, die Kunden, die uns am detailliertesten Feedback geben, sind im Durchschnitt unsere zufriedensten Kunden. Je besser wir die Bedürfnisse unserer Kunden kennen und verstehen, desto besser sind wir auch darin, Mehrwerte für sie zu schaffen. Deswegen bin ich so dankbar, wenn uns Kunden ehrlich spiegeln, was gut und was vielleicht auch noch nicht so gut läuft. Das Feedback hilft uns ungemein.

Wir haben viele Kunden, mit denen wir teilweise seit mehreren Jahrzehnten zusammenarbeiten. Was zeichnet für Dich eine gute und erfolgreiche Partnerschaft mit einem Kunden aus?

Offenheit. Ich glaube, das ist die Basis. Wenn man offen miteinander redet, dann entsteht Vertrauen. Wir reden also neben operativer Exzellenz, die natürlich immer gewährleistet sein muss, sehr stark über die Beziehungsebene. Es geht um die Beziehung, die wir zu unseren Kunden haben. Ein ehrlicher und offener Austausch ist immer die Grundlage dafür, dass sich eine Partnerschaft gut entwickeln kann. Es ist ein People Business, die Menschen auf beiden Seiten müssen zueinander passen. Und darüber hinaus müssen wir selbstverständlich in der Lage sein, die Herausforderungen zu meistern, die unsere Kunden haben. Wir müssen bereit sein, schnell auf Veränderungen beim Kunden einzugehen und zu reagieren. Wir müssen beweglich und flexibel bleiben, damit der Bedarf des Kunden zu jeder Zeit im Mittelpunkt steht – nur dann sind wir der bestmögliche Partner.

„Je besser wir die Bedürfnisse unserer Kunden kennen und verstehen, desto besser sind wir auch darin, Mehrwerte für unsere Kunden zu schaffen.“





Hat sich da über die Jahre etwas verschoben oder ist die Basis für gemeinsamen Erfolg immer dieselbe geblieben?

Was sich extrem verändert hat, sind die Rahmenbedingungen, in denen der Erfolg entstehen soll. Die Anforderungen sind heute ganz andere als früher. Die Geschwindigkeit ist viel höher, es gibt deutlich kürzere Planungszyklen. Zusätzlich mussten wir uns in den vergangenen Jahren mit großen Disruptionen auseinandersetzen. Corona, der schreckliche Krieg in der Ukraine, Inflation, der eskalierende Nahostkonflikt: Jede Generation hat ihre ganz eigenen Herausforderungen – und das Tempo, mit dem alles passiert, ist gerade immens hoch. Was sich allerdings nicht verändert hat: Die Beziehungsebene ist weiterhin die entscheidende. Die Beziehung zu unseren Kunden, zu unseren Partnern, zu unseren Kolleginnen und Kollegen, das ist über Generationen hinweg die Grundlage für unseren Erfolg geblieben. Dazu kommt unser Anspruch an uns selbst. Wir wollen als Unternehmen in Bewegung bleiben und wir erfinden uns immer wieder neu – mittlerweile seit 151 Jahren.

„Die Herausforderungen, die vor uns liegen, bewältigen wir nur gemeinsam – und es ist wichtig, dass wir uns das immer wieder bewusst machen, weil wir nur so erfolgreich bleiben können.“

Flexibilität durch Automatisierung: Skalierbare Lösungen wie AutoStores oder Roboterarme arbeiten bei FIEGE „Hand in Hand“ mit 22.000 menschlichen Kolleginnen und Kollegen.

Was wird in Zukunft entscheidend sein, damit wir weiterhin Mehrwerte für unsere Kunden schaffen können?

Wir arbeiten gerade sehr akribisch daran, unsere Organisation noch näher am Kunden auszurichten, damit wir immer noch ein bisschen besser verstehen, was unsere Kunden und die, die es hoffentlich werden, brauchen. Und wir werden noch schneller auf Veränderungen und – oft plötzliche – Herausforderungen auf Kundenseite reagieren müssen, als wir es heute schon können. Unsere Kunden werden zukünftig eine noch höhere Flexibilität von uns erwarten, damit müssen wir umgehen können. Hinzu kommen die großen Themen, die uns alle beschäftigen und umtreiben: Digitalisierung, Automatisierung, Künstliche Intelligenz und Nachhaltigkeit. Außerdem möchten und müssen wir unsere Position als attraktiver Arbeitgeber weiter festigen. Für die Aufgaben, die vor uns liegen, brauchen wir ein starkes Team – und wir wollen auch auf einem angespannten Arbeitsmarkt die Kolleginnen und Kollegen finden und langfristig an uns binden, die am besten zu uns passen.

Welche Rolle spielen Kooperationen mit anderen Unternehmen wie beispielsweise Start-ups?

Eine sehr zentrale. Wir sind ein partnerschaftlich getriebenes Unternehmen. Die Zusammenarbeit mit unseren Partnern und Lieferanten ist extrem bedeutend. Wenn wir zum Beispiel über Automatisierung sprechen, dann schaffen wir das nicht alleine, sondern wir brauchen starke Partner an unserer Seite, mit denen wir zusammen Lösungen entwickeln, testen und zur Marktreife führen. Das gilt genauso für den gesamten Innovations- und Weiterentwicklungsprozess, in dem zum Beispiel Kooperationen mit Start-ups superwichtig sind. Entscheidend ist: Die Herausforderungen, die vor uns liegen, bewältigen wir nur gemeinsam – und es ist wichtig, dass wir uns das immer wieder bewusst machen, weil wir nur so erfolgreich bleiben können.

Aufgaben unserer Zeit

Nachhaltigkeit fördern, dem Fachkräftemangel trotzen, Künstliche Intelligenz wertstiftend nutzen, Vielfalt leben, Innovation wagen und positive Kundenerlebnisse schaffen: Die Liste der Herausforderungen, vor denen Unternehmen stehen, ist lang. Wir haben unsere Kunden gefragt, welche Themen sie in diesem Jahr besonders beschäftigt haben – und haben diese Frage auch uns selbst gestellt.

Nachhaltige Zukunft

„Action ist auf dem Weg, immer mehr Kundinnen und Kunden ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern. Unser Erfolgsrezept aus Produkten des täglichen Bedarfs sowie Non-Food-Artikeln, die das tägliche Leben einfacher oder angenehmer machen, kommt überall gut an. Unsere Kundinnen und Kunden schätzen Action, weil wir immer den niedrigsten Preis bieten.

Wir investieren in eine transparente Lieferkette, in Produktqualität und in Nachhaltigkeit. Unsere Baumwolle zum Beispiel beziehen wir zu 100 Prozent aus verantwortungsvollen Quellen und unsere Schokolade – sowohl für unsere eigenen Action Marken als auch die unserer Lieferanten – stammt zu 100 Prozent aus fairem Handel. Zudem nutzen sämtliche unserer Stores energiesparende LED-Beleuchtung und mehr als 99 Prozent davon sind vom Gasnetz getrennt. Wir machen schnelle Fortschritte bei der Verwirklichung unseres Ziels, die CO₂-Emissionen für unsere eigenen Aktivitäten bis 2030 um 60 Prozent zu reduzieren.

Im Herbst bereiten wir uns auf die verkaufstärkste Zeit in unseren Geschäften vor: die Weihnachtsfeiertage. Nachdem die letzten Jahre von der Inflation getrieben waren, konnte Action im vergangenen Jahr viele Preise senken. Das bedeutet, dass unser Wachstum auf einer Steigerung des Absatzes fußt: Wir verkaufen mehr Produkte an mehr Kunden in mehr Geschäften. Alle Partner entlang unserer Lieferkette unterstützen uns dabei, unsere Kunden bestmöglich zu bedienen. Alle geben ihr Bestes, um das steigende Absatzvolumen zu bewältigen – ein Erfolg, der uns gleichermaßen stolz macht und begeistert!



Die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden ist das, was uns bei Action antreibt. Alle Kolleginnen und Kollegen in der Distribution, darunter natürlich auch Ihr, spielen dabei eine Schlüsselrolle – und dafür möchte ich mich herzlich bedanken!“

Hajir Hajji

CEO
Action

Verantwortung leben

„Die Franziskus Stiftung Münster hat von ihren Gründerinnen, den Mauritzer Franziskanerinnen, den Auftrag bekommen, sich für das Wohl kranker, pflegebedürftiger, behinderter und benachteiligter Menschen einzusetzen.

In Zeiten des immer stärker um sich greifenden Fachkräftemangels müssen neue Ansätze gefunden werden, diesem Auftrag nachzukommen. Immer wichtiger werden dabei über den einzelnen Krankenhausstandort hinausgehende, innovative standort- und sektorenübergreifende

Kollaborationen zur Sicherstellung der ambulanten und stationären Versorgung der medizinischen Fachgebiete in einer gesamten Region. Hierdurch kann die Qualität der Versorgung verbessert werden. Gleichzeitig ermöglicht dieser Ansatz die Etablierung attraktiver flexibler Arbeitszeitmodelle und Weiterbildungsrotationen. Digitale Anwendungen, zum Beispiel im Bereich der Telemedizin, eröffnen immer größere Chancen zur Unterstützung der Behandlungsprozesse im Rahmen der Kollaborationen zum Wohle der Patienten und der Mitarbeitenden.

Insgesamt wird ein Umfeld professioneller Leistungserbringung geschaffen, das nicht nur für die bereits tätigen Kolleginnen und Kollegen, sondern auch für Fachkräfte in Ausbildung und internationale Fachkräfte hoch attraktiv ist.“



Dr. Nils Brüggemann

Vorstandsvorsitzender
St. Franziskus-Stiftung Münster

Spannungsfeld Künstliche Intelligenz

„Kaum etwas treibt unsere Gesellschaft so sehr um wie Künstliche Intelligenz. Auch wir haben uns in diesem Jahr intensiv mit der Frage auseinandergesetzt, wie wir KI gewinnbringend für uns und unsere Kunden nutzen können. Besonders wertvoll war dafür einmal mehr unser alljährliches Austauschformat FAST & FORWARD. Unter dem Motto ‚Beyond the buzz: How Artificial Intelligence is changing industries‘ haben wir gemeinsam mit Kunden, Partnern und Start-ups über Chancen und Herausforderungen von KI diskutiert. Eine wichtige Erkenntnis: Niemand kann exakt vorhersagen, wie die KI-Zukunft aussieht. Deshalb müssen wir offen sein, uns herantasten und viel Neues ausprobieren.“

Über unseren AI-Demand-Prozess haben wir bei FIEGE einen Weg geschaffen, um vielversprechende Use Cases in unserer Organisation zu identifizieren, zu bewerten und in die Tat umzusetzen – immer unter der Voraussetzung, dass sie unsere Kolleginnen und Kollegen bei ihrer täglichen Arbeit unterstützen und einen Mehrwert für unsere Kunden liefern. Aktuell testen wir KI-Anwendungen in der Routenoptimierung oder durch den Einsatz intelligenter Pick-Roboter. Zudem bieten wir in unserem Geschäftsfeld Digital erste eigene KI-Produkte am Markt an, wie beispielsweise unser Risikomanagement-Tool Risk AI.

Eine wichtige Grundlage für all diese Bemühungen sind unsere unternehmenseigenen KI-Richtlinien, mit denen wir einen verantwortungsvollen Umgang mit KI sicherstellen, ohne die Risiken außer Acht zu lassen. Denn für uns ist entscheidend: Der Mensch steht auch weiterhin im Mittelpunkt unseres Handelns – und dabei soll es bleiben.“



Jens Fiege

Co-CEO
FIEGE

Vielfalt als Stärke

„Im Superwahljahr 2024 haben uns die politischen Verhältnisse in unserer Gesellschaft besonders beschäftigt. Neben der EU-Wahl durften viele Menschen in Deutschland auch in drei Landtags- und mehreren Kommunalwahlen ihre Stimme abgeben – und können das bei der vorgezogenen Bundestagswahl bald wieder tun. Der Jahresbeginn 2024 hierzulande war geprägt von Demonstrationen gegen Rechtsextremismus, die eindrucksvoll gezeigt haben, dass Demokratie nicht selbstverständlich ist. Wir bei FIEGE haben dies zum Anlass genommen, unsere Haltung noch deutlicher zu zeigen und für unsere freiheitlich-demokratische Grundordnung einzustehen.“

Im Mai haben wir uns als Unternehmen der Charta der Vielfalt angeschlossen. Im Juni haben wir unter dem Motto ‚Münster 4 Love‘ gemeinsam mit dem SC Preußen Münster und Münster 4 Life ein Sondertrikot gegen Hass und Hetze herausgebracht. Und im August haben wir auf Initiative unseres langjährigen Kunden Vorwerk gemeinsam mit vielen deutschen Familienunternehmen durch die bundesweite Kampagne ‚Made by Vielfalt‘ ein deutliches Zeichen für eine tolerante, solidarische und welt-offene Gesellschaft gesetzt.

Wir sind stolz und dankbar, dass in unserem Familienunternehmen über 22.000 Menschen aus 123 Nationen jeden Tag zusammen ihr Bestes geben. Diese Vielfalt macht das Arbeiten bei FIEGE besonders und uns gemeinsam erfolgreich. Sie trägt entscheidend dazu bei, dass wir stets die bestmögliche Leistung für unsere Kunden erbringen – Vielfalt ist ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. Daher ist es unsere Aufgabe, diese Werte zu schützen!“



Felix Fiege

Co-CEO
FIEGE

Innovation first

„Innovation spielt eine zentrale Rolle in unserem kundenzentrierten Transformationsprozess. Unternehmen, die sich nicht auf Innovation konzentrieren, werden angesichts wachsender Anforderungen und sich dramatisch schnell änderndem Kundenverhalten bald vom Markt verschwinden.

Aus einem technologiegetriebenen Umfeld kommend, ist es für uns ein besonders herausfordernder Lernprozess, nicht das Produkt, sondern die Problemlösung in den Vordergrund zu stellen – und unsere Mission, ‚das Nützliche vom Schädlichen zu trennen‘, zu leben und Wertschöpfung zu schaffen. Diese Verantwortung treibt uns an, bestehende Lösungen zu verbessern und mutig verschiedene Ansätze für unterschiedliche Kunden zu entwickeln und zu wagen. Entscheidend sind unsere Schlüsseltechnologien ‚Filtration und Separation‘, die uns den Zugang zu einer Vielzahl von Märkten öffnen.



Wir bauen in der Folge nicht nur unsere führende Position aus, sondern schaffen mit unserer Kernkompetenz einen gesellschaftlichen und ökologischen Mehrwert für eine nachhaltigere Zukunft.“

Thomas Fischer

Aufsichtsratsvorsitzender
MANN+HUMMEL

Einkaufserlebnis Next Level

„Wir haben in diesem Jahr unsere Strategie weiterentwickelt, um auf unseren beiden Wachstumsfeldern B2C und B2B das führende E-Commerce-Ökosystem für den europäischen Mode- und Lifestyle-Markt aufzubauen. Der Schritt vom Plattform-Modell zum E-Commerce-Ökosystem ermöglicht uns, einen noch größeren Teil des Online-Marktes für Mode und Lifestyle zu bedienen.

Im B2C-Bereich setzen wir auf Qualitätsangebote entlang der gesamten Customer Journey. Dazu gehören

auch schnelle, zuverlässige Liefer- und Rücksendeoptionen, die sich an den lokalen Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden.

Logistik spielt auch in unserem B2B-Angebot eine zentrale Rolle. Unsere neue B2B-Marke ZEOS bündelt unsere Fähigkeiten zu einem Betriebssystem für die Mode- und Lifestyle-Branche – von der Integration in verschiedene Marktplätze bis hin zur Abwicklung von Bestellungen. Damit ermöglichen wir E-Commerce-Transaktionen auf und außerhalb von Zalando.

Auch dank der umfassenden Logistikexpertise unseres langjährigen Partners FIEGE befinden wir uns auf einem sehr guten Weg und freuen uns darauf, das Einkaufserlebnis für unsere Kundinnen und Kunden gemeinsam auf das nächste Level zu heben.“



David Schröder

Co-CEO
Zalando

We said jes, jes, jes

Unter Naschkatzen sind Fruchtgummis und Lakritze von Katjes heiß begehrt. Der Süßwarenhersteller aus Emmerich am Rhein, der früh auf komplett vegetarische und meist sogar vegane Produkte setzte, zählt zu den beliebtesten Marken auf dem deutschen Zuckerwarenmarkt. Seine Logistik hat Katjes vor genau 30 Jahren FIEGE anvertraut – und es ist eine gemeinsame Erfolgsgeschichte geworden.

Süßes, sonst gibt's Saures – bei Katjes löst der Halloween-Klassiker keinerlei Schaudern aus. Die vegetarischen und veganen Fruchtgummis des Emmericher Süßwarenherstellers gibt es in allen möglichen Formen, Farben und Geschmacksrichtungen. Besonders bekannt und beliebt sind sicherlich die namensgebenden „kleinen Kätzchen“, die ursprünglich auf einem alten Lakritzrezept italienischer Vorfahren aus Sizilien basierten.

Durch das stetige Unternehmenswachstum war Katjes Anfang der 1990er Jahre auf der Suche nach einem langfristigen Partner mit besonderer Expertise in der Kontraktlogistik. „FIEGE hatte als Pionier in diesem Bereich bereits ein tragfähiges Konzept entwickelt, das uns schnell überzeugt hat. Deshalb haben wir uns 1994 für einen Dienstleisterwechsel entschieden“, erinnert sich Roland Nieuwenhuis, Leitung Logistik bei Katjes.

Logistik – Marke Eigenbau

Das Geschäft, damals mit einem Volumen von wenigen Tausend Paletten, brachte FIEGE zunächst in seiner Niederlassung in Bocholt unter, das nur eine halbe Stunde von Emmerich entfernt liegt. Markus Bruns, FIEGE Projektmanager für Katjes, erzählt: „Unser Standort in Bocholt ist seit jeher ein zentrales Drehkreuz für FMCG-Logistik in der FIEGE Welt. Da wir hier auch für andere Kunden aus dem Lebensmittelbereich tätig waren, konnten wir für Katjes auf Anheb wertvolle Synergien heben, beispielsweise durch Konsolidierungen im Transportbereich.“



Der Plan ging auf und trug nicht nur Fruchtgummis, sondern auch Früchte. Parallel setzte Katjes den Expansionskurs fort – neben weiterer Absatzsteigerung auch durch den Zukauf bekannter Marken wie Villosa (SALLOS und Hustelinchen), Frigeo (Ahoj-Bräuse) oder WICK. Nieuwenhuis sagt: „Als die Kapazitäten in Bocholt allmählich an ihre Grenzen stießen, kam FIEGE mit der Idee auf uns zu, ein neues Logistikzentrum in unmittelbarer Nähe zu unserem Produktionswerk in Emmerich zu bauen.“



Mach die Dinge doch mal anders: Katjes-Produkte sind im Trend – unter Alpaka-Fans genauso wie beim FIEGE Soccer Cup.



An seinem Stammsitz produziert der Süßwarenhersteller gut 80 Prozent des gesamten Sortiments. Der erste Spatenstich für den Neubau mit Multi-User-Struktur wurde Anfang 2019 gesetzt – gut ein Jahr später zogen die ersten Waren ein. Heute lagern auf etwa zwei Dritteln der Gesamtfläche des Gebäudes Paletten mit Katjes-Produkten, das Volumen hat sich über die vergangenen drei Jahrzehnte mehr als verdreifacht. „Neben der Lagerhaltung übernimmt FIEGE für uns auch die Transportorganisation in Deutschland und Österreich. Hinzu kommen Value Added Services wie Umpacken, Etikettieren, Qualitätskontrollen und Display-Bau“, berichtet Nieuwenhuis.

Der Leistungsumfang wächst

Pro Tag liefern rund 15 Shuttle frisch hergestellte Katjes-Ware aus den Produktionsanlagen an. Für die keine zwei Kilometer lange Strecke benötigen die Lkw weniger als fünf Minuten. Bruns sagt: „Durch die räumliche Nähe können wir mit unserem Kunden regelmäßige Vor-Ort-Termine wie Monatsmeetings und Arbeitsplatzbegehungen, sogenannte Gemba-Walks, durchführen. Das beflügelt die Partnerschaft, weil wir Probleme und Verbesserungsvorschläge direkt und unkompliziert besprechen können – es ist eine Win-Win-Situation.“

Anfang dieses Jahres haben Katjes und FIEGE die Zusammenarbeit auch auf den E-Commerce-Bereich ausgeweitet. „Unser Kunde hat uns das Fulfillment für die drei Onlineshops Katjes, Ahoj-Brause und SALLOS anvertraut. Da wir jahrzehntelange Erfahrung in der E-Commerce-Branche haben, konnten wir die Abwicklung schnell aufgleisen und in die bestehenden Prozesse integrieren“, erzählt Bruns. Mehrere Tausend dieser süßen Pakete hat FIEGE im ersten Halbjahr verschickt.



Nachhaltig naschen

Um das Produktionsvolumen in Emmerich weiter zu steigern, hat das Familienunternehmen im April einen zweistelligen Millionenbetrag in die Hand genommen. Und auch den Vertrag mit FIEGE hat der Süßwarenhersteller vorzeitig verlängert. Nieuwenhuis sagt: „Der Name Katjes verbindet Tradition und Innovationskraft. Es ist eine Eigenschaft, die wir mit FIEGE teilen. Wir wollen unsere gesamte Wertschöpfungskette noch effizienter machen – und dafür brauchen wir langfristige Planungssicherheit.“

In den vertrauensvollen Gesprächen zwischen Katjes und FIEGE spielen laut Bruns auch Themen wie Automatisierung und Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle: „Zustelloptimierung und Transportauslastung sind wichtige Punkte auf unserer gemeinsamen Agenda. Auf Kurzstrecken setzen wir in der Distribution für Katjes auch einen unserer emissionsfreien E-Lkw ein.“ Der Projektmanager freut sich über das Jubiläum der Zusammenarbeit und die anstehenden Aufgaben: „Wir sind sehr dankbar für das Vertrauen, das uns unser Kunde seit nun mehr 30 Jahren entgegenbringt. Das macht unsere Partnerschaft aus.“ Es scheint, als wollten Katjes und FIEGE zusammen alt (oder noch älter) werden.



Künstliche Intelligenz, echte Transformation



Im alten Güterbahnhof „Von Greifswald“ findet zum sechsten Mal das FAST & FORWARD statt. FIEGE hat rund 250 internationale Gäste zum jährlichen Networking-Event nach Berlin geladen. Titel der Veranstaltung: „Beyond the buzz: How Artificial Intelligence is changing industries“. Es wird diskutiert, gearbeitet, laut gedacht – und am Ende eines austauschreichen Tages bleiben viele wertvolle Impulse.

Our data. Our power. So steht es in großen weißen Lettern auf den großen türkisfarbenen Würfeln, die von der Decke des alten Güterbahnhofs hängen. Und weiter: We innovate. We transform. Die Kulisse im „Von Greifswald“ ist dafür fast wie gemalt. Die Event-Location in Berlin, in die der Logistikdienstleister FIEGE bereits zum sechsten Mal zum FAST & FORWARD geladen hat, ist ein gutes Beispiel dafür, wie Transformation gelingen kann, wenn man neue und mutige Wege geht. Früher wurden hier Güter verladen, heute tagen, feiern und treffen sich hier Menschen in einem ganz besonderen Ambiente.

Das FIEGE Austauschformat steht 2024 unter dem Motto „Beyond the buzz: How Artificial Intelligence is changing industries“. Und gleich zu Beginn wird deutlich, wohin die Reise an diesem Tag gehen wird. „Wir möchten mit dem FAST & FORWARD eine Netzwerk- und Austausch-Plattform bieten, um Menschen aus unterschiedlichen Bereichen und Branchen zusammenzubringen, die sonst vielleicht nicht miteinander sprechen würden“, sagt Co-CEO Jens Fiege, der das 150 Jahre alte Familienunternehmen gemeinsam mit seinem Cousin Felix Fiege führt, bei der Begrüßung. Wenn diese Menschen einen Tag lang intensiv miteinander arbeiteten und ihre Expertisen miteinander teilten, dann entstünden nicht nur wertvolle neue Kontakte, sondern auch viele spannende Ideen, erklärt Jens Fiege. „Das gilt insbesondere auch für das Thema KI, das uns alle beschäftigt und aus unserer Welt nicht mehr wegzudenken ist.“ Künstliche Intelligenz werde, das gelte nicht nur für FIEGE, sehr viel verändern. Den Markt, die Arbeitswelt, Produkte, Dienstleistungen. „Das Thema KI ist deshalb eine Herausforderung und große Chance zugleich – und wir möchten heute einen kleinen Beitrag leisten, dass wir diese Chance ergreifen können, anstatt sie zu verpassen.“



Ängste verstehen, um sie durch Auf- und Erklärung zu nehmen – das war die Botschaft von Sascha Lobo.

Digitale Transformation entlang von Datenströmen

Einer, der viel über die Chancen von KI erzählen kann, ist Sascha Lobo. Der Journalist, Autor und KI-Start-up-Gründer übernimmt den ersten Teil des Tagesprogramms, das Keynotes, Paneldiskussionen, Impulsvorträge, Handsessions und Start-up-Pitches für die Teilnehmer:innen des FAST & FORWARD bereithält. Lobo spricht in seinem Vortrag darüber, wie Künstliche Intelligenz die Welt verändert und was diese Veränderung für Logistik, E-Commerce und Arbeitswelt bedeutet. Er sagt: „KI hat das Potenzial, ganze Branchen und Märkte auf den Kopf zu stellen, wenn neue Datenströme entstehen und durch KI ausgewertet werden. Unsere Aufgabe ist es herauszufinden, welche Datenströme dieses Potenzial bieten, wie wir sie erkennen können und wie wir am Ende an sie herankommen.“

Ganz entscheidend für den Erfolg und ein erster wichtiger Schritt sei es, die Transformation durch KI nicht zu unterschätzen, was viele Menschen immer noch täten. Und es gehe um Schnelligkeit und Flexibilität, erklärt Lobo. „Wir können nicht genau vorhersehen, in welche Richtung es geht, auch nicht mit der besten, umfangreichsten und teuersten Vorbereitung. Auch KI-Expertinnen und -Experten können immer wieder von der Technologie überrascht werden. Wir können nur versuchen, uns der KI-Transformation anzunähern und ein Gefühl, ein Gespür dafür zu entwickeln.“

In jedem Fall müsse man aber zu jeder Zeit den Anspruch haben, die Entwicklung mitzugestalten. „Wir müssen ausprobieren, welche KI-Möglichkeiten uns voranbringen – gemeinsam mit Partnern, mit Mitarbeitenden und mit Kunden. Und wir müssen bereit sein für kurzfristige und präzise Investitionen und Geschäftsmodelle.“ Für ihn steht fest: „Spätestens ChatGPT war der iPhone-Moment der Künstlichen Intelligenz. Wir erleben aktuell eine unheimliche Datenbegeisterung – und sie hat keine natürliche Grenze. Die Epoche der KI hat längst begonnen.“

Die logische Schlussfolgerung daraus sei, dass Künstliche Intelligenz in nahezu alle Arbeitsprozesse von erfolgreichen Unternehmen integriert werde, sagt Lobo. Mehr noch: Davon hänge schlussendlich auch die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen sowie die Europas im Vergleich zu den USA und zu China ab. Lobos Appell ist deutlich: „Wir dürfen und müssen in Deutschland keine Angst vor der KI-Transformation haben, wir müssen in sie investieren und sie fördern.“ Denn es zeige sich bereits jetzt, dass man mithilfe von KI nicht nur wirtschaftliche Gewinne steigern könne. „Mit KI zu arbeiten bedeutet auch die Chance, glücklicher zu sein, produktiver zu sein und Mitarbeitende im Team zu haben, die weniger Drang verspüren, ihren Job zu wechseln oder zu kündigen.“



FIEGE Vorständin Kenza Ait Si Abbou empfahl den Gästen Neugierde und Experimentierfreude im Umgang mit KI.

Stärken von Mensch und KI kombinieren

Diese These würde Kenza Ait Si Abbou direkt unterschreiben. Die FIEGE Vorständin, die seit September 2023 die Bereiche Digital Services, IT und Data Driven Company verantwortet, erklärt in ihrer Keynote mit dem Titel „Arbeitswelt 4.0: Mensch und Maschine im Einklang?“, dass Angst vor KI der falsche Ratgeber sei. „Es geht darum, dass wir die Stärken, die wir bereits haben, behalten – und die Stärken der KI, die neu dazukommen, zusätzlich nutzen. Dann verschwindet die Angst von



alleine.“ Die große Bringschuld, die Unternehmen hätten, sei daher folgende: „Es ist unsere Verantwortung, zielgruppenspezifisch zu kommunizieren und unsere Kolleginnen und Kollegen zu befähigen, aktiv an der KI-Transformation mitzuwirken.“

Denn es brauche die Offenheit und Technologie-Akzeptanz aller Mitarbeiter:innen, um ein Unternehmen im Zeitalter der KI erfolgreich zu transformieren, sagt Ait Si Abbou. „Technologie treibt Wertschöpfung. Das war gestern so, das ist heute so. Neu ist: Das Tempo nimmt exponentiell zu. Wir werden es in Zukunft mit Aufgaben zu tun haben, die wir heute noch gar nicht kennen. Wir werden Neues erlernen und Altes verlernen müssen.“ Deshalb lautet ihr Ansatz: „Zur Data Driven Company wird man nicht über Nacht und auch nicht aus Versehen. Wenn wir als Unternehmen in allem, was wir tun, datengetrieben werden möchten, dann müssen wir einen so weitreichenden Transformationsprozess anstoßen, dass dieser nur gelingen kann, wenn alle Kolleginnen und Kollegen mit anpacken.“

Kooperationen und Partnerschaften als Schlüssel zum Erfolg

Ein Punkt, den Felix Fiege zum Abschluss des FAST & FORWARD noch einmal aufgreift. „Am stärksten und besten sind wir im Team, das gilt innerhalb unseres Unternehmens genauso wie außerhalb. Es sind die Partnerschaften und Kooperationen, die uns die Herausforderungen der Zukunft erfolgreich bewältigen lassen. Die Kombination unterschiedlicher Kompetenzen liefert uns die entscheidenden Mehrwerte.“

Genau aus diesem Grund fällt sein Fazit zum FAST & FORWARD ausschließlich positiv aus: „Mein Notizbuch ist voller, als ich es für möglich gehalten hätte. Vielen Dank an unsere Speakerinnen und Speaker und an die Start-ups, dass so viel Wissen geteilt wurde und so viel Ideenaustausch stattgefunden hat. Ich nehme sehr viel Inspiration und wertvollen Input für unser Tagesgeschäft und unsere strategischen Planungen mit. Natürlich wissen wir heute noch nicht genau, wo Künstliche Intelligenz bei FIEGE funktionieren wird und wo nicht. Aber wir werden uns immer weiter herantasten und vieles ausprobieren, um die Chancen, die KI für uns bereithält, bestmöglich zu nutzen.“ Es geht fast and forward Richtung Zukunft.

LOGISTIK CONSUMER PRODUCTS

Wenn Du Deinen Partner doch mal sitzen lassen möchtest.

Für den Fall, dass das Sofa doch eine Nummer breiter werden soll, bieten wir zuverlässige und individuelle Lösungen von der Lagerlogistik bis zum Versand. FIEGE liefert ab. Ganz egal, wie groß die Fracht auch ist.

**Man sieht uns vielleicht nicht immer.
Aber wir sind immer da.**



www.fiege.com

Der Stoff, aus dem Erfolgsgeschichten sind



Silberne Hochzeit: Bierbaum-Proenen und FIEGE feiern das 25-jährige Bestehen ihrer Zusammenarbeit. Wo früher ausschließlich Packlisten in Papierform zum Einsatz kamen, unterstützt heute ein Roboterarm beim Befüllen eines Taschensorters – doch nicht nur auf technischer Ebene hat sich die produktive Partnerschaft stetig weiterentwickelt.

Das Kölner Traditionsunternehmen Bierbaum-Proenen zählt zu den weltweit führenden Herstellern von Berufsbekleidung und persönlicher Schutzausrüstung. Wer die Marke BP® kauft, kann sich auf nachhaltig produzierte Produkte mit besonderer Qualität verlassen – von Funktionshosen für das Handwerk bis hin zu Kasacks und Kitteln für den medizinischen Bereich. Damit Lagerhaltung, Produktionsversorgung, Kommissionierung und Distribution reibungslos funktionieren, ist ein maßgeschneidertes Logistikkonzept erforderlich.

Seit 1999 zeichnet dafür FIEGE verantwortlich und wickelt das Geschäft bis heute am ehemaligen Stammsitz in Greven-Reckenfeld ab. Gerrit Heinke, von Stunde null an als Sachbearbeiter dabei und heute Leiter der BP®-Abteilung bei FIEGE, erzählt: „Wir lagern sämtliche Rohmaterialien wie Stoffe, Garne, Knöpfe und Reißverschlüsse, die wir exakt nach Bedarf weltweit an die Produktionsstätten von Bierbaum-Proenen versenden. Für eine einzelne Hose können manchmal bis zu 65 ‚Einzelzutaten‘ zusammenkommen.“

Die fertigen Kleidungsstücke kommen in entgegengesetzter Richtung wieder zurück nach Greven-Reckenfeld, werden eingelagert, kommissioniert, verpackt und von hier aus an BP®-Kunden in ganz Europa verschickt. Darunter sind auch Gastronomie-, Verkehrs- und Industriebetriebe. „Wir lagern und verwalten fast 17.000 Stock-Keeping-Units, also verkaufsfertige Produktvarianten für unseren Kunden – darunter vor allem Arbeitshosen und -jacken. Insgesamt sind das über 1,4 Millionen Teile“, sagt Heinke.

Höherer Durchsatz und mehr in die Tiefe

In den 25 Jahren Partnerschaft haben FIEGE und Bierbaum-Proenen die Zusammenarbeit stetig erweitert – und fortlaufend automatisiert. Denn aufgrund steigender Artikel- und Auftragszahlen war eine manuelle Sortierung nicht mehr leistbar. Michael Nüdling, Head of Logistics & Quality Assurance bei Bierbaum-Proenen, erklärt: „Logistik ist immer auch ein Wettlauf gegen die Zeit. Um flexibel zu bleiben und unsere hohe Liefertreue zu halten, haben wir FIEGE Ende der 2000er Jahre damit beauftragt, eine automatisierte Lösung zu entwickeln.“

Entschieden hat sich FIEGE damals für einen Hängetaschensorter, der sich seit 2010 auf etwa einem Kilometer Länge unter der Decke der Bestandsfläche schlängelt. Heinke erinnert sich: „Solche Aufbewahrungs- und Transportsysteme waren bis dato kaum für liegende Ware im Einsatz. Gemeinsam mit der Firma Dürrkopp haben wir diese Herausforderung gemeistert und eine Anlage konzipiert, die Aufträge dank einer dreistufigen Matrix so sortiert, dass die Artikel im Versandkarton exakt der bestellten Reihenfolge entsprechen.“

Parallel übertrug Bierbaum-Proenen immer mehr sogenannte Value Added Services, also Mehrwertdienste, an FIEGE. Nüdling sagt: „Das Vertrauen in unseren Dienstleister ist mit jeder Bestellung und jedem gelösten Problem größer geworden. Deshalb haben wir mit der Zeit entschieden, die individuelle Veredelung der Kleidungsstücke outzusourcen.“ In einer kleinen Näherei plotten und patchen speziell geschulte FIEGE Kolleg:innen die BP®-Produkte mit Logos, Aufschriften oder Dienstabzeichen der jeweiligen Kunden. Auch das Retourengeschäft und Qualitätskontrollen gehören mittlerweile zum Aufgabenbereich von FIEGE.



Gute Stimmung bei der Jubiläumsfeier im Logistikzentrum in Greven-Reckenfeld, bei der auch Dr. Hugo Fiege (l.) und Heinz Fiege (m.), die früheren Co-CEOs des Familienunternehmens, anwesend waren.

Spitzentechnologie und ein gemeinsames Ziel

Vor rund einem Jahr folgte dann die nächste Evolutionsstufe. Um die Mitarbeiter:innen stärker von repetitiven Tätigkeiten zu entlasten, hat FIEGE einen hochmodernen Roboterarm angeschafft. Das eingespielte Team war frühzeitig in den Prozess involviert, wie Heinke berichtet: „Wir arbeiten seit vielen Jahren zusammen, das Vertrauen ist hoch. Deshalb war es uns wichtig, die Veränderung im Team klar zu kommunizieren, auch wenn – oder gerade weil – der neue Kollege ein künstlich intelligenter Roboter ist.“ Das Onboarding habe gut funktioniert: Mittlerweile unterstützt „Richard“, so hat das Team den Roboterarm getauft, jeden Tag verlässlich beim Befüllen des Taschensorters.

Ausruhen gilt trotzdem nicht. Denn der Blick richtet sich schon wieder in Richtung Zukunft. Nüdling sagt: „Als inhabergeführtes Unternehmen in siebter Generation spielt Nachhaltigkeit für Bierbaum-Proenen eine entscheidende Rolle.“ Eine Aussage, die man auch bei FIEGE, Familienunternehmen in fünfter Generation, so unterschreibt. „Wir wollen unsere gesamte Supply Chain so nachhaltig gestalten, wie es unsere Produkte heute schon sind. Wir sind überzeugt, dass wir mit FIEGE auch für diese Aufgabe den richtigen Partner an unserer Seite haben“, erklärt Nüdling. Nicht ausgeschlossen, dass es in fünf Jahren auch noch eine Perlenhochzeit zu feiern geben wird.

Logistisch gut bewandert



Servus, Grüezi und Grüß Gott: FIEGE wächst in Österreich und der Schweiz. In Wien erweitert der Logistikdienstleister seinen bestehenden Standort – im schweizerischen Bülach ist dieser Schritt bereits erfolgreich abgeschlossen. Und für beide Neubauten hat FIEGE bereits Neukundengeschäfte gewonnen.

Links: Kai Alfermann, Managing Director FIEGE Real Estate, Thomas Steinhart, Bezirksvorsteher von Simmering, Michael Jahn, Geschäftsführer FIEGE Austria, Peter Scherbel, Vorstand bei FIEGE, und Heinz Fiege, früherer Co-CEO des Familienunternehmens, bei der Gleichfeier in Wien (v.l.n.r.).

Rechts: Kenza Ait Si Abbou, Vorständin der FIEGE Gruppe, Mark Eberli, Stadtpräsident der Stadt Bülach, Carmen Walker Späh, Regierungsrätin des Kantons Zürich, Jens Fiege, Co-CEO der FIEGE Gruppe, Vinko Castrogiovanni, Managing Director der FIEGE Geschäftseinheit Southern Europe & Alps, sowie Martin Heinrich, FIEGE Niederlassungsleiter in Bülach, eröffneten das neue Logistikzentrum in Bülach (v.l.n.r.).

Nach dem 150-jährigen FIEGE Jubiläum 2023 gab es für die Mitarbeiter:innen in Österreich und der Schweiz in diesem Jahr gleich schon wieder Grund zum Feiern. In der österreichischen Bundeshauptstadt Wien entsteht ein neues FIEGE Logistikzentrum, das Richtfest – oder die Gleichenfeier, wie man in Österreich sagt – fand Mitte Oktober statt. Im schweizerischen Bülach ist man noch einen Schritt weiter. Das neue Logistik-, Transport- und Speditionszentrum im Kanton Zürich wurde bereits Ende August feierlich eingeweiht.

„Unser Geschäft hat sich trotz der herausfordernden wirtschaftlichen Bedingungen in den vergangenen Jahren sehr positiv entwickelt. Durch die Erweiterung unserer Standorte tragen wir dieser Entwicklung Rechnung“, sagt Vinko Castrogiovanni, der die FIEGE Geschäfte in Österreich und der Schweiz als Managing Director verantwortet. Beide Bauprojekte sind sogenannte Brownfield-Entwicklungen und tragen durch die Umnutzung von Industriebrachen zur Reduzierung des Flächenverbrauchs bei. „Nachhaltigkeit ist zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Das gilt selbstverständlich auch für den Bau und Betrieb unserer Logistikimmobilien“, erklärt Castrogiovanni.

Optimaler Zugang zum Schweizer Markt

In Bülach, keine zehn Autominuten vom Flughafen Zürich entfernt, hat FIEGE gut 17.000 Quadratmeter zusätzliche Logistikfläche geschaffen. Ende August wurde der Erweiterungsbau in Anwesenheit der Zürcher Regierungsrätin Carmen Walker Späh feierlich eingeweiht. Niederlassungsleiter Martin Heinrich sagt: „Unser Angebot richtet sich primär an Kunden aus den Bereichen E-Commerce, Fashion, FMCG sowie Industrie, denen wir sämtliche Dienstleistungen von klassischer Lagerlogistik über Transport bis hin zu komplettem Fulfillment bieten können.“

Die zweigeschossige Immobilie, die den Gold-Status der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) erfüllt, entstand in unmittelbarer Nähe zum bereits existierenden Logistikzentrum, das für die weitere Nutzung bestehen bleibt. „Dadurch können wir wertvolle Synergieeffekte erzielen, die unseren Kunden besondere Flexibilität ermöglichen“, schildert Heinrich. Auf die Flexibilität zahlen auch die Multi-User-Struktur sowie verschiedene Automatisierungsoptionen ein, die FIEGE den Kunden bieten kann.

Life simplified: Michael Jahn (l.), Geschäftsführer FIEGE Austria, und Andreas Kuzmits, Geschäftsführer von Hisense Gorenje Austria, freuen sich über die neue Partnerschaft.

Doppelte Logistikfläche am Tor zu Osteuropa

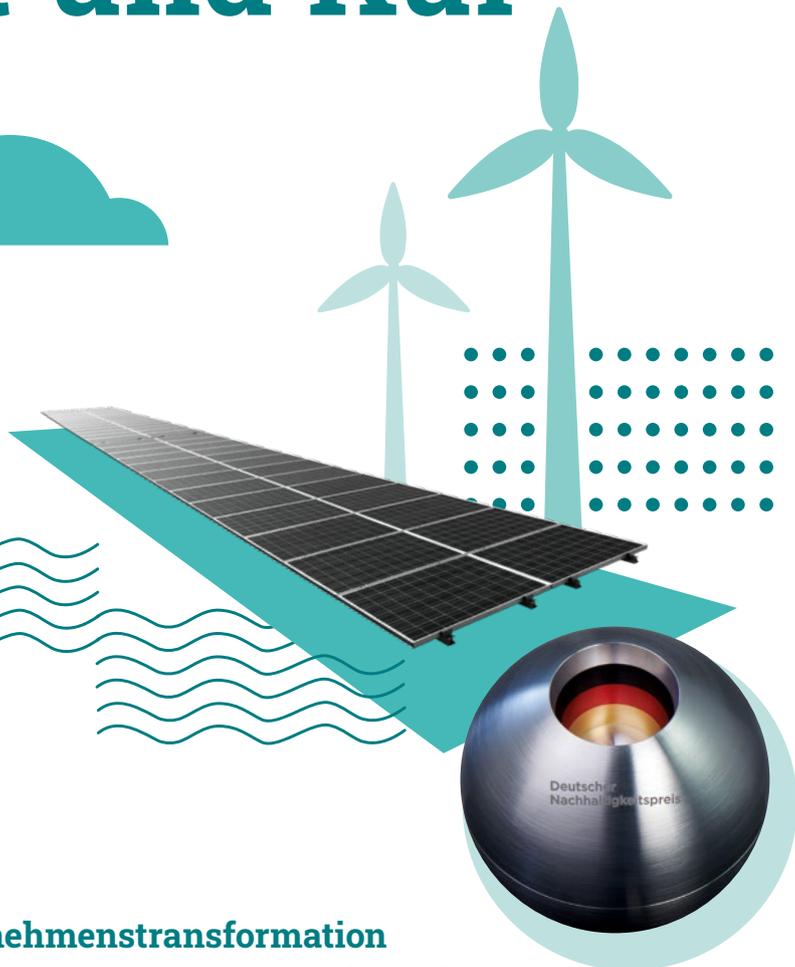
Gut 700 Kilometer weiter östlich, in Wien, entstehen zurzeit 20.000 Quadratmeter neue Logistikfläche, auf denen die FIEGE Gruppe das Serviceangebot für den österreichischen Raum erweitert. Michael Jahn, Geschäftsführer FIEGE Austria, sagt: „So citynah wie wir kann kaum jemand flexible Kapazitäten in dieser Größenordnung anbieten. Das macht unseren Standort besonders attraktiv für Unternehmen aus den Bereichen Fashion, Healthcare und Consumer Products, denen wir von hier aus europaweite Komplettlösungen anbieten können.“

Der Rohbau des neuen Multi-User-Centers wurde im Herbst fertiggestellt – und der erreichte Meilenstein standesgemäß mit einer Gleichenfeier begangen. Die Fertigstellung des Gebäudes, das ebenfalls nach DGNB-Gold-Standard zertifiziert wird, ist für Sommer 2025 geplant. „Unsere wichtigsten Verkaufsargumente sind Flexibilität und Effizienz. Je nach Anforderung können wir vielfältige Automatisierungssysteme realisieren, um das Fulfillment unserer Kunden auf das nächste Level zu heben“, erklärt Jahn.

Zugeschlagen hat unter anderem Hisense Gorenje Austria. Neben der Beschaffungslogistik übernimmt FIEGE künftig sowohl Lagerhaltung und Kommissionierung als auch Zustellung für das gesamte Warensortiment des marktführenden Anbieters für hochwertige Elektronik- und Haushaltsgeräte. „Wir freuen uns, einen weiteren namhaften Kunden gewonnen zu haben, dem wir durch unseren Neubau in Wien langfristige Wachstumsmöglichkeiten bieten können“, sagt Jahn. Auch künftig lohnt also ein Blick über die Alpen, in diesem Sinne: Ade, Pfiat di und Auf bald.



Zwischen Pflicht und Kür



FIEGE treibt die nachhaltige Unternehmenstransformation voran und hat in diesem Jahr den zweiten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Was aktuell noch auf freiwilliger Basis passiert, wird im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) bald zur Vorschrift. Deshalb arbeitet FIEGE daran, ein effizientes Reporting für das Familienunternehmen sowie seine Kunden sicherzustellen.

„Man kann sich der Verantwortung von morgen nicht entziehen, indem man ihr heute ausweicht.“ Diesen Satz hat Abraham Lincoln, einer der bis heute wohl bedeutendsten US-Präsidenten, 1864 in einem Brief niedergeschrieben. Und auch, wenn die damaligen Verhältnisse nicht mit den unsrigen vergleichbar sind, haben die Zeilen mit Blick auf das Thema Unternehmensverantwortung nicht an Bedeutung verloren. „Als Familienunternehmen und Arbeitgeber von weltweit über 22.000 Menschen tragen wir Verantwortung – nicht nur für uns selbst, sondern auch für die Gesellschaft und unsere Umwelt“, sagt Sandra Achternbusch, Executive Director Corporate Sustainability bei FIEGE.

Einer systemrelevanten Branche wie der Logistik komme dabei eine Schlüsselrolle zu. „Als globaler Full-Service-Dienstleister agieren wir als wichtiges Bindeglied in immer komplexer werdenden Netzwerken, die sich quer über den Globus erstrecken“, skizziert Achternbusch. Die Aufgaben, die FIEGE für seine Kunden übernimmt, reichen von der Produktionsversorgung bis zur Expresslieferung jener Produkte an die Haustür der Konsument:innen. Die Nachhaltigkeitsexpertin erklärt: „Je nach Auftrag sind wir tief in die Wertschöpfungsketten involviert. Damit ist der Einfluss, den wir beispielsweise auf die CO₂e-Bilanz unserer Partner haben können, entsprechend groß.“

Anstrengungen rauf, Emissionen runter

Im Transportsektor setzt FIEGE in Kooperation mit seinen Kunden bereits verschiedene Technologien ein, die die Klimaverträglichkeit des Fuhrparks erhöhen. Seit diesem Jahr fahren acht E-Lkw unter FIEGE Flagge, die an einer wachsenden Anzahl an Schnellladesäulen grünen Strom tanken – sechs weitere Fahrzeuge der zweiten Generation sind schon fest geordert. Und das ist nicht die einzige alternative Antriebstechnik, mit der FIEGE experimentiert: „Neben Bio-LNG, das aus regenerativ erzeugtem Methan hergestellt wird, testen wir zurzeit auch den synthetischen Diesel-Kraftstoff HVO100, für den überwiegend Rest- und Abfallstoffe wie altes Speisefett zum Einsatz kommen“, erzählt Achternbusch. Der Vorteil: Eine deutlich bessere Klimabilanz, weshalb auf HVO-Diesel keine CO₂-Steuer anfällt.

Aber nicht nur auf Europas Straßen, sondern auch im weltweit 139 Niederlassungen umfassenden Standortnetz arbeitet FIEGE durch vielfältige Maßnahmen daran, den Energieverbrauch zu senken. Achternbusch sagt: „Dank immer mehr Gas-unabhängigen Wärmepumpen sowie bedarfsgerechter LED-Beleuchtung heizen und beleuchten wir unsere Logistikzentren mit grüner Energie, die wir durch Photovoltaik und perspektivisch auch Windkraft selbst erzeugen.“ Der kontinuierliche Fortschritt ist für FIEGE essenziell: „Wir haben uns im Rahmen der Science Based Targets Initiative dazu verpflichtet, das 1,5-Grad-Ziel einzuhalten. Da zählt jede Kilowattstunde“, unterstreicht Achternbusch.

Sorgfalt statt Sorgenfalten

Ein Thema, das FIEGE auch in diesem Jahr beschäftigt hat, ist das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG). Das Gesetz regelt nicht nur die Einhaltung von Menschenrechten in globalen Lieferketten, sondern auch die unternehmerische Verantwortung für Umweltschutz. Um diese Sorgfaltspflichten verlässlich zu erfüllen, arbeitet das Corporate-Sustainability-Team eng mit den Kolleg:innen aus der Buchhaltung, der Rechtsabteilung, dem Risikomanagement sowie dem Einkauf zusammen. Katharina Schwarzer, Director Procurement bei FIEGE, sagt: „Ein Unternehmen wie unseres hat viele Tausend Lieferanten, die wir mit unserer Grundsatzerklärung und unserem Supplier Code of Conduct dazu verpflichten, geltendes Recht und unsere darüber hinausgehenden ethischen Standards einzuhalten.“

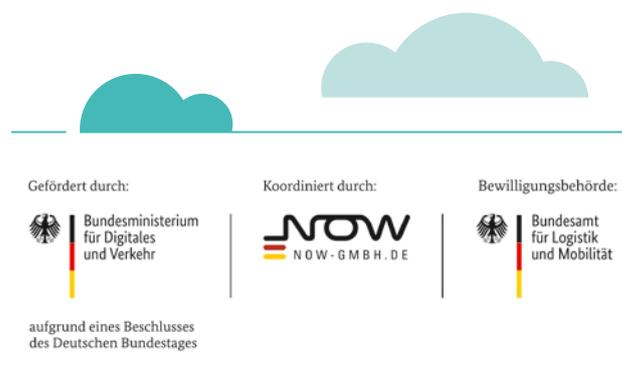
Durch engmaschige Analysen ermittelt FIEGE mögliche Gefährdungen mithilfe einer KI-basierten Software und erstellt sogenannte Risiko-Scores für alle Zulieferer. „Wenn wir Auffälligkeiten feststellen, werden diese von uns kontrolliert, gewichtet und bewertet. Im Anschluss suchen wir den engen Austausch mit unseren Partnern,

um uns ein umfassendes Bild zu machen und Probleme gemeinsam aus dem Weg zu räumen – denn wir setzen auf Weiterentwicklung entlang der gesamten Supply Chain“, erklärt Schwarzer. Für den Fall, dass sich ein Verdacht erhärte, behalte man sich vor, die Zusammenarbeit zu beenden. So stelle FIEGE für sich und seine Kunden sicher, der Verantwortung über sämtliche Lieferketten hinweg gerecht zu werden: „Unsere Kunden müssen sich auf uns verlassen können!“

Parallel zu all dem arbeitet FIEGE akribisch an der Erstellung des dritten Nachhaltigkeitsberichts, der erstmals eine vollständige CO₂e-Bilanz inklusive aller relevanten Scope-3-Kategorien ausweisen wird. Achternbusch erklärt: „Noch ist unser Reporting eine Kür, die für uns aber extrem wichtig ist. Wir sammeln wertvolle Erfahrungen und führen aktuell eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse mit internen und externen Stakeholdern durch, um uns auf die CSRD-Berichtspflicht vorzubereiten, die ab der Berichterstattung für das Geschäftsjahr 2025 für uns greift.“

Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Mit der konsequenten Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie macht FIEGE auch außerhalb des Unternehmens auf sich aufmerksam – Ende November auf der ganz großen Bühne: „Es macht uns stolz, dass wir vor wenigen Tagen den Deutschen Nachhaltigkeitspreis mit nach Hause nehmen durften. Das zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, sagt Achternbusch. Trotz der renommierten Auszeichnung bleibt die Nachhaltigkeitsexpertin bescheiden: „Als Vorreiter der Branche betitelt zu werden, ehrt uns sehr. Aber am Ende geht es nicht so sehr um Preise, sondern darum, messbare Ergebnisse zu liefern und unsere Kunden bei ihrer nachhaltigen Transformation zu unterstützen.“



Die E-Lkw werden im Rahmen der Richtlinie über die Förderung von leichten und schweren Nutzfahrzeugen mit alternativen, klimaschonenden Antrieben und dazugehöriger Tank- und Ladeinfrastruktur (KsNI) durch das Bundesministerium für Digitales und Verkehr gefördert. Die Förderrichtlinie wird von der NOW GmbH koordiniert, Anträge werden durch das Bundesamt für Logistik und Mobilität bewilligt.



Logistik zum warm werden

Gleich und Gleich gesellt sich gern. Das alte Sprichwort passt zu Vaillant und FIEGE wie Piroggen zur Slowakei. Beide Familienunternehmen haben jüngst ihre 150. Geburtstage gefeiert. Und beide Namen stehen für wegweisende Innovationen, die ihre Branchen bis heute nachhaltig verändern. Seit 30 Jahren machen Vaillant und FIEGE gemeinsame Sache – und gehen unter anderem in der Slowakei neue Wege.

Warum ausgerechnet ein Hase zu Ostern die Eier bringt, dazu kursieren viele Legenden. Der wahre Ursprung des Brauchtums lässt sich heute wohl nicht mehr zweifelsfrei ermitteln. Unumstritten ist hingegen, was auf den ersten Blick vielleicht verwundern mag: dass Heiz-, Lüftungs- und Klimatechnik aus regenerativen Energien zu den Kernkompetenzen des Hasen zählen. Schließlich zielt Meister Lampe als weltweit bekanntes Vaillant Markenzeichen in Millionen Haushalten ressourcenschonende Wärmepumpen, Brennwertgeräte, Lüftungssysteme, Photovoltaikmodule und Warmwasserspeicher. Anders ausgedrückt: Vaillant weiß, wie der Hase läuft.

Ein Ohr an der Schiene

Ein kurzer Rückblick: Um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen und sich stärker auf die Kernkompetenz, die Entwicklung hochmoderner Heiztechnik, zu konzentrieren, entschied sich das Remscheider Familienunternehmen 1994 dazu, seine Logistik auszulagern. Bei der Dienstleistersuche, der eine umfangreiche Marktstudie vorausgegangen war, erhielt FIEGE als „innovativer Mittelständler“ und durch „sehr gute Marktkenntnis der Sanitär-Heizung-Klima-Branche“ den Zuschlag. Philipp Debuch, Managing Director des FIEGE Geschäftsbereichs Industrial, erzählt:

„Wir haben damals das Joint Venture TechnoCargo Logistik gegründet, um Lagerung und Transport für die europäischen Tochtergesellschaften und Niederlassungen von Vaillant sowie für Großhändler, Importeure und Direktkunden in aller Welt zu bündeln.“

Schon in den 1990er Jahren legte Vaillant großen Wert auf einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen – und traf damit bei FIEGE den richtigen Nerv. Debuch sagt: „Die klare Erwartungshaltung war, dass wir Warenströme bündeln, Synergie-Effekte nutzen und wo immer möglich auf die Schiene und kombinierte Ladungsverkehre setzen. Hierbei kam uns das Konzept der Ökologistik zugute, das FIEGE kurz zuvor entwickelt hatte.“ Heute, mehr als 30 Jahre später, ist TechnoCargo Logistik eine 100-prozentige Tochter der Vaillant Group. Die Partnerschaft zwischen Vaillant und FIEGE besteht aber fort – und an ihrer nachhaltigen Ausrichtung hat sich nichts geändert.

Fuß vom Gas

Ein besonders zukunftsweisendes Projekt hat Vaillant letztes Jahr im slowakischen Senica auf den Weg gebracht. Unweit der tschechischen Grenze produziert der Heiztechnikspezialist in einer 100.000 Quadratmeter großen Fabrik elektrische Wärmepumpen. Für die Prozesse im angrenzenden Logistikzentrum, in dem die Fertigwaren gelagert werden, zeichnet FIEGE verantwortlich. Martin Pétery, Geschäftsführer von FIEGE Slowakei, erklärt: „Wir haben diese Aufgabe bereits zehn Jahre lang im Vaillant Werk nur wenige Kilometer entfernt in Skalica übernommen. Wir kennen unseren Kunden, das Vertrauen ist auf beiden Seiten stetig gewachsen. Und dank der wertvollen Erfahrungen, die wir in dieser Zeit gesammelt haben, konnten wir mit Inbetriebnahme der neuen Produktionsstätte in Senica im Spätsommer 2023 direkt durchstarten.“



Die hochmoderne Fabrik, mit der Vaillant die Transformation zu einem führenden Hersteller von umweltfreundlicher Wärmepumpentechnologie weiter vorantreibt, setzt neue Maßstäbe. Das Produktionswerk ist nach dem internationalen BREEAM-Standard für nachhaltige Immobilien zertifiziert und nutzt elektrische Energie aus erneuerbaren Quellen. Für die Beheizung – wie sollte es anders sein – sorgen Wärmepumpen. „Bei Vollausslastung können hier pro Jahr bis zu 300.000 Wärmepumpen verschiedener Art produziert werden. Als Logistikdienstleister übernehmen wir nicht nur die Lagerhaltung, sondern fungieren auch als Regional Distribution Center für Zentral- und Osteuropa“, sagt Pétery. Die Transportorganisation zu Direktkunden in der Slowakei, Polen, Kroatien, Bosnien und Herzegowina, Serbien und Nordmazedonien liegt ebenfalls in den Händen von FIEGE. In Tschechien, Ungarn, Rumänien und der Ukraine beliefert FIEGE lokale Vaillant Standorte.

Von großem Vorteil für die Kundenbeziehung sei insbesondere die räumliche Nähe zwischen Produktion und Logistikzentrum, schildert Pétery: „Wenn man Tag für Tag so eng zusammenarbeitet, dann weichen Grenzen auf. Die wertschätzende Kommunikation auf persönlicher Ebene sorgt dafür, dass wir offene Diskussionen führen und so schnelle Entscheidungen herbeiführen können.“

Wärme für morgen – und für ein besseres Klima

Im August dieses Jahres hat Vaillant seinen 150. Geburtstag gefeiert – ein Meilenstein, den FIEGE ein Jahr zuvor ebenfalls erreicht hat. Und eineinhalb Jahrhunderte, nachdem der Kupferschläger Johann Vaillant in Remscheid den Grundstein für das Familienunternehmen gelegt hat, gilt noch immer sein Credo: „Sei innovativ, hör auf deine Kunden.“ Deshalb hat sich Vaillant ganz bewusst dazu entschieden, auf zukunftsweisende Technologien wie Wärmepumpen zu setzen und die Energie-wende aktiv mitzugestalten.

Was die Zusammenarbeit mit FIEGE betrifft, richtet Vaillant den Blick ebenso nach vorn. Auch in Österreich möchte der Heiztechnikspezialist die Logistik für Fertigteile auslagern. Aufgrund der langjährigen und erfolgreichen Zusammenarbeit – und nicht zuletzt durch das zurzeit im Bau befindliche Logistikzentrum in Wien – konnte FIEGE überzeugen. Philipp Debuch sagt: „In der nachhaltig errichteten Immobilie können wir unserem Kunden optimale Prozesse und vor allem maximale Flexibilität für weiteres Wachstum bieten. Wir sind sehr dankbar, dass Vaillant uns auch in Österreich das Vertrauen schenkt.“ Vaillant und FIEGE sind über die vergangenen 30 Jahre offenbar so richtig schön miteinander warm geworden.



Giro d'Italia

FIEGE Italien wächst. In dem Land, wo laut dem bekennenden Italien-Liebhaber Goethe die Zitronen blühen, unterhält FIEGE nach Deutschland und Polen seine drittgrößte Ländergesellschaft. In den vergangenen zehn Jahren hat FIEGE seine Logistikflächen stetig erweitert und mehr als verfünffacht – und auch in diesem Jahr wurden Eröffnungsbänder durchschnitten.

Fußball kann manchmal grausam sein. Diese Erfahrung mussten die Azzuri im Juni dieses Jahres gleich doppelt machen. Denn auf die knappe Finalniederlage der italienischen Titelverteidigerinnen aus Nogarole Rocca (#TeamShakalaka) beim legendären FIEGE Soccer Cup folgte wenige Tage später auch noch das Achtelfinal-Aus der italienischen Herren-Nationalmannschaft bei der Europameisterschaft. Così è la vita, wie man im Italienischen sagt – so ist das Leben.

Die Kolleg:innen von FIEGE Italien hatten das gesamte restliche Jahr über zum Glück trotzdem gut lachen. Abseits des Fußballplatzes läuft es gut. „Unser Geschäft

entwickelt sich stabil und wir verzeichnen trotz der angespannten Wirtschaftslage verlässliches Wachstum. Umso wichtiger ist es, dass wir in diesem Jahr vier neue Logistikzentren eröffnen und unsere gesamte Logistikfläche auf insgesamt rund 600.000 Quadratmeter vergrößern konnten“, erzählt Alberto Birolini, der die FIEGE Geschäftseinheit in Italien als Managing Director führt.



„Unser Geschäft entwickelt sich stabil und wir verzeichnen trotz der angespannten Wirtschaftslage verlässliches Wachstum.“



Alberto Birolini, Managing Director
der FIEGE Geschäftseinheit in Italien

Breiter Branchenmix in strategischen Regionen

Das Wachstum verdankt FIEGE in erster Linie langjährigen und vertrauensvollen Partnerschaften in Italien. Darunter finden sich vor allem Unternehmen aus den Bereichen Fashion & Lifestyle, E-Commerce, Retail und der FMCG-Branche. Dabei übernimmt FIEGE verschiedene Dienstleistungen von Lagerhaltung, Versand und Transport über Retourenhandling bis hin zu umfangreichen Value Added Services. „Die positive Entwicklung der vergangenen Jahre ist auch das Verdienst unserer über 5.000 Kolleginnen und Kollegen, die jeden Tag mit viel Elan und Teamgeist die bestmögliche Leistung für unsere Kunden abrufen“, sagt Birolini.

Verstärkt hat FIEGE seine Präsenz über die vergangenen zwölf Monate in Nogarole Rocca (Verona), Castel San Giovanni (Piacenza), Mantua, Hauptstadt der gleichnamigen lombardischen Provinz, sowie in San Pietro in Casale, eine Gemeinde der Metropolitanstadt Bologna. Birolini erklärt: „Der italienische Logistikmarkt entwickelt sich dynamisch. Wir erwarten daher eine steigende Nachfrage nach Lagerflächen.“ Deshalb habe FIEGE seine Expansionspläne ganz gezielt auf die wichtigen Logistikregionen in Oberitalien konzentriert. „Der Markt ist nach wie vor von großer Unsicherheit geprägt. Manche Expertinnen und Experten halten je nach Entwicklung der geopolitischen Spannungen eine weitere Marktcontraktion für möglich. Dennoch investieren wir gerade jetzt, um für unsere Kunden ein verlässlicher Partner zu bleiben und für die Zukunft gerüstet zu sein“, so Birolini weiter.

Automatisierung im Fokus

Um das zu erreichen, spielt wie in der übrigen FIEGE Welt auch in Italien das Thema Lean Management eine zentrale Rolle, sagt Birolini: „Für uns geht es darum, unseren Kunden den optimalen Service zu bieten. Das funktioniert nur, wenn wir uns und unsere Prozesse immer wieder neu auf den Prüfstand stellen, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln und zu heben.“ Gerade im weiten Feld der Automatisierung schlummerten noch große

Effizienzgewinne, erklärt Birolini: „Wichtig ist allerdings, dass wir Technologien sehr sorgfältig prüfen und nur dann einsetzen, wenn sie für unsere Kunden einen echten Mehrwert bieten und unsere Kolleginnen und Kollegen gleichzeitig von repetitiven Aufgaben entlasten.“

Ein Teil des Erfolgsrezepts – und ein echter USP im Vergleich mit anderen Logistikdienstleistern in Italien – sei, dass FIEGE an vielen seiner Standorte Eigenbetreiber ist. Dazu schließt FIEGE mit den entsprechenden Niederlassungen Kollektivverträge. „Diese gehen über allgemeingültige Standards hinaus und orientieren sich zusätzlich an standortspezifischen Bedingungen. Dadurch können wir die Zahl unbefristeter Verträge erhöhen, mehr Social Benefits bieten und Prämiensysteme einführen – vieles davon ist in Italien alles andere als selbstverständlich“, erzählt Birolini.



Für die vielfältigen Bemühungen, die Arbeitsbedingungen kontinuierlich zu verbessern und ein abwechslungsreiches Arbeitsumfeld zu schaffen, ist FIEGE Italien bereits mehrfach ausgezeichnet worden – unter anderem vom UN-Flüchtlingskommissariat UNHCR. Birolini sagt: „Wir wollen als Dienstleister und Arbeitgeber Vorreiter sein und das nicht nur in unserer Branche, sondern auch darüber hinaus. Die Auszeichnungen zeigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind – und wir freuen uns, eine gute Grundlage geschaffen zu haben, um diesen Weg weiterzugehen.“



Wenn die EM zur Nebensache wird

Große Kulisse, großer Fußball: Mehr als 3.000 Fans und Spieler:innen pilgern für den 18. FIEGE Soccer Cup ins hessische Lampertheim. Am Ende dürfen zwei Premieren und eine Titelverteidigung gefeiert werden – und einmal mehr ein einzigartiges Event, bei dem es um mehr als nur um Fußball geht.

Auf den Jubelsturm nach dem Schlusspfiff folgte vor allem ein Wort: finally – endlich. Endlich geschafft. Nach einem zweiten Platz 2022 und einem dritten Platz im vergangenen Jahr hat es in diesem Sommer nun also geklappt: Das Team SkyBlues sicherte sich in der Damenkonkurrenz in einem hochklassigen Finale gegen die zweifachen Siegerinnen vom Team Shakalaka aus Italien erstmals den FIEGE Soccer Cup. Der Pokal für die beste Frauen-Mannschaft in der FIEGE Welt wandert aus Nogarole Rocca in der Nähe von Verona ins westfälische Greven.



Im dritten Anlauf hat es geklappt: Die SkyBlues sicherten sich den Titel bei den Damen.

FIEGE Soccer Cup
Aftermovie



Bei den Herren fiel der Jubel dann sogar noch ein bisschen lauter aus. Gastgeber und Titelverteidiger Kickers Biblis behielt vor heimischer Kulisse in einem mitreißenden Endspiel gegen LSL Lengerich, Sieger von 2022, sportlich die Oberhand und durfte den Pokal direkt wieder mit zurück ins nur wenige Kilometer entfernte Biblis nehmen. Der After-Kick-Party, bei der Fans und Spieler:innen zusammen feierten, tat das alles andere als einen Abbruch – und spätestens im Festzelt wurde wieder allen Teilnehmer:innen klar: Beim FIEGE Soccer Cup geht es letztendlich immer um viel mehr als nur um Fußball.

Alles, was das Fußballherz begehrt

Die Rahmenbedingungen für all das hätten kaum besser sein können. Das Adam-Günderoth-Stadion in Lampertheim bot den über 3.000 Teilnehmer:innen aus zehn Ländern die perfekte Bühne für ein riesiges Fußballfest. Über 100 Teams spielten auf zwölf Kleinfeldern die Vorrunde aus, die Fans sorgten bei Pommes, Bratwurst, Burgern und kühlen Getränken für eine ausgezeichnete Stimmung am Spielfeldrand – daran konnte auch kurzzeitiges



Fritz-Walter-Wetter nichts ändern. „Ein riesiges Dankeschön gilt unserem Orga-Team aus Biblis und den vielen freiwilligen Helferinnen und Helfern hier aus der Region für die wunderbare Organisation“, sagte Co-CEO Jens Fiege. „Was Ihr hier auf die Beine gestellt habt, ist außergewöhnlich. Wir freuen uns sehr, dass wir heute gemeinsam mit so vielen Kolleginnen und Kollegen aus der gesamten FIEGE Welt ein großes Fußballfest feiern dürfen.“

Und Co-CEO Felix Fiege ergänzte: „Ein großer Dank gilt außerdem natürlich der Stadt Lampertheim, die uns die Möglichkeit gibt, all das hier in der unmittelbaren Nachbarschaft unserer Niederlassung in Biblis stattfinden zu lassen. Und ganz besonders möchten wir uns bei allen Kolleginnen und Kollegen bedanken, die dieses Wochenende aus ganz Europa angereist sind und dafür teilweise über 1.000 Kilometer und unzählige Stunden im Bus

zurückgelegt haben. Wir wissen, dass das jedes Jahr aufs Neue alles andere als selbstverständlich ist – und wir sind sehr stolz auf dieses unglaubliche Teamgefühl, das wir bei FIEGE haben!“

Eine Premiere im kommenden Jahr

Während der großen Siegerehrung im Festzelt, bei der die Dritt-, Zweit- und Erstplatzierten ihre Pokale entgegennahmen, gab es frenetischen Beifall für die Siegerteams. Der Soccer Cup stand dabei einmal mehr im Zeichen des Miteinanders und der besonderen Kultur bei FIEGE. Und für die siegreichen SkyBlues wartet nach dem ersten Soccer-Cup-Triumph gleich noch eine zweite Premiere: Denn im kommenden Jahr werden erstmals die Siegerinnen des Frauenwettbewerbs für die Ausrichtung des Turniers zuständig sein. Finally, wenn man so möchte.

„Ein riesiges Dankeschön gilt unserem Orga-Team aus Biblis und den vielen freiwilligen Helferinnen und Helfern hier aus der Region für die wunderbare Organisation.“



LOGISTIK FMCG

Damit die Snacks schon vor dem Anpfiff bei Euch sind.

Von Snacks über Getränke bis hin zu allen anderen Produkten des täglichen Bedarfs: FIEGE liefert ab! Von der Handelslogistik bis zur Endkundenbelieferung erfüllen wir die Ansprüche für die gesamte Bandbreite schnelldrehender Konsumgüter.



**Man sieht uns vielleicht nicht immer.
Aber wir sind immer da.**

www.fiege.com



A perfect serve

Bei Suntory Global Spirits ist der Name Programm: Das über 200 Jahre alte Unternehmen zählt zu den weltweit führenden Anbietern von Spirituosen. Ob Straight Bourbon aus Kentucky, Scotch Single Malt von den Inneren Hebriden oder der älteste Whisky Japans – Premium-Produkte erfordern Premium-Service. Seit 2022 liegt diese Aufgabe in den Händen von FIEGE.

Arbeit ist Arbeit und Spirituose ist Spirituose. In der FIEGE Niederlassung in Emmerich trifft das nicht ganz zu. Denn hier, unmittelbar an der niederländischen Grenze, wickelt FIEGE die Logistik für Suntory Global Spirits ab. „Wir waren auf der Suche nach einem Dienstleister, der uns nicht nur erstklassiges Fulfillment, sondern auch flexible und langfristige Wachstumsmöglichkeiten bieten konnte“, erinnert sich André Marks, Senior Manager Supply Chain Fulfillment – Germany & Northern Europe bei dem Familienunternehmen mit US-amerikanischen und japanischen Wurzeln.

Fündig geworden ist Suntory Global Spirits bei FIEGE. Gleich beim Auftaktermin habe die Chemie auf beiden Seiten gestimmt, erzählt Marks: „Das FIEGE Team hat uns mit seiner jahrelangen Expertise im FMCG-Bereich überzeugt und das Gefühl gegeben, uns unbedingt als Kunden gewinnen zu wollen. Zudem hat es menschlich auf allen Ebenen einfach gepasst.“ Der offizielle Startschuss erfolgte dann im Juni 2022.

Zentrale Lage im Herzen Europas

Das Geschäft wickelte FIEGE zunächst am traditionsreichen FMCG-Standort im münsterländischen Bocholt ab. Mitte 2023 zog die Logistikabwicklung dann in die damals frisch vergrößerte Niederlassung nach Emmerich – und das im laufenden Betrieb. Niederlassungsleiter Markus Pohle sagt: „So eine Umsiedlung gleicht immer ein bisschen einer OP am offenen Herzen. Geht dabei etwas schief, kann das zum logistischen Super-GAU führen, weil standardmäßige Notfallkonzepte nicht greifen.“ Die Operation sei aber zum Glück ohne Komplikationen verlaufen: „Wir waren froh und auch ein bisschen stolz, als der Kunde signalisiert hat: Hätten wir von dem Umzug nichts gewusst, hätten wir ihn gar nicht mitbekommen.“

In der alten Hansestadt, wo in zwei Multi-User-Centern rund 70.000 Quadratmeter Logistikfläche zur Verfügung stehen, übernimmt FIEGE neben der Lagerhaltung für rund 9.000 Paletten auch Value Added Services wie Displaybau und Veredelung. „Unser Standort hier in Emmerich ist ideal, weil wir durch die Nähe zum Container-Terminal am Rhein und der A3 multimodal an wichtige europäische Verkehrsadern angebunden sind“,



„In manchen Regionen trinkt man Whisky, in anderen lieber Whiskey. Für uns ist am Ende vor allem eins entscheidend: dass unsere Premium-Produkte überall schnell, sicher und mit gleichbleibender Servicequalität ankommen.“



André Marks
Senior Manager Supply Chain Fulfillment –
Germany & Northern Europe bei Suntory
Global Spirits

erklärt Pohle. Zudem verfüge man über ein Verbrauchssteuerlager, das unter FIEGE Lizenz betrieben wird: „Wir tragen die volle Verantwortung für die zoll- und verbrauchssteuerrechtliche Abwicklung, damit sich unser Kunde zu 100 Prozent auf seine Kernkompetenz fokussieren kann.“

Zwei Partner, die sich verstehen

Auch Marks weiß den Service zu schätzen: „FIEGE zählt wie wir zu den Marktführern seiner Branche, speziell im FMCG-Bereich ist die Expertise sehr umfangreich. Das ist für uns von entscheidender Bedeutung, denn wir müssen uns selbst in Peak-Situationen auf maximale Zuverlässigkeit in der Distribution verlassen können.“ Auch dafür zeichnet in Deutschland und Österreich FIEGE verantwortlich – von der Zentrallagerbelieferung bis zum Einzelflaschenversand im High-Value-Segment. „In diesem Umfang können das nicht viele. Vor allem, was den Paketversand betrifft“, sagt Marks.

Das Ergebnis: Suntory Global Spirits und FIEGE weiten ihre Zusammenarbeit seit 2022 kontinuierlich und sukzessive aus. Markus Pohle sagt: „Wir arbeiten gemeinsam an pan-europäischen Projekten, beispielsweise in der Belieferung, um die Bestände zu optimieren und Einsparpotenziale zu nutzen. Zudem suchen wir nach innovativen Möglichkeiten, um die Logistikabwicklung für unseren Kunden immer noch ein bisschen effizienter zu gestalten.“ Denn in den hochmodernen FIEGE Immobilien in Emmerich sind auch vielfältige Automatisierungsoptionen denkbar: „Aktuell ist das im Handling von Einzelflaschen eher noch Zukunftsmusik. Aber Rom wurde ja auch nicht an einem Tag gebaut“, skizziert Pohle die gemeinsame Vision.

Die Früchte gemeinsam ernten

Das gute zwischenmenschliche Verhältnis haben sich die beiden Partner bis heute erhalten. Oder es, sofern das geht, noch verbessert: „Unser Kunde hat kürzlich ein gemeinsames Event veranstaltet, zu denen auch unser Team eingeladen war. Dafür hat Suntory Global Spirits mit dem FIEGE Sour sogar extra einen eigenen Signature Drink entwickelt“, erzählt Pohle. Für ihn und seine Kolleg:innen ein Zeichen ganz besonderer Wertschätzung.

Marks pflichtet ihm bei und fasst es wie folgt zusammen: „In manchen Regionen trinkt man Whisky, in anderen lieber Whiskey. Für uns ist am Ende vor allem eins entscheidend: dass unsere Premium-Produkte überall schnell, sicher und mit gleichbleibender Servicequalität ankommen. FIEGE ist dafür ein sehr verlässlicher Partner – und darauf darf man auch mal gemeinsam anstoßen.“

„Operative Exzellenz ist unsere Verantwortung gegenüber unseren Kunden“



Exzellenz ist keine einmalige Handlung, sondern eine Grundhaltung – so hat es bereits der griechische Philosoph Aristoteles gesehen. Operative Exzellenz bedeutet, in dem, was man regelmäßig tut, immer besser zu werden. Was heißt das konkret für uns als Dienstleister? Peter Scherbel, als FIEGE Vorstand und COO für den Bereich Operational Excellence verantwortlich, gibt Antworten.

Wie würdest Du die Bedeutung von Operational Excellence, kurz OpEx, mit wenigen Worten beschreiben?

Das Thema Operational Excellence spielt für uns als Dienstleister eine ganz entscheidende Rolle. Wenn sich ein Unternehmen dafür entscheidet, seine Logistik in unsere, also zunächst fremde Hände, zu legen, ist das ein großer Vertrauensvorschuss. Denn die Logistik ist der Dreh- und Angelpunkt, hier laufen die Fäden zusammen. Die schlichte Formel lautet: Ohne Logistik gibt es kein Business. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass für uns kein Weg an operativer Exzellenz vorbeiführt, um unserer Aufgabe als Dienstleister und unserer Verantwortung gegenüber unseren Kunden gerecht zu werden. OpEx ist also die Grundlage für unseren Erfolg als Logistiker.

Wie definierst Du den OpEx-Bereich? Was subsumiert sich alles unter diesem Schlagwort?

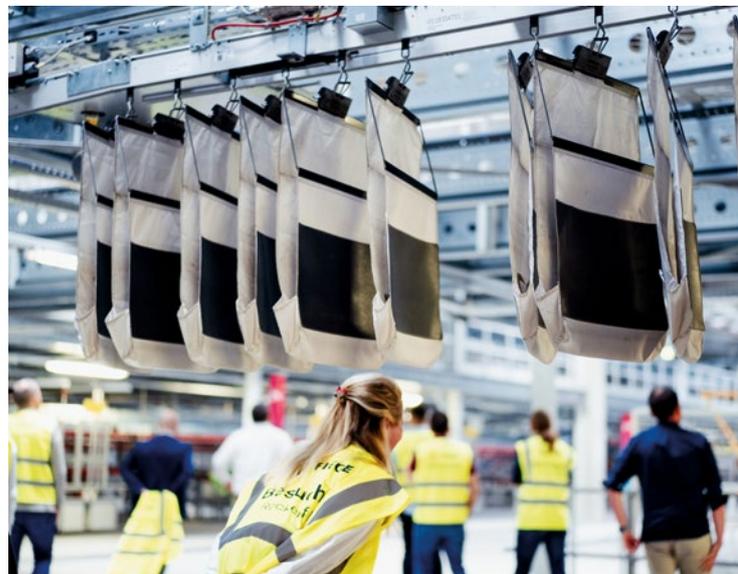
Die plakative Antwort lautet: In den OpEx-Bereich fällt alles, was uns dabei hilft, die bestmöglichen Leistungen für unsere Kunden zu erbringen. Doch ganz so einfach ist es natürlich nicht, denn für operative Exzellenz müssen viele verschiedene Zahnräder ineinandergreifen. Das fängt bei unserem Team für Qualitätssicherung an, denn der Schutz unserer weltweit über 22.000 Kolleginnen und Kollegen hat oberste Priorität. Die Menschen, die für uns arbeiten, sind unser höchstes Gut. Daher sind Themen wie Arbeitssicherheit oder Brandschutz sehr wichtig. Das Thema Sicherheit spielt darüber hinaus auch in anderen Kontexten eine Rolle – beispielsweise beim Schutz vor Diebstahl. Deshalb kümmert sich unser Security-Team darum, unsere Standorte und damit die Waren, die unsere Kunden uns anvertrauen, gegen kriminelle Handlungen von außen abzusichern.

Was zählt noch dazu?

Ein ganz zentraler Punkt ist das Thema Lean Management. Den Lean-Gedanken zu verinnerlichen, bedeutet, sämtliche Prozesse immer wieder auf den Prüfstand zu stellen, um Verschwendungen zu vermeiden und die größtmögliche Effizienz zu erreichen. Schon Aristoteles war der Auffassung, dass wir Exzellenz nicht durch eine singuläre Handlung, sondern durch Kontinuität, also letztlich Gewohnheit, erlangen. Es geht also um die Grundhaltung, jeden Tag aufs Neue nach der kontinuierlichen Verbesserung unserer Dienstleistungen zu streben, um den Ansprüchen und Erwartungen unserer Kunden gerecht zu werden.

Welche Rolle spielt das Thema Standardisierung?

Wir identifizieren Themen, die über die Bereiche Quality, Security und Lean Management hinausgehen. Gemeint sind damit strategische Projekte, die unsere Basisarbeit veredeln, indem wir Prozesse standardisieren, automatisieren und immer weiter optimieren. Das ist – aufbauend auf Quality, Security und Lean Management – für uns der nächstgrößere Hebel, um wettbewerbsfähige Logistikleistungen zu erbringen und erfolgreich zu sein.



Sicherheit gewährleisten, Abläufe sortieren, Prozesse optimieren: Für die erfolgreiche OpEx-Reise müssen viele Zahnräder ineinandergreifen.

Was bedeutet das konkret?

Auch wenn die Erwartungen unserer Kunden mitunter sehr verschieden sein können, so gibt es in der Logistik doch viele Prozesse, die von Kunde zu Kunde identisch sind. Wir müssen das Rad also nicht immer völlig neu erfinden, sondern möchten ein Process Kit – man könnte auch sagen einen standardisierten Baukasten – entwickeln, der nur noch im Detail individualisiert werden muss. Das liefert einen doppelten Mehrwert: Auf der einen Seite können wir Ausschreibungen verkürzen, die Kosten reduzieren und eine höhere Basisqualität bieten, auf der anderen Seite können wir die gewonnene Zeit gezielt dafür nutzen, uns gemeinsam mit unseren Kunden auf die Themen zu fokussieren, die von Einzelfall zu Einzelfall den individuellen Unterschied ausmachen. Wenn uns das gelingt, entsteht eine Win-Win-Situation, von der unsere Kunden und damit auch wir profitieren.

50 shades of green



FIEGE Real Estate steckt viel Energie in das Projekt Energiewende. Ob nachhaltiger Neubau oder Optimierung im Bestand – bei der Entwicklung von Immobilien spielt das Thema Energiemanagement eine zentrale Rolle. Dabei denkt FIEGE die Logistikimmobilie der Zukunft völlig neu – und weitet das Dienstleistungsportfolio für Dritte auf den Bereich Energy Solutions aus.

Früher waren Lagerhallen reine Zweckbauten. Vier Wände, ein Dach und ein paar Rolltore, die einer simplen Aufgabe dienten: der Lagerung von Gütern jeglicher Art. Mit den sich wandelnden logistischen Rahmenbedingungen, beispielsweise durch die Erfindung der Kontraktlogistik, den sich entwickelnden europäischen Binnenmarkt oder die Digitalisierung des Handels, stiegen auch die Anforderungen an die Immobilien. Klassische Lagerhallen wichen riesigen Güterverteil-, Umschlag- und Versandzentren.

Heute sind moderne Logistikimmobilien komplexe und hochtechnisierte Ökosysteme. Bei ihrer Planung spielt die Verwendung ressourcenschonender Materialien eine genauso wichtige Rolle wie die Energieeffizienz im späteren Betrieb, erklärt Kai Alfermann, gemeinsam mit Thoralf Schuster und – seit Mitte November – auch Nikolaus von Blomberg als Managing Director für FIEGE Real Estate verantwortlich: „Die Stellschrauben, an denen wir drehen können, reichen von CO₂-optimierten und recycelten Baustoffen über reduzierte Flächenversiegelung durch mehrgeschossige Gebäude bis hin zu regenerativen Heizsystemen und Eigenstromerzeugung.“

Viele Hände, schnelle Wende

Wichtige Prämisse dafür ist, das FIEGE seine Logistikzentren nicht mehr als unabhängiges System denkt, ergänzt Hartmut Entrup, Director Energy Solutions bei FIEGE Real Estate: „Wir wollen zwar einen möglichst hohen Grad an Autarkie erreichen, unsere selbsterzeugte Energie aber gleichzeitig für Dritte verfügbar machen.“ Dafür setze FIEGE auf flächendeckende Photovoltaik- sowie Windkraftanlagen und beschäftige sich intensiv mit perspektivischen Speicherlösungen, um die Immobilien zu kleinen, nachhaltigen Kraftwerken zu machen. Entrup sagt: „Unsere Logistikzentren werden durch die Einspeisung überschüssiger Energie zum Lieferanten für das gesamte lokale Stromnetz – und wir damit zu einem aktiven Treiber der Energiewende.“

Zu berücksichtigen gilt es dabei das stark veränderte Verbrauchsverhalten eines Logistikzentrums. „Auf der einen Seite werden unsere Immobilien immer energieeffizienter, auf der anderen Seite steigt wegen der voranschreitenden Elektrifizierung der grundsätzliche Strombedarf“, berichtet Entrup. Abnehmer gibt es im und ums Lager schließlich genug: Neben batteriebetriebenen Flurförderzeugen und Robotern sind das mittlerweile vor allem elektrische Wärmepumpen sowie die Ladeinfrastruktur für E-Autos und E-Lkw. Entrup sagt: „Dieser Trend wird sich weiter fortsetzen. Ohne ein detailliertes Energiekonzept geht es heute nicht mehr.“



Infrastrukturausbau: Immer mehr Fahrzeuge in der FIEGE Flotte tanken grünen Strom.

Doch wie so oft bei großen gesellschaftlichen Umbrüchen – eine erfolgreiche Energiewende gelingt nur gemeinsam! Deshalb bietet FIEGE Real Estate seine Expertise im Bereich Energiemanagement auch als separate Dienstleistung an: „Wir planen und entwickeln Gewerbeimmobilien für Drittparteien, unterstützen unsere Kunden aber auch mit losgelösten Energy Solutions. Das Portfolio reicht von reiner Beratung über die Projektierung von PV-Anlagen, Batteriespeichern, LED-Beleuchtungskonzepten und Grüner Wärme bis hin zur Übernahme des Energiemanagements im Betrieb“, erklärt Entrup.



Platz und Neues schaffen

Parallel treibt FIEGE die Entwicklung neuer Logistikflächen voran, erzählt Alfermann: „Der Bedarf ist enorm – nicht nur in Deutschland, sondern überall in Europa. Für uns als Dienstleister ist es wichtig, auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten neue Projekte voranzutreiben, um unseren Kunden maximale Flexibilität zu bieten.“

Den starken Fokus auf Nachhaltigkeit sieht man den Immobilien dabei an: In Wien errichtet FIEGE auf einer Industriebrache neben dem bestehenden Standort ein zweigeschossiges Logistikzentrum, das sich beispielsweise durch eine Luft-Wasser-Wärmepumpe, eine teilweise begrünte Fassade sowie einen holzverkleideten Bürotrakt auszeichnet. „Darüber hinaus investieren wir in eine PV-Anlage, die sich über die gesamte Dachfläche erstrecken wird. Damit strebt das neue und city-nahe Multi-User-Center in Wien den Gold-Status der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen an“, sagt Alfermann.

Auch in Zülpich, wo FIEGE seit 2021 bereits ein speziell für die Healthcare-Branche ausgerüstetes Logistikzentrum betreibt, ist auf dem angrenzenden Grundstück ein zweites Multi-User-Center entstanden. Schuster ergänzt: „Der Standort ist aufgrund seiner Lage im Städtedreieck Köln-Bonn-Aachen sowohl für Deutschland als auch mit Blick auf die Europakarte ideal. Unser moderner Neubau, der komplett auf die Nutzung fossiler Brennstoffe verzichtet, bietet gut 50.000 Quadratmeter Logistikfläche für Kunden aus verschiedenen Branchen.“

Ein weiteres Projekt, das im Vergleich zu Wien und Zülpich noch recht am Anfang steht, entwickelt FIEGE im sächsischen Borna. „Das geplante Multi-User-Center errichten wir nach modernsten Bau- und Umweltstandards. Bei Fertigstellung im Herbst 2025 wird die Immobilie verteilt auf vier Units rund 38.000 Quadratmeter bereithalten“, berichtet Schuster. Auch in der Kreisstadt südlich von Leipzig werden im Sinne der Nachhaltigkeit sämtliche Logistik- und Büroflächen von Gas-unabhängigen Heizsystemen erwärmt werden. Denn: Die Zukunft der Logistikimmobilie ist grün!

Über diese Brücke musst du geh'n

Indien ist auf dem Weg zur Supermacht. Der BRICS-Staat ist die fünftgrößte Volkswirtschaft der Welt und ein immer wichtiger werdender Akteur im globalen Handel. Damit rückt der indische Markt für viele Unternehmen in den Fokus. Mit dem Joint Venture Apollo Supply Chain arbeitet FIEGE an einer zuverlässigen „Brücke“ von Europa nach Südostasien – begehbar von beiden Seiten.

Wird in Europa über Indien gesprochen, geht es oft um aromatische Gewürze, Masala Chai, Cricket und Yoga oder auch den Taj Mahal. Dass Indien mittlerweile das bevölkerungsreichste Land der Erde und die am stärksten wachsende Volkswirtschaft ist, haben vermutlich nicht alle unmittelbar parat. Während andere Ökonomien stagnieren oder sogar schrumpfen, verzeichnet Indien seit vielen Jahren stabile Wachstumsraten – und eine Flaute ist nicht in Sicht.

„Der Internationale Währungsfonds prognostiziert für Indien ein weiteres Wachstum von bis zu sieben Prozent. Das schafft aktuell kein anderes Industrieland“, sagt Joachim Stern. Der 58-Jährige verantwortet für FIEGE das Joint Venture Apollo Supply Chain, mit dem FIEGE seit Gründung 2012 auf dem indischen Markt aktiv ist: „Wir haben in dieser Zeit ein besseres Verständnis für unsere Partner, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor Ort und die indische Kultur entwickelt. Unser besonderer Dank dafür gilt dem gesamten Team von Apollo Supply Chain für die großartige Zusammenarbeit.“

Gegenseitiger Wissenstransfer

Laut Stern verfolge FIEGE mit dem Joint Venture das Ziel, bestehenden und potenziellen Kunden aus Europa den Sprung nach Indien neben dem bereits vorhandenen

Angebot in China und Südostasien zu erleichtern. Denn neben FIEGEs Logistik-Partnerschaft haben sich auch die generellen Handelsbeziehungen zwischen beiden Kontinenten im vergangenen Jahrzehnt intensiviert: „Für indische Unternehmen wird der Absatzmarkt Europa zunehmend interessant. Die EU war 2023 Indiens größter Handelspartner. Und diese Brücke ist längst keine Einbahnstraße mehr“, erklärt Stern.

Das nötige Know-how, um auf fremden Märkten erfolgreich zu sein, will FIEGE gemeinsam mit seinen indischen Partnern in beide Richtungen bereitstellen. Dafür soll auch das operative Geschäft noch enger miteinander verwoben werden. Stern sagt: „Ob Automotive, Industrial, Hightech-Electronics-Retail oder E-Commerce: Indien ist Binnenmarkt, Produktionsstandort und Wissensträger zugleich. Dieses Potenzial wollen wir unseren Kunden besser zugänglich machen und ihnen globale Logistiklösungen zur Verfügung stellen.“

Gerade für Unternehmen, die noch nicht im indischen Markt tätig sind oder denen es dort an etablierten Strukturen fehlt, bieten Apollo Supply Chain und FIEGE ganzheitliche Supply-Chain-Analysen. Dafür greift das Team auf bewährte Tools und Methoden wie eine KI-basierte Routenoptimierung oder Center-of-Gravity-Analysen zurück. Joachim Stern fasst es wie folgt zusammen: „Wir wollen Unternehmen beim Sprung auf den indischen Markt vom ersten Tag an unterstützen, damit sie sich direkt auf robuste Lieferketten verlassen können.“



BeNeLux good

Seit über 25 Jahren ist FIEGE in den Niederlanden und Belgien aktiv. Die geographische Lage und die globale Anbindung über die Containerhäfen in Rotterdam und Antwerpen machen die Benelux-Staaten zu einer logistischen Schlüsselregion. Im vergangenen Jahr hat FIEGE das Geschäft ausgebaut und bietet nun noch mehr Wertschöpfungstiefe – für Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen.



Im Dezember 2008 unterzeichneten die damaligen Regierungschefs von Belgien, Luxemburg und den Niederlanden eine gemeinsame politische Erklärung mit NRW-Ministerpräsident Jürgen Rüttgers. Ziel war es, die Zusammenarbeit zwischen der Benelux-Union und Nordrhein-Westfalen zu vertiefen und als „privilegierte Partnerschaft“ auf institutionelle Beine zu stellen.

Im Münsterland, genauer im westfälischen Greven, kam diese Idee schon zehn Jahre eher auf. „Durch den Zukauf eines familiengeführten Transportunternehmens hat FIEGE gegen Ende der 1990er Jahre eine niederländische Tochtergesellschaft gegründet“, erzählt Ralph Hendrix. Der 54-jährige Logistikexperte ist seit Oktober 2023 gemeinsam mit einem Team von über 300 Kolleg:innen für die Geschicke der FIEGE Geschäfte in BeNeLux verantwortlich. Er erklärt: „Unser USP ist, dass wir die Stärken eines globalen Familienunternehmens mit der tiefgreifenden Marktkenntnis unserer lokalen Teams verbinden.“

Ralph Hendrix, Managing Director FIEGE Benelux

Vor den Toren Amsterdams

Zentraler Standort von FIEGE in den Niederlanden ist die Gemeinde Zaanstad nördlich von Amsterdam. „Unweit unseres Logistikzentrums in Zaandam, das viele Jahre unser Hauptsitz war, haben wir Ende 2022 ein weiteres Multi-User-Center in Westzaan eröffnet. In dem hochmodernen Gebäude haben wir einen Großteil unserer Kunden im Bereich Consumer Products, darunter die Einrichtungsmarken Zuiver und POLSPOTTEN sowie die internationalen Küchen- und Haushaltsgeräte-Hersteller Magimix und Solis konsolidiert“, sagt Hendrix. Die Lage am Nordufer des Nordseekanals ist günstig – sowohl die Amsterdamer Hafenbecken als auch der Flughafen Schiphol liegen nur wenige Minuten entfernt.

Von der Provinz Noord-Holland aus richtet sich der Blick in die Zukunft – und dazu vermehrt gen Süden. „Von Rotterdam, einem der größten Seehäfen der Welt, wandern viele Warenströme entlang der sogenannten Blauen Banane in den Süden. Für uns als Logistikdienstleister ist es natürlich von zentraler Bedeutung, dort präsent zu sein, wo unsere Kunden uns brauchen“, erklärt Hendrix. Deshalb halte FIEGE gezielt Ausschau, um kurz- bis mittelfristig weitere Lagerkapazitäten im Süden der Niederlande zu schaffen.

Wachstum in Belgien

Beim Ausbau von Logistikflächen ist FIEGE im angrenzenden Belgien bereits fündig geworden. „Unser langjähriger Standort in Puurs im Städtedreieck Brüssel-Gent-Antwerpen liegt strategisch ideal – sogar so ideal, dass wir dieses Frühjahr im nur sechs Kilometer entfernten Boom ein zweites Logistikzentrum eröffnet haben“, sagt Hendrix. Die zusätzlichen Kapazitäten nutzt FIEGE dafür, das Serviceangebot zu erweitern und auch jenseits der Maas maßgeschneiderte Fulfillment-Lösungen für seine Kunden zu schaffen.

Seit April dieses Jahres ist das rund 25.000 Quadratmeter große Logistikzentrum in Betrieb. Auf Teilen der Fläche hat FIEGE die Ersatzteillistik für Develon, einen der weltweit größten Baumaschinenhersteller, in Boom untergebracht. „Der Umzug der Logistikabwicklung von Deutschland nach Belgien ist ein wichtiger Meilenstein unserer Zusammenarbeit. Die Lage unseres Standortes ist strategisch ideal für unseren langjährigen Kunden, dem wir so den optimalen Service bieten können“, berichtet Hendrix.



Logistik bis zu den Patient:innen

Besonders beeindruckend ist die Wertschöpfungstiefe, die FIEGE in den Benelux-Staaten für Kunden aus der Gesundheitsbranche bietet. Hendrix sagt: „Healthcare-Logistik wird häufig als die Champions League der Logistik bezeichnet. Die regulatorischen Anforderungen sind so hoch, dass hier nur die Besten der Besten mitspielen.“ Die Liste der erforderlichen Zertifizierungen, die FIEGE führt, ist in etwa so lang wie die Wunschzettel von Sechsjährigen kurz vor Weihnachten: von GMP und GDP über die DIN ISO 13485 bis zur CEIV Pharma. „Wir verfügen sogar über die Zulassung, radioaktive Arzneimittel, sogenannte Radiopharmaka, und deren Substanzen zu lagern und zu transportieren“, erklärt Hendrix.

Die Transportwege reichen bis an die Haustür und letztendlich sogar bis an die Betten der Patient:innen. „Wir verfügen über mehr als 50 mit verschiedenen Temperaturzonen ausgestattete Fahrzeuge und speziell geschulte Kolleginnen und Kollegen für den Fahr- und Servicedienst, um die Kühlkette zu jeder Zeit zu gewährleisten“, sagt Hendrix. Auf dieses breite Angebot greifen beispielsweise spezialisierte Apotheken wie APPO zurück, die mit Unterstützung von FIEGE viele Tausend Menschen in den Niederlanden mit Medikamenten und Infusionstherapien in der häuslichen Umgebung der Patient:innen versorgen. „Durch unseren schnellen, professionellen Service tragen wir unseren Teil dazu bei, die medizinische Versorgung von Menschen sicherzustellen, für die die Lieferungen mitunter lebensrettend sind. Das ist eine wichtige Aufgabe – und sie zu erfüllen, gibt einem ein wirklich gutes Gefühl!“

LOGISTIK HEALTHCARE

Weil starke Schultern Verlässlichkeit brauchen.

In unter vier Stunden versorgt FIEGE deutschlandweit Krankenhäuser mit unverzichtbaren Medizinprodukten. Damit alles da ist, wenn es um das Wertvollste geht: das Leben der Patient:innen.



**Man sieht uns vielleicht nicht immer.
Aber wir sind immer da.**

www.fiege.com

**Wir bringen alles
in Bewegung.**

www.fiege.com

