

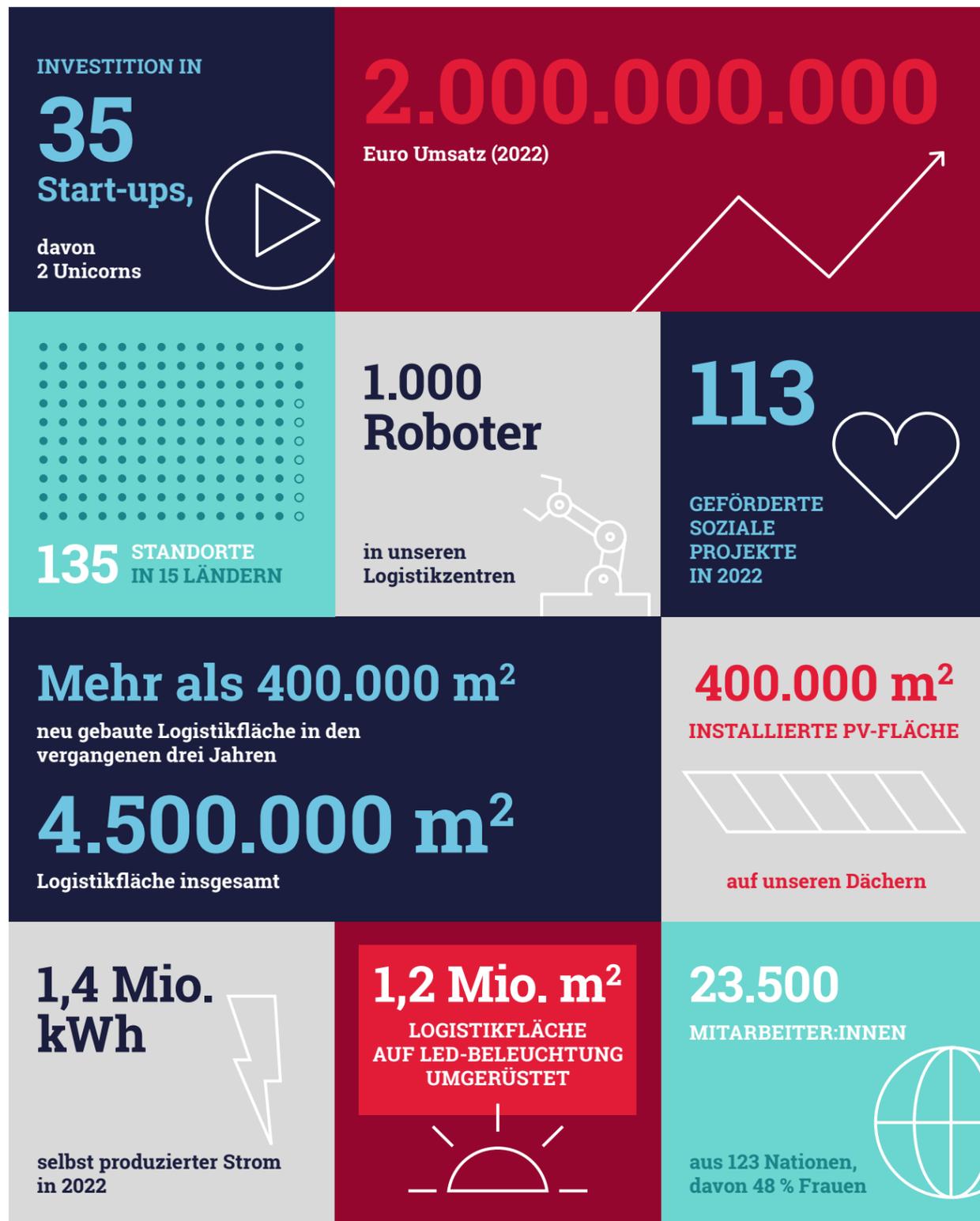
LOGO

Das FIEGE Magazin
Nr. 96 | 2023

150

Wir sind FIEGE.
150 Jahre gemeinsam in Bewegung.

FIEGE in Zahlen



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

dieses Jahr war und ist ein ganz besonderes für uns. FIEGE feiert 150. Geburtstag. Natürlich sind wir ein kleines bisschen stolz auf diese Zahl, und natürlich wissen wir auch, dass ein solches Jubiläum alles andere als selbstverständlich ist. Was wir aber vor allem wissen, ist: Eine Geschichte, wie sie unser Familienunternehmen in den vergangenen anderthalb Jahrhunderten schreiben durfte, lässt sich niemals alleine schreiben, sondern nur in einem außergewöhnlichen Team und zusammen mit starken Partnern an der Seite – erst recht als Dienstleister.

Deswegen haben wir unser Jubiläumsvorhaben vor allem dafür genutzt, um Danke zu sagen. Danke für das Vertrauen unserer Kunden und Partner, mit denen wir teilweise schon seit mehreren Jahrzehnten erfolgreich zusammenarbeiten und wachsen dürfen. Und Danke für den Einsatz

und die Treue unserer über 23.000 Kolleginnen und Kollegen, die jeden Tag alles dafür geben, dass wir der bestmögliche Dienstleister für unsere Kunden sind und bleiben. Einige von ihnen stellen wir, stellvertretend für unser gesamtes Team, in dieser Ausgabe vor. Denn ohne unsere großartige Mannschaft wäre aus FIEGE keine Erfolgsgeschichte geworden. Es wäre bei einer Kurzgeschichte geblieben.

Das vergangene Jahr war für uns, trotz aller Aufgaben und Unwägbarkeiten, vor denen wir in der aktuellen Zeit stehen, ein Jahr voller Highlights. Wir haben uns sehr bewusst dafür entschieden, unser Jubiläum in einem Rahmen zu feiern, der zu uns als Dienstleister und Familienunternehmen besser passt, als einen Tag lang eine Konzerthalle zu füllen und schnell zum Alltag zurückzukehren. Wir wollten unser Jubiläum persönlicher, nahbarer und bodenständiger gestalten. Deshalb haben wir Events in der Nähe unserer Kunden veranstaltet. Und wir sind rausgefahren und haben unsere Kolleginnen und Kollegen besucht, um dort Danke zu sagen, wo der Dank hingehört: an unsere Standorte.

Heute wissen wir, dass diese Entscheidung eine goldrichtige war. Die vielen Gespräche, den Zusammenhalt, die Herzlichkeit, die Loyalität, die Offenheit und auch die Begeisterungsfähigkeit, die wir vor Ort erleben durften, erfüllen uns zum einen mit riesiger Dankbarkeit und zum anderen mit großer Zuversicht. Denn es werden genau diese Eigenschaften sein, die wir brauchen werden, um weiter erfolgreich zu sein und die vielen Herausforderungen, die vor uns liegen, gemeinsam zu meistern. Auf die nächsten 150, packen wir es an!

Herzliche Grüße und viel Spaß beim Lesen



Felix Fiege Jens Fiege

Felix Fiege & Jens Fiege

150 Jahre FIEGE

1873

1873 Mit Pferd und Wagen

Joan Joseph Fiege gründet 1873 sein Fuhrunternehmen im westfälischen Greven. Das Transportgeschäft mit einem Pferdewagen ist für den Landwirt zunächst ein reiner Nebenerwerb.
→ [Seite 8](#)

1924 Der erste Lkw

Mit der Anschaffung eines Lastkraftwagens im Jahr 1924 beginnt eine neue Epoche. Der Kauf des ersten Lkw ist der Startschuss für die erste große Wachstumsphase des Unternehmens.
→ [Seite 10](#)

1979 Vom Spediteur zum Kontraktlogistiker

Für den internationalen Reifenhersteller Bridgestone wird das erste bundesweite Logistikkonzept entwickelt. Heinz und Dr. Hugo Fiege stoßen die Entwicklung zum Kontraktlogistiker an.
→ [Seite 18](#)

1967 Generationswechsel im Doppelpack

Heinz Fiege (1967) und Dr. Hugo Fiege (1973) treten ins Unternehmen ein. Nach dem plötzlichen Tod ihres Vaters müssen die beiden Brüder früh ins kalte Wasser springen.
→ [Seite 56](#)



1992 Es geht auch nachhaltig

FIEGE wird für die Pionierleistung, Ökonomie und Ökologie in der Logistik zu verbinden, mit dem Deutschen Logistik-Preis ausgezeichnet. Heute treiben wir das Thema Nachhaltigkeit stärker denn je voran.
→ [Seite 74](#)



1996 Von jetzt an digitaler

1996 verschickt FIEGE die erste E-Commerce-Sendung. Alles wird digital(er). Mit Kenza Ait Si Abbou hat FIEGE in diesem Jahr eine neue Vorständin für die Bereiche Digital Services, IT und Data Driven Company gewonnen.
→ [Seite 28](#)

Anderthalb Jahrhunderte sind eine lange Zeit. Wir huschen im Zeitraffer durch – und geben einen Überblick, welche Geschichte und Geschichten sich in dieser Ausgabe finden lassen.

2005 Immer internationaler

Rund um die Jahrtausendwende stehen die Zeichen auf Internationalisierung. Neue Standorte in West- und Südeuropa entstehen. FIEGE wird zum Global Player.
→ [Seite 64](#)

1998 Stiftung für Mensch und Natur

Heinz und Dr. Hugo Fiege gründen im Andenken an ihren Vater die Josef Fiege Stiftung. Ziel ist es, Einrichtungen und Projekte zu fördern, die sich für das Wohl von Mensch und Natur einsetzen.
→ [Seite 42](#)

2014 In fünfter Generation

Die Cousins Jens Fiege und Felix Fiege übernehmen die Unternehmensführung von ihren Vätern. Welche Ziele sie als fünfte FIEGE Generation verfolgen, erzählen sie im großen Interview.
→ [Seite 20](#)



2017 Blick über den Tellerrand

Innovation ist seit jeher Teil der FIEGE DNA. Um zukunftsfähige Geschäftsmodelle zu fördern, wird auch außerhalb der Kernorganisation Ausschau nach guten Ideen gehalten.
→ [Seite 44](#)

2023 150 Jahre gemeinsam in Bewegung

150 Jahre alt wird ein Unternehmen nicht einfach so. Es sind die Menschen, die es ausmachen, die es täglich tragen, mit Leben füllen und immer weiterentwickeln.
→ [Seite 38](#) und [Seite 78](#)



2023



Inhalt

Impressum

Logo 96/Dezember 2023
Das FIEGE Magazin

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, Anna Fuchsgruber

Autoren:
Tobias Jöhren, Lukas Wilke, Silvia Mancuso

Fotos:
FIEGE, Bridgestone, Andreas Fischer/
Vorwerk SE & Co. KG, GUCC GmbH, Christian Bolzek,
Zalando, Motatos, HomeRide, Udo Geisler/Retraced,
Alessandro Penso/UNHCR

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. Logo erscheint auch in englischer Sprache.



FIEGE in Zahlen	2
Editorial	3
Rückblick und Ausblick	4
Zeitlupe	8

Jubiläum	
Titelinterview: „Gemeinsam in Bewegung“	20
Ihrer Zeit voraus	36
Segel setzen für die nächsten 150 Jahre	38
Vom Grünen Weg auf den grünen Zweig	56
In Greven daheim, in der Welt zuhause	64
Customer Relations	
Partnerschaft mit besonderem Profil	18
Patentrezept für den optimalen Logistikmix	30
Automatisch besser	40
Das Tor nach Europa	54
Klinisch reine Logistik	62
Zu gut für die Tonne	68

People	
Von Daten getrieben	28
Fußball verbindet	70
FIEGE on Tour	78
Innovation & Operational Excellence	
Die Geschäftsmodelle der nächsten Generation	32
Mut zum Risiko	44
Pioniere auf der letzten Meile	48
Keep it Real Estate	50

Responsibility & Sustainability	
Ein Vierteljahrhundert aktiv für Mensch und Natur	42
Wir haben nur diesen einen Planeten	74
Vielfalt willkommen	76

BESCHIEDENER ANFANG



1873

Im Jahr 1873 gründet Joan Joseph Fiege ein kleines Fuhrunternehmen im westfälischen Greven. Von Haus aus ist der damals 38-jährige Bauernsohn eigentlich Landwirt und betreibt das Transportgeschäft zunächst als reinen Nebenerwerb. Mit Pferd und Wagen erledigt er kleinere Botendienste und bringt Kohlen zu seinen Kunden in der Nachbarschaft. Später kommen Aufträge von Grevener Einzelhändlern und Industriebetrieben sowie Fahrten auf die Wochen- und Warenmärkte in Münster dazu. Als Joan Joseph Fiege 1905 stirbt, übernimmt nach alter westfälischer Tradition sein erstgeborener Sohn Josef Fiege den Hof – es ist der erste Generationswechsel des Familienunternehmens.

1924

VORSPRUNG DURCH TECHNIK



Josef Fiege führt das Erbe seines Vaters fort. Den Umgang mit Pferd und Wagen sowie die Arbeit auf dem Feld hat er von ihm gelernt. 1908 kauft er ein eigenes Grundstück, wo ein Wohnhaus und Gebäude für seinen Fuhrbetrieb entstehen. Auch für einen Schankbetrieb ist Platz, der die Familie im Ersten Weltkrieg über Wasser hält. Anfang der 1920er Jahre steigt Sohn Josef Fiege jun. ins Unternehmen ein. Der 20-Jährige ist technikbegeistert und großer Lkw-Fan – was bei seinem Vater zunächst für Kopfschütteln sorgt. In der richtungsweisenden Diskussion zwischen zweiter und dritter Generation setzt sich der Junior durch. Gemeinsam kaufen Vater und Sohn 1924 den ersten VOMAG-Lastwagen.



SECHSECKIG.
PRAKTISCH.
GUT.

Heinz Fiege (1967) und Hugo Fiege (1973), die Söhne von Josef Fiege jun., sind die vierte FIEGE Generation und bilden über mehr als vier Jahrzehnte eine erfolgreiche Doppelspitze. Die beiden Brüder ergänzen sich ideal und entwickeln die regionale Spedition zum Pionier der Kontraktlogistik. Ein wichtiger Meilenstein auf diesem Weg ist das neue Logistikzentrum in Greven-Reckenfeld, das 1980 seine Verladetore öffnet und die Basis für die weitere Erfolgsgeschichte des Familienunternehmens bildet. Das markante Sechseck wird zum Markenzeichen – und FIEGE fortan zum Global Player.

1980

HEUTE SCHON AN MORGEN DENKEN

2014 übernimmt in Jens Fiege, Sohn von Heinz Fiege, und Felix Fiege, Sohn von Hugo Fiege, die fünfte Generation den Vorstandsvorsitz. Gemeinsam setzen sie den erfolgreichen Weg ihrer Väter fort und bauen die Position von FIEGE als Innovationsführer in der Logistik aus. Mit den Geschäftsfeldern Real Estate, Ventures und Digital Services etablieren sie weitere unabhängige Unternehmenssäulen. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf den Bereichen Digitalisierung und Automatisierung. Zu den weltweit 23.500 menschlichen Kolleg:innen gesellen sich in den Logistikzentren mittlerweile auch über 1.000 Roboter-Kollegen. Die herstellenden Start-ups unterstützt FIEGE durch gezielte Kooperationen bei der Weiterentwicklung ihrer Technologien und gestaltet so die Zukunft der Logistik aktiv mit.



2014



DER STAR IST DIE MANNSCHAFT

2023

Mit dem 150. Geburtstag darf unser Familienunternehmen einen ganz besonderen Meilenstein feiern. Aus dem einstigen Fuhrbetrieb hat sich in anderthalb Jahrhunderten ein international tätiger Logistikdienstleister entwickelt. 23.500 Kolleg:innen an 135 Standorten in 15 Ländern gehören zur internationalen FIEGE Familie. Jede und jeder Einzelne von ihnen ist ein unverzichtbarer Teil des Teams und schreibt täglich an unserer Geschichte mit. Anlässlich des Jubiläums wurde das bei zahlreichen Festen an verschiedenen Standorten und Regionen im Kreise der Kolleg:innen gefeiert. Auch unseren Partnern und Kunden durften wir auf unserer „Together in Motion“-Eventtour für das entgegengebrachte Vertrauen Danke sagen.



FIEGE Jubiläumsfilm:
This is us

Partnerschaft mit besonderem Profil



Bridgestone und FIEGE haben gemeinsam Geschichte geschrieben. Die fruchtbare Geschäftsbeziehung, die im März 1978 mit der Einlagerung einer Lkw-Reifenlieferung aus Japan begann, gilt als Stunde null der Kontraktlogistik und reift mittlerweile seit fast einem halben Jahrhundert. Bis heute verbindet den Reifenhersteller und den Logistikdienstleister vor allem eins: nachhaltiges Unternehmenswachstum.

Als Shojiro Ishibashi Anfang der 1930er Jahre das elterliche Unternehmen umfunktionierte, um Reifen herzustellen, konnte wohl selbst der schon damals als Visionär geltende Japaner nicht ahnen, welche wegweisende Entscheidung er da getroffen hatte. Heute, gut 90 Jahre später, ist Bridgestone jedenfalls ein weltweit führender

Premiumreifenhersteller und zählt zu den globalen Marktführern im Bereich der Gummiverarbeitung.

Ein wichtiger Baustein für diese beeindruckende Entwicklung war die Internationalisierung und Expansion des Unternehmens. „Für den Markteintritt in Europa suchte Bridgestone seinerzeit einen Logistikdienstleister, der ein Zentrallager betreiben und die Abwicklung von Kundenbestellungen organisieren konnte. Die Wahl fiel damals auf FIEGE – und wir haben diese Entscheidung bis heute nicht bereut“, sagt Christian Mühlhäuser, Managing Director Bridgestone Central Europe.

Logistische Reifeprüfung

Der Stapellauf erfolgte 1978 in Hamburg, dem sprichwörtlichen „Tor zur Welt“. Christian Thiemann, gemeinsam mit Stephan Wittenbrink Managing Director der FIEGE Geschäftseinheit Industry & Tires, erzählt: „Für die erste Reifenlieferung haben wir Bridgestone eine kleine Lagerfläche in unserer damaligen Speditionsanlage in der Kolumbusstraße zur Verfügung gestellt.“ Der Bedarf sei jedoch so rasch gewachsen, dass die vorhandenen Kapazitäten kurze Zeit später nicht mehr ausreichten. „Nur ein Jahr später sind wir bereits in ein Lager in

Hamburg-Rothenburgsort umgezogen. Dort haben wir eine Abwicklungsgruppe für Bridgestone etabliert, die das erste bundesweite Konzept für Markenartikellogistik entwickelte“, sagt Thiemann.

Die voranschreitende Professionalisierung und der geschäftliche Erfolg sorgten dafür, dass sich die Geschichte nach kurzer Zeit wiederholen sollte. Auch der neue Standort wurde zu klein und selbst bis zu 13 angemietete Außenlager konnten nicht alle per Seefracht ankommenden Bridgestone Reifen aufnehmen. Ende der 1980er Jahre wurden daher laut Christian Mühlhäuser entsprechende Weichen gestellt: „Mit der Übernahme von Firestone stiegen wir in die Weltspitze des Reifenmarktes auf. Das förderte die Entscheidung, in Hamburg ein neues und automatisiertes Lager mit einem Fassungsvermögen von bis zu 500.000 Reifen zu errichten.“

Neue Aufgaben, mehr Internationalität

In den Folgejahren wurde die Zusammenarbeit dann zunächst auf nationaler Ebene ausgeweitet. Thiemann skizziert die Entwicklung wie folgt: „1995 sind wir in Dortmund mit der Lagerung, Kommissionierung und Distribution von Reifen unterschiedlicher Art gestartet. Hinzu kamen Logistikabwicklungen im Speckgürtel Hamburgs sowie Gerresheim bei Düsseldorf.“ Eine besondere Bewährungsprobe, die Premiere auf internationalem Parkett, sollte nach der Jahrtausendwende folgen.

Genau betrachtet im Jahr 2006. „Mit der Inbetriebnahme unseres Logistikzentrums im tschechischen Bor hat Bridgestone begonnen, uns die Verantwortung für die Logistik in weiteren Teilen Europas zu übertragen. Mit der Zeit kamen zahlreiche neue Distributionsgebiete wie Dänemark, Polen, Ungarn, Österreich, die Schweiz, Teile Frankreichs oder Spanien hinzu“, sagt Thiemann. Ein wichtiges Drehkreuz bildet dafür bis heute die FIEGE Niederlassung in Lahr im Schwarzwald, die neben dem Mega Center in Hamburg als Regional Distribution Center für Bridgestone fungiert.



Ein Bild aus früheren Tagen: Bridgestone und FIEGE feiern in diesem Jahr ihre 45-jährige Zusammenarbeit.



Christian Mühlhäuser
Managing Director
Bridgestone Central Europe

„Unsere Partnerschaft ist seit jeher geprägt von einem vertrauensvollen Verhältnis, großer Flexibilität und gemeinsamer Weiterentwicklung.“

Beachtliche Laufleistung

Mittlerweile distribuiert FIEGE von sechs Standorten aus mehrere Millionen Bridgestone Reifen im Jahr. Und auch 45 Jahre nach dem Start der Zusammenarbeit hat sich an den damals ausschlaggebenden Faktoren nichts geändert, wie Mühlhäuser erklärt: „Unsere Partnerschaft ist seit jeher geprägt von einem vertrauensvollen Verhältnis, großer Flexibilität und gemeinsamer Weiterentwicklung – alles Werte, die auch in unserem übergeordnetem Unternehmensleitfaden, dem Bridgestone E8 Commitment, festgehalten sind. Die Qualität der Dienstleistungen und die Zufriedenheit unserer Kunden sind die gemeinsame Priorität von FIEGE und Bridgestone. Wir sind sicher, dass unsere Premiumreifen bei FIEGE in den besten Händen sind.“

In Zukunft wolle Bridgestone auch mit der Unterstützung von FIEGE das Ziel realisieren, in allen Unternehmensbereichen klimaneutral zu werden. Ein Schulterklopper, den Thiemann zu schätzen weiß: „Als Familienunternehmen legen wir großen Wert auf langfristige Kundenbeziehungen und umweltbewusstes Wirtschaften. Wir sind stolz darauf, dass wir Bridgestone auch auf dem weiteren Weg in die Zukunft begleiten dürfen.“

GEMEINSAM IN BEWEGUNG



Der Blick geht nach vorn: Felix Fiege (l.) und Jens Fiege (r.) führen das Familienunternehmen als Co-CEOs in fünfter Generation.

Wie führt man ein Unternehmen, das auf eine anderthalb Jahrhunderte alte Geschichte zurückblickt? Wie stellt man sicher, dass der Blick nach vorne trotz der erfolgreichen Vergangenheit scharf bleibt? Und wie erkennt man frühzeitig, was in Zukunft wichtig sein wird? Jens und Felix Fiege, die Co-CEOs der fünften FIEGE Generation, sprechen im LOGO-Interview über Herausforderungen, Wünsche und Ziele.



150 Jahre FIEGE: Wie fühlt sich das an, wenn man Fiege mit Nachnamen heißt?

Felix Fiege: Erst einmal ziemlich gut! (lacht) Wenn man wie wir das Glück hat, in ein Familienunternehmen reinzuwachsen, das vor uns schon seit vier Generationen bestand und das wir nun weiterentwickeln dürfen, überwiegt in allererster Linie die Dankbarkeit. Und wenn man darüber hinaus das Glück hat, das Unternehmen in einer Phase führen zu dürfen, in der der 150-jährige Geburtstag ansteht, dann ist man glücklich und auch ein bisschen stolz. Das ist für uns beide ein besonderes Privileg und eine riesige Chance, die uns mit Demut erfüllt.

Jens Fiege: Den Namen des Unternehmens zu tragen, bedeutet natürlich auch besondere und vor allem persönliche Verantwortung dafür, welches Umfeld die Firma für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schafft, wie sie mit Partnern und Kunden umgeht und wie sie sich gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt verhält. Es geht um Verbindlichkeit und Nachhaltigkeit – das prägt uns und treibt uns an.

Vom kleinen Fuhrunternehmen mit Pferd und Wagen zum internationalen Logistikdienstleister mit 23.500 Kolleginnen und Kollegen: Was waren beim Blick in den Rückspiegel die wichtigsten Meilensteine in der Unternehmensgeschichte?

Jens Fiege: Bei einer so langen Geschichte gibt es viele wichtige Meilensteine, die zur jeweiligen Zeit wegweisend waren und auch heute noch eine große Bedeutung für uns haben. 1924 haben wir den ersten Lkw gekauft, der FIEGE nach gut 50 Jahren von einem Fuhrunternehmen mit Pferd und Wagen zu einer richtigen Spedition gemacht hat. Wenn man bedenkt, wie sehr damals zwischen der zweiten und dritten Generation gerungen wurde, ob der technische Fortschritt eine Bedrohung oder vielmehr eine riesige Chance darstellt, dann erkennt man, wie wegweisend diese Entscheidung für die Firma war. Auf die heutige Zeit übertragen sind es Themen wie Künstliche Intelligenz und Robotik, die uns vor ganz ähnliche Aufgaben stellen. Auch hier gilt es, die Vor- und Nachteile abzuwägen, um die Technologien, von denen wir überzeugt sind, bestmöglich für uns und unsere Kunden zu nutzen.

Felix Fiege: Bei vielen Entscheidungen und Entwicklungen versteht man erst im Nachhinein die besondere Tragweite, die sie zu Meilensteinen werden lassen. Ich denke beispielsweise an die erste E-Commerce-Sendung, die wir 1996 für unseren damaligen Kunden Neckermann verschickt haben. Damals hat wohl kaum jemand wahrgenommen, dass diese Sendung der Startschuss in ein neues und riesiges Geschäftsfeld war. Wenn wir uns heute anschauen, welche Rolle der Onlinehandel für unser Unternehmen und die gesamte Gesellschaft spielt, ist das kaum noch vorstellbar. Jens und ich hoffen natürlich, dass wir gerade Entwicklungen anschieben, die in zwanzig, dreißig oder vierzig Jahren ebenfalls als wichtige Meilensteine betrachtet werden.

„Je größer wir werden, desto mehr verschiedene Dinge können wir gleichzeitig ausprobieren, ohne gleich zu viel aufs Spiel zu setzen.“

Jens Fiege

Was würdet Ihr mit dem Wissen von heute in der FIEGE Geschichte vielleicht anders machen?

Felix Fiege: Das ist eine schwierige Frage, weil es uns nicht zusteht, unsere Väter und deren Vorgänger zu kritisieren. Vor allem, weil sie unter dem Strich deutlich mehr richtig als falsch gemacht haben müssen, sonst würden wir heute nicht hier sitzen. Wir versuchen, die gute Quote unserer Vorgänger zu halten. Dazu gehört, dass wir wie die Generationen vor uns nicht den Mut verlieren dürfen, Dinge auszuprobieren, um uns immer wieder neu zu erfinden. Dabei geht sicherlich auch mal etwas schief, das gehört zum Geschäft – aber in unserem Unternehmen hat es dafür immer die nötige Offenheit gegeben. Das ist einer der Gründe für unseren Erfolg.

Jens Fiege: Das stetige Unternehmenswachstum, das wir unserem gesamten Team zu verdanken haben, verschafft uns dafür einen entscheidenden Vorteil. Je größer wir werden, desto mehr verschiedene Dinge können wir gleichzeitig ausprobieren, ohne gleich zu viel aufs Spiel zu setzen. Entscheidend ist, dass wir Fehler, wenn wir welche machen, schnell erkennen und bereit sind,

sie zuzugeben und rückgängig zu machen. Und dass wir gemeinsam aus unseren Fehlern lernen, um sie nicht zweimal zu machen. Dafür ist eine offene Fehlerkultur wichtig, die wir beispielsweise durch verschiedene Veranstaltungsformate fördern, bei denen wir gezielt und ganz bewusst über Fehler und vor allem die daraus resultierenden Lerneffekte sprechen.

Was habt Ihr von den vorhergegangenen Generationen übernommen – und was nicht?

Jens Fiege: Wir haben das Verantwortungsbewusstsein für unser Familienunternehmen übernommen. Die Haltung unserer Väter war, dass sie die Firma „nur“ eine Generation lang führen, nicht länger, und dann an ihre Nachfolger, in diesem Fall an Felix und mich, weitergeben. Nun haben wir die Verantwortung, dass wir das, was heute entsteht, gesund an die nächste Generation übergeben. Dafür ist es wichtig, frühzeitig auch die zukünftigen Gesellschafterinnen und Gesellschafter für das Unternehmen zu begeistern, so wie es unsere Väter sehr erfolgreich getan haben.

Felix Fiege: Was wir uns außerdem bewahren möchten, ist das glückliche Händchen, weiterhin die richtigen Menschen für unser tolles Führungsteam zu gewinnen. FIEGE war schon zu Zeiten unserer Väter keine Zwei-Mann-Show und ist es auch heute nicht. Für ein gesundes Familienunternehmen ist es darüber hinaus entscheidend, dass die Familie hinter der Firma und dem Führungsteam steht. Um das sicherzustellen, informieren und involvieren wir auch unsere Mitgesellschafterinnen und Mitgesellschafter bei wichtigen Veränderungen. Gleichzeitig dürfen die Familieninteressen natürlich niemals über die Belange der Firma gestellt werden. Das ist die oberste Regel – und das sind wir allen 23.500 Kolleginnen und Kollegen auch schuldig.

In diesem Jahr hat FIEGE den 150. Geburtstag gefeiert. Es war eine ganz bewusste Entscheidung, nicht auf das eine große und zentrale Jubiläumsfest zu setzen. Warum habt Ihr Euch dafür entschieden, es anders zu machen, als man es im ersten Augenblick vielleicht erwarten würde?

Felix Fiege: Wir haben nach einem Format gesucht, das besser zu uns als Unternehmen passt, als eine Veranstaltungshalle mit 23.500 Kolleginnen und Kollegen zu füllen. Und da kam relativ schnell die Idee auf, viele kleinere Events zu organisieren, bei denen wir unsere Teams an den einzelnen Standorten besuchen, um bei und mit ihnen zu feiern. Das hat es einfach nahbarer und familiärer gemacht, weil wir bei Bratwurst und Bier mit vielen Kolleginnen und Kollegen ins persönliche Gespräch kommen konnten.

Jens Fiege: Es sollte auch ein Zeichen der Wertschätzung sein, dass wir uns als Vorstand und Familie auf den Weg machen, um die Kolleginnen und Kollegen an den einzelnen Standorten zu besuchen. Denn bei den Festen ging es vor allem darum, Danke zu sagen für den besonderen Einsatz, die große Loyalität und die besondere Kultur bei FIEGE, die unsere Kolleginnen und Kollegen tagtäglich prägen.

Was waren die größten Highlights auf Eurer Tour durch die FIEGE Welt und was nehmt Ihr persönlich mit?

Felix Fiege: Besonders schön war, dass jedes Fest seinen ganz eigenen Charakter hatte. Die Rahmenbedingungen waren eigentlich immer sehr ähnlich, die Menschen aber eben alle verschieden. So hat jedes Team an seinem Standort ein ganz individuelles Event daraus gemacht. Am Ende glich tatsächlich keine Feier der anderen. Das dürfen wir hoffentlich auch als Bestätigung dafür auffassen, dass wir mit unserer Idee, einen individuellen und authentischen Jubiläumsrahmen zu schaffen, nicht falsch lagen.

Jens Fiege: Gefreut hat uns außerdem, wie herzlich wir überall empfangen worden sind. Man trifft an jedem Standort auf eine eingeschworene Gemeinschaft und fühlt sich sofort zuhause. Wir sind mit vielen tollen Menschen ins Gespräch gekommen, die wir und die uns sonst

vielleicht nicht so regelmäßig treffen. Bei vielen Festen wurden richtige Partys gefeiert – und auch wir durften kräftig mittanzen. Manchmal waren externe Gäste eingeladen, die von dieser familiären Atmosphäre sehr beeindruckt oder sogar überrascht waren. Diese Kultur macht unser Unternehmen aus. Dafür sind wir dankbar.

Felix Fiege: Und ein Highlight, das natürlich nicht unerwähnt bleiben darf, war unser diesjähriger Soccer Cup. Mit über 3.500 internationalen Teilnehmerinnen und Teilnehmern war es die größte Veranstaltung, die wir bisher auf die Beine gestellt haben – und das Preußenstadion in Münster, in dem wir unser Turnier austragen durften, war die perfekte Bühne dafür. An dieser Stelle noch einmal herzlichen Glückwunsch zum verdienten Sieg an das Herrenteam aus Biblis und die italienische Damenmannschaft aus Nogarole Rocca. Leider sind wir mit unseren Teams ziemlich früh ausgeschieden, auf der anschließenden Party haben wir dafür aber ganz gut mithalten können. (lacht)

Jens Fiege: Der Tag war von vorne bis hinten überragend. Angefangen beim Wetter, das deutlich besser mitgespielt hat als Felix und ich auf dem Platz, bis zum Blick auf die volle Tribüne, bei dem ich wirklich Gänsehaut bekommen habe. Ein riesiges Dankeschön an alle Kolleginnen und Kollegen, die das möglich gemacht haben.



„Beim Blick auf die Tribüne habe ich Gänsehaut bekommen“, sagt Jens Fiege über den FIEGE Soccer Cup 2023.



Neuzugang: Kenza Ait Si Abbou (3.v.r.) verstärkt seit dem 1. September den FIEGE Vorstand.

„Wir wissen, dass noch ein weiter Weg vor uns liegt, bis wir das Ziel Klimaneutralität tatsächlich erreichen. Aber wichtig ist, dass wir entschlossen vorgehen.“

Felix Fiege

Dafür tragen wir Verantwortung und diesem Anspruch wollen wir gerecht werden. Deshalb suchen wir fortlaufend nach neuen Möglichkeiten, um das Thema Leadership greifbar und messbar zu machen. Darüber hinaus legen wir großen Wert darauf, dass alle Kolleginnen und Kollegen in unserem Unternehmen gleiche Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten vorfinden. Das Projekt FIEGE Equality Power spielt dabei eine wichtige Rolle, mit dem wir Diversität und Chancengleichheit in unserem Unternehmen noch stärker fördern möchten.

Ein ganz zentrales Thema in der Unternehmensstrategie ist das Thema Nachhaltigkeit. Euer Ziel ist es, das Unternehmen klimaneutral an die nächste Generation weiterzugeben. Wie weit ist FIEGE auf dem Weg zum Ziel?

Felix Fiege: Die Segel sind gesetzt und wir nehmen immer weiter an Fahrt auf. Wir wissen, dass noch ein weiter Weg vor uns liegt, bis wir das Ziel Klimaneutralität tatsächlich erreichen. Aber wichtig ist, dass wir entschlossen vorgehen. Wir haben dieses Jahr unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, um maximale Transparenz zu schaffen und uns selbst überprüfen zu können. Ein erfreuliches Ergebnis ist, dass wir die direkten Emissionen unserer Standorte und unserer eigenen Fahrzeuge sowie die indirekten Emissionen durch zugekaufte Energie vergangenes Jahr um 34 Prozent im Vergleich zu 2021 reduzieren konnten. Wir haben mittlerweile die ersten E-Lkw in unsere Flotte aufgenommen und bald 400.000 Quadratmeter installierte Photovoltaikfläche auf unseren Dächern, die Solarstrom produzieren. Und wir planen unser erstes Logistikzentrum, das nach DGNB-Standard im Betrieb klimapositiv sein wird. Es ist viel in Bewegung.

Jens Fiege: Gleichzeitig hat Nachhaltigkeit für uns aber nicht nur eine ökologische, sondern auch eine ökonomische und soziale Ebene. Für uns geht es darum, neben dem umweltbewussten Einsatz von Ressourcen auch eine verantwortungsvolle und nachhaltige Unternehmensführung sowie bestmögliche Arbeitsbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten für unsere Kolleginnen und Kollegen zu gewährleisten. Dafür haben wir mit unserem Corporate-Sustainability-Team insgesamt sieben Fokusthemen definiert, die wir parallel bearbeiten. Ganz zentral ist, dass wir das Thema Nachhaltigkeit in jede unserer unternehmerischen Entscheidungen einfließen lassen und fest in unserem Geschäftsmodell verankern.

Die Vergangenheit ist das eine, die Gegenwart das andere. Nach 150 Jahren FIEGE – wo steht das Unternehmen heute?

Jens Fiege: Das Wichtigste ist, dass wir eine solide und kerngesunde Firma sind. Wir haben ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell, das wir immer weiterentwickeln und um neue Unternehmenssäulen ergänzen. Dadurch haben wir sehr gute Voraussetzungen, um die Erfolgsgeschichte der vergangenen 150 Jahre weiterzuschreiben. Aktuell haben natürlich auch wir mit wirtschaftlichen Herausforderungen zu kämpfen, weil wir als Dienstleister von der Industrie und dem Handel abhängig sind. Wie immer bieten solche Phasen gleichzeitig aber auch Chancen, weil Veränderungen immer neue Möglichkeiten und Perspektiven mit sich bringen. Durch unser Führungsteam, die gesamte FIEGE Mannschaft und durch unsere vertrauensvollen und langjährigen Beziehungen zu unseren Kunden sind wir gut aufgestellt, um diese Chancen für uns zu nutzen.

Wie geht Ihr mit aktuellen Herausforderungen um und welche Aufgaben warten in Zukunft auf FIEGE?

Felix Fiege: Wir blicken natürlich voller Sorge auf den wieder entflammten Nahostkonflikt. Zudem treibt uns weiterhin der schreckliche Krieg in der Ukraine um, der unseren ukrainischen Kolleginnen und Kollegen ihre sichere Heimat nimmt – aber auch die daraus resultierende Energiekrise, die Inflation, die konjunkturelle Lage und das veränderte Konsumverhalten machen sich bemerkbar. Gleichzeitig spüren wir aber, wie stark der Zusammenhalt gerade in herausfordernden Zeiten ist. Deshalb sind wir zuversichtlich. Und diese Zuversicht brauchen wir, denn mit dem Fachkräftemangel, der digitalen Transformation unserer Branche und unseres Unternehmens sowie dem Thema Nachhaltigkeit haben wir in den kommenden Jahren einige dicke Bretter zu bohren. Wir sind in diesen Bereichen sehr aktiv und auf einem gutem Weg, wissen aber auch, dass wir noch eine lange Strecke vor uns haben.

Welche Themen, Aufgaben und Projekte in der FIEGE Welt liegen Euch aktuell besonders am Herzen? Worauf freut Ihr Euch vielleicht ganz besonders?

Jens Fiege: Ich finde alles rund um Automatisierung, Künstliche Intelligenz und datengetriebene Geschäftsmodelle sehr spannend. Darin liegt für uns ein riesiges unternehmerisches Potenzial. Deshalb investieren Felix und ich viel Zeit in diese Themen – und wir freuen uns sehr, dass wir mit unserer neuen Vorstandskollegin Kenza eine wirkliche Koryphäe auf diesem Gebiet für FIEGE gewinnen konnten. Kenza wird uns dabei helfen, unsere Möglichkeiten in diesen Bereichen voll auszuschöpfen und als Unternehmen weiter zu wachsen.

Felix Fiege: Uns liegen die Themen Unternehmenskultur und auch Führungskultur sehr am Herzen. Wir haben das Motto ausgerufen, dass jede Kollegin und jeder Kollege in unserem Unternehmen das Recht auf gute Führung hat.

**Zum Abschluss noch der Blick nach vorne:
Wie wird sich FIEGE in den nächsten Jahren
weiterentwickeln?**

Felix Fiege: Unser übergeordnetes Ziel ist es, wirtschaftlich weiterhin erfolgreich zu sein und gesund weiterzuwachsen. Dafür müssen wir unser Geschäftsmodell stetig weiterentwickeln, gleichzeitig aber auch immer die Bereitschaft mitbringen, uns in bestimmten Bereichen völlig neu zu orientieren. Außerdem müssen wir als Dienstleister das gute und vertrauensvolle Verhältnis zu unseren Kunden weiter ausbauen, damit wir auch in Zukunft ein starker Partner sein können. Und bei all dem dürfen wir den Blick nach innen selbstverständlich nie vergessen, denn um unsere Ziele zu erreichen, brauchen wir wie in den vergangenen 150 Jahren das gesamte FIEGE Team. Der Mensch muss und wird bei uns weiterhin an erster Stelle stehen.



**Und noch weiter nach vorne: Was wünscht Ihr
dem Unternehmen für die nächsten 150 Jahre?**

Jens Fiege: Ich wünsche mir, dass FIEGE so wandlungsfähig bleibt, wie es in den zurückliegenden anderthalb Jahrhunderten immer gewesen ist. Dass wir klug und unternehmerisch denken, um unsere Ziele zu erreichen. Und dass alle Menschen, die für FIEGE arbeiten, gerne ein Teil unseres Teams sind.

Felix Fiege: Wenn wir es schaffen, dass im Jahr 2173 die vermutlich zehnte Generation das Unternehmen führen und den 300. FIEGE Geburtstag feiern darf, kann es so schlecht nicht gelaufen sein. Und dann hoffe ich natürlich, dass unsere Nachfolgerinnen und Nachfolger auch über uns sagen können: ‚Unterm Strich hat die fünfte Generation deutlich mehr richtig als falsch gemacht.‘ Das wäre schon mal die halbe Miete.



Ohne Dich wär's nur ein Standort ohne Steuermann.

Grzegorz, 41 Jahre, leitet unser Logistikzentrum im polnischen Gardno. Er ist seit der ersten Sekunde an Bord und hat in den vergangenen sechs Jahren den Aufbau des Standortes maßgeblich mitgestaltet. Für seine 3.000 Kolleg:innen hat Grzegorz immer ein offenes Ohr und mit seinem Humor sorgt er selbst in stressigen Situationen für eine angenehme Atmosphäre. Als Kapitän setzt er sich voller Leidenschaft für sein Team ein – und das nicht nur am Standort, sondern auch auf dem Platz beim FIEGE Soccer Cup.

Wir sind FIEGE.
150 Jahre gemeinsam in Bewegung.

150

Von Daten getrieben

Zuwachs im FIEGE Vorstand: Schon während ihres Ingenieurstudiums ist KENZA AIT SI ABBOU von Künstlicher Intelligenz fasziniert. In ihrer neuen Rolle widmet sich die KI-Expertin nun der Logistik – einer für sie neuen Branche, die sie als Daten- und Automatisierungsspielwiese beschreibt.

Für viele Menschen ist es schwer vorstellbar, dass immer mehr Maschinen in der Lage sind, menschliche Fähigkeiten wie logisches Denken und kognitive Intelligenz zu imitieren. Befeuert durch manchen Hollywood-Blockbuster fürchten Skeptiker:innen sogar eine Gesellschaft, in der Roboter mit Künstlicher Intelligenz (KI) die Kontrolle übernehmen. Eine Sorge, die KENZA AIT SI ABBOU so zwar nicht teilt, aber doch verstehen kann. „Solche Vorbehalte sind in vielen Branchen vorhanden, vermutlich sind sie in Teilen sogar berechtigt.“ Ersetzen, da ist sie sich sicher, werde KI den Menschen trotzdem nicht. „Die Kunst liegt vielmehr darin, die Technologie so einzusetzen, dass sie uns entlastet und Kapazitäten schafft, die wir für höhere Aufgaben und die Lösung neuer Probleme nutzen können.“

Für diesen kollaborativen Prozess wirbt die Ingenieurin auch in ihren zu Bestsellern avancierten Büchern mit Titeln wie „Menschenverstehert“ oder „Keine Panik, ist nur Technik“. Ihr Ziel sei es, aufzuklären und ihren Leser:innen die Angst vor der voranschreitenden Digitalisierung zu nehmen. Zudem ist sie als Speakerin für Digital Responsibility und Female Empowerment unterwegs und regelmäßig in Talkshows im Fernsehen zu Gast. „Wenn es um das Thema KI geht, bin ich oft die einzige Frau im Panel. In gewisser Weise macht mich das zu einem Vorbild und verschafft mir viele Möglichkeiten. Und ich möchte die Chance nutzen, damit sich das ändert“, sagt AIT SI ABBOU.

Verändern möchte die 42-Jährige nun auch etwas bei und mit FIEGE. Seit September ergänzt AIT SI ABBOU den mit ihr sechsköpfigen Vorstand des Grevener Logistikdienstleisters, bei dem sie die Bereiche Digital Services, IT und Data Driven Company verantwortet. „FIEGE und die Logistikbranche sind ja neu für mich. Daher ist es erstmal meine Hauptaufgabe, mich umzusehen, meinen neuen Kolleginnen und Kollegen zuzuhören und zu schauen, was wir in den Bereichen Automatisierung und Digitalisierung alles schon tun.“ Vom ersten Eindruck her, sagt sie, sei das eine ganze Menge.

Ihr Talent für Mathematik scheint der gebürtigen Marokkanerin in die Wiege gelegt worden zu sein. Schon zu Schulzeiten fühlte sie sich von Zahlen und Daten getrieben. Folglich entschied sich AIT SI ABBOU für das Studium der Elektrotechnik und Telekommunikation, das sie an verschiedene Universitäten nach Spanien und Deutschland führte. Nach ihrem Abschluss arbeitete sie über zehn Jahre lang in verschiedenen Positionen für die Deutsche Telekom und war zuletzt als Director Client Engineering beim IT-Unternehmen IBM tätig. „Schon mein ganzes Leben lang haben mich Zahlen, logische Abläufe und Robotik ganz besonders begeistert. Was das angeht, ist die Logistikbranche eine regelrechte Spielwiese“, sagt AIT SI ABBOU.

Den Ausschlag für FIEGE, erzählt die zweifache Mutter, habe dann unter anderem die besondere Unternehmenskultur gegeben. „Ich freue mich sehr, dass ich in einem 150-jährigen Familienunternehmen die Möglichkeit erhalte, gemeinsam mit einem motivierten Team die digitale Transformation voranzubringen und FIEGE fit für die nächste Generation zu machen“, erzählt AIT SI ABBOU. Dabei sei ihr eines sehr wichtig: im Zuge der Digitalisierung nie den Menschen aus den Augen zu verlieren. Eine unkonventionelle Haltung, für die sie das Handelsblatt im Jahr 2021 zur „Vordenkerin der Transformation“ kürte. „Technologie soll den Menschen dienen“, sagt sie. „Es geht darum, Lösungen zu finden – und nicht darum, um jeden Preis KI einzusetzen.“

FRAGENHAGEL



mit KENZA AIT SI ABBOU

Bist Du eher Typ Nachteule oder ein früher Vogel?

Definitiv eine Nachteule. Deshalb freue ich mich immer besonders, wenn ich sonntags ausschlafen kann. Mit zwei kleinen Kindern im Haus ist das allerdings nicht immer ganz einfach.

Wenn Du Filme schaust – lieber bei Netflix oder im Kino?

Eigentlich gehe ich lieber ins Kino, aber das lässt die Zeit oft nicht zu. Deshalb schaue ich meistens bei Netflix. Wenn es aber mal klappt, freue ich mich umso mehr.

Was bringt Dich auf die Palme – und wie bekommt man Dich wieder herunter?

Eine Sache, die mich schnell auf 180 bringt, sind Menschen, die nicht zuhören und sich nicht reflektieren. Ganz egal, ob im Berufs- oder im Privatleben. Dann hilft nur tief ein- und ausatmen.

Wenn Du nicht Ingenieurin und KI-Expertin geworden wärst, was würdest Du stattdessen machen?

Eine gute Frage. Während meiner Schulzeit habe ich Ballett getanzt und wollte damals Ballerina werden. Ich habe dann doch die Mathematik gewählt und bereue diese Entscheidung auch nicht.

Hast Du einen Lebenstraum, den Du Dir noch erfüllen möchtest?

Ich wollte immer mal in Japan leben, ein tolles und interessantes Land. Bisher habe ich das allerdings leider nur für einen Monat geschafft.



Der beste Mix(er): Vorwerk und FIEGE arbeiten seit über einem Vierteljahrhundert erfolgreich zusammen.

Patentrezept für den optimalen Logistikmix

Der Name Vorwerk steht weltweit für den Direktvertrieb innovativer Haushaltsgeräte, die das Leben leichter machen. Das Wuppertaler Familienunternehmen, das in diesem Jahr 140. Geburtstag feiert, setzt seit über 25 Jahren auf das Know-how von FIEGE. Wie die überlegenen Vorwerk Produkte besticht auch die partnerschaftliche Zusammenarbeit durch ihre lange Lebensdauer.

Angefangen hat die gemeinsame Erfolgsgeschichte 1996, erinnert sich Christian Spormann, Geschäftsführer Operations bei Vorwerk International & Co. KmG: „Wir waren damals auf der Suche nach professioneller Unterstützung für unsere Produktionsversorgung, deren Komplexität mit der Vielfalt unserer Produkte und dem Erfolg unseres Unternehmens stetig gewachsen war.“ Aus der ehemaligen Teppichweberei hat sich bis heute eine führende Weltmarke entwickelt, die hochwertige Haushaltsgeräte wie die Multifunktions-Küchenmaschine Thermomix und die Staubsauger-Serie Kobold produziert und weltweit im Direktvertrieb vermarktet.

Vorwerk und FIEGE gründeten ein Joint Venture, um die Werkslogistik am Wuppertaler Standort zu steuern. Beide Familienunternehmen hätten mit ihrer damals schon jeweils über 100-jährigen Geschichte nicht nur auf dem Papier gut zusammen gepasst, erklärt Spormann: „Unser erfolgreiches Geschäftsmodell, der Vorwerk Direktvertrieb, basiert auf einer besonderen Serviceorientierung und hohen Qualitätsansprüchen, die auch FIEGE als Logistikdienstleister verkörpert.“

Zusammenwachsen und zusammen wachsen

Mitte der 2000er Jahre übernahm FIEGE dann sämtliche Anteile an der Gemeinschaftsunternehmung, die neben Lagerhaltung und Produktionsversorgung auch die Versandlogistik nach Deutschland, Österreich und Frankreich verantwortete. „Wir haben unsere Produktion in den Folgejahren massiv expandiert, sodass die vorhandenen

Kapazitäten in Wuppertal schlichtweg nicht mehr ausreichen. Also mussten wir uns nach Lösungen umsehen“, schildert Spormann.

Bei der Suche nach geeigneten Flächen konnte FIEGE aufgrund der Expertise im Real-Estate-Bereich behilflich sein. „Wir waren sehr froh, als FIEGE mit dem Vorschlag auf uns zukam, eine eigene Immobilie im nur gut 40 Kilometer entfernten Neuss zu errichten“, sagt Spormann. Mit Fertigstellung im Jahr 2014 wurde die gesamte Distributionslogistik in das neue Logistikzentrum ausgelagert.

Von der Werkslogistik zum internationalen Supply Chain Management

Die eigentliche Herkulesaufgabe, so Spormann, stand allerdings erst noch bevor: „Um den ständig steigenden Anforderungen gerecht zu werden, haben wir eine neue Logistikstrategie entwickelt und FIEGE zur Ausführung übergeben, damit wir eine noch bessere Versorgung unserer Kundinnen und Kunden sicherstellen.“ Kern des neuen Konzepts ist ein Central Warehouse (CWH), das FIEGE in seiner Neusser Niederlassung betreibt.

Vom CWH aus werden die Transit Points der Landesgesellschaften sowie Distributoren weltweit beliefert, die den Versand der Handelsprodukte an Vorwerk-Shops, Berater:innen und Endkund:innen organisieren. „Für Deutschland, einen unserer Hauptabsatzmärkte, übernimmt FIEGE diese Aufgabe in demselben Gebäude praktischerweise gleich mit“, erklärt Spormann. Auch um die Lagerung von Rohstoffen und Halbfertigprodukten für die Produktion im Wuppertaler Hauptwerk kümmert sich weiterhin FIEGE.



Küchenhilfe für die ganze Familie: der Thermomix von Vorwerk.

Verbundenheit auch in herausfordernden Zeiten

Die neue Supply-Chain-Strategie benötigte hier und da eine gewisse Eingewöhnungsphase. Eine wichtige Voraussetzung sei gewesen, Probleme auf Augenhöhe offen ansprechen zu können, sagt Spormann: „In den 25 Jahren Zusammenarbeit mit FIEGE haben wir eine gute Vertrauensbasis entwickelt, die uns sicher sein lässt, dass von allen Seiten stets nach einer schnellen und bestmöglichen Lösung gesucht wird.“

Eine der größten Herausforderungen war, dass das Auftragsvolumen von Vorwerk deutlich anstieg. „In den Spitzenzeiten im vergangenen Jahr standen wir vor der Aufgabe, zusätzliche Außenlager zu finden, die FIEGE durch die hohe Standortdichte und die Multi-User-Struktur glücklicherweise bereitstellen konnte“, berichtet Spormann. Aktuell arbeite man gemeinsam daran, die Logistikabwicklung in den FIEGE Standorten Neuss und Emmerich zu konsolidieren und die Transportströme flächendeckend noch weiter zu optimieren. Der Prozess soll noch in diesem Jahr abgeschlossen werden.

Gemeinsame Experimentierfreu(n)de

Offenbar haben sich mit Vorwerk und FIEGE zwei ideale Partner gefunden. Trotz (oder gerade wegen?) der langen Unternehmensgeschichten eint beide Familienunternehmen bei aller Kontinuität bis heute der Drang, sich immer wieder neu zu erfinden. Bleibt die spannende Frage, welches gemeinsame Erfolgsrezept als nächstes aus dem Hut gezaubert wird.



Central Warehouse: Seit 2014 wickelt FIEGE die gesamte Distributionslogistik für Vorwerk am Standort Neuss ab.

Die Geschäftsmodelle der nächsten Generation

Dr. Steffani Busch ist das neue Gesicht der FIEGE Geschäftseinheit Digital Services. Im Mai dieses Jahres hat die E-Commerce-Expertin das Ruder als Managing Director übernommen. Im LOGO-Interview erzählt die 38-Jährige, welche Ziele sie verfolgt und wie sie aktuelle und zukünftige Herausforderungen gemeinsam mit ihrem gut 200-köpfigen Team meistern will.



Dr. Steffani Busch
Managing Director
FIEGE Digital Services

Wenn Du die Unternehmenssäule Digital Services in wenigen Sätzen beschreiben müsstest: Was würdest Du sagen?

Steffani Busch: Unsere Vision ist, dass wir für jeden Schritt entlang der Wertschöpfungskette von Onlinehändlern die passende Lösung parat haben – sozusagen „E-Commerce as a Service“. Dafür haben wir in unserer Geschäftseinheit ein wachsendes Team von hochqualifizierten E-Commerce-Profis. Und wir können durch die langjährige Zusammenarbeit mit E-Commerce-Kunden in der Kontraktlogistik in der gesamten Organisation auf einen großen Erfahrungsschatz zurückgreifen.

Du führst die Digitalsparte nun seit einem guten halben Jahr als Managing Director. Wie hast Du Dich bei FIEGE eingelebt?

Steffani Busch: Das gesamte Team hat mich sehr herzlich aufgenommen und mir den Einstieg sehr leicht gemacht. Was ich bei FIEGE sehr schätze, ist die Mischung aus den Werten eines Familienunternehmens auf der einen Seite und dieser wahnsinnigen Umtriebigkeit auf der anderen Seite – das ist eine sehr mächtige Kombination! Und natürlich haben mich das Team und alles, was es bisher auf die Beine gestellt hat, wirklich beeindruckt. Ich freue mich auf die anstehenden Aufgaben.

Schauen wir anlässlich unseres Jubiläums kurz auf die Geschichte der Geschäftseinheit zurück. Wo liegen die Ursprünge unserer Unternehmenssäule Digital Services?

Steffani Busch: Wenn man so möchte, reicht unsere Geschichte bis ins Jahr 1996 zurück, als FIEGE das erste E-Commerce-Paket für Neckermann verschickt hat. Wir waren damals früh dran und haben seitdem die Fähigkeit entwickelt, digitale Trends schnell zu erkennen und uns darauf einzustellen – sowohl was technische Innovationen als auch die Veränderungen im Markt betrifft. Vor allem haben wir gelernt, die individuellen Bedürfnisse unserer Kunden immer besser zu verstehen. Beispielsweise haben viele reine B2B-Unternehmen, für die wir bereits die Logistik übernommen hatten, den Bedarf entwickelt, in die digitale Welt einzutauchen und Kanäle für den Direktvertrieb aufzubauen. Also haben wir bereits vor gut neun Jahren begonnen, passende Produkte zu erarbeiten und Märkte zu vernetzen, damit wir unseren Kunden genau diese Möglichkeit bieten können.

Und was gab letztlich den Ausschlag für die Ausgründung?

Steffani Busch: Je intensiver sich FIEGE mit dem Thema beschäftigt hat und je stärker der Bereich gewachsen ist, desto deutlicher wurde, dass digitale Dienstleistungen nicht mehr nur Teil einer Logistikeinheit, sondern viel mehr ein neuer, eigener Fokusbereich sind. Deshalb hat sich der Vorstand 2022 entschieden, unsere Digitalsparte als zusätzliche Unternehmenssäule neben Kontraktlogistik, Real Estate und Ventures auszugründen.

Kannst Du Beispiele nennen, um welche Produkte und Dienstleistungen es sich konkret handelt?

Steffani Busch: Ein klassisches Beispiel ist unser Order-Management-System für die zentrale Verwaltung aller für den E-Commerce erforderlichen Prozesse. Das war quasi unser erstes Produkt und wie bereits angerissen, haben wir es seinerzeit für einen Bestandskunden aus dem B2B-Bereich gebaut, um den Direktverkauf an Endkundinnen und Endkunden zu ermöglichen. Ein anderes Beispiel ist unsere Plug-and-Play-Lösung für Fulfillment: FIEGE NOW. Bei vielen Einsteigern sind die anfänglichen Auftragsvolumina zu klein für maßgeschneiderte Logistikkonzepte, aber gleichzeitig zu groß, um die Lagerung und den Versand noch selbst in der eigenen Garage zu stemmen. Mit FIEGE NOW bieten wir Start-ups ab dem ersten Auftrag einen sofort aufschaltbaren Fulfillment-Service. Ein drittes Beispiel: Für langfristigen Erfolg reicht die klassische Ein-Kanal-Lösung über einen eigenen Webshop häufig nicht aus. Wer heutzutage die gesamte potenzielle Kundschaft erreichen möchte, kommt um eine Präsenz auf den relevanten Online-Marktplätzen kaum herum. Hier agieren wir mit heyconnect als zentrale Schnittstelle zu allen Plattformen.

Ausgezeichnet: Carrier Claims Management von FIEGE.



„Es ist unsere Aufgabe, unseren Kunden dabei zu helfen, eine individuelle E-Commerce-Strategie und das jeweils richtige Setup zu definieren“, sagt Dr. Steffani Busch.

Die Geschäftseinheit Digital Services hat aber noch mehr zu bieten.

Steffani Busch: Das stimmt. Wir bieten unseren Kunden viele modulare Services an, die erforderlich werden, wenn etablierte B2B-Marken auch das Endkundensegment bedienen wollen. Das können ein professionelles Callcenter oder ein rechtskonformes Abrechnungsmanagement für internationale Einzeltransaktionen sein. Des Weiteren möchte ich noch unser Carrier Claims Management für die schnelle Bearbeitung von Versandreklamationen nennen, mit dem wir im Mai den begehrten Logivisor Award als Logistikdienstleister der Zukunft gewonnen haben. Zusammengefasst: Dank unserer langjährigen Erfahrung im E-Commerce-Bereich kennen und lösen wir die verschiedenen digitalen Herausforderungen unserer Kunden.

Wie ist die Unternehmenssäule Digital Services aufgebaut und welche langfristigen Ziele verfolgt FIEGE damit?

Steffani Busch: Für jedes unserer Produkte gibt es verantwortliche Personen, die diese Produkte innerhalb der Organisation wie Unternehmerinnen und Unternehmer gemeinsam mit ihren Teams weiterentwickeln und kontinuierlich verbessern. Unterstützt werden sie von einer übergeordneten Struktur, die Synergien hebt, die Bewegungen im Markt im Blick behält und neue Produkte entwickelt. Auf diese Weise wollen wir weiter wachsen. Gemeinsam mit unserem Team, das heute schon aus über 200 Kolleginnen und Kollegen besteht, wollen wir eine Produktpalette entwickeln, mit der wir den Onlinehandel entlang der gesamten Wertschöpfungskette unterstützen können. Unser Ziel ist es, die erste Anlaufstelle für Unternehmen zu sein, die online verkaufen möchten.



Preisträger:innen: FIEGE wurde beim Logivisor Award 2023 als „Logistikdienstleister der Zukunft“ ausgezeichnet.

Das Thema FIEGE NOW hast Du schon angesprochen. Was ist der besondere Vorteil, den FIEGE gerade kleineren Kunden damit bietet?

Steffani Busch: Ein Trend, der uns in Zukunft noch stärker beschäftigen wird, ist Customer Satisfaction, also die Zufriedenheit auf Endkundenseite. Die Bewertung, die jeder Onlinehändler am liebsten liest, lautet: tolles Produkt, schnelle Lieferung, super Service. Das Besondere an unserem Portfolio ist, dass wir mit FIEGE NOW gerade für Newcomer einfachen und kostengünstigen Zugang zu hochwertigem Fulfillment bieten, in das über 150 Jahre Markt- und bald 30 Jahre E-Commerce-Erfahrung geflossen sind. Die erforderliche Logistik dahinter übernehmen wir aus einer Hand gleich mit – und sobald ein Scale-up aus der Standardlösung herauswächst, können wir die Logistikabwicklung dank unseres dichten Kontraktlogistik-Standortnetzes in Europa auf die erforderliche Größe skalieren. Das schafft Verlässlichkeit und Vertrauen und ist ein Alleinstellungsmerkmal, das uns auszeichnet.

Abschließend noch ein Blick in die Glaskugel: Wie sieht das E-Commerce-Business der Zukunft aus und wie kann FIEGE dabei unterstützen?

Steffani Busch: Der Online-Markt ist jetzt schon riesig und wird sich in Zukunft noch weiter diversifizieren und spezialisieren. Marken und Händler stehen vor der Herausforderung, das Beste aus Offline- und Online-Welt zu bieten und genau dort stattzufinden, wo ihr Klientel ihre Produkte nachfragt. Wir möchten Unternehmen dabei unterstützen, digital erfolgreich und profitabel zu sein. Dafür gibt es allerdings keinen Standardweg. Zudem wächst durch die immer weiter voranschreitende Internationalisierung auch der Konkurrenzdruck von

anderen Kontinenten. Deshalb wird es unsere Aufgabe sein, unseren Kunden dabei zu helfen, eine individuelle E-Commerce-Strategie und das jeweils richtige Setup zu definieren.

Was bedeutet das für das zukünftige Einkaufserlebnis – auch mit Blick auf das Thema Nachhaltigkeit?

Steffani Busch: Ich glaube, dass sich das Verhältnis zwischen stationärem und online-basiertem Handel immer mehr in Richtung digitaler Angebote verschieben wird. Die Innenstädte werden nicht sterben, aber vermutlich eher durch Showrooms und Präsentationsflächen geprägt sein, in denen Ware anfassbar und erlebbar ist, aber kaum noch über die Ladentheke geht – sondern bequem nach Hause geliefert wird. Deshalb werden wir zwangsläufig neue und vor allem nachhaltige Lösungen im Versandgeschäft benötigen, um perspektivisch nicht in Verpackungsmüll unterzugehen oder auf verstopften Straßen zu stranden. Auch angesichts dieser Herausforderungen können wir unseren Kunden als Full-Service-Logistikdienstleister auf verschiedenen Ebenen zahlreiche Mehrwerte bieten.

„Wir möchten Unternehmen dabei unterstützen, digital erfolgreich und profitabel zu sein.“



Ohne Dich wär's nur ein Rückläufer.

Petra, 53 Jahre, arbeitet in der Retourenabteilung unseres Kunden BP am Standort in Greven-Reckenfeld. Dank ihrer geschulten Augen finden retournierte Waren verlässlich den Weg zurück ins richtige Regal. Wenn Petra nicht gerade mit dem Kundenservice spricht, kürt sie gerne Plattdeutsch. Seit zehn Jahren ist sie bei FIEGE und schätzt besonders die familiäre Atmosphäre – deshalb hat Petra auch schon manche Freizeitveranstaltung für ihr Team organisiert.

Wir sind FIEGE.
150 Jahre gemeinsam in Bewegung.



150



Tradition trifft Innovation: Früher transportierte FIEGE Waren im 8000er Büssing, heute sind erste emissionsfreie E-Lkw im Einsatz.

Ihrer Zeit Zeit voraus

Lastkraftwagen von Büssing waren Mitte des 20. Jahrhunderts das Non-plusultra. Gut 70 Jahre später sind es emissionsfreie E-Lkw, die den Güterverkehr revolutionieren. FIEGE ist heute wie damals am Puls der Zeit. Pünktlich zum 150-jährigen Jubiläum fahren beide Fahrzeugtypen gemeinsam unter FIEGE Flagge.



Der 8000er Büssing war in den 1950er Jahren das Flaggschiff des legendären Nutzfahrzeugeherstellers aus Braunschweig. Dank seines stehenden GD6-Dieselmotors mit 13,5 Litern Hubraum und 150 PS galt der imposante Langhauber als Traum eines jeden Fernfahrers. Wer sich wenige Jahre nach Ende des Zweiten Weltkriegs solche Fahrzeuge leisten konnte, der war auf dem Weg (zurück) in die Erfolgsspur. Bis heute gilt der Büssing 8000 deshalb als ein Symbol für das sogenannte „Wirtschaftswunder“.

Ein besonderer Verehrer der Motorlastwagen mit Chromspinne war Josef Fiege jun. Nach dem Tod seines Vaters Josef Fiege sen. im Jahr 1938 hatte er als ältester Sohn die alleinige Geschäftsführung von FIEGE übernommen und das Unternehmen trotz aller Widrigkeiten durch die Kriegsjahre geführt. In der Nachkriegszeit wuchs der Bedarf an schweren Lkw rasant und der speditionseigene Fuhrpark damit schnell auf über 50 Fahrzeuge an, darunter viele Büssing-Modelle, die Josef „Jöppe“ Fiege, wie ihn seine Freunde nannten, am Wochenende fein säuberlich auf dem Werksgelände aufreihen ließ.

Fahrzeuge Marke Eigenbau

Den Grundstein für den Erfolg der Büssing Nutzkraftwagen GmbH legte der Fahrzeugbau-Pionier Heinrich Büssing. Der Lkw- und Omnibus-Konstrukteur hatte bis zu seinem Tod im Jahr 1929 über 200 Erfindungen zum Patent angemeldet. Und vermutlich nahm sich Josef Fiege, der unternehmensintern als mit den Büssing-Lkws verheiratet galt, ihn ein wenig zum Vorbild, als er in den 1950er Jahren selbst in den Fahrzeugbau einstieg.

In der FIEGE Werkstatt tüftelten die Mechaniker an eigenen Speziallösungen für den Transportbereich. In Handarbeit optimierten sie Fahrerhaus und Pritsche, um die Lkw leichter zu machen und die klassische Nutzlast von acht Tonnen zu vergrößern. Den Einbau einer zweiten Schlafkabine zwischen Führerhaus und Ladefläche meldete Josef Fiege gleich selbst erfolgreich zum Patent an. Durch die Installation von Tanks auf der Büssing-Pritsche konnte er zudem in das Transportgeschäft mit Benzin und Heizöl einsteigen.

Die Wege trennen sich

Während bei FIEGE Ende der 1960er Jahre die vierte Generation ins Familienunternehmen einstieg, geriet die zur Aktiengesellschaft umfunktionierte Büssing AG ins Straucheln. 1971 wurde das Management zusammen mit dem Braunschweiger Löwen von der Konkurrenzmarke MAN übernommen. Bis Ende des Jahrzehnts verschwand der Name Büssing aus dem Straßenverkehr – ungefähr im Gleichschritt mit den Langhaubern, die durch praktischere Frontlenker ersetzt wurden.

Auch in Greven begann sich zu dieser Zeit langsam aber sicher der Bedarf an eigenen Lkw zu verringern. Denn die Brüder Heinz Fiege und Dr. Hugo Fiege beschlossen, den Speditionsbetrieb ein Stück weit hinter sich zu lassen und stärker auf das Geschäftsfeld der Kontraktlogistik zu setzen. Wann genau der letzte Büssing ausrangiert wurde, lässt sich heute nicht mehr sicher nachhalten. Doch anlässlich des 150. Geburtstags hat FIEGE einen der noch fahrtüchtigen Giganten aufgetrieben und aufwendig restaurieren lassen.

70 Jahre Lkw-Geschichte

Im originalen Retro-Design hat der Oldtimer die Familie und den Vorstand auf der Jubiläums-Roadshow begleitet. Er ist aber nicht das einzige Fahrzeug, das im Fuhrpark für besonderes Aufsehen sorgt. Denn seit Beginn des Jahres finden sich darin auch batteriebetriebene Elektro-Lkw, mit denen FIEGE in den emissionsfreien Transport eingestiegen ist.

Mittlerweile sind sechs dieser hochmodernen Fahrzeuge im Live-Betrieb. Die Zugmaschinen verfügen über Batterien mit einer Nettokapazität von 450 Kilowattstunden, was ihnen eine Reichweite von bis zu 300 Kilometern verleiht. Für eine größtmögliche Verfügbarkeit baut FIEGE die Ladeinfrastruktur an den Standorten kontinuierlich aus. Immer mit dem Ziel, die langfristigen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und das Familienunternehmen klimaneutral an die nächste Generation zu übergeben.

Eins haben die E-Trucks und der Büssing also gemeinsam: Beide Fahrzeuge waren ihrer Zeit voraus und trugen entscheidend zur Transformation von FIEGE bei. Der eine früher, die anderen später.

Starke Flotte: So sah der FIEGE Fuhrpark früher aus.





Hoher Besuch: Nordrhein-Westfalens Ministerpräsident Hendrik Wüst gratulierte FIEGE zum 150. Geburtstag.

Segel setzen für die nächsten 150 Jahre

Zum offiziellen Jubiläums-Festakt anlässlich des 150. Geburtstages durfte FIEGE zahlreiche Gäste aus Politik und Wirtschaft begrüßen. Gefeierte wurde auf der FIEGE Baustelle am Münsteraner Hafen. Neben Nordrhein-Westfalens Ministerpräsidenten Hendrik Wüst nahm auch Münsters Oberbürgermeister Markus Lewe teil.

Offizieller Jubiläums-Festakt: FIEGE hat den 150. Geburtstag im September am Münsteraner Hafen gefeiert. In erster Reihe zum Wasser errichtet FIEGE dort ein neues und hochmodernes Bürogebäude, in dem ab nächstem Sommer rund 500 Mitarbeiter:innen an der FIEGE Geschichte weiterschreiben werden. Zu den Rednern auf der festlich gestalteten Baustelle zählten vor über 100 geladenen Gästen auch Nordrhein-Westfalens Ministerpräsident Hendrik Wüst sowie Münsters Oberbürgermeister Markus Lewe.

Die FIEGE Co-CEOs Felix Fiege und Jens Fiege nutzten die Feierlichkeiten vor allem als Gelegenheit, um Danke zu sagen. Felix Fiege erklärte: „Mit unserem 150. Geburtstag dürfen wir einen ganz besonderen Meilenstein in unserer Unternehmensgeschichte feiern. Wir wissen, dass dieses Privileg alles andere als selbstverständlich ist. Deshalb möchten wir unsere weltweit 23.500 Kolleginnen und Kollegen in den Mittelpunkt stellen, die diese großartige Teamleistung erst möglich

gemacht haben. Ihnen gebührt unser besonderer Dank, denn ohne sie stünde unser Unternehmen nicht da, wo es jetzt steht.“ Und Jens Fiege ergänzte: „Die partnerschaftlichen Beziehungen zu unseren Kunden, von denen viele bereits seit mehreren Jahrzehnten bestehen, sind ein ebenso unverzichtbarer Teil unserer langen Geschichte. Daher möchten wir anlässlich unseres Jubiläums neben unserem Team vor allem auch unseren Kunden und Partnern von Herzen für ihr Vertrauen danken.“

Danach trat NRW-Ministerpräsident Wüst ans Rednerpult: „Familienunternehmen wie die FIEGE Gruppe gehören fest zur DNA der nordrhein-westfälischen Wirtschaft. Über fünf Generationen hinweg hat das Unternehmen eine bemerkenswerte Wachstums- und Innovationsgeschichte hingelegt. Heute, nach 150 Jahren, ist FIEGE mit über 23.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in 15 Ländern ein Weltkonzern aus Westfalen. FIEGE ist ein starker Teil der Logistikbranche in Nordrhein-Westfalen, die zu den Wachstumstreibern in unserem Land gehört und bei



wichtigen Themen wie Logistik 4.0, Künstliche Intelligenz und Klimaschutz vorangeht. Die Erfolgsgeschichte von FIEGE ist noch lange nicht zu Ende – denn das Unternehmen stellt sich den Herausforderungen und investiert in die Zukunft. Diesen Mut, trotz aller Unwägbarkeiten in die Zukunft zu investieren, brauchen wir jetzt und überall, um unsere Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und unseren Wohlstand zu erhalten.“

Abschließend erklärte Münsters Oberbürgermeister Lewe in einem kurzen Grußwort, FIEGE sei „ein beeindruckendes Beispiel“ dafür, welche große Bedeutung Familienunternehmen für die Gesellschaft und die Wirtschaft hätten, wenn sie über Jahrzehnte oder wie im Fall von FIEGE sogar über mehr als ein Jahrhundert erfolgreich geführt würden. Und weiter: „Ich freue mich sehr, dass wir FIEGE ab nächstem Sommer an unserem schönen Hafen begrüßen dürfen. Auch wenn der Firmensitz weiter in Greven bleibt: Die Firma FIEGE ist ein großer Gewinn für Münster und wird in Zukunft ein wichtiger Arbeitgeber unserer Stadt sein.“



Der offizielle Festakt zum 150. Geburtstag fand am Münsteraner Hafen statt, wo FIEGE bis 2024 ein neues und hochmodernes Bürogebäude fertigstellt.



Oben: Die Co-CEOs Felix Fiege und Jens Fiege sprachen zu gut 100 geladenen Gästen.

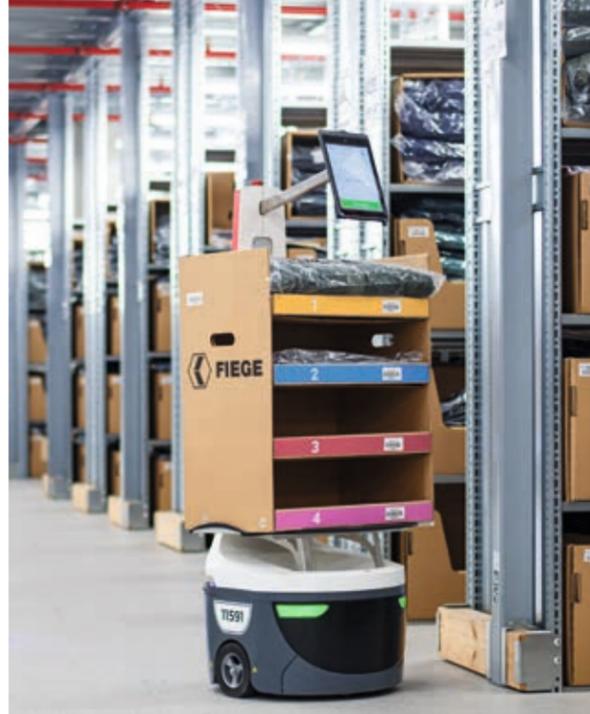
Links: Heinz Fiege (l.) und Dr. Hugo Fiege (r.), die Inhaber der vierten FIEGE Generation, im Gespräch mit Münsters Oberbürgermeister Markus Lewe.

Automatisch besser

Die Modebranche ist ein schnelllebiges Geschäft. Wer mit den steigenden Erwartungen im Markt Schritt halten möchte, braucht hocheffiziente Logistikprozesse. FIEGE setzt auf modulare Automatisierungslösungen, um die Kundenbedürfnisse optimal zu erfüllen.

Die Zeiten, in denen eine Sommer- und eine Winterkollektion ausreichen, um in der Modewelt erfolgreich zu sein, sind lange vorbei. Heute setzen Bekleidungshersteller neben ihren Hauptlinien zusätzlich auf umsatzstarke Pre- und Zwischenkollektionen. Und auch im stetig wachsenden Sportsegment muss die Bekleidung nicht mehr nur funktional sein, sondern gleichzeitig auch gut aussehen. Das Auge trainiert mit.

Das dahinterstehende Fulfillment wird für Brands und Händler durch die Veränderungen im Markt immer komplexer. „Für unsere Kunden wird die Logistik mehr und mehr zum Herzstück eines erfolgreichen Unternehmens. Dabei erfordern die sich stetig verändernden Kundenanforderungen und die zunehmende Nachfrage nach Omnichannel-Konzepten besonders flexible Lösungen mit immer geringeren Durchlaufzeiten. Gleichzeitig steigt der Wunsch nach automatischen Lösungen, um langfristige Kosteneffizienz zu sichern. Hier zahlen sich unsere langjährige Erfahrung im E-Commerce in Kombination mit unseren weitreichenden Kompetenzen in der



Fleißige Helfer: Im viergeschossigen Pick-Tower in Burgwedel unterstützen gut 100 autonome mobile Roboter die FIEGE Kolleg:innen bei der Arbeit.

Automatisierung aus“, erklärt Christoph Mangelmans die Strategie, die er und Niels Weithe als Managing Directors der FIEGE Geschäftseinheit Fashion & Lifestyle gemeinsam mit ihrem internationalen Team verfolgen.

AutoStore und automatisierte Verpackung

Für den führenden Fachhandel SportScheck hat FIEGE ein besonderes Prestigeprojekt umgesetzt. Auf knapp 10.000 Quadratmetern ist am Standort in Apfelstädt südwestlich von Erfurt eines der größten automatisierten Lagersysteme vom Typ AutoStore in Deutschland entstanden. Dr. Christian Marzinzik, CFO bei SportScheck, erklärt: „Wir haben unsere bald zehnjährige Kooperation stetig erweitert, neben Warehousing übernimmt FIEGE mittlerweile auch unsere B2B-Distribution und den Versand über Kurier-, Express- und Paket-Dienstleister. Zudem haben sich unser Warensortiment und damit die Anforderungen an das Fulfillment laufend erhöht.“ Der AutoStore, sagt Marzinzik, sei deshalb ein sehr wichtiger und auch notwendiger Schritt gewesen: „FIEGE hat erheblich dazu beigetragen, unsere Logistikabwicklung auf ein höheres Level zu heben.“

Das automatische Lager- und Bereitstellungssystem fasst aktuell 270.000 Behälter, die von 160 Robotern ein- und ausgelagert werden. Ronny Hirth, Director Supply Chain Management bei SportScheck, beschreibt die Vorteile des Systems so: „FIEGE stellt durch die Installation des AutoStores mehr Lagerkapazität auf deutlich weniger Fläche bereit. Lange Laufwege der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Einlagerung und Kommissionierung von Ware fallen weg – und dank der zwei

automatischen Verpackungsstationen, die über passgenaue Fördertechnik angeschlossen sind, vereinfacht das System die gesamte Prozesskette. Davon profitieren in allererster Linie unsere Kundinnen und Kunden, weil Sendungen schneller in einer unserer 34 Filialen oder an der eigenen Haustür ankommen und wir darüber hinaus auch das Retourenmanagement erheblich beschleunigen können.“

Dynamisches Order Fulfillment

Rund 200 Kilometer weiter nördlich, im niedersächsischen Burgwedel, hat FIEGE kürzlich ein weiteres automatisiertes Materialflusssystem in Betrieb genommen. Das Modeunternehmen CBR Fashion aus dem benachbarten Isernhagen vertraut bereits seit über 15 Jahren auf die Dienste von FIEGE. Patrick Maack, Head of Logistics bei CBR Fashion, erklärt: „Wir sind in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Zudem ist unser Geschäft saisonalen und aktionsbedingten Schwankungen ausgesetzt. Wir sind sehr froh, mit FIEGE seit so langer Zeit einen verlässlichen und kompetenten Logistikpartner an unserer Seite zu wissen, der seine Prozesse flexibel mit unserer Entwicklung skalieren kann – und jetzt auch dieses wichtige Automatisierungsprojekt mit uns umgesetzt hat.“

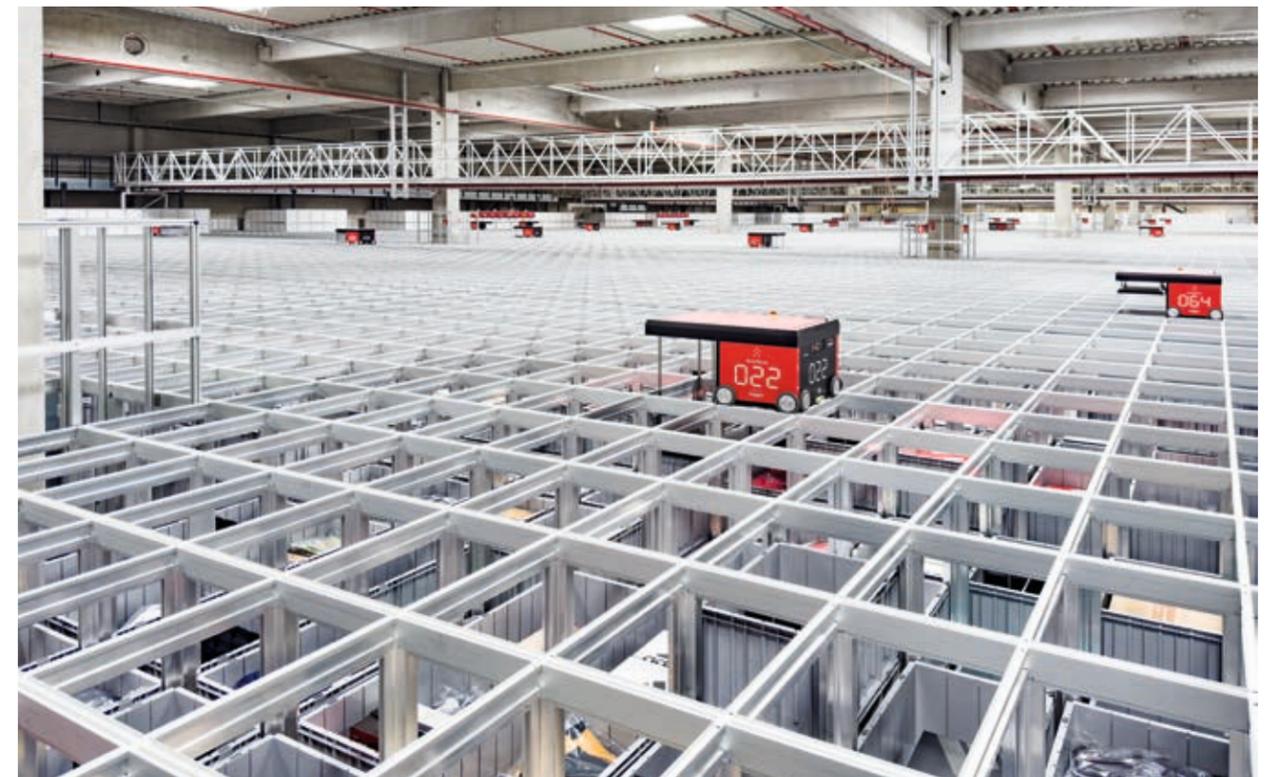
In dem viergeschossigen Pick-Tower, den FIEGE in seinem Multi-User-Center in der Region Hannover installiert hat, sind derzeit 100 autonome mobile Roboter (AMR)

von Locus Robotics unterwegs, die ihre menschlichen Kolleg:innen bei der Kommissionierung von Kleidungsstücken unterstützen. „FIEGE hat ein marktreifes System gewählt, das auf Logistikabwicklungen wie unsere spezialisiert ist. Wir rechnen damit, dass der Einsatz kollaborativer Roboter, also Cobots, im Multi-Bot-Ansatz die Produktivität in der Auftragsentwicklung erheblich steigern wird“, sagt Maack. Bis 2027 soll die Zahl der Cobots auf insgesamt 170 anwachsen.

Natürliche und Künstliche Intelligenz

Die fortlaufende Automatisierung der Logistikzentren – nicht nur im Bereich Fashion & Lifestyle – ist für FIEGE auch eine Antwort auf den Fachkräftemangel. Mangelmans sagt: „Im Zuge unserer gruppenweiten Operational-Excellence-Strategie verfolgen wir das Ziel, unsere Prozesse immer weiter zu optimieren und unnötige Verschwendungen zu vermeiden. Durch automatisierte Komponenten können wir unsere Kolleginnen und Kollegen beispielsweise von repetitiven Tätigkeiten entlasten und stärker in wertschöpfenden Prozessen einsetzen – und die Roboter dienen als nützliche Helfer.“ Fest steht: Die nächsten Frühjahrs-, Sommer-, Herbst- und Winterkollektionen können kommen.

Wegweisend: Am Standort Apfelstädt bei Erfurt hat FIEGE für SportScheck einen der größten AutoStores Deutschlands realisiert.



EIN VIERTEL- JAHRHUNDERT AKTIV FÜR MENSCH UND NATUR

Fiege
JOSEF FIEGE STIFTUNG



Oben: Die Josef Fiege Stiftung fördert das ehrenamtliche Engagement der Mitarbeiter:innen mit dem FIEGE Ehrenamtspreis.

Mitte: Laptops, die noch voll funktionsfähig sind, aber bei FIEGE für die tägliche Arbeit aussortiert wurden, werden regelmäßig an soziale Einrichtungen gespendet.

Unten: In der Weihnachtszeit erfüllt die Josef Fiege Stiftung zusammen mit allen FIEGE Kolleg:innen jedes Jahr Wünsche von Kindern, die in Kinder- und Jugendeinrichtungen betreut werden.



Seit 1998 koordiniert die Josef Fiege Stiftung federführend die Corporate-Social-Responsibility-Aktivitäten bei FIEGE und agiert als unabhängige Beratungsinstanz des Familienunternehmens – und übernimmt seit nunmehr 25 Jahren Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft.

Unternehmensverantwortung hat eine lange Geschichte. Bereits im Zuge der Industrialisierung entzündete sich an der Sozialen Frage die Idee, die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen staatlich zu regeln und sie sich notfalls sogar zu erstreiten. Im 20. Jahrhundert etablierte sich dann ein Verständnis, dass stärker auf freiwilliges Engagement von Unternehmen setzte.

Auch bei FIEGE wuchs dieses Rollenverständnis über mehrere Generationen und mündete 1998 in der Gründung der Josef Fiege Stiftung. „Auslöser war damals der Wunsch, der Gesellschaft etwas vom unternehmerischen Erfolg des Familienunternehmens zurückzugeben und soziales Engagement bei FIEGE zu institutionalisieren“, erinnert sich Lisa Fiege, Ehefrau von Dr. Hugo Fiege. Gemeinsam mit Uschi Fiege, Ehefrau von Heinz Fiege, sitzt sie seit 25 Jahren im Familienrat der Stiftung. Die Stifter Dr. Hugo Fiege und Heinz Fiege benannten die Josef Fiege Stiftung in besonderem Andenken nach ihrem früh verstorbenen Vater und betrauten sie mit der Aufgabe, Kinder und Jugendliche zu unterstützen, die es im Leben nicht leicht haben. Uschi Fiege sagt: „Wir haben auch vor der Stiftungsgründung schon viele gemeinnützige Projekte unterstützt, aber wir wollten die vielen vereinzelt Spenden besser bündeln und unserem Engagement noch mehr Struktur und Kontinuität verleihen. Dank der Stiftung hat das wunderbar geklappt.“

Die Grundidee ist geblieben: Bis heute unterstützt die Josef Fiege Stiftung soziale und auch ökologische Projekte. Ein besonderes Anliegen ist dem vierköpfigen Stiftungsvorstand, der aus Martina Schlottbom, Kai Alfermann, Christoph Mangelmans und Frank Sievers besteht, die Förderung des ehrenamtlichen Engagements der Mitarbeiter:innen von FIEGE. Mangelmans erklärt: „Corporate Volunteering kommt bei uns eine wichtige Bedeutung zu. Deshalb haben wir beispielsweise den FIEGE Ehrenamtspreis ins Leben gerufen, um diesem unbezahlbaren Einsatz die Wertschätzung zukommen zu lassen, die er verdient hat.“ Der Preis, mit dem insgesamt fünf Personen ausgezeichnet werden und der mit bis zu 1.000 Euro prämiert wird, wurde bereits dreimal vergeben. Schlottbom ergänzt: „Die große Dankbarkeit, mit der unsere Kolleginnen und Kollegen die Auszeichnung entgegennehmen, zeigt uns, wie wertvoll diese besondere Anerkennung durch FIEGE als Arbeitgeber ist.“

Früh übt sich: 2022 vergab die Josef Fiege Stiftung erstmals den Umweltpreis an Grundschulen aus dem Münsterland.

In den vergangenen 25 Jahren hat die Josef Fiege Stiftung darüber hinaus langfristige Kooperationen mit verschiedenen sozialen Einrichtungen in der Region aufgebaut. Allein im vergangenen Jahr wurden 18 verschiedene Projekte gefördert. Alfermann erzählt: „Wir spenden beispielsweise regelmäßig nicht mehr benötigte IT-Geräte an verschiedene Organisationen in unserer Region, um die digitale Teilhabe zu fördern. Zudem organisieren wir eine jährliche Weihnachtsaktion, bei der unsere Kolleginnen und Kollegen die Wünsche von Kindern erfüllen, die in Kinder- und Jugendeinrichtungen betreut werden.“

Ein weiteres und noch ganz junges Projekt ist der Umweltpreis, der 2022 erstmals an mehrere Grundschulen im Münsterland vergeben wurde, um bei den Schüler:innen das Bewusstsein für Natur- und Klimaschutz zu fördern. Sievers sagt: „Wir glauben, dass wir mit diesen gezielten Aktionen genau an der richtigen Stelle helfen und unserer Verantwortung als Unternehmen bestmöglich nachkommen.“



MUT ZUM RISIKO

2017 hat FIEGE begonnen, einen eigenen Ventures-Bereich als vierte strategische Unternehmenssäule aufzubauen. Mit den drei unabhängigen Bereichen XPRESS Ventures, F-LOG Ventures und Strategic Ventures bietet FIEGE Unterstützung für Start-ups in verschiedenen Entwicklungsphasen – und erntet mittlerweile erste Früchte.



HomeRide: Das Kölner Start-up ermöglicht per App einen gebündelten Online-Einkauf bei unterschiedlichen Händlern.

Sind die fetten Jahre jetzt vorbei? Fragen wie diese hört man in der Gründerszene aktuell immer häufiger. Fest steht: Durch die bisher noch unabsehbaren Langzeitfolgen der Corona-Pandemie, des Ukraine-Krieges und weiterer weltwirtschaftlicher Krisen sind viele Investoren vorsichtiger geworden, wodurch Start-up-Finanzierungen im vergangenen Jahr zurückgegangen sind. Gleichzeitig liegt in dieser Abkühlung des Marktes aber auch eine große Chance. „Weniger Risikokapital im Markt bedeutet für uns die Möglichkeit, zu vernünftigeren Bewertungen in gute Firmen investieren zu können. Durch den Boom in den vergangenen Jahren war der Venture-Capital-Markt schon ein wenig verrückt“, sagt Felix Fiege, Co-CEO bei FIEGE, der das Unternehmen gemeinsam mit seinem Cousin Jens Fiege führt.

Durch das sich ändernde Marktumfeld rückt neben dem Wachstum der Unternehmen vermehrt auch die Profitabilität der jeweiligen Geschäftsmodelle in den Mittelpunkt. Viele Investoren konzentrieren sich stärker auf die Pflege ihrer Bestandsportfolios und sind bei neuen Investments zurückhaltender. Das wiederum sorgt bei Start-ups, die aktuell nach Finanzierungen Ausschau halten, für mehr Offenheit bei der Wahl neuer Investoren. Jens Fiege, Co-CEO bei FIEGE, ergänzt: „Für uns bedeutet das eine neue Chance, die wir nutzen möchten. Deshalb war es uns wichtig, uns strategisch noch stärker aufzustellen, um weiterhin zu investieren und als verlässlicher Partner im Markt wahrgenommen zu werden. Als familiengeführtes Unternehmen werden wir dabei für viele Start-ups immer attraktiver, weil sie den Mehrwert erkennen, den wir im Vergleich zu reinen Finanzinvestoren bieten.“

Unterstützung gesucht und gefunden

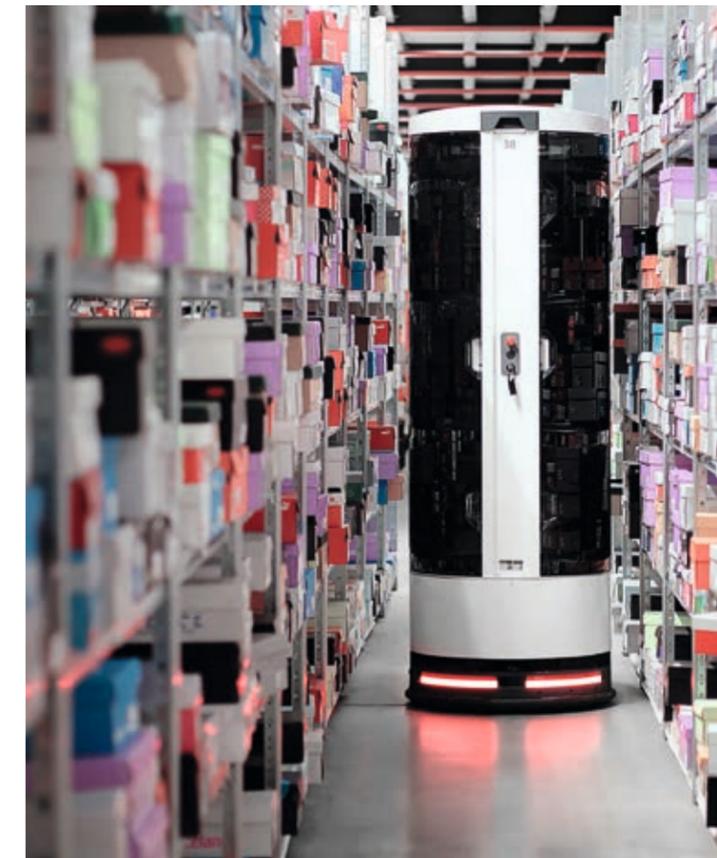
Um den Ventures-Bereich weiter auszubauen, hat FIEGE im August Dr. Bernhard Gold ins Team geholt. Als Managing Director FIEGE Ventures leitet er die bestehenden Bereiche XPRESS Ventures (Company Builder), F-LOG Ventures (Venture-Capital-Fonds) sowie Strategic Ventures und bündelt sämtliche Investmentaktivitäten auf zentraler Ebene. Felix Fiege sagt: „Es war an der Zeit, den nächsten Schritt zu gehen und unsere Ventures-Säule weiter zu stärken. Unser Ziel ist es, im Markt auf allen Ebenen der Ansprechpartner für Start-ups in verschiedenen Lebenszyklen zu sein und dabei nach neuen und disruptiven Geschäftsmodellen Ausschau zu halten. Wir freuen uns sehr, dass wir Bernhard Gold für diese Aufgabe gewinnen konnten.“

Gold bringt umfangreiche Expertise in den Bereichen Unternehmensentwicklung, Corporate Venture Capital und Risikokapitalfinanzierung mit. Lange Jahre war er in leitender Funktion für die Venture-Capital-Sparte der Deutschen Telekom in Deutschland und den USA tätig. Zuletzt arbeitete er für verschiedene Venture Capital Fonds, seit 2010 vorwiegend im Silicon Valley. Über seine neue Rolle bei FIEGE sagt der 50-Jährige: „Die LogTech-Branche bietet speziell in Deutschland und Europa ein enormes Potenzial, das entsprechende Wettbewerbsvorteile für die FIEGE Gruppe und ihre Partner generieren kann. Hier haben die Teams unserer drei Vehikel in den vergangenen Jahren hervorragende Aufbauarbeit geleistet. Mit einem gut gefüllten Werkzeugkoffer voller Investmentmöglichkeiten ist FIEGE damit bereits heute vielen Unternehmen im Markt voraus. Diesen erfolgreich eingeschlagenen Pfad gilt es nun weiterzugehen. Ich freue mich auf diese Herausforderung und bin dankbar, meine Erfahrungen und mein Netzwerk einbringen zu dürfen.“

Neue Investments und erfolgreicher Exit

Dass die Arbeit des Ventures-Bereichs bereits heute Früchte trägt, zeigt unter anderem das Beispiel talpasolutions. Das Start-up aus Essen entwickelt Software-Lösungen für Branchen wie die Schwerindustrie und die Logistik, die vorausschauende Datenanalysen ermöglichen. Seit 2021 ist talpasolutions im Portfolio von F-LOG Ventures und hat im Frühjahr eine erfolgreiche Series-B-Finanzierungsrunde über 15 Millionen Euro abgeschlossen. Tim Gudelj, Managing Partner bei F-LOG Ventures, erklärt: „Angesichts der herausfordernden Marktlage ist das ein beachtlicher Erfolg. Wir sehen großes Potenzial in talpasolutions und freuen uns, das Gründungsteam weiterhin zu unterstützen.“

Mit XPRESS Ventures investiert FIEGE weiter in zukunftsweisende Technologien und die klugen Köpfe dahinter. Der von erfahrenen Start-up-Gründern geführte Company Builder unterstützt junge Unternehmer:innen bereits während der Gründungsphase aktiv in Produkt- und Markt-Evaluierung, Unternehmensstrukturierung, Teamaufbau und bei der Investorenansprache. So hat XPRESS jüngst eine Finanzierungsrunde bei dem Dortmunder Start-up Logistikbude angeführt, das eine innovative Software für digitales Management von Ladungsträgern entwickelt. Dabei wurden 2,2 Millionen Euro von namhaften Investoren gesichert. Matthias Friese, Managing Partner bei XPRESS Ventures, sagt: „Die Logistikbude ist ein perfektes Beispiel für unseren Ansatz. Das branchenerfahrene Team bedient ein elementares Teilstück der Logistik, das trotz höchster Relevanz in puncto Supply-Chain-Optimierung und -Nachhaltigkeit und bei gleichzeitig attraktivem Margen-Gerüst bisher kaum Beachtung in der Technologie gefunden hat. Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit.“



Erfolgreicher Exit: Nach sechs Jahren gemeinsamer Entwicklungsarbeit hat FIEGE seine Anteile am Robotik-Unternehmen Magazino verkauft.

Darüber hinaus setzt FIEGE auch auf strategische Kooperationen im Start-up-Bereich. Andreas Pott, Director Strategic Ventures & Innovation bei FIEGE, erklärt: „Unser Ziel ist es, langfristige Partnerschaften zu knüpfen, die uns bei der digitalen Transformation voranbringen und die Strategien unserer Geschäftseinheiten unterstützen. Gleichzeitig sehen wir großes Potenzial darin, unsere Beteiligungen aktiv zu fördern und auszubauen.“ Dies könne sehr vielfältig geschehen und reiche von Co-Creation über den Aufbau gemeinsamer Nutzenversprechen bis hin zur großflächigen Anwendung der Lösung bei FIEGE, sagt Pott: „Im Idealfall ist es eine symbiotische Beziehung, die weit über eine klassische Venture-Capital-Beteiligung hinausgeht.“

Ein leuchtendes Beispiel dafür ist asellarate, ein Stuttgarter Start-up, dessen strategische Entwicklung FIEGE seit 2021 begleitet. Das Team hat eine Infrastruktur für den E-Commerce entwickelt, die es nicht nur selbst erfolgreich für seinen Automotive-Onlineshop Retro-motion nutzt, sondern inklusive Beratung auch Herstellern für den Einstieg in den Direktvertrieb anbietet. Pott sagt: „Wir lernen miteinander, profitieren voneinander und treiben gemeinsam Themen wie Automatisierung, Last Mile, Property Technology oder Nachhaltigkeit – am Ende ist es eine klassische Win-Win-Situation für beide Seiten.“

JUST IN CASE

Strategic Ventures x Magazino

Wahrnehmungsgesteuerte, kollaborative Roboter, die Lösungen für Prozesse bieten, die bisher nicht automatisierbar waren – mit diesem Versprechen weckte das 2014 gegründete Robotik-Start-up Magazino das Interesse von FIEGE. Zwei Jahre später kommissionierten bereits die ersten drei autonomen TORU-Roboter Schuhe im FIEGE Mega Center Ibbenbüren. 2017 stieg FIEGE als strategischer Investor ein und half mit, die Roboter auf das nächste Level zu heben. Gemeinsam konnte damals die noch in den Kinderschuhen steckende Technologie im Live-Betrieb weiterentwickelt und Kontakte zu weiteren Kunden geknüpft werden. Andreas Pott sagt: „Auf der gemeinsamen Reise, die mit dem Verkauf unserer Anteile endet, haben wir unheimlich viel gelernt. Dafür sind wir dankbar und freuen uns, dass von diesen Erfahrungen bereits heute viele andere Start-ups profitieren. Und natürlich werden wir Magazino als Kunde erhalten bleiben.“ Für FIEGE Ventures ist der Ausstieg bei Magazino bereits der dritte erfolgreiche Exit.“



Transparenz leicht gemacht: Retraced unterstützt auf dem Weg zu nachhaltigen Lieferketten.

F-LOG x Retraced

Viele Unternehmen beschäftigen sich damit, wie ihre Lieferketten nachhaltiger werden können. Durch das Lieferkettensorgfaltsgesetz sind die Anforderungen an ein ESG-konformes Lieferkettenmanagement weiter gestiegen. 2022 hat F-LOG Ventures in das Start-up Retraced investiert, das sich der Aufgabe angenommen hat, Unternehmen primär aus der Modebranche beim Thema Lieferkettenmanagement zu unterstützen. Tanja Rosendahl, Managing Partner bei F-LOG Ventures, sagt: „Retraced ermöglicht es, nicht nur nationalen Gesetzen gerecht zu werden, sondern auch den eigenen oder kundenseitigen Nachhaltigkeitsansprüchen. Die digitale Plattform agiert dabei als zentrale Schnittstelle zwischen allen Stakeholdern entlang einer Supply Chain.“ Zusätzlich können Anwender die komplette Lieferkette einzelner Produkte in ihren Onlineshop einbinden und so die Reise des Produktes mit den Verbrauchern teilen – mehr Transparenz geht nicht.

XPRESS x HomeRide

Onlineshopping per App – das klingt nach schmelzendem Schnee von gestern. Im Falle von HomeRide allerdings nicht: Das RetailTech-Start-up entwickelt eine Technologie, die durch eine übergreifende Wareninfrastruktur erstmals den gebündelten Online-Einkauf bei verschiedenen etablierten Händlern ermöglicht. Für die Wunschzustellung über verschiedene Last-Mile-Dienstleister nutzt HomeRide ausschließlich bestehende Lager- und Lieferstrukturen und stellt damit sowohl für namhafte Ketten als auch lokale Marken eine wirtschaftlich und ökologisch nachhaltige Verkaufsplattform dar. Matthias Friese, Managing Partner bei XPRESS Ventures, sagt: „On-Demand definiert mittlerweile real den Einzelhandel. Wir sehen im Team und in der Technologie von HomeRide das Potenzial, Lieferketten einen Schritt weiterzudenken und die dahinterstehenden Handelsketten mit ins Boot zu holen, anstatt gegen sie zu arbeiten. Daher freuen wir uns sehr, die technologische und operative Entwicklung von HomeRide zukünftig begleiten zu dürfen.“



Ohne Dich wär's nur eine Ameise.

Mikel, 30 Jahre, ist Verlademeister im Warenausgang unserer Niederlassung in Mönchengladbach. Er beherrscht nicht nur sämtliche Flurförderzeuge, sondern auch den Umgang mit seinen Kolleg:innen. Durch seine Zuverlässigkeit, seine ehrliche und wertschätzende Art und nicht zuletzt einen gewissen Coolness-Faktor ist Mikel besonders beliebt – und auch bei Standortfesten ein unverzichtbarer Teil des Teams.

Wir sind FIEGE.
150 Jahre gemeinsam in Bewegung.

15

Pioniere auf der letzten Meile



Komplettpaket: Die Geschäftseinheit FIEGE Last Mile ermöglicht ganzheitliche und wertschöpfende Logistikkonzepte.

Der FIEGE Geschäftsbereich Last Mile ist breit gefächert. Seit mehr als 30 Jahren ist das Dienstleistungsangebot immer umfangreicher geworden – und deckt heute alles ab, was auf der letzten Meile wichtig ist. Eine Reise von der Zeitungszustellung bis zur nachhaltigen City-Logistik.

Müsste man den Startschuss von FIEGE Last Mile auf einen genauen Tag festlegen, böte sich dafür das Datum der deutschen Wiedervereinigung an. Mit Inkrafttreten des Einigungsvertrages wurde die Deutsche Post (DP) der ehemaligen DDR mit der Deutschen Bundespost verschmolzen. In den neuen Bundesländern fiel damit das Monopol der Zeitungszustellung, das die DP über 30 Jahre lang besessen hatte.

In der Folge mussten die ostdeutschen Zeitungen ihren Vertrieb selbst organisieren, während parallel die großen westdeutschen Verlage auf den neuen Markt strömten. „Wir haben zum richtigen Zeitpunkt die Expertise für einen Nischenmarkt aufgebaut, an den sich andere nicht rangetraut haben. Neben effizienten Zustellorganisationen haben wir Zusatzgeschäfte aufgebaut, um die sinkenden Auflagen der Zeitungen auszugleichen“, erinnert sich Peter Scherbel, damals „Projektmanager DDR“ und heute Vorstandsmitglied der FIEGE Gruppe.

Von der Zeitungsrolle zum Briefkasten

Einige Zeit später beeinflussten dann zwei wegweisende Ereignisse die Entwicklung des neuen Geschäftsfeldes ganz entscheidend. Zum einen begann die Bundesnetzagentur Ende der 1990er Jahre das über Jahrhunderte geltende Postmonopol aufzuweichen und erteilte erste Lizenzen für die gewerbsmäßige Beförderung von Briefsendungen. „Wir haben damals die Gunst der Stunde genutzt und als erster privatwirtschaftlicher Dienstleister in Deutschland zunächst flächendeckend in Ostsachsen Briefe zugestellt“, sagt Scherbel.

Zum anderen entschied die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) im Jahr 2000, die regionale, nationale und internationale Distribution auszugliedern. „Die Partnerschaft für die Zeitungszustellung mit der FAZ war und ist ein besonderer Ritterschlag für uns. Mittlerweile entwickeln wir gemeinsam zusätzlich das Geschäftsfeld briefkastenfähiger Sendungen weiter“, erklärt Scherbel.

Digitalisierung von Medium und Logistik

Die wohl gewaltigste Disruption seit der Erfindung des Buchdrucks erlebt das Mediensystem aber durch die digitale Revolution, in deren Zuge sich das Informationsgeschäft immer mehr ins Internet verlagert. Eine vergleichbare Entwicklung wie die Printmedien verzeichnet auch der stationäre Einzelhandel im Zuge des E-Commerce-Booms. Felix Hettlage, gemeinsam mit Boris Scholz Managing Director der Fiege Last Mile, sagt: „Wir haben unseren Geschäftsbereich mit dem Wandel in der Medienbranche weiterentwickelt und früh die Möglichkeit erkannt, unsere Dienstleistungen auf der letzten Meile aufzufächern und sukzessive neue Säulen zu etablieren.“

Erweitert wurde das Portfolio vor allem um die Bereiche Transport und Paketzustellung. Nachdem FIEGE Ende der 2000er Jahre bereits die Beschaffungslogistik im Paket- und Stückgutsegment für führende Baumärkte in Deutschland übernommen hatte, kamen kurz darauf der Paketversand im Onlinegeschäft und damit die Zustellung auf der letzten Meile hinzu. „2015 haben wir die Parcel&More GmbH gegründet, deren Sendungsvolumen sich in den vergangenen acht Jahren auf knapp 30 Millionen Pakete mehr als verzehnfacht hat. Parallel haben wir unser Carrier-Netzwerk stetig vergrößert und internationalisiert. Wir denken Logistikprozesse nicht nur bis zur Rampe, sondern bis zu den Endkundinnen und -kunden, sodass wir E-Commerce-Versendern mit unserer Paketlösung eine schnelle und kostengünstige Zustellung in ganz Europa ermöglichen“, sagt Hettlage.

Zusätzlich zum Paketversand werden auch das Lademittelgeschäft sowie das Angebot für Stückgut- und Sondertransporte ausgebaut. Zudem wächst FIEGE nachhaltig im Bereich Entsorgungswirtschaft und kümmert sich um die ressourcenschonende Rückführung von Abfall und Verpackungsmaterialien in den Wertstoffkreislauf. Scholz erklärt: „Die Geschäftseinheit Last Mile bietet heute für verschiedenste Branchen



Starkes Team: FIEGE Last Mile besteht aus über 2.600 Kolleg:innen.

passgenaue Lösungen als Ergänzung zum klassischen Fulfillment und ermöglicht auf diese Weise, ganzheitliche und wertschöpfende Logistikkonzepte zu realisieren.“ Zum Kundenkreis zählen angesagte Lifestyle-Marken wie Puma und Kapten & Son.

What's next?

„Die Urbanisierung, die notwendige Reduktion von Emissionen und gestiegene Endkundenwünsche sorgen dafür, dass herkömmliche Logistiklösungen mehr und mehr an ihre Grenzen stoßen – dem wollen wir mit innovativen, nachhaltigen und zukunftsfähigen Logistiklösungen begegnen“, skizziert Scholz die Herausforderungen der Gegenwart. Um zusätzliche Verkehre und Emissionen zu vermeiden, setzt FIEGE insbesondere in urbanen Zentren schon heute auf gebündelte Transporte und ein wachsendes Partnernetzwerk aus alternativen Brief- und Kurierdienstleistern. „Unser Anspruch ist, die City-Logistik neu zu definieren, indem wir alle an der Prozesskette Beteiligten an einen Tisch bringen. Gemeinsam mit Städten, Kommunen, Transportpartnern und Kunden schaffen wir gemeinsam Lösungen, die skalierbar übertragbar sind“, sagt Scholz. Ganz so, wie es Pioniere eben tun.

FIEGE Last Mile auf einen Blick

Geschäftsfelder	Transportlogistik, City-Logistik, Medienlogistik
Gesellschaften	FIEGE Parcel&More GmbH, FIEGE Relog GmbH, Angel Last Mile GmbH, FIEGE Last Mile GmbH, Media Logistik GmbH (Joint Venture mit DDV Mediengruppe), Berlin Last Mile GmbH (Joint Venture mit FUNKE Medien Berlin GmbH, Berliner Verlag GmbH und Verlag Der Tagesspiegel GmbH), Boxit GmbH (Joint Venture mit FAZ)
Standorte	Münster (HQ), Berlin, Bremen, Chemnitz, Dortmund, Dresden, Frankfurt, Hamburg
Team	Felix Hettlage und Boris Scholz (Managing Directors) sowie über 2.600 Kolleg:innen
Kunden	Puma, Kapten & Son, Vorwerk, Foodspring, MediaMarktSaturn, Katjes, u.v.m.



Keep it Real Estate

Von der Bauabteilung zum autarken und auf dem Markt etablierten Immobilienentwickler: Kai Alfermann und Thoralf Schuster, die beiden Managing Directors von FIEGE Real Estate, sprechen im LOGO-Interview über die Geschichte des Geschäftsbereichs und die nachhaltige Entwicklung des Immobiliensektors.



Nachhaltigkeit: FIEGE strebt beim Bau neuer Logistikzentren nach den höchsten Standards der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) – so wie in Barleben, einem der nachhaltigsten Healthcare-Logistikzentren in ganz Deutschland.

Das Kerngeschäftsfeld von FIEGE ist seit den 1980er Jahren die Kontraktlogistik. Wann und wie kam die Idee auf, selbst Logistikzentren zu bauen?

Kai Alfermann: Als FIEGE die Kontraktlogistik erfand, gab es schlichtweg noch keine Projektentwickler im Bereich Logistikimmobilien, die unsere Ideen in Gebäude übersetzen konnten. Auch die Anlageklasse Logistikimmobilien gab es nicht. Folglich mussten wir damit anfangen, eigene und nur auf die Logistik spezialisierte Immobilien zu entwickeln. Es ging um die Frage: Welche Flächen benötigen wir, um unsere Kundenkonzepte zu realisieren? Dafür wurde eine Bauabteilung innerhalb der Organisation geschaffen, die gemeinsam mit externen Partnern Ideen zu Papier gebracht hat. Erstmals umgesetzt wurden diese dann 1979 beim Bau unseres Logistikzentrums in Greven-Reckenfeld, an dem damals auch unsere Unternehmenszentrale angesiedelt war.

Ist Reckenfeld rückblickend so etwas wie die Geburtsstunde des Geschäftsbereichs Real Estate – und wie würdet Ihr die Entwicklung seitdem beschreiben?

Thoralf Schuster: Wenn man so will, war das tatsächlich der Startschuss. Aber eigentlich lässt sich die Gründung und Entwicklung unseres Geschäftsbereichs deutlich besser als laufende Professionalisierung beschreiben. In den 1990er und 2000er Jahren wurde das Gefühl immer stärker: Für die individuellen Bedürfnisse unserer Kunden können wir die Immobilien am besten selbst entwickeln. Wir haben intern entsprechendes Know-how aufgebaut, während sich die Branche parallel standardisiert hat.



X-DOCK: Am Münsteraner Hafen entsteht bis Sommer 2024 ein hochmodernes Bürogebäude für rund 500 FIEGE Mitarbeiter:innen.

Wir waren früh dabei, manchmal vielleicht sogar einen Schritt voraus, weshalb wir den Markt durch eigene Ideen prägen konnten und heute über langjährige Erfahrung in der Entwicklung von Logistikimmobilien verfügen. Zudem ist FIEGE Real Estate heute ein eigenständiges Geschäftsfeld und trägt kontinuierlich zum Gesamtunternehmenserfolg bei.

Auf welche Projekte seid Ihr stolz, welche waren besonders wegweisend für FIEGE?

Kai Alfermann: Da sind wir unter anderem schon wieder bei Reckenfeld. Die Immobilie hat eine stetige Evolution mit sich gebracht, ist über Jahrzehnte weiterentwickelt worden und steht damit heute noch für Nachhaltigkeit und Funktionalität. Auch das Mega Center in Ibbenbüren zählt mit Sicherheit zu den ganz besonderen Projekten. Es ist bis heute ein Vorzeigeobjekt dafür, dass man mit einer durchdachten und flexiblen Immobilie immer wieder neue und verschiedene Großkunden bedienen kann. Aber ich denke genauso an wegweisende Automatisierungsmaßnahmen, die wir gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen von FIEGE Engineering beispielsweise in Worms oder Apfelstädt in langjährigen Bestandsimmobilien umgesetzt haben und fortlaufend planen.

Thoralf Schuster: Mittlerweile sind wir verstärkt auch international unterwegs. In Zaandam vor den Toren Amsterdams haben wir im vergangenen Jahr eine besonders nachhaltige Logistikimmobilie errichtet. Ein ganz aktuelles Highlight ist sicherlich auch das Multi-User-Center in Barleben, das wir erstmals nach WELL Building Standard umgesetzt haben und das aufgrund seiner besonders nachhaltigen Bauweise eine Platin-Zertifizierung der

Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen erhalten hat. Zudem setzen wir mittlerweile verstärkt darauf, Projekte wie in Emmerich oder Zülpich in zwei Stufen zu entwickeln, was vor zehn Jahren noch nicht State-of-the-Art war. Auch das zeigt, wie sehr wir uns in den vergangenen Jahren weiterentwickelt haben und es natürlich auch immer noch tun.

Aktuell baut FIEGE einen neuen Bürokomplex im Münsteraner Hafen. Wie geht es mit dem X-DOCK voran?

Kai Alfermann: Noch ein besonderes und außergewöhnliches Projekt, weil es keine Logistikimmobilie ist, sondern ein Bürogebäude. Insgesamt liegen wir gut im Plan, was angesichts der vielen weltwirtschaftlichen Krisen in den vergangenen fünf Jahren eine sehr große Herausforderung ist. Hinzu kommt, dass Brownfield-Entwicklungen häufig Altlasten wie Schadstoffe oder Blindgänger und damit besondere Schwierigkeiten mit sich bringen. Wir freuen uns sehr darauf, im X-DOCK ab Sommer 2024 hochmoderne Arbeitswelten für verschiedene FIEGE Geschäftsbereiche sowie für Drittparteien zu schaffen, die uns durch den Standortvorteil mitten in Münster auch im Bereich Recruiting helfen werden.

FIEGE möchte das Familienunternehmen klimaneutral an die nächste Generation übergeben. Welche Hebel stehen bei der Planung und Entwicklung von Logistikzentren zur Verfügung, um diesem Ziel näherzukommen?

Thoralf Schuster: Wir können unsere Nachhaltigkeitsziele sowohl durch Neubau als auch durch Modernisierung im Bestand aktiv unterstützen. Im baulichen Bereich werden uns CO₂-optimierte Baustoffe der klimaneutralen Erstellung näherbringen. Ich würde sogar sagen, dass unsere Immobilien durch PV-Anlagen und in der Nähe stehende Windkraftanlagen das Potenzial haben, richtige kleine Logistikkraftwerke zu werden, die uns einen energieeffizienten Betrieb ermöglichen und überschüssige Energie ins Netz einspeisen können.





Abschließend ein Blick in die Glaskugel: Wie sieht FIEGE Real Estate in zehn Jahren aus?

Kai Alfermann: Das ist immer schwierig zu beantworten, aber das Stichwort wird ziemlich sicher Diversifizierung lauten. Neben dem Development bieten wir unser Wissen bereits heute für Dritte an und beabsichtigen, unsere Consulting-Aktivitäten weiter zu intensivieren. Zudem sehen wir die Möglichkeit, auch andere Fachbereiche wie das Energiemanagement noch weiter zu stärken und neue, modulare Geschäftsmodelle für den Drittmarkt zu entwickeln – natürlich gerne auch noch intensiver auf internationaler Ebene. Die wichtigste Prämisse für uns ist und bleibt aber, nachhaltig und gesund zu wachsen und mit einem starken Team neue Konzepte und Ideen zu entwickeln.

Kraft der Sonne: FIEGE Dächer dienen der Produktion von Solarstrom – sowohl für den Eigenbedarf als auch für die Einspeisung ins öffentliche Netz.

Kai Alfermann: Ich möchte noch das Thema Energiemanagement ergänzen. Wir haben vor zehn Jahren damit begonnen, verstärkt auf E-Mobilität, Lastmanagement, LED-Beleuchtung und selbst erzeugten Strom zu setzen. Wir bewegen uns auf 400.000 Quadratmeter Photovoltaikfläche zu, deren Erzeugungsleistung dem Stromverbrauch von rund 10.000 Haushalten entspricht. Der Bereich Fiege Energy Solutions wird uns in Zukunft noch viele Ideen und Lösungen für unsere operativen Standorte liefern, die wir wiederum auch unseren Kunden anbieten.

Es gibt bereits Pläne für ein besonderes Leuchtturmprojekt im AirportPark am Flughafen Münster-Osnabrück. Was hat es mit dem FIEGE Ecologistics™-Park auf sich?

Thoralf Schuster: Mit dem FIEGE Ecologistics™-Park verfolgen wir die Vision, ein besonders nachhaltiges Logistikzentrum zu errichten, das nach DGNB-Standard sowohl klimapositiv im Betrieb als auch klimaoptimiert im Bau sein wird. Dafür müssen wir an ganz vielen verschiedenen Stellschrauben drehen, denn der sprichwörtliche Teufel steckt in jedem Detail. Es geht sowohl um bauliche und technische Komponenten als auch um die Arbeitsumgebung, die wir dort für unsere Kolleginnen und Kollegen schaffen. Jeder Stuhl, jeder Tisch und am Ende sogar jeder Mülleimer kann zu mehr Nachhaltigkeit beitragen.



Kai Alfermann
Managing Director
FIEGE Real Estate



Thoralf Schuster
Managing Director
FIEGE Real Estate



Ohne Dich wär Warenstau.

Christian, 56 Jahre, ist Abteilungsleiter Warenausgang in Greven-Reckenfeld. Seit über 30 Jahren gestaltet er die Entwicklung des Standortes maßgeblich mit. Mit seiner großen Erfahrung hat er auch schon die Standorte Barleben, Ibbenbüren und Worms unterstützt. Christian versteht sich als Teil der FIEGE Family. Und wenn Schnee den Verkehr lahmlegt, nimmt er seinen 15 Kilometer langen Arbeitsweg auch mal zu Fuß in Kauf.

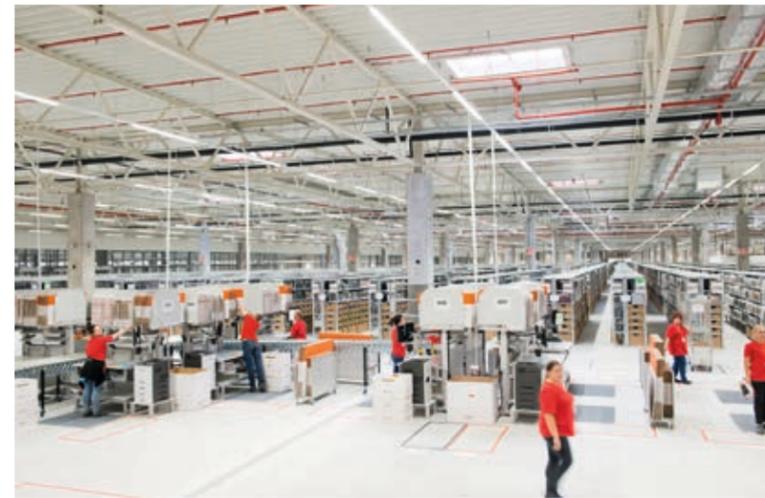
Wir sind FIEGE.
150 Jahre gemeinsam in Bewegung.

150

Das Tor nach Europa

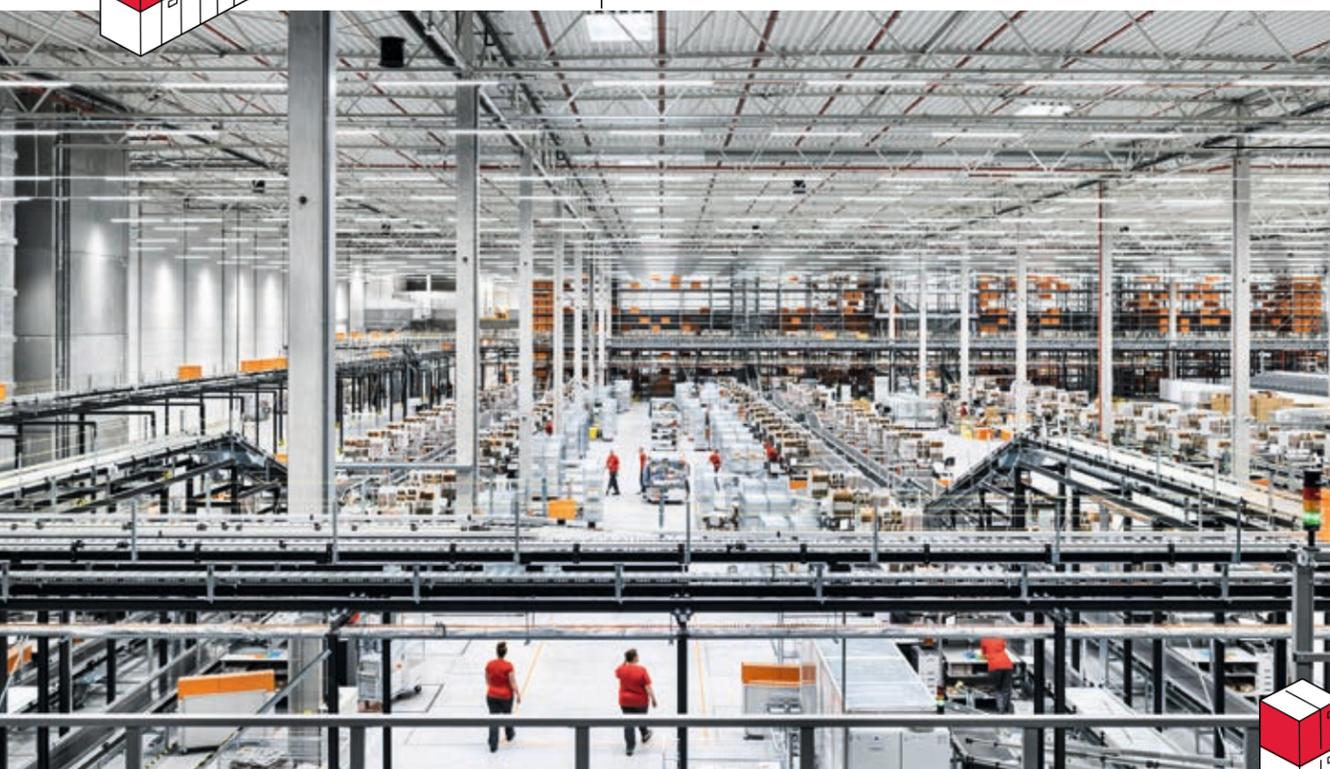
Die Erfolgsgeschichte von Zalando, einem der führenden europäischen E-Commerce-Anbieter für Fashion und Lifestyle, hat ihren Ursprung in einer Berliner Altbauwohnung in der Torstraße. Was als Abenteuer zweier Studienfreunde begann, ist nur 15 Jahre später zu einem internationalen Erfolgsmodell geworden.

Zalando ist eine der führenden Online-Destinationen für Mode und Lifestyle in Europa. Das Berliner Unternehmen verfügt aktuell über mehr als eine Million Quadratmeter Logistikfläche. Seine über 50 Millionen aktiven Kund:innen beliefert Zalando aus zwölf Logistikzentren in sieben Ländern. Die Standorte außerhalb Deutschlands sowie die Retouren- und Inbound-Center werden von Logistikpartnern betrieben. In diesem Bereich arbeitet Zalando seit vielen Jahren unter anderem eng mit FIEGE zusammen.



Damit die hohen Service-Standards parallel zum Bestellvolumen mitwachsen konnten, war eine Internationalisierung des Logistiknetzwerks erforderlich. „Wir haben schnell gemerkt, dass insbesondere im Modebereich und selbst auf geographisch aneinandergrenzenden Märkten teilweise völlig unterschiedliche Kundenerwartungen existieren. Deshalb haben wir im Logistikbereich die Unterstützung von erfahrenen Dienstleistern gesucht, die über lokale Strukturen und entsprechendes Know-how verfügen“, sagt Martin Beyer, Director International Warehouses bei der Zalando SE.

Effiziente Prozesse: FIEGE ist in fünf Ländern für Zalando tätig.



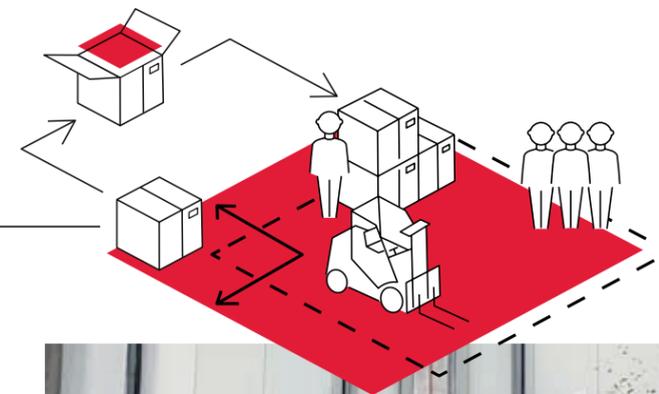
Erfolgreicher Start im Retourengeschäft

In Osteuropa zählt FIEGE seit zehn Jahren zu dieser Kategorie. Gergely Hepp, gemeinsam mit Piotr Kohmann Managing Director der FIEGE Geschäftseinheit Central Eastern Europe, berichtet: „2013 haben wir in Ungarn mit der Retourenbearbeitung begonnen. Zwei Jahre später haben wir diese Dienstleistung dann für unseren Kunden an zwei weiteren Standorten in Osteuropa übernommen.“ Aktuell ist FIEGE in fünf Ländern für Zalando tätig.

Um Zalando noch näher an seine Kund:innen in ganz Europa heranzurücken, erfolgte 2016 der Ausbau der Zusammenarbeit im Retourenmanagement auch in Polen. Kohmann ergänzt: „Die Bearbeitung von Retouren ist ein Kernelement unserer Kooperation mit Zalando. Unsere beiden Standorte im Nordwesten Polens bilden das Rückgrat eines Netzwerks, durch das wir hocheffiziente Prozesse gewährleisten.“

Von Retouren zu Fulfillment und Inbound Distribution Centern

Bereits ein Jahr später erhielt FIEGE den Zuschlag für weitere Dienstleistungen. „Ein besonderer Ritterschlag für uns war es, dass wir 2017 in Gardno bei Stettin das erste fremdbetriebene Customer Fulfillment Center für Zalando als Third-Party-Logistikdienstleister eröffnen



durften“, erzählt Kohmann. Auf 130.000 Quadratmetern Logistikfläche kümmern sich rund 2.000 Kolleg:innen um Lagerhaltung, Kommissionierung und Versand. Über 120 Millionen Pakete wurden mittlerweile aus Gardno an Zalando-Kund:innen verschickt. Zudem übernimmt FIEGE einige Transport-Services. Beyer erklärt: „Logistik ist ein elementarer Teil der Zalando-DNA – so wie es Mode und Technologie sind. Das Herzstück sind die vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die täglich dafür sorgen, dass Millionen von Kundinnen und Kunden ihre Bestellungen schnell und zuverlässig erhalten.“

Einen weiteren gemeinsamen Meilenstein feierten Zalando und FIEGE in Ameryka (Olsztynek). Kohmann sagt: „2019 haben wir den Zuschlag erhalten, das erste internationale Fulfillment-Center für den Shopping Club Lounge by Zalando zu betreiben.“ Vergangenes Jahr nahm FIEGE in einem neuen und zukunftssträchtigen Logistikzentrum in Łozienica ein automatisiertes Inbound Distribution Center in Betrieb. „Wir sind sehr stolz auf das Vertrauen, das unser Kunde in uns und unsere Dienstleistungen setzt“, sagt Kohmann.

Hohe Erwartungen, gemeinsame Ziele

Die Zusammenarbeit zwischen Zalando und FIEGE – nicht nur in Osteuropa, sondern auch in Italien und Deutschland – ist dabei immer geprägt von einem offenen und ehrlichen Austausch. Beyer resümiert: „In FIEGE haben wir einen Partner gefunden, der umfangreiche Expertise im E-Commerce-Fulfillment mitbringt und die marktspezifischen Anforderungen der Modebranche sehr gut kennt. Für uns ist das von sehr großer Bedeutung, damit wir weiterhin effizient bleiben und unseren Kundinnen und Kunden den gewünschten Service bieten können.“

Zukunftsträchtig: 2022 nahm FIEGE ein automatisiertes Inbound Distribution Center im polnischen Łozienica in Betrieb.



Vom Grünen Weg auf den grünen Zweig



Ein Firmengrundstück am Grünen Weg in Greven, ein Sechseck in Reckenfeld, ein bahnbrechendes Mega Center in Ibbenbüren und ein „Tower“ am Flughafen Münster/Osnabrück: Die Geschichte von FIEGE ist untrennbar mit diesen Orten verbunden. Heinz Fiege und Dr. Hugo Fiege, die Inhaber der vierten Generation, blicken im Jubiläumsjahr in den Rückspiegel.

Ursprung: Heinz Fiege und Dr. Hugo Fiege starten ihre Erfolgsgeschichte am Grünen Weg in Greven.



Wer Heinz Fiege in der FIEGE Zentrale in Greven besucht, der kann anhand seines Büros in der neunten Etage kaum erahnen, was für ein Weg hinter ihm und dem 150 Jahre alten Unternehmen liegt, das er zusammen mit seinem Bruder Hugo Fiege mehr als viereinhalb Jahrzehnte lang geführt und geprägt hat. Bis auf drei Ölgemälde der Vorgängergenerationen, ein historischer Modell-Lkw und ein paar Familienfotos erinnert hier nur wenig an früher. Der Blick geht vielmehr nach vorne. Die Pläne für das neue Bürogebäude am Münsteraner Hafen hängen großflächig an der Wand, in dem ab Sommer 2024 rund 500 Kolleg:innen an der Geschichte des Familienunternehmens weiterschreiben werden.

Es ist nur ein Immobilienprojekt von vielen, doch es steht stellvertretend für die Entwicklung und den stetigen Fortschritt von FIEGE. Und natürlich symbolisiert es auf eine gewisse Art und Weise auch das, was Heinz und Hugo Fiege als vierte Inhabergeneration erreicht haben. Vom regionalen Spediteur mit rund 200 Angestellten zum internationalen Logistikdienstleister mit 23.500 Mitarbeiter:innen: Es ist eine Geschichte, die von Mut und Kreativität erzählt. Und eine, die mit einem Sprung ins kalte Wasser beginnt.



Schicksalsschlag in jungen Jahren

Als Heinz Fiege 1967 in die Fußstapfen seines Vaters Josef Fiege tritt und mit nur 22 Jahren die Geschäftsleitung von FIEGE übernimmt, liegt dessen tragischer Unfalltod gerade einmal acht Jahre zurück. „Als mein Vater starb, waren meine jüngeren Geschwister und ich noch minderjährig. Die Zeit, in der meine Mutter zuhause die Familie über Wasser halten musste, während meine Tante Änne Fischbach und ihr Mann Karl unsere Spedition führten, war in vielerlei Hinsicht schwierig und herausfordernd“, erzählt der heute 78-Jährige.

Das Familienunternehmen ist damals noch am Grünen Weg in Greven ansässig. Mit den Gewinnen aus der Landwirtschaft und dem Schankbetrieb der Wirtschaft haben die drei vorherigen Generationen dort ein nationales Transport- und Speditionsunternehmen aufgebaut. Die wichtigsten Kunden kommen lange Zeit aus der starken Baumwoll- und Juteindustrie in Greven und Emsdetten.

Angepackt wurde bei FIEGE schon immer:
Ein Blick ins Lager am Grünen Weg.

Der Krieg hat viel verändert

Knapp drei Jahrzehnte zuvor hat der 2. Weltkrieg fast alles verändert. Ab 1939 wird das Transportgeschäft der „Fahrbereitschaft Münster-Land“ unterstellt. Der Großteil der mittlerweile 18 Lkw wird requiriert, um kriegs- und lebenswichtige Betriebe zu versorgen. Der landwirtschaftliche Betrieb muss den Lebensunterhalt der Familie sichern. Nach dem Krieg erhält die Familie dann eine Ausgleichzahlung für die beschlagnahmten Lkw und kann dieses Startkapital in den Fuhrpark investieren.

In der hauseigenen Werkstatt werden aus Ersatzteilen „neue“ Lkw zusammengeschraubt. Aus der Not wird eine Tugend – und so kommt in den 1950er Jahren der Fahrzeugbau als weiteres Tätigkeitsfeld hinzu. Ein besonderer Clou ist die Lkw-Umrüstung für den Transport von Schweröl, der damals nach neuen logistischen Lösungen verlangt. FIEGE zeigt sich flexibel: Die Öltanks der hauseigenen Lkw lassen sich bei Bedarf entfernen, sodass im Winter Öl und im Sommer Jute gefahren werden kann. Hugo Fiege sagt heute über diese besondere Zeit am Grünen Weg: „Wir sind auf und mit dem Betrieb groß geworden und haben alle Veränderungen hautnah miterlebt. Es war viel in Bewegung damals, aber ich erinnere mich gerne an die Zeit zurück.“ Und Heinz Fiege ergänzt: „Die Umschlaghalle, unsere Werkstatt, die Schreinerei, die vielen Lkw – all das war in jungen Jahren wie ein Abenteuerspielplatz für uns Kinder. Es war immer was los. Es gab immer etwas zu entdecken.“

Up to date: Heinz Fiege (l.) und Dr. Hugo Fiege auf der Baustelle am Münsteraner Hafen, wo aktuell ein neues FIEGE Bürogebäude, das X-DOCK, entsteht.



„Es war viel in Bewegung damals, aber ich erinnere mich gerne an die Zeit zurück.“

Dr. Hugo Fiege

Die Pflicht ruft

Doch die unbeschwertere Zeit endet abrupt. Durch den frühen Tod seines Vaters muss Heinz Fiege ungewöhnlich und ungewollt schnell erwachsen werden. Nach seiner Schulzeit absolviert er eine Lehre zum Speditionskaufmann, durchläuft eine Bankausbildung und arbeitet danach einige Monate im Fahrzeugbau bei Mercedes-Benz. Seine Studienpläne werden durchkreuzt, als die Textilindustrie und damit auch das mittlerweile nicht mehr zeitgemäße Transportunternehmen ins Straucheln geraten. „Mein Onkel war der Auffassung, dass der anstehende Umbruch nicht ohne einen Vertreter der Inhaberfamilie zu bewerkstelligen sei. Seiner Bitte, gemeinsam mit ihm die Verantwortung zu übernehmen, bin ich gefolgt“, sagt Heinz Fiege.

Der bodenständige und energiegeladene junge Mann zögert nicht lange und krempelt die Ärmel hoch. „Wir mussten dringende Investitionen nachholen, das Personal aufstocken und neue Kunden gewinnen, um den Betrieb wieder konkurrenzfähig zu machen und zurück in die Spur zu führen“, erklärt Heinz Fiege. Die Entscheidungen sind damals richtig und unausweichlich, bringen das Unternehmen durch eine Verkettung unglücklicher Umstände nur wenige Jahre später aber dennoch an den Rand des Scheiterns.

Neues Führungsmodell

Auslöser dafür ist der Jom-Kippur-Krieg im Oktober 1973. Um Israels westliche Unterstützer unter Druck zu setzen, verhängt die Organisation der arabischen Erdöl exportierenden Staaten ein Lieferembargo. In der Folge explodiert der Ölpreis und legt Länder wie Deutschland, die sehr abhängig von Rohstofflieferungen sind, regelrecht lahm – besonders sichtbar wird das Ausmaß an den autofreien Sonntagen. „Die Krise traf uns zur absoluten Unzeit, weil sich die getätigten Investitionen und die an allen Enden gestiegenen Kosten aufaddierten, sodass wir in die Verlustzone schlitterten. Außerdem standen große Systemänderungen an. Da habe ich mich aufgemacht, um meinen Bruder zu holen“, schildert Heinz Fiege.

Der vier Jahre jüngere Hugo Fiege lebt damals in Hamburg und arbeitet als Diplom-Kaufmann bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deutsche Treuhand Vereinigung. Heinz Fiege bittet ihn, dabei zu helfen, das Unternehmen wieder auf Kurs zu bringen. Der entscheidende Tag ist Hugo Fiege bis heute im Gedächtnis: „Ich hatte eigentlich andere Pläne, aber als mein Bruder bei mir in Hamburg vor der Tür stand, da wusste ich, dass die Lage sehr, sehr ernst sein muss. Wir haben uns dann darauf geeinigt, das Unternehmen gemeinsam zu führen.“

Gleich zu Beginn der Zusammenarbeit ist Kreativität gefragt. Heinz Fiege erzählt: „Technisch mussten wir uns neu aufstellen und haben durch den flexiblen Wechsel von Anhänger und Motorwagen ein neues und kostengünstiges Transportverfahren entwickelt. Durch den Einsatz sieben Meter langer Container vergrößerten wir die Transportfläche. Das war damals ein Novum – und durch den Pendelverkehr mit den großen Containern konnten wir die Effizienz enorm steigern.“



Oben: 1992 erhalten Heinz Fiege (2.v.l.) und Dr. Hugo Fiege (r.) den Deutschen Logistikpreis.

Rechts: 2009 dürfen Dr. Hugo Fiege (l.) und Heinz Fiege die damalige Bundeskanzlerin Angela Merkel in der Unternehmenszentrale in Greven begrüßen.



Ein Hauch von Tegel

Die Doppelspitze bei FIEGE etabliert sich schnell. Das unterschiedliche Bruderpaar ergänzt sich ideal. Und als starkes Team schaffen es Heinz und Hugo Fiege, den Betrieb aus der Schieflage in ruhigeres Fahrwasser zu manövrieren. Ihre wohl wichtigsten Eigenschaften haben sie dabei offenbar von ihrem Vater geerbt: strategisches Denken und Mut zum Handeln. Und so fällt eine wegweisende Entscheidung, als der weitere Verbleib am Grünen Weg aufgrund fehlender Zukunftsperspektiven infrage gestellt werden muss. Im Zuge der Stadtkernsanierung in Greven sichert Heinz Fiege mit viel Verhandlungsgeschick ein neues Grundstück für das Unternehmen, das ein bisschen weiter außerhalb liegt. Hugo Fiege erinnert sich: „Durch unser Neubauprojekt in Greven-Reckenfeld ergab sich damals die Möglichkeit, unsere Strategie, nämlich die Trennung von Logistik und Spedition, zum ersten Mal in Deutschland in die Tat umzusetzen.“

Das Konzept beinhaltet Ende der 1970er Jahre den Bau eines hochmodernen Umschlag-Terminals, ein erstes separates Logistikzentrum und ein vom operativen Geschäft getrenntes Management-Zentrum. Was heute banal klingen mag, ist damals etwas vollkommen Neues, das die weitere Entwicklung von FIEGE und der Logistik prägen wird. Für die Form des Güterverteilzentrums lassen sich die Brüder vom Flughafen Berlin-Tegel inspirieren. „Durch die sechseckige Form konnten wir die Wege zwischen den Verladetoren deutlich verkürzen. Zudem machte der Einsatz von moderner Fördertechnik und elektronischer Datenverarbeitung die gesamte Warenverteilung effizienter und zuverlässiger“, erklärt Hugo Fiege.

Auch ein Bahnanschluss und ein Lager auf Rampenniveau sind damals neu für die Branche. Heinz Fiege sagt: „Für den Neubau in Reckenfeld erhielten wir eine große Summe an staatlicher Förderung. Dafür mussten wir allerdings Lager- und Speditionsbetrieb trennen, um wie die großen Handels- und Industrieunternehmen förderfähig zu sein.“ Diese Trennung von Lager und Spedition habe die Weichen für FIEGE komplett neu gestellt, erzählt Heinz Fiege. „Das hat uns damals einen Vorsprung im Vergleich zu vielen Wettbewerbern gebracht und war unser Durchbruch zur Logistik.“

Bundesweite Aufmerksamkeit

Der sich schnell einstellende Erfolg gibt den Brüdern Rückenwind: Das Sechseck wird zum Markenzeichen von FIEGE. Und zum Erstaunen vieler und erstmals überhaupt in Deutschland werden die FIEGE Lkw komplett weiß. Hugo Fiege sagt: „Auch das war ein Symbol. Wir wollten es anders machen, im wahren Wortsinn reine Logistiklösungen anbieten, neue Wege gehen und das auch sichtbar nach außen tragen.“

Die Strategie geht auf – und macht den westfälischen Innovationsgeist in den 1980er Jahren auch in der damaligen Hauptstadt Bonn bekannt. FIEGE erhält vom zuständigen Bundesministerium den Zuschlag für das Forschungsprojekt „Informationssysteme in Gütertransportketten“. Hugo Fiege erklärt: „Sämtliche Information klebte damals noch an der Ware. Unsere Aufgabe war es, eine Möglichkeit für den systemübergreifenden Datentransfer zwischen Industrie und Logistikdienstleistern zu finden, damit die Information den Waren vorauslaufen konnte.“ Die Technik revolutioniert den Markt und Hugo Fiege promoviert über dieses Thema zum Doktor rerum politicarum. Das Projekt wird so erfolgreich, dass die beiden Brüder mit ihrer Idee fortan in den Vorstandsetagen namhafter Unternehmen vorstellig werden dürfen.

Nachhaltiges Unternehmerdenken:
1996 werden Dr. Hugo Fiege (l.) und
Heinz Fiege (r.) als Ökomanager
des Jahres ausgezeichnet.

Ausgezeichnetes Warendienstleistungszentrum

Ein Kunde, der auf den Zug aufspringt, ist Karstadt. Das sei alles andere als Zufall gewesen, erzählt Heinz Fiege: „Im Mittelstand herrschte zu der Zeit noch die Haltung vor, dass man Waren sehen und anfassen können muss. Große Konzerne ließen sich da schon einfacher von den Vorteilen der ganzheitlichen und datengestützten Logistikorganisation überzeugen.“ Also errichtet FIEGE in Ibbenbüren ein Warendienstleistungszentrum, um die Beschaffung und Verteilung sämtlicher Aktionsware für damals über 160 Karstadt-Filialen in ganz Deutschland zu steuern.

Beim Bau des sogenannten Mega Centers, das 1992 in Betrieb geht, orientiert sich FIEGE erstmals sehr stark an ökologischen Kriterien. „Die schiere Menge an Waren ermöglichte es uns, erhebliche Bündelungseffekte zu erzielen und beim Transport der Schiene den Vorrang einzuräumen“, erklärt Heinz Fiege. Umweltschutz durch Verkehrsvermeidung – es ist ein Erfolgsrezept, für das er und sein Bruder binnen weniger Jahre den Deutschen Logistikpreis (1992) erhalten und als Ökomanager des Jahres (1996) ausgezeichnet werden. Folglich bleibt Ibbenbüren kein Einzelfall. Hugo Fiege sagt: „Durch sogenannte Center-of-Gravity-Analysen haben wir je nach Kunde den optimalen Distributionsstandort errechnet und konnten so Effizienzgewinne von bis zu 30 Prozent erzielen. Mit diesem Ansatz konnten wir sehr viele Kunden für uns gewinnen.“



Hoch hinaus

Neue Geschäftsbeziehungen knüpft FIEGE fortan nicht mehr nur in Deutschland, sondern immer häufiger auch international. In der Folge entwickelt sich das Unternehmen binnen weniger Jahre vom deutschen Pionier der Kontraktlogistik hin zu einem der führenden Dienstleister in Europa. Als im Zuge des anhaltenden Wachstums auch die Zentrale in Reckenfeld zu klein wird, braucht es für die Suche nach der idealen Lösung ausnahmsweise keine Center-of-Gravity-Analyse: „Grevener war, ist und bleibt unsere Heimat. Hier liegen die Wurzeln unserer Familie und hier gehören wir hin. Deshalb waren wir sehr froh, dass wir die Möglichkeit erhielten, auf Grevener Boden ein neues Verwaltungsgebäude zu bauen“, sagt Hugo Fiege.

Dem zehnstöckigen, backsteinroten Turm am Flughafen Münster/Osnabrück, der im September 1999 bezogen wird, liegt erneut ein abstrakter Gedanke zu Grunde. Heinz Fiege erinnert sich: „Wie in Reckenfeld ging es uns darum, mit dem Gebäude unsere Logistik- und Management-Philosophie auszudrücken. Wir wollten eine unabhängige und vom operativen Betrieb getrennte Steuerungszentrale, klare und effiziente Strukturen sowie kurze Wege ohne unnötigen Schnickschnack.“

Erfolgreicher Generationswechsel

Aus dem Turm im Grevener AirportPark werden die Geschicke des Unternehmens bis heute gesteuert. Verantwortlich zeichnet dafür mittlerweile die fünfte Fiege-Generation. Die Übergabe des Staffelschiffs an Jens und Felix Fiege verlief dabei im Gegensatz zum aus der Not geborenen Einstieg der vierten Generation ins Familienunternehmen nach einem klaren Plan. Heinz Fiege und Hugo Fiege fassen es so zusammen: „Wir hatten damals gar keine andere Wahl, als ins kalte Wasser zu springen. Bei unseren Söhnen konnten wir es zum Glück von langer Hand vorbereiten. Beim Eintritt der 5. Generation in die Unternehmensführung haben wir dann zwei überkreuzte Teams gebildet: Heinz hat Hugos Sohn Felix und Hugo hat Heinz' Sohn Jens ge-coacht. Und heute dürfen wir zufrieden feststellen: Es hat super funktioniert.“ Entscheidend sei dabei aber natürlich immer das gesamte Team bei FIEGE, nicht nur zwei Personen. „Das war bei uns schon so und das wird auch bei Jens und Felix so sein. Unter dem Strich haben wir mit unseren Entscheidungen vermutlich mehr richtig als falsch gemacht. Darauf sind wir auch ein bisschen stolz, in erster Linie sind wir aber unheimlich dankbar, dass sich die Dinge über die Jahrzehnte so zum Guten entwickelt haben.“

Geschichte des Logos





Klinisch reine Logistik

Die St. Franziskus-Stiftung und FIEGE haben 2001 gemeinsam Neuland betreten. Das medicalORDERcenter (MOC) in Ahlen war das erste seiner Art und ist bis heute europaweit einmalig geblieben. Mittlerweile agiert es als Krankenhausapotheke, Warenhandelsgesellschaft oder Zentralsterilisation für 600 Praxen und über 50 Kliniken – auch außerhalb des Münsteraner Verbundes.

Das Gesundheitssystem steht vor großen Veränderungen. Ein solcher Umbruch bietet neben vielen Risiken auch immer die Chance, neue und derzeit noch unbekannte Wege einzuschlagen. Eine Ausgangslage, die die St. Franziskus-Stiftung und FIEGE bereits kennen, denn sie haben vor 20 Jahren mit der Gründung des medicalORDERcenter genau das getan.

„Die bestehende Krankenhausapotheke des St. Franziskus-Hospitals Münster war zu klein geworden. Die Pläne für eine Ausgliederung lagen bereits in der Schublade“, erinnert sich Georg Rosenbaum, Geschäftsführer der MOS GmbH und MOIN GmbH sowie leitender Apotheker des medicalORDERcenters in Ahlen. Hinzu kamen grundlegende Veränderungen durch den Gesetzgeber im Bereich der Krankenhaushygiene. Die sogenannte

Reinraumtrennung für Zentralsterilisationen machte eine vollständige Neuorganisation der Sterilisationsabteilungen erforderlich.

Zentralisierung der Logistik – Dezentralisierung von Know-how

An diesem Punkt sei die St. Franziskus-Stiftung mit FIEGE ins Gespräch gekommen. „Gemeinsam wurde die Idee entwickelt, Krankenhausapotheke, Sterilisation, Einkauf und Warenlager an einem Standort zu zentralisieren und im gleichen Gebäude unterzubringen“, sagt Rosenbaum. Ein revolutionärer Schritt, der 2001 mit der Inbetriebnahme des MOC in Ahlen in die Tat umgesetzt wurde.

Die Herausforderung bestand darin, durch die Akquise weiterer Partner auch außerhalb der



Das medicalORDERcenter in Ahlen bietet drei Bereiche der Klinikversorgung: Krankenhausapotheke, Warenhandelsgesellschaft und Zentralsterilisation.

St. Franziskus-Stiftung Neugeschäfte zu gewinnen und damit die Investition in die Infrastruktur langfristig abzusichern. Die modularen Angebote aus einer Hand sollten die gestiegenen Qualitätsansprüche der Kunden absichern sowie neue Aspekte einer externen Versorgung, wie beispielsweise Scanning im Korb-Modulsystem, einen Versorgungsassistentenbetrieb oder Stationsapotheker:innen in den Kliniken vor Ort darstellen.

Die Startphase nach dem Prinzip „aus Alt mach Neu“ sei aus vielen Gründen aufreibend gewesen. Die Einführung des Euro, ein völlig neues EDV-System inklusive chaotisch-dynamischer Lagerhaltung, die Standardisierung von Sortimenten und der Aufbau einer Dienstleistungs- und Distributionsstruktur: „Es hat an allen Ecken und Kanten geruckelt. Aber wir haben die Nerven behalten, über Monate die richtigen Entscheidungen getroffen, uns sukzessiv die Akzeptanz auf medizinischer Seite erarbeitet und gezeigt, dass wir auch für externe Kliniken einen Benefit bieten können“, bilanziert Rosenbaum.

Wachstum macht Anbau erforderlich

Das MOC verfügt seither über drei modulare Bereiche in der Klinikversorgung: Krankenhausapotheke (medicalORDERpharma), Warenhandelsgesellschaft (medicalORDERservices GmbH) und Zentralsterilisation (medicalORDERinstruments GmbH). Um die Lagerbewirtschaftung der Medizinprodukte kümmert sich FIEGE, bündelt sämtliche Warenströme des Centers für die Distribution und organisiert den regionalen und überregionalen Transport. Rosenbaum: „Zu Beginn vor über zwanzig Jahren standen sechs Krankenhäuser auf unserer Kundenliste. Heute sind es 50 Kliniken und 600 Arztpraxen in unterschiedlich modularer Versorgung.“

Um diese organisatorische, technische und logistische Meisterleistung zu bewerkstelligen, ist ausreichend Platz erforderlich. 2012 wurde in Bochum ein zweiter MOC-Standort in gleicher Ausstattung eröffnet, 2017 wurde

„Wir lagern etwa 1.300 verschiedene Arzneimittel und haben 3.500 Artikel im Medizinproduktelager.“



Großer Kundenkreis: Aus dem MOC werden 50 Kliniken und 600 Arztpraxen modular versorgt.

das Gebäude in Ahlen um ein Hochregallager sowie Büro- und Sozialflächen erweitert. Mittlerweile arbeiten rund 260 Menschen in den MOC-Standorten. „Wir lagern etwa 1.300 verschiedene Arzneimittel und haben neben 3.500 Artikeln im Medizinproduktelager noch etwa zehnmal so viele Durchläufer. Unsere Aufbereitungseinheit für Medizinprodukte, die ihre Dienstleistungen für alle medizinischen Einrichtungen anbietet, bereitet jährlich rund 160.000 Sterileinheiten auf“, beschreibt Rosenbaum die aktuellen Dimensionen.

Krisenfest und krisenerprobt

In einer streng regulierten und globalisierten Branche wie der Pharmaindustrie die Versorgungssicherheit von Patient:innen bis auf die Stationen, in die Arzneimittelschränke und die Operationssäle sicherzustellen, ist tagtäglich eine herausfordernde und komplexe Aufgabe. Erst Recht, wenn weltweite Lieferkettenabrisse das System an den Rand eines Kollaps bringen. Rosenbaum berichtet: „Gemeinsam mit FIEGE haben wir die Expertise mit Flexibilität und Erfahrung aufgebaut, die dieser Job erfordert. So haben wir auch während der Corona-Pandemie unser volles Dienstleistungsspektrum aufrecht erhalten können.“

Auch zwanzig Jahre nach Eröffnung des MOC gibt es europaweit kein vergleichbares Projekt, bei dem die drei Dienstleistungsbereiche – „Dreifaltigkeit“, wie Rosenbaum es mit einem Augenzwinkern nennt – in einem Gebäude untergebracht sind und das aus einer Hand Klinikversorgung in dieser Größenordnung bietet. Klares Ziel für die Zukunft sei es, weitere Dienst- und Beratungsleistungen als Neugeschäfte zu generieren. Es scheint so, als habe das MOC über mehr als zwei Jahrzehnte wenig von der Bereitschaft verloren, immer wieder neue Wege zu gehen.

FIEGE hat sich von einem lokalen Fuhrunternehmen zu einem international tätigen Logistikdienstleister entwickelt. Der Startschuss für die „Ausfüllung des Hauses Europa“, wie es einst hieß, fiel in den 1990er Jahren. Seitdem hat sich der Blick kontinuierlich weiter in die Ferne gerichtet – von Süd- und Osteuropa bis nach Asien.

In Greven daheim,



Belgien
China
Deutschland
Italien
Niederlande
Österreich
Polen
Schweiz
Singapur
Slowakei
Tschechien
Türkei
Ukraine
Ungarn



Links: In Bülach in der Schweiz entsteht aktuell ein hochmodernes FIEGE Logistikzentrum.

Rechts: Im asiatischen Raum ist FIEGE in den vergangenen zwei Jahrzehnten kontinuierlich gewachsen.



Links: Im Jahr 2000 baute FIEGE sein erstes eigenes Logistikzentrum in Polen.

Rechts: In Budapest hat FIEGE 2022 ein neues Multi-User-Center in Betrieb genommen.

in der Welt zuhause

Der US-amerikanische Politikwissenschaftler und Zukunftsforscher John Naisbitt veröffentlichte im Jahr 1982 ein Buch mit dem Titel „Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives“. Mit seinem internationalen Bestseller machte er einen Begriff populär, der unsere Gesellschaft wie wenige andere zuvor geprägt hat: Globalisierung. Gemeint war damit der Wandel von der nationalen Ökonomie hin zur heutigen Weltwirtschaft.

Diesen Trend erkannten in den 1990er Jahren auch Heinz Fiege und Dr. Hugo Fiege. Als Inhaber der vierten Generation stellten sie die Weichen auf Internationalisierung und riefen als wichtigstes strategisches Ziel von FIEGE die „Ausfüllung des Hauses Europa“ aus. Sie waren überzeugt, dass die Warenverteilung künftig nicht mehr nach nationalstaatlichen, sondern in erster Linie nach betriebswirtschaftlichen und verkehrstechnischen Gesichtspunkten organisiert würde.

Zukauf von europäischer Kompetenz

Ziel war es, den Kunden als Logistikdienstleister in die Länder zu folgen, in denen sie tätig waren. Dafür wurde schnell europäische Kompetenz aufgebaut. Durch den Kauf der renommierten Goth Logistik-Services AG, ein 1870 gegründetes Baseler Unternehmen mit Niederlassungen in der Schweiz sowie in Italien, Belgien, Taipeh, Schanghai und Hongkong, ging FIEGE einen ersten wichtigen Schritt ins Ausland.

Die Schweizer Schwester wurde im Januar 2004 zur FIEGE (Logistik) Schweiz AG umfirmiert, hat aber nichts

von ihrem internationalen Know-how eingebüßt. Heute sind die Kolleg:innen als Teil der Geschäftseinheit Southern Europe & Alps (SEA) an den Standorten in Münchenstein, Balerna, Dotzigen, Oftringen und Bülach tätig, wo zurzeit ein hochmoderner Neubau für Bestands- und Neukundengeschäfte entsteht. Managing Director Vinko Castrogiovanni, der diese Aufgabe gemeinsam mit Alberto Birolini ausfüllt, sagt: „Neben klassischen Lager-, Fulfillment- und Transportdienstleistungen ist eine unserer Spezialitäten das internationale Speditionswesen inklusive Zollabwicklung. Dank großer Expertise in diesem Bereich bieten wir unseren Kunden mit einer grenzüberschreitenden E-Commerce-Lösung einfachen Zugang zum Schweizer Markt.“

Zur Geschäftseinheit SEA zählt auch die Tochtergesellschaft FIEGE Austria in Wien, die mit der Übernahme der AV Logistic Center GmbH Anfang 2023 auch namhafte Kunden wie den österreichischen Traditionsverlag Piatnik oder die Schweizer Uhrenmanufaktur Breitling gewonnen hat. Im kommenden Jahr wird FIEGE Austria seine Logistikflächen am city-nahen Wiener Hauptsitz durch einen modernen Neubau verdoppeln.

Außerdem gehört FIEGE Logistics Italia mit Standorten in Arese, Castel San Giovanni, Nogarole Rocca und Stradella dazu. Birolini erklärt: „Mit rund 3.500 Kolleginnen und Kollegen allein in Italien entwickeln wir integrierte Multichannel-Logistiklösungen für zahlreiche Bereiche, allen voran die Fashion- und Lifestyle-Branche und Fast Moving Consumer Goods. Durch unsere langjährige Erfahrung können wir unsere Kunden gezielt bei der Eroberung neuer Märkte unterstützen.“

Im Osten geht die Sonne auf

Mit dem Fall des Eisernen Vorhangs öffneten sich in den 1990er Jahren auch im Osten neue Märkte. Neben den neuen Bundesländern galt das vor allem für Polen. Piotr Kohmann, Geschäftsführer von FIEGE Polen und gemeinsam mit Gergely Hepp Co-Managing Director der FIEGE Geschäftseinheit Central Eastern Europe (CEE), erzählt: „Wir haben 1997 mit einem US-amerikanischen Technologiekonzern unseren ersten Kunden in Polen gewonnen, drei Jahre später haben wir in Mszczonów vor den Toren Warschaws den Grundstein für unser erstes eigenes Logistikzentrum auf polnischem Boden gelegt.“

Die Entscheidung, Kontraktlogistik in Polen anzubieten, sei wegweisend gewesen. Über 25 Jahre später ist FIEGE dort immer noch für seinen Kunden der ersten Stunde tätig, verfügt aber mittlerweile über 14 Standorte mit gut 600.000 Quadratmetern Logistikfläche im gesamten Land. „Wir haben uns als wichtiger Logistikdienstleister in Polen etabliert und bieten mit fast 8.000 Kolleginnen und Kollegen innovative Supply-Chain-Lösungen für die Bereiche E-Commerce, Reifen, Fashion, Healthcare, FMCG sowie Consumer Products“, sagt Kohmann.

Expansion entlang der Donau

Neben Polen gründete FIEGE zudem auch in weiteren mittel- und osteuropäischen Staaten eigene Tochtergesellschaften mit eigenen Niederlassungen. Und als sei es gewollt, bewegte man sich dabei quasi entlang eines Stromes, der so viele Länder durchfließt oder daran angrenzt wie kein anderer Fluss der Erde. Gergely Hepp erklärt: „Mit unserer Geschäftseinheit Central Eastern Europe sind wir mittlerweile auch in Tschechien, der Slowakei, in Ungarn und der Ukraine zuhause. Dadurch können wir unseren Kunden flächendeckend und auf höchstem Niveau maßgeschneiderte Logistikdienstleistungen bereitstellen. Zudem bieten wir Transporte in die baltischen Länder und Südosteuropa an.“

In der ungarischen Hauptstadt Budapest hat FIEGE im vergangenen Jahr beispielsweise ein neues Multi-User-Center für den europaweit führenden Onlinehandel für Heimtierbedarf, die zooplus SE, in Betrieb genommen. „Wir übernehmen sämtliche Prozesse von Warenannahme, Qualitätskontrollen und Einlagerung über Kommissionierung, Verpackung und Versandbereitstellung bis hin zur Übergabe an KEP-Dienstleister“, berichtet Hepp. Besonders beeindruckend sei der hohe Automatisierungsgrad des Logistikzentrums: „Mit unserem vollautomatisierten System inklusive zwei Kilometern Fördertechnik können wir bis zu 2.800 Pakete pro Stunde abwickeln und so das Einkaufserlebnis der Endkundinnen und Endkunden von zooplus weiter optimieren“, sagt Hepp.

„Mit unserer Geschäftseinheit Central Eastern Europe sind wir mittlerweile auch in Tschechien, der Slowakei, in Ungarn und der Ukraine zuhause.“

Stärkere Präsenz in Fernost

Auch im asiatischen Raum ist FIEGE kontinuierlich gewachsen. Zurzeit bestehen Niederlassungen im Großraum Schanghai, in Hongkong, in Singapur und der Türkei. Martin Rademaker, FIEGE Vorstand und verantwortlich für die Geschäftseinheit Far East (FE), sagt: „Mit der Übernahme der auf Textillogistik spezialisierten World Fashion Logistics Anfang 2022 haben wir unsere Präsenz auf diesem für uns sehr wichtigen Markt weiter gestärkt. Aktuell entwickeln wir unser Bestandsgeschäft in Asien weiter und vertiefen unser Angebot in verschiedenen Dienstleistungsbereichen.“

Langfristiges Ziel sei es, weitere Nischenmärkte zu finden und parallel speziell im technischen Bereich den unternehmensinternen Wissenstransfer zwischen Asien und Europa zu fördern. Zudem beabsichtige FIEGE, diese Brücke auch für Logistik-Kunden zugänglich zu machen. Rademaker ergänzt: „Durch unser breites europäisches Netzwerk können wir für kleine und mittlere chinesische Unternehmen der ideale Türöffner sein, um auf den hiesigen Märkten Fuß zu fassen.“

What's next?

Knapp 30 Jahre nach dem Startschuss der Internationalisierung ist FIEGE also längst zu einem multinationalen Logistikdienstleister geworden. Und das Thema bleibt aktuell, denn auch in Zukunft wird es eine Hauptrolle in der Unternehmensstrategie spielen. Ganz frische Neuigkeiten hat FIEGE beispielsweise aus Europa zu vermelden: Nach dem Vorbild der regionalen Geschäftseinheiten Southern Europe & Alps, Central Eastern Europe und Far East werden auch die Aktivitäten in den Niederlanden und Belgien künftig zusammengefasst und als Geschäftseinheit BeNeLux gemeinsam weiterentwickelt. Fest steht: Die jüngste Expansion dürfte mitnichten die letzte gewesen sein.



Ohne Dich wären's 40 unbewegte Tonnen.

Colin, 65 Jahre, ist Lkw-Fahrer aus Leidenschaft. Seit fünf Jahrzehnten ist er hinter dem Steuer auf Europas Straßen unterwegs. Besonders wohl fühlt Colin sich bei FIEGE. Und das sowohl in einem der brandneuen E-Lkw, als auch in unserem aufwendig restaurierten Büssing 8000. Den 1951 gebauten Oldtimer im FIEGE Retrodesign fährt Colin auch für unsere 150-Jahr-Feiern. Denn auf Colin ist immer Verlass.

Wir sind FIEGE.
150 Jahre gemeinsam in Bewegung.

150



Zu gut für die Tonne

Eine Welt ohne Food Waste – mit dieser Vision wurde Motatos 2014 unter dem Namen Matsmart in Schweden gegründet. 2020 startete der Onlineshop auch in Deutschland und setzt seitdem auf logistische Unterstützung von FIEGE. Nun haben beide Unternehmen ihre Partnerschaft verlängert – und rüsten sich mithilfe von Automatisierung für weiteres gemeinsames Wachstum.

Rund elf Millionen Tonnen Lebensmittel landen jährlich in deutschen Mülltonnen – pro Person sind das 78 Kilogramm. Und das, obwohl der Großteil davon in einwandfreiem Zustand ist. Die Gründe dafür seien vielfältig, sagt Dominique Ertl, Country Manager Germany bei Motatos: „Neben Überproduktionen, fehlerhaften Verpackungen und saisonalen Produkten ist es häufig ein knappes oder bereits überschrittenes Mindesthaltbarkeitsdatum. Dieser gigantischen Verschwendung wollten wir nicht mehr länger zusehen.“

Wir, das waren zunächst Erik, Kalle und Uffe, die vor knapp 10 Jahren damit begannen, den Lieferanten eines Supermarktes Überbestände abzunehmen und die geretteten Lebensmittel vergünstigt in einem Onlineshop anzubieten. Ihre Idee traf genau den richtigen Nerv einer Gesellschaft, die ein immer stärkeres Bewusstsein für Nachhaltigkeit und ihren Umgang mit Ressourcen ausbildete. „Viele Kundinnen und Kunden posteten Bilder ihrer Bestellungen auf Instagram, wodurch sich die Idee wie ein Lauffeuer verbreitete. Daraus hat sich eine regelrechte Bewegung entwickelt“, schildert Ertl.

Expansion nach Europa

Wie in den sozialen Netzwerken üblich, machte diese Bewegung nicht an nationalstaatlichen Grenzen halt. Schnell war klar, dass das Thema Lebensmittelverschwendung auch in anderen Ländern vielen Menschen ein Dorn im Auge ist. Mittlerweile ist Motatos neben Schweden auch in Finnland, Dänemark und seit April 2020 auch in Deutschland aktiv. Ertl erzählt: „Für unseren Markteintritt in Deutschland waren wir auf der Suche nach einem Logistikdienstleister, der umfangreiche Erfahrung in der Lebensmittel- und E-Commerce-Logistik mitbringt. Fündig geworden sind wir bei FIEGE.“

Ein wichtiges Kriterium bei der Entscheidung für FIEGE sei die Flexibilität gewesen. Denn Motatos bietet ein regelmäßig wechselndes Sortiment von über 1.400 Artikeln an, das abhängig von den Lieferanten ist. Zudem seien die Warenkörbe der Kund:innen in der Regel sehr komplex, weshalb die gemeinsame Orderoptimierung mit FIEGE eine wichtige Rolle gespielt habe. „Darüber hinaus war für unseren Erfolg ein skalierbares Setup notwendig, weil wir Partner brauchen, die mit uns mitwachsen. Durch die Multi-User-Struktur konnte uns FIEGE am Standort in Großbeeren die optimale Kombination bieten“, erklärt Ertl.



„Unser Kerngeschäft ist es, Produkte von Herstellern abzunehmen, die es nicht in den Supermarkt schaffen“, sagt Dominique Ertl, Country Manager Germany bei Motatos.

Automatisches Wachstum

Der gewünschte Erfolg stellte sich schnell ein. Um das anhaltende Auftragswachstum zu stemmen, wurde die anfängliche Logistikfläche von 5.000 Quadratmetern mittlerweile auf über das Doppelte vergrößert. Mit einem Partner-Netzwerk aus über 300 Unternehmen hat Motatos gemeinsam mit 280.000 Lebensmittelretter:innen allein in Deutschland schon über 23.000 Tonnen Lebensmittel vor der Verschwendung gerettet. „Wir haben uns deshalb im Frühjahr 2022 mit FIEGE zusammengesetzt und die nächsten Schritte unserer Zusammenarbeit geplant. Um unsere Logistik auf das nächste Level zu heben, kam dabei auch das Thema Automatisierung zur Sprache“, sagt Ertl.

Entschieden haben sich die beiden Unternehmen für den Bau eines AutoStores – und eine langfristige Vertragsverlängerung. Das automatisierte Lager- und Bereitstellungssystem mit rund 100.000 Behältern und 250 Robotern in der ersten Ausbaustufe wird ab Februar



in Großbeeren errichtet und soll im November 2024 in den Live-Betrieb gehen. Ertl erklärt: „Wir haben unseren Onlineshop in diesem Jahr in Österreich gelauncht und wollen auch in Zukunft weiter wachsen. Wir freuen uns, dafür mit FIEGE einen zuverlässigen Partner an unserer Seite zu wissen.“

Geschäftsmodell mit besonderer Haltbarkeit

Aktuell machen sich laut Ertl die veränderte Marktlage und die hohe Inflation bemerkbar: „An allen Enden steigen die Kosten. Viele Menschen und auch Unternehmen sind gezwungen, jeden Cent zweimal umzudrehen.“ Mit seinem Geschäftsmodell bietet Motatos gerade jetzt und im Vergleich zu anderen nachhaltigen Anbietern wertvolle Ersparnismöglichkeiten – sowohl für die Produzenten- als auch für die Konsumentenseite.

Parallel dazu feilt Motatos stetig daran, neue Wege gegen die Verschwendung zu finden. „Unser Kerngeschäft ist es, Produkte von Herstellern abzunehmen, die es nicht in den Supermarkt schaffen. Wir setzen mittlerweile aber auch früher in der Lieferkette an, indem wir beispielsweise aussortiertes Obst und Gemüse selbst zu Pasten und Pesto verarbeiten“, sagt Ertl. Die Chancen stehen gut, dass Motatos künftig noch mehr Lebensmittel rettet, die zu gut für die Tonne sind.



Oben: Motatos setzt mittlerweile auch auf eigene Produkte, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren.

Links: Für die Logistik hinter dem nachhaltigen Geschäftsmodell setzt Motatos auf FIEGE.

Fußball



verbindet



Soccer Cup auf der ganz großen Bühne: Die 150-Jahre-Jubiläumsedition des firmeneigenen Fußballturniers geht als größtes Event in die Geschichte von FIEGE ein. Spielstätte vor einer atemberaubenden Kulisse aus 3.500 Teilnehmer:innen war das Preußenstadion in Münster.

Sie waren unüberhörbar angereist, um den Titel zu verteidigen. Schon vor Turnierstart, bei der offiziellen Eröffnung des 17. FIEGE Soccer Cups und der Präsentation der begehrten Pokale, gaben die Vorjahres-Siegerinnen aus Italien auf der Haupttribüne im Preußenstadion klar den Ton an. Und sie behielten Recht, denn der Pokal für die beste Frauenmannschaft wanderte zum zweiten Mal nacheinander nach Venedig. In einem umkämpften Finale gegen die Kolleginnen aus dem polnischen Gardno reichte Olimpia Nogarole Rocca ein Tor, um erneut in den Fußball-Olymp der FIEGE Welt aufzusteigen.

Bei den Herren meldete der Vorjahresgewinner aus Lengerich ebenfalls erneute Ansprüche auf den Titelgewinn an, musste sich allerdings im Halbfinale geschlagen geben. Frenetischen Jubel gab es dagegen auf Seiten der Kickers Biblis, die das Finale gegen die Kollegen aus Reckenfeld gewannen, um sich nur wenige Wochen nach dem frisch gebackenen Regionalliga-Meister SC Preußen Münster an selber Stelle die Krone aufzusetzen. Spätestens, als bei der anschließenden After-Kick-Party Mannschaften und Fans zusammen feierten, war allerdings wieder einmal klar: Beim FIEGE Soccer Cup geht es am Ende immer um viel mehr als nur um Fußball.



Für die Finalrunde zogen Mannschaften und Fans dann ins Preußenstadion um, wo neben sehenswerten Toren und packenden Entscheidungen im Neun-Meter-Schießen auch eine 150-Jahre-Fan-Choreo geboten wurde. Und Co-CEO Jens Fiege erklärte: „Ein großer Dank geht an den SC Preußen Münster, der er uns sein Stadion zur Verfügung gestellt hat, um die Jubiläumsedition des Soccer Cups zu etwas ganz Besonderem zu machen. Wir möchten uns bei allen Kolleginnen und Kollegen bedanken, die am Wochenende aus nah und fern angereist sind und dafür teilweise über 1.000 Kilometer zurückgelegt haben. Wir wissen, dass das nicht selbstverständlich ist. Unsere besondere Kultur zeichnet uns aus – und wir sind sehr stolz auf dieses unglaubliche Team, das wir bei FIEGE haben!“



Fußball, wie er sein muss: enge K.o.-Spiele, volle Ränge, 100 Prozent Teamgeist.

FIEGE Soccer Cup Aftermovie



Organisatorische Meisterleistung

Die Bedingungen für den FIEGE Soccer Cup hätten dabei nicht besser sein können. Bei strahlendem Sonnenschein durften rekordbrechende rund 3.500 Teilnehmer:innen aus zehn Nationen für einen Tag das sportliche Wohnzimmer des SC Preußen in Beschlag nehmen. 115 gemeldete Mannschaften spielten auf zwölf Kleinfeldern die Vorrunde aus, während die Fans bei Bratwurst, Pommes, vegetarischen Burgern und kühlen Getränken für die passende Atmosphäre sorgten. „Das erste große Dankeschön gilt unserem 150-Jahre-Team, den Kolleginnen und Kollegen unseres Standortes in Lengerich und allen Helferinnen und Helfern für die fantastische Organisation“, sagte unser Co-CEO Felix Fiege. „Was hier auf die Beine gestellt wurde, ist wirklich außergewöhnlich. In diesem Jahr steht nicht nur Jubiläumsedition drauf, es ist auch Jubiläumsedition drin. Wir freuen uns sehr, dass wir heute gemeinsam mit so vielen Kolleginnen und Kollegen aus der gesamten FIEGE Welt feiern dürfen.“

Besonderer Zusammenhalt

Auf dem Rasen blieb es in über 350 Spielen stets fair und respektvoll, wenngleich es sportlich zur Sache ging. Das war auch ein Verdienst der 26 Schiedsrichter:innen, die souverän durch die Partien leiteten. Vor den Viertelfinals gab es vor der prächtigen Kulisse im Preußenstadion ein inklusives Einlagespiel von den Alexianern in Münster und einem FIEGE Allstar-Team, das in einem gerechten Unentschieden endete.

Während der Siegerehrung, bei der die Dritt-, Zweit- und Erstplatzierten ihre Pokale entgegennahmen, ertönte tosender Beifall von den Rängen. Die Kolleg:innen aus Gardno, die mit sechs Herren- und Damenmannschaften sowie lautstarker Unterstützung angereist waren, wurden als stimmungsvollste Fans ausgezeichnet. Die Pokale waren am Ende eher eine Randnotiz dieses großen und langen Fußballfestes. Vielmehr stand der Soccer Cup einmal mehr im Zeichen der Begegnung, des Miteinanders und des ganz besonderen Zusammenhalts bei FIEGE.



Gastgeber im Wohnzimmer des SC Preußen Münster: Jens Fiege (l.) und Felix Fiege.



Ohne Dich wär's nur Service ohne Value.

Angelina, 53 Jahre, ist Qualitätsprüferin in unserer Niederlassung in Bocholt. Sie sorgt dafür, dass sich unsere Kunden auf Value Added Services made by FIEGE verlassen können. Ob Displaybau, Konfektionierung oder Produktveredelung – Angelinas musterndem Blick entgehen keine Mängel. Mit ihrer lebensfrohen und geradlinigen Art ist sie auch für das Team ein absoluter Mehrwert und zaubert ihren Kolleg:innen jeden Tag ein Lächeln ins Gesicht.

Wir sind FIEGE.
150 Jahre gemeinsam in Bewegung.

150

FIEGE verfolgt das Ziel, das Familienunternehmen klimaneutral an die nächste Generation zu übergeben. Mit der Veröffentlichung des ersten Nachhaltigkeitsberichts inklusive einer CO₂-Bilanz schafft FIEGE die dafür notwendige Transparenz.

Wir haben nur diesen einen Planeten



Der Begriff Nachhaltigkeit hat eine beachtliche Karriere hinter sich. So ziemlich alles gibt es mittlerweile auch als nachhaltige Alternative – seien es Energie, Lebensmittel, Kleidung, Baustoffe oder Verpackungen. Die inzwischen inflationäre Nutzung des Wortes steht immer mal wieder in der Kritik. Deshalb ist Sandra Achternbusch, Executive Director Corporate Sustainability bei FIEGE, eines besonders wichtig: „Wir verfolgen die Philosophie, dass Nachhaltigkeit kein Modewort, sondern ein zentraler Grundpfeiler unserer unternehmerischen Erfolgsformel ist.“

Mit anderen Worten: FIEGE trägt Nachhaltigkeit in der DNA. Das liegt unter anderem daran, dass der Logistik seit jeher in gewisser Hinsicht ein nachhaltiger Ansatz zu Grunde liegt. „Um stets die effizienteste Lösung zu finden, müssen Transport- und Lagerprozesse optimiert, der erforderliche Energieverbrauch gesenkt und – wo immer möglich – Verschwendungen vermieden werden“, sagt Achternbusch. Diesem Prinzip haben Heinz und Dr. Hugo Fiege, Inhaber der vierten Generation, mit der Erfindung der Ökologistik® bereits in den 1990er Jahre einen geschützten Namen gegeben.

Transparenz auf über 100 Seiten

In den vergangenen 30 Jahren hat FIEGE die eigene Nachhaltigkeitsstrategie stetig weiterentwickelt und im Sommer eine weitere wichtige Hürde genommen: „Wir freuen uns sehr, dass wir in unserem Jubiläumsjahr den ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen konnten. Damit geben wir unseren Stakeholdern einen Einblick in unsere Aktivitäten und benennen die gemeinsamen

Herausforderungen für die Zukunft sehr klar“, erklärt Achternbusch. Der Report listet sämtliche Maßnahmen in den Handlungsfeldern soziale (People), ökologische (Planet) und ökonomische (Partners) Nachhaltigkeit auf. Eine prominente Rolle spielt dabei die CO₂-Bilanz, die FIEGE für den Bericht erstmals nach dem Greenhouse Gas Protocol (GHG) ausgewiesen hat. „Unser Nachhaltigkeitsbericht schafft die nötige Transparenz, um uns auf unserem Weg Jahr für Jahr aufs Neue zu messen und unsere Fortschritte zu evaluieren“, sagt Achternbusch. Für alle direkten Emissionen von Standorten und Flotte (Scope 1) sowie den indirekten Emissionen aus zugekaufter Energie (Scope 2) gelingt das heute schon sehr gut. Außerhalb der eigenen Systemgrenzen (Scope 3) gebe es weiteres Optimierungspotenzial: „Deshalb werden wir den CO₂-Fußabdruck künftig noch detaillierter erfassen, um auch für alle vor- und nachgelagerten Prozesse Verantwortung zu übernehmen“, kündigt Achternbusch an. Zudem hat sich FIEGE im Oktober mit der Unterzeichnung des Commitment Letters der Science Based Targets Initiative (SBTi) dazu verpflichtet, sich ambitionierte Klimaziele im Einklang mit der 1,5-Grad-Zielvorgabe des Pariser Klimaabkommens zu setzen.

Viele Hände, schnellere Wende

Auch auf organisatorischer Ebene geht es zügig voran. Das zentrale Nachhaltigkeitsteam wird mittlerweile durch nationale und internationale Sustainability Excellence Manager ergänzt, die das Thema in den Business Units immer tiefer verankern. „Einmal im Monat tauschen wir Best Practices und Updates mit unseren Kolleginnen und Kollegen aus, um mit- und voneinander zu lernen“, sagt Achternbusch. In einer Geschäftseinheit werde bereits ein Team mit Sustainability Ambassadors aufgebaut, die eng mit dem verantwortlichen Sustainability Excellence Manager zusammenarbeiten und als Schnittstelle zwischen den Niederlassungen und der Leitungsebene agieren. In diese Richtung soll es konsequent weitergehen. Achternbusch sagt: „Wir sind immer auf der Suche nach weiteren Mitstreiterinnen und Mitstreitern, die uns dabei unterstützen, das Thema Nachhaltigkeit voranzutreiben. Schließlich haben wir nur diesen einen Planeten.“



FIEGE Ecologistics™-Park

Pläne für ein nach DGNB-Standard im Betrieb klimapositives Logistikzentrum im AirportPark FMO direkt am Flughafen Münster/Osnabrück:

- klimaresiliente Bauweise
- CO₂-optimierte Materialien
- positive Energiebilanz
- gute Zirkularitätsbewertung
- Sicherung der Biodiversität am Standort

FIEGE Energy Management

Einsparung von rund 21.000 Tonnen CO₂e (Stand: Dezember 2022) durch verschiedene Maßnahmen im Bereich Energiemanagement:

- flächendeckende Nutzung von Grünstrom in Deutschland
- 400.000 Quadratmeter PV-Anlagen
- über 1,2 Millionen Quadratmeter LED-beleuchtete Logistikfläche in Deutschland
- knapp 100.000 Quadratmeter vollständig regenerativ betriebene Logistikfläche
- intelligente Ladeinfrastruktur und dynamisches Lastmanagement
- über 150 E-Ladepunkte in der FIEGE Welt

FIEGE Nachhaltigkeitsbericht





Vielfalt willkommen

FIEGE Italien setzt sich durch verschiedene Initiativen für die Integration und Inklusion von Menschen in den Arbeitsmarkt ein. Für ihren Beitrag zum Projekt „Welcome. Working for Refugee Integration“ sind die Kolleg:innen im Sommer vom UN-Flüchtlingskommissariat UNHCR ausgezeichnet worden.

Seit Januar 2020 engagiert sich FIEGE Italien im Rahmen des UNHCR-Projekts "Welcome. Working for Refugee Integration" für die Inklusion von Menschen, die vor Krieg oder Verfolgung fliehen mussten. Die Welcome Initiative wurde 2017 mit Unterstützung des italienischen Arbeitsministeriums, des Arbeitgeberverbandes Confindustria und des Global Compact Network Italien ins Leben gerufen. Landesweit konnte bis heute für über 22.000 Flüchtlinge in mehr als 520 aktiven Unternehmen eine berufliche Perspektive geschaffen werden.



Gelebte Integration: FIEGE Italien wurde für das Projekt „Welcome. Working for Refugee Integration“ von der UN ausgezeichnet.

**FIEGE Italien:
It is possible**



Ein multikulturelles Team

Bei FIEGE wird das Projekt als eine von mehreren Integrationsmaßnahmen im Logistikzentrum in der italienischen Region Verona umgesetzt. Beatrice Mondoni, HR-Direktorin bei FIEGE in Nogarole Rocca, erklärt: „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass kulturelle Vielfalt nicht nur zu einem erfüllenden Arbeitsumfeld, sondern auch zu besseren Leistungen im Team führt.“ Rund 2.000 Kolleg:innen arbeiten in Nogarole Rocca, von denen 70 Prozent weiblich und nur 60 Prozent gebürtige Italiener:innen sind. „Die übrigen 40 Prozent stammen aus 50 verschiedenen Ländern. Diese Mischung von Menschen unterschiedlicher Herkunft, Religion und Kultur macht unseren Hub zu einem regelrechten Schmelztiegel“, beschreibt Mondoni.

Im vergangenen Jahr vermittelte FIEGE die ersten fünf Geflüchteten in das Logistikzentrum in Nogarole Rocca. Für den Beitrag zum Projekt "Welcome. Working for Refugee Integration" verlieh das UN-Flüchtlingskommissariat FIEGE im Juni das „Welcome“-Logo der Initiative. Den Preis durfte das Team aus Verona zusammen mit anderen italienischen Unternehmen, Verbänden und Organisationen bei einer feierlichen Zeremonie in Rom entgegennehmen. Mondoni sagt: „Inklusion am Arbeitsplatz ist schon lange ein wichtiger Teil unserer DNA. Wir wollen unseren Beitrag leisten, um die Integration von Menschen, die internationalen Schutz benötigen, in den italienischen Arbeitsmarkt zu fördern.“

Gezielte Maßnahmen für Integration und Inklusion

Um in einem Team von der Größe wie in Nogarole Rocca allen Kolleg:innen ein integratives und einladendes Arbeitsumfeld zu schaffen, sind viele verschiedene Maßnahmen erforderlich. Das fange schon in der Kantine an, die jeden Donnerstag ein Gericht aus einem anderen Land bereithalte, um die Entdeckung anderer Esskulturen zu fördern. „Während des Ramadans richten wir entsprechende Kantinenschichten ein, damit unsere fastenden muslimischen Kolleginnen und Kollegen nach Anbruch der Dunkelheit etwas essen können“, ergänzt Mondoni. Um die Verständigung zu erleichtern, bietet FIEGE kostenlose Online-Sprachkurse mit Schwerpunkt Italienisch für Ausländer:innen an.

Darüber hinaus hat FIEGE in Abstimmung mit den Gewerkschaften Maßnahmen definiert, um besonderen Bedürfnissen der ausländischen Mitarbeiter:innen gerecht zu werden. „Unsere Kolleginnen und Kollegen können verlängerten Urlaub nehmen, um leichter in ihre Herkunftsländer zurückzukehren“, erklärt Mondoni. Dafür sei es möglich, den gesamten Jahresurlaub am Stück und sogar eine Woche aus dem Folgejahr vorwegzunehmen.



Mehr Glück im Job

Besonders beliebt am Standort in Nogarole Rocca ist Antonella Gentile in ihrer Rolle als Chief Happiness Manager. Durch ihre italienisch-argentinische Herkunft hat sie selbst ausländische Wurzeln und übernimmt die wichtige Aufgabe, gezielte Ansprechpartnerin für alle Mitarbeiter:innen zu sein. Mondoni sagt: „Wir bieten unseren Kolleginnen und Kollegen beispielsweise Hilfe in Antidiskriminierungsverfahren an und kümmern uns besonders um Geflüchtete, die Opfer von Menschenhandel und Gewalt geworden sind.“

Neben der Herkunft spielen natürlich auch weitere Diversitätsdimensionen wie das Geschlecht oder das Alter eine Rolle. „Mit unserem Projekt ‚Responsibility and Diversity‘ setzen wir uns in Zusammenarbeit mit AIPD Mantua, dem italienischen Verband der Menschen mit Down-Syndrom, für die Inklusion von Menschen mit genetischen Behinderungen ein“, sagt Mondoni. Zudem arbeiten im Logistikzentrum in Nogarole Rocca mittlerweile zahlreiche Gehörlose. „Um unsere gehörlosen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch besser in ihr Arbeitsumfeld zu integrieren, besuchen immer mehr Kolleginnen und Kollegen Gebärdensprachtrainings“, erklärt Mondoni.

Kultur als Klebstoff

Ganz allgemein sei es Mondoni und ihrem Team wichtig, die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu fördern und gerade Kolleginnen flexible Arbeits- und Zeitmodelle zu gewährleisten. Dass das vielfältige Engagement für Inklusion und Integration nun vom UNHCR ausgezeichnet wurde, freut Mondoni überaus: „Diese besondere Anerkennung zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir bedanken uns bei allen Kolleginnen und Kollegen, die uns täglich helfen und sich darum bemühen, kulturelle Vielfalt zu fördern und zu einem Schlüsselfaktor für den Erfolg von FIEGE zu machen.“

FIEGE

„Wir kommen zu Euch, um mit Euch zu feiern“ – das hatten Familie und Vorstand allen FIEGE Kolleg:innen zum Auftakt des Jubiläumsjahres versprochen. 44 Mal haben sie dieses Versprechen in den vergangenen zwölf Monaten eingelöst. Die große Jubiläumsreise führte quer durch Europa und bis ins ferne Asien. Immer mit einem übergeordneten Ziel: Wertschätzung zeigen und Danke sagen! Wir haben ein paar Eindrücke gesammelt.



150 Jahre FIEGE



ONTOUR

