

LOGO

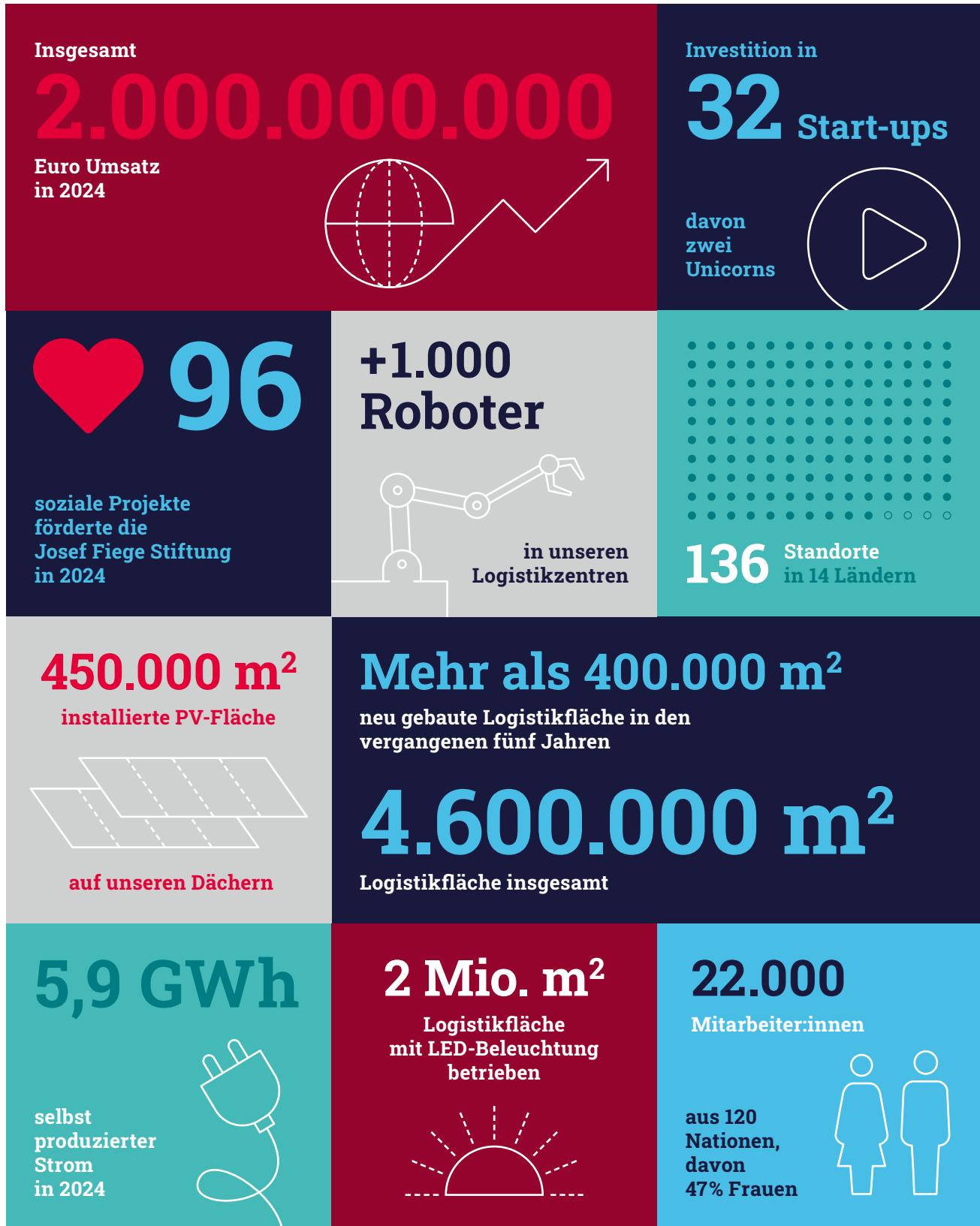
Das **FIEGE** Magazin
Nr. 98 | 2025

W
E
T
H
E

FUTURE IS NOW.



FIEGE in Zahlen



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

„Heute ist morgen schon gestern“ – so lautet der Titel eines Gedichtbandes von Mascha Kaléko. Bis heute gilt die Dichterin, die 1938 aufgrund ihrer jüdischen Abstammung aus Deutschland fliehen musste, für viele als eine der besten deutschen Exillyrikerinnen. Und der Titel ihres Gedichtbandes veranschaulicht eindrucksvoll, wie vergänglich die Zeit ist. Gleichzeitig ermutigt er uns, den Blick nach vorne zu richten und heute schon an morgen zu denken.

Auch wir beschäftigen uns intensiv mit der Frage, wie wir unser Familienunternehmen für die Zukunft wappnen. Wie gelingt es uns, trotz vieler Herausforderungen und Krisen in der Lage zu bleiben, jeden Tag die bestmögliche Leistung für unsere Kunden abzurufen? Wie können wir auch morgen noch echte Mehrwerte für unsere Partner schaffen? Und wie müssen wir als Dienstleister auf eine sich wandelnde Welt reagieren? Diese Fragen treiben uns tagtäglich an und um – und deshalb haben wir die 98. Ausgabe unseres LOGO Magazins unter den Titel „The future is now.“ gestellt.



Eine Branche, die vor großen Umbrüchen steht, ist der Onlinehandel. Mit Social Commerce erhält ein Phänomen immer stärker Einzug in unsere Gesellschaft, das sich auf macht, die Spielregeln des E-Commerce grundlegend zu verändern sowie unser Einkaufsverhalten und damit auch die Logistik dahinter auf den Kopf zu stellen. Unsere Kollegin Dr. Nari Kahle und unser Kollege Felix Hettlage erklären im Titelinterview ab Seite 18, warum die Uhr zukünftig nicht mehr TickTack, sondern TikTok macht.

Neben Social Commerce gibt es natürlich weitere Trends, die in den nächsten Jahren eine wichtige Rolle spielen und unsere Zukunft entscheidend prägen werden. Welche das sind? Das haben wir diejenigen bei FIEGE gefragt, die noch besonders viel Zukunft vor sich haben: unsere Top-Talente. Die Kolleginnen und Kollegen haben über neun Wochen recherchiert und ihre Ergebnisse im Rahmen einer Abschlussveranstaltung präsentiert. Ab Seite 22 haben wir zusammen mit unseren Vorstandskollegen Alfred Messink, Peter Scherbel und Martin Rademaker aufgeschrieben, welche Erkenntnisse wir daraus mitgenommen haben. Und last, but not least möchten wir noch auf Seite 62 hinweisen, die uns besonders am Herzen liegt. So viel sei an dieser Stelle schon verraten: Reinschauen lohnt sich.

Neugierig? Gut so. Wir wünschen Ihnen und Euch viel Spaß beim Lesen der LOGO Nr. 98, ein fröhliches Weihnachtsfest und schon jetzt alles Gute für 2026!

Herzliche Grüße

Two handwritten signatures in blue ink. The signature on the left is "Felix Fiege" and the signature on the right is "Jens Fiege". They are written in a cursive, flowing style.

Felix Fiege & Jens Fiege

Die LOGO gibt's auch im Internet – und zwar mit exklusiven digitalen Inhalten: Jetzt QR-Code scannen und online schmökern!



Impressum

Logo Nr. 98 / Dezember 2025

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

Autoren: Tobias Jöhren, Lukas Wilke

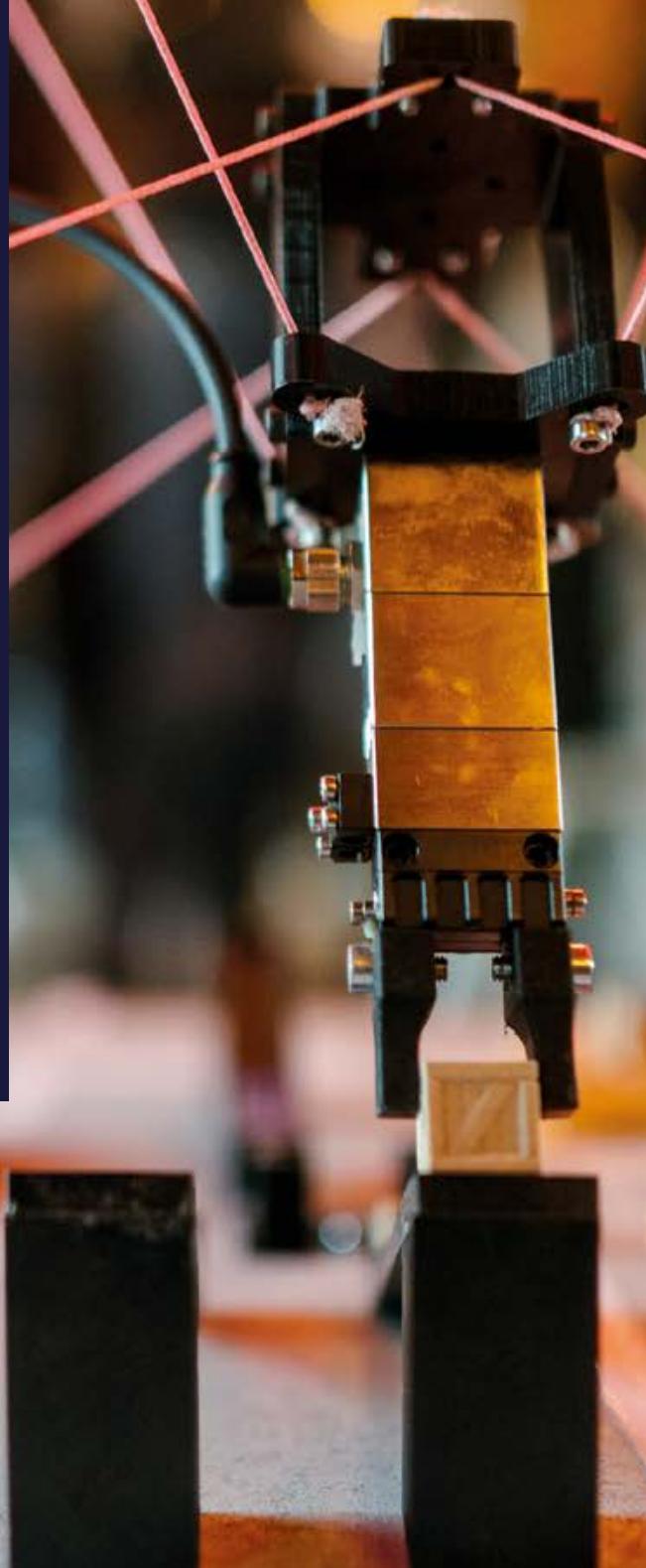
Fotos: FIEGE, ContentYou/Kai Pohlkamp, TikTok

(Titel & S. 18), Filics (Titel & S. 49), Voltfang (Titel, S. 48 & 51), radar studios/Johannes Richter (S. 4 & 32-35), Daniel Morsey (S. 6/7), MANN+HUMMEL (S. 8/9), Sebastian Sanders (S. 10/11), Würth MODYF (S. 12/13), Bischof+Klein (S. 14), Alexander Müller (S. 16/17 & 42), Prologis (S. 36), Lightsy/Stocksy – stock.adobe.com (S. 18), ChayTee – stock.adobe.com (S. 21), Frank Gemeinhardt (S. 28), DNP/Christian Köster (S. 29), Thomas Henry (S. 30), Swiss WorldCargo (S. 40), Eric Kemnitz (S. 42) AI.Hamburg (S. 44), Tim Riekenberg (S. 46/47 & 56), pyck (S. 49), Sana Kliniken (S. 52), Dräger (S. 54/55), Fsas Technologies (S. 58), Apollo Supply Chain (S. 60), Continental (S. 60/61), GUCC (S. 62)

Layout: GUCC GmbH, Münster

Druck: LUC GmbH, Greven

Auszüge oder inhaltliche Wiedergaben aus diesem Heft sind nur mit Quellenangabe und nach vorheriger Genehmigung durch die Redaktion gestattet. Namentlich gekennzeichnete Beiträge müssen nicht unbedingt die Auffassung der Redaktion widerspiegeln. Die LOGO erscheint auch in englischer Sprache.



Inhalt

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

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

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

The future is now

• Titelinterview: Die Uhr macht TikTok	18
• Vertrau auf Deine Talente	22
• Zukunft braucht Vergangenheit	62

Gemeinsam erfolgreich

• Pioniergeist aus dem Münsterland – nachhaltig verpackt	14
• Ab geht die Post	40
• Gut versorgt	52
• Lean on me	54
• Wandelbar wie ein Chamäleon	58

Für ein grüneres Morgen

• Engagement rauf, Emissionen runter	28
• Nachhaltiges Wachstum	42
• Stabiles Ökosystem	50
• Sechs Sterne für die Verkehrswende	56

Jeden Tag ein Stückchen besser

• „Die Automatisierung der Kontraktlogistik befindet sich noch in der Anfangsphase“	38
• Mit der Lizenz zum Reklamieren	44
• Ventures of a lifetime	48
• Mit Rat und Tat zur Seite	57

Einmal um die Welt

• Logistik auf einer neuen Ebene	16
• Prickelnde Partnerschaft	30
• England expects, FIEGE delivers	36
• Intercontinentale Zusammenarbeit	60

Besser zusammen

• Fortschritt durch Veränderung	32
• Aller guten Dinge sind drei	46



Heinz Fiege (l.) und Dr. Hugo Fiege (r.), die ehemaligen Co-CEOs von FIEGE, nahmen gemeinsam mit ihren Söhnen Jens Fiege (2.v.r.) und Felix Fiege (2.v.l.), den aktuellen Co-CEOs von FIEGE, die Glückwünsche von Markus Lewe, bis zur Amtsübergabe im November langjähriger Oberbürgermeister der Stadt Münster, entgegen.



269.314 Klinkersteine, 12.000 Tonnen Beton, 2.792 Tage Projektarbeit, 2.000 Lkw-Ladungen Bodenaushub, 517 Fenster und 170 beteiligte Gewerke: Unser neues Bürogebäude am Münsteraner Hafen hatte sich seine Eröffnungsfeier redlich verdient. Im Beisein von Münsters damaligem Oberbürgermeister Markus Lewe und gut 120 geladenen Gästen wurde das „X-Dock“ (gesprochen: Cross-Dock) im Februar 2025 nach rund drei Jahren Bauzeit feierlich eingeweiht. Mit dem hochmodernen Gebäude, in dem verschiedene FIEGE Geschäftsbereiche gebündelt worden sind, die zuvor über mehrere Mietstandorte verstreut waren, stärken wir unsere Präsenz in Münster. Felix Fiege, der FIEGE als Co-CEO gemeinsam mit seinem Cousin Jens Fiege führt, sagte bei der Eröffnungsfeier: „Heute ist ein ganz besonderer Tag in der langen Geschichte unseres Unternehmens. Die Eröffnung des X-Docks ist für uns ein bedeutender Meilenstein. Unser Hauptsitz bleibt selbstverständlich in Greven, aber unsere zweite Heimat im Herzen Münsters wird uns entscheidend dabei helfen, als Unternehmen weiter zu wachsen und auch zukünftig erfolgreich zu sein.“ Und Jens Fiege ergänzte: „Wir haben mit dem X-Dock einen besonderen Ort für unsere Kolleginnen und Kollegen geschaffen. Der Mensch soll im Vordergrund stehen – und deshalb haben wir im kreativen und digitalen Umfeld des Münsteraner Hafens eine Arbeitswelt kreiert, die zur Kommunikation und zur Vernetzung einlädt. Damit möchten wir einerseits unser bestehendes Team begeistern und andererseits als Arbeitgeber noch attraktiver für die besten Talente und Führungskräfte von morgen werden.“

WO SICH WEGE KREUZEN

WO ZWEI SICH ERGÄNZEN





No filter needed – diese Aussage hält vielleicht auf Social Media, was sie verspricht. In fast allen anderen Lebensbereichen erfüllen Filter hingegen eine zentrale und oft lebenswichtige Funktion. Saubere Mobilität, saubere Luft, sauberes Wasser, saubere Industrie: Wer Wert auf eine saubere Welt legt, greift zu den Schlüsseltechnologien von MANN+HUMMEL. Seit mehr als 80 Jahren verfolgt das Ludwigsburger Familienunternehmen konsequent seine Mission „Leadership in Filtration“. Und seit über einer Dekade unterstützt FIEGE den globalen Marktführer auf seiner Reise und betreibt unter anderem das Lieferanten-Logistikzentrum (LLZ) für das weltweit größte Produktionswerk von MANN+HUMMEL in Marklkofen. Im Sommer haben wir den weiteren Ausbau unserer strategischen Partnerschaft offiziell besiegelt: Ab Januar 2026 übernimmt FIEGE auch den Betrieb des Zentrallagers für den europäischen Aftermarket in Niederaichbach. Die rund 200 Kolleg:innen, die bislang am Standort tätig waren, werden unser Team mit ihrem Know-how ergänzen. Unser Vorstandsmitglied Martin Rademaker sagt: „Wir sind sehr dankbar für das Vertrauen, das uns MANN+HUMMEL sowie das bestehende Team in Niederaichbach entgegenbringen. Unsere langjährige Zusammenarbeit ist ein guter Beweis dafür, was wir erreichen können, wenn Partnerschaft auf Augenhöhe gelebt wird. Und wir sind hochmotiviert, uns nun gemeinsam für zukünftige Herausforderungen zu wappnen.“

Vertragsunterzeichnung im Headquarter von MANN+HUMMEL in Ludwigsburg (v.l.n.r.): Klaus Schwinghammer (Vice President Purchasing Non-Production Material bei MANN+HUMMEL), Marc Styrnal (Director Operations Cluster Nürnberg bei FIEGE), Philipp Debuch (Managing Director der FIEGE Geschäftseinheit Industrial), Stephan Wittenbrink (Managing Director der FIEGE Geschäftseinheit Transport), Samuel Cochon (Chief Procurement Officer bei MANN+HUMMEL), Kai Albus (Senior Vice-President Global Supply-Chain and Logistics bei MANN+HUMMEL) und Martin Rademaker (Vorstandsmitglied bei FIEGE).

Es bleibt dabei, Preußen in Liga zwei: Durch einen furiosen Endspurt und die notwendige Schützenhilfe aus Nürnberg hat der SC Preußen Münster am 34. Spieltag der Saison 2024/2025 den direkten Klassen-erhalt fix gemacht – also „just in time“, wie man in der Logistik sagen würde. Nicht im letzten Moment, sondern vorzeitig und ligaunab-hängig hat FIEGE die ursprünglich im Sommer 2026 endende Part-nerschaft mit den Preußen um zwei weitere Jahre verlängert. Damit bleiben wir nun bis mindestens 2028 Hauptsponsor des Traditionsv eins aus Münster. Unser Vorstandsmitglied Martin Rademaker sagte anlässlich der Vertragsverlängerung: „Wir freuen uns sehr darauf, die gemeinsame Geschichte von Preußen Münster und FIEGE weiterzu-schreiben. Für uns war es wichtig, das klare Signal zu senden, dass die Ligazugehörigkeit der Preußen für unsere Partnerschaft eine untergeordnete Rolle spielt.“ Auch auf Vereinsseite war die Freude über die Planungssicherheit und die weitere Zusammenarbeit mit FIEGE groß, wie Philipp Deipenbrock, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei den Preußen, erklärte: „Alle zusammen für Preußen Münster, egal in welcher Liga – das wird auf den Rängen seit vielen Jahren ebenso gelebt wie in unserer engen Partnerschaft mit FIEGE. Preußen Münster versteht sich als Plattform, die Menschen aus der Stadt und aus dem gesamten Münsterland auf Augenhöhe mitein-ander verbindet, Seite an Seite mit starken Partnern. Unser Haupt-sponsor FIEGE bildet bereits seit 2020 eine tragende Säule dieser Plattform. Wir sind sehr dankbar für das besondere Zeichen!“



WO DIE LIGA EGAL IST



Ein Anblick, der Gewohnheit bleibt: FIEGE und Preußen Münster gehen weiterhin gemeinsame Wege. Bis mindestens 2028 bleibt das FIEGE Logo auf der Brust der Adlerträger zu sehen.

WO TEAMWORK SICHER IST





Seit knapp 30 Jahren gilt bei Würth MODYF: Wo Wolle ist, ist auch ein Weg! Das Tochterunternehmen der Würth-Gruppe zählt zu den Top-Anbietern von hochwertiger Workwear und bequemen Arbeitsschuhen. Die kreativen Spezialist:innen von Würth MODYF legen größten Wert darauf, dass ihre Produkte nicht nur absolut sicher und funktional, sondern gleichzeitig auch modern und stylisch sind. Egal ob Handwerk, Logistik, Industrie oder sogar die Streetart-Szene: Hier ist für jede und jeden das richtige Design dabei. Bereits seit dem Gründungsjahr 1997 ist Würth MODYF auch im italienischen Markt aktiv und hat sich vor einem Jahr entschieden, die bis dato über Italien und Deutschland verteilten Logistikeinrichtungen in einem Hub zu konsolidieren. Bei der Wahl nach einem geeigneten Partner für den Betrieb des neuen Hubs in Nogarole Rocca fiel die Wahl auf FIEGE. Hannes Wieland, CEO von Würth MODYF Italia, sagte anlässlich der Jubiläumsfeier im Oktober: „Es ist unser Ziel, unseren Kunden stets den bestmöglichen Service zu bieten. Die Zentralisierung unserer Logistik in der strategisch günstigen Region Verona ermöglicht es uns, unsere Lieferzeiten deutlich zu verkürzen und die Wareneingänge zu optimieren. Wir sind mit unserer Logistik auf unsere Kunden zugegangen – und können nun noch schneller und effektiver auf die Bedürfnisse des italienischen Marktes reagieren.“ Und Alberto Birolini, Managing Director der FIEGE Geschäfte in Italien und der Türkei, ergänzte: „Der Name Würth MODYF verbindet Innovation, hochwertige Qualität und exzellenten Service – ein Anspruch, den auch wir als Logistikdienstleister verfolgen. Wir sind sehr dankbar für das Vertrauen, das unser Kunde in uns setzt, und werden weiterhin jeden Tag unser Bestes geben, um echten Mehrwert zu generieren.“

Das Dutzend vollgemacht (v.l.n.r.): Margherita Candida, Executive Assistant bei FIEGE Italien, Alberto Birolini, Managing Director für die Region Italien & Türkei bei FIEGE, Hannes Wieland, CEO von Würth MODYF Italia, und Giulia Di Fonzo, Executive Assistant & Recruiterin bei Würth MODYF, bei der Feier anlässlich des einjährigen Jubiläums der Partnerschaft von Würth MODYF und FIEGE im neuen Logistik-Hub bei Verona.

Pioniergeist aus dem Münsterland – nachhaltig verpackt



Bischof+Klein zählt zu den großen Hidden Champions aus Westfalen. Wer schon mal in einem Supermarkt eingekauft hat, hat mit Sicherheit eine flexible Verpackungslösung des Marktführers in der Hand gehalten. Für seine Logistik setzt das Lengericher Familienunternehmen seit 40 Jahren auf die Expertise aus dem benachbarten Greven.



Innovationsführer mit mehr als 130 Jahren Erfahrung: Bischof+Klein ist der ideale Partner für nachhaltige Produktschutzlösungen aller Art.

Es gibt viele gute Gründe, ein Produkt zu verpacken: lang anhaltende Frische, Sicherheits- und Hygienevorschriften, bessere Lager- und Transportmöglichkeiten und manchmal auch reine Optik. In Lengerich bei Bischof+Klein kennt man diese Gründe bis ins Detail, denn das Unternehmen zählt zu den führenden europäischen Komplettanbietern von Verpackungen und Produktschutz aus Kunststoff und Kunststoffverbunden.

Gegründet wurde Bischof+Klein bereits 1892 als „Papierfabrik und Prägeanstalt“, die ursprünglich Kunstdrucke und christliche Literatur herstellte. In den 1920er Jahren entwickelte sich das Unternehmen zu einem Hersteller von Verpackungen. Im Laufe der Jahrzehnte bildeten sich dann die Geschäftsfelder Industrie- und Konsumverpackungen sowie technische Folien heraus, in denen die Speziallösungen von Bischof+Klein heute weltweit gefragt sind. „Die Unternehmerfamilie hat immer wieder bewiesen, die Zeichen der Zeit früh zu erkennen und für jedes neue Problem eine innovative Lösung zu finden. Unsere lange Geschichte liest sich wie ein permanenter Wandel“, erzählt Karsten Wamhoff, Head of Sales für den Bereich Export, der schon seit fast 40 Jahren für Bischof+Klein tätig ist.

Gesucht und gefunden

Zu Beginn der 1980er Jahre standen die Zeichen in Lengerich auf Wachstumskurs. Der Geschäftsbereich Kunststoffverpackungen, insbesondere für Konsumgüter, boomed. Daher beabsichtigte Bischof+Klein, logistische Unterstützung ins Haus zu holen. Bei der Suche wurde man im nur 20 Kilometer entfernten Greven fündig und beauftragte FIEGE im Jahr 1985 als Hausspediteur.

Die Transport-Expert:innen von FIEGE bezogen eigene Büros bei Bischof+Klein – genauer gesagt in der damaligen „Halle Lotz“, wo heute unter anderem das Innovation Center beheimatet ist. In ihrem Verantwortungsbereich lagen alle ausgehenden Transporte der Produktionswerke in Lengerich, Philippsthal (Werra) und im niederbayrischen Konzell. „Das Konzept ging direkt auf. Durch das Outsourcing konnten wir uns verstärkt auf unser Kerngeschäft fokussieren, während FIEGE durch effizientes Transportmanagement zu Land, zu Wasser und durch die Luft Synergieeffekte generierte“, berichtet Wamhoff.

Mit vereinten Kräften

Mit der Öffnung des EG-Binnenmarktes zum 1. Januar 1993 stellten sich die Weichen abermals neu, da der Güterfernverkehrstarif wegfiel, was neue wirtschaftliche Möglichkeiten mit sich brachte. Schnell kam die Idee auf, das Dienstleistungsverhältnis in eine Joint-Venture-Struktur zu überführen: Die Logistik Service Lengerich GmbH

(LSL) war geboren. Einer, der seit Stunde null mit dabei ist, ist Speditionsleiter Dietmar Schallenberg: „Wir sind damals sprichwörtlich zusammengewachsen. Mit Gründung der LSL haben wir ab 2002 auch Lagerhaltung und Kommissionierung im Lengericher Werk übernommen – inklusive der Kolleginnen und Kollegen, die diese Aufgaben bisher auf Kundenseite organisiert hatten.“

Auch dieser Plan trug schnell Früchte. Als die bestehenden Lagerflächen an ihre Grenzen stießen, errichtete FIEGE für Bischof+Klein ein neues Zentrallager – direkt gegenüber des Lengericher Stammwerks. Zunächst wickelte die LSL die Transporte zum Logistikzentrum per Lkw ab. Doch der Drang, stets die bestmögliche Lösung zu finden, sorgte für neuen Ideenreichtum. „2021 wurden Spedition und Produktion mit einer Transportbrücke verbunden, die einen automatischen Palettentransport ermöglicht. Dadurch sparen wir pro Jahr bis zu 6.000 Lkw-Fahrten ein – in puncto Effizienz und Nachhaltigkeit ein wichtiger Meilenstein“, sagt Schallenberg.



Technologie für die Zukunft

Nachhaltigkeit – ein Ziel, das beide Partner seit vielen Jahren verbindet. Schon 1985 verankerte Bischof+Klein den Umweltschutz in seiner Unternehmensphilosophie, FIEGE wurde in den 1990er Jahren mehrfach für das Konzept der Ökologistik ausgezeichnet. Auf ein zukunftsweisendes Projekt der LSL ist Schallenberg deshalb besonders stolz: „Wir haben im vergangenen Jahr einen E-Lkw in Betrieb genommen – den ersten überhaupt in Lengerich. Der vollelektrische Truck hilft uns, die CO₂-Emissionen weiter zu reduzieren. Wir freuen uns, gemeinsam unseren Beitrag für den Ausbau der E-Mobilität hier in der Region zu leisten.“

Auch im Produktionswerk von Bischof+Klein stehen die Zeichen auf Zukunft. Wamhoff erklärt: „Stillstand ist Rückschritt – dieser Spirit hat Bischof+Klein zu dem gemacht, was wir heute sind. Wenn wir die Verpackungsbranche auch künftig revolutionieren wollen, dürfen wir nicht aufhören, uns stetig weiterzuentwickeln.“

Logistik auf einer neuen Ebene

FIEGE Austria ist auf Wachstumskurs. Ergänzend zum bestehenden Standort in Wien haben wir auf dem unmittelbar angrenzenden Grundstück nach nur zwölf Monaten Bauzeit ein zweites Logistikzentrum errichtet. Die zweigeschossige Hallenstruktur mit einer Gesamthöhe von 21 Metern ist ein Novum in der Region – und bietet besondere Flexibilität für Kunden aus verschiedenen Branchen.

Land der Berge, Land am Strome, Land der Äcker, Land der Dome: In seiner Bundeshymne legt Österreich großen Wert darauf, dass es im Land viele schöne Ecken gibt. Besonders schön – oder "ur leiwand", wie es im Wiener Schmäh heißt – ist auch das neue FIEGE Logistikzentrum, das Mitte September feierlich eingeweiht wurde. Mit der modernen Immobilie, die als Brownfield-Entwicklung auf dem ehemaligen Unilever-Produktionsgelände realisiert wurde, verdoppeln wir unsere Logistikfläche in der österreichischen Hauptstadt auf insgesamt gut 40.000 Quadratmeter und stärken unsere Präsenz in der Alpenrepublik nachhaltig.

Bei der feierlichen Einweihung unseres neuen Logistikzentrums im September erklärte Peter Scherbel, Vorstand der FIEGE Gruppe: „Als wir 1998 mit unserem Österreich-Geschäft gestartet sind, hätten wir es vermutlich nicht für möglich gehalten, dass wir ein gutes Vierteljahrhundert später einen solch großartigen neuen Standort mitten in Wien eröffnen. Ich möchte mich deshalb bei allen Beteiligten, die an diesem Projekt mitgewirkt und unsere Standorterweiterung möglich gemacht



haben, ganz herzlich bedanken. Der Neubau bedeutet einen Meilenstein für die gesamte FIEGE Gruppe – und er eröffnet uns die großartige Chance, unseren Kunden in Österreich effiziente Logistiklösungen, maximale Flexibilität und vor allem langfristige Wachstumsmöglichkeiten in einer außergewöhnlichen Top-Lage zu bieten.“

Zu den rund 100 Gästen der Eröffnungsfeier zählte auch Thomas Steinhardt, Bezirksvorsteher des 11. Wiener Gemeindebezirks Simmering, der FIEGE herzlich gratulierte: „Vor einem knappen Jahr haben wir an dieser Stelle die Gleichenfeier begangen. Damals konnte man nur erahnen, wie das Logistikzentrum einmal aussehen würde, wenn es fertig ist. Jetzt hier zu stehen und die Eröffnung zu feiern, ist ein schöner Moment für FIEGE, aber auch für den Bezirk Simmering. Ich freue mich, dass sich FIEGE dazu entschieden hat, nachhaltig in den Standort Wien-Simmering zu investieren und hier weiter zu wachsen. Herzlichen Glückwunsch zur Fertigstellung des neuen Logistikzentrums.“



Schnitt happens (v.l.n.r.): Joachim Stern (Geschäftsführer FIEGE Austria), Hendric Fiege (Executive Director Solution Design & Integration bei FIEGE), Thomas Steinhart (Bezirksvorsteher des 11. Wiener Gemeindebezirks Simmering), Peter Scherbel (Vorstand der FIEGE Gruppe), Dr. Ewa Samel (Abgeordnete zum Wiener Landtag und Gemeinderat), Ronny Bürger (Geschäftsführer FIEGE Austria) und Vinko Castrogiovanni (Managing Director der FIEGE Geschäftseinheit Austria/Switzerland/BeNeLux) eröffneten unser neues Logistikzentrum in Wien.



Hoch hinaus: Nach dem Festakt konnten die Gäste das gute Wetter auf der Dachterrasse genießen.



Das Multi-User-Center ist insbesondere für Kunden aus den Bereichen Consumer Products, Industrie, Fast Moving Consumer Goods, Fashion und Healthcare ausgelegt und erfüllt höchste Nachhaltigkeitsstandards. Umgesetzt wurde das Bauprojekt von FIEGE Real Estate. Die EU-Taxonomie-konforme Immobilie ist nach hohen energetischen Standards errichtet worden, verfügt über eine Photovoltaik-Anlage, die sich über die gesamte Dachfläche erstreckt, und erfüllt den Gold-Status der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB).

Dr. Ewa Samel, Abgeordnete zum Wiener Landtag und Gemeinderat, betonte in ihrem Grußwort: „Logistik ist nicht nur ein zentraler Bestandteil unseres Lebens, sondern auch eine tragende Säule unserer Wirtschaft und damit auch das Rückgrat jeder Stadt. Ich freue mich deshalb sehr über das klare Bekenntnis des Familienunternehmens FIEGE zum Standort Wien und gratuliere dem gesamten Team herzlich zur Einweihung.“

Joachim Stern, Geschäftsführer von FIEGE Austria, sagte: „Wie bei allen unseren Bauprojekten haben wir auch hier einen Schwerpunkt auf das Thema Nachhaltigkeit gelegt. Darüber hinaus ist unser neuer Standort für vielfältige Automatisierungsoptionen ausgelegt und bietet unseren Kunden beste Voraussetzungen für eine reibungslose Logistik – von klassischer Lagerhaltung über Transportdienstleistungen bis hin zu Value Added Services. Und wir freuen uns sehr, dass es nach der Bauphase jetzt endlich so richtig losgeht in unserem neuen Lager.“

Die Uhr macht TikTok



Inspiration statt Suche, Impulskäufe statt gezieltes Shopping: Social Commerce verändert die Spielregeln des E-Commerce. Neue Marktplätze wie TikTok Shop schaffen ein bislang nie dagewesenes Einkaufserlebnis – und eröffnen Marken und Onlinehändlern in Zeiten gesättigter Märkte neue, spannende Umsatzfelder. Ein Gespräch mit Dr. Nari Kahle, Geschäftsführerin von heyconnect, und Felix Hettlage, Managing Director des FIEGE Geschäftsbereichs Retail.

Social Commerce – oder auch Discovery Commerce – ist in aller Munde. Zum Einstieg: Was unterscheidet Social Commerce vom klassischen E-Commerce?

Nari Kahle: Bis auf die Tatsache, dass wir in beiden Fällen über Onlinehandel reden, eigentlich alles. Social Commerce schafft eine völlig neue Welt des Einkaufens im Internet, weil Produkte zum einen ganz anders in Szene gesetzt werden können als im klassischen E-Commerce und sich zum anderen auch das Kaufverhalten der Endkundinnen und Endkunden extrem verändert. Mein Lieblingsbeispiel, weil es so schön plakativ ist, ist der gute, alte Putzschwamm. Früher konnte ich mir in Onlineshops ein paar wenig aussagekräftige Artikelfotos anschauen, heute bekomme ich von Creators, im Zweifel sogar live, vor Augen geführt, wie gut ein bestimmter Schwamm funktioniert, wenn ich damit meinen Backofen oder meine Dusche auf Vordermann bringen möchte. Ich sehe den konkreten Anwendungsfall, kann in Echtzeit Fragen zum Produkt stellen, habe alles anschaulich in einer App und bekomme glaubwürdig einen Eindruck darüber vermittelt, ob ein Artikel für mich einen Mehrwert liefert oder nicht. Und falls ich ein Produkt dann kurzentschlossen kaufen möchte, muss ich dabei noch nicht einmal die Plattform verlassen, auf der ich gerade unterwegs bin. Bei TikTok Shop beispielsweise findet alles in der App statt, und mit wenigen Klicks ist im wahren Wortsinn alles eingetütet.

Was ist sonst noch anders?

Felix Hettlage: Ich vergleiche das ganz gerne mit der Zeit, als das Teleshopping in Deutschland durchgestartet ist. Wenn wir uns zurück an die 1980er-Jahre erinnern: Mit dem Privatfernsehen kamen damals auch Formate und Sender wie Telemarkt, Der Preis ist heiß, QVC, HSE oder 123tv auf den Markt. Zwar kann man Social Commerce natürlich nicht mit Teleshopping gleichsetzen und Social Commerce ist auch deutlich mehr als einfach nur Teleshopping 2.0, aber eine wichtige Gemeinsamkeit gibt es zwischen beiden Welten: Kundinnen und Kunden müssen nicht mehr zum Produkt kommen, sondern das Produkt kommt zu ihnen. Es geht sehr stark um Impulskaufe. Man kauft also Dinge, die man vielleicht gar nicht unbedingt gesucht hat oder von denen man zumindest noch nicht wusste, dass man sie gerne kaufen möchte. Früher beim Teleshopping war das gefühlt sehr häufig diese ganz besondere Bratpfanne, in der vermeintlich nichts anbrennen konnte. Im Social Commerce tendiert die Produktauswahl dagegen in Richtung unendlich – und die Reichweite und die Formate, mit denen auf Social-Media-Plattformen unzählige Produkte gleichzeitig und auf völlig unterschiedliche Art und Weise beworben werden können, sind ganz andere als früher beim Fernsehen.

Die Logik des Social Commerce ist also eine andere als die des klassischen E-Commerce?

Felix Hettlage: Genau. Ich würde sogar sagen, dass Social Commerce die Logik des klassischen E-Commerce komplett auf den Kopf stellt. Social Commerce wartet nicht darauf, dass Nachfrage entsteht, er schafft sich die Nachfrage selbst. Klassischer E-Commerce hingegen ist viel abhängiger vom aktiven Suchverhalten der Kundinnen und Kunden. Eine Kundin geht vielleicht zu Amazon und sucht nach einem Artikel. Der nächste Kunde googelt. Wieder andere gehen womöglich direkt zum Hersteller auf die Homepage und schauen dort nach ihren Wunschartikeln. Dann lesen sie noch eine Produktbeschreibung oder -bewertung, vergleichen online eventuell die niedrigsten Preise – und treffen dann eine Kaufentscheidung. Flankiert wird der klassische Onlinehandel dabei zwar von professionellem und sehr analytischem Performance Marketing, aber am Ende geht es im Kern immer darum, eine bereits vorhandene Nachfrage zu bedienen. Social Commerce funktioniert anders. Hier wird Nachfrage generiert, indem Inspiration geschaffen wird. In Zeiten gesättigter Märkte und konjunktureller Herausforderungen liegt darin eine große Chance für die Entwicklung neuer Umsatzfelder, weil das Reichweitenpotenzial auf Social Media riesengroß ist.



Felix Hettlage
Managing Director der FIEGE Geschäftseinheit Retail



Dr. Nari Kahle
Geschäftsführerin von heyconnect

„Dank unserer jahrelangen
Marktplatz-Erfahrung
auf der einen und dem
Logistik-Know-how von
FIEGE auf der anderen
Seite stellen wir für unsere
Kunden ein lückenloses
Gesamtpaket entlang
der kompletten Wert-
schöpfungskette sicher.“

Über welche Größenordnung reden wir?

Nari Kahle: Nehmen wir das Beispiel TikTok: Allein in Europa nutzen inzwischen über 200 Millionen Menschen pro Monat die Plattform – und TikTok bietet mit TikTok Shop ein komplett integriertes und digitales Shopping-Erlebnis. In Deutschland sind bereits über 25 Millionen User auf TikTok aktiv, mehr als 14.000 Händler verkauften schon heute aktiv über TikTok Shop Deutschland. Die Zahl der Bestellungen ist seit dem offiziellen Launch von TikTok Shop in Deutschland Ende März monatlich im Schnitt um über 40 Prozent gestiegen und ein Ende dieser Tendenz zeichnet sich aktuell nicht ab.

Felix Hettlage: Abgesehen davon geht es bei TikTok Shop nicht nur um das Reichweitenpotenzial, sondern auch um die Möglichkeit für Brands, in den direkten Kontakt und Austausch mit ihren Endkundinnen und Endkunden zu treten, ohne einen zwischengeschalteten Marktplatz. Und das direkte und ungefilterte Feedback kommt nicht nur von der Gen Z. Die Hauptzielgruppe mag aktuell zwar zu knapp zwei Dritteln zwischen 18 und 34 Jahre alt sein, allerdings erweitert sich die Community auch hier, ähnlich wie beim „Facebook-Effekt“, in Richtung älterer Nutzerinnen und Nutzer.

Lassen sich Produktgruppen definieren, die sich besonders gut für Social Commerce eignen?

Nari Kahle: Ein ganz wesentlicher Faktor ist die Impulskauffähigkeit eines Produkts, denn die Kaufentscheidungen – insbesondere auf TikTok Shop, wo Produkte während des Konsumierens von Videos unmittelbar und in der App gekauft werden können – werden viel schneller getroffen als im klassischen E-Commerce. Die Customer Journey verändert sich und wird dramatisch kürzer. Im klassischen Onlinehandel dauert eine Kaufentscheidung im Schnitt knapp fünf Minuten, auf TikTok Shop dauert sie durchschnittlich zwölf Sekunden. In diesem Punkt unterscheidet sich TikTok Shop auch noch einmal deutlich vom bisherigen Social Commerce, beispielsweise auf Instagram oder Facebook. Die Bandbreite an Produkten, die sich für den Verkauf via TikTok Shop gut eignen, ist dabei größer, als man im ersten Moment denkt. Kosmetik und Körperpflege zählen natürlich dazu, aber genauso können Elektronikartikel, Haushaltsgeräte, Accessoires, Nahrungsergänzungsmittel, Süßigkeiten, Mode, Fitnessgeräte oder Heimwerker- und DIY-Produkte super funktionieren. Wichtig sind neben der Impulsfähigkeit ein attraktiver Preis und, dass man die Produkte gut mit einer persönlichen Geschichte erklären und bewerben kann. Der Content ist am Ende entscheidend.

Wichtiger als beispielweise ein Markenname?

Felix Hettlage: Ja, der Content, mit dem ein Produkt beworben wird, ist im Social Commerce tatsächlich mehr wert als ein Markenname. Auch hier verändert Social Commerce die Spielregeln des Onlinehandels. Denn bislang konnten vor allem große Marken mit ihrem Namen für Vertrauen bei Kundinnen und Kunden sorgen. Auf TikTok Shop stehen sich Markenprodukte plötzlich mit vermeintlichen No-Name-Produkten auf Augenhöhe gegenüber – und wenn der Content der Creators für eine No-Name-Brand überzeugender ist, haben es namhafte Markenprodukte plötzlich schwer. Der Wettbewerb wird gewissermaßen neu definiert.

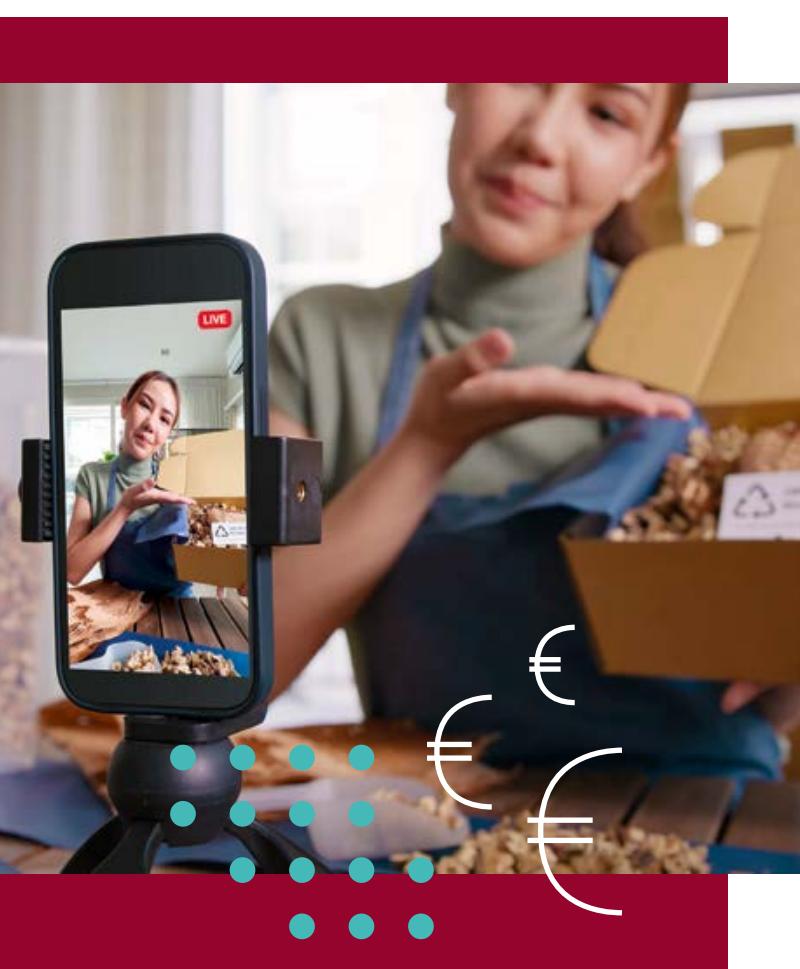
Nari Kahle: Das ist auch der Grund, warum das Vertrauen in die Creators von so entscheidender Bedeutung ist. Ihrem Urteil wird mittlerweile oft stärker geglaubt als den Versprechen etablierter Brands – sie sind in der Lage, über den Erfolg oder den Misserfolg einer Marke mitzentscheiden. Deshalb müssen Unternehmen bereit sein, Vertrauen abzugeben. Das mag sehr weit weg sein von bisherigen Unternehmensstandards, weil man damit ja auch ein Stück weit die Kontrolle darüber verliert, wie ein Produkt beworben wird. Trotzdem gilt die Devise: Samples über alles. Wer als Unternehmen nicht bereit ist, zahlreiche Samples kostenlos an Creators zu verteilen, wird im Social Commerce keine Chance haben.

FIEGE ist offizieller Logistikpartner von Fulfilled bei TikTok, kurz FBT, in Deutschland. Wie funktioniert FBT und welche Herausforderungen ergeben sich dadurch für die Logistik?

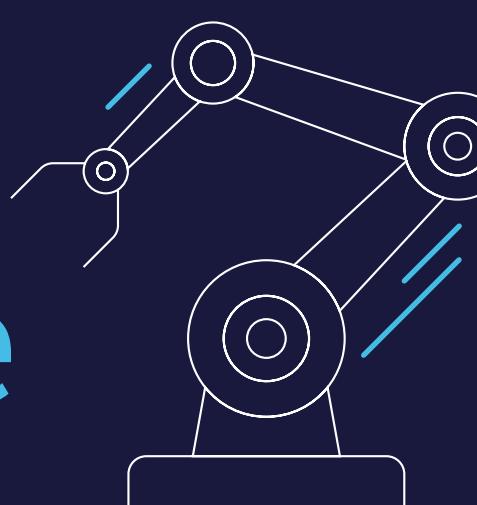
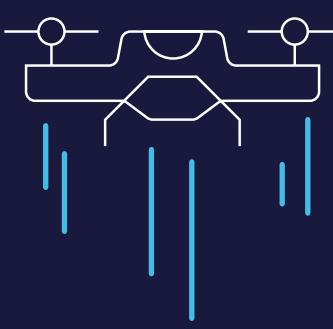
Felix Hettlage: FBT ermöglicht Onlinehändlern eine schnelle und reibungslose Auftragsabwicklung und sorgt damit für ein gutes Einkaufserlebnis der Endkundinnen und Endkunden, weil die Lagerung, die Auftragsbearbeitung, die Verpackung, der Versand und die Retouren zentral in einer einzigen Funktion gebündelt werden. Die Onlinehändler können sich also auf ihr Kerngeschäft fokussieren und die Logistik effizient und kostengünstig outsourcingen. Sobald die Waren im FBT-Lager eintreffen, übernehmen TikTok und FIEGE alle folgenden Schritte undwickeln das Fulfillment ab. Für uns als Logistikdienstleister bedeutet das, genau wie für Marken und Händler, dass wir maximale Flexibilität, Skalierbarkeit und Schnelligkeit gewährleisten müssen – und zwar über Landesgrenzen hinweg. Die Produktvielfalt ist riesig, Belastungsspitzen und Volumina sind schwerer vorauszusagen, Hypes entstehen manchmal über Nacht, weil ein bestimmtes Produkt plötzlich zum viralen Hit wird und trendet: Entscheidend ist also, dass wir in der Lage sein müssen, sehr dynamisch und flexibel auf kurzfristige Peaks zu reagieren. Späte Cut-off-Zeiten sind dafür eine Grundvoraussetzung, weil wir nur so eine höchstmögliche Next-Day-Delivery-Quote und eine positive Customer Experience der FBT-Kunden sicherstellen können.

Und welche Rolle spielt heyconnect dabei?

Nari Kahle: Wir sind offizieller Service-Partner von TikTok und schalten Brands innerhalb kürzester Zeit auf TikTok Shop live. Marken und Onlinehändler finden bei uns niedrigschwellige, modulare und schnelle Lösungen, um im Social Commerce erfolgreich zu sein. So können sie sich auf ihr Kerngeschäft, nämlich ihr Produkt, konzentrieren. Wir als heyconnect übernehmen den Rest, von der Marktplatzanbindung über rechtliche Verantwortung wie AGBs und Widerruf, Kundenservice, den Umgang mit Kundenbewertungen, der Erarbeitung von Produktdetailseiten bis hin zum Fulfillment. Dank unserer jahrelangen Marktplatz-Erfahrung auf der einen und dem Logistik-Know-how von FIEGE auf der anderen Seite stellen wir für unsere Kunden ein lückenloses Gesamtpaket entlang der kompletten Wertschöpfungskette sicher.



TikTok Shop verändert die Gesetze des E-Commerce, weil Creators gegenüber etablierten Marken an Glaubwürdigkeit gewinnen.



Vertrau auf Deine Talente



Gemeinsam gestalten wir die Zukunft des Logistik-Ökosystems – diese Vision inspiriert unser tägliches Handeln, motiviert unsere 22.000 Kolleg:innen und dient als Kompass für die strategische Ausrichtung unseres Familienunternehmens. Um uns als Dienstleister resilient und zukunftssicher aufzustellen, beschäftigen wir uns intensiv mit der Frage, welche Themen unsere Kunden, unsere Gesellschaft und insbesondere die Logistikbranche in Zukunft maßgeblich prägen und beeinflussen werden. Das Jahr 2030 stellt für uns dabei eine bedeutsame Schwelle dar, an der sich kurzfristig wirkende Maßnahmen von langfristig zu erreichenden Zielen scheiden.

Im Zuge unseres Strategieprozesses haben sich 15 internationale Top-Talente aus der FIEGE Welt über neun Wochen mit der Analyse von zentralen Megatrends in den STEEP-Dimensionen Society, Tech, Economy, Ecology und Politics beschäftigt. Die Kolleg:innen haben intensiv recherchiert, Interviews mit internen und externen Expert:innen geführt, eigene Hypothesen formuliert und mit Blick auf die strategische Ausrichtung von FIEGE bewertet.

Wir haben unsere Vorstandsmitglieder gefragt, welche Ergebnisse ihnen besonders in Erinnerung geblieben sind.

Wenn Shopping auf Social Media trifft

„Social Commerce, insbesondere über die Plattform TikTok Shop, ist dabei, die Welt des Onlinehandels grundlegend zu verändern. Es ist absehbar, dass soziale Medien, integrierte E-Commerce-Tools und ein sich wandelndes Konsumverhalten diesen Trend exponentiell vorantreiben werden. Eine Zahl, die mir besonders im Gedächtnis geblieben ist, ist das prognostizierte Umsatzvolumen im Social Commerce von rund 8,5 Billionen US-Dollar im Jahr 2030.“

Als Dienstleister ist es unsere Pflicht und Aufgabe, Mehrwerte für unsere Kunden zu schaffen. Deshalb ist es entscheidend, dass wir die Dynamik rund um das Thema Social Commerce frühzeitig aufgreifen. Wir kennen solche Wendepunkte aus der Vergangenheit: Im Jahr 1996 – kurz nach Gründung der heutigen E-Commerce-Giganten eBay und Amazon – haben wir unsere allererste E-Commerce-Sendung verschickt. Als dann in den 2000er Jahren Software und digitale Bezahlsysteme auch für kleine Unternehmen einfacher zugänglich wurden, explodierte der Verkauf von Waren über das Internet förmlich. Wir waren damals gut darauf vorbereitet und konnten die Onlinenhändler der ersten Stunden mit effizienten und individuellen Lösungen unterstützen.

Die Ergebnisse unserer Top-Talente haben gezeigt: Für die nun bevorstehende Veränderung ist es wichtig, dass wir uns frühzeitig am Social-Commerce-Ökosystem beteiligen und es aktiv mitgestalten. Mit unserem Know-how im grenzüberschreitenden E-Commerce

können wir unseren Kunden dabei helfen, die veränderten Spielregeln im Onlinehandel für die Erschließung neuer Umsatzfelder zu nutzen. Gemeinsam mit unseren Partnern entwickeln wir daher schnelle, flexible und skalierbare Fulfillment-Lösungen, die den Anforderungen einer sozial vernetzten Welt und Konsumlandschaft gerecht werden.“



Martin Rademaker

Chief Commercial Officer bei FIEGE

Die Logistik wird immer (künstlich) intelligenter

„Jede Woche schießen neue KI-Lösungen aus dem Boden wie Pilze im Herbst. Auch die Logistikbranche steht vor einem radikalen Umbruch – oder befindet sich, besser gesagt, schon mitten drin. Das KI-Potenzial ist riesig und wir gehen davon aus, dass Künstliche Intelligenz in Zukunft die Grundlage moderner Lieferketten und Logistikprozesse sein wird. Spannend fand ich insbesondere die Hypothese unserer Top-Talente, dass KI-Agenten unsere Entscheidungsfindung schon im Jahr 2030 so selbstverständlich unterstützen werden, wie wir heute beispielsweise Smartphones nutzen.“

Ein Blick auf die Geschichte von FIEGE zeigt, dass wir immer besonders gut darin waren, die Zeichen der Zeit früh zu erkennen – und den Mut hatten, uns immer wieder neu zu erfinden. Auch in der KI-Revolution wollen wir nicht nur Mitgestalter, sondern Vorreiter sein. Die wertstiftende Implementierung von Künstlicher Intelligenz – beispielsweise durch nahtlose Automatisierung, intelligente Agenten, datengestützte Entscheidungsfindung in Echtzeit oder die dynamische Optimierung von logistischen Prozessen – wird uns in die Lage versetzen, eine bislang nie dagewesene Agilität zu erreichen.

Unsere Aufgabe als Logistikdienstleister besteht darin, gemeinsam mit unseren Partnern und wo immer möglich die verantwortungsvolle Nutzung von KI zu prüfen, um damit uns und unseren Kunden Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Wir wollen unsere Effizienz steigern, noch mehr Flexibilität und Skalierbarkeit erreichen, Kostenvorteile generieren, das Kundenerlebnis



Jens Fiege
Co-CEO von FIEGE

optimieren – und das alles, ohne die Kontrolle aus der (menschlichen) Hand zu geben. Damit werden wir unsere Kunden dazu in die Lage versetzen, noch schneller, besser und intelligenter auf sich verändernde Marktanforderungen reagieren zu können.“

Umweltfreundliche und effiziente City-Logistik

„Ich erinnere mich noch sehr genau an die überzeugende Schlussfolgerung und Argumentation unserer Top-Talente, dass eine effiziente und umweltfreundliche City-Logistik zwar ein sehr zentrales und relevantes Thema für die Zukunft ist, für sich allein genommen aber noch kein wirklicher Megatrend. Sie ist vielmehr ein Bereich, der stark durch verschiedene Megatrends beeinflusst wird – und deshalb sehr dynamisch und teilweise auch ambivalent ist. Auf der einen Seite sorgt ein wachsendes Nachhaltigkeitsbewusstsein dafür, dass sich das Konsumverhalten verändert und eine neue Erwartungshaltung an eine umweltfreundliche City-Logistik entsteht. Auf der anderen Seite sorgt die steigende Nachfrage im E-Commerce für ein immer höheres Paketvolumen. Und mit Blick auf die Wachstumsprognosen im Social Commerce wird sich diese Entwicklung fortsetzen.“

Unabhängig von der Frage Megatrend oder kein Megatrend: Die Bedeutung des Themas City-Logistik ist groß. Viele Innenstädte sind schon jetzt im Begriff, sprichwörtlich aus allen Nähten zu platzen. Zudem verschärft sich der finanzielle Druck, weil Mieten sowie Lohn- und Energiekosten steigen. Die Recherche unserer Top-Talente zeigt, dass wir – oder vielmehr unsere Infrastruktur – im Jahr 2030 nicht mehr in der Lage sein werden, den Anstieg an Warenflüssen mit herkömmlichen Lieferfahrzeugen zu meistern. Die zentrale Frage lautet daher: Wie optimieren wir die Letzte Meile so, dass wir urbane Gebiete effizienter, flexibler und gleichzeitig nachhaltiger versorgen können?

Fest steht: Um eine zukunftsfähige und umweltfreundliche City-Logistik sicherzustellen, benötigt es innovative Konzepte und neue Technologien – von Lastenfahrrädern, autonomen Fahrzeugen und Drohnen über Mehrwegverpackungen mit Pfandsystemen und Micro-Hubs bis zu womöglich sogar unterirdischem Warenverkehr. Darüber hinaus braucht es eine integrierte Stadtplanung, in der Logistikdienstleistungen tief in der urbanen Infrastruktur verankert sind. Ich habe von unseren Top-Talenten mitgenommen, dass wir gut beraten sind, die Entwicklung dieses dynamischen Feldes sehr genau zu beobachten.“



Peter Scherbel
Chief Operating Officer bei FIEGE

Nachhaltigkeit ist Teil unserer DNA

„Das zurückliegende Jahr hat uns einmal mehr deutlich vor Augen geführt, dass der Kampf gegen den menschengemachten Klimawandel zu den wichtigsten Aufgaben unserer Zeit zählt. 2025 begann mit dem global wärmsten Januar seit Beginn der Aufzeichnung, im Sommer litten weite Teile West- und Südeuropas unter einer Hitzewelle – die in Waldbränden, Wasserknappheit und schweren Unwettern mündete. Man muss es so klar formulieren: Nur, wenn wir gemeinsam alles dafür tun, das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens einzuhalten, haben unsere Erde und wir auf ihr eine langfristige Zukunft.“

Um dieses Ziel zu erreichen und zu sichern, muss unsere Wirtschaft in Zukunft noch stärker von Nachhaltigkeit geprägt sein. Der Logistikbranche kommt dabei als zentrales Bindeglied entlang globaler Lieferketten eine Schlüsselrolle zu. Unsere Top-Talente haben überzeugende Argumente geliefert, dass wirtschaftlicher Erfolg und Umweltschutz sich nicht ausschließen, sondern – im Gegenteil – einander bedingen. Denn unsere Partner und Kunden werden von uns erwarten, dass wir ihre Net-Zero-Transformationen mit grünen Logistiklösungen unterstützen. Im Jahr 2030 werden Kreislaufwirtschaft, Zero-Waste-Konzepte und der Einsatz alternativer Kraftstoffe zum Standard geworden sein. Deshalb bauen wir das erforderliche Know-how auf, investieren weiterhin in nachhaltige Technologien und kooperieren mit innovativen Start-ups. Denn wir wollen einerseits unserer Klimaverantwortung gerecht werden und andererseits Wettbewerbsvorteile für uns und unsere Kunden generieren.“



Felix Fiege
Co-CEO von FIEGE

Unsere Vision ist es, unser Familienunternehmen klimaneutral an die nächste Generation zu übergeben – und wir möchten unsere Partner und Kunden auf diese Reise mitnehmen. An diesem ambitionierten Ziel halten wir auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten wie der aktuellen Rezession fest und daran lassen wir uns messen. Nachhaltigkeit ist für uns kein Projekt – sie ist Teil unserer DNA.“

Von einer Krise zur nächsten?

„Europa steht unter Druck. In der Ukraine geht Russlands Angriffskrieg unvermindert weiter und auch die Lage im Nahen Osten muss weiter sehr genau beobachtet werden. Zudem standen viele international agierende Unternehmen in den vergangenen zwölf Monaten nahezu permanent vor der Herausforderung, ihre Absatzstrategien und Logistikstrukturen mit Blick auf neue Zölle oder Gegenzölle anzupassen.“



Alfred Messink

Chief Financial Officer bei FIEGE

Statt sich im Zuge der Globalisierung einander anzunähern, ist die Weltgesellschaft aktuell eher dabei, zwei Schritte voneinander weg zu machen. Globale Dynamiken wie Fragmentierung und Differenzierung sorgen für geopolitische Spannungen, Blockbildung und regionale Beschaffungsstrategien. An diese Verhältnisse werden wir uns in einer multipolaren Welt gewöhnen müssen. Die Devise lautet deshalb: strategisch handeln in unruhigen Zeiten – und die entstehenden Unsicherheiten nicht nur als Problem, sondern auch als unternehmerische Chance verstehen. Nachdenklich gemacht hat mich zum Beispiel das Wachstumspotenzial von teilweise über 30 Prozent, das unsere Top-Talente für Branchen wie die Verteidigungs- oder die Elektronikindustrie prognostiziert haben.

Wir stehen vor der Aufgabe, globale Supply Chains zu überdenken und bei Bedarf völlig neu zu gestalten. Deshalb werden wir unser Lieferketten-Netzwerk in ganz Europa weiter ausbauen, wofür wir mit der Expansion nach Großbritannien bereits einen wichtigen Schritt gegangen sind. Wir werden unsere Zollkompetenz stärken, um auf eine veränderte Zollpolitik zu reagieren. Und wir werden Märkte ins Visier nehmen, die für Friend- und Nearshoring attraktiv sind, um wettbewerbsfähig zu bleiben und gemeinsam mit unseren Kunden resiliente, flexible und skalierbare Logistiklösungen zu entwickeln.“

Engagement rauf, Emissionen runter



Stolze Preisträger:innen um unser Co-CEO Felix Fiege (3.v.l.) auf der Galafeier des Deutschen Nachhaltigkeitspreises.



FIEGE verfolgt die Vision, das Familienunternehmen klimaneutral an die nächste Generation zu übergeben. In diesem Jahr haben wir einen weiteren wichtigen Meilenstein erreicht: Die Science Based Targets initiative (SBTi) hat die Reduktionsziele, mit denen wir die Net-Zero-Transformation erreichen wollen, wissenschaftsbasiert und im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen offiziell bestätigt.

Wenn es draußen langsam kälter und früher dunkel wird, der Advent vor der Tür steht und die ersten Weihnachtsmärkte schon geöffnet haben, wird dem Thema Nachhaltigkeit noch einmal die ganz große Bühne zuteil. Denn traditionell zum Jahresende findet in Düsseldorf der Deutsche Nachhaltigkeitstag statt, einer der meistbesuchten Kongresse zum Thema Nachhaltigkeit in Deutschland.

Ein besonderes Highlight der Veranstaltung ist die Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises, mit dem Produkte, Dienstleistungen, Projekte sowie seit einigen Jahren auch 100 Unternehmen ausgezeichnet werden, die in ihren Branchen zu den führenden Akteuren im Bereich Nachhaltigkeit zählen. Und nachdem es 2023 bereits für einen Platz unter den besten dreien gereicht hatte, landete FIEGE im November 2024 ganz oben auf dem Treppchen und durfte den begehrten Preis in der Kategorie „Transport- und Logistikwirtschaft“ mit nach Hause nehmen.

Auszeichnung und Ansporn zugleich

In ihrer Urteilsbegründung hob die Fachjury heraus, dass FIEGE besonders wirksame und beispielhafte Beiträge zur Transformation leiste, mit denen das Familienunternehmen „Vorbildcharakter erworben und richtige Signale in seine Branche und darüber hinaus gesendet“ habe. Dazu zählten die Expert:innen unter anderem frühzeitige Investitionen in den Einsatz von elektrischen Schwerlastern, einen starken Fokus auf die Entwicklung nachhaltiger Logistikimmobilien und die Unterzeichnung des Commitment Letters der Science Based Targets initiative (SBTi).

Felix Fiege, der unser über 150-jähriges Familienunternehmen gemeinsam mit seinem Cousin Jens Fiege als Co-CEO führt, betonte anlässlich der Preisverleihung: „Der Preis ist für uns eine schöne Anerkennung und zeigt, dass unser Engagement beim Thema Nachhaltigkeit wahrgenommen wird. Ich freue mich vor allem für unser Team, das unsere Nachhaltigkeitsstrategie aktiv mitgestaltet und jeden Tag in die Tat umsetzt. Die Auszeichnung ist eine wertvolle Bestätigung für die tägliche Arbeit unserer weltweit 22.000 Kolleginnen und Kollegen.“

Sandra Achternbusch, Executive Director Corporate Sustainability bei FIEGE, pflichtet ihm bei und richtet den Blick auch nach vorne: „Die Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2025 zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Gleichzeitig ist der Preis für uns als Dienstleister aber vor allem ein Ansporn, diesen Weg gemeinsam mit unseren Kunden und Lieferanten entschlossen weiterzugehen – denn wir sind noch lange nicht am Ziel und haben noch viel Wegstrecke vor uns.“

Im Namen der Wissenschaft

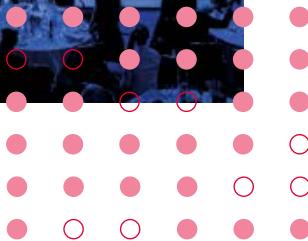
Eine Aufgabe, der wir uns in diesem Jahr intensiv gewidmet haben, war die Entwicklung von wissenschaftlich fundierten Netto-Null-Zielen. Denn im Mai stand die Validierung der Ziele durch die SBTi auf dem Programm, wie Achternbusch erzählt: „Wir haben rund 18 Monate akribisch daran gearbeitet, ambitionierte Klimaziele zu entwickeln, anhand derer wir die Net-Zero-Transformation unseres Unternehmens realisieren.“

Bereits 2023 hatte unser Corporate-Sustainability-Team vorbereitend für die Entwicklung einer Roadmap erste Workshops in den internationalen Geschäftsbereichen durchgeführt und den Prozess in diesem Jahr fortgesetzt. Ziel dieser Workshops war es, möglichst vielfältige und umfangreiche Maßnahmen zur CO₂e-Reduktion zu identifizieren. Die Ergebnisse werden nun zu detaillierteren Reduktionspfaden ausgearbeitet und darüber hinaus Strukturen zum Maßnahmen- und KPI-Tracking etabliert. Wichtige Bausteine dafür sind unter anderem eine weitere Sammlung und Verbesserung der Qualität von Daten, die voranschreitende Elektrifizierung des Fuhrparks und verstärkte Umstellung auf alternative Kraftstoffe (siehe auch Seite 56), der energieeffiziente Betrieb und Ausbau der weltweit 136 FIEGE Standorte (siehe auch Seite 50), eine optimierte Ressourcennutzung sowie die enge Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten.

Konkret haben wir uns dazu verpflichtet, die Scope-1- und 2-Emissionen in den kommenden fünf Jahren um 50,8 Prozent (Basisjahr 2021) sowie die Scope-3-Emissionen um 42 Prozent (Basisjahr 2023) zu senken. Bis 2050 wollen wir unsere direkten und indirekten Emissionen im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen zur Einhaltung des 1,5-Grad-Zieles vollständig auf Netto-Null reduzieren. Die Validierung dieser Ziele durch die SBTi sei für FIEGE ein wichtiger Schritt, sagt Achternbusch: „Als Familienunternehmen müssen wir unserer Klimaverantwortung gerecht werden. Klimaschutz ist ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und nur erreichbar, wenn wir das gesamte Team hinter diesem Ziel vereinen. Dieses Nachhaltigkeitsversprechen wollen wir einlösen und unseren Kunden, Partnern und der Gesellschaft zukünftig noch mehr Transparenz und Unterstützung bieten.“



Sandra Achternbusch, Executive Director Corporate Sustainability bei FIEGE, nahm den DNP 2025 auf der Bühne entgegen.



FIEGE Nachhaltigkeitsbericht

Auch ohne Pflicht gibt's den Bericht:
QR-Code scannen und unseren
Nachhaltigkeitsbericht downloaden.



Prickelnde Partnerschaft



Born in Bars – unter diesem Slogan sind die Premium-Mixer von Thomas Henry in und an den Bars dieser Welt bekannt und beliebt. Seit 2010 vertreibt das Berliner Unternehmen vielfältige Tonics, scharfe Ginger Ales und geschmackvolle Limonaden. In Polen will Thomas Henry weiter wachsen – und vertraut für die Distribution an Gastronomie und Einzelhandel auf die Expertise von FIEGE.

Alles hat seinen Spice: Die Premium-Mixer von Thomas Henry geben jedem Drink den letzten Schliff.

Was haben Gin Tonic, Moscow Mule, Americano und Mojito gemeinsam? In allen drei Getränken sind Soda-wasser und Limonaden unverzichtbar, damit die Long-drinks ihren erfrischenden, unverwechselbaren und leicht bitteren Geschmack entfalten. Ein Name, an dem kreative Barkeeper:innen auf der Suche nach spritzigen Premium-Mixern nicht vorbeikommen, ist Thomas Henry.

Der englische Apotheker und Chemiker Thomas Henry suchte Mitte des 18. Jahrhunderts nach einem Weg, um Trinkwasser dauerhaft haltbar zu machen. Bei seinen Experimenten kam er auf die Idee, das Wasser mit Kohlenstoffdioxid anzureichern. Das so entstehende Sodawasser, das heute aus zahlreichen Cocktails und Longdrinks nicht mehr wegzudenken ist, hat Henry zwar nicht alleine erfunden. Doch er war 1781 der Erste, der mit der industriellen Produktion von Sodawasser begann – und inspirierte so über 200 Jahre später zwei Berliner Freunde, ihr Start-up nach ihm zu benennen.

Kooperation jenseits der Oder

Mittlerweile zählt Thomas Henry zu den festen Größen in der internationalen Bar-Szene – so auch in Polen, wie Guart Amsing, Operations Director bei Thomas Henry, berichtet: „Seit wir 2019 in den polnischen Markt expandiert sind, haben wir kontinuierlich neue Kunden in Gastronomie und Einzelhandel gewonnen. Insbesondere die Hauptstadt Warschau hat in den vergangenen Jahren eine rasante kulinarische Entwicklung erlebt und eine lebendige Gastronomieszene entwickelt, in der auch wir uns bestens etabliert haben.“

Zum Portfolio des Limonadenherstellers zählen die Marken Thomas Henry, Mate Mate und UNDONE. Amsing erzählt: „Unsere Produkte sind sowohl für Bars und Clubs als auch für Restaurants und Cafés attraktiv – und der polnische Markt ist zu einem unserer Schwerpunktmarkte geworden.“ Aufgrund der stetig

Über 7.000 Kolleg:innen sind in Polen für uns tätig – unter anderem für Thomas Henry.

steigenden Volumina hat sich Thomas Henry Anfang 2025 auf die Suche nach professioneller Unterstützung für das Fulfillment und die nationale Distribution begeben. „Wir wollen auch in Zukunft weiter wachsen und benötigen Partner, die unsere Wachstumsambitionen mitgehen können. FIEGE bietet uns die perfekten Voraussetzungen dafür“, sagt Amsing.



„Wir wollen auch in Zukunft weiter wachsen und benötigen Partner, die unsere Wachstumsambitionen mitgehen können. FIEGE bietet uns die perfekten Voraussetzungen dafür.“

Flexible Lösungen für flexibles Wachstum

FIEGE ist bereits seit 30 Jahren im polnischen Markt aktiv und zählt mit über 7.000 Mitarbeiter:innen und rund 560.000 Quadratmetern Lagerfläche zu den führenden Logistikdienstleistern des Landes. Tomasz Przybył, Head of Business Development bei FIEGE Polen, erklärt: „Unser oberstes Ziel als Dienstleister ist es, umfassende, zuverlässige und zukunftssichere Logistiklösungen zu schaffen, um die strategischen Ziele unserer Kunden zu unterstützen. Speziell in der dynamischen Konsumgüterbranche verfügen wir über tiefgreifende Erfahrung – von Lagerhaltung über Value Added Services bis hin zum Transport.“

Das neue Geschäft wickelt FIEGE seit dem vergangenen Sommer im Multi-User-Center in Mszczonów, gut 40 Kilometer südwestlich von Warschau, ab – einem von insgesamt zehn Standorten in seinem dichten Logistiknetz, das sich über ganz Polen erstreckt. FIEGE übernimmt für Thomas Henry sowohl das Fulfillment als auch die nationale Distribution. „Wir sind sehr dankbar für das Vertrauen, das uns unser Kunde Thomas Henry von der ersten Sekunde an entgegengebracht hat. Das schnelle und anhaltende Wachstum zeigt, dass das gesamte Team großen Wert auf Operational Excellence legt“, sagt Przybył – eine Fähigkeit, die auch bei FIEGE eine übergeordnete Rolle spielt. Przybył ergänzt: „Wir freuen uns über die partnerschaftliche Zusammenarbeit und darauf, unseren Teil zum langfristigen Erfolg von Thomas Henry beizutragen.“

Gemeinsam Richtung Zukunft

Im Oktober 2025 hat Polen ein neues Pfandsystem eingeführt. Um den neuen Anforderungen gerecht zu werden, übernimmt FIEGE für Thomas Henry nun auch Value Added Services. Gemeinsam mit den Verantwortlichen auf Kundenseite hat das FIEGE Team in Mszczonów in Windeseile einen effizienten Prozess auf die Beine gestellt, um sämtliche Produkte schnell und zuverlässig mit den erforderlichen Pfandaufklebern zu versehen. „Unser Verständnis als Dienstleister ist es, messbaren Mehrwert für unsere Partner zu generieren. Das heißt, wir bewegen nicht nur Waren von A nach B, sondern arbeiten gemeinsam und auf Augenhöhe daran, die Logistikprozesse für Thomas Henry laufend zu optimieren“, berichtet Przybył.



Fortschritt durch Veränderung



„The Transformation Journey: From Vision to Customer Value“ – unter diesem Motto haben wir dieses Jahr zum FAST & FORWARD nach Berlin geladen. Es ist die siebte Auflage des Networking-Events, bei dem rund 300 internationale Gäste aus Industrie, Handel und Start-up-Szene diskutierten, Ideen austauschten und gemeinsam nach der Antwort auf die Frage suchten, wie aus dem Mut zur Veränderung echter Mehrwert entspringen kann.

Die erste Transformation findet schon statt, bevor das Thema des Tages so richtig auf die Agenda rückt. Das „Von Greifswald“ in Berlin macht sich noch schnell schick für das siebte FAST & FORWARD, dem Networking-Event von FIEGE. Der alte Güterbahnhof verwandelt sich an diesem frühen Donnerstagmorgen im März fast im Handumdrehen zur perfekten Location für Ideenaustausch, Vorträge und Diskussionen. Hier noch ein paar Stühle zusätzlich, dort noch ein paar Blumen mehr, da noch ein wenig Basteln am Bühnenbild und ein letzter Soundcheck, dann ist es angerichtet. Das Motto: „The Transformation Journey: From Vision to Customer Value“.

Den Anfang auf der Bühne machen Felix Fiege, der unser Familienunternehmen gemeinsam mit seinem Cousin Jens Fiege in fünfter Generation als Co-CEO führt, und Kati Wilmsmeier, Executive Director Marketing & Communications bei FIEGE. „Wir erleben eine Zeit mit vielen Krisenherden auf der Welt. Und wir sehen uns mit einer neuen Realität konfrontiert, aus der viele Herausforderungen entstehen, die wir gemeinsam meistern müssen“, sagt Felix Fiege in seinen Begrüßungsworten. Wichtig sei daher, aktiv mit Veränderungen umzugehen und sie nicht einfach geschehen zu lassen. Das Thema Transformation sei nicht nur wichtig, sondern unausweichlich. Und weiter: „Wir möchten diesen Tag nutzen, um einen offenen und ehrlichen Austausch zu ermöglichen, Ideen zu sammeln und Impulse mitzunehmen. Deshalb verstehen wir das FAST & FORWARD in erster Linie als Netzwerk- und Austausch-Plattform, mit der wir kluge Köpfe aus unterschiedlichen Bereichen und Branchen zusammenbringen – und somit einen wertvollen Blick über den Tellerrand ermöglichen möchten.“

Drei große Transformationen

Jemand, der sehr viel über die Herausforderungen und Chancen von Transformationen berichten kann, ist Prof. Marcel Fratzscher. Der Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin), Politikberater, Autor, Kolumnist und Professor für Makroökonomie an der Humboldt-Universität zu Berlin hält die erste Keynote des Tages, der neben weiteren Vorträgen auch Paneldiskussionen, Hands-on-Sessions und Start-up-Pitches für die Teilnehmer:innen des FAST & FORWARD bereithält. Fratzscher spricht über „die drei großen Transformationen unserer Zeit“. Er sagt: „Wir befinden uns in einer Phase, in der wir ganz zentrale Weichen stellen müssen, denn wir stehen in Deutschland vor drei entscheidenden Transformationen, die wir sehr schnell und vor allem gleichzeitig bewältigen müssen.“ Transformation sei daher kein Thema, das warten könne, weil ansonsten die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands und deutscher Unternehmen auf dem Spiel stehe. Sein Appell: „Wir müssen in die Zukunft wollen!“



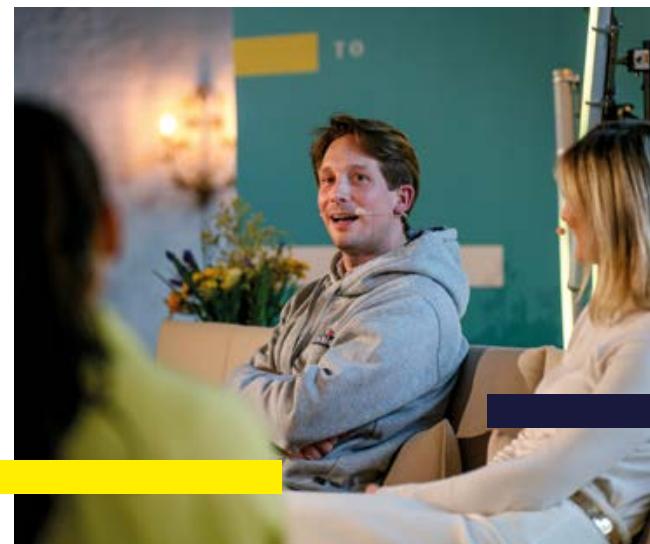
Ökonom, Dozent und DIW-Präsident: Marcel Fratzscher während seiner Keynote beim FAST & FORWARD.

Mit den drei großen Transformationen unserer Zeit meint Fratzscher die veränderte Globalisierung („Wir brauchen Diversifikation, wir müssen uns breiter aufstellen“), die ökologische und digitale Transformation („Wir müssen bei den zentralen Technologien und beim Thema Nachhaltigkeit schneller werden“) sowie die soziale Transformation. Insbesondere im letzten Punkt sieht der Ökonom den größten Hebel für eine wirtschaftlich erfolgreiche Zukunft. Es braucht weniger Pessimismus und deutlich mehr Zuversicht in der Gesellschaft. Denn: „Die Realität ist besser, als die Stimmung im Land es vermuten lässt.“

Es gebe gute Argumente für mehr Optimismus, findet Fratzscher. Deutschland sei eine der reichsten und erfolgreichsten Volkswirtschaften der Welt. „Wir haben große Stärken im internationalen Vergleich, nämlich exzellente staatliche Institutionen, einen starken Rechtsstaat, eine resiliente und langfristig orientierte Wirtschaftsstruktur und außerdem eine starke Solidarität und Zivilgesellschaft.“ Die größte Stärke jedoch seien die Vielfalt und die Menschen in Deutschland. Die entscheidende Aufgabe bestehe deshalb darin, „diese verschiedenen Faktoren zusammenzuführen und für uns zu nutzen.“

Neue Wege, neue Einnahmequellen

Nach Fratzscher spricht Philip Hitschler-Becker. Der CEO des Süßwarenherstellers Hitschies weiß, was Transformation bedeutet. Er hat das eigene, fast 100 Jahre alte Familienunternehmen aus Köln seit 2017 radikal umgekrempelt und zur schillernden, digitalen Candy Brand geformt. Sein Credo: Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit. Den Beweis, dass er diese Aussage sehr ernst nimmt, liefert Hitschler-Becker mit seinem Impulsvortrag. Er sagt: „Zurückhaltung hat noch niemanden nach vorne gebracht.“ Und: „Erfolg hat sechs Buchstaben: machen!“ Deswegen denkt und füllt er auch seine Rolle als CEO anders als seine Vorgänger:innen bei Hitschies. Er habe keine Zeit mehr für E-Mails, aber dafür viel Zeit für Social Media, erklärt der 37-Jährige. „CEO steht bei uns für Creator, Entrepreneur und On Tour – und ich bin fest davon überzeugt: Wer nicht polarisiert und digitalisiert, der verliert.“



Hey Friends: Influencer und Hitschies-CEO Philip Hitschler-Becker.

„Mein Kopf ist voller Gedanken und Ideen. Es war ein sehr spannender Tag, aus dem hoffentlich nicht nur ich viel mitnehme, sondern insbesondere auch unsere Gäste und Kunden.“

Damit es soweit gar nicht erst kommt, hat Henrike Luszick, CEO von Bridgemaker, für ihren Impulsvortrag eine „Toolbox für die Transformation im Mittelstand“ mit nach Berlin gebracht. Es gehe für Unternehmen darum, sagt sie, „Innovationsdividenden zu schöpfen“. Dafür sei es wichtig, sich stetig weiterzuentwickeln, das eigene Geschäft zu diversifizieren und sich durch Technologie helfen zu lassen. „Es sollte alles automatisiert werden, was sich automatisieren lässt – und zwar zusammen mit starken Partnern“, sagt sie. Transformation gelinge am Ende immer nur gemeinsam, deshalb gelte es, „die eigenen Stärken zu stärken und den Rest per Hilfe zu meistern.“



Innovationsbrücken-Ingenieurin: Henrike Luszick, Gründerin und CEO von Bridgemaker.

Künstliche Intelligenz als Chance

Herausforderungen mithilfe neuer Technologien zu lösen – darum geht es auch in der letzten Keynote des Tages von Dr. Alexander Mrozek. Der Titel: Wie der Mittelstand der größte Gewinner von KI werden kann. Der CEO von Oetker Digital sieht in Künstlicher Intelligenz eine große Möglichkeit, sich als Unternehmen zu hinterfragen: Was ist die Rolle unseres Unternehmens und unserer Mitarbeiter:innen? Ist man eher Empfänger von KI? Oder nutzt man sie aktiv selbst? In jedem Fall biete der inzwischen sehr vereinfachte Zugang zu KI-Tools die Chance, viel mehr Menschen als früher mit Künstlicher Intelligenz in Kontakt zu bringen – und damit auch die große Chance für Unternehmen sich weiterzuentwickeln.

„KI multipliziert menschliche Gehirne, darin liegt ein riesiges Potenzial, allein schon beim Blick auf den Fachkräftemangel“, sagt Mrozek. Elementar sei, dass KI-Tools nicht nur nützlich, sondern auch einfach nutzbar seien müssten, um einen Anreiz zu schaffen, sich von KI helfen zu lassen. „Was es dafür auf jeden Fall braucht, sind starke Kooperationen, weil der Mittelstand die Tools, die

er braucht, nicht selbst entwickeln kann.“ Wichtig sei außerdem: Der Mensch dürfe beim Thema technologischer Fortschritt nie aus dem Fokus geraten, denn: „Der Mensch macht am Ende immer den Unterschied, deswegen geht es darum, den Menschen mit Hilfe von KI eine Bühne zu bauen und sie zu Heldinnen und Helden werden zu lassen.“



Digitaler Optimist: Dr. Alexander Mrozek,
CEO von Oetker Digital.



Offenheit wahren, Erfolg ermöglichen

Es ist ein letzter von vielen wertvollen Impulsen des siebten FAST & FORWARD, das Jens Fiege im Abschlussgespräch mit Sarah Schimmelpfennig, Executive Director Marketing & Communications bei FIEGE, wie folgt zusammenfasst: „Mein Kopf ist voller Gedanken und Ideen. Es war ein sehr spannender Tag, aus dem hoffentlich nicht nur ich viel mitnehme, sondern insbesondere auch unsere Gäste und Kunden. Ein riesiges Dankeschön an alle Speakerinnen und Speaker für so viel Offenheit. Wir haben inspirierende Vorträge gehört und jede Menge Denkanstöße gesammelt, mit denen wir weiterarbeiten werden.“ In Erinnerung bleibe, „dass wir den Mut zur Veränderung behalten und optimistisch bleiben müssen.“ Und dass man jederzeit auch mit einem kleineren Budget sehr viel erreichen könne, wenn man es wage, neue und kreative Wege zu gehen. „Vor allem aber bleibt für mich die Erkenntnis, dass wir uns eine Frage immer wieder stellen sollten: Wie können wir sicherstellen, dass wir als Unternehmen bereit dafür bleiben, uns immer wieder ein Stück weit neu zu erfinden? Denn genau das ist unsere Pflicht, wenn wir langfristigen und nachhaltigen Erfolg ermöglichen möchten.“

FAST & FORWARD Aftermovie 2025

Unsere Transformation Journey im Video:
QR-Code scannen und Aftermovie anschauen.



England expects, FIEGE delivers

FIEGE expandiert in den britischen Markt. Nahe Birmingham, im Herzen Großbritanniens, haben wir ein hochmodernes Multi-User-Center in Betrieb genommen – und treiben unsere Expansions- und Wachstumsstrategie weiter voran.

Mind the Gap – diesen Sicherheitshinweis haben vermutlich alle im Ohr, die schon Mal in der Londoner Tube unterwegs waren. Die populäre Ansage erinnert die Fahrgäste der ältesten U-Bahn der Welt an jeder Station daran, beim Ein- und Aussteigen besondere Vorsicht walten zu lassen. Mit der baulich bedingten Lücke zwischen Zug und Bahnsteigkante werden sich Locals und Tourist:innen auch in Zukunft arrangieren müssen. Eine andere Lücke ist in diesem Jahr hingegen erfolgreich geschlossen worden, denn FIEGE ist seit dem Herbst im Vereinigten Königreich vertreten.

Im Oktober 2025 sind wir auf dem UK-Logistikmarkt gestartet und haben dort das E-Commerce-Fulfillment für einen großen Bestandskunden übernommen. Kurz- bis mittelfristig werden weitere Kunden in Großbritannien folgen. Bei der Suche nach dem dafür bestmöglichen Standort ist unsere Wahl auf Birmingham gefallen, die zweitgrößte Stadt des Vereinigten Königreiches. Im Industriepark Hams Hall rund zehn Kilometer östlich des Stadtzentrums haben wir ein Multi-User-Center in Betrieb genommen. Mehr als 24.000 Quadratmeter Logistikfläche stehen in der hochmodernen Immobilie zur Verfügung, die in unmittelbarer Nähe zu den wichtigen Verkehrsrouten M6 und M42 liegt.

Jens Fiege, der unser Familienunternehmen gemeinsam mit seinem Cousin Felix Fiege in fünfter Generation als Co-CEO führt, sagt über die Expansion: „Unser Eintritt in



den britischen Markt ist ein wichtiger Schritt zur Stärkung unseres europäischen Netzwerks. Gleichzeitig unterstützen wir mit unserem neuen Logistikzentrum das Wachstum eines wichtigen Bestandskunden aus dem E-Commerce, für den wir bereits europaweit Fulfillment-Dienstleistungen erbringen.“

Dafür baut FIEGE in Hams Hall aktuell ein Team auf, das letztendlich rund 750 Kolleg:innen umfassen wird. Felix Fiege erklärt: „Ab sofort können wir unseren Kunden in ganz Europa noch bessere und umfassendere Dienstleistungen anbieten. Wir freuen uns darauf, in England zusammen mit unserem hochmotivierten Team ein neues FIEGE Kapitel zu schreiben – und gemeinsam mit unseren Kunden neue Erfolgs- und Wachstumsgeschichten. Der Start in Großbritannien ist für uns ein Meilenstein, weil wir mit diesem Schritt eine Lücke in unserer europäischen Präsenz schließen.“ Mind the Gap halt ...

Seit Oktober betreiben wir ein neues Multi-User-Center in Hams Hall bei Birmingham.





**Wir bringen alles
in Bewegung.**

fiege.com





„Die Automatisierung der Kontraktlogistik befindet sich noch in der Anfangsphase“



Effizienz, Kostendruck, Fachkräfte- mangel – es gibt viele gute Gründe dafür, die Prozesse in einem Logistikzentrum zu automatisieren. Doch welche Konzepte, Partner und Technologien sind die richtigen? Jens Veltel, Director Warehouse Automation bei FIEGE, erklärt, warum es für erfolgreiche Lagerautomatisie- rung keine Universallösung gibt.

Das Thema Lagerautomatisierung ist komplex, die Technologien und damit die Möglichkeiten haben sich in den vergangenen Jahren rasant weiterentwickelt. Zu Beginn daher eine kurze Bestandsaufnahme: Wo stehen wir aktuell?

Intralogistische Prozesse wurden früher ausschließlich manuell durchgeführt. Im Laufe der Zeit kam es dann zu vereinzelten Automatik-Leuchttürmen, die vor allem eins waren: maßgeschneidert auf einen einzigen Anwendungsfall. Heute basieren unsere Logistikabwicklungen im Regelfall auf hybriden Systemen mit modularen

Techniken, die zwar ebenfalls für konkrete Anwendungsfälle konfiguriert werden, jedoch äußerst flexibel sind und somit auch bei sich ändernden Faktoren wie Auftragschwankungen sehr elastisch bleiben. An einigen Stellen sind wir sogar noch ein Stück weiter und sprechen über Künstliche Intelligenz, humanoide Roboter und über Technologien, die wir uns vielleicht noch gar nicht vorstellen können. Kurzum: Wir bewegen uns von manuellen Prozessen über komplex integrierte Systeme hin zu einer Vielzahl an einfachen modularen Produkten – und genau da liegt die Herausforderung, aber gleichzeitig auch die große Chance.

Das klingt kompliziert. Wie finde ich denn die für mich passenden Automatisierungslösungen?

Ein Patentrezept gibt es nicht. Es ist aber möglich, angelehnt an die ursprünglich bekannten „Sechs R der Logistik“ nun die ergänzenden „Sechs R der Automatisierung“ abzuleiten: das richtige Konzept, die richtigen Partner, die richtige Technologie, die richtige Integration, die richtige Akzeptanz und die richtigen Kosten. Grundlage für jedes Automatisierungsprojekt ist ein durchdachtes Konzept. Dafür gilt es, verschiedene Parameter zu berücksichtigen. Wesentlich ist, dass ein modernes Logistikkonzept maximal flexibel und dafür modular und skalierbar geplant sein muss. Darüber hinaus ist es entscheidend, die einzelnen Module – ob manuelle Bereiche, hybride Komponenten oder automatisierte Technologien – intelligent miteinander zu vernetzen. Und zu guter Letzt spielt natürlich auch das Thema Nachhaltigkeit eine unverzichtbare Rolle.

Angenommen, das tragfähige Konzept steht. Wie geht es weiter?

Im nächsten Schritt müssen wir uns auf die Suche nach den richtigen Partnern und Technologien machen. Um sich hier nicht in der Fülle des Angebots zu verlieren, muss man den Markt sehr gut kennen. Die aktuelle Vielzahl an Anbietern, unterschiedlichen Lagerautomatisierungslösungen und die Fülle an Produkten kann einen gefühlte erschlagen. Das Prinzip Gießkanne hilft bei der Lösungsfundung nicht weiter, denn was in dem einen Logistikzentrum super funktioniert, kann im nächsten Logistikzentrum völlig nutzlos sein. Es kommt immer auf den konkreten Anwendungsfall an.

Damit hybride Systeme reibungslos funktionieren, müssen die einzelnen Komponenten sinnvoll ineinandergreifen. Vor allem müssen Mensch und Maschine Hand in Hand arbeiten. Wo liegt der Schlüssel?

Wir können uns die Integration der verschiedenen Akteure und Systeme in einem Logistikzentrum wie das Zusammenspiel in einem Orchester vorstellen. Ohne Dirigentin, die mithilfe ihres Taktstocks das Tempo vorgibt, herrscht Chaos. Nur, dass diese Rolle in einem modernen Logistikzentrum von Software übernommen wird. Sie koordiniert das Zusammenspiel von Warehouse-Management-System, Lagersteuerungssystem und ausführender Hardware wie zum Beispiel fahrerlose Transportsysteme, Fördertechnik und AutoStores. Doch egal, wie gut die Software ist: Am Ende bleiben es Menschen, die die Technologien einsetzen, bedienen und mit ihnen arbeiten. Das soll und wird sich so schnell auch nicht ändern. Um auch Menschen sauber in ein solches System zu integrieren, lautet das Schlüsselwort: Akzeptanz.

Das heißt, wir müssen Vertrauen in die Technologien aufbauen, Komplexität reduzieren, Steuerungsmöglichkeiten schaffen und Sicherheit gewährleisten. Nur, wenn wir unsere Teams sauber darauf vorbereiten, ihnen Zeit geben und sie entsprechend schulen, werden sie Roboter als ihre Kollegen und als die hilfreiche Unterstützung, die sie sein sollen, akzeptieren.

Konzept, Partner, Technologie, Integration und Akzeptanz. Jetzt fehlt noch das letzte „R“ – die richtigen Kosten.

Und hier stehen wir durchaus vor einem gewissen Dilemma. Automatisierung ist auf der einen Seite unverzichtbar, weil sie die heute notwendige Effizienz ermöglicht. Auf der anderen Seite erfordert sie aber auch hohe Investitionskosten, denen gewisse Unsicherheiten gegenüberstehen. Neben der Kapitalbindung sind das beispielsweise kurze Vertragslaufzeiten und wirtschaftliche Risiken. Deshalb ist es wichtig, einerseits gute Finanzierungsmodelle zu finden und andererseits auf Multi-User-Einsatz beziehungsweise Drittverwendbarkeit zu setzen – also die Systeme modular, mobil und skalierbar zu gestalten.

Hast Du zum Abschluss noch ein paar Zahlen aus der FIEGE Welt für uns?

Sehr zufrieden sind wir mit unseren drei AutoStores, die an den Standorten Apfelstädt, Greven-Reckenfeld und Großbeeren für Kunden aus den Bereichen Fashion, Consumer Products und FMCG im Einsatz sind. Zwei weitere AutoStore-Projekte, die Ende des Jahres im Medizintechnik-Sektor an unserem Standort in Münster sowie mittelfristig an einem unserer Standorte in Polen zum Einsatz kommen werden, sind bereits in Planung. Stolz sind wir auch auf unsere beiden KI-basierten Roboterarme von Nomagic in Greven-Reckenfeld. Mit Blick auf das Thema Nachhaltigkeit leisten unsere insgesamt 17 Verpackungsmaschinen wertvolle Arbeit, da sie das Material bedarfsgerecht zuschneiden. Somit vermeiden wir einerseits unnötige Füllstoffe und reduzieren andererseits das Versenden von Luft im Paket. Insgesamt sind in der FIEGE Welt mittlerweile über 1.000 Roboter und über 50 Kilometer Fördertechnik integriert – Tendenz nach wie vor stark steigend. Denn die Automatisierung der Kontraktlogistik befindet sich noch in der Anfangsphase.

Ab geht die Post

Schnell, flexibel, sicher und zuverlässig – Luftpost bietet gegenüber anderen Versandarten zahlreiche Vorteile. Damit die Brief- und Paketbeförderung durch die Luft reibungslos funktioniert, sind am Boden effiziente Abfertigungsprozesse erforderlich. Am Flughafen Zürich, dem zentralen Drehkreuz der Swiss WorldCargo, setzt der Luftfrachtexperte auf FIEGE.

Die Luftpost blickt auf eine lange Geschichte zurück. Schon Jahrtausende, bevor die Welt erstmals von der Montgolfière hörte oder die Gebrüder Wright in ihrer „Flyer“ den ersten Motorflug absolvierten, kamen die Menschen im Alten Ägypten auf die Idee, wichtige Nachrichten auf schnellstem Wege durch die Luft zu befördern. Als Transportmittel nutzten sie gewöhnliche Haustauben, an deren Füßen sie kleine Mitteilungen befestigten, die diese über viele Kilometer hinweg im weitläufigen Niltal zustellten.

Heutzutage sind die Vögel, die für den Transport von Luftpost zum Einsatz kommen, aus Stahl. Und am Flughafen Zürich prangt bei vielen von ihnen das Schweizerkreuz auf dem Seitenleitwerk, denn das Luftpostgeschäft liegt weitgehend in den Händen der Swiss WorldCargo. Die Luftfrachtdvision von Swiss International Air Lines (SWISS) bewegt in den Flugzeugbüchen ihrer Flotte jährlich mehrere Millionen Kilogramm an Briefen und Paketen. Für die Postabfertigung in ihrem Zürcher Hub setzt die Swiss WorldCargo seit Beginn des Jahres auf FIEGE Air Cargo Logistics (FACL).





Teamwork: Für den nahezu perfekten Go-Live arbeiteten FIEGE und Swiss WorldCargo Hand in Hand.

Eine Punktlandung zum Auftakt

Für die FACL, die Luftfrachttochter der FIEGE Gruppe, war das Luftpostgeschäft damals völliges Neuland. Geschäftsführer Benjamin Looser erklärt: „Wir sind seit unserer Gründung im Jahr 2020 als Handling-Partner der Lufthansa Cargo für die physische Luftfrachtabfertigung am Frankfurter Flughafen verantwortlich. Als solcher hatten wir schon mit wertvollen Kunstwerken, Erlkönigen und sogar sämtlichen Arten von Gefahrgut zu tun – aber eben nicht mit Luftpost.“

Folglich musste die FACL zunächst alle formellen Anforderungen erfüllen, um die Dienstleistung überhaupt ausführen zu dürfen. Als der offizielle Go-Live immer näher rückte, bekamen die Verantwortlichen dann kurzzeitig doch noch schwitzige Hände: „Die letzte noch ausstehende Genehmigung haben wir erst wenige Stunden, bevor wir den ersten Luftpostsack in Empfang nehmen sollten, erhalten – eine Punktlandung im wahrsten Sinne des Wortes, die ohne den Support unserer Kolleginnen und Kollegen von FIEGE Schweiz so nicht möglich gewesen wäre“, erinnert sich Looser.

Wie ein Schweizer Uhrwerk

Der anschließende Go-Live sowie der Ramp-up verliefen dann deutlich besser, als manch einer erwartet hätte. Christian Wyss, Head of Cargo Offering Development & Steering bei Swiss WorldCargo erzählt: „Perfekt ist natürlich immer ein großes Wort, aber es lief wirklich reibungslos. Alle Zahnräder haben sofort ineinandergegriffen und es wurden sämtliche Fristen gehalten.“ Das habe vor allem am guten Teamwork gelegen, wie Looser ergänzt: „Ein besonderer Dank gilt unserem Kunden Swiss WorldCargo, der für den Hochlauf extra zwei Mitarbeitende abgestellt hat, die uns rund um die Uhr unterstützt und Hand in Hand mit uns zusammengearbeitet haben.“

Die Stabilisierungsphase, die standardmäßig üblich ist, fiel deutlich kürzer aus, als ursprünglich geplant. Stattdessen konnten die frisch gebackenen Partner direkt in die Optimierungsphase durchstarten – Touch-and-Go. Wyss erklärt: „Wir haben Mitte des Jahres gemeinsam eine Roadmap erstellt, wie wir die Luftpostabfertigung weiterentwickeln möchten. Darin geht es unter anderem um kleinere Automatisierungen, Lean Management sowie neue Aus- und Weiterbildungskonzepte für geschultes Flughafenpersonal. Mit der FACL haben wir einen innovativen Dienstleister gefunden, mit dem wir diese Themen auf Augenhöhe vorantreiben können.“

Bereit zum Abflug

Die Menge an Briefen und Paketen, die Swiss WorldCargo in diesem Jahr bewegt hat, liegen über Plan. „Unser Luftpostgeschäft entwickelt sich gut. Das liegt auch daran, dass FACL in unserem Zürcher Hub auf ein Zwei-Schicht-System umgestellt hat, wodurch wir flexibler sind, unsere Flugzeuge besser auslasten und mehr Luftpost taggleich verschicken können“, sagt Wyss. Mit der Qualität der Dienstleistung sei er sehr zufrieden – und die Bestandskunden der Swiss WorldCargo seien es ebenfalls.

Für die Zukunft plant der Schweizer Luftfrachtspezialist, viele weitere Kunden mit SWISS Mail zu unterstützen – egal, ob Import, Export oder Transfer. Die FACL übernimmt für Swiss WorldCargo mittlerweile auch den Sicherheitscheck der Luftpostsäcke, ohne den sie nicht verladen werden dürfen. Dafür wurde eine eigene Röntgenanlage für den Hub angeschafft. Looser sagt: „Die Zusammenarbeit war von der ersten Sekunde an geprägt von offener und ehrlicher Kommunikation. Dass wir nach nicht mal einem Jahr schon gemeinsam überlegen, wie wir unsere Partnerschaft ausbauen können, ist ein toller Vertrauensbeweis.“ Na dann: guten Flug.

Nachhaltiges Wachstum

Wien

Ur leiwand: In Wien hat FIEGE ein neues Multi-User-Center in Betrieb genommen. Die hochmoderne und zweigeschossige Immobilie liegt in unmittelbarer Nähe zum Wiener Flughafen und verfügt über eine optimale Verkehrsanbindung. Bei dem Brownfield-Projekt im Gemeindebezirk Simmering handelt es sich um unseren ersten selbst entwickelten Neubau in Österreich. Das EU-Taxonomie-konforme Logistikzentrum ist nach hohen energetischen Standards errichtet worden und erfüllt den Goldstandard 2023 der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB). Über das gesamte Dach erstreckt sich eine PV-Anlage mit einer Leistung von 1.000 Kilowatt-Peak. Die zusätzliche Logistikfläche in Wien stellen wir insbesondere für Kunden aus den Bereichen Consumer Products, Industry, FMCG, Fashion und Healthcare bereit.



Grundstücksfläche	16.000 m ²
Logistikfläche	22.000 m ²
Baustart	Juli 2024
Fertigstellung	Juli 2025

Borna

Die Borna-Identität: In Borna im Landkreis Leipzig hat FIEGE ein neues Multi-User-Center fertiggestellt. Mit Blick auf Nachhaltigkeit verfügt die Immobilie über ein Fassadensystem aus Holz und eine Mineralwoll-dämmung. Dadurch benötigt das Gebäude im Vergleich zum Referenzgebäude nur 40 Prozent der Primärenergie (EG-40-Standard). Durch eine Hallensohle mit WGK-3-Abdichtung sowie halbautomatische Klapp- und Steckschotts ist das moderne Logistikzentrum für die Gefahrstoffflage rung ausgelegt. Um die Klimatisierung kümmern sich zwei zentrale Heizzentralen mit Luft-Wasser-Wärmepumpen, auf dem Dach erzeugen rund 10.000 PV-Module mit einer Gesamtleistung von 4.500 Kilowatt-Peak grünen Strom für Eigenbedarf und Netzeinspeisung. In Borna bieten wir flexible Wachstumsflächen inmitten der dynamischen Logistikregion Leipzig/Halle – insbesondere für Kunden aus der Healthcare-Branche.



Grundstücksfläche	80.000 m ²
Logistikfläche	45.000 m ²
Baustart	September 2024
Fertigstellung	August 2025

Hamminkeln

Alles im R(h)einen: In Hamminkeln, unweit der niederländischen Grenze, errichtet FIEGE ein neues Multi-User-Center. Durch die unmittelbare Nähe zur Bundesautobahn 3 ist der Standort verkehrstechnisch gut angebunden und fügt sich nahtlos in unser bereits bestehendes Logistiknetz am Niederrhein mit Standorten in Bocholt und Emmerich ein. Die fünfgliedrige Halle wird über eine Mineralwolldämmung und energieeffiziente LED-Beleuchtung verfügen. Um die Beheizung kümmern sich nachhaltige Wärmepumpen. Die Energie dafür wird teilweise über eine PV-Anlage erzeugt, die das gesamte Dach bedecken und eine Gesamtleistung von 6.500 Kilowatt-Peak bereitstellen wird. Zudem werden automatisierte Gebäudeleittechnik und smarte Monitoring-Tools dafür sorgen, den Energieverbrauch der Immobilie zu optimieren. Damit streben wir den Standard EG-40 sowie eine Gold-Zertifizierung (Version 2023) der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) an.



Grundstücksfläche	95.000 m ²
Logistikfläche	55.000 m ²
Baustart	September 2025
Fertigstellung	Herbst 2026 (geplant)

FIEGE zählt zu den führenden Logistikimmobilienentwicklern in Deutschland. Auch in diesem Jahr haben unsere Expert:innen von FIEGE Real Estate viele Projekte umgesetzt und vorangetrieben – für uns selbst, aber auch für Dritte. Ein Überblick.

Hessisch Lichtenau

An Hessen führt kein Weg vorbei: In Hessisch Lichtenau plant FIEGE ein neues Multi-User-Center. Rund 25 Kilometer südöstlich von Kassel wird eine moderne Logistikhalle mit fünf Units entstehen. Ankunde im neuen Logistikzentrum wird unser langjähriger Partner Falken Tyre Europe. Durch die hervorragende verkehrstechnische Anbindung und seine zentrale Lage im Herzen Europas eignet sich der Standort sowohl für nationale als auch internationale Logistikströme ideal. Damit bauen wir unser Logistiknetz in Mitteldeutschland, das bereits Niederlassungen in Peine, Barleben und Apfelstädt umfasst, weiter aus. Die neue Immobilie wird nach hohen baulichen und energetischen Standards errichtet und soll den Goldstandard 2023 der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen erfüllen. Wie bei allen Neubauprojekten werden wir das Dach des Logistikzentrums mit einer PV-Anlage ausrüsten.



Grundstücksfläche	102.000 m²
Logistikfläche	52.000 m²
Baustart	Oktober 2025
Fertigstellung	Herbst 2026 (geplant)

Volle Einsatzkraft voraus

DRK-Bevölkerungsschutzzentrum in Luckenwalde

Aus Liebe zum Menschen: In Luckenwalde bei Berlin errichtet FIEGE als Generalübernehmer eines der größten und modernsten Bevölkerungsschutzzentren in Deutschland für das Deutsche Rote Kreuz. Das DRK wird am neuen Standort Hilfsgüter für die internationale und nationale Vorhaltung (zum Beispiel Hygienesets, Zelte und Gebäudetrockner), Gesundheitsstationen und ein Mobiles Betreuungsmodul sowie ein Feldkrankenhaus unterbringen. Zudem sollen hier auch Teile des Fuhrparks stationiert werden, weshalb in der Immobilie und auf dem Gelände besondere Vorkehrungen getroffen werden mussten.



Grundstücksfläche	34.000 m²
Lager- und Funktionsfläche	20.000 m²
Baustart	Oktober 2024
Fertigstellung	Anfang 2026 (geplant)

Mit der Lizenz zum Reklamieren

Wir implementieren Künstliche Intelligenz (KI) an verschiedenen Stellen im Unternehmen, um unsere Prozessstrukturen zu optimieren und Mehrwerte für unsere Kunden zu generieren. Beim Carrier Claims Management etwa übernimmt mittlerweile ein KI-Agent einen Großteil der Arbeit, analysiert Reklamationen und geht mit den verantwortlichen Paketdiensten eigenständig in den Austausch.

Die meisten von uns kennen wohl folgende Situation: Man findet im Internet das perfekte Produkt, nach dem man schon so lange vergeblich gesucht hat. Nach erfolgreicher Bestellung wartet man sehnlichst auf das Paket. Doch auf das Klingeln an der Tür folgt schließlich das böse Erwachen: Das Produkt ist beschädigt, die Sendung unvollständig – und der Ärger ist groß.

Um das Problem zu lösen, ist es erforderlich, sich wie ein Detektiv auf Spurensuche zu begeben. „Dieser Prozess kann sich äußerst langwierig gestalten, denn an die Schadensmeldung schließen sich in der Regel eine aufwendige Dokumentation sowie komplizierte Diskussionen über die Haftung an. Das sollten E-Commerce-Händler nicht unterschätzen“, weiß Christian Meierhoff, Head of E-Commerce Services bei FIEGE.

Zwar ist aus dem Tierreich bekannt, dass man sich wie das mühsame Eichhörnchen auch durch Kleinarbeit zum Erfolg durchkämpfen kann. Allerdings geht es mittlerweile auch deutlich einfacher, wie unser Carrier Claims Management beweist. Und zwar mithilfe von Künstlicher



Kennt sich mit KI-Agenten aus: Meierhoff. Christian Meierhoff.

Intelligenz: „Wir setzen seit 2024 eine generative KI ein, die unsere menschlichen Kolleginnen und Kollegen enorm entlastet, da sie mittlerweile zwischen 70 und 90 Prozent aller Reklamationsprozesse abwickelt – was rund 10.000 Fällen pro Monat entspricht“, berichtet Meierhoff.

Der KI-Agent mit der Lizenz zum Reklamieren basiert auf GPT-4 und wurde mit gezielten Prompts auf seine Funktion hin weiterentwickelt. Sobald Kund:innen eine Beschwerde einreichen, analysiert die KI die eingegebenen Daten, fordert fehlende Angaben nach und trifft eine Entscheidung, ob ein Reklamationsfall vorliegt. Meierhoff sagt: „Unsere Kolleginnen und Kollegen monitoren die KI, um im Zweifelsfall eingreifen zu können. Das ist und bleibt absolut unerlässlich.“ Denn bei FIEGE legen interne Leitlinien fest, dass KI nur innerhalb festgelegter Parameter selbst entscheiden darf und ihre Handlungen stets nachvollziehbar sein müssen. „Deshalb listet der KI-Agent auch jeden Argumentationsschritt leicht verständlich auf“, erzählt Meierhoff.

Liegt ein Schadensfall vor, nimmt die KI eigenständig Kontakt mit den betroffenen Carriern auf. Meierhoff berichtet: „Mögliche Entschädigungsforderungen werden innerhalb von Sekunden detailliert begründet. Das spart nicht nur Zeit, sondern auch Kosten – alles im Auftrag der Kundinnen und Kunden.“



**Wir bringen alles
in Bewegung.**

fiege.com

 **FIEGE**



Aller guten Dinge sind drei

König Fußball regiert die FIEGE Welt: Rund 1.000 Spieler:innen und noch einmal doppelt so viele Fans aus zehn Nationen und ein barmherziger Wettergott machen den FIEGE Soccer Cup 2025 in Münster-Handorf zu einem Event der Superlative. Auf und neben dem Platz zeigt sich wieder einmal die integrative Kraft des Fußballs – und warum er die schönste Nebensache der Welt bleibt.



Auch Heinz Fiege (r.), Dr. Hugo Fiege (l.) und seine Frau Lisa Fiege (M.) feuerten die Spieler:innen beim Soccer Cup an.

Wollte man den 19. FIEGE Soccer Cup mit einem Motto versehen, dann fiele die Wahl mit einiger Sicherheit auf „Mission Titelverteidigung“. Denn nachdem sich am späten Nachmittag erst die Vorjahresgewinnerinnen der SkyBlues in einem Herzschlagfinale mit 1:0 gegen die Bibliser Mädels durchgesetzt hatten und erneut auf dem Fußball-Olymp Platz nahmen, krönten sich bei den Herren die Kickers Biblis gegen Team Headquarter 1 sogar das dritte Mal in Folge zum Sieger und machten den ersten „Three-Peat“ in der Geschichte des FIEGE Soccer Cups perfekt.

Die anschließende Ehrung der Sieger:innen, bei der unsere Co-CEOs Felix Fiege und Jens Fiege den Teams die begehrten Pokale und Medaillen überreichten, war dann ein fast schon gewohntes Bild. Die Stimmung, die auf und vor dem Podium herrschte, war allerdings einmal mehr einzigartig. Das lag unter anderem auch daran, dass Vorstandskollege Martin Rademaker noch eine besondere Botschaft im Gepäck hatte: Wie der Coupe Jules Rimet – die frühere Trophäe der Fußball-WM –, den der brasilianische Fußballverband nach dem dritten Titel im Jahr 1970 behalten durfte, wird der (ehemalige) Wanderpokal des Herrenturniers beim FIEGE Soccer Cup nun seine dauerhafte Heimat im südhessischen Biblis finden.

Elf Freund:innen sollt ihr sein – bei unserem Soccer Cup waren es über 3.000.



Unter Gänsehautatmosphäre verpackt

Die Voraussetzungen für ein großes Fußball-Fest, das das Potenzial hatte, in einem Atemzug mit der diesjährigen Fußball-EM der Frauen genannt zu werden, hätten besser kaum sein können. Die nagelneue Sportanlage des TSV Handorf in Münsters Osten bot den über 3.000 internationalen Teilnehmer:innen alles, was das Herz begehrte – sowohl in sportlicher als auch in kulinarischer Hinsicht. „Das erste große Dankeschön geht an unser Orga-Team und die vielen freiwilligen Helferinnen und Helfer im Hintergrund. Man sieht Euch vielleicht nicht immer auf den ersten Blick, aber ohne Euch wäre ein solch außergewöhnliches Event gar nicht möglich“, sagte Felix Fiege, der das Familienunternehmen gemeinsam mit seinem Cousin Jens Fiege in fünfter Generation führt, unter großem Beifall der Kolleg:innen. „Wir sind sprachlos über das, was Ihr hier auf die Beine gestellt habt. Und wir freuen uns sehr, gemeinsam mit so vielen Menschen aus der FIEGE Family zu feiern!“

Jens Fiege ergänzte: „Wir möchten uns auch bei allen Kolleginnen und Kollegen bedanken, die teilweise über tausend Kilometer lange Busreisen auf sich genommen haben, um heute dabei sein zu können. Wir wissen, dass das alles andere als selbstverständlich ist. Umso stolzer und glücklicher sind wir über unseren ganz besonderen Teamspirit, der wohl an keinem Tag so sehr erlebbar ist wie beim Soccer Cup. Deshalb natürlich auch ein großer Dank an die Stadt Münster sowie den TSV und den TC Handorf, dass wir heute hier sein und ein großes Fußballfest feiern dürfen!“

Earth, Wind und Feiern

Spätestens bei der abschließenden Party im Festzelt zeigte sich dann wieder einmal deutlich, dass Fußball einen hervorragenden Rahmen bietet, um unterschiedliche Menschen aus verschiedenen Ländern zusammenzubringen. Und um einen zwar kompetitiven, aber fairen Wettkampf auszufechten – was auch durch die tollen Leistungen der über 20 eingesetzten Schiedsrichter:innen sichergestellt wurde. Vor allem aber zeigte sich eindrucksvoll, dass es beim FIEGE Soccer Cup um so viel mehr geht als „nur“ um Fußball. Es geht um das Miteinander, den gemeinsamen Zusammenhalt, interkulturelle Begegnungen und einen unvergesslichen Tag im Kreise der Kolleg:innen. Von daher: Mission erfüllt!

Ventures of a lifetime

Vor knapp zehn Jahren haben wir damit begonnen, einen eigenen Ventures-Bereich als vierte strategische Unternehmenssäule zu etablieren. Mit den drei Vehikeln XPRESS Founders, F-LOG und FIEGE Group Ventures werden Start- und Scale-ups in verschiedenen Lebenszyklen begleitet.

Wer nicht will, findet Gründe. Wer will, findet Wege. Dieses Mantra beschreibt das Mindset vieler Gründer:innen, die gemeinsam mit ihren Teams daran arbeiten, innovative Lösungen für die großen Herausforderungen unserer Zeit zu finden. Der Deutsche Start-up Monitor 2025, die umfassendste Studie zur hiesigen Start-up-Landschaft, geht aktuell von rund 23.000 aktiven Start-ups aus. Viele davon suchen neben der Liquidität durch

VC-Investments auch die Kooperation mit etablierten Unternehmen. „Auf der einen Seite geht es für uns natürlich darum, Geld zu investieren, um junge Unternehmen mit aufzubauen. Bei Corporate Venturing geht es zusätzlich immer auch um den Zugang zu Know-how, Netzwerken und Kundenbeziehungen, den wir bieten“, erzählt Andreas Pott, der gemeinsam mit Adrian Graf unseren Ventures-Bereich verantwortet.

Voltfang – die Energieversorgung von morgen

In diesem Jahr haben wir uns unter anderem am Cleantech-Start-up Voltfang beteiligt. Das Unternehmen wurde 2020 gegründet und ist bereits heute führender Anbieter europäischer Batteriespeicherlösungen für Industrie, Gewerbe und Netz-Anwendungen. David Oudsandji, CEO und Mitgründer von Voltfang, erklärt: „Europa steht vor großen Herausforderungen in der Energieversorgung, um sich gegenüber externen Einflüssen resilient zu machen. Wir müssen jetzt deutlich mehr Flexibilität in Form von Batteriegrößspeichersystemen schaffen.“

Für die Entwicklung der Batteriespeicher greift das Team auf requalifizierte Elektrofahrzeughärtierbatterien aus der europäischen Automobilindustrie zurück. Im Juni hat Voltfang eine Series-B-Finanzierungsrounde in Höhe von 15 Millionen Euro abgeschlossen. „Die Finanzierungsrounde war eine direkte Reaktion auf die enormen Auftragseingänge, die wir im ersten Quartal dieses Jahres verzeichnet haben“, sagt Oudsandji.

Als neuer Investor ist unter anderem FIEGE Group Ventures dazugestoßen. Von der technologischen Relevanz sei der Logistikdienstleister überzeugt, wie Pott sagt: „Auf den Dächern unserer Logistikzentren produzieren wir in sonnenintensiven Phasen viel mehr Energie, als wir selbst verbrauchen können. Deshalb wollen wir den Strom speichern, um ihn bei Bedarf zu einem späteren

Zeitpunkt zu nutzen und unabhängiger vom Energiemarkt zu werden. Voltfang hat dafür eine technologisch überzeugende, ökologisch sinnvolle und wirtschaftlich skalierbare Lösung entwickelt.“



Einen guten Fang gemacht: Die Gründer von Voltfang haben uns mit ihrer Idee überzeugt.



Filics aus der Asche:
das Doppelkufensystem von Filics
ist weltweit einzigartig.

Filics – auf den Kufen, die die Welt bedeuten

Auch das Portfolio des unabhängigen Venture-Capital-Fonds der FIEGE Gruppe hat in diesem Jahr weiteren Zuwachs bekommen. Neu an Bord bei F-LOG Ventures ist unter anderem das Robotik-Start-up Filics, das in einer Finanzierungsrounde zusammen mit Top Investoren wie 10x Founders, Capnamic, Bayern Kapital und Amazon Industrial Innovation Fund insgesamt 13,5 Millionen Euro frisches Kapital für die Weiterentwicklung seiner autonomen Transporteinheit und die Expansion in europäische Märkte eingesammelt hat. Gregor Kolls, Co-Founder und CEO von Filics, erklärt: „Das ist der nächste große Schritt in unserer Wachstumsstrategie. Dank der starken Unterstützung können wir die Technologie weiter optimieren und skalieren. Das Vertrauen unserer Investoren bedeutet dabei Rückenwind und Verpflichtung zugleich.“

Die „Filics Unit“ besteht aus einem weltweit einmaligen und besonders flachen Doppelkufensystem, das speziell für die Handhabung von Euro-Paletten und -Gitterboxen ausgelegt ist, die die flexiblen Roboter selbstständig unterfahren und anheben können. Dabei reduzieren sie den für das Manövrieren erforderlichen Platz auf ein absolutes Minimum. Pott sagt: „Mit seiner Robotik-Lösung adressiert Filics zentrale Herausforderungen der Logistikbranche wie den Fachkräftemangel, Kapazitätsengpässe und autonome Transporte in engen und unübersichtlichen Umgebungen. Wir sehen großes Potenzial – sowohl in der innovativen Technologie als auch in dem motivierten Team dahinter. Daher freuen wir uns sehr, die Reise von Filics künftig begleiten zu dürfen.“

pyck – Lagerverwaltung der nächsten Generation

Wie der Deutsche Start-up Monitor 2025 zeigt, beschäftigen sich viele der Start-ups hierzulande damit, Software-as-a-Service bereitzustellen oder eigene Software-Lösungen zu entwickeln. Ein erfolgreiches Beispiel ist das Toolkit für Warehousing Software von pyck, mit dem das Tech-Unternehmen aus Schwäbisch Hall unter anderem XPRESS Founders als Investor überzeugt hat. Insgesamt 2,6 Millionen Euro hat pyck auch von weiteren Investoren wie Iris Capital und Rethink Ventures in seiner Seed-Finanzierungsrounde eingesammelt. Daniel Jarr, CEO und Co-Founder von pyck, erklärt: „Jedes Lager funktioniert anders – Standardlösungen stoßen schnell an ihre Grenzen. Unsere Architektur erlaubt individuelle Anpassungen und die Integration neuer Technologien.“

Das Besondere am Toolkit von pyck ist das Open-Source-Framework, wodurch es gegenüber klassischen Warehouse-Management-Systemen (WMS) mehr Transparenz, mehr Flexibilität und mehr Kontrolle bietet. Die



First pyck of the Draft (v.l.n.r.): Maximilian Mack, Matthias Nagel und Daniel Jarr, die Gründer von pyck.

Implementierung sowie Prozessanpassungen lassen sich damit bis zu 60 Prozent schneller und günstiger durchführen. Adrian Graf ergänzt: „pyck hat mit seiner agilen und KI-nativen Plattform bereits namhafte Pilotkunden wie Hellmann und Siemens überzeugt und ist auf dem besten Wege, Warehouse Management neu zu definieren. Wir sind sehr froh, dass wir das Team künftig dabei unterstützen können.“

Stabiles Ökosystem

FIEGE rüstet seine Logistikzentren zu kleinen nachhaltigen Kraftwerken auf. Durch großflächige PV-Anlagen, Energiespeicher und Ladeparks sollen Energy-Hubs entstehen, die FIEGE unabhängiger vom Energiemarkt und resilenter gegenüber äußeren Einflüssen machen. Wie die Energieökosysteme aussehen sollen, erläutert Hartmut Entrup, Director Energy Solutions bei FIEGE.



FIEGE beschäftigt sich intensiv und auf strategischer Ebene mit dem Thema Energie. Was ist der Hintergrund?

FIEGE verfügt weltweit über 136 Standorte. Und jeder dieser Standorte verfügt über eine mehr oder weniger große Dachfläche, die sich bestens für die Installation von Photovoltaik-Anlagen eignet. Aus wirtschaftlicher Sicht ist es nur logisch, dass wir dieses Potenzial nutzen. Es gibt aber noch einen weiteren und wichtigeren Grund, weshalb wir in die Energiewende investieren: FIEGE strebt eine Net-Zero-Transformation des Unternehmens an. Dafür haben wir uns ambitionierte Klimaziele gesteckt, zu denen auch die Verbesserung der CO₂-Bilanz unserer Standorte zählt. Unser Plan ist es, die 40 bis 50 größten Logistikzentren in der FIEGE Welt schrittweise mit PV-Anlagen, Batteriespeichern und Ladeinfrastruktur auszustatten.

Welche Vorteile verspricht sich FIEGE davon?

Die hohen und schwankenden Energiepreise machen es attraktiv, unabhängiger vom Energiemarkt zu werden. Zudem möchten wir die Eigenverbrauchsquote in unseren Logistikzentren erhöhen – dabei muss man allerdings wissen, dass unsere Standorte im Gegensatz zu Betrieben mit industrieller Fertigung deutlich weniger Energie benötigen. Deshalb macht es für uns doppelt Sinn, die Sektorenkoppelung von Strom, Wärme und E-Mobilität voranzutreiben, indem wir verstärkt auf Wärmepumpen umrüsten und Ladepunkte für E-Lkw an unseren Standorten installieren. Damit können wir mehr von dem selbst erzeugten PV-Strom abnehmen und müssen ihn nicht ins Netz einspeisen. Parallel dazu suchen wir in der Nachbarschaft unserer Standorte nach Abnehmern, denen wir den Strom verkaufen können. Das Interesse ist groß, weil wir es den Unternehmen auf diese Weise abnehmen, selbst für eine entsprechende Infrastruktur sorgen zu müssen.



So weit das Auge reicht: Wir rüsten unsere Logistikzentren mit großen PV-Anlagen aus.

Mit welchem Tempo schreitet der Ausbau von PV-Anlagen bei FIEGE voran?

Aktuell sind gut 450.000 Quadratmeter unserer Dachflächen mit Photovoltaik-Anlagen ausgerüstet. Pro Jahr bauen wir in etwa neue Kapazitäten von zehn bis fünfzehn Megawatt auf. Bis 2030 wollen wir bilanziell mehr grüne Energie erzeugen, als wir selbst verbrauchen.

Welche Rolle spielen Energiespeichersysteme?

Für unsere Energieökosysteme werden Batteriespeicher eine entscheidende Rolle spielen. Deshalb haben wir uns in diesem Jahr an dem Cleantech-Start-up Voltfang beteiligt, das sich bereits jetzt – nur fünf Jahre nach seiner Gründung – zum führenden Anbieter europäischer Batteriespeicherlösungen für Industrie, Gewerbe und Netz-Anwendungen entwickelt hat. Wir möchten an unseren Standorten eine Voltfang-Containerlösung mit einer Kapazität von rund fünf Megawattstunden installieren, die wir im Multi-Use-Betrieb fahren können. Das bedeutet, dass wir die gespeicherte Energie zur Eigenverbrauchsoptimierung, zur Kappung von Lastspitzen und perspektivisch auch zum Arbitrageshandel einsetzen können.

Big Brother: FIEGE setzt auf Containerlösungen von Voltfang.

Die Energieökosysteme unterstützen nicht nur die Dekarbonisierung der Standorte, sondern auch die Dekarbonisierung der FIEGE Flotte. Wie zählen die Pläne auf die E-Mobilität ein?

Wir haben mittlerweile 14 E-Lkw in Betrieb, von denen sich vor allem die neuen Fahrzeuge der zweiten Generation auch für den Fernverkehr eignen. Wir wollen beweisen, dass E-Mobilität in diesem Bereich nicht nur nachhaltig, sondern auch wirtschaftlich ist. Deshalb investieren wir an unseren Standorten gezielt in die Ladeinfrastruktur für E-Lkw. Diese wollen wir als Chargepoint-Operator auch für fremde Flottenbetreiber öffnen, die nach Möglichkeiten suchen, auf Tagesrouten nachzulaufen – auch dafür können wir unseren selbstproduzierten Solarstrom wunderbar nutzen.



Perfekte Stromabnehmer: Wir bauen die Lade-Infrastruktur für E-Lkw aus.

Und wohin geht die Reise in Zukunft?

Unser Ziel ist es, dass nicht nur wir von dem Konzept der Energieökosysteme profitieren, sondern auch Dritte. Unsere Energieökosysteme sind skalierbar, wirtschaftlich tragfähig und perspektivisch – beispielsweise auch mit Windkraftanlagen – zu einem virtuellen Kraftwerk vernetzbar. Wir wollen unseren Beitrag zur Energiewende leisten, aber erneuerbare Energie auch zu einem integralen Bestandteil unseres Geschäftsmodells ausbauen. Deshalb werden wir unsere Kompetenzen in diesem Bereich auch als Dienstleistung für Dritte zur Verfügung stellen.



Das Leben ist zu kurz für irgendwann: Gemeinsam mit den Sana Kliniken kümmern wir uns um eine optimale Versorgung bis ans Bett der Patient:innen.



Gut versorgt

Die Sana Kliniken AG ist der drittgrößte private Klinikbetreiber Deutschlands und einer der bedeutendsten Anbieter im Bereich integrierter Gesundheitsleistungen. Für den optimalen strategischen Einkauf und eine reibungslose Logistik, die für die Versorgung von Patient:innen in Kliniken von entscheidender Bedeutung sind, sorgt die Sana Einkauf & Logistik GmbH – und arbeitet dafür seit über zehn Jahren eng mit FIEGE zusammen.

Die Sana Einkauf & Logistik, kurz SEL, ist wohl ziemlich genau das, wofür in den 1990er Jahren der Begriff „Hidden Champion“ erfunden wurde. Zahlenbeleg gefällig? Aktuell stellen mehr als 1.500 Gesundheitseinrichtungen in Deutschland und der Schweiz über den Sana-Einkaufsverbund, der jüngst den Zusammenschluss mit der Vivecti Group angekündigt hat, die Versorgung ihrer Patient:innen mit benötigten Waren sicher. Das Angebot umfasst Medizinprodukte, Verbrauchsmaterial, Investitionsgüter sowie die Bereiche Pharma und Labor. Mit über 700 Herstellern verhandelt SEL dafür Preise und Konditionen. Und die angeschlossenen Kliniken und Gesundheitseinrichtungen beziehen auf dieser Basis Waren im Wert von rund vier Milliarden Euro jährlich. Zusätzlich bietet SEL für zahlreiche Kliniken die komplette logistische Versorgung als Dienstleistung an.

Am Beispiel der SEL zeigt sich: Eine optimale Versorgung von Patient:innen braucht weit mehr als „nur“ qualifiziertes Personal in Gesundheitseinrichtungen, sie erfordert vor allem auch eine verlässliche Versorgung mit Produkten. Die SEL behält genau diese Versorgungssicherheit entlang der gesamten Lieferkette im Blick, denn neben Medizintechnik und pharmazeutischen Erzeugnissen bildet medizinisches und pflegerisches Verbrauchsmaterial eine unverzichtbare Grundlage für die tägliche Arbeit in Kliniken.



Eine verlässliche Logistik als A und O

Für den Teil der Kette, der mitentscheidend dafür ist, ob ein benötigtes Produkt im Stationsschrank einer Klinik verfügbar ist oder nicht, arbeitet die SEL seit 2014 eng mit FIEGE zusammen. Nur durch eine verlässliche und reibungslose Logistik kann sichergestellt werden, dass Kliniken zu jeder Zeit Zugriff auf sämtliche benötigten Produkte haben. Julian Hupe, Geschäftsführer der SEL, erklärt: „Deshalb haben wir gemeinsam mit FIEGE Healthcare ein mehrstufiges Distributionsmodell aufgebaut, das den besonderen Anforderungen des Klinikalltags gerecht wird: zentrale Umschlagspunkte, digitale Chargenverfolgung, temperaturgeführte Transporte – und bei Bedarf Overnight-Logistik oder Konsignationslager für Spitzenebenen.“

Als Königsdisziplin gilt dabei die Krankenhausvollversorgung, also der gesamte Weg vom Bestellprozess bis zur Bereitstellung auf der Station. Michael Lorca, Managing Director bei FIEGE Healthcare, sagt: „Bei der Krankenhausvollversorgung müssen sehr viele Stellschrauben perfekt ineinandergreifen, um nicht nur Menge und Verfügbarkeit zu sichern, sondern auch Fehlerquoten im Gesamtprozess zu minimieren und die Mitarbeitenden in den Kliniken spürbar zu entlasten. Dafür braucht es zum einen effiziente Inhouse-Logistikstrukturen sowie zum anderen ein abgestimmtes Zusammenspiel mit allen Partnern – insbesondere bei Produkten, die in großer Stückzahl und bei stets schwankenden Bestellmengen benötigt werden.“



Dauerhafte Warenverfügbarkeit

Oberste Priorität genießt dabei neben dem Schutz und dem Wohl der Patient:innen freilich die dauerhafte Warenverfügbarkeit. Hupe sagt: „Dafür arbeiten wir mit FIEGE seit über einem Jahrzehnt erfolgreich Hand in Hand zusammen. Wir setzen auf eine klare Aufgabenverteilung: Wir übernehmen den strategischen Einkauf und das operative Bestellen der Kliniken, FIEGE übernimmt die logistische Abwicklung und Lagerung der Waren.“

Es ist ein Zusammenspiel, das funktioniert und punktgenau aufeinander abgestimmt ist. Die Sana Kliniken sind über die Jahre kontinuierlich gewachsen, neue Häuser wurden in die Versorgung integriert. Entsprechend wurde auch das gemeinsame Standortnetzwerk von FIEGE und SEL bis zum heutigen, perfekten Mix optimiert. Drei gemeinsame Standorte bilden mit rund 12.000 Quadratmetern Logistikfläche die stabile Basis der Versorgung. Lorca erklärt: „Unser gemeinsames Standortnetz ist heute mit Blick auf Größe, Personal, Lagertechnik, IT-Systeme und Entfernung zu den Kliniken so ausgelegt, dass es einerseits Effizienz in der Routine sichert und andererseits die nötige Flexibilität bietet, um auf Auftragsspitzen jederzeit und schnell reagieren zu können – und darüber hinaus natürlich auch alle regulatorischen Anforderungen wie beispielsweise die Medical Device Regulation erfüllt.“

Nach allen Regeln der Kunst

An den gemeinsamen Standorten sind mittlerweile über 50 FIEGE Mitarbeiter:innen rund um die Uhr für SEL im Einsatz und erreichbar, um eine effiziente Lagerlogistik und einen reibungslosen Transport bis in die Klinik zu gewährleisten. So werden die von den Krankenhäusern benötigten Waren und Artikel im Lager bereits so kommissioniert und für den Versand bereitgestellt, dass sie später im Krankenhaus durch die sogenannten Versorgungsassistent:innen der SEL schnellstmöglich und wegeoptimiert an die einzelnen Abteilungen verteilt werden können. Ein Rädchen greift ins andere – oder wie Hupe es zusammenfasst: „Was unsere Kooperation mit FIEGE auszeichnet, ist unser gemeinsames Verständnis von Krankenhauslogistik mit höchsten Standards und einheitlichen Regeln, um optimale Abläufe sicherzustellen. Auf diese Weise sichern wir eine Versorgung, die im wahren Wortsinn bei unseren Patientinnen und Patienten ankommt – vom einfachen Untersuchungshandschuh bis zum lebensrettenden Herzschrittmacher.“

Wir versorgen Menschen in jedem Fall: Seit über 25 Jahren ist FIEGE Healthcare ein zuverlässiger Partner in der Krankenhauslogistik.

LEAN ZU NE

„Wir bewegen gemeinsam Technik für das Leben“ – so überschreiben Dräger und FIEGE ihre Zusammenarbeit. Seit Ende 2021 fungiert die FIEGE Niederlassung in Zülpich als International Distribution Center (IDC) für einen der führenden Hersteller von Medizin- und Sicherheitstechnik. Die Logistik dahinter ist komplex, doch dank einer über-einstimmenden Lean-Management-Philosophie beider Unternehmen wird sie stetig effizienter.

Partnerschaft, die man nicht nur spürt, sondern auch sieht: Dräger und FIEGE machen auch optisch gemeinsame Sache.



Wir bewegen gemeinsam Technik für das Leben!



Worauf Sie sich verlassen können:
Dräger ist ein international führendes Unternehmen auf den Gebieten der Medizin- und Sicherheitstechnik.

Als Steve Jobs einst der Prototyp des iPads präsentierte wurde, soll sich der Apple-Gründer beschwert haben, dass das Gerät zu groß sei. Auf den Hinweis eines Ingenieurs, dass es kleiner nicht gehe – so die Erzählung –, habe Jobs das Tablet kurzerhand in einem Aquarium versenkt und gesagt: „Ich sehe Luftblasen, es ist also noch Platz. Macht es kleiner!“ Das sprudelnde iPad steht bildhaft für einen ganz zentralen Punkt des Lean-Denkens: Verschwendungen jeglicher Art vermeiden.

Bei FIEGE in Zülpich treiben René Böhmer, Director Operations & Operational Excellence im FIEGE Geschäftsbereich Healthcare, und das Standort-Team den Lean-Gedanken täglich voran. Böhmer sagt: „Aufgrund der vielen Vorschriften ist Healthcare-Logistik so ziemlich das Anspruchsvollste, was die Branche zu bieten hat. Jede Abwicklung hat ihre eigenen Herausforderungen.“ Auch der Hochlauf für Dräger, der im Dezember 2021 mit der Einlagerung der ersten Lkw-Ladung begann, sei sehr komplex gewesen, erklärt Böhmer. „Unser Kunde hat uns das Vertrauen und die nötige Zeit geschenkt, um uns auf das Projekt einzustellen. Dafür waren und sind wir sehr dankbar.“

Weltweiter Versand bis ans Krankenbett

Heute, rund vier Jahre später, ist alles eingespielt, die Prozesse laufen reibungslos und sehr stabil. Aus dem IDC in Zülpich verschickt FIEGE für Dräger Medizin- und Sicherheitstechnik an Gesundheitseinrichtungen sowie Industrikunden in 156 Ländern. Sebastian Krause, Director Market Fulfillment & Global Distribution bei Dräger, erklärt die Bandbreite: „Wir haben zum Beispiel vielfältige Sicherheitsausrüstung für Feuerwehr, Rettungsdienst und Co. im Sortiment. Wir lagern in Zülpich aber auch Ersatzteile, beispielsweise für Beatmungs- und Anästhesiegeräte, die bei Reparaturbedarf kurzfristig auf der Intensivstation benötigt werden. Da geht es dann tatsächlich um das Leben.“

Die Aufgabe erfordert ein hohes Maß an Sorgfalt und Präzision – und Dräger und FIEGE schaffen es, die Abläufe immer noch ein bisschen weiter zu optimieren. Grund dafür sei das partnerschaftliche Verhältnis – und das Streben nach Verbesserung, das die beiden Unternehmen vereine, sagt Krause. „Bei Dräger legen wir großen Wert auf die kontinuierliche Lean-Transformation unseres Unternehmens, um die Zuverlässigkeit, die Effizienz und die Serviceleistung stetig weiter zu steigern. Das betrifft die Produktion, aber natürlich genauso unsere Logistik. Wir freuen uns sehr, in FIEGE einen Partner mit dem gleichen Mindset gefunden zu haben.“

Schritt für Schritt zu mehr Effizienz

Tatsächlich spielen Operational Excellence und Lean Management auch bei FIEGE eine wichtige Rolle, um größtmöglichen Mehrwert für die Kunden zu generieren. Böhmer beschreibt das Erfolgsgeheimnis der Partnerschaft mit Dräger wie folgt: „Absolute Ehrlichkeit und volle Transparenz – es ist eine Zusammenarbeit mit stets offenem Visier. Wenn wir Prozessfehler feststellen, geht es nicht um Schuldzuweisungen, sondern nur darum, gemeinsam mit unserem Kunden die bestmögliche Lösung zu finden. Das schafft ein tiefes Vertrauen. Unsere Teams lernen stetig voneinander.“

Um den Kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) zu begünstigen, haben Dräger und FIEGE eine gemeinsame Methode und regelmäßige Meetings etabliert. „In den wöchentlichen KVP-Terminen und in den Quarterly Business Reviews besprechen, bewerten und priorisieren wir Stellschrauben, an denen wir drehen können“, erklärt Böhmer. An vielen Schnittstellen sei das Konzept bereits aufgegangen: „Die Zollabwicklung zum Beispiel war früher produktionsbedingt noch sehr papierintensiv. Das haben wir erheblich optimiert, sodass wir digitaler, schneller und effektiver arbeiten können.“



Sebastian Krause
Director Market Fulfillment & Global Distribution bei Dräger

Gemeinsame Vision, gemeinsamer Auftritt

Die Erfolge seien messbar, sagt Böhmer: „Auf dem FIEGE Lean-Aktivitäts-Index haben wir uns im vergangenen Jahr um 41 Prozent verbessert. Mit einem Gesamtergebnis von 94 Prozent zählen wir innerhalb der FIEGE Welt zu den Top-Standorten.“ Und die nächsten Projekte liegen schon in der Pipeline: So soll beispielsweise der Lager- und Prozess-Bereich durch eine raumoptimierende Layoutplanung an die aktuellen Bedürfnisse von Dräger angepasst werden – es ist ein Ergebnis des regelmäßigen Austausches beider Teams.

Auch gemeinsame Automatisierungskonzepte, etwa im Bereich Verpackung, haben Dräger und FIEGE auf der Agenda. Sebastian Krause erklärt: „Letztlich geht die Lean-Reise nie zu Ende, denn Potenzial für weitere Verbesserungen findet man immer. Vor allem, wenn man so eng zusammenarbeitet wie wir.“ Ob Qualität, Geschwindigkeit, Effizienz oder Sicherheit: Alle Themen kommen auf den Tisch. „Wir identifizieren uns sehr mit der Partnerschaft und haben deshalb ein Co-Branding entwickelt, um diesen Zusammenhalt auch nach außen zu dokumentieren“, sagt Krause – viel besser kann man den gemeinsamen Fortschritt wohl kaum sichtbar machen.

Auf unserem Healthcare-Campus in Zülpich, der mit einer Platin-Medaille von EcoVadis ausgezeichnet ist, stehen zwei Multi-User-Center mit über 100.000 Quadratmetern Logistikfläche zur Verfügung.





Sechs Sterne für die Verkehrswende

Wir treiben die Dekarbonisierung unserer Lkw-Flotte konsequent voran. Neben der vermehrten Verwendung von Biogas und synthetischem Diesel (HVO) spielt dabei vor allem Elektromobilität eine zentrale Rolle. Insgesamt 14 schwere E-Lkw sind mittlerweile unter FIEGE Flagge auf den Straßen Europas unterwegs – Tendenz steigend.

Wenn der namensgebende Erfinder Rudolf Diesel heute einen modernen Dieselmotor sähe, würde er vermutlich große Augen machen. Innovative Materialien, ausgereifte Abgastechnik und eine immer bessere Kraftstoffqualität haben maßgeblich dazu beigetragen, dass die hocheffizienten Lkw-Motoren mittlerweile kaum noch Luftschadstoffe ausstoßen. Die spezifischen CO₂-Emissionen im Straßengüterverkehr haben sich in den letzten 30 Jahren allerdings trotzdem nur um knapp zehn Prozent verringert, was unter anderem an der deutlich gestiegenen Fahrleistung von Lkw liegt.

Die Dekarbonisierung des Verkehrssektors bleibt somit eine große Herausforderung – und deshalb treiben wir den Umstieg auf elektrische Lkw konsequent voran. „Entgegen der aktuellen Entwicklung in vielen Branchen halten wir entschlossen an unserem Ziel der Klimaneutralität fest. Wir wollen unsere Emissionen bis 2050 auf Netto-Null reduzieren. Deshalb steht für uns außer Frage,

dass wir gemeinsam mit unseren Kunden und Partnern weiter in nachhaltige Logistiklösungen investieren“, sagt Felix Fiege, Co-CEO von FIEGE.

Langstrecke, aber nachhaltig

Im Sommer dieses Jahres haben wir sechs weitere schwere E-Lkw in Betrieb genommen. Die neuen eActros 600 von Mercedes-Benz sind ein technologischer Vorreiter und wurden im Rahmen der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) von einer Fachjury mit dem renommierten Branchenpreis „International Truck of the Year 2025“ ausgezeichnet. Die Fahrzeuge sind speziell für die Langstrecke konzipiert und werden bei FIEGE an verschiedenen Niederlassungen und für Kunden aus unterschiedlichen Branchen eingesetzt.

Stephan Wittenbrink, Managing Director der FIEGE Geschäftseinheit Transport, sagt: „Wir freuen uns, unsere internationale E-Flotte mit den sechs eActros 600 der zweiten Generation zu vergrößern. Der Ausbau unserer E-Flotte, unterstützt durch den vermehrten Einsatz von alternativen Kraftstoffen wie Bio-CNG, Bio-LNG und HVO100, ist ein weiterer wichtiger Schritt mit Blick auf unsere Dekarbonisierungs-Strategie.“ Mit insgesamt 14 schweren E-Lkw kann FIEGE den Fernverkehr zukünftig noch nachhaltiger bedienen, erklärt Wittenbrink: „Wir verfügen mittlerweile über eine der größten E-Flotten im Schwerlastbereich. Die neuen Fahrzeuge werden uns dabei helfen, unsere CO₂-Emissionen weiter zu reduzieren und unserer ökologischen Verantwortung als Logistikdienstleister, insbesondere auch im Bereich Transport, gerecht zu werden.“

Mit Rat und Tat zur Seite

FIEGE hat sein Dienstleistungsportfolio ausgeweitet und bietet künftig auch datengestützte Transportberatung an. Unser neues Angebot mit Fokus auf effiziente Transport- und Last-Mile-Netzwerke richtet sich gleichermaßen an Industrie, Handel sowie das Zeitungs- und Verlagswesen.

Wissen ist Macht – dieses geflügelte Wort geht auf den englischen Philosophen Francis Bacon zurück, der gemeinhin als Vordenker der Aufklärung und Vater des Empirismus gilt. Allerdings ist Wissen laut der österreichischen Schriftstellerin Marie von Ebner-Eschenbach auch das einzige Gut, das sich vermehrt, wenn man es teilt. Beide Sichtweisen zusammengenommen liefern gute Gründe dafür, warum FIEGE sein Service-Angebot in diesem Sommer um den Bereich Transportberatung ergänzt hat.

Ralf Gretenkord, der den neuen Service-Bereich bei FIEGE verantwortet, beschreibt es so: „Die moderne Logistiklandschaft ist äußerst komplex. Immer mehr Akteure sind in globale Lieferketten involviert, viele Märkte sind volatile und der Kostendruck steigt.“ Gleichzeitig wachsen die Service-Ansprüche und auch der Kostendruck auf Kundenseite nimmt zu, was viele Transportunternehmen vor zusätzliche Herausforderungen stellt – auch und insbesondere mit Blick auf nachhaltige Lösungen. „Die FIEGE Gruppe verfügt über mehr als 150 Jahre Erfahrung in der Logistikbranche. Diese Expertise wollen wir weitergeben, um unseren Kunden und Partnern dabei zu helfen, Transportsysteme zu optimieren und sich resistent sowie zukunftssicher aufzustellen“, sagt Gretenkord.

Das ganzheitliche Beratungskonzept umfasst sämtliche Prozesse von der Analyse der Ist-Situation über das Konzeptionieren und Simulieren von Zukunftsszenarien bis hin zur technischen Implementierung. Dabei setzen unsere Transportexpert:innen vor allem auf die Macht der Daten, sagt Gretenkord: „Daten steuern den Warenfluss. Wer sie beherrscht, optimiert jede Lieferung.“



Verlieren Worte über Transporte: unsere Berater:innen für Transport- und Last-Mile-Netzwerke.

Im Kompetenzbereich von FIEGE liegen Center-of-Gravity-Analysen, Geo- und Time-Tracking sowie Touren-disposition und Transportmanagement – von den logistischen Quellen über Zwischenlager und Depots bis hin zur letzten Meile. „Mit unserem 360-Grad-Ansatz unterstützen wir Unternehmen auch beim Change Management, der Schulung von Mitarbeitenden und letztlich so lange, bis die optimierten Transportnetzwerke nachhaltig in der Organisation verankert sind“, erklärt Gretenkord – und weiter: „Überall dort, wo Waren effizient transportiert und Last-Mile-Sendungen auf schnellstem Wege zugestellt werden müssen, können wir mit unserer Erfahrung helfen.“

Ratlos?

Unsere Expert:innen helfen weiter:
QR-Code scannen und unverbindlich Kontakt aufnehmen.



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Digitales
und Verkehr

Koordiniert durch:



Bewilligungsbehörde:



Bundesamt
für Logistik
und Mobilität

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Wandelbar wie ein Chamäleon

Als Fujitsu 1935 gegründet wurde, waren Rechenmaschinen noch näher am Abakus als am PC. Heute zählt das japanische Unternehmen zu den führenden Technologiekonzernen auf der Welt und unterstützt mit KI, Computing, Networks, Data & Security und Converging Technologies seine Kunden bei der nachhaltigen Transformation. Innerhalb dieser globalen Strategie fokussiert sich die Fsas Technologies GmbH, die aus dem Plattform-Geschäft von Fujitsu hervorgegangen ist, auf das Data-Center-Produktgeschäft und zugehörige Services. Und seit 25 Jahren zeigen die Fujitsu Group, Fsas Technologies und FIEGE, was flexible Logistik bedeutet.



Konrad Zuse, John von Neumann, Alan Turing – das sind nur drei der vielen Mathematiker und Ingenieure, die in den 1940er Jahren zur Erfindung von Computern beigetragen haben. Damals konzentrierte sich die japanische Firma Fuji Tsushinki Manufacturing noch auf Telefonvermittlungsanlagen. Heute sind digitale Technologien – und mit ihnen der Name Fujitsu – aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Der IT-Konzern war mal einer der größten Computer-Hersteller der Welt und hat sich mittlerweile zu einem globalen Partner für nachhaltige Transformation entwickelt.

Seit einem Vierteljahrhundert ist FIEGE als Logistikdienstleister mit an Bord. Die Zusammenarbeit mit der Fujitsu Group war stets im Fluss, erinnert sich Michael Suden, bei FIEGE seit frühen Tagen für den Kunden mitverantwortlich: „Im Jahr 2000 haben wir in unserer Niederlassung in Apfelstädt bei Erfurt damit begonnen, die Batch-Zusammenstellung von IT-Geräten und Zubehörteilen im Consumer-Bereich zu übernehmen, die im Fujitsu-Werk im 30 Kilometer entfernten Sömmerda produziert wurden. Das Geschäft und damit unsere Dienstleistungstiefe haben sich seitdem stetig weiterentwickelt.“

Der frühe Vogel fängt den Worms

Die weltweite Distribution von Computern, Notebooks, Workstations und Servern wickelte Fujitsu zu dieser Zeit über verschiedene Lagerstandorte ab. „Im Dezember 2000 haben wir die Möglichkeit erhalten, ein 155.000 Quadratmeter großes Grundstück in Worms zu kaufen, auf dem bereits eine kleine Logistikimmobilie existierte und das zudem ausreichend Platz für ein zusätzliches Multi-User-Center bot“, erzählt Suden. Durch den ab 2004 von FIEGE Real Estate errichteten Neubau wuchs die Logistikfläche am Standort schrittweise auf über 82.000 Quadratmeter an – und FIEGE erhielt von Fujitsu den Zuschlag für den Betrieb des Volume Distribution Centers (VDC).

Im VDC konsolidierte FIEGE die Geschäfte, die bisher in den verschiedenen Miet- und Außenlagern abgewickelt worden waren. „Wir konnten Fujitsu durch unsere Multi-User-Struktur zudem die Perspektive bieten, im Bedarfsfall kurzfristig weitere Flächen zu mieten und so maximal flexibel zu sein“, erklärt Suden. Da auch die Batch-Zusammenstellung aus Apfelstädt in das geräumige neue Logistikzentrum in Worms umgezogen wurde, mussten viele neue Mitarbeiter:innen gewonnen werden. Suden sagt: „Wir konnten damals einige Fachkräfte aus Apfelstädt dafür begeistern, mit dem Geschäft nach Worms zu ziehen. Zudem haben uns drei Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Fujitsu unterstützt, die permanent vor Ort und ansprechbar waren, damit wir uns schnell in der Fujitsu-Welt zurechtfinden.“



Willkommen in der Luther-Stadt: In Worms ist Michael Suden seit vielen Jahren für unseren Kunden Fujitsu mitverantwortlich.

Eisern bei den Zielen, flexibel bei den Wegen

Auf in Hochzeiten bis zu 30.000 Quadratmetern übernahm FIEGE Lagerhaltung, Konsolidierung und Distribution für die gesamte Produktpalette von Fujitsu, insbesondere für den damaligen Client Computing Devices (CCD) und den Data-Center-Bereich. Und das weltweit, weshalb täglich Shuttle-Transporte zum Frankfurter Flughafen verkehrten. „Bei Großkunden wie Industriebetrieben oder Behörden kamen in einer Bestellung mitunter rund 10.000 PCs inklusive Zubehör zusammen. Die Zusammenarbeit mit Fujitsu wurde in dieser Phase sehr intensiv – und das vertraulose Verhältnis haben wir uns bis heute erhalten“, berichtet Suden.

In den 2010er Jahren übernahm FIEGE dann auch verstärkt Value Added Services für Fujitsu. 2012 wurde ein Staging Center eingerichtet, also ein hochsensibler Bereich, in dem PCs und Laptops mit Software „betankt“ wurden. Einige Jahre später kam die Assemblierung von Primecenter Racks hinzu, wofür FIEGE entsprechendes Know-how aufbaute und gemeinsam mit Fujitsu technisches Personal schulte. Suden sagt: „Unser Anspruch ist es, wie ein industrieller Partner zu agieren. Deshalb waren wir stets offen für gemeinsame Innovationen, um immer noch ein bisschen flexibler zu werden sowie unsere Produktivität und das Service-Level für Fujitsu weiter zu steigern.“

Ein Geschäft ersetzt das andere – und Neues kommt hinzu

Jüngst hat sich der Tech-Konzern mit Blick auf den europäischen Markt aus dem Geschäftsbereich Client Computing Devices zurückgezogen, um sich ganz auf das Data-Center-Business zu konzentrieren. Am 1. April 2025 wurden die Server- und Storage-Geschäfte in der Fsas Technologies unter dem Dach der Fujitsu Group zusammengeführt.

Für FIEGE bedeutete diese strategische Neuausrichtung ebenfalls Veränderungen und neue Möglichkeiten, wie Suden erzählt: „Die Zusammenarbeit mit Fsas Technologies für den Data-Center-Bereich am Standort Worms wird unverändert fortgesetzt. Zusätzlich kümmern wir uns seit Anfang 2025 um das Ersatzteilgeschäft rund um PCs, Notebooks und Server.“ Das bisher in Sömmerna angesiedelte Ersatzteilgeschäft wurde dabei im Zuge der strategischen Konsolidierung zu FIEGE nach Worms verlagert und integriert, wobei etwa 14.000 Lagerplätze umgezogen wurden. Suden erklärt: „Unser Verständnis als Dienstleister ist in den vergangenen 25 Jahren der Zusammenarbeit stets dasselbe geblieben: Wir übernehmen und leisten immer das, was für unseren Kunden den größten Mehrwert liefert – nun für die Fujitsu Group und Fsas Technologies.“

Intercontinentale Zusammenarbeit

Die Continental AG hat sich in den über 150 Jahren ihrer langen Geschichte von einem kleinen gummiverarbeitenden Unternehmen zu einem der weltweit führenden Zulieferer im Mobilitätsbereich entwickelt. Seit über 20 Jahren ist FIEGE als Logistikdienstleister mit an Bord – und mittlerweile reicht diese Partnerschaft bis nach Indien.

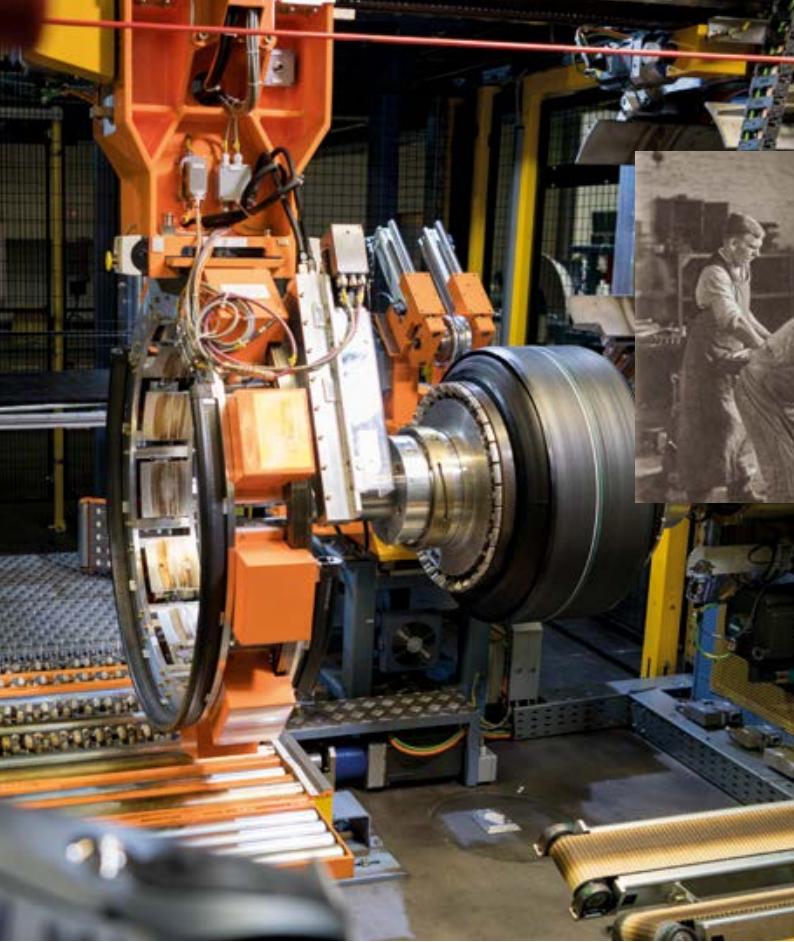
Dilli Chalo – auf nach Delhi! Mit diesem berühmten Ausspruch, der auf den indischen Politiker und Unabhängigkeitskämpfer Subhash Chandra Bose zurückgeht, könnte man Kooperation zwischen Continental und FIEGE in den zurückliegenden Monaten treffend überschreiben. Schon seit 2018 arbeiten der Hannoveraner Reifenhersteller und Apollo Supply Chain (ASC), ein Joint-Venture der FIEGE Gruppe, auf dem indischen Markt zusammen – und konnten in diesem Jahr einen weiteren wichtigen Meilenstein feiern.



An mittlerweile drei Standorten ist Apollo Supply Chain für Continental tätig.



Die gemeinsame Reise begann, als ASC die Inhouse-Logistik im Continental-Werk Bommasandra in Bengaluru (Karnataka), der viertgrößten Stadt Indiens, übernahm. „Unsere Kolleginnen und Kollegen von Apollo Supply Chain kümmern sich um sämtliche Prozesse entlang der Supply Chain – vom Wareneingang über die Produktionsversorgung bis hin zum Bestandsmanagement der Fertigwaren“, erzählt Joachim Stern, der auf FIEGE Seite für das Joint Venture verantwortlich ist. 2020 übernahm ASC auch die Verwaltung eines externen Konsolidierungszentrums im südindischen Küstenort Chennai (Tamil Nadu), von dem aus verschiedene Continental-Kunden mit Materialien versorgt werden.



Reifenproduktion bei Continental: früher reine Handarbeit, heute unterstützt durch Automatisierung.

Wachsendes Vertrauen, neue Aufträge

Aufgrund der guten Erfahrungen in den bestehenden Projekten, in denen ASC neben der zuverlässigen Leistungserbringung auch durch eine kontinuierliche Optimierung der Betriebskosten punkten konnte, erhielt der Logistikdienstleister im April dieses Jahres auch den Zuschlag für das Continental-Werk in Manesar (Haryana). In der Kleinstadt, die vor den Toren Delhis in der National Capital Region (NCR) liegt, ist Continental seit einigen Jahren unter anderem auf die Entwicklung von Bremssystemen spezialisiert.

Unterstützung erhält Apollo Supply Chain dabei von FIEGE. Ein unternehmensübergreifendes Team setzte in Manesar schnellstmöglich sämtliche Prozesse für Inbound-Logistik, Lagerhaltung, Bestandskontrolle, Produktionsversorgung, Fertigwarenverwaltung und Versand auf. Produziert werden hier Komponenten von elektronischen Bremssystemen wie Raddrehzahlsensoren. Stern resümiert: „Aufgrund der Kürze der Zeit war das eine echte Mammutaufgabe, bei der die jahrelange Erfahrung unserer Expertinnen und Experten im Bereich Strategic Development Growth Markets gefragt war.“

Zukunftsträchtiger Markt

Die interkontinentale Zusammenarbeit mit Continental ist ein schönes Beispiel dafür, wie FIEGE mit seinem Joint Venture an einer zuverlässigen Brücke für den Wissenstransfer zwischen Europa und dem bevölkerungsreichsten Land der Erde arbeitet. „Indien zählt zu den bedeutendsten Volkswirtschaften der Welt“, sagt Stern. „Dabei ist das Land aber nicht nur Binnenmarkt, sondern auch Produktionsstandort und Wissensträger – gerade in den Bereichen Automotive, Industrial oder Hightech-Electronics-Retail. Dieses Potenzial wollen wir unseren Kunden zugänglich machen und ihnen globale Logistiklösungen zur Verfügung stellen.“ In diesem Sinne: Dilli Chalo.

FIEGE in Asien

China

Standorte: 3 Logistikzentren im Jangtse-Delta (Großraum Shanghai)
Logistikfläche: +60.000 m²
Team: +250 Mitarbeiter:innen
Branchen: Automotive, Reifen, Industrie, Consumer Products, Retail, Fashion & Lifestyle

Singapur

Standorte: 1 Logistikzentrum im South West Singapore District
Logistikfläche: 10.000 m²
Team: 45 Mitarbeiter:innen
Branchen: Consumer Products, Retail, E-Commerce, Fashion & Lifestyle, Luxury Brands

Indien

Standorte: +45 Niederlassungen als Joint Venture Apollo Supply Chain
Logistikfläche: 350.000 m²
Team: 3.500 Mitarbeiter:innen
Branchen: Automotive, Industrial, Consumer Products, Retail, E-Commerce, Chemicals & Pharma

Zukunft braucht Vergangenheit



„Vertrauen ist der Schlüssel. Managerinnen und Manager müssen nicht nur fachlich top, sondern vor allem auch teamfähig sein. Eine Führungskraft allein erreicht und bewegt niemals so viel wie die Führungskraft, die auf ihr Team vertraut.“

Dr. Hugo Fiege



In unserem neuen Videocast-Format blicken wir mit Heinz Fiege und Dr. Hugo Fiege auf die Zeit zurück, in der sie unser Familienunternehmen gemeinsam als Co-CEOs geleitet und geprägt haben. Den Anfang macht Dr. Hugo Fiege, der mit Sarah Schimmelpfennig, Executive Director Marketing & Communications bei FIEGE, über Mut, Wandel und Unternehmertum spricht – und dabei erzählt, warum man auch nach 50 Jahren im Unternehmen den Blick immer nach vorne richten muss.

FAST & FORWARD Videocast

QR-Code scannen und online anschauen.





**Wir bringen alles
in Bewegung.**

fiege.com



