

LOXXESS

MAGAZIN

DEZEMBER 2017 | AUSGABE 05



AKTIV KOMMUNIKATION GESTALTEN

NEWS

LOXXESS CALL CENTER BERLIN
GEWINNT NEUKUNDEN

BEST PRACTICE

YOU NEVER RIDE ALONE

KOMPETENZ

LOXXESS PHARMA INDIVIDUALISIERT
UND SERIALISIERT

STRATEGIE

TRANS-O-FLEX WIEDER AUF SPUR



2 INHALT

- 3 EDITORIAL**
DER MÖGLICHMACHER
- 4 NEWS**
10.000.000 AUFTRÄGE FÜR VODAFONE
GEDANKENAUSTAUSCH ZUM THEMA LOGISTIKIMMOBILIEN
AURACH ERHÄLT UMWELTZERTIFIKAT
DIGITALE TV-VERSORGUNG MIT UNITYMEDIA
QUALITÄTSFORUM BAYERISCHES CHEMIEDREIECK
CALL CENTER GEWINNT NEUKUNDEN
- 8 BEST PRACTICE**
YOU NEVER RIDE ALONE
- 12 SPOTLIGHT**
AKTIV KOMMUNIKATION GESTALTEN
- 14 KOMPETENZ**
LOXXESS PHARMA INDIVIDUALISIERT UND SERIALISIERT
- 16 STRATEGIE**
TRANS-O-FLEX WIEDER AUF SPUR
- 18 LOXXESS TEAM**
AUFSTIEG ZUM STANDORTLEITER
- 20 COMMUNITY**
15 JAHRE ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT MIT BURTON
IN 3 MINUTEN AUF DEN 3. PLATZ
STÄBCHEN REIN. SPENDER SEIN!
SPENDE FÜR FAMILIEN MIT SCHWEREN SCHICKSALEN
JUBILARE
- 24 GEWINNSPIEL**



Alle Anregungen, Kommentare und Wünsche bitte an:
magazin@loxxess.com



LOXXESS MAGAZIN

DEZEMBER 2017 | AUSGABE 05

Herausgeber:
LOXXESS AG
Betastraße 10e
85774 Unterföhring
www.loxxess.com

Verantwortlich:
Christina Thurner,
Mitglied der Geschäftsleitung

Redaktion & Gestaltung:
teamtosse GmbH
Agentur für Kommunikation
www.teamtosse.de

Redaktion: Jens Tosse, Amelie Burglechner

Art Direction: Yvonne Schmidt

Druck:
Kastner & Callweg Medien GmbH

Fotos und Illustrationen:
LOXXESS, blickdesign.it, DKMS gemein-
nützige GmbH, Planet Sports, shutterstock.com,
trans-o-flex Schnell-Lieferdienst GmbH,
WEKA Business Medien GmbH

Copyright:
Das LOXXESS Magazin erscheint zweimal pro Jahr in einer Auflage von 2.400 Stück DI/ENG und 400 Stück CZI/ENG. Die Urheberrechte liegen bei der LOXXESS AG. Nachdruck und foto-technische Wiedergabe jeglicher Art – auch auszugsweise – sind nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers erlaubt. Bei der Fülle der Daten können trotz sorgfältiger Bearbeitung vereinzelt fehlerhafte Angaben auftreten. Deshalb können die Informationen des hauseigenen Magazins nicht die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der LOXXESS AG ersetzen. Für Informationen, die wir von Dritten erhalten haben, übernehmen wir keine Haftung.

DER MÖGLICHMACHER



Liebe Leserinnen und Leser!

Erst kürzlich las ich in einer aktuellen Studie der Initiative Logistikimmobilien (Logix) als eine der Kernthesen: „Der tägliche Umgang mit dem Thema E-Commerce verändert die Wahrnehmung der Logistikwirtschaft und damit die Akzeptanz in der Politik und Gesellschaft. Die Logistik hat sich vom ‚Schmuddelkind‘ über die ‚Arbeitsbiene‘ zum ‚Möglichmacher‘ entwickelt und damit einen Imagewandel durchlebt.“

Das ist gut formuliert und trifft auch meine Wahrnehmung. Allerdings bringt der E-Commerce auch neue Probleme mit sich, wie etwa die in zweiter Reihe parkenden Sprinter der Paketdienste. Eine Entwarnung in puncto Image der Logistik wäre also verfrüht.

Nötig ist vielmehr aus unserer Sicht, dass wir gemeinsam – produzierende Unternehmen, Handel, Logistik- und KEP-Dienstleister, Intralogistiker, Immobilienentwickler etc. – aktiv an der Wahrnehmung unserer Branche und Dienstleistungen arbeiten. Wenn Logistik in der breiten Bevölkerung nur stattfindet, sofern etwas schiefgeht, die tägliche Leistung aber eher unbekannt ist oder als selbstverständlich hingenommen wird, bleibt das Bild fragil und kritisch.

Deshalb gilt es, nach innen und außen, aktiv zu kommunizieren und das Bild unserer Branche mitzugestalten. Wir tun dies durch unsere eigene Öffentlichkeitsarbeit, durch Teilnahme an Diskussionsrunden, durch das Beschreiben von Kundenlösungen oder auch durch die Beteiligung am „Themenkreis Image der Logistik“ der Bundesvereinigung Logistik (BVL). Über all dies - und weitere Themen - lesen Sie in dieser Ausgabe des LOXXESS Magazins.

*Und jetzt wünsche ich wieder viel Spaß bei der Lektüre!
Herzlichst Ihre*

Christina Thurner

The opportunity maker

EN

Dear readers,

Lately, I read a recent study of the initiative of logistics real estate (Logix) in which one of the key theses was: "The daily approach to the topic of e-commerce changes the perception of the logistics industry and thus the acceptance in politics and society. Logistics has evolved from the "mucky pup" to the "working bee" to the "opportunity maker" and has thus undergone an image change."

That is well worded and also tallies with my perception. However, e-commerce also brings new problems, such as the double-parked delivery vans of parcel services. An all-clear in terms of the logistics image would be premature. Rather it is necessary, from our point of view, that we together - producing companies, retailers, logistics and CEP service providers, intralogistics specialists, real estate developers etc. - should work actively on the perception of our industry and services. So long as logistics in the eye of the general public only takes place if something goes wrong, and its daily performance is relatively unknown or taken for granted, the picture remains fragile and critical.

That is why it is important to communicate actively both internally and externally and to help shape the image of our industry. We do this through our own public relations work, by participating in discussion rounds, by describing customer solutions and by participating in the task force "Themenkreis Image der Logistik" of the German logistics association (BVL). Read about all this - and many other topics - in this issue of the LOXXESS magazine.

And now I wish you an enjoyable read!

10.000.000 AUFTRÄGE FÜR VODAFONE



10,000,000 orders for Vodafone

EN

Seit 2012 ist LOXXESS fester Bestandteil der Logistik und des Retourenhandlings bei Vodafone Kabel Deutschland, einem der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen und dem zugleich größten TV Anbieter in Deutschland.

LOXXESS verarbeitet für den Kabelbereich der Vodafone rund zwei Millionen Aufträge pro Jahr. Am 7. Juli 2017 wurde nun bereits die zehnmillionste Sendung auf den Weg gebracht. Im Januar 2017 war die Zusammenarbeit zwischen Vodafone und LOXXESS langfristig verlängert worden.

Since 2012, LOXXESS has been an integral part of the logistics and return processing at Vodafone Kabel Deutschland, one of the leading integrated telecommunication companies and the largest TV provider in Germany.

LOXXESS processes around two million orders per year for the Vodafone cable segment. On July 7, 2017, the ten millionth consignment was on the way. In January 2017 the cooperation between Vodafone and LOXXESS had been extended on a long-term basis.

GEDANKENAUSTAUSCH ZUM THEMA LOGISTIKIMMOBILIEN

Dr. Claus-Peter Amberger, Vorstand der LOXXESS AG, nahm im Mai 2017 auf Einladung der Initiative Logistikimmobilien (Logix) an einer Podiumsdiskussion der transport logistic Messe in München teil. Zu diesem Anlass wurde die Zukunft von Logistikimmobilien als Betriebsmittel und wichtiger Produktionsfaktor in der Supply Chain diskutiert. LOXXESS betreibt sowohl eigene Logistikanlagen als auch angemietete Immobilien. Es stellte sich heraus, dass sich auch Logistikimmobilien durch den Onlinehandel und neue Technologien, die Urbanisierung und zunehmende Flächenknappheit verändern werden. Immobilienexperten arbeiten bereits an Lösungen etwa in Form von mehrge-

schoffenen Logistikimmobilien in innerstädtischen Lagen. In Asien wurden bereits Projekte dieser Art realisiert. Ob sich mehrstöckige Logistikimmobilien auch in Deutschland etablieren, wird sich zeigen.

On this occasion, the future of logistics real estate as an operating resource and an important production factor in the supply chain was discussed. LOXXESS operates its own logistics facilities as well as leased properties.

1 (v.l.n.r.): Rainer Koepke, CBRE; Dr. Claus-Peter Amberger, LOXXESS; Andreas Fleischer, SEGRO; Dr. Christian Jacobi, agiplan; Michael Löh, tiramizoo; Peter Bergmann, CORDES & GRAEFE

Interchange of ideas on logistics real estate

EN

Dr. Claus-Peter Amberger, Member of the Management Board of LOXXESS AG, took part in a panel discussion at the transport logistic fair in Munich, Germany, at the invitation of the Initiative Logistikimmobilien (Logix) in May 2017.



AURACH ERHÄLT UMWELTZERTIFIKAT

Aurach wurde als erster LOXXESS Standort entsprechend der 2015 veröffentlichten und überarbeiteten Norm für Umweltmanagementsysteme, DIN EN ISO 14001, zertifiziert. Mitte des Jahres wurde die externe Auditierung von EQ Zert durchgeführt.

Der Standort Aurach zeichnet sich durch zentral gesteuerte Umweltinitiativen wie beispielsweise eine Photovoltaikanlage auf dem Hallendach, die Installation eines Blockheizkraftwerks und die Energieeffizienz entsprechend dem Energiedienstleistungsgesetz 2015 aus. Im Zuge der Normrevision war es erforderlich, neue Standards und Vorgehensweisen zu erarbeiten.

Die Implementierung der Norm

erfordert unter anderem eine hohe Management-Verantwortung, die Einbindung externer Partner, die Verzahnung der Geschäftsprozesse, eine gesteigerte Transparenz, die Ermittlung und Einbindung interessierter Parteien, sowie die Betrachtung resultierender Chancen und Risiken.

Initiiert wurde die Auditierung vom LOXXESS Kunden ABGE. Für die Implementierung sorgten Patrick Mense, Mitglied der Geschäftsleitung bei LOXXESS, Enrico Schulze, Standortleiter Aurach, sowie der Qualitätsmanagementbeauftragte des Standorts, Paul Feige und der Umweltmanagementbeauftragte Markus Mayr.

Qualitätsmanagerin Marina

Grgic führte vorab ein internes Audit durch und stellte die Einhaltung der Umweltmanagementstandards entsprechend der aktuellen Norm sicher.

Aurach receives Environmental Certificate

EN

Aurach is the first LOXXESS site to be certified according to the new DIN EN ISO 14001 standard for environmental management systems, pub-

lished and revised in 2015. The external auditing was carried out by EQ Zert in the middle of this year.

The Aurach location is characterized by centrally controlled environmental initiatives such as a photovoltaic installation, a combined heat and power plant and energy efficiency in accordance with the German Energy Services Act 2015.

The audit was initiated by the LOXXESS customer ABGE. Patrick Mense, Member of Executive Management at Loxxess, Enrico Schulze, Site Manager Aurach, as well as the Quality Management Officer at the site, Paul Feige, and the Environmental Management Officer Markus Mayr, ensured the implementation.

Marina Grgic, Quality Manager, carried out an internal audit and ensured compliance with the latest environmental management standards.



1



2

- 1 Zertifiziert: Am Standort Aurach sorgen unter anderem eine Photovoltaik-Anlage auf dem Hallendach und ein Blockheizkraftwerk für nachhaltiges Wirtschaften
- 2

DIGITALE TV-VERSORGUNG MIT UNITYMEDIA



Unitymedia schaltete als erster Kabelnetzbetreiber Deutschlands das analoge TV-Programm in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg zum 30. Juni 2017 ab. LOXXESS unterstützte Unitymedia bei der logistischen Herausforderung, in den Shops 50.000 digitale TV-Receiver bereitzustellen.

Die analoge Abschaltung und die logistische Umsetzung wurden anhand eines Pilotprojekts im hessischen Hanau geplant und getestet und anschließend zielführend umgesetzt. Die Belieferung der Shops mit digitalen Receivern erfolgte pünktlich zu fünf regional unterschiedlichen Terminen im Juni 2017.

Digital TV broadcasting with Unitymedia

EN

Unitymedia was the first cable network operator in Germany to switch off the analog TV program in North Rhine-Westphalia, Hesse and Baden-Württemberg as of June 30, 2017. LOXXESS supported Unitymedia and managed the logistical challenge of providing 50,000 digital TV receivers at the shops.

The analog shutdown and the logistic implementation were planned and tested by means of a pilot project in Hanau, Hesse and then systematically put into practice. The delivery of digital receivers to the stores took place punctually on five regionally staggered dates in June 2017.

QUALITÄTSFORUM BAYERISCHES CHEMIEDREIECK

Schnittstellen schaffen, darum geht es beim „Qualitätsforum Bayerisches Chemiedreieck“, das im Mai 2017 am LOXXESS-Standort in Haiming stattgefunden hat. Seit 2015 treffen sich vierteljährlich Gleichgesinnte, also Qualitätsverantwortliche aus verschiedenen Unternehmen, um sich über aktuelle praxisnahe Themen auszutauschen.

Beim diesjährigen Forum in Haiming stand ein sehr sensibles, aber auch spannendes Thema im Fokus: Kundenaudit & Lieferantenbewertungen – Erfahrungen, vergleichbare Auswertungen, Grenzen der Auditoren sowie das sorgsam zu behan-



delnde Verhältnis zwischen Kunde und Lieferant/Dienstleister. Das Forum bot eine gute Plattform für Diskussionen und den Austausch von Praxiserfahrungen, wobei man auch einige Fragen offen ließ – immer eine Frage der Diplomatie.

1 *Beim „Qualitätsforum Bayerisches Chemiedreieck“ im LOXXESS Standort Haiming trafen sich Experten, um sich über das Thema „Kundenaudit/Lieferantenbewertung“ auszutauschen*

Quality Forum for Bavarian Chemistry

EN

Creating interfaces, that's what the "Qualitätsforum Bayerisches Chemiedreieck", held in May 2017 at the LOXXESS site in Haiming, is all about. Since 2015, those responsible for quality from different companies meet quarterly to discuss current practical topics.

The Forum provided a good platform for discussion and exchange of practical experience, leaving some questions open, which is a matter of diplomacy.

1



CALL CENTER GEWINNT NEUKUNDEN

New customers at the call center

EN

Dieses Jahr hat das LOXXESS-eigene Call Center drei neue Auftraggeber gewonnen. LOXXESS nimmt seit Anfang 2017 im Call Center auch Anfragen von trans-o-flex Kunden entgegen. Zudem überzeugte sich YOFOXX, ein Start-up im Onlinebereich, vom Know-How des LOXXESS-Teams und wurde im März dieses Jahres

Kunde im Call Center. Bon'a Parte entschied sich im Juni 2017 neben den logistischen Dienstleistungen am Standort Bor auch die Leistungen des Call Centers in Anspruch zu nehmen und bezieht so Dienstleistungen entlang der logistischen Wertschöpfungskette aus einer Hand. Unabhängig von der physi-

schen Logistik übernimmt das Call Center im Auftrag der Kunden die Annahme von Bestellungen, gibt Auskünfte zum Bestellvorgang, Lieferstatus und Erstattungen und nimmt Reklamationen entgegen. Der Leistungsumfang variiert je nach dem individuellen Bedarf des Kunden.

This year the LOXXESS-owned call center has won three new customers. LOXXESS is now taking care of customer requests on behalf of the Scandinavian online shop operator Bon'a Parte, the digital textile outlet YOFOXX and the CEP service provider trans-o-flex.

LOXXESS offers a wide range of services, ranging from logistic services to the call center. The call center takes orders, regardless of the logistical services involved, and informs about the order process, delivery status, refunds and handles complaints. The range of services varies according to the individual needs of the customer.



2

- 1 *Das LOXXESS Call Center in Berlin kümmert sich jetzt auch um die Kundenanliegen im Auftrag von Bon'a Parte, YOFOXX und trans-o-flex.*
- 2

YOU NEVER RIDE ALONE

Dies ist der Marken-Claim von Planet Sports. Seit mehr als 20 Jahren steht der trendige Händler für Passion und Expertise im Actionsports- und Streetwear-Bereich. Auch in der Logistik entschied sich Planet Sports, nicht allein zu agieren. Seit 2011 ist LOXXESS der Partner für die B2B- und B2C-Logistik.



1 993 gründeten Marcel Peters und Sven Horstmann in Herrsching am Ammersee ihr eigenes Unternehmen Planet Sports und machten damit ihre Leidenschaft zum Beruf. Top Service, kompetente Beratung und die Passion für die verschiedenen Board-Sportarten haben Planet Sports zur ersten Shopping-Adresse für Actionsports-Fans gemacht. Das Team besteht heute wie damals aus international erfolgreichen Athleten sowie Meinungsbildnern. Dies unterstreicht die Authentizität

und Glaubwürdigkeit der Marke in der Szene. Seit 2015 gehört Planet Sports zur 21sportsgroup als starkem strategischen Partner. Unter der 21sportsgroup als Holdinggesellschaft sind der Onlinehandel sowie der stationäre Fachhandel der 21run GmbH, der Planet Sports GmbH und der mysportgroup GmbH gebündelt.

DIE HERAUSFORDERUNG

In der parallelen Versorgung von stationärem und Online-Handel liegt bereits ein Teil der Herausforderung.

Zudem verfügt Planet Sports mit ca. 100.000 verschiedenen Artikeln und insgesamt ca. 450 Marken über ein sehr breites Sortiment, das stetig wächst. Der Bestand der einzelnen Artikel ist optimiert, sowohl in den Shops als auch im Warehouse, das sich im LOXXESS Multi-User-Campus im tschechischen Bor, nahe der deutschen Grenze, befindet. Das bedeutet, dass sowohl die Logistik für die Online-Bestellungen der Privatkunden, als auch für die europaweite Shop-Belieferung Bestandsführung, Kommunikation zwischen Kunde und Logistikdienstleister, als auch die logistische Abwicklung, Kommissionierung und der Versand perfekt aufeinander abgestimmt sein müssen.

Schon der Start der Zusammenarbeit war von kurzen Zeitfenstern und hohen Anforderungen geprägt. Planet Sports benötigte aufgrund des Wachstums kurzfristige Unterstützung. So führte LOXXESS die Logistik für Planet Sports zunächst aus einer Interimshalle heraus, um den Betrieb lückenlos am Laufen zu halten. 2012 erfolgte dann der Umzug in das aktuelle Lager in Bor, Tschechien, nahe der deutschen Grenze. Dort betreibt LOXXESS unter anderem ein auf Fashion & Lifestyle-Logistik



1 Planet Sports verfügt mit ca. 100.000 verschiedenen Artikeln und insgesamt ca. 450 Marken über ein sehr breites Sortiment, das stetig wächst

2 Vom LOXXESS Standort Bor in die ganze Welt: Gesurft wird vom Pazifik bis zur Isar



3



4

spezialisiertes Logistikzentrum, einen Multi-User-Campus, in dem mehrere Kunden aus diesem Sektor betreut werden.

Mark Königer, Director Operations bei Planet Sports, beschreibt die Zusammenarbeit so: „Die Spezialisierung von LOXXESS ist für uns sehr wichtig, sowohl was die Ausstattung, als auch was die Erfahrung und das Wissen der Mitarbeiter anbelangt. Schließlich haben wir ein sehr breites Artikelsortiment mit sehr unterschiedlichen Artikeln, die jeweils speziell behandelt werden müssen.“

Im neuen Warehouse führte LOXXESS auch ein Konzept zur wegeoptimierten Kommissionierung ein. Deutliche Verbesserungen bei der Produktivität waren das Ergebnis. Lars Gutermuth, Mitglied der Geschäftsleitung bei LOXXESS, erklärt: „Generell ist es Teil unserer Bemühungen im Bereich Lean Management, immer wieder Effizienzvorteile zu erzielen. Die sind einerseits kostengetrieben, andererseits verbessern sie natürlich auch die Qualität und Schnelligkeit unserer Leistungen.“

PEAKS BEHERRSCHEN

Anspruchsvoll sind zudem die Auftragspeaks, also die saisonalen oder aktionsgetriebenen Spitzen bei den Bestellungen. Gutermuth beschreibt die Lösung so: „Die Peaks lassen die Kommissionierung für Planet Sports tatsächlich zu einer Herausforderung werden. Hier bewährt es sich immer wieder, dass wir in unserem Multi-User-Campus Kapazitäten sowohl an Lager- und Kommissionierfläche, als auch an geschulten Mitarbeitern, dem jeweiligen Bedarf anpassen können. Ein hohes Maß an Flexibilität hinsichtlich der Prozesse ist hier essentiell.“

Regelmäßig erfolgen so genannte Querqualifizierungen der Mitarbeiter, d.h. Schulungen, in denen die Teams mit den Artikeln und den jeweiligen Besonderheiten der einzelnen Kunden im Multi-User-Campus vertraut gemacht werden.

Rund 1,2 Millionen Pakete bringt LOXXESS pro Jahr für Planet Sports auf die Reise. Der Versand über Paketdienstleister erfolgt europaweit. Dabei spielt es keine Rolle, ob Stores

3 *Rund 1,2 Millionen Pakete bringt LOXXESS pro Jahr für Planet Sports auf die Reise*

4 *Planet Sports steht seit mehr als 20 Jahren für Know-How und Leidenschaft im Action Sports und Streetwear Bereich*

5 *Das LOXXESS-Team verfügt über Wissen und Erfahrung im Handling der Planet Sports-Artikel*

6

oder Endkunden beliefert werden. LOXXESS beherrscht die Prozesse des Multi-Channel-Ansatzes von Planet Sports. Von Vorteil ist für den Sports-Retailer mit seiner Sortimentsvielfalt auch, dass LOXXESS über die nötige Erfahrung sowie das Equipment für Hardgoods wie Skateboards, Skier, Schuhe etc., als auch für Textilien, etwa T-Shirts, Hosen etc. verfügt. Entsprechend positiv fällt die Bewertung des Logistikdienstleisters durch Dr. Henner Schwarz, Geschäftsführer bei Planet Sports und der Mutter 21sportsgroup aus: „LOXXESS ist den Herausforderungen des Marktes gewachsen und hat für alle spezifischen Anforderungen stets eine Lösung parat. Das wissen wir sehr zu schätzen.“



5



6

You never ride alone

EN

This is the brand claim of Planet Sports. For more than 20 years, the trendy retailer has stood for passion and expertise in the fields of action sports and streetwear. In logistics too, Planet Sports decided not to act alone. Since 2011, LOXXESS has been their partner for B2B and B2C logistics.

The parallel provision of in-store and online commerce is part of the challenge. In addition, Planet Sports has a very wide assortment with approx. 100,000 different articles and a total of approx. 450 brands, which is growing steadily. The inventory of individual items is optimized, both in the shops and in the warehouse, which is located in the LOXXESS multi-user campus in the Czech town of Bor, near the German border.

This means that both the logistics for the online orders of private customers and for the Europe-wide shop delivery inventory management, communica-

tion between customer and logistics service providers, as well as the logistics processing, picking and shipping must be perfectly matched.

Right from the start the collaboration was characterized by short time slots and high demands. Planet Sports needed short-term support due to its growth. Thus LOXXESS initially provided the logistics for Planet Sports at an interim hall in order to keep the operation running smoothly. In 2012, the operation was moved to the current warehouse in Bor.

There, LOXXESS operates, among other things, a logistics center specializing in fashion & lifestyle logistics, a multi-user campus where several clients from this sector are served. LOXXESS has introduced a concept for route optimized order picking in the new warehouse. Significant improvements in productivity are the result. This is part of in the implementation of lean management, as Lars Gutermuth, member of the management board at LOXXESS, explains.

The job has peaks, and the seasonal

or action-driven peaks in the orders of Planet Sports are demanding. According to Gutermuth the solution is that LOXXESS can adapt capacities at the multi-user campus, in terms of the storage and order picking areas as well as trained employees. So-called cross-qualifications of the employees, such as training sessions that familiarize teams with the articles and specifics of each client, take place regularly at the multi-user campus.

LOXXESS processes around 1.2 million parcels per year for Planet Sports. Shipping via parcel service providers takes place throughout Europe. No matter whether stores or end customers are being supplied – LOXXESS masters the processes of the multi-channel approach of Planet Sports.

Another advantage for the sports retailer with its wide range of products is that LOXXESS has the necessary experience and equipment for dealing with hard-goods such as skateboards, skis, shoes, etc., as well as textiles such as T-shirts, trousers, etc.

AKTIV KOMMUNIKATION GESTALTEN

In der Öffentlichkeit gilt die Logistik nicht als Vorzeigebbranche. Das Image ist in Teilen der Bevölkerung geprägt von negativen Aspekten wie hohem Lkw-Verkehr, Stau verursachenden Sprintern, die in 2. Reihe parken, Lärm, unattraktiven Arbeitsplätzen oder hohem Flächenverbrauch bei den Logistikimmobilien. Erst allmählich vollzieht sich hier – nicht zuletzt durch den Online-Handel und die damit für die Verbraucher sichtbare logistische Leistung – eine Veränderung in der Wahrnehmung. Um diesen Prozess des Imagewandels aktiv zu unterstützen, hat die Bundesvereinigung Logistik (BVL) einen Themenkreis Image der Logistik ins Leben gerufen. LOXXESS beteiligt sich hier aktiv.

Aus einem lockeren Kreis von Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen und Organisationen sowie Journalisten und Agenturen ist eine feste Institution entstanden – der BVL Themenkreis Image der Logistik. Ziel ist es, die fachlichen Kontakte und den Austausch zwischen Kommunikatoren der Logistik in Industrie, Handel und Dienstleistung zu fördern. Der Themenkreis fungiert als Plattform, um gemeinsam das Image der Logistik in Fachöffentlichkeit, Politik

und Gesellschaft positiv zu entwickeln, eine Marke Logistik sowie abgestimmte Inhalte zu erarbeiten und mit konzertierten Aktionen zu verbreiten, um Sichtbarkeit und Wahrnehmung des Wirtschaftsbereichs Logistik zu verbessern, seine Stärken im öffentlichen Bewusstsein zu verankern sowie seine Bandbreite und Relevanz aufzuzeigen.

Im Wechsel nehmen Christina Thurner (Mitglied der Geschäftsleitung), Martina Scheck (Marketing) oder Marc-André Fritz (Assistent der Geschäftslei-

tung) an den Sitzungen teil und bringen die Sicht und die Erfahrungen eines mittelständischen Logistikdienstleisters ein. Christina Thurner bemerkt dazu: „Die Logistik erfüllt eine wichtige Funktion in der Gesellschaft. Ohne Logistikdienstleistungen könnten Wirtschaft und Gesellschaft gar nicht funktionieren. In der Regel wird sie den Verbrauchern aber nur bewusst, wenn etwas nicht funktioniert oder negative Auswirkungen hat. Deshalb ist die aktive Imagearbeit so wichtig!“

BASIS FÜR EIGENINITIATIVE

Diese externe Kommunikation seitens der Branche gibt es bislang allerdings nur punktuell und mit sehr unterschiedlichen Inhalten und Aussagen. Daher sind die Bandbreite der Aufgaben und die wahren Stärken der Logistik in der Öffentlichkeit und auch in Teilen der Politik kaum bekannt. Das erschwert die Akquisition von Fachkräften ebenso wie die von Fördermitteln oder die Akzeptanz von



Wissenswertes

Auf der BVL-Website <https://www.bvl.de/tk-image> finden Sie bereits:

- ein Strategiepapier
- den „Leitfaden für die Kommunikationspraxis“
- den „Leitfaden für erfolgreiche Personalarbeit“

neuen Logistik-Anlagen wie Lägern oder Terminals. Die Arbeit des BVL Themenkreises Image der Logistik schafft deshalb eine Basis dafür, dass Marktteilnehmer in Eigeninitiative an der Veränderung dieser Situation arbeiten.

Mit dem regelmäßigen Austausch der Branchenprofis wird sichergestellt, dass aktuelle Entwicklungstendenzen und Problemstellungen in Wirtschaft und Gesellschaft bei der Arbeit berücksichtigt werden. Dabei werden alle relevanten Informationen und Materialien zentral gebündelt und allen Marktteilnehmern auf der BVL-Website verfügbar gemacht (siehe Info-Kasten).

„Das Ergebnis der bisherigen Arbeit im Themenkreis kann sich wirklich sehen lassen. Die praktischen Tipps sind hilfreich für alle und je mehr Marktteilnehmer sie für sich nutzen, umso größer ist die Wirkung“, resümiert Thurner. Wer Interesse hat, sich ebenfalls für das Image der Logistik zu engagieren, ist eingeladen, sich dem erweiterten, virtuellen „Themenkreis Image der Logistik“ bei XING anzuschließen.

Working on the industry's image

EN

In public, logistics is not considered a flagship industry. In parts of the population, the image is characterized by negative aspects such as traffic jams caused by trucks or double-parked sprinters, noise, unattractive workplaces or high space consump-



1 Die LOXXESS-Öffentlichkeitsarbeit findet Beachtung: Christina Thurner auf dem Titel des Fachmagazins LT Manager, Oktober 2017

tion when it comes to logistics real estate. Only gradually - not least due to the online trade and related logistical performance visible to the consumers - a change in perception is taking place. In order to actively support this process of image change, the Bundesvereinigung Logistik (BVL) has created a working group called "Image der Logistik". LOXXESS actively participates in this.

The aim is to promote the professional contacts and the exchange between communicators of logistics in industry, trade and service. The working group provides a platform to jointly enhance the image of logistics among the professional public, politics and society, to develop a logistics brand and coordinated content and to disseminate it by concerted actions to improve the visibility and

perception of the logistics sector, by creating awareness for its strengths and demonstrating its range and relevance.

Christina Thurner (Member of the Executive Board), Martina Scheck (Marketing) or Marc-André Fritz (Assistant to the Management) take part in the meetings and bring in the views and experiences of a medium-sized logistics service provider. The regular exchange between industry professionals ensures that current development trends and problems in the economy and society are taken into account at work. All relevant information and materials are centrally bundled and made available. And the topic has already developed some useful materials that are available to all market participants on the BVL website (www.bvl.de/tk-image).

LOXXESS PHARMA INDIVIDUALISIERT UND SERIALISIERT

Die Digitalisierung ermöglicht auch in der Pharma-Logistik – traditionell eine anspruchsvolle Branche mit besonderen Anforderungen an Qualität und Sicherheit – neue Konzepte. LOXXESS Pharma macht sich dies zunutze und bietet den Kunden neue Möglichkeiten der Individualisierung. Vor allem aber ist der Spezialist bereits heute in der Lage, die strengen gesetzlichen Anforderungen der neuen FMD-Richtlinie der EU umzusetzen.

LOXXESS Pharma ist in der Umsetzung dieser Ansprüche bereits seit längerem aktiv. Beispiel dafür ist das so genannte „Postponement“. Es gilt als Zukunftskonzept, um die Individualisierung eines Produktes innerhalb der Supply Chain auf den letzten Schritt, erst kurz vor Versand, aufzuschieben. So kann auf vielfältige Modellvarianten und schwankende Nachfragemengen ohne kostenintensive Umstellungsprozesse reagiert werden. Erst nach Auftragseingang werden standardisierte, vorgelagerte Produkte entsprechend den Kundenanforderungen finalisiert.

Im Pharmasektor ist dies durchaus lohnend: Besonders die Versorgung kleiner Patientenkreise (Orphan Drugs) muss häufig an neue Produkte, Formate oder Länderspezifikationen angepasst werden. Dies erfordert eine schnelle und einfache Umstellung

ohne Kapitalbindung und Stock-Risiko. Ziel des Postponement-Gedankens ist eine optimierte Produktion von kundenindividuellen Produkten, erreicht durch Vielseitigkeit und Flexibilität in der letzten Herstellungsstufe. Diese minimiert das Risiko von Fehlplanungen und stellt die zielgruppengerechte, an die Nachfrage bestmöglich angepasste Versorgung sicher.

Bei LOXXESS Pharma lagern beispielsweise fertig abgefüllte Durchstechflaschen mit Wirkstoff, getrennt auf Lager liegen Beipackzettel, Etiketten und Faltschachteln in diversen Sprach- und Länderausführungen. So kann im letzten Herstellungsschritt kurzfristig die benötigte Länderversion zusammengestellt werden.

RÜCKVERFOLGBARKEIT

Als Innovation noch bedeutender wird von Fachleuten die Serialisierung von

Verpackungen eingeschätzt. Sie hat sich in der Pharmabranche zu einem wichtigen Herstellungsprozess entwickelt und ist die Basis für ein umfassendes Qualitätssicherungswesen. Zudem wird sie künftig auch seitens des Gesetzgebers von der Pharmaindustrie verlangt: Ab 2019 tritt die neue EU-Richtlinie „Falsified Medicine Directive“, kurz FMD, in Kraft. Sie for-



1

1 Neue Etikettierung der Arzneimittelverpackungen

dert die einheitliche Kennzeichnung von Arzneimitteln und pharmazeutischen Produkten, um künftig Transparenz und Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten Lieferkette sicherzustellen. Außerdem werden mit dem Aufbringen eines Datamatrix-Codes auf allen verkaufsfähigen Einheiten neue Maßstäbe gegen Medikamentenfälschungen gesetzt.

Die Regularien sehen eine fälschungssichere numerische Codierung mit Produkt- und Seriennummern in einem 2D-Matrix-Code vor. Pflichtbestandteile der Verpackungen sind dann der Produkt-Code, die individuelle, randomisierte Seriennummer, die Chargennummer sowie das Verfallsdatum.

DATAMATRIX-CODES IN DATENBANKEN GESPEICHERT

Den neuen gesetzlichen Vorgaben bei der Codierung von Sekundärverpackungen begegnet LOXXESS Pharma mit modernster technischer Ausrüstung. In speziellen GMP-Herstellungsbereichen werden Faltschachteln mit allen notwendigen variablen Informationen versehen und mit den entsprechenden Prüfcodes und Codes zur Produktrückverfolgung maschinenlesbar codiert. Im zweiten Schritt werden die Informationen des aufgedruckten Datamatrix-Codes in der Herstellerdatenbank gespeichert und mit den zuständigen Behörden oder Aufsichtsinstitutionen ausgetauscht.

Aktuell codiert LOXXESS Pharma Arzneimittel für den südkoreanischen Markt sowie weitere einzelne Länder – ab Februar 2019 ist die Serialisierung von verschreibungspflichtigen Medikamenten in Deutschland sowie für alle EU-Staaten Pflicht.



2

2 *Erst nach Auftragseingang werden standardisierte, vorgelagerte Produkte entsprechend den Kundenanforderungen finalisiert*

LOXXESS Pharma individualizes and serializes

EN

Digitalization also enables new concepts in pharmaceutical logistics - traditionally a demanding industry with special requirements for quality and safety. LOXXESS Pharma takes advantage of this and offers the customer new possibilities for individualization. Above all, however, the specialist is already in a position to implement the strict legal requirements of the new EU FMD Directive (Falsified Medicines Directive). LOXXESS Pharma has been active in the implementation of these requirements for some time. An example of this is so-called "postponement". It is considered a future-oriented concept to postpone the individualization of a product within the supply chain un-

til the last step, just before shipment. In this way, it is possible to react to a variety of model variants and fluctuating demand quantities without cost-intensive conversion processes. Only after the receipt of orders are the standardized, upstream products finalized according to customer requirements.

In the pharmaceutical sector, this is quite worthwhile; in particular, the supply of small patient groups (orphan drugs) often has to be adapted to new products, formats, or country specifications. This requires a quick and easy changeover, without capital commitment or risk to stocks.

The aim of the postponement idea is to optimize the production of customized products, achieved by versatility and flexibility in the last production stage. This minimizes the risk of erroneous planning and ensures target group-oriented supply that is optimally adapted to demand.

trans-o-flex

WIEDER AUF SPUR

Zusammen hatten die Familienunternehmer Schoeller und Amberger, Gründer und Gesellschafter der LOXXESS AG, Anfang März 2016 die trans-o-flex-Gruppe zu gleichen Teilen von der Österreichischen Post übernommen. Es folgte eine konsequente Neuausrichtung, die auch von den Kunden mitgetragen wurde – mit Erfolg: Die Qualität stimmt und trans-o-flex schreibt wieder schwarze Zahlen.

Kein Wunder also, dass sich die Eigentümer, die auch im Steuerkreis des Unternehmens mitwirken, sehr zufrieden zeigen mit der Entwicklung von trans-o-flex. Vor allem mit der schnellen Leistungssteigerung und mit der erneut erreichten Fokussierung auf die Kernkompetenzen des Unternehmens.

Um die Qualität der Dienstleistungen auf einem hohen Niveau zu stabilisieren, investieren die Eigentümer konsequent in IT, Fahrzeuge, Umschlagzentren und Mitarbeiterschulung. Insgesamt sind bis 2018 Gesamtinvestitionen von mehr als 56 Millionen Euro vorgesehen.

Auch die wirtschaftliche Entwicklung ist wieder auf Spur. Die operativen Verluste der letzten Jahre wurden gestoppt, 2017 werden operativ wieder schwarze Zahlen geschrieben. Um dies zu erreichen, hatte sich trans-o-

flex von Sendungsmengen getrennt, die entweder unprofitabel waren oder nicht ins System passten.

KONZENTRATION AUF KERNKOMPETENZEN

Die Botschaft an die Kunden ist: Das Ziel von trans-o-flex ist es, der Qualitätsführer für die Kunden zu sein. Die Gruppe konzentriert sich dabei wieder auf die Branchen, in denen sie traditionell ihre Kernkompetenzen hat, nämlich die Pharma- und Gesundheitsbranche sowie die Bereiche Kosmetik, Haushalts- und Unterhaltungselektronik.

Peter Amberger formuliert als Mitgesellschafter die Vision für die trans-o-flex-Gruppe, die weiterhin völlig unabhängig von LOXXESS am Markt agiert, so: „Mittelfristig sehe ich trans-o-flex als kerngesundes, innovatives und flexibles Unter-

nehmen, das die eindeutige Qualitätsführerschaft bei Transporten hochwertiger und sensibler Güter, vor allem für die Pharmabranche und Consumer Electronics, erreicht hat.“



1 Peter Amberger, Mitgesellschafter und Mitglied des Steuerkreises von trans-o-flex


2

Wissenswertes

Die Kernkompetenz der **trans-o-flex-Gruppe** besteht in Logistiklösungen für die Branchen Pharma, Kosmetik, Consumer Electronics sowie andere hochwertige sensible Güter. trans-o-flex transportiert Arzneimittel deutschlandweit aktiv temperiert und dokumentiert.

Damit deckt das Unternehmen die gesamte Logistikkette von Beschaffung über Warehousing und Distribution bis zum Fulfillment ab.

Der Jahresumsatz der trans-o-flex-Gruppe, die rund 1.900 Mitarbeiter beschäftigt, belief sich 2016 auf rund 490 Millionen Euro.

Mehr Infos: www.trans-o-flex.com

trans-o-flex is back on track

EN

Together, the family entrepreneurs Schoeller and Amberger, founder and shareholder of LOXXESS AG acquired the trans-o-flex Group in equal parts from Österreichische Post at the beginning of March 2016. This was followed by a consistent restructuring, which was supported by the customers - with success: the quality is right and trans-o-flex is back in the black.

No wonder the owners, who are also involved in the management of the company, are very satisfied with the development of trans-o-flex, and especially with the fast increase in performance and the renewed focus on the core competencies of the company.

To stabilize the quality of services at a high level, the owners are consistently investing in IT, vehicles, transshipment centers and employee training. A total investment of more than 56 million euros is planned for 2018.

The economic development is back on track. The operating losses of recent years have been stopped. In order to achieve this, trans-o-flex had separated from shipment volumes that were either unprofitable or did not fit into the system.

The aim of trans-o-flex is to become quality leader from the customer's viewpoint. The group is once again focusing on its core competencies and corresponding industries, namely the pharmaceutical and healthcare industries as well as the cosmetics, household and consumer electronics sectors.

2 *Die Eigentümer investieren konsequent in IT, Fahrzeuge, Umschlagzentren und Mitarbeiterschulung*

AUFSTIEG ZUM STANDORTLEITER

Roland Dirscherl (51), heutiger Standortleiter in Ebermannsdorf, stieg 2006 auf 450-Euro-Basis bei LOXXESS ein und meisterte seinen beruflichen Neuanfang damals als alleinerziehender Vater. Zuvor lernte er Energieanlagen-Elektroniker und machte eine Umschulung zum Fachinformatiker. Bei LOXXESS gelang ihm eine erfolgreiche Entwicklung vom Mini-Jobber zum Standortleiter.

Herr Dirscherl, wie hat Ihre Karriere bei LOXXESS im Jahr 2006 begonnen?

Ich hatte schon immer großes Interesse an Computertechnik und machte eine Umschulung zum Fachinformatiker. Nach meiner Umschulung war ich auf Arbeitssuche und wollte einen beruflichen Neuanfang. Das war als alleinerziehender Vater nicht einfach, aber die Logistik machte es möglich. LOXXESS hatte einen Standort in Hirschau, in der Nähe meines damaligen Wohnortes. Dort bin ich vorbeigefahren, hab meine Bewerbung persönlich eingereicht und man bot mir eine Stelle auf 450-Euro-Basis an.

Und was kam danach?

Nach zwei Monaten wurde ich für ein neues Projekt festangestellt, ein externes Rohmateriallager für einen Regensburger Industriebetrieb. Ich war zunächst zuständig für Wartung und Störungen in der IT und Bestands-

klärungen mit unserem Kunden. Als 2007 ein neuer Standort in Ebermannsdorf eröffnet wurde, war ich bereits in den Aufbau eines neuen automatischen Kistenlagers und die Umzugsplanung eingebunden. In Ebermannsdorf vertrat ich den Lagerleiter, klärte Störungen und war für die IT zuständig. 2010 habe ich dann die Rolle des stellvertretenden Werkleiters übernommen. Als 2011 mein damaliger Chef ging, hat er Dr. Claus-Peter Amberger vorgeschlagen, mir die Standortleitung in Ebermannsdorf anzuvertrauen und so kam es auch.

Wie sehen Ihre Aufgaben heute aus?

Ich verbringe die meiste Zeit am Standort Ebermannsdorf mit Zahlen und Planungen und bin damit beschäftigt, die Wünsche unserer Kunden zu erfüllen. Nach wie vor bin ich als IT-Administrator tätig und Verkehrsleiter für die Standorte Ebermannsdorf und Neuburg. Wir sind ein Team von

rund 30 festangestellten Mitarbeitern, davon arbeiten nur vier administrativ. Bei uns macht jeder alles und auch ich bin als Standortleiter oft im Lager beschäftigt. Nur das Staplerfahren habe ich inzwischen aufgegeben.

Was ist Ihnen im Beruf besonders wichtig?

Ich gehe gerne zur Arbeit, wir sind ein gutes Team. Mit einer guten Stimmung im Team macht die Arbeit Spaß. Den Respekt habe ich mir erarbeitet und er wird mir unabhängig von Hierarchieebenen von meinen Kollegen, genauso wie von Dr. Amberger entgegengebracht. Mir gefällt die Unternehmenskultur bei LOXXESS und ich würde jedem empfehlen, Chancen, die sich bieten, zu ergreifen. Ich habe erfahren: Durch Engagement und Einsatz kann man viel erreichen.

Wie verbringen Sie Ihre Freizeit, neben dem Beruf?

An den Wochenenden unternehme



Wissenswertes



Am Standort Ebermannsdorf betreibt LOXXESS eine Logistikfläche von 6.900 m² mit 6000 Palettenstellplätzen und einem automatischen Kleinteilelager mit einer Kapazität von 46.000 Kleinladungsträgern für rund 7.400 verschiedene Produkte. Es handelt sich um Rohmaterialien wie Plastikgranulat, Kupfer- und Messingbänder, elektronische Komponenten wie Displays oder Platinen sowie Metallelemente. Im Zweischichtbetrieb stellt das Team vor Ort die Just-in-time-Lieferung von bis zu 2.000 Einzelbestellungen pro Tag sicher.



1

1 **Roland Dirscherl (Standortleiter in Ebermannsdorf):** „Mir gefällt die Unternehmenskultur bei LOXXESS und ich würde jedem empfehlen, Chancen, die sich bieten, zu ergreifen. Ich habe erfahren: Durch Engagement und Einsatz kann man viel erreichen.“

ich viel mit meiner Frau, die Kinder sind ja schon groß. Abgesehen davon lese ich gerne, insbesondere Fantasy oder Thriller. Zum sportlichen Ausgleich fahre ich Rad, in Ebermannsdorf und Umgebung gibt es dafür viele schöne Strecken, zum Beispiel im Wald oder an den Flüssen.

Promotion to site manager

EN

Roland Dirscherl (51), today site manager in Ebermannsdorf, joined LOXXESS in 2006 on a 450-euro basis and mastered his new career at that time as a single parent. He had previously trained in energy system electronics and retrained as an IT specialist. In 2006 he was looking for a job and wanted a career start. This

was not easy as a single father, but logistics made it possible. Back then, LOXXESS had a location in Hirschau, near his former residence, where he started his career on 450-euro basis. After two months, he was hired for a new project. 2007, when a new location was opened in Ebermannsdorf, he was already involved in setting up a new automatic box warehouse and the relocation planning. In Ebermannsdorf he represented the warehouse manager and took on the role of deputy plant manager in 2010. When the former site manager left in 2011, he suggested to Claus-Peter Amberger that Roland Dirscherl should be entrusted with the location management in Ebermannsdorf and, so it happened.

Today his daily tasks involve figures and planning, as well as the fulfilment of customers wishes. He is still the responsible IT administrator and traffic manager for the Ebermannsdorf and

Neuburg sites. In Ebermannsdorf there is a team of about 30 permanent employees, only four of them working in administration. Thus, everyone does everything and even as a site manager he is often busy at the warehouse – but he has given up forklift driving in the meantime. Roland Dirscherl says he enjoys work. Having a good atmosphere in the team makes work fun for him. He has earned respect over the years, across hierarchical levels. He likes the corporate culture at LOXXESS and has learnt from experience that you can achieve a lot through dedication and commitment.

At the weekends he undertakes a lot with his wife, the kids are already grown. Apart from that, he likes to read, especially fantasy or thrillers. For sporty compensation he rides a bike. In Ebermannsdorf and the surrounding area there are many beautiful routes, for example in the forest or by the riverside.

15 JAHRE ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT MIT BURTON

LOXXESS und Burton arbeiten bereits seit 15 Jahren erfolgreich zusammen. Hermann Kapferer hat als langjähriger Geschäftsführer von Burton Europe maßgeblich zum gemeinsamen Erfolg beigetragen und wurde im Juni 2017 feierlich von Kollegen und Kunden in den Ruhestand verabschiedet. Dr. Claus-Peter Amberger und Peter Amberger waren dabei.



- 1 (v.l.n.r.): Dr. Claus-Peter Amberger, Hermann Kapferer, Peter Amberger, Jack und Donna Burton
- 2 Die zwei brandneuen Burton Boards wurden von Danny Davis (Rider of the Year 2016) und dem legendären Künstler und Skateboarder Mark Gonzales entworfen

Der gelernte Spediteur Hermann Kapferer traf 1984 Jack Burton und seine Frau Donna in Las Vegas. Seinerzeit war Snowboarding in Europa noch nicht bekannt. Doch Jack Burton war damals überzeugt, dass sich neben dem Skisport das Snowboarden als Breitensport für die Wintersaison entwickeln würde. Hermann Kapferer ließ sich von dieser Vision begeistern und setzte die Idee tatkräftig um, indem er die Europazentrale von Burton in Innsbruck gründete – man ahnte noch nicht, dass Burton in Europa ein Erfolg werden würde.

Der Start war schwierig, aber im Laufe der Zeit gelang es, die Marke Burton zu einer der

führenden Sportmarken auszubauen. Burton ist zu einer Trendmarke geworden, die neben Snowboards eine ganze Reihe von Sportartikeln mit großem Erfolg vertreibt. Heute setzt Burton Europe rund 120 Millionen Euro um, beschäftigt über 150 Mitarbeiter in Innsbruck und unterhält seit dem Jahr 2000 ein Lager mit rund 18.000 Quadratmeter gedeckter Lagerfläche bei LOXXESS in Aurach.

Dr. Claus-Peter Amberger und Vater Peter Amberger danken Hermann Kapferer, Donna und Jack Burton für die langjährige Treue und faire Zusammenarbeit und wünschen Hermann Kapferer alles Gute für seinen neuen Lebensabschnitt.

15 years with BURTON

EN

LOXXESS and Burton have been working together successfully for 15 years. Hermann Kapferer, long-standing Managing Director of Burton Europe, has made a major contribution to this joint success. In June 2017 a gathering was held in his honour to mark the occasion of his retirement.

Dr. Claus-Peter Amberger and his father Peter Amberger were invited.

Hermann Kapferer met Jack Burton and his wife Donna in Las Vegas in 1984. At that

time snowboarding was not known in Europe. But Jack Burton was convinced that snowboarding would develop as a popular sport for the winter season. Hermann Kapferer was inspired by this vision and implemented the idea by founding Burton's European headquarters in Innsbruck. The start was difficult, but over time Burton became a leading sports brand. Dr. Claus-Peter Amberger and Peter Amberger would like to thank Hermann Kapferer and Donna and Jack Burton for their loyalty and fair cooperation over many years, and wish Hermann Kapferer all the best for his retirement.

IN 3 MINUTEN AUF DEN 3. PLATZ

Erneut fuhr ein LOXXESS-Mitarbeiter bei der Philip-Morris-Staplerrallye mit einer hervorragenden Leistung aufs Treppchen. Die Rallye findet traditionell zwei Mal jährlich für eigene Mitarbeiter und die von Dienstleistern auf dem Werksgelände von Philip Morris in Berlin statt.

Im September belegte Thomas Kühn, bei LOXXESS am Standort Berlin als Staplerfahrer verantwortlich für das so genannten „Silentstore-Lager“, den 3. Platz. Insgesamt waren 28 Staplerfahrer-Profis am Start.

Thomas Kühn brauchte für den Parcours exakt drei Minuten und eine Sekunde. Der Erstplatzierte war um nur 16 Sekunden schneller.

In 3 minutes to 3rd place

EN

Once again, a LOXXESS employee delivered a superb performance and took his place on the podium at the Philip Morris forklift rally. Traditionally the rally takes place twice a year



1

for its own employees and those of service providers at the factory site of Philip Morris in Berlin. Thomas Kühn, who is responsible as a forklift driver at LOXXESS in Berlin for the so-called "Silentstore Site", won 3rd place in September. A total of 28 forklift drivers were at the start. A forklift license was a prerequisite for participation.

1 Thomas Kühn präsentiert Urkunde und Pokal der Philip-Morris-Staplerrallye

STÄBCHEN REIN. SPENDER SEIN!



1

LOXXESS hat gemeinsam mit Philipp Morris und Gegenbauer zur DKMS Spendenaktion unter dem Motto „Stäbchen rein. Spender sein!“ am 4. und 5. Mai 2017 in Berlin aufgerufen. An beiden Tagen gab es jeweils zwei Termine zur Typisierung und Registrierung als Stammzellenspender. Insgesamt konnten dadurch 212 neue Stammzellenspender gewonnen werden, sechs davon sind Teil des LOXXESS Teams.

An der Organisation und Aktion waren 20 Helfer und Botschafter beteiligt, darunter sechs LOXXESS Mitarbeiter.

LOXXESS dankt Helmut Haubmann, Karsten Nettke, Martin Szombach, Ronny Dziobaka, Thomas Kühn und Sven Schmitel für das Engagement.

212 new Stem Cell Donors

EN

Together with Philipp Morris and Gegenbauer, LOXXESS supported the DKMS fundraising campaign on 4 and 5 May 2017 in Berlin. On both days there were two appointments for potential donors, for typing and for registration as a stem cell donor. In total, 212 new stem cell donors were gained, and six of them are part of the LOXXESS team.



2

1 Während der DKMS Spendenaktion am 4./5. Mai in Berlin wurden 212 neue Spender gewonnen

SPENDE FÜR FAMILIEN MIT SCHWEREN SCHICKSALEN



1 (v.l.n.r.): Dr. Florian Wild, Simone Hafel, ELISA und Dr. Claus-Peter Amberger

Donation for families with difficult fates

EN

Every year at Christmas, LOXXESS supports a charity with a donation. This year, a donation of 5,000 euros goes to the association ELISA for family aftercare in Neuburg, Germany. In this way LOXXESS supports the families of seriously and chronically ill or cancer-stricken children, and helps them cope with their illness in everyday life.

LOXXESS unterstützt jedes Jahr zu Weihnachten eine Hilfsorganisation mit einer Spende. In diesem Jahr geht eine Spende in Höhe von 5.000 Euro an den Verein ELISA zur Familiennachsorge in Neuburg an der Donau. Damit unterstützt LOXXESS Familien von schwerst-, chronisch- oder krebskranken Kindern, mit den Krankheiten ihrer Kinder im Alltag umzugehen.

In Neuburg an der Donau, nahe Ingolstadt, befindet sich einer der deutschen Standorte von LOXXESS. LOXXESS beschäftigt sich dort mit der Lagerung sowie dem Transport gefährlicher Güter. Eine hochsensible Angelegenheit. Das Team vor Ort ist lokal stark verwurzelt

und so kam der Vorschlag, die Weihnachtsspende der Familiennachsorge in Neuburg zu stiften, aus den eigenen Reihen.

Familien von schwerstkranken Kindern sind den speziellen Anforderungen in den wenigsten Fällen gewachsen. Lange Klinikaufenthalte, Operationen, der Tod eines Kindes, aufwändige Versorgung, Ess- und Fütterprobleme, Beatmung und Intensivpflege fordern die Eltern und den Rest der Familie bis an ihre psychischen und körperlichen Grenzen.

Ein Bindeglied zwischen Kinderklinik, niedergelassenen Ärzten, Institutionen und dem Elternhaus fehlt. Diese Lücke schließt ELISA mit der familienorientier-

ten sozialmedizinischen Nachsorge, der Harl.e.kin-Nachsorge, dem ambulanten Kinderkrankenpflegedienst, der Intensiv- und Palliativpflege, der psychosozialen Beratung im Rahmen der Offenen Behindertenarbeit, sowie mit der Spezialisierten-Ambulanten-Pädiatrischen-Palliativversorgung (SAPPV).

Weitere Informationen unter: elisa-familiennachsorge.de



20 Jahre

Roxana Copelea, LOXXESS Neuburg

10 Jahre

Enrico Schulze, LOXXESS Aurach

Christian Weiland, LOXXESS Berlin

Waldemar Volodenkov, LOXXESS Haiming

Elena Pimonowa, LOXXESS Kitzingen

Svetlana Sizov, LOXXESS Kitzingen

Andreas Johann Wojcik, LOXXESS IT Neuburg

Daniela Oliveira de Sousa, LOXXESS Tegernsee

Martina Raßhofer, LOXXESS Tegernsee

Herzlichen Glückwunsch!

Wir danken unseren langjährigen Mitarbeitern
für Ihre Treue und Ihr Engagement.

LOXXESS

GEWINNSPIEL

?

Wie viele Pakete bringt LOXXESS pro Jahr für Planet Sports auf die Reise?

How many parcels does LOXXESS process for Planet Sports per year?



Gewinnen Sie einen GUTSCHEIN von PLANET SPORTS, dem trendigen Händler im Actionsports- und Streetwear-Bereich im Wert von 250 Euro!



Senden Sie bitte Ihre Antwort bis zum 30. Mai 2018 per E-Mail an:

Please send your answer until May, 30, 2018 to:

magazin@loxxess.com



Der Gewinner wird bei mehreren korrekten Einsendungen per Losverfahren ermittelt und per E-Mail benachrichtigt.

Mit Ihrer Teilnahme erklären Sie sich im Gewinnfall mit der Veröffentlichung Ihres Namens in der nächsten Ausgabe einverstanden.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Gewinner der Ausgabe 04

LORETTA KUTTER
LOXXESS Neuburg GmbH & Co. KG;
Betriebsstätte Aurach

Herzlichen Glückwunsch!