

LOXXESS

MAGAZIN

KVĚTEN 2017 | VYDÁNÍ 04



ZAMĚŘENO NA INOVACE

BEST PRACTICE

DODACÍ LIST ČÍSLO: 1 000 000

SPOTLIGHT

„PŘIDANÁ HODNOTA V SOCIÁLNÍ OBLASTI JE TAKÉ ZISKEM“

STRATEGIE

TRŽNÍ STANDARD 2020

INTERVIEW

„AUTOMATIZACE, AUTONOMNÍ JÍZDY, BIG DATA“



2 OBSAH

- 3 ÚVOD**
„SCHOPNOST INOVOVAT URČUJE NÁŠ OSUD“
- 4 NOVINKY**
DEN LOGISTIKY V DIEBURGU
ZOOROYAL STAVÍ NA SPOLEČNOSTI LOXXESS
ŠPIČKOVÉ UMÍSTĚNÍ V HODNOCENÍ ZAMĚSTNAVATELŮ
MAGAZÍNU FOCUS
TELE COLUMBUS NADÁLE STAVÍ NA SPOLEČNOSTI LOXXESS
- 7 OSVĚDČENÉ POSTUPY**
DODACÍ LIST ČÍSLO: 1 000 000
- 10 SPOTLIGHT**
„PŘIDANÁ HODNOTA V SOCIÁLNÍ OBLASTI JE TAKÉ ZISKEM“
- 14 OSVĚDČENÉ POSTUPY**
VODAFONE SÁZÍ NA LOXXESS
„ŽIJEME Z POHYBU!“
- 19 STRATEGIE**
DO FIRMY LOXXESS PŘICHÁZÍ RUKAVICOVÝ SKENER
A DATOVÉ BRÝLE
TRŽNÍ STANDARD 2020
- 24 TRVALE UDRŽITELNÝ ROZVOJ**
UŠETŘENO 1 029 TUN OXIDU UHLIČITÉHO
- 25 INTERVIEW**
„AUTOMATIZACE, AUTONOMNÍ JÍZDY, BIG DATA“
- 27 SPOLEČNOST**
OSLAVENCI
- 28 SOUTĚŽ O CENY**



Vaše připomínky, komentáře a přání pište na:
magazin@loxxess.com



LOXXESS MAGAZIN

KVĚTEN 2017 | VYDÁNÍ 04

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

Odpovědný redaktor:
Christina Thurner,
Člen vedení

Redakce & grafická úprava:
teamtosse GmbH
Agentur für Kommunikation
www.teamtosse.de

Redakce: Jens Tosse, Amelie Burglechner

Art Direction: Yvonne Schmidt

Tisk:
Kastner & Callwey Medien GmbH

Fotografie a ilustrace:
LOXXESS, ARMED ANGELS (Social Fashion
Company GmbH), blickdesign.it, FOCUS
Magazin Verlag GmbH, Picavi GmbH,
shutterstock.com, SSI SCHÄFER

Copyright:

Magazin LOXXESS vychází dvakrát ročně v nákladu 2 400 kusů
DE/ENG a 400 kusů CZ/DE. Autorská práva vlastní LOXXESS
AG. Přetisk a jakákoli fotografická reprodukce – i formou výřat-
ků – jsou dovoleny jen s písemným souhlasem vydavatele.
Při velkém množství dat se i přes pečlivé zpracování mohou
ojediněle vyskytnout chybné údaje. Proto nemohou informace
firemního magazínu nahradit Obecné obchodní podmínky
LOXXESS AG. Za informace, které jsme získali od třetích osob,
neručíme.

„SCHOPNOST INOVOVAT URČUJE NÁŠ OSUD“



Milé čtenářky a čtenáři!

Autorem nápaditého nadpisu nad tímto úvodníkem nejsem já. Bývalý spolkový prezident Roman Herzog, který začátkem tohoto roku zemřel, použil tuto větu ve svém známém projevu „Ruck-Rede“ v roce 1997.

Téma inovace se prolíná tímto vydáním jako červená nit. Při sestavování obsahu nás napadlo, u kolika témat ze světa společnosti LOXXESS hrají roli novinky a zabývání se budoucností.

To se týká například příspěvku k partnerství se společností Sonax, pro kterou jsme právě zpracovali miliónový dodací list. Dlouhodobá spolupráce byla úspěšná jen díky tomu, že byla neustále přizpůsobována novým podmínkám.

Připravujeme se na nové výzvy v multichannelovém obchodě – informuje o tom Patrick Mense. Nyní se v našich skladech zavádějí rukavicové skenery a datové brýle. Můj otec, Peter Amberger, popisuje, co inovace v 90. letech znamenala pro splnění zákaznických požadavků.

Roman Herzog měl tehdy určitě pravdu, když požadoval více inovativního myšlení. Bez inovace a změny není trvalého úspěchu. V tomto ohledu nám můžete i do budoucna klást další výzvy!

*Ted' Vám přeji opět hodně zábavy při čtení!
Srdečně zdraví Vaše*

Aislinn Thurmes

"The ability to innovate determines our fate"

EN

Dear readers,

The pithy title above this editorial does not come from me. The former President of the Federal Republic of Germany, Roman Herzog, who died earlier this year, coined this phrase in his famous "Ruck speech" in 1997.

The theme of innovation is something of a unifying thread of this issue. When putting together its contents, we became aware of how many topics in the LOXXESS world are concerned with innovation and the future.

One example of this is our partnership with Sonax, for which we have now processed the one millionth delivery slip. This long-standing cooperation has been as successful as it has because it has always adapted to new circumstances.

Patrick Mense provides information on how we are addressing the new challenges of multi-channel trading. Meanwhile, glove scanners and data glasses are being introduced at our storage locations. My father, Peter Amberger, describes what innovation in the 90's has meant for the fulfillment of customers' needs.

Roman Herzog was certainly right to urge more enthusiasm for innovation. There is no lasting success without innovation and change. In this regard, you may continue to challenge us!

Once again, I hope you enjoy reading this!

DEN LOGISTIKY V DIEBURGU

Podesáté se v tomto roce konal „Den logistiky“. Společnost LOXXESS byla přítom a 27. dubna 2017 otevřela bránu v jednom z nejmodernějších filmových archivů v Dieburgu. Za speciálních podmínek tam LOXXESS provozuje největší soukromý archiv v Německu. Kolem 300 000 kotoučů a 200 000 pásek mnichovského podniku se světovou distribucí a filmovou produkcí Beta Film se co nejšetrněji skladuje a je zpřístupňováno jeho zákazníkům z celého světa. Do konceptu archivace šitého

na míru a správy filmových kotoučů a magnetických pásek připraveného zákazníkovi na míru investovala společnost LOXXESS kolem dvou milionů EUR. Kromě technického vybavení kladla společnost LOXXESS velký důraz na udržitelnost a úsporu zdrojů. Návštěvníci mohli nahlédnout do procesu fungování ve společnosti LOXXESS, seznámit se s rozmanitými úkoly a funkcemi logistiky a jako malé poděkování za návštěvu dostali malou pozornost.

“Logistics Day” in Dieburg

EN

This year, the “Logistics Day”, initiated by BVL (German Logistics Association), took place for the 10th time. LOXXESS took part and opened the gates of one of Europe’s most modern film archives on April 27, 2017, in Dieburg.

LOXXESS operates the largest private film archive in Germany, under special conditions.

Around 300,000 rolls and

200,000 tapes of the Munich-based and worldwide-operating sales and film production company Beta Film are stored as carefully as possible and made accessible to their customers from all over the world. LOXXESS invested around two million euros in the tailor-made concept for archiving and handling film rolls and magnetic tapes.



ZOOROYAL STAVÍ NA SPOLEČNOSTI LOXXESS

LOXXESS. V českém Boru se od listopadu 2016 o logistiku firmy ZooRoyal stará dynamický tým společnosti LOXXESS. LOXXESS se kromě skladování zboží stará o plynulé vychystávání a zasilání zboží koncovým příjemcům a přebírá vratky ke zpracování. Při skladování a pikování zboží se navíc evidují a dodržují data minimální trvanlivosti. Pro předávání objednávek a komunikaci bylo vytvořeno propojení mezi ERP systémem společnosti ZooRoyal a systémem skladového hospodářství LOXXESS. Pro následující roky je již naplánován další růst. Bernadette Kreuzer, vedoucí Logistik Shared Services, REWE Paketgeschäft, uvedla důvody pro výběr společnosti LOXXESS jako logistického partnera: „LOXXESS

nás přesvědčila svou kompetencí v e-commerce a předloženým konceptem. Pobočka v Boru pracuje velmi efektivně s vysokou výkonností a dává nám prostor pro další expanzi, který potřebujeme.“

ZooRoyal builds upon LOXXESS

EN

ZooRoyal, a company of REWE Digital GmbH, is a new client of LOXXESS. Since November 2016, a dedicated team from LOXXESS has been taking care of logistics for ZooRoyal at the location in Bor, Czech Republic.

In addition to the storage of goods, LOXXESS ensures the smooth picking and distribu-

tion of articles to the final recipient and handles the return processes. When storing and picking the articles, LOXXESS also monitors the MHD (date of minimum durability).

A system connection between

the ERP system from ZooRoyal and the Warehouse Management System of LOXXESS was created for order transfer and communication. Further growth has already been projected in the coming years.



1

V Boru se o logistiku firmy ZooRoyal stará dynamický tým společnosti LOXXESS

ŠPIČKOVÉ UMÍSTĚNÍ V HODNOCENÍ ZAMĚSTNAVATELŮ MAGAZÍNU FOCUS

Společnost LOXXESS patří k nejoblíbenějším zaměstnavatelům v logistické branži v Německu. To zdůrazňuje i špičkové umístění v soutěži magazínu FOCUS „Nejlepší zaměstnavatelé roku 2017“, jehož výsledky byly zveřejněny v únoru 2017. Zde se společnost LOXXESS umístila mezi nejlepšími 10 ze 46 firem v rámci hodnocení v odvětví „Doprava a logistika“. Mimo to patří LOXXESS ke třem nejlepším středně velkým zaměstnavatelům v branži.

Popáté zjišťoval hospodářský magazín Focus nejlepší německé zaměstnavatele. Výborně dopadlo nejlepších 1 000 zaměstnavatelů z 22 branží, kteří se tak stali majiteli značky „FOCUS TOP Nationaler Arbeitgeber (nejlepší tuzemský zaměstnavatel)“. Celkovým vítězem napříč všemi obory se v tomto roce poprvé stal chemický a farmaceutický koncern Bayer.

V rámci tzv. hodnocení, které bylo provedeno ve spolupráci s platformou pro hodnocení zaměstnavatelů, hodnotil Institut pro průzkum trhu Statista více než 100 000 referenčních výpovědí zaměstnanců. Dotazování byli zaměstnanci i pracovníci na všech pozicích a ve všech věkových kategoriích. Svá hodnocení mohli předat anonymně, a tedy pravdivě, aniž by byli nějak ovlivňováni.

Demografie a digitalizace
 Dr. Claus-Peter Amberger, předseda představenstva společnosti LOXXESS AG, zdůrazňuje význam, který má pro podnik dobré renomé u stávajících a budoucích zaměstnanců: „Každý ví, že díky demo-

grafickému vývoji ještě stoupne nedostatek kvalifikovaných pracovníků. V boji o tyto kvalifikované pracovní síly pomůže, když ukážeme, že se u nás zaměstnanci cítí dobře a že si společnosti LOXXESS váží.“

Proto Amberger vidí personální vývoj i nadále jako strategický úkol podniku: „Jako středně velký podnik klademe důraz na osobní pracovní klima utvářené pocitem odpovědnosti. V rámci možností nabízíme našim pracovníkům příležitost se dále vzdělávat a rozvíjet, podporujeme modely pružné pracovní doby a nabízíme zajímavé a napínavé úkoly.“

Vzhledem k postupující digitalizaci v logistice půjdeme určitě i nadále touto cestou.“

Top rating in FOCUS employer ranking

EN

LOXXESS is one of the most popular employers in the logistics sector in Germany. This is underlined by their placement in the FOCUS "Best Employers 2017" competition, which ranks



1 Titulní strana vydání FOCUS Business „1000 nejlepších německých zaměstnavatelů roku 2017“

the company among the top 10 out of 46 employers in the "traffic and logistics" sector. In addition, LOXXESS is one of the top three medium-sized employers in the industry.

For the fifth time, the financial magazine FOCUS has identified Germany's best employers. The results were published in February 2017. The top 1,000 employers from 22 sectors were awarded the label "FOCUS TOP National Employer". This year, the chemical and pharmaceutical group Bayer is the winner for all industries for the first time.

For the ranking, which was conducted in cooperation with an employer rating platform, the market research institute Statista evaluated more than 100,000 employee judgments. Employees and workers from all hierarchy and age levels were surveyed. They were able to provide their assessments anonymously and, therefore, honestly and without influence. Dr. Claus-Peter Amberger, CEO of LOXXESS, emphasizes the importance for the company of a good reputation among existing and future employees: "Everyone knows that demographic developments are going to reinforce the existing skills gap. In the competition for skilled employees, it helps to highlight that employees feel comfortable here and appreciate LOXXESS."

TELE COLUMBUS NADÁLE STAVÍ NA SPOLEČNOSTI LOXXESS

Již od roku 2008 jsou logistické a fulfillmentové služby třetího největšího německého provozovatele kabelové sítě, Tele Columbus, v rukou společnosti LOXXESS.

K servisním službám patří skladování, expedice a řada služeb s přidanou hodnotou u přístrojů a příslušenství Tele Columbus. Začátkem roku prodloužili partneři spolupráci.

Jürgen Kremling, ředitel logistiky a nákupu u Tele Columbus, zdůvodňuje další prodloužení smlouvy následovně: „Logistika je pro náš obchod digitální společnosti poskytující služby v oblasti zábavy klíčová – a spolehlivost je přítomným podstatným faktorem úspěchu.

Ve společnosti LOXXESS máme již roky osvědčeného a inovativního partnera, který nám uleví a zákazníkům poskytne prvotřídní servis.“

U společnosti LOXXESS se přebírají a skladují produkty dodavatele – především digitální přijímače a příslušenství pro příjem televizního signálu a internetové a telefonní služby. Přicházející objednávky se vychystávají a zasílají distribučním partnerům i konečným zákazníkům.

Společnost LOXXESS dále upravuje vrácené přístroje, po funkčním testu je opticky upraví a případně je opraví. Pro funkční testování investoval poskytovatel logistických služeb již v roce 2012 do

automatického zařízení pro testování přijímačů.

Celkem se roční objem přístrojů, které společnost LOXXESS zpracovává pro Tele Columbus jako novou expedici, výměnu nebo vratku, pohybuje v šestimístných číslech. Ke službám s přidanou hodnotou však rovněž patří takové úkoly, jako například vychystávání a rozesílání propagačních materiálů.

accessories. At the beginning of the year, the partners extended the cooperation.

Juergen Kremling, Director of Logistics & Procurement at Tele Columbus, explains the new contract extension as follows: "Logistics is an essential part of our business as a digital entertainment company, and reliability is a key success factor here. In LOXXESS, we have had a proven and innovative partner for many years, which makes our work easier and provides our customers with first-class service".

At LOXXESS, the suppliers' products - mainly digital receivers and accessories for TV reception, as well as for Internet and telephone services - are received and stored. The incoming orders are picked and sent to sales partners, as well as to end customers.

In addition, LOXXESS processes returned devices, prepares them optically after a function test, and repairs them if necessary. For the functional test, the logistics service provider invested in an automatic receiver test system in 2012. Overall, the annual volume of the equipment processed by LOXXESS for Tele Columbus, as new delivery, exchange, or return, is in the six-figure range. In addition, value-added services also include tasks such as the selection and distribution of advertising material.

Tele Columbus continues to rely on LOXXESS

EN

Since 2008, the logistics and fulfillment services of the third-largest German cable network provider, Tele Columbus, have been in the hands of LOXXESS. Services include warehousing, shipping, as well as a range of value-added services for the Tele Columbus equipment and

1 *Vychystávání v logistickém centru LOXXESS: Zde se zpracovávají a expedují digitální přijímače, příslušenství pro příjem televizního signálu a internetové a telefonní služby společnosti Tele Columbus*



DODACÍ LIST ČÍSLO: 1 000 000



1. února 2017 zpracovával tým LOXXESS na pobočce v Neuburgu milióntou zakázku pro společnost SONAX, předního specialistu na autokosmetiku. Toto číslo je výsledkem outsourcingového partnerství trvajících téměř dvě století a kompetentních a spolehlivých služeb, které se kontinuálně přizpůsobovaly požadavkům zákazníka.

Spoločnosti SONAX a LOXXESS spolupracují v oblasti logistiky od roku 1999. Tehdy se společnost SONAX rozhodla pověřit vedením celosvětového skladu externího partnera. Mnozí z dnešních zaměstnanců týmu LOXXESS pracujícího pro společnost SONAX již zažili hodinu nula a vývoj po ní. Mezitím se tým rozšířil na 50 pracovníků, kteří jsou pyšní na dlouholeté partnerství zahrnující řadu náročných logistických úkolů. Rovněž Dr. Karlheinz Schmidt, člen vedení společnosti SONAX, zdůrazňuje výkonnost outsourcingového partnera: „Je jasné, že jsme s výkonem společnosti LOXXESS velmi spokojeni, jinak by

partnerství tak dlouho nefungovalo. LOXXESS je pro nás, co se týká vybavení, know-how, efektivity a spolehlivosti, a též připravenosti se dále rozvíjet, ideálním partnerem.“ LOXXESS řídí likvidaci odpadů z výroby z nedalekého závodu SONAX, skladuje okolo 4 000 různých výrobků a stará se o distribuci po celém světě. Okolo 60 procent uskladněných výrobků jsou nebezpečným zbožím, a proto je nutné s nimi příslušným způsobem nakládat a skladovat je podle přísných předpisů. Proto se celé logistické zařízení klasifikuje jako sklad nebezpečných látek. Tehdy nebyla prostě jen přibrána nová plocha, nýbrž se investovalo i

do nové skladové techniky a byly optimalizovány procesy. Tím se kromě skladovací plochy především zvýšila překládková kapacita, což bylo předpokladem k tomu, aby se růst zvládl, speciálně u zásilek na export. LOXXESS prověřuje i řádnou nakládku a zajištění odchozích přeprav. Příjemcem jsou především velkoobchod a maloobchod, čerpací stanice, dílny, ale i automobiloví výrobci. Distribuce autokosmetiky a dalšího zboží, jako je propagační materiál, probíhá formou balíků, kusových zásilek, jako dílčí nebo kompletní náklad či v kontejnerech pro námořní přepravu. Pro kontejnery zřídila společnost



- 1 *Všechny toky zboží byly optimalizovány díky novému řešení hal*
- 2 *Mobilní pořízování dat a dva portálové jeřáby pro finální kontrolu usnadňují pracovníkům manipulaci s balením, kanystry a sudy*

NEBEZPEČNÉ ZBOŽÍ VYŽADUJE PERFEKTNÍ KVALITU

„I technika se dále vyvíjela, v neposlední řadě proto, aby zaměstnancům usnadnila pracovní podmínky“, vysvětluje Florian Schwarz-Gewallig, člen obchodního vedení a osoba odpovědná za oblast LOXXESS jih s pěti pobočkami a 235 zaměstnanci.

Tak se z dodacího listu stalo zařízení MDE k mobilnímu sběru dat a na konečné kontrole jsou k dispozici dvě portálová jeřábová zařízení, aby se s kanystry a sudy mohlo snadněji manipulovat.

Zde společnost LOXXESS investovala nejdříve, aby se optimalizovala ergonomie pro zaměstnance. Zkušený tým vždy vykazuje věkový průměr 50 let. „Tak tomu bude i nadále“, zdůrazňuje Schwarz-Gewallig. „Neustálými kontrolami procesů a použité techniky se snažíme zvýšit kvalitu a efektivitu pro zákazníka!“

Při nakládání s nebezpečným zbožím jde o nutnost. Plnit četné a neustále se zvyšující požadavky vyžaduje perfektní know-how a odbornost. „Zejména zde může LOXXESS zabodovat, neboť nabízíme nutnou flexibilitu s nejvyšší kvalitou“, zdůrazňuje vedoucí obchodního úseku Industrial + Chemicals Services. K tomu je pro zvládnání a dodržování předpisů nezbytná souhra s úřady a politikou, zakládající se na důvěře. I zde se společnost LOXXESS na pobočce v Neuburgu v průběhu mnoha let vyškolila a nasbírala zkušenosti.

LOXXESS na ploše 400 metrů čtverečních vlastní balicí zónu, kde se plynule připravuje zboží určené k distribuci.

ROZŠÍŘENÍ PŘINÁŠÍ OPTIMALIZOVANÉ PROCESY

Tím, že byla před pěti lety přibrána další hala, vzrostla skladovací plocha skladu o 5 000 na něco přes 20 000 metrů čtverečních, počet bran pro nakládku a vykládku se zvýšil ze dvou na deset. Sklad, který je k dispozici výlučně společnosti SONAX, má nyní kolem 12 000 paletových míst a zhruba stejné množství míst v sektorovém skladu. Vychystávací plocha a počet průběžných regálů se zdvojnásobily.

Průběžné regály zajišťují, že i u výrobků s vysokou obrátkou bude ve vychystávací zóně vždy dostatek

zboží k vyřízení expedičních zakázek. Na základě rozšíření a nového designu hal byly analyzovány a optimalizovány všechny toky zboží.

I na příjmu zboží z výroby SONAX provedla společnost LOXXESS vylepšení. Zde LOXXESS používá k vyzvednutí na pobočce, která je vzdálena dva kilometry, dva návěsy, u kterých se již náklad nemusí manuálně jistit.

Díky tomu návěs denně dosáhne 16 namísto 10 oběhů. Ještě než zboží dorazí, je dodatečně stanovena softwarově řízená optimální skladovací strategie. K tomu obdrží LOXXESS bezprostředně po naložení návěsu informace o zboží z nákladu. Program prověří, která vhodná skladovací místa jsou volná, a zašle řídicí přes sms informaci o přidělení nakládací brány.

Delivery slip number: 1,000,000

EN

On February 1, 2017, the LOXXESS team at the Neuburg site processed the one-millionth order for SONAX, the leading specialist in auto-claving products. This number represents almost two decades of outsourcing partnership, as well as competent and reliable service, which has always been adapted to the requirements of the customer.

SONAX and LOXXESS have been cooperating in logistics since 1999. At that time, SONAX decided to have the world-wide distribution warehouse operated by an external partner. Many of today's employees in the LOXXESS team for SONAX were there from the beginning and experienced the further development. The more than 50 employees are proud of this long-term partnership, which includes a number of challenging logistics tasks. Dr. Karlheinz Schmidt, member of the Executive Board at SONAX, also emphasizes the efficiency of the outsourcing partner: "It is obvious that we are very satisfied with the performance of LOXXESS; otherwise, the partnership would not have worked for such a long time. LOXXESS is the ideal partner for us in terms of equipment, know-how, efficiency, and reliability, as well as the willingness to develop further".

LOXXESS controls production at the nearby SONAX factory, stores around 4,000 different items, and provides worldwide shipping. Approximately 60 percent of the stored items are hazardous goods and therefore have to be treated and stored according to



the demanding regulations. Therefore, the entire logistical location is classified as a hazardous material storage facility. At that time, however, it was not simply a matter of increasing the area, but also investing in new storage technology, and the processes were optimized. As a result, the transshipment capacity has increased, in addition to the storage area. This was the prerequisite for managing the growth - especially, in the matter of export shipments.

LOXXESS also checks the correct loading and securing of outgoing transports. Recipients are primarily wholesalers and retailers, filling stations, and workshops, but also automobile manufacturers. The distribution of car care materials and other items such as advertising material is carried out as packages, general cargo, as partial or full load, or in sea containers. LOXXESS has set up its own packing zone for the containers on an area of 400 square meters.

With the addition of another hall five years ago, the area of the warehouse grew by 5,000 to approximately 20,000 square meters, and the number of loading and unloading gates increased by two to ten. The warehouse, which is exclusively available to SONAX, now has around 12,000 pallet spaces and

approximately the same quantity block storage areas. The picking area and the number of flow-through racks were doubled. Flow-through racks ensure that there is always sufficient material for the handling of the dispatch orders - also in case of fast-overturn items. Due to the expansion and the new hall design, all goods flows were analyzed and optimized.

"The technology has also continued to evolve, not least in order to improve working conditions for the employees", explains Florian Schwarz-Gewallig, member of the Executive Board and the person responsible for the LOXXESS Süd division, with five locations and approximately 235 employees.

Thus, from the delivery slip, the MDE device for mobile data acquisition, and the final inspection, two port cable systems are available to facilitate the movement of the containers, canisters, and drums. Here, LOXXESS has invested primarily in optimizing ergonomics for the workforce. The veteran team has an average age of 50 years. "This is how it will continue", emphasizes Schwarz-Gewallig. "By continually reviewing the processes and the applied technology, we strive to continuously improve the quality and efficiency for the customer!"

„PŘIDANÁ HODNOTA V SOCIÁLNÍ OBLASTI JE TAKÉ ZISKEM“

Před více než deseti lety založil Martin Höfeler s tehdejšími spolužáky ještě při studiích podnikové ekonomiky start-up podnikající v oblasti módy. Z prvotního nápadu vznikla ARMEDANGELS, férová a udržitelná módní značka. Dnes 34letý zakladatel a jednatel stále s nadšením a úspěchem pracuje na své vizi a klade si náročné cíle. Společně s firmou LOXXESS zavedl tým společnosti ARMEDANGELS odpovídající logistiku pro obchod v oblasti e-commerce.



1 ARMEDANGELS kolekce S/S 2017

Pane Höfelere, jak vznikla myšlenka založení ARMEDANGELS a čím především se nový start-up vyznačuje?

Všechno jsme začali s tričky vyráběnými v rámci fair trade a z toho se v následujících deseti letech vyvinula jedna z největších evropských módních značek Eco & Fair. Přitom jsme na začátku neměli zkušenosti ze světa módy, ani jsme si neuvědomovali rozsah nedostatků, co se týká výrobních podmínek a nedostatečné udržitelnosti módy.

Patřili jsme k prvním v Německu, kteří považovali téma udržitelnosti módy za důležité. S ARMEDANGELS chceme módnímu průmyslu dokázat, že se maximalizace zisku a sociální citění

nevyklučují. Když se dnes vrátím k našim začátkům, mohu s přesvědčením říct, že náš zisk je měřitelný nejen z finančního hlediska, ale že ziskem pro nás je i přidaná hodnota v sociální oblasti.

Co pro Vás bylo v počátcích největší výzvou?

Jednou z našich největších výzev bylo a je najít dodavatele a obchodní partnery, kterým můžeme důvěřovat. Hledáme partnery, kteří špatný stav prostě jen neakceptují, nýbrž jsou připraveni změnit svět férovostí a udržitelností.

Jak důležitá je pro ARMEDANGELS

logistika a proč jste se rozhodl pověřit logistikou společnost LOXXESS?

Na začátku jsme logistiku dělali sami. Zboží jsme dodávali Fordem Tranzit z Portugalska. Celý tým sestával z řetězce lidí, kteří pomáhali při vykládce, a náš tehdejší pracovník zákaznického servisu pak prováděl vyčistávání zboží.

Když byla společnost ARMEDANGELS větší, rozhodli jsme se předat logistiku odborníkům, abychom se mohli dále soustředit na naše klíčové kompetence. Přitom jsme nechtěli spustit z očí aspekt udržitelnosti. Při výběru našich partnerů dbáme na udržitelnost a sociální faktory.

Společně s firmou LOXXESS jsme vybudovali logistiku pro náš rychle rostoucí e-commerce obchod a nastavili jsme bezvadné a efektivní procesy. Se spoluprací jsme velmi spokojeni.

Expedice našim zákazníkům B2B a B2C je organizována z pobočky LOXXESS v Aurachu. Ve vrcholné fázi jsme tak mohli využít synergické efekty v personálním plánování a našim zákazníkům jsme v e-commerce obchodu s nepřetržitou provozní dobou mohli nabídnout dodávku do jednoho dne až dvou dní.

Jaké cíle s ARMEDANGELS máte, co se týká růstu, kolekcí, zákaznického servisu atd. a jaké požadavky máte v této souvislosti na logistiku?

Naším cílem je růst a stát se nejférovější módní značkou na světě. Teprve až dosáhneme dostatečné velikosti, budeme mít větší vliv v módním průmyslu a můžeme ve společnosti



2 Martin Höfeler, zakladatel ARMEDANGELS

skutečně něčím pohnout. Smysl pro udržitelnost se podle mého názoru v naší společnosti již změnil. Dnes jsme lépe informováni díky internetu, nenecháme se tolik ovlivňovat reklamou a chceme se o spoustě věcí dozvědět více.

Do budoucna chceme také zlepšit naše vratkové kvóty, i to je aspekt udržitelnosti. Myslím si, že potenciál ještě nabízí jednotné velikostní standardy, dodržování zadaných rozměrů ve výrobě a nové technické možnosti, jak lépe určit míry zákazníků. Kromě toho právě se společností LOXXESS pracujeme na tom, abychom používali co nejlépe udržitelné balicí materiály. Máme tedy ještě hodně práce.

Máte přitom všem ještě čas na dovolenou, rodinu a koníčky, jak moc je pro Vás podnikání náročné?

I když už dnes nejsme novou rozjíždějí se firmou, ale považujeme se za mladou středně velkou společnost, klade na mě tato společnost velké časové nároky a přináší i velkou odpovědnost, takže je někdy těžké vypnout. Na druhé straně mě to moc baví, nechtěl bych dělat nic jiného. Ve firmě pracuje i moje žena, tady jsme se poznali. Firma nás tedy zaměstnává oba. Ale nyní máme druhého jednatele na palubě, což přináší úlevu.

3 „Společně se společností LOXXESS jsme vybudovali logistiku pro náš rychle rostoucí e-commerce obchod“



Je dobré vědět:

O ARMEDANGELS:

V lednu 2007 zakládají dva Koliňané, Martin a Anton, značku ARMEDANGELS. Jejich záměr: chtějí velkým hráčům v textilním průmyslu ukázat, že módu lze dělat i jinak. Bez otrocké práce za směšnou mzdu, bez chemického šílenství, bez nekvalitního masově vyráběného zboží. 10 let po založení se Armedangels jasně vyprofilovala a dnes se svým 70 členným týmem a čtyřmi kolekcemi v roce platí za jednu z největších značek mezi značkami Eco & Fair Fashion.

Více informací: www.armedangels.de



MILNÍKY:

Leden 2007: Anton a Martin absolvují kurs podnikového financování a zakládají Armedangels

Březen 2007: Anton a Martin nacházejí svého úplně prvního výrobce v Portugalsku
Srpen 2007: Online obchod se rozjíždí - s šesti potíštěnými tričky

Září 2007: ARMEDANGELS získává zakladatelskou cenu ekonomického časopisu Wirtschaftswoche a certifikaci fairtrade

Červen 2007: Prodej v německé maloobchodní sféře začíná prvním veletržním stánkem na veletrhu Premium

2011: Všechny procesy dodavatelského řetězce se mění na GOTS

2012: ARMEDANGELS získává cenu Fairtrade Award. Anton se vydává novou cestou

2015: ARMEDANGELS se stává členem Fair Wear Foundation

2016: Tým se rozrůstá na 65 pracovníků a v oblasti obchodu prolomili hranici 900 prodejních míst v 18 zemích

2017: ARMEDANGELS slaví 10 let od svého založení

BUSINESS FACTS

	2007	2016
Vyrobené kusy	1 000	872 000
Komodity	trička	trička, topy, košile, blůzy, trička s dlouhým rukávem, šaty, svetry, kardigany, mikiny, mikiny s kapucí, džíny, kalhoty, bundy, kabáty a blejzry
Points-of Sale	0	900 po celém světě
Distribuční kanály	Online	Online & Offline
Používané materiály	biobavlna	biobavlna, biovlna, biolen, recyklovaný polyester, Edelweiss® a TENCEL®.
Výrobci	1 v Portugalsku	6 v Portugalsku, 5 v Turecku, 1 v Číně
Certifikáty a členství	Fairtrade	Fairtrade, GOTS, Fair Wear Foundation
Zaměstnanci	3	70
Obrat	20 000€	23 mil. €



"Social added value is also profit"

EN

Over ten years ago, Martin Höfeler, together with a fellow student, founded a start-up in the fashion segment during their business studies. From the initial idea, ARMEDANGELS, one of the biggest eco & fair fashion labels in Europe, emerged. The 34-year-old founder and CEO continues to work on his vision with enthusiasm, success, and ambitious goals. Working with LOXXESS, the team from ARMEDANGELS has positioned the logistics for their e-commerce business very well.

The founders were among the first in Germany to consider sustainable fashion important. With ARMEDANGELS, Martin Höfeler wants to prove to the fashion industry that profit maximization and social justice are not mutually exclusive. When he looks back at the beginnings today, he says with conviction that profit is measurable not only financially, but that social value profits the company as well.

One of the biggest challenges has been and still is finding suppliers and trading partners that may be relied upon. ARMEDANGELS is looking for

partners who do not simply tolerate abuses, but are ready to change the world through fairness and sustainability.

In the beginning, the start-up did the logistics on their own. The goods were delivered with a Ford Transit from Portugal. The entire team formed a human chain to assist in unloading, and then the former customer service staff picked and packed the goods. As ARMEDANGELS got bigger, they decided to turn over the logistics to specialists, in order to continue to concentrate on their core competencies. However, they do not want to lose sight of the aspect of sustainability. When choosing partners, the company pays attention to sustainability and social factors.

Together with LOXXESS, ARMEDANGELS has built up the logistics for their fast-growing e-commerce business and set up the processes clearly and efficiently. Martin Höfeler is very satisfied with this cooperation.

Shipping to their B2B and B2C customers is organized at the LOXXESS location in Aurach. During peak phases, they can therefore use synergy effects with regard to personnel planning and ensure delivery within one to two days for their customers in the 24/7 e-commerce business.

The future goal of ARMEDANGELS is to grow and become the fairest fashion label in the world. Only when the company reaches a substantial size, can ARMEDANGELS have greater influence in the fashion industry and really have an impact upon society. In the view of Höfeler, the awareness of sustainability has already changed in our society. Nowadays, we are better informed by the internet; we no longer believe whatever marketers tell us and question things a lot more.

In future, the company wants to further increase its return quotas, which is also an aspect of sustainability. Martin Höfeler thinks that uniform size standards, compliance with specified dimensions in production, and new technical possibilities for better surveying their customers, still offer potential. In addition, ARMEDANGELS is working with LOXXESS to make the most out of sustainable packaging materials. There is still much to do.

Even if Höfeler today regards ARMEDANGELS no longer as a start-up, but as a young, medium-sized company, it takes up a lot of his time and brings a lot of responsibility with it. Sometimes, it is difficult for him to turn it off and relax. On the other hand, work is a lot of fun for him, and he would not do anything differently.

VODAFONE SÁZÍ NA LOXXESS

S rozsáhlými službami s přidanou hodnotou je LOXXESS pevnou součástí logistiky a zpracování vratek u společnosti Vodafone. Logistika pro kabelový obchod společnosti Vodafone v Německu je i nadále v rukou společnosti LOXXESS. Smlouva byla v lednu 2017 dlouhodobě prodloužena.

Již od roku 2012 LOXXESS zodpovídá za logistiku společnosti Vodafone v oblasti kabelů. Vodafone Deutschland je jedním z předních integrovaných telekomunikačních podniků a současně je největším poskytovatelem televizních služeb v republice. Tomu odpovídá šíře a rozmanitost spektra zajišťovaných produktů a úkolů v realizaci logistických služeb.

LOXXESS provozuje logistické centrum pro logistiku zásilkového obchodu a mediální logistiku na cca 70 000 metrech čtverečních v českém Boru, blízko německých hranic. Zde se pro Vodafone zpracovává okolo dvou milionů zakázek ročně.

Martin Schmidt, Head of Logistics and Enablers u společnosti Vodafone, komentoval prodloužení smlouvy takto: „LOXXESS velmi dobře pokrývá naše vysoké požadavky na logistické služby, které jsou u nás velmi rozmanité. Spolupráce se v průběhu

mnoha let osvědčila, jsme velmi spokojeni, především s flexibilitou a efektivitou, které jsou v našem obchodě důležité.“

900 000 PŘÍSTROJOVÝCH TESTŮ ROČNĚ

Konkrétně se poskytovatel logistických služeb stará o skladování technických zařízení, jako jsou modemy, přijímače, WLAN-Sticks a příslušenství jako kabely, dálkové ovladače nebo multimediální zásuvky. Smartcards se skladují ve vlastním bezpečnostním skladu. Tým vychystává zakázky pro konečného zákazníka i pro servisní techniky.

Současně se zpracovávají vratky a provádí se jejich zaúčtování. LOXXESS zařízení testuje a při renovaci je upravuje pro další použití. Ročně projde funkčními testy v centru mediální logistiky společnosti LOXXESS kolem 900 000 přístrojů a dílů příslušenství společnosti Vodafone.



Je dobré vědět:

VODAFONE DEUTSCHLAND

je jedním z předních integrovaných telekomunikačních podniků a současně je největším poskytovatelem televizních služeb v republice. Se svými 14 000 zaměstnanci dodává koncern internet, mobilní síť, pevnou síť a televizi z jedné ruky. Se stále rychlejšími sítěmi připravuje společnost z Düsseldorfu v Německu cestu do gigabitové společnosti – v pevné i mobilní síti.

Okolo 90 % všech podniků DAX a 15 ze 16 spolkových zemí se již rozhodlo pro Vodafone. Se 43,7 miliony karet pro mobilní síť, 6,1 miliony zákazníků s širokopásmovou pevnou sítí a velkým počtem digitálních řešení dosahuje společnost Vodafone Deutschland ročního obrátu ve výši 11 miliard EUR.

Vodafone má po celém světě přibližně 470 milionů zákazníků v mobilní síti a 14,3 milionů zákazníků v pevné síti.

1 LOXXESS zpracovává pro Vodafone okolo dvou milionů zakázek ročně

Pro všechny procesy partneři sjednali servisní úroveň, které se průběžně vyhodnocují.

Vodafone speciálně v kabelovém obchodě počítá s dalším růstem, na který je pobočka LOXXESS v Boru se specializovaným logistickým centrem dobře připravena. Schopnost LOXXESS navrhnout řešení do budoucna zdůrazňuje i předseda představenstva Dr. Claus-Peter Amberger: „Dnes můžeme požadavky zákazníků splnit pouze tehdy, jsme-li schopni se dynamicky a flexibilně přizpůsobit změnám a růstu. Kromě nutné kompetence spočívá velké plus společnosti LOXXESS v tom, že přispívá kabelovému obchodu společnosti Vodafone v Německu.“

Vodafone relies on LOXXESS

EN

Logistics for the cable business of Vodafone in Germany continues to be at LOXXESS. The contract was extended in January 2017 for the long term. With comprehensive value-added services, LOXXESS has been an integral part of the logistics and return-processing at Vodafone since 2012.

Vodafone Deutschland is one of the leading integrated telecommunication companies and also the largest TV



provider in Germany. The spectrum of the articles to be handled and the tasks involved in logistical processing are correspondingly broad and varied.

LOXXESS operates a logistics center for mail-order and media logistics, with approximately 70,000 square meters of warehouse space, in the Czech town of Bor, close to the German border. Here, about two million orders per year are processed for Vodafone.

Martin Schmidt, Head of Logistics and Enablers at Vodafone, commented on the extension of the contract: "Our high demands for logistics, which are very diverse in our company, are fulfilled by LOXXESS. The collaboration has proven itself over many years; we are highly satisfied with the performance - especially, with the flexibility and efficiency that are important in our business".

LOXXESS takes care of the storage of technical equipment such as modems, receivers, WLAN sticks, and accessories such as cables, remote controls, or multimedia cans at high bay warehouses. Smartcards are stored in their own security storage. The team picks the orders for both end users and service technicians.

At the same time, incoming returns are processed and posted. LOXXESS tests the devices and prepares them for further use. Each year, some 900,000 devices from Vodafone go through the functional tests at the LOXXESS media logistics center. For all processes, the partners agreed on service levels, which are measured continuously.

Vodafone expects further growth, especially in the cable business, for which LOXXESS is well-prepared with its specialized media logistics center at the Bor location.

„ŽIJEME Z POHYBU!“

Dr. Claus-Peter Amberger, předseda představenstva společnosti LOXXESS AG, v rozhovoru vysvětluje, jak společnost LOXXESS rozvinula klíčovou kompetenci pro mediální logistiku, která je aktuálně zvláště důležitá, a co služby pro tuto branži odlišuje od ostatních služeb.



Jak se oblast mediální logistiky u společnosti LOXXESS vyvíjela?

Společnost LOXXESS se specializovala na outsourcingové projekty v logistice průmyslu a obchodu. Logistika pro mediální podniky je tedy jednou z více branží.

Obhospodařujeme 27 logistických center v Německu, České republice a v Polsku na skladovací ploše 600 000 metrů čtverečních a zaměstnáváme asi 1 600 pracovníků. Mediální logistiku provozujeme od roku 2006 v českém Boru. První zákazník na pobočce byl provozovatel kabelové sítě Tele Columbus, se kterým dodnes úspěšně spolupracujeme a se kterým jsme rostli.

Následovali další zákazníci, jako HD PLUS, poskytovatel programové nabídky s dodatečným vysokým rozlišením pro satelitní systém Astra, televizní stanice Sky a Vodafone. Celkem pracuje pro LOXXESS na pobočce v Boru přes 600 zaměstnanců.

Je mediální logistika ve srovnání s ostatními odvětvími jako je automotive nebo E-Commerce komplikovanější?

Každá branže má své zvláštnosti, pro které je potřeba speciální know-how. V mediální logistice, příp. v oblasti „Consumer Electronics“, hraje velkou roli nepřetržité sledování sériového čísla.

Přístroje zůstávají zpravidla vlastnictvím našich zákazníků a koneční zákazníci si je pronajímají. Během jejich životního cyklu se nám dostanou do rukou vícekrát – konečný zákazník je po použití pošle zpět a my je, pokud je to možné, upravíme pro další použití.

Tady je zásadní nepřetržitý tracking. V oblasti after-sales jsou nutné odborné znalosti, například při testování elektronických produktů pro opětovnou úpravu, až po výměnu čelních krytů u přijímačů nebo modemů – pak přístroje vypadají jako nové. Přístroje mohou být následně po úspěšné opětovné úpravě zákazníkem znovu používány.

Kde musí mediální logistik dávat obzvláště pozor?

Víte, logistika je díky digitalizaci ve všech branžích velmi dynamická. Proto pro nás ve všech oblastech platí to stejné: Chceme našim zákazníkům nabídnout větší efektivitu, rychlost a transparentnost.

Proto stále investujeme do nových technických řešení, jako je rukavicový skener nebo naše výkonná fulfill-

mentová řešení, díky nimž můžeme prakticky převzít kompletní servis pro koncového zákazníka až po fakturaci pro naše zákazníky. Z toho opět generujeme informace a vyhodnocení – heslo Big Data – které našim zákazníkům pomáhají, aby ještě lépe rozuměli svým zákazníkům a mohli jim neustále poskytovat individuální servis.

V mediální logistice speciálně zaznamenali naši klienti v posledních letech velký růst. Při tomto růstu očekávají kompletní servis „fullservice“ a opravdovou pomoc – od klasické logistiky až po testování a modernizaci elektronických zařízení. Předpokládá se vysoká kvalita.

Rychlost a flexibilita jsou v této branži extrémně důležitými faktory. Důležité jsou také certifikace partnerů našich zákazníků v oblasti kódování. Poskytovatelé smartcards, příp. kódů, dbají na bezpečnost. Požadavky na bezpečnost musí být prosazovány a respektovány přednostně.

Chcete oblast mediální logistiky ještě rozšiřovat?

V posledních letech jsme naše portfolio neustále rozšiřovali. Naši zákazníci nám dají důvěru a jdou s námi po nových cestách. Testujeme například příslušenství, jako jsou kabely, které stojí jen několik centů, a tento krok je nejen rentabilní pro naše zákazníky, ale šetří i životní prostředí.

I při testování přijímačů jdeme novými cestami a testujeme je pomocí

plně automatizovaných zkušebních zařízení. Zmíněná dynamika, bude tedy u LOXXESS nadále pokračovat – ostatně nejen v mediální logistice!

Co Vás osobně na mediální logistice vzrušuje?

Obecně je pro mě logistika sama o sobě vzrušující. Logistika je styčným místem pro téměř všechny oblasti podniku.

Určitým způsobem je životně důležitá pro prodej, marketing, pro výrobu a zákaznický servis. Dnes je proto pro úspěšnou logistiku rovněž rozhodující účinný informační management. Na jedné straně, aby se změřily a vyhodnotily parametry procesů a odbytu, se kterými zákazník může optimalizovat své produktové portfolio a servis. Za druhé, protože je na nás jako poskytovatelé logistických služeb vázané know-how branže, které eventuelně můžeme převádět z jedné branže na druhou.

Ale mediální logistika má přece jen svou zvláštní dynamiku, každý rok vidíme nové produkty s novými požadavky. Nežijeme ze skladů, nýbrž právě v této branži i z pohybu.

1 Dr. Claus-Peter Amberger, předseda představenstva společnosti LOXXESS AG

Rozhovor byl zveřejněn i v LT Manager 3/2017. Otázky položil šéfredaktor Martin Schrüfer



3 Pohled na logistické centrum v Boru

"We live by movement!"

EN

LOXXESS has been operating media logistics in the Czech Republic since 2006. The first client at the location was the cable network operator Tele Columbus, with which LOXXESS is still successfully connected and has grown along with. Other customers such as HD PLUS, Sky TV, and Vodafone followed. In the interview, Dr. Claus-Peter Amberger, CEO of LOXXESS AG, explains how LOXXESS has developed the core competency of media logistics.

Claus-Peter Amberger states that complete tracking of the serial number plays a very important role in media logistics, and in the area of consumer electronics. The devices are usually owned by LOXXESS clients and are leased by the end customers. In the course of their life cycle, LOXXESS

handles them a number of times. The end customer sends them back after use, and LOXXESS prepares them, if possible, for further use. Therefore, thorough tracking is essential.

Amberger adds that further competence is required in the after-sales area - for example, when testing electronic products for reprocessing, as well as replacing front panels of receivers or modems.

Thanks to digitalization, logistics are very dynamic in all sectors. In media logistics, particularly, LOXXESS's clients have grown enormously in recent years. With this growth, they expect full service and genuine relief - from classic logistics to testing and the refurbishment of electronic devices. High quality is required, and speed and flexibility are extremely important factors in this industry. Therefore, LOXXESS wants to offer their customers even more efficiency, speed, and transparency. For this, LOXXESS invests in new technical solutions such as glove scanners or very efficient

fulfillment solutions, through which LOXXESS can practically take over the complete end customer service, up to accounting for customers. From this, LOXXESS generates information and evaluations - Big Data - which helps clients understand their customers even better and provide them with ever more customized service.

Over the last few years, LOXXESS has expanded its product portfolio. Amberger notes that their clients give LOXXESS the confidence to go new ways together. For example, LOXXESS tests accessories such as cables that cost only a few cents, and this step is profitable for their clients and protects the environment. LOXXESS also tries to find new ways of testing receivers and checks them using fully automatic test systems. Amberger emphasizes the special momentum of media logistics, due to new products with new requirements every year. Therefore, he claims, "We do not live by storage, but, in this industry, also by movement."

DO FIRMY LOXXESS PŘICHÁZÍ RUKAVICOVÝ SKENER A DATOVÉ BRÝLE

Již v předchozím roce prováděla společnost LOXXESS testy s novými technologiemi, které zaměstnancům dále usnadňují práci ve skladě a které mají zvýšit produktivitu. Inovace nyní čekají na zavedení do běžného provozu.



V pobočkách v Boru a Aurachu zavedla společnost LOXXESS různé postupy využití rukavicových a prstových skenerů. Aktuálně se také provádějí testy s datovými brýlemi.

Rukavicové skenery jsou přístroje, u kterých je v pouzdru zabudována obslužná jednotka a skener. U prstových skenerů je obslužná jednotka umístěna na předloktí a skener se příslušným způsobem připevní na prst. Z testů vyplynulo, že výhodnost různých technologií se liší v závislosti na oblasti použití a úkolů.

VÝHODY JSOU JASNÉ

Obecné výhody vyplývající z použití nových skenovacích technologií lze spatřovat v téměř všech procesech: rychlejší a bezporuchový průběh procesů díky snadné manipulaci, například při uchopení, odkládání atd. Vysoký potenciál mimo to slibuje další vývoj rukavicových skenerů s displejem k zobrazení interaktivních

1 Rukavicové skenery jsou přístroje se zabudovanou obslužnou jednotkou a skenerem.

2



2 *Testování s datovými brýlemi Picavi "Google Glass" na pobočce v Aurachu
Obrázek: picavi.com*

dialogů. Dosud se omezovaly jen na čtení čárových kódů, příp. sběr dat. Nové skenovací technologie a schopnost data také tisknout přinesou v této oblasti další pokrok. LOXXESS při testech také zjistila, že je třeba vylepšit ergonomii skenovacích rukavic.

V Boru LOXXESS nyní zavádí první rukavicové skenery ve stacionárních úsecích při zpracování vratek a balení a tyto skenery se kombinují s počítačem.

DATOVÉ BRÝLE PŘEDÁVAJÍ INFORMACE

Do firmy LOXXESS nyní přichází také datové brýle, které před nějakým časem ještě vypadaly jako futuristický vynález.

Ve výrobním pilotním projektu na pobočce v Aurachu LOXXESS mimo jiné v současné době zavádí Google Glasses. V kombinaci s prstovým skenerem se brýle používají k podpoře vychystávacích činností. Mimo to jsou propojeny s vlastním systémem skladového hospodářství LOXXESS, který pracovníkům poskytuje na obrazovce brýlí odpovídající informace. Brýle se řídí pomocí softwaru a řídicího modulu společnosti Picavi.

Marcel Breusch, člen vedení

společnosti LOXXESS, komentuje zavádění těchto nových technologií následovně: „Technicky není vše natolik vyzrálé, jak bychom si přáli, ale je to jen otázka času. U našich technologických partnerů můžeme aktivně implementovat naše představy.“

Glove scanners and data glasses are coming to LOXXESS

Last year, LOXXESS tested some new technologies aimed at simplifying work for employees and increasing productivity at the warehouse. Now, the innovations are about to be introduced into regular operations.

At the locations in Bor and Aurach, LOXXESS has tried out various pilot applications with glove scanners and ring scanners. Currently, testing of data glasses is also underway. The

previous tests demonstrated that different technologies can be advantageous, depending upon application area and task.

The advantages of using new scanning technologies are obvious for almost all processes: faster and trouble-free processing through easier handling. Further development of glove scanners with displays for interactive dialogue is very promising.

New scanning technologies and the ability to output data will allow further progress. In addition, tests have shown that the ergonomics of the gloves can be improved. In Bor, LOXXESS is now using the first glove scanners, in combination with PC's, at stationary areas such as return processing and packaging.

Moreover, data glasses, which were still futuristic only a short time ago, are now coming to LOXXESS. As part of a pilot project at Aurach, LOXXESS is currently using Google Glasses, amongst other technologies.

Marcel Breusch, member of LOXXESS's management, commented on the introduction of these new technologies: "Not everything is yet, technically as mature as we would wish, but this is only a matter of time. We can actively share our ideas with the technology partners".

EN



TRŽNÍ STANDARD 2020

V rozhovoru vysvětluje Patrick Mense, člen vedení společnosti LOXXESS AG, jak logistický specialista reaguje na rostoucí digitalizaci obchodu, které výzvy je nutné společně zvládnout a jakou roli přitom budou ve skladu hrát digitální, automatizovaná řešení.

Pane Mense, rostoucí digitalizace obchodu mění i požadavky na poskytovatele logistických a fulfillmentových služeb. Vaši zákazníci z e-Commerce a zásilkového obchodu, ale i z oblasti sportu a lifestyle mají zcela nové požadavky. Jak zde může LOXXESS bodovat?

Nejdříve musíme rozumět řeči zákazníků a jejich požadavkům. Proto jsme se zorganizovali podle tržních sektorů a v oblastech zásilkového obchodu + E-commerce a sportu + Lifestyle jsme se zaměřili přímo na tyto požadavky. Je nesmírně důležité, že jsme seznámeni s výzva-

mi zákazníků. Abychom jim mohli poskytnout co nejlepší výstupní produkt, neustále naše řešení rozvíjíme, také s různými dodavateli techniky a partnery. Neboť naši zákazníci, právě v oblasti módy, jsou konkurenty velkých zásilkových obchodů. Už se totiž neprodává v Německu, nýbrž díky digitalizaci se nyní distribuuje jiným způsobem.

V čem spočívají podstatné výzvy?

Velcí hráči, jako je Zalando nebo Amazon, stanovili plošně nové standardy v zákaznickém servisu a tím i v logistice. Právě těch chce nyní

dosáhnout i většina zákazníků. Kolekce se střídají častěji, frekvence jsou vyšší. Obchody mají také k dispozici menší skladovací prostor, což znamená, že dodávky musí být efektivnější. A dnes musíme vlastně mluvit o omni-channelingu – zákazník by chtěl používat všechny distribuční cesty a spojovat je – objednávky online, vratky na pobočku atd.

Zcela podstatné je pro nás zpracování vratek. Kvóty vratek v rozsahu 40 až 50 procent způsobené především výběrovými objednávkami nejsou v módním sektoru nic výjimečného. To znamená, že tady leží cenný kapitál



1 Patrick Mense při diskusi v prostorech koncernu SSI Schäfer, jednoho z největších světových poskytovatelů kompletovacích služeb a výrobců komponent v oblasti skladování, transportu a vychystávání
Obrázek: SSI SCHÄFER

našich zákazníků a náš úkol vidíme v tom, aby bylo zboží opět co nejrychleji k dispozici. Vratky v podstatě chápeme jako dodatečný sourcing. Abychom tento úkol mohli také technicky zobrazit a realizovat, pracujeme na tom s takovými partnery jako je například SSI Schäfer.

Jakou roli hraje individualizace a balení?

I zde pro nás vznikly nové výzvy, to je zcela jasné. Naším úkolem je i za cenu vyšších nákladů stejně rychle či rychleji a v perfektní kvalitě zobrazit proces a kvalitu balení. Pro mnoho zákazníků je podstatné, dát zásilce individuální ráz, vlastní charakteristiku a marketingově ji diferenciovat. K tomu patří i to, že musíme zajistit dodací schopnost, i za situace, kdy se s pomocí nových forem

reklamy a marketingových strategií rychle objevují nové bombastické reklamní kampaně. Proto pracujeme na řešeních pro peak management, abychom s maximální flexibilitou zvládli zakázkové špičky.

Zkuste prognózu s ohledem na techniku. Amazon již v USA pracuje s vysoce automatizovanými řešeními, speciálně ve skladové logistice. I autonomní jízdy budou velmi aktuálním tématem. Jak to půjde u nás dál, jaká je strategie firmy LOXXESS?

Tak tedy, jsme mistři světa v logistice v Německu, proto můžeme vystupovat zcela sebevědomě. Ne, teď vážně: už na základě demografické změny dojde k postupující automatizaci. Přirozeně rovněž hovoříme s našimi partnery, s našimi zákazníky, a

pokládáme si otázku, co můžeme technicky zlepšit, co můžeme automatizovat?

Přitom máme na mysli i naše zaměstnance. Představujeme si, že naši zaměstnanci v logistických centrech budou stále lépe podporováni novými digitálními technologiemi a že vytvoříme i lepší ergonomická řešení. Musí být ovšem možné automatizované řešení individuálně přizpůsobit. Potřebujeme řešení, u kterých máme všechny možnosti, abychom systémy individuálně řídili, upravovali a vzájemně spojovali.

...A Vaše prognóza?

Dobře tedy: vycházíme z toho, že, řekněme v roce 2020, bude tržním standardem používat ve skladu automatizovaná nebo částečně automatizovaná řešení.



2 Částečně automatizovaná a individuálně nastavitelná řešení pro fashion logistiku a a logistiku zásilkového obchodu

Market standard 2020

EN

In the interview, Patrick Mense, a member of LOXXESS's management board, explains how the logistics specialist responds to the increasing digitalization of the trade, which challenges are to be met together, and what role digital, automated solutions at the warehouse will play.

Mr. Mense discusses the importance of understanding clients' needs for meeting the new demands on a logistics and fulfillment service provider resulting from increasing digitalization. LOXXESS has thus organized itself according to market sector and is geared precisely to these demands in the areas of mail order and e-commerce, as well as sports + lifestyle. In order to provide the best possible output for its clients, LOXXESS is constantly working, along with various technical suppliers and partners, to further develop solutions.

Mense notes that clients in the fashion sector are in competition with the big

mail-order companies. In general, big players such as Zalando or Amazon have set new standards in customer service and thus also in logistics. Now, most clients want to keep up with that. Collections change more frequently, frequencies become higher, and shops have less space available. It's important to supply the shops more efficiently and vital to highlight the challenges of Omni-Channeling today. The client wants to be able to use all distribution channels and also to mix them - ordering online, taking returns to the local branch, etc.

Return handling is also very important for LOXXESS. Return rates of 40 to 50 percent are caused, above all, by selection orders, which is not a rarity in the fashion segment. This ties up valuable capital of LOXXESS clients, and LOXXESS's task is to make the goods available again as quickly as possible. LOXXESS views returns as additional sourcing and works with partners such as SSI Schäfer to design and implement this technically.

For LOXXESS, new challenges have also arisen in terms of individualization and packaging. Mense sees LOXXESS's task as managing the

packaging process and packaging quality as fast or faster and to high standards, even with increasing effort, through individualization. The individual touch, giving the consignment its own characteristic and marketing differentiation, has become essential for many clients. In addition, LOXXESS aims to ensure the ability to deliver, whatever short-lived hype new advertising forms and marketing strategies may lead to. That's why LOXXESS is working on peak management solutions for handling peak orders with the utmost flexibility.

Because of demographic changes, automation will progress. Mr. Mense foresees LOXXESS employees at the logistics sites being better supported by new digital technologies, and LOXXESS creating ever better ergonomic solutions. However, an automated solution must always be customizable.

Solutions are needed that allow LOXXESS every opportunity to individually control, adapt, and network the systems. Asked for a forecast, Mense assumes that using automated or semi-automated solutions at the warehouse will be standard in the market by 2020.

UŠETŘENO 1 029 TUN OXIDU UHLIČITÉHO

1,029 tons of carbon dioxide were saved

EN

„Neexistuje nic lepšího, než to udělat!“ Na tomto slovním obratu něco je. Lze ho rovněž označit jako zásadu společnosti LOXXESS v úsilí zajistit udržitelnost. Strategie předpokládá, že všechna opatření musí být měřitelná a že musí být možné je průběžně prověřovat.

Pěkný výsledek a zřetelné snížení zatěžování životního prostředí přineslo v tomto smyslu nové výběrové řízení na zásobování elektrickou energií pro jedenáct vlastních poboček společnosti LOXXESS v Německu:

Při jednáních s různými dodavateli elektřiny byla zvolena kombinace dodávek elektrického proudu tak, aby bylo dosaženo snížení zatěžování životního prostředí oxidem uhličitým o 53 procent.

Pokud bylo zatížení způsobené spotřebou elektrické energie v roce 2016 ještě na hodnotě emisí 1 921 tun oxidu uhličitého, pak v roce 2017 činilo pouze 892 tun – úspora 1 029 tun!

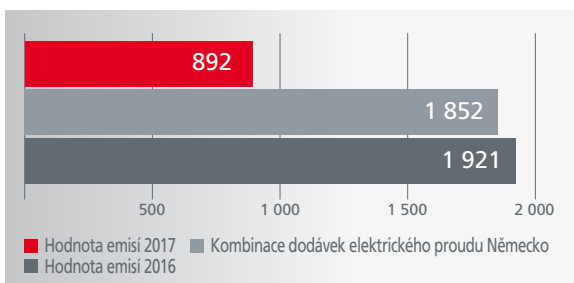
I tato hodnota se ovšem pohybovala těsně pod průměrem celkového mixu elektrické energie v Německu, jak ji zjistil

Spolkový svaz pro energetické hospodářství a vodohospodářství BDEW (Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft) pro rok 2015. Zde se hodnota pohybovala kolem 1 852 tun emisí oxidu uhličitého (viz graf). Dr. Claus-Peter Amberger, předseda představenstva společnosti LOXXESS, k tomuto výsledku vysvětluje:

„Úleva životnímu prostředí o více než 1 000 tun oxidu uhličitého ročně – zcela upřímně, na to jsme hrdí! Taková jsou opatření, která jsme definovali a realizovali v naší strategii udržitelnosti, protože mají opravdu měřitelné dopady na životní prostředí!“

VYHODNOCENÍ EMISÍ CO₂ U LOXXESS

Plán	Emise CO ₂ [t]	Srovnání s referenční hodnotou	
		Δ (t)	Δ (%)
Kombinace dodávek elektrického proudu Německo	1 852	-69	-3,60%
Hodnota emisí 2016	1 921		
Hodnota emisí 2017	892	-1 029	-53,56%



Within the framework of the sustainability program, LOXXESS has newly issued the electricity contracts for 2017 for the eleven relevant sites it owns. The result is a profit for the environment; the CO₂ load will be reduced by more than 53 percent compared to 2016!

Good results and a significant reduction in the environmental impact led to the new tendering of the energy supply with regard to the eleven LOXXESS-owned locations in Germany; during the negotiations with different electricity suppliers, the mixture of electricity components was selected in such a way that a reduction in the CO₂-load of more than 53 percent was achieved.

The energy load, generated by electricity consumption, amounted to 1,921 tonnes of carbon dioxide in 2016 and will be only 892 tonnes in 2017 - a savings of 1,029 tonnes!

Dr. Claus-Peter Amberger, Managing Director at LOXXESS, said: "A reduction in the burden on the environment of more than 1,000 tonnes of CO₂ per year – that makes us proud! Such measures are what we have defined and implemented in our sustainability strategy, because they have a truly measurable impact on the environment!"

„AUTOMATIZACE, AUTONOMNÍ JÍZDY, BIG DATA“

Peter Amberger, zakladatel a současný předseda dozorčí rady společnosti LOXXESS AG, popisuje, jak podnik od počátků utvářela orientace na zákazníka a kontinuální změny, a to i v technickém směru. Podle jeho odhadu ovládne logistiku v příštích letech vedle další individualizace zákaznického servisu digitalizace a automatizace.

Pane Ambergere, v osmdesátých letech jste se společností LogSped a Peter Amberger Spedition patřil k outsourcingovým průkopníkům. Byly tehdejší požadavky na externího partnera menší než dnes?

Ne, už v minulosti jsme s našimi zákazníky řešili i velmi náročná řešení. V roce 1984 jsme vybudovali v Ingolstadtu centrum pro distribuci zboží a později jsme na trh uvedli naše služby jako „pětihvězdičkový hotel pro zboží“.

Zahrnoval rozsáhlé servisní služby, podobně jako u LOXXESS s fulfillmentovým spektrem, od skladování, vychystávání a balení přes čárové kódy a zpracování vratek až po administrativní činnosti, inventury, inkaso atd. To rovněž vyžadovalo vývoj softwarových řešení, které jsme si programovali ve vlastní režii. Měli jsme již také call-centrové řešení.

Jak konkrétně požadavky vypadaly?

Například jsme firmě Audi dodávali ve formě just-in-time na pás nárazníky. Tehdy se objevily nárazníky lakované ve stejné barvě jako vůz. Výrobní oddělení firmy Audi v Ingolstadtu u nás objednávalo díly přes stálou linku v taktech. Dodávali jsme ve správné sekvenci cca tři hodiny před montáží – každých 38 minut.

Po dodávce bylo ihned fakturováno. Kvalita našich služeb byla již tehdy pečlivě vyhodnocována. Společnost Procter & Gamble například měřila dodací časy. K tomu byli určeni vždy dva pracovníci, kteří v Ingolstadtu systematicky kontrolovali naše dodací listy.

Just-in-time – bylo tedy také po technické stránce komplexní?

Byli jsme pilotním zákazníkem IBM a jako první v Bavorsku jsme s IBM



Peter Amberger

AS/400 zavedli počítačově řízený management skladových zásob. To bylo podmínkou pro naše zákaznická řešení například u společností Audi, Reebok, Hipp, BMW, Procter & Gamble, Burton atd. Neustále jsme zaváděli nové technologie, pokud to bylo ku prospěchu řešení pro zákazníka a slibovalo to výhody v podobě zvýšení efektivity. Těch jsme však často dosáhli i novou organizací procesů.



2 Peter Amberger Spedition vybudovala již v roce 1984 v Ingolstadtu první centrum pro distribuci zboží

Příkladem je Hipp. Byl to náš první zákazník, u něž jsme provedli reorganizaci z 30 expedičních skladů na jeden centrální sklad.

V tomto směru mě stálo opravdu značné úsilí zákazníka přesvědčit. Tehdy jsme také začali dodávat vlastními nákladními vozy a pak například pro pobočky společnosti Schlecker v přesně předchystaných pojízdných kontejnerech označených příslušnými značkami. Pro společnost Hipp jsme podle jejich zadání rovněž organizovali správu zboží s minimální trvanlivostí.

Když se podíváte do budoucnosti za pět let: Jak bude logistika u společnosti LOXXESS organizovaná pak, jakou roli bude hrát LOXXESS pro zákazníky?

Informační technologie byly již dříve rozhodujícím faktorem pro naše outsourcingová řešení. Myslím si, že do budoucna budeme moci hodně pracovat s umělou inteligencí. Roboti převezmou dnes již jednoduché vyčistávací práce.

Automatizace skladu, autonomní jízdy, Big Data – to budou rozhodující faktory. LOXXESS zákazníkům pomůže v další individualizaci v obsluze jejich koncových klientů, v lepším pochopení jejich potřeb a v jejich ještě lepším uspokojení.

"Automation - Autonomous Driving - Big Data"

EN

Peter Amberger, founder of LOXXESS and current Chairman of the Supervisory Board, describes in the interview how the company's beginnings were shaped by customer orientation and permanent change. In his opinion, digitalization and automation will dominate logistics in the next few years, as will further customization of customer services.

However, Amberger notes that sophisticated solutions were already being implemented in the eighties by the LogSped network and the former Peter Amberger forwarding company. Back then, Amberger built a freight distribution center in Ingolstadt and later marketed its services as the "5-star merchandise hotel". This referred to its comprehensive services, similar to today's LOXXESS with its fulfillment spectrum, which ranges from storage, picking, and packing to barcode ticketing and return processing, to administrative tasks, inventory management, debt collection, etc.

This also involved the development of software solutions, which the com-

pany implemented with its own programmers. For example, Audi was supplied just-in-time with bumpers for the assembly line. Peter Amberger reports that Audi called for the parts on a clock-controlled schedule via a dedicated line, and the company delivered the items in the right sequence about three hours before assembly - every 38 minutes. After delivery, accounting was immediately initiated. At that time, the quality of the company's logistics services was likewise already precisely assessed. Procter & Gamble, for example, measured the delivery times, whereby a two-man team worked on-site to systematically check the delivery slips at the Ingolstadt warehouse.

The company was a pilot customer for IBM and the first in Bavaria to implement computer-supported inventory management with the IBM AS/400. This was a prerequisite for its sophisticated customer solutions, such as for Audi, Reebok, Hipp, BMW, Procter & Gamble, Burton, etc. The company continually implemented new technologies, provided that they supported customers' solutions and promised efficiency benefits.

Earlier, IT was already a decisive factor in the company's outsourcing solutions. For the future, Amberger considers that artificial intelligence will be put to much greater use. Since, today, robots already take over simple picking tasks, he feels that warehouse automation, autonomous driving, and big data are going to be decisive factors. LOXXESS aims to support its clients in serving their end-customers even more individually and in better understanding and fulfilling their needs and desires.

10 LET

Kerstin Beck, LOXXESS Aurach
Olga Hamann, LOXXESS Aurach
Gennadij Schwarz, LOXXESS Aurach

Andreas Aehlig, LOXXESS Berlin
Thomas Franz, LOXXESS Berlin
Thomas Wolf, LOXXESS Berlin

Zdeňka Danešová, LOXXESS Bor
Lenka Pinkasová, LOXXESS Bor
Věra Rolníková, LOXXESS Bor

Michael Renziehausen, LOXXESS Ebermannsdorf

Ali Osman Darici, LOXXESS Haiming

Martin Hartwig, LOXXESS Henstedt-Ulzburg

Klaus Arnold, LOXXESS Kitzingen

Yasemin Hisiroglu, LOXXESS Neuburg
Ewald Wittmann, LOXXESS Neuburg

Srdečně blahopřejeme!

Děkujeme našim dlouholetým zaměstnancům za jejich věrnost a nasazení.

LOXXESS

SOUTĚŽ O CENY



Kolik tun oxidu uhličitého ušetřila společnost LOXXESS díky nově vypsaným výběrovým řízením na dodavatele elektrické energie v roce 2017 oproti loňskému roku?

How many tonnes of carbon dioxide has LOXXESS saved in comparison to the previous year with the newly negotiated electricity contracts in 2017?



Vyhrajte poukaz
značky Eco &
Fair Fashion
ARMEDANGELS!



Svou odpověď zašlete prosím do
30.11.2017 e-mailem na adresu:

*Please send your answer until
November, 30, 2017 to:*

magazin@loxxess.com



Výherce bude v případě více
zaslaných správných odpovědí
vylosován a informován e-mailem.

Svou účastí souhlasíte v případě výhry
se zveřejněním svého jména v příštím
vydání.

Vymáhání právní cestou je vyloučeno.

Výherce vydání 03

ANKE BERGER
LOXXESS Neuburg GmbH & Co. KG;
pobočka Aurach

Výherce vydání