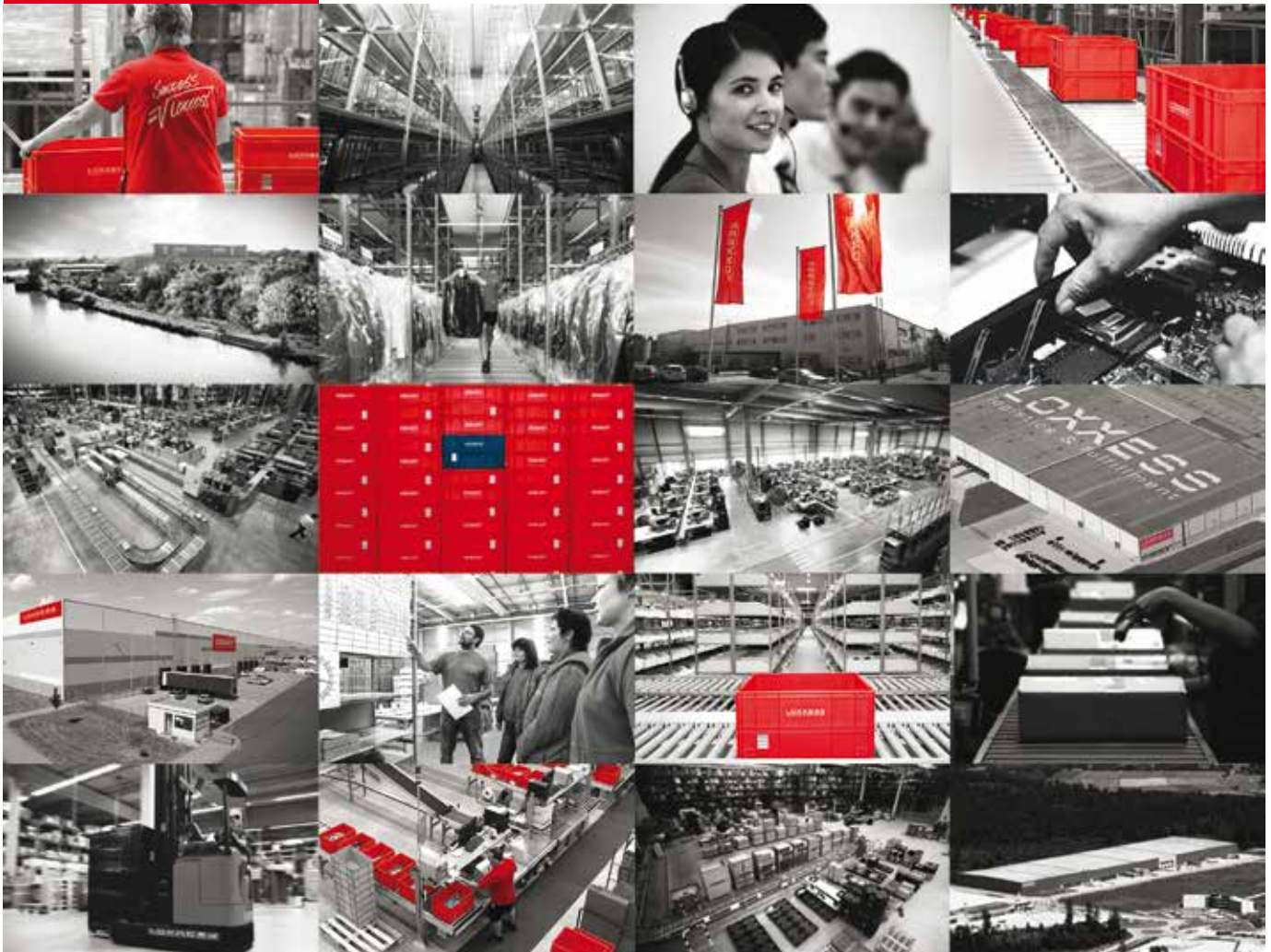


# LOXXESS

# MAGAZIN

NOVEMBER 2015 | AUSGABE 01

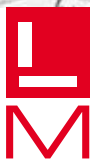


**BEST PRACTICE**  
KURZER DRAHT

**STRATEGIE**  
„LOGISTIK IST KEIN SPRINT,  
SONDERN MARATHON!“

**KOMPETENZ**  
WIE EINE MASCHINE AUS GLAS

**COMMUNITY**  
E-COMMERCE-SZENE GOLFT  
FÜR GUTEN ZWECK



## 2 INHALT

---

- 3 EDITORIAL**  
EIN MAGAZIN? EIN MAGAZIN!
- 4 NEWS**  
SICHERHEIT TOP  
LOXXESS GEWINNT BEIM TIGER AWARD  
LOXXESS ÜBERZEUGT JAN VANDERSTORM
- 6 BEST PRACTICE**  
KURZER DRAHT
- 10 STRATEGIE**  
„LOGISTIK IST KEIN SPRINT, SONDERN MARATHON!“
- 14 KOMPETENZ**  
WIE EINE MASCHINE AUS GLAS
- 18 REVIEW**  
KOMPLEXITÄT GEMEINSAM MEISTERN  
INTERNET WORLD UND ENTSPANNUNG
- 20 COMMUNITY**  
JUBILARE  
GEGEN ARMUT IN MÜNCHEN  
UNTERSTÜTZEN UND WERBEN  
E-COMMERCE-SZENE GOLFT FÜR GUTEN ZWECK
- 24 GEWINNSPIEL**  
GEWINNEN SIE DEN DALLMAYR PRÄSENTKORB!



Alle Anregungen, Kommentare und Wünsche bitte an:  
[magazin@loxxess.com](mailto:magazin@loxxess.com)



## LOXXESS MAGAZIN

NOVEMBER 2015 | AUSGABE 01

**Herausgeber:**  
LOXXESS AG  
Betastraße 10e  
85774 Unterföhring  
[www.loxxess.com](http://www.loxxess.com)

**Verantwortlich:**  
Christina Thurner,  
Mitglied der Geschäftsleitung

**Redaktion & Gestaltung:**  
teamtosse GmbH  
Agentur für Kommunikation  
[www.teamtosse.de](http://www.teamtosse.de)

**Redaktion:** Jens Tosse

**Art Direction:** Yvonne Schmidt

**Druck:**  
Kastner & Callwey Medien GmbH

**Fotos und Illustrationen:**  
LOXXESS, blickdesign.it, janvanderstorm.de,  
Shutterstock

**Copyright:**

Das LOXXESS Magazin erscheint zweimal pro Jahr in einer Auflage von 3.500 Stück. Die Urheberrechte liegen bei der LOXXESS AG. Nachdruck und fototechnische Wiedergabe jeglicher Art – auch auszugsweise – ist 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.



# EIN MAGAZIN? EIN MAGAZIN!

*Liebe Leserinnen und Leser!*

Nachdem wir Sie in den letzten Jahren per E-Mail mit unserem (digitalen) Newsletter versorgt haben, halten Sie nun die erste Ausgabe des (analogen) **LOXXESS Magazin** in der Hand. Zukünftig wollen wir Sie auf diese Weise zweimal jährlich mit den Entwicklungen bei Ihrem Logistikdienstleister, mit Best-Practice-Beispielen, Aus- und Rückblicken, Interviews und vielem mehr informieren.

Unsere eigenen Erfahrungen und Gewohnheiten im Umgang mit elektronischer Kommunikation, aber auch der Rat von Experten, haben uns zu diesem Schritt geführt. Umso mehr hoffen wir, dass Sie unser neues Informationsangebot nutzen und schätzen werden.

Nicht nur das Format haben wir kompakt gestaltet, sondern wir werden auch die Aufbereitung der Informationen immer kurz, prägnant und lesefreundlich halten. Unser Ziel ist es, unseren Kunden damit praktische Informationen und Lösungen, die für ihr Unternehmen und ihre Logistik von Nutzen sein können, auf angenehme Art nahezubringen.

Gleichzeitig wollen wir alle weiteren „Stakeholder“ und last not least die LOXXESS Mitarbeiter über alles Wissenswerte auf dem Laufenden halten und aufzeigen, wie wir unsere Leistungsfähigkeit weiterentwickeln, um zukünftige Anforderungen des Marktes zu erfüllen.

Schreiben Sie mir doch, was Sie davon halten – ich würde mich freuen!

Herzlichst Ihre

*A magazine?  
A magazine!*

EN

*Dear readers,*

*Over the past few years we have kept you up to date via our (digital) newsletter. You are now holding the first issue of our (hard copy) **LOXXESS Magazin** in your hands. From now on, we will use this magazine twice a year to keep you updated on the achievements of your logistics service provider, with best-practice case studies, outlooks and reviews, interviews and much more.*

*We took this step not only because of how we prefer to use electronic communications, but also because this is what the experts advise. We do hope that you will take advantage of our new information offering.*

*Not only did we choose a compact format, the information we deliver will also be short, concise and reader friendly. Our goal is to provide our customers with easy access to practical information and solutions which can be of special value to their company and logistics.*

*At the same time we also want to keep all our other “stakeholders”, and not least the LOXXESS staff, up-to-date with everything they need to know and show how we are continuing to develop our capabilities in order to meet the demands of the market in the future.*

*Why don't you write to me with your thoughts on this? I would very much appreciate it!*

## SICHERHEIT TOP

Die Sicherheitsvorkehrungen des Berliner Standorts von LOXXESS sind top. Das bestätigte die erneute Zertifizierung der s.a.f.e., der Schutz- und Aktionsgemeinschaft für die Erhöhung der Sicherheit in der Spedition. Dem Audit vorausgegangen sind umfangreiche Erweiterungsmaßnahmen der technischen und organisatorischen Sicherheit.

Bereits seit 2009 verfügt LOXXESS am Standort Berlin in der Teilestraße über das s.a.f.e.-Zertifikat für einen sicheren Logistikstandort. „Wir lagern in Berlin sensible Produkte, deshalb ist das Sicherheitsbedürfnis hier besonders hoch“, begründet Standortleiter Stefan

Schönborn die Erweiterung der Sicherheitsmaßnahmen.

„Außerdem beobachten wir in Berlin eine Zunahme der Einbrüche und auch der Frachtdiebstähle. Dagegen müssen wir gewappnet sein“.

### First-class security

EN

*The security arrangements at the LOXXESS site in Berlin are first class. This was confirmed when its certification was renewed by s.a.f.e., an organization of the DSLV, the German Forwarders and Logistics Association. Prior to the audit, a broad range of*



1

1 Bereits seit 2009 verfügt LOXXESS am Standort Berlin in der Teilestraße über das s.a.f.e.-Zertifikat für einen sicheren Logistikstandort

*technical and organisational security measures had been implemented.*

*Sensitive products with high security demands are stored at the LOXXESS site in Berlin Teilestraße which has held the s.a.f.e certificate for secure logistics locations since 2009.*

## LOXXESS GEWINNT BEIM TIGER AWARD

Im Oktober 2015 wurde LOXXESS in Tschechien mit dem 3. Platz beim 12. Award THE TIGERS OF CZECH



Die Region Pilsen in Tschechien

REPUBLIC in der Region Pilsen ausgezeichnet.

Der renommierte Preis wird seit 2005 von dem internationalen Unternehmen Coface Czech vergeben. Ausgezeichnet werden schnell wachsende Unternehmen und Firmen mit guten Wachstumsaussichten.

Damit soll der Wirtschaft ein verlässliches Mittel bereitgestellt werden, um die Dynamik und Stabilität der Unternehmen in der tschechi-

schen Wirtschaft auf Landes- und regionaler Ebene mittel- und langfristig beurteilen zu können

Der Preis ist einzigartig, weil nicht die Unternehmensgröße allein ausschlaggebend ist, sondern eine Vielzahl von objektiven wirtschaftlichen Faktoren untersucht wird.

Der Award steht allen Unternehmen ab einem Umsatz von 10 Millionen Euro pro Jahr offen.



### LOXXESS wins Tiger Award

EN

*In October 2015 LOXXESS was awarded 3rd place at the 12th THE TIGERS of CZECH REPUBLIC awards in Pilsen. The prize is awarded to fast-growing companies and firms with good growth prospects and is open to companies with yearly revenues of more than 10 million euros.*

# LOXXESS ÜBERZEUGT JAN VANDERSTORM

Seit September 2015 ist LOXXESS der Logistik- und Fulfillment-Partner des Modelabels JAN VANDERSTORM. Die Marke steht für Männermode in Übergrößen bis Größe 70 – sowohl für lässig-legere Freizeitmode wie auch klassisch-männliche Modethemen. Das Sortiment ist vielfältig, von Oberbekleidung wie beispielsweise Polo-shirts, T-Shirts, Strickcardigans, Funktions- oder Casual-Jacken über Hosen und Jeans bis hin zu trendigen Accessoires.

Die neue Partnerschaft umfasst alle physischen Prozesse vom Wareneingang über die Lagerhaltung, die Kommissionierung, bis zum Versand der Ware an den Endkunden – und bei Bedarf auch wieder retour. Ein wichtiges Kriterium für die Wahl des Logistikpartners war die Kompetenz von LOXXESS als Fulfillment-Dienstleister.

So übernimmt das Call Center in Berlin im Namen des Kunden neben der telefonischen Bestellannahme und Produktbe-

ratung auch die Verarbeitung der Katalogbestellungen per Fax oder E-Mail. Hinzu kommt der Bereich des Debitorenmanagements, der nicht nur die Abwicklung der Fakturen und Zahlungseingänge abdeckt, sondern sich auch über das Handling verschiedener Gutschein- und Gutschriftsprozesse bei Retouren erstreckt.

Alle Vorgänge, auch die Abwicklung des wachsenden Online-Geschäfts, werden über die neue Fulfillment-Engine von LOXXESS gesteuert.

Ein weiterer Vorteil der neuen Partnerschaft liegt für JAN VANDERSTORM darin, dass LOXXESS die jeweiligen Spitzen nach dem Katalogversand flexibel abfedern kann. Die Bestellungen können dabei bis zum Zehnfachen anwachsen. Darauf sind sowohl das speziell geschulte Call Center-Team in Berlin als auch die erfahrenen LOXXESS-Mitarbeiter in der operativen Logistik am Standort Bor eingestellt.



**i**  
www.janvanderstorm.de



## LOXXESS wins over JAN VANDERSTORM

**EN**

*LOXXESS has been the logistics and fulfillment partner of the fashion label JAN VANDERSTORM since September 2015. The brand epitomises men's fashion in larger sizes up to size 70, offering casual, as well as classic fashion items.*

*The new partnership involves all physical processes, from incoming goods to storage, to order picking, to shipping the goods to the end consumer – and back again if needed.*

*A strong argument for their choice of logistics partner was LOXXESS's expertise as a fulfillment service provider. The Berlin-based call centre acts on*

*behalf of the customer taking incoming orders via telephone, fax or e-mail. It also takes care of credit control management.*

*All processes are controlled by the new LOXXESS "Fulfillment Engine". Another major advantage for JAN VANDERSTORM was LOXXESS's ability to handle the peak in orders after catalogues have been sent out.*

*There can be a ten-fold increase in the number of orders at that time. Both the specially trained call centre team in Berlin and the experienced LOXXESS staff working in operative logistics at the Bor facility are well prepared for this.*

# KURZER DRAHT

*Wo hört die Logistik auf, wo fängt der Kundenservice an? Die Übergänge sind fließend, doch eine enge Verzahnung ist essenziell.*

*Deshalb betreibt LOXXESS ein eigenes Call Center in Berlin und erbringt dort weitgehende Fulfillment-Dienstleistungen für eine Vielzahl von Kunden.*



**D**er wachsende Online-Handel hat dazu geführt, dass Logistik und Kundendienst noch enger miteinander verzahnt werden müssen. Denn der Konsument erwartet schnellste Reaktionen und die Schnelligkeit und Zuverlässigkeit in der logistischen Abwicklung ist zu einem entscheidenden Erfolgskriterium geworden.

„Dort wo Kundenanfragen mit logistischen Aufgaben zusammenhängen ist es deshalb sinnvoll, Logistik und Kundenservice in eine Hand zu legen“, ist Lars Gutermuth, Mitglied der Geschäftsleitung von LOXXESS überzeugt, „denn so greifen die Prozesse nahtlos ineinander und wir erzielen einen abgestimmten Fluss von Waren, Informationen und Finanzen.“

## VIELFALT DER AUFGABEN

Bereits 2009 hat der Logistikdienstleister deshalb ein eigenes Call Center gegründet. Am Standort Berlin betreuen speziell geschulte Mitarbeiter von 25 Hightech-Arbeitsstationen aus auf rund 330 Quadratmetern Servicefläche Kunden aus unterschiedlichen Branchen. Sie kümmern sich unter anderem um die Online-Plattformen des Red Bull Fanshops und der Red Bull Collection, von Servus, Ludwig

Beck Kosmetik und Mercedes-Benz Accessoires. Für den Vermarkter von HD-TV HD Plus übernehmen die LOXXESS-Mitarbeiter die Betreuung der Fachhändler, die die HD Plus-Technik vertreiben. Jüngster Neukunde ist JAN VANDERSTORM, ein auf modische Outdoor-Bekleidung in Übergrößen für Männer spezialisierter Katalogversandhändler, der zum Klingel-Konzern gehört.

Die speziell geschulten Servicekräfte nehmen Bestellungen an, die per Telefon, Fax oder E-Mail eingehen, sie beraten die Anrufer im Detail zu den Produkten, beantworten Fragen von Interessenten oder Kunden, kümmern sich um Reklamationen und Gutschriften, um Fragen zur Abrechnung oder lösen Paketnachsicherungen aus.

Für einige Kunden werden die LOXXESS-Spezialisten auch vertriebslich aktiv und bieten Zusatzverkäufe und Produktkombinationen an. „Wir kümmern uns um alle Fragen, die die Kunden stellen, im Prinzip vom Bestellvorgang bis hin zum gesamten After-Sales Support“, erläutert Philip Musto, Standortleiter in Berlin.

Er ist verantwortlich für den operativen Ablauf aller Prozesse und kümmert sich um deren strategische

- 1** *Call-Center Berlin*
- 2** *Komfortables Online-Shopping: Die speziell geschulten Servicekräfte begleiten Kunden Schritt für Schritt*
- 3** *Philip Musto, Standortleiter Berlin Call Center*

Weiterentwicklung. „Wir entwickeln für jeden Kunden ganz individuelle Prozesse, die wir laufend auf Effizienz überprüfen und bei Bedarf anpassen“, betont er.

Das ist auch nötig, denn jede Kundenanforderung ist unterschiedlich, die Besonderheiten liegen in den Details. So werden etwa für Red Bull oder Mercedes-Benz Kunden auch in Englisch und weiteren Sprachen betreut. Auch die Klientel der jeweiligen Online-Shops ist unterschiedlich. Darauf ist das Team in Berlin vorbereitet, ein fest angestellter Trainer ar-



beitet kontinuierlich an der Qualität der Kundengespräche und schult die Mitarbeiter nach den individuellen Anforderungen der Kunden.

### VOLUMENSCHWANKUNGEN AUFFANGEN

„Berlin ist auch deshalb der Standort unserer Wahl gewesen, weil wir in der Hauptstadt genügend Ressourcen für kompetente Mitarbeiter haben“, erklärt Musto. „Wir haben neben dem Stamm unserer festen Mitarbeiter einen Pool von qualifizierten Kräften aufgebaut, die wir kurzfristig in den Auftragsspitzen unserer Kunden einbeziehen können.“ Hierin besteht ein weiterer wesentlicher Vorteil für die Kunden, die ganz überwiegend große Schwankungen im Auftragsvolumen verzeichnen: Sie müssen die Kapazitäten nicht selbst vorhalten, sondern LOXXESS garan-

”

*„So tief wie Felix Baumgartner gefallen ist, so hoch schnellten bei uns die Fan-Artikelverkäufe.“*

“

tiert ihnen, die vereinbarten Peaks abzudecken. Philip Musto erinnert sich an ein extremes Beispiel, den von Red Bull gesponserten Stratosphärensprung von Felix Baumgartner im Jahr 2012: „So tief wie er gefallen ist, so hoch schnellten bei uns die Fan-Artikel-Verkäufe.“



3



4

Auch technisch ist das Call Center auf dem neuesten Stand. Über eine ACD-Anlage (Automated Call Distribution) werden die Anrufe nach bestimmten Kriterien auf die Mitarbeiter verteilt. Dieser sieht sofort, für welchen Kunden-Shop der Anruf eingeht und meldet sich entsprechend.

Gleichzeitig hat er auf dem Bildschirm volle Transparenz und Zugriff auf die Kunden- und Bestelldaten, auf die Lagerbestände und in einigen Fällen sogar auf den Termin für den erwarteten Nachschub, sollte ein Artikel gerade vergriffen sein. „Durch die direkte Anbindung an die Logistik und Lagerbestände über unser LOXXESS-Warenwirtschaftssystem haben wir hier unmittelbar

alle Informationen verfügbar und können entsprechend kompetent und präzise Auskunft geben“, berichtet Standortleiter Musto.

### **GUT GERÜSTET FÜR DEN TREND**

Doch nicht nur im Alltagsgeschäft bewährt sich die Kombination aus Mitarbeiter-Kompetenz, Zuverlässigkeit in der Logistik und modernster Technik für die Verfügbarkeit der Informationen. Für HD Plus hat LOXXESS die Einführung eines neuen Preiskonzepts begleitet und die Wiederverkäufer mit allen Informationen versorgt. „Wir sind hier direkter Ansprechpartner für alle Fragen zum neuen Konzept. Aufgrund der engen Zusammenarbeit mit HD Plus hat das

hervorragend funktioniert“, resümiert Philip Musto. Der verringerte Koordinationsaufwand und die höhere Leistungsfähigkeit durch die Integration von Dienstleistungen vor und nach der physischen logistischen Abwicklung überzeugt viele Unternehmen.

Lars Guterath sieht die Tendenz, dass immer mehr Unternehmen Logistik und Fulfillment-Dienstleistungen zusammen auf LOXXESS übertragen möchten: „Wir liegen mit unserem hoch qualifizierten integrierten Dienstleistungsangebot voll im Trend und sind vorbereitet. Wir können unsere Kapazitäten auch kurzfristig ausbauen“, betont er.



**4** Kurzfristig können die Mitarbeiter und ein Pool von qualifizierten Kräften jegliche Auftragsspitzen der Kunden meistern

## Closing the gap

EN

Where do logistics end, where does customer service start? The transition between the two is fluid, yet a close link is essential. That's why LOXXESS operates its own call centre in Berlin where it handles extensive fulfillment services for various customers.

The consumer needs things to happen quickly, so speed and reliability in the logistics processes have become critical to their success. "Whenever customer requests involve logistics tasks it makes sense to combine logistics and customer service," says Lars Gutermuth, Member of the Management Board of LOXXESS, "This allows processes to be seamlessly linked and a complementary flow of goods, information and finance to be achieved".

That's why the logistics service provider has run its own call centre since 2009. In the 330 m<sup>2</sup> offices in Berlin specially trained employees at 25 high-tech work stations look after customers from various industry sectors. These include the online platforms of the Red Bull Fan Shop and the Red Bull Collection, Servus, Ludwig Beck Cosmetics and Mercedes-Benz Accessories. The LOXXESS staff are also taking care of special retailers for the HD-TV marketer HD Plus. Outdoor fashion retailer JAN



VANDERSTORM is its newest customer.

The specially trained staff take orders, give advice about the products, and handle claims and credits, billing queries and shipment inquiries. "We handle any questions the customer might have, from the order itself to the entire after-sales support, says Philip Musto, Branch Manager in Berlin.

All processes are set up individually for each customer as requirements differ each time. For instance, Red Bull and Mercedes-Benz customers can be served in English, as well as in other languages. Its flexible pool of call centre experts enables LOXXESS to handle any order peaks the cus-

tomers might experience, which is a major advantage for them. Regular internal quality checks and training assure the quality of the service. The call centre is state-of-the-art from a technical point of view as well. Customers even entrust their major special projects to LOXXESS. For HD Plus LOXXESS handled the introduction of a new pricing system and acted as direct contact for resellers.

Lars Gutermuth sees a tendency for more and more customers to entrust both logistics and fulfillment services to LOXXESS: "With our high-quality integrated services we are absolutely up-to-date and we are fully prepared. We can easily expand our capacities", he emphasises.



# „LOGISTIK IST KEIN SPRINT, SONDERN MARATHON!“

*Im Interview äußert sich Dr. Claus-Peter Amberger, Vorstand der LOXXESS AG, zu aktuellen Entwicklungen, Kundenerwartungen und der strategischen Ausrichtung des Unternehmens. Die Ziele sind ambitioniert: Mit Lean Management und einem starken IT-Rückgrat schneller wachsen als der Markt.*

**Herr Dr. Amberger, die Logistikbranche diskutiert über die Auswirkungen der aktuellen Flüchtlingsbewegungen. Chance oder Risiko, was überwiegt für Sie?**

Zunächst einmal steht für mich persönlich der humanitäre Aspekt im Zentrum: Unsere Verpflichtung ist es, den Menschen in Not zu helfen. Für LOXXESS als Logistikdienstleister sehe ich die Chance, dass wir einen Zulauf an Arbeitskräften bekommen, den wir dringend benötigen. An fast allen deutschen Standorten ist der Markt praktisch leergefegt. Insofern begrüßen wir pragmatische Lösungen wie die Stellenbörse der Deutschen Verkehrs Zeitung. Nun muss alles getan werden, die Menschen zu qualifizieren und gesellschaftlich zu integrieren. Dafür ist jeder Einzelne gefordert – die Flüchtlinge ebenso wie die Bürger – und gerade hier in Bayern, aber auch an vielen anderen Orten, ist die Hilfsbereitschaft groß.

**Stichwort Automotive – fürchten Sie negative Auswirkungen durch die Krise bei VW?**

Soweit wir heute absehen können, fürchten wir keine nennenswerten Auswirkungen auf LOXXESS. Wir sind für BMW in der Reverse-Logistik tätig, für Mercedes-Benz betreiben wir das Fulfillment für den Fanshop. Grundsätzlich hoffe ich, dass sich der Imageschaden für die deutsche Automobil-Industrie in Grenzen hält. Dazu trägt VW mit der entschlosse-

nen Aufklärung und dem personellen Neuanfang ihren Teil bei.

**LOXXESS hat sich als Spezialist auf bestimmte Kernbranchen ausgerichtet. Was können die Kunden erwarten?**

Wir sind vom Know-how, der geografischen Ausrichtung und vom Equipment her bestens aufgestellt, um Kunden in den definierten Sektoren Industrial + Chemicals, Sports + Lifestyle, FMCG + Sensitive Goods, Versandhandel + E-Commerce, Consumer Electronics + Media Products sowie Pharma + Healthcare zu unterstützen. Und zwar in der gewünschten Tiefe von der Kontraktlogistik

und Mehrwertdienstleistungen bis hin zu Fulfillment-Services wie der Endkundenbetreuung über unser Call Center mit Order Management, Retourenabwicklung, Zahlungsmanagement und vielem mehr. Egal ob Start-up-Unternehmen, mittelständischer Produzent, Händler oder Großunternehmen: LOXXESS entwickelt individuelle Lösungen, die wir auf Wunsch auch vollständig in die Praxis umsetzen: vom eigenen Engineering, dem Bau und Betrieb der Logistikanlage, bis hin zur operativen Abwicklung und Administration. Die Kunden erwarten von uns innovative Konzepte und Flexibilität, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit bei der Umsetzung. Darauf haben wir uns ausgerichtet.

**Strategisch standen in 2015 besonders die Themen IT, Lean Management und Nachhaltigkeit im Vordergrund?**

Ja, weil wir darin die Hebel identifiziert haben, die Kundenerwartungen zu erfüllen. Wir verfügen mit unserer Fulfillment-Engine heute schon über ein starkes Rückgrat in der IT. In diesem Jahr haben wir bereits 4,5 Millionen Euro in die strategische Weiterentwicklung von LOXXESS investiert, davon einen Großteil in die IT-Infrastruktur wie unser neues Rechenzentrum sowie in Software wie unser Warenwirtschaftssystem und das LOXXESS-eigene Lagerverwaltungssystem. Und mit der Fokussierung auf Lean Management sind wir, wenn Sie so



**Wissenswertes**

**Dr. Claus-Peter Amberger**  
Vorstand

**Wesentliche Stationen:**

- Ausbildung zum Speditionskaufmann
- Jurastudium an der Ludwig-Maximilians-Universität München
- Ausbildung zum Fachanwalt für Insolvenzrecht
- Praktika in Anwaltskanzleien, Unternehmensberatungen und Logistikunternehmen im Inland und Ausland
- seit 2000 zugelassener Rechtsanwalt
- 2004: Geschäftsführer LOXXESS Aurach
- 2009: Vorstand Loxxess AG



1

wollen, systematisch der Verschwendung auf der Spur: Wie können wir Abläufe optimieren, Ressourcen schonen, Best-Practice-Lösungen übertragen? Hier stehen nicht Einsparungen im Fokus, sondern qualitative Verbesserungen.

**Aber es geht bei diesen beträchtlichen Investitionen auch um den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit?**

Das ist richtig. Wir bewegen uns bekanntlich in einem Markt mit einer Umsatzrendite um die drei Prozent. Deshalb trägt jede Verbesserung durch IT, Lean Management oder weitere Maßnahmen natürlich auch zur Stabilisierung unserer Margen bei. Unsere Strategie ist aber, die Kunden durch unsere Leistung und Qualität zu überzeugen. Denn entscheidend ist, dass wir Mehrwert für die Kunden generieren.

**Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit? Man konnte zuletzt den Eindruck**

**gewinnen, in der Branche habe sich etwas Ernüchterung breit gemacht...**

Davon kann bei uns keine Rede sein und auch viele Kunden erwarten hier konkrete Resultate. Man darf nicht den Fehler machen, Logistik als Sprint zu sehen und damit falsche Anreize zu setzen.

Für uns sind die Partnerschaft zu unseren Kunden und ebenso die Art, wie wir unser Geschäft betreiben, langfristig ausgelegt. Also eher wie ein Marathonlauf. Das sieht man auch daran, dass wir Asset-getrieben sind: Wir errichten die Logistikanlagen selbst und zwar dort, wo uns der Kunde braucht.

Und dabei richten wir uns auf Nachhaltigkeit aus: Neben den SLA-Kennzahlen (Service Level Agreements), mit denen wir Faktoren wie Qualität, Kosten und weitere Leistungsparameter messen, haben wir zwischenzeitlich an jedem Standort auch Messungen der Energieverbräuche eingeführt. Wir bewirtschaften über

**1 Förderanlage am Standort Aurach**

**2 Mit der Solaranlage am Standort Aurach spart LOXXESS 453 Tonnen CO<sub>2</sub> im Jahr, das entspricht in etwa der CO<sub>2</sub>-Menge, die ein moderner Mittelklassewagen emittiert**

20.000 Quadratmeter Solarfläche, die Gebäude sind nachhaltig ausgelegt.

**Für die Zukunft ist LOXXESS also gerüstet. Blicken Sie optimistisch in die Zukunft?**

Auf jeden Fall, ja! Wir streben an schneller zu wachsen als der Markt. Aktuell haben wir JAN VANDERSTORM als neuen Fulfillment-Kunden implementiert, der Männermode über Katalog und Online-Kanäle vertreibt. Im Bereich Nahrungsergänzungsmittel haben wir einen neuen Kunden mit einem Volumen von rund 6.000 Palettenstellplätzen gewonnen. Wir sind definitiv auf einem guten Weg.

## “Logistics are a marathon rather than a sprint!”

EN

In the interview **Dr. Claus-Peter Amberger**, CEO of LOXXESS, comments on current developments, customer expectations and the strategic alignment of the company. The targets are quite ambitious: growing faster than the market by means of lean management and a strong IT backbone.

While the logistics community is discussing the consequences of the current refugee movements, Dr. Amberger emphasises that the humanitarian duty is to help people in need. He sees an opportunity for LOXXESS to gain additional staff, which is very much needed. The market is practically empty at most German locations. Now the focus must be on helping the refugees to gain qualifications and on their social integration, he says.

When it comes to the crisis at VW, Claus-Peter Amberger is positive that it will not have any impact on LOXXESS and that the damage to the image of the German automotive industry will be limited. LOXXESS specializes in certain industry sectors and offers services along the supply chain to meet customer requirements, from contract logistics to value-added services, to fulfillment services. Irrespective of whether they're a start-up company,



mid-sized producer, retailer or large concern, LOXXESS will develop individual solutions for all of them. The company is able to handle and run these solutions in their entirety if that's what the customer wants. LOXXESS even has its own engineering capabilities at its logistics facilities, as well as its own operations and administration services capacities. Customers are demanding innovative concepts, flexibility, speed and reliability. This is what LOXXESS is focusing on, Amberger says.

In 2015 LOXXESS has already invested more than 4.5 million euros in strategic development, especially in IT infrastructure with a new data centre, and in software solutions, such as the new ERP System and the warehouse management system. Another focus is lean management. LOXXESS aims to improve processes, save resources and implement best-practice solutions groupwide. The overall target is to generate added value for the customers.

Amberger stresses that sustainability plays a major role both for the customers and for LOXXESS. One shouldn't make the mistake of treating logistics as a sprint; for LOXXESS it is more of a marathon with long-lasting partnerships. He says LOXXESS is an asset-driven company which develops its own logistics facilities where the customers need them. As an example, when it comes to its focus on sustainability, he says that LOXXESS is not only measuring SLA key performance indicators at all locations, but also their energy consumption. In addition, LOXXESS operates more than 20,000 m<sup>2</sup> of solar cells, and the premises all have a sustainable layout.

Claus-Peter Amberger is definitely optimistic about future development. LOXXESS is aiming for above-average market growth, he states. For him the acquisition of the latest customers, JAN VANDERSTORM and a supplier of dietary supplements, is proof that LOXXESS is on the right track.

# WIE EINE MASCHINE AUS GLAS

*IT-Systeme sind das Rückgrat der Logistik. LOXXESS hat im Frühjahr 2015 die Implementierung seines neuen maßgeschneiderten ERP-Systems KatarGo auf Basis von Microsoft Dynamics Navision abgeschlossen. Ein neues eigenes Rechenzentrum wird eröffnet.*

*Und: LOXXESS goes Big Data. Für die Kunden bedeutet das vor allem ein Höchstmaß an Transparenz, Stabilität und Sicherheit in ihrer Lieferkette.*

**L**ogistik ist ohne leistungsfähige IT nicht denkbar. In der schnelllebigen Welt der Informationstechnologie bedarf es jedoch kontinuierlicher Anstrengungen, um den Kunden leistungsfähige Lösungen bieten zu können. Deshalb investiert LOXXESS kontinuierlich in Software und Hardware. Mit der Einführung eines neuen Warenwirtschaftssystems, die im Frühjahr dieses Jahres abgeschlossen werden konnte, trägt der Logistikdienstleister vor allem einer Entwicklung auf Seiten von immer mehr Kunden Rechnung.

Marcel Breusch, Leiter IT & Operations und Mitglied der Geschäftslei-

tung, erläutert: „Wir bieten schon seit vielen Jahren E-Commerce-Fulfillment-Lösungen an. Unsere frühere Software war aber eher auf reine Business-to-Consumer-Anwendungen ausgerichtet. Für die wachsende Zahl unserer Kunden, die eine Multi-Channel-Strategie verfolgen wollten, brauchten wir deshalb etwas Neues.“

## **ERP-SYSTEM FÜR MULTI-CHANNEL-LÖSUNGEN**

Ziel war es, ein System zu etablieren, das reine B-to-C-Anwendungen ebenso wie reine B-to-B-Lösungen unterstützt und zudem noch eine Kom-

bination aus beidem. Dieses System fanden die IT-Experten schließlich in der Versandhandelslösung KatarGo von TSO Data, die auf Basis von Microsoft Dynamics Navision funktioniert. Diese ERP-Lösung passen die IT-Experten der Abteilung Fulfillment-Systeme in Aurach unter ihrem Leiter Paul Grams dann an die individuellen Bedürfnisse und Abläufe des Kunden an.

Auch die technische Pflege und Administration erledigt das LOXXESS-Team selbst und programmiert die Schnittstellen zu den Kundensystemen. „Damit sind wir weitgehend unabhängig und können schnell auf



die Anforderungen der Kunden reagieren“, erläutert Breusch.

Die Kunden haben damit die Wahl, ein eigenes ERP-System zu nutzen und über Schnittstellen mit dem LOXXESS-System zu verknüpfen, oder für ihre Online- und Multi-Channel-Strategie die leistungsfähige und prozesssichere Lösung ihres Logistikdienstleisters einzusetzen.

Die Entscheidung hängt in der Regel von der eigenen Firmenstrategie und Annahmen über die zukünftige Geschäftsentwicklung ab. „Je größer das Unternehmen bzw. das Volumen, desto wahrscheinlicher ist der Einsatz eines eigenen Systems, mittelstän-

dische Unternehmen und Start-ups setzen eher auf unsere Lösung“, beschreibt Marcel Breusch die Herangehensweise.

## FULFILLMENT ENGINE FÜR WAREN- UND INFORMATIONSFUSS

Mit der ERP-Lösung KatarGo und dem eigenen Lagerverwaltungssystem verfügt LOXXESS über eine E-Commerce- und Multi-Channel-Lösung, die über die klassischen logistischen Anforderungen weit hinausgeht. Das Backend-System ermöglicht vielmehr die Steuerung und Abwicklung aller Vorgänge im Fulfillment-Betrieb mit

zahlreichen Mehrwertdienstleistungen für die Kunden. Ein Beispiel ist das Order-, Service- oder Debitorenmanagement. LOXXESS-Mitarbeiter übernehmen auf Basis der Versanddaten den Rechnungsversand, verbuchen Zahlungseingänge oder stoßen Mahnungen an. Im Call Center in Berlin verfügen die Mitarbeiter sofort über alle benötigten Daten, um die Endkunden kompetent zu betreuen. Innerhalb der LOXXESS-„Fulfillment Engine“ bildet das ERP-System Navision/KatarGo das Zentrum. LOXXESS kann die „Engine“ jedoch auf Kundenwunsch erweitern. So können etwa Payment-Systeme für die



**1** Alle Prozesse im Blick: Lagerverwaltungssystem und Warenwirtschaftssystem greifen an allen LOXXESS-Standorten wie hier in Aurach ineinander.

Abwicklung des Zahlungsverkehrs per Kreditkarte oder andere Zahlarten einbinden. Scoring-Systeme können im Hintergrund die Bonität des Bestellers prüfen etc. Die Implementierung eines Neukunden dauert dabei zwischen zwei und vier Monaten. „Auch hier sind wir mit unserem eigenen IT-Team mittelständisch flexibel und schnell“, betont IT-Leiter Breusch.

### NEUES RECHENZENTRUM UND BUSINESS INTELLIGENCE

Derzeit arbeitet er mit seinem Team an einem weiteren Projekt: Dem eigenen Rechenzentrum, das eine

erhebliche Investition in die Zukunftsfähigkeit der LOXXESS-IT-Infrastruktur darstellt. „Unser strategisches Ziel ist es, die IT-Infrastruktur zu konsolidieren, zu zentralisieren und zu standardisieren. Die Veränderungen in der IT-Landschaft schreiten rasant voran, da müssen wir am Ball bleiben“, umschreibt Breusch die Intention für das Projekt.

Und was kommt danach? Die Marschroute steht schon fest: „Wir werden den Kunden zukünftig mehr Möglichkeiten der Datenauswertungen bieten, das Stichwort lautet ‚Big Data‘. Wir arbeiten an einem Business Intelligence Tool, das sich über

mehrere IT-Systeme in der Lieferkette erstreckt. Von der Auftragsannahme, dem Konfektionieren, über den Versand bis hin zur Lieferung durch den Transportpartner“, präzisiert Marcel Breusch. So kann der Kunde anhand von Reports und Statistiken die Leistungsfähigkeit seiner Lieferkette noch besser überprüfen und bei Bedarf nachjustieren. Die Fulfillment-Engine wird zur Hochleistungsmaschine aus Glas.





## Wissenswertes

### Marcel Breusch Mitglied der Geschäftsleitung

#### Wesentliche Stationen:

- Studium zum Diplom-Betriebswirt (BA) an der Berufsakademie Mannheim
- Logistikplanung und Projektentwicklung bei Rhenus AG, Stuttgart und Mannheim
- stellv. Niederlassungsleiter und Leiter Logistik bei Rhenus AG, Mannheim
- Niederlassungsleiter Rhenus Automotive Logistics, Mannheim und Rastatt
- Niederlassungsleiter bei ThyssenKrupp Industrieservice GmbH, Frankfurt/Siegen und Kassel.
- 2008 Einstieg bei der LOXXESS AG als stellv. Leiter Operations
- seit 2009 Leiter Operations der LOXXESS AG
- 2013: Einführung des Lagerverwaltungssystems LX1
- 2014: Umstellung auf ein neues Warenwirtschaftssystem auf Basis von Microsoft Dynamics Navision
- 2015: Neubau eines zentralen Rechenzentrums

## Like a machine made of glass

EN

IT systems are the backbone of logistics. In spring 2015 LOXXESS completed the implementation of its new tailor-made ERP system KatarGo based on Microsoft Dynamics Navision. A new data centre is to be opened. And: LOXXESS goes Big Data. For the customers this adds up to a high level of transparency, stability and reliability in their supply chains.

Marcel Breusch, Head IT & Operations and Member of the LOXXESS Management Board, explains the reasons for investing in a new ERP system: "We have been offering e-commerce

fulfillment solutions for many years. Our previous software was mainly targeted at business-to-consumer applications. For the growing number of customers looking to pursue a multi-channel strategy, we needed something new.

"The IT experts in the Fulfillment Systems Department in Aurach, headed by Paul Grams, then adapt the new ERP system to the individual demands and processes of the customers. The team also takes care of the technical service and system administration and programs the interfaces to the customers' systems if they decide to use their existing ERP systems. Navision/KatarGo is at the heart of the LOXXESS "Fulfillment Engine".

If required by the customer, LOXXESS can expand the "engine" and inte-

grate payment systems or scoring software. It only takes two to four months to set up a new customer. Currently Breusch and his team are working on realising the company's own data centre aiming to consolidate, centralise and standardise the IT infrastructure.

And the way forward has already been defined: "In the future we will be able to offer the customers a lot more potential to analyse their data. We are working on a business intelligence tool which covers several IT systems within the supply chain", Marcel Breusch announces.

With the new tool customers can improve how they measure the capability of their supply chain and adjust where necessary. The Fulfillment Engine becomes a high-performance machine made of glass.

# KOMPLEXITÄT GEMEINSAM MEISTERN

Rund 170 Logistik-Experten aus sechs Ländern kamen im Juni 2015 in Burghausen zusammen, um sich darüber auszutauschen, wie sie die Herausforderungen in der Chemieindustrie meistern können. Das Motto: Komplexität verstehen - Kosten beherrschen. Für LOXXESS war die Beteiligung sehr fruchtbar, dieses Fazit zog Florian Schwarz-Gewallig, der als Geschäftsführer den Bereich Süd bei LOXXESS verantwortet. „In Burghausen waren die wirklichen Entscheider der Branche versammelt. Diese konzentrierte und spezialisierte Form hat es uns ermöglicht, intensive Gespräche zu führen“. Auch die Vorträge bewegten sich nach seinem Eindruck auf hohem Niveau.

Vertreten waren sämtliche große Chemieunternehmen. Die Gespräche auf dem Chemie-logistikforum und das Interesse der potenziellen Kunden führten zur Vereinbarung einer Reihe von Anschlussterminen, auf denen sich LOXXESS als spezialisierter Dienstleister präsentieren konnte.

Insgesamt waren die Repräsentanten von LOXXESS angetan von der konstruktiven Haltung

und dynamischen Stimmung der Teilnehmer. „Es war zu spüren, dass alle Seiten an einem partnerschaftlichen Miteinander interessiert sind und gemeinsam den Herausforderungen begegnen wollen“, betonte Schwarz-Gewallig.

Die Kooperationsbereitschaft auf Seiten der Industrie sei stark angestiegen, so sein Eindruck. Es sei zu beobachten, dass sich immer wieder Dienstleister aus der Chemielogistik zurückziehen, weil sie die hohen Anforderungen an Equipment, Sicherheit und Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen und Vorschriften nicht mehr erfüllen könnten oder wollten. Sie zu ersetzen sei nicht aus dem Stand möglich. „Da ist sehr viel an Know-how und technischen Voraussetzungen erforderlich, das schüttelt man nicht aus dem Ärmel“, bringt es Florian Schwarz-Gewallig auf den Punkt.

Er plädierte zudem für ein frühzeitiges Einbinden der Dienstleister und das gemeinsame Entwickeln von Lösungen, um das Wachstum und die steigende Komplexität zu meistern.



## Mastering complexity together

EN

*In June 2015 around 170 logistics experts from six countries gathered at the Chemical Logistics Forum in Burghausen, Bavaria to share ways in which they can cope with the challenges in the Chemical Industry.*

*For Florian Schwarz-Gewallig, General Manager at LOXXESS for the Southern Area of Germany, LOXXESS's participation in the forum was very fruitful: "All the real decision-makers were at Burghausen. The concentrated and specialised format allowed us to have intensive discussions".*

*All major chemical companies were represented at the forum which was organised by the Bundesvereinigung Logistik (BVL, German Logistics Association). The talks led to several follow-up meetings giving LOXXESS the chance to present itself as a specialist service provider. Overall, the LOXXESS team was impressed by the*

*constructive attitude and dynamic atmosphere among the participants. "You could sense that all parties are interested in partnering with each other and are willing to tackle the challenges together", Schwarz-Gewallig stressed.*

*He feels that service providers often give up the chemical logistics business because they cannot or do not want to fulfill the high demands with regard to equipment, safety and legal regulations. These service providers cannot be replaced right away. "In this business you need a lot of know-how and technical requirements", Schwarz-Gewallig says.*

*In a panel discussion dealing with these aspects, the LOXXESS manager pointed out that service providers should be integrated early on in the process of designing a solution in order to manage the increasing volumes and complexity.*

**1** *Jens Müller, Standortleiter in Halming (L) und Florian Schwarz-Gewallig am LOXXESS Info-Stand in Burghausen*

## INTERNET WORLD UND ENTSPANNUNG

Wie das Zusammenspiel zwischen Shop und Logistik transparent und ohne Reibungsverluste gestaltet werden kann, das zeigte LOXXESS im März 2015 auf der Messe Internet World.

Auf der Fachmesse für E-Commerce in München stellte der Logistikspezialist seine neue „Fulfillment-Engine“ auf Basis der ERP-Softwarelösung KatarGo vor. Mit der neuen Lösung lassen sich die Prozesse verschiedener Verkaufskanäle auf nur einer Plattform abbilden. Auf der jährlich stattfindenden Messe präsentieren sich Aussteller mit Produkten und Dienstleistungen aus dem Bereich E-Commerce und Online Marketing. Die Messe wird begleitet von einem Kongress,

der unter dem Motto „Die Zukunft des E-Commerce“ stand. In diesem Jahr kamen über 14.700 Besucher an den beiden Messetagen in die Hallen auf dem Münchner Messegelände. 338 Aussteller präsentierten sich dem Fachpublikum.

Zur Entspannung nach einem anstrengenden Messetag veranstaltete LOXXESS zusammen mit den Partnerfirmen Computop und Deltavista zudem einen Abendevent für geladene Gäste.

Im Hotel Gutsgasthof Stangl in Neufarn bei Anzing erwartete sie ein Dinner und als Höhepunkt des Abends der Auftritt der Kabarettistin Constanze Lindner, Preisträgerin des Thurn und Taxis Kabarettpreises 2014.



1

1 *Bereit für die Besucher:  
Der LOXXESS-Stand auf der  
Internet World in München*

2 *Fachgespräche auf dem gut  
besuchten Stand*

### Internet World and relaxation

EN

At the Internet World fair in March 2015 LOXXESS showed how a shop system and logistics can interact transparently and without any problems. At the e-commerce trade fair in Munich the logistics specialist presented its new “Fulfillment Engine” based on the ERP software solution KatarGo. The new solution allows the processes for various sales channels to be handled on one single platform. At the fair, which takes place every year, 338 exhibitors demonstrated products and services from the e-commerce and online marketing sectors.

LOXXESS and its partner companies Computop and Deltavista organised an evening event to help their guests unwind after a demanding day at the fair.



2

## 30 Jahre

Klaus Loeser, LOXXESS Berlin

## 20 Jahre

Beate Schenkel, LOXXESS Kitzingen

## 10 Jahre

Martina Althammer, LOXXESS Tegernsee

Irina Popov, LOXXESS Aurach

Ivan Popov, LOXXESS Aurach

Lydia Tschernikow, LOXXESS Aurach

# Herzlichen Glückwunsch!

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

## GEGEN ARMUT IN MÜNCHEN

Wer glaubt, in München, einer der begehrtesten und wohlhabendsten Metropolen des Landes gäbe es keine Armut, der irrt. Nicht erst seit der aktuellen Flüchtlingsbewegung aus den Krisenherden dieser Welt sind Bedürftige auf öffentliche und private Unterstützung angewiesen.

Im Münchener Stadtteil Hasenberg Nord, beispielsweise, wachsen noch immer viele Kinder und Jugendliche unter schwierigsten Bedingungen, teilweise in Notunterkünften, auf. Seit Generationen sind die familiären Umstände geprägt von materieller Not, Bildungsferne, ungeübtem Sozialverhalten, Arbeitslosigkeit und mitunter von Gewalterfahrungen. Die meisten dieser jungen Menschen haben ohne intensive Förderung keine realistische Aussicht auf einen Schul- und Ausbildungsabschluss und damit kaum Chancen auf dem Arbeitsmarkt.

Für diese Menschen engagiert sich seit vielen Jahren das Haus Lichtblick Hasenberg. Die von Beginn an positive Entwicklung der Initiative brachte immer größere finanzielle Herausforderungen mit sich. Engagierte Münchner Bürger um den heutigen Vorstand Georg Randlkofer beschlossen deshalb im Jahr 2007, die wertvolle Arbeit des Projekts auf ein solides finanzielles Fundament zu stellen und gründeten die Stiftung Lichtblick Hasenberg. Ihr Ziel ist es, das Stiftungsvermögen



1

so weit aufzubauen, bis seine Zinserträge zur dauerhaften finanziellen Unabhängigkeit des Hauses Lichtblick Hasenberg in ausreichendem Umfang beitragen.

Auch LOXXESS engagiert sich seit mehreren Jahren für diesen guten Zweck. Im September 2015 überreichte Dr. Claus-Peter Amberger, Vorstand der LOXXESS AG, einen Scheck in Höhe von 10.000 Euro an Stiftungsvorstand Randlkofer.

### Against poverty in Munich

EN

*Munich is one of the most sought-after and richest cities in Germany. Yet even here, in some areas of the city, such as "Hasenberg Nord", children grow up in the most difficult circumstances.*

*Most of the young people have no realistic prospects of leaving school with qualifications or of starting an apprenticeship. A private organisation, the "Haus Lichtblick Hasenberg", has looked after these young people for many years now. LOXXESS has been supporting the work of manager Georg Randlkofer and his team for*

1 Dr. Claus-Peter Amberger (rechts), Vorstand der LOXXESS AG, überreichte einen Scheck in Höhe von 10.000 Euro an Stiftungsvorstand Georg Randlkofer



*several years. In September 2015, LOXXESS CEO Dr. Claus-Peter Amberger donated another 10,000 euros to this good cause.*



[www.stiftunglichtblick.de](http://www.stiftunglichtblick.de)

## UNTERSTÜTZEN UND WERBEN

In Tschechien ist LOXXESS bereits seit 2007 mit dem Standort Bor vertreten. Die Stadt liegt nordöstlich von Nürnberg nahe der deutsch-tschechischen Grenze. Inzwischen kümmern sich über 450 Mitarbeiter in zwei Logistikanlagen um die Medienlogistik und Versandhandelslogistik verschiedener Kunden. LOXXESS hat sich in der Region einen guten Namen aufgebaut und unterstützt immer wieder auch Veranstaltungen und kommunale Einrichtungen.

So auch im August 2015, als die historische Stadt Tachov, rund 15 Kilometer von Bor entfernt, ihr 900-jähriges Jubiläum feierte. Im Rahmen der Feierlichkeiten gab es über mehrere

Tage verschiedene Events und Konzerte auf zwei Bühnen. LOXXESS durfte als einer der Hauptsponsoren in den Pausen Fotos und einen Imagefilm präsentieren, der die Logistikanlagen in Bor und die Arbeit dort vorstellte.

Dieses Engagement hat für LOXXESS einen zweifachen Hintergrund. Neben dem guten Zweck spielt auch die Rekrutierung von Mitarbeitern eine Rolle. Arbeitskräfte sind in der Region rar, deshalb ist es wichtig, im Wettbewerb um geeignetes Personal in der Bevölkerung bekannt und präsent zu sein sowie mit Bürgermeistern und Behörden ein gutes Verhältnis aufzubauen und zu pflegen.



### Wissenswertes



Schloss Hain (Zámek Bor u Tachova): Ursprünglich die Wasserburg der Herren von Schwanberg, die am Anfang des 16. Jahrhunderts in ein spätgotisches Schloss umgebaut wurde. Das gegenwärtige Aussehen stammt aus der Zeit der Löwensteiner, die in den 30-er Jahren des 19. Jahrhunderts den Umbau begannen.

## Supporting and promoting

EN

LOXXESS has operated a branch office in Bor, in the Czech Republic since 2007. The city is located northeast of Nuremberg near the German-Czech border. The Bor team of 450 employees now runs two logistics facilities with media logistics and distance retailing logistics. LOXXESS has gained a good reputation in the region and supports many events and municipal institutions.

In August 2015, the historical city of

Tachov, 15 kilometres from Bor, celebrated its 900-year anniversary with various events and concerts on two stages. As one of the main sponsors, LOXXESS was able to show a video during the intervals featuring the logistics facilities in Bor and its work there.

There are a couple of reasons for LOXXESS's involvement in these events: As well as it being a good cause, it is also useful for recruiting new employees. The labour force in the region is somewhat limited, so it is important to be known and have a presence.

## E-COMMERCE-SZENE GOLFT FÜR EINEN GUTEN ZWECK

Im Juli 2015 unterstützte LOXXESS als einer der Hauptsponsoren bereits zum zweiten Mal die „E-COMMERCE OPEN“. Das Charity-Golfturnier fand auf dem OPEN.9 Golfplatz der Golfanlage München Eichenried statt. Über 90 begeisterte Hobbygolfer nahmen an dem Event teil. Von LOXXESS waren dabei: Vorstand Dr. Claus-Peter Amberger, Patrick Mense als Mitglied der Geschäftsleitung sowie Gäste des Hauses.

Der Event dient den Teilnehmern einerseits dazu, sich frei von Präsentationen und Stress über die E-Commerce- und Handelsszene, Ideen und Projekte auszutauschen.

LOXXESS ist als Logistikdienstleister unter anderem auf diese Branchenspezialisiert. Den Kern der Veranstaltung bildet das Golfturnier: Neben dem Turnier für fortgeschrittene Golfer bieten die E-COMMERCE OPEN auch ein umfangreiches Programm für Einsteiger und Golf-Interessierte. Zahlreiche kleine Wettbewerbe runden das sportliche Programm ab.

Zum anderen haben sich die Organisatoren zum Ziel gesetzt etwas für das Allgemeinwohl zu tun. Gerade wenn viele Menschen zusammentreffen, deren Lebensweg es ihnen ermöglichte zu helfen, ergebe sich die Verpflichtung diejenigen

zu unterstützen, die vom Schicksal nicht begünstigt wurden – so die Organisatoren.

In diesem Jahr widmeten die E-COMMERCE-OPEN dem Kinderhaus AtemReich ihre wohl-tätigen Aktivitäten.

Das Kinderhaus bietet 21 Kindern ein Zuhause, für die das Atmen nicht selbstverständlich ist. Die Kinder, welche im Kinderhaus AtemReich betreut werden, brauchen für jeden Atemzug Hilfe – ihr Leben hängt von Maschinen ab.

Am Ende des Golfevents kam bei einer Tombola ein Betrag von 1.825 Euro zusammen, mit welchem die künftige Arbeit des Kinderhauses unterstützt wird.

### *E-commerce influencers play golf for a good cause*

EN

*In July 2015 LOXXESS was, for the second time, one of the main sponsors of the "E-COMMERCE-OPEN". The charity golf tournament*



www.ecommercopen.de

1 Dr. Claus-Peter Amberger, LOXXESS AG, Vorstand; Susan Alonso-Michel, Kinderhaus AtemReich; Jürgen Wetzel, SThree GmbH, (zweiter Hauptsponsor); Dirk Hörig, commercetools GmbH; bei der Scheck-Übergabe



*attracted more than 90 enthusiastic hobby golfers to Munich, including Dr. Claus-Peter Amberger, CEO, and Patrick Mense, Member of the Management Board of LOXXESS, as well as guests of the company.*

*The event gives the high-level participants from e-commerce and retail the opportunity to share ideas and projects without stress and without*

*sitting through presentations. The organisers also support a good cause at the same time.*

*This year a tombola was held and 1,825 euros was collected for the "Kinderhaus AtemReich".*

*The organisation gives a home to children who are unable to breathe independently and who depend on machines to live.*

# LOXXESS

# GEWINNSPIEL



Wie hoch ist das Investitionsvolumen, das LOXXESS in 2015 bereits in die strategische Weiterentwicklung investiert hat?

*Which amount has LOXXESS already been investing in the further strategic development in 2015?*



Gewinnen Sie einen Präsentkorb von unserem Kunden Dallmayr „Feines zum Schwärmen“ im Wert von 189,50 Euro!

Ein Geschenk mit allem, was Feinschmecker zum Schwärmen bringt!

*„Feines zum Schwärmen“: Herkunftsland: Deutschland, im eleganten Business-Shopper.*



## 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.*

Senden Sie bitte Ihre Antwort bis zum **29. Februar 2016** per E-Mail an:

*Please send your answer until February, 29, 2016 to:*

**magazin@loxxess.com**