

ALL ABOUT



GROUP7

LOGISTICS | NEWS | PEOPLE

01/2012

Audi Accessoires

GROUP7 betreibt weltweite
Multichannel-Lösung

Seite 8-9



GROUP7 verantwortet
textile Außenprüfungen
für OTTO-Töchter

Seite 2-3

Prof. Dr. Bretzke über
grüne Logistik

Seite 6-7

Luftfracht für TOM TAILOR

Seite 12-13

Liebe Leserinnen und Leser,

Wir haben allen Grund zum Feiern. GROUP7 gehört zu „Bayerns Best 50“. Der Titel wird vom bayerischen Wirtschaftsministerium verliehen. Er ehrt diejenigen mittelständischen Unternehmen, die sich als besonders wachstumsstark erwiesen haben und die in den letzten Jahren die Zahl ihrer Mitarbeiter und ihren Umsatz überdurchschnittlich steigern konnten.

Und unsere Zahlen sprechen für sich. In 2011 erzielte GROUP7 einen Umsatz von 70 Millionen Euro. Damit haben wir uns im Vergleich zum Vorjahr um 25 Prozent verbessert. Nach nur 6-jähriger Firmengeschichte beschäftigen wir 250 Mitarbeiter. Zu dieser Entwicklung haben Sie als unsere Kunden wirkungsvoll beigetragen. Daher gebührt Ihnen unser ganz besonderer Dank!



Anke Nowicki
Anke Nowicki,
Redaktionsleitung

Textil-Qualitätsprüfung vor Ort

S. 2-3



Multichannel-Lösung für Audi

S. 8-9



Länderblickpunkt: Rumänien

S. 4



Niederlassung Hannover

S. 10-11



Luftfracht-Special 25. März 2013

S. 5



Luftfracht für TOM TAILOR

S. 12-13



Experteninterview Prof. Dr. Bretzke

S. 6-7



Zertifiziert nach DIN ISO 14.001

S. 14



CO₂-Rechner TÜV-zertifiziert

S. 7



Mitarbeiterportrait/ Cartoon/Impressum

S. 15



Neue Leistung von GROUP7: Textil-Qualitätsprüfung vor Ort

GROUP7-Qualitätskontrollure sorgen bundesweit für die Prüfung von Textilien: direkt beim Importeur

Doppelte Wege sind ärgerlich. Mehr noch, sie kosten Zeit und Geld. Aus diesem Grund überlegen sich Hersteller und Händler von Textilien genau, wo sie ihre Textilien der letzten Qualitätsprüfung unterziehen.

Viele entscheiden sich für eine Prüfung direkt bei ihren Importeuren. Denn ist die Ware mangelhaft, fallen der Transport ins eigene Lager und teure logistische Warenbewegungen weg. „Die Außenprüfung ist ein wichtiges Instrument für

schnelle Durchlaufzeiten im Hause Witt. Eine sehr gute Alternative zur internen Warenprüfung, die sich rechnet“, erklärt Erich Fladerer, Leiter Warenprüfung der Witt Gruppe.

Von der Qualitätsprüfung im eigenen Hause zur Qualitätsprüfung beim Importeur

Diesen Bedarf an Außenprüfungen hat der Textillogistiker GROUP7 erkannt. „Wir sind Spezialisten in der Qualitätskontrolle von Textilien in unserem Logistikcenter. Jetzt gehen wir einen Schritt weiter und schicken unsere geschulten Fachkräfte zu den Handelspartnern unserer Kunden zur Qualitätssicherung“, beschreibt Günther Jocher, Vorstand von GROUP7, die Erweiterung der Qualitätsprüfungen von GROUP7.

Witt Gruppe, Alba Moda und Heine sind Referenzkunden

Über mangelndes Interesse an der neuen Dienstleistung kann sich GROUP7 nicht beschweren. Klingende Namen wie die Witt Gruppe, Alba Moda oder Heine zählen zu den Kunden. „Wir sind sehr zufrieden mit den Prüfungen der GROUP7-Mitarbeiter. Sie haben sich sehr schnell in unsere Qualitätsstandards eingearbeitet“, sagt Irene Weber, Abteilungsleiterin Qualitätsentwicklung Mode bei Heine. Auch Annette Cabron, verantwortlich für die Qualitätsentwicklung bei Alba Moda, findet lobende Worte: „Die GROUP7-Mitarbeiter haben eine kürzere Reaktionszeit als der Wettbewerb“.

Fachlich versierte GROUP7-Mitarbeiter

Den Service der Qualitätssicherung vor Ort bietet GROUP7 seit Januar 2012. „Wir decken mit unseren Mitarbeitern alle traditionellen Textilregionen Deutschlands ab“, erklärt Produktmanager Kai de Voogt. „Wir verfügen deshalb über ausgebildete Textiltechniker oder Schneidermeister, die schon lange in der Qualitätsprüfung tätig sind. Zudem legen wir größten Wert auf regelmäßige Schulungen. Denn wir wollen immer auf dem neuesten Stand der Textil- und Bekleidungsindustrie sein“, so Kai de Voogt weiter.

Jedes Unternehmen hat eigene Qualitätsmaßstäbe

Keine Außenprüfung gleicht der anderen. Denn jedes Unternehmen hat eigene Richtlinien für die Kontrolle. Es gibt zwar

Summary

GROUP7 provides on the spot quality inspections for textiles

Textile manufacturers and dealers are having an increasing number of quality controls carried out at importers' locations in order to save time and money. GROUP7 noted this demand for external inspections and converted it into a new service at the beginning of the year. GROUP7's managing director, Günther Jocher, described the idea behind the new offer by saying "we are the specialists for textile quality controls in our own logistics center. Now we are taking this a step further by sending our trained experts to the premises of our customers' trade partners. That is where our staff will carry out their inspections." Renowned names such as the Witt Group, Alba Moda and Heine have

already made use of the new service package and have given the GROUP7 service nothing but good marks. For example, Irene Weber, the manager of Heine's quality development fashion department, said "GROUP7's employees grew accustomed to our quality standards very rapidly." Praise also came from Annette Cabron, who is responsible for the quality development sector at Alba Moda. She said "GROUP7's staff have significantly shorter reaction times than competitors." In order to cover all Germany's traditional textile regions, GROUP7 has an extensive network of excellently trained textile technicians and master tailors at its disposal. GROUP7's project manager, Kai de Voogt, emphasised that "we want to be at the cutting edge in the textile and clothing industry. We therefore pay great attention to regular staff training."

die Richtlinie AQL 4.0 (acceptable quality level, annehmbare Qualitätsgrenzlage). Aber die Prüfschärfe bestimmt jedes Unternehmen selbst. „Letztendlich kommt es auf unsere Flexibilität an. Wir stellen uns auf jeden Kunden und seine Anforderungen ein. Und dokumentieren alle Kontrollen und Ergebnisse genauestens“, beschreibt Günther Jocher die erfolgreiche Vorgehensweise seines Außenprüfungsteams.

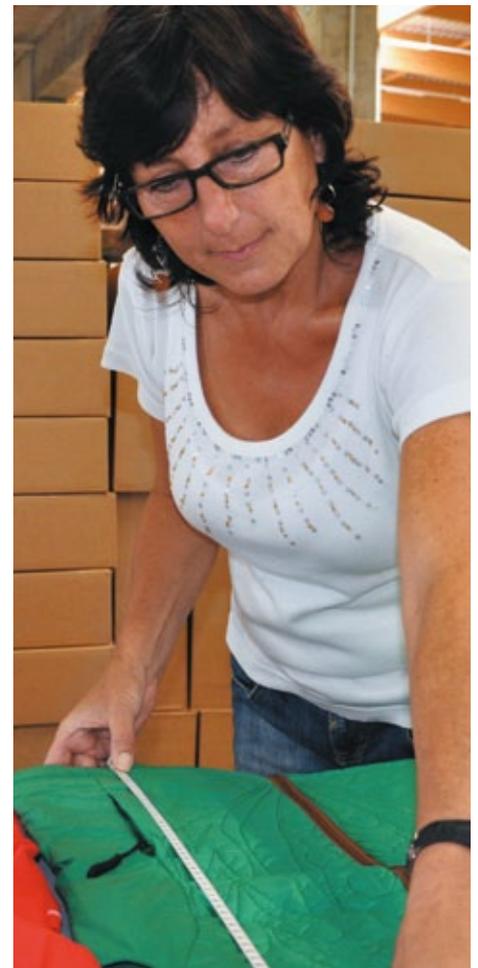
INHALTE DER AUSSENPRÜFUNG

Verpackungskontrolle

- Karton (Beschriftung, Art der Verpackung, Größe)
- Polybeutel
- Label

Sichtkontrolle Textilien

- Farbe
- Material
- Verarbeitung
- Schnitt, Maße, Passform
- Etikettierung



GROUP7-Mitarbeiterin Ulrike Grossmann bei der Qualitätskontrolle

Gute Verbindungen von und nach Rumänien

GROUP7 und Delamode haben die deutsch-rumänischen LKW-Transporte perfekt im Griff

Für Rumänien ist Deutschland Handelspartner Nummer 1. Denn 18,8 Prozent der rumänischen Gesamtexporte haben ein deutsches Ziel. Und auch Rumänien ist ein wichtiger Partner Deutschlands. Damit steht die Kooperation von GROUP7 und Delamode, unserem rumänischen Partner, auf einem starken wirtschaftlichen Fundament.

Flächendeckendes Netzwerk

„Ich schätze an Delamode vor allem das flächendeckende rumänische Netzwerk. Wir können dadurch unsere Kunden nahe der ungarisch-rumänischen Grenze erreichen. Gleichzeitig aber auch unsere

Waren im Schwarzmeer-Raum distribuieren. Zudem erzielt Delamode durch die strategische Lage der Standorte große Erfolge bei der lokalen Kundenbindung“, kommentiert Petra Sperber, Vorstand von GROUP7, die Wahl von Delamode. Auf den LKWs Richtung Rumänien sind viele Konsumgüter und Investitionsgüter unterwegs. Denn der Schwerpunkt der deutschen Direktinvestitionen fokussiert sich auf die Zulieferunternehmen der Automobilindustrie, auf Energieunternehmen und auf große Einzelhandelsketten. Aus Rumänien importiert GROUP7 Waren aus arbeitsintensiver Produktion, wie Textilien, Möbel oder die gefertigten Zulieferteile für Autos.



Die Standorte von Delamode in Rumänien

GROUP7-Partner in Rumänien – Delamode



Gründung: 1988

Hauptsitz: Bukarest

Niederlassungen: Timisoara, Sibiu, Bacau, Constanta, Oradea, Otopeni

Umsatz: 80 Millionen Euro p. a.

Mitarbeiter: 230

Kapazitäten: insgesamt 15.000 qm
Logistikflächen – verteilt auf alle Niederlassungen



DATEN & FAKTEN:

Laufzeiten Depot bis Depot:

24 Stunden (westliches Rumänien) /
36 Stunden (östliches Rumänien) /
Expressdienste

Distribution:

flächendeckende Abholung und Verteilung in Deutschland und Rumänien

Abfahrten:

täglich

Sendungsüberwachung:

per track & trace

Summary

Good connections to and from Romania

Germany is Romania's number one trade partner and Romania is an important partner for Germany. This puts GROUP7's alliance with its Romanian partner Delamode on a strong economic foundation. Large amounts of consumer and investment goods are hauled by truck to Romania. This is because Germany's direct investments focus on automobile industry suppliers, as well as on energy companies and

major retail chains. GROUP7 imports labour-intensive goods such as textiles, furniture and finished car components from Romania. When commenting on the choice of Romanian partner, Petra Sperber, GROUP7's managing director, was particularly enthusiastic about the Delamode's dense Romanian network. She said that "we are able to exploit it to reach our customers that are near the Hungarian-Romanian border. At the same time our goods can be distributed in the Black Sea region."



Luftfracht-Special: das magische Datum 25. März 2013

Wie Sie Ihre Luftfracht künftig am besten verschicken:
zertifiziert oder geröntgt

Ab 25. März 2013 wird das Versenden von Luftfracht aufwändiger. Sendungen per Luftfracht dürfen dann nur noch von „bekannten Versendern“ verschickt werden. Ansonsten müssen die Sendungen umfangreicheren Kontrollen, wie beispielsweise dem Röntgen unterzogen werden.

Neuer „Bekannter Versender“ ist zeit- und kostenaufwändig

Der bisherige Status des „bekannten Versenders“, den viele Verlager durch die Autorisierung ihrer Dienstleister erhalten haben, ist ab Ende März 2013 nichts mehr wert. Der neue „bekannte Versender“ unterscheidet sich von seinem Vorgängermodell erheblich. Folgende Maßnahmen müssen Unternehmen treffen, die „bekannter Versender“ werden wollen:

- Erstellung eines Sicherheitsprogramms, dass vom Luftfahrtbundesamt (LBA) genehmigt werden muss
- Der nominierte Sicherheitsbeauftragte benötigt eine Zuverlässigkeitsüberprüfung sowie eine spezielle Schulung
- Personal mit Zugang zu identifizierbarer Luftfracht benötigt eine beschäftigungs-

bezogene Sicherheitsüberprüfung sowie eine Schulung

- Prüfung des Betriebsstandorts durch das LBA

Röntgen – keine Alternative für jede Luftfracht

Alternativ können Verlager ihre Sendungen röntgen lassen. „Für Firmen mit geringem Sendungsaufkommen ist das eine gute Alternative. Doch nicht jede Sendung kann problemlos geröntgt werden“, erklärt Thomas Wiederspahn, GROUP7-Sicherheitsbeauftragter.

GROUP7 verfügt über Röntgengeräte

GROUP7 trifft seit Monaten Vorkehrungen für die Kontrolle der anstehenden Luftfrachtsendungen. „Viele unserer Kunden werden bis zum nächsten Frühling noch kein Zertifikat in der Tasche haben“, befürchtet Thomas Wiederspahn. „Auf diese Situation stellen wir uns ein. Wir verfügen bundesweit über behördlich zugelassene Röntgengeräte. Wir lassen niemanden im Regen stehen“, so Thomas Wiederspahn abschließend.

Summary

Airfreight Special:
the magic date is 25 March 2013

Forwarding airfreight will become a more complicated matter from 25 March 2013. From that date only known shippers will be permitted to send shipments by air. All goods will be subjected to more extensive inspections if this regulation is not followed. Obtaining the known shipper certificate is a lengthy process, and it is likely that some clients will not have this certificate in their pockets by the cut-off date next March. GROUP7 therefore has spent the last few months preparing thoroughly for this situation. Thomas Wiederspahn, GROUP7's security officer, stated that "we have officially-approved scanning equipment at our disposal throughout the whole of Germany, and we can guarantee that no customer will be left in the lurch next spring."



Ich berate Sie gerne hinsichtlich
Ihrer Luftfracht:

Thomas Wiederspahn
Sicherheitsbeauftragter GROUP7
+49 6107 4056-320
t.wiederspahn@group-7.de

Weniger Service für mehr Umwelt



Professor Dr. Wolf-Rüdiger Bretzke, Mitglied des Beirates und Head of Supply Chain Strategy der Managementberatung Barkawi, im Interview mit ALL ABOUT 7

Experteninterview mit Prof. Dr. Bretzke

Summary

Fewer services for a healthier environment

Intermeshed and demand-synchronised controlled processes automatically promote the trend towards smaller batch sizes. They, in turn, place a bigger burden on transport infrastructure, increase process vulnerability and require the use of less environmentally-friendly modes of transport. In his book entitled "Sustainable Logistics", Professor Wolf-Rüdiger Bretzke, a member of the advisory board and head of supply chain strategy, at the logistics industry specialists Barkawi Management Consultants, wrote that "in the mid term we will not be able to afford lean logistics that have been stripped of all buffers and time reserves." During an interview with ALL ABOUT 7, the logistics expert called for a review of logistics processes and a deceleration of logistics operations. Professor Bretzke sees a hardly-resolvable conflict of aims between companies' overambitious service targets and the social goal of relieving transport infrastructure and protecting the environment. According to Bretzke, competition between companies has increasingly migrated to the service level. He pointed out that "companies will be reluctant to withdraw services that they hope will differentiate them from competitors just to meet environmental targets."



Große Containerschiffe fahren heute eher mit Geschwindigkeiten von 17 bis 19 Knoten statt wie früher mit 24 bis 25 Knoten

In Ihrem Buch „Nachhaltige Logistik“ treffen Sie folgende Aussage: „mittel- bis langfristig werden wir uns eine besonders schlanke, jeglicher Puffer und Zeitreserven beraubte Logistik nicht mehr leisten können“. Wie sieht Ihre Alternative konkret aus?

Rigide verzahnte, bedarfssynchron gesteuerte Prozesse erzwingen das Durchsteuern kleiner Auftragsgrößen, belasten die Verkehrsinfrastruktur mit unnötig vielen, unnötig schlecht ausgelasteten Fahrzeugen, erhöhen die Störanfälligkeit von Prozessen (Dominoeffekte) und erzwingen den Einsatz ökologisch nachteiliger Verkehrsträger (LKW statt Bahn, Expressfracht). Die aus dieser Perspektive unerlässliche Entschleunigung stabilisiert logistische Abläufe und eröffnet damit Handlungsspielräume, die wir in der Vergangenheit unter anderen Aspekten („Lean Management“) geräumt bzw. ge-

schlossen haben. Jetzt müssen wir auf die nicht bedachten Nebenwirkungen dieses logistischen Leitbildes achten und es mit den Anforderungen der Nachhaltigkeit in Einklang bringen.

Sie sprechen zudem von sich verändernden Balancen zwischen Transport- und Lagerhaltungskosten. Wie wirkt sich dieser Wandel auf die Logistikkonzepte der Unternehmen aus?

Steigende Transportkosten ändern die Bedeutung und das relative Gewicht von Transportkapazitäten: von beliebig verfügbaren Residualgrößen mit dem Charakter von „Commodities“ hin zu wertvollen, sorgfältig zu verplanenden Einsatzgütern. Kurzfristig wird sich das beispielsweise in Bestellpolitiken äußern, die sich stärker am Ziel einer Vermeidung von verschenktem Laderaum ausrichten. Mittelfristig werden mehr Unternehmen leicht erhöhte

Sicherheitsbestände akzeptieren, um einen Wechsel zu langsamen, aber umweltfreundlicheren Verkehrsträgern zu ermöglichen. Und langfristig steigt die Attraktivität dezentraler Distributionssysteme mit regionalen Auslieferungslagern, die eine hoch verdichtete, vom Tagesgeschäft abgekoppelte Primärversorgung sicherstellen.

Sie zählen viele Zielkonflikte auf, die einem nachhaltigen Wirtschaften entgegenstehen. Welcher Zielkonflikt wiegt am schwersten?

Der wichtigste, bislang kaum beachtete Zielkonflikt ist der zwischen hochgeschraubten Servicezielen und den Zielen einer Entlastung von Umwelt und Verkehrsinfrastruktur. Eine Wirtschaft, die

sich angewöhnt hat, über alle Gegenstände ihres Bedarfes unabhängig vom Ort der Bedarfsentstehung möglichst immer sofort verfügen zu können, trägt damit massiv zur Erhöhung der Verkehrsintensität unserer Wirtschaft bei. Dieser Konflikt ist deshalb so schwer zu lösen, weil sich der Wettbewerb zwischen Unternehmen zunehmend auf die Serviceebene verlagert hat. Unternehmen werden zögern, Leistungen, von denen sie sich eine Differenzierung versprechen, zugunsten ökologischer Ziele zurückzunehmen.

Wie können Unternehmer grüne Vorreiter in Teilbereichen der Logistik werden?

Grundvoraussetzung für die Wahrnehmung am Markt ist Transparenz (z. B.

durch „Carbon Footprints“). Um Vorreiter zu werden, reichen oberflächliche Veränderungen wie eine Fahrerschulung oder Solarzellen auf dem Dach nicht aus. Vielmehr werden sich Unternehmen grundlegendere Fragen stellen müssen. Zum Beispiel, wie sie durch eine Stabilisierung von Prozessen ihren Expressfrachtanteil senken können. Oder ob der hohe Luftfrachtanteil tatsächlich die Folge eines unabänderlichen Sachzwangs ist. Gefordert ist dann häufiger ein tiefer greifendes Prozess-Reengineering. Nur so kommt man bei dem Versuch einer nachhaltigen Entlastung von Natur und Verkehrsinfrastruktur mit größeren Schritten voran.

CO₂-Rechner von GROUP7 TÜV-zertifiziert

Rechner übererfüllt Normvorgaben

Richtig gerechnet! Der CO₂-Rechner aus dem Hause GROUP7 ermittelt laut TÜV Süd zuverlässig Emissionswerte. Seit Anfang Februar sind wir im Besitz des Zertifikats. „So können sich unsere Kunden sicher sein, dass wir die korrekten Werte für ihre Transportlogistik und für ihren Carbon Footprint errechnen“, erläutert Günther Jocher, Vorstand von GROUP7.

Mit dem GROUP7 CO₂-Rechner können alle Emissionen berechnet werden, die bei Transporten auf dem Luft- oder dem Seeweg sowie bei den Vor- und Nachläufen entstehen. Darin enthalten sind auch die Emissionen, die beim Löschen der Ware im Hafen entstehen oder beim Umladen auf ein anderes Schiff. „Wir übererfüllen damit den derzeitigen CEN-Normentwurf DIN EN 16258:2011“, kommentiert Günther Jocher.



Summary

GROUP7's CO₂ calculator exceeds current standards

TÜV Süd, a leading global technical service organisation, reported that GROUP7's CO₂ calculator can be used to ascertain all emissions that are created by air or ocean transport services. The figures include emissions that stem from

discharging goods at a port, or from transshipping cargo to another vessel. When presented with the TÜV Süd certificate at the beginning of February, a delighted Günther Jocher, GROUP7's managing director, said "we more than fulfil the current CEN draft standard DIN EN 16258:2011."



Komplexe Multichannel-Lösung für das Audi-Accessoires-Geschäft

GROUP7 verantwortet weltweites Fulfillment für verschiedene Kundengruppen



Modellautos zählen zu den beliebtesten Accessoires

Das Geschäft mit den Audi Accessoires läuft sehr gut. Am beliebtesten sind Artikel rund um das Fahrzeug, Miniaturen sowie sportliche Jacken und Kleinkinder-Accessoires. Seit Mitte 2011 wickelt GROUP7 das Audi Accessoires-Geschäft als Fulfillment-Provider ab. „Bei GROUP7 erhalten wir alle Leistungen aus einer Hand. Dazu zählen der Betrieb des Kundenservice-Centers, Logistik, Zollabwicklung und Transporte per Luft- und Seefracht sowie per LKW“, begründet Volker Höhl, Leiter Audi exclusive bei der quattro GmbH, die Wahl von GROUP7 zum Logistikdienstleister. Die Messlatte für die Leistungen liegt dabei sehr hoch. „GROUP7 muss große Flexibilität beweisen und höchsten Ansprüchen genügen. Wir sind eine Premium-Marke und arbeiten nur mit einem Premium-Dienstleister zusammen“, äußert sich Angela Wagner, Leiterin Audi Accessoires, zu den Erwartungen ihres Unternehmens an GROUP7.

Auslieferung in 83 Länder

Die Leistungsdaten können sich sehen lassen. Über 2.500 verschiedene Audi Accessoires werden in 83 Länder ausgeliefert. An manchen Tagen verlassen bis zu 600 Sendungen das GROUP7-Lager in Schwaig bei München. Bis zu 260 Kunden kontaktieren täglich das GROUP7-Kundenservice-Center, um Bestellungen

abzugeben oder sich zu den Accessoires beraten zu lassen. „Eine besondere Herausforderung sind die verschiedenen Vertriebskanäle. Wir beliefern Audi Partner, Importeure, interne Fachabteilungen und Endkunden. Darüber hinaus erhalten auch die Audi Shops an den Unternehmensstandorten Ingolstadt/ Neckarsulm und am Airport München sowie alle Veranstaltungen die hochwertigen Accessoires von uns. Und jeder Vertriebskanal hat seine Besonderheiten“, beschreibt Günther Jocher, GROUP7-Vorstand, die Komplexität der Lösung.

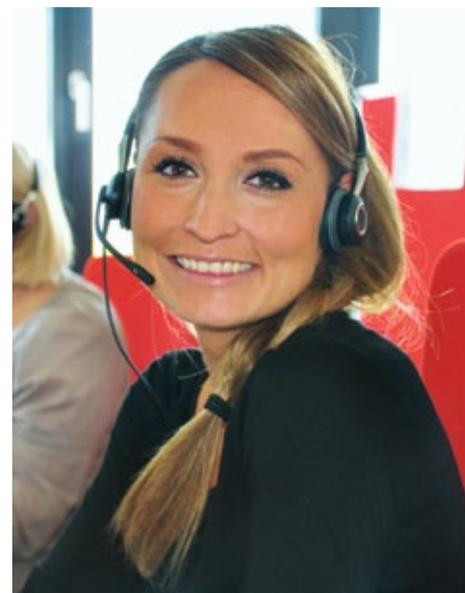
Keine Regallücken

Mit Hilfe des modularen ERPII-Systems erfolgt die Versorgung der Audi Shops durch GROUP7 äußerst flexibel. Beispielsweise bestellt der Shop seine Ware am Mittwoch und gleich am darauffolgenden Tag erhält das Geschäft noch vor Ladenöffnung alle gewünschten Artikel. Zudem wird die Kasse des Shops täglich vom GROUP7-IT-System mit den aktuellen Artikelnummern und Preisen versorgt. „Zukünftig wird unsere Lösung noch innovativer aussehen. Anhand der Kassenvverkäufe vom Vortag wird das System den Bedarf des Shops erkennen und anschließend eine Bestellung zur Ausführung vorschlagen“, erläutert Günther Jocher, GROUP7-Vorstand.

50 verschiedene Reportings in der Multichannel-Lösung

Doch die Technik hinter der weltweiten Accessoires-Lösung kann noch mehr. Zu den einzelnen Kennzahlen erstellt das GROUP7-System 50 verschiedene Reportings in Echtzeit. Hinzu kommen zukünftig noch individuelle Reportings, die sich die Audi Ansprechpartner selbst zusammenstellen. Einige Reportings wer-

den automatisch erstellt und selbstständig aus dem System heraus an die definierten Ansprechpartner verschickt. „Unser IT-System ist das Rückgrat hinter der Audi Accessoires-Lösung. Alle Ansprechpartner auf Kundenseite und unsere eigenen Mitarbeiter greifen über ein komplexes Berechtigungsschema auf genau die Teile der Lösung zu, für die sie autorisiert sind“, erklärt Hubert Borghoff, GROUP7-Prokurist und Logistikleiter die IT-Technik. Alle in die Supply Chain eingebundenen Abteilungen des Audi Accessoires-Geschäfts haben direkten Zugriff auf das System: Produktmanagement, Disposition, Verkauf, Einkauf und Controlling. Auch die E-Shop Agenturen der quattro GmbH gehören zu den Nutzern der „Group7-webservices“. „Durch die Verzahnung aller am Accessoires-Geschäft Beteiligten erreichen wir ein Höchstmaß an Transparenz in unserer Multichannel-Lösung. Das ist unser Schlüssel zum Erfolg mit den Audi Accessoires“, sagt Günther Jocher abschließend.



Das Kundenservice-Center von GROUP7 entspricht höchsten technischen Standards



Die Audi-Accessoires werden im GROUP7-Logistikcenter in Schwaig bei München gelagert, konfektioniert und kommissioniert.

Firmenprofil

Vorsprung durch Technik 

Der Audi-Konzern hat im Jahr 2011 1.302.659 Automobile der Marke Audi an Kunden ausgeliefert. 2011 erreichte das Unternehmen bei einem Umsatz von 44,1 Mrd. Euro ein operatives Ergebnis von 5,3 Mrd. Euro. Audi produziert an den Standorten Ingolstadt, Neckarsulm, Győr (Ungarn), Changchun (China) und Brüssel (Belgien). Der Audi Q7 wird in Bratislava (Slowakei) produziert. Im Juli 2010 startete nach Audi A4 und A6 die CKD-Produktion des Audi Q5 in Aurangabad in Indien. Seit Mai 2010 rollt der Audi A1 und seit 2012 der neue A1 Sportback im Werk Brüssel vom Band. Der Audi Q3 wird seit Juni 2011 in Martorell (Spanien) produziert. Das Unternehmen ist in mehr als 100 Märkten weltweit tätig.

Summary

Complex multichannel solution for the Audi accessory business

GROUP7 has been responsible for Audi's accessory business since mid 2011. To justify the choice of GROUP7 as logistics service provider, Volker Höhl, head of Audi exclusive at Quattro GmbH, said that "GROUP7 provides us with services from a single source. They encompass the operation of a customer service centre, logistics, fulfilment, customs clearance and air, sea and road transport services." The service standards are very stringent.

Angela Wagner, director of Audi Accessories, commented on her company's expectations of GROUP7, by saying "GROUP7 has proven great flexibility and fulfils the most stringent demands. We are a premium car marque and

only collaborate with a premium service provider."

The service data are impressive. More than 2,500 different accessories are delivered to 83 countries. On some days up to 600 consignments leave the GROUP7 warehouse in Schwaig, near Munich. As many as 260 customers per day contact the GROUP7 customer service centre to place an order or to ask for advice about accessories. In addition GROUP7 compiles 50 different reports on the project's individual key figures.

Günther Jocher, GROUP7's managing director, described the complexity of the solution by saying "the different sales channels are a special challenge. We deliver to Audi partners, importers, internal departments, end customers, real shops and events. Each channel has its own specific requirements."

Im Dienste des schwarzen Goldes

Eugen Kandziora, GROUP7-Niederlassungsleiter Hannover, im Interview



2,7 Millionen Tonnen Erdöl wurden in Deutschland im letzten Jahr gefördert

Herr Kandziora, Ihre Mitarbeiter sind Spezialisten in der Transportorganisation von Produkten, die die Erdölindustrie benötigt. Können Sie uns dieses Geschäft einmal näher beschreiben?

Die deutsche Erdölindustrie hat ihren Schwerpunkt in Niedersachsen. Sie importiert viele Produkte aus den USA. Als Logistikdienstleister vor Ort in Hannover organisieren wir daher den Transport von Werkzeugen und Zubehör aller Art. Das können Bohrköpfe, Pumpen, Bohrgestänge oder Chemikalien für Bohrungen sein. Diese Warenströme steuern wir im wöchentlichen Turnus. Wir sind aber auch im Export sehr stark. Beispielsweise liefern

wir Geräte und Zubehör zu Förderstandorten wie Baku in Aserbaidschan oder nach Almati in Kasachstan.

GROUP7 steht für große Kundennähe. Wie setzen Sie diese Philosophie in Ihrer Niederlassung konkret um?

Für uns ist der Kunde keine Nummer. Wir stehen hinter unserer Leistung als GROUP7-Mitarbeiter dafür ein, dass unsere Lieferungen pünktlich und in gutem Zustand ankommen. Beispielsweise haben wir einmal für einen Kunden Ware aus Asien eingeführt. Am nächsten Tag sollte sie europaweit verteilt werden. Doch die Verpackungen waren von Lieferantenseite

falsch gewählt worden. Damit standen wir vor der Herausforderung, alle Produkte neu zu verpacken. Wir haben eine Nachtschicht eingelegt, um unserem Kunden Konventionalstrafen zu ersparen.

Lose Fahrzeuge auf eine kleine Karibikinsel bringen? Kein Problem für GROUP7 Hannover.



In der letzten Antwort erwähnen Sie, dass Sie Produkte neu verpackt haben. Bieten Sie weitere logistische Dienstleistungen?

Wir können für unsere Kunden hier in Hannover auch kontraktlogistische Aufgaben erfüllen. Die entsprechenden Lagerflächen sind vorhanden. Wünscht ein Kunde auch die Verteilung an den Handel, können wir das für ihn realisieren. Unter anderem haben wir eine bekannte Einzelhandelskette als Referenz.

Hatten Sie in letzter Zeit auch mal eine ungewöhnliche Verladung?

Vor einigen Wochen hatten wir eine ungewöhnliche Sendung mit ungewöhnlichem Zielort. Per Seefracht sollten wir u. a. einen Sattelschlepper, einen Auflieger, eine Kettenraupe und einen Tieflader auf die Karibikinsel Sint Eustatius bringen. Die niederländische Insel zählt 3.300 Einwohner. Die Schwierigkeit lag darin, dass die Fahrzeuge lose verladen werden mussten. In Philipsburg auf St. Martin, ebenfalls eine Karibikinsel, erfolgte die Umladung der Fahrzeuge vom Containerschiff auf das kleinere Feederschiff. In allen Häfen stellten wir sicher, dass die Kräne unsere Fahrzeuge verladen konnten.

Niederlassungsprofil Hannover



Unsere Niederlassung in Hannover ist die jüngste von GROUP7. Seit Oktober 2011 können unsere Kunden in Hannover und im weiteren Umland auf die komplexen Services von GROUP7 zurückgreifen. Importe und Exporte von Luft- und Seefrachtendungen

zählen dabei zu den täglichen Aufgaben unseres Hannoveraner Teams. LKW-Transporte und kontraktlogistische Leistungen ergänzen das Portfolio. Besonders viele Erfahrungen hat unsere Niederlassung in Hannover in der Erdölindustrie, in der Textilbranche und in Dienstleistungen rund um die Pferde- und Rinderzucht. Für die Pharma- und Healthcarebranche organisiert das GROUP7-Team den Transport von Pharmazeutika, Medizintechnik, Diagnostika, Medikamenten und Narkotika weltweit.



GROUP7-Team in Hannover, v.l.n.r.: Marc Vollrath, Klaus Niketta, Sonja Kandziora, Eugen Kandziora, Stefan Ortner, Jürgen Ebeling

Summary

Services for black gold

The German state of Lower Saxony has long been associated with the mineral oil industry. Staff from the GROUP7 branch office in Hanover therefore regards themselves as specialists for organising the transport of products that are required for the mineral oil industry. In an interview with ALL ABOUT 7, Eugen Kandziora, head of GROUP7's branch office in Hanover, explained that "we manage the import

of drilling heads, pumps, drill rods and chemicals for boring, through Lower Saxony." Kandziora is also convinced that his branch office is very strongly positioned in the export field. The Hanover branch office manager added "for example we deliver production platform equipment and accessories to Baku in Azerbaijan, and to Almaty in Kazakhstan." However, most of the daily tasks at GROUP7's Hanover branch office are connected to air and ocean freight

consignments. Truck transports and services in the contract logistics sector round off the portfolio of the youngest branch office in the GROUP7 network. In addition to the mineral oil industry, the GROUP7 team in Hanover has already established a good reputation as a partner in the pharmaceuticals and health care domain, as well as in the textile industry and the horse and cattle breeding field.

TOM TAILOR - Eine erfolgreiche Lifestyle-Marke

GROUP7 verantwortet Luftfracht-Importe



TOM TAILOR strebt für 2012 einen Umsatz von über 470 Mio. EURO an

Im heiß umkämpften Textilmarkt gehört TOM TAILOR zu den Gewinnern. In 2011 steigerte das internationale Lifestyle-Unternehmen seinen Umsatz um knapp 20 Prozent auf 412 Millionen Euro. „Das ist das Ergebnis unserer konsequent umgesetzten Expansions- und Markenstrategie sowie unseres Trendmanagements“, kommentiert Dieter Holzer, Vorstandsvorsitzender der TOM TAILOR Holding AG. Der Konzern eröffnete allein in 2011 90 neue Retail-Stores und verfügte europaweit über 248 eigene Stores. Für 2012 sind 60 bis 70 weitere Läden, 200 bis 250 Shop-in-Shop Flächen sowie 20 bis 25 Franchise-Stores geplant.

Webbasiertes Beschaffungstool

Effiziente Beschaffungsstrukturen machen einen wichtigen Teil des Erfolgs von TOM TAILOR aus. Durch ein webbasiertes Supply Chain Management System erreicht das Lifestyle-Unternehmen Transparenz in sämtlichen Prozessen. Alle Lieferanten und Dienstleister weltweit geben ihre Produktions-, Liefer- und Sendungsdaten in das System ein. „Wir können dadurch sofort auf Verzögerungen reagieren. Zum Beispiel stellen wir bei Verspätungen in

der Produktion, falls notwendig, einen Teil der Ware sofort von See- auf Luftfracht um“, erläutert Carsten Schmelting, Director Supply Chain Management von TOM TAILOR.

GROUP7 verantwortet TOM TAILOR-Luftfrachtsendungen aus China, Hongkong und Vietnam

GROUP7 ist mit dem webbasierten IT-Tool von TOM TAILOR bestens vertraut. Seit fünf Jahren verantwortet der Logistikdienstleister alle Luftfrachten aus China, Hongkong und Vietnam für TOM TAILOR nach Deutschland. Damit managt GROUP7 einen Großteil der gesamten TOM TAILOR-Luftfrachten. „Bei GROUP7 stimmen Qualität, Servicegedanke und Zuverlässigkeit“, sagt Andrea Burmester, Head of SCM Procurement & Outbound Logistics. „Mit GROUP7 haben wir seit Jahren einen idealen Logistikpartner an unserer Seite“, so Andrea Burmester weiter.

Eigener GROUP7-Frachter in der Hochsaison

Hochsaison, Feiertage oder Naturkatastrophen: zuverlässigen Service gibt

es nicht automatisch. „Wir tun viel dafür, dass unsere Sendungen immer pünktlich in Deutschland ankommen“, erklärt Günther Jocher, Vorstand von GROUP7. „Wir halten feste Allotments auf den Maschinen, um ganz sicher einen Platz zu bekommen. Zusätzlichen Frachtraum beschaffen wir vor Chinese New Year, im Weihnachtsgeschäft und vor den chinesischen Maifeiertagen. Dabei kommt es vor, dass wir ganze Frachter chartern“, so Günther Jocher weiter.

Umweltschonende Sea-Air-Verkehre

Sind die Beschaffungs-Zeitfenster groß genug, routet GROUP7 diese Sendungen per Sea-Air. Per Schiff erreichen die Textilien Dubai. Umgeladen aufs Flugzeug meistern sie die letzte Etappe nach Deutschland. „Unsere Sea-Air-Verkehre sparen TOM TAILOR Kosten und schonen gleichzeitig die Umwelt. Es ist unsere Stärke, innovative Leistungen für unsere Kunden zu entwickeln und umzusetzen“, sagt Günther Jocher.

Summary

GROUP7 shoulders responsibility for TOM TAILOR airfreight imports

Efficient procurement structures are an important key for success at the company TOM TAILOR. The lifestyle enterprise therefore has a web-based supply chain management system that enables it to react extremely swiftly to delivery delays. GROUP7 knows the IT tool inside out, because we, as the logistics service provider, manage all airfreight shipments that TOM TAILOR has transported from China, Hong Kong and Vietnam to Germany. Andrea Burmester, TOM TAILOR's head of SCM procurement and outbound logistics, praised the smooth collaboration by saying, "GROUP7's quality, service commitment and reliability are spot on.

GROUP7 has been our ideal logistics partner for years."

GROUP7 keeps fixed allotments on aircrafts for TOM TAILOR. The managing director of GROUP7, Günther Jocher, explained that "we even charter whole freighters in advance of the Chinese New Year, as well for the Christmas business and China's public holidays in May." When the procurement time windows are large enough, GROUP7 forwards TOM TAILOR's goods as sea/air freight. The textiles are transported by ship to Dubai, and then forwarded via aircraft for the last part of the journey to Germany.

Firmenprofil



Die TOM TAILOR Gruppe ist ein international tätiges, vertikal integriertes Lifestyle-Unternehmen und bietet hochwertige, modische Casual Wear und Accessoires für Herren, Damen, Jugendliche und Kinder im mittleren Preissegment. Seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 1962 unterstreicht das Modeunternehmen mit authentischer Mode ein positives und unbeschwertes Lebensgefühl. Der Konzern erzielte in 2011 einen Umsatz von 411,6 Millionen Euro und beschäftigt weltweit über 1.500 Mitarbeiter.

Weitere grüne Medaille für GROUP7

Ohne Beanstandungen: ISO 14.001-zertifiziert vom TÜV Nord

Ich möchte, dass jeder Mitarbeiter an seinem Arbeitsplatz unseren Umweltgedanken in die Tat umsetzt“, formulierte Günther Joche das Ziel der Zertifizierung im Umweltmanagement in der Auftaktveranstaltung zum Projekt. Seit Mitte März ist GROUP7 stolzer Inhaber des TÜV-Zertifikats DIN ISO 14.001. „Der Erfolg war hart erarbeitet“, sagt Daniela Riepl, Projektmanagement, „doch beispielsweise ist dabei ein stringentes System für Lieferantenbewertungen entstanden.“

Nachhaltige Verpackungsmittel

Die TÜV-Prüfung des Umweltsystems schloss GROUP7 ohne jegliche Beanstandungen ab. „Dieses Ergebnis verdanken wir auch unserer guten Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt. Wir haben einer Studentengruppe die Chance gegeben, an unserem Projekt mitzuwirken. Viele innovative Ideen und Maßnahmen sind dabei herausgekommen“, berichtet Anke Nowicki, Umweltmanagementbeauftragte. Die Studentengruppe erschloss GROUP7 unter anderem neue, nachhaltige Verpackungsmittel und erarbeitete ein neues Abfallmanagement-Konzept.



Feuer! Der Probealarm im GROUP7-Logistikcenter Schwaig gehörte zu den Vorsorgemaßnahmen im Rahmen des Umweltmanagement-Systems

Summary

Another green medal for GROUP7

GROUP7 became the proud owner of the TÜV environment management certificate DIN ISO 14.001 in mid-March. Daniela Riepl, GROUP7's project manager, summarised the process preparations by saying, "our success was hard won. We now have a much more stringent system for evaluating our suppliers, among other things." It is noteworthy that the first class result was due in part to GROUP7's good collaboration with a group of students from the Würzburg-Schweinfurt University of Applied Sciences. Anke Nowicki, GROUP7's environment management officer, stated that "this partnership resulted in a large number of innovative ideas and measures." They include a new sustainable packaging material concept and an initial solution for waste management.



Nach dem erfolgreichen, zweitägigen Audit: v.l.n.r. Torsten Rickleffs (Auditor TÜV Nord), Daniela Riepl (Projektmanagement, GROUP7), Anke Nowicki (Umweltmanagementbeauftragte GROUP7), Jan-Christian von Hülst (Auditor TÜV Nord)

Vorgestellt: Horst Leypoldt

Verkauf, GROUP7-Niederlassung Stuttgart

Horst Leypoldt ist seit Dezember 2010 im Verkauf von GROUP7. Er ist Experte für Luft- und Seefrachten und kennt sich in Import und Export gleichermaßen gut aus.

Von welchen persönlichen Stärken profitieren Sie beruflich am meisten?

Ich profitiere von meiner Offenheit. Es fällt mir damit leicht, Kontakte zu potenziellen Kunden herzustellen. Ich habe auch die Fähigkeit, mich in andere Menschen hineinzusetzen. In Verkaufsgesprächen kann ich daher gut die Probleme meines Kunden verstehen.

Herr Leypoldt, wenn Sie nicht bei GROUP7 arbeiten würden, was wäre dann Ihr Traumjob?

Dann würde ich als Trainer oder Coach arbeiten. Mir gefällt daran der Gedanke, anderen Menschen bei ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung zu begleiten.

Sie haben die Möglichkeit, einen Abend mit einer Persönlichkeit Ihrer Wahl zu verbringen. Wen wählen Sie und warum?

Ich wähle Willi Brandt. Mit seinem Kniefall in Warschau hat er die Welt zum Nachdenken bewegt. Eine kleine Geste mit großer Wirkung.

Welche drei Dinge würden Sie am liebsten mit auf eine einsame Insel nehmen?

Am wichtigsten ist mir meine Familie – meine Frau und mein Sohn. Damit wir ausreichend zu Essen und Trinken haben, darf ein gut gefüllter Kühlschrank nicht fehlen. Für die Verbindung mit der Welt sorgt mein Blackberry-Telefon.

Wie sieht ein perfekter Sonntag bei Ihnen aus?

Ich stehe in Ruhe auf und frühstücke gemütlich und ausgedehnt mit meiner Familie. Im Anschluss unternehmen wir einen Spaziergang an einem grün-blauen Bergsee mit Blick auf kantige Felsen. Es ist ein schöner, sonniger Tag. Am Nachmittag treffen wir uns mit Freunden zum Grillen. Der Abend klingt mit einem kühlen Bier in netter, entspannter Runde aus.

Was ist Ihr größter Traum?

Ich bleibe bis zu meinem letzten Lebenstag immer gesund. Ich empfinde weiterhin so viel Spaß an meiner Arbeit.

Gemeinsam mit meiner Familie genieße ich das Leben in vollen Zügen.

Welche Fähigkeit hätten Sie gerne?

Am liebsten würde ich die Gedanken anderer Menschen kennen. Dann könnte ich meinen Kunden noch bessere, individuellere Angebote machen. Auch meine Freunde hätten jede Menge Vorteile davon.



Impressum

ALL ABOUT 7, Ausgabe 1/2012

Herausgeber: GROUP7 AG International Logistics | Eschenallee 8 | D-85445 Schwaig
Tel.: +49 8122 9453-0 | Fax: +49 8122 9453-102 | www.group-7.de

Redaktionsleitung/V.i.S.d.P.: Anke Nowicki

Gestaltung: www.agentur-triebwerk.de

■ **GROUP7** Zentrale München

Postfach 23 19 15
85328 München-Flughafen
Hausanschrift:
Eschenallee 8
85445 Schwaig
Tel.: +49 8122 9453-0
Fax: +49 8122 9453-100
E-Mail: info@group-7.de

www.group-7.de

GROUP7
INTERNATIONAL LOGISTICS

■ **Niederlassung Hamburg**

Borsteler Chaussee 47
22453 Hamburg

Tel.: +49 40 317675-0
Fax: +49 40 317675-400
E-Mail: info.ham@group-7.de

■ **Niederlassung Düsseldorf**

Block C/4. OG
Frachtstraße 26
40474 Düsseldorf

Tel.: +49 211 229749-0
Fax: +49 211 229749-500
E-Mail: info.dus@group-7.de

■ **Niederlassung Stuttgart**

Luftfrachtzentrum
Gebäude 605/2, Ebene 5
70629 Stuttgart

Tel.: +49 711 722545-0
Fax: +49 711 722545-700
E-Mail: info.str@group-7.de

■ **Niederlassung Hannover**

Benkendorfstraße 22
30855 Langenhagen

Tel.: +49 511 473780-0
Fax: +49 511 473780-600
E-Mail: info.haj@group-7.de

www.group-7.de

■ **Niederlassung Nürnberg**

Emmericher Straße 2
90411 Nürnberg

Tel.: +49 911 59838-0
Fax: +49 911 59838-100
E-Mail: info.nue@group-7.de

■ **Niederlassung Frankfurt**

Langer Kornweg 34 d
65451 Kelsterbach

Tel.: +49 6107 4056-0
Fax: +49 6107 4056-300
E-Mail: info.fra@group-7.de

■ **Niederlassung Bremen**

Otto-Lilienthal-Straße 29
28199 Bremen

Tel.: +49 421 52629-0
Fax: +49 421 52629-200
E-Mail: info.bre@group-7.de

