

ANNO XV - N.21 | MÄRZ 2021 | **AIR** - 66 TONNEN NACH HONGKONG | **INNOVATION** - APP FÜR RETOUREN
SERVICES - 360° E-COMMERCE | **LOGISTIK** - NEUER STANDORT OBERHAUSEN | **LGI** - LKW FLOTTE ERNEUERT
GROUP - ERFOLGREICH DURCH DIE PANDEMIE | **FASHION** - ITG APP BESCHLEUNIGT RETOUREN

 **motion**
magazin



LOGISTIK, DIE DEN
TRIPLE SIEGER **BEGEISTERT**

3 EDITORIAL

NEWS

- 4 Messe transport logistic 2021
Neuer Niederlassungsleiter in Bremen
- 5 Branchenlösung „ITG PHARMA SELECT“
Berufsstart in der Logistik

AIR & SEA

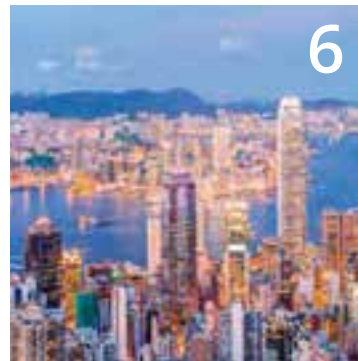
- 6 66 Tonnen per Luftfracht nach Hongkong
- 8 Bobs für China

SERVICES

- 10 360° E-Commerce

FASHION & LIFESTYLE

- 14 Logistik für den FC Bayern München
- 20 Innovative App für Retouren



ITG WORLD

- 21 Unsere Ausbildungsangebote
- 22 Neuer Standort in Oberhausen
- 24 Soziale Medien

ONE GROUP

- 25 Unser bisheriger Weg in der Pandemie
- 28 Reorganisationsprojekt erfolgreich umgesetzt

LGI WORLD

- 30 ITG Niederlande nun LGI
- 31 Erneuerung der Lkw Flotte

32 INCOTERMS 2020

34 JUBILARE

36 QUIZ

LIEBE LESERIN LIEBER LESER!

Endlich sind wir wieder da, wobei wir niemals weg waren. Es wäre sehr vermessen von mir zu vermuten, Sie hätten unser Magazin schmerzlich vermisst. Und dennoch halten Sie eine neue Ausgabe in Händen.

Es ist viel passiert seit der letzten Ausgabe und es gäbe einige Gründe zu nennen, warum es so lange gedauert hat. Doch noch nicht einmal die aktuell besonderen Begleitumstände möchte ich als Begründung ins Feld führen. Stattdessen freue ich mich, dass es jetzt soweit ist, Ihnen eine neue Ausgabe liefern zu können. Themen und Inhalte gibt es jedenfalls genügend.

Jedes Jahr bringt neue Herausforderungen mit sich, so dass man nicht behaupten kann, die Jahre vor der Pandemie wären einfacher gewesen. Sie waren anders, aber dennoch herausfordernd. Und so wird auch dieses Jahr neue Aufgaben mit sich bringen, genauso, wie 2022 und alle anderen Jahre darauf. Die ITG stellt sich diesen Herausforderungen und versucht nicht nur, diese zu meistern, sondern möchte daraus neues Potenzial schöpfen. Zum Nutzen der Kunden und um sich auch in Zukunft neuen Herausforderungen stellen zu dürfen. Gehen Sie diesen Weg mit uns – wir sind bereit!

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre und verbleibe mit freundlichen Grüßen

Thomas Bogner



Thomas Bogner
Head of Communication + Marketing
thomas.bogner@itg.de

DEAR READER!

We're back again – but we've never been gone. It would be very presumptuous for me to assume you would have missed our magazine badly. And now, you hold a new issue in your hands.

A lot has happened since the last issue and there are a few reasons why it took so long. But I don't even want to cite the current special circumstances as a reason. Instead, I am pleased, now the time has come to deliver a new edition to you. In any case, there are enough topics and content.

Every year brings new challenges, so we cannot say, the years before the pandemic were easier. They were different, but still challenging. And so, this year will also bring new tasks, just like it will be in 2022 and all following years. ITG faces these challenges and not only tries to master them, but wants to draw new potential thereof, also. For the benefit of customers and the ability to face new challenges in the future. Join us on this journey - we are ready!

I wish you a pleasant read and I remain with best regards

Thomas Bogner

MESSE TRANSPORT LOGISTIC 2021 NUR ALS ONLINE KONFERENZ

Vom 4. bis 7. Mai 2021 sollte in München die weltweit anerkannte Logistik Leitmesse transport logistic stattfinden. Die ITG hatte gemeinsam mit ihrer Muttergesellschaft LGI Logistics Group International die Teilnahme als Aussteller fest geplant.

Im Januar wurde die Durchführung der Messe als Präsenzveranstaltung vom Veranstalter abgesagt. Hintergrund sind die zahlreichen internationalen Reisebeschränkungen, deren Aufhebung bis zum Frühjahr nicht absehbar sind. Damit wird der Ausstelleranspruch hinsichtlich der Besucherbeteiligung durchkreuzt. Als Ersatz wird vom 4. bis 6. Mai 2021 eine Online-Konferenz realisiert. Die nächste transport logistic als physische Messe findet vom 9. bis 12. Mai 2023 statt.

**TRANSPORT
LOGISTIC 2021
TRADEFAIR
ONLY ONLINE**

ITG and her mother company LGI planned to exhibit at transport logistic tradefair from May 4th to 7th, 2021 in Munich. Due to numerous international travel restrictions, that are not expected to be lifted by spring, the fair was cancelled in January. Instead an online conference will be held from May 4 to 6, 2021. Next physical transport logistic fair will take place from May 9 to 12, 2023.



NEUER NIEDERLASSUNGS- LEITER IN BREMEN

NEW BRANCH MANAGER IN BREMEN


Peter Santjohanser, ITG's long standing branch manager in Bremen, has passed the baton to Michael Kujawska on October 1st and has retired at the end of 2020. For a smooth transition Peter Santjohanser will consult ITG in 2021, still. We are glad having Michael as expert on board and wishing Peter a good time after his work life.



Übergabe des Staffelstabes in Bremen: Peter Santjohanser, unser langjähriger Niederlassungsleiter dort, ging Ende 2020 in seinen Ruhestand, der hoffentlich nicht so ruhig sein wird. Als sein Nachfolger ist seit 1. Oktober Michael Kujawska tätig.

Als ausgebildeter Speditionskaufmann mit Fortbildung zum Verkehrsfachwirt DAV bringt er nicht nur profunde Fachkenntnisse mit, sondern schöpft auch aus mehr als 20 Jahren Berufserfahrung. Zuletzt leitete er 10 Jahre lang in Bremen die Niederlassung einer auf Schwergut, Break Bulk, und Containertransporte ausgerichteten Spedition.

Damit ihn die Spedition nicht ganz loslässt, wird Peter Santjohanser der ITG auch in 2021 noch beratend zur Seite stehen. Wir wünschen ihm an dieser Stelle eine gute Zeit und freuen uns, mit Michael Kujawska einen Experten als Nachfolger gefunden zu haben.


 Michael Kujawska | michael.kujawska@itg.de
Branch Manager, ITG Bremen

BRANCHENLÖSUNG „ITG PHARMA SELECT“

Während der Pandemie ist der Transport von Schutzausrüstung, Pharmazeutika und Impfstoffen in den Fokus vieler Menschen gerückt. Der Luft- und Seefrachtbereich der ITG hat beim internationalen Transport dieser Güter lange und umfangreiche Erfahrung. Auch zur Bekämpfung von COVID-19 haben wir für verschiedene Auftraggeber zum Beispiel medizinische Masken und weitere Schutzausstattung transportiert.

Diese Kenntnisse wurden nun gebündelt und daraus die neue Produktgruppe PHARMA SELECT geschaffen. Zudem wurden die Standorte Düsseldorf, Frankfurt und Nürnberg erfolgreich nach GDP zertifiziert. Zusammen mit den bereits zertifizierten Pharma & Healthcare Lösungen der LGI können wir hochwertige end-to-end Services anbieten.

Sind Sie interessiert? Kontaktieren Sie unsere Spezialistin Nadine Schneider. Wir beraten Sie gerne.

 Nadine Schneider | nadine.schneider@itg.de
Sales Manager, ITG Air & Sea

SPECIALIZED SOLUTION „ITG PHARMA SELECT“

During the pandemic the transport of PPE, pharmaceuticals and vaccines got into the focus. ITG's air and sea freight division has long and extensive experience in the international transport of these goods. We also transported medical masks and other protective equipment for various clients to combat COVID-19.

Now, this knowledge has been bundled and the new PHARMA SELECT product group created from it. In addition ITG branches had been certified according to GDP. Together with the already certified Pharma & Healthcare solutions from LGI, we can offer high-quality end-to-end services.

Are you interested? Contact our specialist Nadine Schneider. She is glad to support.



BERUFSSTART IN DER LOGISTIK

CAREER START IN LOGISTICS

Logistics is an important business sector. This was brought again into the mind of the broad population during the COVID-19 pandemic. Even under difficult conditions, ITG sticks to its strategy of training its own young talents. In autumn 2020, a total of 27 young people started their careers at ITG, be it as a classic training course or as a dual course of study. Further information can be found on page 21.




Auch unter schwierigeren Rahmenbedingungen hält die ITG an ihrer Strategie fest eigenen Nachwuchs auszubilden. Im Herbst 2020 haben insgesamt 27 junge Menschen den Start in ihr Berufsleben bei der ITG gestartet, sei es als klassische Ausbildung oder als duales Studium.

Logistiker*innen wissen, wie wichtig es für alle ist, was sie täglich tun. Mit der Corona Pandemie sind diese Erkenntnisse auch großen Teilen der Bevölkerung bewusst geworden. Dass die Logistik ein spannendes und zukunftssträchtiges Berufsfeld ist, davon wissen (noch) zu wenige. Zumindest 27 junge Menschen konnte die ITG davon überzeugen: Sie begannen jetzt mit ihrer Ausbildung oder einem dualen Studium. Damit hält das Unternehmen ohne Einschränkungen an seiner Strategie fest eigenen Nachwuchs auszubilden und ihnen die spannende Welt der Logistik näher zu bringen.

Am 1. September begannen am Standort der ITG Unternehmenszentrale in Schwaig, unmittelbar am Flughafen München gelegen, 23 neue Auszubildende und ein dual Studierender sowie in Stuttgart ein Azubi; zuvor waren bereits am 3. August zwei Auszubildende in Hamburg ins Berufsleben gestartet.

Insgesamt bildet die ITG an acht Standorten in 6 Ausbildungsberufen aus, darunter zum 1. September 2020 neu auch zum/r Kaufmann/Kauffrau für E-Commerce. Außerdem werden duale Studiengänge in drei Studienrichtungen angeboten. Weitere Informationen hierzu finden Sie auf Seite 21. Bewerbungen für den Start im Herbst 2021 werden bereits angenommen.

 Andreas Schebeler | andreas.schebeler@itg.de
Director Human Resources

66 TONNEN PER LUFTFRACHT NACH HONGKONG

Eine nicht ganz alltägliche Projektverladung haben kürzlich die Spezialist*innen der ITG Air & Sea Niederlassung in Stuttgart zusammen mit unserem Partner Dimerco gemeistert: Es galt eine komplette Anlage für Press- und Beschichtungstechnologie, verpackt in 17 Holzkisten mit insgesamt 66,1 Tonnen Gewicht, zuverlässig und pünktlich ab Karlsruhe nach Hongkong zu transportieren.



Groß und schwer

Das längste Packstück maß 9 Meter. Zudem waren fast alle Packstücke höher als 1,70 Meter, zwei Verschläge sogar 281 cm hoch, so dass der Transport nur mit einem Frachtflugzeug durchgeführt werden konnte. Die Expert*innen der ITG wogen den Einsatz einer Chartermaschine gegenüber dem Einsatz eines Linien-carriers ab. Final entschieden sie sich für einen auf Fracht spezialisierten Linien-carrier mit Flug ab Frankfurt Hahn nach Baku und von dort nach Hongkong.

Mehrere Parteien zu koordinieren

Die Herausforderung bestand zum einen in der zeitlichen Planung und zum anderen in der Koordination zwischen dem Versender mit Sitz im Schwarzwald, dem Verpackungsunternehmen in Karlsruhe sowie dem Empfänger in Asien. Insgesamt waren 6 Lkw zur Vorholung notwendig. Kurz vor der geplanten Verladung stellte sich heraus, dass ein Teil der Anlage von einem Vorlieferanten kam, der vom Luftfahrtbundesamt nicht als sogenannter „Bekannter Versender“ registriert ist. Also musste dieser Teil zur Sicherheitsüberprüfung vorab nach Stuttgart, um dann von dort im Status als „sichere Fracht“ nach Hahn transportiert zu werden. Zum Service der ITG gehörte auch, dass die komplette Verladung vor Ort in Karlsruhe durch einen Export Mitarbeiter persönlich begleitet wurde.


66 TONS BY AIR TO HONGKONG

ITG Air & Sea branch in Stuttgart, together with their partner Dimerco, recently mastered a project that was not quite an everyday project: A complete system for pressing and coating technology, packed in 17 wooden crates with a total weight of 66.1 tons, had to be transported from Karlsruhe to Hong Kong, on time. The longest package measured 9 meters, almost all the packages were higher than 1.70 meters, two crates even 281 cm high. So the transport could be carried out with a cargo plane, only. Finally, the ITG experts decided to use a scheduled cargo connection from Frankfurt Hahn to Baku and from there to Hong Kong.

The time scheduling and the coordination of the shipper, located in the Black Forest, the packaging company located in Karlsruhe and the consignee in Asia was challenging. The pre-carriage had to be carried out with six trucks. Due to security reasons one part had to go to Stuttgart for a security check, which turned out just shortly before planned departure. ITG's service also included

the complete loading on site in Karlsruhe being personally accompanied by its staff. Moreover, the carrier has split the shipment into 4 lots and with a delayed departure. ITG staff was in permanent contact with the carrier and Dimerco during the weekend, to mitigate delay impacts and to pre-arrange customs clearance and oncarriage. At the end the consignee received the machines with a 2-day delay and thanked the team for their permanent assistance.



 Sonja Weber | sonja.weber@itg.de
Vice President Sales, ITG Air & Sea

Airline hält Zusage nicht ein

Trotz dieser Herausforderungen wurde die komplette Sendung zeitgerecht am Flughafen in Hahn angeliefert. Doch damit war der Job noch nicht beendet. Trotz Vereinbarung mit der Airline, die Sendung in zwei Partien ab Hahn über Baku nach Hongkong zu fliegen, wurde die Sendung auf vier Lots aufgeteilt und zudem verspätet abgeflogen. ITG Stuttgart war dauerhaft über ein komplettes Wochenende mit der Airline sowie Dimerco in Hongkong in Kontakt, um den Zeitverzug so gering wie möglich zu gestalten, da am Zielflughafen bereits alles für die Zollabwicklung und den Weitertransport arrangiert war.

Am Ende konnte die Anlage unversehrt, jedoch mit 2 Tagen Verspätung, angeliefert werden, was für eine solch diffizile Projektverladung trotzdem ein gutes Ergebnis ist. Sowohl unser Partner Dimerco als auch der Empfänger haben sich zufrieden gezeigt und sich für den tollen Einsatz des ITG Teams in Stuttgart bedankt.

ITG MIT DEM BOB UNTERWEGS

Obwohl es schon seit vielen Jahrhunderten Schlitten als Transportmittel gibt, begann der Bobsport erst Ende des 19. Jahrhunderts, als man in der Schweiz erstmals versuchte, den Rodelschlitten mit einem Lenkmechanismus zu koppeln. Seit 1924 ist das Bobfahren fester Bestandteil der olympischen Winterspiele. Und er gilt als eine der deutschen Paradedisziplinen im Wintersport: 47 von bisher insgesamt 110 Weltmeistertiteln sowie 12 von 29 Olympiasiegen gingen an Teams aus Deutschland oder der DDR.



A BOB RIDE WITH ITG

The sport of bobsledding began at the end of the 19th century, when the first attempt was made in Switzerland to couple the sled with a steering mechanism. Since 1924, bobsledding has been an integral part of the Winter Olympics. And it is one of the German parade disciplines in winter sports, with a lot of medals won. Nowadays, bobsleighs are true high-tech sports equipment. Aerodynamically optimized bodies are combined with other high-quality components. Modern materials are used and strict regulations of the world federation IBSF must be observed. Such treasures require special attention and reliability during transport. In other words, an ideal task for ITG.

ITG in Frankfurt was assigned the task of transporting a total of six bobsleighs by airfreight from Germany to China. The first part, namely three new 2-man bobsleighs, was handled in December. One of ITG's tasks was to take care of a transport-safe packaging for this sensitive sports equipment, effected by a

specialist for transport packaging, where they were packed in wooden crates. After that the cargo was transported on a direct flight from Frankfurt to Beijing. In January, another three bobsleighs were transported to China. The clients were very satisfied with the service, so ITG can hope for further transports.

China's ambitions are very high in the bobsleigh sport, as the 2022 Winter Olympics will be held in Beijing. Canadian Pierre Lueders, Olympic gold-medalist in 1998, and four-time Olympic champion André Lange from Germany were recruited as coaches.



Heutzutage sind Bobs wahre Hightech-Sportgeräte. Aerodynamisch optimierte Karosserien werden mit anderen hochwertigen Komponenten kombiniert. Dabei kommen moderne Werkstoffe zum Einsatz und strenge Reglementierungen des Weltverbandes IBSF sind zu beachten. Solche Schätze erfordern beim Transport besondere Aufmerksamkeit und Zuverlässigkeit. Also eine ideale Aufgabe für die ITG.

Im Auftrag des chinesischen Bobverbandes wurde der ITG in Frankfurt die Aufgabe übertragen insgesamt 6 Bobs per Luftfracht aus Deutschland nach China zu transportieren. Der erste Teil, nämlich drei Stück neue 2-er Bobs, wurde im Dezember abgewickelt. Zu den Aufgaben der ITG gehörte auch, sich um eine transportsichere Verpackung für diese sensiblen Sportgeräte zu sorgen. Nach der Abholung beim Hersteller wurden die Bobs an einen Spezialisten für Transportverpackungen geliefert, wo diese luftfrachtgerecht in Holzkisten verpackt wurden. Von dort ging es dann an den Flughafen Frankfurt und mit einem Direktflug nach Peking. Im Januar wurden weitere drei Bobs nach China transportiert.

Die Auftraggeber waren mit der reibungslosen Abwicklung sehr zufrieden, so dass die ITG auf weitere Transporte hoffen kann.

Die Ambitionen von China sind auch im Bobsport sehr hoch, denn 2022 werden die olympischen Winterspiele in Peking ausgetragen. Als Trainer wurden der Kanadier Pierre Lueders, 1998 Gewinner der Goldmedaille im Zweierbob, sowie der viermalige Olympiasieger André Lange aus Deutschland rekrutiert.

360° E-COMMERCE

MIT SCHNELLEM ONBOARDING AUF DIE DIGITALE ÜBERHOLSPUR

Der elektronische Handel wächst seit Jahren überdurchschnittlich. Die außergewöhnlichen Begleitumstände im Jahr 2020 haben dieses Wachstum zusätzlich unterstützt. Aber nicht nur die Großen im

Onlinehandel, wie Amazon oder Zalando, profitieren davon. Auch für andere Anbieter ergeben sich Chancen, unabhängig davon, ob sie bereits mit einem Webshop präsent sind, oder noch nicht. Die ITG unterstützt dabei mit einem umfassenden Serviceportfolio, das weit über das logistische Fulfillment hinausgeht.

UNSERE LEISTUNGEN AUF EINEN BLICK



Online-shop

Shopbau
& Hosting



Online-Marketing

Umsatzsteigerung
& Kommunikation



Order Management

Headless
E-Commerce



Shop Operation

360° Shop
Management



Content Production

Photos, Videos
& More



Financial Services

End2End
Abrechnung



Customer Service

Endkunden-
betreuung



Logistik + VAS

B2C + B2B
Warehousing



KEP

Distribution
& Last Mile

Viele Marken und Hersteller treibt der Gedanke um, wie sie sich in Bezug auf die Absatzkanäle zukünftig ausrichten sollen. Fast alle Branchen der herstellenden Industrie unterliegen einem radikalen Veränderungsprozess: Alte tradierte Vertriebswege in den B2B Beziehungen werden eliminiert oder umgewandelt. Segmente wie der klassische Großhandel - einer der größten Vertriebsbereiche und Mittler zwischen dem On- und Offlinehandel sowie der Endkunden - könnten in den nächsten Jahren komplett verschwinden. Treiber dieser Entwicklung ist mal wieder die Digitalisierung, die seit den späten 90er Jahren ihren Siegeszug fortsetzt und mittlerweile fast alle Bereiche des täglichen Lebens erobert hat.

Trotz einer Veränderung der Marketingstrategien mit Fokus auf Internet, Suchmaschinen und Social Media haben viele Unternehmen noch eine traditionelle Supply Chain- und Vertriebsstruktur. Natürlich hat die Marke den Anspruch in der heutigen Zeit selbst Teil einer Multichannel-Strategie zu sein und alle Kanäle, off- wie online, zu versorgen. Die Abnehmer erwarten, dass die Marke als Botschafter seiner Produkte selbst im Netz kommuniziert und mit ihnen in einen direkten Dialog tritt. Daher sind die Social Media Kanäle inzwischen der größte und wichtigste Kommunikationsfaktor eines Produktes zu seinen Endkunden hin. In diesem Spannungsfeld ergibt sich aber die Frage, ob bestehende E-Commerce Absatzkanäle die Markenbotschaft unterstützen oder ob es Optimierungspotenziale gibt. Darüber hinaus kann ein eigener digitaler Absatzkanal, sofern er neben bestehenden Shops von Händlern noch nicht besteht, vorteilhaft sein.

UNSER ONLINESHOP FÜR RAGWEAR



ragwear™



DREI KOMPONENTEN EINER ERFOLGREICHEN ONLINE-STRATEGIE

- 1 **Know How & Technik:**
Welche Infrastruktur wird für einen modernen und erfolgreichen Auftritt benötigt?
- 2 **Organisation:**
Um alle Kanäle professionell zu managen benötigt es Fachpersonal, das im Tagesgeschäft die Shops sowie die Marktplätze organisieren und administrieren kann.
- 3 **Wachstum:**
Ein erfolgreicher Onlineauftritt bedingt professionellen Content, Auffindbarkeit der Produkte im Netz sowie Onlinemarketing, um möglichst viele Besucher und Käufer zu generieren. Darüber hinaus erfordert es ein aktives Management der Social Media Kanäle mit einer täglichen Kommunikation zur Zielgruppe.

Und hier ergibt sich oft ein Dilemma: In Zeiten des Fachkräftemangels in Verbindung mit der enormen Komplexität einer nachhaltigen Online- sowie Multichannel-Strategie haben es Hersteller in der Regel sehr schwer, hier aufzuholen bzw. neben der originären Kernkompetenz einen weiteren Fokus aufzubauen. Oftmals möchten die Marken vor dem Hintergrund der Herausforderungen hier aber auch gar nicht investieren, sondern sich weiter voll auf die eigenen Produkte sowie deren Wertschöpfung, Design und Produktion konzentrieren. Hierbei möchte die ITG als Partnerin unterstützen und hat ihr Service Portfolio weit über die klassischen logistischen Leistungen hinaus erweitert.

Am Anfang einer Zusammenarbeit steht eine vollumfängliche Bestandsaufnahme. Hier geht es insbesondere darum, die Marke und ihre Botschaft(en) zu verstehen. Zudem gilt es vor allem die Personas (Online Zielgruppen) zu identifizieren, um für diese ein zeitgemäßes Online-Verkaufserlebnis zu entwickeln. Dabei kommt dem Shop selbst eine hohe Bedeutung zu. Da beim E-Commerce im Wesentlichen nur einer von sechs Sinnen angesprochen wird, nämlich das Sehen, sind der Aufbau des Shops, die textlichen Beschreibungen sowie eine anwenderfreundliche und unkomplizierte Menüsteuerung Kern-erfolgskriterien. ITG setzt hier auf zwei Komponenten: Zum einen entwickeln die eigenen Solution Design Architekten die Shopgestaltung. Neben einer ansprechenden Landingpage liefern ein stringenter Seitenaufbau und eine vorausschauende Shopstruktur die Basis für alle zukünftigen redaktionellen Anpassungen. Zweitens kümmert sich die ITG um das Bildmaterial. Durch eine langjährige strategische Partnerschaft mit einem der marktführenden Fotostudios für Bildproduktionen im Onlinebereich organisiert die ITG den gesamten Prozess, auch im laufenden Betrieb und bei Kollektionswechsel. Die Kunden haben keinen Steuerungsaufwand mehr und profitieren zudem von unserem sogenannten „fast lane process“, der auch kurzfristige Aufnahmen für die „late arrivals“ ermöglicht.

Doch Aussehen und eine nutzerfreundliche Bedienbarkeit sind nur ein Teil für einen erfolgreichen Shop. Eine hohe Bedeutung kommt dem technologischen Aufbau zu. Für bestehende Systeme bieten wir durch eigene Spezialisten einen „Healthcheck“ an. Darauf basierend können Optimierungen vorgenommen werden. Zudem kann die ITG als zertifizierter Businesspartner von shopware einen Onlineshop von Null an komplett neu aufsetzen. Im Backend Bereich wird eine „Headless E-Commerce“ Strategie verfolgt. Im Front End beschränkt sich der Shop rein auf die Visualität und Funktionalität der Customer Journey. Alle wichtigen prozessualen Settings im Bereich des Order- und Inventory Managements, der Promotions & Campaigns, werden in einem zentralen Backend gehostet. Wichtigster Vorteil dieser Strategie ist es, dass durch die zentrale Bündelung der gesamten Systemintelligenz ein späterer Rollout der Länder- und Subshops sowie Marktplananbindungen nicht nur einfach aufzubauen ist, sondern sämtliche Prozesse einheitlich als Standard über alle Kanäle laufen, ohne dass sie Fehler produzieren. Diese Strategie reduziert im Tagesgeschäft den Aufwand bei der Fehlerbehebung und der redaktionellen Wartung.

Ein weiterer Vorzug der Nutzung einer solchen Middle- oder Backendstrategie ist das relativ einfache „onboarden“ von z.B. Payment Providern,



E-Commerce lebt im „Jetzt“ und nicht als Langzeitplanungsprojekt!

Karsten Oelmann | Direktor E-Commerce

CRM / Customer Service Dienstleistern oder KEP (Kurier, Express, Paket) Frachtführern. Bei der Verwendung einer Middle-/Backendsystemlandschaft sind die Schnittstellen zu diesen Partnern grundsätzlich vorkonfiguriert und so ausgelegt, dass landesspezifische Merkmale wie unterschiedliche Steuersätze, Last Mile Lieferanten, etc. im Nachgang einfach zugeschaltet werden können.

ITG hat im Laufe der Jahre die wichtigsten Lieferanten und E-Commerce Provider der Branche in seine Systeme integriert, so dass wir heute flexibel und schnell auf die dynamischen Anforderungen des Marktes reagieren können. Im laufenden Betrieb kümmert sich mindestens ein*e dezidierte*r ITG Shopmanager*in um das Tagesgeschäft. Zu den Aufgaben dieser Spezialist*innen gehören unter anderem die Sortimentsüberwachung, die Steuerung von Kampagnen, das Newslettermanagement bis hin zu Customer Service Aktivitäten sowie der Analyse von Frühwarnsystemen. ITG's Shopmanager*innen identifizieren sich in einem hohen Maß mit dem Kunden – auch hier zeigt sich die neue Qualität der Partnerschaft: Alte Strukturen eines „Kunden-Dienstleisterverhältnisses“ verschwimmen immer mehr zu einem gemeinsamen Team, dass für den gemeinsamen Geschäftserfolg der Shops an einem Strang zieht.



Zu diesen Servicekomponenten, welche am Markt auch durch darauf spezialisierte Anbieter umgesetzt werden können, bietet ITG natürlich nach wie vor die gesamte logistische Abwicklung an – und zwar taylor made. Die ITG wickelt seit fast vier Jahrzehnten bereits die Logistik zahlreicher renommierter und bekannter Marken ab. Dabei konnten umfangreiche Erfahrungen auf dem Gebiet des Onlineversandes mit seinen Spezifika gesammelt werden. Nie aus den Augen verloren hat man dabei den Blick auf das Verhältnismäßige und Praktikabelste: Von einer einfachen manuellen Abwicklung bis hin zu hochmodernen AutoStore-Systemen werden durch die ITG alle Ausprägungen einer effizienten Logistik angeboten. Ein weiteres wichtiges Feature ist ein sogenanntes Omnichannel Inventory Management. Bei dieser effizienten Lagerplatzlogik steht jeder Artikel aus einem zentralen Lagerbestand für alle Kanäle zur Verfügung. Auch hier zeigt sich wieder der immense Vorteil des „Headless E-Commerce“. Nur aufgrund des zentralen Sortiments sowie im Backbone angesiedelten Artikelreservierungslogiken können alle aufgeschalteten Kanäle optimal bedient werden.

UNSER ONLINESHOP FÜR STHIL



Durch das Zeitalter der Digitalisierung verändern sich nicht nur die Wertschöpfungskomponenten, Kundenanforderungen und Vertriebswege massiv. Es benötigt unter anderem völlig neue Allianzen und Kooperationen zur Umsetzung in diesem Veränderungsprozess. Die ITG ermöglicht durch klassische Leistungskomponenten in Ergänzung mit neuen Services eine 360° E-Commerce Lösung und ist damit mehr als ein Dienstleister. Durch diese neue Form der Partnerschaft kann den Komplexitäten und dynamischen Veränderungen begegnet werden. Mit dem Ziel zufriedener Kunden verschmelzen durch diese Kombination die Attribute lokal, national und global ebenso wie online und offline. In Kürze ermöglicht die ITG einem weiteren Kunden dieses Erlebnis.

360° E-COMMERCE

Electronic commerce has been growing above average for years, with a recent push by the pandemic. This opens chances also for small players. ITG supports this with a comprehensive service portfolio that goes far beyond logistics fulfillment.

The digitalization forces a change in trade channels both for B2C and B2B. Today, Marketing strategies have their focus on digital media. Social media channels turn into the most important communication factor of a product to its end customers. Nevertheless, many companies still have a traditional supply chain and sales structure. Even having a digital approach for marketing and sales, a lot of companies have potentials for optimization. Know-how and technology, the organizational structure and the growth strategy must be considered as key success factors.

To solve the dilemma of lack of resources, increasing complexity and necessary speed ITG would like to support this as a partner and has expanded its service portfolio far beyond the classic logistical services. This contains upfront a deep look inside the customer and the brand including identification of personas. ITG takes care for the shop design, photos and technology, following a headless e-commerce strategy, which allows standardizes processes through all channels and a seamless expansion ability. Additional service like payment providers, CRM or carrier integration can be onboarded easily. ITG is running webshops for customers and dedicated shop-managers take care for daily business up to campaigning and newsletter-management.

Of course, ITG finally is shaping the service portfolio with its tailor-made logistics fulfillment including a longtime experience for numerous well-known brands. The solutions are proportionate and ranging up to ultra-modern AutoStore systems. On top ITG's omnichannel inventory management allows an efficient warehousing for any sales-channel.

ITG adapts to the requirements of digitization and enables a 360° e-commerce solution providing classic service components in addition to new services.

Gerne beraten wir auch Sie für Ihren schnellen Erfolg im E-Commerce



 Karsten Oelmann | karsten.oelmann@itg.de
Director E-Commerce

Quelle: MICHAEL DALDER / REUTERS - stock.adobe.com



LOGISTIK, DIE BEGEISTERT



Seit Herbst 2018 kümmert sich die ITG um die Lagerhaltung und logistische Abwicklung der Merchising- und Fanartikel des FC Bayern München. Von Schwaig aus werden alle Fanshops, stationäre Handelspartner, Online-Plattformen sowie natürlich alle Fans, die im Webshop bestellen, versorgt – und zwar weltweit. Der Black Friday 2018 war die erste Belastungsprobe, die gut bewältigt wurde. Mit Begeisterung und hohem Engagement konnten auch die Triple Saison 2019/2020 sowie die Pandemie-Phase gemeistert werden.



GEMEINSAM HERAUSFORDERUNGEN MEISTERN

Die weltweit grassierende COVID-19 Pandemie brachte Umstände mit sich, die sich zuvor niemand vorstellen konnte. So hätte vor dem Ausbruch kaum jemand damit gerechnet, dass in Europa Ladengeschäfte per politischer Verordnung für längere Zeit schließen müssen. Auch Ausgangsbeschränkungen und die Schließung von Schulen sind Maßnahmen, die man bislang nur aus Kriegsgebieten kannte. Als fester Bestandteil des öffentlichen Lebens blieben somit auch der gesamte Amateur- und Profisport davon nicht verschont. Zwar hat der internationale Spitzensport in seiner Historie schon vieles mitgemacht und auch negative Begleitumstände gemeistert. So zum Beispiel bei der Fußball-WM 1974, als die deutsche Nationalmannschaft im Frankfurter Waldstadion gegen Polen um den Einzug ins Finale spielen sollte. Kurz vor Spielbeginn machten sintflutartige Regenfälle das Spielfeld zunächst unbespielbar. Feuerwehr und Freiwillige befreiten den Rasen zwar von den größten Wassermassen, aber dennoch blieben viele Pfützen stehen. Wegen des engen Zeitplans wurde das Spiel trotzdem durchgeführt und ging als „Wasserschlacht von Frankfurt“ in die Fußballgeschichte ein. Bekanntlich wurde Deutschland im Spiel darauf Weltmeister. Jedoch hätte nie jemand daran geglaubt, dass Wettkämpfe ohne Publikum stattfinden würden oder die Fußball-Bundesliga eine Zwangspause einlegen müsse. Im Jahr 2020 wurde dies jedoch Realität und setzt sich über den Jahreswechsel hinfort. In dieser neuen Realität gilt es, sich der Situation zu stellen und das Beste daraus zu machen. So wie ein Team sich auf veränderte Spielsituationen

einstellen und reagieren muss, haben auch der FC Bayern München und die ITG auf die Umstände reagiert. Mit einer agilen Taktik, Flexibilität, großem Einsatz und gewohnter Zuverlässigkeit wurden die Herausforderungen erfolgreich gemeistert.



Von Beginn an waren das Zusammentreffen und die Zusammenarbeit des Rekordmeisters und der ITG geprägt von Herzblut, Tradition und Professionalität. **Patrick Lindig**, einer der beiden Geschäftsführer der ITG, sieht im FC Bayern einen sehr spannenden Kunden:



Ein urbayerischer Verein, der für Werte steht, in denen wir uns auch spiegeln: Premiumqualität und Tradition.“

Warum sich der FC Bayern München für die ITG als Dienstleister im Merchandising entschieden hat, erklärt sich aber nur teilweise mit Werten, Internationalität und moderner Technologie. Eine wichtige Rolle spielte auch das Herzblut, mit dem die Mitarbeiter*innen in Schwaig für den FC Bayern anpacken.





MASTERING CHALLENGES TOGETHER

Since autumn 2018 ITG is FC Bayern Munich's logistics partner for their merchandising and fan articles. All local fan shops and trading partners, online platforms and web shop orders are fulfilled by ITG. Black Friday 2018 was the first endurance test that was managed well. The 2019/2020 triple season and the pandemic phase were mastered with enthusiasm and a high level of commitment.

The COVID-19 pandemic worldwide entailed circumstances that no one could have imagined before. Before, hardly anyone would have expected a lockdown with closed stores and schools. Any kind of sports was affected, too. It is true, international top sport has already mastered many negative circumstances. For example, heavy rains short before the match between Germany and Poland during the football world championships 1974. Nobody could imagine, for example, that competitions would take place without an audience or that the German Soccer League would have to take a forced break. In this new reality, it is important to face the situation and make the best of it. Like a team must adapt and react to changed game situations, FC Bayern Munich and ITG reacted to these circumstances, as well.

The challenges were mastered successfully with agile tactics, flexibility, great commitment and the usual reliability. Why FC Bayern Munich chose ITG as a service provider in merchandising is only partly explained by values, internationality and modern technology. The passion the employees in Schwaig work for FC Bayern played an important role, too. Corona also hit FC Bayern hard, especially in stationary retail. But FC Bayern was able to compensate via e-commerce. For example, 150,000 face masks were sold within 48 hours. Enough to do for ITG. Especially during order-peaks the team of ITG is extra motivated to fulfill the orders. No matter what challenges arise, ITG stays calm.

Jörg Wacker verantwortet im FCB-Vorstand das Merchandising und bestätigt, dass sich die Partnerschaft seitdem bewährt habe, gerade auch in den vergangenen, nicht einfachen Monaten. *„Corona hat natürlich auch den FC Bayern stark getroffen, vor allem im stationären Handel. Wir mussten unsere Stores durch die Pandemie bedingt mehrmals über längere Zeit vollständig schließen“*, berichtet Wacker, *„durch den E-Commerce konnten wir das aber komplett kompensieren. Es lief super, auch dank kreativer Lösungen.“* Dazu zählen zum Beispiel die Schalmasken, von denen binnen 48 Stunden 150.000 Stück verkauft wurden. *„Es gab in den vergangenen Monaten einen Run auf unsere Online-Plattformen, mit dem wir so nicht gerechnet hatten.“*

Bei der ITG gab es also auch in Corona-Zeiten genug zu tun. Und wenn man, wie zum Beispiel im Fall der Masken, kaum den Bestellungen hinterherkommt, ist das ITG-Team extra motiviert, die Aufträge zu erfüllen. *„Für Bayern wollen wir natürlich etwas Besonderes abliefern. Uns ist klar: Hier reichen nicht 100 Prozent, wir geben 120 Prozent“*, sagt **Ruhland** und deutet schmunzelnd auf einen FCB-Gartenzwerg, der als Türstopper im Büro der Teamleitung dient. *„Der ist stellvertretend für uns alle. Egal, welche Herausforderungen auftauchen, wir bleiben gelassen.“*

Gelassenheit und Zuversicht helfen zudem oft in engen Spielen, wenn es zum Beispiel in die Schlussphase geht. Und so hoffen beide Partner, dass auch bald wieder Fans ins Stadion dürfen, damit die ITG wie üblich zu den Heimspielen die Allianz-Arena mit Fan-Artikeln versorgen darf. Und dass die Stores öffnen, um auch die neue FC Bayern World in der Münchener Innenstadt zu beliefern.



DIE FCB-LOGISTIK IN DER MULTI-USER ANLAGE IN SCHWAIG

Die ITG hat für den FC Bayern ein Konzept erarbeitet, das es ermöglicht mit Hilfe der Logistik auf die hohen Anforderungen, insbesondere im direkten Endkundengeschäft, einzugehen. Dazu gehört sicherlich ein hohes Maß an Logistikqualität auf der einen Seite, auf der anderen spielte vor allem die Geschwindigkeit der Auftragsabwicklung eine wesentliche Rolle des Konzepts. Nach einer umfangreichen Konzept- und Planungsphase übernahm die ITG im November 2018 die komplette Abwicklung der Logistik und bedient seitdem alle Vertriebskanäle des FC Bayern München. Vom ITG Zentrallager aus werden somit jährlich mehr als eine halbe Million Pakete mit Artikeln an Endkunden versendet. Zusätzlich werden die Fanshops und Handelspartner versorgt.

Neben den klassischen Logistikdienstleistungen bietet die ITG zusätzlich Mehrwertdienstleistungen an, wie beispielsweise die Beflockung und Personalisierung von Trikots oder Fanschals. Ein wichtiger Bestandteil des Auftrages ist zudem die Belieferung der Fanshops, welche im täglichen Rundlauf erfolgt. Somit wird der FC Bayern München in die Lage versetzt, seinen Kunden „Omnichannel“ Services wie z.B. „Click & Collect“ oder „Return in Store“ anzubieten. Darüber hinaus wird an Spieltagen der Megastore in der Allianz Arena zusätzlich versorgt. Das Management des kompletten Paketversandes erfolgt ebenfalls durch ITG.

Für den FC Bayern investierte die ITG in automatisierte Lagertechnik und installierte ein innovatives AutoStore System, welches das Herzstück der gesamten Abwicklung darstellt. Es besteht aus 20.000 Behältern sowie 42 Robotern und bietet eine sehr hohe Kommissionierleistung. *„Gerade vor dem Hintergrund schneller Auftragsdurchlaufzeiten, komprimierter Lagerhaltung sowie einem hohen Maß an Flexibilität im Sinne von Auftragsspitzen, aber auch einer möglichen modularen Erweiterung der Anlage, hat man sich im Projektteam mit dem FC Bayern München für diese Form der Automatisierung entschieden“*, sagt **Patrick Lindig**.

Die Abwicklung in einer Multi-User Anlage der ITG bietet für Kunden, die extremen Auftragsschwankungen unterliegen, wie dem FC Bayern, enorme Vorteile.

„Unsere Kunden partizipieren hier sehr stark von den Vorteilen unserer Multi-User Konzepte, insbesondere den Möglichkeiten eines kurzfristigen Personaltransfers bei ungeplanten Spitzen, was ja bei so einer emotionalen Marke, wie sie der FC Bayern darstellt, an der Tagesordnung ist“, so **Erwin Ruhland**.

SELBSTENTWICKELTE APP BESCHLEUNIGT RETOURENPROJEKT

In vielen Lebenslagen beweist es sich, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein. Das ist auch für die Logistik oberste Maxime. So galt es für die Fashion Spezialisten der ITG für ihren langjährigen Kunden MARC O'POLO eine besondere Lösung zu finden, um knappe Zeitvorgaben bei der Abwicklung eines großen Auftrages sicher zu stellen.

Die gestellte Aufgabe hört sich für jeden Logistiker zunächst einfach an: 67.000 Einzelteile aus Retouren zu vereinnahmen und anschließend auf 81 Aufträge aufzuteilen. Die besondere Herausforderung dabei: Dies musste in kürzester Zeit erfolgen, da der Abnehmer der Ware diese Textilien bereits für Verkäufe in seinen stationären Ladengeschäften eingeplant hatte. Der klassische Weg über Wareneingang, Lagerzubuchung und anschließender Kommissionierung hätte zu lange gedauert, zumal es sich um 15.000 SKUs handelte. Da erinnerten sich die Spezialisten der ITG eigenen Logistik IT an eine kürzlich implementierte App-Anwendung. So war die Idee geboren, diesen Auftrag kurzfristig und flexibel über eine eigens für diesen Zweck programmierte App abzuwickeln.



Zwischen der Kundenanfrage und dem Start der Abwicklung lagen lediglich drei Arbeitstage. Innerhalb dieser Zeit wurde das Konzept erstellt, die App programmiert und getestet sowie die operative Abwicklung organisiert. Dazu gehörte neben der Bereitstellung und Vorbereitung der notwendigen Kommissionierfläche – und das mitten in der Saison – auch die Personalauswahl inklusive Schulung sowie die Beschaffung von Tablets. Die Programmierung und den Test der Applikation übernahm ein Spezialist aus dem Bereich internes Consulting + Prozessoptimierung der ITG Muttergesellschaft LGI.

Insgesamt wurde ein Volumen von mehr als 200 Paletten mit total durchmischten Kartons umsortiert und für die 81 Zielaufträge neu verpackt sowie kundenspezifisch etikettiert. Innerhalb kurzer Zeit war der Auftrag komplett erledigt. Mit einem Volumen von mehr als 3.500 ausgehenden Kartons konnten die Textilien zeitgerecht abgeholt und an die Verkaufspunkte geliefert werden.



ITG APP
ACCELERATES RETURNS

For their long-lasting customer MARC O'POLO the fashion specialists of ITG had to find a special solution to meet narrow time restrictions to fulfill a big order. Returns of 67,000 pieces had to be re-sorted for 81 orders. Time was limited, because a retailer had a fixed planning to sell these items in his stores, already. Due to the amount of 15,000 SKUs a traditional pick&pack scheme was no option. So, the ITG IT specialists created an App, which enabled to scan and sort in one step, just within 3 days. In total 200 mixed pallets had been re-sorted into more than 3,500 cartons assigned to 81 shops – just in time!



Gabriele Bormuth | gabriele.bormuth@itg.de
Branch Manager Logistics, ITG Schwaig

DUALE STUDIENGÄNGE:**WIRTSCHAFTSINGENIEURWESEN****WIRTSCHAFTSINFORMATIK****BWL - SPEDITION, TRANSPORT UND LOGISTIK****AUSBILDUNG:****FACHLAGERIST****FACHKRAFT FÜR LAGERLOGISTIK**

BEI UNS MACHT DIE AUSBILDUNG SPASS

**KAUFFRAU / KAUFMANN FÜR SPEDITION &
LOGISTIKDIENSTLEISTUNG**
KAUFFRAU / KAUFMANN FÜR BÜROMANAGEMENT
KAUFFRAU / KAUFMANN IM E-COMMERCE
FACHINFORMATIKER/IN FÜR SYSTEMINTEGRATION

Wie kommt der Sportschuh zum Kunden, welchen Weg nimmt Bekleidung, bis sie verkauft wird, was macht die Verpackung, bevor sie mit Milch befüllt wird, wie kommt das Ersatzteil zum Techniker?

Viele spannende Fragen, die sich (fast) unendlich fortsetzen lassen. Ohne die Logistik läuft gar nichts mehr!

Logistik ist interessant und äußerst vielseitig – die in diesem Umfeld angebotenen Berufe auch!

Für junge Frauen und Männer gibt es zahlreiche Ausbildungsangebote mit zukunftssträchtigen Entwicklungschancen.

Ob Praktiker, Techniker oder Strategie – für jedes Talent bietet die Logistik eine spannende und niemals langweilige werdende Aufgabe!

WAS UNS AUSZEICHNET:

- **Umfassende Ausbildung in allen Bereichen**
- **Insgesamt ca. 70 Auszubildende**
- **Zusätzliche Sozialleistungen**
- **Innerbetrieblicher Unterricht**
- **Schulungen & Prüfungsvorbereitung**
- **Qualifizierte & engagierte Ausbilder**
- **Multikulturelles Team**
- **Spannende & interessante Azubi-Projekte**

Bist du interessiert?

Dann einfach bewerben!

Uns interessiert der Mensch,
nicht nur das Zeugnis.

Wir freuen uns auf deine Bewerbung!



Andreas Schebeler | andreas.schebeler@itg.de
Director Human Resources

Die ITG wächst weiter und eröffnet in Oberhausen einen neuen Standort. Auf Grund des starken Wachstums am Standort in Neuss sowie diverser Neukunden hat sich das Unternehmen entschieden, in Oberhausen ein modernes Logistikzentrum mit 30.000 m² von SEGRO anzumieten. Die bisher am Standort Neuss betriebenen Tätigkeiten werden in den neuen Standort überführt. Zudem wurden Neukunden gewonnen, zu denen unter anderem die fashionette AG gehört.



Die ITG hat im SEGRO Logistics Park Oberhausen 30.000 m² modernste Logistikimmobilie angemietet und diesen neuen Standort Ende November 2020 in Betrieb genommen. Zum einen hat das Wachstum von Bestandskunden am Standort Neuss dazu geführt, dass ITG sich nach einer neuen Immobilie umsehen musste. Darüber hinaus wurden mehrere Neukunden gewonnen, welche jetzt schrittweise eingezogen werden. Die hoch moderne Immobilie in Oberhausen verfügt, unter anderem mit einer direkten Abfahrt von der A3, über eine hervorragende Verkehrsanbindung. Desweiteren bietet der Standort sehr gute Möglichkeiten für ein weiteres Wachstum, da noch Entwicklungsflächen verfügbar sind. Insbesondere die Nähe zu den Umschlagzentren der führenden Paktdienstleister ist für die Kunden im E-Commerce Umfeld ein ganz entscheidender Vorteil, weil dies späte Cut-Off Zeiten ermöglicht.

Die ITG verfolgt am Standort Oberhausen den bewährten Ansatz, über große Multi-User Logistikzentren maximale Flexibilität und somit höchste Synergien abzubilden. So wurde mit der fashionette AG, einem Onlinehändler spezialisiert auf Designer-Handtaschen, Schuhe und andere Mode-Accessoires, ein sehr stark expandierendes Unternehmen als Neukunde gewonnen. Neben dem Schwerpunkt E-Commerce wird der Standort das klassische Service Portfolio der ITG in der Textillogistik anbieten, sowohl für hängende als auch liegende Bekleidung.



Zudem werden weiterhin umfassende Mehrwertleistungen rund um Textilien erbracht. Diese reichen von der Textilaufbereitung mit modernstem Equipment wie Tunnelfinisher, Tumbler und Bügelpuppen bis hin zu Arbeiten direkt am Produkt wie Nähen, Bedrucken und weiteren Personalisierungen.



ITG ERÖFFNET NEUEN E-COMMERCE STANDORT IN OBERHAUSEN



Patrick Lindig,
Geschäftsführer
der ITG GmbH.



Wir sind sehr stolz, mit diesem Schritt unser konsequentes Wachstum weiter zu gehen. Der Standort Oberhausen bietet mit seiner Lage für unsere Kunden viele Vorteile. Zum einen im Inbound aus Asien durch eine ideale Anbindung an die Westhäfen, eine sehr gute Erreichbarkeit der Flughäfen Düsseldorf und Frankfurt, an denen auch Air & Sea Stationen der ITG sind, sowie die unmittelbare Nähe zum Bahn-Terminal in Duisburg. Zum anderen im Outbound mit den kurzen Wegen zu den Paketdienstleistern“

ITG OPENS NEW E-COMMERCE LOCATION IN OBERHAUSEN

Driven by growth within the branch in Neuss and the acquisition of new business ITG has rent a brand-new and modern logistics facility of 30,000 sqm in Oberhausen (region North Rhine-Westphalia / Germany) by SEGRO. The current business in Neuss will be shifted step-by-step to Oberhausen, which has ideal traffic connections. In addition, the hubs of all main parcel carriers can be reached in short time. This makes the site very attractive for e-commerce activities.

As new customer fashionette AG had been acquired, which is an online dealer specialized in designer handbags, shoes and fashion accessories. Besides e-commerce, ITG's competence in fashion logistics with its full range for flatpacked textiles and hanging garments including VAS and textile finishing is offered. Also, at this location ITG follows its approach of providing maximum flexibility and thus the highest synergies via large multi-user logistics centers.



Timo Manz | timo.manz@itg.de
Branch Manager Logistics, ITG Oberhausen

ITG IN DEN SOZIALEN MEDIEN

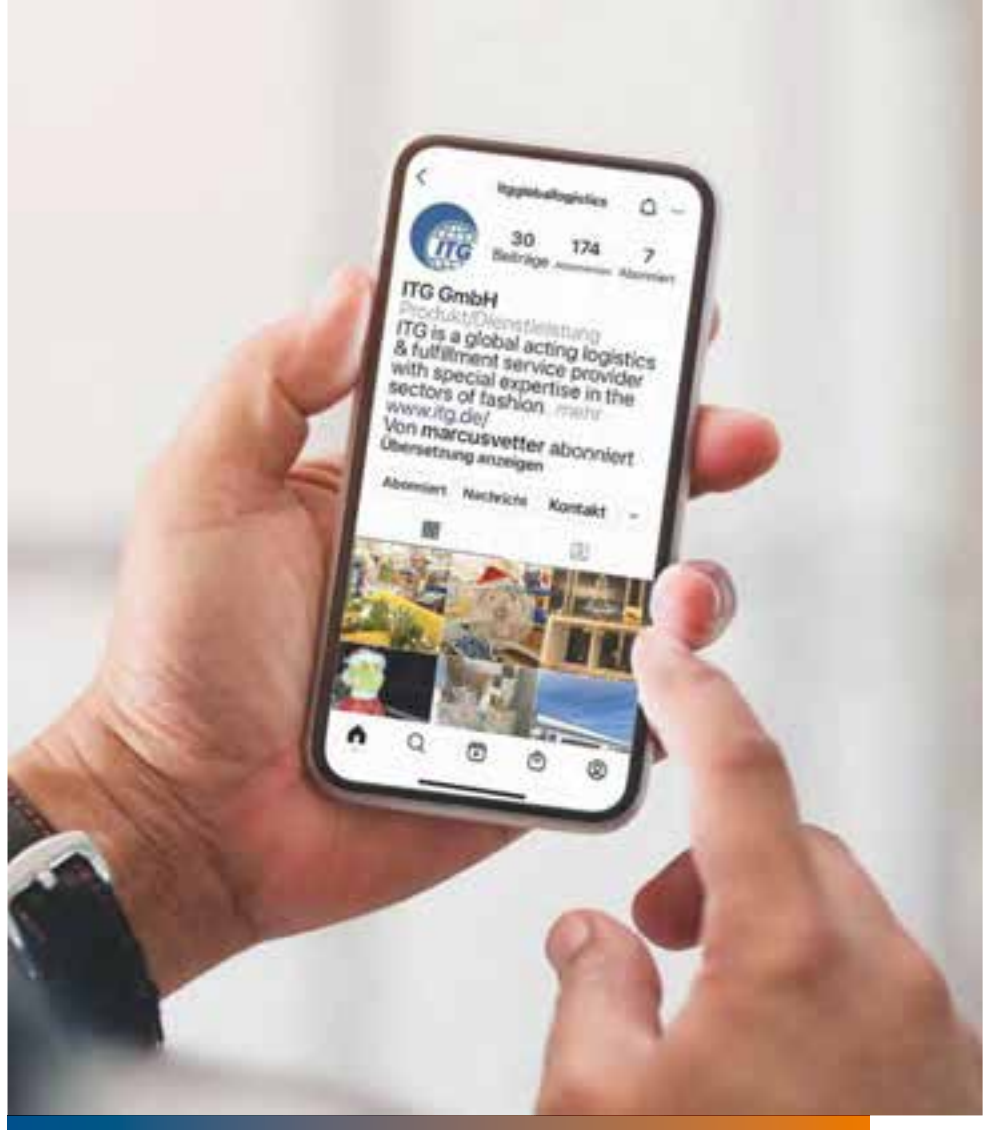
Millionen von Deutschen nutzen die sozialen Medien. Meist täglich und mehrere Dienste. Auch die ITG möchte über diesen Weg die für sie relevanten Zielgruppen erreichen und startete im Herbst 2020 mit regelmäßigen Postings.

Der Trend zur Kommunikation auf Social Media ist ungebrochen. Ob privat oder geschäftlich: die Zahl der Nutzer*innen und der Nutzungszeit steigt.

Zahlreiche Unternehmen nutzen inzwischen verschiedene Kanäle, um mit ihren Zielgruppen zu kommunizieren und diese zu informieren. In erster Linie wird versucht, private Konsument*innen zu erreichen, doch auch in der B2B Kommunikation werden zunehmend die sozialen Medien genutzt.

Seit dem Herbst 2020 ist die ITG verstärkt auf ausgewählten Kommunikationskanälen aktiv. Die bisherige Präsenz auf XING und YouTube wird um LinkedIn sowie Instagram ergänzt. Es gibt regelmäßige Beiträge zu verschiedenen Themengebieten. Damit vermitteln wir die Kompetenzen der ITG und geben Einblicke in unsere Services. Zudem stellen wir Mitarbeiter*innen vor, lassen in unseren Arbeitsalltag blicken und präsentieren ITG als Arbeitgeberin.

Lernen Sie uns näher kennen und bleiben Sie auf dem Laufenden, indem Sie unseren Kanälen folgen. Bei Instagram und YouTube finden Sie uns unter itggloballogistics sowie bei LinkedIn und XING als ITG GmbH Internationale Spedition + Logistik sowie ITG Air & Sea GmbH.



ITG GOES SOCIAL MEDIA

Worldwide, millions of people are using social media. Since autumn 2020 ITG has enlarged its social media channels and is posting regularly about its competences and services. In addition, we introduce our employees and give insights into our work. Get to know us better and stay up to date by following our channels on Instagram, YouTube, LinkedIn and XING.

ITG Global



ITG Fashion & Lifestyle



ITG Air & Sea



WIE LGI & ITG BISHER DIE PANDEMIE GEMEISTERT HABEN

Relativ unvermittelt haben die im Frühjahr 2020 von den Behörden beschlossenen Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie das öffentliche und geschäftliche Leben auch hier in Deutschland beeinträchtigt. Neben dem Einzelhandel, der Gastronomie und der Tourismus-Branche waren davon international agierende Logistikunternehmen besonders betroffen, denn zu den lokalen Auswirkungen mussten sie mit den Beeinträchtigungen für grenzüberschreitende Transporte fertig werden. Darüber hinaus galt es den Effekten auf globalen Lieferketten zu begegnen.



Die LGI Logistics Group International ist auf Logistikdienstleistungen für die Segmente Automotive, Industrial, Electronics und Healthcare spezialisiert. Die Tochterfirma ITG fokussiert sich auf hochwertige Logistiklösungen im Bereich Fashion & Lifestyle und erbringt umfassende E-Commerce Leistungen. Daneben werden globale Transporte per Luft- und Seefracht sowie auf dem Schienenweg abgewickelt. Im Rahmen ganzheitlicher end-to-end Lösungen organisiert die Gruppe auch pan-europäische Transporte per Lkw. Seit 2016 sind LGI und ITG Teil der Elanders Group, einem schwedischen Unternehmen, das im Bereich Supply Chain Management tätig ist. Die Elanders-Gruppe beschäftigt mehr als 6.000 Mitarbeiter in rund 20 Ländern auf vier Kontinenten.

Der Lockdown ab März hatte zunächst direkte Auswirkungen auf den Fashion & Lifestyle Bereich, der sich mit Retail und Wholesale Geschäft befasst. Von einem Tag auf den anderen konnten einerseits keine Geschäfte mehr beliefert werden, andererseits lief weiter Ware in die Läger, deren Kapazitätsgrenzen dann schnell erreicht wurden. Dies wurde durch Umlagerungen an andere Standorte sowie kurzfristige Anmietungen ausgeglichen. Mit Fortdauer der Beschränkungen konnten die E-Commerce Abwicklungen starke Zuwächse verzeichnen, teils mit enormen Auftragsspitzen, so zum Beispiel nach Ostern. Jedoch wurde das Gesamtvolumen dadurch nicht komplett kompensiert. Insgesamt war im Konsumgütersektor nach wie vor eine Kaufzurückhaltung zu spüren, auch nach der Öffnung der Geschäfte. Ein Einkaufsbummel mit Maske ist kein schönes Erlebnis, Risikogruppen scheuen die Öffentlichkeit und es fehlen Anlässe, um neue Kleidung zu tragen.

Im Bereich Healthcare & Lifescience hingegen stieg das Geschäft an. Die Auslastung dieses Bereiches war sehr gut und konnte teils mit freiwerdenden Ressourcen aus anderen Bereichen zur Zufriedenheit der Kunden abgewickelt werden. Auch im Segment Electronics kam es zu einem höheren Auftragsvolumen. Zwar stockte im ersten Quartal der Nachschub, bedingt durch die Schließung der Produktion in Asien. Im Anschluss mussten aber hohe Volumina im Eingang und dann auch in der Verteilung abgearbeitet werden. Getrieben durch verstärkte Home-Office Tätigkeiten war zum Beispiel die Nachfrage nach Laptops teils immens. Außerdem gab es regionale Verschiebungen: Durch den harten Lockdown in Spanien, Frankreich und Italien konnten dortige Regionalläger nicht arbeiten. Die Aufgaben übernahmen Standorte in anderen Ländern, was zu zusätzlichem Geschäft führte. Auch Consumer Electronics lief trotz Schließung des Einzelhandels gut. Hier verlagerte sich das Geschäft hin zu E-Commerce.



Bis zur Jahresmitte sank der Umsatz und beim Ertrag musste die Gruppe ebenfalls Einbußen hinnehmen, blieb aber positiv. Zum Ende des zweiten Quartals sahen wir jedoch bereits Anzeichen für eine Rückkehr zur Wachstumserholung und eine Stabilisierung des Geschäfts zeichnete sich ab.

Mit sinkendem Transportvolumen wurde im Speditionsbereich weitestgehend Kurzarbeit umgesetzt. Durch die Fokussierung im Air & Sea Bereich unter anderem auf Asien war dies schon Anfang des Jahres absehbar. Das Maß konnte inzwischen wieder zurückgenommen werden. In den Logistikbereichen wurde die Zeitarbeit komplett auf null heruntergefahren und für die eigene Belegschaft flexible Arbeitszeitvereinbarungen, zum Beispiel Abbau von Urlaub und Zeitguthaben, ausgenutzt. Auszubildende wurden größtenteils mit Fortlauf der Vergütung freigestellt. Das Management verzichtete aus Solidarität auf einen Teil der Vergütung. Krisenbedingte Kündigungen konnten so vermieden werden. Bei Ausgaben wurde sparsam vorgegangen und die Investitionen reduziert, außer bei in der Implementierung befindlichen Projekten, Innovationen sowie IT.

Insgesamt ist die Unternehmensgruppe solide und breit aufgestellt und steht finanziell auf einem äußerst gesunden Fundament. Das Wachstum in einzelnen Bereichen beweist, dass in Krisen auch Chancen stecken. Ob es mittelfristig zu Auswirkungen kommen wird, hängt in erster Linie davon ab, wie der Kundenkreis betroffen ist und ob es durch weitere Pandemiemaßnahmen wieder zu Einschnitten im Handel kommt. Die Unternehmensleitung selbst ist optimistisch, rechnet aber mit einer gesamtwirtschaftlichen Erholung erst im nächsten Jahr.

Die Pandemie hat bewirkt, dass die Zukunftsstrategie nun noch mehr beschleunigt werden soll. Der Fokus liegt dabei auf den bereits vorangetriebenen Wachstumsbereichen E-Commerce, Value Recovery sowie hochwertigen Value Added Services, welche nun forciert weiterentwickelt werden. Der Anteil der digitalen Wertschöpfung ist seit Beginn des Jahres gestiegen und soll noch deutlich gesteigert werden.



Frühzeitig hatten beide Unternehmen eine gemeinsame Corona-Taskforce, bestehend aus Geschäftsführung, HR, EHS, Arbeitnehmer*innenvertretung, Kommunikation, Einkauf sowie Standortleitungen, initiiert. Diese Runde stimmte sich engmaschig in Telefonkonferenzen ab. Bereits Ende Februar wurde ein erstes Hygienekonzept implementiert und kommuniziert. Dieses wurde ständig den aktuellen Anforderungen angepasst und weitere Maßnahmen, wie zum Beispiel die Temperaturmessung an einem großen Standort, in die Wege geleitet. Durch die frühzeitige Reaktion konnte zum Beispiel Ende Februar noch ein Posten Einweg-Hygienemasken in Deutschland gekauft werden. Als die Schutzausstattung in Europa nicht mehr verfügbar war, nutzte man die Kontakte von Konzerntöchtern direkt in Asien und beschaffte dort. Zudem konnten lokale Geschäftsbeziehungen und eigene Ressourcen genutzt werden, um Mehrweg Mund-Nase-Masken zu nähen. Innerhalb kurzer Zeit konnte die gesamte eigene Belegschaft ausreichend versorgt werden. Hier hat sich ITG's Spezialisierung auf die Textilbranche ausgezahlt. Zum Präventions-Konzept gehörte auch, die Belegschaft in feste Gruppen einzuteilen und den persönlichen

Kontakt zwischen einzelnen Teams, aber auch zu Fremdpersonal wie zum Beispiel externem Fahrpersonal, zu unterlassen. Wo es möglich war, arbeiteten die Kolleg*innen von zu Hause aus. Hier hat sich die Strategie, die IT Infrastruktur bereits angepasst und Anwendungen in die Cloud verlegt zu haben, ausbezahlt. Zum Ende der Ferien und mit dem Anstieg der Infektionszahlen wurden die innerbetrieblichen Maßnahmen wieder verschärft. Externe müssen sich ebenfalls an die strengeren Regeln halten. Insgesamt hatte die Gruppe bis zu den Sommerferien weniger als 10 bestätigte Coronafälle zu verzeichnen.



Mit der neuen Form des Arbeitens konnten auch positive Effekte verzeichnet werden: Im Homeoffice Arbeitende mussten keine Arbeitswege mehr zurücklegen und gestalteten ihren Arbeitstag den Bedürfnissen entsprechend flexibel. Das starre 8 bis 17 Uhr Muster wurde aufgebrochen. Kolleg*innen, welche Kinder zu betreuen hatten, organisierten ihre Arbeit in verschiedenen Zeitintervallen. Diese Erfahrungen sollen auch in der Nach-Corona Zeit genutzt und in flexible Routinen überführt werden. Homeoffice soll sich dauerhaft etablieren. In den Lagerbereichen bewirkten die Abstandsregeln und Maskenpflicht eine leichte Reduzierung der Effizienz, die aber zum Schutz der Belegschaft gerne in Kauf genommen wurde. Durch die Kombination der Services und die Ausrichtung auf verschiedene Geschäftsfelder sind die Unternehmen der LGI und ITG stabil und nicht gefährdet. Agilität und das sich flexible Einstellen auf neue Situationen sind in der Organisation fest verankert. Das Engagement sowie die Motivation der Mitarbeitenden waren bislang sehr hoch, wodurch selbst in schwierigen Zeiten erstklassige Leistungen möglich sind. Die Unternehmen wiederum gewähren sichere Arbeitsplätze, kümmern sich um die Gesundheit der Belegschaft und zeigen, dass die Herausforderungen gemeinsam gemeistert werden können. So geht es primär nicht darum, wann das Vor-Corona Niveau erreicht werden kann, sondern sich auf die neue Situation einzustellen und die sich bietenden Chancen zu ergreifen.

LGI & ITG MASTERED THE PANDEMIC WELL

LGI and ITG have handled all challenges due to the Corona pandemic very well. The Fashion & Lifestyle section was impacted due to lockdown driven closing of shops: nothing could be distributed but inbounds still went on for a certain time. So additional storage capacities were needed and could be found with the group. On the other hand, e-commerce orders increased with some new peaks.

Healthcare & Lifescience business increased, which could be handled with resources from other sections. Electronics initially suffered from closure of Asian factories at the beginning of this year, but after that a huge wave of home office driven orders had to be processed.

Reduced transport volumes made to introduce short-time work in freight forwarding. Flexible working-time and temporary labor made contract logistics to breathe according to the order situation. The group has installed a common Corona taskforce at an early stage with regular video conferences. A first hygiene concept was implemented and communicated at the end of February 2020. This was constantly adapted to the current requirements. In February a first lot of hygienic masks were bought. Even own resources were used to produce reusable mouthnose-masks. Wherever possible, the colleagues worked from home. The strategy of having already adjusted the IT infrastructure and relocated applications to the cloud has paid off here.

These experiences should also be used in the post-Corona period and converted into flexible routines. Home office should establish itself permanently. Overall, the group of companies is solid and broadly positioned and has an extremely sound financial foundation. The growth in individual areas shows that there are opportunities in crises.



Thomas Bogner | thomas.bogner@itg.de
Head of Communication + Marketing

CENTER OF EXCELLENCE REORGANISATIONSPROJEKT BEI ITG GEMEINSAM ERFOLGREICH UMGESETZT

Die LGI Group unterhält mit dem „Center of Excellence“ einen Servicebereich, welcher die operativen Einheiten bei der Projektierung, Implementierung, Optimierung bis hin zum Ramp-Down Prozess von logistischen Aufgaben unterstützt. Der Bereich „Factory Planning“ ist eine Teileinheit davon. Einerseits übernehmen die Experten die Koordination von Logistikplanungen und andererseits stehen sie als flexibler interner Dienstleister für Fabrikplanung unterstützend zur Verfügung.

Im ersten Halbjahr 2020 haben Dennis Tißen, Factory Planner bei LGI, zusammen mit Alexander Schätz, Operations Manager bei ITG, sowie Christian Plank, Teamleiter Logistik bei ITG, gemeinsam ein Reorganisationsprojekt erfolgreich abgeschlossen.



Seit 2002 ist die ITG an ihrem Standort in Schwaig für einen Kunden aus dem Kosmetikbereich tätig. Die ITG lagert, kommissioniert und versendet die bestellten Produkte in Deutschland und der Schweiz.

Anfänglich wickelte die ITG die Aufträge mittels belegloser Scannerkommissionierung im Prinzip Person zur Ware ab. Um weiter steigende Volumina auf gleicher Fläche mit höherer Effizienz abzuwickeln, wechselte man 2015 die Systematik und arbeitet seitdem mit einer Pick-by-light Anlage. Einfach gesagt: Bei diesem Prinzip zeigt der Lagerplatz durch optische Signale, wo etwas zu entnehmen ist und über Displays an den Fachbodenregalen bekommen die Kommissionierer*innen die jeweilige Stückzahl angezeigt. Im 4. Quartal 2019 kam es zu einem extremen und ungeplanten Volumenpeak, auf welchen das System nicht ausgerichtet war. Dies führte zu einem Performance-Einbruch mit der Folge, dass die Mitarbeiter*innen in diesem Bereich mit vielen Überstunden am Limit waren, um diese Saisonspitze abzuarbeiten. Damit war auch der Kunde nicht zufrieden. Im Nachgang dieser Phase setzte sich die Niederlassungsleitung zusammen mit den verantwortlichen Leitern dieser Kundenabwicklung zum Ziel, die Prozess-Kapazitäten, insbesondere in der Kommissionierung, auf 130% vom bisherigen Peak zu steigern, um einerseits für neuen Spitzen gewappnet zu sein und um andererseits für den Kunden reibungsloses Wachstum ermöglichen. Zudem sollte die Prozess-Qualität verbessert sowie die Zufriedenheit der Mitarbeitenden gesteigert werden, in dem die Aufträge wieder überwiegend zu den regulären Arbeitszeiten zu erledigen sind.

Um dies umzusetzen wurde der Bereich „Factory Planning“ bei LGI um Unterstützung gebeten. Dort wurde Dennis Tißen mit der Umsetzung betraut.

Das gemeinsame Projektteam von LGI und ITG ging wie folgt an diese Aufgabe heran:

- das laufende System wurde komplett hinterfragt und alles auf den Prüfstand gestellt
- eine Woche wurde zur vollständigen Ist-Aufnahme der Prozesse und Generierung von Ideen für Verbesserungen verwendet; daraus resultierten ca. 50 Maßnahmen
- anschließend wurden die Maßnahmen durch Kategorisierung der Faktoren nach „Auswirkung/Effekt“ und „Umsetzbarkeit/Tempo“ priorisiert
- abschließend erfolgte eine entsprechende Phasen-Einteilung in „Quick Wins“ (erste zwei Monate) und „Strukturänderungen“ (Umsetzung bis November 2020, zum Volumenpeak)



Nach der Ist-Aufnahme und der gemeinsamen Analyse ergaben sich folgende Lösungsansätze:

- Automatisierung der bisher manuellen Fördertechnik (Ware zur Person statt Person zur Ware)
- Erweiterung bzw. Verlängerung der Pick-by-Light-Anlage
- Einrichtung einer neuen „Power-Zelle“, um bei Auftragsspitzen zusätzliche Kapazität zu haben
- Klassische Re-Engineering Lösungen wie ABC-Neuanordnung der Ware
- Aufnahme aller Volumendaten sowie Erarbeitung neuer Algorithmen zur systemseitigen Packstück-Berechnung
- Neue Packstückbezeichnung auf den Labels geben genau vor, welcher Karton-Typ nach dem ID-Wechsel gewählt werden muss; bisher erfolgte dies nach „Gefühl“
- Zusätzliche Ausschleusung an einer weiteren Verwiege-Station für Aufträge, die bereits vor dem Gesamtdurchlauf erfüllt sind

Nach der Umsetzung der Maßnahmen konnten bereits erste Erfolge verzeichnet werden. Schon in der zweiten Woche mit neuer Technik wurden mehrfach über 40.000 Picks erreicht, was ein neuer Rekord war. Zuvor lag die Tages-Höchstleistung bei zirka 35.000 Picks. Einhergehend mit den Veränderungen im Lagerlayout zur ablaufoptimierten Anordnung der Teilbereiche wurden die „Langsamdreher“ in das Hochregal ausgelagert. Das führte zu einer deutlichen Entlastung der Flächen im Kommissionierbereich. Besonders stolz ist das Projektteam darauf, dass das gesamte ITG Team durch die neuen Abläufe hochzufrieden ist. Kein Wunder also, dass sich auch der Kunde mit den erzielten Ergebnissen sehr zufrieden zeigt.

Nicht jedes Reorganisationsprojekt läuft so erfolgreich. Neben dem Zusammenspiel von Expertise aus dem Bereich Factory Planning und der Erfahrung im ITG Team schätzten Dennis, Alexander und Christian sehr, dass auch die Kolleg*innen aus der Operations gegenüber dem Projekt und den Maßnahmen sehr aufgeschlossen waren.

Das gesamte Team hat sehr gut mitgewirkt und wertvolle Beiträge geliefert. Als weitere Erfolgsfaktoren werteten sie das Management-Commitment durch die Niederlassungsleitung, wodurch die Maßnahmen beispielsweise durch Freigabe der Budgets zügig umgesetzt wurden. Und last but not least haben die Verantwortlichen von LGI und ITG innerhalb des Projektteams sehr offen kommuniziert und im Sinne des „One Group“ Gedanken vertrauensvoll zusammengearbeitet.

Alexander Schätz und Christian Plank freuen sich darüber, dass das Team und der Kunde wieder zufrieden sind und man gemeinsam wachsen kann. Dennis Tißen freut sich über die zusätzliche Erfahrung aus diesem Projekt, die ihm bei zukünftigen Aufgaben sicherlich hilft, auch diese erfolgreich zu meistern.



ITG NIEDERLANDE ÄNDERT DEN NAMEN IN LGI

Seit dem 1. Oktober 2020 führt die niederländische Landesorganisation der ITG ihre Geschäfte als LGI Netherlands B.V. weiter. Die drei Standorte Amsterdam, Schiphol und Rotterdam bieten ihre Dienstleistungen nun unter der Marke LGI an, wobei der Schwerpunkt auf den Sektoren Elektronik und Gesundheitswesen liegt.

Seit 1993, als die ITG eine Luftfracht-Filiale in Amsterdam eröffnete, bietet das Unternehmen ihre Dienstleistung auch in den Niederlanden an. Inzwischen hat sich die niederländische Landesorganisation von ITG zu einem Logistikdienstleister mit Schwerpunkt auf End-to-End-Lösungen vor allem für die Bereiche Elektronik und Gesundheitswesen entwickelt. Da diese Sektoren Kernkompetenzen der LGI-Gruppe sind, welche die ITG im Jahr 2013 übernommen hat, werden die Dienstleistungen nun unter der Marke LGI betrieben. Zu diesem Zweck hat das Unternehmen auch seinen Namen in LGI Netherlands B.V. geändert.

Diese neue Konfiguration wird LGI Niederlande einen zusätzlichen Schub für die weitere Geschäftsentwicklung bei bestehenden und potentiellen neuen Kunden geben, mit großem Zugang zum LGI Netzwerk sowie deren Innovationen. Mit den bestehenden Logistik Standorten in Rotterdam und Amsterdam sowie Büros für Luft- und Seefrachttransporte in Schiphol und Rotterdam ist LGI Netherlands in der Lage, integrierte End-to-End-Logistiklösungen einschließlich einer Vielzahl von VAS-Aktivitäten anzubieten.



ITG NETHERLANDS NAME CHANGE INTO LGI

As of October 1st, 2020, the Dutch country organization of ITG will continue its business as LGI Netherlands B.V. With three sites in Amsterdam, Schiphol and Rotterdam services are now offered under the LGI brand, focusing on the sectors electronics and healthcare. This new configuration will give LGI Netherlands an additional boost for further business development with existing and potential new customers, with great access to LGI Network and their innovations.

 **Martin de Leng**
martin_de_leng@lgigroup.nl
 Cluster Manager Netherlands, LGI

LGI ERNEUERT LKW FLOTTE

Die LGI Logistics Group International betreibt aktuell in Europa eine eigene Flotte von 300 ziehenden Einheiten mit 430 Aufliegern bzw. Anhängern. Diese wird größtenteils für Transportaufgaben im Rahmen von kontraktlogistischen Gesamtkonzepten eingesetzt.

Im Rahmen der laufenden Erneuerung von Einheiten wurden kürzlich 48 Zugmaschinen sowie 35 Auflieger erneuert. Das Investitionsvolumen liegt bei zirka 6 Millionen Euro. Bei den Zugmaschinen handelt es sich um Mercedes-Benz Actros Lowliner der neuesten Generation, welche neben modernster Technik mit umfassenden Sicherheitsfeatures, wie zum Beispiel Abbiegeassistent, Verkehrszeichenerkennung sowie Active Brake Assist, ausgestattet sind. *„Der LGI sind die Verkehrssicherheit und Zufriedenheit des Fahrpersonals wichtig. Also haben wir für die Ausstattung der Fahrzeuge gerne Mehrkosten investiert. Das zahlt sich durch eine höhere Sicherheit und Zufriedenheit des Fahrpersonals aus“* sagt **Jens Lietzmann**, Leiter Fleetmanagement bei der LGI.

Um einen positiven Umwelteffekt zu erzielen ist seit Anfang des Jahres im deutschlandweiten Fernverkehr zusätzlich eine Iveco LNG Zugmaschine im Einsatz. Da die bisherigen Erfahrungen durchwegs positiv ausgefallen sind, sollen kurzfristig weitere Zugmaschinen mit dieser alternativen Antriebstechnik eingesetzt werden.

Bei den Aufliegern wurden Mega-Liner der Fahrzeugwerke Bernard Krone mit einer nutzbaren Innenhöhe von 3 Metern angeschafft. Hier setzt die LGI inzwischen konsequent auf die Variante mit einer Halshöhe von nur 50 mm, welche in der Zugkombination die gesetzlichen Höhengaben konsequent erfüllt. **Zvonko Rezo**, Cluster Manager Gebietsspedition bei der LGI meint: *„Dies bedeutet zwar höhere Anschaffungskosten, gibt aber dem Fahrpersonal, der LGI als Fahrzeughalterin und auch den Kunden die Sicherheit, die Höhengaben der StVZO einzuhalten“.*

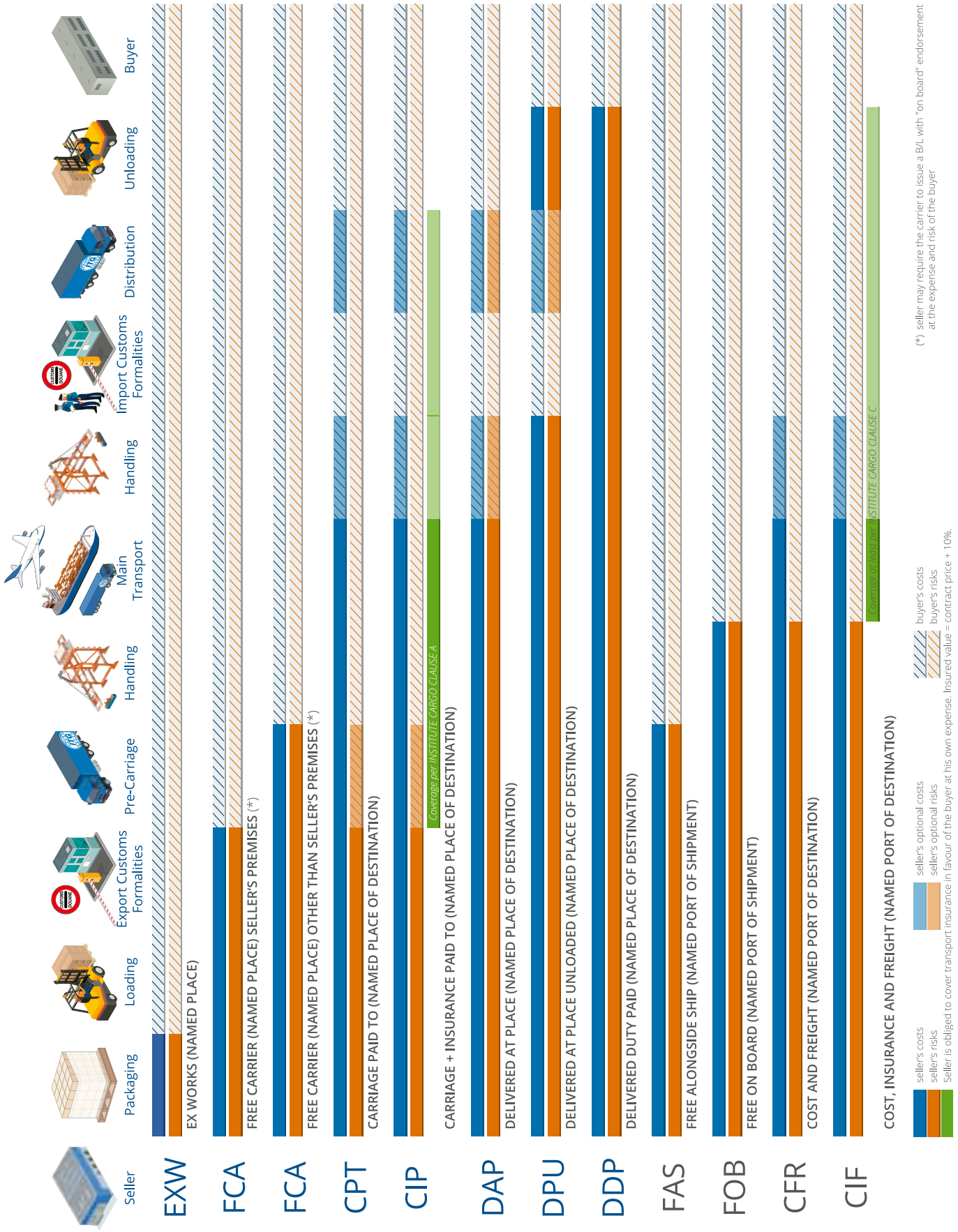
Alle Auflieger sind mit der neuesten Telematik-Technik von Wabco ausgestattet. Neben der obligatorischen Fahrzeugortung werden hier zum Beispiel auch Daten über den Fülldruck der Reifen an das zentrale Telematikportal geliefert, so dass bei Abweichungen direkt gehandelt werden kann. Somit werden erhöhter und frühzeitiger Reifenverschleiß sowie ein durch einen falschen Fülldruck resultierender höherer Kraftstoffverbrauch erheblich reduziert.



LGI RENEWS TRUCK FLEET

LGI currently runs a fleet of 300 tractor units and 430 trailers, which is used mainly for transportation tasks embedded in contract-logistics concepts. As part of the ongoing fleet renewal, recently 48 tractors and 35 trailers were renewed. The investment volume is around 6 million euros. The tractor units are Mercedes-Benz Actros lowliner of the latest generation with comprehensive safety features. The trailers are KRONE mega-trailers, equipped with WABCO telematic systems.

INCOTERMS 2020



(*) seller may require the carrier to issue a B/L with "on board" endorsement at the expense and risk of the buyer

Die Incoterms® (International Commercial Terms) werden von der International Chamber of Commerce (ICC) herausgegeben. Sie regeln die Rechte sowie die Pflichten von Käufer und Verkäufer im internationalen Handel. Dazu gehören im Wesentlichen der Übergang von Kosten und Gefahren (Risiko) beim Warenversand sowie damit verbundene Versicherungspflichten.

Die Incoterms® bestehen aus elf Klauseln, welche jeweils mit drei Buchstaben abgekürzt werden. Sieben Klauseln sind für alle Transportarten geeignet, vier Klauseln sind für den Transport per Binnen- oder Seeschiff gedacht. Grundsätzlich wird zwischen sogenannten „Ein-Punkt-Klauseln“, bei denen Kosten und Gefahren an der selben Stelle übergehen, sowie sogenannten „Zwei-Punkt-Klauseln“, bei denen Kosten und Gefahren an unterschiedlichen Stellen vom Verkäufer auf den Käufer übergehen, unterschieden.

Die Klauseln sollten wie folgt formuliert werden:

„[3-buchstellige Incoterms® Abkürzung] [benannter Hafen, Ort oder Stelle] Incoterms 2020“

Zum 1. Januar 2020 ist die neueste Version dieser Handelsklauseln in Kraft getreten, welche neuen, globalen Handelspraktiken angepasst wurden. In den Regeln für die Auslegung wurden vor allem die Gefahrenübergänge deutlicher dargestellt.

Zur Version 2010 haben sich im Wesentlichen folgende Änderungen / Neuerungen ergeben:

- Das Regelwerk zur Auslegung ist Bestandteil der Klauseln; im Zweifel maßgebend ist die englische Fassung.
- Die Reihenfolge der Pflichten von Verkäufer (A) und Käufer (B) wurden an die typische Reihenfolge des Warenverkaufs angepasst und durch nummeriert. Sämtliche Kostenelemente wurden im Regelwerk unter den Punkten A9 bzw. B9 aufgeführt.
- Sicherheitsbezogene Anforderungen beim Transport sind im Regelwerk unter A4 und A7 aufgeführt.
- FCA unterscheidet nun den Transport bis zum Lieferort durch den vom Käufer bzw. dem Verkäufer beauftragten Frachtführer.
- FCA bietet die Option, ein Bordkonnossement ausstellen zu lassen, welches der Verkäufer dem Käufer übergibt.
- CIP verlangt eine Transportversicherung mit umfassendem Versicherungsschutz, mindestens nach Institute Cargo Clause A.
- DAP und DDP wie auch FCA und DPU ermöglichen den Transport auch mit eigenen Verkehrsmitteln.
- DPU ist neu und ersetzt die bisherige Klausel DAT, wobei der Bestimmungsort ein Terminal, aber auch jeder andere Ort sein kann.

Dieses Informationsblatt stellt die Kosten- und Gefahrenübergänge sowie Versicherungspflichten der Incoterms® 2020 grafisch dar und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Insbesondere ist es nicht als einzige Informationsquelle zu verwenden, sondern immer im Zusammenhang mit dem Originaltext zu den Incoterms® 2020 zu nutzen, welche über die ICC Homepage bezogen werden können.

„Incoterms®“ ist eine eingetragene Marke der Internationalen Handelskammer (ICC). Incoterms® 2020 ist einschließlich aller seiner Teile urheberrechtlich geschützt. Die ICC ist Inhaberin der Urheberrechte an den Incoterms® 2020. Bei den vorliegenden Ausführungen handelt es sich um inhaltliche Interpretationen zu den von der ICC herausgegebenen Lieferbedingungen durch die Autoren. Diese sind für den Inhalt, Formulierungen und Grafiken in dieser Veröffentlichung verantwortlich. Für die Nutzung der Incoterms® in einem Vertrag empfiehlt sich die Bezugnahme auf den Originaltext des Regelwerks. Dieser kann über ICC Germany unter www.iccgermany.de und www.incoterms2020.de bezogen werden.

www.iccwbo.org

Incoterms® (International Commercial Terms) are issued by the International Chamber of Commerce (ICC). They govern the rights and obligations of buyers and sellers in international trade. These essentially include the transfer of costs and dangers (risk) during the shipment of goods plus related insurance obligations.

The Incoterms® consist of eleven clauses, which are each abbreviated by three letters. Seven clauses are suitable for all types of transport, four clauses are intended for transport by inland waterway or oceanfreight. A basic distinction is made between so-called „one-point clauses“, where costs and risks are transferred at the same point, and so-called „two-point clauses“, where costs and risks are transferred from the seller to the buyer at different points.

The clauses should be worded as follows:

„[3-letter Incoterms® abbreviation] [named port or place] Incoterms 2020“

Effective January 1st 2020, the latest version of these trading clauses came into force, adapted to new global trading practices. In the rules for interpretation, the transfer of risk, in particular, has been made more explicit.

The following main changes / novelties have been made to the 2010 version:

- *The rules of interpretation form an integral part of the clauses; in case of doubt the English version shall prevail.*
- *The order of the duties of seller (A) and buyer (B) was adapted to the typical order of sale of goods and numbered consecutively. All cost elements were listed in the rules of interpretation under points A9 and B9 respectively.*
- *Security-related requirements during transport are listed in the regulations under A4 and A7.*
- *FCA now distinguishes transport to the named place either by the seller's or by the buyer's appointed carrier.*
- *FCA offers the option to have an on-board bill of lading issued, which the seller hands over to the buyer.*
- *CIP requires a transport insurance with comprehensive cover, at least according to Institute Cargo Clause A.*
- *DAP and DDP as well as FCA and DPU allow the transport also with own means of transport.*
- *DPU is new and replaces the previous clause DAT, whereby the place of destination can be a terminal, but also any other place.*

This information sheet graphically depicts the transfer of costs and risks as well as insurance obligations under Incoterms® 2020 and makes no claim to completeness. In particular, it should not be used as the sole source of information, but should always be used in conjunction with the original text of the Incoterms® 2020, which can be obtained from the ICC homepage.

The Incoterms® Rules are protected by copyright owned by ICC. Further information on the Incoterms® Rules may be obtained from the ICC website www.iccwbo.org. Incoterms® and the Incoterms® 2020 logo are trademarks of ICC. Use of these trademarks does not imply association with, approval of or sponsorship by ICC unless specifically stated above. The present statements are interpretations by the authors of the content of the delivery conditions issued by the ICC. They are responsible for the content, wording and graphics in this publication. For the use of Incoterms® in a contract, it is advisable to refer to the original text of the rules and regulations. This can be obtained from ICC local representative in your country or 2go.iccwbo.org.

www.iccwbo.org



Thomas Bogner | thomas.bogner@itg.de

Head of Communication + Marketing

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH

und ein Dankeschön für die langjährige Betriebszugehörigkeit

25

20

15

Manuela Bluhm
Petra Nickel
Angela Puckhaber
Sören May
Ingrid Alcolea-Gonzalez

Ismail Akgün
Vassilios Hantzaras
Ralf Kickhaefer
Michael Konrad
Franziska Kröling
Csaba Nagy
Van-Mao Nguyen
Jürgen Prockl
Evelin Rodriguez
Wolf-Dieter Schwochau
Alina Warga
Gunter Zachau
Ina Zachau
Carmen Zöller-Urschitz
Peter Santjohanser
Lars O'Grady
Irina Schwab
Waltraud Gerstberger
Dimitrios Symeonidis
Sylvia Meingast

Christiane Ehrhardt
Alexandra Klix
Boriss Kurlands
Thomas Baller
Harald Depner
Rudolf Blechschmidt
Ronald Wenzel
Milos Kepcija
Gnandi Gnon-Tcha-Tchetre
Peter Elfinger
Florian Kasparbauer
Frank Stürzlmayer
Ilhan Erdogan
Johann Perleb
Marianne Fischaleck
Hilmar Gast
Patrick Weber
Christine Wendler
Dieter Spießl
Thomas Ratka
Nihat Sirin
Andreas Bitzer
Viktor Brüggemann

Congratulations

Thank you 10

Sabine Thalmaier
Simon Wegler
Maximilian Haushofer
Elisabeth Müller
Mirko Schuhknecht
Elbasan Pira
Carolin Matejicek
Jana Götze
Milan Sifa
Mario Rosenkranz
Manuela Platteder
Alfred Aigner
Oliver Gabriel
Nadine Michels
Dirk Schubert
David Sandham
Kristin Sauer
Bahri Sarimehmet
Robert Schad
Petra Kubik
Klaudia Reindl
Anastassios Savvidis
Juri Ramchen

Kati Horn
Gerald Gerhard Geschke
Kerstin Geschke
Aneta Blaszczyk
Margit Grammetbauer
Alexander Ramchen
Nicole Winkler
Melanie Hartl
Wolfgang Sachse
Franz Schrafstetter
Thomas Fritz
Calin Deschu
Jenny Franz
Andrea Fritz
Runa Engel
Dirk-Werner Reinsch
Luis Rodriguez
Hartmut Böhnke
Saadi Abdulkadir Majid
Rene Kießling
Andreas Baumann

Stephanie Behrendt
Marion Höfer
Helmut Zabinski
Daniela Lehmann
Ute Günzel
Roswitha Heß
Doris Spierer
Sergej Jakovlev
Robert Thalhäuser
Frank Kondzialka
Loretta Sinn
Lisa Albrecht
Christine Effenberger
Kevin Lopez

Bruno Bosshart
Adina-Maria Winkelmann
Petra Neumeier
Rike Wrobel
Noriko Murata
Julia Kremhüller
Nenad Grudic
Sandra Kepa
Slobodan Filipovic
Martin Karmann
Thomas Faltermaier
Christine Neumann
Andreas Sprunck
Sonja Hofbauer

ITG MOTION MAGAZIN

März 2021 / Anno XV, Ausgabe 21

HERAUSGEBER:

ITG-GmbH Internationale Spedition + Logistik
Postfach 231735, 85326 München
Telefon +49 (0)8122 567-0
www.itg.de

REDAKTION & DESIGN:

Thomas Bogner, thomas.bogner@itg.de
Jacek Tapia Garcia, jacek.tapia-gracia@itg.de

DRUCK:

Elanders GmbH, Waiblingen
www.elanders.com/ger



DRUCKAUFLAGE: 6.000



FOTONACHWEIS:

ITG-GmbH Internationale Spedition + Logistik,
LGI Logistics Group International GmbH,
Marcus Vetter Photography,
SEGRO Logistics Park, Messe München GmbH,
Daniel Delang / FC Bayern Vereinsmagazin 51,
Edgar Su / REUTERS / Adobe Stock,
pigprox / Adobe Stock, bongkarn / Adobe Stock,
Suriyan / Adobe Stock, timonko / Adobe Stock,
MICHAEL DALDER / REUTERS / Adobe Stock,
Umdasch Group AG

COPYRIGHT:

Nachdruck und fotomechanische Wiedergabe jeglicher Art – auch auszugsweise – nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. Bei der Fülle der Daten können trotz sorgfältiger Bearbeitung vereinzelt fehlerhafte Angaben auftreten. Deshalb können die Informationen der Kundenzeitschrift nicht die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der ITG ersetzen. Für Informationen, die wir von Dritten erhalten haben, übernehmen wir keine Haftung. ITG ist nicht verantwortlich für Schritte, die durch den Leser in Bezug auf die oben stehenden Informationen unternommen werden, ohne vorher mit ITG Rücksprache gehalten zu haben.

WIE VIELE ROBOTER SIND BEIM AUTOSTORE DER ITG IM EINSATZ? HOW MANY ROBOTS ARE WORKING AT ITG'S AUTOSTORE?

GEWINNSPIEL

PREISE

1

Erster Preis:
Jabra Elite Active 75t
Bluetooth Sport-Kopfhörer



4
UND
5

Vierter und fünfter Preis:
je eine BLACKROLL® Faszienrolle

2
UND
3

Zweiter und dritter Preis:
je eine Premium Yoga / Fitness Matte



Schicken Sie Ihre Antwort per E-Mail an:
Please send your answer by e-mail to:

gewinnspiel@itg.de