



**Neue Arbeitszeitmodelle gefragt**

## **Digitalisierung im Familienunternehmen**

Rund 1.600 Mitarbeiter – rund ein Drittel davon in Tschechien – hat der Dienstleister, der vor allem im Bereich Fullfillment und E-Commerce stark wächst, wie Christina Thurner, Mitglied der Geschäftsleitung, sagt. Thurner will die Logistik für Nachwuchskräfte unter anderem durch neue Arbeitszeitmodelle attraktiver machen – und setzt auch auf weiblichen Nachwuchs.

2011 stieg Thurner, Tochter des Unternehmensgründers Peter Amberger, in das Familienunternehmen ein und ist heute bei Loxxess für die Themen Lean Management und Qualitätsmanagementsystem, Marketing und PR sowie Human Resources zuständig. Zudem ist sie mit ihrer Familie sowie der Schoeller Holding Mitgesellschafterin der Transoflex.

"Wir sind ein Mittelständler, da gibt es für mich immer noch sehr viele persönliche Gespräche, die ich mit unseren Mitarbeitern führe", sagt sie. Transparenz ist nach ihren Angaben in der Personalführung wichtig. Und die richtige Mischung: alte Hasen, die bereits seit Jahren im Unternehmen sind, ebenso wie junge Mitarbeiter, die neuen Input liefern.

### **Neue Generation tickt anders**

Nachwuchsgewinnung ist aber auch für Loxxess ein Thema: Um junge Mitarbeiter zu werben, etwa im kaufmännischen Bereich, suchte Loxxess den Kontakt direkt an den Unis, ebenso wie regional an den einzelnen Standorten.

Anders als früher gelten aber heute auch andere Parameter: "Die neue Generation tickt anders", sagt sie. Gefragt seien mobile und flexible Arbeitszeitmodelle. "Der jungen Generation ist das work-life-balance viel wichtiger als den Generationen in der Vergangenheit", meint Thurner. Entsprechend müsse das Angebot auch individualisiert werden. Das, so Thurner, sei der Vorteil eines Mittelständlers gegenüber einem Konzern: Eine Standortleitung könne viel individueller agieren – so dass etwa auch Männer inzwischen das Angebot zur Teilzeitarbeit in Kauf nehmen.

Ein weiterer Fokus in der Mitarbeitergewinnung ist das schlechte Image der Logistik – laut Thurner gibt es da jedoch einen Lichtblick. "Wenn ich mir nur die Zahl der Studentinnen anschau, die deutlich zugenommen hat, sehe ich, dass sich nicht alle vom Image abschrecken lassen", sagt sie.

Frauen seien dabei, die so genannte gläserne Decke in die mittleren Managementpositionen zu durchstoßen. So arbeiten in der Loxxess-Verwaltung wesentlich mehr Frauen als Männer – beim Tochterunternehmen Transoflex gar mehr als die Hälfte – und fast ein Drittel des Führungskreises besteht aus Frauen, sagt die Personalverantwortliche.

Thurner, die selbst für die "Ladies in Logistics" der Bundesvereinigung Logistik (BVL) in der Region

Südbayern tätig ist, ermutigt Frauen dazu, ebenfalls in der Logistik tätig zu sein und auch entsprechenden Netzwerken anzugehören – um neue Branchenlösungen kennenzulernen, um Kontakte zu knüpfen.

## **Digitalisierung ist Realität**

Was das Image der Logistik sicher auch anhebt, ist die zunehmende Bedeutung der Digitalisierung: Loxxess ist anders als viele bereits auf dem Weg dorthin. Etwa im Bereich Fullfillment: "Wir unterstützen Kunden bei deren Pre- und Nachorder, betreiben deren B2B- und B2C-Shop inklusive Callcenter und Debitorenmanagement, arbeiten mit Reports auf Artikelebene und sind auch in den Planungsthemen unserer Kunden involviert – das alles mit der entsprechenden IT", berichtet Thurner. Alles Aufgaben, die über das klassische Repertoire eines Logistikdienstleisters hinausgehen. "Das entwickelt sich langsam zu einem neuen Geschäftsfeld. Vor allem aber sind wir durch die Digitalisierung in der Lage, noch besser unsere Kennzahlen zu verstehen und alles besser im Griff zu haben."

## **Das Unternehmen**

- Loxxess wurde 1998 gegründet und hat heute 27 Standorte in Deutschland, Polen und Tschechien und rund 1.600 Mitarbeiter
- Alleingeschafter der Firma ist die Familie Amberger. Vorstand des Unternehmens mit Sitz in Tegernsee ist Dr. Claus-Peter Amberger
- Der Umsatz lag 2015 bei 132 Millionen Euro

## **Die Tochtergesellschaft**

- 2016 war auch das Jahr der Änderungen bei Transoflex: Im März verkaufte die Österreichische Post ihre Anteile an dem Schnell-Lieferdienst aus Weinheim an die Amberger Familien GbR und die Schoeller Holding. Beide waren bereits 1995 bei Transoflex aktiv, verkauften das Unternehmen nach erfolgter Sanierung aber 1998 an die Deutsche Post.
- Unter seinen neuen Eigentümer hat Transoflex jetzt seine Organisation in drei neue Geschäftsfelder gegliedert: Pharma, Technologie und Kontraktlogistik.
- Nach Angaben von Christina Thurner wurden insgesamt 56 Millionen Euro für IT, die Anschaffung gekühlter Fahrzeuge und die Umstellung in der Pharmalogistik auf die aktualisierte Zertifizierung GDP (Good Distribution Practice) investiert.
- Die verlangt im Temperaturbereich zwischen zwei und acht Grad eine deutlich bessere Dokumentation. Täglich werden im Transoflex-Netzwerk daher rund eine Million Temperaturscans vorgenommen