

trans·o·flex magazin



Apotheken: Lieferkette unter Druck

***Zwischen Medikamenten-Notstand und Online-Konkurrenz:
Was hilft? • Repräsentative Befragung • Exklusive Ergebnisse***

Folgen Sie uns: [in](#) [x](#) [v](#)

Neuer Gesellschafter

Exklusiv: Die GEODIS-Chefin
über ihre Pläne mit trans-o-flex

Kundenlösung HARTMANN

Alles aus einem Guss: Von der
Bestellung bis zur Lieferung

Millionen-Investition

Neue Thermofahrzeuge für
Fernverkehr und Feinverteilung



Kreativität ohne Grenzen

Machen Sie es richtig rockig?

trans-o-flex heißt alle Produzenten und Musiker willkommen, die zeigen wollen, was sie können – oder die einfach kreativ sein wollen. Wir stellen Ihnen dazu den trans-o-flex-Song zur Verfügung (We are trans-o-flex) und Sie dürfen daraus einen Remix machen. Gestalten Sie den Song im Stil von Country, Blues oder Reggae. Oder machen Sie es richtig rockig! Wie auch immer – wir haben nur eine Bedingung: Die Botschaft darf nicht verändert werden.

Der zum Firmenjubiläum von trans-o-flex in 2021 komponierte und von Mitarbeitern eingespielte Song ist intern, aber auch bei Kunden ein echter Hit. Mit dem von Ihnen eingereichten Remix

wollen wir ihn noch populärer machen und auf jungen Social-Media-Plattformen präsentieren. Wenn Sie dabei sein wollen, finden Sie über den QR-Code oder den Link auf dieser Seite unseren Song in den benötigten Tonspuren, also mit den verschiedenen Stimmen und Instrumenten, auf separaten Tracks. Wir freuen uns auf die Ergebnisse Ihrer Kreativität und sagen im Voraus schon mal Danke!



soundcloud.com/marketing_tof/popular-tracks

Impressum

trans-o-flex-Magazin, Frühjahr 2023

Herausgeber:

trans-o-flex Express GmbH & Co. KGaA
Hertzstr. 10
69469 Weinheim
trans-o-flex.com

Verantwortlich i.S.d.P.: Sabine Kolaric

Redaktion: Sabine Kolaric,
Ludwig M. Cremer

Gestaltung:

bfw tailormade communication GmbH, Angelika Szigeti, Sandra Hanewald

Druck: ABT Print und Medien GmbH
Bruchsaler Straße 5, 69469 Weinheim

Fotos und Illustrationen: iStock/Panuwat Sikham (Titel, 12–14), iStock/piola666 (2), Freepik (6, 7, 10, 11, 30–31), Waitzmann (8–9), iStock/jacoblund (11), iStock/Dmitri1ch (18–19), CSCAPA PICTURES (18), iStock/NicoElNino (20–21), Joppen (22), PAUL HARTRMANN (26–28), Österreichische Post AG/Christian Stemper (30–33) Österreichische Post AG/Constantin Wittek-Saltzberg (31), iStock/Kittisak Kaewchalun (33).

Das trans-o-flex-Magazin erscheint in einer Auflage von 5.500 Stück. Die im Magazin veröffentlichten Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Eine Verwendung der Inhalte oder Fotos ist nur mit einer schriftlichen Genehmigung des Herausgebers erlaubt.

Trotz sorgfältiger Bearbeitung kann es zu fehlerhaften Angaben kommen. Die Angaben in diesem Magazin ersetzen in keinem Fall die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der trans-o-flex-Gesellschaften. Aus Gründen der Lesbarkeit wird zur Personenbezeichnung das Maskulinum verwendet (z. B. der Kunde). Diese Formulierungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.



Liebe Leserinnen und Leser,

für einen Premium-Anbieter wie trans-o-flex ist ein Begriff zentral. Er zieht sich durch unseren Alltag, durch unsere Prozesse und durch dieses Heft. Der Begriff lautet: Qualität. Und er hängt sogar eng mit unserem neuen Gesellschafter zusammen. Doch dazu komme ich gleich.

Vorher kurz ein grundlegender Gedanke. Ich bin zutiefst davon überzeugt, dass exzellente Qualität der wichtigste Faktor für unseren Erfolg ist. Dabei heißt exzellente Qualität nicht nur eine pünktliche Zustellung ohne Beschädigung der Ware. Exzellente Qualität muss beim ersten Kundenkontakt anfangen und hört bei einer fehlerfreien, transparenten Rechnungsstellung noch lange nicht auf. Erst ein Rundum-Qualitätserlebnis schafft jenes Vertrauen, mit dem Versender uns ihre sensiblen und hochwertigen Güter für Lagerung und Transport überlassen. An diesem Vertrauen und an der zugrunde liegenden exzellenten Qualität arbeiten wir bei trans-o-flex jeden Tag. Wie wir das tun, möchte ich an drei Voraussetzungen deutlich machen.

1. Exzellente Qualität braucht Sicherheit. Wir haben ein Sicherheitskonzept entwickelt, das sowohl Diebstahl als auch die Beschädigung der uns anvertrauten Güter bestmöglich verhindert. Wir orientieren uns dabei an den anspruchsvollsten Sicherheitsstandards, die es gibt. Und das sind die TAPA-Normen. Sie bilden die ideale Grundlage für die weitere Entwicklung unserer Sicherheitsprozesse. In Deutschland sind inzwischen die wichtigsten Standorte nach der TAPA-Norm FSR 2020 C zertifiziert. In Österreich haben wir jetzt nachgelegt. Mehr dazu auf Seite 7.

Sicherheit heißt bei trans-o-flex immer auch: Transport im richtigen Temperaturbereich. Wir wollen uns nicht auf einen risiko-basierten Ansatz verlassen, sondern mit aktiver Temperierung die Temperatur steuern und transparent dokumentieren. Unsere neuesten Investitionen in Pharmatrailer und in eine eigene Flotte spezialisierter Zustellfahrzeuge sind handfeste Belege, dass wir es ernst meinen (Seite 23).

2. Exzellente Qualität braucht Transparenz nach innen und außen.

Weil wir unsere Prozesse kontinuierlich anhand von Kennzahlen und Soll-Ist-Vergleichen überprüfen, können wir Abweichungen frühzeitig erkennen und gegebenenfalls schnell eingreifen. Dreh- und Angelpunkt sind die Erhebung und Analyse der zu jeder Sendung gehörenden Datenströme. Wir setzen dabei auf moderne KI-Techniken, die Daten maschinell analysieren, um noch transparenter nach außen werden zu können. Das können beispielsweise konkrete Zustellzeitfenster für Sendungen sein (Seite 20).

3. Exzellente Qualität braucht Kompetenz und Finanzkraft. Dabei kommt Kompetenz zunächst von innen, von langjährigen, kompetenten Mitarbeitern. trans-o-flex hat mehr als 1.000 Mitarbeiter, die seit mindestens zehn Jahren dabei sind und das Leitbild absoluter Kundenorientierung und exzellenter Qualität leben. Damit dieser Schatz auch über ein einheitliches Basiswissen verfügt, haben wir ein neues Trainingsprogramm für alle Mitarbeiter gestartet (Seite 11).

Kompetenz kommt aber auch über starke Partner und Allianzen. Und hier bin ich sehr froh über unseren neuen Eigentümer GEODIS. Durch den weltweit agierenden Logistikkonzern gewinnt trans-o-flex Zugang zu zusätzlichem Know-how und neuen Kunden, die von unseren Angeboten profitieren werden. Nicht zuletzt gewinnen wir eine Finanzkraft, die auch bei einem Börsengang nicht besser hätte sein können. Was GEODIS sich von trans-o-flex verspricht, verrät die GEODIS-Chefin Marie-Christine Lombard ab Seite 18. Auch an dieser Stelle begrüßen wir den neuen Gesellschafter auf das Herzlichste. Wir freuen uns auf die künftige Zusammenarbeit!

Wolfgang P. Albeck
Vorsitzender der Geschäftsführung



11



8

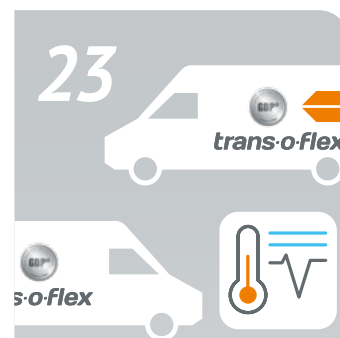


Apotheken unter Druck

12

News

- 2 **Kreativität ohne Grenzen** • Machen Sie es richtig rockig?
- 6 **Kommunikationskampagne** • Weil es wirklich wichtig ist!
- 6 **Auszeichnungen** • trans-o-flex setzt Benchmarks für Qualität und Vertrauen
- 7 **Höchste Sicherheit** • Zertifizierung nach TAPA-Norm in Österreich erfolgreich gestartet
- 8 **Artenvielfalt** • Äskulapnatter retten: Projekt verlängert
- 9 **ESG-Strategie** • Neue Bienenvölker in Koblenz und Köln
- 10 **Hilfsaktionen** • Sachspenden für die Ukraine, 30.000 Euro für Erdbebenopfer
- 11 **Fortbildungskonzept** • Basic-Trainings stoßen auf große Resonanz
- 11 **Stabilität und Erfahrung** • 1.053 Mitarbeiter mehr als zehn Jahre dabei



Marktentwicklung

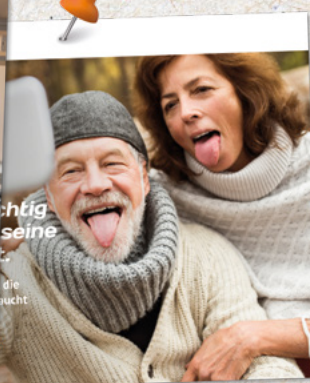
- 12 **Titelthema** • Apotheken unter Druck
- 18 **GEODIS-Chefin im Interview** • Warum GEODIS trans-o-flex übernommen hat

Aus der Praxis

- 26 **Kundenlösung** • Alles aus einem Guss: Von der Bestellung bis zur Lieferung
- 30 **Europäisches Netz** • B2C-Sendungen sorgen für Rekordwachstum

Technik

- 20 **Investition in maschinelles Lernen** • Die verborgenen Spielregeln der Zustellung aufdecken
- 23 **Fahrzeugbeschaffungen** • Thermofahrzeuge für Fernverkehr und Feinverteilung



Wer sich die Motive anschauen möchte,
kann das über folgenden Kurzlink tun:
bit.ly/41RabLh

Kommunikationskampagne

Weil es wirklich wichtig ist!

Sieben verschiedene Motive – ein Motto: „Weil es wirklich wichtig ist.“ So hat trans-o-flex in einer strategischen Kommunikationskampagne von Mitte Dezember bis Februar über Social-Media-Kanäle auf seine Express-Angebote aufmerksam gemacht. „trans-o-flex ist ja nicht nur der Spezialist für passgenaue Logistiklösungen in Branchen wie Pharma, Gesundheit oder Kosmetik, sondern ein Garant für schnellen, sicheren und vertrauenswürdigen Transport hochwertiger und sensibler Güter“, sagt Lutz Blankenfeldt, Geschäftsbereichsleiter Strategie, Marketing und Commercial bei trans-o-flex. „Das haben wir konkret erlebbar und nachvollziehbar gemacht.“

Die sieben Kampagnenmotive geben nicht nur sachliche Informationen, sondern auch durchaus emotional Einblicke in Logistiklösungen, die wirklich gebraucht werden. „Als zuverlässiger Expressdienst tun wir Dinge, die wirklich wichtig sind, die Kindern, Eltern und Großeltern zu einem besseren Leben verhelfen.“ So handeln die verschiedenen Motive von Menschen, die für ihre Gesundheit kämpfen, auf ihren Fiebersaft warten, aber auch auf Geburtstagsgeschenke oder auf eine Orthese für einen gebrochenen Arm. Jedes Beispiel macht aus einer anderen Perspektive deutlich: Wenn etwas wirklich wichtig ist, dann braucht es verlässliche Profis wie trans-o-flex.

Auszeichnungen

trans-o-flex setzt Benchmarks für Qualität und Vertrauen

Gleich in zwei aktuellen unabhängigen Untersuchungen hat trans-o-flex jeweils die Bestnote erzielt und die Branchenbenchmarks gesetzt. Beide wurden von renommierten deutschen Verlagshäusern in Zusammenarbeit mit Meinungsforschungsinstituten erstellt. In der einen Studie wurde untersucht, welche Unternehmen und Marken ein besonders hohes Kundenvertrauen genießen. Dafür wurden deutschlandweit 17.000 Firmen und Marken aus gut 150 Branchen geprüft. trans-o-flex siegte bei dieser Auswertung für die Branche Post- und Kurierdienste mehr als deutlich. Kein Wettbewerber erzielte mehr als 80 Prozent der Punktzahl von trans-o-flex.

In der zweiten Studie wurde trans-o-flex mit dem Zertifikat „Höchste Qualität“ ausgezeichnet. Auch hier erhielt trans-o-flex in der Kategorie Post- und Kurierdienste die beste Bewertung und setzte die Messlatte für alle anderen Unternehmen. Die führenden deutschen und US-amerikanischen Wettbewerber erzielten maximal zwischen 72 und 83 Prozent der Punktzahl von trans-o-flex.

Übrigens: In weiteren Studien hat trans-o-flex Auszeichnungen erhalten in den Kategorien „Höchstes Ansehen“ sowie „Deutschlands begehrteste Produkte & Services“.





ern ge-
h sehr
ungen,
rege-
ollen.
rten
deo-
ge-
ise
lle
a-

TAPA Tracking / Certification Number:
3011230409

This is to certify that

trans-o-flex ThermoMed Austria GmbH
Innstrasse 17, 6122 Fritzens, Austria

Has been granted a self certification for the following TAPA Standard

TAPA Facility Security Requirements (FSR) 2020
Level C

This certificate is valid for the following scope

Warehousing at Fritzens

In accordance with the TAPA requirements the certification remains valid for a period of three years, provided that annual self assessments are done by an authorised person

Certificate Valid from: 08.12.2022 Certificate Valid Until: 07.12.2025

Number of TAPA Waivers Approved: 0

Authorized by:

Audit Date: 15.11.2022

Thorsten Neumann
President & CEO, TAPA EMEA
Transported Asset Protection Association (TAPA)
Europe, Middle East & Africa (EMEA) Region
Hilpwegwiesstrasse 400, 2341 BV Oegstgeest, The Netherlands
Phone: +31 6 4997 2461
Email: info@tapaemsa.org
www.tapaemsa.org

Artenvielfalt

Äskulapnatter retten: Projekt verlängert

Weil die Äskulapnatter vom Aussterben bedroht ist und weil sie ein Symbol für Heilberufe ist, fördert trans-o-flex seit 2008 ein Naturschutzprojekt zum Erhalt des Lebensraums der ungiftigen Schlange in Deutschland. Jetzt wurde die Förderung des Projekts um weitere fünf Jahre bis Ende 2027 verlängert. Vertragspartner ist HessenForst, Forstamt Beerfelden, in der hessischen Stadt Oberzent.

„In dem von trans-o-flex geförderten Projekt wird der Lebensraum der Natter im Naturschutzgebiet Hainbrunner Tal bei Hirschhorn durch Beweidung mit Ziegen und einer alten Haustierrasse, dem Württemberger Rind, seit Jahren sehr erfolgreich gepflegt und geschützt“, sagt Gudrun Kranhold, Bereichsleiterin im Forstamt Beerfelden, und erläutert den Hintergrund des Projekts: „Die Lebensräume der Schlange sind vor allem freie Wiesenhänge und Streuobstwiesen. Daneben besiedelt sie fugenreiche Trockenmauern, deren ausgeprägtes Spalten- und Hohlraumssystem sowohl Versteck- und Rückzugsmöglichkeiten bietet als auch als Überwinterungsquartier dient. Diese Biotope wachsen jedoch ohne Pflege zu. Die bevorzugten Eiablage- und Aufenthaltsplätze der Schlange werden zerstört.“

„Der Erhalt der Artenvielfalt ist eine der zentralen globalen Herausforderungen und das Projekt passt deshalb gut in die Nachhaltigkeitsstrategie von trans-o-flex“, sagt trans-o-flex-CEO Wolfgang P. Albeck. „Nicht zuletzt unterstreichen wir mit der Förderung der Äskulapnatter einmal mehr die Verbundenheit mit unserer Kundschaft aus den Branchen Gesundheit und Pharma.“ In der Antike war das Erkennungszeichen des griechischen Gottes der Heilkunst ein Stab, um den sich die Äskulapnatter windet. Seither ist der Äskulapstab ein Sinnbild für Heilberufe.

Die Äskulapnatter zählt zu den größten europäischen Schlangenarten. Bei uns heimische männliche Tiere können eine Länge bis 180 cm erreichen, Weibchen bis zu 140 cm. Ausgewachsene Tiere haben eine gelbbraune bis grauschwarze Körpergrundfärbung mit einer Vielzahl weißer Fleckenränder entlang der Flanken- und Rückenschuppen und eine einheitlich weiß bis gelb gefärbte Bauchschiene. Die Jungtiere ähneln wegen der gelben, halbmondförmigen Fleckenmuster im Hinterkopfbereich jungen Ringelnattern (die ebenfalls ungiftig sind).



Damit Ziegen und Rinder im Naturschutzgebiet Hainbrunner Tal dafür sorgen, dass die Steilflächen nicht zuwachsen und der Lebensraum der Äskulapnattern so erhalten bleibt, finanziert trans-o-flex beispielsweise Winterfutter, Material und Zaunstellung.





Ungiftige, bedrohte Schlange und Symbol für Heilberufe: Die Zahl der Äskulapnattern ist in einem seit 2008 von trans-o-flex geförderten Nachhaltigkeitsprojekt deutlich gestiegen. Die Förderung wurde jetzt um weitere fünf Jahre bis Ende 2027 verlängert.



ESG-Strategie

Neue Bienenvölker in Koblenz und Köln

Nach den ersten zwei Bienenstöcken am Standort im hessischen Driedorf wurden jetzt weitere Bienenvölker bei trans-o-flex in Koblenz und Köln heimisch. Dort wurde in Kooperation mit der Organisation „Deine Biene“ jeweils ein Bienenstock aufgestellt. Im Zuge der Nachhaltigkeitsstrategie will trans-o-flex mit der Ansiedlung von Bienenvölkern an verschiedenen Standorten einen Beitrag zur Stärkung unserer Ökosysteme leisten. Hintergrund: Unter allen Bestäubern spielt die Honigbiene die größte ökologische Rolle. Fast 80 Prozent aller Nutz- und Wildpflanzen werden von *apis mellifera*, so ihr wissenschaftlicher Name, bestäubt. Die restlichen 20 Prozent gehen auf das Konto von Hummeln, Fliegen, Wildbienenarten, Schmetterlingen und anderen Insekten. Diese sind im Vergleich zu Bienen aber oftmals sehr spezialisiert und „arbeiten“ daher langsamer.

Klinikmitarbeiter in Kiew haben sich für die vielen Hilfsgüter bedankt, die von trans-o-flex in die Ukraine gesandt wurden, und dieses Foto geschickt.



Hilfsaktionen

Sachspenden für die Ukraine, 30.000 Euro für Erdbebenopfer



Mit zwei großen Spendenaktionen haben Mitarbeiter, Kunden und Transportpartner von trans-o-flex sowie das Unternehmen selbst die Hilfe für die Menschen in der Ukraine und im türkisch-syrischen Erdbebengebiet unterstützt. Um den Erdbebenopfern in der Türkei und in Syrien möglichst schnell und unkompliziert zu helfen, hat sich trans-o-flex entschieden, Mitarbeiter und Partner zu Geldspenden aufzurufen. „Hier schien es uns am besten, die in der Soforthilfe bewährten deutschen Hilfsorganisationen zu unterstützen“, sagte trans-o-flex-CEO Wolfgang P. Albeck. So wurde am 9. Februar ein trans-o-flex-Spendenkonto über die Seite „Aktion Deutschland Hilft“ eingerichtet. Die Organisation kann diese Spende dann direkt vor Ort genau für das einsetzen, was dringend benötigt wird. In nur fünf Tagen kamen 6.794,99 Euro auf dem Spendenkonto zusammen. Die Summe wurde von trans-o-flex auf 30.000 Euro aufgestockt und direkt an die Aktion Deutschland Hilft überwiesen. Die Spende kann jetzt vom Aktionsbündnis direkt für die Hilfe vor Ort eingesetzt werden.

Um den Menschen in der Ukraine zu helfen, hat das Unternehmen rund 60 Paletten mit Hilfsgütern gesammelt, die in Zusammenarbeit mit den Main-Kinzig-Kliniken Gelnhausen zu einer Klinik in Kiew gebracht wurden. Neben unterschiedlichsten pharmazeutischen Produkten waren auch mehr als 1.400 trans-o-flex-Jacken in der Hilfslieferung enthalten, darunter fast 1.000 Winterjacken. Sie wurden in drei verschiedenen ukrainischen Regionen an Menschen verteilt, die wegen des Kriegsgeschehens oftmals Hals über Kopf ihr Zuhause verlassen mussten und nicht über ausreichend Winterkleidung verfügen. Auch die pharmazeutischen Produkte wurden auf verschiedene Krankenhäuser aufgeteilt. „Die Kollegen aus der Ukraine haben sich sehr gefreut und bedankt“, schrieb Oberarzt Andriy Kyselyov an trans-o-flex. „So viele medizinische Hilfsmittel und andere Sachen auf einmal haben sie noch nie bekommen. Nochmal vielen Dank!“ Kyselyov arbeitet an den Main-Kinzig-Kliniken in Gelnhausen. Der chirurgische Oberarzt hat ukrainische Wurzeln und hat die Ukraine-Hilfe koordiniert.

Fortbildungskonzept

Basic-Trainings stoßen auf große Resonanz

Die im neuen Weiterbildungskonzept für alle trans-o-flex-Mitarbeiter vorgesehenen Basic-Trainings sind erfolgreich gestartet. „Die ersten in der Zentrale Weinheim angebotenen Termine waren schon kurz nach Bekanntgabe ausgebucht“, sagt trans-o-flex-Geschäftsführer Training & Service Michael Löckener, in dessen Ressort das Thema Fortbildung fällt. „Wir werden regelmäßig weitere Termine anbieten, so dass alle Mitarbeiter zeitnah an den Trainings teilnehmen können.“ In dem zweitägigen Basic-Training geht es darum, dass alle Mitarbeiter ein einheitliches Basiswissen über Expresslogistik haben, dass die Werte und die Kultur von trans-o-flex unterstützt und gefördert werden. „Die Aufgaben der Basic-Trainer übernehmen jeweils interne Führungskräfte, die im Rahmen von Train-the-Trainer-Schulungen umfassend darauf vorbereitet wurden.“

An ausgewählten Standorten, die jeweils für eine bestimmte Region zuständig sind, wurden für diese und weitere Weiterbildungsmaßnahmen professionell ausgestattete Trainingscenter eingerichtet. „So können wir Anfahrtszeiten und -kosten zu den Veranstaltungen geringhalten. Gleichzeitig erzielen wir

eine höhere Auslastung der Trainings, wenn sie für Mitarbeiter verschiedener Standorte offen sind.“ Für ein Basic-Training sind maximal 12 Teilnehmer vorgesehen.

Am Ende eines jeden Basic-Trainings erhält jeder Mitarbeiter seinen persönlichen Trainingspass, in dem die Teilnahme am Kurs bestätigt wird. Dieser Trainingspass wird den Mitarbeiter über seine gesamte Zeit bei trans-o-flex begleiten und hier werden dann auch alle Weiterbildungen dokumentiert.

Es ist geplant, dass sich Mitarbeiter in weiteren Modulen beispielsweise zu Spezialisten in ihrem Bereich entwickeln können.

Dazu sind bereits verschiedene Schulungen für Operations, Sales, Customer Service oder Verwaltung in Vorbereitung. Neben Präsenzveranstaltungen sind verschiedene Module auch als Online-Training vorgesehen.



Stabilität und Erfahrung

1.053 Mitarbeiter mehr als zehn Jahre dabei

Bei trans-o-flex gibt es 1.053 Mitarbeiter, die in diesem Jahr bereits 10 oder mehr Jahre beim Unternehmen beschäftigt sein werden. 635 davon sind mindestens 20 Jahre dabei, 237 sogar 30 und 17 mindestens 40 Jahre. „Wir können uns glücklich schätzen, so viele langjährige Mitarbeiter zu haben“, meint Dr. Lorenz Waibel, Geschäftsbereichsleiter Personalmanagement bei trans-o-flex. „Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels ist dies ein großer Erfahrungsschatz, der für Stabilität und Professionalität sorgt.“


Titelthema

Apotheken unter Druck

Zwischen Medikamenten-Notstand und Online-Konkurrenz: Wie groß ist das Vertrauen der Deutschen in die Arzneimittelversorgung? Womit können Apotheker vor Ort punkten? Repräsentative Umfrage belegt: Bundesbürger wollen, dass die Qualität von Arzneimitteltransporten besser dokumentiert und transparenter wird

Wie entwickelt sich das Einkaufsverhalten bei Arzneimitteln in Deutschland? Welchem Bezugsweg vertraut die Bevölkerung? Welche Faktoren beeinflussen die Entscheidung? Welche Rolle spielt die Lieferkette dabei? Um Antworten auf diese und weitere Fragen zu erhalten, hat der Expressdienst trans-o-flex, zu dessen Kerngeschäft die Arzneimitteldistribution gehört, eine repräsentative Befragung in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse werden hier erstmals im Detail öffentlich vorgestellt.

„Einerseits steigen die Ansprüche an Apotheken, andererseits sinken ihre Margen und die Zahl eingelöster Rezepte schrumpft. Dadurch wächst der Druck vor allem auf die Vor-Ort-Apotheken immer

weiter“, sagt Wolfgang P. Albeck, CEO des Expressdienstes trans-o-flex. „Weil Apotheken einen wichtigen Teil der von uns bedienten Empfängerschaft ausmachen, wollten wir genauer wissen, wie die Bevölkerung in Deutschland die Arzneimittelversorgung sieht und wie sie die Bedeutung der Arzneimittellieferung einschätzt.“ An der repräsentativen Erhebung haben am 13. Januar dieses Jahres 1.002 Erwachsene aus Deutschland teilgenommen. „Es ging uns um eine unabhängige Bestandsaufnahme und die haben wir bekommen“, so Albeck vorweg. „Es ist eine schonungslose Beschreibung der aktuellen Lage, die uns teilweise überrascht hat und die Ansatzpunkte zeigt, wo und wie die Situation verbessert werden kann.“



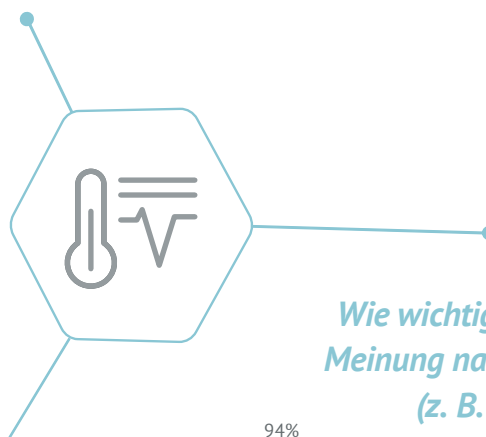


Die Befragung in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut Insa Consulere stützt die auch in Fachkreisen zu hörende Einschätzung, dass der Marktanteil der Online-Apotheken weiter zunehmen wird. Noch kauft die große Mehrheit der Deutschen „in der Regel“ ihre Medikamente in ihrer örtlichen Apotheke ein. In der Befragung gaben dies 72 Prozent aller Teilnehmer an. Dabei wächst dieser Anteil mit steigendem Alter tendenziell an. Bei den über 60-jährigen sind es rund 80 Prozent, während es bei den unter 30-jährigen 63 Prozent sind. Im Westen liegt der gesamte Anteil der Vor-Ort-Käufer mit 74 Prozent höher als im Osten Deutschlands (66 Prozent, inklusive Berlin).

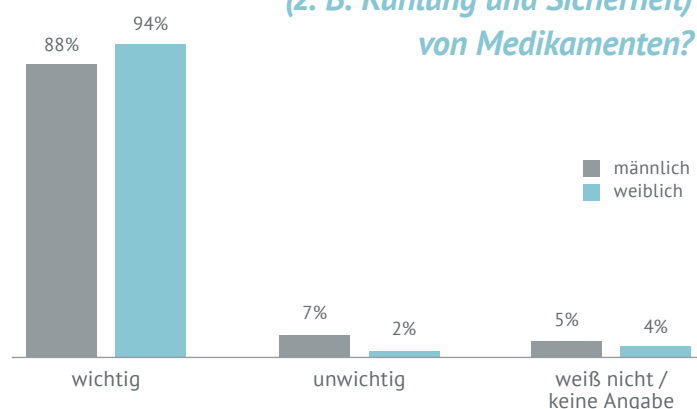
Am mangelnden Vertrauen in den Online-Vertriebsweg kann dieses Einkaufsverhalten nicht liegen. Das wird gleich von zwei Fragen untermauert. Auf die Frage „Wie groß oder gering ist Ihr Vertrauen in Online-Apotheken?“ antworteten 12 Prozent mit „sehr groß“ und 46 Prozent mit „eher groß“. Insgesamt hat also eine klare Mehrheit der Bürger Vertrauen in Online-Apotheken (58 Prozent kumuliert). Dazu passen die Antworten auf die Frage: „Glauben Sie, dass Medikamente aus der Online-Apotheke dieselbe Qualität haben wie aus einer stationären Apotheke?“ Hierauf antworten 77 Prozent mit Ja, 9 Prozent mit Nein und 14 Prozent wissen es nicht oder machen keine Angabe.

Angesichts dieses relativ großen Vertrauens ist es nicht verwunderlich, dass auch die Mehrheit derjenigen, die nicht ohnehin regelmäßig ihre Medikamente übers Internet kaufen, schon mindestens einmal Medikamente bei einer Online-Apotheke bestellt hat. Der Gesamtwert hier liegt bei 62 Prozent. Bei Frauen ist der Anteil spürbar höher als der von Männern (67 Prozent zu 56 Prozent).





Wie wichtig oder unwichtig ist Ihrer Meinung nach der richtige Transport (z. B. Kühlung und Sicherheit) von Medikamenten?



Sowohl männliche als auch weibliche Befragte sind absolut-mehrheitlich der Meinung, dass der richtige Transport von Medikamenten wichtig ist, wobei Frauen dies häufiger als Männer angeben (94 zu 88 %). Letztere sind entsprechend häufiger gegenteiliger Ansicht (7 zu 2 %).

Höhere Einkommen tendieren eher zum Online-Kauf von Medikamenten

Schaut man sich die Einkommensgruppen an, so fällt auf, dass es eine ganz klare Tendenz gibt. Je höher das Einkommen ist, desto mehr haben schon einmal Medikamente online bestellt. Die Kurve steigt hier von 52 Prozent (monatliches Haushaltsnettoeinkommen unter 1.000 Euro) auf 71 Prozent (Haushalte mit mehr als 4.000 Euro monatlichem Nettoverdienst).

Eher positiv auf das Vertrauen in Online-Apotheken dürfte auch die Einschätzung der Menschen zu folgendem Thema wirken: „Glauben Sie, dass der Transport von Medikamenten (mindestens) genauso streng überwacht wird wie der Transport von Lebensmitteln?“ Das denkt eine relative Mehrheit von 45 Prozent. Exakt ein Viertel der Befragten (25 Prozent) ist gegenteiliger Ansicht. 28 Prozent antworteten hier mit „weiß nicht“. Weitere zwei Prozent machten dazu keine Angabe.

Verbraucher wollen Kühlung und Sicherheit im Transport von Arzneimitteln

Eindeutig ist hingegen die Erwartung der Menschen in Bezug auf die Qualität des Transports. Einer überwältigenden Mehrheit ist „der richtige Transport (z. B. Kühlung und Sicherheit) von Medikamenten“ wichtig. Insgesamt sind 92 Prozent dieser Meinung. Für 68 Prozent ist das sogar „sehr wichtig“, für weitere 24 Prozent „eher wichtig“. Die Bedeutung der Qualität des Transports wird von Frauen noch höher eingestuft als von Männern (94 zu 88 Prozent).

Dazu passt, dass sich auch eine absolute Mehrheit der Befragten (52 Prozent) Schritte wünscht, „die beim Transport die Sicherheit der Arzneimittel im Versandhandel steigern (z. B. Gütesiegel, Zertifizierungen, Temperaturüberwachung)“. Nur 10 Prozent wollen dies nicht. Die Zahl der Unentschlossenen ist hier mit 22 Prozent („ist mir egal“) und mit 14 Prozent („weiß nicht“) relativ hoch.

Möglicherweise liegt das daran, dass die Menschen damit rechnen, dass solche Schritte mit Kostensteigerungen einhergehen. Denn 44 Prozent tendierten vorher bereits zu „eher nein“ auf die Frage: „Wären Sie (eher) bereit, mehr für eine Medikamentenbestellung zu bezahlen, wenn Sie genau wüssten, dass der Transport nachweislich im richtigen Temperaturbereich (= temperaturgeführt) erfolgt?“ Immerhin mehr als ein Drittel (36 Prozent) tendierten in dieser Frage zum Ja. 17 Prozent waren unentschieden. Lohnend ist bei der Zahlungsbereitschaft der Blick auf die Altersverteilung: Bei den 18- bis 39-jährigen war eine absolute Mehrheit bereit, mehr zu zahlen, während in den anderen Altersgruppen die Bereitschaft mit zunehmendem Alter abnahm. >>

Jeder zehnte Konsument hat bereits unbrauchbare Medikamente erhalten

Was die Qualität der Medikamente angeht, hat mehr als jeder zehnte Befragte (11 Prozent) schon einmal erlebt, „dass Medikamente direkt nach dem Kauf verändert oder unbrauchbar waren (z. B. Ausflockung oder Trübung von Flüssigkeiten, Verfärbung oder Verflüssigung von Salben, Gelen, Cremes oder Zäpfchen, Verfärbungen oder Risse in Tabletten, Geruchsveränderungen oder aufgeblähte Verpackungen)“. Diese Erfahrungen sind allerdings nicht einem bestimmten Vertriebsweg der Medikamente zuzuordnen. So hat die absolute Mehrheit von 57 Prozent der Befragten, die schon einmal Medikamente direkt nach dem Kauf hatten, welche verändert oder unbrauchbar waren, diese in einer stationären Apotheke gekauft. Etwa ein Fünftel der Befragten (21 Prozent) hat sie hingegen in einer Online-Apotheke erworben. 13 Pro-

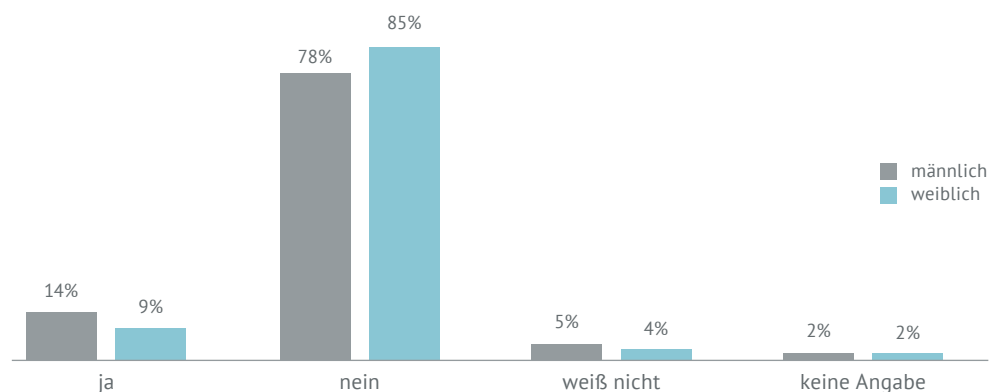
zent haben veränderte Medikamente woanders beschafft. 6 Prozent können sich nicht mehr daran erinnern, 2 Prozent wissen hier keine Antwort und 1 Prozent will hierzu keine Angabe tätigen.

Angesichts der Marktanteile der Online-Apotheken (die Experten auf weniger als zwei Prozent bei rezeptpflichtigen und maximal 20 Prozent bei rezeptfreien Medikamenten schätzen) erlaubt die Umfrage an dieser Stelle den Schluss: Der Anteil beschädigter Arzneimittel scheint in Online-Apotheken höher zu sein als in stationären Apotheken.

„Die Befragung hat aus unserer Sicht sehr klare Ergebnisse im Hinblick auf die Erwartungen der Konsumenten an die Arzneimittellogistik gebracht“, hält trans-o-flex-CEO Albeck zusammenfassend fest. „Verbraucher gehen davon aus, dass Arzneimitteltransporte streng überwacht werden, Temperaturführung und Sicherheit sind für sie nicht

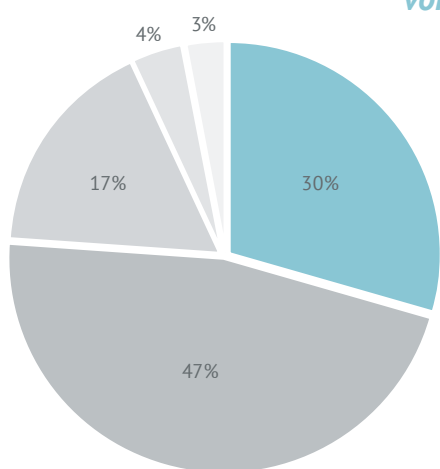


Haben Sie schon einmal erlebt, dass Medikamente direkt nach dem Kauf verändert oder unbrauchbar waren (Ausflockung oder Trübung von Flüssigkeiten, Verfärbung oder Verflüssigung von Salben etc.)?



Auch wenn es beiden Geschlechtergruppen jeweils absolut-mehrheitlich noch nie passiert ist, dass Medikamente direkt nach dem Kauf verändert oder unbrauchbar waren, geben dies befragte Frauen häufiger als Männer an (85 zu 78 %). Letztere haben dies entsprechend häufiger erlebt (14 zu 9 %).

Wie wichtig oder unwichtig ist es Ihnen, dass Sie beim Kauf von Medikamenten von einem Apotheker bzw. von einer Apothekerin beraten werden?



- sehr wichtig
- eher wichtig
- eher unwichtig
- sehr unwichtig
- weiß nicht / keine Angabe

30 Prozent der Befragten ist es sehr und weiteren 47 Prozent eher wichtig, beim Kauf von Medikamenten von einem Apotheker bzw. von einer Apothekerin beraten zu werden (77 %, kumuliert). Dieser absoluten Mehrheit stehen 21 Prozent (kumuliert) gegenüber, denen dies eher (17 %) oder sehr unwichtig (4 %) ist. Ein Prozent weiß es nicht und zwei Prozent machen keine Angabe.

verhandelbar und sie wünschen sich in Fragen der Qualität des Transports mehr Transparenz. Das können Gütesiegel, Zertifizierungen und Temperaturüberwachung sein.“ Die Studie lasse dabei den Schluss zu, dass die Verbraucher diese Qualitätsanforderungen nicht nur an Online-Apotheken stellen, sondern auch an stationäre Apotheken. „Umso wichtiger ist es, dass sich auf allen medizinischen Vertriebskanälen endlich einheitliche Qualitätsstandards herausbilden.“

Schließlich gab die Erhebung laut Albeck einen wichtigen Hinweis, wie die stationären Apotheken auch in Zukunft punkten könnten, nämlich bei der Beratung. „Wie wichtig oder unwichtig ist es Ihnen, dass Sie beim Kauf von Medikamenten von einem Apotheker bzw. von einer Apothekerin bera-

ten werden?“, lautete eine Frage der Untersuchung. Mit insgesamt 77 Prozent war dieser Aspekt einer deutlichen Mehrheit der Befragten wichtig. Für 30 Prozent war er sogar „sehr wichtig“, für 47 Prozent „eher wichtig“.

Im Hinblick auf die Mangellage bei bestimmten Arzneimitteln, diesen Rückschluss lässt die Studie ebenfalls zu, geben die Deutschen nicht den Apotheken die Schuld. Vielmehr sind mehr als sechs von zehn Befragten der Meinung, dass die Politik mehr tun müsse, um den Mangel an Insulin, Antibiotika, Fiebersaft, teilweise sogar an Medikamenten für Krebspatienten zu beseitigen. Frauen sind mit 68 Prozent dabei noch entschiedener als Männer (56 Prozent), ältere Befragte entschiedener als jüngere (72 zu 49 Prozent). ■

GEODIS-Chefin im Interview

Warum GEODIS trans-o-flex übernommen hat

Die Übernahme von trans-o-flex durch den weltweit aktiven Logistikkonzern GEODIS und die Folgen davon sind ihr Thema. Deshalb hat Marie-Christine Lombard, die GEODIS-Vorstandsvorsitzende, diesem Magazin dazu ein exklusives Interview gegeben. Darin beschreibt sie erstmals ausführlich, was sie an trans-o-flex schätzt, wie sich beide Unternehmen aus ihrer Sicht ergänzen werden und was das alles für die Kunden bedeutet.

Was gefällt Ihnen besonders gut an trans-o-flex?

Der Erfolg von trans-o-flex ist der eines Familienunternehmens, das sich in nur einem Jahrzehnt in Deutschland zu einem anerkannten Marktführer auf dem sehr anspruchsvollen Markt des temperaturgeführten Transports von Gütern des Gesundheitswesens und der Premium-Expressdienste entwickelt hat. Das Know-how und die Unternehmenskultur von trans-o-flex passen perfekt zu den Zielen und der Denkweise von GEODIS: totales Engagement für eine hohe Servicequalität und für den Erfolg der Kunden durch die sichere Distribution ihrer Waren. Diese Akquisition soll es uns ermöglichen, unsere Reichweite in Deutschland, Österreich und den angrenzenden Ländern zu erweitern und unsere Position im strategisch wichtigen und schnell wachsenden Gesundheitsmarkt deutlich zu stärken. Deshalb haben wir trans-o-flex schon vor längerer Zeit als eine wertvolle Verstärkung identifiziert, mit der GEODIS seine Marktposition ausbauen kann.

Marie-Christine Lombard ist seit 2012
Vorstandsvorsitzende von GEODIS.



Was verspricht sich GEODIS von der Übernahme von trans-o-flex?

GEODIS ist in Deutschland bereits mit den Geschäftsfeldern Spedition (Luft- und Seefracht) und Lagermanagement vertreten. Mit der Übernahme von trans-o-flex hat GEODIS seinem Produktportfolio einen bundesweiten Premium-Zustelldienst in Deutschland hinzugefügt, von dem alle seine Kunden weltweit profitieren können. Darüber hinaus verfügt trans-o-flex über ein einzigartiges temperaturgeführtes Distributionsnetz für Healthcare-Produkte in Deutschland und den angrenzenden Ländern. Den trans-o-flex-Kunden wird GEODIS sein globales Netzwerk und seine Logistikinfrastruktur zur Verfügung stellen.

Was ändert sich für trans-o-flex-Kunden?

GEODIS beabsichtigt, dass trans-o-flex seinen Betrieb eigenständig weiterführt und seinen exzellenten Service und die Kundenbetreuung fortsetzt. Im Gegenzug werden wir den Kunden von trans-o-flex unsere globalen Netzwerkkapazitäten anbieten und die weitere europäische Entwicklung von trans-o-flex unterstützen.

Planen Sie weitere Übernahmen im Bereich des temperaturgeführten Transports von Arzneimitteln und anderen empfindlichen Gütern?

Der temperaturgeführte Transport wird derzeit hauptsächlich vom Pharmamarkt genutzt, der in Europa sehr profitabel ist. Dies ist eindeutig ein strategischer Entwicklungsbereich für GEODIS. Ja, wir werden also von Fall zu Fall jede Akquisitionsmöglichkeit prüfen, die sich ergibt und zu unseren strategischen Zielen passt.

Planen Sie weitere Akquisitionen in Deutschland?

Deutschland ist ein strategisches Schlüsselland für GEODIS. Wir sind dort bereits durch unsere Speditions- und Lagermanagementaktivitäten präsent. Mit trans-o-flex fügen wir nun ein leistungsfähiges Distributionsnetz für die letzte Meile hinzu, das im Gesundheitsmarkt stark aufgestellt ist.

Zunächst einmal gilt es nun, die wirtschaftlichen Synergien zu realisieren, die wir mit der Übernahme von trans-o-flex angestrebt haben. Dann werden wir nach weiteren Entwicklungen Ausschau halten, um unser wirtschaftliches Nutzenversprechen und unser Netzwerk zu verbessern.

**GEODIS**

Investition in maschinelles Lernen

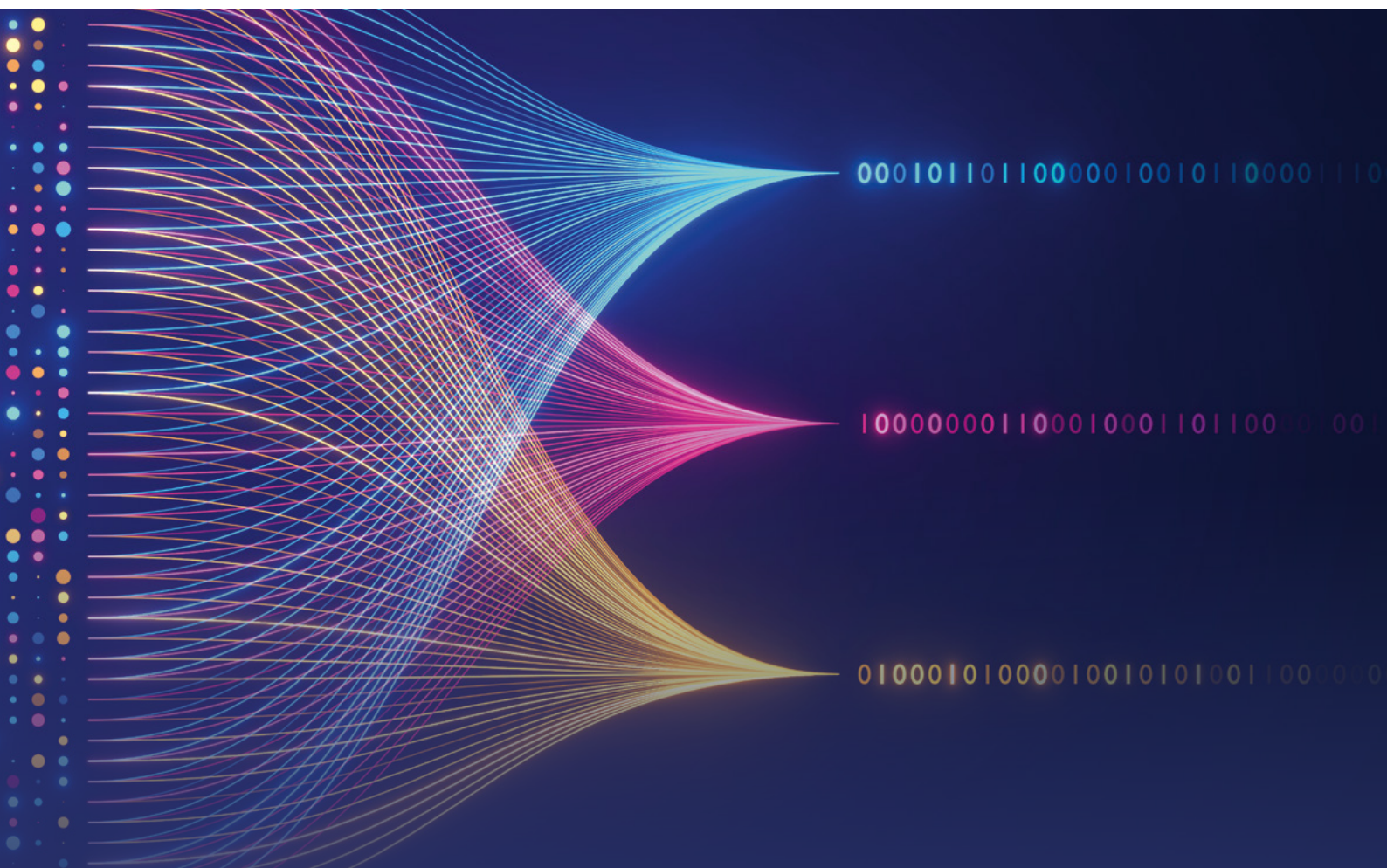
Die verborgenen *Spielregeln* der Zustellung aufdecken

Wie trans-o-flex mit Hilfe künstlicher Intelligenz die Planung auf der letzten Meile optimiert und was damit erreicht werden kann: Mehr erfolgreiche Erstzustellungen, verlässliche Lieferzeitfenster, höhere Kunden- und Empfängerzufriedenheit, geringere Kosten und weniger Aufwand

„Als Faustformel kann man sagen, dass sich bei einer Sendung, die nicht gleich beim ersten, sondern erst beim zweiten Versuch zugestellt werden kann, die Zustellkosten verdreifachen“, sagt Stefan Thömmes, Geschäftsführer der trans-o-flex IT-Service GmbH. „Denn ein erfolgloser Zustellversuch zieht nicht nur einen weiteren nach sich, sondern die Sendung muss ja zunächst ins Depot zurückgebracht und am nächsten Tag neu auf eine Tour disponiert werden. Nicht selten kommen beispielsweise noch Adressenüberprüfungen oder Abstimmungen mit dem Versender hinzu.“ Dieser durch mehrfache Zustellversuche verursachte zusätzliche Aufwand, die vermeidbaren Kosten und geringere Kundenzufriedenheit sind die Gründe dafür, dass trans-o-flex kontinuierlich an der Erhöhung der Quote erfolgreicher Erstzustellungen arbeitet und dafür jetzt auch künstliche Intelligenz (KI) nutzt. „Branchenexperten wissen, dass die Kundenzufriedenheit tendenziell abnimmt, wenn sich die Laufzeit einer Sendung unerwartet verlängert. Außerdem machen die Kos-

ten der letzten Meile, also für den Transport vom Zustelldepot bis zur Adresse des Empfängers, bei Transporten innerhalb eines Landes den größten Kostenblock aus, mehr als Abholung, Langstreckentransport oder Verwaltung.“ All das zeigt, wie wichtig die neuen KI-Anwendungen sind, die hier erstmals vorgestellt werden. Ihre Bedeutung steigt laut Thömmes sogar, wenn man sich kurz daran erinnert, was sich in den letzten Jahren noch alles rund um die Zustellung verändert hat.

„Der Sendungsmix hat sich kontinuierlich hin zu einem immer höheren Anteil von 2C-Sendungen entwickelt, also Sendungen an private Adressen“, erläutert der IT-Fachmann. „Selbst Versender, die klassischerweise nur an Firmenkunden verkauft haben, verschicken inzwischen auch Waren an Privatempfänger.“ Während Firmen in der Regel recherchierbare, regelmäßige Öffnungszeiten haben, gibt es das im privaten Bereich nicht. Folge: Privatempfänger sind oft nicht zu



Hause, wenn ein Zustellfahrer bei ihnen vorbeikommt. „Damit gerade Privatempfänger sich auf die Auslieferung eines Pakets einstellen können, wird der Wunsch nach Sendungsankündigungen und verlässlichen Zustellzeitfenstern immer größer.“ Gleichzeitig wird die Planung solcher Zeitfenster immer schwerer. „Staus, Baustellen oder Umleitungen verändern Transportzeiten. Mit konventionellen Planungstools ist das schier unberechenbar geworden.“ Aber auch bei Geschäftsadressen sind die Zustellbedingungen oft sehr unterschiedlich. Bei der einen Firma muss sich ein Zusteller an der Warenannahme erst in eine Schlange stellen, bei einer anderen kann er direkt zustellen.

Doch welche Tools sind am geeignetsten, um die spezifischen Herausforderungen von trans-o-flex, seiner Kunden und Empfänger zu lösen? Um diese Frage zu beantworten, mussten die Spezialisten der trans-o-flex IT-Service GmbH die Zustellprozesse detailliert analysieren. Einen wesentlichen

Hebel dafür beschreibt Thömmes so: „Eine zentrale Herausforderung in der Zustellung und Voraussetzung für eine passende Planung sind die Stoppzeiten.“ Stoppzeit ist die Zeit, die ein Fahrer ab dem Zeitpunkt des Parkens benötigt, um eine Sendung aus dem Fahrzeug zu holen, zum Empfänger zu bringen und wieder zurück zum Fahrzeug zu kommen. Diese Stoppdauer wird von zahlreichen Faktoren beeinflusst. So liegt es auf der Hand, dass beispielsweise ein einzelnes Paket schneller zugestellt wird als 20 Pakete. Die Größe der Packstücke spielt ebenso eine Rolle wie die spezifischen Besonderheiten des Empfängers: Kann der Fahrer direkt bis zur Anlieferadresse fahren oder muss er eine Sendung auf eine Sackkarre laden und zum Empfänger rollen? Gibt es verlässliche Öffnungszeiten, in denen angeliefert werden kann? Hat ein Empfänger womöglich Betriebsferien?

„Wir müssen in einem ersten Schritt all solche Besonderheiten erfassen, die möglicherweise die Stoppdauer beeinflus-



Stefan Thömmes

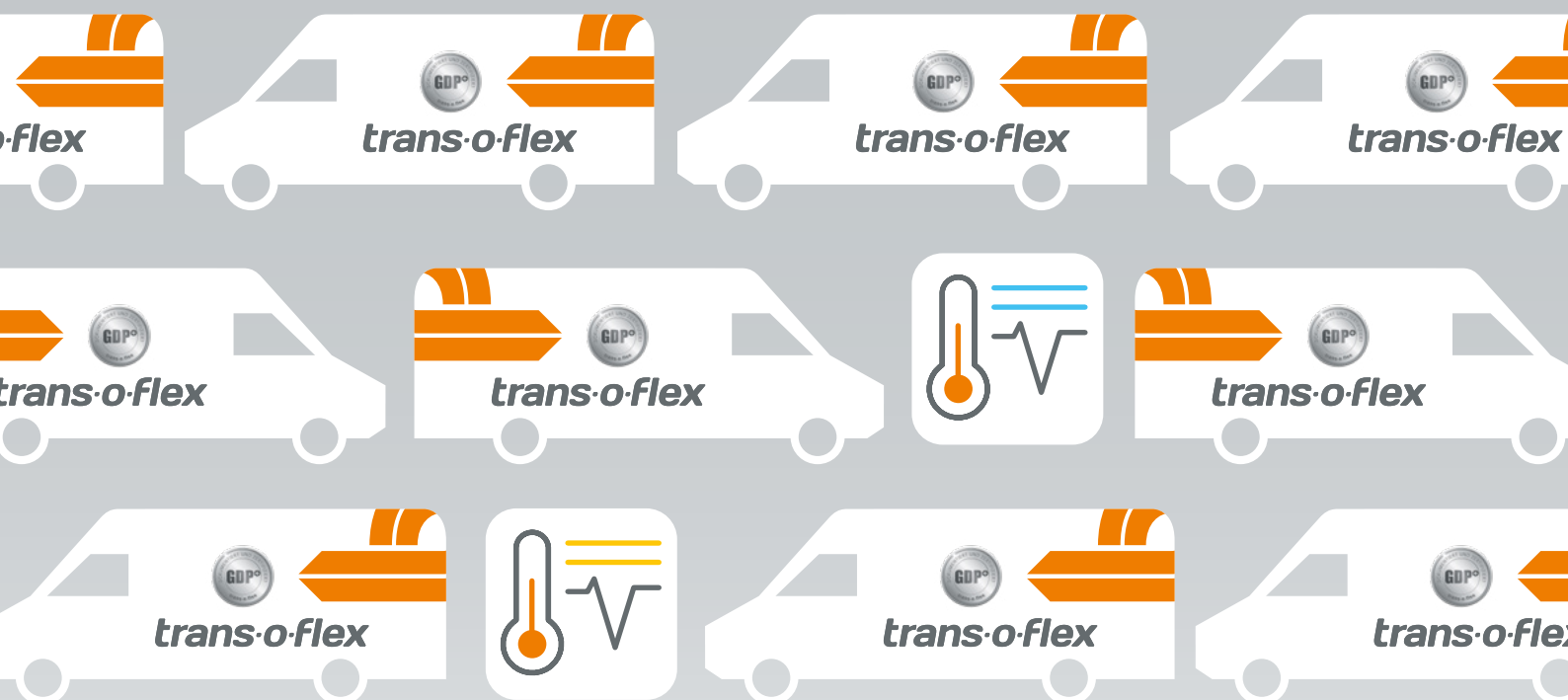
Stefan Thömmes (55), arbeitet seit 2016 für trans-o-flex und ist seitdem Geschäftsführer der trans-o-flex-IT-Service GmbH. Zuvor war er bereits von 2003 bis 2013 Geschäftsführer bei der IT-Service. Sein Team von 90 Experten leistet die Informationstechnologie und das Industrial Engineering für trans-o-flex.

sen. Erst dann kann im zweiten Schritt eine Software dabei Muster erkennen, die dann in einem dritten Schritt zur Erleichterung der Zustellung in der Planung berücksichtigt werden können.“ Dieser aufwändige Prozess beschreibt genau das, was mit den Fachbegriffen maschinelles Lernen oder künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet wird. Es sind also KI-Algorithmen, die trans-o-flex nutzt, um die Planungsqualität auf der letzten Meile zu optimieren.

„Bei einem Algorithmus handelt es sich ja um formalisierte IT-Vorschriften für einen bestimmten Bereich, bei uns vor allem in der Zustellung.“ Bei jeder weiteren Zustellung erhält die Software neue Informationen, aus denen sie lernen und die bisher erkannten Muster verfeinern kann. Der Algorithmus wird also durch jede neue Zustellung besser. „Man kann das mit einem Spiel vergleichen, das sehr komplexe Spielregeln hat“, erklärt Thömmes. „Je besser wir dabei die Spielregeln beherrschen, desto besser können wir spielen.“

In der Praxis hat das ganz konkrete Folgen. So erleichtern Informationen wie die besten Parkmöglichkeiten für einen bestimmten Stopp eine verlässliche Vorhersage der Zustellzeit bei einer Adresse. „Realistische Zustellzeitfenster sind für unsere Kunden und deren Kunden ebenso wichtig wie sensibel“, meint Thömmes. „Sie sind hilfreich, aber gleichzeitig können sie für sehr viel Unmut sorgen, wenn sie nicht eingehalten werden.“ Deshalb wird trans-o-flex weiter in solche KI-Prozesse investieren. „Das scheint der effizienteste Weg, um etwa die Verlässlichkeit der Vorhersage einer bestimmten Zustellzeit zu erhöhen und damit die Zufriedenheit der Kunden und Empfänger weiter zu steigern.“

Und wenn das gelungen sein wird, hat die KI immer noch nicht ausgelernt, sondern kann helfen, weitere Potenziale zu erschließen. So soll die KI zusätzlich lernen, dass bestimmte Ergebnisse direkt weitere Prozesse auslösen. Wenn beispielsweise ein Unternehmen Betriebsferien hat und die Sendung erst danach zugestellt werden kann, sollte darüber automatisch informiert werden. „Auch in diesem Bereich sind wir dabei, Tools zu entwickeln und zu verfeinern.“ ■



Fahrzeugbeschaffungen

Thermofahrzeuge für Fernverkehr und Feinverteilung

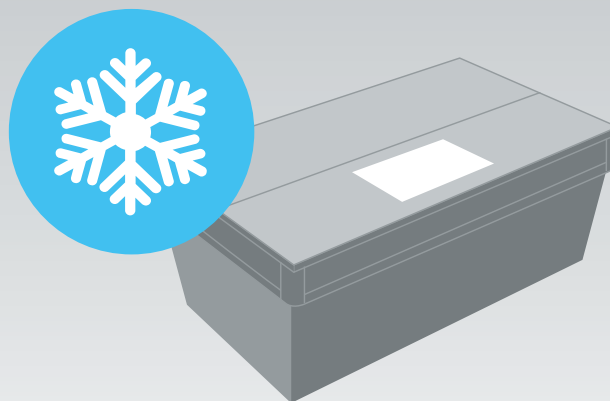
Kapazität in der Ambient-Zustellung steigt deutlich – trans-o-flex Express beschafft erstmals eigene Pharma-Sprinter – Lastenrad-Test in Bremen ab April mit Ambient-Sendungen

trans-o-flex Express steigert in diesem Jahr die Investitionen in seine Fahrzeugflotte erheblich. Den Schwerpunkt bilden dabei Thermofahrzeuge. „Wir werden nicht nur die Leistungsfähigkeit der bestehenden Flotte durch Ersatzbeschaffungen erhalten und durch neue Technik verbessern, sondern zusätzlich die Verfügbarkeit von Spezialfahrzeugen für die Distribution erhöhen“, kündigte CEO Wolfgang P. Albeck an.

Dazu hat trans-o-flex Express bereits 230 Pharma-Sprinter bestellt. Die Transporter mit einem Fahrgestell von Mercedes erhalten einen Aufbau des Herstellers Spier. Sie sollen alle noch in diesem Jahr ausgeliefert werden. Ihr Einsatzzweck ist die Zustellung von Ambient-Sendungen, also von Sendungen im Temperaturbereich von 15 bis 25 Grad Celsius. Die Auslieferung von weiteren rund 270 Pharma-Sprintern ist für 2024 vorgesehen. >>

„Durch die neuerliche Investition baut trans-o-flex seine Kapazität für Ambient-Lieferungen im Nahverkehr deutlich aus“, erläutert Albeck. „Denn wir ersetzen Fahrzeuge, die bisher mit Thermoboxen ausgestattet waren und damit nicht so viel Ambient-Kapazität haben wie komplett temperierte Fahrzeuge.“ Das Unternehmen rechnet damit, dass die Nachfrage nach Ambient-Transporten weiter zunehmen wird. Die Zahl der eingesetzten Thermofahrzeuge wird sich durch die jetzt beschlossenen Investitionen bis Ende 2024 mehr als verdreifachen.

Ebenfalls noch in diesem Jahr schafft trans-o-flex 60 neue Thermoboxen an. Diese Boxen sind eine Art Temperierschrank für Pakete. Sie werden in konventionelle Transporter eingebaut, damit auch mit diesen Fahrzeugen Ambient-Sendungen sicher zugestellt werden können. Die Besonderheit der neuen Boxen: Die Temperatur in der Box wird dem Fahrer direkt auf seinem Handscanner angezeigt. So kann er bei Über- oder Unterschreitung bestimmter Grenzwerte aktiv werden, damit die Temperaturkette eingehalten werden kann.



Das Unternehmen Pöttker, das die neuen Thermoboxen herstellt, hat auch für die Auslieferung von Ambient-Sendungen per Lastenrad eine innovative Lösung entwickelt. Es handelt sich um batteriebetriebene Boxen mit einem Ersatzakku. Die Behälter sollen ab April in den laufenden Test in Bremen aufgenommen werden. In der Bremer Innenstadt testet trans-o-flex Express bereits seit 2022 die Zustellung von Sendungen per Lastenrad. Mit den neuen Boxen kann auch die aktiv temperierte Zustellung bei 15 bis 25 Grad in den Praxis-test integriert werden. Die Box kann sowohl heizen als auch kühlen. Der Ambient-Test soll mindestens





bis zum Hochsommer laufen, um auch die Zuverlässigkeit bei extrem hohen Temperaturen testen zu können. Zusätzlich getestet wird ein ebenfalls batteriebetriebener Boxentyp, der speziell für Elektrofahrzeuge entwickelt wurde.

Nicht zuletzt plant trans-o-flex Express in diesem Jahr insgesamt 320 neue Trailer für sein Netzwerk. Die ersten 100 davon sollen bereits bis Ende April im trans-o-flex-Netzwerk rollen. Es handelt sich um Auflieger mit Kofferaufbau. Weitere 100 Sattelaufleger desselben Typs sollen bis Jahresende ausgeliefert sein. Zusätzlich hat trans-o-flex für

den Transport von Ambient-Sendungen im Fernverkehr noch 120 neue Pharma-Trailer bestellt. Bei diesen Aufliegern handelt es sich um sogenannte Pharma-Trailer des Aufbauspezialisten Krone.

„Mit diesen Trailern können wir den Pharmastandard zuverlässig einhalten“, sagt Michael Zorell. Er verantwortet bei trans-o-flex den Bereich Linienverkehr. „Die Krone-Pharma-Trailer setzen wir bereits seit dem Start des Ambient-Netzwerks ein.“ Sie sind inzwischen nicht nur durch den darauf spezialisierten Dienstleister Pharmaserv zertifiziert, sondern verfügen auch über ein Zertifikat des European Institute for Pharma Logistics (EIPL). Ein Beispiel für den hohen Standard der Fahrzeuge ist die doppelte Sicherheit bei der Temperaturdatenübertragung: Normalerweise werden die Temperaturdaten des Trailers über Datenfunk ins trans-o-flex-System übertragen. Beim Pharma-Trailer ist das Thermoaggregat zusätzlich mit einem Drucker verbunden. Er arbeitet als kontinuierlicher Temperaturschreiber und verhindert dadurch im Fall einer Störung der Funkübertragung Lücken im Temperaturlebenslauf. ■



Die Thermo-Aggregate der neuen Pharma-Trailer kühlen und wärmen nicht nur, sondern sorgen auch für eine doppelte Dokumentation: Sie übertragen die Temperaturdaten digital per Datenfunk und sind als Backup zusätzlich mit einem Drucker als kontinuierlichem Temperaturschreiber verbunden.



Blick auf das HARTMANN-Logistikzentrum im baden-württembergischen Herbrechtingen. Es liegt nördlich von Ulm an der A7 und ist einer von zwei Standorten, an denen trans-o-flex HARTMANN-Ware abholt.

HARTMANN

Kundenlösung

Alles aus einem Guss: Von der Bestellung bis zur Lieferung

Auf dem Weg zur digitalen Abwicklung: Warum die PAUL HARTMANN AG von einer internen Lösung zu trans-o-flex gewechselt ist und welche Erfahrungen der internationale Medizinproduktehersteller dabei gemacht hat

Mehr als zwei Jahrzehnte lang gab es für die Produktdistribution der PAUL HARTMANN AG eine interne Lösung. Seit 2021 nutzt das international tätige Unternehmen, das Medizin- und Pflegeprodukte herstellt und vertreibt, zahlreiche Dienstleistungen von trans-o-flex: Neben Standard- und Express-Services mit Lieferungen bis 8, 10 und 12 Uhr sind darunter auch Mehrwertdienstleistungen wie Lieferschein-Service und Stationsbelieferung. Wie es zu diesem Wechsel kam und wie sich die Zusammenarbeit entwickelt, darüber sprach das trans-o-flex-Magazin mit Uwe Schmidt, Leiter des globalen Supply-Chain-Managements der HARTMANN GRUPPE.

HARTMANN: Medizin und Pflege

Die PAUL HARTMANN AG ist das vor mehr als 200 Jahren gegründete Stammunternehmen der heutigen HARTMANN GRUPPE, die in 36 Ländern präsent ist und 2021 einen Umsatz von 2,3 Milliarden Euro erzielt hat. Die HARTMANN GRUPPE gilt als ein führender europäischer Anbieter von Systemlösungen für Medizin und Pflege. Produktmarken sind beispielsweise MoliCare® (Inkontinenzmanagement), Zetuvit® (Wundversorgung) oder Sterillium® (Infektionsmanagement).



Sie wollten verschiedene Logistiklösungen auslagern. Was waren die maßgeblichen Gründe?

HARTMANN hat sich mit dieser Lösung für mehr Digitalisierung entschieden. Für uns war maßgeblich, wie wir aus Kundensicht am besten einen geschlossenen Prozess von der Bestellung bis zur Lieferung realisieren können. Daraus ergaben sich Anforderungen zum Beispiel an die Sendungsverfolgung (Track & Trace) und an elektronische Abliefernachweise. Es ging also darum, wie wir unseren Pfad der papierlosen Auftragsabwicklung am besten realisieren und über unsere eigene IT darstellen können.

Wie lange hat es gedauert, bis Ihr Unternehmen einen neuen Versanddienstleister ausgewählt hat?

Die Auswahl eines Dienstleisters ist eine Aufgabe, für die wir uns immer Zeit nehmen. Denn unsere Hauptabsicht sind starke Partnerschaften. Und um starke und langfristige Partnerschaften einzugehen, muss ein Findungs- und Abwägungsprozess stattfinden. Das ist eine wichtige Basis dafür, dass auch der Versand möglichst reibungslos läuft.

Wie bewerten Sie den gemeinsamen Transport von Paketen und Paletten?

Die hybride Lösung, also Pakete und Paletten in einem Netzwerk, hat den Vorteil, dass wir unseren bestehenden Kunden die konsolidierte Lieferung von Paketen und Paletten anbieten können. Die Anlieferung erfolgt dann nur über einen Partner, das entlastet die Kunden. Wir werden für unsere Kunden interessanter.

An wen liefern Sie überwiegend?

Unsere Kundenstruktur reicht von der Hausarztpraxis bis zu großen Unikliniken. Außerdem sind Apotheken sowie Alten- und Pflegeheime unsere Kunden.

Sie nutzen zahlreiche Zustellvarianten. Darunter sind klassische Express-Zustellungen für besonders eilige Sendungen, aber auch Sonderformen wie die Stationsbelieferung (Inhouse Delivery). Entscheiden Sie, wer bestimmte Dinge direkt auf eine Station geliefert bekommt, oder wie funktioniert das?

Für uns sind immer die Kunden und ihre Präferenzen entscheidend. Bei trans-o-flex nutzen wir den Service der Stationsbelieferung, bei dem auf die Station eines Krankenhauses oder in einen Wohnbereich des Alten-/Pflegeheims geliefert wird.



*Er stand Rede und Antwort:
Uwe Schmidt ist Leiter
des globalen Supply-
Chain-Managements der
HARTMANN GRUPPE.*

Welchen konkreten Bedarf unsere Kunden haben, das ermitteln wir in Gesprächen mit ihnen. Wenn wir dem Lieferwunsch direkt entsprechen können, weil wir die jeweilige Lösung bereits im Portfolio haben, dann kann unser Außendienst direkt ein Häkchen machen. In allen anderen Fällen prüfen wir die Machbarkeit, denn wir wollen uns ja auch mit unseren Kunden und deren Anforderungen weiterentwickeln. Und bei großem Kostenbewusstsein werden auch Mehrwertleistungen geprüft, denn die kosten auch mehr. Diese Kosten müssen vorher transparent aufgezeigt werden, sodass zum Beispiel eine Klinik kalkulieren kann, was mit den bestehenden Ressourcen die beste Lösung ist.

Wann nutzen Sie den Lieferschein-Service von trans-o-flex und warum?

In den Fällen, in denen unsere Kunden noch ein Papierendokument wünschen, nutzen wir den Lieferschein-Service von trans-o-flex. Dafür übergibt HARTMANN eine Datei mit dem Lieferschein, der dann im Zieldepot von trans-o-flex ausgedruckt und zusammen mit der Ware an den Empfänger über-

geben wird. Unser Ziel ist es aber, nicht zuletzt aus Nachhaltigkeitsgründen, unsere Kunden Schritt für Schritt für den elektronischen Lieferschein zu begeistern. Im 2B-Bereich nutzen den schon ein Drittel der Kunden.

Gab oder gibt es etwas bei trans-o-flex, das Sie besonders beeindruckt hat?

Für uns ist es ein Vorteil, dass trans-o-flex in der Lage ist, Ware maschinell zu sortieren und einzelne Pakete zu verteilen. Das können Spediteure so nicht. Anders als bei Paketdiensten können wir bei trans-o-flex aber auch Ware lose auf Paletten übergeben. Damit erreichen wir eine gute Paletten- und Lkw-Auslastung. Das ist hoch effizient, nachhaltig und kostenschonend. Außerdem ist das Standortnetz ein Vorteil, denn die zwei Standorte, die Ware abholen, sind ganz in der Nähe unserer Lager in Brück und Herbrechtingen. Das ermöglicht späte Abholzeiten.

Welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit im Transport für HARTMANN? Sind Kunststoffpaletten oder Mehrwegboxen bei Ihnen ein Thema?

Alles, was uns nachhaltiger macht, ist grundsätzlich interessant und wird von uns intensiv geprüft. Wir haben daher im Zuge unserer Nachhaltigkeitsbestrebung beispielsweise begonnen, uns mit der Kunststoffpalette zu befassen. Das ist allerdings nichts, was wir von heute auf morgen umstellen können. Im Fokus steht auch hier, welche Vereinbarungen wir mit unseren Kunden haben. ■

Durch die Zusammenarbeit mit trans-o-flex kann HARTMANN seinen Kunden die konsolidierte Lieferung von Paketen und Paletten anbieten. Das entlastet die Empfänger und erleichtert die Versandabwicklung.



Lust auf Mehrwert?

Über seine klassischen Transportservices hinaus bietet trans-o-flex zahlreiche Mehrwertdienste an. Für drei davon haben wir hier die wichtigsten Informationen kurz zusammengefasst.

Alle Mehrwert-Angebote im Überblick finden Sie hier:
bit.ly/3JqhToB



1 Inhouse Delivery: Direkt dahin, wo eine Sendung gebraucht wird

Beim Service Inhouse Delivery, der auch Stationsbelieferung oder Desktop Delivery genannt wird, bringt der Zusteller die Sendung entsprechend der Versenderangaben in ein bestimmtes Stockwerk, in eine bestimmte Abteilung oder direkt zu einer bestimmten Person. Wenn der Zustellort mit einem Hubwagen problemlos erreichbar ist, gilt das auch für die Auslieferung von Paletten. Damit gewährleistet trans-o-flex, dass die Ware genau dorthin kommt, wo sie gebraucht wird. Besonders in großen Empfängerzentren wie Krankenhäusern, Bürogebäuden oder Universitäten ist damit eine schnelle und sichere Ankunft beim Endempfänger gesichert. Der genaue Bestimmungsort (z. B. Gebäude, Etage, Zimmernummer, Name der Empfangsperson) muss dafür sowohl in den Sendungsdaten als auch auf dem Adresslabel des Packstücks ersichtlich sein. Bei Sendungen mit mehreren Packstücken müssen alle Packstücke denselben Bestimmungsort haben.

2 Home Care: Direkt zum Patienten

Der Mehrwertdienst Home Care ist besonders geeignet für die Belieferung von Menschen, die zu Hause oder in Alten- und Pflegeeinrichtungen Medizin, Medizintechnik oder klinische Ernährungsprodukte im wiederkehrenden Zyklus erhalten. Dabei liefert der Fahrer bis an die angegebene Verwendungsstelle (Stockwerk, Wohnung, Zimmer etc.) innerhalb des Privathaushalts oder der Pflegeeinrichtung. Für diesen Service müssen Versender eine separate Kundennummer nutzen, der Sendungsdatensatz muss den Zusatzdienst enthalten und die Packstücke sind mit dem entsprechenden Serviceaufkleber zu kennzeichnen. Die

Auslieferung übernehmen speziell geschulte Fahrer, die beispielsweise berücksichtigen, dass die Empfänger länger brauchen, um die Tür zu öffnen. Für diese Auslieferungen sind von vornherein längere Stoppzeiten eingeplant.

3 Lieferschein-Service sorgt für weniger Papier

Bei PAUL HARTMANN führt der Mehrwertdienst Lieferschein-Service dazu, dass bereits ein Drittel der Kunden den elektronischen Lieferschein nutzen und bei PAUL HARTMANN selbst die Abwicklung der Lieferungen papierlos erfolgen kann. Denn für alle Kunden, die noch einen Lieferschein auf Papier wollen, druckt trans-o-flex die entsprechenden Dokumente aus. Der Druck erfolgt auf Wunsch im Kundendesign oder in einem Standard-Layout. Die Lieferscheine können entweder beim Empfänger abgegeben oder vom Empfänger quittiert zurückgeführt und archiviert werden. Voraussetzung für die Nutzung dieses Services ist, dass der Versender eine Lieferschein-Datei an trans-o-flex übermittelt (Druckdaten). Außerdem muss der Zusatzdienst im Sendungsdatensatz entsprechend der Schnittstellenbeschreibung gekennzeichnet sein. Dadurch wird eindeutig, dass für die jeweilige Sendung der Zusatzservice gewünscht ist. Dank der trans-o-flex-IT löst der Scan der Sendung beim Beladen des Zustellfahrzeugs dann automatisch den Druck der Dokumente aus. Der Fahrer erhält die Dokumente ausgehändigt und hat auf seinem Tourenübergabeblatt angegeben, wie viele Lieferscheine er bekommen hat und wie er damit zu verfahren hat (Abgabe an Empfänger oder Quittierung mit anschließender Rückführung und Archivierung).

Sascha Caninenberg, Regionaler Vertriebsleiter West und Bereichsleiter International Vertrieb & Operation bei trans-o-flex.



Europäisches Netz

B2C-Sendungen sorgen für Rekordwachstum

EURODIS, das von trans-o-flex gegründete europäische Transportnetz, verzeichnete 2022 ein Sendungsplus von 60 Prozent – Ein Grund dafür sind spezielle B2C-Lösungen wie in Österreich

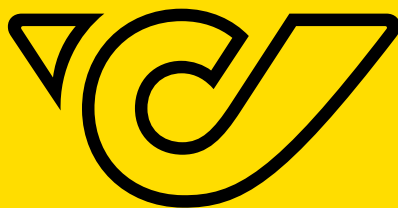
Was haben Familien und Logistiknetze gemeinsam? Diese Frage ist kein Witz. Vielmehr kann sie helfen, jene besondere Dynamik zu verstehen, die EURODIS, das internationale Netzwerk für den gemeinsamen Transport von Paketen und Paletten, ergriffen hat. Bei Familien kommt es nicht selten vor, dass sie nochmals eine ganz neue Dynamik gewinnen, wenn die ersten Kinder schon etwas älter sind und dann erneut Nachwuchs kommt. Da verändern sich Rollen, festgefügte Abläufe werden überprüft und optimiert. Das Familienwachstum ist einfach unübersehbar und nicht zuletzt ist oft ein größeres Auto fällig, damit alle noch gemeinsam unterwegs sein können. Eine vergleichbare Dynamik ist beim internationalen Logistiknetz EURODIS eingetreten.

Vor genau 30 Jahren von trans-o-flex gemeinsam mit europäischen Partnerunternehmen gestartet, war der Verbund starker nationaler Logistikplayer zunächst als reines B2B-Netz erfolgreich. 2015 stieg EURODIS dann in den B2C-Markt ein. Und seitdem reiht sich Rekordjahr an Rekordjahr. Getrieben durch die starke Entwicklung im Versand an Privatkunden, meldete EURODIS in den letzten drei Jahren jeweils zweistellige Wachstumsraten. 15 Prozent waren es 2020, 31 Prozent in 2021 und 60 Prozent in 2022. Mittlerweile geht mehr als jede zweite internationale EURODIS-Sendung an eine Privatadresse. Insgesamt transportiert EURODIS Sendungen in zweistelliger Millionenhöhe.

„Ein wesentlicher Hintergrund für diesen kontinuierlichen Erfolg ist, dass inzwischen fast alle Partner spezielle Lösungen dafür entwickelt haben, auch Sendungen an Privatempfänger gleich beim ersten Mal zuzustellen und zudem mögliche Retouren einfach und unkompliziert zu handeln“, sagt Sascha Caninenberg. Er ist als Bereichsleiter International Vertrieb & Operation bei trans-o-flex zentrale Schaltstelle für die EURODIS-Sendungen. „Ein gutes Beispiel ist Österreich.“ Die dortige Postgesellschaft ist der Marktführer im österreichischen Paketgeschäft und liefert als EURODIS-Partnerin alle Paketsendungen aus, die aus dem Netzwerk nach Österreich geschickt werden.

„Die Österreichische Post ist schon gut in der klassischen 2B-Zustellung, aber in der Zustellung an Privatkunden hat sie einige nahezu uneinholbare Wettbewerbsvorteile“, meint Caninenberg. So funktioniert die Haustürzustellung immer öfter unabhängig von der Anwesenheit des Empfängers. Denn die Österreichische Post hat inzwischen rund 1 Million Abstellgenehmigungen von Empfängern. Sie testet Vorzimmerzustellungen, bei denen die Paketboten Zugang zur Wohnung des Empfängers haben und dort das Paket ablegen. Nicht zuletzt gibt es über 66.000 Post-Empfangsboxen. „Das sind Boxen an oder in Privathäusern, zu denen die Zusteller der Post mit Hilfe eines RFID-Chips exklusiven Zugang haben und über die rund 600.000 Haushalte in Österreich regel-





Österreichische Post in Zahlen

Mit 1,25 Milliarden Euro hat die Division Paket & Logistik bei der Österreichischen Post AG 2021 erstmals mehr Umsatz erzielt als das Briefgeschäft. Seit 2009 ist die Zahl der nationalen und internationalen Pakete kontinuierlich angestiegen – von 50 Millionen auf 184 Millionen im Jahr 2021. Um für weiteres Wachstum gewappnet zu sein, hat die Post in den vergangenen Jahren rund 500 Millionen Euro in den Ausbau ihrer Paketinfrastruktur investiert. Herausragendes Beispiel ist das Logistikzentrum in Allhaming in Oberösterreich, das auch als Import- und Exporthub für internationale Pakete im EURODIS-Netz etwa von und nach Deutschland dient. Hier wurde ein bestehendes Logistikzentrum so erweitert, dass bis zu 30.500 Pakete pro Stunde automatisch sortiert werden können.

Weil die Post auch beim Klimaschutz zu den Vorreitern in der Logistik ihres Landes zählt, wurde das Dach der Erweiterung mit heimischen Sedumsprossen und 75 Arten von Gräsern und Kräutern begrünt. Zusätzlich erhielt dieses Biodiversitätsdach eine Photovoltaikanlage, die im Endausbau über eine Leistung von 1,5 Megawatt Peak (MWp) verfügt und grünen Strom für den Betrieb der Anlage sowie für E-Fahrzeuge erzeugt. Ziel der Österreichischen Post ist es, die Zustellung aller Sendungen in Österreich bis 2030 zu 100 Prozent CO₂-frei durchzuführen. Das Ziel Net Zero – in ihrer gesamten Wertschöpfungskette klimaneutral zu sein – will das Unternehmen bis 2040 erreicht haben.

Die Österreichische Post hat kürzlich das 3.000ste E-Fahrzeug in Betrieb genommen. Zu ihren Nachhaltigkeitszielen gehört, schon bis 2025 in Wien komplett CO₂-frei zuzustellen.





mäßig ihre Pakete bekommen.“ Hinzu kommt, dass die Post flächendeckende Alternativen zur Haustürzustellung anbietet. Empfänger können ihre Pakete auch in einer von rund 1.750 Filialen abholen oder an einer von über 520 Abholstationen. Die bieten insgesamt mehr als 100.000 Abholächer und sind in der Regel 24/7 geöffnet. Über Post-Empfangsboxen oder Abholstationen wurden 2021 rund 11 Millionen Pakete zugestellt, sechs Prozent der Gesamtpaketmenge der Österreichischen Post AG. Tendenz: stark steigend.

„Als Marktführerin in Österreich konnten wir auch in 2022 mit 181 Millionen transportierten Paketen das Niveau des guten Vorjahres halten“, so Peter Umundum, Vorstandsleiter für Paket & Logistik, Österreichische Post AG. Konzernweit beliefen sich die Paketmengen der Österreichischen Post AG auf 430 Millionen. „Wir sind stolz, Teil des EURODIS-Netzwerkes zu sein und auf starke Partner wie trans-o-flex setzen zu können. EURODIS zeigt, wie erfolgreich die Kooperation von Logistikprofis in Europa funktionieren kann, und wir arbeiten weiter an internationalen Lösungen, auch um unsere Leistungen bei Abholung und Zustellung weiter zu verbessern – erfolgreich, schnell und in gewohnt hoher Qualität für unsere Kundinnen und Kunden“, ergänzt Umundum. Auch im Bereich Nachhaltigkeit setzt die Österreichische Post neue Maßstäbe: Mit der CO₂-neutralen Zustellung gilt sie als Vorreiterin der grünen Logistik in Österreich und mit dem innovativen Vorzeigeprojekt „Grüne Verpackung“ forscht die Post an wiederverwendbaren Verpackungen, um Verpackungsmüll im E-Commerce zu vermeiden. ■

Speziallösung für Gefahrgut, Paletten und OSG

In Österreich läuft die Zustellung von EURODIS-Sendungen über zwei verschiedene Dienstleister. Während Pakete über die darauf spezialisierte Österreichische Post AG laufen (siehe nebenstehenden Artikel), werden Gefahrgutsendungen, Ware auf Paletten sowie sogenannte operativ schwierige Güter (OSG) über die führende österreichische Spedition Gebrüder Weis zugestellt. „Auch in dieser Kombination bietet EURODIS einen Service aus einer Hand an“, sagt Sascha Caninenberg, Bereichsleiter International Vertrieb & Operation bei trans-o-flex. „Jeder Kunde hat seinen gewohnten Ansprechpartner, die Sendungsverfolgung erfolgt über ein System, wir holen alle Sendungsformen gemeinsam beim Versender ab und transportieren sie gemeinsam ins Land. Das sorgt für maximale Bündelungseffekte auf der Langstrecke. Erst in Österreich werden die Sendungen im Eingangshub auf zwei verschiedene Netze aufgeteilt.“



Weil es wirklich wichtig ist

Ihre Qualität, Ihre Kunden, Ihre Sendungen

Wenn etwas **wichtig** ist, muss es **schnell** gehen, ist **Präzision** gefragt.

Es bedarf **exzellenter Qualität** und es **muss gehandelt** werden.

Es braucht Menschen, die **Verantwortung übernehmen**, Menschen, die **Verantwortung tragen**.

Menschen, die wissen, was sie tun. Profis. **trans-o-flex**.

Mehr Information:



Was wirklich wichtig ist:
dass Tims Geburtstag nicht
verschoben werden muss.

Die neue Konsole, Zeit mit dem besten Kumpel, die Logistik
dahinter. Begeisterung braucht verlässliche Partner.

