Qualitätsmanagement-Review 2016

**Bericht der Schwerdtfeger Transport GmbH**

unter Einbeziehung der Standorte

**Schwerdtfeger Transport Friedrichshafen GmbH**

**Schwerdtfeger Transport Würzburg GmbH**

**Schwerdtfeger Transport Karlsruhe GmbH**

**Schwerdtfeger Transport Augsburg GmbH**

**Schwerdtfeger Transport Leipzig GmbH**

**Inhaltsverzeichnis**

**Vorwort…………………………………………………………..………………………………..………………… 2**

Eingabe in das QM-Review……………………………………………..………………………………………………………………………... 3

**1. Kommentieren der Ergebnisse 2015……………………………………………………………...…..……. 4**

**1.1 Leitung………………………………………………………………………….………………………………. 4**

1.1.1 Führungs- und Führungskräfteentwicklung…………………………………………..……………………………………...………….. 4

1.1.2 Personalentwicklung……………………………………………………………….………………………………………..…..…………. 4

**1.2 Politik und Strategie………………………………………………………………………………..………… 7**

1.2.1 Zielerreichung der im Review 2014 beschlossenen Qualitätsziele……………………………….…………………………………... 7

**1.3 QM-System………………………………………………………………………………………..……………. 8**

1.3.1 Einschätzung des bestehenden QM Systems………………………………………………………………………………………..…. 8

1.3.2 Durchgeführte Qualitätszirkel…………………………………………………………………………………………………………..…. 9

1.3.3 Standortmeetings………………………………………………………………………….…………………………………………..……. 9

**1.4 Schnittstellen zu Mitarbeitern………………………………………………………………..……………... 10**

1.4.1 Schulungen/Fortbildungen…………………………………………………………………………………………………..…………….. 10

1.4.2 Schulungsplan 2015…………………………………………………………………………………………………………………..……. 10

**1.5 Schnittstellen zu Kunden…………………………………………………………………….……………… 11**

1.5.1 Ergebnisse Kundenbefragung………………………………………………………………………………….…………………………. 11

**1.6 Schnittstellen zu Filialen……………………………………………………………………….……………. 12**

**1.7 Umgang mit Lieferanten……………………………………………………………………….…………….. 12**

1.7.1 Lieferantenbewertungen…………………………………………………………………………………………………………………… 12

**1.8 Fehler, Vorbeuge-, und Korrekturmaßnahmen………………………………………………………….. 12**

**2. Marktbeobachtung……………………………………………………………………………....…………….. 13**

**2.1 Selbstbewertungen…………………………………………………………………………….......………… 13**

**2.2 Mitbewerber……………………………………………………………………………………………………. 14**

**2.3 Maßnahmen zum Ausbau unserer Marktposition………………………………………………………. 15**

**3. Maßnahmenplan……………………………………………………………………………………..…..…….. 16**

**3.1 Ziele und Maßnahmen 2015…………………………………………………………………………………. 16**

**4. Abschließende Bewertung durch die Leitung…………………………………..…..…………………….. 17**

**5. Anlagen (Mitgeltende Unterlagen)……………………………………………………………...……..…….. 18**

**Vorwort**

Am xx.xx.xxxx führte die Schwerdtfeger Transport GmbH in Filderstadt ein Qualitätsmanagementreview im Rahmen einer Besprechung zwischen Geschäftsführung und QM-Beauftragtem durch. Nach Weggang unseres bisherigen QM-Beauftragten Herr Wyrwinski wird diese Aufgabe nun - *bis auf Weiteres -*  von Herrn Dorn übernommen.

Zum Ende 2015 haben wir einen neuen Standort gegründet. Die Schwerdtfeger Transport Leipzig GmbH.

Der neue Standort wird von Herr/Frau xx geleitet, unser QM-Handbuch ist auch für diesen Standort gültig.

Unser QM-Handbuch Rev. B, Stand 01.10.2015 ist weiterhin gültig und die darin formulierte Qualitätspolitik angemessen und aktuell. Zur Unterstützung und zur Durchführung des internen Audits haben wir auf die Unterstützung einer Unternehmensberatung zurückgegriffen, das interne Audit wurde am 01.03.2016 durch die EuroConsult GmbH durchgeführt und ergab keine Abweichungen, lediglich einige Empfehlungen und Restaufgaben.

Zur im Jahr 2017 anstehenden Re-Zertifizierung planen wir, unser QM-System auf die Anforderungen der neuen Norm DIN ISO 9001:2015 umzustellen und erwägen, ein integriertes Management-System unter Einbeziehung eines Umweltmanagements nach DIN ISO 14001:2015 aufzubauen.

**1. Kommentieren der Ergebnisse 2015**

*die folgenden Punkte 1.1.1 und 1.1.2 kurz – stichwortartig – ergänzen (z.B. Friedrichshafen: unverändert o.ä.). Hinweis: diese Punkte sind keine zwingenden Eingaben für die Managementbewertung aber durchaus sinnvoll, können daher aber knapp gehalten werden.*

**1.1 Leitung**

1.1.1 Führungs- und Führungskräfteentwicklung

**Filderstadt**

Alle bestehenden Führungskräfte wurden in Ihrer Position bestätigt. Wir sehen unsere Personalauswahl im Führungskreis als Kennzeichen für eine positive Mitarbeiterführung seitens der Geschäftsleitung an.

**Friedrichshafen**

Alle bestehenden Führungskräfte wurden in Ihrer Position bestätigt, es kam zu keiner personellen Veränderung hinsichtlich des Führungsstabes.

**Würzburg**

Zu Anfang 2014 mussten wir uns von unserem geschäftsführenden Gesellschafter, Herr Elvis Culjak, trennen. Die Geschäftsführung wurde alleinig an Herrn Jörg Schwerdtfeger übertragen. Zur Mitte 2014 konnten wir unseren ehemaligen Dispositionsleiter als neuen Standortleiter begrüßen. Herr Rainer Großmann führt nun seit Mitte 2014 den Standort Würzburg mit großem Erfolg.

**Karlsruhe**

Alle bestehenden Führungskräfte wurden in Ihrer Position bestätigt, es kam zu keiner personellen Veränderung hinsichtlich des Führungsstabes.

**Augsburg**

Zur Eröffnung des Standortes Augsburg wurde ein Standortleiter, auch über Fachvermittlungsagenturen, gesucht. Diese Suche blieb bis Anfang 2015 erfolglos. Die Leitung der Niederlassung wurde bis zu diesem Zeitpunkt über die Geschäftsführung unseres Standortes am Bodensee übernommen. Am 01. März 2015 hat unser neuer Standortleiter, Herr Sven Binder, seine Tätigkeit aufgenommen und wird die Führung der Niederlassung Augsburg übernehmen.

**Leipzig**

Xx

1.1.2 Personalentwicklung

**Filderstadt**

Aufgrund des stetig wachsenden Auftragsaufkommens war eine Umstrukturierung der Serviceabteilung im Unterbereich Sendungsverfolgung zwingend notwendig geworden. Bisher war die Sendungsverfolgung durch eine Person besetzt, welche die täglichen Sendungen überwacht hatte. Die Nacht- und Wochenendbereitschaft wurde im Rotationsmodus innerhalb der Servicemitarbeiter geregelt. Jeder Standort war zudem für die Regelung der eigenen Nacht- und Wochenendbereitschaft verantwortlich.

Seit dem Oktober 2014 besteht nun eine standortübergreifende Nachtdisposition aus zwei Mitarbeitern welche die ganze Nacht hindurch alle laufenden Sendungen kontrollieren. Eine Übergabe der Aufgaben und Stati erfolgt zwischen den beteiligten Abteilungen sowohl zu Beginn, wie auch zum Ende der Nachtschicht.

Diese Neuerung bringt nun zahlreiche positive Verbesserungen mit sich:

1. Erhöhung der Kundenzufriedenheit

* 24 Stunden Sendungsverfolgung
* 24 Stunden Disposition
* Ständige Erreichbarkeit bei Notfällen

1. Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheut

* Keine Nachtbereitschaft mehr
* Verringerung der Dokumentationsarbeiten am Tage

Zum Anfang 2015 wurde unsere neue Abteilung „Marketing und Unternehmenskommunikation“ gegründet. Wir konnten für diesen Bereich zwei Mitarbeiter gewinnen, welche ab sofort standortübergreifend für den einheitlichen Marketingauftritt, insbesondere der Homepage, zuständig sind. Ebenso wird sich der Bereich Marketing und Unternehmenskommunikation für eine Verbesserung der internen Kommunikation, der Erstellung eines CI Handbuches und der Schaffung eines Intranets verantwortlich zeigen. In Zukunft soll auch der Bereich Einkauf und Beschaffung über diese Abteilung gesteuert werden.

In 2014 gelang es in unserer Firmengeschichte erstmalig, 10 neue Auszubildende den Start ins Berufsleben zu ermöglichen. Weiterhin gelang es alle drei ausgelernten Auszubildenden nach bestandener Prüfung, zu übernehmen und ihnen einen gesicherten Arbeitsplatz zu bieten. Wir übernehmen weiterhin den gesellschaftlichen Auftrag der Ausbildung im Betrieb und werden auch in Zukunft junge Menschen in den Berufsstart begleiten.

Abteilung Landfrachten:

Es kam in 2014 zu keinerlei personellen Veränderung in dieser Abteilung.

Abteilung Expressverkehre:

Es kam in 2014 zu keinerlei personellen Veränderung in dieser Abteilung.

Abteilung Service:

Wie bereits beschrieben wurde der Bereich Sendungsverfolgung um eine 24-Stunden Überwachung erweitert. Weiterhin wurde zusätzlich zur bestehenden Person in der Tagschicht eine zweite Person eingestellt. Somit besteht der Bereich Sendungsverfolgung nun aus zwei Mitarbeitern am Tage und zwei Mitarbeitern in der Nacht.

Vertrieb**:**

Zu Anfang 2014 konnten wir bereits eine neue Mitarbeiterin im Vertrieb begrüßen. Frau Gabriele Zangerle hat sich in unserem Team perfekt eingegliedert und unterstützt unsere Vertriebsaktivitäten im südlichen Baden-Württemberg. Zur Mitte 2014 konnten wir einen weiteren Vertriebsmitarbeiter, Herrn Markus Etzel, begrüßen. Um einen strukturierter Vorgehen zu können wurde das bisherige Vertriebsgebiet in einen nördlichen und einen südlichen Bereich aufgeteilt. Herr Markus Etzel wird hierbei das nördliche Gebiet übernehmen. Die Vertriebsleitung steuert und überwacht die Tätigkeiten der neuen Mitarbeiter und unterstützt diese wenn nötig.

Auszubildende**:**

Alle ausgelernten Auszubildenden wurden in eine Festanstellung übernommen und in diversen Abteilungen fest integriert.

Fahrpersonal**:**

Wie bereits in den vergangenen Jahren, gestaltete sich die Suche nach fähigem Fahrpersonal als sehr schwierig. Der Großteil der im Vorjahr eingestellten Fahrer, aus Osteuropa, hatten unsere Vorstellungen nicht erfüllt und wir mussten uns trennen von ihnen trennen. Durch Einführung des Mindestlohngesetzes mussten wir uns außerdem von einer litauischen Personalfirma trennen, da diese uns die Ausstellung einer Mindestlohnbestätigung verweigerte. Seit einigen Monaten haben wir nun drei deutsche Ehepaare als Doppelbesatzung gefunden welche, unseren Fahrpersonalstamm erweitern.

Allgemein**:**

Wir können eine normale Mitarbeiterfluktuation verzeichnen. Wir sehen die personelle Entwicklung mit zusätzlichen Stellenschaffungen als positives Signal für die Zukunft an.

**Friedrichshafen**

Unserem bisheriger Standortleiter, Herr Giovanni De Carlo, wurde aufgrund seines hervorragenden Engagements die geschäftsführende Gesellschaft angeboten welche auch angenommen wurde. Seit 2014 bildet nun der Standort Friedrichshafen seine erste Auszubildende, Frau Valeria Blessing-Lort, aus. Weiterhin konnte ein fest angestellter polnischer Fahrer aufgrund seiner Fähigkeiten als Disponent übernommen werden. Herr Trochimiuk ergänzt nun unsere Disposition und kümmert sich im speziellen um die eingesetzten polnischen Partner. Eine weitere Ausbildungsstelle ist ab September 2015 in Planung.

Durch die Erweiterung des Eigenfuhrparkes wurden Neueinstellungen im Fahrpersonalstamm vorgenommen.

**Würzburg**

Bedingt durch die Trennung unseres geschäftsführenden Gesellschafters haben wir uns für den bestehenden Dispositionsleiter, Herrn Rainer Großmann, als Standortleiter entschieden. Als ergänzende Stelle haben wir Frau Franziska Amrhein als Service- und Dispositionsmitarbeiterin gewinnen können. Unser erster Auszubildender, Herr Eric Dörr, ergänzt seit 2014 unser Team. Zur Vertriebsunterstützung wurde für vier Monate eine Werksstudentin auf Stundenbasis beschäftigt welche nun ihr Studium weiter fortführt, eine Neubesetzung ist derzeit nicht vorgesehen. Zu Anfang 2015 wird eine Halbtagsstelle für den Bereich Abrechnung und Buchhaltung ausgeschrieben.

Für den Eigenfuhrpark wurde ein festangestellter Fahrer eingestellt.

**Karlsruhe**

In Karlsruhe kam es 2014 zu einem unerwartet hohen Aufkommen an Fahrten. Daraufhin musste sehr schnell passendes Personal gefunden werden. Herr Luigi Borella unterstützt seit Mitte 2014 unser Dispositionsteam.

Nach kurzer Zeit musste man sich wieder von Herrn Marcel Köhler-Laakso als Vertriebsmitarbeiter trennen, da dieser die definierten Ziele nicht erfüllen konnte. Zum Anfang Februar 2015 hat nun Herr Marko Wittmann seine Tätigkeit aufgenommen und konnte alle bisherigen Erwartungen übertreffen. Herr Wittmann war jahrelang als Vertriebsmitarbeiter im Sonder- und Direktfahrtbereich bei einem Mitbewerber tätig und bringt zahlreiche Kontakte mit.

Zum September 2014 wurde zum ersten Mal eine Ausbildungsstelle besetzt, Herr Simon Throm, ergänzt nun unser Team.

**Augsburg**

Zur Betriebseröffnung konnten wir zwei branchenfremde Mitarbeiter gewinnen. Wie sich sehr bald herausstellte, waren beide Kollegen den Anforderungen nicht gewachsen und wir trennten uns zum Jahreswechsel von ihnen. Aktuell wurden zwei neue Mitarbeiter gefunden, welche zu Anfang März 2015 beginnen und vorab am Standort eingearbeitet werden.

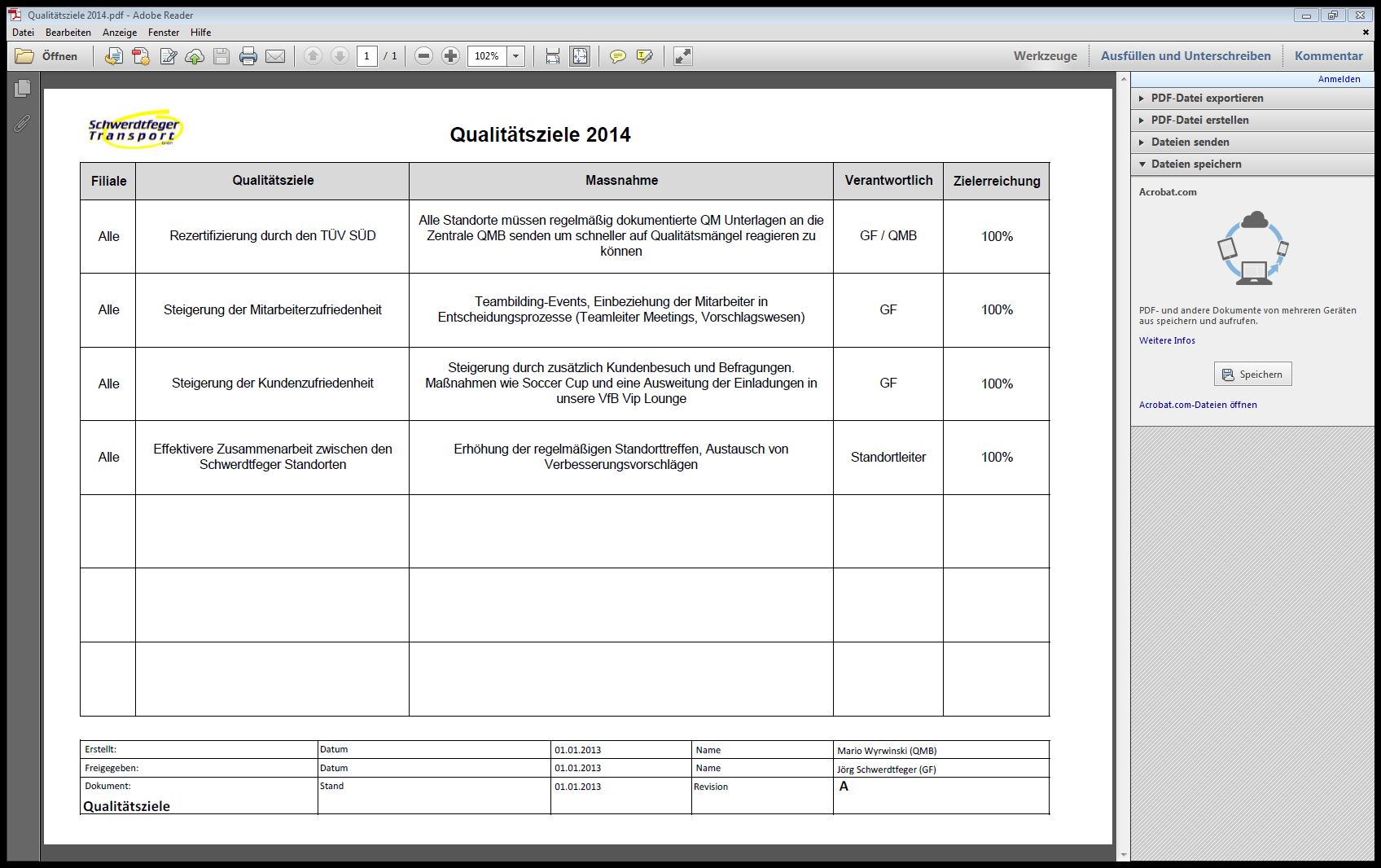
Die Schaffung einer ersten Ausbildungsstelle ist für September 2015 in Planung.

Leipzig

Xx

**1.2 Politik und Strategie**

1.2.1 Zielerreichung der Qualitätsziele 2015 *hier bitte Schaubild Ziele 2015 einfügen*

****

Mit dieser Zielerreichung 2015 sind wir zufrieden/nicht zufrieden, *ggfs. Kommentar zur Zielerreichung im Einzelnen und evtl. daraus abgeleitete Maßnahmen eintragen.* Für das Jahr 2016 haben wir uns neue Ziele gesetzt und die Mitarbeiter hierüber informiert.

**1.3 QM-System**

1.3.1 Einschätzung des bestehenden QM Systems

Das bestehende QM System in der Zentrale Filderstadt ist durch eine permanente Weiterentwicklung bereits seit einigen Jahren auf einem hohen Niveau. Durch die Matrixzertifizierung und die Vereinheitlichung der QM Dokumentenstruktur wurden nun die Vorlagen für alle Standorte gleich gestaltet. Dies unterstützt auch die rasche Implementierung unserer bewährten Standards bei der Neugründung von Standorten wie dem neuen Standort Leipzig.

1.3.2 Ergebnisse des 3. Überwachungsaudits durch den TÜV Süd:

Das Überwachungsaudit ergab keine Abweichungen und 2 Verbesserungshinweise, die wir in unsere Maßnahmenliste übernommen und wie folgt umgesetzt haben:

1. Die Lieferantenbewertung sollte hinsichtlich der Einstufung der Lieferanten in ABC-Lieferanten überarbeitet werden.

**Maßnahme:** Die Einstufung der Lieferanten wird als A/B(C-Einstufung dokumentiert.

1. Die Vorgehensweise zur Auswertung der Kundenzufriedenheit sollte in der entsprechenden VA spezifischer beschrieben werden, z.B. ab welcher Bewertung eine Maßnahme notwendig wird.

**Maßnahme:** *xx erledigt?*

1.3.3 Ergebnisse des internen Audits vom 01.03.2016 der EuroConsult:

Feststellungen:

Bei der Fahrzeug-Checkliste ES-JS 65 vom 28.01.16 fehlt die Fahrerunterschrift.

**Maßnahme:** Einzelfall, die Unterschrift wurde nachgeholt.

Verbesserungspotential:

1. Zutreffende Normen, Gesetze, Verordnungen und Richtlinien, deren Einhaltung für die Organisation relevant sind, sollten aufgelistet und regelmäßig überwacht werden.
2. Die Führerscheinkontrolle erfolgt monatlich, hier könnte rechtlich geprüft werden, ob eine Verlängerung des Intervalls möglich ist.
3. Als Vertriebsziel könnte z.B. der Neukundenumsatz erfasst werden.

Die Hinweise wurden geprüft, erledigt/Übernommen in die Maßnahmenliste/verworfen. Bitte kommentieren.

1.3.4 Durchgeführte Qualitätszirkel

1.3.5 Standortmeetings

1.3.6 Abteilungsmeetings

Wurde das durchgeführt? Wenn ja: beschreiben, wenn nein; nicht erforderlich, löschen.

**1.4 Schnittstelle zu Mitarbeitern**

*Hier kurze Stellungnahme zu relevanten Themen.*

Um eine effektivere Kommunikation zwischen den einzelnen Mitarbeiter, den Abteilungen und Standorten zu erreichen wird derzeit ein Intranet entwickelt. Diese neue Plattform soll eine Vielzahl an neuen Möglichkeiten bieten. Zum einen können alle Mitarbeiter auf die Vorgabedokumente, Arbeitsanweisungen etc. zugreifen wie auch Eingaben über das Vorschlagswesen einreichen. Geplant sind ebenfalls die Mitarbeiter in Entscheidungsprozesse mit einzubeziehen indem Vorschläge zur Abstimmung bereitgestellt werden.

Zur Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit wurde an Pfingsten 2014 ein Teambuilding-Event in Kroatien durchgeführt. Alle Büroangestellten wurden über ein Wochenende nach Split (Kroatien) eingeladen. Transfer, Hotel und Motoryachten wurden durch das Unternehmen bezahlt. Dieser Event sollte als Anerkennung der bisherigen Leistungen verstanden werden und den Zusammenhalt innerhalb der Belegschaft und das Zusammengehörigkeitsgefühl stärken. Für das Jahr 2016 ist eine Eventwiederholung geplant.

Seit bereits mehr als zwei Jahren findet jeden Mittwoch in der Hall of Soccer eine Fußballveranstaltung für die Mitarbeiter statt. Seit 2013 dürfen nun auch die Auszubildenden an dieser Veranstaltung teilnehmen. Aufgrund der immer geringeren Nachfrage seitens der Mitarbeiter wird allerdings überlegt, diese Veranstaltung abzusagen.

1.4.1 Schulungen/Fortbildungen

*Hier kurze Stellungnahme zu relevanten Themen 2015.*

Im Jahr 2014 wurden zahlreiche Schulungen durchgeführt. Jedem Standort obliegt es auch eigenständig Schulungen anzubieten.

Durchgeführte Kurse und Schulungen 2014

- Betrieblicher Ersthelfer (Alle Standorte)

- Staplerschulung (Alle Standorte)

- Berufskraftfahrerqualifikation (5Module)

Für 2014 wurden ebenfalls Fortbildungsmaßnahmen beim BAG beantragt und werden nach Kostenübernahme geplant und durchgeführt.

Innerhalb des Qualitätszirkels werden Bedarfsschulungen erkannt und können kurzfristig umgesetzt werden.

Die geplanten Schulungen wurden durchgeführt und als wirksam bewertet.

1.4.2 Schulungen 2015

Unser festgelegter Schulungsplan für 2016 spiegelt die Anforderungen an unser Personal und die von uns ermittelten Schulungsmaßnahmen wieder.

**1.5 Schnittstellen zu Kunden**

*Hier* ***kurze*** *Erläuterung zu* ***wesentlichen*** *Themen der Rückmeldungen von Kunden (besonders positiv/negativ, Gewinnung und Verlust von Kunden, wesentliche Reklamationen oder Beschwerden). Bewertung der Ergebnisse der Kundenbefragung( ok, weiter so oder Handlungsbedarf bei Kunden oder Themen).*

Um eine spürbare Verbesserung der Kundenzufriedenheit zu erreichen, wurde unsere Disposition bereits im Jahr 2013 in drei Abteilungen umstrukturiert. Die neu geschaffene Serviceabteilung sollte speziell für die Kundenbetreuung verantwortlich sein um verstärkt auf deren Bedürfnisse eingehen zu können. Des Weiteren wurde jedem A und B Kunden ein eigener Hauptansprechpartner zugewiesen. Die zum Jahreswechsel 2013/2014 durchgeführte Kundenbefragung ergab damals eine große Akzeptanz und Zufriedenheit in der Kompetenz unserer Servicemitarbeiter.

Um diese positive Entwicklung weiterzubringen, hat die Geschäftsleitung eine neue Untergruppe der Abteilung Service geschaffen. Die Sendungsverfolgung überprüft anhand der vorgegeben Stati den Transportlauf und überprüft das rechtzeitige Eintreffen von eigenen und fremden Fahrzeugen vor Beladung oder Entladung. Die mit einer Person besetzte Sendungsverfolgung wurde aufgrund des hohen Fahrtenaufkommens um eine zweite Person erweitert. Im Oktober 2014 wurde zusätzlich eine Nachtdisposition geschaffen und mit zwei neuen Mitarbeitern besetzt. Seit Ende 2014 verfügen wir nun über eine durchgehende, aus vier Personen bestehende, Sendungsverfolgung. Diese Maßnahme hat bereits zu einer großen Akzeptanz bei unseren Kunden geführt.

Die Vertriebsabteilung hat mindestens zweimal pro Jahr die Aufgabe, alle wichtigen Bestandskunden persönlich zu besuchen, um eine direkte Einschätzung der Kundenzufriedenheit zu erhalten. Das Ergebnis der Kundenbefragung 2014 wird im Anhang dargestellt.

Das zu Anfang 2013 eingeführte Zusatzprogramm (Messenger) zur Dispositionssoftware hatte bereits eine zuverlässige Möglichkeit geboten, unseren Kunden eine direkte Statusmeldung wie beispielsweise Auftragsbestätigung, Beladestatus, Entladestatus automatisiert zukommen zu lassen. Diese Möglichkeit wurde nun um die Bereiche Terminkonttrolle\_Entladestandort und Terminkontrolle\_Ladestandort ergänzt.

Ebenfalls zu Anfang 2013 haben wir unser erstes Online-Kundenportal gestartet welches leider nur von wenigen Kunden angenommen wurde. Mitte 2014 wurde nun die zweite Version des Kundenportals gestartet. Diese neue Version hat neben einer bedienerfreundlichen Benutzeroberfläche zusätzliche Features erhalten. Beispielsweise können nun unter „Sendungskontrolle“ auch die Fahrzeugkennzeichen, Fahrername und Mobilnummer eingesehen werden. Wir hoffen durch diese Maßnahme eine höhere Akzeptanz und des Kunden zu erreichen.

Seit 2011 haben wir „Soccer-Lounge“ Karten für die Mercedes Benz Arena, in welcher pro Bundesliga-Spiel bis zu drei Kunden eingeladen werden können. Die bisherigen Besuche zeigten bereits eindeutige Ergebnisse, der Kundenkontakt wurde vertieft und Probleme offener angesprochen. Zusätzlich erhalten wir als Business Partner des VfB Stuttgart unterzeichnete Fanartikel, welche wir dem Kunden schenken. Für die Saison 2015/2016 kann bisher noch keine Aussage getroffen werden, da sich der VfB Stuttgart derzeit im Abstiegskampf befindet. Derzeit wird geprüft, welche anderen Optionen genutzt werden können, um weiterhin Kunden zu Events einzuladen.

Am 19.10.2013 fand der 1. Schwerdtfeger Fußball Cup statt. Insgesamt 17 Kundenmannschaften kamen zu dieser Veranstaltung. Die Resonanz der Kunden hinsichtlich der Durchführung und der allgemeinen Performance waren hervorragend. Es ergaben sich vielerlei neue Kontaktmöglichkeiten zwischen unseren Mitarbeitern und Kunden. Aufgrund der großen Nachfrage fand 2014 der 2. Schwerdtfeger Soccer Cup mit 18 Kundenmannschaften statt. Am 04. Juli 2015 wird nun der 3. Schwerdtfeger Soccer Cup durchgeführt. Allen Teilnehmern werden einige Wochen nach Ende der Veranstaltung die gerahmten Mannschaftsfotos übergeben und die Spielszenenfotos zur Verfügung gestellt.

Kunden welche unser Unternehmen auch einmal persönlich kennen lernen wollen werden auf Wunsch zu unserem „Weißwurst Frühstück“ eingeladen. Bisher haben bereits einige Kunden diese Chance genutzt und hatten die Möglichkeit uns bei der täglichen Arbeit über die Schulter zu sehen, dies werden wir auch in Zukunft weiter fortführen. Alle bisherigen Besucher haben uns einen positiven Eindruck bestätigt.

1.5.1 Ergebnisse Kundenbefragung

Innerhalb unserer durchgeführten Kundenbefragung stellte sich vor allem heraus, dass das angebotene Kundenportal und die daraus resultierende Erleichterung hinsichtlich der Auftragserfassung und Nachverfolgbarkeit der bereits durchgeführten Aufträge auf eine positive Resonanz gestoßen sind. Bei einigen Kunden wurden ebenfalls Schulungen zum Umgang mit dem Kundenportal direkt vor Ort durchgeführt.

Unsere Zielsetzung für das Jahr 2015 wird eine verstärkte Aktivität im Bereich Kundenbefragung sein. Jeder Kunden muss dann mindestens einmal pro Quartal besucht und nach unserer Performance befragt werden, Ergebnisse sind im Kundenstamm zu erfassen. Der Auswertungsvergleich brachte allerdings in zahlreichen Punkten eine erkennbare Verschlechterung der Kundenbefragung zum Vorjahr.

Das Vorgabedokument „Kundenbefragung“ wurde gegenüber den Vorjahren von 11 auf 6 Fragen verringert. Ein direkter Vergleich zu den Vorjahren ist dieses Jahr nun nicht mehr eindeutig möglich, einzig das Gesamtergebnis kann verglichen werden. Die Auswertung zur kommenden Befragung lässt dann wieder einen direkten Vergleich der Einzelergebnisse zu.

Unser Ziel ist es, die Anzahl der kommenden Kundenbefragungen deutlich zu erhöhen um ein noch eindeutigeres Ergebnis erzielen zu können. Beispielsweise wurden 2014 in Filderstadt 114 Kunden befragt, Ziel ist es für 2015 insgesamt 200 Kunden zu befragen.

Das Befragungsergebnis, sowie ein Vergleich zum Vorjahr, sind als mitgeltende Unterlagen im Anhang beigefügt.

**1.6 Schnittstelle zu Filialen und Partnerstandorten**

Ende 2016 wurde am neuen Standort in Leipzig die Schwerdtfeger Transport Leipzig GmbH gegründet.

Eine erste Bewertung der Wirtschaftlichkeit und der Ergebnisse im Qualitätsmanagement wollen wir Ende 2016 erstellen.

*Hier kurzer Kommentar zu den Ergebnissen der anderen Standorte.*

*Partnerstandorte?*

**1.7 Umgang mit Lieferanten**

Wir pflegen ein partnerschaftliches Verhältnis zu unseren Lieferanten und unterstützen diese aktiv in der jeweiligen Qualitätsverbesserung. Dienstleister bei welchen wir eine Optimierung erkennen können, werden entsprechend auf Verbesserungspotenziale hingewiesen

Eine Lieferantenbewertung wurde durchgeführt und dokumentiert, die Ergebnisse sind durchweg positiv, so sind alle Lieferanten mit A oder A-B bewertet worden. Alle bestehenden Lieferanten werden für das kommende Jahr weiter beauftragt.

**1.8 Fehler, Vorbeuge-, und Korrekturmaßnahmen**

Innerhalb des Qualitätszirkels (wird dieser noch durchgeführt/dokumentiert?) werden Korrektur- und Vorbeugemaßnahmen ermittelt, diese finden anschließend Eingang in unseren Maßnahmenplan. Eine Überprüfung der Wirksamkeit spiegelt sich dann in den Ergebnissen der folgenden Besprechungszirkel wieder.

Die Abweichungsberichte im FIS werden regelmäßig durch den QMB ausgewertet. Bislang lagen hier die Ursachen für Abweichungen in der Regel eher in individuellen Fehlleistungen als in systematischen Fehlern, so daß über die laufenden Schulungen der Mitarbeiter im Hinblick auf Sorgfalt und adäquates Auftreten beim Kunden keine strukturellen Korrekturmaßnahmen erforderlich waren.

In 2015 waren keine eklatanten Kundenreklamationen oder eskalierte Beschwerden zu verzeichnen.

*Hier Ergebnisse der Abweichungsberichte in 2015 eintragen, am Besten in Tabellenform, z.B.*

Filderstadt 286 Abweichungen bei 31.943 Aufträgen Quote: 0,9 % Vorjahr: x %

*Eine vollständige Kopie aller Einzelauswertungen ist m.E. nicht erforderlich, Zusammenfassung reicht.*

**2. Marktbeobachtung**

*Marktbeobachtung im Management-Review ist heute nicht zwingend erforderlich, aber sinnvoll und im Hinblick auf die Umstellung auf die neue Norm im nächsten Jahr angezeigt, da das dann unter ´Kontext des Unternehmens` abgefragt wird. Folglich wäre eine* ***kurze Stellungnahme*** *hier sinnvoll.*

**2.1 Selbstbewertungen**

**Filderstadt**

Im vergangenen Geschäftsjahr konnten wir uns durch ein aggressives Auftreten verstärkt Marktanteile gegenüber dem Vorjahr sichern. Zahlreiche neue Kunden konnten gewonnen und bereits bestehende Kundenkontakte weiter ausgebaut werden. Speziell im Bereich der Projektlogistik haben wir große Erfolge verzeichnet und werden diese 2015 weiter fortführen.

Einen geringen Verlust an Marktanteilen, speziell im Bereich der Automotiven Zulieferindustrie mussten wir bedauerlicherweise verzeichnen. Einige unser Bestandskunden haben durch Preisdumping einiger regionaler und überregionaler Billiganbieter das Auftragsvolumen verschoben bzw. befrachten uns gegenüber dem Vorjahr nur noch zu einem geringeren Teil. Zwar sind einige dieser Kunden wegen der schlechten Performance unseres Mitbewerbers wieder zu uns zurückgekommen, allerdings nur mit massiven finanziellen Frachtkosteneinsparungen.

Erreicht wurde unser Neukundenerfolg hauptsächlich durch:

* + eine effektivere Ausnutzung von Vertriebsinformation, teils durch Hinweise seitens der Dispositions- und Serviceabteilung und des eigenen Fahrerstamms
  + verstärkte Kundenbesuchsaktivitäten und Nach-Akquisitionen
  + Effektive Zusammenarbeit zwischen den Standorten mit Austausch von Kundenadressen
  + einer effektiveren Kommunikation zwischen Disposition / Service und Vertrieb
  + Kunden-Events wie z.B. dem Schwerdtfeger Soccer Cup
  + Neue Fahrzeuganschaffungen mit Wiedererkennungswert

Klar erkennbar war der Kunden-Trend, nur einen einzelnen Dienstleister für Direktfahrten einzusetzen, welcher angefangen vom Caddy bis hin zum Sattelzug alle Fahrzeugkategorien im Eigenbestand hat und zur Verfügung stellen kann. Speziell bei dieser Kundenklientel konnten wir unsere Stärken nutzen und Neukunden gewinnen.

**Friedrichshafen**

Im vergangenen Jahr konnten wir durch unseren qualifizierten Personaleinkauf einen erheblichen Zuwachs an Kunden und Umsätzen verzeichnen. Die Marke „Schwerdtfeger“ hat sich im Raum Bodensee etabliert. Zu Anfang 2014 konnten wir neue Räumlichkeiten in Ravensburg beziehen und unsere Basis zur Expansion erweitern. Der Eigenfuhrpark wird ständig ausgebaut und soll zu einem höheren Wiedererkennungswert führen.

**Würzburg**

Seit der Firmengründung zu Anfang 2012 konnten wir uns einen festen Kundenstamm erarbeiten. Der Eigenfuhrpark wurde um ein zweites Fahrzeug erweitert. Unser Mitarbeiterstamm wurde erweitert und der erste Auszubildende ist in sein Berufsleben gestartet. In der Region gibt es zahlreiche kleine Mitbewerber, einen starken Einzelmitbewerber konnten wir bisher noch nicht ausmachen. Wir sehen unseren Standort auf einem guten Weg und werden unsere Vertriebsaktivitäten 2015 weiter ausbauen.

**Karlsruhe**

Die Umsatzentwicklung für den Standort in Karlsruhe ist positiv. Die Anzahl von Marktanteilen und Kunden ist allerdings weiterhin unzureichend, das Unternehmen Schwerdtfeger wird nicht ausreichend wahrgenommen. Die Mitbewerberstruktur ist zahlreich, eine präsentere Vertriebsaktivität wird die Hauptaufgabe für 2015 sein. Zu Anfang dieses Jahres konnten wir neue Räumlichkeiten in Ettlingen beziehen, neue Mitarbeiter und einen Auszubildenden gewinnen, sowie den Eigenfuhrpark erweitern um eine breite Basis zur Expansion zu schaffen.

**Augsburg**

Unser jüngster Standort hat sich in der Region Augsburg etabliert. Die größten regionalen Unternehmen zählen bereits zu unseren Kunden. Unser Ziel für 2015 ist die Festigung unser Marktanteile und der Ausbau der Vertriebsaktivitäten um unseren Standort weiter festigen zu können.

**2.2 Mitbewerber**

Zu unseren stärksten Mitbewerbern zählen:

* **ERB (Vaihingen / Enz – Ulm – Garmisch Partenkirchen)**

Der PROFEX Partner aus Vaihingen war bis vor einem Jahr nicht als ernstzunehmender Mitbewerber in Erscheinung getreten. Die Firma ERB hat uns durch seine aggressive Preispolitik einige Kunden- und Marktanteile gekostet. Das Unternehmen zielt direkt auf Großkunden im Automotiven Sektor ab, ein Vertrieb im klassischen Sinne wird nicht durchgeführt. Kunden erhalten eine Preisliste per Mail und sollen Bestellungen auslösen. Einzig interessant sind die Fahrzeugkategorien Caddy und Sprinter. Fahrzeuge im Bereich LKW oder Touren im Nahverkehr sind für die Firma Erb nicht interessant. Alle Kundenaufträge werden über diverse Kurierportale angeboten und verkauft. Auf persönliche Nachfrage bei unseren Bestandskunden ergab, dass ERB günstig ist, aber eine schlechte Qualität liefert. Um diese Kunden nicht zu verlieren, müssen wir im Preis nachbessern oder wir werden nur noch im Einzelfall angefragt.

Wir sehen derzeit das Unternehmen ERB Transporte als regional größten und ernstzunehmenden Mitbewerber für Filderstadt an und beobachten dessen Aktivitäten sehr genau.

* **Rüdinger (Korntal)**

Das Unternehmen spricht identische Zielkunden wie wir an und bewegt sich auf einem ähnlichen Preisniveau. Bedingt durch die Kundenverluste, welche wir Rüdinger zugefügt haben, beobachten wir in letzter Zeit eine Verringerung des Preisniveaus. Durch den fehlenden Eigenfuhrpark konnten wir allerdings bei Kontaktgesprächen oft Punkten und forcieren für die Zukunft einen verstärkten Wettbewerb an. Das Unternehmen Rüdinger ist bei zahlreichen Kunden bereits seit langem als Dienstleister tätig und genießt einen sehr guten Ruf. Da Rüdigner auch überregional tätig ist steht dieser im Mitbewerb zu unseren Häusern in Filderstadt, Karlsruhe und Würzburg.

* **IN tIME (Neuhausen auf den Fildern, Deutschland und Europa)**

Speziell im Kreis von Automotiven Zulieferfirmen stoßen wir nahezu immer auf diesen Mitbewerber. Als Dienstleister für die großen deutschen Automarken wird IN tIME oft als Gebietsspediteur vorgeschrieben, obwohl eine spürbare Unzufriedenheit über die Dienstleistungsqualität herrscht. In der Region Stuttgart tritt IN tIME mit sehr unterschiedlichen Preisen am Markt auf, diese bewegen sich zum Teil unter 0,60€ je Lastkilometer bis hin zu 0,75€ je Lastkilometer für die Transportklasse. Eine Vorabeinschätzung ist daher oft sehr schwierig. Aus der Logistikpresse war auch zu entnehmen, dass IN tIME einen großen französischen Kurierdienstleister aufgekauft hat, eine spürbare Ausweitung einer europäischen Zentralstellung im Bereich Expressverkehre ist zu beobachten. Eine Kundengewinnung findet bei diesem Mitbewerber hauptsächlich auf Basis einer besseren Dienstleistungsqualität und aufgrund seines Eigenfuhrparks statt.

* **PROFEX (Hannover, Deutschland und Europa)**

Der PROFEX Verbund steht mit seinen regionalen Partnerstationen im Mitbewerb zu unseren Standorten. In Filderstadt ist die Firma ERB Transporte, in Karlsruhe wird wohl ein eigener Standort eröffnet, in Würzburg die Firma WüKurier und in Augsburg das Unternehmen Opexx. Am Großraum Bodensee hat PROFEX keine Partnerstation und steht somit nicht in Konkurrenz. Aus eigener Erfahrung kennen wir die Preisstrukturen der Mitbewerber und deren Schwächen. Die genannten Mitbewerber konnten wir bereits in der Vergangenheit zahlreiche Kunden abwerben. Auch im Bereich von Kundenausschreibungen stehen wir immer wieder mit dem PROFEX Verbund in Konkurrenz. Zur Mitte 2014 haben sich über 10 PROFEX Partner und ein Hauptgesellschafter aus dem Verbund gelöst und ein eigenes System CARGOMANDO gegründet. Es gilt nun, das neue System als Mitbewerber einzustufen und den Status von PROFEX weiter zu beobachten.

* **PlOJ (Ravensburg)**

Seit einigen Monaten ist widerholt das Unternehmen PLOJ als ernstzunehmender Mitbewerber in Erscheinung getreten. PLOJ bedient eine ähnliche Kundenstruktur wie wir, hat aber keinen Eigenfuhrpark und setzt auf diverse Kurierportale zur Frachtenvermittlung. Durch die Übernahme einer General Overnight Station kann PLOJ nun ein das komplette Spektrum anbieten. Derzeit betrachten wir PLOJ als Hauptmitbewerber im Großraum Bodensee.

* **bgm Group (Bietigheim)**

Das Unternehmen bgm Group war bis vor wenigen Monaten kaum als ernstzunehmender Mitbewerber in Erscheinung getreten. Seither stoßen wir immer zahlreicher auf dieses Unternehmen. Bgm bietet ohne Eigenfuhrpark sehr günstige Konditionen an. Ebenfalls ist bgm in den gängigen Frachtenbörsen auffällig oft vertreten. Die bisherigen Kundenaussagen gehen allerdings stark auseinander. Bei manchen Kunden ist das Unternehmen bgm als zuverlässiger, bei anderen Firmen als unzuverlässiger Dienstleister bekannt. Die Mitarbeiterzahl ist laut Homepage um etwa sechs Personen gestiegen wobei der Vertrieb von einer auf drei Personen aufgestockt wurde. Bgm ist im kompletten süddeutschen Raum aktiv und steht somit mit allen unseren Standorten in Konkurrenz. Wir werden diesen Mitbewerber in Zukunft stärker unter Beobachtung setzen und dessen Vertriebsaktivitäten weiter betrachten.

* **Schweigert (Eisingen)**

Vor etwa einem Jahr ging verlies Herr Schweigert das Unternehmen WüKurier und machte sich mit der Firma Schweigert Express Logistik in der Region Würzburg selbständig. Seit dieser Zeit stehen wir nun bei einigen Kunden mit Schweigert in Konkurrenz. Die Firma Schweigert Express hat keinerlei Eigenfuhrpark und stellt Aufträge in diversen Kundenportalen ein. Schweigert konnte sich bereits einen festen Kundenstamm erarbeiten und wird zukünftig wohl der stärkste Mitbewerber am Standort Würzburg werden.

* **Sonstige Mitbewerber**

Vor allem in ländlich geprägten Regionen stehen wir mit kleinen, einzelfahrenden Unternehmen, im Mitbewerb. Bedingt durch die anhaltende wirtschaftliche Situation und deren hoher Preisgestaltung bemerken wir einen verstärkten Schwund dieser Mitbewerbergruppe. In den vergangenen Wochen und Monaten gingen einige dieser Firmen insolvent. Weiterhin ist zu beobachten, dass die früher eingesetzten polnischen und tschechischen Unternehmer nun auch direkt an unsere Kunden gehen. Beispielsweise haben die polnischen Unternehmen Visline und Marway bereits deutsche Niederlassungen gegründet und gehen überregional Kunden an. Dieser Trend wird sich wohl in den kommenden Jahren fortsetzen.

**2.3 Maßnahmen zum Ausbau unserer Markposition**

Weitere Maßnahmen sind geplant um unsere Marktposition weiter auf- und auszubauen:

* Erweiterung und Erneuerung unseres Eigenfuhrpark mit entsprechender Fahrzeugbeschriftung
* Ausbau unserer bereits bestehenden Sparte „geschlossene Fahrzeugtransporte“
* Ständige Aktualisierung und Erneuerung unserer Firmenhomepage
* Verstärkte Vertriebsaktivitäten und Vertriebsaktionen

**3. Maßnahmenplan**

* 1. Ziele und Maßnahmen 2015 *hier bearbeiteten Maßnahmenplan 2015 einsetzen*

**4. Abschließende Bewertung durch die Leitung**

Das Qualitätsmanagement hat sich als strukturgebende Grundlage für die Führung unseres Geschäftsbetriebes bewährt, insbesondere die systematische Einbeziehung der Beschäftigten in

Entscheidungsprozesse. Es ist erfreulich, dass mehr und mehr Mitarbeiter die Möglichkeiten erkennen und wahrnehmen, ihren Arbeitsplatz mit zu gestalten.

Wir sehen uns und unsere Standorte nach wie vor in Erfüllung der DIN ISO sehr gut aufgestellt und auf bevorstehende externe Überprüfungen durch den TÜV Süd oder Kundenaudits vorbereitet. Für die Aufrechterhaltung unserer Zertifizierung besteht im Führungskreis Konsens. Dies zeigt sich nicht zuletzt an der gemeinsamen Sorge für eine kontinuierliche Fortsetzung des Qualitätsmanagements.

Filderstadt, 16.03.2015

gez. Jörg Schwerdtfeger gez. Dominik Dorn

(Geschäftsführer) (QM-Beauftragter)

**5. Anlagen (Mitgeltende Unterlagen)**