

„Dienstleister erkennen Kundenbedürfnisse nicht“

Stammtisch der Deutschen Gesellschaft für Mittelstandsberatung zum Thema „Logistik und E-Commerce“

(hel) Die deutschen Spediteure und Logistikdienstleister verpassen Geschäftschancen, weil sie die Bedürfnisse ihrer Kunden nicht gut genug kennen. Das ist ein Ergebnis aus einer noch laufenden Untersuchung der Deutschen Gesellschaft für Mittelstandsberatung (DGM). DGM-Geschäftsführer Peter Bongartz und Seniorberater Jürgen Weber stellten erste Trends der Studie während eines DGM-Unternehmerstammtisches auf dem Rhein-Ahr-Campus in Remagen vor.

Anhand einer Befragung von Logistikdienstleistern zeigten die Consultants auf, wo ihrer Meinung nach die Potenziale liegen. Gerade die IT-Entwicklung könnten die Logistikdienstleister weiter als Geschäftsfeld aufbauen. Bisher kann nur eine Minderheit ihren Kunden Leistungen wie Systemintegration oder e-Procurement offerieren. Auch Domänen der Verlagerer wie C-Teile-Management, Funktionstests oder Montage würden durch Lo-

gistiker unzureichend angegangen.

Die bisherigen Untersuchungsergebnisse deuten darauf hin, dass einige Nischen wohl auch in absehbarer Zukunft kaum besetzt werden. Die Mehrzahl der befragten Unternehmen zeigte wenig Bereitschaft, sich künftig im Retourenmanagement, der Zahlungsabwicklung (E-Payment, Finanz-Clearing etc.) oder der Entsorgung stärker zu engagieren.

Erschreckend: Laut Befragung rechnen fast 60 Prozent der Logistikdienstleister ihre Kundenprojekte noch immer auf Basis der wenig geeigneten Vollkostenrechnung ab. Prozesskosten nehmen nur 39 Prozent als Grundlage.

Ein weiteres Versäumnis sieht Bongartz im Marketing. Die Dienstleister würden zu selten gezielt nach Verlagerern suchen, die zu ihnen und ihrem Leistungsspektrum passen.

Als wichtige Entwicklung sehen Bongartz und Weber die zunehmende Integration der Logistikdienstleister in

die Wertschöpfungsketten der Verlagerer. Weitere Trends:

- Zunehmende Integration von Logistik und I+K-Technologien
- Stetige Weiterentwicklung des E-Business, insbesondere von B2B
- Zunehmende Optimierung von Logistikprozessen als Folge höherer Kundenanforderungen
- Management-Informationssysteme (MIS) als Antwort auf die zunehmende Komplexität der Abläufe
- Weitere Kooperationen - auch von Logistikdienstleistern mit IT-Anbietern.

Interessant zum Thema „Logistik-Outsourcing“ wusste während des DGM-Stammtisches Matthias Goost, Geschäftsführer des Berufskleidungs Herstellers Bierbaum-Proenen, zu berichten. Goost schilderte die Erfahrungen seines Unternehmens mit einem Outsourcing-Projekt, bei dem es große Anlaufschwierigkeiten gab.

Gerade bei einer komplexen Logis-

tik, so Goost, müsse das Outsourcing von beiden Seiten extrem gründlich vorbereitet werden. Optimal sei eine Übernahme der Mitarbeiter des outsourcenden Unternehmens durch den Dienstleister an einem nahe gelegenen Standort. In jedem Fall müsse beim Dienstleister und dessen Mitarbeitern bereits vor der Übergabe das relevante Know-how aufgebaut werden. Ein entscheidender Erfolgsfaktor sei die rechtzeitige Entwicklung und der Test einer „geeigneten, möglichst kundenspezifischen IT-Lösung“.

Dass Pannen beim Outsourcing keine Ausnahme sind, deutet eine laufende Studie der Fachhochschule Remagen an, auf die Prof. Thomas Mühlencoert (FH Remagen) hinwies. Demzufolge ist das „Leistungsrisiko“ durch den Dienstleister eines der wichtigsten Argumente von Verlagerern, die Logistik in eigener Regie zu behalten. Als Hauptgrund für das Outsourcing treten immer stärker Kostengesichtspunkte in den Vordergrund.

In diesem Zusammenhang wies Mühlencoert darauf hin, dass der Verlagerer beim Kostenvergleich zwischen „Make“ und „Buy“ neben den Betriebskosten auch die Verzinsung des von ihm eingesetzten Kapitals einkalkulieren muss. Wer dies versäumt, rechnet die Logistik in Eigenregie schön. (DVZ 15.11.2001)

www.online-paletten.de

Das Internet bringt Paletten in's Haus!

Infos auch unter: +49 (0 29 21) 78 99-99