



# Acceleor im Juni 2009

## Value Added Services in der Logistik

Viele Jahre schon beschäftigen uns Veröffentlichungen, die uns weiß machen, dass wir in der Logistikindustrie riesige Wachstumsmärkte haben. Ein Stichwort hierzu lautet Outsourcing. Im

**Die Ware am richtigen Ort zur richtigen Zeit—ein Grundprinzip der Logistik**



ursprünglichen Sinne geht es nicht nur um das Fremdvergeben einer kompletten Leistung, sondern auch um die Vergabe von Leistungen, die mehr in die Tiefe der Wertschöpfungskette gehen.

Gerade in schwierigen Zeiten sollten wir an diese Möglichkeiten denken. Es geht nun für die Gemeinschaft der Logistikdienstleister darum, nun tatsächlich diesen Schritt zu vollziehen. Die außerordentliche Resonanz einer Umfrage im Internet zu diesem Thema zeigt, wieviel Potenzial in diesem Thema steckt. 15 % der Teilnehmer der Umfrage gaben an, dass Sie der Meinung sind, dass Sie sich bei der Fremdvergabe von VAS mit zu vielen Partnern zusammenarbeiten. Oftmals bedient man sich speziellen Co-Packern oder lokaler Zeitarbeiter. Diese Klientel wäre prädestiniert, ihre Aufträge auch in verstärktem Maß an Logistikdienstleister zu vergeben. In den Ergebnissen der Umfrage zeigt sich deutlich, dass Preiss, Qualität und Flexibilität die Hauptkriterien sind, nach denen

Dienstleister ausgewählt werden. Obwohl in diesem Segment Preis/Stück noch immer das wichtigste Vergabekriterium ist, haben ca. 25 % angegeben, dass sie Total Cost als Entscheidungskriterium haben. Es besteht demnach durchaus die Möglichkeit durch intelligente Lösungen und einer geeigneten Value Proposition die Hersteller davon zu überzeugen, dass Kostensenkungen nicht immer einen niedrigen Stückpreis bedeuten müssen, sondern dass sauber geführte Bestände, hervorragende Qualität, Zuverlässigkeit und Flexibilität es ermöglichen, auskömmliche Margen zu erzielen.



Wir sind kreativ, wenn es darum geht, den optimalen Standort für Ihre Produkte zu finden!

Acceleor  
Consulting – Services - Solutions

## Wachstum in der Krise

Wie automatisch gehen wir davon aus, dass die aktuelle Krise mit sinkenden Transaktionsvolumina und zurückgehenden Umsätzen einhergeht. Wie selbstverständlich nehmen wir hin, dass damit erhöhter Preisdruck verbunden ist und wir ziehen los, um herauszufinden, an welchen Bereichen bei uns im Unternehmen wir noch Kosten einsparen können. In großen Konzernen wird gerne einmal eine Reiseeinschränkung

verfügt oder die Teilnahme an Kongressen reduziert. Der Mittelstand, der in der Regel keinen Speck mehr auf den Rippen hat überlegt sich trotzdem, an welchen Stellen noch gespart werden kann. Dies geht oftmals an die Substanz des Unternehmens und gefährdet die Leistungserbringung im Stammgeschäft. Wir möchten an dieser Stelle darauf hinweisen, dass zum einen Wachstum auch weiterhin möglich ist und zum

anderen es eine Überlegung Wert sein sollte, ob man die letzten Reserven in die Bemühungen in Wachstum investiert oder versucht, 1-2 % Kosten zu sparen. Man sollte sich vor allem auch fragen, ob diese 1-2 % ausreichend sein werden.

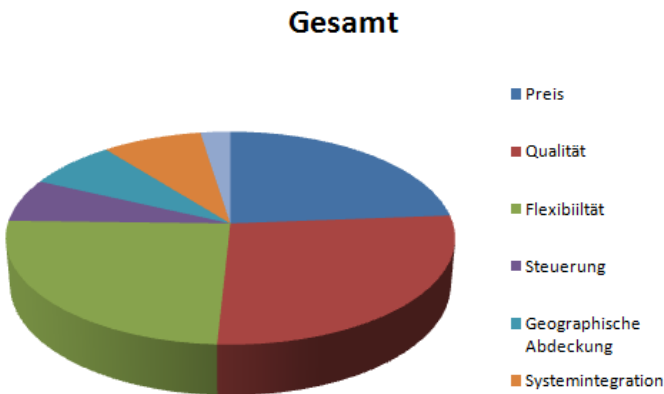
### Themen in dieser Ausgabe:

- > Value Added Services in der Logistik
- > Krise als Chance
- > Was tun, wenn die Zeit wegläuft?
- > Ist Cost-Cutting tatsächlich das einzige Instrument, um der Krise zu begegnen?

### In dieser Ausgabe:

Vergabekriterien	2
Total Cost oder Preis/Stück	2
Wenn es schnell gehen muss	2
Logistikdienstleister	3
Geographische Abdeckung	3
Cost Cutting?	3
Acceleor Intern	4

## Welche Kriterien sind bei der Vergabe am wichtigsten?



Kriterien für die Vergabe von VAS Dienstleistungen

Im Mai 09 haben 39 Teilnehmer an der Umfrage zum Thema Value Added Services teilgenommen. Es ist nicht verwunderlich, dass Preis, Flexibilität und Qualität als wichtigste Kriterien genannt wurden. Wesentliche Unterschiede zwischen Herstellern und Logistikdienstleistern findet man vor allem, wenn es darum geht Zusatzdienstleistungen wie Systemintegration oder die Übernahme von

Steuerungsfunktionen zu bewerten. Es überrascht nicht, dass diese von Seiten der LDL höher bewertet werden als von Seiten der Hersteller. Folgende Frage stellt sich hier:

Warum gelingt es den LDL nicht den Mehrwert von Systemintegrationen und der Übernahme von Steuerungsfunktionen darzustellen?

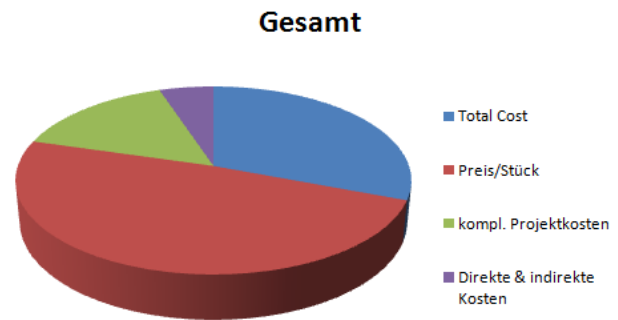
„ **Kostenstellen-egoismus verhindert oftmals das beste Ergebnis für das Gesamtunternehmen** “

## Total Cost oder Preis / Stück?

Es überrascht nicht, wenn man konstatieren muss, dass für viele Auftraggeber immer noch Preis/Stück das entscheidende Vergabekriterium ist. Noch immer sind die Steuerungsmodelle der Unternehmen so aufgebaut, dass Kostenstellendenken oft die beste Lösung für das Gesamtunternehmen verhindert. Die Umfrage zeigte, dass 50 % der Teilnehmer

ihre Entscheidung an der Messgröße Stückpreis festmachen. Es ist tröstlich, dass

immerhin 30 % die Total Cost-Variante als Entscheidungskriterium angaben.



Interimmanagement ist ein probates Mittel, wenn es um schnelle Zielerreichung geht

## Wenn die Zeit davon läuft...

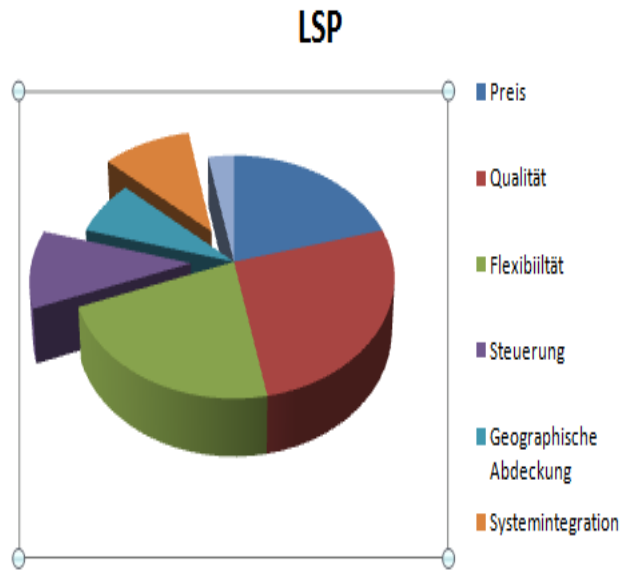
Welcher Entscheidungsträger kennt dieses Problem nicht: Es sind zu viele Projekte parallel zu bearbeiten. In Krisenzeiten steigt der Ergebnisdruck durch Anforderungen der Kapitalgeber und beim Mittelstand durch Anforderungen der Banken. Viele Entscheidungsträger sind in dieser Situation noch mehr

gefordert zu delegieren. Doch was tun, wenn dem Unterbau Erfahrung fehlt oder er schon mit dem Tagesgeschäft mehr als ausgelastet ist? Wir können in diesen Situationen unterstützen, denn in Unternehmensführung und auch in Krisenmanagement sind unsere Partner versiert und erfahren.

Denken Sie einmal darüber nach, ob es nicht auch für Sie auch kaufmännisch die bessere Lösung ist, die Schwierigkeiten und anstehenden Veränderungen erledigt zu haben und wieder zukunftsgerichtet agieren zu können.

## Logistikdienstleister in der Umfrage

Die rege Teilnahme von Vertretern der LDL zeigt auch das Interesse dieser Marktteilnehmer. In erhöhtem Maß wurden gerade von dieser Seite die Punkte Systemintegration und Übernahme von Steuerungsfunktionen als wichtig erachtet. Wenn diese Punkte von 35 % der Logistikdienstleister als relevant angesehen werden, wird deutlich, dass die restlichen 65 % ihre Chance noch nicht erkannt haben.

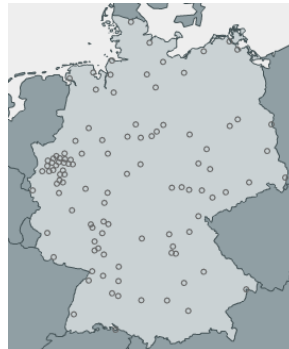


**Quo Vadis  
Logistikdienstleister?**

## Ist die geographische Abdeckung kein Kriterium?

23 % der Umfrageteilnehmer gaben an, dass die geographische Abdeckung ein Kriterium für die Vergabe ist. Bei den Marktteilnehmern, die mit einer großen Anzahl Co-Packing-Dienstleistern arbeiten, scheint jedoch die geographische Abdeckung ein wichtiges Kriterium zu sein.

Ist sie nicht gegeben, so wird es nur schwer möglich sein, die Anzahl der Dienstleister zu reduzieren und die Kosten des Managements vieler Dienstleister werden weiterhin getragen werden müssen.



**„Nur wenn die  
Dienstleister größere  
Gebiete abdecken,  
wird es möglich sein,  
die Anzahl der  
Dienstleister zu  
reduzieren.“**

## Ist Cost Cutting wirklich das einzige Instrument in der Krise?

Wieviel Kreativität verträgt die Wirtschaftskrise? Wir vernehmen dauernd neue Schreckensmeldungen über die Schließung von Standorten und Abbau von Arbeitsplätzen. Es scheint unabwendbar, dass es eine Marktbereinigung bei den Anbietern von logistischen Dienstleistungen geben wird. Dies bedeutet aber auch, dass deren Kun-

den neue Dienstleister benötigen werden. Ein Teil des Kuchens steht also demnächst zur Verteilung an. Wie bereiten sich die Anbieter darauf vor, die Ihre Ressourcen auf ein Minimum zurückzuführen? Was passiert, wenn der Markt wieder anzieht? Die Volumina werden steigen und es werden die Dienstleister gestärkt aus der

Krise hervorgehen, die jetzt Marktanteile gewinnen. Die Aussage von KN beispielsweise 400 Verkaufsmitarbeiter einstellen zu wollen, sollte so manchem Kostenkiller zu denken geben, denn KN ist wohl eines der weltweit am meisten bewunderten Unternehmen

**Müssen die traditionellen  
Cost-Cutting-Instrumente  
entsorgt werden?**



[www.acceleor.com](http://www.acceleor.com)

Acceleor ist ein Zusammenschluss von Unternehmensberatern, die über langjährige Führungserfahrung im Logistikumfeld verfügen. Die Kundenbeziehungen von Acceleor sind auf Wertschöpfung und Nachhaltigkeit ausgelegt. Kernkompetenzen des Verbundes liegen in der operativen Unterstützung bei logistischen Fragestellungen, sowie bei der Unterstützung von Marktteilnehmern des Logistikumfeldes in strategischen Fragestellungen und bei der Geschäftsentwicklung. Das Angebot ist umfassend und auf die Bedürfnisse der Kunden von Acceleor zugeschnitten. Acceleor begleitet seine Kunden von der Projektidee bis zur operativen Umsetzung.



Wir helfen Ihnen dabei, nicht den Anschluss zu verlieren!

**Acceleor**  
Consulting - Services - Solutions



Media Park Büros

Hansaring 61

50670 Köln

Telefon: 0221 - 1612 282

Fax: 0221 - 1612 286

E-Mail: [info@acceleor.com](mailto:info@acceleor.com)

## Neues von Acceleor

Seit April 2009 wird das Acceleor-Netzwerk durch Karl-Ludwig Kunstein verstärkt. Herr Kunstein verfügt über ausgiebige Erfahrung in den Bereichen Sales und Sales-Controlling.



Email: [KLK@acceleor.com](mailto:KLK@acceleor.com)

### Angebot zur Wirtschaftskrise

Unter dem Motto Fitness-Check bietet Acceleor mittelständischen Unternehmen eine Analyse an, die helfen soll, schnell auf die aktuellen Marktveränderungen zu reagieren.

Das Angebot richtet sich an KMU, die üblicherweise sehr zurückhaltend beim Einsatz externer Experten sind und beinhaltet die standortbezogene Überprüfung von Basisprozessen, Kundenprofitabilität und eingesetztem Equipment.

### Acceleor LogistikerTreffen

Wie schon in 2007 so erfreuten sich die Acceleor LogistikerTreffen auf 2008 eines guten Zuspruches. Insbesondere die Veranstaltung am Stuttgarter Flughafen war sowohl im Networking als auch kulinarisch ein absolutes Highlight. Wir freuen uns auf Anregungen und Ideen, um auch 2009 wieder ein Acceleor LogistikerTreffen durchführen zu können.

[events@acceleor.com](mailto:events@acceleor.com)



**Machen Sie den Fitness-Check bevor Sie sich verbiegen müssen!**