

„Make or Buy“
von
Logistikdienstleistungen
im Großhandel

Gersthofen, 14.11.2012

„in der Kürze liegt... .“

- ◆ www.christianschober.de - Germering bei München
- ◆ Seit 1998 mehr als 150 Projekte
- ◆ Kernangebote Transportmanagement, Lagerlogistik, Produktionslogistik
- ◆ Lösungsansatz: Konzepte die a) umgesetzt werden (können) und b) wirken!
- ◆ Wir leisten Logistikberatung als Unternehmensentwickler
- ◆ Team aus 10 Mitarbeitern
- ◆ Inhaber Christian Schober: seit 1978 in der Verkehrswirtschaft: 20 Jahre Logistik, 15 Jahre Beratung

„Berater versuchen schon mal, fehlende Bildung durch Fremdsprachen auszugleichen.“

Claus Hipp, Babykosthersteller
Quelle: DVZ Nr. 123 v. 26.10.2012

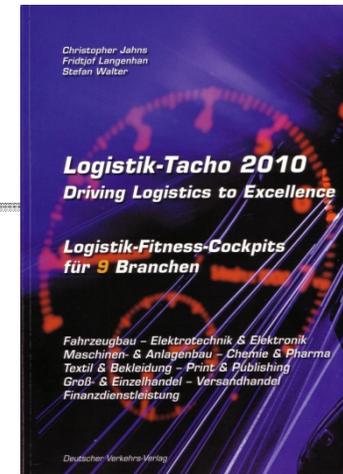


Logistik im Handel

Auszüge aus **Logistik-Tacho 2010 „Driving Logistics to Excellence“**

(Deutscher Verkehrsverlag; ISBN 3-87154-330-6 Seite 55; Graphik Seite 34)

- ◆ ..sehen die befragten ... (künftig) Schwächen bei Fragen bezüglich der Leistungsfähigkeit eigener und fremd vergebener Logistikleistungen...
- ◆ Sie erreichen beim Faktor Performance lediglich unterdurchschnittliche 54 % der realisierbaren Potentiale...
- ◆ Die... sind mit der Leistungsqualität ihrer Logistik-Dienstleister im Vergleich weniger zufrieden..
- ◆ Durch den Einsatz von Logistik-Dienstleistern konnten sowohl der Bedarf an Lagerfläche als auch die Betriebskosten nur unterdurchschnittlich gesenkt werden.
- ◆ Im Vergleich zu den anderen... schätzen die Mehrzahl ... die Potentiale zur Steigerung der Flexibilität der Logistik sowie zur Kostensenkung durch ... Outsourcing unterdurchschnittlich ein.



Der Handel steht Outsourcing kritisch gegenüber; wenn outgesourct wurde, ist der Erfolg mit dieser Maßnahme unterdurchschnittlich!

Logistik im Handel

Nachholbedarf im Großhandel

Die Mehrheit der Befragten setzt heute noch keine Lagerorganisationssoftware und kein Managementinformationssystem ein. Deutlich zeichnet sich ab, dass Großhändler, die diese Tools einsetzen, finanzielle Vorteile in verschiedensten Bereichen haben. So sind im Lager z.B. die Bestandsgenauigkeit und die Kommissionierleistung signifikant höher. Auch auf die Logistik schlägt sich der Einsatz moderner IT spürbar nieder. Hier ist z.B. die Fehlerquote bei der Verladung auszuliefernder Positionen niedriger. Die Unternehmen, die ein mit der Warenwirtschaft vernetztes Paketsystem nutzen, versenden wesentlich mehr Pakete per Dienstleister, was die Logistikkosten erheblich senkt. „Obwohl sich in Lager und Logistik die Prozesskosten durch eine gute Beratung, den Einsatz einer geeigneten EDV-Lösung in Verbindung mit einem durchdachten Einführungskonzept immens reduzieren ließen, finden diese Bereiche bei vielen Großhändlern bislang kaum Berücksichtigung“, erläutert Wolfgang Lang.

Quelle: www.zentradamagazin.de
20080401

Quelle: LOG.Kompass 05/2012

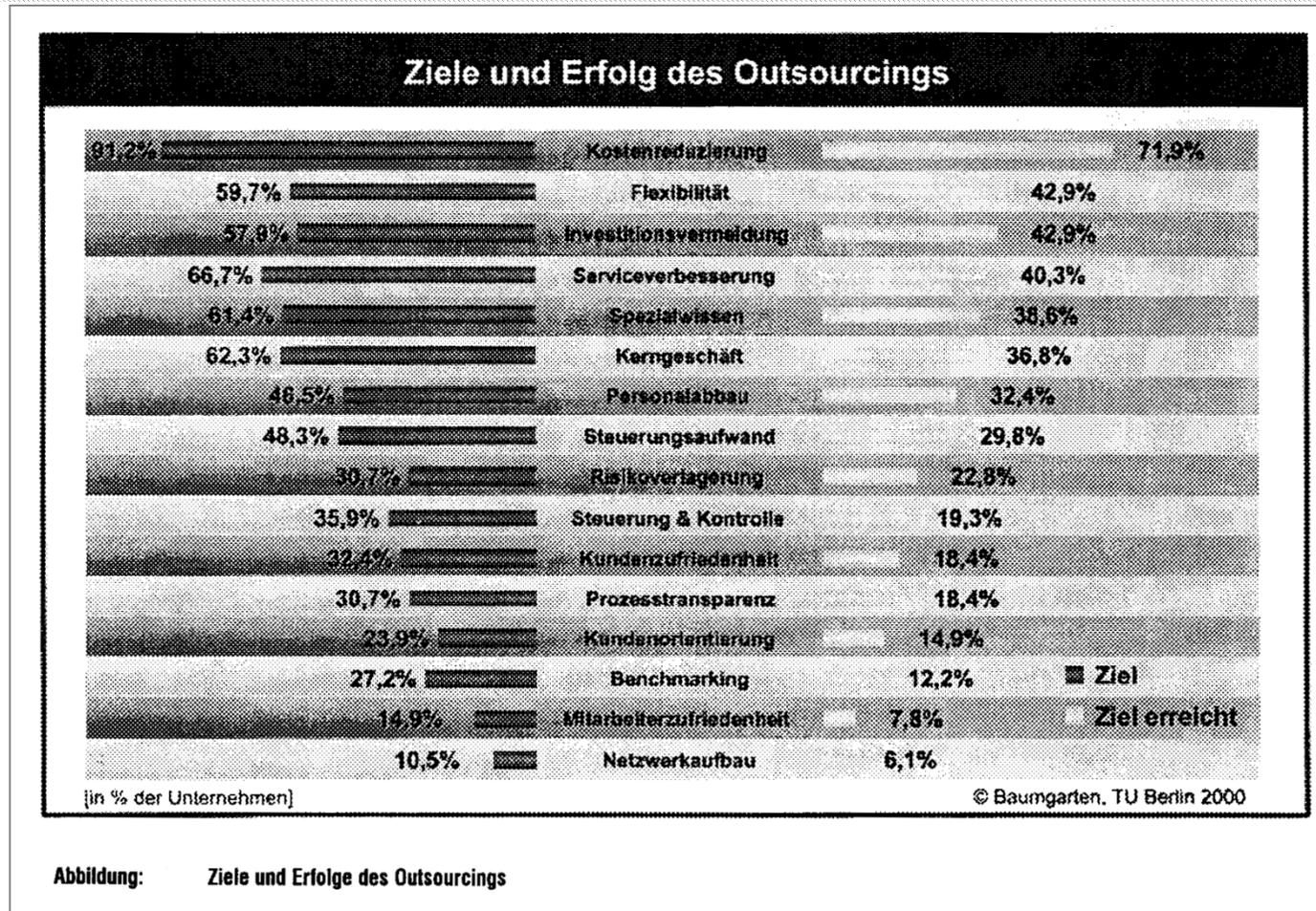
Outsourcing kann sich für ein Industrieunternehmen lohnen

Fachlageristen beim Großhandel im Kommen

Auch im Großhandel haben die Einstellungen in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Der Trend geht hier vor allem zur vermehrten Einstellung von Fachlageristen und Fachkräften für Lagerlogistik. Beide Berufe wurden 2004 neu geordnet. Die Ausbildung von Fachlageristen hat sich seit 2005 in Schwaben mehr als verdoppelt. Die Einstellung von Fachkräften für Lagerlogistik kletterte 2007 auf 572. Der Grund liegt lt. Herrn Dr. Michael Mahler, Inhaber der Bauwaren Mahler GmbH & Co. KG auf der Hand. „Die Großhändler haben auf diesen neu geordneten Ausbildungsberuf der IHK gewartet. Schließlich sind sie heutzutage ab einer gewissen Größe Logistikunternehmen“, erläutert Mahler, der auch Vorsitzender des Arbeitskreises Großhandel der IHK Schwaben ist. Derzeit hat das Unternehmen allein 25 Ausbildungsverhältnisse abgeschlossen, davon 3 Fachkräfte für Lagerlogistik; ab Herbst werden 13 weitere Azubis eingestellt.

Quelle: www.b4bschwaben.de/nachrichten 20080723

Ist Outsourcing (immer) erfolgreich?



➔ 12 Jahre alt und immer noch gültig: Ziele und Erfolg des Outsourcing weichen voneinander ab!

Ist Outsourcing (immer) erfolgreich?



➔ Im Outsourcing stecken Risiken – wie in (fast) jeder Managemententscheidung!

„...alles hat seine zwei Seiten... und Blickwinkel“

CHANCEN
Reduzierung von Logistikkosten
Flexibilisierung der Kosten
Höhere Kostentransparenz
Besinnung auf die Kernkompetenzen
Keine Investitionen
Nutzen von Synergien des DL
Raumgewinn am Standort
Nutzen von Mehrwertdienstleistungen
Erhöhen des Servicegrades
... ..

RISIKEN
Verlust von Kompetenz
Verlust von Einfluss 
Teure Kontrollmechanismen 
Abhängigkeit vom Partner
Abhängigkeit in der Log.-Entwicklung 
Teure und langwierige Umsetzung 
Leistungsumfang, Flexibilität 
Imageschaden bei schlechter Qualität
Hohe Kosten bei Rückholung
... ..

 Outsourcing muss optimal und mit ausreichend Zeit vorbereitet werden: dann können **aus Risiken auch Chancen** werden! Und: die Chemie muss stimmen, denn Geschäfte werden zwischen Menschen gemacht!

Make or buy? Der richtige Weg für unser Unternehmen?

- Was ist unsere Kernkompetenz?
 - Was bedeutet Internationalisierung bei/für uns?
 - Wie entwickeln sich unsere Produkte – wird unsere Logistik flexibel genug sein?
 - Werden sich unsere Standorte und Vertriebskanäle ändern (müssen)?
 - Wo stehen wir in 5 und in 10 Jahren – mit und ohne Outsourcing?
 - Wer kümmert sich bei uns um Logistik?
- Was verkaufen wir? Produkte? oder Lösungen?
- Was erwartet unser Kunde? Profitiert er von unserer Logistik?
 - Sind Lager, Fuhrpark oder eigene Fahrer Teil unserer Philosophie?
 - ... und unserer Marketing-Botschaft?
- Beherrschen wir die Logistik?
- Welchen Leidensdruck haben wir? Platz? IT? Kosten? Notwendige Investitionen?



Quelle: www.hood.de



Stellen Sie die richtigen Fragen! Die Antwort wird getrieben durch Ihre **Philosophie**, Ihre **Strategie** und u. U. durch **Handlungsdruck** – ausgelöst durch Markttrends!

Markttrends mit Auswirkung auf die Logistik

Handel benötigt mehr und bessere Dienstleistung

Markttrends und ihre Auswirkungen auf die Unternehmen

Wirkende Kräfte	Effekte auf die Handelslogistik
Globalisierung	Komplexere Koordination der Beschaffung und Distribution Zeitintensivere Logistikketten in der Beschaffung
Demografischer Wandel	Individualisierung der Sortimentsgestaltung bedeutet höheren Aufwand bei der Versorgung der Filialen Zurückgehende Bevölkerung bedeutet schrumpfende Nachfrage
Nachhaltigkeit	Wachsende Forderung nach Lösungen zur CO ₂ -Reduzierung insbesondere im Transport Renaissance der Citylogistik in einer neuen Form
Staatliche Einflüsse	Zunahme der Regularien und Bestimmungen Stabilisierende Wirkung hinsichtlich Konsum
Neue Risiken	Wachsende Volatilität im Bedarf durch von außen wirkende Einflüsse auf den Konsum Erfolgsfaktor Bedarfsprognose
Professionalisierung der Logistik	Einsatz von Logistiklösungen aus anderen Branchen Wachsende Zuverlässigkeit erhöht Attraktivität des Logistikdienstleisters
Konzentration auf Kernkompetenzen	Herausforderungen an den Schnittstellen treiben Outsourcingtendenzen Neue Geschäftsmodelle und Dienstleistungen senken die Hürde
Dienstleistungsorientierung	Zusätzliche Umsatzpotenziale durch Dienstleistungen Erweiterung des Fokus auf Optimierung des After-Sales mit Nutzung von Logistikern
Neue Technik	Handel bleibt Taktgeber bei Einsatz innovativer Logistiktechnik Multi-Channel-Systeme kritisch für Erfolg
Wunsch nach höherer Geschwindigkeit	Optimierungen im Bestandsmanagement mit unterschiedlichen Ansätzen Schnelligkeit in der Versorgung weiterhin einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren

Quelle: DVZ Nr. 115 v. 28.09.12

Quelle: Kille

1. Überlegen Sie: Wirken einige dieser Trends auch auf Ihr Unternehmen?

2. Wenn ja: Nehmen Sie die Herausforderung an!

3. Die Entscheidung „Make or Buy“ fällt erst danach!



Werden Sie sich klar darüber, welche Logistik Sie mittel- und langfristig benötigen. Entscheiden Sie erst danach, mit wem Sie diesen Weg gehen!

Make or Buy - Entscheidungsprozess

DRINGEND VERMEIDEN:

- ◆ Outsourcing **nur aus Kostengründen!** – Outsourcing kann vielmehr bieten!
- ◆ Outsourcing von Themen, die Ihr **Unternehmen nicht beherrscht!** – sonst wird der Dienstleister Sie beherrschen!

Thema	Anteil	Lager selbst		Lager fremd		Transport selbst		Transport fremd		Gesamt selbst		Gesamt fremd	
4 Kundenzufriedenheit Lieferzuverlässigkeit	25,00%			6		2				1,50	0,50		
3 Kundenzufriedenheit Kommissionierung	20,00%	3	5							0,60	1,00		
1 Unsere Kosten sind optimal	15,00%	3	6	2		4				0,75	1,50		
2 Bedarfsorientierung des Bestands	10,00%	2	5							0,20	0,50		
6 Zukunftsfähigkeit unserer Logistik IT	10,00%	2	5	3		5				0,50	1,00		
7 Flexibilität mittelfristig	10,00%	2	5	3		5				0,50	1,00		
8 Notwendigkeit von Investitionen	5,00%	1	6	2		6				0,15	0,60		
5 Logistikkompetenz im Unternehmen	5,00%	6	3	6		3				0,60	0,30		
	100,00%	2,00	3,85	2,80		2,55				4,80	6,40		
Rang		2	1	1		2				2	1		
* gewichtete Punkteskala: 0 (nicht erfüllt) - 6 (voll erfüllt)													
Annahmen Ihrer Situation													
Das Warehouse ist nicht mehr modern, teure Prozesse, Enge													
Die Software im Warehouse passt nicht zum ERP-System													
Die finanziellen Mittel für eine Erweiterung des Lagers wäre vorhanden													
Im eigenen Fuhrpark sehen wir unsere Fahrer als Umsatzgaranten erste Ansprechpartner der Kunden													
Logistik ist die Kernkompetenz einer Führungskraft													

➔ Eine Entscheidungsmatrix hilft Ihnen – ABER: Nur **Sie** bestimmen die Kriterien gemäß **Ihrer individuellen Situation!**

Danke für Ihre Zeit – und viel Erfolg!

SCHOBER UNTERNEHMENSENTWICKLUNG

Inh. Christian Schober

Tulpenstraße 26

82110 Germering b. München

Tel.: +49 (0)89 897363-63

Fax: +49 (0)89 897363-64

Email: office@christianschober.de

Web: www.christianschober.de

Erstellt:

Christian Schober

Verantwortlich:

Christian Schober

Datum:

12.11.2012