



▲ „Profil weiter schärfen“: Huettemann-Geschäftsführer André Manuguerra.

▶ **Logistik und mehr:** In der Kontrakt-Logistik sind auch Zusatzleistungen verstärkt gefragt.



LOGISTIK **Was Kunden wirklich wollen**

Mit einem Wachstum von zehn bis 15 Prozent pro Jahr entwickelt sich der Markt für Kontrakt-Logistik rasant. Bei einem Gesamtvolumen des deutschen Marktes von derzeit rund 80 Mrd. Euro sind das gute Aussichten für Logistik-Dienstleister, besonders was die Auslagerung logistiknaher Aufgaben betrifft.

Um Marktentwicklung und Kundenerwartungen präziser einschätzen zu können, gab Kontrakt-Logistik-Spezialist Huettemann bei der Technischen Universität Berlin eine Studie mit dem Titel „Anforderungen an Logistik-Dienstleister in der Kontrakt-Logistik“ in Auftrag. Die Ergebnisse dieser Studie liegen jetzt vor.

Trend zum Auslagern

Die Berliner Wissenschaftler um Prof. Dr. Frank Straube haben dabei vor allem in der Industrie eine überdurchschnittlich hohe Tendenz zum Outsourcing feststellen können. „Um sich unter verschärf-

ten Wettbewerbsbedingungen optimal zu positionieren, konzentrieren sich die Unternehmen auf ihre Kernkompetenzen“, so Prof. Dr. Straube.

Randkompetenzen wie die Logistik lagern sie immer häufiger aus. Gute Chancen bieten sich dabei vor allem für Dienstleister, die neben der klassischen Logistik auch Zusatzaufgaben übernehmen. „Verstärkt werden auch Mehrwertleistungen ausgelagert, zum Beispiel das Produktfinishing oder Aufbau- und Reparaturservices“, sagt Prof. Dr. Straube.

„Interessant ist dabei der Trend, dass die Verlagerer verstärkt Logistik-Prozesse bündeln: 55 Prozent der Befragten, die derzeit mit bis zu fünf Partnern arbeiten,

planen, die Anzahl ihrer Dienstleister zu reduzieren.

Gebündelte Prozesse

Statt One-Stop-Shopping-Lösungen werden heute wieder Faktoren wie Qualität, Zuverlässigkeit, Kenntnisse der Märkte und Kompetenzen im Beziehungs-Management verstärkt nachgefragt.“ Die Trends spürt Huettemann bereits heute: „Heute hat auch der Mittelstand Outsourcing für sich entdeckt“, sagt Huettemann-Geschäftsführer André Manuguerra. „Für uns als Dienstleister kommt es darauf an, die Prozesse der Kunden genau zu verstehen und uns daran auszurichten.“ Das notwen-