
Erfolgsfaktoren der Mittelstandsunternehmen in der Logistik:

„Neue Koexistenz“ von Mittelstand und Großkonzernen

Berlin/München, 03. Juni 2005 – In der Logistikbranche zeichnet sich die „Neue Koexistenz“ zwischen Großkonzernen und Mittelstand ab. Großkonzerne verfügen über globale Reichweite und internationale Netzwerke, sie betreiben Mengengeschäft mit Großkunden mit den bekannten spezifischen Leistungskriterien und hohen Investitionen.

Als übergeordnete Erfolgsfaktoren des Mittelstandes in der Logistik gelten:

- Große Kundennähe und konsequente Orientierung an Kundenwünschen
- Hochspezialisierte Qualitätssicherung auch bei komplexen Liefersystemen
- Innovationsstärke und schnelle Umsetzung kundenspezifischer Forderungen
- Die große Flexibilität bei Management und Technikeinsatz.
- Schnelle Entscheidungswege mit direkter Verantwortlichkeit
- Kooperationsbereitschaft.

„Branchenspezialisierung ist der Trend, Mittelständler operieren in überschaubaren Märkten. Es entsteht ein `Neuer Mittelstand`, der über konkrete Kontraktlogistik und die Organisation von Lieferketten seine Chancen nutzt“, so Hans-Jörg Hager, Präsidiumsmitglied des Deutschen Verkehrsforums, Vorsitzender des Vorstandes der Schenker Deutschland AG und Mitglied des Vorstandes Stinnes AG.

Für Hager besteht kein Konflikt zwischen Konzernen und dem Mittelstand: „Wir müssen gemeinsam Logistik als Branche in Deutschland stärker in das Bewusstsein von Politik und Gesellschaft für den Standort Deutschland bringen“

Bei der sehr gut besuchten Fachveranstaltung des Deutschen Verkehrsforums auf der transport logistic '05 in München diskutierten auch namhafte Vertreter von Großverladern und mittelständischen Logistikunternehmen.

Die Großkonzerne bieten als Global Player internationale Netzwerke und entsprechende Präsenz auf allen Kontinenten, betonte **Hans-Jörg Hager**, Präsidiumsmitglied des Deutschen Verkehrsforums, Vorsitzender des Vorstandes der Schenker Deutschland AG und Mitglied des Vorstandes Stinnes AG. Für Mittelständler, die solche Systeme kaum global aufbauen können, biete sich daher ihre Einbeziehung in die Prozesse auf-grund ihrer Spezialisierung und ihrer Kundennähe. Hager betonte: „Internationale Netzwerkverkehre Land – See – Luft sind durch Großunternehmen besetzt, der Mittelstand ist hier nicht aktiv.“ Allerdings zeichneten sich mittelständische Logistikdienstleister durch hohe Anpassungsfähigkeit an die Bedürfnisse der Kunden aus.

Aus der Sicht eines großen Verladers stellte **Rainer Frerich-Sagurna**, Geschäftsführer & Director Supply Chain der Kellogg Manufacturing GmbH & Co. KG, fest: „Spezialisierter Kundenservice ist nur mit Mittelstandsunternehmen haltbar, der Mittelstand ist hier gut positioniert. Es gilt, komplexe Produktionsprozesse logistisch abzubilden und regelmäßig und kontinuierlich zu optimieren. Der Mittelstand ist näher am Kunden, da Konzerndenken und Strukturen fehlen.“

Als Dienstleister sagte dazu **Oliver Rupp**s, Vorsitzender der Geschäftsführung Erwin STEINLE Internationale Spedition GmbH & Co. KG: „Kooperation oder Alleingang sind abhängig vom Marktsegment. Entscheidungen für Großaufträge fallen häufig auf der für den Mittelstand schwer erreichbaren internationalen Ebene. Deshalb erhält dann Kooperation Vorrang.“

Thomas Link, Vorstand der Andreas Schmid Logistik AG, betonte als Dienstleister ausdrücklich: „Mittelstand ist nicht Nischenanbieter. Unsere Strategie besteht darin, das komplette Portfolio anzubieten. Die Differenzierung geschieht über die Serviceführerschaft. Wir fühlen uns dem Kunden verpflichtet und handeln entsprechend.“

Heinrich Wiesner, Geschäftsführer Logistik der AVA Logistik GmbH, stellte die Handelslogistik für die Unternehmensgruppe Marktkauf unter dem Motto „Kunde bestellt, Kunde erhält“ vor und skizzierte die Schlüsselparameter für die erfolgreiche Zusammenarbeit. Der Mittelstand gebe zahlreiche Anstöße, um die Produktivität zu steigern und Kosten abzufangen.

Thomas Hailer, Geschäftsführer Deutsches Verkehrsforum, moderierte die Veranstaltung und bezeichnete die „neue Koexistenz“ von Mittelstand und

Großkonzernen als sich ergänzende Puzzleteile im Gesamtbild des wirtschaftlich erfolgreichen Deutschlands. Intelligente Logistik könne die Wettbewerbsposition eines Unternehmens entscheidend verbessern, effiziente Logistikdienstleistung habe sich bei vielen Unternehmen zum Erfolgsfaktor entwickelt. „Diese Erkenntnis will das Deutsche Verkehrsforum auf den Standort Deutschland übertragen. Die Logistikkompetenz der Konzerne und mittelständischen Unternehmen ist ein bedeutender positiver Standortfaktor, ein Erfolgsfaktor für Deutschland, mit dem es seine Position im globalen Wettbewerb stärken kann“, so Hailer wörtlich. Die Politik erkenne dies offenbar. „Das Deutsche Verkehrsforum wird sich nachhaltig dafür einsetzen, dass sich diese Einsicht schnell auf allen politischen Ebenen durchsetzt“, sagte Hailer.