



Internetbasierte Beschaffungsportale für Logistikdienstleistungen

Eine hohe Bedeutung für einen unstrukturierten Markt

Der Markt von internetbasierten Beschaffungsportalen für Logistikdienstleistungen ist komplex und unstrukturiert. Eine unüberschaubare Vielzahl an Anbietern konkurriert um Ausschreibungen und Angebote. Für Verlagerer und Dienstleister nimmt der Such- und Informationsaufwand stetig zu. In Zusammenarbeit mit Dr. Carsten Wagner vom Institut für Produkt- und Prozessinnovation der Leuphana Universität in Lüneburg hat Metroplan den Markt internetbasierter Beschaffungsportale untersucht. Dazu wurden ca. 8.000 Logistikdienstleister in Deutschland kontaktiert und über ihre Erfahrungen mit internetbasierten Portalen befragt.

Die Steuerung der Waren- und Informationsflüsse, aber auch der Transport von Gütern und ihre Lagerung machen einen großen Teil des Bruttosozialproduktes aus. In diesen Branchen wurden 2016 in Deutschland zusammen rund 258 Milliarden Euro Umsatz erwirtschaftet.

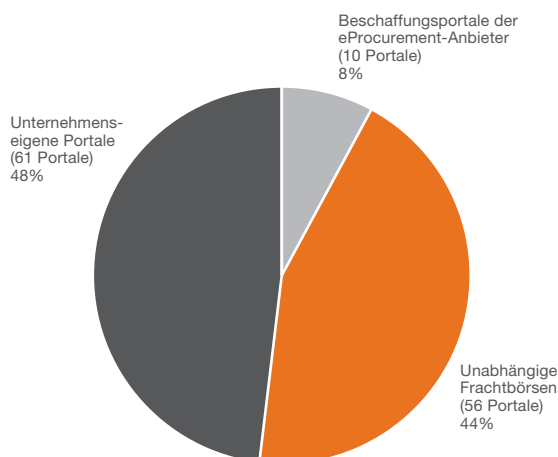
Leistungen werden immer stärker ausgelagert

Nur knapp die Hälfte der logistischen Leistungen, die in Deutschland erbracht werden, besteht in der externen Bewegung von Gütern. Die andere Hälfte findet in der Planung, Steuerung und Umsetzung innerhalb von Unternehmen statt. Im Bereich der logistischen Dienstleistungen agieren ca. 60.000 Unternehmen, die überwiegend mittelständisch geprägt sind. Gleichzeitig sinkt der Eigenfertigungsanteil der Industrieunternehmen stetig, da immer mehr Leistungen an Dienstleister verlagert werden – darunter auch zunehmend Logistikdienstleistungen. Rund 50% des Logistikmarktvolumens von 129 Mrd. € werden somit von den deutschen Logistikdienstleistern erwirtschaftet. 12.000 dieser Unternehmen bieten ihre Dienste auf sogenannten Beschaffungsportalen und Frachtbörsen im Internet an.

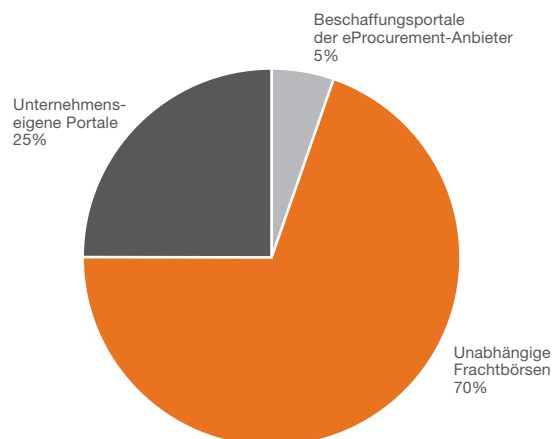
Beschaffungsportale der eProcurement-Anbieter spielen bei der Beschaffung von Logistikdienstleistungen noch eine geringe Rolle.

In der Studie von Metroplan und der Leuphana Universität Lüneburg wurden 127 Portale identifiziert, die einen nennenswerten Bekanntheitsgrad in der Logistikbranche erreicht haben. Dabei nehmen unabhängige Frachtbörsen der Transport- und Beschaffungsportale, die sich auf Logistikdienstleistungen spezialisiert haben, eine wesentliche Rolle ein.

Die verschiedenen Arten der Beschaffungsportale



Die Bekanntheit der Beschaffungsportale



Quelle: Metroplan

56 dieser Portale sind auf dem Markt aktiv, darunter Timocom, TiContract, Cargoclix und Transporeon. Die meisten Portale gehören jedoch Industrie- oder Handelsunternehmen an und werden von diesen ausschließlich für die hauseigenen Ausschreibungen genutzt. Insgesamt konnten 61 aktive unternehmenseigene Portale identifiziert werden, die auch eine nennenswerte Bekanntheit in der Logistikbranche erreicht haben. Dazu gehören u.a. die Portale von Großkonzernen wie Bayer, Volkswagen oder BMW. Beschaffungsportale der eProcurement-Anbieter wie Onventis, Pool4Tool (jetzt Jaggaer) oder SupplyOn sind nur sehr selten genannt worden.

Die Hälfte des Marktvolumens liegt in den Händen der sieben größten Portale

Sieben der bekanntesten Portale werden von der Mehrheit der befragten Logistikdienstleister bereits genutzt. Davon sind fünf Portale unabhängige Frachtbörsen, zwei sind unternehmenseigene Portale. Das vermutlich bekannteste Beschaffungsportal SAP Ariba folgt in dieser Studie erst auf Platz 19. Die Rangreihe der Nennungen kann der folgenden Tabelle entnommen werden:

| Portal | Anzahl Nutzer/Dienstleister | Leistungsschwerpunkt |
|--|--------------------------------------|--|
|  TimoCom. | 100.000 | Transportplattform |
|  TICONTRACT <small>E-SOURCING SIMPLIFIED.</small> | ca. 50.000 | Ausschreibungsplattform |
|  cargoclix.com <small>global logistics exchange</small> | 17.000 | Transportplattform |
|  TRANSPOREON | ca. 32.000 | Transportplattform |
|  MERCAREON <small>DER HANDELS-EFFIZIENZ.</small> | ca. 18.000 | Handelslogistikplattform |
|  VOLKSWAGEN <small>AKTIENGESELLSCHAFT</small> | ca. 1.000 Dienstleister (europaweit) | Ausschreibungsplattform der Volkswagen Group |
|  Deutsche Post DHL | ca. 10.000 | Ausschreibungsplattform der Deutschen Post/DHL |

Starke Zuwachsraten zeigen hingegen neue Portale wie Flexport, FreightHub, InstaFreight, ItsMyCargo und The Freight Hero.

Fokus auf Transportdienstleistungen – was ist noch möglich?

Den größten Anteil am Marktvolumen der Logistik haben die Transporte. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch in Bezug auf die Beschaffungsportale: 9 von 10 Portalen haben ihren Schwerpunkt auf dieser Leistungsart. Für Lagerdienstleistungen und Value-Added-Services werden die Beschaffungsportale noch am wenigsten genutzt.

Für Dienstleister bedeutet eine größere Anzahl unternehmenseigener Portale einen hohen Such- und Einarbeitungsaufwand. Bereits jetzt bedient ein Logistikdienstleister im Schnitt vier verschiedene Portale, um die Anforderungen seiner Kunden abzudecken. Die schlechte Informationslage über aktuelle Ausschreibungen führt bei den Logistikdienstleistern dazu, dass in vielen Portalen gesucht und gearbeitet werden muss. Im Durchschnitt führen aber nur 5-10% aller abgegebenen Angebote zu einem Auftrag. Gewichtet mit einem durchschnittlichen Personalaufwand von ca. 13 Stunden pro Angebotsabgabe ergibt sich eine personelle Bearbeitungszeit von 182 Stunden, um nur einen Auftrag zu erhalten.

Die Lösung dieses Problems ist nicht der Zugang zu mehr Ausschreibungen, sondern zu einer Auswahl an Ausschreibungen, die zum Leistungsspektrum des Logistikdienstleisters passen. Der erste Schritt in diese Richtung beginnt mit der Nutzung des geeigneten Beschaffungsportals.

Metroplan wählt dafür Softwarelösungen aus, die alle Bereich im direkten und auch im indirekten Einkauf abdecken. Diese Lösungen haben Schnittstellen (Punch Out) zu Portalen für Logistikdienstleistungen, sind einfach in der Bedienung für Ad-hoc Anfragen und bieten eine gute Funktionalität für regelmäßige Ausschreibungen. Ebenso ist die Buchungsplattform an das TMS des Kunden über EDI- und API-Schnittstelle angebunden.

Metroplan im Profil.

Seit über 40 Jahren ist Metroplan eines der führenden technischen Beratungs- und Planungsunternehmen. Von den Standorten in Hamburg und Wroclaw aus werden umfassende Lösungen für Produktions- und Logistikstandorte realisiert. Metroplan hat in den letzten Jahren Ausschreibungen von Logistik-Dienstleistungen mit einem jährlichen Einkaufsvolumen von mehr als 1 Mrd. € verantwortet. Neben zahlreichen weiteren Auszeichnungen wurde Metroplan vom BVL und der LOGISTIK HEUTE als „Beste Marke der Logistik 2016“ ausgezeichnet.

Ihre Ansprechpartner



Dr.-Ing. Thomas Mielke
Geschäftsführer Metroplan Process Management GmbH

Thomas Mielke studierte Informatik an der TU Braunschweig, wo er auch promoviert hat. Er war sieben Jahre für Roland Berger Strategy Consultants tätig, zuletzt als Associated Partner. Danach verantwortete er 12 Jahre die Bereiche Einkauf und Logistik bei der Jungheinrich AG in Hamburg. Seit 2009 verantwortet er als Geschäftsführer das Geschäftsfeld Process Management bei Metroplan.

thomas.mielke@metroplan.de
Telefon +49 (0) 40 2000 07-50 | Mobil +49 (0) 175 720 3427



Metroplan Process Management GmbH
Ludwig-Erhard-Straße 18
D-20459 Hamburg
+49 (0)40 2000 07-xx
www.metroplan.de