

SCI kritisiert Logistik-Strategen

Neue Geschäftsfelder werden nicht professionell genug erschlossen

Logistikunternehmen haben sehr häufig starke Defizite bei einer systematischen und professionellen Entwicklung ihrer Geschäftsfelder. Das hat SCI Verkehr in einer aktuellen Untersuchung herausgefunden. „Es fehlt an einer konsequenten Geschäftsentwicklung, wie sie in anderen Branchen selbstverständlich ist“, beklagt Maria Leenen, Geschäftsführerin des Beratungsunternehmens für Logistik.

Dabei wird es für Logistikdienstleister immer wichtiger, neue Geschäftsfelder zu entwickeln. Das haben SCI zufolge auch rund 80 Prozent der Un-

ternehmen vor. So planen 58 Prozent eine Erweiterung ihrer Leistungsvielfalt und 37 Prozent die Erschließung neuer regionaler Märkte. Für diesen Schritt fühlt sich aber nicht einmal ein Drittel der Unternehmen in vollem Umfang mit den relevanten Markt- und Wettbewerbsdaten gewappnet.

Statt neue Geschäftsfelder strukturiert und strategisch zu erschließen, verläuft die Erweiterung oft nach dem Zufallsprinzip oder ist getrieben von Kundenwünschen. Fachzeitschriften, interne Recherchen und Vertriebs-Know-how sind die wichtigsten Infor-

mationsquellen der Logistikunternehmen zur Marktbeobachtung und Strategieentwicklung. Das ist nach Meinung der SCI-Analysten zu wenig. Nur etwas mehr als ein Drittel der Unternehmen greift auf Branchenstudien zurück, nicht einmal ein Viertel lässt sich beraten.

DVZ 22.3.2007 (rok)

Zum Thema „Neue Geschäftsfelder erfolgreich erschließen“ veranstaltet die DVZ am 26. April 2007 ein Symposium. Veranstaltungsort ist das Hotel Le Royal Méridien in Hamburg. Das vollständige Programm ist im Internet zu finden.

www.dvz.de/geschaeftsfelder