

Chancen für den Mittelstand

Frühzeitig Potenziale neuer Märkte erkennen und Nischen finden

Die Konkurrenz auf dem Logistikmarkt nimmt zu. Um sich gegen die großen Konzerne der Branche durchzusetzen, müssen Mittelständler ihre Stärken ausspielen. Für mittelständische Unternehmen aus der Logistikbranche stellt die Region Ostwestfalen einen idealen Standort dar. Sowohl das Ruhrgebiet als auch die norddeutschen Seehäfen sind gut erreichbar – entscheidend für ein Unternehmen, das im nationalen und internationalen Logistikgeschäft tätig ist.

Doch der Markt ist hart umkämpft. Gerade in Zeiten der Wirtschaftskrise steigt der Konkurrenzdruck. Nur noch wenige inhabergeführte Speditionen nennenswerter Größenordnung sind auf diesem Markt tätig, der stark von Filialisten großer Logistikkonzerne geprägt ist. Um mit den ganz Großen der Branche mithalten zu können, müssen Mittelständler daher ihre eigenen Antworten finden – ihre Chancen stehen dabei sehr gut.

So ist es notwendig, Nischen zu finden und bereits frühzeitig die Potenziale neuer Märkte zu erkennen. Ein Beispiel: 1989 – als Gorbatschow seine Öffnung nach Westen verkündete – nutzte mancher die Gunst der Stunde und wagte den Schritt nach Osten. Die langjährigen Erfahrungen und die genauen Marktkenntnisse zahlen sich heute aus und sind wichtige Entscheidungskriterien für die Kunden. Um die neuen Märkte erschließen zu können, setzen Mittel-

ständler dabei häufig auf Partnerschaften mit heimischen Firmen. Dabei ist es wichtig, auf Augenhöhe miteinander zu kooperieren. Denn wenn einer der Partner deutlich größer ist, übernimmt er den Auftrag nach

kurzer Zeit vollständig.

Mindestens ebenso wichtig – wenn nicht sogar entscheidend – ist es, nah am Kunden zu sein und Gesicht zu zeigen. Dieses Kriterium stellt wohl die größte Chance für mittelständische Logistikdienstleister dar, sich im Wettbewerb zu behaupten. Kunden verlangen zunehmend einen einzigen Ansprechpartner, der für sie sämtliche Prozesse steuert – angefangen bei Qualitätskontrollen des Einkaufs über den Transport selbst bis hin zur Lagerung, Kommissionierung und Distribution.

Gerade für Unternehmen, die auf schwierigen Märkten wie Osteuropa aktiv sind,

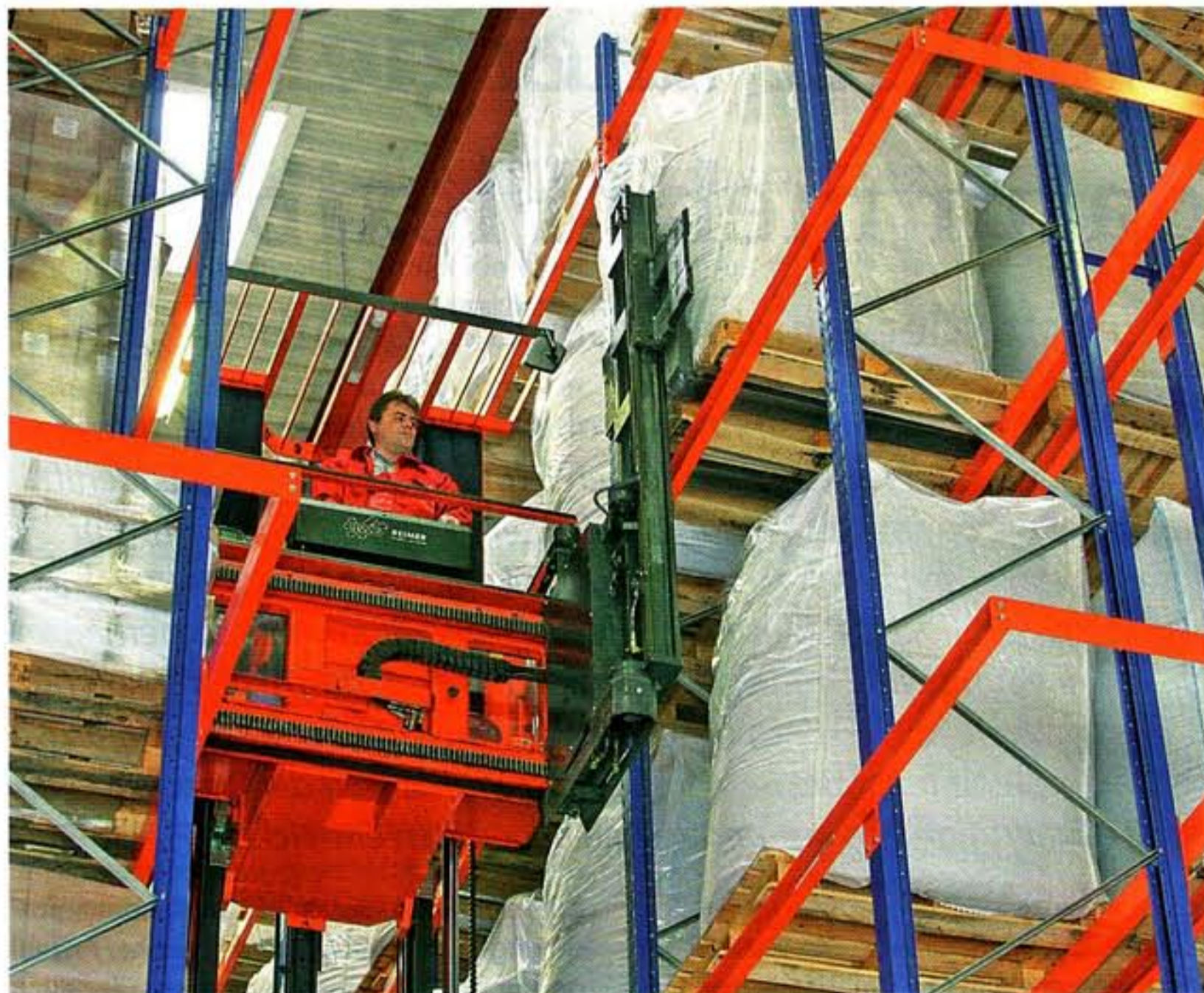


Keine schlechte Lage: Von der Region Ostwestfalen aus lassen sich sowohl das Ruhrgebiet als auch die norddeutschen Häfen gut erreichen.

steigt daher die Bedeutung der Beratungsleistung. Dabei reicht es nicht, einmal im Jahr einen Mitarbeiter hinzuschicken, der die Preise verhandelt. Stattdessen muss der Dienstleister seinen Kunden genau kennen, sich mit ihm zusammensetzen und in Ruhe heraushören, wo die Herausforderungen bei dem Auftrag liegen.

Hierfür bedarf es nicht zuletzt qualifizierter und motivierter Mitarbeiter. Trotz der Atempause, die die globale Wirtschaft gerade einlegt, ist der Fachkräftemangel vor allem im Logistikbereich absehbar. Dies ist der Grund, weshalb stark in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter zu investieren ist. In diesem Bereich darf zu keiner Zeit gespart werden. Denn trotz aller Technik und moderner Informationstechnologie – Logistik wird von Menschen für Menschen gemacht. Gerade hier kann der Logistik-Mittelstand seine Stärken ausspielen.

Simon Reimer,
Geschäftsführender Gesellschafter
BWG Reimer GmbH & Co. KG,
Bielefeld



Kunden erwarten zunehmend einen Ansprechpartner, der für sie sämtliche logistische Prozesse – angefangen bei Qualitätskontrollen des Einkaufs über den Transport selbst bis hin zur Lagerung, Kommissionierung und Distribution – übernimmt.