



Technomar
**Märkte für neue
Technologien**



**Erwartungen, Forderungen der Endkunden
an Anbieter von Systemen und Komponenten
in der Materialflusstechnik**

**Angebot
zur Beteiligung an einer Multi client-Studie**

Oktober 2003

TECHNOMAR GMBH

Gesellschaft für Investitionsgütermarktforschung und Unternehmensberatung mbH

Ismaninger Straße 68, 81675 München

Telefon: 089 / 419 418-0 Telefax: 089 / 470 50 08

E-mail: info@technomar.de Internet: www.technomar.de



1. Ausgangssituation

Vor genau 10 Jahren hat TECHNOMAR GMBH in einer umfangreichen Multi client-Studie die Trends für Komponenten und Systeme für die Lager- und Fördertechnik analysiert. In der Folge hat TECHNOMAR in zahlreichen Exklusivstudien den Markt weiter verfolgt und seine Entwicklung beobachtet.

Dabei haben wir festgestellt, dass sich der Markt für Lagerautomation auf nahezu allen Ebenen in einem Strukturwandel befindet:

- n Der Modernisierungs- und Erneuerungsdruck bei bestehenden Anlagen ist erheblich.
- n Die Konzentrationen auf Anbieterseite nehmen weiter zu.
- n Dabei drängen sehr erfolgreich neue Anbieter aus dem Ausland in den nach wie vor größten Logistikmarkt Europas.
- n Da die Nachfrage nach Neuanlagen im Trend weiter abnimmt, rückt das Angebot Dienstleistung durch System- und Komponentenanbieter immer mehr in den Vordergrund (nicht zu verwechseln mit third party-Dienstleistung).
- n Die Differenzierungsmöglichkeiten der Systemanbieter werden immer geringer und die Frage stellt sich, worin der USP einzelner Anbieter besteht.
- n Die künftigen Konzepte der Lagersoftware werden kontrovers diskutiert, nachdem Navision (Microsoft) und SAP Alternativen zur traditionellen LVS anbieten.
- n Die RFID-Technologie könnte den Barcode ablösen.

Begleitet werden diese Trends von Entwicklungen, die heute schon klar erkennbar sind:

- n Die Kompetenz der Kunden in Projekten der Lager- und Fördertechnik hat sich deutlich durch personelle Aufstockung verstärkt.
- n Die Planer als Bindeglied zwischen Anbieter und Kunde verlieren zunehmend an Bedeutung.
- n Eine Trennung der Anbieter in Systemanbieter und hochspezialisierte Komponentenanbieter wird erkennbar, andererseits ist eine Entwicklung zur Standardisierung (wie in Japan oder Spanien) für den deutschen Markt nicht zu erwarten.



Bei dieser Trenddiskussion stellt sich jedoch generell die Frage, welche Anforderungen und Wünsche der

Endkunde

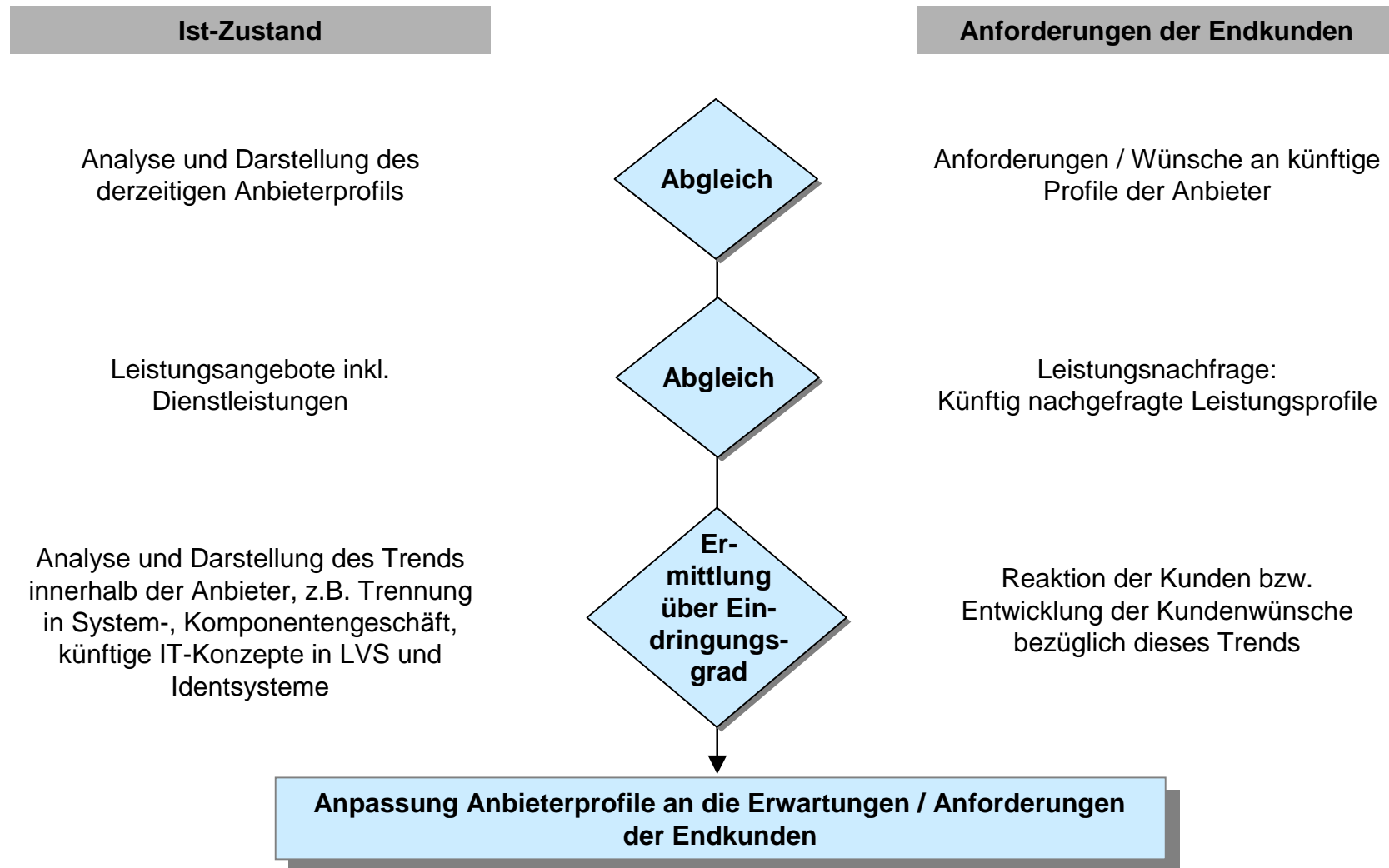
in Zukunft an die Anbieter von Logistiklösungen haben wird und welche Trends sich dann bewahrheiten werden.

TECHNOMAR hat sich daher entschieden, eine neue Multi client-Studie aufzulegen, die sich primär an **Anbieter aus der Förder- und Lagertechnik** richtet:

- n Systemhäuser
- n Komponentenanbieter
- n Softwarehäuser



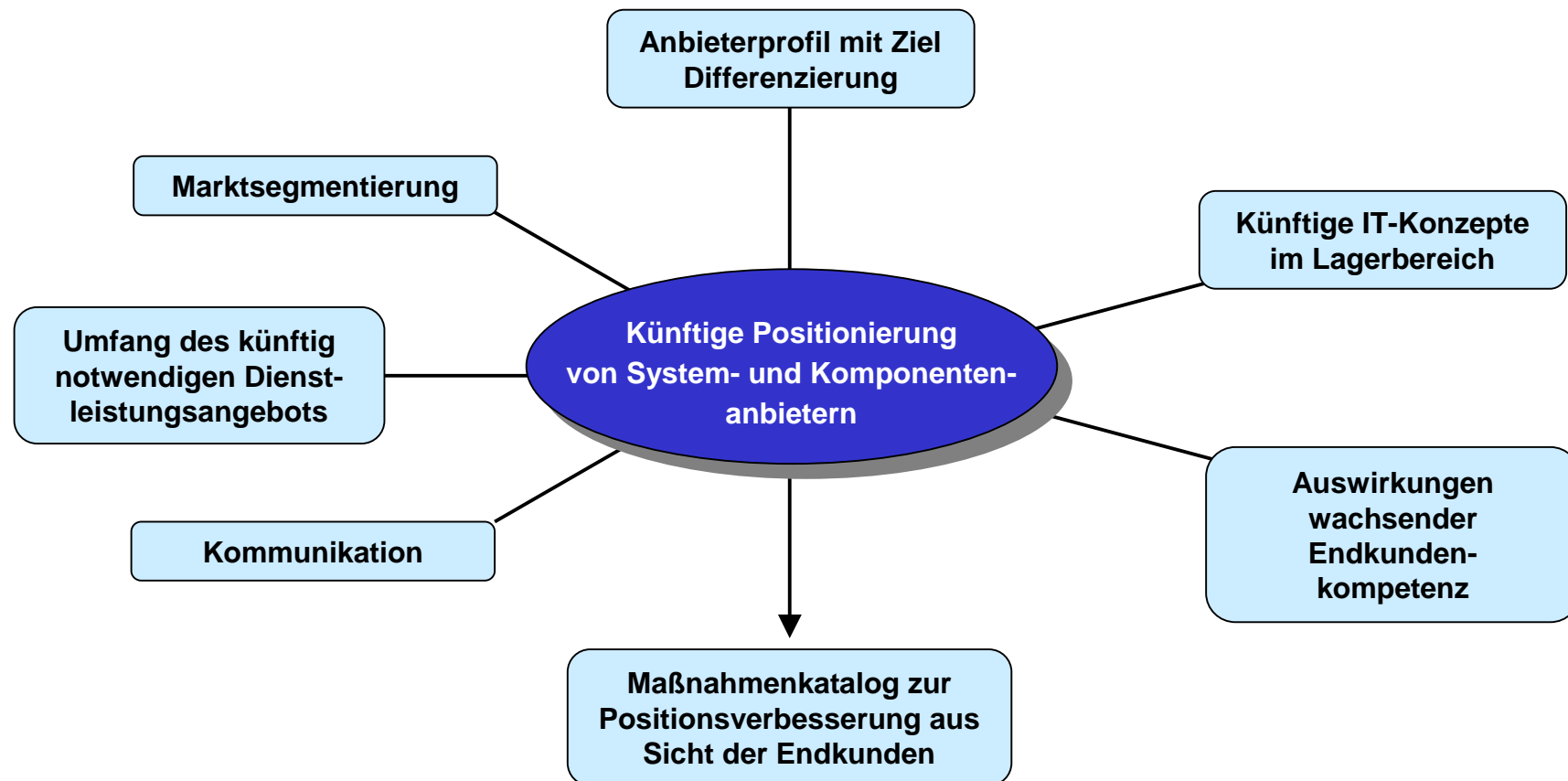
Schematische Darstellung der Untersuchung





2. Zielsetzung im Überblick

Folgende Entwicklungen werden analysiert, die die künftige Positionierung der Anbieter beeinflussen:





3. Zielsetzung im Detail

Marktsegmentierung

- n Erfordernis der Branchensegmentierung
 - | Notwendigkeit der Branchenkompetenz
 - | Aufbau eines selektiven Branchenmarketing
- n Künftige Differenzierung über Spezialisierung auf Teilbranchen möglich
- n Bestimmung der aussichtsreichen Teilmärkte aufgrund
 - | Branchenwachstum
 - | steigender Anforderungen an Lagerverfügbarkeit
- n Quantifizierung des Marktpotenzials in
 - | Neuanlagen
 - | Retrofit
 - | Dienstleistungsanteil
- n Derzeitige und künftige Bedeutung der Mittelstands-Kunden (200 – 500 Beschäftigte) für Logistikprojekte – Unterschiede in Herangehensweise an die Kunden und an Projektstruktur gegenüber Großkunden
- n Entwicklung des Marktes Deutschland zum after sales-Markt



Umfang des künftigen Dienstleistungsangebots

- n Welche Art von Service ist gefragt unter Berücksichtigung Life cycle-Wirtschaftlichkeit?
 - l Reparatur, Ersatzteile, Schulung
 - l Vorbeugende Wartung, Modernisierungsberatung
 - l Technische Betriebsführung mit Verfügbarkeitsgarantie
 - l Anlagenwartung inkl. Fremdgeräte, Facility Management – Betreibermodell
 - l Volle Übernahme des Lagers bis zu DL-Funktion
- n Wie sollen Service- und Wartungsverträge gestaltet werden?
 - l Durch den Mechanik-Lieferanten direkt, dann ist GU nur Vermittler (mehrere Ansprechpartner als Spezialisten)
 - l Serviceverantwortung bei GU (nur ein Ansprechpartner)
- n Anteile after sales an heutigen Verträgen in % (Wert)
- n Welche Bereiche möchte Kunden outsourcen?
- n Wie entscheidet Kunde über outsourcing?
 - l Kriterien
 - l Berechnungsgrundlagen
- n Vorstellung des Kunden über Finanzierung
 - l GU-Anbieter auch Anbieter von Finanzierungsmodellen, z.B. Leasing-Contracting
 - l Muss GU Partnerschaften mit Bankenkonsortium eingehen
 - oder**
 - l will Kunde selbst finanzieren?



**Umfang des künftigen
Dienstleistungsangebots**
(Fortsetzung)

- n Wann muss Service (DL-)Angebot erfolgen unter Gesichtspunkt Life cycle-Betrachtung?
 - | Im Angebotsstadium
 - | Nach Projekterstellung
- n Hat Fullrange-Anbieter (mit eigenen Komponenten) besseren und effizienteren Service als GU ohne Komponentenfertigung?
- n Wer sind die Wettbewerber im Service, DL-Geschäft?
 - | Lokale Anbieter
 - | Maschinen- und Anlagenservicegesellschaften
 - | Ehemalige Mitarbeiter
- n Ist Gebäudetechnik inkl. Technischer Gebäudeausrüstung künftig Mitbestandteil des GU-Angebots?



Kommunikation

- n Weg der Kontaktaufnahme vom Kunden an Anbieter
 - l Ausschreibung
 - l Stammlieferantenbezug
 - l Referenzen
- n Quellen des Akquisitionspotenzials für Anbieter
 - l Anfragen von Stammkunden
 - l Offene Anfragen für Ausschreibung
 - l Kaltakquisition
 - l Hinweise von Vermittlern
- n Wichtigkeit von Messeauftritten – welche Messen werden tatsächlich von Endkunden genutzt (Anwender- und/oder Fachmessen)?
- n Fachzeitschriften und ihre Bedeutung
- n Bedeutung von Symposien, Anbieterseminaren, inhouse-Veranstaltungen
- n Wichtigkeit für Kunden, nur einen Ansprechpartner beim Lieferanten zu haben
- n Prozess der Entscheidungsfindung zwischen Anfrage und Auftragsvergabe



Anbieterprofil mit Ziel der Anbieterdifferenzierung

- n USP: Worin liegt der USP des Systemanbieters?
 - | Keine Unterschiede in SW, Steuerung
 - | Differenzierung in Mechanik auch noch möglich?
 - | USP eher in Angebotsphase und in Kreativität des Anbieters für kundenspezifische Lösung oder eher in Qualität der Ausführung
 - | USP eher im Dienstleistungs- und Serviceangebot
- n Bewertung Stärken, Schwächen einzelner Anbieter
 - | Wer ist etabliert, wer ist Newcomer?
 - | Wer sind preferred suppliers?
- n Beurteilung Systemanbieter, der meiste Leistungen fremd zukaft
- n Know how, Kompetenz im Gesamtsystem oder im IT-Konzept
- n Muss Anbieter international ausgerichtet sein für internationale Kunden?
- n Entscheidungsträger für Auswahl Anbieter
- n Was muss ein Anbieter selbst bieten, was darf er zukaufen?
- n Kompetenzen eher HW- oder SW-lastig?
- n Leistungsangebot als GU
 - | inkl. Gebäude mit Technik der Gebäudeausrüstung
 - | Finanzierung
 - | Dienstleistung



Künftige IT-Konzepte im Lagerbereich

- n Erwartet Endkunde Trends in SAP-Implementierung?
 - l Schnittstellen zu SAP durch Systemanbieter konfiguriert
- n Ist LVS lösungs- oder SAP-getrieben?
- n Wie ist Erwartungshaltung von Groß- und Mittelstandskunden?
- n Kaufentscheidungen kleiner und mittlerer Anwender für LVS-Anwendungen
 - l Navision von Microsoft (ERP)
 - l SAP, Oracle (ERP)
 - l autarke spezielle LVSunter Gesichtspunkt **Total Cost of ownership** (Lizenz-, Einführungs- und Pflegekosten)
- n Vorteile bzw. Nachteile von Integration ERP-System und LVS
 - l Eher autarke LVS wegen Flexibilität, hohe Skalierbarkeit
 - l oder Übernahme LVS-Aufgaben durch ERP
 - l Kriterium: Kosten für Programmierung
 - u bei LVS einmalig
 - u bei ERP bei jedem Release neu anzupassen
- n Trends
 - l Zusatzfunktionen wie
 - u Cross-Docking
 - u Einsatz von Sortern
 - u Pick-by-voice in Kommissioniersystemen
 - u RFID-Technologie
 - l LVS werden zu Logistik-Informationssystemen (nächste Infoebene nach ERP) = integriertes Warehouse Administration and Control System (insbesondere bei verteilten Lägern)
 - l SW zur Optimierung des gesamten logistischen Netzwerks



Künftige IT-Konzepte im Lagerbereich (Fortsetzung)

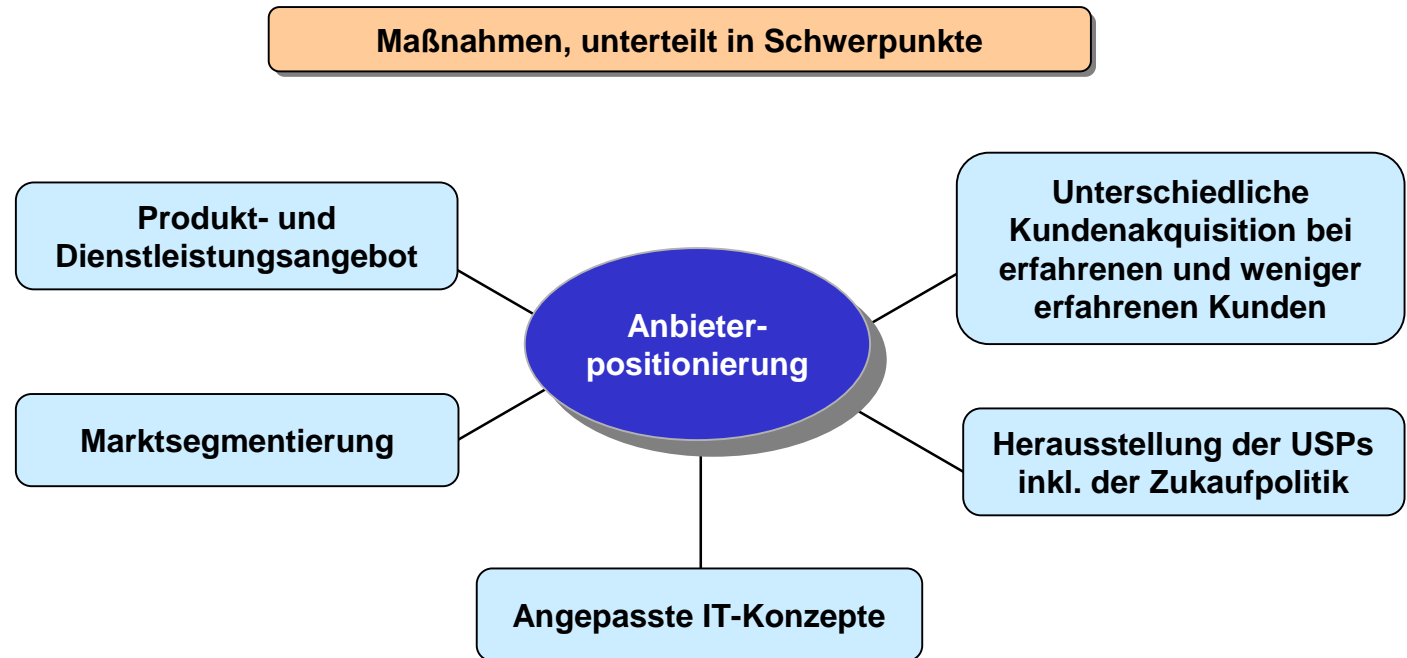
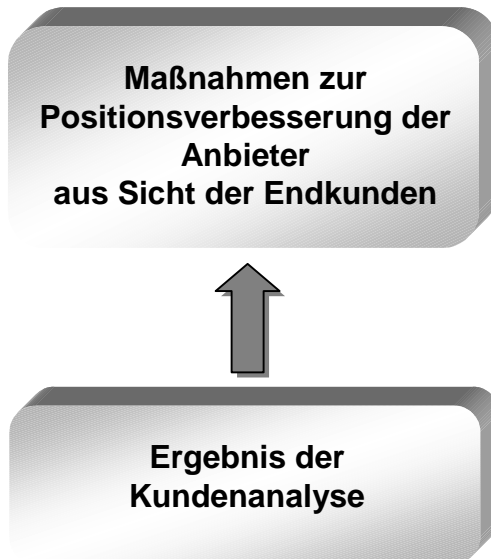
- n Zukünftiger Einsatz von Identensystemen
 - l Beibehaltung Barcode (2 D-Matrix oder Liner)
 - l Transponder (RFID)
 - u passiv
 - u aktiv
 - u intelligent
 - l Hybridformen (Barcode + RFID)
- n Künftig bevorzugte Betriebssysteme
- n Gewünschte Leitstandsfunktion
- n Auswirkungen Fernwartung über Internet
- n Ausbau der Vernetzung (Leistungs- und Steuerleitung) zu vollständig modularem Konzept aufgrund steigender Anforderungen zu höherer Umbauflexibilität



Auswirkung wachsender Endkundenkompetenzen

Wichtige Know how-Träger der Planer, die in der Vergangenheit in Insolvenz gingen, sind zu Endkunden gegangen und haben deren Kompetenz in Logistikfragen verstärkt. Dies könnte zu folgenden Auswirkungen führen:

- n Vorhandene Planungskompetenz bei Kunden ab welcher Größenordnung? Konsequenzen für Beschaffung
 - l GU-Vergabe
 - l Komponentenzukauf inkl. LVS-Software
- n Wenn der Kunde in stärkerem Maße Planungskompetenz hat,
 - l braucht er noch den GU?
 - l braucht er Planer?
 - l stellt er Lieferanten selbst zusammen? – Wie stellt er dann jeweils neuesten technischen Stand sicher?
- n Unterschiedliche Handlungsweisen des Kunden bei
 - l Neubau
 - l Retrofit
- n Fordern Kunden in Zukunft bestimmte Komponenten oder bestimmte Hersteller?





4. Umfang, Methode, Durchführung

Aufgrund der primären Orientierung der Analyse auf die Sicht und Motivation der Endkunden wird TECHNOMAR folgende problemadäquate Kombination von Untersuchungsmethoden anwenden:

n	Intensivinterviews (durch Mitglieder des Projektteams)	50 Interviews
n	Ergänzende Telefoninterviews zur Absicherung der in den Intensivinterviews erhaltenen Ergebnisse	60 Interviews
n	Desk research	
n	Szenario-Workshop	1

Intensivinterviews werden vom Projektteam persönlich durchgeführt. Da diese Gespräche in Form freier Fachdiskussionen assoziativ geführt werden, ergibt sich die Möglichkeit, auch Sachverhalte in Erfahrung zu bringen, die bei Untersuchungsbeginn noch nicht bekannt waren. Diese Interviews dauern bis zu 2 Stunden.

Die **Telefoninterviews** stellen eine verkürzte Form der Intensivinterviews dar und werden ebenfalls von den Projektteammitgliedern durchgeführt. In den Telefoninterviews werden die in den Intensivinterviews ermittelten Aussagen auf ihre Validität geführt.



Die angesprochenen Zielgruppen für Intensiv- und Telefoninterviews sind:

n Produzierende Unternehmen

- | Automotive
- | Mechanische Fertigung
- | Chemie, Kosmetik
- | Food, Getränke
- | Elektronik

n Handelsunternehmen

- | Einzelhandel
- | Großhandel
- | Versandhandel

n Third party-Dienstleister

Das **Desk research** beinhaltet die Sammlung, Sichtung und Auflistung von Statistiken sowie die Verwertung von Kundenzeitschriften, in denen über Projekterfahrungen mit vorangegangenen Logistikprojekten berichtet wird.

Grundlage für den **Szenario-Workshop** sind die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Arbeitsschritten (Intensivinterviews, Telefoninterviews). Die durch das Arbeitsteam bis zu diesem Zeitpunkt erarbeiteten Studienerkenntnisse sind Grundlage für eine Diskussion der Ergebnisse mit den Teilnehmern an dieser Multi client-Studie. Zusätzlich werden zu diesem Workshop Experten eingeladen:

- n Fachjournalisten
- n Fachinstitute wie Fraunhofer
- n Planer



Die Erkenntnisse aus dem Szenario-Workshop stellen eine wesentliche Informationsbasis für die Studienergebnisse dar.

Zur Durchführung der Multi client-Studie wird ein Projektteam gebildet.

Dipl.-Ing. Bernd Stulz

Dipl.-Wirtsch.-Phys. Stefan Moosreiner

Dipl.-Kfm. Friedhelm Hoever

Nach Abschluss der Untersuchung wird ein schriftlicher Bericht erstellt, der auf Wunsch auch auf CD-ROM erhältlich ist.



5. Zeit und Kosten

TECHNOMAR plant, mit der Durchführung des Projektes am

15. November 2003

zu beginnen. Bis dahin läuft die Subskriptionszeit. Die Abschlusspräsentation ist für Anfang März 2004 geplant.

Die Durchführung der Studie erfolgt unter dem Vorbehalt, dass mindestens 10 Bestellungen in der Subskriptionszeit vorliegen.

Bis **15. November 2003** räumt TECHNOMAR den zeichnenden Firmen einen Subskriptionspreis von

4.700 €

zuzüglich 16 % Mehrwertsteuer ein. Nach Ablauf der Subskriptionsfrist erhöht sich der Preis um 20 %.

Im Auftragsfall erbitten wir folgende Zahlungsweise:

- n 50 % bei Auftragserteilung
- n 50 % bei Berichtsübergabe

Zahlbar innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsstellung.

Im Preis nicht enthalten sind Reisekosten für die Teilnahme am Szenario-Workshop.

TECHNOMAR GMBH

Dipl.-Ing. Bernd Stulz

Dipl.-Kfm. Friedhelm Hoever