



**Green Logistics  
Lösungsansätze, Potentiale und  
Vertriebsstrategien in Deutschland**

Angebot  
zur Beteiligung an der Multi Client-Studie

Januar 2010



<b>0. Management Summary</b>	<b>3</b>
<b>1. Ausgangssituation</b>	<b>4</b>
<b>2. Zielsetzung</b>	<b>7</b>
<b>3. Inhalte</b>	<b>9</b>
<b>4. Umfang, Methode, Durchführung</b>	<b>11</b>
<b>5. Zeit und Kosten</b>	<b>14</b>



**Green Logistics** hat sich als langfristiger Trend zur Kosten und Ressourceneinsparung etabliert.

Je nach Logistikmodell eröffnen individuelle Green Logistics Maßnahmen für **Planer, Integratoren, Komponenten- und Lösungsanbieter** sowie **Softwarehäuser** neue **Geschäftsmöglichkeiten** aber auch wirtschaftliche **Risiken**.

In der Multi-Client Studie: **Green Logistics – Lösungsansätze, Potentiale und Vertriebsstrategien in Deutschland** werden folgende Aspekte untersucht:

- Übersicht relevanter Green Logistics **Trends** und **Lösungen**
- Analyse **potentieller Zielkunden** für Green Logistics Lösungen
- Übersicht und Ausblick auf mögliche **Förderprogramme** und **Verordnungen**
- **Wirtschaftlichkeitsanalyse** einzelner Lösungen für potentielle Zielkunden
- **Akzeptanz dieser Lösungen** durch die analysierten Zielkunden
- Abschätzung der **Marktpotentiale** dieser Lösungen **für den Zeitraum von 5 Jahren**
- **Strategieempfehlungen** für Vertrieb und Marketing

Dabei werden Green Logistics Maßnahmen für **Lagerlogistik** und **Transportlogistik** in den Segmenten **Produktion, Handel** und **Dienstleistung** sowohl für **Neuinvestition, Erweiterung** als auch **Retro fit** analysiert.

Insgesamt werden **150 Interviews** mit **Logistikkunden**, aus allen genannten Bereichen sowohl mit Automatiklagern, Staplerlagern, manuellen Lagern als auch mit eigenen LKW- und Transporter-Flotten geführt.

Wie bereits in den Studien der letzten Jahre werden die Ergebnisse in einem **Workshop** dargestellt, zu dem die Studienteilnehmer eingeladen sind.

Die Studie startet im **März 2010** und wird bis **Sommer 2010** mit einem schriftlichen Bericht abgeschlossen.

Die **Teilnahmekosten** inkl. der Teilnahme am Workshop betragen **7.500.- Euro**



Laut einer Umfrage des BME vom Oktober 2009 unter 171 Unternehmen aus der Logistikbranche wollen 81 % der Unternehmen ihre Green Logistics Aktivitäten trotz Wirtschaftskrise unverändert weiterverfolgen oder sogar steigern.

Dies zeigt, **Green Logistics hat den Status** eines kurzlebigen Modethemas überwunden und sich **als langfristiger Trend etabliert**. Insgesamt wird Green Logistics als Gewinner in schweren Zeiten gesehen.

Betrachtet man das Thema genauer, so ergibt sich folgendes Bild:

- 33 % der befragten Unternehmen sehen ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen als wesentlichen Kostenfaktor
- 56 % erwarten, dass ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen in Zukunft teurer werden
- 46 % begründen ihre Umweltschutzaktivitäten mit steigendem Umweltbewusstsein ihrer Kunden
- 85 % betrachten ihre Umweltschutzaktivitäten als wichtigen Imagefaktor
- 89 % würden zwar keine höheren Preise zahlen, aber Anbieter mit Umwelt-Engagement bevorzugen
- 6 % wären bereit, höhere Preise zu zahlen, wenn ihre Dienstleister dadurch CO<sub>2</sub>-Emissionen reduzieren
- 13 % überlegen ihre Sendungen aus Umweltgründen auf Bahn oder Binnenschifffahrt zu verlagern
- 68 % sehen im Wechsel des Verkehrsträgers keine Option um CO<sub>2</sub> einzusparen
- 49 % planen durch aerodynamische Maßnahmen den Kraftstoff-/ CO<sub>2</sub>-Verbrauch zu reduzieren
- 68 % sehen große Chancen der CO<sub>2</sub>-Reduktion durch den Einsatz von Telematik



**Green Logistics** wird als **ganzheitlicher Ansatz** über die gesamte Logistikkette hinweg definiert, mit dem Ziel, in Summe den Ressourcen- und Energieeinsatz, den Emissionsausstoß und das Abfallaufkommen zu reduzieren.

In der Praxis spielt die Gesamtsicht kaum eine Rolle und so stellt sich **Green Logistics als Katalog von Maßnahmen** dar, der je nach Unternehmen unterschiedlich teuer und unterschiedlich wirksam sein kann. Von daher gilt es, Chancen und Risiken vor dem Entwickeln eines Green Logistics Angebots gegeneinander abzuwiegen.

## **Risiken bei der Einführung von Green Logistics Lösungen**

- Energiesparende Antriebe sind zu langsam und reduzieren den Lagerdurchsatz
- Konservative Kunden scheuen vor Neuerungen zurück
- Lösungen können nicht oder nur mit Verlust verkauft werden
- Hoher Beratungs- und Betreuungsaufwand kann nicht geleistet werden
- Kundenerwartungen werden in der Praxis nicht erfüllt
- Systeme werden vom Personal falsch bedient oder gar umgangen

## **Chancen bei der Einführung von Green Logistics Lösungen**

- Positiver Umweltbeitrag
- Imagetransfer erleichtert auch Vertrieb konventioneller Lösungen
- Wettbewerbsvorteil durch Differenzierung
- Realisierung wesentlich höherer Margen als im Standardgeschäft
- Zusätzliche Einnahmen durch Beratung und Schulung



TECHNOMAR hat sich in den letzten Jahren in zahlreichen Studien intensiv mit den Märkten für Intralogistik, erneuerbare Energien, Gebäudedämmtechnik und Elektrofahrzeuge beschäftigt und festgestellt, dass bei Firmenkunden zunehmend ein Umdenken hin zu nachhaltigen Gesamtlösungen stattgefunden hat. Neue Emissionsgesetze zwingen Unternehmen zudem Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Einsparung zu treffen.

Die Arbeitsgemeinschaft Technomar und integral logistics beabsichtigt daher, folgende Multi-Client Studie durchzuführen:

## Green Logistics – Lösungsansätze, Potentiale und Vertriebsstrategien in Deutschland

Die **TECHNOMAR** GmbH arbeitet seit 1978 als auf die Investitionsindustrie spezialisiertes Marktforschungs- und Beratungsinstitut und verbindet technische Kompetenz mit Marketingerfahrung. Im Mittelpunkt vieler Studien steht häufig die Technologiefrüherkennung und deren strategische Umsetzung in Unternehmen.

Die **integral logistics** GmbH & Co. KG wurde 2003 in Dortmund gegründet, und berät Kunden aus Handel, Dienstleistung und Industrie in allen Fragen der Logistik und des Supply Chain Managements. Das Leistungsspektrum reicht von der strategischen Beratung bis zum Projektmanagement bei komplexen Logistikprojekten.

Die Verknüpfung des Know-hows der beteiligten Unternehmen und der verfolgten Arbeitsweisen garantiert eine effiziente und zielführende Themenbearbeitung.



Die Studie richtet sich an folgende Teilnehmer:

- Planer und Systemintegratoren
- Komponentenanbieter
- Systemanbieter
- Softwarehäuser inkl. Anbieter von Standard-IT

Folgende Ergebnisse wird die Studie liefern:

- Übersicht relevanter Green Logistics Trends und Lösungen
- Analyse potentieller Zielkunden für Green Logistics Lösungen
- Übersicht und Ausblick auf mögliche Förderprogramme und Verordnungen
- Wirtschaftlichkeitsanalyse einzelner Lösungen für potentielle Zielkunden
- Akzeptanz dieser Lösungen durch die analysierten Zielkunden
- Abschätzung der Marktpotentiale dieser Lösungen für den Zeitraum von 5 Jahren
- Strategieempfehlungen für Vertrieb und Marketing
- Hinweise zur Optimierung des eigenen Angebotsportfolios



Basierend auf dieser Studie können Anbieter von **Green Logistics Lösungen** abschätzen,

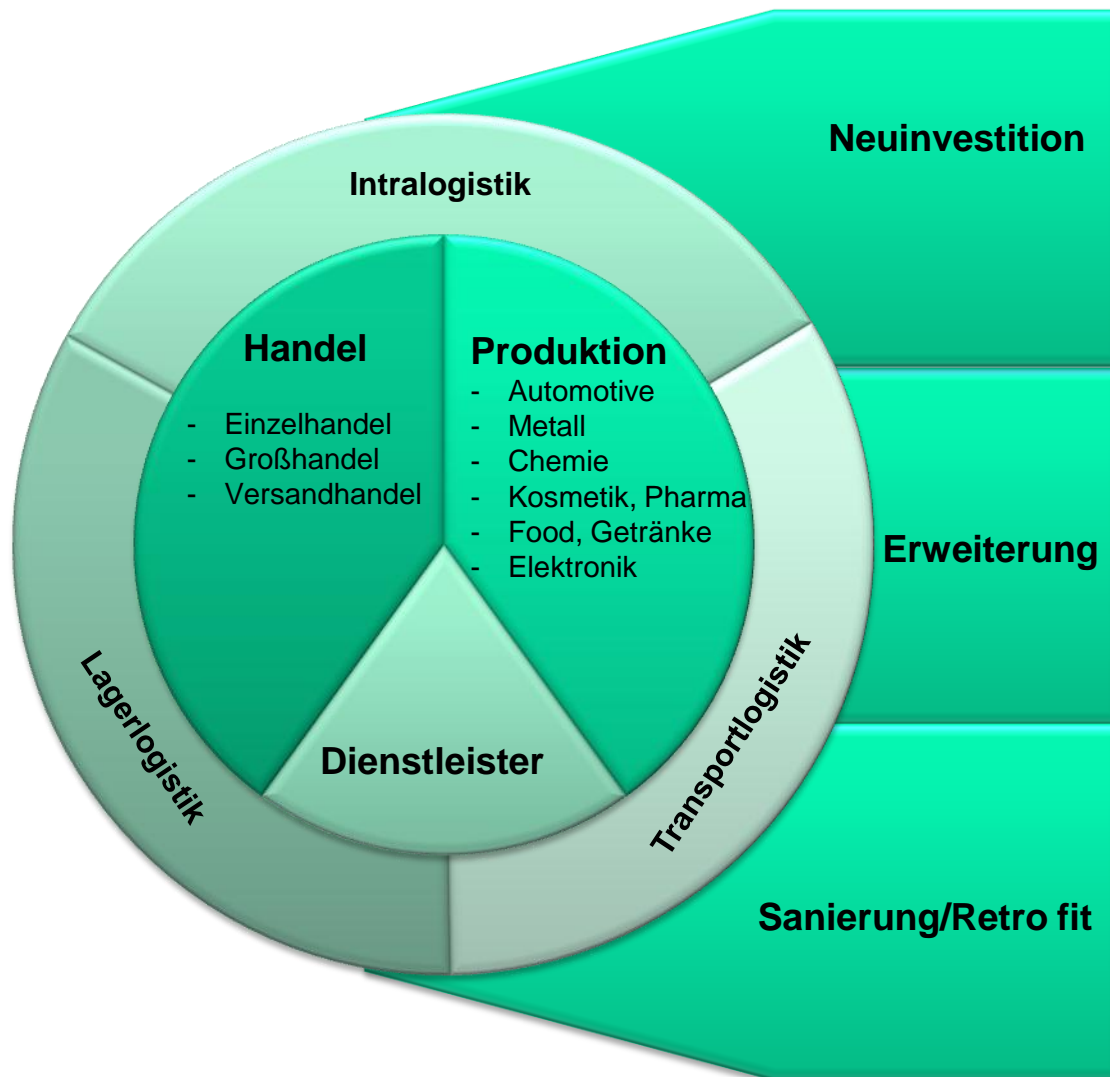
- bei welchen möglichen Kunden sie
- mit welchem Angebotsportfolio
- und mit welcher Preis- und Vertriebsstrategie

**die größtmöglichen Erfolgchancen** erreichen.

Dabei hilft ein **Ranking** der möglichen Lösungsansätze nach

- Zielgruppenrelevanz
- Einsparpotenzial
- und Kosten-/Nutzenverhältnis

je nach Einsatzgebiet **das optimale Angebotsportfolio** zu entwickeln.



Die geplante Studie wird alle relevanten Marktsegmente der Logistik von Handel, Produktion bis hin zur Kontraktlogistik umfassen.

Dabei werden Green Logistics Lösungen in der Lagerlogistik und der Transportlogistik untersucht. Auch werden kombinierte Intralogistik-Ansätze auf ihre Gesamteffizienz hin betrachtet.

Es werden sowohl Ansätze für eine komplette Neuinvestition, für Erweiterung sowie für Sanierung bzw. Retro fit existierender Logistiklösungen berücksichtigt.



Im Rahmen der Untersuchung werden alle **bekannten und relevanten Green Logistics Maßnahmen** ausführlich analysiert und deren Wirtschaftlichkeit nach den vorgenannten Logistikmodellen **bewertet**.

U.a. sind dies:

#### ■ Für Transportlogistik

- Einsatz spezieller Software für Telematik und Prozessoptimierung
- Verlagerung von Transporten auf die Schiene oder Binnenschifffahrt
- Reduktion von Luft- und Rollwiderstand bei LKWs
- Einsatz alternativer Antriebe im innerbetrieblichen / innerstädtischen Bereich (z.B. Elektrotransporter)

#### ■ Für Lagerlogistik

- Umstellung auf verbrauchsarme Antriebe bei automatischen Lagern
- Reduktion der bewegten Massen in automatischen Lagern
- Vermeidung unnötiger Antriebe z.B. durch Einsatz von Durchlaufregalen
- Rückgewinnung von Bremsenergie in der Fördertechnik, bei Regalbediengeräten und Gabelstaplern
- Alternative Energieversorgung (z.B. KWK-Anlagen, Photovoltaik)
- Einsatz von effektiveren Heiz- und Lüftungssystemen
- Reduktion von Wärme-/Kälteverluste (z.B. Wärmedämmung, schnelle Rolltore, Schleusen)

#### ■ Für alle Logistikbereiche

- Schulung und Prämierung von Mitarbeitern bzgl. Energieeinsparung
- Wiederverwertung und Vermeidung von Verpackungen
- Vermeidung unnötiger Transporte durch Prozess- und Wegeoptimierung



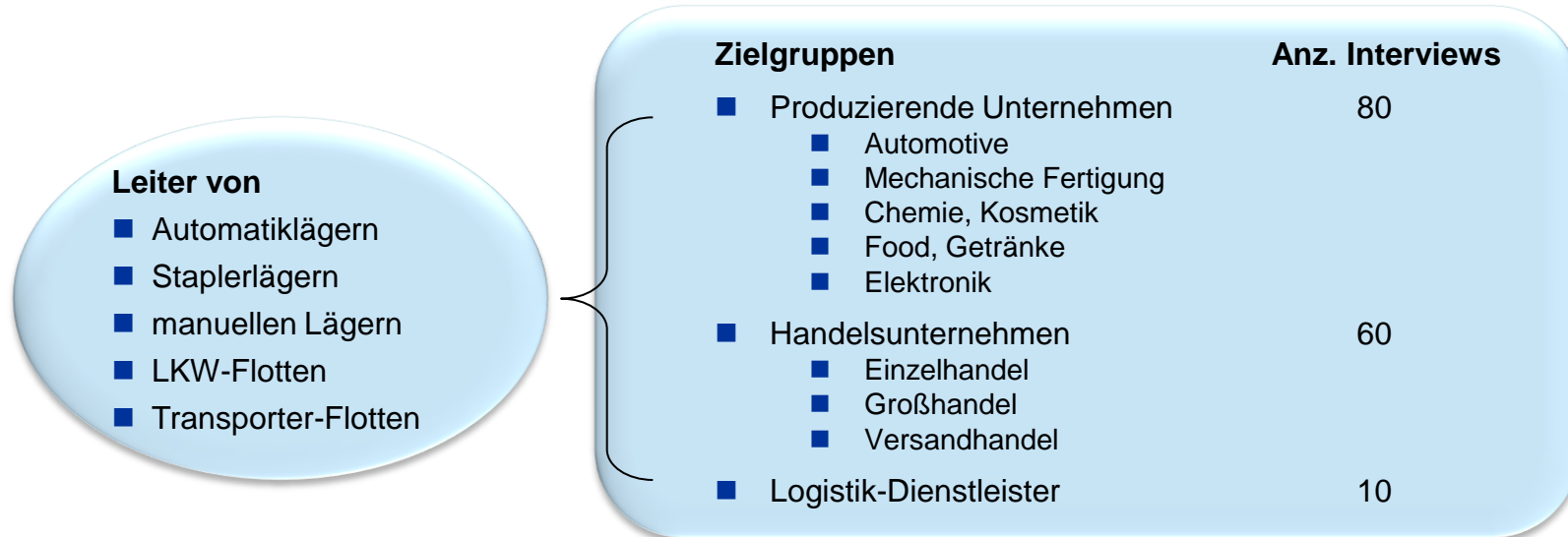
Aufgrund der Komplexität der Zielsetzung und der fachübergreifenden Aufgabenstellung wird eine Kombination problemadäquater Untersuchungsmethoden für die Beantwortung der in der Zielsetzung dargestellten Fragenkomplexe angewendet:

- Intensivinterviews
- Ergänzende Telefoninterviews
- Szenario Workshop
- Desk research

- **Intensivinterviews** werden vom Projektteam persönlich geführt. Die Gespräche werden gestützt von einem Gesprächsleitfaden in Form freier Fachdiskussionen assoziativ geführt, so dass es auch möglich ist, Sachverhalte in Erfahrung zu bringen, die bei Untersuchungsbeginn noch nicht bekannt sind.
- **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 hin geprüft.



Die angesprochenen Zielgruppen für Intensiv- und Telefoninterviews sind:



- Das **Desk research** beinhaltet die Sammlung, Sichtung und Auflistung von Statistiken, Studien sowie die Verwertung von Kundenzeitschriften und Online-Magazinen, in denen über Projekterfahrungen mit vorangegangenen Logistikprojekten berichtet wird.
- Grundlage für den **Szenario-Workshop** sind die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Arbeitsschritten (Intensivinterviews, Telefoninterviews) sowie die durch das Arbeitsteam bis zu diesem Zeitpunkt erarbeiteten Studienerkenntnisse. Zusätzlich werden zu diesem Workshop Experten eingeladen:
  - Fachjournalisten
  - Fachinstitute wie Fraunhofer
  - Planer
  - Logistikleiter führender Anwender



Zur Durchführung der Arbeiten wird ein Projektteam zusammengestellt, bestehend aus

- Andreas Varesi (TECHNOMAR)
- Bernd Stulz (TECHNOMAR)
- Raymond Pajor (TECHNOMAR)
- Friedhelm Hoever (TECHNOMAR)

Fachliche Begleitung **Dipl.-Ing. Wolfgang Seifert, integral, Dortmund.**

Nach Abschluss der Untersuchung wird ein schriftlicher Bericht erstellt und den Teilnehmern übergeben.

**Die Ergebnisse der Untersuchung stehen den teilnehmenden Unternehmen exklusiv zur Verfügung.**



Die Arbeitsgemeinschaft beginnt mit der Untersuchung im **März 2010** und schließt diese im **Sommer 2010** ab.

**Preis zzgl. MwSt.: 7.500 Euro**

Zahlungsweise: 50 % bei Studienbeginn, 50 % nach Abschluss der Untersuchung.  
Jeweils zahlbar 14 Tage nach Rechnungsstellung.

Der genannte Preis deckt alle mit der Durchführung der Studie entstandenen Kosten. Er berechtigt den Teilnehmer auch zur Teilnahme am Szenario-Workshop. Nur die Reisekosten zum Szenario-Workshop sind selbst zu übernehmen.



**Bestellanschrift**

Technomar GmbH  
Widenmayerstr. 46 a  
D-80538 München

FAX: +49(0)89/419418-88  
E-Mail: a.varesi@technomar.de

Wir bestellen die Multi Client-Studie

**„Green Logistics – Lösungsansätze, Potentiale und Vertriebsstrategien in Deutschland“**

**T529/09**

zum Preis von

**7.500 Euro zzgl. MwSt.**

**Firma:** .....

**Anschrift:** .....

.....

**Telefon:** ..... **Telefax:** .....

**Name/Funktion:** .....

**Ihre Bestellnummer:** .....

**Ihre Umsatzsteuer-ID:** .....

**Datum:** ..... **Unterschrift:** .....

Die Leistungsinhalte der Studie sind mir bekannt.



## **TECHNOMAR GMBH**

Marktforschung und Unternehmensberatung

Herr Andreas Varesi

Widenmayerstr. 46a  
80538 München

Telefon: 089 / 419 418-23  
Telefax: 089 / 419 418-88  
E-mail: [a.varesi@technomar.de](mailto:a.varesi@technomar.de)  
[www.technomar.de](http://www.technomar.de)