

WHITEPAPER

Die Evolution der Logistik- dienstleistungen

Wie neue Supply Chain Trends
das Angebot der 3PL-Dienstleister erweitern

Das Jahr 2020 war ein wichtiges Jahr für Logistikdienstleister. Die Pandemie stellte die Supply Chain, vor allem aufgrund des exponentiellen Wachstums im Onlinehandel, vor neue Herausforderungen und viele Unternehmen suchten Unterstützung von externen Logistikdienstleistern (3PL). Um die Welt zu ernähren, einzukleiden und zu unterhalten, als die meisten Läden geschlossen waren, mussten 3PL-Anbieter innovativ werden, um die zusätzliche Nachfrage zu bedienen – und das schnell.

Der Druck auf Unternehmen, jedes Produkt schnell zu liefern und die Erwartungen der Kunden zu erfüllen, ist heute höher denn je. 96 Prozent der 3PL-Anbieter und 92 Prozent der 3PL-Kunden erwarten, dass sich Supply Chains von linearen Ketten zu komplexen Netzwerken entwickeln.¹ Logistik wird weltweit immer komplizierter, u.a. auch weil die Anforderungen der Kunden steigen. Daher übertragen immer mehr Unternehmen das Management ihrer Lager und Distributionsnetzwerke an externe Logistikdienstleister.

Diese müssen ihr Angebot kontinuierlich verbessern, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Neue Herausforderungen, wie die wachsende Anzahl von Bestellungen mit Artikeln verschiedener Produktgruppen und die Anforderung an vollständige Transparenz der Auftragsabwicklung, zwingen 3PL-Anbieter dazu, ihr Leistungsangebot ständig weiterzuentwickeln.

Neue Branchentrends

Insgesamt stagnierte das Wirtschaftswachstum während der Pandemie, allerdings verzeichnete der Onlinehandel 2020 ein Wachstum um 45 Prozent.² Die Erwartungen und Anforderungen der Kunden an das Einkaufserlebnis und die Auslieferung stiegen weiter.

So sind beispielsweise die Retouren in den letzten Jahren deutlich gestiegen, weshalb die Verluste der Onlinehändler höher als erwartet waren. Im Gegenzug müssen Logistikdienstleister ständig nach Wegen suchen, um sich auf dem Markt zu behaupten – und dazu setzen sie auf neue Dienstleistungen.³

Einige der neuen Trends im Logistikbereich:

Der „Amazon-Effekt“

Die steigende Nachfrage nach bequemem E-Commerce mit schneller und zuverlässiger Lieferung ist die Reaktion auf das Wachstum des multinationalen Unternehmens. Experten erwarten, dass der Onlinehandel bis 2040 rund 95 Prozent des weltweiten Gesamtumsatzes im Einzelhandel ausmachen wird.⁴ Das bedeutet einen noch größeren Druck, mit Amazon konkurrenzfähig zu bleiben, und eine gute Kundenerfahrung zu gewährleisten. Um damit Schritt zu halten, müssen 3PL-Anbieter ihr Dienstleistungsangebot flexibel anpassen, breite Produktsortimente unterstützen und eine Auswahl von Lieferoptionen anbieten.

Höhere Nachfrage nach Fertig Mahlzeiten

Während der Pandemie mussten Kunden Mahlzeiten zu Hause einnehmen. Dies erhöhte den Konsum von Fertiggerichten und Kochboxen in Spitzenzeiten auf 80 Prozent.⁵ Es wird erwartet, dass deren Anteil sich nach der Rückkehr zur Normalität bei 50 Prozent einpendeln wird. 3PL-Anbieter in der Kühlkette mussten schnell auf diese Nachfragesteigerung reagieren und ihre Lagerkapazitäten erweitern.

Lager mit Robotertechnologie

Roboter werden schon länger im Lagerbetrieb eingesetzt. Durch die Auswirkungen der Pandemie hat sich die Nachfrage insbesondere nach autonomen mobilen Robotern (AMR) weiter erhöht. AMR unterstützen die Mitarbeiter im Lager durch die Übernahme von Transportaufgaben und fördern die Einhaltung eines sicheren Abstandes zueinander. Der US-Branchenverband Robotics Industries Association schätzt, dass der Einsatz von Robotern durchschnittlich um jährlich 18 Prozent steigen wird. Auch Logistikdienstleister können durch die Verwendung von Robotern die Auftragsabwicklung effizienter gestalten und einen Wettbewerbsvorteil erzielen.

Auftraggeber erwarten Transparenz

Sowohl Auftraggeber als auch 3PL-Dienstleister gehen davon aus, dass sich ihre Beziehung in den nächsten fünf Jahren von einer rein transaktionalen zu einer echten strategischen Partnerschaft entwickeln wird.⁶ Doch dafür müssen 3PL-Dienstleister präzise Daten, KPIs und Analysen bereitstellen, um für die Auftraggeber eine durchgängige Transparenz und Rückverfolgbarkeit über die gesamte Supply Chain zu ermöglichen.



„Sowohl Auftraggeber als auch 3PL-Dienstleister erwarten, dass sich ihre Beziehung in den nächsten fünf Jahren von einer rein transaktionalen zu einer echten strategischen Partnerschaft entwickeln wird.“

Unterstützung durch Technologie

Diese Trends verändern auch auf die Beziehung zwischen 3PL-Dienstleistern und ihren Kunden. Wenn ein Unternehmen eine Partnerschaft mit einem Logistikdienstleister eingeht, übergibt es damit einen Teil der Entscheidungen und Verantwortung an einen externen Partner. 3PL müssen deshalb sicherstellen, dass sie die spezifischen Anforderungen und Ziele ihrer Kunden genau verstehen und ihr Leistungsangebot diese erfüllen kann. Gleichzeitig müssen sie sich auch mit den Branchentrends weiterentwickeln und wettbewerbsfähige Lösungen anbieten, die das Geschäftswachstum ihrer Kunden unterstützen.

Erfolg haben dabei die Logistikdienstleister, die ihr Angebot ständig ausbauen und neue Lösungen anbieten.

Mit innovativen Lagertechnologien können 3PL-Anbieter die Flexibilität und Agilität ihres Serviceangebotes deutlich steigern. Wir können Sie mit den folgenden Lösungen unterstützen:

Warehouse Management System (WMS)

Bei der Wahl eines 3PL-Partners achten Unternehmen insbesondere auf dessen IT-Infrastruktur, und hier auf das WMS. Ein leistungsfähiges WMS gewährleistet, dass operative Prozesse akkurat abgebildet und zukünftig angepasst werden können. Auch verbessert es die Transparenz und ermöglicht umfassende Datenanalysen.

Das WMS von Infios unterstützt zusätzlich die Optimierung des Lagers, durch die Integration innovativer Technologien in das bestehende Netzwerk. So können 3PL-Anbieter flexibel auf neue Branchentrends und Kundenanforderungen reagieren.



„Technologie kann sowohl die Anpassungsfähigkeit als auch die Agilität ermöglichen, die Unternehmen von einem 3PL-Anbieter erwarten. Dies hilft Ihnen auch, mit neuen Markttrends Schritt zu halten.“



Autonome mobile Roboter (AMR)

AMR beschleunigen die Prozesse im Lager und helfen den Mitarbeitern, Effizienz und Produktivität zu steigern, vor allem während saisonaler Spitzen. Daher überrascht es nicht, dass ihr Einsatz in den letzten Jahren stark zugenommen hat.

AMR nutzen Sensoren, um eine digitale Karte des Lagers zu erstellen, was die Kommissionier- und Retourenprozesse beschleunigt und die Wege der Mitarbeiter im Lager verkürzt. Robotics-as-a-Service bietet die Möglichkeit, Roboter nach Bedarf zu leasen, was sowohl Kosten als auch Lagerplatz für die AMR spart.

Sprachgesteuerte Lagerprozesse

Beim Einsatz von Voice Systemen werden Anweisungen über Headsets gegeben. Das ermöglicht den Mitarbeitern ein sicheres, präzises Arbeiten, bei dem sie die Hände frei haben und nicht ständig auf einen Bildschirm oder Touchscreen blicken müssen. Das vereinfacht die Einarbeitung neuer Mitarbeiter, insbesondere in Spitzenzeiten. Auch können sich Mitarbeiter wesentlich schneller durch das Lager bewegen.

So werden die Lagerprozesse beschleunigt und die operativen Abläufe effizienter. Während der Pandemie sorgte Voice-Technologie zudem für mehr Sicherheit am Arbeitsplatz, da Anweisungen über das Headset erteilt werden und Mitarbeiter notwendige Abstände leichter einhalten können.

Die Zukunft von 3PL

Viele 3PL-Anbieter haben erkannt, wie wichtig es ist, Mehrwerte für ihre Kunden zu schaffen, sei es durch zusätzliche Investitionen in Lagertechnologien und -automatisierung, den Aufbau von Best-in-Class-Services oder die Konzentration auf bedeutende Branchen, z.B. Onlinehandel, Kühlkette oder Pharmazeutik. Ein weiterer Trend, den wir beobachten, ist, dass 3PL-Dienstleister umfangreicheres Reporting und Analysen anbieten, die sowohl beim Kunden als auch beim 3PL die Transparenz und Effizienz der operativen Abläufe steigern können.



„Das Wachstum des Onlinehandels bedeutet, dass 3PL ihr Logistikangebot immer weiter ausbauen müssen.“

Joe Couto

CEO APAC, Afrika und LATAM sowie Global Solution Leader für 3PL bei Infios Supply Chain

FAZIT

Joe Couto, Global Solution Leader für 3PL bei Infios Supply Chain, glaubt, dass die Nachfrage nach Logistikdienstleistungen kontinuierlich steigen wird. Das Wachstum des Onlinehandels, auch für Lebensmittel, bedeutet, dass Unternehmen ihr Produktangebot immer weiter ausbauen müssen. Viele benötigen dafür die Unterstützung eines externen Logistikdienstleisters. Deshalb müssen 3PL ihre Dienstleistungen ständig erweitern und die Effizienz ihrer Betriebsabläufe steigern. Der Einsatz innovativer Lagertechnologien kann Sie hierbei wesentlich unterstützen und ihre Wettbewerbsfähigkeit dauerhaft gewährleisten.

Erfahren Sie, wie Infios Sie mit innovativen Lösungen für Ihre Supply Chain und Logistikdienstleistungen unterstützen kann.

MEHR ERFAHREN

Quellen

1. Anon, 2021 Third-Party Logistics Study, Infosys Consulting, <https://www.infosysconsultinginsights.com/insights/3pl> [letzter Zugriff: 22.02.2021]
2. Sterling, E-commerce explodes: 45% growth in Q2, Search Engine Land, <https://searchengineland.com/e-commerce-explodes-45-growth-in-q2-339470> [letzter Zugriff: 22.02.2021]
3. Gonzalez, Rogerson, Hurley, Boylan and Salim, Magic Quadrant for Third-Party Logistics Worldwide, Gartner, 10.06.2020
4. Anon, Ecommerce Statistics, Ecommerce Guide, www.ecommerceguide.com/ecommerce-statistics [letzter Zugriff: 26.01.2021]
5. Global Cold Chain Alliance – IRI, Total US, MULO 2020
6. Anon, 2021 Third-Party Logistics Study