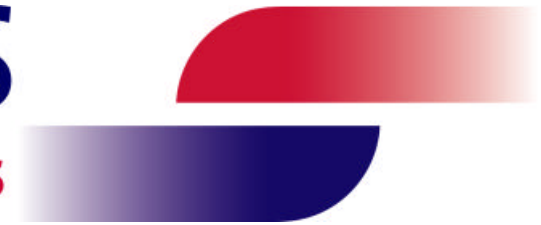


STINNES

Logistics



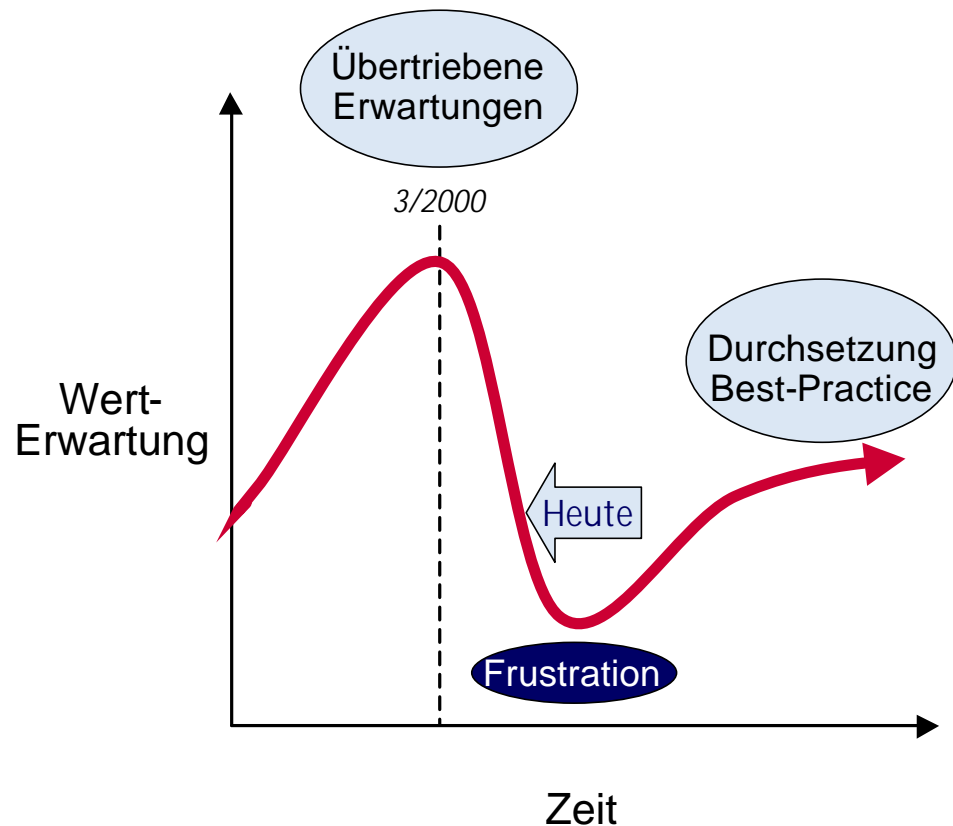
Integration von Logistik als Erfolgsfaktor für elektronische Marktplätze



Dr. Tobias Carstensen
Jens Bendfeld
E-Commerce Competence
Center
Stinnes AG, Mülheim/Ruhr

- Vorbemerkungen
- Elektronische Marktplätze und Logistik
- Organisation und Erfolgsfaktoren
- Praxisbeispiele

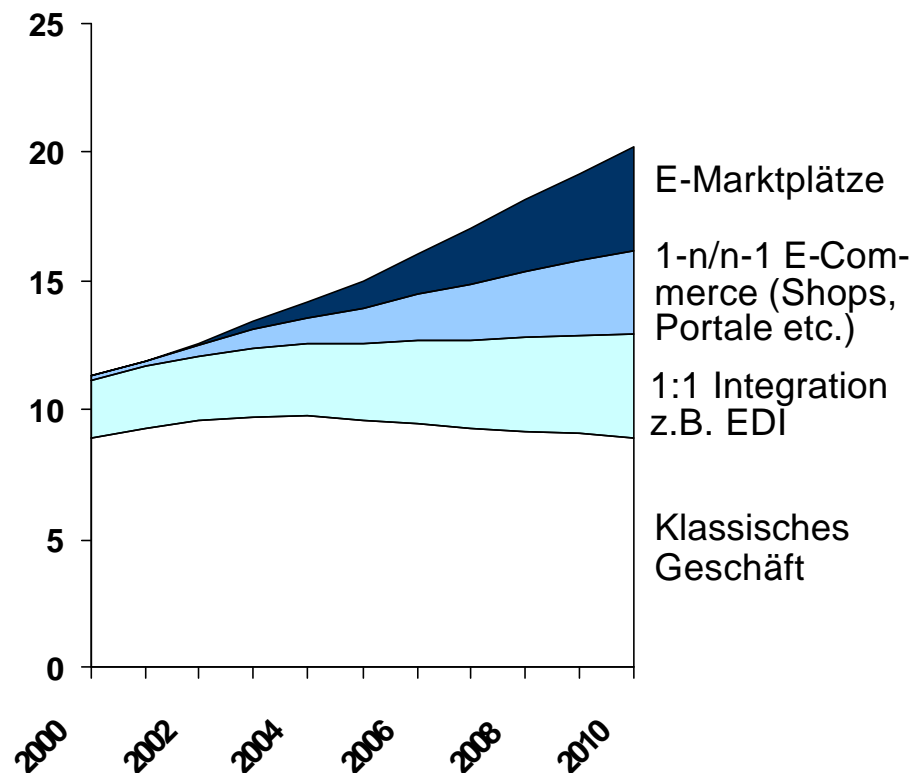
Im E-Business kehrt Realismus ein



- Spektakuläre Start-up Pleiten (Boo.com, Pets.com, Portal AG)
- Erwartung eines starken Konsolidierungs-Schubs, 80% der Start-ups werden nicht überleben
- "Old Economy" hat die Chancen erkannt und steigt massiv in E-Business ein
"Revenge of the bricks"
- Fokussierung der "Old-Economy" auf Prozessverbesserung, Kosteneinsparung und Kundenbindung

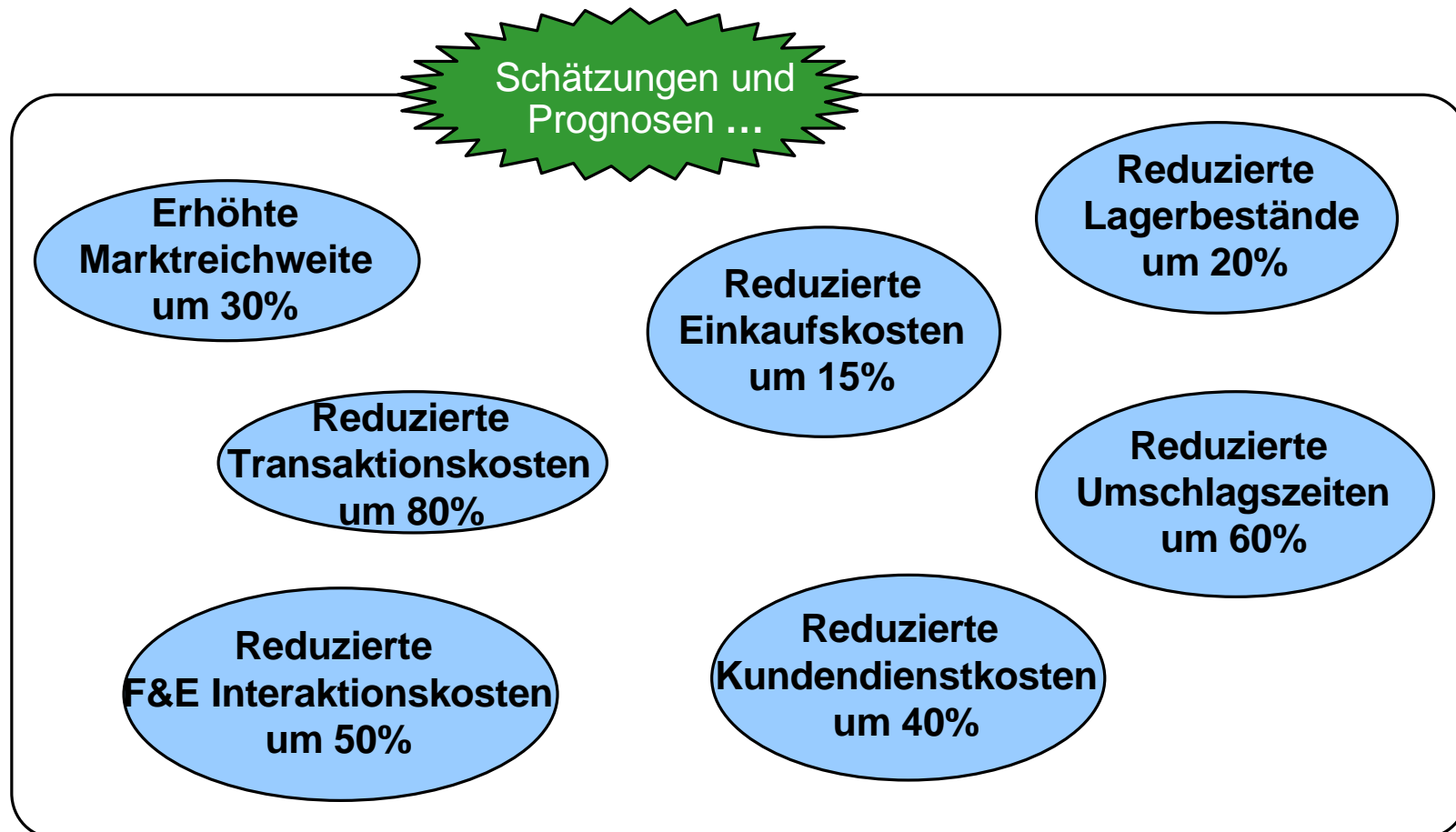
E-Commerce wird wesentlicher Wachstumstreiber bleiben

B2B Handel Europa 2000 - 2010
in 1.000 Mrd. ?




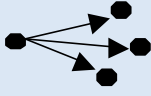
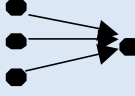

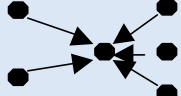
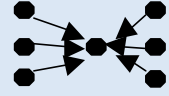
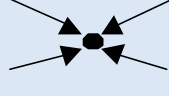
- Der Anteil von E-Commerce am Handel zwischen Unternehmen wird 12% in 2004 und 35% in 2010 erreichen
- In der Logistik wird bereits 2004 ein E-Commerce Anteil von 20% erwartet (ohne EDI)
- Der direkte Handel zwischen Produzent und Endkunden wird die Ausnahme bleiben, E-Commerce wird sogar vielfach neue Zwischenstufen schaffen
- Zahlreiche unterschiedliche Schnittstellen zum Kunden müssen koordiniert werden

Trotz Ernüchterung weiterhin hohe Erwartungen



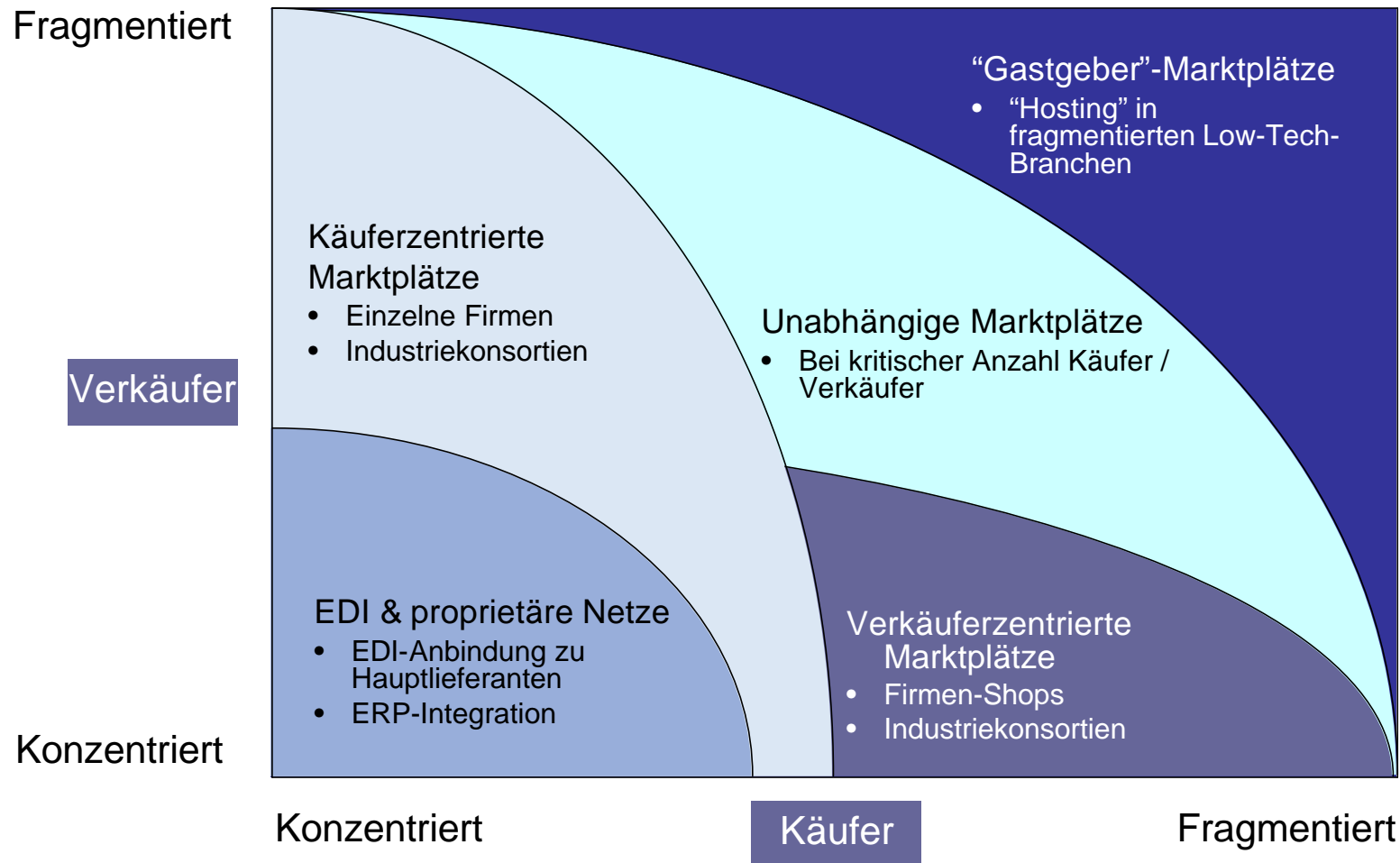
- Vorbemerkungen
- Elektronische Marktplätze und Logistik
- Organisation und Erfolgsfaktoren
- Praxisbeispiele

E-Business Modelle

| | | | | | | |
|---|---|---|--|---|---|---|
| Bilaterales E-Business | Multilaterales E-Business | | | | | |
| | Portale | | | E-Marktplätze | | |
| EDI Web-EDI | Seller Portal | Buyer Portal | Katalog-Aggregator | Auction | Börse | E-Hub |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 1:1 Fokus: Kosten- senkung , Hohe Sicherheit | 1:N Fokus: Absatz- steigerung | N:1 Fokus: Einkaufs- kosten- senkung | N:M Fokus: Breites Sortiment | N:M Fokus: Preisopt- imierung | N:M Fokus: Idealer Markt, hohe Volumina | N:M Fokus: Abwick- lingseffizie nz |
| Alle Produkte | Katalogware | Katalogware | Katalogware | Restbestände | Commodities | Alle Produkte |
| | Dow | General Electric | Econia | Ricardo | Chem-Connect | Elemica |

Industriestruktur bestimmt Erfolg von Marktplätzen

Geschäftsmodelle mit hoher Erfolgswahrscheinlichkeit



Quelle: Boston Consulting Group

Logistik ist wesentlicher Erfolgsfaktor für Marktplätze



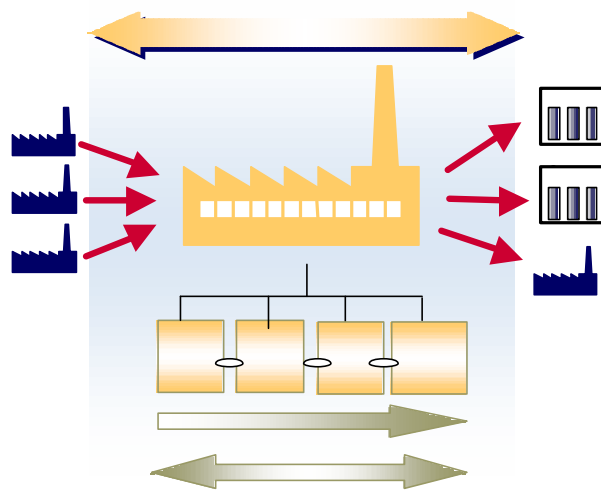
- In der Anfangsphase des E-Business sind zahlreiche Marktplätze an der Logistik gescheitert
- Skalierbarkeit logistischer Leistungen wird häufig unterschätzt
- Etablierte Logistikbeziehungen stoßen bei Nutzung des Internets als Vertriebsweg an Grenzen
- Logistikunternehmen werden von den Kapitalmärkten als einer der Gewinner des E-Commerce-Booms eingeschätzt
- Sicherstellung der Lieferfähigkeit erschließt noch keine Kostensenkungspotenziale

E-Commerce erleichtert übergreifende Prozessintegration

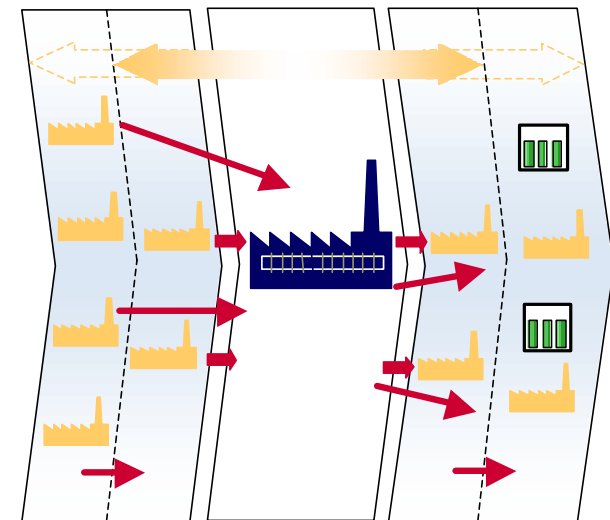
Früherer Fokus:
interne
Prozessintegration

Veränderungshebel

Heutiger Fokus:
Unternehmens-
übergreifende
Prozessintegration

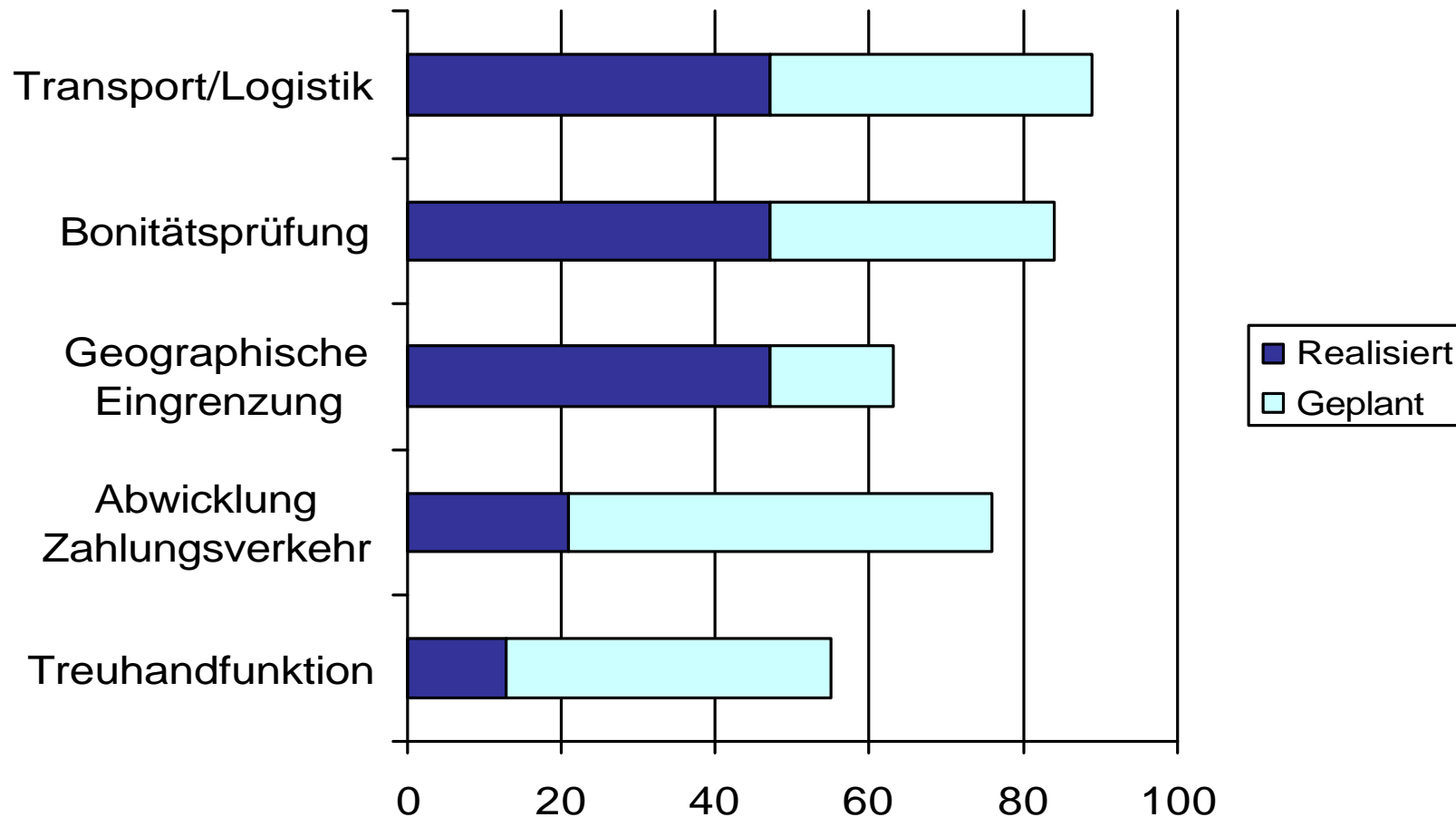


- Globalisierung
- Fokussierung auf Kernkompetenzen
- Endkundenorientierung der Logistik
- Supply Chain Management
- Innovationssprünge in IT

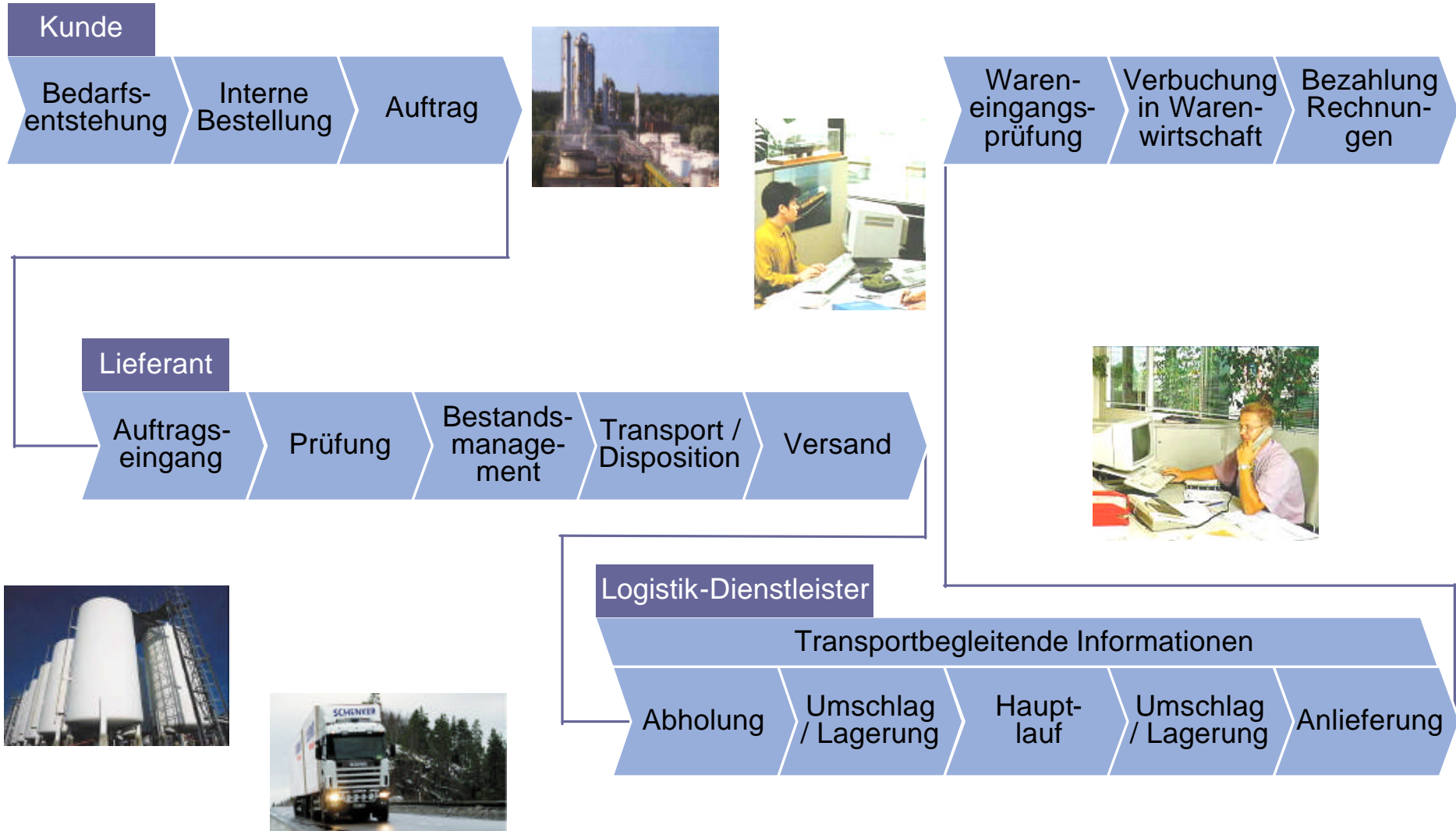


Bedeutung von Logistik wird erkannt

Integration von Funktionen auf elektronischen Marktplätzen



Die traditionelle Supply Chain ist hochgradig fragmentiert



Quelle: Stinnes

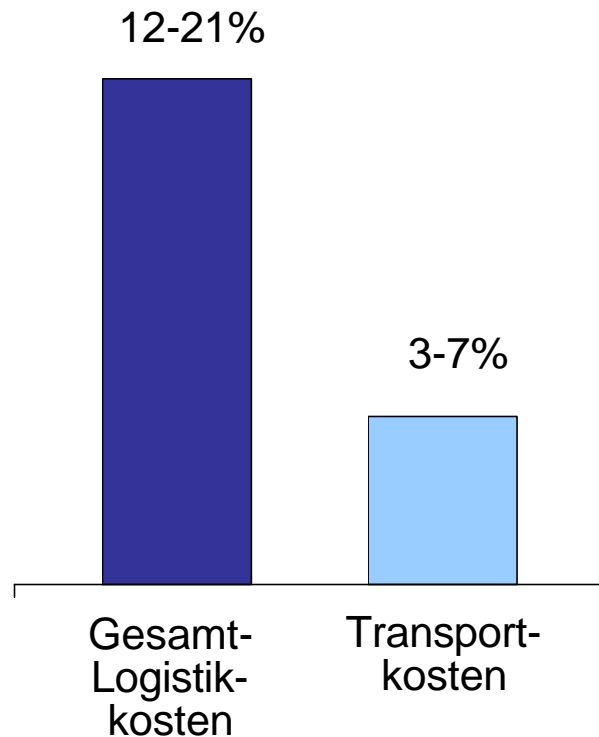
Kerngedanken des Supply Chain Managements

- Optimierung der gesamten Versorgungskette von Rohstofflieferanten bis zum Endkunden
- Synchronisation sämtlicher Prozessschritte zur Glättung von Schnittstellen
- Einsatz von umfassenden IT-Systemen zur Erhöhung von Geschwindigkeit und Vermeidung von Fehlern
- Permanente Versorgungssicherheit nach Kundenbedarf
- Konsequente Kundenorientierung

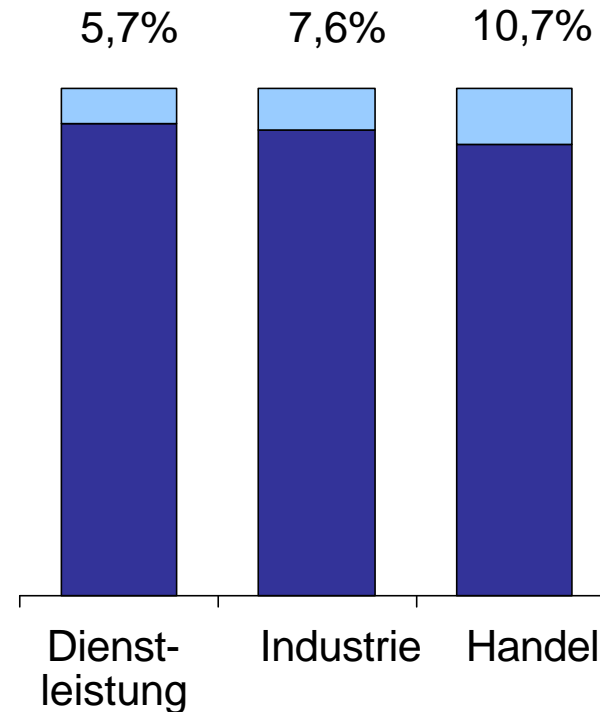


Kostensenkungspotenziale durch Logistik-Konzepte und Supply Chain Management

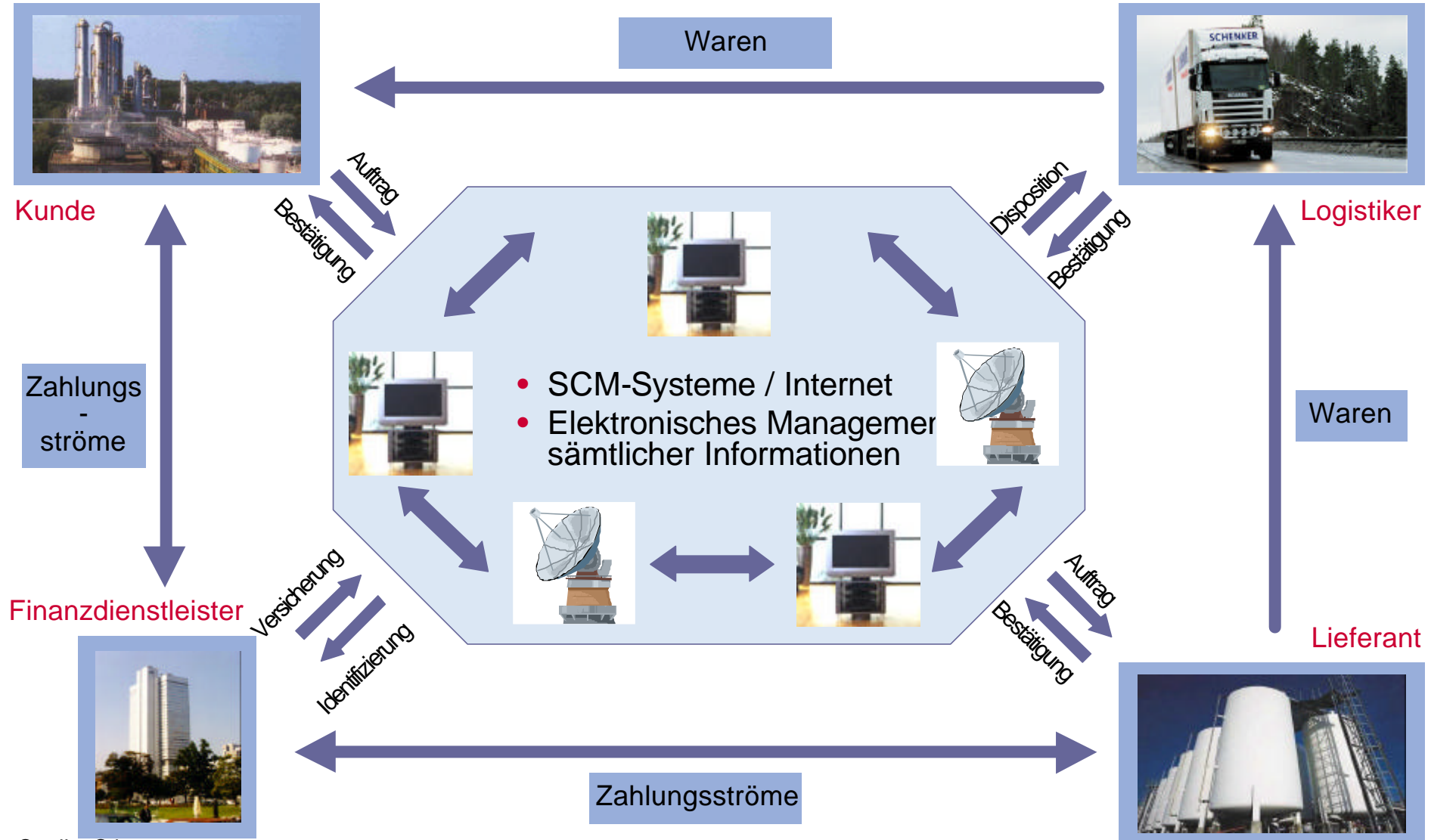
Logistikkosten
in % vom Umsatz



Einsparpotenziale durch SCM
in % vom Umsatz



Vision perfekten Supply Chain Managements



Quelle: Stinnes

Elektronische Marktplätze ermöglichen und forcieren Supply Chain Management

E-Commerce

- Bessere Markttransparenz
- Globale Reichweite
- Leichter Datenaustausch
- Sichere Verfügbarkeit
- Offene Systeme
- Standardisierung neuer Produkte und Prozesse
- Niedrigere Eintrittsbarrieren

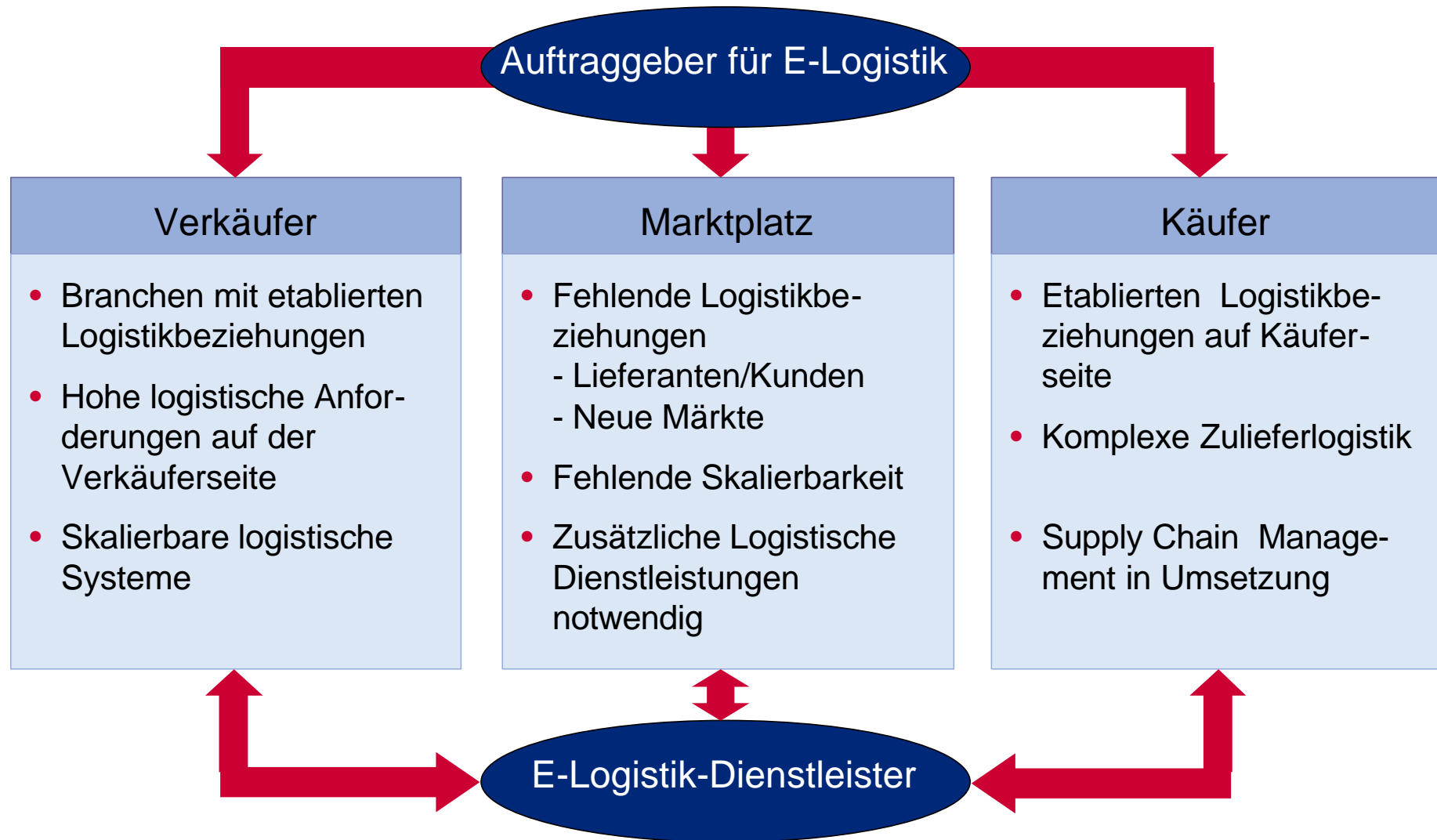


Supply Chain Management

- Koordination globaler Zulieferketten
- Preiswertere Systeme
- Integrierte Datenflüsse
- Globales Informationsmanagement
- Kostensenkungen möglich und notwendig
- Schnittstellen-Management

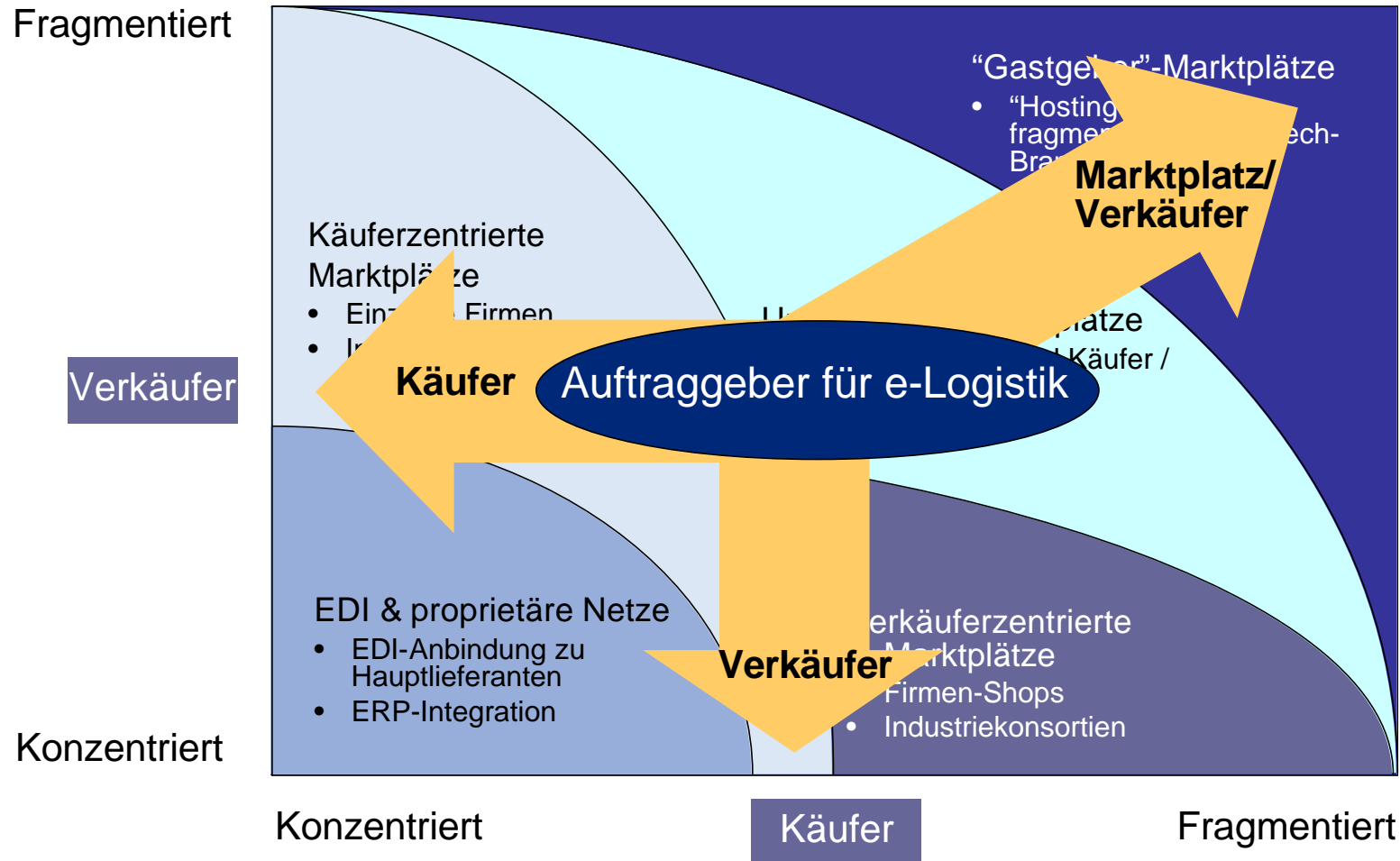
- Vorbemerkungen
- Elektronische Marktplätze und Logistik
- Organisation und Erfolgsfaktoren
- Praxisbeispiele

Organisation der Logistik



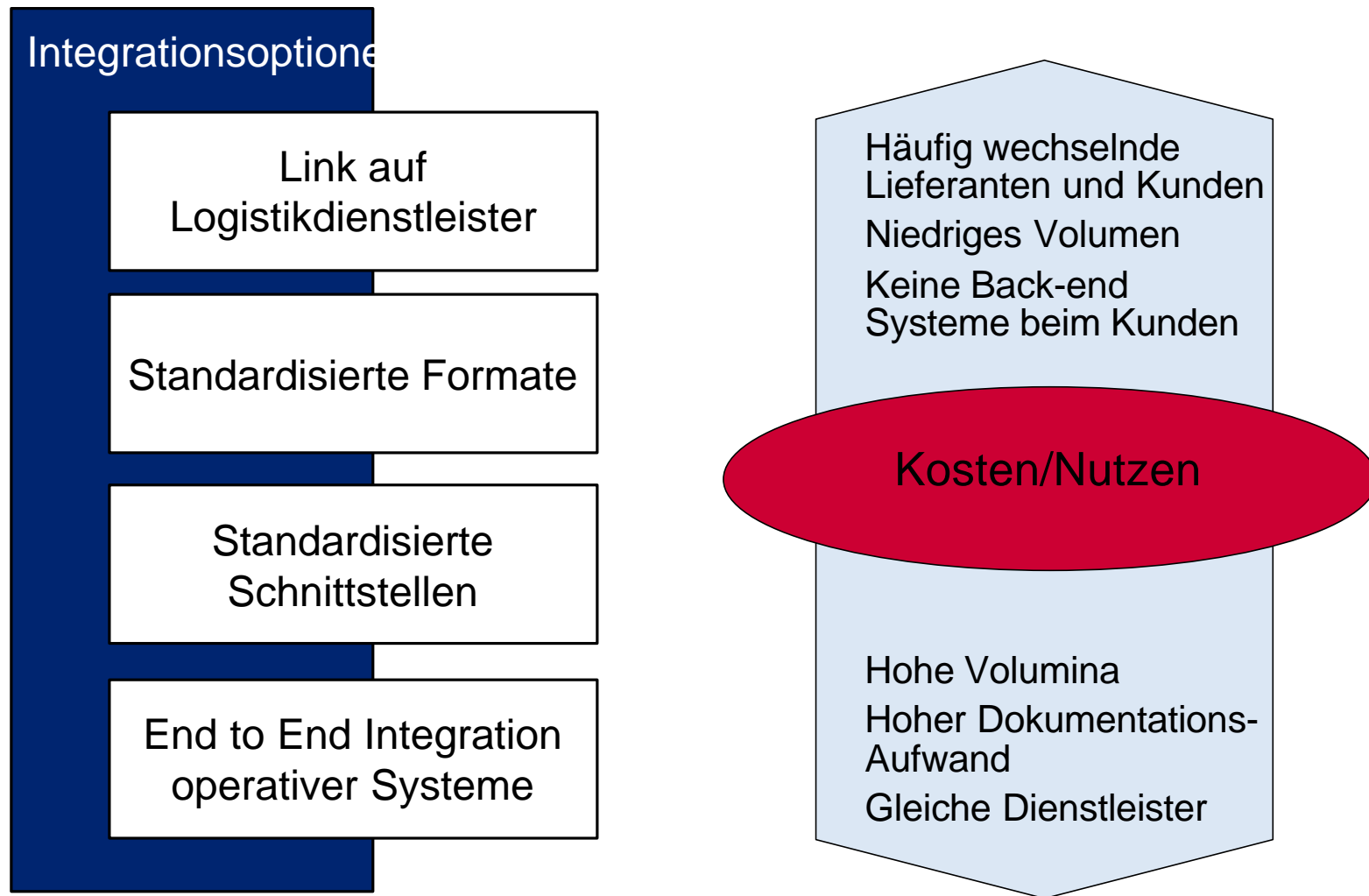
Logistik von Industriestruktur abhängig

Geschäftsmodelle mit hoher Erfolgswahrscheinlichkeit



Quelle: Boston Consulting Group, Stinnes

Das Ausmaß der Logistik-Integration



Erfolgsfaktoren für Logistik-Dienstleister

Kundenwunsch

Transport und Lagerei

Integrierte Logistik

E-Fulfillment
für Unternehmen der
Old Economy

E-Fulfillment
für Unternehmen der
New Economy

Erfolgsfaktoren

- Leistungsfähige Transportnetze (Land, Luft, See, Bahn)
- Effiziente Logistikcenter

- Hohe IT-Kompetenz
- Kundenindividuelle Logistikberatung

- Internetfähige Logistikprozesse
- Komplettes E-Fulfillment-Angebot, z.B.
 - Online track & trace
 - Online Preise
 - Online Buchung
 - Online Fahrpläne
 - Online Dokumentation

Auswirkungen von E-Commerce auf die Logistik

Produkte/Dienste

- Kleinere Sendungsgrößen, höhere Frequenz, individuellere Sendungsstrukturen
- Globale Zustellung, Standardisierung von Service-Leistungen
- Durchgängige, integrierte Datenflüsse (Supply chain connectivity, back-end Integration) und Transparenz
- Endkunden-Belieferung
- Web-fähige Produkte
- Verstärkte Nachfrage nach Consulting-Dienstleistungen

Wettbewerb

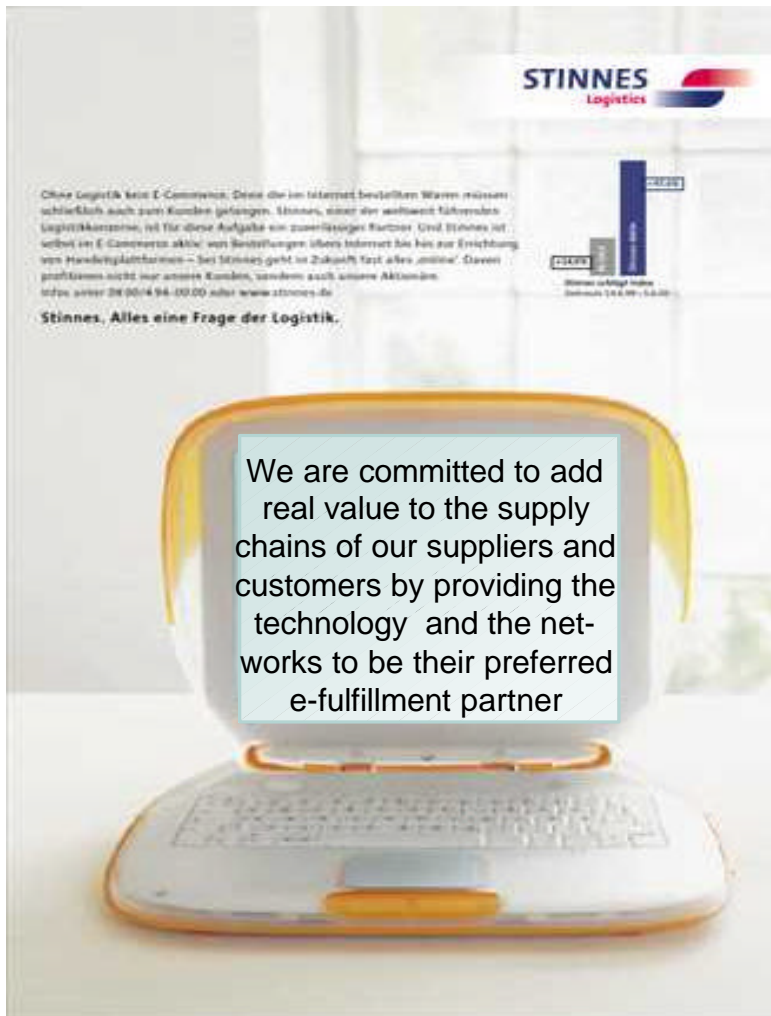
- Globale Reichweite, niedrigere Markteintrittsbarrieren
- Erhöhte Margen-Transparenz

Technologien

- Web-basierte Prozesse führen zu niedrigeren Prozesskosten
- Offene Systeme erfordern standardisierte Prozesse, Produkte, Dienste

- Vorbemerkungen
- Elektronische Marktplätze und Logistik
- Erfolgsfaktoren und Marktanforderungen
- Praxisbeispiele

E-Commerce Mission und Strategie



Aufbau neuer eigenständiger Geschäfte

- Aufbau von Marktplätzen
- ASP E-Shops für Kunden

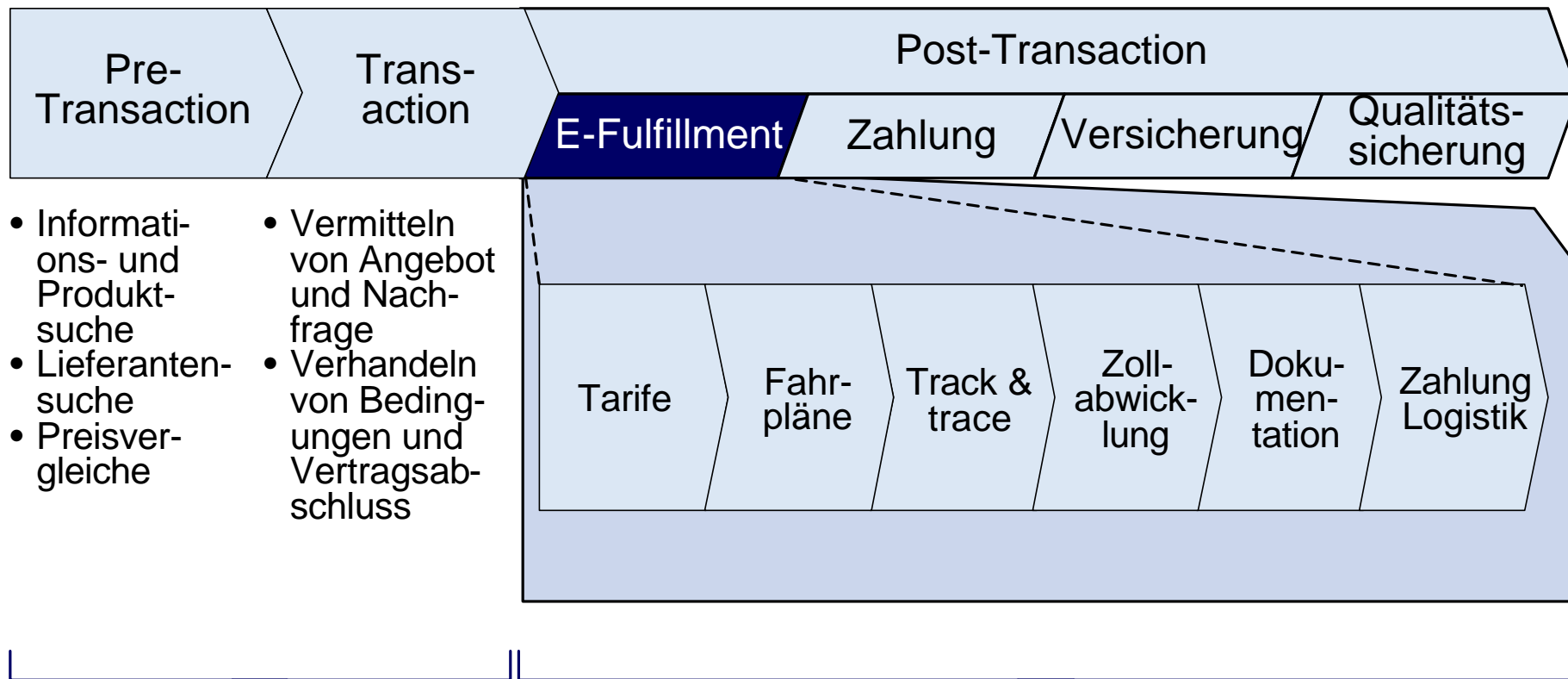
Neue Services auf der Basis von E-Commerce

- Web-basiertes Bestandsmanagement
- Neue Produkte und Produktbündelungen für Marktplätze

Web enabling der bestehenden Geschäftsprozesse

- Online booking / Ordering
- Tracking & Tracing
- E-Procurement für C-Materialien

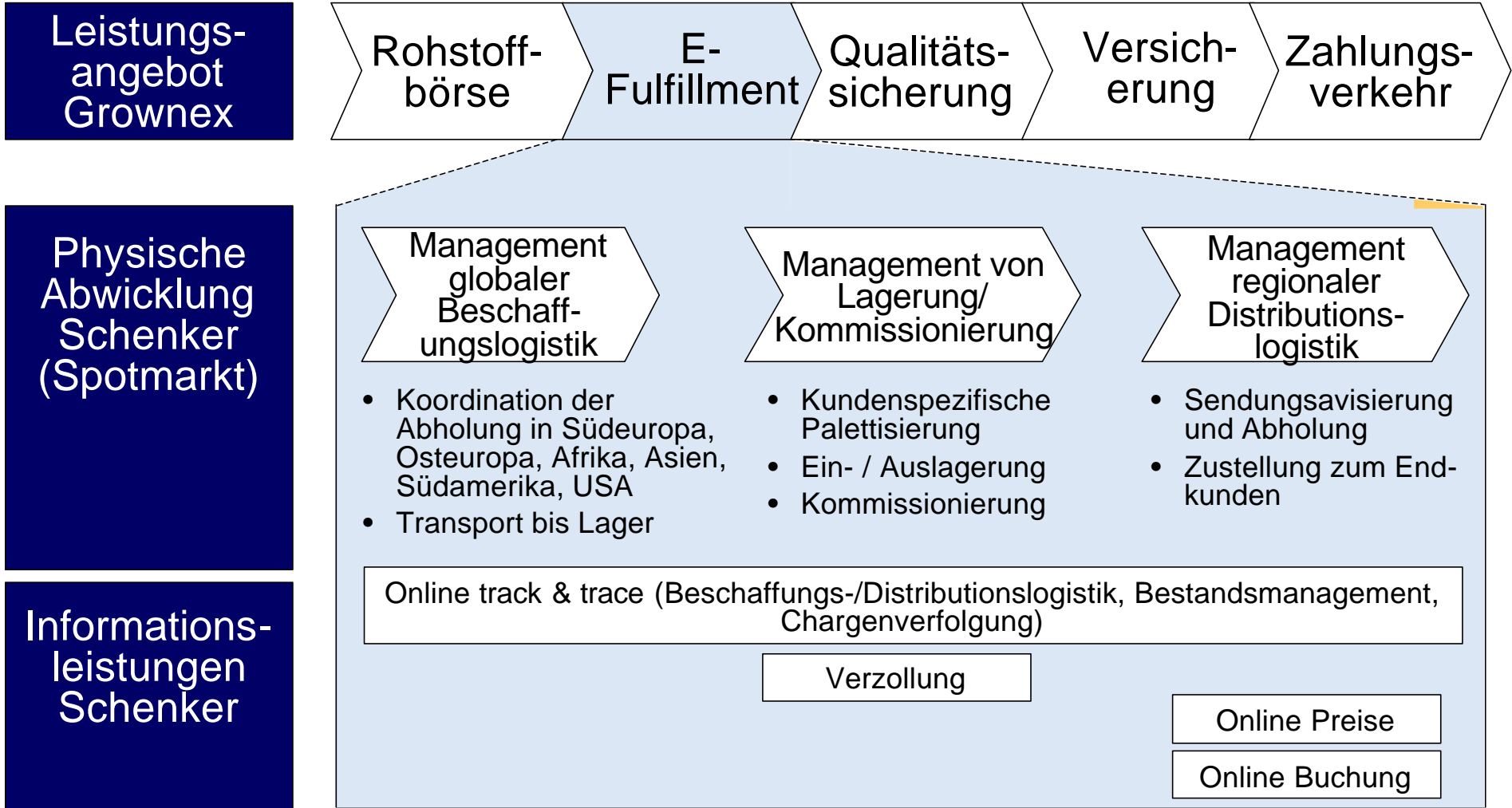
E-Fulfillment Services - Informationsfluss



On-line Anbieter (z.B. Marktplätze, Portale, Shops)

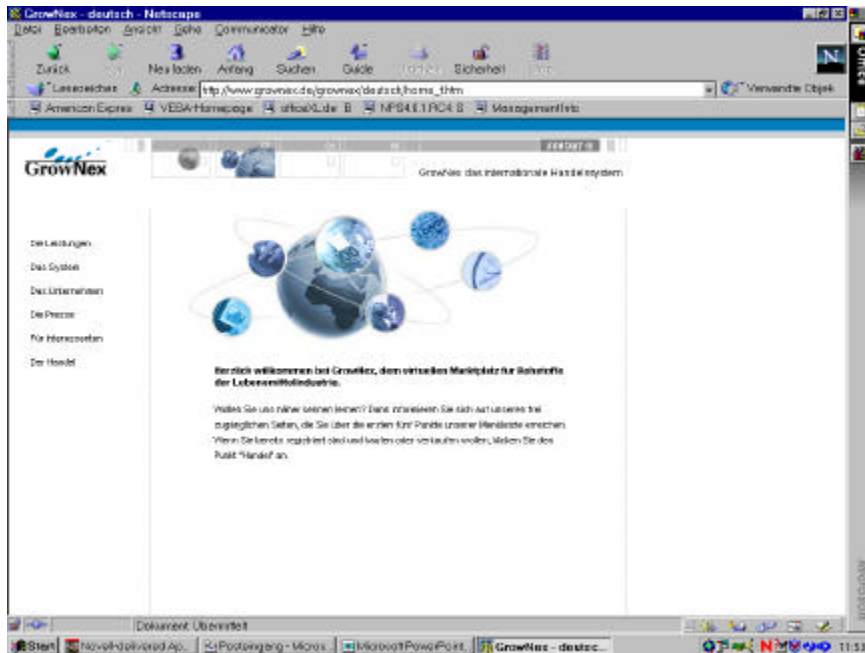
Schenker E-fulfillment Services

E-Fulfillment Services - Physikalische Dienstleistung

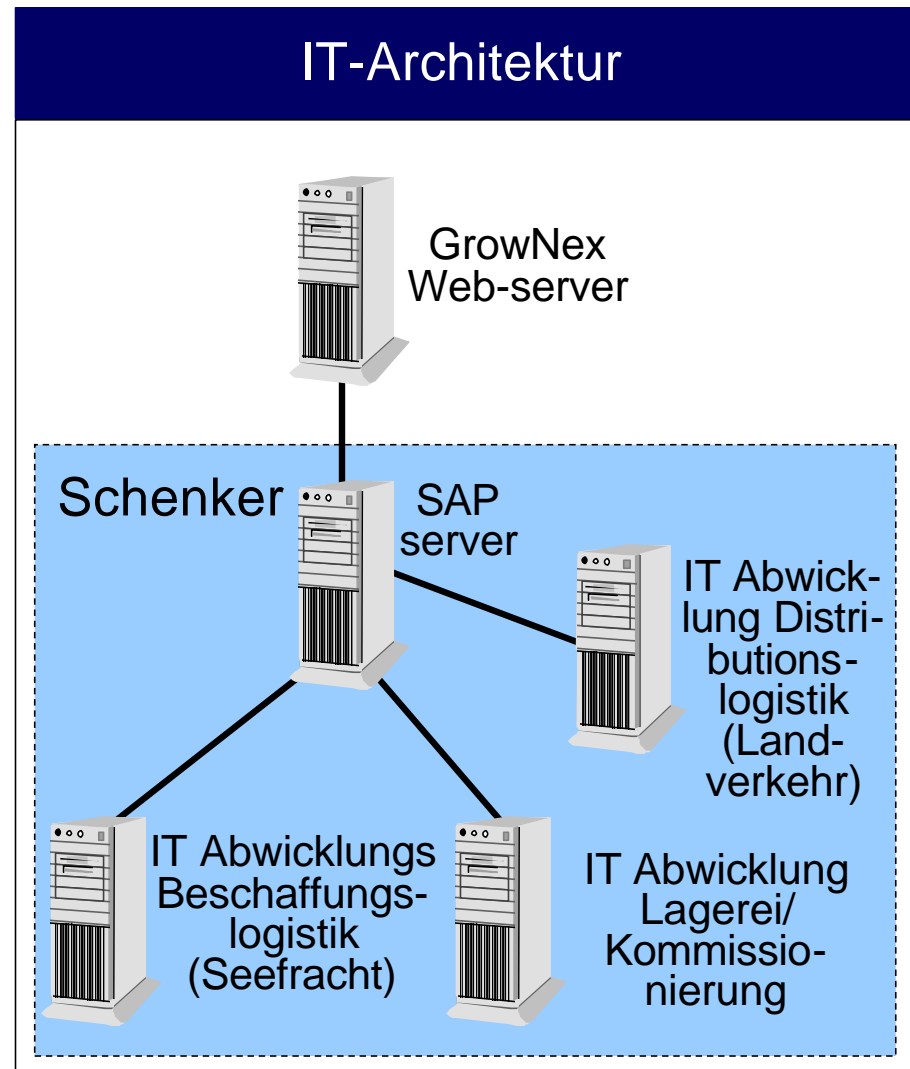


Quelle: Stinnes

Integration der IT-Systeme



IT-Architektur



Quelle: Grownex, Stinnes

Beispiel: Netbid

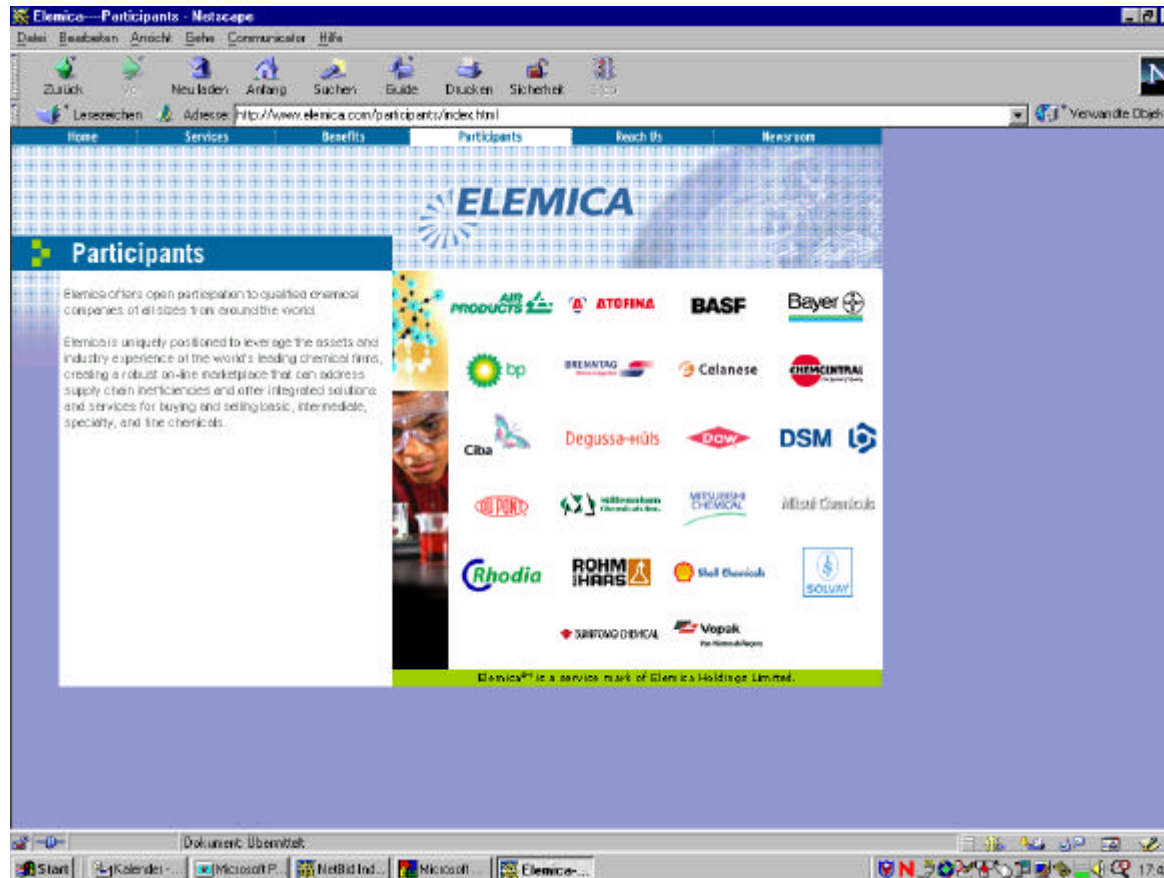


Auktions-Plattform für
Gebrauchtmaschinen

Integration der
logistischen Leitung
durch Online RFQ
- heterogen Leistungen
- heterogene Kunden
- umfangreiche VAS

Europäischer
Landverkehr und
Seefracht incl.
Verzollung

Beispiel: Elemica



- E-Hub für die chemische Industrie, 22 Partner-Unternehmen
- Optimierung der Abwicklung von Kontraktgeschäften in der chemischen Industrie durch End-to-End Integration
- Umfangreiche Logistik Funktionalitäten vorgesehen
 - Supply chain Planung
 - Distributionsplanung
 - Frachtoptimierung
 - Organisation von transporten
 - Transport-Status



Ausgewählte e-business Referenzen Schenker

autopartsasia.com
...the final word in online autoparts sourcing



newtron

econia.com
BRINGS BUSINESS TO BUSINESS

NETBID
eProcurement as a service

GoIndustry.com
surplus equipment online

PaperExchange.com

WindpowerOnline.com

TIMBERWeb®