

Was haben Uber, Airbnb & Co. mit modernen 4PL-Logistik-Dienstleistern zu tun?



Immer wieder liest man die kryptische Bezeichnungen 1PL, 2PL, häufig 3PL und zunehmend 4PL. Was steckt hinter den Abkürzungen, die an die Berichterstattung über das Grippevirus H1N1 erinnern? Warum braucht man 3PL und 4PL in Zeiten des Online-Bestellwahnsinns? Und was haben Uber und Airbnb mit modernen 4PL-Logistik-Dienstleistern zu tun?

1PL: First Party Logistics Service Provider

Bis Ende der 1970er Jahre wurden logistische Leistungen zum größten Teil intern von Unternehmen abgewickelt. Produzierenden Unternehmen kümmerten sich also selbst um die Logistik ihrer Waren. Das bezeichnet man als 'First Party Logistics', kurz: 1PL.

Transport-, Umschlag- oder Lagerungsleistungen (TUL-Leistungen) konnten von den Unternehmen selbst durchgeführt werden, da sie meist einen eigenen Fuhrpark sowie eigene Lagerhäuser besaßen. Oft wurde lediglich der internationale Transport an Speditionen abgegeben.

Noch heute fahren beispielsweise die Bierlaster der Brauerei RAPP ihr Bier im Direktvertrieb zum Kunden. Bier ist trotz der großen Platzhirsche noch immer vielfach ein lokales Business, dennoch ist diese Art der 'Bierlogistik' eher vom Aussterben bedroht.

2PL: Second Party Logistics Service Provider

In den 1980er Jahren begann im Zuge der Internationalisierung und des Aufkommens neuer Managementkonzepte, insbesondere des seinerzeit sehr populären 'Lean Managements', der Trend zur Fremdvergabe von Logistikleistungen, da sich Unternehmen auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren wollten. 'Make-or-Buy' war das Stichwort. Wenn externe Dienstleister Leistungen schneller, besser und billiger anbieten konnten, riet man seinerzeit konsequent zur Auslagerung.

Dienstleister, die Transport-, Umschlag- oder Lagerungsleistungen (TUL-Leistungen) für Firmen übernehmen, werden als 'Second Party Logistics Service Provider', kurz: 2PL bezeichnet.

Das sind z. B. Speditionen, Reedereien, Verlader, Lagerei- und Umschlagsunternehmen sowie Anbieter von Kurier-, Express-, und Paketdiensten.

Ein 2PL ist üblicherweise im Besitz der Transportmittel, die er einsetzt. Das heißt, Speditionen sind Eigentümer der LKW. DHL besitzt oder least seine Flugzeuge und Kurierfahrzeuge, die großen Schifflinien besitzen ihre eigenen Frachter für den Transport von Waren auf den Weltmeeren. Ein 2PL bietet also Transporte aller Art mit eigenen Transportmitteln an. Transporte & Logistik im herkömmlichen Sinne - that's it!

3PL: 3rd Party Logistics

Die 3PL gehen einen Schritt weiter! Das Konzept der 3PL entwickelte sich in den 1990er Jahren, 2PL Service Providern wurden zu sogenannten Systemdienstleistern, den 3PL. Diese organisieren den Waren- und Informationsfluss ihres Kunden, übernehmen dessen gesamte Logistik und bieten zusätzlich komplexe Dienstleistungspakete inklusive Finanz- und Informationsdienstleistungen an.

Ein 3rd Party Logistics Provider unterstützt seine Kunden, beispielsweise Automobil-Hersteller, mit einer Vielzahl von Leistungen, weit über reine Transport-Dienstleistungen hinaus. Diese Form der Zusammenarbeit basiert auf einer langjährigen Partnerschaft zwischen Logistikdienstleister und Kunde, der Dienstleister wird komplett in Prozesse und Daten integriert, und ist weder beliebig austauschbar noch ersetzbar, denn der Hersteller baut in der Regel seine eigene Infrastruktur komplett ab.

3PL – Third Party Logistics Provider sind 'Allround-Kümmerer'. Sie sorgen im 'Susi-Sorglos-Paket' für Transport & mehr, erledigen Zölle, Montage, Etikettierung, Reparaturen, Weiterleitung der Frachten, und vieles mehr! Zu modernen Angeboten der 3PL gehören vielfach auch das Contract Management, Freight Forwarding, Logistics Optimization, Packaging, Order Fulfillment, Transportation, Warehousing.

Professionelle 3PL-Dienstleister sind billiger, schneller, besser als der Hersteller selber es je könnte, denn 3PL sind Profis und spezialisiert in diesem Bereich, haben deshalb u.a. Vollauslastung und bessere Konditionen durch riesige Mengen. Besonders vorteilhaft sind 3PL dann, wenn der Bedarf des OEM



stark schwankt, denn dessen eigenes Lager ist in solchen Fällen sehr schlecht ausgelastet.

Zudem: Hersteller können ihre Liquidität schonen und ihr gebundenes Kapital stark reduzieren, da sie kein eigenes Lager und keine eigene Flotte mehr brauchen. So können sich Hersteller auf ihr Kerngeschäft konzentrieren, nämlich die Produktion von Kühlschränken, Autos, Telefonen u.v.m., den Rest übernimmt der 3PL!

Die Logistikkosten des OEM, der einen 3PL einsetzt, sinken um durchschnittlich 10%, während sich die Lieferzeit um 30% verkürzt. Dieses fast Ehe-ähnliche Arrangement bringt also eine Menge Wettbewerbsvorteile mit sich – in Zeiten des Online-Bestellwahnsinns genauso wie im harten Wettbewerb um kürzeste Stillstandszeiten von Maschinen und schnellstmöglicher Lieferung von Ersatzteilen vielfach überlebensnotwendig!

4PL: 4th Party Logistics

Im Zuge umfassender Outsourcing-Gedanken und im Bestreben um noch stärkere Kostenreduzierungen wird die Auslagerung der Planungs- und Optimierungsfunktionen über die gesamte Supply Chain immer interessanter: Eine vierte unabhängige Partei übernimmt dabei im Auftrag des Kunden die Optimierung, Integration und Steuerung der Logistikkette, und somit auch die Auswahl und Beauftragung der 3PL-Dienstleister.

Fourth Party Logistics Service Provider (4PL) entstanden Mitte der 1990er Jahre als Systemintegratoren, die zwischen ihren Kunden und anderen Logistikdienstleistern agieren, um die Koordination und Organisation aller Geschäftsprozesse entlang der Wertschöpfungskette zu perfektionieren. Dabei behalten sie die gesamte Lieferkette im Blick und suchen eine optimale Gesamtlösung.

Die Fähigkeit, komplexe, unternehmensübergreifende Geschäftsprozesse mithilfe moderner Technologien zu koordinieren, und dabei die eigenen Stärken durch zusätzliche Dienstleister zu ergänzen, zählt zu den Schlüsselkompetenzen von 4PL Service Provider. 4PL sind also weit mehr als 'nur' externe Logistikdienstleister, sie sind Allround-Koordinatorer und -optimierer! Stichworte sind hier 'Digitale Vernetzung', 'Collaboration' und 'Connectivity'.

Hinzu kommt aber ein Besonderheit der Neuzeit: Wie man an Geschäftsmodellen von Uber, Air B&B sieht, hat ein 4 PL oft gar keine eigene Infrastruktur mehr. So besitzt Uber keine eigenen Autos, und Airbnb – anders als eine Hotelkette – keine eigenen Betten. Beide koordinieren über skalierende Geschäftsmodelle mit innovativen IT-Plattformen ihr weltweites Business, vielfach mit Umsätzen in Milliardenhöhe.

Der Unterschied zwischen 3 PL und 4PL liegt also darin, dass Third-Party-Logistics-Anbieter (3PL) die Logistik ihrer Kunden mit eigenen Assets, wie Fahrzeugen, Lagerhallen, Frachtschiffen, Flugzeugen etc. bedienen. Der 4PL ist hingegen intelligenter Koordinator ohne eigene Infrastruktur, sammelt sich weltweit die besten 3PL-Dienstleistungen zusammen und bietet diese wiederum als globales Serviceprodukt an. Als eine Art Generalunternehmer stellt der 4PL Leistungsbestandteile kosten- und serviceoptimal zusammen.

Vorteil ist: Der Kunde bekommt eine perfekte, umfassende und kostenoptimale Dienstleistung von Profis, die nichts anderes machen, also absolut spezialisiert sind, die Vergleichszahlen und Best Practice haben, Planung und Beratung eingeschlossen. Ein Hersteller bzw. OEM braucht also keine eigene Infrastruktur, Fahrzeuge, Lagerhallen mehr, keine eigenen Mitarbeiter und keine eigene Abteilungen, selbst Beratungsleistungen zur Optimierung der Abläufe sind vielfach im Leistungsportfolio inkludiert!

Durch zukunftsweisende digitale Produkte, Cloud Computing, 'Software as a Service' (SaaS), Big Data, Machine Learning, Artificial Intelligence u.v.m. werden die Leistungen der 4PL immer smarter. Aufgrund der steigenden Komplexität globaler Supply Chains tun Hersteller gut daran, diese außerhalb

ihres Core-Business liegenden Aufgaben den hoch digitalisierten Spezialisten zu überlassen.

Das alte Sprichwort 'Schuster, bleib bei deinem Leisten!' kann man in Bezug auf die Hersteller der heutigen komplexen und anspruchsvollen Produkte auch moderner formulieren:

„Konzentriere Dich auf Dein Kerngeschäft, und überlasse anderen, die es schneller, besser, billiger können den Rest!“

Wenn durch den Einsatz innovativer Dienstleister und digitaler Technologien beim Hersteller Umsatz und Umschlaggeschwindigkeit sowie die Kundenzufriedenheit steigen, bei gleichzeitig sinkenden Kosten, dann sprechen wir von einer typischen Win-Win-Situation!

Amazon & Co. machen es vor, besser, schneller, mehr Sortiment und oft sogar billiger durch eine komplett vernetzte Supply Chain! Planung, Forecasting, Lieferanten, Dienstleister, Kunden, Einkauf, Bestände, Nachschub ... alle & alles integriert in einem digitalen Datenstrom. Perfekt planbar, transparent, mit größtmöglicher Geschwindigkeit und Flexibilität, das ist das Ziel der Supply-Chain-Digitalisierung!

Was aber muss man tun? Wie macht man aus herkömmlichen Excel-Tabellen, Access- und SQL-Datenbanken eine vernetzte Datenwelt? Machen Sie mit uns eine spannende Reise in die schöne neue Welt der perfekten Digitalisierung!

Wie man mit pfiffiger Digitalisierung, mit perfekter Collaboration & Connectivity Schritt für Schritt zum digitalen Champion wird, lesen Sie hier:



www.barkawi.com/fuer-kunden/technology-transformation.html