

Ergebnisse der Roland Berger Studie „Struktur, Größe und Rolle der Unternehmenszentrale“

Outsourcing ist out: Es lebe das Outsourcing

Obwohl Outsourcing insgesamt an Bedeutung verliert, lagern Unternehmen in den Bereichen, die nicht direkt das Kerngeschäft berühren, deutlich stärker aus als noch vor ein paar Jahren.

München/Bochum. Kaum ein Thema ist so umstritten wie Outsourcing: Befürworter loben die gute Qualität des Services im Vergleich zum Eigenbetrieb, Gegner dagegen verweisen auf die hohen Kosten. Eine jetzt durchgeführte Studie der Roland Berger Unternehmensberatung hat ergeben, dass Outsourcing in deutschen Unternehmen zwar insgesamt an Bedeutung verliert, im Vergleich zur letzten Untersuchung im Jahr 2005 in einzelnen Bereichen dagegen noch konsequenter betrieben wird. Laut der Umfrage, die unter 57 deutschen Unternehmen durchgeführt wurde, stieg vor allem der Einsatz von Shared Services für interne Dienstleistungen wie etwa IT oder Buchhaltung von 38 auf 49 Prozent. Die Fremdvergabe von Leistungen fokussiere sich weiter auf wenige nicht zur Führungsaufgabe gehörende Bereiche und betrage zum Beispiel im Bereich allgemeine Dienste im Durchschnitt bereits rund 76 Prozent.

„In den letzten Jahren ist zum Beispiel die Logistik immer mehr von einer eher routinemäßigen Hilfsaufgabe zu einer Kernfunktion im Marketing-Mix geworden“, sagt der Geschäftsführer der auf Marketinglogistik spezialisierten PSS Marketing GmbH, Claus Heil. „Im Moment lagern Unternehmen insbesondere ihre Marketinglogistik verstärkt aus.“ Die Gründe reichen von der

Entlastung der eigenen Kapazitäten über die Reduktion laufender Kosten bis hin zur Erschließung neuer Vertriebskanäle. Daneben gebe es aber auch Unternehmen wie etwa aus der Öl- oder Pharmabranche, die ihre Produkte in Spezialwagen transportierten und nicht mal eben auch Werbemittel mitnehmen könnten.

Outsourcing spart Kosten und Zeit

„Outsourcing hat für Unternehmen den Vorteil, dass sie sich auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren und das Kopfzerbrechen über schnellere Geschäftsprozesse anderen überlassen können“, erklärt Heil. Zudem würden sich die Gesamtbetriebskosten nicht nur besser kalkulieren lassen, sondern sogar sinken und auf Veränderungen könne schneller reagiert werden. „Auslagerungen machen Unternehmen flexibler und mobiler“, so Heil. „Darüber hinaus werden keine finanziellen Mittel durch Investitionen gebunden.“

Vorteile, die nicht nur große Konzerne, sondern auch Mittelständler und kleinere Betriebe dazu ermutigen, bestimmte Unternehmensbereiche auszulagern. Denn auch sie wollen von den Fullservice-Dienstleistungen, der Infrastruktur und der langjährigen Erfahrung der Transport-Spezialisten profitieren. „Datenbanken aufzubauen, zu verwalten oder auch den kompletten Versandservice in Eigenregie zu regeln, verursacht schließlich bei allen Firmen enorm hohe Kosten, die durch Outsourcing leicht umgangen werden können“, so Heil. Die Tendenz zum Outsourcing ist laut Experten trotzdem noch lange nicht an ihrem Höhepunkt angelangt. „Die Motivation der Unternehmen verlagert sich aber zunehmend von einer reinen Kostenorientierung hin zum Qualitäts- und Servicegedanken.“ So geht der Trend bei der Marketinglogistik bereits schon heute in Richtung komplettes Outsourcing an einen

Dienstleister, der den Kunden durch den gesamten Prozess ganzheitlich betreut.

Es gibt Anhaltspunkte, dass Outsourcing in Zukunft immer wichtiger wird

Die Studie von Roland Berger bestätigt, dass eine weitere Verschlankung der Funktion der Unternehmenszentrale durch Outsourcing, Shared Services und IT-Systeme in Zukunft möglich ist. Der Trend zur Internationalisierung und zu dynamischen Marktstrukturen würden neue Controllinginstrumente erfordern, damit Unternehmen auf Innovationen und strategisch wichtige, externe Einflussgrößen schnell und flexibel reagieren könnten.

PSS Marketing kommt es deshalb darauf an, jedem Kunden genau die für ihn passende Lösung zu bieten. „Unsere Erfahrungen zeigen, dass eine integrierte, ganzheitliche Lösung für unsere Kunden sogar Wettbewerbsvorteile schaffen kann, die sie selbst nicht realisieren könnten, da wir unser Know-how aus vielen erfolgreichen Kundenlösungen immer wieder aufs Neue erbringen“, sagt Heil.

Das Unternehmen wurde 1994 von Claus Heil und Martin Hohmann gegründet. Hervorgegangen ist die GmbH aus dem „Wohnzimmerunternehmen“ Petras Schreib Service (PSS), das sich auf das Schreiben von Diplomarbeiten spezialisiert hatte. Das Leistungsspektrum der PSS Marketing GmbH erstreckt sich heute auf vier Kernaufgaben: Klassische Werbung, Point-of-Sale Kommunikation/ Verkaufsförderung, Direktmarketing und Marketinglogistik. Leistungen aus den vier Komponenten können die Kunden einzeln oder im Gesamtpaket kaufen. Die GmbH beschäftigt am Standort in Bochum 30 fest angestellte und rund 40 freie Mitarbeiter.

Mehr Info für die Redaktion: Pressebüro Gebhardt-Seele

Leonrodstraße 68, 80636 München

Tel: 089 500315-0, Fax: 089 500315-15

E-Mail: pressebuero@gebhardt-seele.de

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten

Bildbegleitzettel zur Presseinformation:

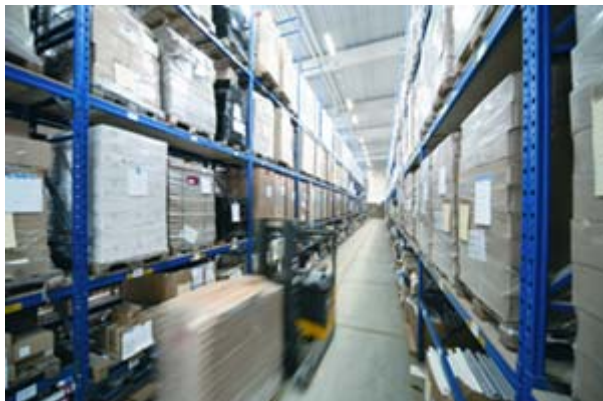


Bild-ID: Lager-PSS_Marketing.jpg

Bildunterschrift: Die PSS Marketing GmbH verfügt über ein Hochregallager mit 8.000 Palettenplätzen.

Quelle: PSS Marketing GmbH



Bild-ID: pixelio Service.jpg

Bildunterschrift: Eine gute Marketinglogistik ist für Unternehmen das A und O. Um einen guten Service gewährleisten zu können, geben immer mehr Firmen diese Aufgabe an Spezialisten ab.

Quelle: Rainer Sturm, www.pixelio.de



Bild-ID: Claus_Heil.jpg

Bildunterschrift: „Die Motivation der Unternehmen beim Outsourcing verlagert sich zunehmend von einer reinen Kostenorientierung hin zum Qualitäts- und Servicegedanken“, sagt Claus Heil, Geschäftsführer der Bochumer PSS Marketing GmbH.

Mehr Info für die Redaktion: Pressebüro Gebhardt-Seele

Leonrodstraße 68, 80636 München

Tel: 089 500315-0, Fax: 089 500315-15

E-Mail: pressebuero@gebhardt-seele.de

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten