

Factsheet zur Logistikmarktstudie 2013

# Schweizer Intralogistikmarkt

**logistikmarkt.ch**

Das Schweizer Logistik-Portal

**Im Rahmen der Logistikmarktstudie 2013 wurde zum zweiten Mal das Volumen des Schweizer Intralogistikmarktes bestimmt. Dieser weist im Jahr 2011 ein wertmässiges Volumen von 2,62 Mrd. CHF auf und wuchs damit um rund 0,8% im Vergleich zum Vorjahr**

Gemäss der Definition des Verbands Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) umfasst die Intralogistik «die Organisation, Steuerung, Durchführung und Op-

timierung des innerbetrieblichen Materialflusses, der Informationsströme sowie des Warenumschlages in Industrie, Handel und öffentlichen Einrichtungen». Hierzu sind Prozesse wie Wareneingang, Lagerung, Sortierung, Kommissionierung, Verpackung, Warenausgang, Verladung und Warenumschlag zu zählen. Als fester Bestandteil der Intralogistik gilt zusätzlich die organisatorische, steuerungs- und softwaretechnische Vernetzung sämtlicher dazugehöriger Prozesse. Im Rahmen der Logistikmarktstudie 2013 wird das Volumen der in der Schweiz nachgefragten und angebotenen klassischen Investitionsprodukte der Intralogistik untersucht. Dazu gehören insbe-

sondere die Bereiche Transport-, Lager-, Kommissionier- und Verpackungstechnik sowie Regale. Softwarelösungen unterstützen dabei die Vernetzung sämtlicher intralogistischer Prozesse.

Die Abschätzung des Intralogistikmarktes erfolgte über drei Wege, um die «Robustheit» des Ergebnisses zu gewährleisten (Bild 1).

Um weiterführende Informationen über den Schweizer Logistikmarkt zu erlangen, die über das monetäre Volumen hinausgehen, wurden neben den Anbietern von Intralogistiklösungen auch die Nutzer jener Lösungen befragt. Dabei standen die Auftrags- und Umsatzstruktur der Anbieter sowie die Investitionsstruktur der Nutzer im Vordergrund.

Besonders in der Pharma- und Chemiebranche, der Nahrungs- und Genussmittelindustrie, im Handel (Retail), in der (Maschinen-)Bauproduktion, bei Logistikdienstleistern als auch von der öffentlichen Hand (z. B. Spitäler), sind Intralogistiklösungen sehr gefragt.

Intralogistikanbieter erwirtschaften rund 40% ihres Umsatzes in Form von Kleinaufträgen, etwa 55% durch Projektaufträge. Während die Investitionsvolumen der Intralogistikkunden bei Kleinaufträgen Summen bis rund 100 000 CHF aufweisen, übersteigen die Investitionssummen bei Projektaufträgen oftmals die 1-Mio.-CHF-Grenze. Durch grosse Projektaufträge, die Neu- und Erweiterungsinvestitionen betreffen, generieren Intralogistikanbieter rund 70% ihres Umsatzes. Intralogistikkunden tätigen etwas mehr als die Hälfte ihrer Intralogistikinvestitionen in Neu- und

## Publikation Logistikmarktstudie Schweiz 2013

Die Studie ist das Nachschlagewerk für die Schweizer Logistikbranche. Mit der Publikation wird der nationale Logistikmarkt transparent und offen dargestellt. Die Logistikmarktstudie wird jährlich aufdatiert, überarbeitet, ergänzt und aktualisiert. Das Nachschlagewerk liefert darum wertvolle Informationen über den Gesamtmarkt, die einzelnen Segmente, Standorte, Potenziale und Trends im Logistikmarkt Schweiz.

Ausgabe: 6, ca. 256 Seiten, kartoniert

Publikation: Dezember 2012



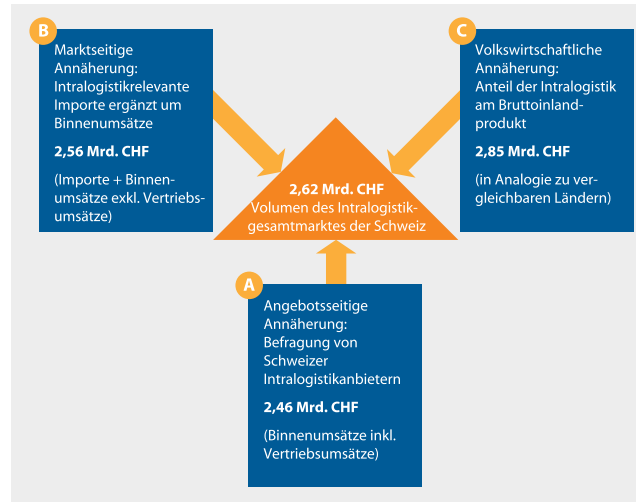
	Mitglieder	Partnerverbände*	Nichtmitglieder
<input type="checkbox"/> Publikation «Logistikmarktstudie 2013»	180.–	300.–	420.–
<input type="checkbox"/> CD Logistikmarktstudie 2013	120.–	160.–	200.–
- gesamt Logistikmarktstudie			
- wissenschaftlicher Anhang			
- über 160 Grafiken und Tabellen			
- inkl. persönlichem Online-Zugriffscod			
<input type="checkbox"/> Kombi-Paket: Publikation & CD «Logistikmarktstudie 2013»	240.–	400.–	500.–

Alle Preise zzgl. MwSt. und Versandkosten (Inland: CHF 6.–, Ausland CHF 32.–).

\* SSC, SPEDLOGSWISS, ASTAG, SVI, SVKTL, SVBL, SFB, SVME, SAK-CES, Swiss export

**Bestellungen unter:** [www.logistikmarkt.ch/de/logistikmarktstudie/katalogbestellung](http://www.logistikmarkt.ch/de/logistikmarktstudie/katalogbestellung)

Bild 1. Drei Wege zu einer «robusten» Schätzung des Schweizer Intralogistikmarktes.



Erweiterungsinvestitionen, hier ist auch in Zukunft keine Trendwende abzusehen. Dabei machen automatisierte Anlagen rund 40 % der Investitionen aus, rund 45 % entfallen auf nicht automatisierte Lösungen, der Rest auf Serviceleistungen. Zukünftig ist hier eine leichte Verschiebung der Investitionssummen hin zu automatisierten Lösungen und Services zu erwarten. Entsprechend der Investitionsstruktur der Intralogistikkunden fällt auch die Umsatzverteilung der Intralogistikanbieter aus: Diese generieren rund 40 % ihres Umsatzes durch automatisierte Anlagen, 37 % durch nicht-automatisierte. Bezüglich der Unternehmensgröße der Intralogistiknachfrager (gemessen am Umsatz) ist zu beobachten, dass sowohl kleine als auch große Unternehmen hohe Investitionen mit Volumen von über 1 Mio. CHF planen. Eindeutige Rückschlüsse von der Unternehmensgröße auf die Investitionsvolumen (bzw. andersherum) lassen sich nicht ziehen. Es besteht somit kein eindeutiger Zusammenhang zwischen geplantem Investitionsvolumen und Unternehmensgröße, zumal die Volumina stark zwischen den einzelnen Leistungsbereichen variieren.

### Kundenanforderungen und Einschätzungen seitens der Intralogistikanbieter

Fasst man die Umsatzstruktur von Schweizer Intralogistikanbietern im Bereich der automatisierten Intralogistiklösungen sowie die Investitionsstruktur der Nachfrager zusammen, so ist davon auszugehen, dass der automatisierte Marktanteil der

Intralogistik rund 40 % beträgt. Umgerechnet auf das Marktvolumen entspricht dies rund 1 Mrd. CHF. Tendenziell decken sich die Anforderungen seitens der Kunden und die Einschätzungen seitens der Anbieter recht gut, was die Vermutung zulässt, dass die Anbieter die Anforderungen ihrer Kunden gut kennen. Intralogistikanbieter überschätzen die Bedeutung eines «hohen Bekanntheitsgrades» und der «lokalen Ansässigkeit» (Bild 2). Anforderungen hinsichtlich der Ausgestaltung und Nutzung von Anlagen sowie Services werden von den Kunden sehr hoch bewertet und von den Intralogistikanbietern tendenziell unterschätzt. Auffällig ist, dass bei diesen und weiteren Punkten einige Anbieter den entsprechenden Kriterien gar keine Bedeutung zuweisen, während keiner der Nutzer denselben Kriterien «keine Bedeutung» zuweist. Schnelle Reaktion

und hohe Kompetenz seitens der Intralogistikanbieter gehören zu den wichtigsten Anforderungen der Kunden. Dieser Aspekt wird von einigen Anbietern unterschätzt, überwiegend jedoch richtig bewertet. Die allgemein geringste Bedeutung schreiben Kunden sowie Anbieter den Finanzierungsmöglichkeiten (Miete, Leasing, Performance Based Contracting) zu. Funktionalität, Kompetenz und Service kommt hingegen wesentlich höhere Bedeutung zu.

Autoren: Prof. Dr. Erik Hofmann und Kerstin Lampe, LOG-HSG St. Gallen, Kathrin Allemann, GS1 Schweiz

Bild 2. Gegenüberstellung der Kundenanforderungen an Intralogistikanbieter mit der entsprechenden Einschätzung der Anbieter.

