

Diffuse Angst vor Finanzkrise stoppt Herbstaufschwung

Das Geschäftsklima in der Logistikbranche wird im September 2011 durch die vorsichtigeren Einschätzung der zukünftigen Entwicklung bestimmt. Anders als sonst vor dem Herbst erwartet rund die Hälfte der befragten Logistikunternehmen, dass die Geschäftslage in den kommenden drei Monaten nur gleich bleiben und sich damit nicht verbessern wird. Allerdings ist die derzeitige Geschäftslage bei über der Hälfte der Unternehmen normal, bei rund einem Drittel hat sie sich im vergangenen Monat sogar weiter verbessert und wird von ihnen als gut bezeichnet. Ganz offensichtlich merken die Unternehmen die Finanzkrise noch nicht in ihrem Geschäft – eine diffuse Angst davor wächst allerdings gleichzeitig. Die positive Entwicklung der vergangenen Monate beim Preisniveau hat sich zudem weiter fortgesetzt. Rund ein Viertel der Unternehmen berichtet von gestiegenen Preisen im September und rund 40 % erwarten weiter steigende Preise. Allerdings sind auch die Kosten bei rund einem Drittel der Unternehmen im vergangenen Monat gestiegen, und es wird erwartet, dass sie auf gleichem Niveau weiter steigen. Die jährliche Befragung zum Thema strategische Unternehmensentwicklung zeigt, dass die Unternehmen, wie schon im Vorjahr, zwar die Neukundenakquise als wichtigstes Thema ansehen, die Personalentwicklung jedoch weiter an Bedeutung gewonnen hat. Neben der Reduzierung von Wartezeiten sind Kooperations- und Supply-Chain-Management die Trends der Stunde in der Handelslogistik. Green Logistics im Handel spielt dagegen im Jahr 2011 eine geringere Rolle als im Jahr zuvor.

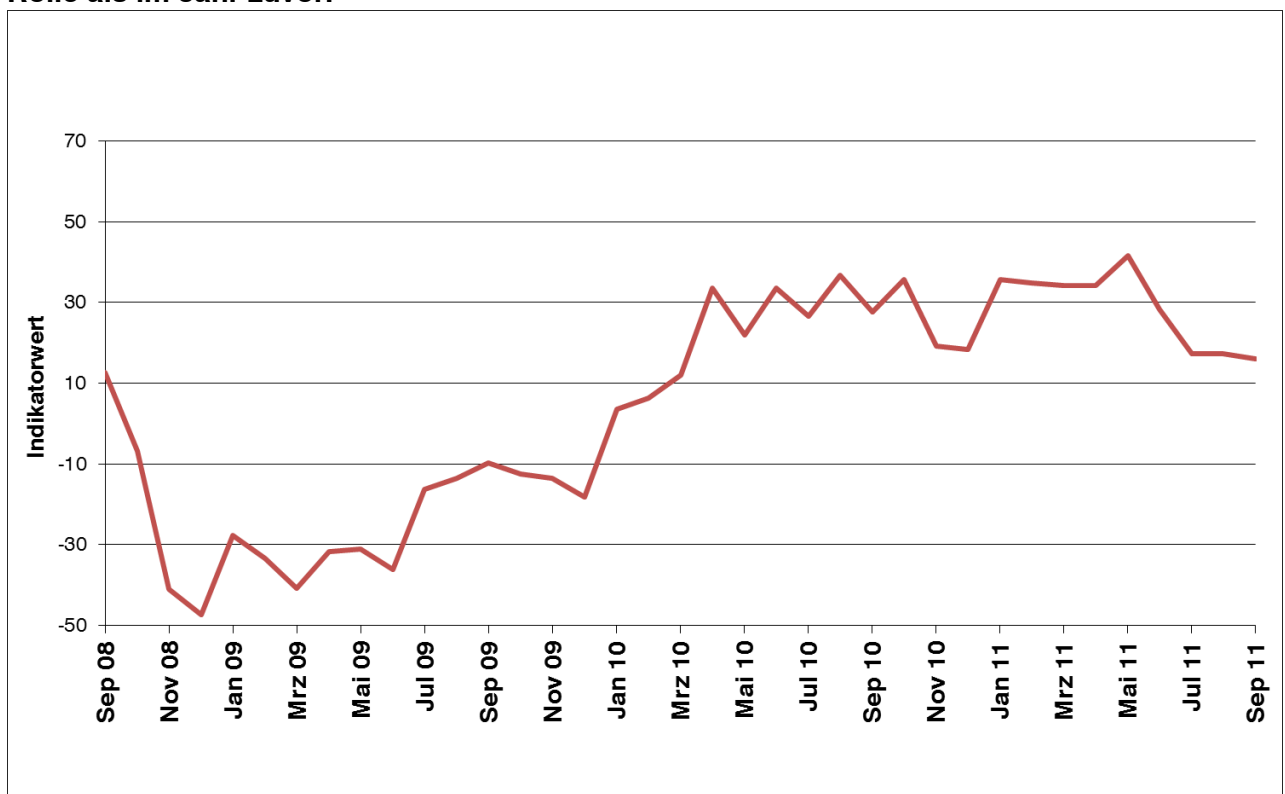


Abbildung 1:
Geschäftsklimaindex

Erwartungen etwas eingetrübt

Im September 2011 ist die Einschätzung der Geschäftslage vorsichtiger als in den Vormonaten. So schätzt mehr als die Hälfte der befragten Transport- und Logistikunternehmen (56 %) die derzeitige Geschäftslage als normal ein (Vormonat 41 %) und 38 % der Unternehmen als gut (Vormonat 47 %). In der Rückschau auf den August blieb für rund zwei Drittel der Unternehmen die Lage unverändert (68 %), für 29 % trat eine Verbesserung ein. Der Anteil derer, die eine Verschlechterung feststellten, sank von 12 auf 3 %. Die Zukunftseinschätzung der Befragten ist dagegen für einen September verhaltend, schließlich erwarten die Unternehmen normalerweise das gute Herbstgeschäft. Nur 44 % schätzen die Lage in den kommenden drei Monaten als günstiger ein und 9 % gehen sogar von einer Verschlechterung aus. Hier spielen sicher die Ängste vor der Euro-Krise eine gewichtige Rolle.

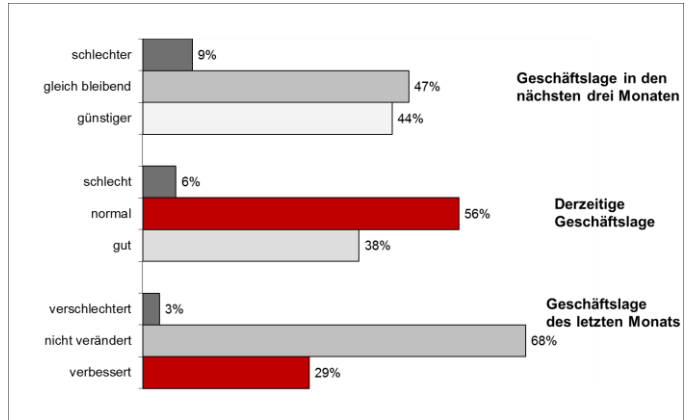


Abbildung 2: Geschäftslage

Kosten wieder öfter gestiegen

Bei 38 % der befragten Transport- und Logistikunternehmen sind die Kosten im vergangenen Monat gestiegen. Im Vormonat war dies nur bei 24 % der Unternehmen der Fall. Weiterhin sind keine Kostensenkungen vermeldet worden. Die Entwicklung des Kostenniveaus der kommenden drei Monate wird eher als zurückhaltend eingeschätzt. 62 % der Logistikunternehmen gehen von einer unveränderten Kostensituation aus. Anders als im Vormonat geht auch kein Unternehmen von sinkenden Kosten aus.

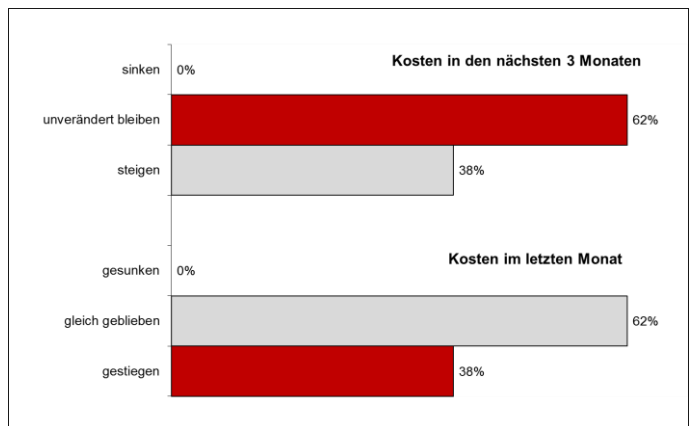


Abbildung 3: Kosten

Weiter leichte Preissteigerungstendenz

Bei rund drei Viertel der Unternehmen sind die Preise im September 2011 gleich geblieben. (Vormonat 75 %), gleichzeitig konnten 24 % der Unternehmen (zu 18 % im Vormonat) weitere Preissteigerungen erzielen. 41 % der befragten Unternehmen der Transport- und Logistikbranche erwartet, dass die Preise in den kommenden drei Monaten wieder steigen werden, auch getrieben durch Preiserhöhungsankündigungen in der Fachpresse. Die andere Hälfte glaubt an ein gleichbleibendes Niveau. Die Logistiker scheinen sich somit für die neuen Preisverhandlungen zum Jahresende einiges vorgenommen zu haben.

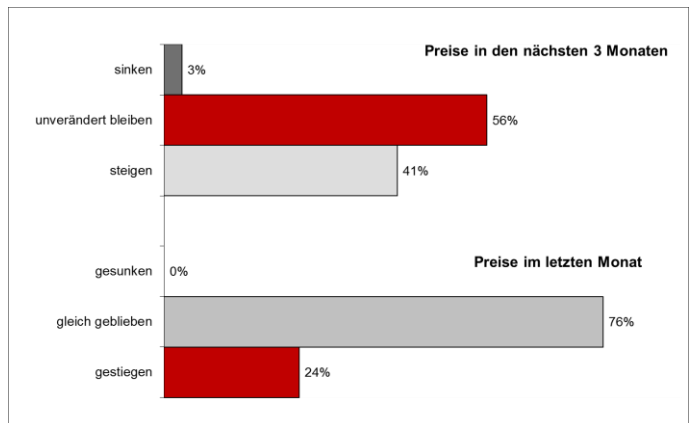


Abbildung 4: Preise

Kapazitätsauslastung nach wie vor hoch

In den vergangenen sechs Monaten hat sich die Kapazitätsauslastung bei 53 % der Unternehmen verbessert. Das ist ein ähnlicher Wert wie im September 2010 (56 %). Über die Hälfte der Unternehmen bewertet die saisonale Kapazitätsauslastung als gut (Juni 2011: 65 %). Auch für die kommenden sechs Monate sind die Aussichten ähnlich positiv, wenn auch mit leichter Unsicherheit. 44 % der Unternehmen erwarten, dass die Auslastung weiter steigen wird, 47 % gehen zumindest von einer unverändert bleibenden Auslastung aus. 9 % rechnen allerdings trotz Herbstgeschäft mit sinkender Kapazitätsauslastung.

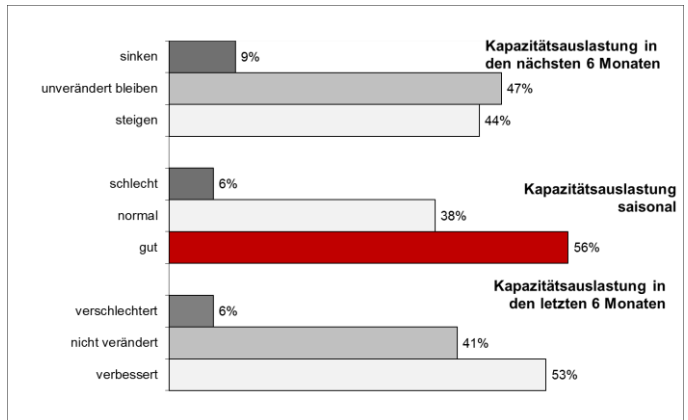


Abbildung 5:
Kapazitätsauslastung

Russland logistisch zunehmend wichtiger

Nach der Erholung des russischen Marktes schätzen die deutschen Logistiker diesen wieder stärker ein. Während im Oktober 2007 noch 85 % der Unternehmen eine wachsende Bedeutung des russischen Logistikmarktes sahen, waren es im März 2010 nur noch 57 %. Nunmehr im September 2011 sind es wieder 84 %.

Der Blick auf die Geschäftstätigkeit der deutschen Logistiker in Russland zeigt die Bedeutung Russlands für die deutschen Logistiker: Gut 40 % der Unternehmen sind dort bereits tätig (in China rund 30 %), und zwar mit gleichbleibender Tendenz. Hier zahlen sich die relative geografische Nähe und der wichtige Rohstoffmarkt Russlands für viele Transport- und Logistikunternehmen aus.

Allerdings gaben im Jahr 2007 auch 20 % der befragten Unternehmen an, dass sie planen würden, auf dem Logistikmarkt in Russland (neu) tätig zu werden. Dies sind 2011 nur noch 3 %. Viele der Unternehmen, die somit vor 4 Jahren den Markteintritt auf diesem schwierigen Markt wagen wollten, haben ihre Pläne in der Zwischenzeit aufgegeben.

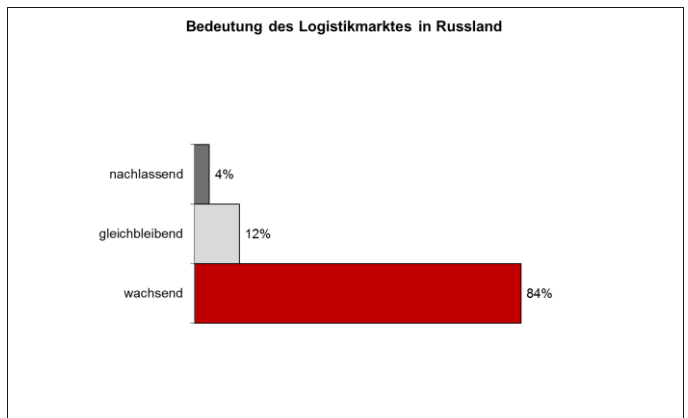


Abbildung 6:
Bedeutung Logistikmarkt Russland

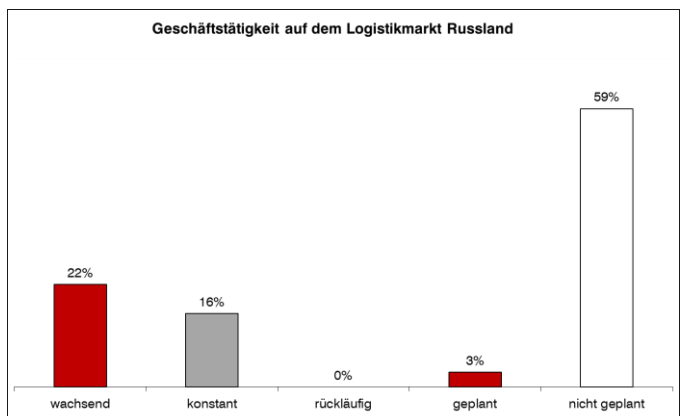


Abbildung 7:
Geschäfte Logistikmarkt Russland

Kooperationsmanagement und Wartezeiten steuern die Handelslogistik

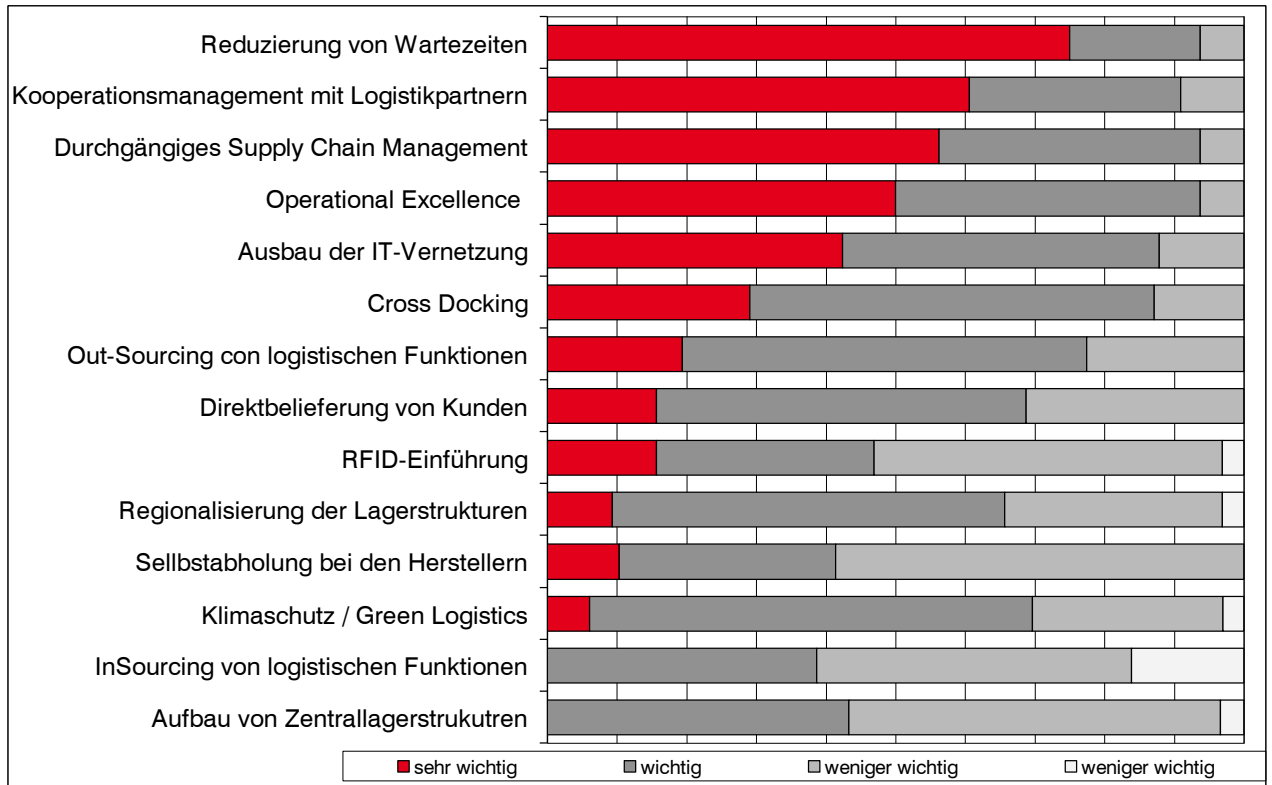


Abbildung 8:
Trends Handelslogistik

Befragt nach den wichtigsten Trends in der Handelslogistik, bewerten die Unternehmen der Branche neben der für die Wirtschaftlichkeit wichtigen Reduzierung von Wartezeiten an Logistikzentren vor allem die Themen Kooperationsmanagement mit Logistikpartnern und durchgängiges Supply Chain Management als besonders bedeutsam – beides Themen, die auch zur Reduzierung von Wartezeiten beitragen können. Themen wie Operational Excellence und Ausbau der IT-Vernetzung, die vergangenes Jahr im Vordergrund standen, folgen erst danach. Klimaschutz und Green Logistics, die in der Fachdiskussion in den Jahren 2010 und 2011 stark diskutiert wurden, haben im Vergleich zum Vorjahr für die Handelslogistik an Bedeutung verloren. Spielte Green Logistics im September 2010 noch eine wichtige Rolle, so ist dieser Trend für die Befragten nunmehr deutlich weniger wichtig. Insgesamt werden derzeit eher Themen, die mit der physischen Transportkette und den beteiligten Partnern verbunden sind, als besonders wichtig bewertet.

Neukundenakquise weiterhin wichtigstes strategisches Thema

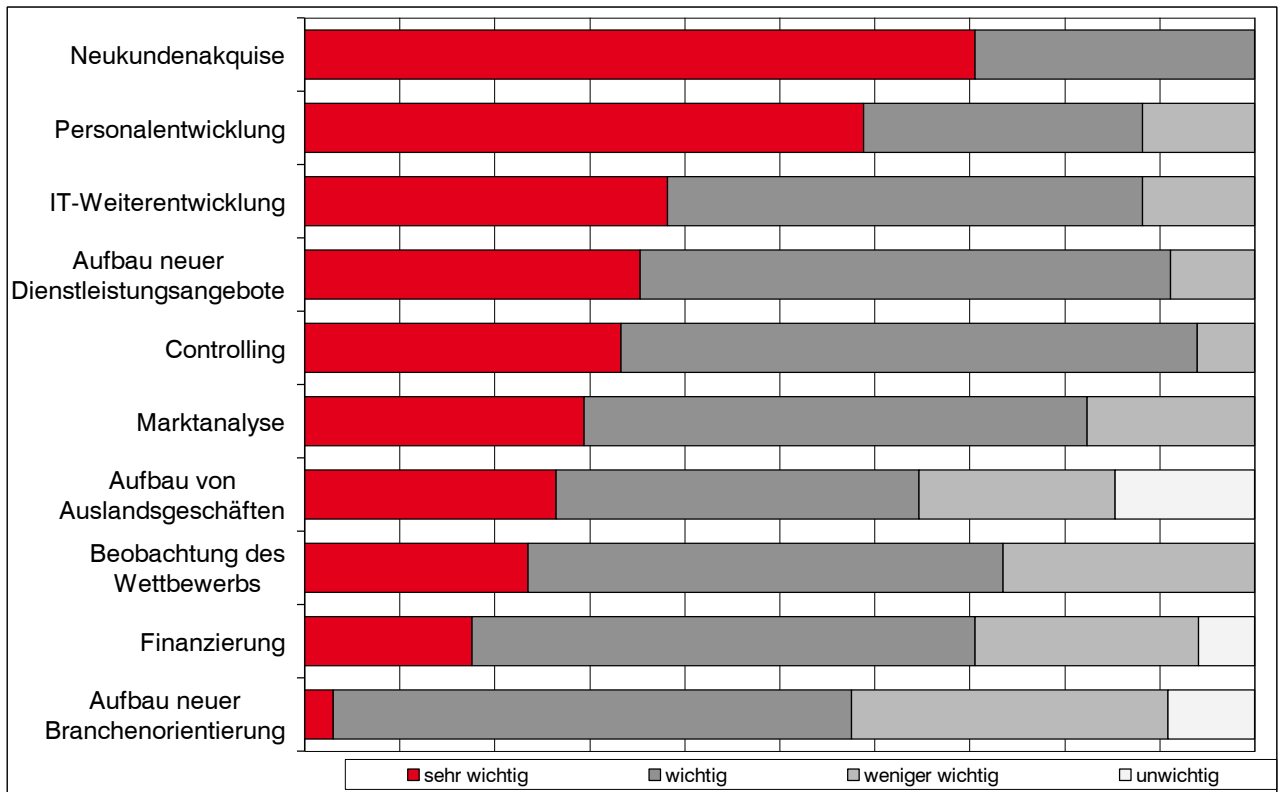


Abbildung 9:
Unternehmensstrategie

Die Neukundenakquise bleibt auch 2011 das wichtigste Thema bei der Unternehmensentwicklung in der Logistikbranche. Ähnlich wie im Jahr zuvor bewerteten über 70 % der Transport- und Logistikunternehmen dies als wichtigstes Thema. Die Personalentwicklung wird weiterhin von über der Hälfte der Unternehmen als zweitwichtigstes strategisches Thema angesehen, der demografische Wandel und damit eine Tendenz zur Verknappung von geeigneten Arbeitskräften ist somit, wie auch bereits im Jahr 2010, zweitwichtigstes Thema. Zentrale Unternehmensfunktionen, wie Controlling und IT, werden von den Unternehmen ebenfalls weiter als sehr wichtig bewertet. Die größten Unterschiede zur Befragung im Vorjahr 2010 zeigen sich bei den Themen Finanzierung und Marktanalyse. Der Finanzierung messen die Unternehmen nun eine deutlich geringere Bedeutung für die Unternehmensentwicklung bei, ein Zeichen, dass auf diesem Gebiet derzeit vorsichtig agiert wird. Andererseits beschäftigten sich die Unternehmen verstärkt mit Marktanalysen, möglicherweise um den aufkommenden Unsicherheitsfaktor in den Griff zu bekommen.

Das SCI/Logistikbarometer

Das SCI/Logistikbarometer ist ein regelmäßig ermittelter Indikator, der die brancheninterne Wirtschaftslage und -zukunft zeigt. Im Juni 2003 startete das Barometer mit der Befragung von 200 in Bezug auf Größe, Produkte und weitere Indikatoren repräsentative Unternehmen der Logistikbranche.

Mit Hilfe von ausgewählten Entscheidern der Logistikbranche hat SCI Verkehr eine schnelle und unkomplizierte Abfragemethode entwickelt. Die Befragung erfolgt mittels eines zweiseitigen Bogens. Innerhalb weniger Minuten können die kurzen, prägnanten Aussagen bzw. Einschätzungsabfragen beantwortet werden. Die Analyse erfolgt zum Teil in methodischer Anlehnung an den Ifo-Geschäftsklimaindex. Die Zielsetzung des SCI/Logistikbarometers geht jedoch über den Ansatz des Ifo-Institutes hinaus. Es werden nicht nur kurzfristige, konjunkturell bedingte Erwartungen abgefragt; vielmehr verfolgt dieses Barometer darüber hinaus das Ziel, langfristige, wachstumsbedingte Tendenzen aufzudecken.

Die Befragungsergebnisse werden analysiert, interpretiert und in der DVZ - Deutsche Logistikzeitung veröffentlicht. Dies soll interessierten Unternehmen helfen, die Entwicklungen in der Logistikbranche bei ihrer Planung zu berücksichtigen und dementsprechend zu agieren. Des Weiteren können sich auch Dritte mit Hilfe des SCI/Logistikbarometers über die aktuelle und die zukünftig erwartete Marktlage der Logistikbranche informieren.

Weitere Informationen:
Frau Katja Wittke
SCI Verkehr GmbH
Vor den Siebenburgen 2
50676 Köln
Tel.: 0221 931 78-25
E-Mail: k.wittke@sci.de