

## GESCHÄFTSLAGE WEITERHIN POSITIV

Im September 2017 hält sich der Indikatorwert des SCI/Logistikbarometers trotz verbesserter Geschäftslage auf dem Vormonatsniveau. Grund für diese Entwicklung sind die Bewertung der saisonalen Lage und die Erwartungen für die Entwicklung der Geschäftslage in den kommenden drei Monaten. Die Werte dieser Fragen liegen zwar auf dem Niveau des Vormonats, insbesondere die Vorausschau für die kommenden 3 Monate fällt aber ein wenig verhaltener aus als letzten Monat. Die Geschäftslage im Vormonat hat sich hingegen weiter verbessert. Keines der befragten Logistikunternehmen berichtet mehr über eine verschlechterte Lage des Geschäfts. Die Kosten steigen zwar auch in diesem Monat weiter, die Branche scheint dem jedoch eine stetige Erhöhung der Preise entgegenzusetzen.

Die Transport- und Logistikunternehmen wurden nach der Relevanz von Standortfaktoren befragt. Am wichtigsten ist den Logistikern dabei ein Autobahnanschluss. Von herausragender Bedeutung sind darüber hinaus die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte und die Möglichkeit einer weiteren Expansion vor Ort. Als eher unwichtig werden von den Unternehmen weiche Standortfaktoren wie Umfeld, Kultur oder Image eingeschätzt.

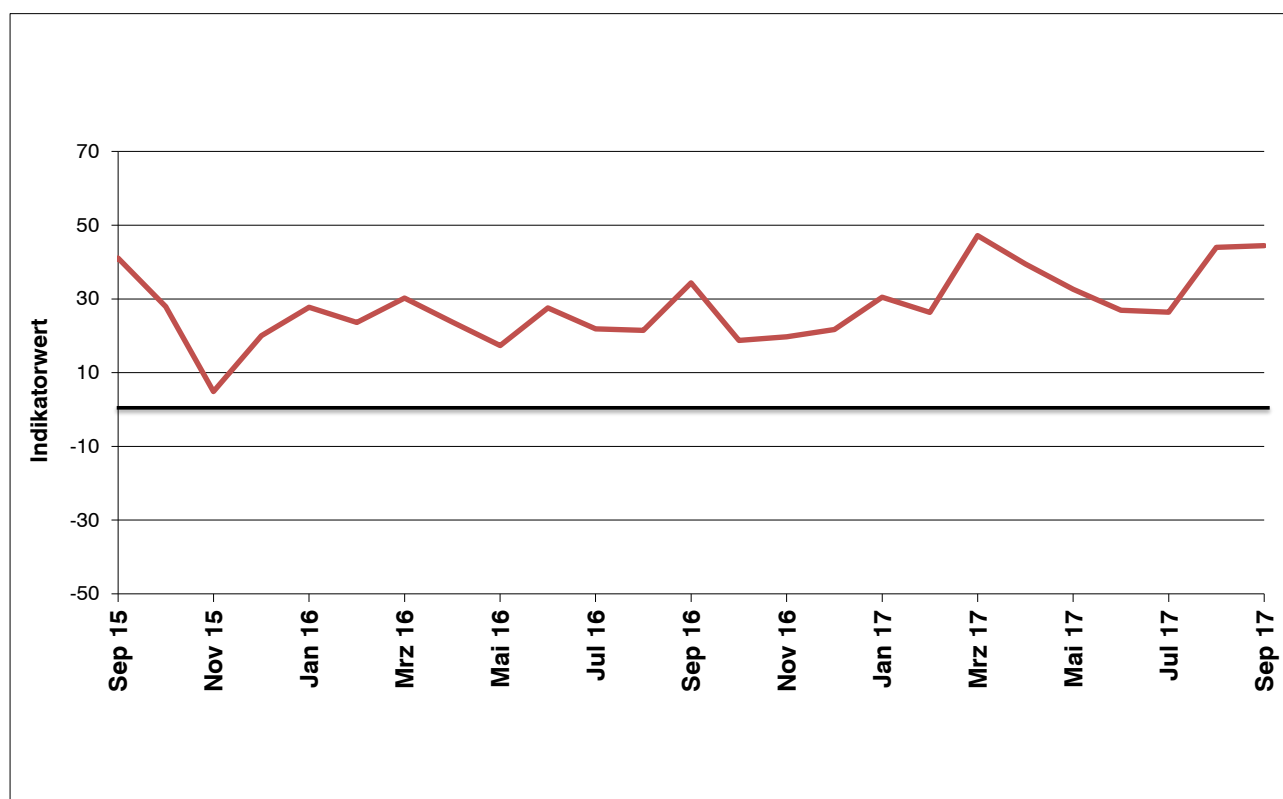


Abbildung 1:  
Geschäftsklimaindex

### Verbesserte Geschäftslage, gleichbleibende Erwartungen

Die Geschäftslage im September 2017 hat sich gegenüber dem Vormonat verbessert. Keines der befragten Logistikunternehmen berichtet mehr über eine verschlechterte Lage des Geschäfts. Im August waren es noch 6%. Die große Mehrheit (61%) berichtet nach wie vor von keiner Veränderung. Der Anteil derer, die von einer Verbesserung berichtet, hat sich von knapp einem Viertel (17%) auf 39% mehr als verdoppelt. Die Einschätzung der aktuellen Lage gleicht allerdings dem Vormonat. Hier ist die Mehrheit erneut der Meinung, dass die Lage „normal“ sei; 44% stufen die Situation der Branche sogar als „gut“ ein. Auch die Erwartungen für die kommenden drei Monate haben sich nicht geändert - immerhin 44% gehen von einer Verbesserung der Geschäftslage aus.

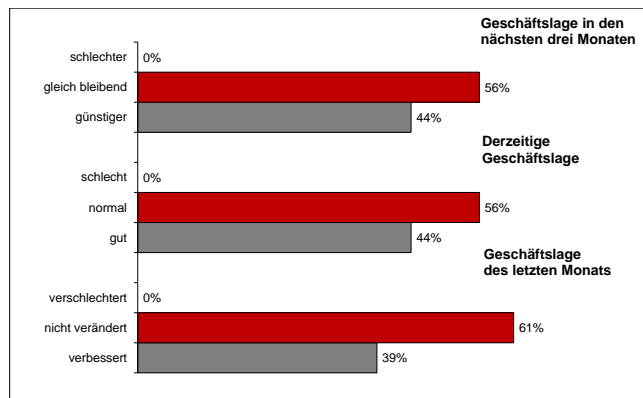


Abbildung 2:  
Geschäftslage

### Kostensteigerungen bei fast der Hälfte der Unternehmen

Im September fällt die Bewertung der Kostenentwicklung wieder etwas schlechter aus als im Vormonat. Eine leichte Mehrheit gibt nach wie vor an, dass sich die Kosten nicht verändert haben, diese Mehrheit fällt jedoch mit 56% deutlich kleiner aus als noch im Vormonat (67%). Der Anteil derer, die gesunkene Kosten registrieren konnte, ist auf 0% gesunken (August: 6%). Entsprechend wurden die Unternehmen vermehrt mit höheren Kosten konfrontiert, das gaben 44% an (August: 27%). Auch der Blick auf die kommenden drei Monate hat sich im Vergleich zum Vormonat deutlich verschlechtert. Hier hat sich das Verhältnis von 39%, die steigende Kosten erwarten, und 61%, die mit einem gleichbleibenden Kostenniveau rechnen, gedreht.

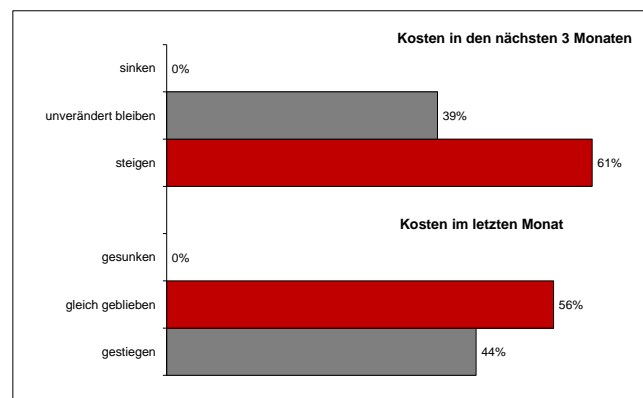


Abbildung 3:  
Kosten

### Preissteigerungen auf breiter Front

Der Trend der positiven Preisentwicklung hat sich auch im September fortgesetzt. Der Anteil derer, die eine Preiserhöhung durchsetzen konnte, hat sich sogar von 44% im August auf 56% vergrößert. Die übrigen Unternehmen konnten die Preise immerhin auf Vormonatsniveau halten. Für die kommenden Monate erwartet die große Mehrheit der Branche, fast drei Viertel der Befragten (72%), dass sich die Preise weiter erhöhen werden. Die restlichen Unternehmen gehen davon aus, dass sich die aktuellen Preise halten werden. Sinkende Preise befürchtet auch im September niemand.

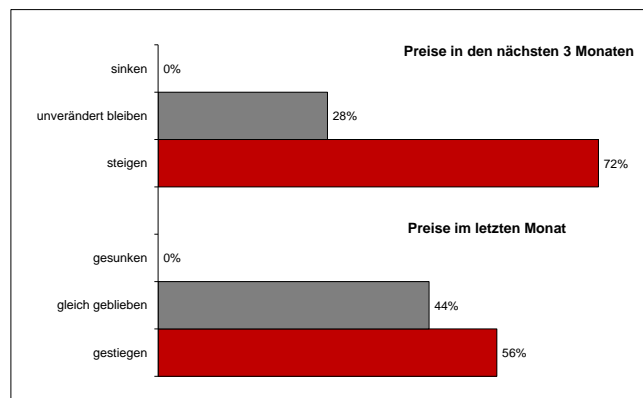


Abbildung 4:  
Preise

### Kapazitäten mehrheitlich gut ausgelastet

Im September geben fast drei Viertel der befragten Transport- und Logistikunternehmen (72%) an, dass sich die Auslastung der Kapazitäten in den vergangenen sechs Monaten verbessert habe. Die übrigen 26% registrierten keine Veränderung. Die saisonale Auslastung wird von der Hälfte (50%) der Befragten als „normal“ eingestuft, 44% bewerten sie sogar als „gut“. Allerdings gibt es auch einen geringen Anteil von 6%, der mit der Auslastung unzufrieden scheint und die saisonale Auslastung als „schlecht“ beurteilt. Für die kommenden sechs Monate sind die Erwartungen der Entwicklung der Kapazitätsauslastung gespalten – eine Hälfte rechnet mit einer gleichbleibenden Auslastung, die andere Hälfte geht von einer steigenden Auslastung aus.

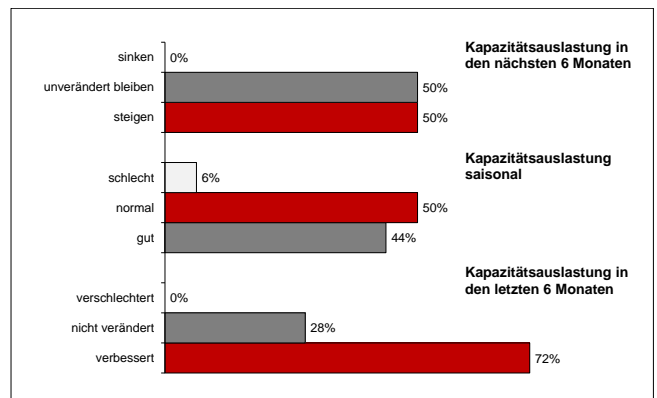


Abbildung 5:  
Kapazitätsauslastung

### Logistikmarkt China gewinnt an Bedeutung

Die Bedeutung des Logistikmarktes in China wird im September 2017 wieder deutlich positiver bewertet als noch ein Jahr zuvor. So bewerten zwei Drittel (67%) der befragten Transport- und Logistikunternehmen den Markt als wachsend, im Vorjahr war es nur ein Viertel der Befragten (25%). Damals sprach die Mehrheit (69%) dem Logistikmarkt in China eine gleich bleibende Bedeutung zu, heute liegt der Anteil bei 27%. Der Anteil derer, die dem Markt eine nachlassende Bedeutung zusprechen, fällt nach wie vor gering aus (2016: 6%, 2017: 7%). Trotz der guten Bewertung ist der Anteil der Unternehmen, die Ihre Tätigkeit auf dem chinesischen Logistikmarkt ausbauen wollen, von 19% auf 6% gesunken. 6% planen einen Markteintritt, 2016 hatte niemand diese Absicht.

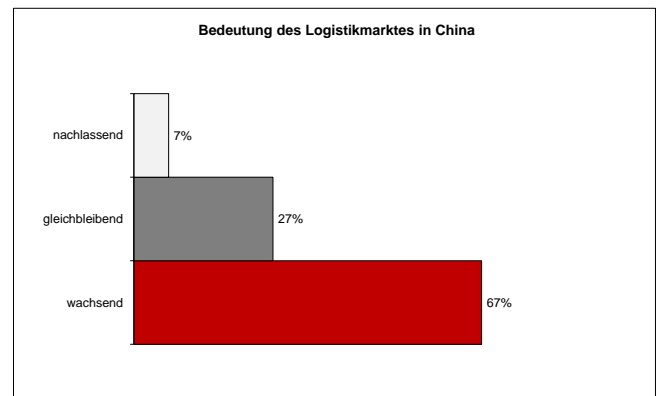


Abbildung 6:  
Logistikmarkt China

### Markterschließung ist wichtigstes Verlagerungsmotiv

Als ein wichtiges Motiv einer Standortverlagerung logistischer Funktionen nennt die Mehrheit (44%) der befragten Transport- und Logistikunternehmen die Erschließung neuer Märkte. Weiterhin gibt ein gleicher Anteil der Unternehmen an, dass die Standorte der Kunden (Following Customer) sie zur Verlagerung des eigenen Standortes treibt. Für einen weiteren Großteil (29%) spielt die Reduktion der Kosten eine wesentliche Rolle. Die Strategie Technologieerschließung oder Know-how spielt nur für wenige Unternehmen eine Rolle.

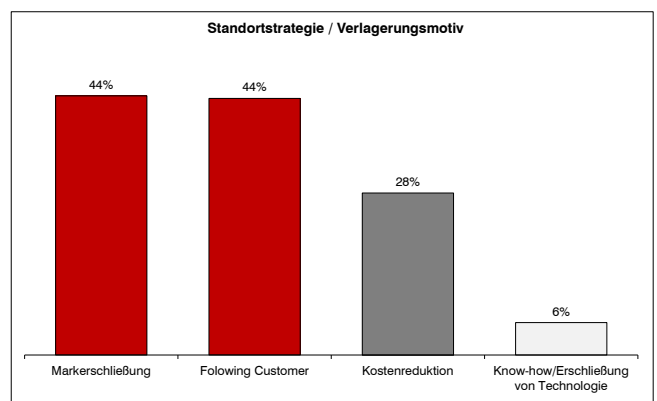


Abbildung 7:  
Standortstrategie

### Autobahnanschluss ist wichtigster Standortfaktor

Bei der Wahl des richtigen Standortes spielen verschiedene Faktoren eine Rolle. Die befragten Transport- und Logistikunternehmen haben 22 dieser Aspekte bewertet. Dabei gab die große Mehrheit an, dass ein Autobahnanschluss (78%) und die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte (70%) als sehr wichtig bei der Auswahl des Standortes sind. Auf Rang drei folgt die Möglichkeit der weiteren Expansion vor Ort. Darüber hinaus spielt der Kaufpreis des Grundstückes bzw. der Immobilie eine wichtige Rolle. Aber auch die Lage und die vor Ort geltenden gesetzlichen Vorschriften und Umweltauflagen haben für die Wahl des Standortes eine hohe Relevanz. Nur noch für 38% der Befragten ist der Zugang zu intermodalen Verlademöglichkeiten sehr wichtig. Weniger wichtig ist den Unternehmen hingegen die Nähe zu Unternehmen der gleichen Branche (47%). 53% der Unternehmen geben sogar an, dass Unternehmen der gleichen Branche gar nicht wichtig sind. Aber auch die persönlichen Präferenzen und das Image des Standortes haben für die Auswahl eine eher unbedeutende Relevanz.

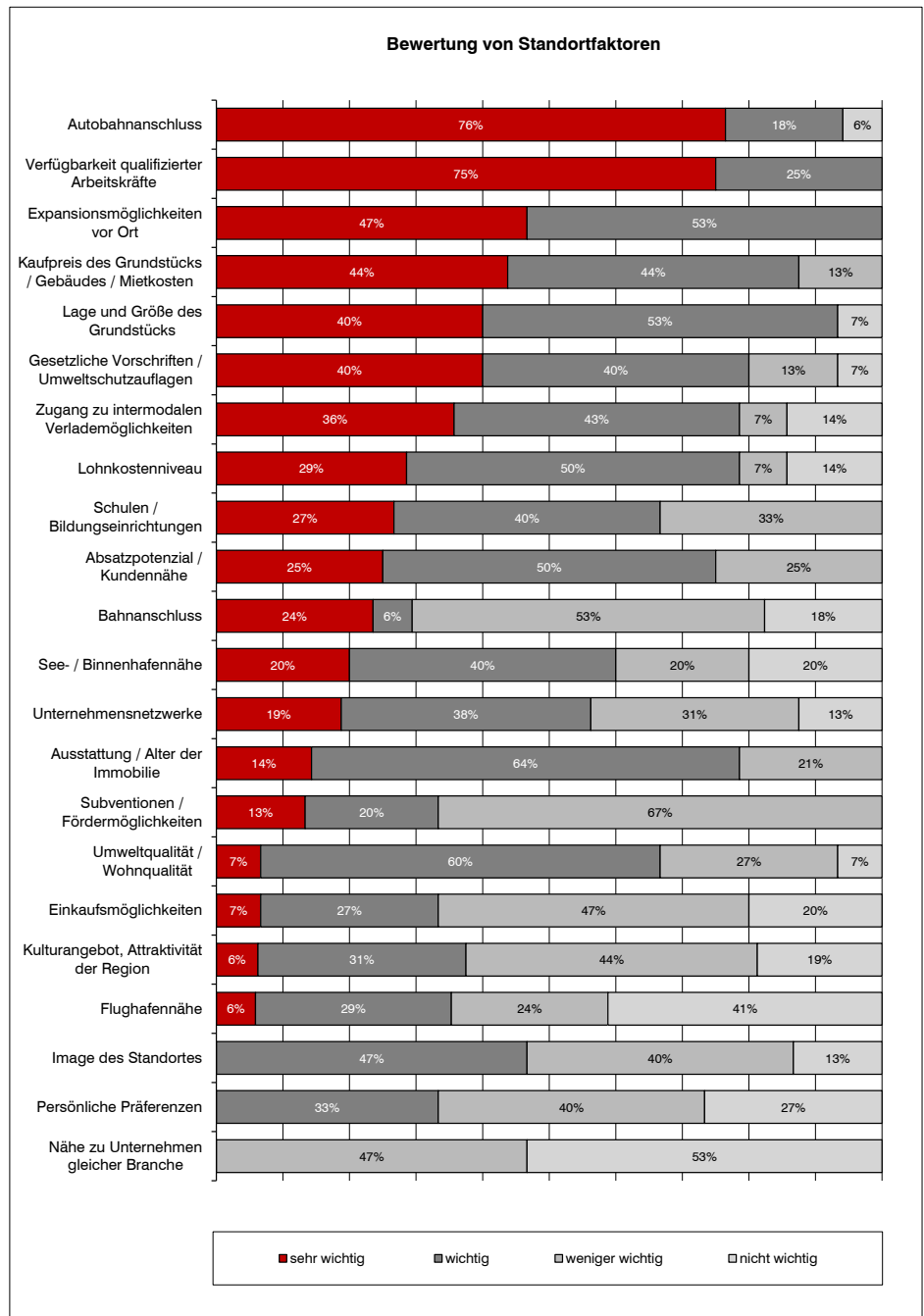


Abbildung 8:  
Standortfaktoren

## Der autonom fahrende LKW gilt als realistisch, die Drohne auf der letzten Meile hat wenig Potential

Die letzte Frage für die Septemberauswertung des SCI/Logistikbarometers widmete sich dem viel diskutierten Thema Industrie 4.0 und Digitalisierung und der dazugehörigen Logistikkinnovationen. Die Branche scheint sich mehrheitlich einig darüber, dass sich autonom fahrende LKW durchsetzen werden. Lediglich bei der Frage des Zeitpunkts gehen die Meinungen noch weit auseinander. So geht die Mehrheit (71%) davon aus, dass sich diese Innovation langfristig durchsetzen wird. Ein kleiner Anteil von 6% rechnet hingegen mit der kurzfristigen Durchsetzung. Nur ein kleiner Teil von 6% schreibt der Innovation kein Potential zu. Die vollautomatisierte Transportplanung wird laut der Mehrheit der Befragten sich eher mittelfristig durchsetzen. Auch hier gibt es Zweifler (12%), die nicht davon ausgehen, dass die Transportplanung jemals vollautomatisiert stattfinden wird. Bei der vollautomatisierten Kommissionierung fällt der Anteil geringer aus (6%). Aber auch hier geht der Großteil (67%) davon aus, dass sich die Innovation erst mittelfristig durchsetzen wird. 17% denken sogar, dass es noch etwas länger dauern wird. Der Zustellung auf der letzten Meile sowohl mit Drohne als auch mit Robotern schreiben die befragten Transport- und Logistikunternehmen hingegen wenig Durchsetzungspotential zu.

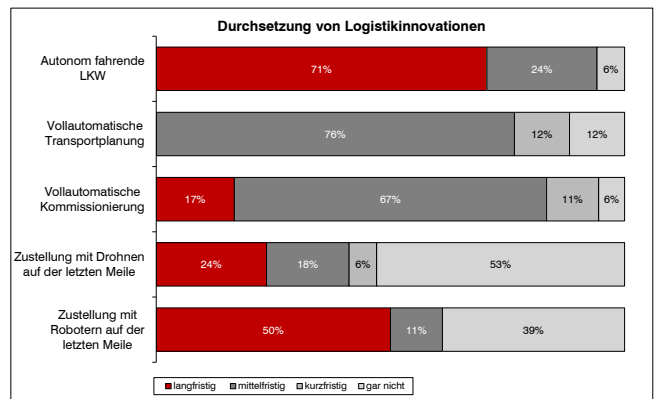


Abbildung 9:  
Logistikkinnovationen

## 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 repräsentativer 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 Verkehrs-Zeitung 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:

Susanne Böлке  
SCI Verkehr GmbH  
Vor den Siebenburgen 2  
50676 Köln  
Tel.: 0221 931 78-25  
E-Mail: [s.boelke@sci.de](mailto:s.boelke@sci.de)