

Die Erwartungen bleiben gedämpft

SCI/Logistikbarometer Juni 2004: Zurückhaltung beim Eintritt in den russischen Markt

(rok) Große deutsche Handelskonzerne wie Metro, Douglas oder Obi breiten sich im russischen Markt bereits aus; die Unternehmen der Logistikbranche sind dagegen eher zurückhaltend engagiert. Obwohl 85 Prozent der Unternehmen die Bedeutung des Logistikmarktes in Russland als wachsend einstufen, planen nur 12 Prozent einen Markteintritt in dieser dynamischen Wirtschaftsregion. Dies geht aus der aktuellen Auswertung des SCI Logistikbarometers für Juni hervor. Die Chancen auf dem russischen Markt wiegen anscheinend noch nicht die Hemmnisse und Risiken der Unternehmen auf. Verhalten sind auch die Aussichten der künftigen Geschäftslage.

Russland gehört zu den dynamischen Wirtschaftsregionen der Welt und wird in den nächsten Jahren seine Position weiter ausbauen. Das erkennen auch die Unternehmen der Logistikbranche. Als wachsend stuften 85 Prozent der Befragten die Bedeutung des russischen Logistikmarktes ein. Für die restlichen 15 Prozent der Unternehmen ist die Bedeutung gleich bleibend. Der Markteintritt scheint für ausländische Logistikprofis jedoch nicht einfach zu sein. Dies liegt beispielsweise an der mangelhaften logistischen Infrastruktur und erklärt auch die abwartende Haltung einiger Unternehmen.



LOGISTIKBAROMETER

(rok) Das SCI-Logistikbarometer ist ein regelmäßig ermittelter Indikator, der die aktuelle brancheninterne Wirtschaftslage und künftige Entwicklung zeigt. Initiator ist die SCI Unternehmensberatung in Hamburg. Im Juni 2003 startete das Barometer mit der Befragung von 200 Logistikunternehmen, die in Bezug auf Größe und Produkte repräsentativ sind. Die Analyse erfolgt zum Teil in methodischer Anlehnung an den Ifo-Geschäftsklimaindex, geht aber über die reine Ermittlung des Geschäftsklimas hinaus. Denn 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 regelmäßig in der DVZ veröffentlicht. (DVZ 20.07.2004)



Zudem wird der russische Markt oft mit Unsicherheiten und Vorurteilen – vor allem hinsichtlich der Rechtssituation – in Verbindung gebracht. Nur 27 Prozent sind bereits in Russland tätig und lediglich 12 Prozent planen überhaupt den Eintritt in diesen Logistikmarkt. Über 60 Prozent der Befragten planen derzeit keine Aufnahme der Geschäftstätigkeit in Russland, obwohl das Fachwissen, die Erfahrungen und die Zuverlässigkeit westeuropäischer Logistikexperten geschätzt und stark nachgefragt werden.

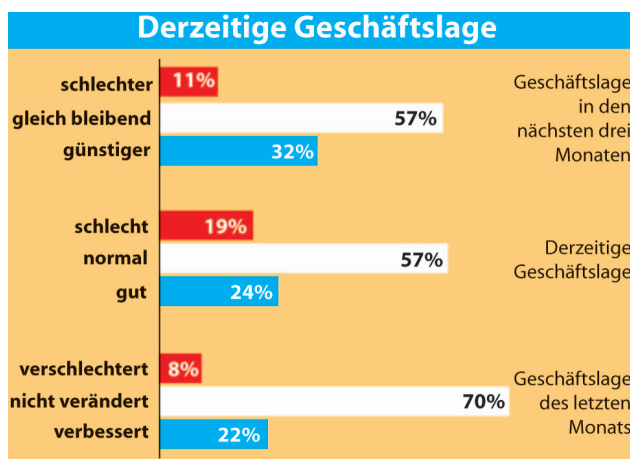
Stattdessen sind zurückhaltende Erwartungen hinsichtlich der künftigen Geschäftslage an der Tagesordnung. Während in der Mai-Befragung ein positiver Trend bei der Geschäftslage vorherrschte, zeichnet sich in der aktuellen Befragung eine Dämpfung für die Unternehmen der Logistikbranche ab.

Zum Sommeranfang bezeichnen 19 Prozent der Unternehmen ihre derzeitige Geschäftslage als saisonal schlecht. Nur 24 Prozent der Teilnehmer betrachten die Geschäftslage im Befragungsmonat Juni als gut. Die Frühlingsbrise hat sich bereits im Monat Mai stückweise gelegt. Nur 22 Prozent der Unternehmen der Logistikbranche sahen eine Verbesserung ihrer Geschäftslage im vergangenen Monat. Das sind 11 Prozent weniger als im vorangegangenen Befragungsmonat. Für immerhin 70 Prozent blieb die Geschäftslage jedoch zumindest gleich. Der Entwicklung entsprechend bleibt die Erwartung der künftigen Geschäftslage bei den Unternehmen gegenüber dem Vormonat konstant und daher weiterhin gedämpft. Mit einer günstigen Entwicklung ihrer Geschäftslage in den nächsten drei Monaten rechnen 32 Prozent der Teilnehmer; 11 Prozent der Unternehmen prognostiziert eine Verschlechterung.

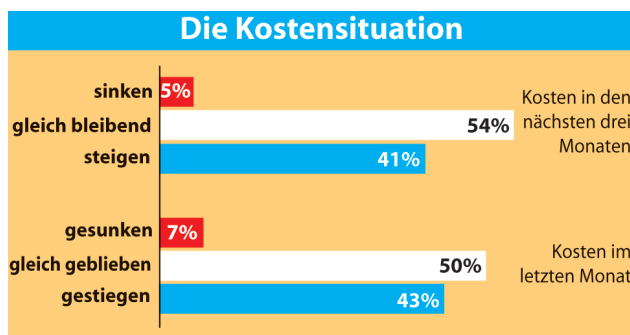
Eine Entspannung der Kostensituation in der Logistikbranche ist weiterhin nicht in Sicht. Die finanzielle Last hat sich gegenüber dem Befragungsmonat Mai nur unmerklich verändert. Immer noch geben 43 Prozent der Unternehmen an, dass die Kosten im vergangenen Monat gestiegen sind. Nur 7 Prozent der Befragten verzeichneten sinkende Kosten. Konstante oder sogar sinkende Belastungen scheinen in den nächsten Monaten für die Logistikbranche nicht realisierbar zu sein. Über 40 Prozent der Unternehmen rechnen mit einem weiteren Anstieg.

Hingegen ist bei der Preisentwicklung gegenüber dem Vormonat keine nennenswerte Veränderung zu verzeichnen. Bei der seit Monaten angespannten Kostensituation in der Logistikbranche ist auffallend, dass keine strukturelle Erhöhung der Preise erkennbar ist. Ein gleich bleibendes Niveau verbuchten 85 Prozent der teilnehmenden Unternehmen. Seit April dieses Jahres sind die Erwartungen der Unternehmen unverändert. Drei Viertel der Befragten rechnen auch künftig eher mit konstanten Preisen, als mit einer Preissteigerung.

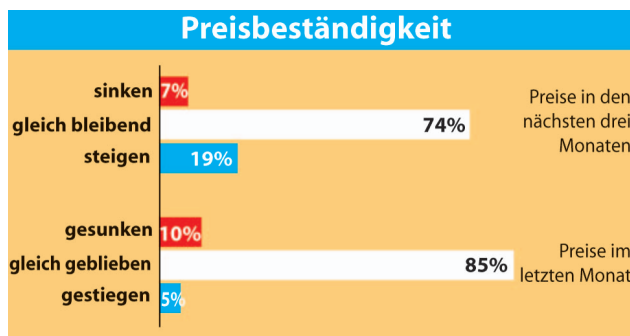
Im Vergleich zum Juni 2003 stellt



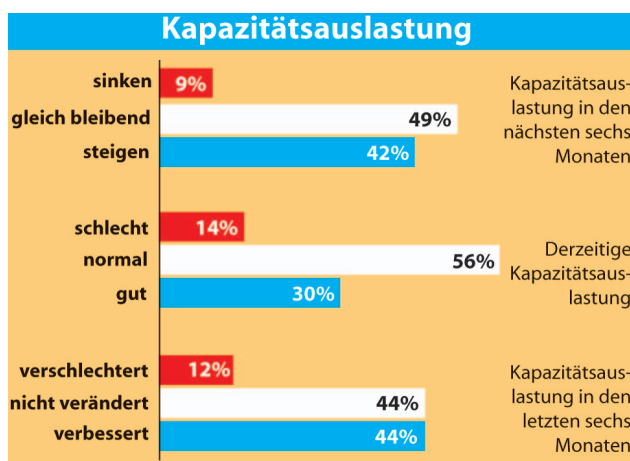
Die positive Geschäftsentwicklung der vergangenen Monate hält nicht an.



Keine Entspannung in der Logistikbranche in Sicht.



Trotz angespannter Kostensituation ist keine Preiserhöhung in Sicht.



Nur wenige Unternehmen mussten eine geringere Kapazitätsauslastung in den vergangenen sechs Monaten hinnehmen.

Grafiken: SCI

sich die Kapazitätsauslastung im Juni 2004 bei einer gestiegenen Zahl von Unternehmen positiver dar. In den vergangenen sechs Monaten verzeichneten 44 Prozent der Unternehmen eine steigende Auslastung ihrer Kapazitäten. Im vergangenen Jahr waren es nur 39 Prozent. Eine Verringerung der Auslastung mussten nur 12 Prozent der Befragten in Kauf nehmen. Als gut bezeichnen 30 Prozent der Unternehmen die derzeitige Auslastung, für 12 Prozent ist sie eher schlecht. Die Erwartungen bleiben gegenüber den vor-

hergegangenen Befragungen stabil. Die Thesen- und Trendfrage im Juni bezog sich auf die aktuelle Entwicklung in der Luftfracht. Transportgut wird zunehmend von Billiganbietern geflogen und setzt etablierte Luftfrachtunternehmen bereits im Mittel- und Langstreckenbereich unter Druck. Dieser Trend kündigt sich nun auch bei den Billiganbietern aus dem Passagierbereich an. Sie entdecken das Frachtgeschäft für sich. Obwohl diese Anbieter mit kurzen Bodenzeiten und Verkehren zu Tagesrandzeiten kon-

CONTROLLING

(rok) In 78 Prozent der Unternehmen der Logistikbranche wird Finanzcontrolling angewendet. Damit wird der Kontrolle beispielsweise von Kundenrechnungen über Warenwirtschaftssysteme oder die Überwachung von Zahlungseingängen, Mahnwesen und Schnittstellen zu beleglosen Buchführungssystemen eine erhebliche Bedeutung beigemessen. An zweiter Stelle steht das operative Controlling. Nur ein Drittel der Unternehmen greift auf das Vertriebscontrolling zurück. Das IT-Controlling als Management- und Steuerungssystem findet in nur 13 Prozent der Unternehmen Anwendung.

Das Controlling in einem Unternehmen dient der Effizienzsteigerung, indem Produktivität und Qualität verschiedener Unternehmensfunktionen erfasst und bewertet werden. Die IT-Infrastruktur hat in den vergangenen Jahren in der Logistikbranche deutlich an Bedeutung gewonnen. Zudem ist in den Unternehmen erkannt worden, dass die richtige IT dazu beitragen kann, Kosten zu senken. Dennoch ist das Controlling in diesem Bereich nicht weit verbreitet. (DVZ 20.07.2004)

ACTIVE WinSped
»Ihr bester Mitarbeiter«

Logistik Management – zentral, digital, aktiv.

- Disposition
- Telematik
- Speditionssoftware incl. Maut
- Verladelogistik

LIS Logistische Informationssysteme Aktiengesellschaft
 LIS AG · Hansaring 27 · 48268 Greven
 Tel. 0 25 71/9 29-01 · Fax 9 29-260
 e-Mail: info@lis-ag.de · www.lis-ag.de
 Niederlassungen: Hamburg, Stuttgart

frontiert sind, glauben zwei Drittel der teilnehmenden Befragten, dass diese Anbieter künftig eine ernsthafte Konkurrenz für das Kurzstreckengeschäft darstellen. (DVZ 20.07.2004)

RFID-Drucker für kleine Unternehmen

Zebra bietet Gerät für den Schreibtisch an

(rok) Der Auto-ID-Anbieter Zebra Technologies stellt mit dem R2844-Z einen RFID-Drucker/Kodierer für den Schreibtisch vor. Damit wird die Radiofrequenzidentifikation (RFID) auch für kleinere und mittelgroße Unternehmen attraktiv. Der Drucker mit 13,56 MHz verbindet eine kompakte Stellfläche mit sämtlichen Support- und Vernetzungsfunktionalitäten der Industriedrucker des Herstellers. Außer kleinen und mittelgroßen Unternehmen profitieren davon insbesondere Anwendungen, bei denen wenig Platz zur Verfügung steht und nur geringe Volumina gedruckt werden müssen. Der R2844-Z eignet sich damit zum Beispiel für Kurierdienste zur Paketnachverfolgung und Kodierung von Auslieferungsdetails.

„Die Mehrzahl der RFID-Technik wurde in Hinblick auf große Einzelhändler und Hersteller entwickelt. Dabei gibt es ein großes Potenzial für intelligente Anwendungen in kleineren und mittelgroßen Unternehmen“,

glaubt Rod Rodericks, Managing Director des Unternehmens.

Als zweite Generation der RFID-Drucker/Kodierer von Zebra löst der R2844-Z den R402-Drucker/Kodierer ab – einige technische Details:

- 13,56 MHz Kodierung
- Unterstützung unterschiedlicher RFID-Transponder, inklusive Philips I-Code, Texas Instruments Tag-it, InSide Technologies PicoTag, EPC und Iso 15693
- Programmierbare Transponder-Kodierung
- Schreiben und Verifizieren
- Vernetzung mit serieller, paralleler und USB-Schnittstelle, zusätzliche Option für internes Ethernet
- Hochleistungs-RICS-Prozessor (Reduced Instruction Set Computer) mit 32 BIT
- Robuste Konstruktion
- Möglichkeit zur Übersetzung fremder Datenströme und direkter Integration des Geräts in vorhandene Systeme. (DVZ 20.07.2004)

Ausliefern und aufstellen

Cargoline liefert bundesweit Verkaufsregale für Märkte

(rok) Die 43 Partner im logistischen Speditionsnetz Cargoline bieten mit dem Produkt „ServiceLine“ einen Mehrwertdienst für die Distribution und das Aufstellen von Verkaufsregalen an. Das Versandgut wird bis zur Verwendungsstelle ausgeliefert. Dort packt man es aus, stellt es auf und nimmt die Verpackung wieder mit. Auf Wunsch lässt sich diese Kundendienstpalette erweitern.



„Bei Bedarf können wir zwei Mann Abtragepersonal einsetzen, entsprechende Montagen und Anschlüsse vornehmen und auch Alt-Geräte abtransportieren“, sagt Christian Schmidt, Geschäftsführer der Cargoline in Dietzenbach.

Ein Unternehmen, das diesen Service bereits beansprucht, ist der Le-

bensmittelhersteller Knorr. Das Unternehmen hat Verkaufsstände von der Firma PeGo, Winsen, bei Walmart, Toom, Minimal, Edeka, Sky und anderen Lebensmittel-Verkaufszentren im Einsatz. Die Ständer werden in marktspezifischen Aktionen distribuiert. Die Auftrag nehmende Spedition übernimmt die ServiceLine-Federführung, zum Beispiel die Jeschke Spedition in Hamburg. Zu den Anforderungen, die zu erfüllen sind, gehören die Ablieferungsnachweise, die ergänzend zu den normalen Empfangsbestätigungen vom Marktleiter unterschrieben werden. Wenn das Display nicht ausgepackt und aufgebaut werden konnte, müssen die Gründe verzeichnet werden.

Überraschende Auslieferungen kann es nicht geben, da die Marktleiter einige Tage früher informiert werden. Bei gravierenden Problemfällen sind die Auslieferungsfahrer gehalten, sich mit ihren Zentralen in Verbindung zu setzen. Jeder entsprechend deklarierte Ablieferungsnachweis wird am Ende des Arbeitstags eingescannt und elektronisch an den Auftraggeber PeGo



geschickt. Durch dieses Verfahren können sowohl PeGo als auch Jeschke belegen, jeden einzelnen Auftrag ordnungsgemäß abgewickelt zu haben. Jeder CargoLine-Partnerbetrieb im Bundesgebiet verfährt nach dem gleichen Muster.

Da von der Jeschke-Spedition nur in der Region Hamburg an die Verwendungsstelle geliefert wird, müssen die Verkaufsstände für Empfänger in den anderen Zielorten den Spediteur wechseln. Dies geschieht mittels der 42 täglichen Direktlinien der Cargoline-Partner. Von dort werden sie dann an ihre Verwendungsstellen in den Supermärkten gebracht, ausgepackt und aufgestellt. Die Partner-Speditionen werden mit Tagesfrist informiert. Ein Auftrag ist innerhalb von drei Tagen erledigt. (DVZ 20.07.2004)