

SCI/Logistikbarometer Februar 2007

„Umsätze stark, Umsatzrendite schwach – Logistikbranche muss sich professionalisieren“

Der wetterbedingt frühe Frühlingsaufschwung beschert der Transport- und Logistikbranche einen ungewöhnlich guten Februar. Das derzeitige Geschäftsklima hat sich nicht nur im Vergleich zum Februar des Vorjahrs deutlich gesteigert, sondern liegt schon jetzt im Bereich vom Herbst 2006. Gleichzeitig bleiben die Aussichten positiv. Wichtigster Trend in der Logistikbranche für das Jahr 2007 bleibt die Erweiterung der Leistungsvielfalt der Unternehmen. Dem Outsourcingboom und den gestiegenen Ansprüchen der Kunden begegnen die Unternehmen der Branche mit kundenindividuellen und integrierten Lösungen.

Dabei fehlt allerdings oft ein systematisches und professionelles Business Development, um die Ausweitung des Geschäfts langfristig profitabel zu gestalten. Der Blick auf die Umsatzrenditen der Branche bestätigt dies. Sie liegen deutlich unter dem Durchschnitt anderer Branchen. Eine weitere Professionalisierung und Konsolidierung der Transport- und Logistikbranche ist daher unvermeidlich.

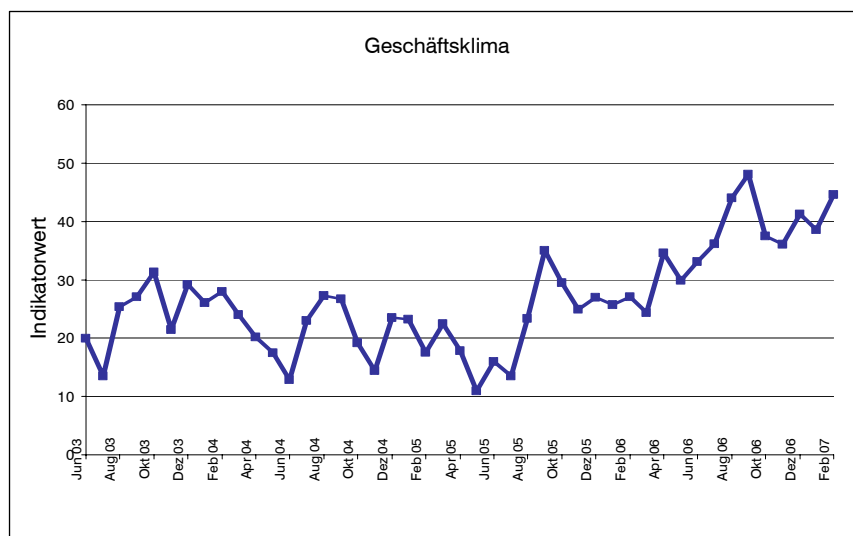


Abbildung 1: Geschäftsklima

Früher Frühlingsaufschwung

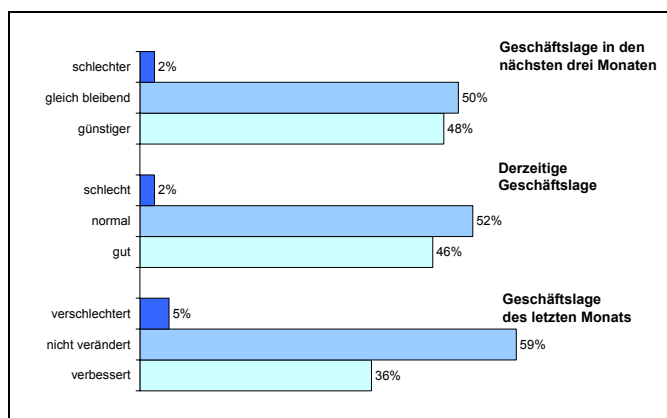


Abbildung 2: Geschäftslage

Das milde Wetter beschert der Logistikbranche einen frühen Frühlingsaufschwung. Auch die Erwartungen für die Zukunft bleiben hoch. Während im Januar nur 30% der Unternehmen der Branche die derzeitige Geschäftslage als gut einschätzten, sind es im Februar 2007 bereits 46%. Die Betrachtung des Vormonats bestätigt diese Einschätzung. Inzwischen berichten 36% von einer verbesserten Geschäftslage im letzten Monat, 59% fanden die Lage unverändert. Im Januar gaben noch 71% einen unveränderte Geschäftslage im Vormonat an und nur 22% eine verbesserte. Insgesamt

ist die Geschäftslage nicht nur besser als im Vormonat, sondern liegt auch deutlich über dem Februar des Vorjahres. Bei der guten Einschätzung der zukünftigen Geschäftslage gab es kaum Veränderung zum Vormonat. Die Hälfte der Befragten geht weiterhin von einer gleichbleibenden Geschäftslage in den nächsten drei Monaten aus, fast die Hälfte von einer noch günstigeren.

Kosten erhöhen sich kaum

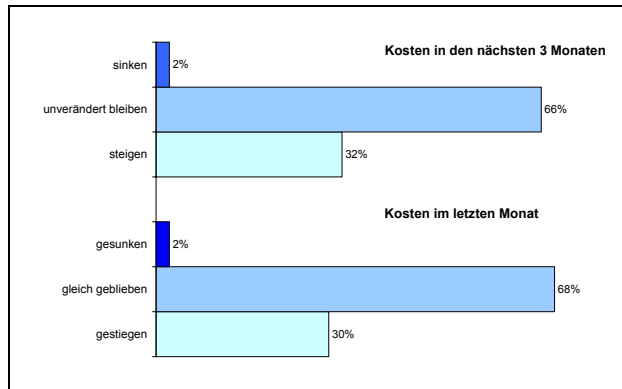


Abbildung 3: Kosten

Die Kosten in der Transport- und Logistikbranche stabilisieren sich. Im Februar 2007 berichten 68% der befragten Unternehmen von gleich gebliebenen Kosten im letzten Monat, im Vormonat waren es nur 55% gewesen. Entsprechend hat sich die Kostensteigerungserwartung der letzten Monate deutlich abgeschwächt. Inzwischen gehen nur noch 32% der Unternehmen der Branche von steigenden Kosten in den nächsten 3 Monaten aus. Das ist ein deutlicher Rückgang im Vergleich zum Januar.

Preissituation stabil

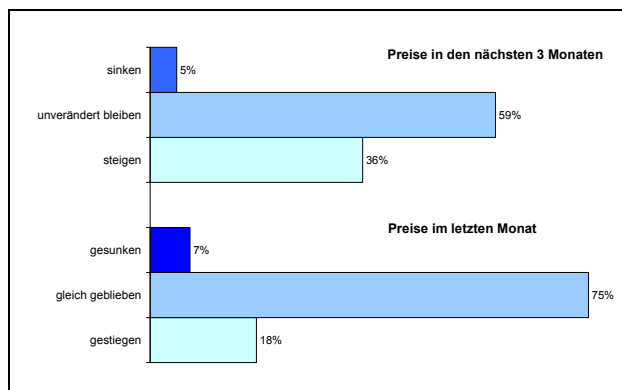


Abbildung 4: Preise

Der Trend der Preisstabilisierung setzt sich fort. Nur noch 36% der Unternehmen glauben im Februar 2007 an steigende Preise in den nächsten drei Monaten, im Vergleich zu 47% im Januar und 57% im Dezember. Tatsächlich konnten nur noch 18% der Unternehmen im letzten Monat Preissteigerungen realisieren, in unserer letzten Befragung waren es noch 38%. Auch im Vergleich zum selben Zeitraum des Vorjahres hat der Preisdruck auf die Verlager abgenommen. Die große Mehrheit (75%) der Transport- und Logistikunternehmen berichtete jetzt von gleich bleibenden Preisen.

Logistikmarkt Belgien

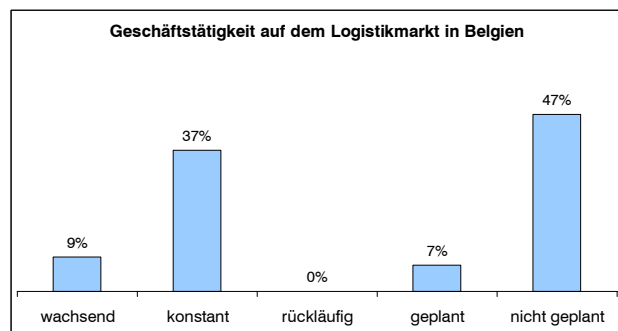


Abbildung 5: Logistikmarkt Belgien

Belgien ist einer der wichtigsten Logistikmärkte in Westeuropa. Wallonie/Limburg und Antwerpen gehören zu den dynamischsten Logistikregionen, übertroffen nur von den niederländischen Standorten Rotterdam, Amsterdam und Venlo. Für die deutsche Transport- und Logistikbranche ist Belgien neben den Niederlanden auch aufgrund der geographischen Nähe ein konstanter und wichtiger Partner. Das wurde schon bei der letzten Befragung im August 2005 deutlich und diese Einschätzung hat sich in diesem Jahr noch

gesteigert. 28% der befragten Unternehmen betonten die wachsende Bedeutung des Logistikmarktes in Belgien, die große Mehrheit von 64% geht von einer gleich bleibenden Bedeutung aus. Die Geschäftstätigkeit der befragten Unternehmen auf dem belgischen Markt ist relativ konstant geblieben. Es sind rund die Hälfte der befragten Unternehmen vor Ort tätig, von denen die meisten ein konstantes Geschäft verzeichnen.

Diversifizierung wichtigster Trend in der Logistikbranche

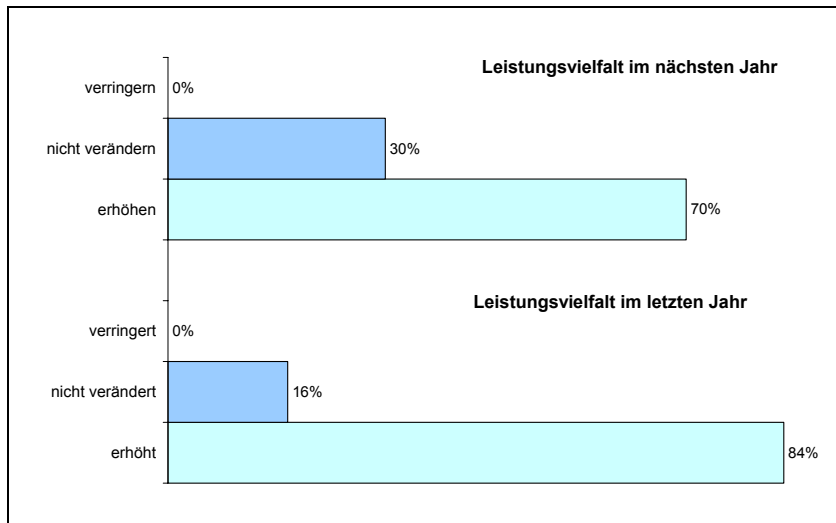


Abbildung 6: Leistungsvielfalt

Die Erschließung neuer Geschäftsfelder bleibt der wichtigste Trend in der Transport- und Logistikbranche. In unserer letzten Befragung zur Leistungsvielfalt der Branche im August 2006 gaben 68% der Unternehmen an, ihre Leistungsvielfalt im Verlauf des letzten Jahres erhöht zu haben. Inzwischen sind es sogar 84%, verringert hat seine Leistungsvielfalt kein Unternehmen der Branche. Die Logistikdienstleister reagieren damit auf den Outsourcing-Trend in Industrie und Handel und die Nachfrage nach besonders kundenindividuellen Lösungen.

Für das nächste Jahr sind die Aussagen zwar etwas vorsichtiger. Allerdings gehen ausgehend vom hohen Ausgangsniveau noch immer 70% der Befragten an, ihre Leistungsvielfalt weiter erhöhen zu wollen. Dieser Trend kann Probleme aufwerfen, besonders dann, wenn es an strategischem und mit Datenmaterial unterfüttertem Vorgehen bei der Diversifizierung mangelt. Denn ein nicht zielgerichtetes und rein opportunity getriebenes Ausweiten der Leistungsvielfalt kann die Leistungsfähigkeit des Unternehmens schwächen, man „verzettelt“ sich schnell in zu vielen getrennten Bereichen ohne Synergien.

Transportumsätze erneut gestiegen

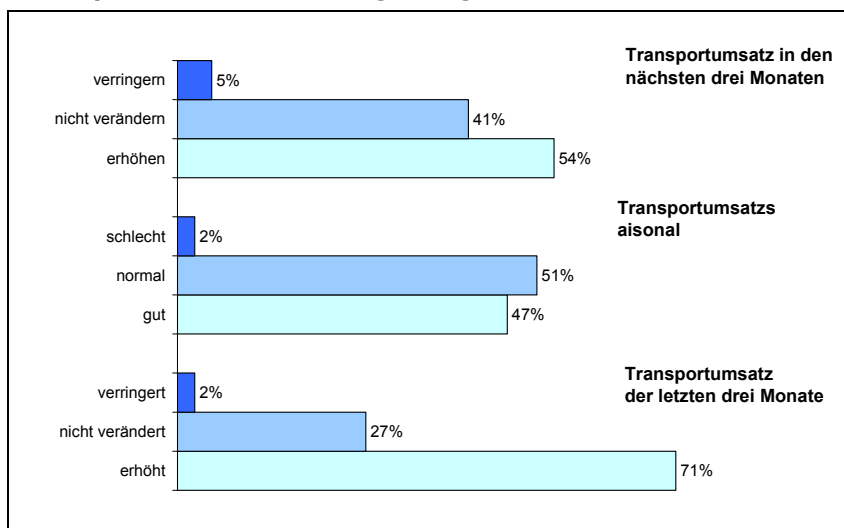


Abbildung 7: Transportumsatz

Die Transportumsätze der Unternehmen sind in den letzten drei Monaten erneut gestiegen. Die außergewöhnlich gute Nachfragelage zeigt die wieder gestiegene Bedeutung des Transportgeschäfts als Kernfunktion für Logistiker. Wie schon bei der letzten Befragung im August 2006 berichten mehr als 70% der Unternehmen von erhöhten Umsätzen in den letzten drei Monaten. Die Zukunftserwartungen haben sich leicht abgeschwächt, aber immer noch

über die Hälfte der Unternehmen geht davon aus, ihre Transportumsätze in den nächsten drei Monaten zu erhöhen. Auch saisonal bewerten noch 47% der Unternehmen die Lage als gut, 51% als normal.

Einführung von Umweltzonen

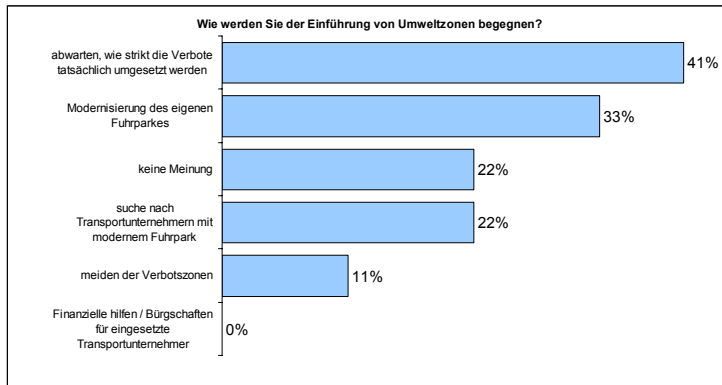


Abbildung 8: Umweltzonen

Die Unternehmen der Transport- und Logistikbranche begegnen der Einführung von Umweltzonen mit einer eher abwartenden Haltung. 41% der Befragten wollen erst sehen, wie strikt die Verbote tatsächlich umgesetzt werden, bevor sie irgendetwas unternehmen. 225 der Unternehmen haben zu diesem Thema noch keine Meinung. Das spiegelt die Erfahrung der Unternehmen wieder, dass die Rahmenbedingungen für die Branche die durch die Politik ge-

setzt werden zu wenig verlässlich – und nicht vorhersehbar sind. So wurde beispielsweise bis heute die lange angekündigte Harmonisierung des Straßengüterverkehrs im Rahmen der LKW-Maut-Einführung nicht umgesetzt. Trotzdem plant ein Drittel der Unternehmen bereits jetzt die Modernisierung des eigenen Fuhrparks, weitere 22% suchen nach einem Transportunternehmen mit modernem Fuhrpark. Diese Unternehmen werden wie auch immer die Diskussion über die Umweltzone ausgeht sicher sein, dass Sie ihre Verkehre und logistischen Systeme auch zukünftig betreiben können. Finanzielle Hilfen oder Bürgschaften für die derzeit eingesetzten Transportunternehmer will allerdings keines der Unternehmen leisten.

Umsatzrenditen in der Logistikbranche zu niedrig

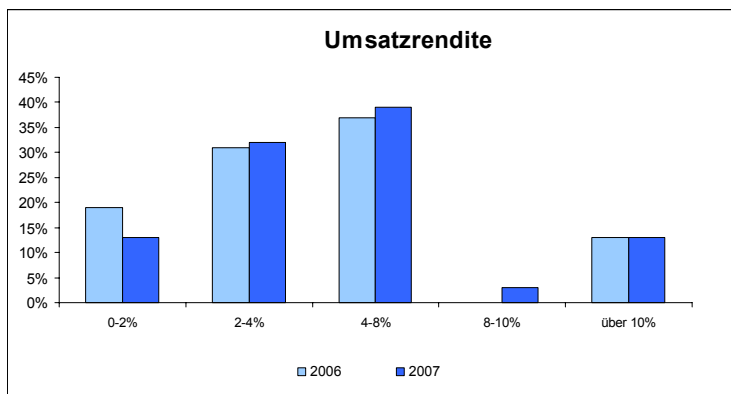


Abbildung 9: Umsatzrendite

Die Umsatzrenditen in der Transport- und Logistikbranche sind im Vergleich zu anderen Branchen mit durchschnittlich 4-6 % zu niedrig. Die klassischen Logistiker liegen dabei eher am unteren Ende der Skala. Dabei ist vor allem festzustellen, dass die fehlende Geschäftsstrategie bei der rasanten Erhöhung der Leistungsvielfalt in dieser ohnehin nicht margenintensiven Branche zulasten der Umsatzrenditen geht. Gerade kleineren und mittelständischen Unternehmen

in der Logistikbranche fehlt ein systematisches und professionelles Business Development, um die Ausweitung des Geschäfts langfristig erfolgreich und profitabel zu gestalten. Angesichts des laufenden unvermeidlichen Konsolidierungsprozesses in der Logistikbranche, ist für die Unternehmen der Branche eine Professionalisierung unbedingt notwendig. Gleichzeitig zeigt die Befragung, dass bei zielgerichteter Unternehmensentwicklung bei vielen Unternehmen noch eine deutliche Ausweitung von Umsatzrenditen möglich sein müsste.

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, konjunkturellbedingte Erwartungen abgefragt; vielmehr verfolgt dieses Barometer darüber hinaus das Ziel, langfristige, wachstumsbedingte Tendenzen aufzudecken. Die Befragungsergebnisse werden analysiert, interpretiert und in der Deutschen 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:

Herr Peter Abelmann
SCI Verkehr GmbH
Hardefuststraße 10-13
50677 Köln
Tel: 0221-931 78 - 11
E-Mail: logistikbarometer@sci.de