

## Umsatzrendite der Logistiker bleibt hinter den Erwartungen zurück

Auch im Februar 2008 konnte sich das Geschäftsklima in der Transport- und Logistikbranche weiter erholen. Der seit Dezember zu beobachtende Aufwärtstrend hat sich damit bestätigt. Zwar erreicht das Klima noch nicht die Spitzwerte aus 2007, die Jahre 2005 und 2006 konnten jedoch wiederum deutlich übertroffen werden. Ungeachtet der weiter bestehenden Konjunkturrisiken durch die Turbulenzen auf den Finanzmärkten, ist die Geschäftserwartung für die kommenden Monate deutlich gestiegen. Damit bestätigen die Logistiker abermals ihre positiven Erwartungen für das Jahr 2008. Weiterhin auf hohem Niveau befinden sich die Transportumsätze - ein weiteres Indiz für eine stabile Konjunktur in der Transport- und Logistikbranche. Trotz dieser guten Lage ist im vergangenen Jahr die Umsatzrendite der Branche hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Sie lag 2007 in der Gesamtbranche vor allem im Bereich zwischen 0-4%, wobei die Erwartungen vieler Unternehmen eher im Bereich von 4-8% gelegen hatten. Neben den gestiegenen Kosten sind es vor allem strukturelle Probleme in den Unternehmen, die die Ergebnisse schmälern. Insbesondere im Bereich der strategischen Unternehmensplanung haben die Unternehmen noch Nachholbedarf. Die Strategie, durch weitere Diversifizierung des eigenen Leistungsangebotes zu wachsen, muss dringend von einer umfassenden Strategie begleitet werden um zukünftig die Renditeerwartungen zu erfüllen.

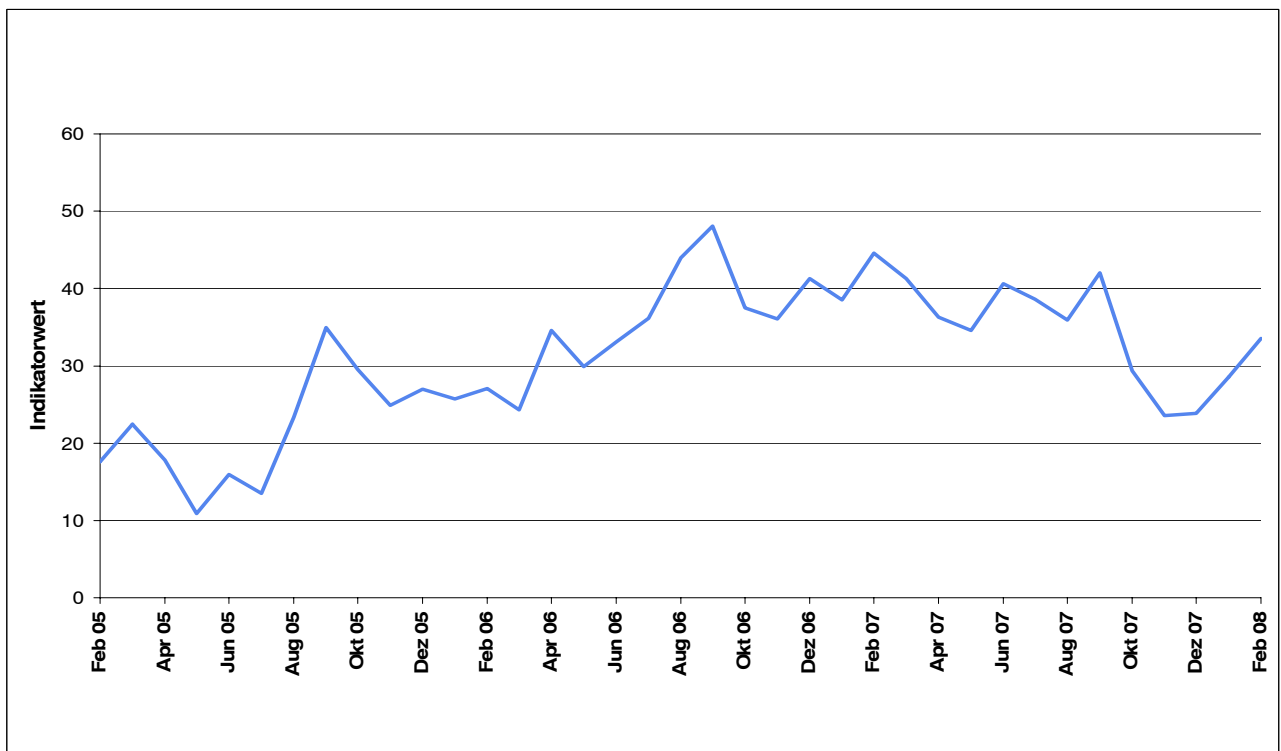


Abbildung 1:  
Geschäftsklima

### Geschäftslage verbessert sich

Im Februar sind in allen Bereichen der Geschäftslage positive Entwicklungen festzustellen. Während sich die derzeitige Lage nur sehr leicht verbessert hat, ist insbesondere bei der Lage im vergangenen Monat sowie bei den Zukunftsaussichten eine deutliche Verbesserung festzustellen. Der Anteil derer, deren Geschäft sich im vergangenen Monat günstiger entwickelt hat, stieg von 19 auf 26%, gleichzeitig sank der Anteil derer, mit verschlechtertem Geschäft von 19 auf 13%. Glaubten im Januar noch 28% der Unternehmen an eine zukünftig bessere Lage, sind es in diesem Monat schon 45%. Insgesamt ist damit der Februar 2008 von einer ausgesprochen positiven Erwartungshaltung gekennzeichnet.

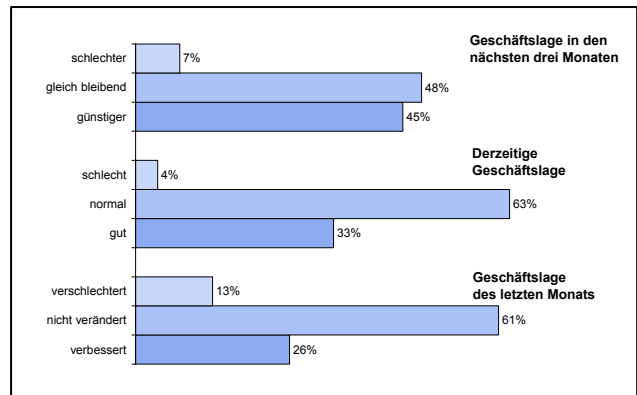


Abbildung 2:  
Geschäftslage

### Kosten weiterhin ein Thema

Auch im Februar ging der Anteil derer, die an weitere Kostensteigerungen in den kommenden 3 Monaten glauben, zurück; er liegt jetzt noch bei 43% (Vormonat 62%). Damit ist erstmals wieder der Anteil derer, die mit unveränderten Kosten rechnen, an denen, die steigende Kosten erwarten, vorbeigezogen. Leicht entspannt hat sich auch die Kostensituation in der Betrachtung des Vormonats. Hier ging der Anteil derer, deren Kosten gestiegen sind, von 64 auf 57% zurück. Die angespannte Kostensituation in der Branche ist damit noch nicht entschärft, wenngleich sie nicht mehr so dramatisch einzuschätzen ist, wie in den letzten Monaten.

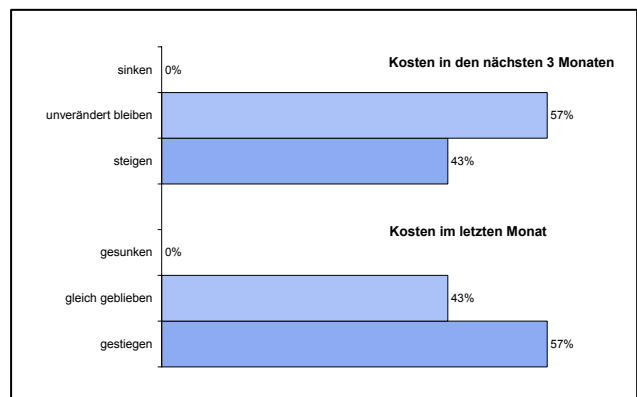


Abbildung 3:  
Kosten

### Preissteigerungswelle flacht ab

Gegenüber dem Vormonat haben die Preissteigerungstendenzen nachgelassen. In der Rückschau des vergangenen Monats konnten nur noch 30% der Unternehmen höhere Preise durchsetzen, im Januar waren es noch 53%. Gleichzeitig ist auch der Anteil derer, deren Preise gesunken sind von 2 auf 7% gestiegen. Auch in der Erwartung scheint der Druck auf höhere Preise abzunehmen. So glauben nur noch 43% der Unternehmen an steigende Preise, 57% gehen von einer stabilen Situation aus. Anscheinend ist bei vielen Unternehmen zum Jahreswechsel bis in den Januar hinein die Diskussion über Preise zunächst abgeschlossen worden. Es ist daher in den kommenden Monaten eher mit einer stabilen Preissituation zu rechnen, wenn nicht die Kosten wieder explosionsartig steigen.

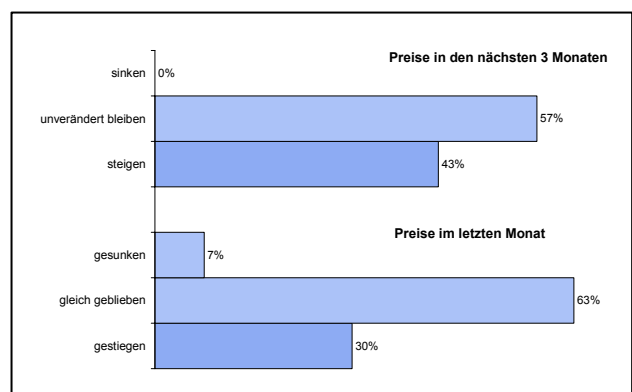


Abbildung 4:  
Preise

### Transportumsatz weiter auf hohem Niveau

Die Transportumsätze in der Logistikbranche sind seit der letzten Befragung im August 2007 leicht zurück gegangen, befinden sich aber weiter auf hohem Niveau. Bezeichneten in der letzten Befragung noch 40% die Situation im Transportbereich als gut, waren es nun nur noch 33%. Auch die Entwicklung der letzten 3 Monate hat sich leicht abgekühlt. So berichten nun 47% von einem erhöhten Transportumsatz, in der letzten Befragung waren es noch 51%. Leicht zurückgegangen sind auch die Erwartungen an die Transportumsätze in den kommenden 3 Monaten. Gingen im August noch 62% der befragten Unternehmen aus der Transport- und Logistikbranche von weiter steigenden Transportumsätzen aus, sind es in diesem Monat „nur“ noch 47%. Zu beachten ist in diesem Zusammenhang jedoch das extrem hohe Niveau, auf dem sich die Umsätze bereits befinden, sowie als Sondereffekt für den August die hohe Erwartung an das Weihnachtsgeschäft 2007. Gleichzeitig sind die Kapazitäten derzeit weitgehend erschöpft. Sie werden erst im Jahresverlauf 2008 wieder aufgestockt werden. Auch das schwächt die allgemeinen Erwartungen zum Transportumsatz leicht ab.

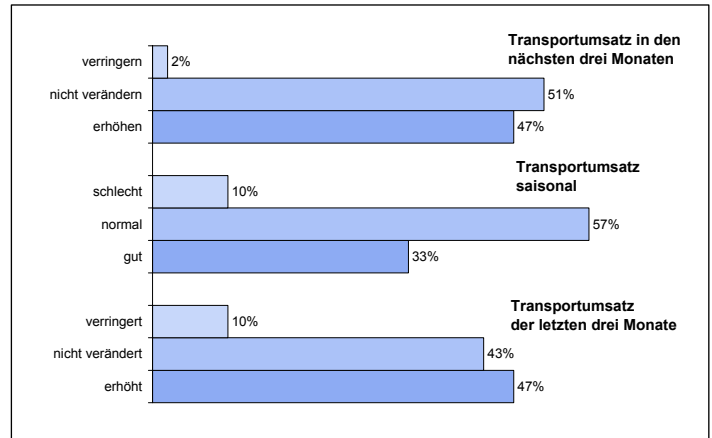


Abbildung 5:  
Transportumsatz

### Diversifizierung als Strategie der Unternehmen

Im vergangene Jahr haben mehr als drei Viertel (76%) aller Unternehmen ihr Leistungsangebot weiter ausgebaut. Nur eine Minderheit von 24% lies das Angebot unverändert und kein einziges Unternehmen senkte seine Leistungsvielfalt. Wie schon in den Vorjahren kann festgestellt werden, dass damit die Diversifizierung des Leistungsangebotes eine wichtige Unternehmensstrategie für die Transport- und Logistikunternehmen darstellt. Dass dieser Trend auch in Zukunft anhalten wird, zeigen die Erwartungen für das aktuelle Jahr: 78% der befragten Logistiker wollen in den nächsten Monaten ihr Transportangebot weiter diversifizieren, während nur noch 22% ihr Leistungsangebot unverändert lassen möchten. Durch diese Strategie profitiert die Logistikbranche von dem allgemeinen Trend in Industrie und Handel, sich auf Kernkompetenzen zurückzuziehen. Es werden vermehrt Dienstleistungen übernommen, die durch diese Unternehmen vormals selbst erbracht wurden. Wird die Ausweitung der Leistungsvielfalt durch die Logistiker jedoch nur kundengetrieben umgesetzt und nicht mit einer eigenen Unternehmensstrategie hinterlegt, laufen sie Gefahr, nur vereinzelte Projekte ohne jede Synergie umzusetzen und damit nicht nachhaltig in diesen Geschäftsfeldern profitabel zu sein. Es bleibt daher zu beobachten, ob und wann sich die Ausweitung der Leistungsvielfalt in der Branche den natürlichen Grenzen nähert.

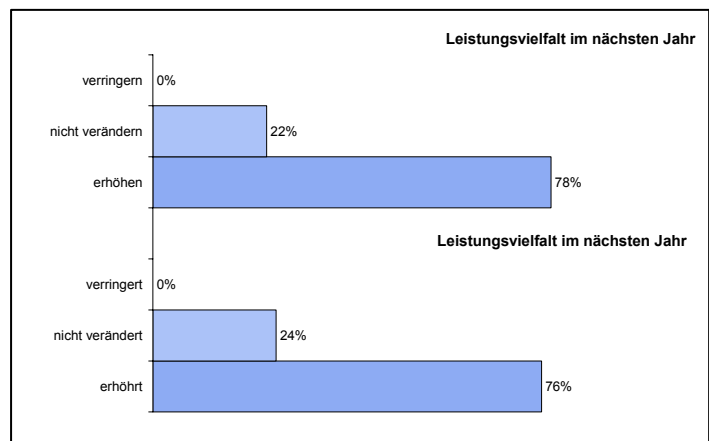


Abbildung 6:  
Leistungsvielfalt

### Umsatzrenditen blieben hinter den Erwartungen zurück

Die Umsatzrenditen in der Transport- und Logistikbranche sind im Vergleich zu anderen Branchen mit durchschnittlich um 4% nach wie vor eher niedrig. Insbesondere die klassischen Spediteure liegen in der Regel noch darunter. Dabei ist vor allem festzustellen, dass die fehlende Geschäftsstrategie bei der weiterhin zu beobachtenden Erhöhung der Leistungsvielfalt zulasten der Umsatzrenditen geht. Gleichzeitig ist eine deutliche Diskrepanz zwischen den tatsächlich erzielten und ursprünglich erwarteten Umsatzrenditen festzustellen. Glaubten im Februar 2007 noch 41% der Logistiker im Jahr 2007 eine Umsatzrendite von 4-8% zu erreichen, waren es in der Rückschau im Februar 2008 gerade 18%, die diese Rendite tatsächlich erreichen konnten. Der größte Teil der Unternehmen (63%) lag real eher im Bereich zwischen 0-4%. Beachtenswert erscheint, dass besonders profitable Unternehmen (über 10% Umsatzrendite) tendenziell mit ihrer Erwartung richtig lagen. Die Befragung zeigt, dass bei zielgerichteter Unternehmensentwicklung bei vielen Unternehmen noch eine deutliche Ausweitung von Umsatzrenditen möglich sein müsste. Ob die von den Unternehmen erwartete Verbesserung der Umsatzrenditen für 2008 tatsächlich eintrifft, bleibt daher abzuwarten.

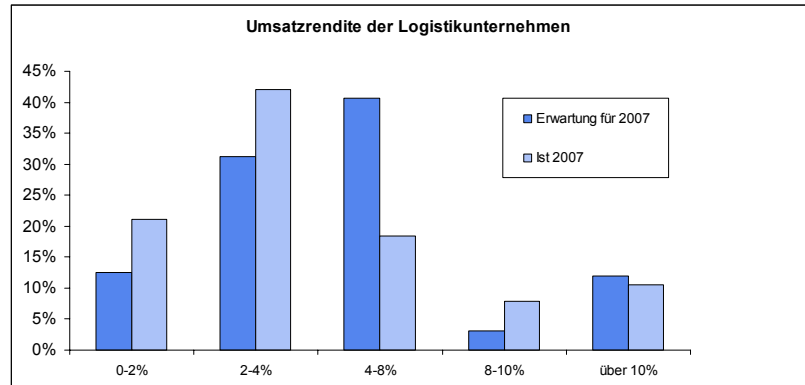


Abbildung 7:  
Umsatzrendite

### Wachstumsmarkt Indien

Das starke Wirtschaftswachstum Indiens mit entsprechenden Auswirkungen auf die Nachfrage nach Importen (wie z. B. Maschinen aus Deutschland) sowie andererseits steigende Exporte indischer Konsumgüter in Industrieländer machen den Subkontinent zu einer international immer mehr beachteten Produktions- und Handelsplattform. Entsprechend positiv sind die Erwartungen der deutschen Logistiker an das weitere Wachstum in Indien. Eine überwältigende Mehrheit von 89% ist sich sicher, dass die Bedeutung des indischen Marktes für Logistikdienstleistungen in Zukunft wachsen wird. Nur 9% der Unternehmen sehen trotz der dynamischen Entwicklungen des Schwellenlandes die Entwicklung in Indien unverändert und 2% nachlassend. Gleichzeitig ist aber festzustellen, dass die deutschen Unternehmen nur zu einem ganz geringen Anteil an dieser Dynamik partizipieren. Nur 15% der Unternehmen haben bereits eigene Geschäfte in Indien oder planen diese in nächster Zukunft. Damit fällt Indien deutlich hinter den anderen Wachstumsregionen wie China und Russland zurück, die bis heute deutlich mehr deutsche Logistikunternehmen anziehen konnten. Die Logistikunternehmen aus Deutschland müssen daher aufpassen, dass sie die Chancen Indiens nicht vernachlässigen und sich intensiv mit diesem Land beschäftigen.

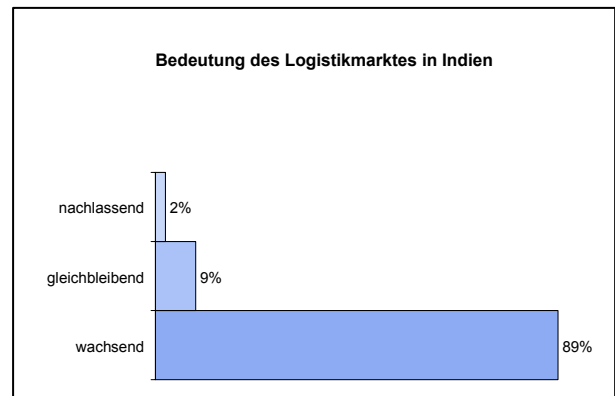


Abbildung 8:  
Logistikmarkt Indien

### Optimistische Erwartungen für Bahn-Containerverkehr aus Asien

Die Zunahme des Handels zwischen Europa und Asien – und der damit verbundene weitere Anstieg von Einfuhren von Produkten aus den „Emerging Markets“ nach Europa per Container lässt den Containerverkehr zwischen Europa und Asien in den kommenden Jahren explodieren. Der Transport von Containern per Bahn über Russland stellt dabei eine neue Variante für den Gütertransport dar. Schneller als ein Schiff und billiger als das Flugzeug könnte die Nische dieses Transportweges sein. Mehr als die Hälfte (60%) der Logistiker räumen deshalb dem asiatischen Containerverkehr per Bahn nach Europa gute Geschäftschancen ein. Dagegen sehen jedoch fast ein Drittel (31%) der befragten Unternehmen keine neuen Chancen für das Containerimportgeschäft aus Asien nach Europa per Bahn. Diese Unternehmen glauben, dass weiterhin vor allem Reedereien an den wachsenden Mengen partizipieren werden.

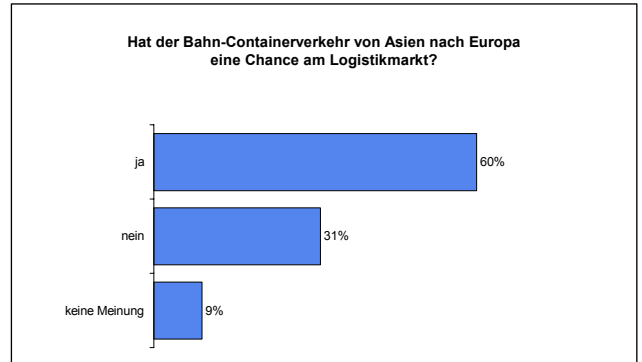


Abbildung 9:  
Bahn- Containerverkehr  
Asien

### Preis als wichtigster Erfolgsfaktor für Schienengüterverkehr zwischen Europa und Asien

Die Chancen für die Schiene als alternativer Transportträger zwischen Asien und Europa werden von den Logistikern positiv eingeschätzt. Durch eine enge Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Bahnbetreibern und den Abbau von bürokratischen und technischen Hemmnissen könnten in Zukunft wohlmöglich bedeutsame Marktanteile für die Schiene generiert werden. Rund 70% der befragten Logistikunternehmen meinen aber, dass der Erfolg dieses Transportweges primär vom Faktor „Preis“ abhängig sein wird. Auch die Planbarkeit des Warentransports, sowie die Transportgeschwindigkeit, stellen für fast die Hälfte der Unternehmen entscheidende Bestimmungsgrößen für den Erfolg der Schiene dar (je 47%). Interessant ist, dass die viel diskutierte Transportsicherheit zwar immer noch von 42% der Transport- und Logistikunternehmen als wichtiger Erfolgsfaktor genannt wird, dieser Einfluss aber gerade gegenüber dem Preis doch stark abfällt. Die Aufgabe für die beteiligten Bahnen ist damit eindeutig formuliert: Ein entsprechendes Angebot muss vor allem preisgünstig sein und sich zwischen Schiffspassage und Luftfracht einordnen.

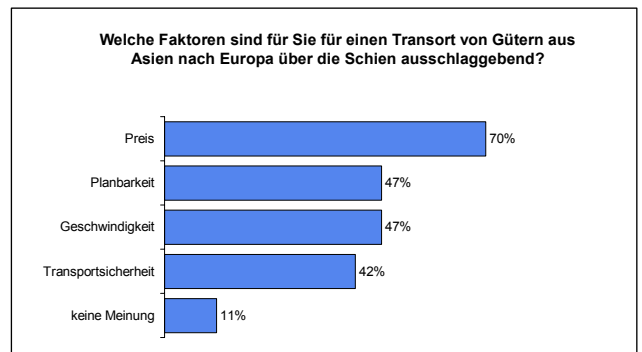


Abbildung 10:  
Erfolgsfaktoren Bahn-  
Containerverkehr Asien



## 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  
Vor den Siebenburgen 2  
50676 Köln  
Tel.: 0221 931 78-11