

## SCI/Logistikbarometer März 2007

### Strategische Unternehmensentwicklung größte Herausforderung für Logistikunternehmen

Das Geschäftsklima in der Transport- und Logistikbranche gibt im März 2007 nur leicht nach und befindet sich weiterhin auf sehr hohem Niveau. Die saisonale Geschäftslage in der Branche liegt deutlich über den Werten der vergangenen Jahre und auch die Zukunftsaussichten sind weiter positiv. Doch der Professionalisierungsdruck auf die Unternehmen der Branche steigt. Steigende Ansprüche der Kunden, wachsender Wettbewerb, die Expansion in neue Märkte und die bevorstehende Konsolidierung der Branche stellen die Unternehmen vor neue Herausforderungen. In ihrer strategischen Unternehmensentwicklung sind die Unternehmen noch nicht ausreichend darauf eingestellt. Nur die Hälfte bewertet die eigene Kompetenz in diesem Bereich als gut.

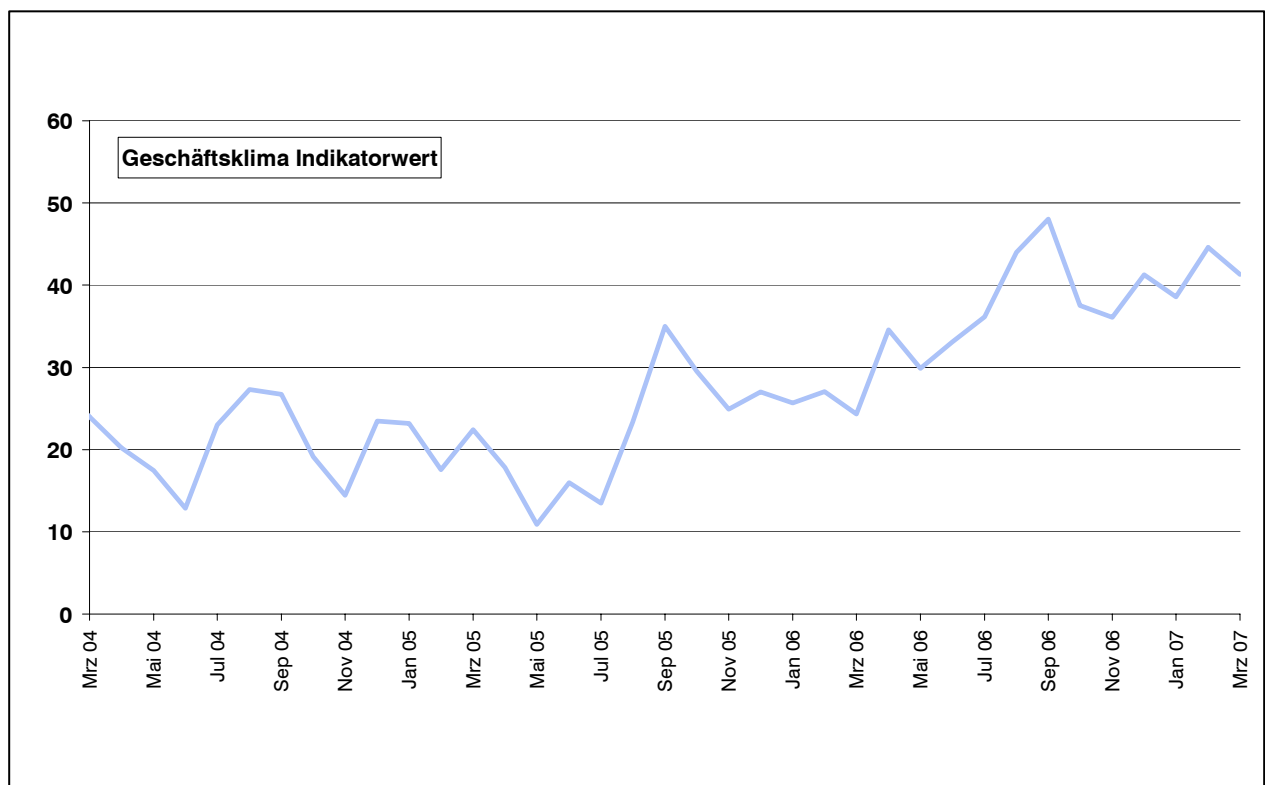


Abbildung 1: Geschäftsklimaindex

### Geschäftslage weiter positiv

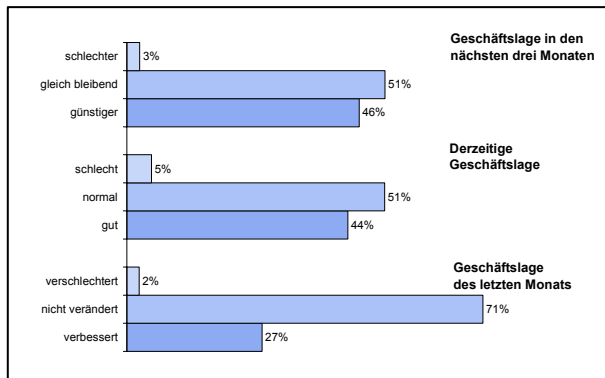


Abbildung 2: Geschäftslage

Wie schon im Vormonat schätzt fast die Hälfte der Unternehmen der Branche die derzeitige Geschäftslage als gut ein, über 50% beurteilten sie als normal. Leicht erhöht im Vergleich zum Vormonat, aber mit 5% immer noch verschwindend niedrig im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil derer, die derzeit von einer schlechten Geschäftslage berichten. Im März 2006 waren das 19% der Unternehmen. Die Geschäftslage des letzten Monats wurde von der großen Mehrheit (71%) als unverändert eingeschätzt, bei nur noch 27% hat sie sich verbessert. Die Zukunftsaussichten bleiben nahezu unverändert positiv. Die Hälfte der Unternehmen erwartet eine gleichbleibende Geschäftslage, 46% eine günstigere.

### Kosten steigen nicht

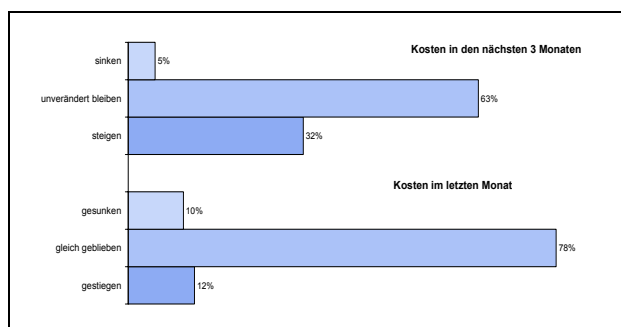


Abbildung 3: Kosten

Die Kosten in der Transport- und Logistikbranche bleiben stabil. Im März 2007 steigt der Anteil der befragten Unternehmen, deren Kosten im letzten Monat gleichgeblieben sind, auf 78%, von 68% im Vormonat und 55% im Januar. Nur noch 12% der Unternehmen berichten von gestiegenen Kosten, fast der gleiche Anteil meldet sogar gesunkene Kosten. Auch für die nächsten drei Monate erwartet die große Mehrheit der Branche (63%) unverändert bleibende Kosten, ein Drittel geht von steigenden Kosten aus und inzwischen schon 5% erwarten sinkende Kosten.

### Tendenz zu Preiserhöhungen bleibt bestehen

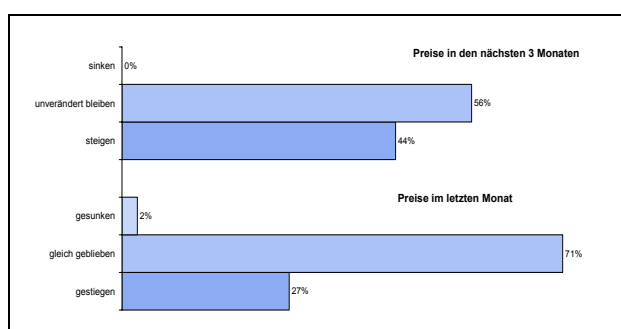


Abbildung 4: Preise

Die Preise in der Logistikbranche entwickeln sich tendenziell weiter nach oben. Der Anteil der Unternehmen, die im letzten Monat Preissteigerungen realisieren konnten, ist von 18% auf 27% gestiegen, gesunkene Preise gab es nur noch bei 2% statt im Vormonat 7%. Die große Mehrheit berichtet weiterhin von gleichbleibenden Preisen. Auch für die Zukunft erwarten die Unternehmen der Transport und Logistikbranche höhere Preise. Von sinkenden Preisen geht in diesem Zeitraum kein Unternehmen mehr aus, während 44% statt im Vormonat 36% der Unternehmen steigende Preise erwarten.

## Deutsche Logistiker wagen sich nicht auf den US-Markt

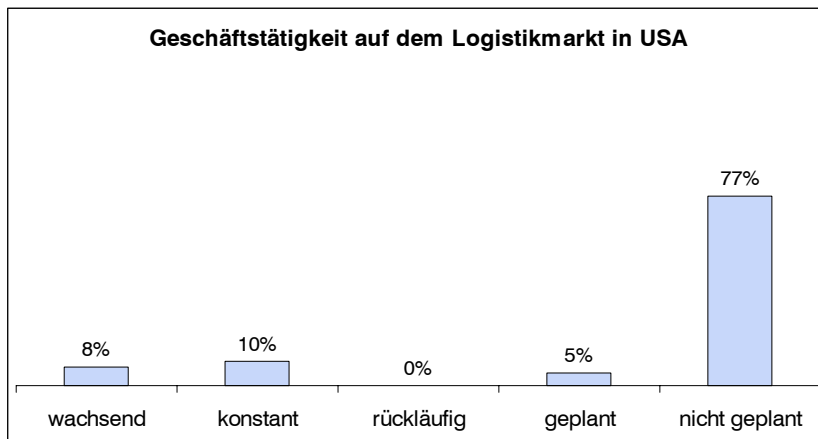


Abbildung 5: Logistikmarkt USA

18% sind überhaupt in den USA aktiv, weitere 5% planen eine Geschäftstätigkeit. 77% der befragten Unternehmen planen keine Ausweitung ihres Geschäfts auf den attraktiven Logistikmarkt USA. Zu groß ist wohl die räumliche Distanz und das finanzielle Risiko für die zum großen Teil mittelständischen Unternehmen der Branche.

Die Bedeutung des Logistikmarktes in den USA wird von der großen Mehrheit (71%) der deutschen Transport- und Logistikbranche als gleichbleibend bewertet, 21% sehen hier einen wachsenden Markt und nur 7% einen Markt von nachlassender Bedeutung. Doch diese Einschätzung bedeutet nicht, dass sich die deutschen Transport- und Logistikunternehmen auf diesem Markt engagieren. Nur

## Vertragslaufzeiten werden wieder länger

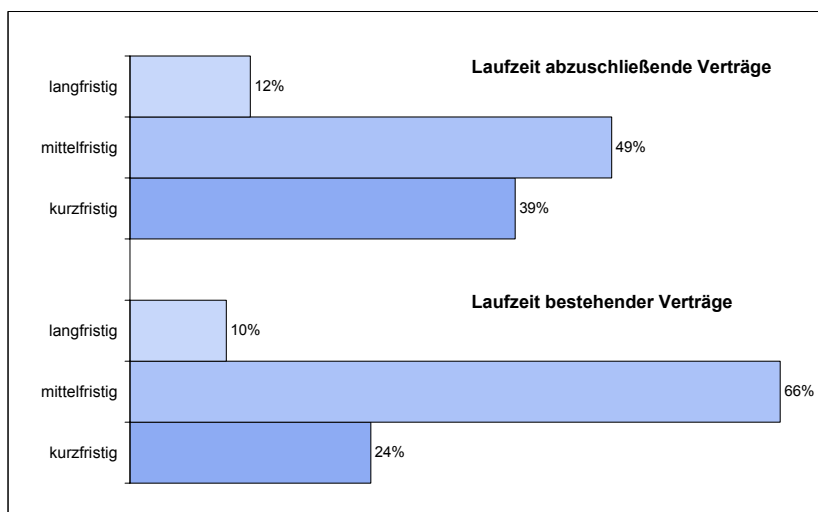


Abbildung 6: Vertragslaufzeit

dazu geführt, dass die Verlagerer wieder bereit sind, etwas längere Verträge mit ihren Dienstleistern abzuschließen um sich die für ihre logistischen Abläufe notwendigen Kapazitäten zu sichern. Es ist derzeit nicht mehr möglich sich in großem Ausmaß auf den Spotmarkt insbesondere bei den Transporten zu verlassen. Dieses Bild bestätigt sich auch bei den Zukunftserwartungen: Die Befragten Unternehmen der Transport- und Logistikbranche gehen zwar weiterhin von einem Trend zu kurzfristigen Verträgen aus, aber auch hier steigt der Anteil derer, die vermehrt Verträge mit mittelfristiger Laufzeit erwarten von 40% auf 49%. Überwiegend kurzfristige Verträge erwarten noch 39% statt wie vor einem Jahr 54%. Selbst langfristige Verträge werden in Zukunft wieder mehr erwartet, der Anteil stieg von 6% auf 12%.

Die derzeit gute Lage auf den Logistikmärkten spiegelt sich auch bei den Vertragslaufzeiten wieder. Zwar sinkt der Anteil der langfristigen Verträge weiter (von 15 auf 10 %) gleichzeitig erhöht sich aber der Anteil derer, die mittelfristige Verträge abschließen konnten signifikant von 44% im März 2006 auf 66% im vergangenen Monat. Entsprechend ist der Anteil kurzfristiger Verträge auf unter ein Viertel gesunken. Die Kapazitätsengpässe des vergangenen Jahres haben anscheinend

## Kapazitätsauslastung verbessert sich

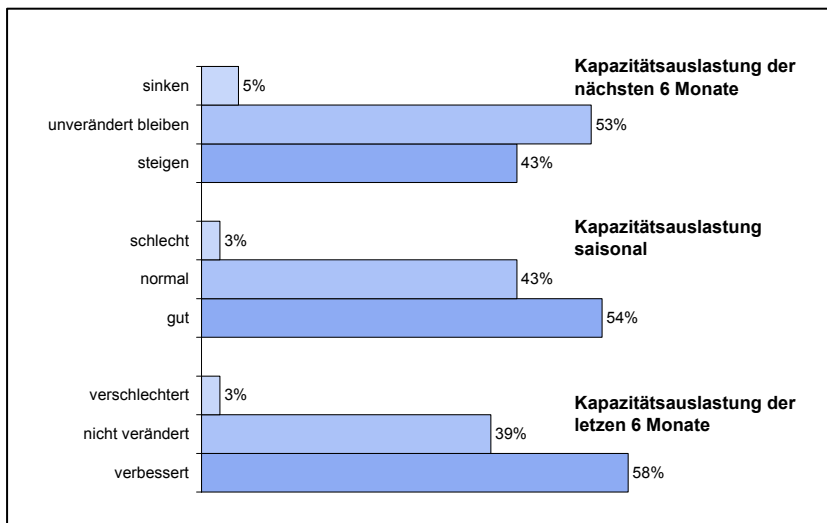


Abbildung 7: Kapazitätsauslastung

Die saisonale Kapazitätsauslastung wird von den Transport- und Logistikunternehmen weiterhin als normal bis gut bewertet. Leicht verbessert im Vergleich zum Dezember 2006 bewerten jetzt 54% der Unternehmen die Auslastung als gut, nur noch 3% berichten von einer schlechten Auslastung. Unveränderte 43% bezeichnen die Auslastung als normal. Diese leichte Verbesserung spiegelt sich auch in der Kapazitätsauslastung der letzten 6 Monate, hier stieg der Anteil der Unternehmen mit verbesserter Auslastung von 39% auf 58%. Der Anteil derer mit verschlechterter Auslastung fiel von 7% auf 3%. Die Zukunftserwartungen bleiben nahezu unverändert positiv – 53% der Unternehmen erwarten eine unveränderte Auslastung, 43% eine steigende.

ter Auslastung von 39% auf 58%. Der Anteil derer mit verschlechterter Auslastung fiel von 7% auf 3%. Die Zukunftserwartungen bleiben nahezu unverändert positiv – 53% der Unternehmen erwarten eine unveränderte Auslastung, 43% eine steigende.

## Strategische Unternehmensentwicklung größte Herausforderung

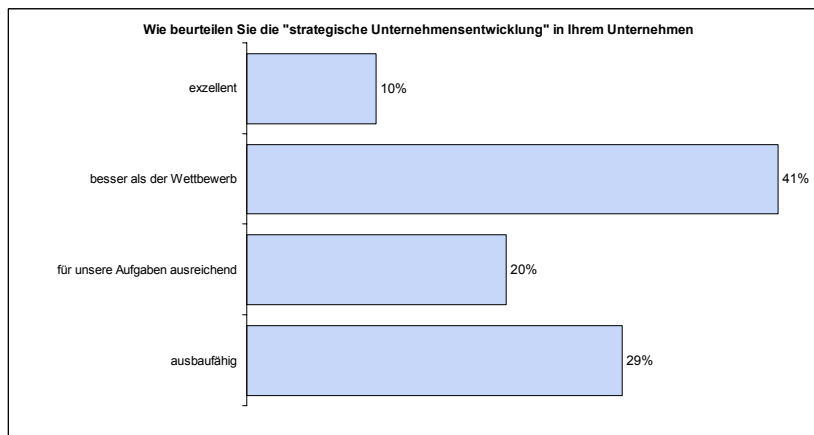


Abbildung 8: Strategische Unternehmensentwicklung

Wachsender Wettbewerbs- und Konsolidierungsdruck, steigende Ansprüche der Kunden, Expansion in neue Märkte – die Unternehmen der Transport- und Logistikbranche stehen unter Professionalisierungsdruck. Dabei ist vor allem ein systematisches und professionelles Business Development wichtig. Das SCI/Logistikbarometer im März 2007 zeigt, dass die Unternehmen der Branche sich in dieser Frage kritisch beurteilen. Nur 10% der befragten

Unternehmen bewerten die strategische Unternehmensentwicklung in ihrem Unternehmen als exzellent. Die große Mehrheit hält ihre Strategieentwicklung für lediglich besser als die des Wettbewerbs (41%) oder ausreichend für die derzeitigen Aufgaben (20%). Ein Drittel der Unternehmen geben an, dass die strategische Unternehmensentwicklung in ihrem Unternehmen ausbaufähig ist. Die wenigsten Unternehmen haben eine eigene Abteilung für Business Development, in 90% der Unternehmen ist die Strategieentwicklung bei der Geschäftsführung angesiedelt. Das ist für kleine und mittelständische Betriebe zwar durchaus normal, allerdings bleibt der Aufbau einer systematischen und professionellen strategischen Unternehmensentwicklung die größte Herausforderung für die Unternehmen der Branche.

## Ansiedlungsschwerpunkt für Logistikimmobilien sind Ballungsgebiete

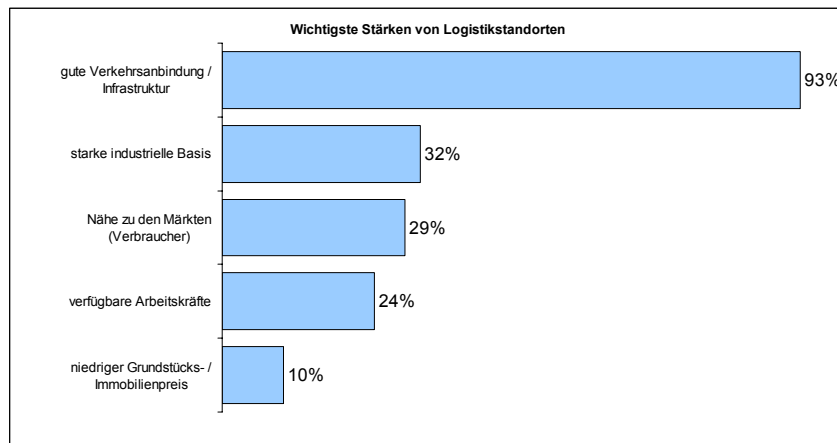


Abbildung 9: Logistikstandorte

In der öffentlichen Diskussion wird die Bedeutung von Verkehrsanbindung und Infrastruktur bei Logistikansiedlungen stark betont und auch die befragten Unternehmen der Logistikbranche stellen diesen Faktor an die erste Stelle. Allerdings zeigen die Auswertungen der SCI Verkehr-Studie „Logistikimmobilien in Deutschland“, dass die tatsächlichen Ansiedlungsschwerpunkte für Logistikimmobilien in der Regel

in Ballungsräumen mit hoher Bevölkerungsdichte oder in räumlicher Nähe von Produktionsunternehmen entstehen. Dies spiegelt sich in der Gewichtung der Stärken von Logistikstandorten durch die Unternehmen der Branche wider. 32% betonten die Wichtigkeit einer starken industriellen Basis, 29% die Nähe zu den Verbrauchern und 24% die verfügbaren Arbeitskräfte. Erstaunlich gering wird dagegen die Bedeutung niedriger Grundstücks- und Immobilienpreise bewertet.

## 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 Verkehrszeitung 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](mailto:logistikbarometer@sci.de)