

## Wirtschaftsprognosen drücken das Geschäftsklima; strategische Unternehmensentwicklung bleibt schwierige Aufgabe

Das Ausmaß der Krise der Finanzmärkte war zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht abzusehen, aber die schlechten Wirtschaftsprognosen hatten die Logistikbranche entgültig erreicht. Die leichte Erholung im August 2008 setzt sich nicht fort, das Geschäftsklima erholt sich nicht nachhaltig. Die Hoffnung auf das Weihnachtsgeschäft verhindert gleichzeitig aber auch einen starken Einbruch, es bleibt bei der Stagnation. In der Branche macht sich Unsicherheit breit. Die wiederholte Befragung zum Thema strategische Unternehmensentwicklung zeigt, dass die Unternehmen, wie schon im Vorjahr, zu wenig auf Markt- und Wettbewerbsanalyse und den gezielten Aufbau einer Branchenorientierung setzen und stattdessen den Fokus weiterhin auf die Neukundenakquise legen. Langfristig werden aber nur Unternehmen mit einer profitablen Strategie im Wettbewerb bestehen können. Kooperationsmanagement mit Logistikpartnern und Operational Excellence sind die Trends der Stunde in der Handelslogistik.

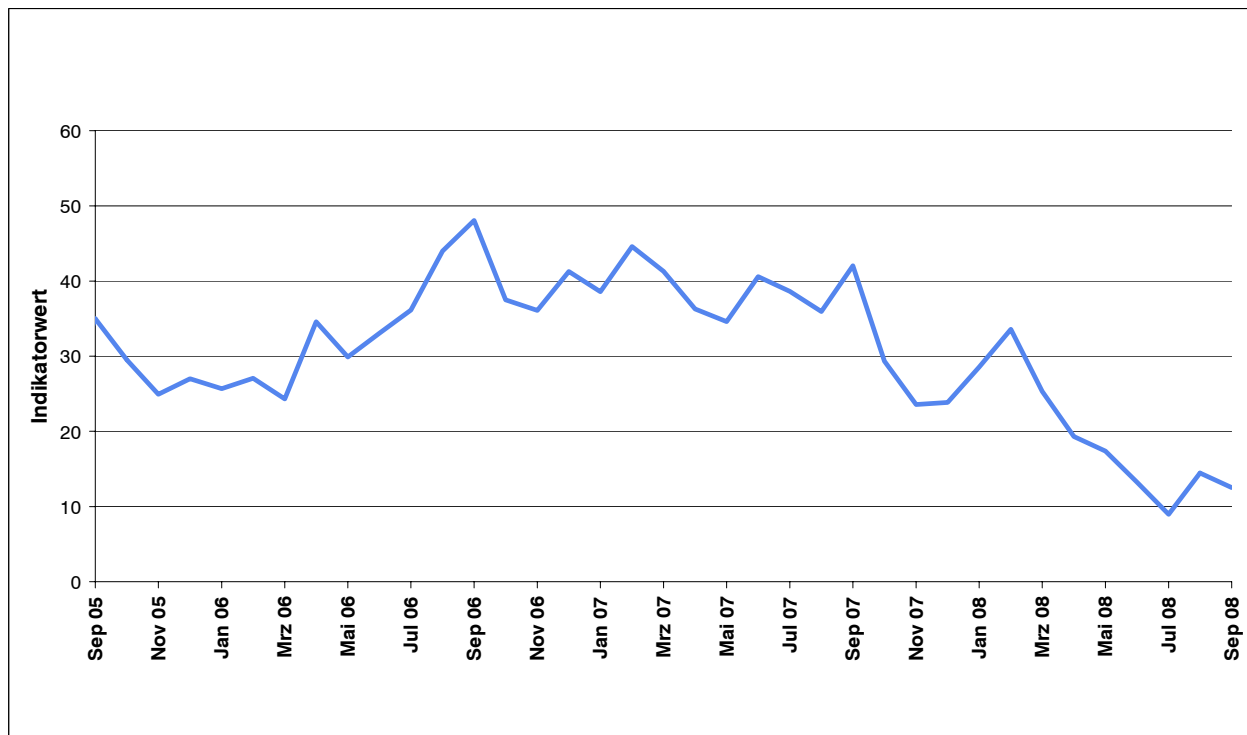


Abbildung 1:  
Geschäftsklima

### Geschäftslage verschlechtert sich

Erstmals seit Jahren sieht ein größerer Anteil der Unternehmen der Logistikbranche die Geschäftslage des letzten Monats verschlechtert (26%) als verbessert (23%). Jedoch ist es jeweils rund ein Viertel der Unternehmen der Branche, die zu dieser gegensätzlichen Einschätzung kommt. Das zeigt die Disparität in der Branche, die auch in der Bewertung der derzeitigen Geschäftslage deutlich wird. Auch hier liegen gute und schlechte Bewertung gleichauf. Für die nächsten drei Monate haben sich die Erwartungen bereits abgeschwächt, aber immernoch 30% (Vormonat 45%) erwarten eine günstigere Geschäftslage, nur 7% eine schlechtere.

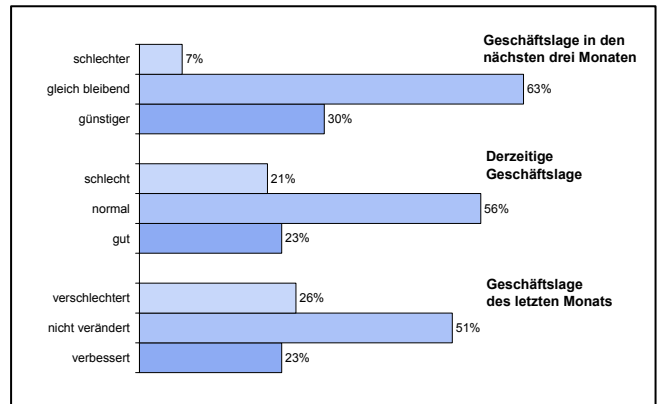


Abbildung 2:  
Geschäftslage

### Entspannung bei den Kosten

Nur noch 21% der Unternehmen berichten von gestiegenen Kosten im letzten Monat, bei der großen Mehrheit der Unternehmen (77%) sind sie im letzten Monat gleich geblieben. Damit hat sich die Situation von vor drei Monaten umgekehrt. Vergleichbare Kostenstabilität gab es zuletzt im Frühjahr 2007. Auch für die nächsten drei Monate herrscht Zuversicht wie schon lange nicht mehr. Nur noch 37% der Unternehmen rechnen mit steigenden Kosten, 61% gehen von gleich bleibenden Kosten aus. Insbesondere die stabileren Energiepreise sorgen für Zuversicht in Kostenkontinuität.

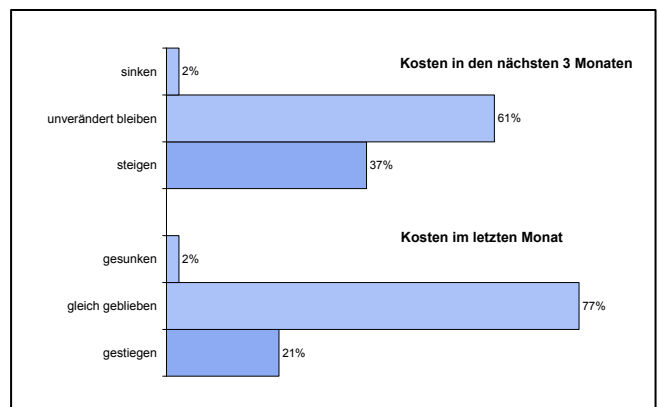


Abbildung 3:  
Kosten

### Preise steigen langsamer

Im September 2008 waren kaum Preis-anpassungen möglich. Nur noch 12% der Unternehmen der Branche berichten von gestiegenen Preisen im letzten Monat (Vormonat 38%), der gleiche Anteil allerdings auch von gesunkenen (Vormonat 8%). Bei der überwältigende Mehrheit der Unternehmen (76%) sind die Preise im letzten Monat gleich geblieben. Auch bei der Preiserwartung zeichnet sich die Trendwende ab. Eine deutliche Mehrheit von 58% der Unternehmen geht von stabilen Preisen in den nächsten Monaten aus (Vormonat 50%), nur noch 40% rechnen mit steigenden Preisen (Vormonat 46%).

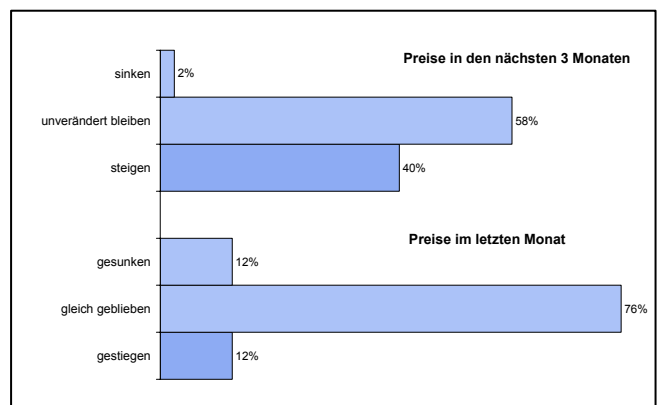


Abbildung 4:  
Preise

### Kapazitätsauslastung steigt langsamer

Bei der Kapazitätsauslastung deutet sich eine Trendwende an. Zwar hat sich bei 35% der Unternehmen die Auslastung im letzten Monat noch verbessert, gleichzeitig ist das aber der schwächste Wert seit März 2005. Bei 60% der Unternehmen war die Auslastung im letzten Monat unverändert und auch für die nächsten sechs Monate erwarten 51% eine gleichbleibende Auslastung. Einen Rückgang erwartet zwar nur eine Minderheit (9%), aber das Wachstum der Kapazitätsauslastung verlangsamt sich. Die saisonale Auslastung wird leicht besser bewertet als im Juni 2008 aber schlechter als in der Weihnachtssaison 2007 oder 2006.

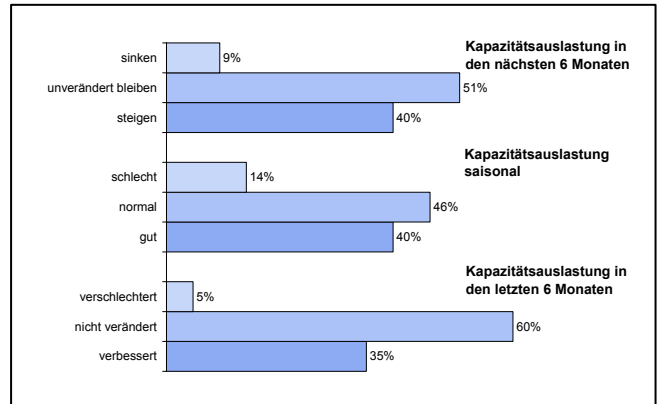


Abbildung 5:  
Kapazitätsauslastung

### Strategische Unternehmensentwicklung in der Logistikbranche

Die Neukundenakquise bleibt das wichtigste Thema bei der Unternehmensentwicklung in der Logistikbranche. Wie im Vorjahr bewerten rund 70% der Unternehmen dieses Feld als sehr wichtig. Die Dienstleistungsbranche Logistik orientiert sich weiterhin an der Kundenanfrage. Markt- und Wettbewerbsanalyse und der Aufbau einer Branchenorientierung liegen in der Wichtigkeit auf den hinteren Plätzen. Zentrale Unternehmensfunktionen wie Personalentwicklung, Controlling und IT werden von den Unternehmen dagegen als sehr wichtig bewertet. Vor allem die Mitarbeiter und deren Verbesserungspotenzial gewinnen im Rahmen von Operational Excellence an Bedeutung. Wurde Operational Excellence bislang vor allem in der Industrie als Instrument zur kontinuierlichen Prozessverbesserung eingesetzt, so beginnen auch immer mehr Logistiker mit ähnlichen Projekten. Größter Unterschied zur Befragung im Vorjahr zeigt sich beim Thema Finanzierung. Dem messen die Unternehmen nun eine deutlich größere Bedeutung für die Unternehmensentwicklung bei.

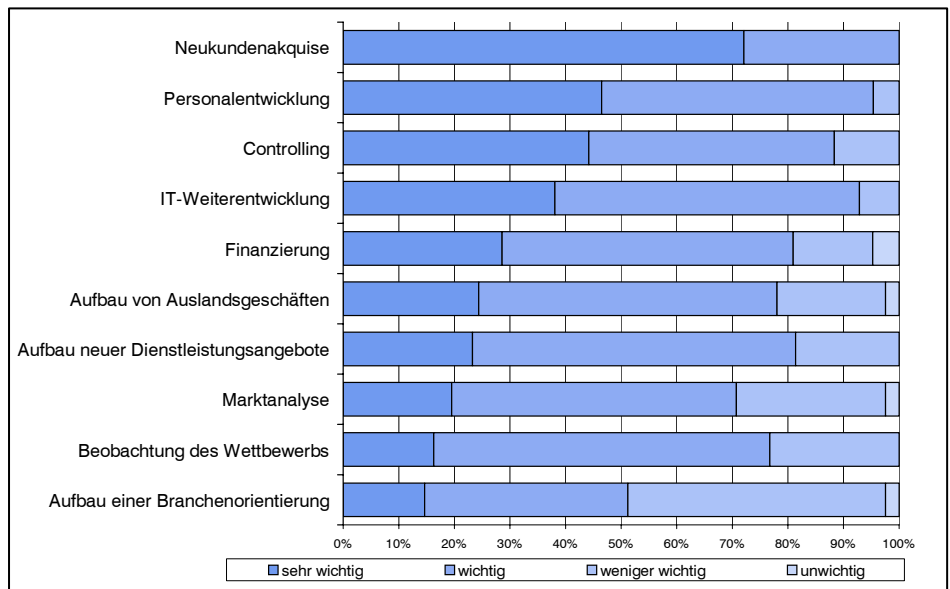


Abbildung 7:  
Unternehmensstrategie

### Wichtigste Trends in der Handelslogistik

Befragt nach den wichtigsten Trends in der Handelslogistik, bewerten die Unternehmen der Branche neben der für die Wirtschaftlichkeit wichtige Reduzierung von Wartezeiten an Logistikzentren vor allem die Themen Kooperationsmanagement mit Logistikpartnern und ebenfalls (wie auch in der Frage nach der Unternehmensentwicklung) das Thema Operational Excellence als besonders wichtig. Sie sind der Grundstein für eine weitere Verbesserung der Dienstleistungen in der Handelslogistik. Andere Themen, die in der Fachdiskussion in den letzten Monaten stark diskutiert wurden wie Klimaschutz und RFID-Einführung, spielen dagegen eher eine untergeordnete Rolle und sind in ihrer Bedeutung noch nicht so präsent. Der Trend zur Selbstabholung bei den Herstellern ist schon recht weit fortgeschritten und scheint daher schon wieder an Aktualität verloren zu haben, er wird von den Logistikunternehmen nicht mehr als wichtig eingeschätzt. Von den gegenläufigen Trends Out-Sourcing und In-Sourcing von logistischen Funktionen wird das Out-Sourcing deutlich wichtiger eingeschätzt. Verkehrsprobleme und Energiekosten haben dazu geführt, dass die Regionalisierung der Lagerstrukturen den Aufbau von Zentrallagerstrukturen als Trend abgelöst haben.

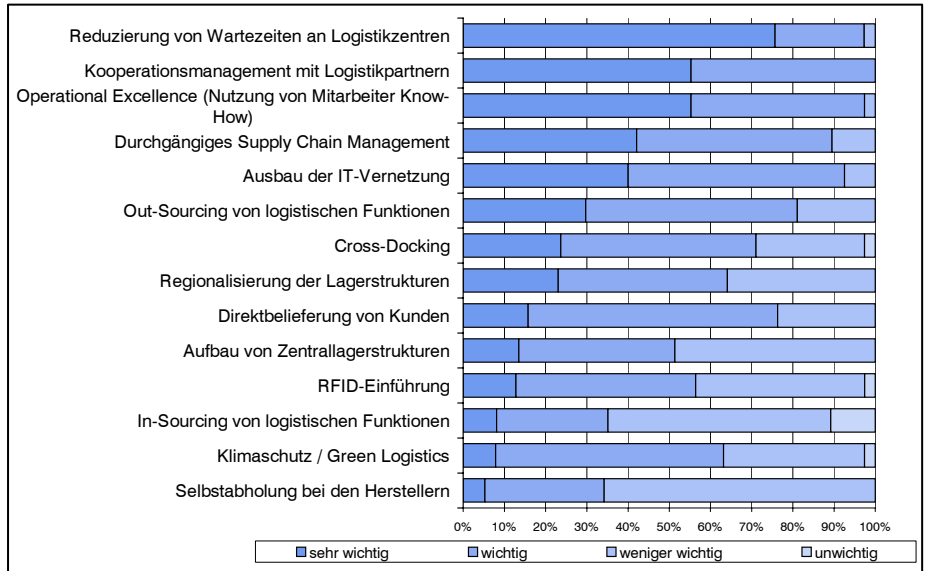


Abbildung 8:  
Trends Handelslogistik

### Wenig deutsche Geschäftstätigkeit in Finnland

Die deutschen Unternehmen in der Transport- und Logistikbranche schenken dem Logistikmarkt in Finnland nur wenig Beachtung. Nur 15% messen diesem Markt wachsende Bedeutung zu, 82% bewerten seine Bedeutung als gleichbleibend. Dementsprechend ist auch die Geschäftstätigkeit deutscher Logistikunternehmen in Finnland. 65% der Unternehmen sind (noch) nicht in Finnland tätig. Der wachsende Handel mit Russland, die Ölförderung und die neue Schienenverbindung über Russland bis China werden Finnland jedoch zu einem wachsenden Logistikmarkt machen.

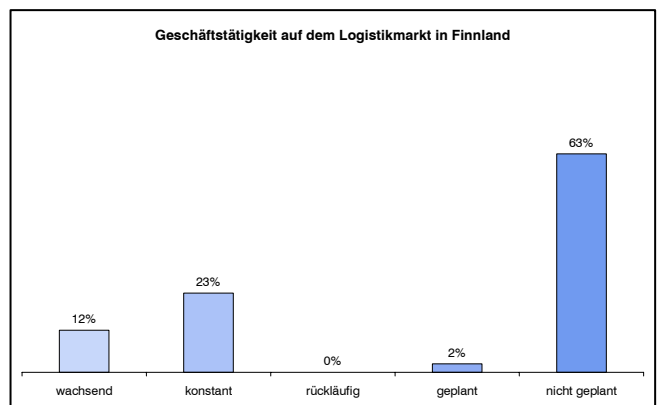


Abbildung 6:  
Logistikmarkt Finnland

## 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