

Kontraktlogistik besser vermarkten

SCI-Logistikbarometer: Unternehmen haben nicht genug definierte Leistungsangebote

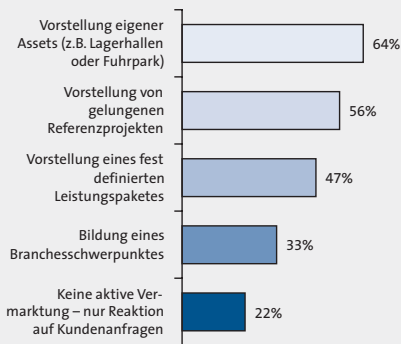
Die Geschäftslage in der Transport- und Logistikbranche ist weiterhin gut. Die Erwartungen für den Herbst steigen. Preise und Kosten bleiben auf dem Niveau der Vormonate. Hier ist allerdings in den kommenden Monaten eine Veränderung zu erwarten. Dies geht aus dem aktuellen Logistikbarometer der SCI Verkehr GmbH hervor. Weitere Erkenntnis: Kontraktlogistik werden oft unzureichend vermarktet.

Positiven Einfluss auf die gute Geschäftslage haben vor allem die hohe Nachfrage und das für die Logistikunternehmen gute Preisniveau. Bei den Kosten fallen nur die Treibstoff- und Energiekosten sehr negativ ins Gewicht. Ein wichtiges Thema für die Logistiker sind die veränderten Wettbewerbsbedingungen durch den Boom der Kontraktlogistik. Hier fehlt allerdings vielen Unternehmen noch ein strategisches Konzept, um sich eindeutig im Markt zu positionieren – man wartet eher auf den Kunden als dass man ihn offensiv angeht.

Unveränderte Geschäftslage. Die Geschäftslage in der Transport- und Logistikbranche blieb im Juli 2007 auf hohem Niveau. Immerhin 55 Prozent der Unternehmen bewerten die derzeitige Lage als normal. 40 Prozent sprechen von einer guten Geschäftslage. Die Mehrheit der Unternehmen gibt weiterhin an, dass sich die Geschäftslage im vorigen Monat nicht verändert hat. Der Anteil derer, die eine verbesserte Lage sehen, hat sich allerdings auf 36 Prozent erhöht. Dies spiegelt

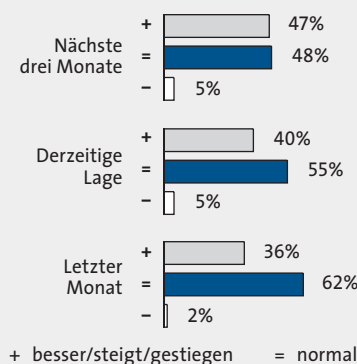
Kontraktlogistik

Nicht einmal die Hälfte der Unternehmen haben ein definiertes Leistungspaket.



Geschäftslage

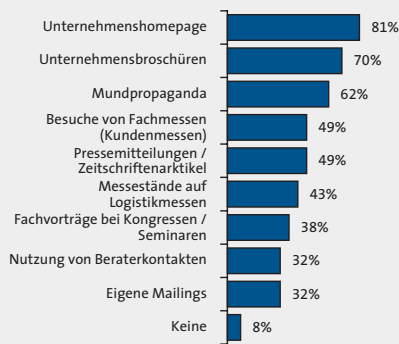
Die Geschäftslage bleibt in diesem Sommer auf hohem Niveau stabil.



sich auch in den Zukunftsaussichten: Inzwischen erwarten schon 47 Prozent eine günstigere Geschäftslage in den nächsten drei Monaten im Vergleich zu 41 Prozent im Vormonat.

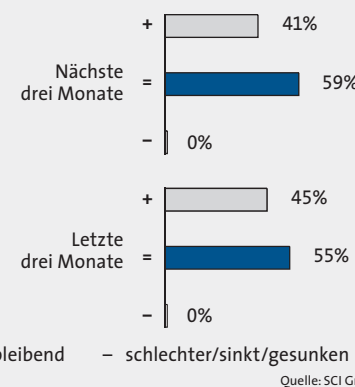
Vermarktung Kontraktlogistik. Die Kontraktlogistik bleibt der interessanteste und zukunftsträchtigste Zweig der Transport- und Logistikbranche, so die Einschätzung der SCI-Experten. Gleichzeitig verlasse sich die Branche jedoch bei der Vermarktung von Kontraktlogistikangeboten zu sehr auf Altbewährtes. 22 Prozent der Unternehmen betreiben sogar gar keine Vermarktung auf diesem Gebiet. Nur 47 Prozent haben ein festes Leistungspaket, mit dem sie sich am Markt positionieren. Und lediglich ein Drittel der Befragten bilden einen Branchenschwerpunkt heraus. Die meisten Unternehmen verlassen sich auf die Vorstellung ihrer Assets oder gelungener Projekte der Vergangenheit. Sie versäumen es, eine klare Positionierung herauszuarbeiten, urtei-

Grundsätzlich sind die Vermarktungswege zu passiv.



Kostenentwicklung

Die meisten Unternehmen rechnen in der Zukunft mit unveränderten Kosten.



len die SCI-Analysten. Dies reiche auf Dauer nicht, um in diesem kompetitiven Markt zu bestehen.

Diese Einstellung spiegelt sich auch in der Vermarktung. Sie ist zum großen Teil passiv. Zwar besitzen die meisten Unternehmen eine Unternehmens-Homepage und Broschüren. Aber nur ein Drittel nutzt eigene Mailings oder Beraterkontakte. Die Mundpropaganda sehen 62 Prozent der Unternehmen als wichtigen Faktor der Vermarktung. Auch Messen werden eher passiv genutzt: Weniger als die Hälfte der Unternehmen besucht die Fachmessen ihrer Kunden. Noch weniger sind mit einem eigenen Stand vertreten, um ihre Dienstleistung zu präsentieren.

Leichte Kostensteigerungen. Nach einem sehr stabilen Juni berichten die Unternehmen im Juli 2007 wieder vermehrt über Kostensteigerungen. Allerdings sind bei einer Mehrheit von 55 Prozent die Kosten im vergangenen Monat gleich geblieben. Sogar 59 Prozent gehen auch für die nächsten drei

Monate von unverändert bleibenden Ausgaben aus. Jedoch ist der Anteil der Unternehmen, die mit steigenden Belastungen rechnen, von 32 Prozent auf 41 Prozent gewachsen. Mit sinkenden Kosten rechnet niemand mehr. Insgesamt herrscht aber noch Stabilität vor.

Ebenfalls setzt sich die Preisstabilität in der Branche über das Jahr fort. Der Anteil der Unternehmen, die von gleich gebliebenen Preisen berichten, ist im Vergleich zum Vormonat noch einmal gewachsen – auf 77 Prozent. Auch für die nächsten drei Monate erwartet keine Mehrheit signifikante Preissteigerungen. 57 Prozent gehen von stabilen Preisen aus. Dies wird sich jedoch in Hinblick auf Ausschreibungen von Jahreskontrakten und neue Preisverhandlungen in den kommenden Monaten ändern.

Schwierige Personalsuche. Der Arbeitsmarkt in der Transport- und Logistikbranche wächst weiter. 62 Prozent der befragten Firmen gaben an, dass die Zahl der Beschäftigten gestiegen ist. Von gesunkener Beschäftigung berichten nur 2 Prozent. Allerdings haben sich die Beschäftigungsprognosen für die nächsten drei Monate abgeschwächt. Zum ersten Mal in diesem Jahr geht eine knappe Mehrheit von 52 Prozent von gleichbleibenden Beschäftigungszahlen aus. Dies ist auch ein Resultat der sehr knapp gewordenen Ressourcen am Arbeitsmarkt in der Branche. Viele Unternehmen haben Probleme, qualifiziertes Personal für weiteres Wachstum zu finden.

Auch die aktuelle Klimadiskussion spiegelt sich in der Befragung. Verkehrs- und umweltpolitische Erwägungen spielen eine Rolle beim steigenden Interesse an Bahnanschlüssen für Industrie- und Logistikstandorte. Immerhin 17 Prozent der Unternehmen gehen davon aus, dass dies schon kurzfristig ein wichtiger Standortfaktor wird. Die große Mehrheit sieht darin allerdings eher eine langfristige oder nur für bestimmte Güter interessante Option. Dies liegt auch an den relativ hohen Kosten für einen eigenen Anschluss. Diesen nehmen die Unternehmen nur in Kauf, wenn sie die Bahn in ihren Logistikketten dringend benötigen.

DVZ 25.8.2007 (rok)

DVZ-SYMPOSIUM

Kontraktlogistik

Der Markt für Kontraktlogistikdienstleistungen hat auch künftig das größte Umsatzpotenzial in der Logistik. Um von diesem wachsenden Markt zu profitieren, stehen Unternehmen vor anspruchsvollen Aufgaben. Das DVZ-Symposium „Kontraktlogistikgeschäfte entwickeln und vermarkten“ am 30. August in Frankfurt/Main zeigt, wie sich Geschäftsmodelle aufbauen und vermarkten lassen. Dabei kommen vertragliche Aspekte ebenso zur Sprache wie langfristige Perspektiven in diesem Marktsegment. Das ausführliche Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung sind im Internet zu finden. DVZ 25.8.2007 (rok)

www.dvz.de → veranstaltungen

Das SCI-Logistikbarometer ist ein Indikator, der die aktuelle brancheninterne Wirtschaftslage und künftige Entwicklung zeigt. Initiator ist die SCI Verkehr GmbH in Köln. Im Juni 2003 startete das Barometer mit der Befragung von 200 Logistikunternehmen, die in Bezug auf Größe und Produkte repräsentativ sind.

www.sci.de