

Herbstbelebung in der Logistikbranche

SCI-Logistikbarometer zeigt Verbesserung der Geschäftslage und Stabilisierung bei Preisen und Kosten

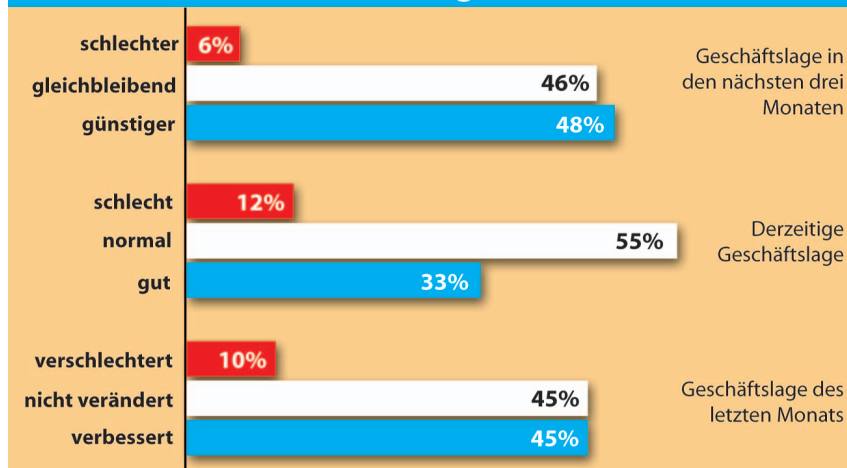
Von Björn Helmke

Bricht ausgerechnet zu Beginn der kalten Jahreszeit der Konjunkturfürhling in der Logistikbranche aus? Sieht man sich die Ergebnisse des SCI-Logistikbarometers für den Oktober an, deutet einiges darauf hin. Die Geschäftslage hat sich in den Unternehmen per Saldo verbessert. Die Mehrzahl der rund 200 befragten Unternehmen berichtet gleichzeitig über stabile Preise und Kosten. „In der Gesamtbetrachtung ist der Oktober der bisher beste Monat für die Branche seit Einführung des SCI-Logistikbarometers“, resümiert die Beratungsfirma SCI Verkehr GmbH, die das Barometer erstellt.

schwerten sich über schlechtere Geschäfte. Ein kleiner Wermutstropfen: Gute Geschäfte im Oktober sind oft saisonal bedingt. Für viele Branchen beginnt das Jahresendgeschäft. Ob die Stimmungsaufhellung nachhaltig ist, wird sich also wohl erst im Dezember zeigen. Für ein saisonales Stimmungshoch spricht auch, dass der Anteil der Optimisten im Oktober gegenüber dem September von 59 auf 48 Prozent zurückging.

Die Verschiebung der Maut auf unbestimmte Zeit macht sich bei den Kostenerwartungen der Unternehmen deutlich bemerkbar. Im September rechneten noch 55 Prozent mit steigenden Kosten, im Oktober waren es nur

Positive Geschäftserwartungen haben sich realisiert



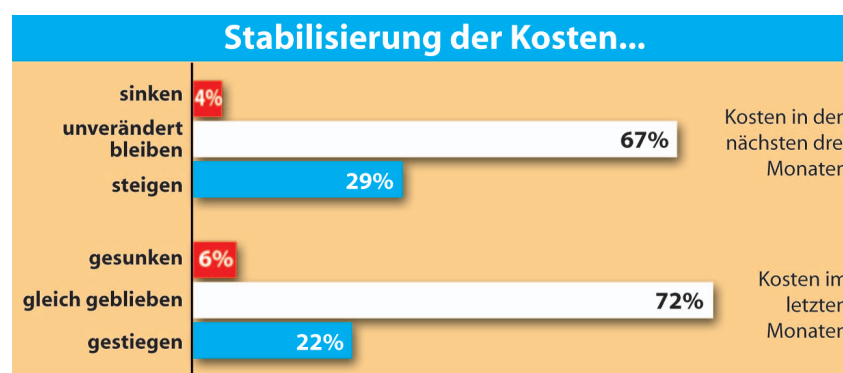
Immerhin 33 Prozent der befragten Unternehmen der Logistikbranche stufen ihre Geschäftslage als „gut“ ein. Abbildungen: SCI Verkehr

Schon in den vergangenen drei Monaten hatte sich der Anteil der Optimisten in der Logistikbranche stetig erhöht. Im Oktober bezeichnen 33 Prozent der Befragten (Speditionen, Logistikdienstleister und andere Unternehmen der Logistikbranche) die Geschäftslage als gut und 55 Prozent als normal. Schlecht ging es nur 12 Prozent der Befragten. Ebenso wichtig: 48 Prozent gehen davon aus, dass sich die Lage in den nächsten drei Monaten noch weiter verbessert. Weitere 46 Prozent rechnen zumindest mit stabilen Geschäften.

Der Optimismus beruht nicht nur auf dem Prinzip Hoffnung: Der Oktober lief für 45 Prozent der Befragten besser als zuletzt, nur 10 Prozent be-

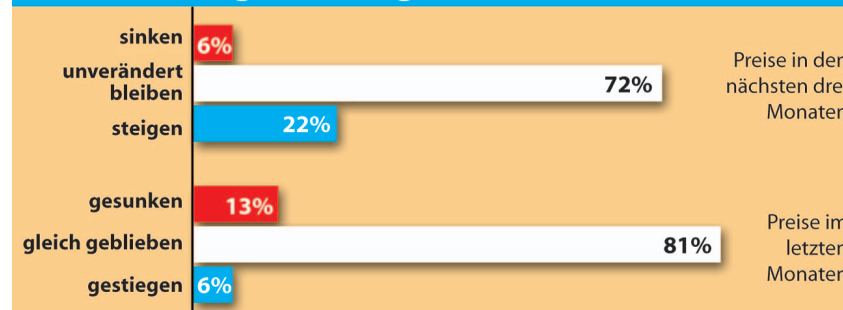
noch 29 Prozent, die für die kommenden drei Monate an Kostensteigerungen glauben. Für den Monat Oktober beklagten 22 Prozent Kostensteigerungen, 72 Prozent sprachen von gleich bleibenden Kosten. Einer Minderheit von 6 Prozent gelangen Kostensenkungen.

Etwas bedenklich: Einem großen Teil der Unternehmen gelang es im Oktober nicht, die verbesserte Geschäftslage in höhere Preise umzusetzen. Nur 6 Prozent setzten im Oktober Preissteigerungen durch. 81 Prozent hielten die Preise stabil, 13 Prozent mussten sogar mit weniger Geld für ihre Leistung zufrieden sein. Für die kommenden drei Monate planen 22 Prozent Preissteigerungen. 72 Prozent



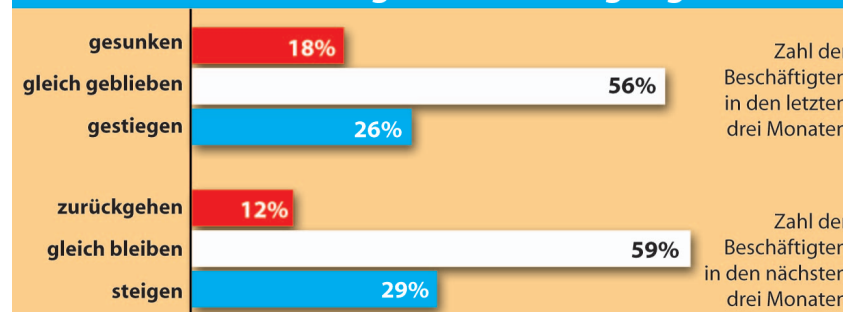
Die Mehrzahl der Unternehmen berichtet über konstante Kosten, immerhin 29 Prozent rechnen kurzfristig mit einer Steigerung.

... bei gleichzeitig konstanten Preisen



Bei den meisten Logistikunternehmen sind die Preise stabil, mit der Chance auf eine kurzfristige Preiserhöhung rechnet eine Minderheit.

Positive Entwicklung der Beschäftigungszahlen



Teilweise saisonal bedingt: Die Logistikunternehmen wollen in den kommenden drei Monaten neue Arbeitsplätze schaffen.

rechnen mit stabilen und 6 Prozent mit sinkenden Preisen. Dies ist überraschend, da Preissteigerungen normalerweise zum Jahresbeginn in Kraft treten. Offenbar hat ein Teil der Unternehmen bei den Preisverhandlungen die Flinte ins Korn geworfen. Im September hofften immerhin noch 30 Prozent auf steigende Preise.

Der Optimismus bezüglich der Ge-

schäftslage schlägt sich auch in den Beschäftigungszahlen durch. Für die kommenden drei Monate rechnen 29 Prozent mit steigenden Beschäftigtenzahlen. Keine leeren Versprechungen offenbar: 26 Prozent der Befragten registrierten schon im Oktober mehr Arbeitnehmer in den Betrieben, 18 Prozent senkten die Zahl der Mitarbeiter allerdings. Trotzdem: Die Logistik-

branche manifestiert ihren Ruf als Jobmaschine und Wachstumsbranche, auch wenn die Zahlen im Juli schon mal besser waren: Wohl auch saisonbedingt gingen damals 38 Prozent der Befragten von steigenden Beschäftigtenzahlen bis Oktober aus.

Wo liegen die Märkte der Zukunft für komplexe Logistikdienstleistungen? Die Antwort der Fachleute in

den Unternehmen fällt eindeutig aus: 58 Prozent sehen die Automobilbranche auch künftig als stärksten Nachfrager in der Kontaktlogistik. Auf den Plätzen zwei und drei folgen die Pharma- und (für manchen etwas überraschend) die Getränkebranche.

Das Engagement im europäischen Ausland betreibt die Mehrzahl der Unternehmen zurückhaltend. Ähnlich wie in Italien (wurde im Vormonat abgefragt) betreiben fast 60 Prozent der Logistikunternehmen keine Geschäfte in Frankreich. Immerhin planen 32,8 Prozent einen Einstieg. 26 Prozent rechnen damit, dass der Logistikmarkt in Frankreich für deutsche Unternehmen wichtiger wird.

Selbstkritisch zeigt sich die Branche in Hinblick auf die Betreuung von Groß- und Schlüsselkunden (Key-Account-Management). 44 Prozent der Befragten finden, dass das Engagement der Branche generell im Key-Account-Management zu wünschen übrig lässt. Immerhin mehr als ein Drittel findet, dass dies auch für das eigene Unternehmen gilt. Da Selbsterkenntnis bekanntlich der erste Schritt zur Verbesserung ist, dürfen sich gute Kunden auf eine bessere Betreuung bei einem Teil ihrer Dienstleister freuen. (DVZ 22.11.2003)

Alle Jahre wieder: Pünktlich in den Regalen

Beaujolais Primeur ausgeliefert / In der Weihnachtszeit boomt die Weinlogistik

(rok) Zum Wohl! Jetzt klingen wieder die Rotweingläser. Traditionell ist es der dritte Donnerstag im November, ab dem der erste Beaujolais Nouveau des Jahres verkauft werden darf. Um den jungen Rotwein aus der Gegend um Mâcon nördlich von Lyon an den Weinliebhaber zu bringen, müssen zuvor die Logistiker der Schenker-Tochter Anterist + Schneider in Saarbrücken die flächendeckende Versorgung von Gastronomie, Privathaushalten, Groß- und Einzelhandel sowie Firmenkunden sicherstellen.

Rund 40 Lkw-Ladungen hat die Schenker-Tochter zwischen dem 13. und dem 15. November bei den großen Weingütern rund um Mâcon wie dem von George Duboeuf in Romanèche-Thorins abgeholt und ins zentrale Weinlager in Saarbrücken überführt. Dort werden die Paletten mit dem Primeur entladen, auf Beschädigungen überprüft und sofort auf die Relationsschienen zu den innerdeutschen Zielorten gestellt. Pünktlich zum Stichtag erreicht der Primeur über

die Distributionsstufen in Groß-, Einzel- und Fachhandel die Endverbraucher in ganz Deutschland.

„Unsere Mitarbeiter im Wareneingang können schon riechen, wenn in einer Sendung eine Flasche zu Bruch gegangen ist“, erzählt Josef Hafner, Chef der Weinlogistik bei Anterist + Schneider.

Die Vielzahl der unterschiedlichen Kartonformate – gepackt mit sechs oder zwölf Flaschen, stehend oder liegend – macht die quantitative Wareneingangskontrolle noch schwieriger.

Sieben hektische Tage mit 1 Mio. Flaschen

Auch der Transport im Warenumschlag oder im Hochregallager mit Gabelstapler oder Hubmaststapler will gelernt sein. „Paletten dürfen nur längs geladen werden“, sagt Hafner. „Die Gefahr des Kippens ist groß, wenn die Winzer die Einzelkartons falsch gestaut haben.“

Der Beaujolais Nouveau Primeur beschert dem Logistikunternehmen sieben hektische Tage, in denen knapp 1 Mio. Flaschen umgeschlagen werden. „Das ist ein reines Termingeschäft, auf das wir uns hier im Weinzentrum in Saarbrücken seit langem eingestellt haben“, berichtet Hafner. „Die eigentliche Herausforderung besteht darin, die Freunde des Primeurs flächendeckend auf die Minute genau in der ganzen Bundesrepublik um Mitternacht des 20. Novembers mit dem neuen Wein zu versorgen.“

Dabei zählt der November ohnehin schon zur Hochsaison in der Weinlogistik. Jetzt bestellen Handel und Gastronomie nicht nur den Primeur, sondern ordern auch ihre Bestände für das Weihnachtsgeschäft und für Silvester. Auch auf diesen Ansturm ist Anterist + Schneider vorbereitet.

Das Unternehmen verfügt in dem zentralen Hochregallager in Saarbrücken über nahezu 7000 Stellplätze für Europaletten. Hier werden – zusätzlich zum Beaujolais Primeur – pro Jahr rund 10 Mio. Flaschen Wein umgeschlagen. Mit wöchentlichen Direktverkehren werden Weine aus Frankreich, Italien, Spanien und Portugal nach Deutschland befördert. Aber auch aus Übersee versorgt Schenker Kunden in ganz Deutschland mit Weinen.

Sie kommen aus China, Argentinien, Kalifornien, Südafrika, Neuseeland, Australien und Chile. Im Weinlogistiklager in Saarbrücken werden die Weine feinkommissioniert und exakt nach den Bestelllisten der Kunden zusammengestellt. Der Logistikdienstleister bietet dabei einen umfassenden Service aus einer Hand. Dies



Aus aller Welt gelangen Weine über ein zentrales Lager in den Handel und die Gastronomie. Foto: Schenker

reicht von der Zulassung als „Berechtigter Empfänger“ bis hin zum Ausstellen sämtlicher Dokumente. Planen große Handelsunternehmen Werbekampagnen für Endverbraucher, ist gleichfalls die Weinlogistik von Schenker gefragt: Die präzise Zustellung in den Zentrallagern oder den Verkaufsstellen der Handelsketten wird durch Systemverkehre sichergestellt. (DVZ 22.11.2003)