

GESCHÄFTSLAGE ENTWICKELT SICH HERVORRAGEND

Der Indikatorwert des SCI/Logistikbarometers steigt im September 2018 wieder stark an. Begründet liegt dieser Anstieg in der hervorragenden Bewertung der derzeitigen Geschäftslage. Gut zwei Drittel der befragten Transport- und Logistikunternehmen bewerten die Lage um September als „gut“, das sind mehr als doppelt so viele wie noch im Vormonat. Gleichzeitig hat sich der Anteil derer, die die Lage als „Schlecht“ bewerten, wieder auf 0 reduziert. Die Erwartungen für die Entwicklung der Geschäftslage in den kommenden drei Monaten hat sich im Gegenzug zwar leicht verschlechtert, dennoch rechnet nach wie vor noch mehr als jedes zweite Unternehmen mit einer weiteren Verbesserung. Ein kleiner Anteil von 8% sieht skeptisch in die Zukunft und erwartet eine Verschlechterung. Bei der aktuell sehr guten wirtschaftlichen Entwicklung, sollte sich aber keines der Unternehmen Sorgen machen müssen. Somit ist die Lage der Logistik in Deutschland trotz der derzeit schwierigen weltpolitischen Lage als absolut stabil positiv zu beschreiben. Die Kosten stiegen im September 2018 bei der Mehrheit der Befragten. Gleichzeitig konnte aber auch jedes zweite Unternehmen die Preise anziehen. Von einer Veränderung dieser, schon seit Monaten andauernden, Entwicklung geht die Branche nicht aus. Mehrheitlich rechnen die Befragten mit einem weiteren Kostenanstieg. Kompensieren möchte die Mehrheit der Unternehmen die höheren Kosten mit dem Durchsetzen höherer Preise. Bei der Verlagerung des Standortes folgen die Unternehmen in diesem Jahr vorrangig ihren Kunden (Following Customer). Die Erschließung neuer Märkte hat hingegen an Bedeutung verloren. Genauso an Bedeutung verloren haben verschiedene Standortfaktoren. Zwar sind alle wichtig, aber als sehr wichtig werden nur noch 12 von 22 Faktoren bewertet, 2017 waren es noch 19.

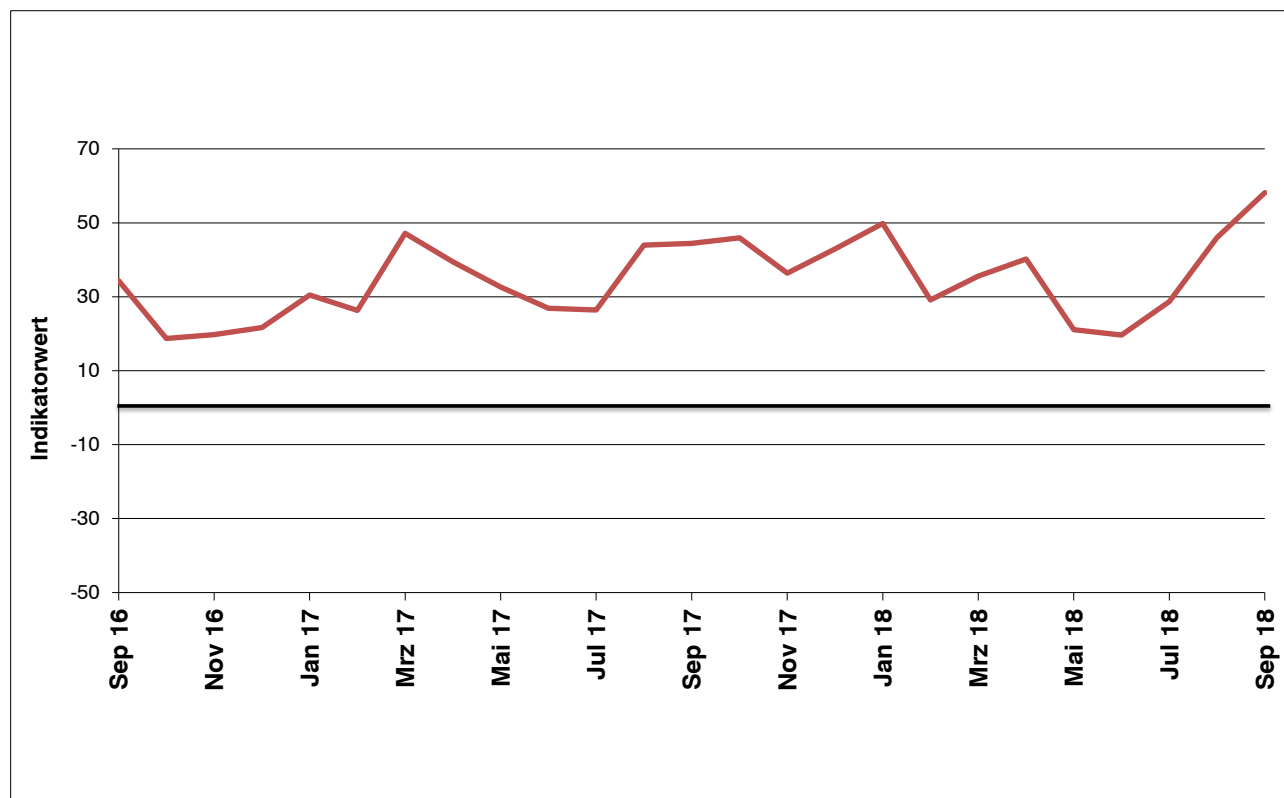


Abbildung 1:
Geschäftsklimaindex

Entwicklung der Geschäftslage gewinnt an Dynamik

Im September 2018 bewerten die befragten Transport- und Logistikunternehmen die Geschäftslage des letzten Monats mehrheitlich (54%) als „nicht verändert“. Der Anteil derer, die von einer Verschlechterung berichten, liegt bei 0%. Im Vormonat lag er noch bei 25%. Demnach hat die Entwicklung der Geschäftslage im September wieder an Dynamik zugenommen. Das spiegelt sich auch in der Bewertung der Lage wider. Diese wurde von der großen Mehrheit (67%) ebenfalls als „gut“ eingestuft. Damit schneidet der September deutlich besser ab als sein Vormonat. Im August gab es sogar einige wenige Stimmen (6%), die von einer „schlechten“ Lage sprachen. Die Erwartungen an die kommenden drei Monate fallen im Saldo leicht weniger positiver aus als im Vormonat. Allerdings rechnet die große Mehrheit von 58% der Befragten nach wie vor mit einer Verbesserung der Lage. Und das bei einer ohnehin schon hervorragenden Wirtschaftslage. Der geringe Anteil von 8%, der von einer Verschlechterung spricht, dürfte der Branche somit keine Sorgen bereiten.

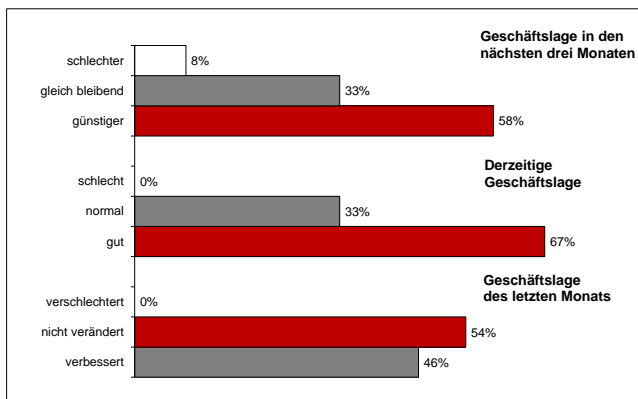


Abbildung 2:
Geschäftslage

Große Mehrheit registriert Kostenanstieg

Im September berichtet, wie auch schon im Vormonat, die Mehrheit der befragten Transport- und Logistikunternehmen von einem Anstieg der Kosten. Lediglich ein knappes Viertel (23%) konnte keinen Kostenanstieg verzeichnen. Und bei der Frage nach der Kostenentwicklung in den kommenden drei Monaten geben im September 77% und damit gut drei Viertel der Befragten an, dass mit einem Anstieg zu rechnen sei. Dieser Anteil ist im Vergleich zum Vormonat um 21 Prozentpunkte angestiegen. Der vorherrschende Mangel an Personal, sowie die steigenden Energiekosten tragen hauptsächlich zum Anstieg der Kosten bei.

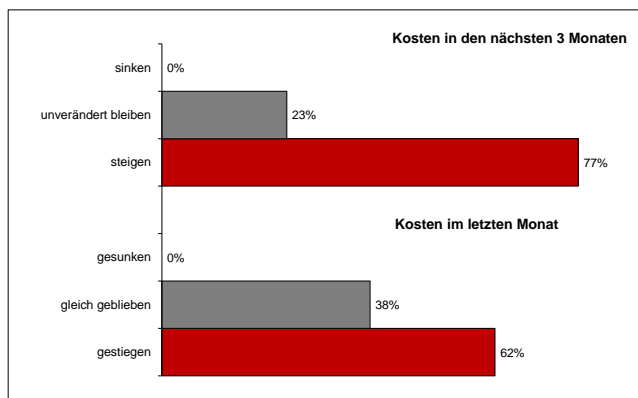


Abbildung 3:
Kosten

Jedes zweite Unternehmen erhöhte die Preise

Den steigenden Kosten begegnet die Branche mit der Erhöhung der Preise. So konnte im September die Hälfte der Befragten (50%) höhere Preise durchsetzen. Der Anteil ist damit im Vergleich zum Vormonat um weitere 6% angestiegen. Und auch die Erwartungen an die kommenden drei Monate haben sich verbessert, und zwar deutlich. So rechnen 17% mehr Unternehmen damit, höhere Preise erzielen zu können. Die übrigen Unternehmen (33%) gehen von gleich bleibenden Preisen aus. Kein Unternehmen befürchtet, die Preise senken zu müssen.

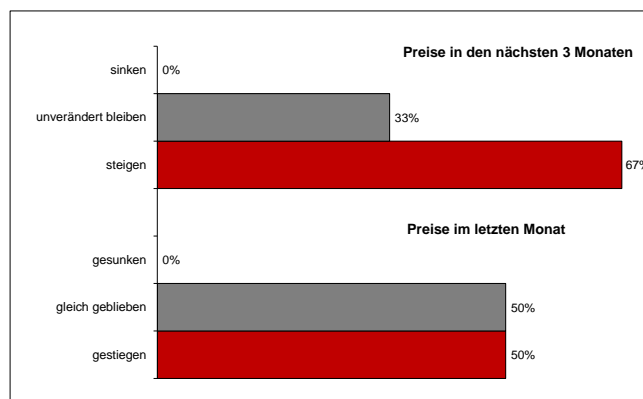


Abbildung 4:
Preise

Entwicklung der Kapazitätsentwicklung verliert an Dynamik

Im zweiten und dritten Quartal dieses Jahres hat sich die Auslastung der Kapazitäten laut mehr als der Hälfte (54%) der befragten Transport- und Logistikunternehmen erhöht. Diese Bewertung ähnelt der Bewertung für das erste und zweite Quartal stark. Negativer hingegen fällt die Beurteilung der saisonalen Auslastung aus. Denn nur jedes zweite Unternehmen (50%) bewertet die aktuelle Auslastung als „gut“, im Juni lag der Wert noch bei 73%. Und auch die Erwartungen für die Entwicklung in den kommenden sechs Monaten haben sich geändert. So rechnen nur noch 58% (Juni: 67%) mit einem weiteren Anstieg. Die übrigen Unternehmen gehen davon aus, dass sich die Auslastung auf gleichem Niveau halten wird. Mit einem Rückgang rechnet nach wie vor keines der befragten Unternehmen.

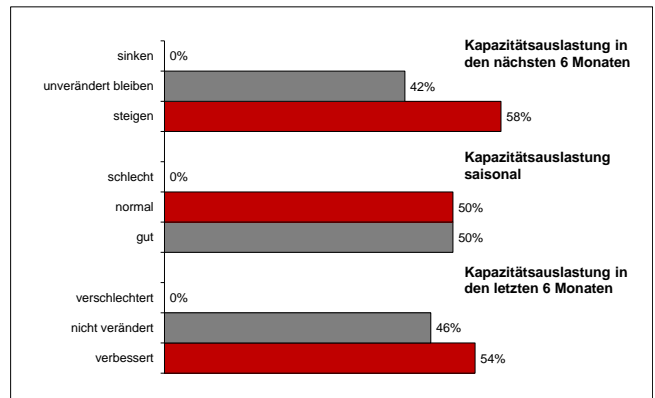


Abbildung 5:
Kapazitätsauslastung

Wenig Dynamik im Logistikmarkt Marokko

Die Bedeutung des Logistikmarktes in Marokko wird im September 2018 von der großen Mehrheit der befragten Transport- und Logistikunternehmen als gleichbleibend bewertet. Während 20% von einer wachsenden Bedeutung sprechen, gehen 10% der Befragten von einer nachlassenden Bedeutung aus. Damit steigt die Bedeutung im Saldo leicht an. Ein kleiner Teil der Befragten (8%) scheint dieses Potential nutzen zu wollen und plant die Ausweitung der Geschäftstätigkeit vor Ort. Immerhin 23% beabsichtigten, die Tätigkeiten auf dem aktuellen Niveau halten zu wollen. Zwar plant keines der befragten Unternehmen einen Markteintritt, aber es gibt auch kein Unternehmen, das einen Marktaustritt beabsichtigt.

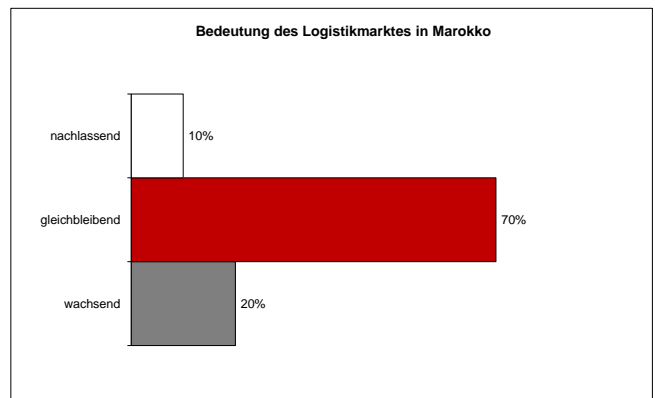


Abbildung 6:
Logistikmarkt Marokko

„Following Customer“ ist wichtigstes Verlagerungsmotiv

Als ein wichtiges Motiv einer Standortverlagerung logistischer Funktionen nennt die Mehrheit (50%) der befragten Logistiker in diesem Jahr die Standorte der Kunden (Following Customer). Damit hat sich das Hauptmotiv im Vergleich zum Vorjahr geändert und zudem an Bedeutung gewonnen (2017: 44%). 2017 war die Erschließung neuer Märkte noch das wichtigste Motiv. In diesem Jahr belegt es mit (28%) nur noch Platz zwei im Ranking (2017: 44%). Die Reduzierung der Kosten spielt für keines der befragten Unternehmen eine Rolle, 2018 lag der Anteil immerhin bei 28%.

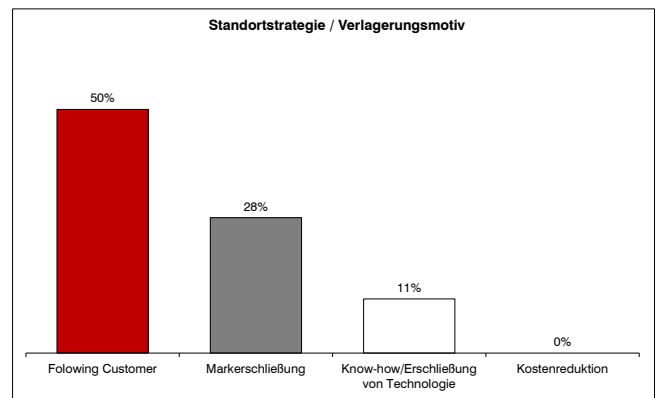


Abbildung 7:
Standortstrategie

Autobahnanschluss ist wichtigster Standortfaktor

Für die Wahl des Standortes sind verschiedene Kriterien wichtig. Die befragten Transport- und Logistikunternehmen haben 22 dieser Aspekte bewertet. Dabei gibt die Mehrheit (59%) an, dass ein Autobahnanschluss sehr wichtig sei. 2017 war dieser noch für 76% sehr wichtig. Auf Rang zwei folgt, anders als 2017 (damals Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte) die Lage und Größe des Grundstücks. Die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte ist nur noch für 46% der Befragten ein sehr wichtiges Kriterium bei der Wahl des Standortes (2017: 75%) und liegt damit auf Platz drei. Ebenfalls an Bedeutung verloren haben u.a. die Expansionsmöglichkeiten vor Ort, und der Zugang zu intermodalen Verlademöglichkeiten. Aber auch gesetzliche Vorschriften und Umweltschutzaufgaben sowie der Kaufpreis des Grundstücks haben an Wichtigkeit verloren. Im Großen und Ganzen sind heute alle 22 Standortfaktoren für einige Unternehmen wichtig, aber nur 12 werden von der Branche als sehr wichtig eingestuft. Nur wenige Faktoren haben an Bedeutung gewonnen. Wichtiger geworden ist z. B. auch das Lohnkostenniveau.

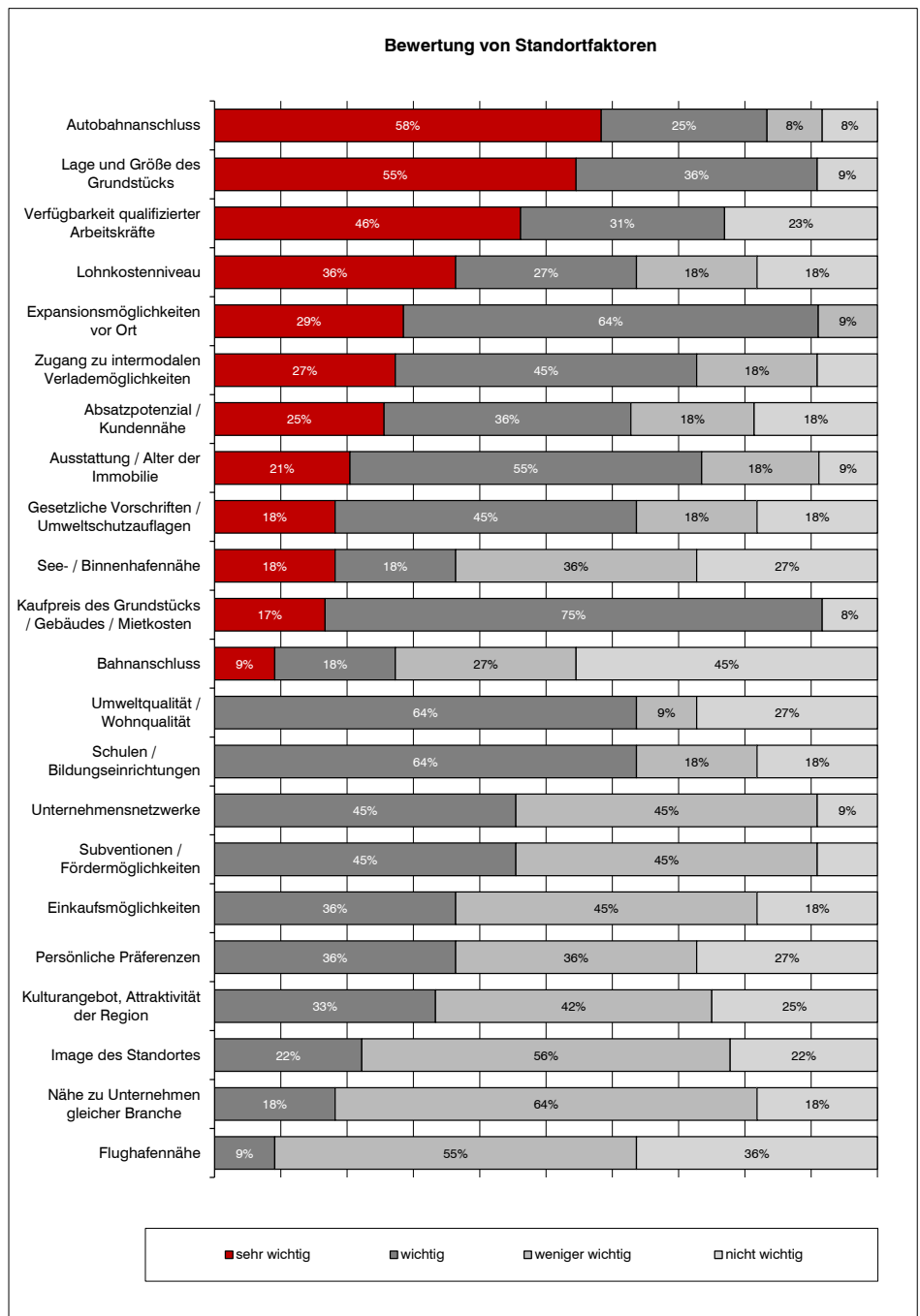


Abbildung 8:
Standortfaktoren

Bedeutung der Türkei für Investitionen verliert an Attraktivität

Vor dem Hintergrund der aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen in der Türkei haben wir die Transport- und Logistikunternehmen im September aufgefordert, die Attraktivität des Landes für Investitionen zu bewerten. Mehr als neun von 10 Unternehmen (93%) sind sich einig, dass die Attraktivität an Bedeutung verliert. Knapp zwei Drittel davon geben an, dass die Attraktivität sogar sehr stark an Bedeutung verliert. Demgegenüber stehen lediglich 7% der Befragten, die der Meinung sind, dass die Attraktivität für Investitionen in der Türkei aktuell steigt.

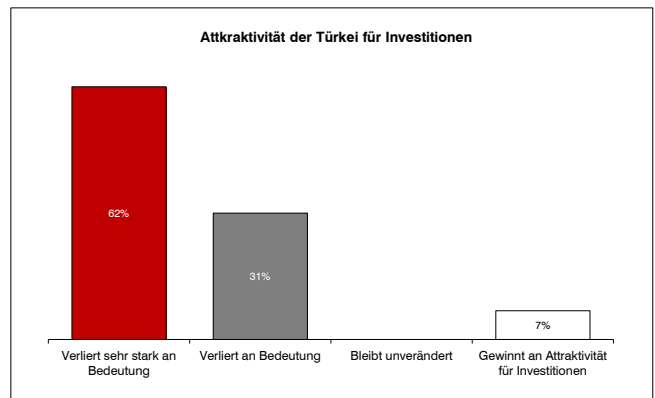


Abbildung 9:
Investitionen in der Türkei

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 repräsentativer 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, konjunkturell bedingte Erwartungen abgefragt; vielmehr verfolgt dieses Barometer darüber hinaus das Ziel, langfristige, wachstumsbedingte Tendenzen aufzudecken.

Die Befragungsergebnisse werden analysiert, interpretiert und in der DVZ Deutsche 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:

Susanne Böлке
SCI Verkehr GmbH
Vor den Siebenburgen 2
50676 Köln
Tel.: 0221 931 78-25
E-Mail: s.boelke@sci.de