



LOGISTIKKONJUNKTUR NORMALISIERT SICH

Nach einem Dämpfer im August steigt der Indikatorwert des SCI/LOGISTIKBAROMETRS wieder an und bewegt sich Richtung der hohen Frühjahrswerte. Ursächlich ist die gute Bewertung der derzeitigen Geschäftslage, die einen sprunghaften Anstieg gegenüber dem Vormonat verzeichnen kann. Flankiert von der weiterhin optimistischen Erwartung an die kommenden drei Monate, ergibt sich daraus ein insgesamt positiver Aufwärtstrend. Bei den Kosten gibt es für die Branche weiterhin keine Entlastung: Im Gegenteil, diese sind laut Angabe der befragten Unternehmen gestiegen und werden weiter steigen. Mehrheitlich gehen die Logistiker davon aus, einen Teil der Kostensteigerung durch Preisanpassungen kompensieren zu können. Die Kapazitätsauslastung ist derzeit auf gutem Niveau. Diese Einschätzung setzt sich ebenfalls in der Erwartung an das kommende halbe Jahr fort. Den Unsicherheiten des letzten Jahres geschuldet, hatten sich die Laufzeiten der Verträge ambivalent entwickelt - hin zu kurzfristiger bzw. langfristiger Laufzeit: Jetzt scheint sich auch hier die Situation zu normalisieren. Mehrheitlich werden Verträge mit einer mittelfristigen Laufzeit abgeschlossen. Im aktuellen Ranking der relevanten Standortfaktoren liegt der Fokus seitens der Befragten auf den Bereichen Personal und Infrastruktur. Die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte ist der wichtigste Standortfaktor bei der aktuellen Befragung und löst den Autobahnanschluss aus dem Vorjahr ab. 2021 scheinen die Befragten optimistisch in die Zukunft der eigenen Geschäftsentwicklung zu schauen: Für mehr als jedes zweite Unternehmen spielen die Expansionsmöglichkeiten vor Ort eine Rolle bei der Standortbewertung. Entgegen den Befürchtungen von Industrie- und Logistikverbänden haben die Maßnahmen der GDL kaum Einfluss auf die befragten Unternehmen genommen.

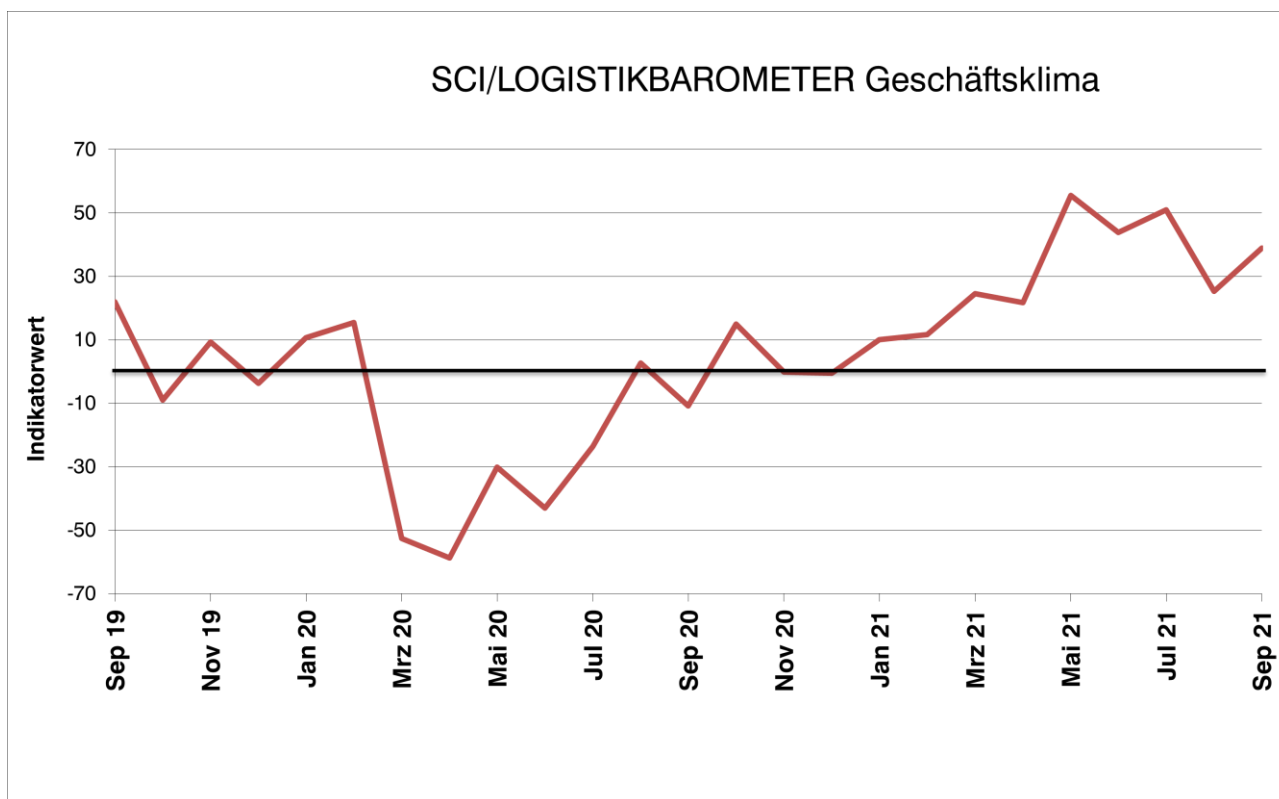


Abbildung 1:
Geschäftsklimaindex

Gute Geschäftslage bei den Unternehmen

Die Geschäftslage im September 2021 wird insgesamt stabil bewertet, mit einer guten Tendenz im Vergleich zum Vormonat. 66% der Unternehmen gehen von einer normalen und 34% von einer guten Geschäftslage aus. Keiner der Befragten beschreibt die derzeitige Lage als schlecht (August 2021:10% schlecht; 72% normal; 18% gut). Beim Rückblick auf die Geschäftslage des Vormonats geben 58% an, dass es keine Veränderung gab, 31% berichten von einer Verbesserung und 11% von einer Verschlechterung. Die Erwartungen an die nächsten drei Monate sind erneut von Optimismus geprägt: Zwar rechnet jeder Zehnte mit einer Verschlechterung der Geschäftslage, jedoch gehen mehrheitlich 54% von einer günstigen Entwicklung aus. Etwa jeder Dritte rechnet mit einer gleichbleibenden Geschäftslage im kommenden Quartal.

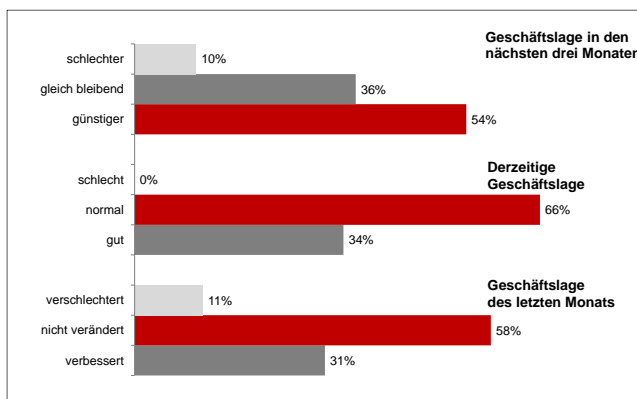


Abbildung 2: Geschäftslage

Weiterhin Kostensteigerungen erwartet

78% der befragten Unternehmer geben für September Kostensteigerungen an. Etwa jeder Fünfte der Befragten berichtet von gleichbleibenden Kosten. Ebenso wie im Vormonat kann keiner der Befragten sinkende Kosten verbuchen. Bei der Betrachtung der kommenden drei Monate sind sich die befragten Transport- und Logistikunternehmen bei der Tendenz einig: Es wird weiterhin teurer für die Betriebe. Eine deutliche Mehrheit aller Betriebe (89%) erwartet Kostensteigerungen, 11% rechnen mit einem konstanten Kostenniveau. (Vgl. August: Kostensteigerung: 68%; Stagnation 32%). Kein Unternehmer erwartet Kostensenkungen in den nächsten drei Monaten.

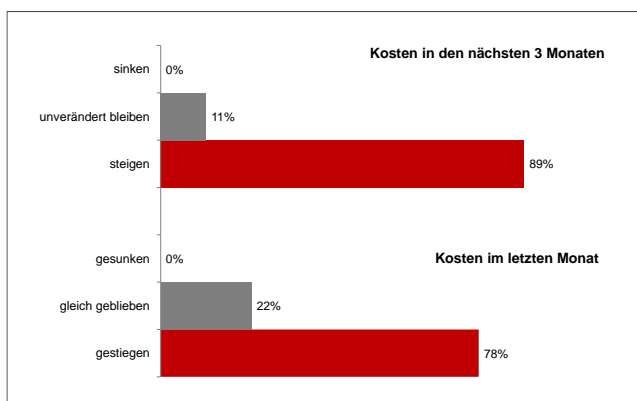


Abbildung 3: Kosten

Deutlich steigendes Preisniveau erwartet

Können die erwarteten Kostensteigerungen adäquat weitergegeben werden? Laut Angabe der befragten Unternehmen konnten im September 67% höhere Preise am Markt durchsetzen. 33% hielten das Preisniveau. Keiner der befragten Logistiker musste die Preise senken. Für die nächsten drei Monate erwartet die Mehrheit (86%), Kostensteigerungen mit steigenden Preisen kompensieren zu können. 14% gehen von einem stagnierenden Preisniveau aus. Mit Blick auf die Kostenentwicklung werden die Unternehmen im kommenden Quartal voraussichtlich mehrheitlich ein ausgewogenes Preis-Leistungsverhältnis realisieren können.

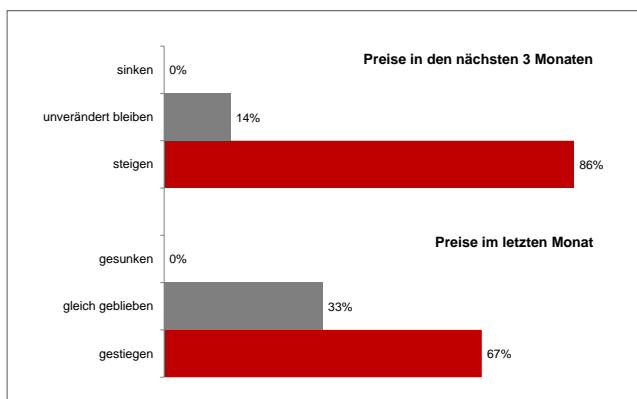


Abbildung 4: Preise

Bedeutung des Logistikstandortes Japan ist gleichbleibend

62% der befragten Transport- und Logistikunternehmen beurteilen die Bedeutung des Logistikmarktes in Japan als gleichbleibend, 13% sehen den Markt wachsend, während jeder Vierte von einer nachlassenden Bedeutung ausgeht. Gefragt nach der Geschäftstätigkeit im Land geben aktuell 11% der Logistiker an, dort konstant tätig zu sein, 11% haben geplant, in diesem Logistikmarkt tätig zu werden, 78% haben keine Tätigkeit geplant. Ein Blick zurück auf die letzte Befragung zu diesem Thema zeigt ein gewachsenes Interesse an diesem Logistikmarkt: Im September 2013 gaben 95% der befragten Unternehmen an, keine Geschäftstätigkeit in Japan geplant zu haben. Nur 5% gaben damals an, dort konstant tätig zu sein.

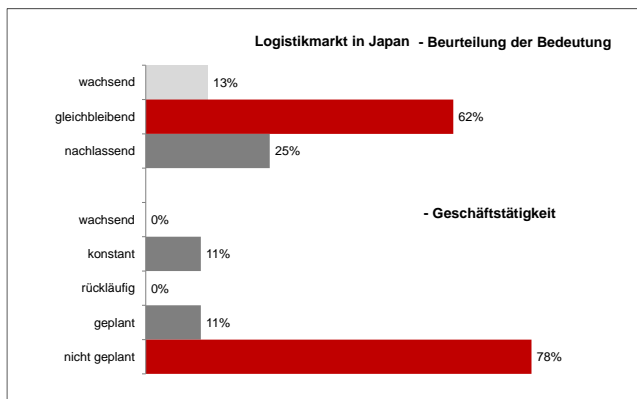


Abbildung 5: Logistikmarkt Japan

Laufzeit der Verträge ist zumeist wieder mittelfristig

Bei der Angabe zur Laufzeit der bestehenden Verträge sind sich die befragten Unternehmer einig: 100% geben an, dass die meisten bestehenden Verträge mittelfristig ausgerichtet seien. Bei der letzten Erhebung im März 2021 war der mittelfristig ausgelegte Vertrag mit 77% zwar auch mehrheitlich benannt worden, allerdings gaben auch 15% an, dass bestehende Verträge zumeist kurzfristig beziehungsweise bei 8% langfristig seien. Die Logistiker erwarten bei neu abzuschließenden Verträgen ebenfalls mehrheitlich mit 87% (Vgl. 03/2021: 69%) mittelfristige Vertragslaufzeiten. 13% erwarten langfristige Verträge (Vgl. 03/2021: 8%). Im März ging knapp jeder Vierte davon aus, nur kurzfristige Vertragslaufzeiten vereinbaren zu können.

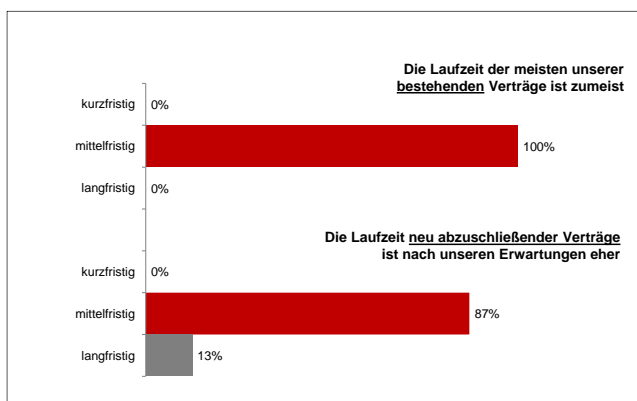
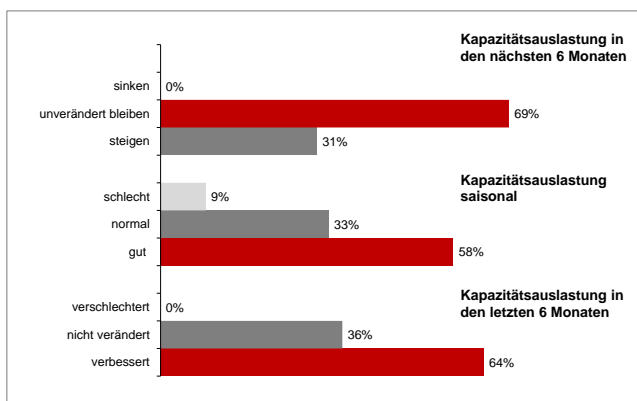


Abbildung 6: Laufzeit Verträge

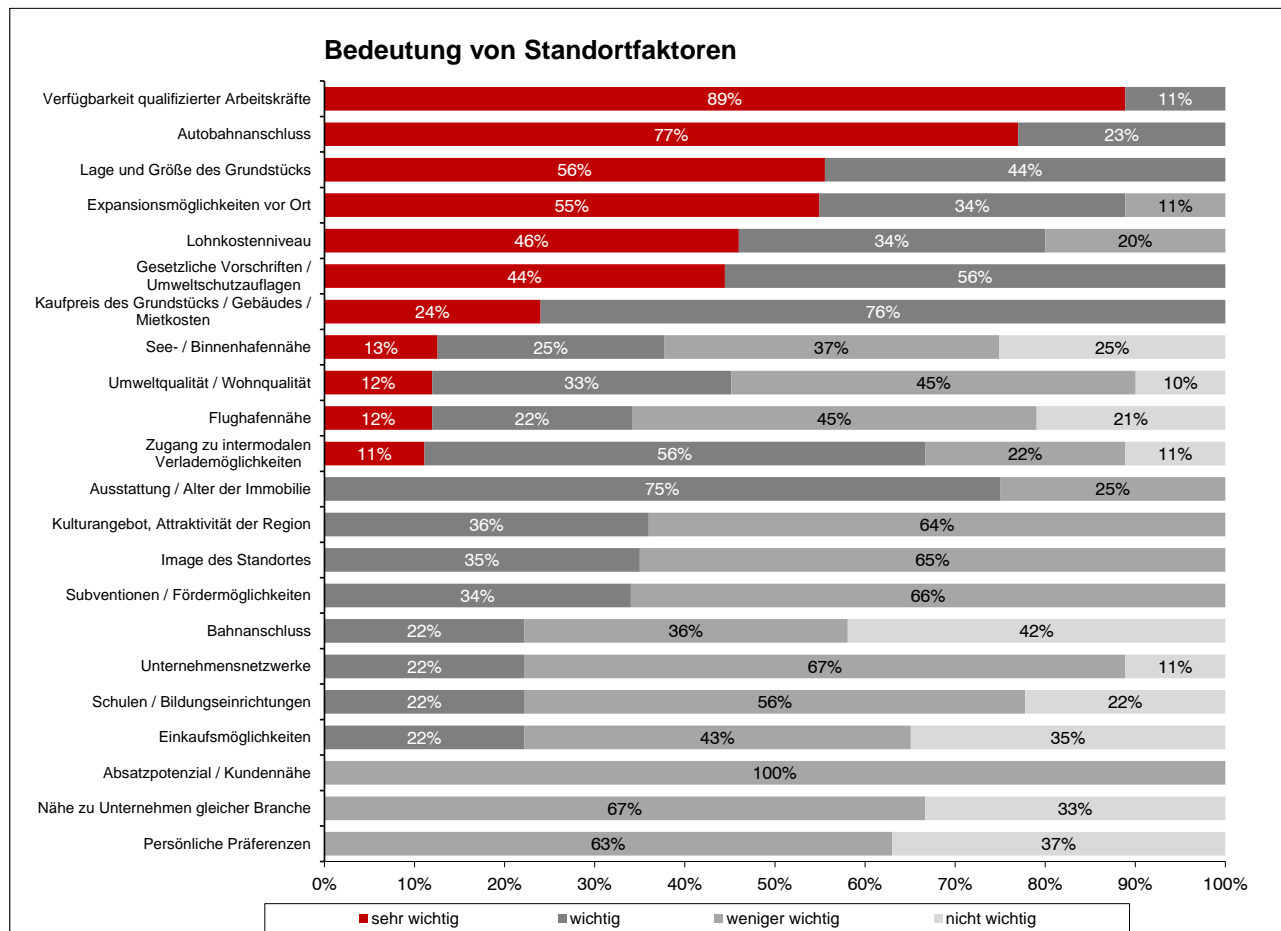
Kapazitätsauslastung auf gutem Niveau

Die Kapazitätsauslastung des vergangenen halben Jahres beschreibt eine deutliche Mehrheit der befragten Unternehmen (64%) als „verbessert“, 36% geben an, dass sich die Kapazitätsauslastung nicht verändert habe. Die saisonale Auslastung bewerten 33% der Unternehmen als „normal“ und sogar 58% als „gut“. Knapp jeder Zehnte gibt eine saisonale Verschlechterung der Kapazitätsauslastung an. Mit Blick auf die letzte Erhebung im Juni 2021 hat sich die Kapazitätsauslastung für die Unternehmer deutlich erhöht: Dort gaben nur 36% eine gute saisonale Auslastung an. Für die kommenden sechs Monate erwarten die befragten Transport- und Logistikunternehmen, die gute Auslastung halten (69%) beziehungsweise sogar steigern zu können (31%).



Abbildungen 7: Kapazitätsauslastung

Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte ist wichtigster Standortfaktor des Jahres 2021



Abbildungen 8: Standortfaktoren

Bei der Wahl des Standortes wurden wie in den Befragungen der Vorjahre insgesamt 22 Aspekte zur Auswahl gestellt: Mit insgesamt 89% wird die „Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte“ mit höchster Priorität seitens der Befragten eingestuft (September 2020 mit 45% für „sehr wichtig“ nur auf Platz 5). Der Faktor „Autobahnanschluss“, welcher im September des Vorjahres mit 78% für „sehr wichtig“ noch an der Spitze der Kriterien stand, fällt dieses Jahr mit nahezu identischen Prozentpunkten auf Platz zwei zurück („sehr wichtig“ 77%). Die Lage und Größe des Grundstücks halten 56% der befragten Transport- und Logistikunternehmer für wichtig bei der Standortwahl (2020: 58%). 2021 scheinen die Befragten optimistisch in die Zukunft der eigenen Geschäftsentwicklung zu schauen: Für mehr als jedes zweite Unternehmen spielen die Expansionsmöglichkeiten vor Ort eine Rolle. Im Vorjahr – unter dem Einfluss der Corona-Pandemie – war dieser Aspekt für keinen der Befragten „sehr wichtig“ und landete im Ranking im unteren Mittelfeld. Ein weiterer Baustein im Rahmen der Personalpolitik spiegelt sich in Platz 5 des aktuellen Rankings wider: Für 46% der Unternehmer spielt das vorhandene Lohnniveau bei der Standortbeurteilung eine Rolle. Im September 2020 war das laut Einschätzung der Logistiker nur für 20% ein sehr wichtiger Faktor. Interessant ist, dass aktuell der Fokus primär auf Infrastruktur und Personal liegt, während der Kunde in den Hintergrund zu rücken scheint. Die Nähe zum Kunden ist zwar für 100% der Befragten wichtig, wird aber von keinem als „sehr wichtig“ eingestuft. Noch im Vorjahr war dies für knapp die Hälfte aller Unternehmer ein entscheidender Standortfaktor. In Zeiten digitaler Kommunikation, die gerade während der Hochzeit der Pandemie einen massiven Ausbau erfahren hat, scheint die örtliche Nähe zum Kunden an Bedeutung verloren zu haben. Nahezu unverändert bleibt die Beurteilung eines Standortes hinsichtlich sekundärer Faktoren wie Bildung, Wohnqualität, Kulturangebot etc. Keiner dieser Aspekt wird von den Befragten als „sehr wichtig“ bei der Standortbetrachtung eingestuft.

„Following Customer“ ist wichtigstes Verlagerungsmotiv

Entschließt sich ein Unternehmen zum Standortwechsel beziehungsweise zur Einrichtung eines weiteren Standortes, dann bleibt wie auch im Vorjahr die direkte Kundenorientierung das Hauptmotiv. „Following Customer“ ist für jedes zweite befragte Unternehmen das primäre Verlagerungsmotiv. Scheinbar im Widerspruch steht die Angabe der Befragten zur vorherigen Auswertung (Abbildung 8): Beim Ranking der Standortfaktoren spielt die Kundennähe nur eine untergeordnete Rolle. Möglicherweise beziehen sich die Einschätzung der befragten Unternehmer hier auf die Errichtung eines weiteren Standortes/einer zusätzlichen Dependance in der Nähe von Key-Accounts als spezielle Maßnahme der Kundenbindung.

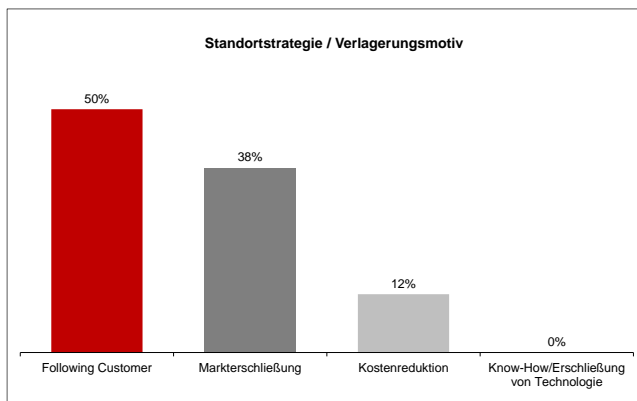


Abbildung 9: Standortstrategie

Warnstreiks haben kaum Einfluss auf die befragten Dienstleister genommen

Die aktuellen Maßnahmen der Gewerkschaft Deutscher Lokomotivführer (GDL), die im September durchgeführt wurden, hatten so gut wie keinen Einfluss auf die befragten Transport- und Logistikunternehmer. Während der Personenverkehr massiv von den Warnstreiks betroffen war, haben die Einschränkungen im Güterverkehr laut Auskunft der Befragten nur „wenig“ (65%) beziehungsweise „gar keinen“ (35%) Einfluss auf die Lieferketten der befragten Unternehmer nach sich gezogen. Zuvor hatten Industrie- und Logistikverbände den Streik der GDL im Güterverkehr kritisiert. Sie verwiesen unter anderem auf die besonderen Belastungen, denen die Lieferketten bereits in der Corona-Krise ausgesetzt gewesen seien. Nach Einschätzung der befragten Unternehmer scheinen die durch den Streik ausgelösten Belastungen jedoch nur gering gewesen zu sein.

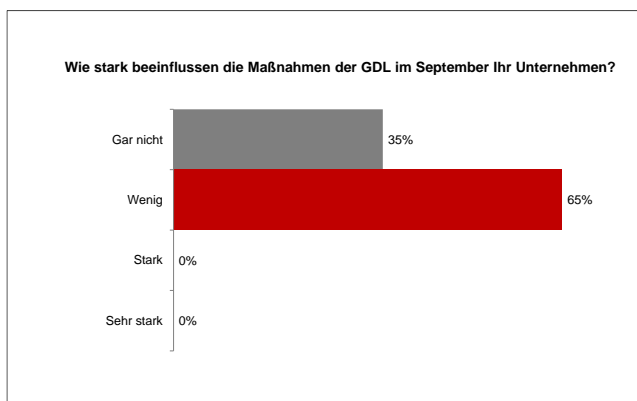


Abbildung 10: Maßnahmen GDL

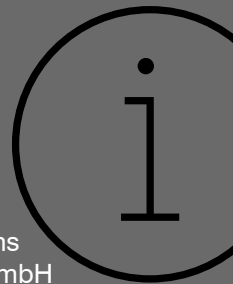


Das SCI/Logistikbarometer

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.



Nicole Heinrichs
SCI Verkehr GmbH
Vor den Siebenburgen 2
50676 Köln
Tel.: 0221 931 78 - 20
E-Mail: n.heinrichs@sci.de