

Logistikbranche wächst. Immer mehr Unternehmen bieten ihren Kunden alles unter einem Dach – vom Annähen des Knopfes über Verpacken bis hin zum Transport

VON CLAUDIA WANNER

Die drei Meter langen Wädhäule Alice und Tizka ziehen sich um. Aus Taipeh in Taiwan geht es in ein Aquarium in Atlanta im US-Bundesstaat Georgia. Eine speziell ausgestattete Frachtmachine transportiert die beiden über den Pazifik; weiter geht es auf Satellitenschleppern mit Polarisierkorte vom Flughafen ins Aquarium – organisiert vom Logistikler UPS. Ortswechsel: Hund 50 000 Teilnehmer des Berliner Marathons erwarten am kommenden Wochenende Getränke und frisches Obst entlang der Strecke – viel Arbeit für den Logistikler Schenker.

So außergewöhnlich sind die Aufträge der Speditionen und Logistikdienstleister nur selten, so aufwändig allemal. Die Branche wächst kräftig

Das liegt zum einen an weltweit steigenden Warenströmen. Zum anderen stehen Industrie und Handel unter immer größerem Kostendruck. Sie geben deshalb immer mehr Aufgaben aus Einkauf, Lagerhaltung und Vertrieb ab. Knöpfe an Bläusen nähen, Batterien auf ihre Funktionsfähigkeit testen oder Autos polieren, das übernehmen heute Logistikdienstleister.

„Der Trend der vergangenen Jahre setzt sich fort“, sagt Peter Klaus, Professor für Logistik an der Universität Erlangen-Nürnberg. Das Wachstum der Branche liegt mindestens einen Prozentpunkt über dem Basiswachstum der deutschen Wirtschaft. Die Unternehmensberatung Excort Management schätzt den deutschen Logistikmarkt auf 170 Mrd. €, das sind fast 30 Prozent der europaweiten Umsätze.

Das jährliche Wachstum isoliert Excort-Berater John Eke auf 3,4 Prozent. Besonders kräftig wächst die so genannte Kontraktlogistik. Darunter verstehen Insider jene Aufgaben, die über den reinen Transport hinausgehen. „Das Segment wird sich bis 2010 auf 28,4 Mrd. € mehr als verdop-

eln“, sagt Eke. Ausschlaggebend bringen Bewegung in den Markt.

Die Deutsche Post hat vergangene Herbst für 5,6 Mrd. € den weltweiten Branchenführer Ebel aus Großbritannien übernommen. Kühne + Nagel bezahlte wenige Wochen später rund 560 Mio. € für den Spezialisten ACR. Doch gekauft wird auch mit umgekehrtem Ziel. Die beiden wesentlichen Mittelschüler Fiege und Rheinus – beide traditionell stark in der Kontraktlogistik – gaben im Frühjahr innerhalb weniger Wochen Übernahmen von Speditionen bekannt. Fiege verleihe sich das Hamburger Führerunternehmen TTS ein, Rheinus kaufte InterSpee Hamann aus Hildesheim.

„Die Kontraktlogistik wird sich bis 2010 mehr als verdoppeln“

John Eke, Excort Management

portmetz arbeiten“, sagt Rheinus-Chef Hermann Niehaus. Tadeln sei es gut, den Kunden jetzt sich Transporte anbieten zu können.

Nach einer Untersuchung der Unternehmensberatung Mercer Management verspricht die reine Kontraktlogistik nur eine Umsatzsteigerung von 2,5 Prozent. In Kombination mit Landtransporten lässt sich die Marge verdoppeln, mit einem Paket- und Expressnetz verdreifachen. Auch Kühne + Nagel kauft kräftig im Speditionsgewerbe zu, nachdem sich der Spezialist für Luft- und Seefracht erst vor vier Jahren aus dem Segment verabschiedet hatte. Gerade kündigte Ewald Kaiser, im Vorstand für Landverkehr zuständig, Zukäufe im Wert von 1,3 Mrd. € an.

Die Branche ist sich darüber einig, dass es immer wichtiger wird, den europäischen Markt abzudecken – das ist die Strategie der Großen. Doch auch den zahllosen Mittelständlern hier bleiben gute Chancen. Sie schließen sich zu Kooperationen zusammen. IDS, System Alliance und Gargoline sind nur einige davon, eigene Fahrzeugflotten haben lange als Tabu. Eine Lkw-Flotte binde zu viel Kapital, lautete das Argument. Außerdem trug der Spediteur das Risiko der Auslastung. Das wurde jahrelang lieber an kleiner Fuhrunternehmer weitergegeben. Doch bei einigen in der Branche setzt ein Umdenken ein. „Frachtraum ist knapper und teurer geworden“, sagt Niehaus. Klaus-Michael Kühne, Vorstandsvorsitzender von Kühne + Nagel, deutet an, dass er sich vorstellen kann, auch wieder in eigene Lkw zu investieren.

Noch wichtiger ist die Frage, was ein Logistikler alles bieten muss. In der Branche ist die Rede vom One-Stop-Shopping – der Kunde soll alle logistischen Dienstleistungen bei einem Anbieter einkaufen können. Die Deutsche Post zieht die Grenze am weitesten: Sie nimmt alle Sendungen mit, von der Urlaubskarte bis zur

schweren Landmaschine, bietet Briefdienste, Paketversand, Spedition und Logistik und bietet zusätzlich Girokonten an. Post-Chef Klaus Zürn winkelt ist überzeugt, dass ganz große Aufträge wie der Milliarden-Deal mit der britischen Gesundheits-

behörde NHS nur dank dessen Größe möglich sind. „Das verschafft uns die Möglichkeit, sehr gute Mitarbeiter einzustellen“, sagt John Allan, Logistikvorstand der Post. TNT wiederum, die frühere niederländische Post, hat gerade den entgegengesetzten Weg

eingeschlagen. Bis vor einem Jahr gehörte TNT zu den größten Anbietern in der Kontraktlogistik. Dann entließ sich Vorstandschef Peter Bakker, die Sparte zu verkaufen: Sie hatte die Renditeanforderungen der Investoren verfehlt.

WWW.FTD.DE/BEILAGEN

Logistik

FINANCIAL TIMES
DEUTSCHLAND



Milliardengeschäfte mit breiter Palette



Wie der wachsende Markt sich zusammensetzt

Branchen Logistikler planen, realisieren und kontrollieren Materialflüsse. Teilprozessen sind Umschlag und Lagerneinrichtung sowie Transport, der den größten Anteil am Gesamtvolumen hat. Externe Anbieter erbringen 45 Prozent aller Leistungen.

Ärkte Das Gesamtbrutto des deutschen Marktes beträgt 170 Mrd. €. Laut einer Studie von Excort Management wächst es um durchschnittlich 3,4 Prozent im Jahr.

Anbieter Den Markt teilen sich einige große und viele mittelständische Betriebe. 78 Prozent des gesamten Marktvolumens werden von Unternehmen mit einem Umsatz unter 60 Mio. € erwirtschaftet.

Logistikschwerpunkte in Deutschland

■ Standorte mit mehr als 12 Logistikflächen
— EU-Transportkorridore, über 75 Mio. Tonnen/Jahr



INHALT

Seehäfen Der Jade-Weserport in Wilhelmshaven ist der erste Tiefwasserhafen für Containerschiffe in Deutschland. Seite 2

Luftfracht Die Zukunft liegt in großen Flughäfen und konzentriert sich auf einige wichtige europäische Zentren. Seite 3

Russland Der große Markt des Landes ist eine Herausforderung für Exporteure und Logistikunternehmen. Seite 4