

Auszug der
Studie



DVZ TOP 100

TOP 100 der Logistik



2016
2017

Marktgrößen, Marktsegmente und Marktführer
Martin Schwemmer

Eine Studie der
Fraunhofer Arbeitsgruppe für
Supply Chain Services
SCS



Inhalt

TEIL I	Erfolgreich im Zeitalter der Volatilität?	1
I.1	Megatrends aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Technologie und Ökologie als Einflussfaktoren auf aktuelle und zukünftige Marktentwicklungen	2
I.2	Perspektiven zum Stand der Logistik 2016 in Deutschland aus Praxissicht – Ergebnisse einer Interviewstudie	25
TEIL II	Die Abgrenzung der Logistikwirtschaft – Die Themenstellung der „Top 100“-Studien	35
TEIL III	Aktuelle Vermessung der Logistikwirtschaft in Deutschland	47
TEIL IV	Im Detail: Die Logistikteilmärkte in Deutschland	83
IV.1	Übersicht zur Eingrenzung der 13 Teilmärkte	83
IV.2	Massengutlogistik (Bulk, inklusive Binnenschifffahrt)	89
IV.3	Ladungsverkehre landgebunden (FTL)	93
IV.4	Spezielle Ladungsverkehre, Krandienste für schwere Güter (Heavy Lift Services)	100
IV.5	Spezielle Ladungsverkehre für Flüssig- und Schüttgüter (Tank und Silo)	103
IV.6	Ladungsverkehre mit sonstigem speziellen Equipment (other spec. FTL)	107
IV.7	Stückgutverkehre (LTL)	112
IV.8	Stückgut-Netzwerktransporte und Mehrwertdienstleistungen für spezielle Güter: High-Tech, Events, Neumöbel, etc. – Dedicated Networks	119
IV.9	Landverkehr – allgemeine und spezielle Stückgut- und Ladungsverkehrsdienstleistungen	124
IV.10	Konsumgüterdistribution und -kontraktlogistik inklusive Temperaturgeführter Logistik (Consumer Contract Logistics)	128
IV.11	Industrielle Kontraktlogistik, Produktions- und Ersatzteilversorgungslogistik (Industrial Contract Logistics)	134
IV.12	Terminaldienste, Lagerei-, Umschlags- und sonstige auf Terminals bezogene logistische Mehrwertleistungen (Terminal Operations)	139
IV.13	KEP (Courier, Express, Parcels)	144
IV.14	Seefracht (Ocean Freight)	148
IV.15	Luftfracht (Air Cargo)	152
IV.16	International Forwarding (Luft- und Seefrachtspedition)	155
TEIL V	Branchenkompetenz als Logistikstrategie	157
V.1	Die Schnittstelle zwischen Verloader und Logistikdienstleister – Potenziale in der Zusammenarbeit heben	157
V.1.1	Stichprobe und Erhebung	157
V.1.2	Logistische Profile der Industrien und ihrer Güter	161
V.1.3	Aufbau der Versorgungsketten der Industrien	164
V.1.4	Logistikpartner gesucht! – Die Wünsche der Industriebranchen an ihre Logistikdienstleister	169
V.1.5	Logistikplanung und Logistikeinkauf der Industrie in Deutschland	171
V.1.6	Outsourcing und Potenziale	174
V.1.7	Zufriedenheit und Kontrolle – Kontrolle siegt über Vertrauen	184
V.1.8	Alternative Arten der Zusammenarbeit	188
V.1.9	Strategische Planung von Wertschöpfungsketten – Agilität und Resilienz	190
V.1.10	Der Blick in die Zukunft der Versorgungsketten	195
V.1.11	Zusammenfassung: Logistikdienstleister sind eher Erfüllungsgehilfen als strategische Partner	198
V.2	Die wichtigsten Industriebranchen in Deutschland	200
V.2.1	Automotive-Industrie	205
V.2.2	Chemische Industrie	211
V.2.3	Konsumgüterindustrie	217
V.2.4	Maschinenbauindustrie	223
TEIL VI	Erhebung im Telematik-Lösungsanbietermarkt – Marktstrukturen und Ausblick	229
VI.1	Telematik in der Logistik – ein in sich gekapselter Markt	230
VI.2	Schnelllebiges Produktportfolio – Langlebige Kundenbeziehungen	233
VI.3	Trends im Telematik-Anbietermarkt: Nachverfolgbarkeit von Produkten und Digitalisierung mit hoher Bedeutung – Intralogistik wenig relevant	237
TEIL VII	Die „Top 100“-Liste 2015	239
Anhang 1	Das ABC der Unternehmensprofile der deutschen „Top 100“	249

Erfolgreich im Zeitalter der Volatilität?

In der letzten deutschsprachigen Ausgabe der „Top 100“ von 2014/2015 wurden zehn Treiber für logistische Marktentwicklungen vorgestellt. Mit dem Abstand von zwei Jahren hat sich einiges getan. Die laut aktueller Analyse wichtigsten Megatrends, die aus heutiger Sicht Angebot und Nachfrage der Logistik maßgeblich in den kommenden Jahren beeinflussen werden, sind in der Tabelle zusammengefasst:

Megatrends der Logistik			
	Titel des Megatrends	Kategorie	Wirkungsweise und strategische Implikation
	1 Globalisierung , Dislozierung und neue Wanderungsbewegungen der Wertschöpfung	Außen-trends	kaum auf Unternehmensebene beeinflussbare Megatrends Wirkung erfolgt bei externen Trends primär auf die Nachfrage nach Leistungen der Logistikwirtschaft Strategie aufseiten betroffener Wirtschaftsakteure: antizipieren und reagieren
	2 Demografischer Wandel – die alternde Gesellschaft, Zunahme kultureller Diversität, Zug in die Zentren		
	3 Neue Lebensstile , neues Einkaufsverhalten und neue Formen der Geschäftsbeziehungen im E-Commerce		
	4 Servitization – fortschreitender Übergang von der industriellen zur Serviceökonomie mit immer höheren Anteilen an immaterieller Wertschöpfung		
	5 Nachhaltigkeit – auf dem Weg zu einem umweltbewussterem und nachhaltigerem Wirtschaften		
	6 Die neuen Risiken durch Terrorismus, infolge politischer, fiskalischer und ökonomischer Instabilität		
	7 Technologischer Wandel – die Digitalisierung logistischer Prozesse	Innen-trends	auf Unternehmensebene beeinflussbare Megatrends, die durch Innovation seitens der Wirtschaftsakteure nutzbar sind wirken, indem Leistungs- und Angebotsmöglichkeiten der Logistikwirtschaft erweitert werden Strategie aufseiten der betroffenen Wirtschaftsakteure: formen und agieren (im Rahmen der Möglichkeiten)
	8 Neue Akteure und deren Eintritt in die logistische Wettbewerbsarena		
	9 Fortschreitende Professionalisierung , Industrialisierung und Konzentration in Logistikteilmärkten		
	10 Konjunktur der Shareholder-Value-Erfolgslogik , Branchenkonzentration und Vertikalisierung der Logistik		

Aktuelle Vermessung der Logistikwirtschaft in Deutschland

Der Logistikmarkt ist in den letzten beiden Jahren moderat gewachsen: um rund 2,5% von 2014 auf 2015 und um rund 2,2% von 2013 auf 2014.

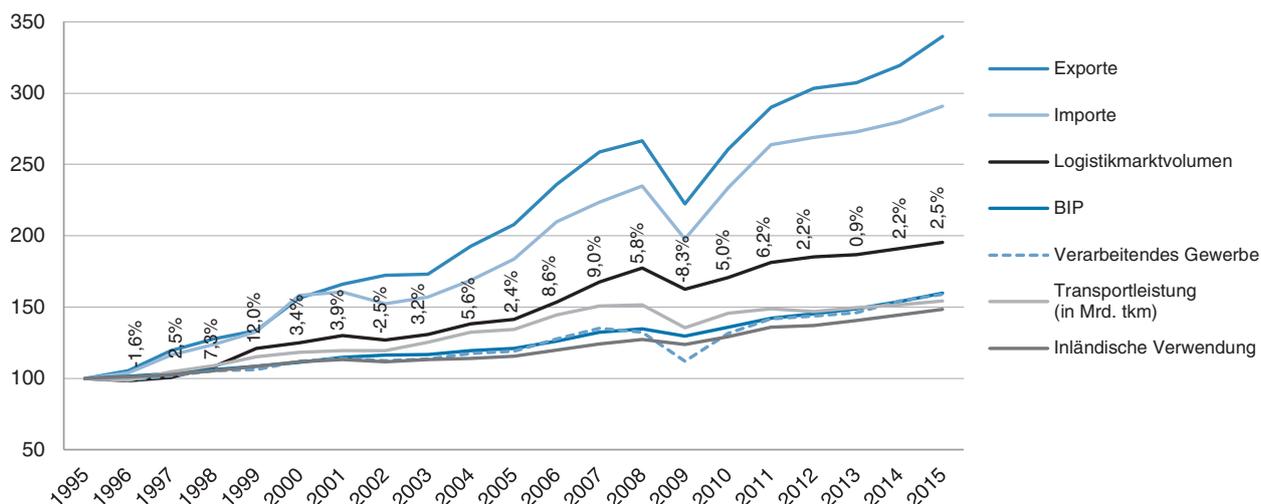
Dieses moderate Wachstum verwundert aufgrund fehlender Impulse aus dem globalen Handelsumfeld kaum. Freilich haben wir es mit einem erfreulichen E-Commerce-Wachstum zu tun, freilich gibt es kleinere Impulse aufgrund der Immigration nach Deutschland, aber wirklich umfassende Effekte blieben in den letzten Jahren aus. Die Globalisierung flacht ab, auch wenn Tonnagen steigen und die Logistik filigraner wird und sich weiter zum Kunden hin erstreckt (Stichwort „E-Commerce“). Die Transportleistung wächst verhalten, Preise für Diesel sind gefallen, Löhne zuletzt moderat gestiegen.

Stand 2015: ein Logistikwirtschaftsvolumen von rund 253 Mrd. € in Deutschland

Hierbei muss darauf hingewiesen werden, dass ein Schätzfehler im einstelligen Prozentbereich ($\pm 5\%$) nicht ausgeschlossen werden kann.

Die Zeitreihe seit der ersten Veröffentlichung dieser Zahl im Jahre 1995 zeigt die nachfolgende Abbildung. Mit einem Wachstum von rund 2,5% im Vergleich zum Vorjahr wächst die Logistik 2015 moderat und etwas stärker als das BIP, für das vom Statistischen Bundesamt für 2015 ein Wachstum von rund 1,7% angegeben wird.

Logistikvolumen im Vergleich zu volkswirtschaftlichen Kenngrößen
Darstellung indiziert (1995=100)

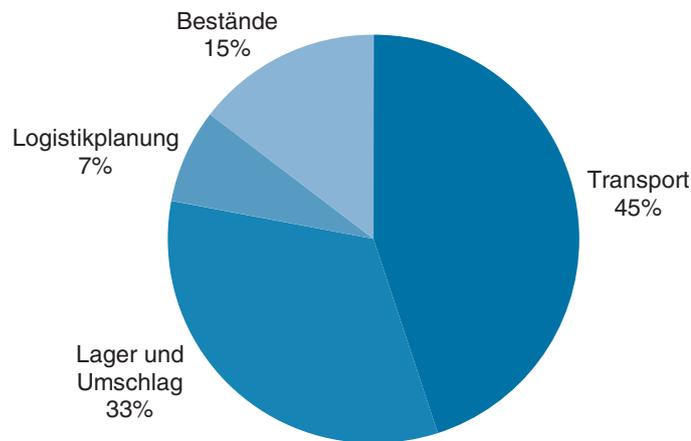


Quelle: StatBa, eigene Berechnungen, Fraunhofer SCS

Auf einen Blick: Logistikkostenmix und Anteile der Werkslogistik und gewerblicher Logistik

Die Abbildung zeigt den Logistikkostenmix anhand des Logistikvolumens in Deutschland nach Leistungsart in Prozent.

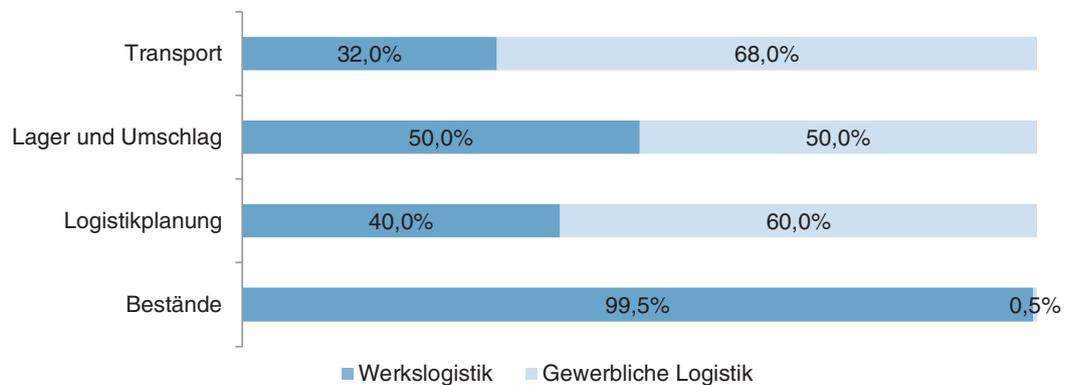
Logistikvolumen in Deutschland nach Leistungsart in Mrd. Euro



Quelle: Fraunhofer SCS

Die Anteile der Fremdvergabe der Kostenarten werden in der folgenden Abbildung gezeigt. In der Transportlogistik nimmt die gewerbliche Logistik rund 68% des Volumens ein. Auch in Lager und Umschlag sowie in der Logistikplanung sind hohe Anteile bereits fremdvergeben an Logistikdienstleister. Anders bei den Beständen. Diese liegen nahezu vollständig bei Industrie und Handel.

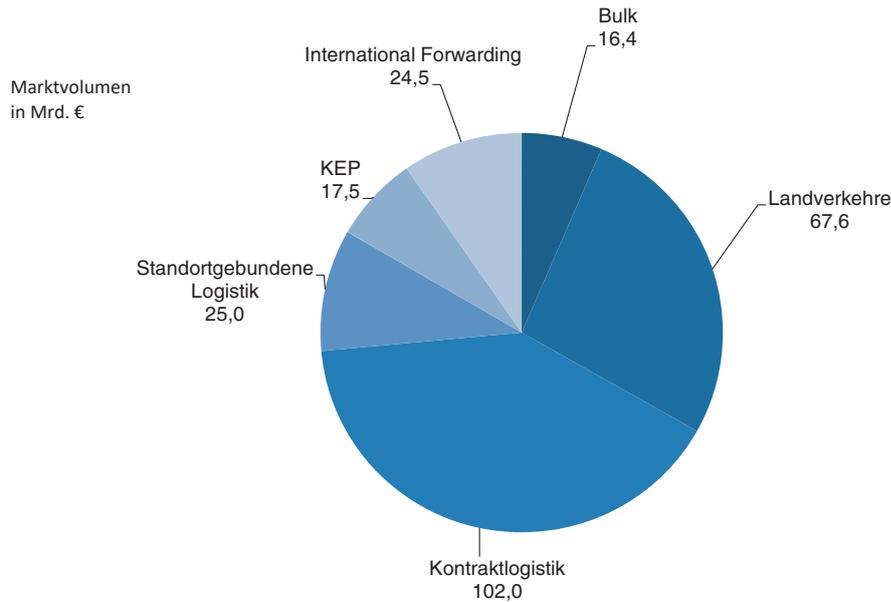
Werkslogistik und Gewerbliche Logistik (Anteile am Volumen der Teilbereiche)



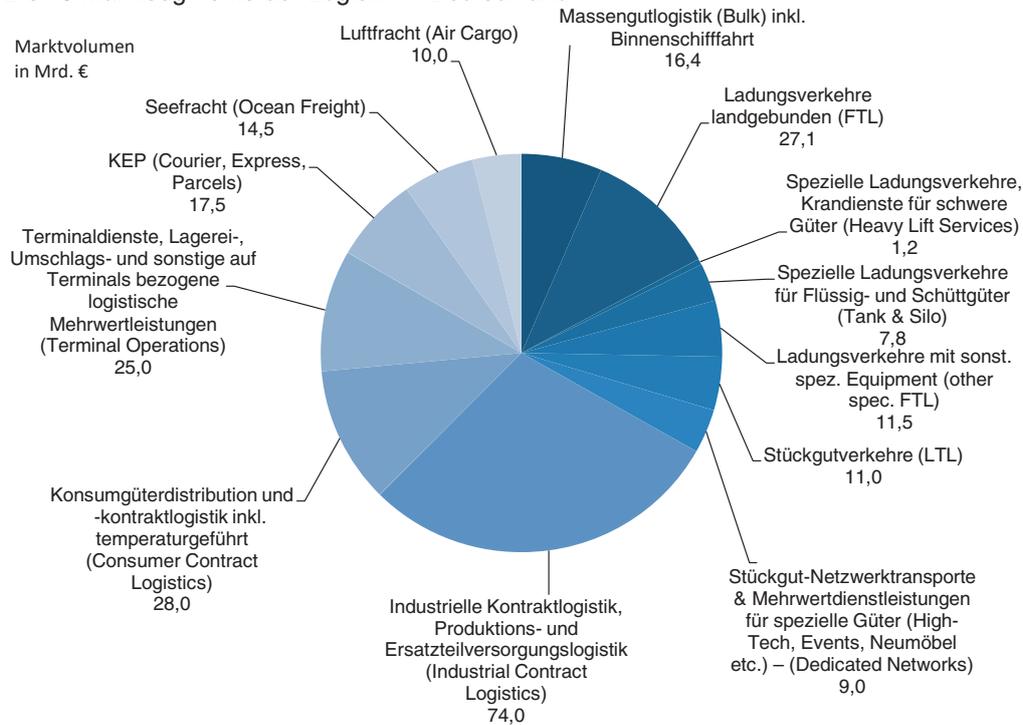
Quelle: Fraunhofer SCS

Die Logistikteilmärkte in Deutschland

Die sechs Marktbereiche der Logistik in Deutschland



Die 13 Marktsegmente der Logistik in Deutschland



Quelle: Fraunhofer SCS

Die Top 10 im deutschen Landverkehr – allgemeine und spezielle Stückgut- und Ladungsverkehrsdienstleistungen

Der Marktbereich „Landverkehre“ umfasst alle Ladungs- und Stückgutverkehre zusammengefasst:

- Ladungsverkehre landgebunden (FTL)
- Spezielle Ladungsverkehre, Krandienste für schwere Güter (Heavy Lift Services)
- Spezielle Ladungsverkehre für Flüssig- und Schüttgüter (Tank und Silo)
- Ladungsverkehre mit sonst. spez. Equipment (other spec. FTL)
- Stückgutverkehre (LTL)
- Stückgut-Netzwerktransporte und Mehrwertdienstleistungen für spezielle Güter (High-Tech, Events, Neumöbel, etc.) – (Dedicated Networks)

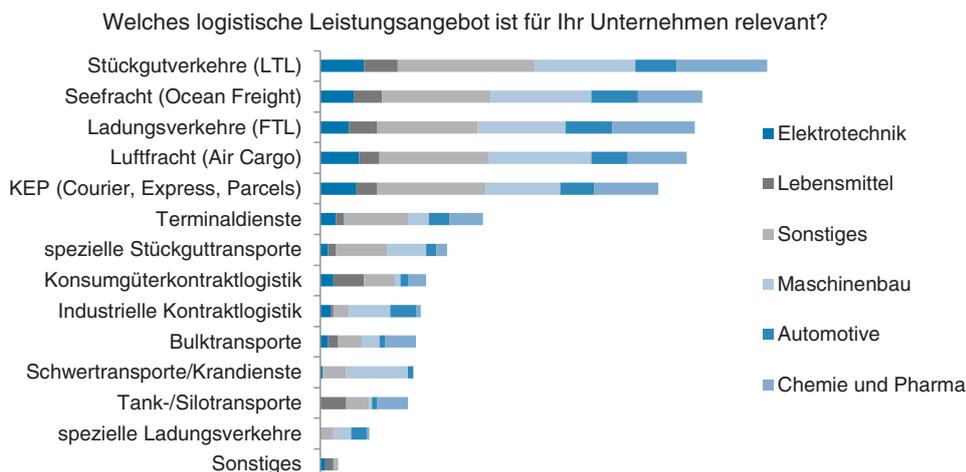
Zusammengefasst erzeugen diese logistischen Leistungen ein Kostenvolumen von rund 68 Mrd. € und vereinen rund ein Viertel des Kostenvolumens der Logistikwirtschaft in Deutschland auf sich. Diese transportintensiven Bereiche werden von beinahe jedem der großen Player im Logistikdienstleistungsbereich bearbeitet.

Rang	Unternehmen	Umsatz Landverkehr Deutschland (in Mio. €)	Ladungsverkehre (FTL)				Stückgutverkehre (LTL)		Anteil an gesamtem Logistikkumsatz des Unternehmens in Deutschland (in Prozent)	Logistikkumsatz Deutschland gesamt (in Mio. €)	Kommentar	Datenqualität
			Ladungsverkehre (FTL) (in Mio. €)	Spezielle Ladungsverkehre, Krandienste für schwere Güter (in Mio. €)	Spezielle Ladungsverkehre für Flüssig- und Schüttgüter (Tank u. Silo) (in Mio. €)	Ladungsverkehre mit sonstigem speziellem Equipment (in Mio. €)	Stückgutverkehre (FTL) (in Mio. €)	Stückgut-Netzwerktransporte und Mehrwertdienstleistungen für spezielle Güter (in Mio. €)				
1	Deutsche Bahn AG	3.870	2.150	30	310	480	870	30	53	7.260	stark diversifiziert	***
	DB Schenker (Geschäftsfeld der DB AG)	2.030	1.100	30			870	30	52	3.900	Teil der DB AG	***
	DB Cargo Deutschland AG (Geschäftsfeld der DB AG)	1.840	1.050		310	480			55	3.360	Teil der DB AG	***
2	Dachser SE	1.460	260				1.200		50	2.980	allgemeine Landverkehre (LTL, FTL)	**
3	Deutsche Post DHL (Group)	1.000	350				650		11	9.000	allgemeine Landverkehre (LTL, FTL)	**
4	Rhenus SE & Co. KG	675	65	30			380	200	28	2.420	diversifiziert	***
5	DSV Deutschland	565	190				375		58	977	allgemeine Landverkehre (LTL, FTL)	***
6	Hellmann Worldwide Logistics GmbH & Co. KG	537	125				412		41	1.315	allgemeine Landverkehre (LTL, FTL)	***
7	Kuehne + Nagel (AG & Co.) KG	470	170	40			260		17	2.710	allgemeine Landverkehre	**
8	LKW WALTER Internationale Transportorganisation AG (AT)	332	332						100	332	FTL-Spezialist	***
9	Emons Holding GmbH & Co. KG (Emons Gruppe)	275	55				220		79	350	allgemeine Landverkehre (LTL, FTL)	***
10	Captrain Deutschland GmbH	259	138		121				81	321	Landverkehre, Schiene	***
	Summe TOP 10	9.443	3.835	100	431	480	4.367	230	52	27.665		
		Umsatzanteil des Landverkehrs an Gesamtumsatz der Unternehmen (Mittelwert)										

Fast zwei Drittel dieses Marktbereiches sind an Logistikdienstleister vergeben. 2015 verzeichnen die Top 10 einen Umsatz von 9,4 Mrd. € und vereinen damit rund ein Fünftel des Umsatzes, der im Segment fremdvergeben ist, auf sich. Der größte, stark diversifizierte Player ist die DEUTSCHE BAHN mit ihren Töchtern DB SCHENKER und DB CARGO mit einer Umsatzsumme von 3,9 Mrd. €. Weitere Unternehmen mit mindestens 1 Mrd. € Umsatz sind DACHSER und DHL, die vor allem allgemeine Landverkehre, wie Leistungen in allgemeinem Stückgut und im allgemeinen Ladungsverkehr durchführen. Erwähnenswert ist zudem LKW WALTER als Spezialist für Ladungsverkehre, sowie CAPTRAIN, die neben den Landverkehren auch über die Schiene operiert. Mit EMONS findet sich auch ein Stückgut- und Ladungsverkehrsspezialist im Ranking wieder, der bei vielen Kooperationen im Stückgut ein begehrter Partner ist. Aufgrund der Unternehmensgröße ist er in diesen von Kostendruck und hohem Wettbewerb geprägten Marktsegmenten erfolgreich.

Für LKW WALTER, EMONS und CAPTRAIN stellt der Landverkehr das beinahe einzige Standbein im Leistungsportfolio dar – siehe die hohen Umsatzanteile vom Unternehmensgesamtumsatz. Die übrigen Dienstleister im Ranking sind stärker diversifiziert auch in logistische Teilmärkte fernab des Landverkehrs.

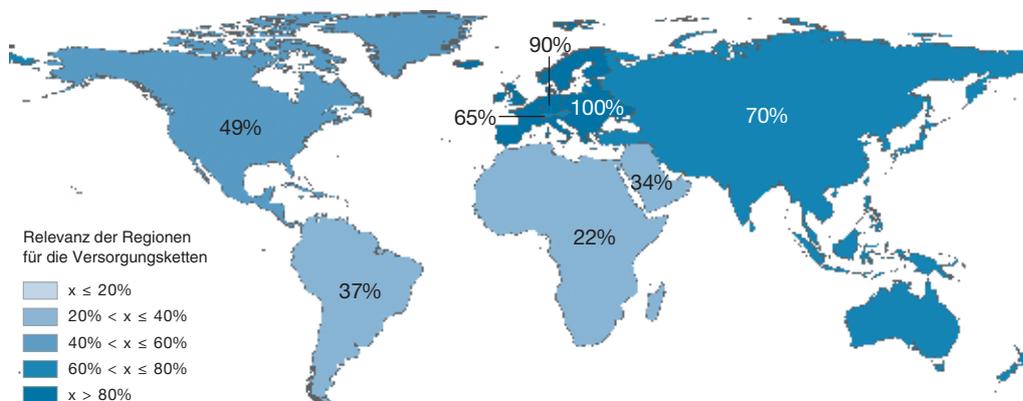
Branchenkompetenz als Logistikstrategie



Quelle: Fraunhofer SCS

Die Abbildung zeigt die Relevanz einzelner Logistikdienstleistungen für die Branchen. Stückgutverkehre wurden von den Verladern am häufigsten als genutzte Logistikdienstleistung genannt. Von insgesamt 1057 Nennungen entfielen 173 auf diese Leistung, was einen Anteil von 16% an der Gesamtheit ausmacht. Mit Recht können Stückgutleistungen als das Rückgrat der Industrie bezeichnet werden. Die Seefracht, gefolgt von Ladungsverkehren, der Luftfracht und Leistungen der KEP-Dienstleister, ist ebenfalls von hoher Bedeutung. Diese Dienstleistungen stellen ein Bündel allgemeiner, wenig spezifischer Logistikdienstleistungen dar, die im Logistikmix global verteilter Unternehmen fast immer auftauchen. Ebenso sind dies Dienstleistungen mit tendenziell hohen Graden der Fremdvergabe der Leistungen.

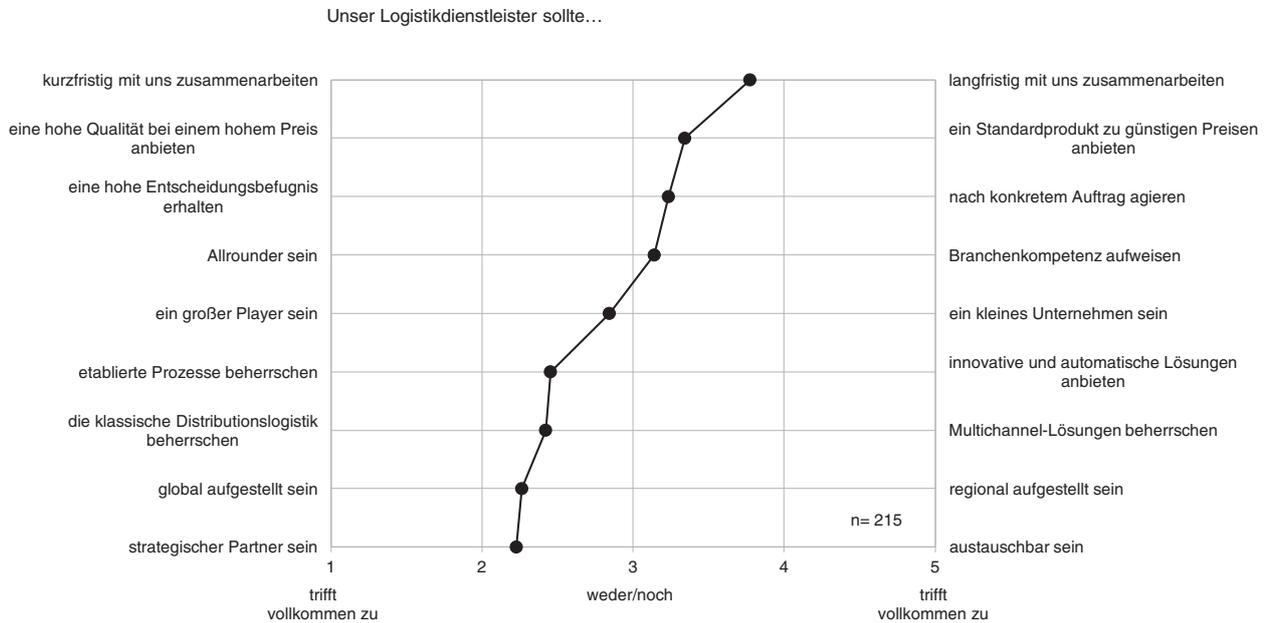
Relevanz der Regionen in den Versorgungsketten der deutschen Industrien



Quelle: Fraunhofer SCS

Asien ist für 70% der Befragten eine wichtige Region, vor allem als Zulieferland. Auch Nordamerika weist eine erwartungsgemäß hohe Bedeutung auf. Weniger von Belang scheinen Südamerika, der Nahe Osten und insbesondere Afrika, das die geringste Relevanz besitzt.

Logistikpartner gesucht! – Die Wünsche der Industriebranchen an ihre Logistikdienstleister



Quelle: Fraunhofer SCS

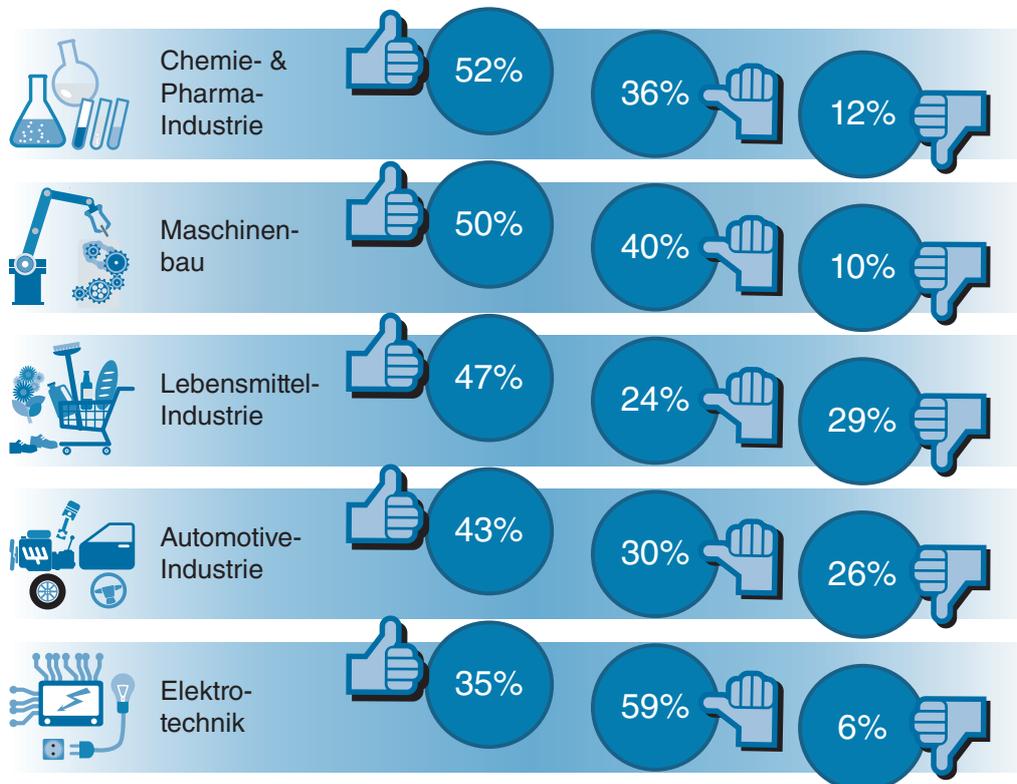
Die größte Diskrepanz innerhalb der Branchen zeigt sich beim Thema „Klassische Distributionslogistik vs. Multichannel“: Während der Bereich Chemie und Pharma sowie die Lebensmittelindustrie auf klassische Fachkenntnis setzen, sucht die Automotive-Industrie gefolgt von der Elektrotechnik am ehesten nach Multichannel-Lösungen.

Gespalten sind auch die Meinungen zum Thema „Etablierte Prozesse vs. innovative und automatische Lösungen“. Gerade hier zeigt sich die Affinität der Branchen zu den Zukunftsthemen Digitalisierung, Automatisierung, Industrie 4.0 usw. Alle Branchen bevorzugen Logistikdienstleister, die etablierte Prozesse beherrschen, vor denen, die innovative und automatische Lösungen anbieten. Die Lebensmittelindustrie zeigt eine sehr konservative Einstellung und setzt vor allem auf das Beherrschen etablierter Prozesse. Am weitesten hin zu innovativen und automatischen Lösungen tendiert die Automotive-Industrie.

Auch die Fristigkeit der Zusammenarbeit ist nicht in allen Branchen gleich. Der Maschinenbau und die Automotive-Industrie weisen Werte auf, die eine Tendenz zu kurzfristigeren Partnerschaften andeuten. Die Diagramme in der Studie enthalten jeweils Datenpunkte und Auswertungen für die Gesamtstichprobe sowie für alle berücksichtigten Branchen: Automotive, Chemie und Pharma, Elektrotechnik, Lebensmittel, Maschinenbau sowie Sonstige.

Die Innovationsstärke der Logistikdienstleister in Deutschland

Logistikdienstleister sind innovative Unternehmen



Quelle: Fraunhofer SCS

Von den Bereichen Chemie und Pharma sowie Maschinenbau werden die Logistikdienstleister im Vergleich am stärksten als innovativ eingeschätzt, mit einem Zustimmungswert von 50% bzw. knapp darüber. Ebenfalls ist die Verneinung mit rund 10% jeweils sehr schwach ausgeprägt. Die Elektrotechnik-Industrie scheint indifferent. Knapp 60% der Befragten schätzen die Logistikdienstleister weder als innovativ noch als nicht innovativ ein.

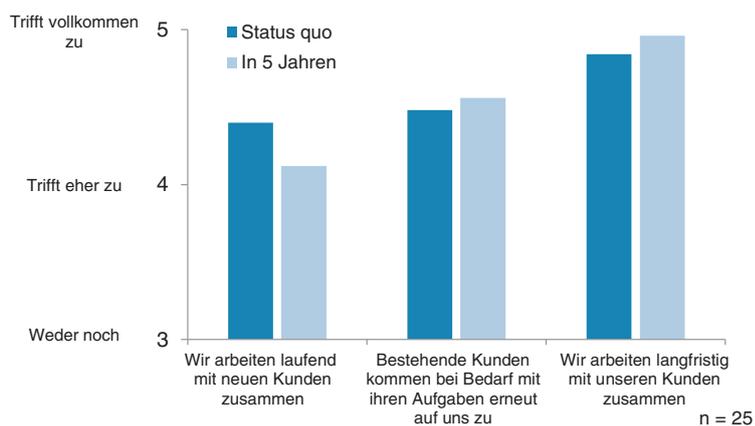
Die meisten Negativantworten gab es sowohl in der Lebensmittel- als auch in der Automotive-Industrie. Jeweils über ein Viertel der Befragten in diesen Branchen verneinen, dass Logistikdienstleister als innovative Unternehmen gelten können. In beiden Branchen liegen andererseits die Zustimmungswerte bei über 40%, was durchaus ein gutes Ergebnis darstellt. Sucht man aber nach Verbesserungspotenzialen, so lassen sich diese dort vermuten, wo die Verneinungsquote am höchsten ausfällt.

Erhebung im Telematik-Lösungsanbietermarkt – Marktstrukturen und Ausblick

Telematik-Anbieter setzen auf Kundenbindung

Die Abbildung spiegelt die Beziehungen von Telematik-Anbietern zu ihren Kunden aktuell (Status quo) und in Zukunft (in 5 Jahren) wider. Die Befragten gaben an, wie bedeutsam die jeweilige Form der Zusammenarbeit mit ihren Kunden auf einer Skala von 1 („trifft überhaupt nicht zu“) bis 5 („trifft vollkommen zu“) für ihr Unternehmen ist.

Bitte bewerten Sie die verschiedenen Formen der Zusammenarbeit mit Ihren Kunden aktuell und in der Zukunft



Generell wurden von den Befragten alle Arten der Zusammenarbeit mit ihren Kunden als bedeutsam eingestuft, sowohl aktuell als auch in fünf Jahren.

Die Balkenpaare im obigen Diagramm stellen die Unterschiede in der Relevanz der Zusammenarbeit mit Kunden heute und in fünf Jahren dar. Eine Abnahme zeigt sich im ersten Balkenpaar bei der Ausprägung „Wir arbeiten laufend mit neuen Kunden zusammen“. Für die Zukunft wird hier von einem leichten Rückgang der Bedeutung ausgegangen. Offensichtlich nehmen die Befragten an, dass der Kundenstamm in fünf Jahren größer oder der Großteil der relevanten Nachfrager bekannt sein wird, so dass das Neugeschäft im Vergleich zur Pflege des Kundenstamms weniger bedeutend wird.

Die Bedeutung der erneuten Zusammenarbeit mit bestehenden Kunden und langfristige Kundenbeziehungen werden für den Zeitraum in fünf Jahren als wichtiger eingeschätzt als heute. Zwar sind die Differenzen in der Bewertung gering, jedoch ist die Tendenz in der Einschätzung der Befragten eindeutig. Die Strategie der Telematik-Anbieter sollte demnach sein, ihre Kundenbeziehungen so zu steuern, dass profitable Kunden gewonnen und die Kundenbeziehungen weiterentwickelt sowie langfristig gefestigt werden.

Die „Top 100“-Liste 2015

Rang	Unternehmen	Datenqualität	Logistikumsatz in Deutschland 2015 (in Mio. €)
1	Deutsche Post DHL (Group) (DE)	**	9.000
2	Deutsche Bahn AG (DB AG) (DE)	***	7.260
3	Kuehne + Nagel (AG & Co.) KG (DE)	**	2.710
4	Dachser SE (DE)	**	2.600
5	Rhenus SE & Co. KG (DE)	***	2.420
6	Volkswagen Konzernlogistik GmbH & Co. OHG (DE)	*	1.850
7	Hermes Europe GmbH (DE)	***	1.800
8	DPD Dynamic Parcel Distribution GmbH & Co. KG (DE)	***	1.600
9	United Parcel Service Deutschland Inc. & Co. OHG (DE)	*	1.550
10	Panalpina Welttransport (Deutschland) GmbH (DE)	**	1.430
Zwischensumme TOP 10			32.220
11	Hellmann Worldwide Logistics GmbH & Co. KG (DE)	***	1.315
12	Arvato (DE)	*	1.250
13	Kraftverkehr →Nagel GmbH & Co. KG (DE)	**	1.100
14	DSV Deutschland (DE)	***	977
15	BLG Logistics Group AG & CO. KG (DE)	***	859
16	Deutsche →Lufthansa Aktiengesellschaft (DE)	**	826
17	Imperial Logistics International B.V. & Co. KG (DE)	***	806
18	General Logistics Systems Germany GmbH & Co. OHG (DE)	**	790
19	Hamburger Hafen und Logistik AG (→HHLA) (DE)	**	770
20	TNT Express GmbH (DE)	***	752
21	Hans →Geis GmbH + Co. KG (DE)	***	653
22	Hapag-Lloyd Aktiengesellschaft (DE)	*	620
23	Fr. →Meyer's Sohn (GmbH & Co.) KG (DE)	**	600
24	Schnellecke Group AG & Co. KG (DE)	**	561
25	METRO LOGISTICS Germany GmbH (DE)	*	525
Zwischensumme TOP 25			44.624

Bezug:

Verlag: DVV Media Group, Hamburg
 Erscheinungstermin: Oktober 2016
 ISBN: 978-3-87154-580-1
 Preis: 580 Euro inkl. Mehrwertsteuer
 Sprache: Deutsch
 Geb. Ausgabe: 460 Seiten
 100 Abbildungen, 42 Tabellen,
 150 Unternehmensprofile
 Bestellung: www.dvz.de/top-100.html

Martin Schwemmer
 Nordostpark 93
 90411 Nürnberg
 Telefon +49(0) 9 11-58 061-95 60
 Fax +49(0) 9 11-58 061-95 99
martin.schwemmer@scs.fraunhofer.de
www.scs.fraunhofer.de



Fraunhofer

IIS