

STIMMUNGS- UND ENTWICKLUNGSBAROMETER INTRALOGISTIK 2019/2020

STUDIENERGEBNISSE

1 RAHMENBEDINGUNGEN UND TEILNEHMERSTRUKTUR DER STUDIE

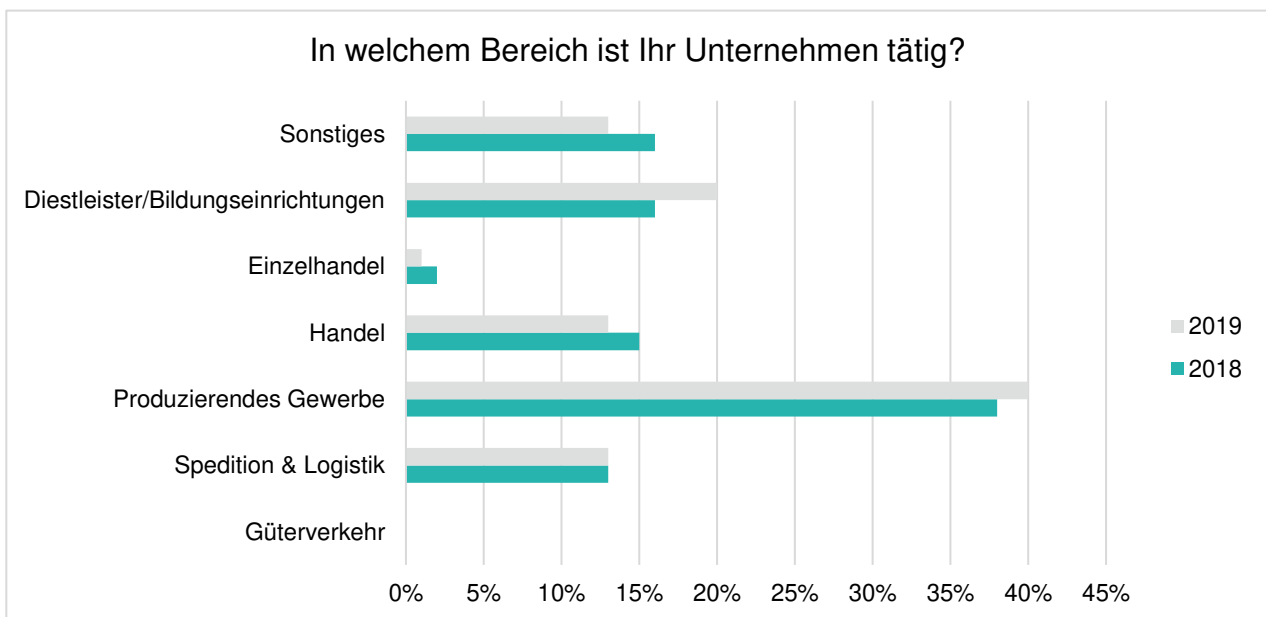
Das Logistikplanungs- und Beratungsunternehmen IWL AG untersuchte zum Ende des Jahres 2019 die aktuelle Stimmung und zukünftige Entwicklung von Unternehmen aus dem eigenen Kontaktstamm. Damit ist das „IWL Stimmungs- und Entwicklungsbarometer Intralogistik“ die Fortsetzung der alljährlichen Intralogistikstudie. Die Umfrage wird jährlich zum Ende des Kalenderjahres durchgeführt.

Teilnehmerstruktur

Die vorliegende Studie basiert auf einer Onlinebefragung, an der 138 Unternehmensvertreter aus der Logistik-Branche teilnahmen. Die Teilnehmerstruktur setzt sich wie folgt zusammen:

Unternehmensbereiche – mehr als ein Drittel aus dem produzierenden Gewerbe

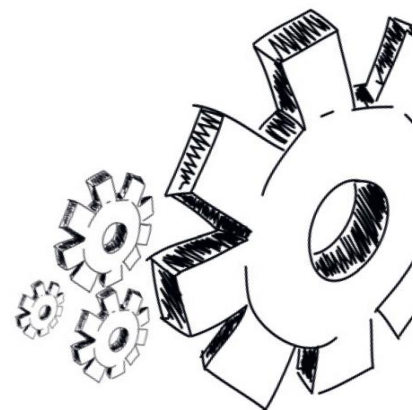
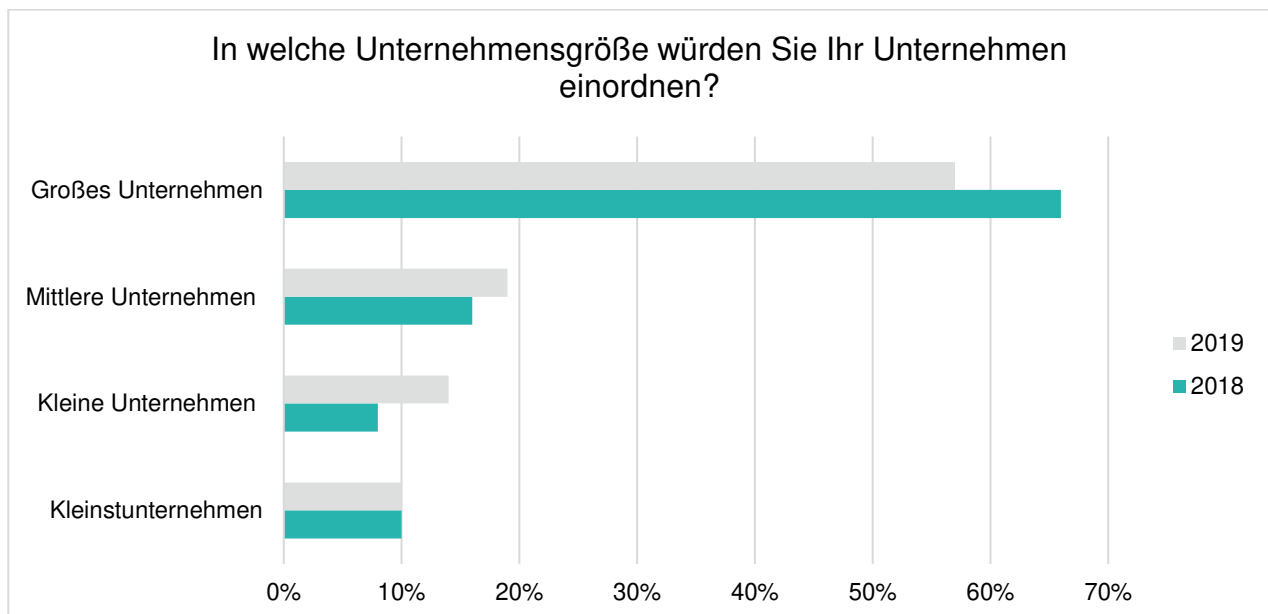
Aus der Umfrage ging hervor, dass der größte Teil der teilgenommenen Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe (40%) stammen. Die Branchen Spedition & Logistik, Handel, Dienstleister/Bildungseinrichtungen und Sonstiges sind zwischen 13 – 20% gleichmäßig vertreten. Besonders wenige Teilnehmer gab es aus den Bereichen Einzelhandel und Güterverkehr. Verglichen mit dem Jahr 2018 gab es im Jahr 2019 keine auffallenden Änderungen.



Unternehmensgröße – hauptsächlich große Unternehmen gaben Ihre Stimme ab

Bei der Studie hatten die Teilnehmer die Möglichkeit zwischen vier Unternehmensgrößen auszuwählen. Diese wurden wie folgt definiert:

- Kleinstunternehmen (< 10 MA, < 2 Mio. Jahresumsatz)
- Kleine Unternehmen (< 50 MA, < 10 Mio. Jahresumsatz)
- Mittlere Unternehmen (< 250 MA, < 50 Mio. Jahresumsatz)
- Große Unternehmen (> 250 MA, > 50 Mio. Jahresumsatz)



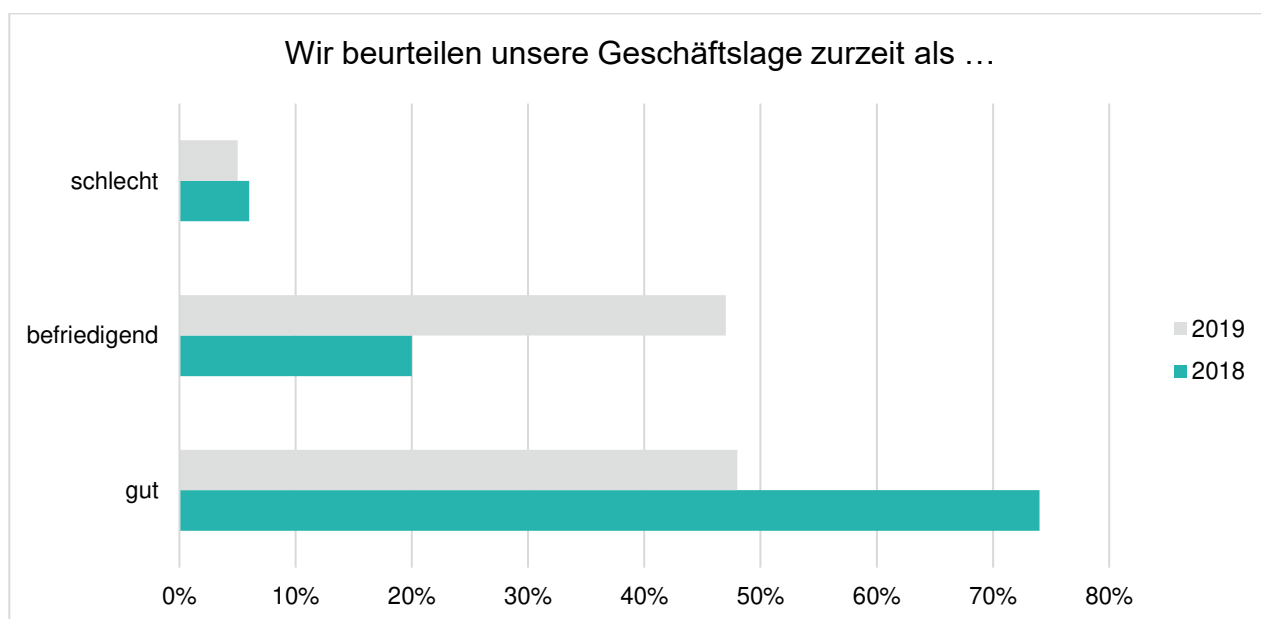
2 GESCHÄFTSLAGE UND ENTWICKLUNG DER UNTERNEHMEN

Nach Einordnung der Unternehmen in Branche und Unternehmensgröße, wurde ein subjektiver Eindruck der Teilnehmer zur aktuellen Stimmung und der allgemeinen Situation des laufenden Geschäftsjahres abgefragt. Das Gesamtergebnis lässt auf eine, im Vergleich zum Vorjahr, gedämpfte, jedoch gute Stimmungslage zurückschließen.

Geschäftslage – weniger als die Hälfte beurteilen die Situation als gut

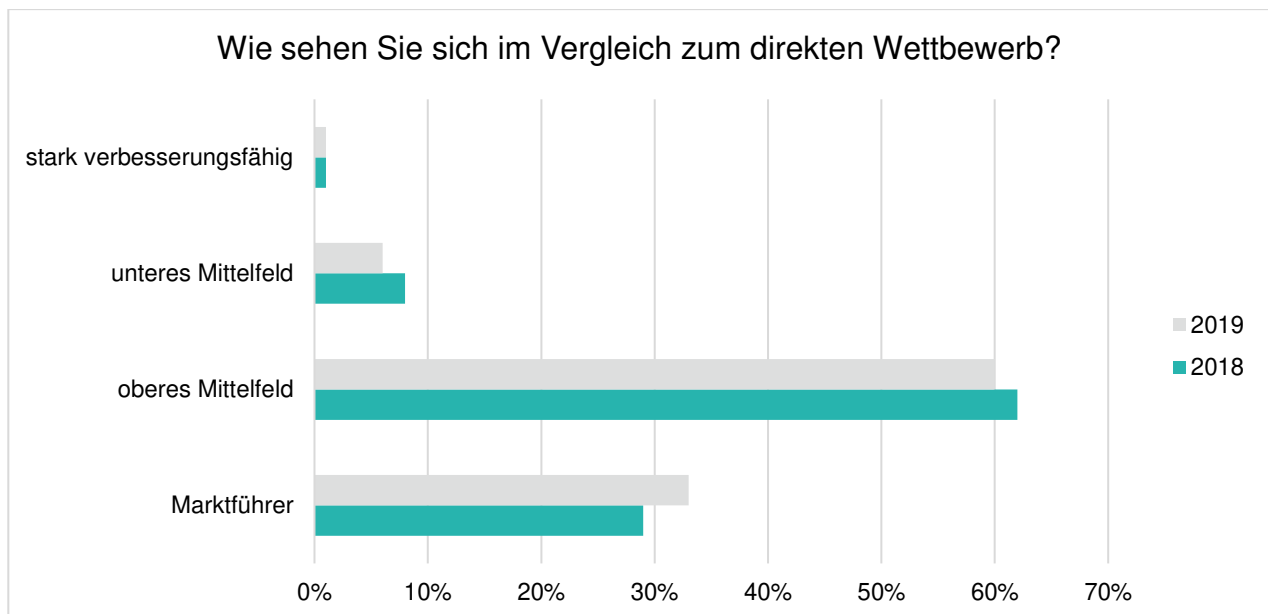
Bei den Umfrageteilnehmern ist die Gesamtstimmung deutlich negativer als im Vergleich zur Befragung im letzten Jahr. Im Jahr 2018 wurde die aktuelle Situation von 74% der Teilnehmer als gut eingeschätzt, während im Jahr 2019 nur noch 48% der Teilnehmer diese Meinung teilen.

Dementsprechend beurteilen knapp mehr als die Hälfte der Teilnehmer die Situation als befriedigend oder sogar als schlecht. Bei den negativen Einschätzungen sind keine rückschlüssigen Häufungen auf bestimmte Regionen oder Branchen zu erkennen.



Position am Markt – Selbsteinschätzung bleibt weiterhin sehr positiv

93% der Teilnehmer sehen das eigene Unternehmen im oberen Mittelfeld (60%) oder sogar als Marktführer (33%) auf dem Markt. Die Einschätzung der Teilnehmer hat sich im Vergleich zum Jahr 2018 kaum verändert. Es gab nur eine kleine Verschiebung im unteren Mittelfeld in Richtung Marktführer bzw. oberes Mittelfeld. Demnach gibt es im Jahr 2019 mehr Teilnehmer, welche sich als Marktführer oder im oberen Mittelfeld einschätzen. Dies kann aber auch an einer veränderten Teilnehmerstruktur der Umfrage liegen.

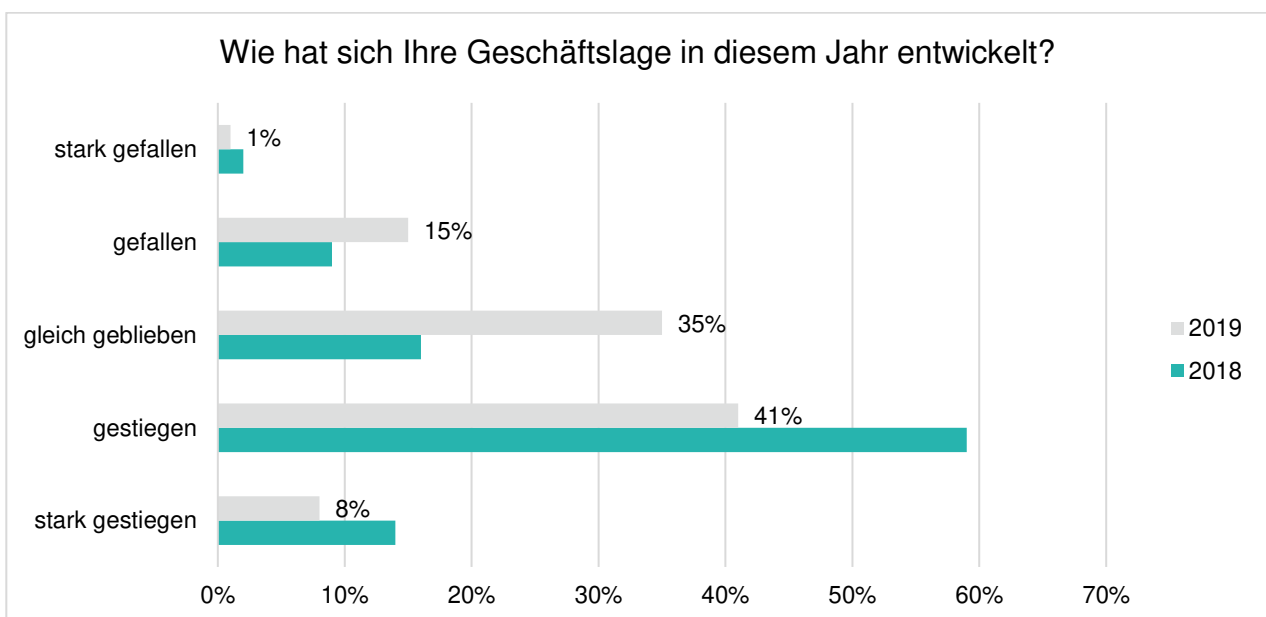


Entwicklung der Geschäftslage in 2019 – der Trend zeigt nach unten

Auch bei der Entwicklung der Geschäftslage zeigt sich im Vergleich zum Vorjahr ein negativer Trend. Bei 49% der Befragten ist die Geschäftslage gestiegen oder stark gestiegen. Es ist ein Rückgang spürbar, jedoch kann die Geschäftslage immer noch als positiv eingeordnet werden.

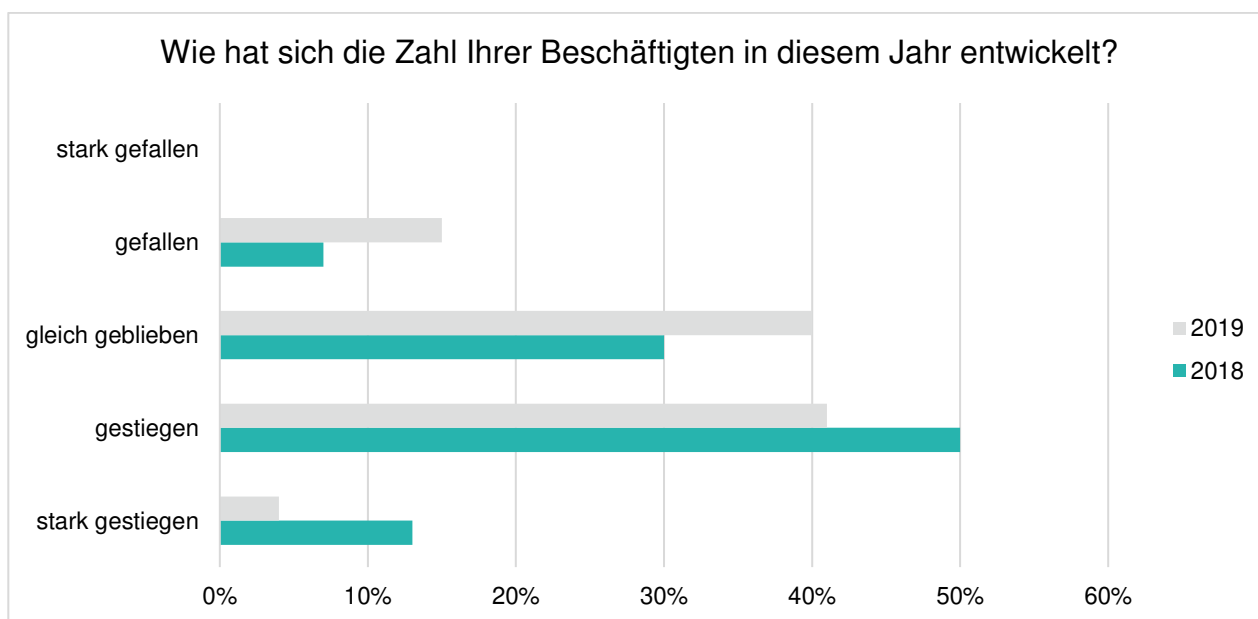
Anstiege sind insbesondere bei Unternehmen im oberen Mittelfeld bzw. bei Marktführern zu erkennen. Diese können jedoch keinem speziellen Bereich zugeordnet werden, sondern sind über alle Bereiche verstreut. Diese Unternehmen werden nicht bzw. nur wenig von den Auswirkungen des Brexits und des Wirtschaftskrieges zwischen USA und China beeinflusst. Zudem haben diese Unternehmen keinen Mangel an Arbeitskräften und die Nachfrage nach deren Produkten ist weiterhin gestiegen bzw. sogar stark gestiegen.

Rückgänge verzeichnen weiterhin vor allem mittelständische und große Produktionsunternehmen und Handelsunternehmen aus Baden-Württemberg und Bayern. Ein Grund dafür könnte die fallende bzw. stark fallende Nachfrage nach deren Produkten sein. Ursache dafür könnte wiederum ein weiterhin stärker werdender Fokus auf die Elektromobilität sein, der die Situation der Automotive-Zulieferer maßgeblich beeinflusst.



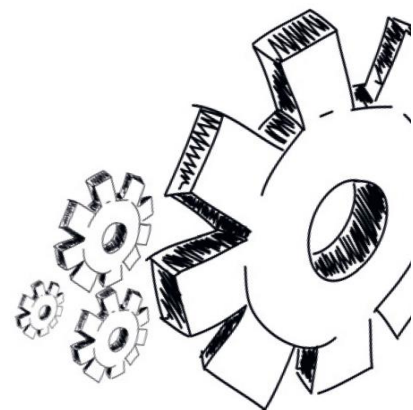
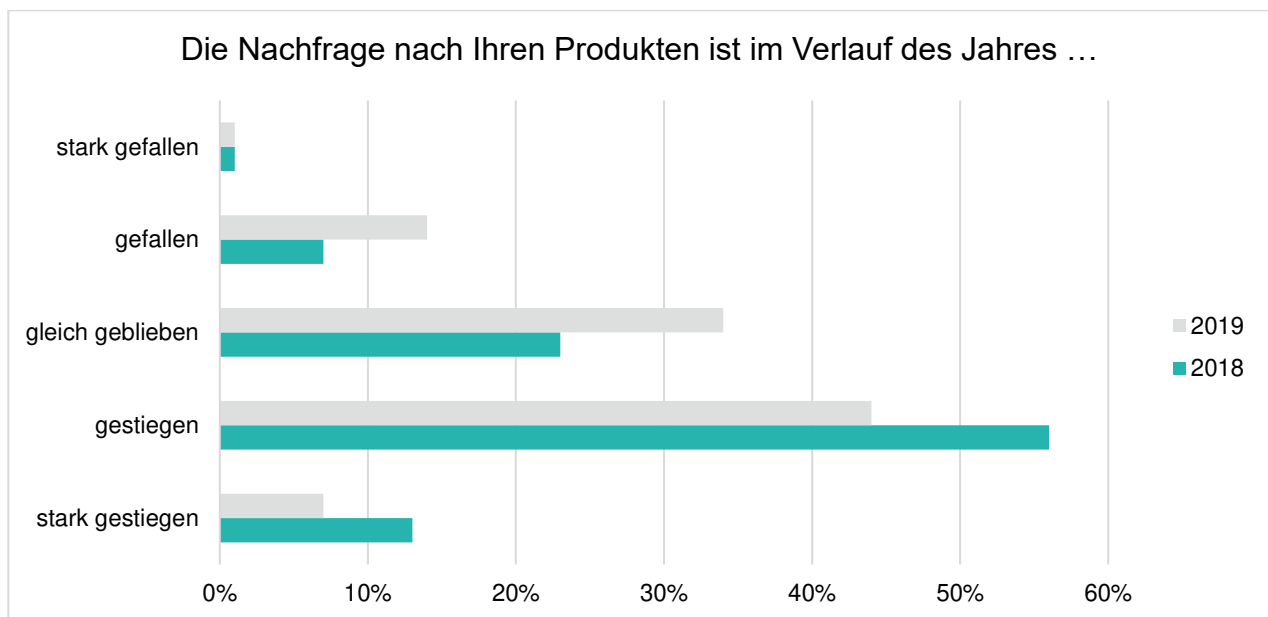
Personalstruktur 2019 – vorsichtiges Wachstum

45% der befragten Unternehmen berichten von einem Personalaufbau. Genau 40% gibt an, die Zahl der Beschäftigten gehalten zu haben. 15% der Teilnehmer geben einen gefallen Personalstand an. Diese Unternehmen hatten jedoch auch bereits einen Rückgang in Geschäftsentwicklung und in der Nachfrage an den eigenen Produkten angegeben. So lassen die Angaben den Rückschluss zu, dass die Personalzahlen nicht strategisch, sondern reaktiv der Geschäftsentwicklung angepasst wurden.



Nachfragesituation – die Hälfte der Unternehmen verkaufen im Jahr 2019 mehr Ihrer Produkte als im Vorjahr

Trotz einem spürbaren Rückgang haben noch über 50% aller befragten Unternehmen eine Absatzsteigerung zum Vorjahr erreichen können. Knapp 35% gaben eine gleichbleibend starke Nachfrage an. Unternehmen mit Nachfrage-Plus sind vor allem große Unternehmen, die sich selbst als Marktführer sehen. Rückschlüsse auf die teilweise geringere Nachfrage sind kaum möglich – es gibt keine signifikanten Häufungen in bestimmten Gruppen.

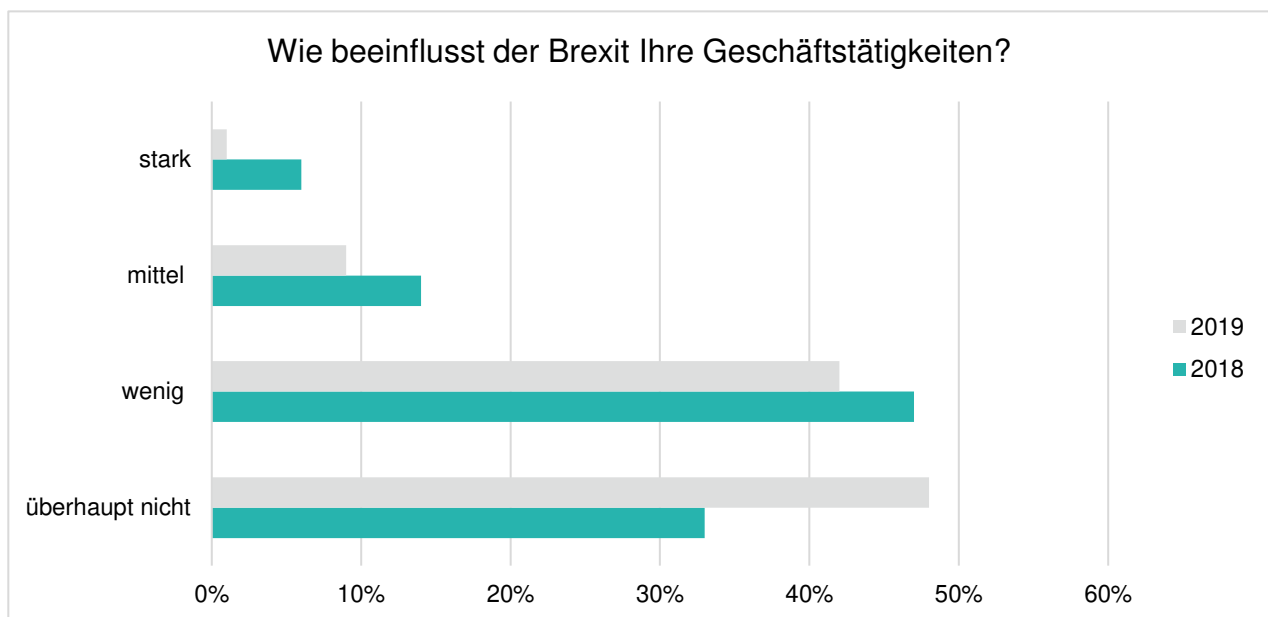


3 EINFLUSS DER POLITISCHEN SITUATION AUF DIE EIGENE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Nach der allgemeinen Einschätzung der Unternehmen zum Geschäftsjahr, wurde der Einfluss von aktuellen politischen Entwicklungen auf das eigene Geschäft abgefragt. Bis auf den akuten Arbeitskräftemangel, scheinen die im Moment thematisierten Ereignisse die Unternehmen nur in wenigen Fällen zu belasten. Der Arbeitskräftemangel hat sich im Zuge der etwas geringeren Geschäftslage im Vergleich zum Vorjahr entspannt.

Brexit – 90% der Teilnehmer sind wenig oder gar nicht betroffen

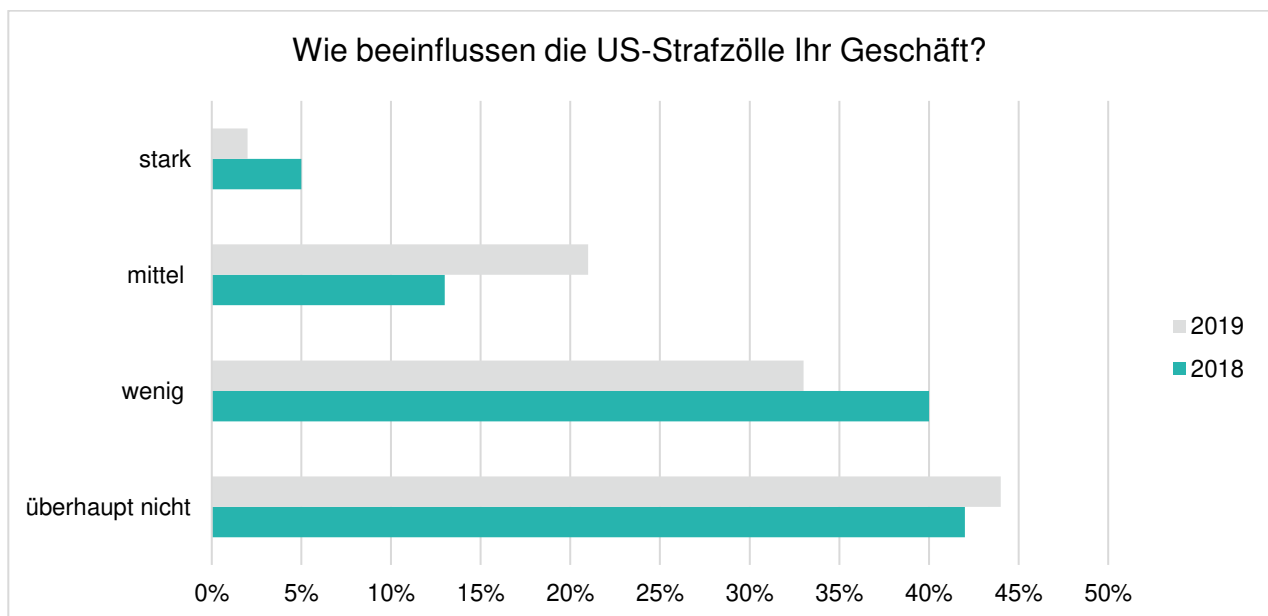
Der größte Anteil der Teilnehmer gab an, dass die eigene Geschäftstätigkeit durch den drohenden Austritt des Vereinigten Königreiches aus der Europäischen Union wenig oder sogar überhaupt nicht beeinflusst ist. Die verbleibenden 10%, die einen mittleren oder sogar starken Einfluss auf die Geschäfte angaben, sind vor allem große, international agierende Konzerne. Der Mittelstand bleibt von der Debatte weiterhin unbeeindruckt. Im Vergleich zum Jahr 2018 sind sogar noch weniger Unternehmen der Meinung, dass der Brexit die eigenen Geschäftstätigkeiten beeinflussen wird.



Handelskonflikt USA – vor allem metallverarbeitende Unternehmen spüren die Sanktionen

Durch die „America First“-Politik leiden in Deutschland vor allem metallverarbeitende und produzierende Unternehmen. Einzelne Unternehmen aus dem Handelsbereich geben ebenfalls einen Einfluss auf Ihre Geschäfte an.

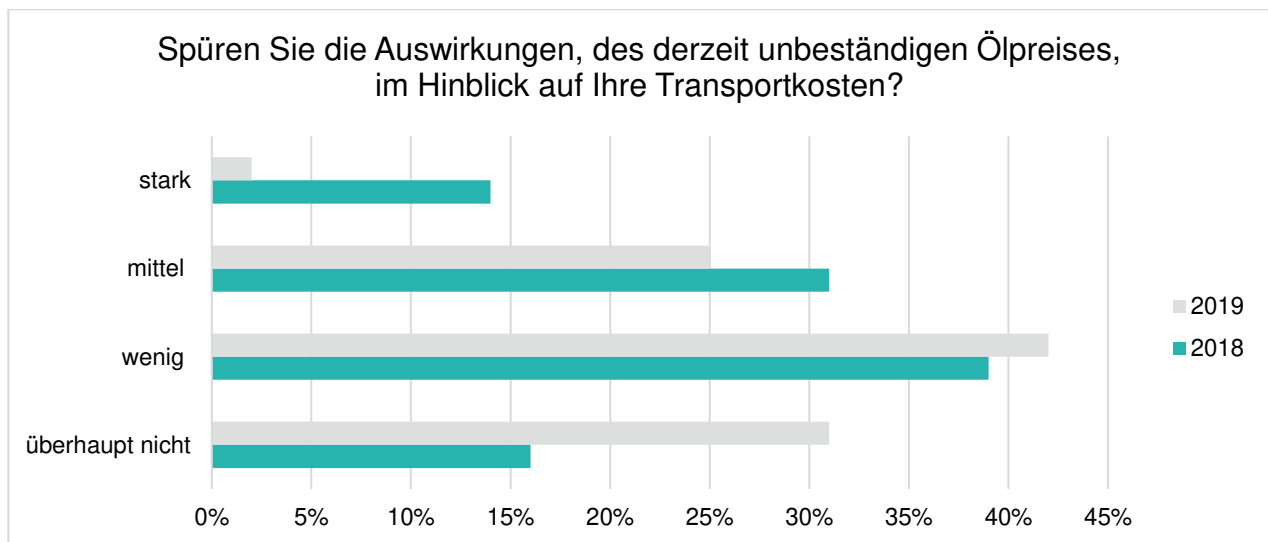
Wie beim Brexit sind meistens große Unternehmen betroffen. Die teilnehmenden Unternehmen sehen jedoch mit 77% wenig oder keinen Einfluss auf das eigene Geschäft. Im Jahr 2018 waren dazu im Vergleich noch 82% der Meinung, dass die US-Strafzölle das eigene Geschäft wenig oder gar nicht beeinflussen. Während im Jahr 2018 noch 13% der Unternehmen der Meinung waren, dass diese mittelmäßig von den US-Strafzöllen beeinflusst werden, so sind es im Jahr 2019 mittlerweile 21%.



Volatiler Ölpreis – Spannungsfeld für die Transportlogistik

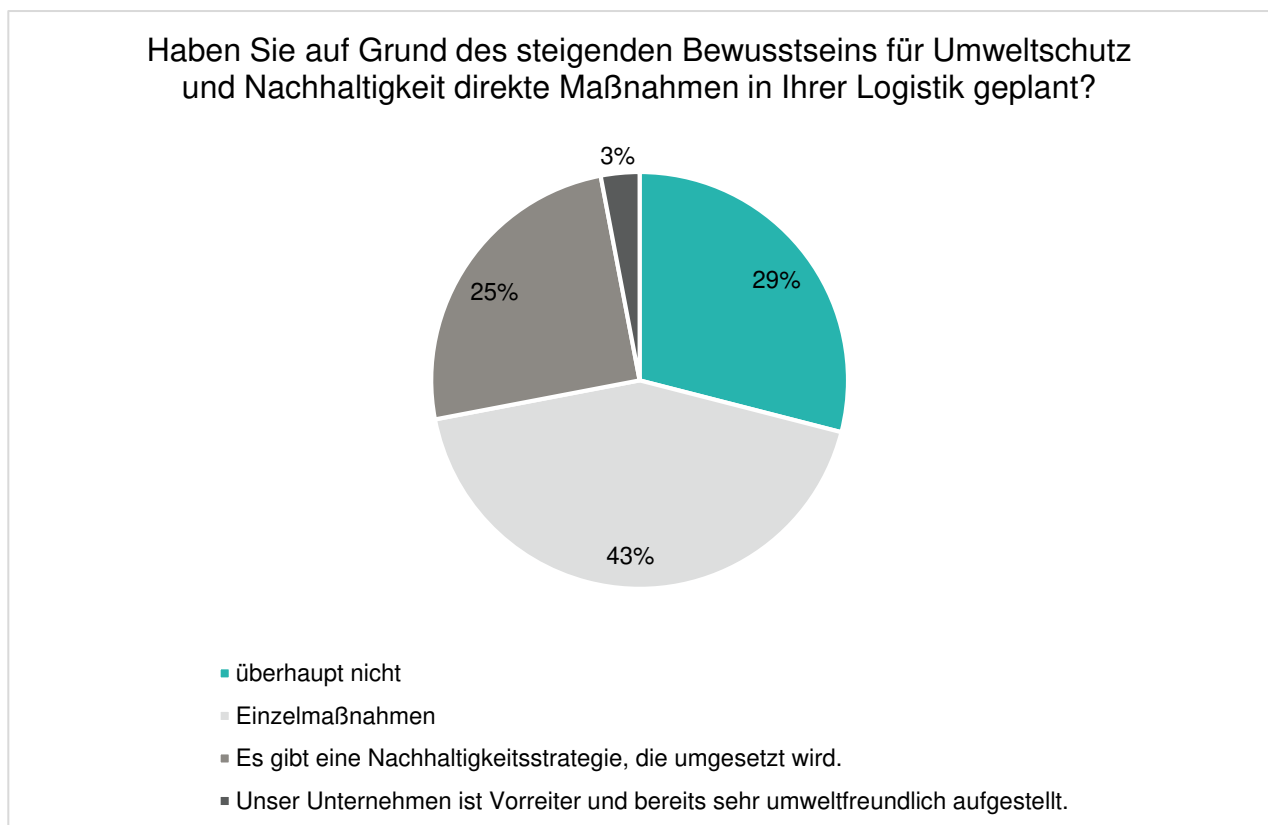
Vor allem für firmenexterne Logistikdienstleister, wie Spediteure und Third Party Logistics Provider (Abkürzung: 3PL), ist der Öl- bzw. Dieselpreis Grundlage der eigenen Dienstleistungen. Auch produzierende Unternehmen spüren die Volatilität des Ölpreises im eigenen Geschäft. Im Jahr 2018 waren es 55%, die nicht oder nur gering von dem volatilen Ölpreis betroffen waren.

Sehr positiv jedoch – für 73% der Umfrageteilnehmer spielt der unbeständige Ölpreis eine untergeordnete Rolle. Allerdings spüren 27% der Befragten den volatilen Ölpreis mittelmäßig bis stark – davon ist ein Hauptteil der Unternehmen im produzierenden Gewerbe, im Speditionswesen oder im Handel tätig.



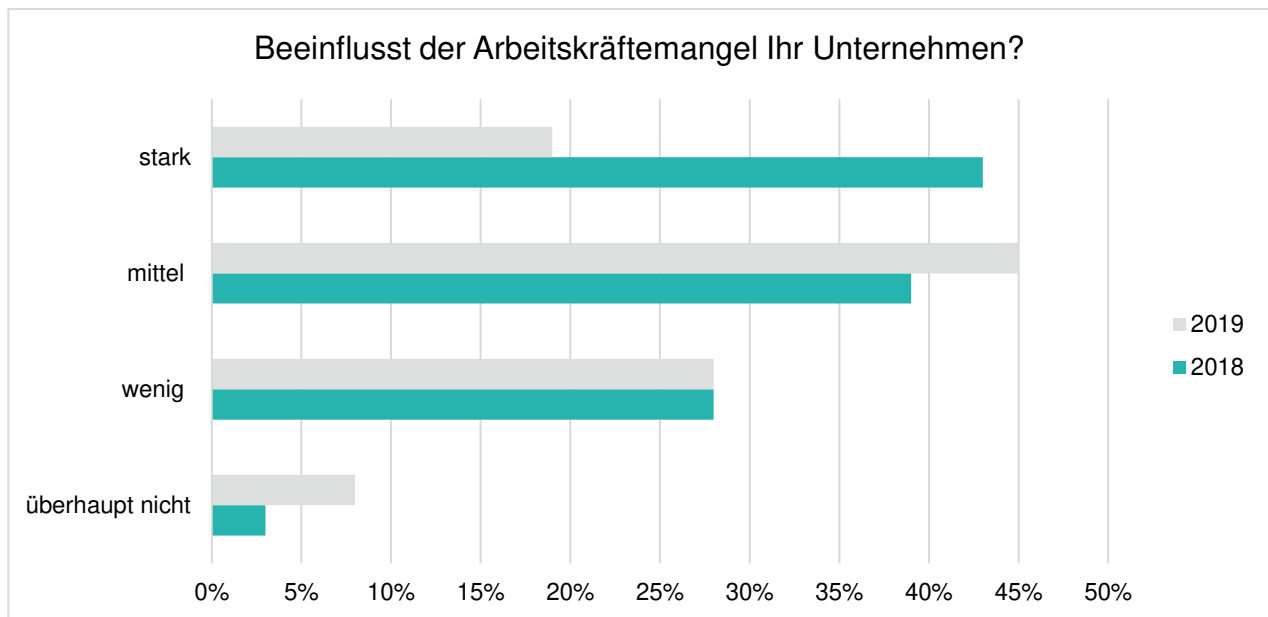
Umweltschutz und Nachhaltigkeit – ein knappes Drittel hat nichts geplant

Das Umdenken in der Zivilbevölkerung auf den Gebieten Umweltschutz und Nachhaltigkeit machen auch vor Unternehmen nicht halt. Durch das gesteigerte Bewusstsein der Bevölkerung und den Vorgaben des Gesetzgebers, ist es nahezu unumgänglich sich mit diesen Themen zu beschäftigen. 71% der Teilnehmer setzen sich aktiv mit diesen Themen auseinander. Dennoch geben weiterhin 29% der Befragten an, dass keine Maßnahmen in der Logistik geplant sind, um den Umweltschutz und die Nachhaltigkeit zu fördern.



Arbeitskräftemangel – reduzierter Einfluss auf die Logistik

Obwohl das Jahr 2016 und 2017 von historischen Spitzenwerten der Zuwanderung geprägt war, zeigt sich bei den Umfrageergebnissen ein eindeutiges Bild. Im Jahr 2018 waren 82% der Unternehmen mittel oder stark vom aktuell anhaltenden Arbeitskräftemangel betroffen. Jedoch sind es im Jahr 2019 nur noch 64% der Unternehmen, die in dieser Art und Weise vom Arbeitskräftemangel betroffen sind. Dies könnte unter anderem an dem gedrosselten Personalaufbau der Unternehmen und deren aktueller Geschäftslage im Jahr 2019 liegen.

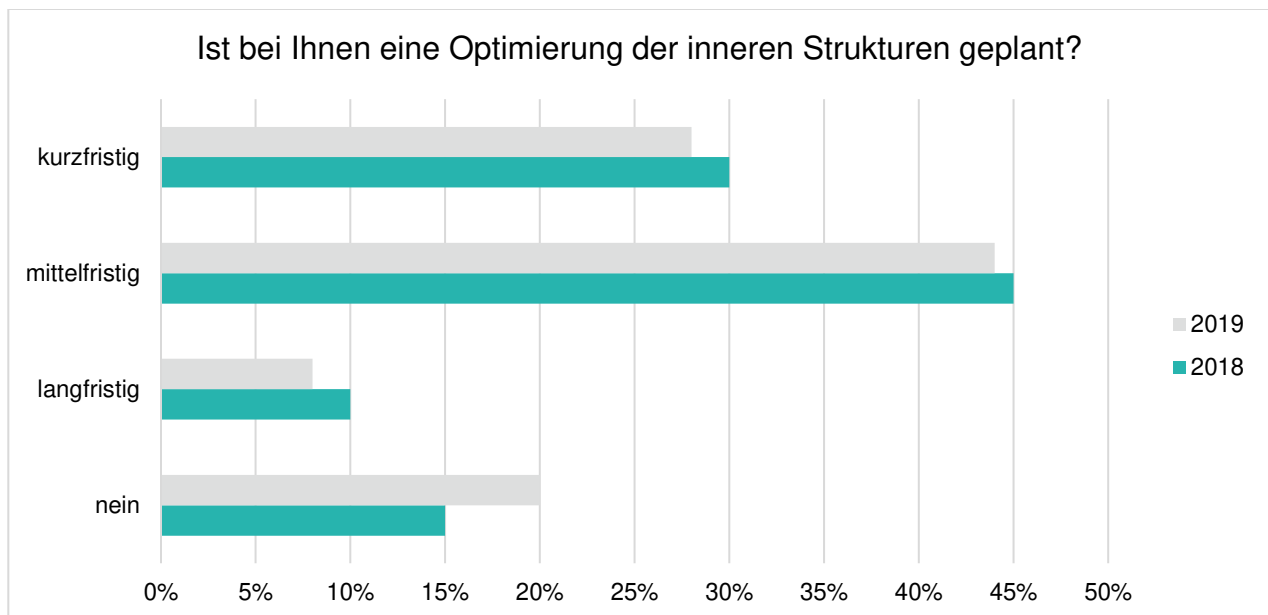


4 ENTWICKLUNG DER INTRALOGISTIK UND ZUKÜNFTIGE MAßNAHMEN

Die Stimmung und geschäftliche Situation in der Logistik sind weniger positiv als im Jahr 2018. Das Wachstum scheint in der aktuellen Lage zu stagnieren. Der Fokus wird schwerpunktmäßig eher auf internen Optimierungen, als auf Expansionen, liegen. Die Digitalisierung und Automatisierung spielt für die Logistik weiterhin eine wichtige Rolle, jedoch scheint der Hype bei diesen Themen einen Dämpfer erhalten zu haben. Die Optimierung von Arbeitssystemen und attraktiveren Arbeitsplätzen in der Logistik scheinen jedoch in den Fokus der Unternehmen zu rücken.

Interne Optimierung – Wachstumschance in bestehenden Strukturen

Rund dreiviertel der Teilnehmer möchten mittel- oder kurzfristig im eigenen Unternehmen optimieren. Die Befragung ergab keine gravierenden Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr. Insbesondere die Prozessoptimierung, die Digitalisierung, interne Umstrukturierungen und Reorganisationen stehen im Jahr 2019 im Fokus der Unternehmen. Einige Umfrageteilnehmer geben an diese Themen mit Hilfe von Tools zur Digitalisierung, wie neuen Lagerverwaltungssystemen, ERP-Systemen oder Dokumentenmanagementsystemen lösen zu wollen.

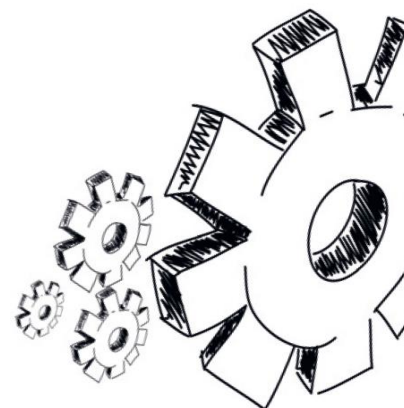
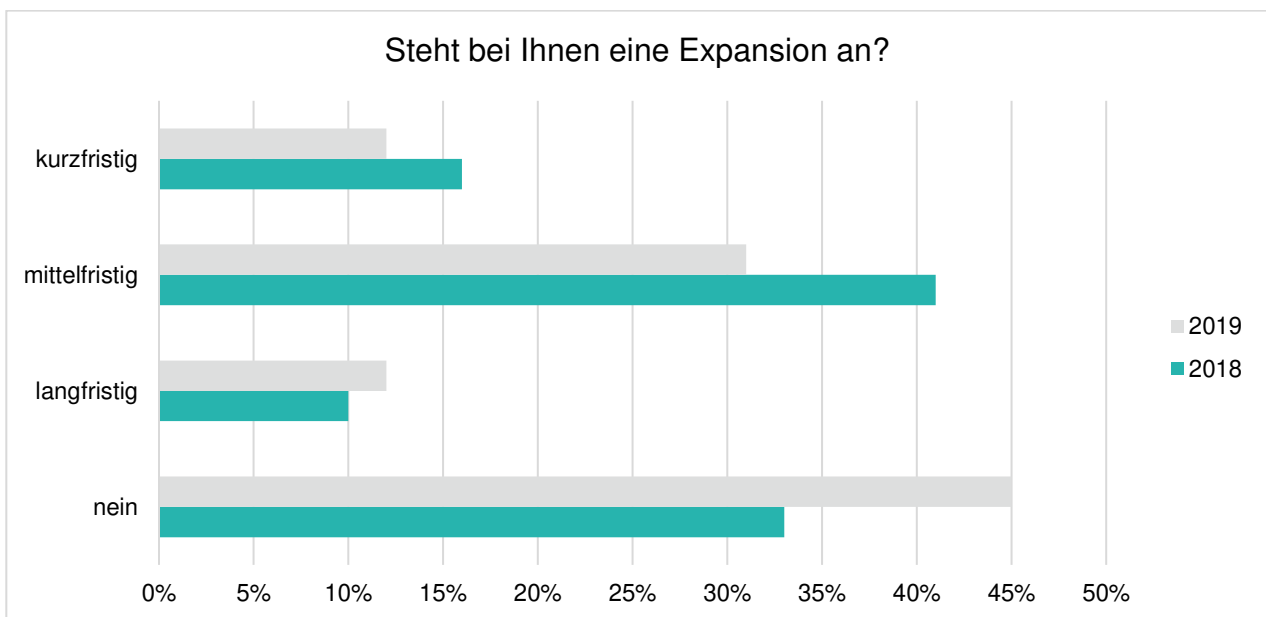


Expansion – 43% der Unternehmen möchten sich kurz- oder mittelfristig vergrößern

Es gibt bei den Expansionsplänen eine starke Veränderung im Vergleich zum Vorjahr. Die Anzahl der kurz- und mittelfristigen Expansionen haben sich stark reduziert. Im Vergleich dazu haben sich die langfristigen Vorhaben allerdings erhöht. Ebenso gaben 45% der Befragten an, dass keine Expansionen geplant sind.

Die Reduzierung der Expansionspläne liegt vermutlich an der schwierigen Geschäftslage der Unternehmen und einer allgemeinen Verunsicherung in vielen Themengebieten, welche die Unternehmen zu Vorsicht mahnen. Neben Standortentwicklung und Neubauten möchten die Teilnehmer auch neue Geschäftsfelder, Kundengruppen und Märkte durch Kooperationen oder Zukäufe erlangen. Bei mehr als der Hälfte der Antworten ist weiterhin der eigene Standort im Fokus einer kurz- oder mittelfristigen Expansion.

Knapp 50% der Befragten ändern in absehbarer Zeit nichts an den eigenen Kapazitäten.

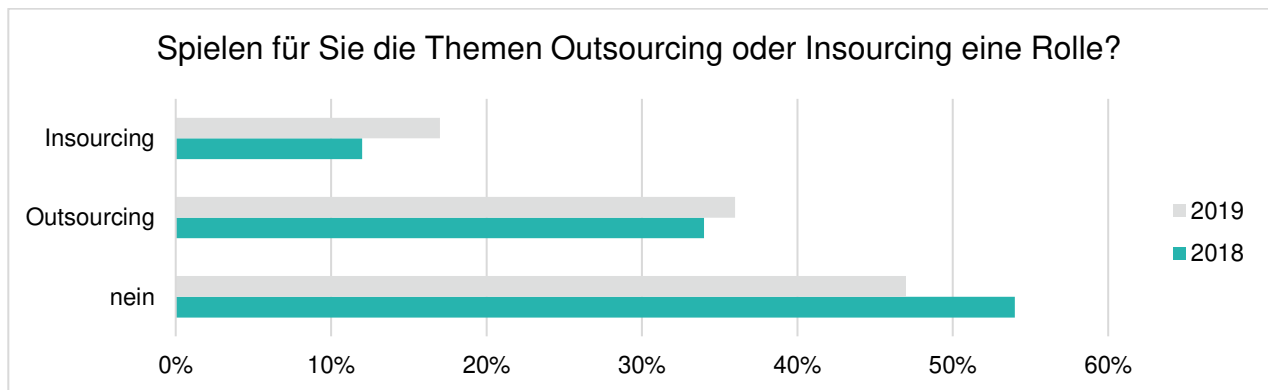


In- bzw. Outsourcing – für mehr als 50% der Befragten keine Option

Knapp die Hälfte der Umfrageteilnehmer sehen zukünftig weder ein In- noch Outsourcing als Bestandteil des eigenen Geschäftes.

Über ein Outsourcing denken vor allem große Unternehmen mit einer Produktion nach. Auch Spediteure, Logistiker und Handelsunternehmen ziehen die Nutzung externer Kapazitäten in Betracht.

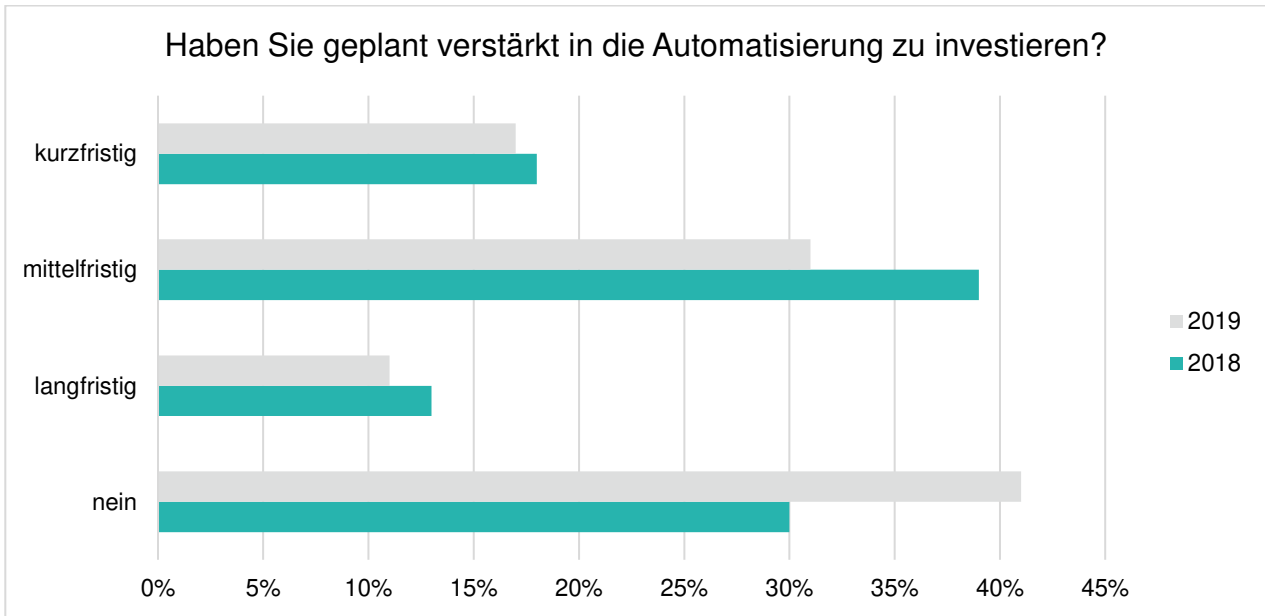
Auffallend ist jedoch, der Anstieg bei dem geplanten Insourcing: 17% aller Befragten möchten Ihre Umfänge wieder zurück ins eigene Unternehmen holen. Dazu zählen zum größten Teil Produzenten und Händler, die zuvor Ihre Geschäftslage als gut oder befriedigend beschrieben haben. Als Hauptgrund wurden auftretende Qualitätsprobleme genannt.



Automatisierung – Investition in die Zukunft mit Robotern und Prozessautomation

48% der Unternehmen möchte kurz- oder mittelfristig verstärkt in die Automatisierung investieren. Knapp 40% hat keine Investition in dieser Hinsicht geplant. Insbesondere die Bereiche Produktion und Logistik werden von den Teilnehmern als Teil einer geplanten Automatisierung genannt. Häufigste Nennungen sind in diesem Zusammenhang automatische Kommissionier-Systeme, Robotik und Fahrerlose-Transportsysteme.

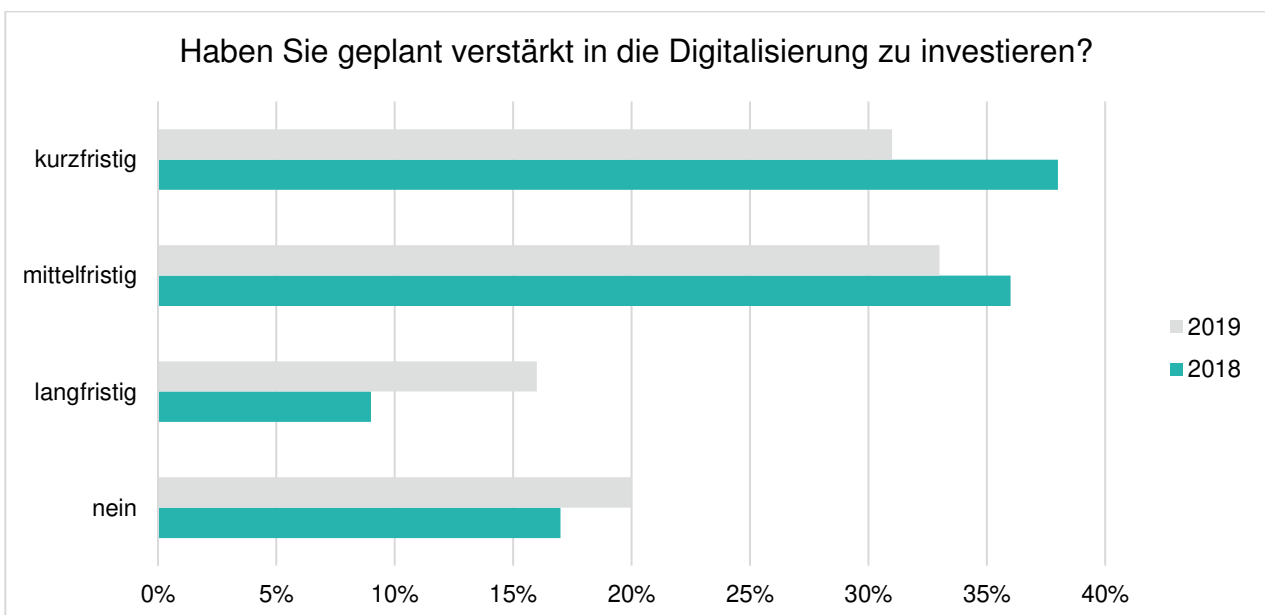
Andererseits steht die Prozessautomation in der Verwaltung und in der Logistik im Vordergrund der Automatisierungsvorhaben. Zahlungsverkehre und Informationsflüsse sollen zukünftig öfter Maschinen überlassen werden. Im Vergleich zum Vorjahr gibt es im Bereich der geplanten Automatisierung einen starken Rückgang. Die Unternehmen scheinen in Hinblick auf kostenintensive Investitionen zurückhaltender zu werden.



Digitalisierung – für einen Großteil fester Bestandteil der Unternehmensentwicklung

Rund 64% der Umfrageteilnehmer wollen kurz- bis mittelfristig verstärkt in die Digitalisierung investieren. Zu den häufigsten Maßnahmen zählen die Updates von bestehenden Enterprise-Ressource-Planning Systemen und Lagerverwaltungs-Systemen, aber auch die Digitalisierung von Prozessen.

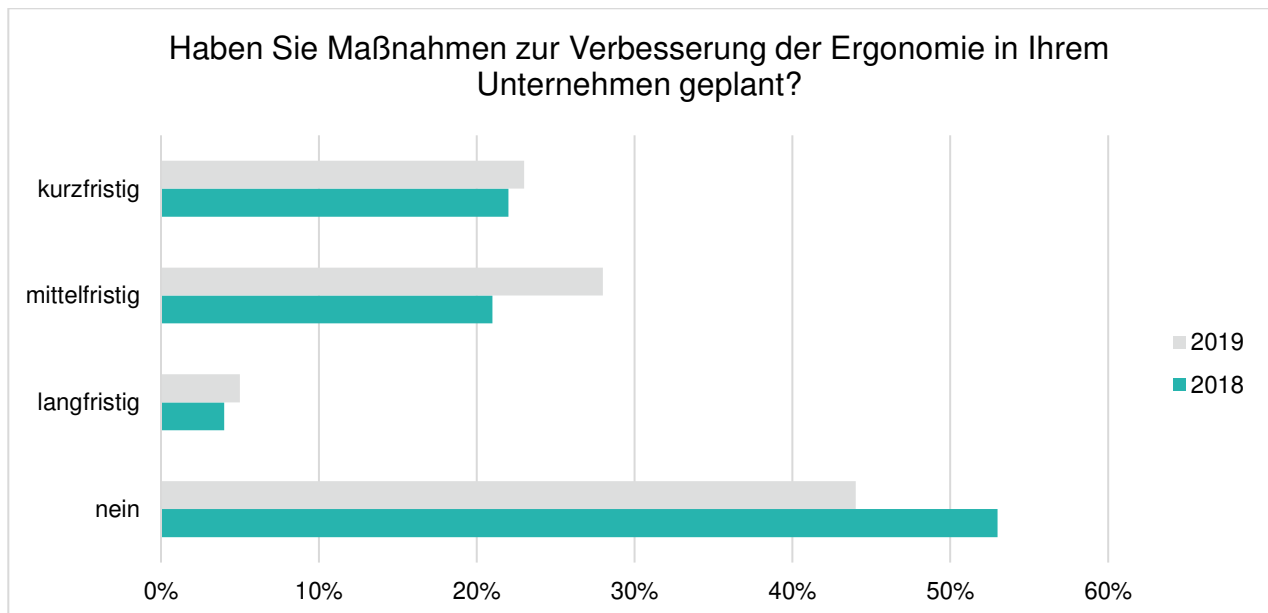
Die Digitalisierung zieht sich quer durch alle Unternehmensgrößen und Branchen. Als Gesamteindruck bleibt wie bereits auch im Jahr 2018, dass die Unternehmen den Überbegriff „Industrie 4.0“ mittels konkreter Technologien und Maßnahmen in die eigenen Häuser holen. Vor allem große Unternehmen haben eigene Abteilungen und Forschungsinitiativen zu dem Themengebiet gegründet. Lediglich 20% haben keine verstärkten Investitionen geplant.



Ergonomie – Optimierung der Arbeitssysteme weiterhin nur am Rande relevant

Knapp die Hälfte der Umfrageteilnehmer planen keine Maßnahmen zur Verbesserung der Ergonomie. Die Teilnehmer gaben an, dass bestehende Arbeitsplätze bereits ergonomisch eingerichtet wurden, dies ein kontinuierlicher Prozess ist oder auch in Zukunft keine Maßnahmen vorgenommen werden. Unternehmen, die kurz- und mittelfristig an der Ergonomie arbeiten möchten, fokussieren Packplätze und den Kommissionier-Prozess.

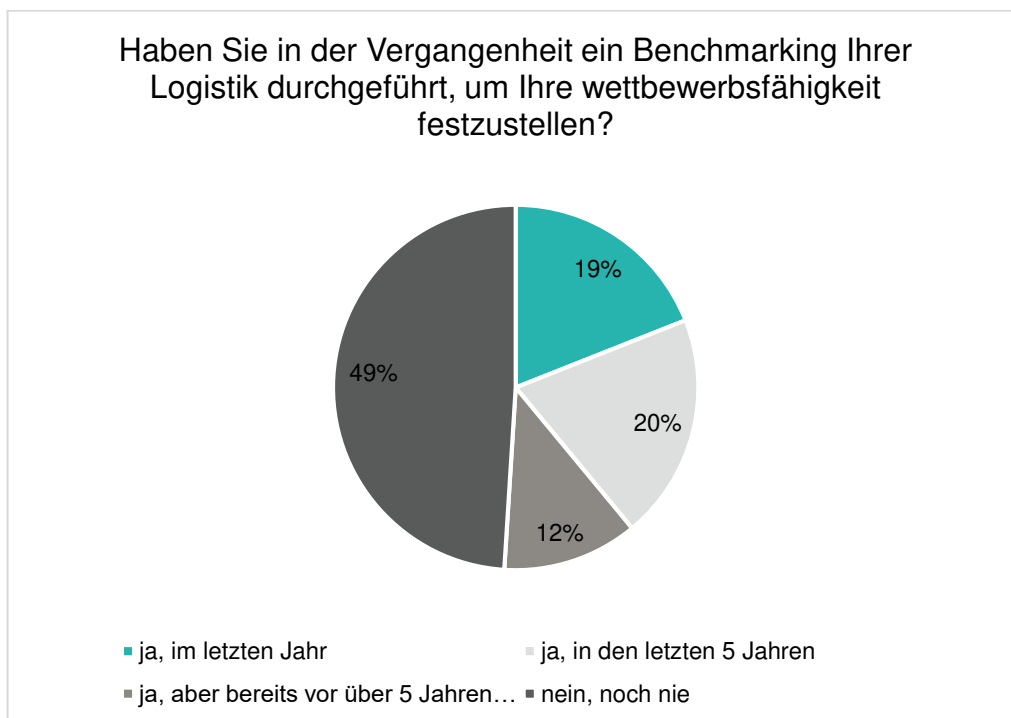
Gerade in Großunternehmen und dem produzierenden Gewerbe sind Arbeitskräfte mit spürbar höherem Durchschnittsalter beschäftigt, was zu Optimierungen drängt. Es ist im Vergleich zum Vorjahr ein Anstieg an geplanten Verbesserungen zu erkennen. Jedoch scheinen die Logistiker gute ergonomische Arbeitsplätze weiterhin nicht als Mittel zur Bekämpfung des weiterhin starken Arbeitskräftemangels einzusetzen.



Benchmarking – knapp die Hälfte aller Unternehmen vergleicht sich nicht mit seinen Wettbewerbern

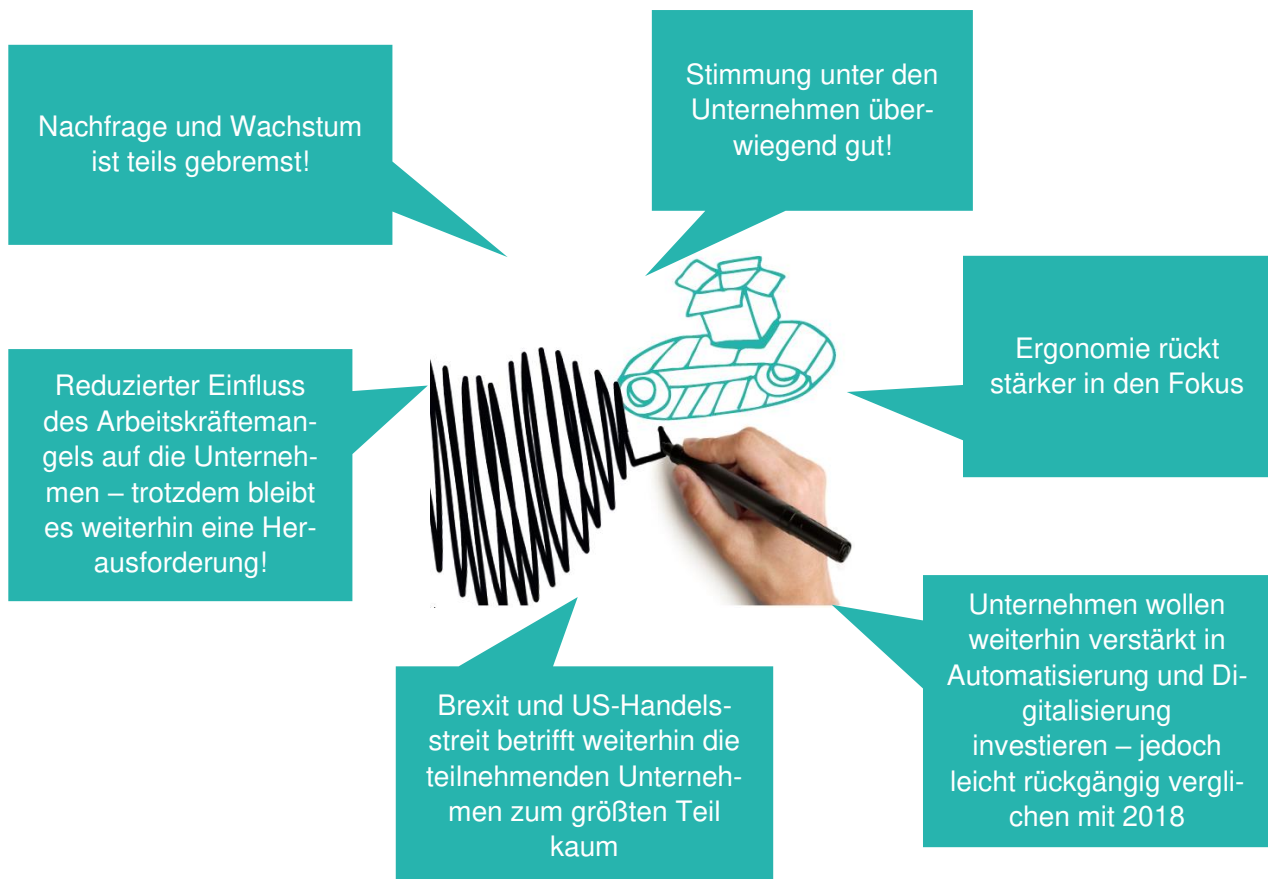
Unternehmen vergleichen beim Benchmarking die eigene Leistung mit Standardwerten oder den Werten von direkten Marktbegleitern. Anwender erhoffen sich dadurch, Verbesserungspotentiale zu erkennen und die eigene Wettbewerbssituation zu verdeutlichen.

In der Umfrage ergab sich jedoch, dass rund die Hälfte aller Teilnehmer noch nie ein Benchmarking absolviert haben. Lediglich 19% der Befragten gaben an letztes Jahr ein Benchmarking durchgeführt zu haben. Ein Fünftel der Unternehmen hat in den vergangenen fünf Jahren die eigene Performance auf den Prüfstand gestellt. Bei 12% der Befragten ist der Vergleich schon mehr als fünf Jahre her.



5 FAZIT

Die Stimmung und geschäftliche Situation in der Logistik sind weiterhin positiv. Das extreme Wachstum hat sich etwas beruhigt. Die Unternehmen investieren vermehrt in Automatisierung und Digitalisierung, um Ihr Geschäft nachhaltig auszubauen und den Mangel an verfügbaren Arbeitskräften zu kompensieren. Trotz allem ist eine gewisse Zurückhaltung bei den Unternehmen zu spüren. Diese ist geprägt von stagnierender und teilweise sogar rückgängiger Nachfrage nach den Produkten der Unternehmen.



Weitere Informationen

Informationen zu den Studienergebnissen erhalten Sie von:

Lisa Bergmann
 - Marketing und Vertrieb -
 Telefon: +49 731 14050-24
 E-Mail: lisa.bergmann@iwl.eu

Christian F. König
 - Prokurist, Mitglied der Geschäftsleitung -
 - Geschäftsbereichsleiter Business Development –
 Telefon: +49 731-14050-56
 E-Mail: christian.koenig@iwl.eu

www.iwl.eu

