

A.T. Kearney-Studie untersucht europäischen Markt für Kurier-, Express- und Paketdienste

Stabiles Wachstum im europäischen Paketmarkt

Düsseldorf, 29. August 2012 – Im Jahr 2011 wuchs der europäische Markt für Kurier-, Express- und Paketdienste (KEP) in einem ähnlichen Tempo wie 2010. Diese Entwicklung sowie andere Schlüsselrends gehen aus der KEP-Markt-Studie von A.T. Kearney hervor. Es hat sich insbesondere gezeigt, dass das internationale Segment schneller wächst, als der Inlandsmarkt. Allgemein entwickeln sich Standardprodukte nach wie vor zu einem gut etablierten Segment. Die großen Netzwerke wachsen in allen Marktsegmenten überdurchschnittlich. Das Gewicht der Sendungen bleibt insgesamt stabil. Die größte Herausforderung für alle Anbieter wird nun die Preisgestaltung sein.

Aus der KEP-Markt-Studie von A.T. Kearney geht hervor, dass der heimische und der internationale Markt weiterhin steigende Wachstumsraten verzeichnen. Die Umsätze sind wie im Vorjahr um vier Prozent gewachsen und lagen 2011 bei 47,2 Milliarden Euro. Auch die Volumina führen die Wachstumsrate von 2010 fort und sind 2011 um sechs Prozent auf 5,6 Milliarden Sendungen angestiegen. „Die Wachstumsimpulse kamen jedoch hauptsächlich aus margenschwächeren Bereichen wie dem B2C- und Standardsegment. Zudem wird das Gesamtwachstum in erster Linie von den internationalen Sendungen getragen, die in der Regel einen höheren Umsatz pro Sendung erreichen“, sagt Ferdinand Salehi, Partner bei A.T. Kearney und Leiter des Beratungsbereichs Transportation.

Der Umsatz pro Sendung ist trotz offizieller Preissteigerungen im Jahr 2011 auf ein neues Tief gesunken. Bis zu einem gewissen Grad lässt sich dies mit einem veränderten Sendungsmix erklären, das heißt mit einem stärkeren Wachstum von preisgünstigeren Standardsendungen. Es täuscht jedoch nicht über das nicht vorhandene Preiswachstum hinweg.

Die Entwicklungen lassen sich durch vier Trends erklären, welche aus der KEP-Markt-Studie hervorgehen:

1. Internationales Segment wächst schneller als der Inlandsmarkt

Mit acht Prozent Volumenwachstum und sechs Prozent Umsatzwachstum liegt das internationale Segment über dem Wachstum innerhalb eines Landes (sechs Prozent Volumen, drei Prozent Umsatz). Es bestätigt damit

den Wachstumstrend des Jahres 2010. Österreich, Russland und die Türkei bilden jedoch weiterhin eine Ausnahme. Darüber hinaus sind in Märkten mit einem hohen Anteil an internationalen Sendungen entweder große europäische Distributionszentren beheimatet – wie in Belgien und den Niederlanden – oder es handelt sich um eher kleinere Länder mit einer hohen Nachfrage und Bevölkerungsdichte wie Österreich, die Tschechische Republik und Dänemark.

2. Weiterhin wachsende Bedeutung des Standardsegments

Da Kunden zunehmend versuchen, ihre Ausgaben zu optimieren, greifen sie immer häufiger auf Standardprodukte im Paketmarkt zurück. Das heißt, sie wählen Lieferungen mit einer etwas längeren Laufzeit zu geringeren Raten anstelle der teureren Expresssendungen. „Der KEP-Markt passt sich diesen Bedürfnissen an und bietet einen verbesserten Service für das Standardsegment an, was wiederum zu einem stärkeren Wachstum im Gegensatz zum Express-Segment führt“, erklärt Lars Ryssel, Manager bei A.T. Kearney und Co-Autor der Studie.

Diese Entwicklung hat den Umsatz pro Sendung in allen Märkten insgesamt sinken lassen – mit Ausnahme von Russland, das von einem allgemeinen Preisanstieg, höheren Gewichten pro Sendung sowie international von schnellerem Wachstum auf den kostspieligeren Mittel- und Langstreckenlinien profitiert. Italien, Spanien und Russland sind die einzigen Länder in der Studie, bei denen das nationale Express-Segment dominiert.

3. Große Netzwerke setzen zunehmend auf B2C- und Standardsegment

Sowohl im Inland als auch international bauten die großen Netzwerke 2011 ihren Anteil am europäischen KEP-Markt bei Express- und Standardprodukten weiter aus. Die sechs großen Netzwerke Deutsche Post/ DHL, FedEx, La Poste/ DPD, Royal Mail/ GLS, TNT und UPS decken mittlerweile 91 Prozent des Marktes für internationale Expresssendungen ab. „Es ist davon auszugehen, dass sich dieser Trend weiter fortsetzt und sich mittel- und langfristig auf die Entwicklung der Preise auf dem Markt auswirken könnte“, vermutet Ryssel.

Einige der Netzwerkanbieter peilten 2011 aktiver das B2C-Segment an und zogen dabei ihren Nutzen aus ihrer großen Reichweite in den heimischen Märkten und ihrem weiten internationalen Netzwerk. „Der zunehmende Anteil an Retouren, der sich aus dem steigenden E-Commerce-Angebot von Textilien und Bekleidung ergibt, stellt Branchenteilnehmer im B2C-Segment künftig vor die Herausforderung, dem steigenden Kostendruck zu begegnen. Sie könnten entweder alternative Lösungen entwickeln oder die Preise erhöhen. Letzteres halten wir für recht unwahrscheinlich“, so Ryssel.

4. Gewicht pro Sendung bleibt stabil

Die Gewichte pro Sendung haben sich seit 2010 nicht verändert und liegen noch immer bei zehn Kilogramm für nationale Expresssendungen sowie sieben Kilogramm für internationale Expresssendungen. Zwar sind im

nationalen Segment B2C-Sendungen wesentlich leichter als B2B-Sendungen und führen aufgrund ihres starken Wachstums zu einem Rückgang des Gewichts im Inland. Doch eine allgemeine Gewichtszunahme der B2B-Sendungen sowie deren Konsolidierung schufen hier einen Ausgleich. Lediglich im internationalen Standardsegment ist das Gewicht auf durchschnittlich 16 Kilogramm gestiegen.

Zukünftiges Wachstum und Preisentwicklung

Insgesamt haben sich die Wachstumserwartungen für die kommenden Jahre weiter verstärkt. Salehi erklärt: „Wir erwarten die bedeutendste Entwicklung im internationalen KEP-Markt mit dem Standardbereich. Das jährliche Volumenwachstum im internationalen Standardbereich bis 2014 schätzen wir auf 7 Prozent ein.“ Für die nationalen Märkte liegt das voraussichtliche jährliche Wachstum im gleichen Zeitraum bei 5 Prozent. Die aufstrebenden Märkte in Europa (Polen, Russland, Tschechische Republik) werden weiterhin die höchsten relativen Wachstumsraten aufweisen, während Deutschland das höchste absolute Wachstum verzeichnen wird“, prognostiziert Salehi.

Legt man die neuesten volkswirtschaftlichen Entwicklungen in Europa zu Grunde, so ist davon auszugehen, dass nach Jahren fallender Umsätze pro Sendung die Preisgestaltung die größte Herausforderung für alle Anbieter darstellen wird. „Besonders ausschlaggebend könnten hier Entwicklungen wie der geplante Merger zwischen UPS und TNT sein“, nimmt Salehi an.

Über die Studie

Die Kurier-, Express- und Paketmarkt-Studie von A.T. Kearney erfasst anhand von über 500 Interviews mit Führungskräften und Experten der Branche und Untersuchungen der Unternehmensleistungen die wichtigsten Treiber der Branche in 16 europäischen Ländern: Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Italien, die Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Russland, Spanien, Schweden, die Schweiz, die Tschechische Republik, die Türkei und das Vereinigte Königreich.

Die Studie konzentrierte sich auf das Express- und Standardnetzgeschäft. Express-Produkte umfassen den schnellstmöglichen Service mit garantierten Lieferzeiten, während Standard-Produkte lediglich taggenaue und tagversetzte Lieferzeiten bieten. Die Zahlen in der Studie bilden alle in einem Land bezahlten Sendungen ab. Dies kann auch Importsendungen beinhalten. Das Höchstgewicht von Sendungen liegt bei 2.500 Kilogramm.

Über A.T. Kearney

A.T. Kearney zählt zu den weltweit führenden Unternehmensberatungen für das Top-Management und berät sowohl global tätige Konzerne als auch führende mittelständische Unternehmen und öffentliche Institutionen. Mit strategischer Weitsicht und operativer Umsetzungsstärke unterstützt das Beratungsunternehmen seine Klienten bei der Transformation ihres

Geschäftes und ihrer Organisation. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Wachstum und Innovation, Technologie und Nachhaltigkeit sowie die Optimierung der Unternehmensperformance durch das Management von Komplexität in globalen Produktions- und Lieferketten. A.T. Kearney wurde 1926 in Chicago gegründet. 1964 eröffnete in Düsseldorf das erste Büro außerhalb der USA. Heute beschäftigt A.T. Kearney rund 3.000 Mitarbeiter in 39 Ländern der Welt. Seit 2010 berät das Unternehmen Klienten klimaneutral.

Weitere Informationen finden Sie unter www.atkearney.de und auf Facebook: www.facebook.com/atkearney.de.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Anika Martin
Marketing & Communications
A.T. Kearney GmbH
Kaistr. 16A
40221 Düsseldorf
+49 175 2659 320 Mobile
+49 211 1377 2320 Office
anika.martin@atkearney.com