

Der KEP-Markt in Deutschland

Eine Kurzstudie im Auftrag des  BdKEP

Hamburg, im Juli 2011

Haftungsausschluss

Die vorliegende Studie wurde von der MRU GmbH im Juli 2011 fertig gestellt und unterliegt folgenden Bedingungen:

- Die Studie dient ausschließlich zu Informationszwecken.
- Die MRU übernimmt keinerlei Verantwortung oder Gewähr für den Inhalt, den Umfang, die Genauigkeit oder die Vollständigkeit des Berichtes, für die Analyse, auf der der Bericht basiert, für die Informationen, die er enthält und für die Vorgehensweise der Mitarbeiter, die ihn erstellt haben.
- Der Bericht gibt den Stand der Daten zum Zeitpunkt der Berichtserstellung wieder; die aktuelle Datenlage kann davon abweichen. MRU lehnt jede Pflicht oder Verantwortung, ausgesprochen oder stillschweigend, ab, den Bericht oder die Informationen, die er enthält, zu aktualisieren oder zu ergänzen.
- Die MRU übernimmt keine Gewähr oder Garantie, Leistungen zu erbringen, die in dieser Studie erwähnt oder aus ihr abgeleitet werden könnten.

Urheberrechtsklausel

Alle urheberrechtlichen Nutzungs- und Verwertungsrechte liegen bei der MRU.

Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der MRU unzulässig und strafbar.

Auch der auszugsweise Nachdruck, Fotokopien, Speicherung auf Datenträgern und/oder die gewerbliche und/oder kommerzielle Nutzung des Datenmaterials ist ohne vorherige Genehmigung und/oder Zustimmung der MRU verboten.

Projektteam:

Horst Manner-Romberg
Wolf Symanczyk
Michael Ströh

MRU GmbH

Kanalstraße 38
22085 Hamburg
Germany
Phone: +49 40 220 40 00
Fax: +49 40 2272 5810
Internet: www.m-r-u.de
E-Mail: info@m-r-u.de

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	6
1.1	Hintergrund	6
1.2	Methodik	6
1.3	Abgrenzung des Marktes.....	6
2	Der KEP-Markt 2010	8
2.1	Umsätze Gesamtmarkt	8
2.2	Sendungen Gesamtmarkt.....	11

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2-1:	Umsätze im KEP-Markt 2010.....	8
Abbildung 2-2:	Umsatzentwicklung 2008 - 2010 (CAGR)	10
Abbildung 2-3:	KEP-Sendungen 2010	11
Abbildung 2-4:	Sendungsentwicklung 2008 - 2010 (CAGR)	12

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2-1:	Umsätze im KEP-Markt 1999 – 2010	9
Tabelle 2-2:	Entwicklung der Sendungs-Anteile KEP	12

Executive Summary

Der BdKEP hat eine Studie in Auftrag gegeben, um ein klares Bild der aktuellen Situation der Kurier-, Express- und Paketdienste in Deutschland zu erhalten. Die Untersuchung hat gezeigt, dass die sogenannten KEP-Dienste ein wichtiger Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor in Deutschland sind.

Der deutsche KEP-Markt zeigt sich nach der Wirtschaftskrise wieder erholt. Während die Branche 2009 noch einen Umsatzrückgang von 6 Prozent hinnehmen musste (16 Mrd. Euro ohne Briefpostleistungen), war im vergangenen Jahr eine klare Aufwärtstendenz erkennbar.

Mit Umsätzen von 16,7 Mrd. Euro (+4,1 %) ist beinahe das Vorkrisenniveau von 2007 wieder erreicht worden. In Bezug auf das Absatzvolumen - 2,25 Mrd. Sendungen (+5,3 %) – wurde sogar der Wert von 2007 um 7 Prozent übertroffen.

Bemerkenswert ist das Wachstum der Branche: Seit 1995 stieg das Sendungsaufkommen damit um insgesamt 56 Prozent. Dies entspricht einem durchschnittlichen Wachstum von 3 Prozent pro Jahr. Der Umsatz stieg im gleichen Zeitraum von 7,5 Mrd. Euro auf 16,7 Mrd. Euro. Dies bedeutet einen Umsatzanstieg von insgesamt 123 Prozent bzw. von durchschnittlich 5,5 Prozent pro Jahr.

Zum Vergleich: Der jährliche Anstieg des Bruttoinlandsprodukts lag im gleichen Zeitraum bei 2,2 Prozent.

Nach wie vor ist der KEP-Markt zudem eine der beschäftigungsintensiven Branchen. 2009 beschäftigte die Branche knapp 150.000 Angestellte (ohne Subunternehmer). Rechnet man die auf selbstständiger Basis beschäftigten Subunternehmer hinzu, sind im KEP-Markt deutlich mehr als eine viertel Million Menschen beschäftigt. Dies sind auch mehr als im Briefsegment, in dem knapp 197.000 Personen für die Deutsche Post oder die Lizenznehmer tätig waren¹.

In den einzelnen Segmenten haben sich in den letzten Jahren teilweise tief greifende Veränderungen vollzogen.

¹ Quelle: Bundesnetzagentur 2009

Nachdem die Kurierbranche seit Ende der 90er-Jahre stark unter E-Substitution gelitten hat, lässt sich wieder eine Erholung beobachten. Die Struktur im Kuriersegment hat sich aber grundlegend gewandelt. Nur noch ein kleiner Teil der Umsätze wird im klassischen Stadtkuriergeschäft erbracht. Die Bedeutung von Direktfahrten – national und international - hat hingegen stark zugenommen.

Im Expresssegment sind zwei gegenläufige Effekte zu beobachten. Zum einen geraten die Expressdienstleister durch die steigende Leistungsfähigkeit der Paketdienste in Deutschland zunehmend unter Wettbewerbsdruck. Je eher sich Expresssendungen durch die schneller und zuverlässiger gewordenen Pakete substituieren lassen, desto mehr werden Verlagerer genau dies tun, um ihre Versandkosten zu reduzieren.

Zum anderen profitieren Expressdienste von der zunehmenden internationalen wirtschaftlichen Verflechtung bzw. der durch sie ausgelösten Nachfrage nach zeitdefiniten Transportleistungen. Der letztere Effekt überwiegt deutlich und das Marktsegment wächst dynamisch.

Der Paketmarkt hat sich sehr positiv entwickelt und ist zu einem etablierten Wachstumsträger innerhalb des deutschen KEP-Marktes geworden. Dies ist nicht zuletzt auf die steigende Bedeutung des Versandhandels zurückzuführen, auch wenn sich manche Einschätzungen zum Einfluss des eCommerce auf das Paketvolumen als viel zu optimistisch erwiesen haben.

Last but not least: Ältere Studien haben eindeutig belegt, dass KEP-Dienstleistungen in Deutschland flächendeckend vorhanden sind; selbst in den strukturschwächeren Regionen ist ein breites Angebot verfügbar.

1 Einleitung

1.1 Hintergrund

Vor dem Hintergrund der sich allgemein erholenden Wirtschaft hat der *BdKEP (Bundesverband der Kurier-Express-Post-Dienste e. V.)* eine aktuelle Bestandsaufnahme der Situation im deutschen KEP-Markt beauftragt.

Dabei wurden insbesondere Daten wie Umsatz und Sendungsmengen im Jahr 2010 – sowie rückblickend auch für die Jahre 2008 und 2009 erhoben.

1.2 Methodik

Methodisch kamen im Verlauf der Studie die folgenden Verfahren zum Einsatz:

- Desk Research (Sekundäranalyse),
- Experteninterviews.

Im Rahmen des Desk Research wurden eine Erhebung der Datenbasis sowie eine analytische Auswertung des erhobenen Informationsmaterials vorgenommen.

1.3 Abgrenzung des Marktes

Die seitens des Auftraggebers vorgegebene Marktsegmentierung umfasst in dieser Untersuchung die Teilmärkte Kurier-, Express- und Paketdienste. Anbieter von typischen postalischen Services, wie Briefdienste oder Zeitschriften- und Zeitungs-distributeure, wurden nicht mit einbezogen.

Trotz der hohen Dynamik der Marktentwicklung, sowohl auf der Unternehmens- als auch auf der Produktseite, stellt diese Segmentierung die Kontinuität der Darstellung von langfristigen Entwicklungen sicher².

² Die Abkürzung KEP hat sich seit Beginn der 90er-Jahre als Sammelbegriff für die Serviceangebote der Kurier-, Express- und Paketdienste eingebürgert. Im Zusammenhang mit der Liberalisierung der Postdienste wurde es zunehmend üblich, diesen Begriff auf die

Definition KEP

K – Kurierdienste

Charakteristisch für Kurierdienste ist die permanente persönliche Begleitung der Sendungen und die damit verbundene Möglichkeit des Kuriers, jederzeit auf die Sendung zuzugreifen, um Dispositionen zu treffen. Dies ist das entscheidende Merkmal zur Abgrenzung dieser Serviceart gegenüber den Express- und Paketdiensten.

Die Person des Kuriers fungiert in diesem Segment als Namensgeber. Das englischsprachige Pendant dieses Segments sind „messenger services“.

Neben einer großen Zahl der Einzelunternehmer, die für dieses Segment typisch sind, werden hier auch Vermittlungszentralen einbezogen, welche die Aufträge an die angeschlossenen Unternehmer weitervermitteln.

E – Expressdienste

Der Transport von Sendungen erfolgt bei Expressdiensten im Unterschied zu Kurierdiensten nicht direkt exklusiv und persönlich, sondern über Umschlagzentren zum Ziel. Typisch für diesen Bereich sind damit Sammeltransporte, bei denen ein fester, häufig garantierter Ausliefertermin vereinbart wird, wie bis 8.00 Uhr, 9.00 Uhr oder 10.00 Uhr.

Die Beförderung erfolgt innerhalb eigener Netzwerke der Dienstleister, die zum Teil die ganze Welt umspannen können.

P – Paketdienste

Paketdienste stellen von der wissenschaftlichen Definition her ein Untersegment der Expressdienste dar. Signifikante Merkmale der Paketdienste sind die aus dem Transportsystem heraus zu erwartenden Lieferzeiten sowie im Vergleich zu den sonstigen Expressdiensten die Beschränkung der zum Transport übernommenen Sendungen in Größe und Gewicht. Paketdienste konzentrieren sich auf die flächendeckende, regelmäßige und zum Teil fahrplanmäßige Beförderung der weitgehend standardisierten Paketstücke.

verschiedenen Serviceangebote des Briefpostmarktes auszuweiten; für diese Services steht dann das P (Postdienste) im Begriff KEP.

2 Der KEP-Markt 2010

2.1 Umsätze Gesamtmarkt

Der deutsche KEP-Markt hatte 2010 ein Umsatzvolumen von rund 16,7 Mrd. Euro³. Im Vergleich zu 2009 ist dies eine Steigerung von rund 660 Mio. Euro oder 4,1 Prozent. Wie bereits in den vergangenen Jahren ist der KEP-Bereich damit überdurchschnittlich gewachsen. Zum Vergleich: Für das Bruttoinlandsprodukt wurde 2010 ein Wachstum von 1,5 Prozent angegeben.

Die Verteilung der Umsätze auf die drei Segmente Kurier, Express und Paket stellt sich wie folgt dar:

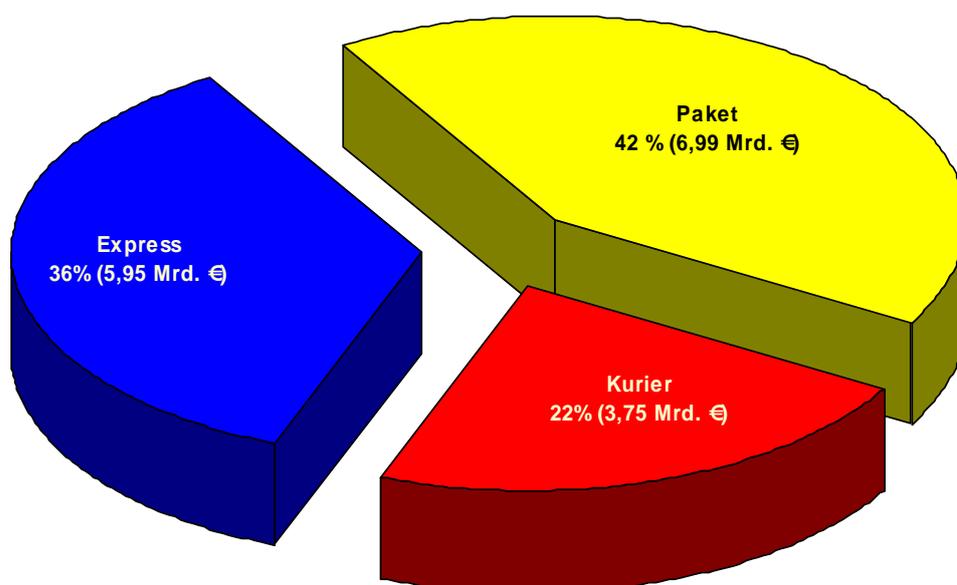


Abbildung 2-1: Umsätze im KEP-Markt 2010

Der Paketbereich macht mit knapp 42 Prozent des Umsatzes den größten Teil des KEP-Marktes aus, dicht gefolgt vom Expressbereich mit rund 36 Prozent. Etwas mehr als 22 Prozent der Umsätze wird durch Kurierdienste erwirtschaftet.

³ Im Vergleich mit anderen Studien zum deutschen KEP-Markt weist die hier vorliegende Untersuchung einen höheren Umsatz aus. Dies liegt in den durch die Erhebung festgestellten Umsätzen für selbst fahrende Kurierunternehmen und Transportunternehmen mit mehreren Fahrzeugen begründet. Die Umsätze beider Gruppen werden im Rahmen anderer Untersuchungen lediglich eingeschätzt.

Die stärkste Veränderung zeigte der Expressbereich. In der Betrachtung der vergangenen drei Jahre fällt auf, dass der Anteil um 2,3 Prozent auf 35,6 Prozent in 2010 zurückging. Dies belegt eindrucksvoll die aufgrund der allgemeinen Wirtschaftskrise verstärkte Nachfrage nach preiswerten Transporten.

Die dynamischen Entwicklungen im Markt lassen sich noch genauer durch eine Betrachtung der Wachstumsraten im Langzeitvergleich abbilden. Die nachstehende Tabelle zeigt die durchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten (CAGR)⁴ der fünf großen Anbieter im Paketmarkt sowie der Segmente Kurier und Express.

	1999	2010e	CAGR
Kurier	2.127	3.751	+5,29 %
Express	3.667	5.945	+4,49 %
DHL	1.737	2.702	+4,10 %
DPD	879	1.413	+4,41 %
GLS	380	627	+4,66 %
Hermes	338	924	+9,57 %
UPS	782	1.326	+4,92 %
	9.910	16.688	

Tabelle 2-1: Umsätze im KEP-Markt 1999 – 2010

Der niedrigste durchschnittliche jährliche Umsatzzuwachs im Zeitraum 1999 bis 2010 kann bei der DHL ausgemacht werden. Demgegenüber konnte Hermes in diesem Zeitraum den Umsatz durchschnittlich um jährlich 9,57 Prozent steigern. Auch UPS (CAGR +4,9 %) und GLS (CAGR +4,7 %) entwickelten sich sehr dynamisch.

Zudem zeigt sich, dass auch das vielfach bereits als wenig zukunftssträftig bezeichnete Kuriergeschäft im Langzeitvergleich mit die höchsten Zuwächse erreichen konnte. In Bezug auf das jährlich durchschnittliche Wachstum konnte das Segment stärker als der Expressbereich zulegen.

Bemerkenswert ist zudem der Vergleich, in welchem Umfang die Segmente bzw. Anbieter von der allgemeinen wirtschaftlichen Erholung und der anziehenden Konjunktur profitiert haben.

⁴ engl.: Compound Annual Growth Rate

Während die DHL – anders als die schwerpunktmäßig im B2B-Segment tätigen Anbietern GLS und UPS - im Zeitverlauf 2008/2009 nahezu keinen Rückgang verzeichnen musste, konnte insbesondere UPS von 2009 auf 2010 einen deutlichen Anstieg erreichen.

Zudem konnte der nach wie vor preisaggressiv um Marktanteile kämpfende Hermes Paketdienst offenbar stärker von der sich belebenden Konjunktur profitieren, als dies bei der DHL der Fall war.

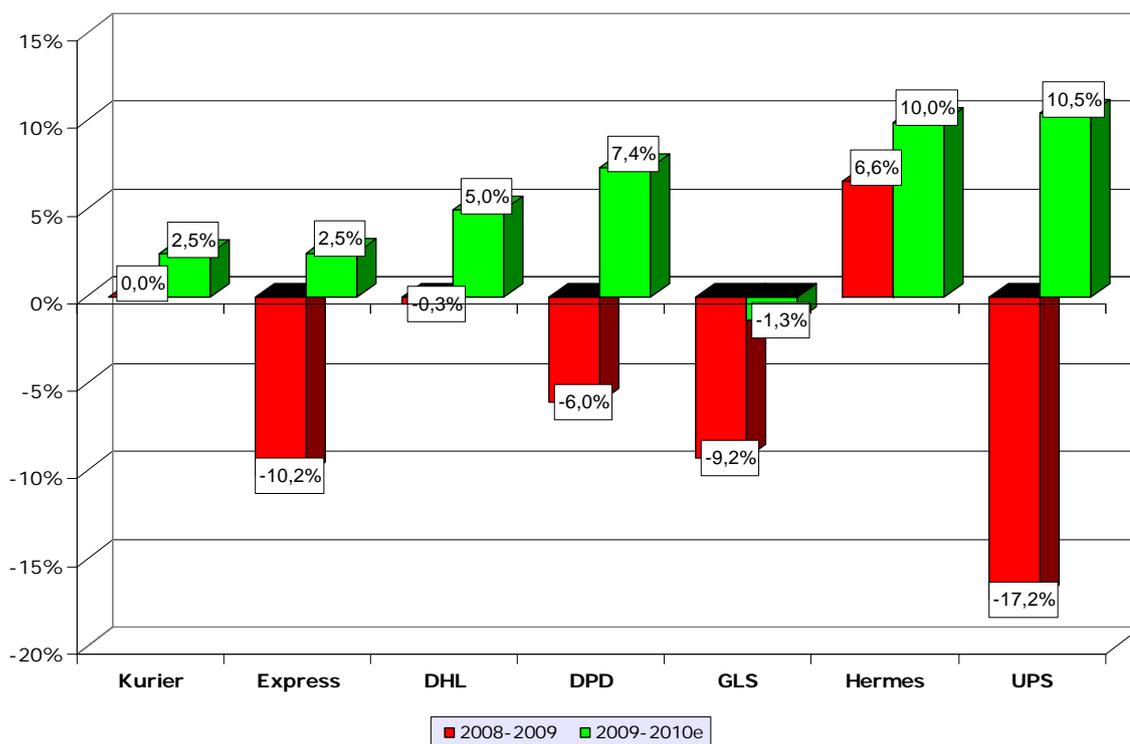


Abbildung 2-2: Umsatzentwicklung 2008 - 2010 (CAGR)

2.2 Sendungen Gesamtmarkt

2010 wurden im deutschen KEP-Markt rund 2,25 Mrd. Sendungen befördert. Gegenüber 2009 entspricht dies einer Steigerung um etwa 114 Mio. Sendungen oder 5,3 Prozent. Die Sendungen verteilen sich folgendermaßen auf die Segmente:

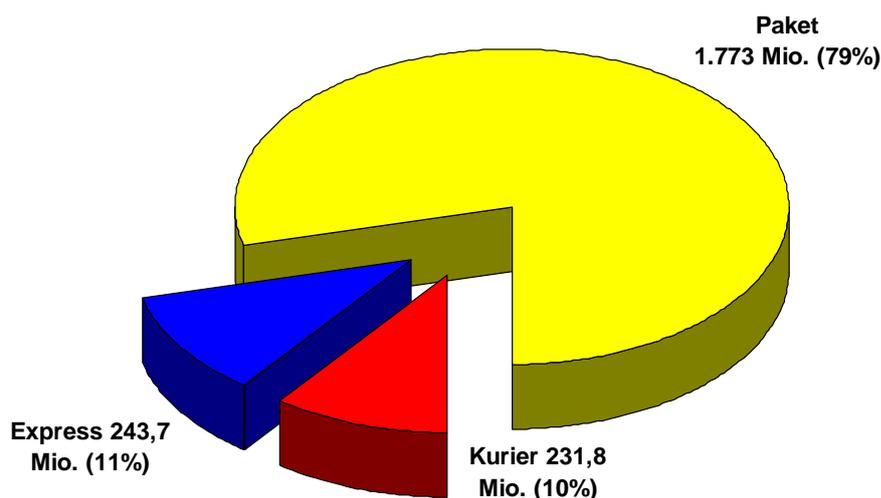


Abbildung 2-3: KEP-Sendungen 2010

Im Gegensatz zu den Umsätzen dominiert hier sehr deutlich der Paketbereich mit 79 Prozent. Expressanbieter und Kurierdienste mit gut 11 Prozent bzw. 10 Prozent teilen sich den Rest des Marktes.

Im Vergleich zu 2009 gibt es kaum Verschiebungen zwischen den Bereichen. Während der Anteil der Expresssendungen leicht stieg, ist der Anteil der Pakete entsprechend leicht zurückgegangen.

Wie die nachstehende Tabelle zeigt, haben sich beim Verhältnis der Segmente zueinander seit 1999 allerdings signifikante Änderungen ergeben. Der Kurieranteil ist dramatisch von seinerzeit rund 20 Prozent auf nur noch etwas mehr als 10 Prozent in 2010 eingebrochen.

Demgegenüber konnten sowohl das Paketsegment als auch das Expressgeschäft deutlich zulegen.

	1999	%	2010	%
Kurier	330,0	19,9	231,8	10,3
Express	134,3	8,1	243,7	10,8
Paket	1.194,6	72,0	1.773,2	78,9
Summe	1.658,9		2.102,0	

Tabelle 2-2: Entwicklung der Sendungs-Anteile KEP

Der Expressbereich konnte den Marktanteil im Vergleich mit 1999 um nahezu 3 Prozentpunkte auf 10,8 Prozent steigern. Noch höhere Zuwächse gab es im Paketbereich, dessen Anteil am Gesamtmarkt von 72 auf 78,9 Prozent stieg⁵.

Betrachtet man die Entwicklung des Sendungsvolumens in den beiden vergangenen drei Jahren, so zeigt sich noch deutlicher, wie sich die allgemeine konjunkturelle Entwicklung auf das Geschäft der Anbieter ausgewirkt hat.

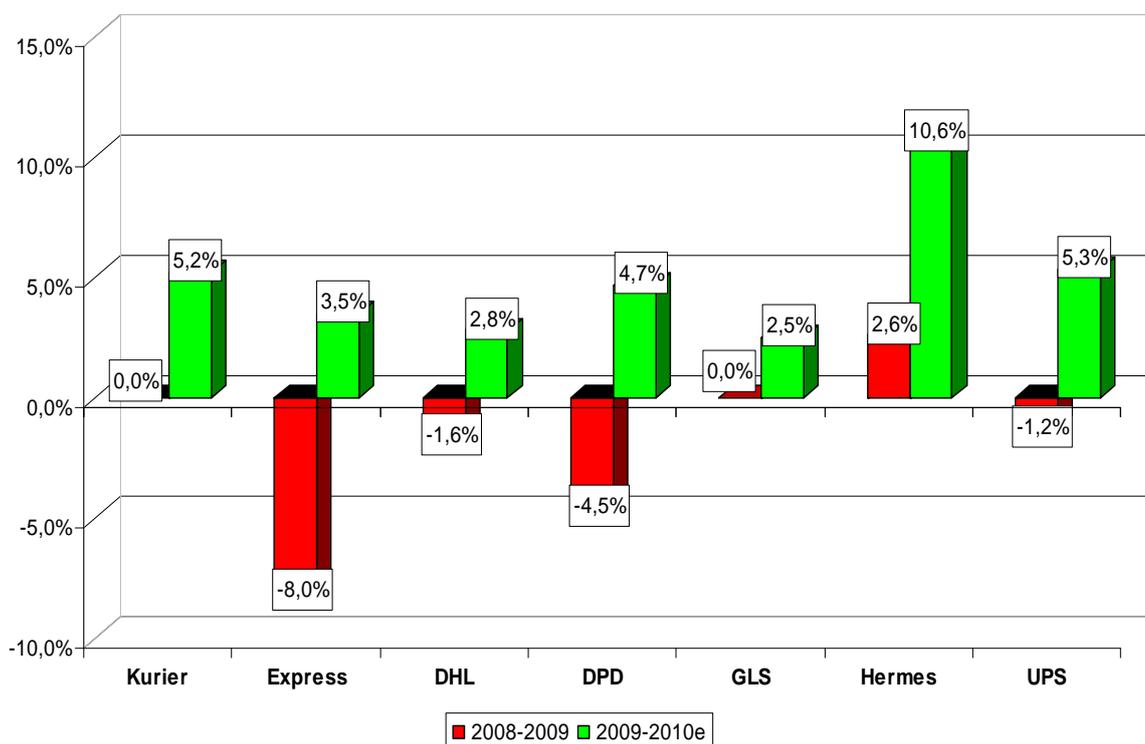


Abbildung 2-4: Sendungsentwicklung 2008 - 2010 (CAGR)

⁵ Die Werte aus der Untersuchung 1999 wurden angepasst. Wesentliche Änderung ist die Umgruppierung von Hermes in den Paketsektor; seinerzeit wurden die Kennzahlen des Unternehmens in der Expresssparte kumuliert. Deshalb ist der direkte Vergleich mit den Tabellen und Grafiken der damaligen Untersuchung nicht möglich.

Während Hermes als einziger Paketdienst auch von 2008 auf 2009 einen Zuwachs beim Sendungsvolumen realisieren konnte, mussten vor allem der DPD und die Expressdienste einen deutlichen Einbruch verkraften.

Demgegenüber konnten sowohl die Kurierdienste als auch GLS ihr Aufkommen behaupten.



MRU GmbH

Kanalstr. 38 · 22085 Hamburg/Germany

Tel. +49 40 220 40 00 · Fax +49 40 22 72 58-10

E-Mail info@m-r-u.de · www.m-r-u.de