

Der KEP-Markt in Deutschland

Eine Kurzstudie im Auftrag des
Hamburg im September 2012



Haftungsausschluss

Die vorliegende Studie wurde von der MRU GmbH im September 2012 fertiggestellt 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 Berichts, 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
Jona Miller

MRU GmbH

Papenhuder Straße 49
22087 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 Hintergrund6

1.2 Methodik6

1.3 Abgrenzung des Marktes6

2 Der KEP-Markt 2011 8

2.1 Umsätze Gesamtmarkt8

2.2 Sendungen Gesamtmarkt 11

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Umsätze im KEP-Markt 20118

Abbildung 2: Umsatzentwicklung 2008 - 2010 (CAGR) 10

Abbildung 3: KEP-Sendungen 2011 11

Abbildung 4: Sendungsentwicklung 2008 - 2010 (CAGR) 13

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Umsätze im KEP-Markt 1999 – 20119

Tabelle 2: Entwicklung der Sendungsanteile KEP 1999-2011 12

Executive Summary

Wie bereits 2011 hat der BdKEP erneut 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 nach wie vor ein wichtiger Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor in Deutschland sind.

Der deutsche KEP-Markt erholt sich nach der Wirtschaftskrise weiter. Während die Branche 2009 noch einen Umsatzrückgang von 6 Prozent hinnehmen musste (16 Mrd. Euro ohne Briefpostleistungen), war 2010 bereits eine klare Aufwärtstendenz erkennbar, die sich im abgelaufenen Jahr weiter fortgesetzt hat.

Mit Umsätzen von 17,8 Mrd. Euro (+5 %) ist das Vorkrisenniveau von 2007 wieder übertroffen worden. In Bezug auf das Absatzvolumen - 2,45 Mrd. Sendungen (+6 %) – wurde der Wert von 2007 sogar um 16,6 Prozent übertroffen.

Bemerkenswert ist das Wachstum der Branche: Seit 1995 stieg das Sendungsaufkommen damit um insgesamt knapp 70 Prozent. Dies entspricht einem durchschnittlichen Wachstum von 3,4 Prozent pro Jahr. Der Umsatz stieg im gleichen Zeitraum von 7,5 Mrd. Euro auf 17,8 Mrd. Euro. Dies bedeutet einen Umsatzanstieg von insgesamt rund 137 Prozent bzw. von durchschnittlich 5,6 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. 2011 beschäftigte die Branche aktuellen Untersuchungen zufolge rund 154.000 Festangestellte¹. Rechnet man die deutlich mehr als 100.000 auf selbstständiger Basis beschäftigten Subunternehmer und deren Angestellte hinzu, sind im KEP-Markt deutlich mehr als eine viertel Million Menschen beschäftigt².

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

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

¹ Bundesverband Internationaler Express- und Kurierdienste, Wirtschaftliche Bedeutung der Kurier-, Express- und Paketbranche - KEP-Studie 2012. MRU GmbH, eigene Berechnungen.

² Bundesnetzagentur, Primärerhebung auf den Märkten für Kurier-, Express- und Paketdienste, 2009.

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 weiterhin sehr positiv entwickelt und seine Rolle als etablierter Wachstumsträger innerhalb des deutschen KEP-Marktes weiter gefestigt. 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

Wie bereits 2011 hat der BdKEP (*Bundesverband der Kurier-Express-Post-Dienste e. V.*) eine Studie zur aktuellen Bestandsaufnahme der Situation im deutschen KEP-Markt beauftragt.

Dabei wurden insbesondere Daten wie Umsatz und Sendungsmengen im Jahr 2011 - sowie rückblickend auch für die Jahre 2009 und 2010 - 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 Zeitungsdistribeure, 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 sicher³.

³ 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 verschiedenen Serviceangebote des Briefpostmarktes auszuweiten; für diese Services steht dann das P (Postdienste) im Begriff KEP.

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.

2 Der KEP-Markt 2011

2.1 Umsätze Gesamtmarkt

Der deutsche KEP-Markt hatte 2011 ein Umsatzvolumen von rund 17,8 Mrd. Euro⁴. Im Vergleich zu 2010 ist dies eine Steigerung von rund 845 Mio. Euro oder 5 Prozent. Wie bereits in den vergangenen Jahren ist der KEP-Bereich damit überdurchschnittlich gewachsen. Zum Vergleich: Für das Bruttoinlandsprodukt wurde 2011 ein Wachstum von 3,0 Prozent angegeben.

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

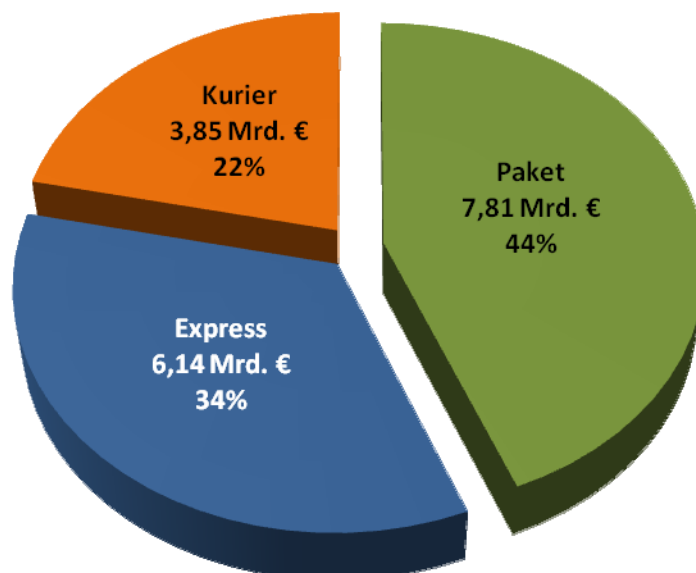


Abbildung 1: Umsätze im KEP-Markt 2011

Der Paketbereich macht mit 44 Prozent des Umsatzes den größten Teil des KEP-Marktes aus, gefolgt vom Expressbereich mit rund 36 Prozent. Rund 22 Prozent der Umsätze werden durch Kurierdienste erwirtschaftet.

In der Betrachtung der vergangenen drei Jahre fällt auf, dass der Paketbereich zulasten des Express- und des Kuriersegments wächst. Die beiden letztgenannten

⁴ 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 selbstfahrende Kurierunternehmer und Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen begründet. Die Umsätze beider Gruppen werden im Rahmen anderer Untersuchungen lediglich eingeschätzt.

Bereiche haben seit 2009 jeweils zwei Prozentpunkte verloren, das Paketsegment insgesamt 4 Prozentpunkte hinzugewonnen. Dies belegt 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)⁵ der fünf großen Anbieter im Paketmarkt sowie der Segmente Kurier und Express.

	1999	2011	CAGR
Kurier	2.127	3.852	+5,1 %
Express	3.667	6.135	+4,4 %
DHL	1.737	3.179	+5,2 %
DPD	879	1.505	+4,6 %
GLS	380	707	+5,3 %
Hermes	338	986	+9,3 %
UPS	782	1.433	+5,2 %
	9.910	17.798	

Tabelle 1: Umsätze im KEP-Markt 1999 – 2011

Der niedrigste durchschnittliche jährliche Umsatzzuwachs im Zeitraum 1999 bis 2011 kann im Expresssegment ausgemacht werden. Demgegenüber konnte Hermes in diesem Zeitraum den Umsatz durchschnittlich um jährlich 9,3 Prozent steigern. Auch GLS (CAGR +5,3 %) und die DHL (CAGR +5,2 %) entwickelten sich sehr dynamisch.

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

In der 3-Jahresbetrachtung zeigt sich hingegen das - im Vergleich zur Kurier- und Expressbranche - dynamische Wachstum der Paketdienste. Insbesondere aufgrund des boomenden E-Commerce konnten alle Anbieter deutlich zulegen. Lediglich GLS litt 2009-2010 noch unter den Nachwirkungen der Wirtschaftskrise. Der deutliche Einbruch der wachstumsverwöhnten OTTO-Tochter Hermes 2011 lässt sich unter anderem auf das rückläufige Geschäft des Mutterkonzerns zurückführen. Auch die

⁵ engl.: Compound Annual Growth Rate.

anhaltende Debatte um die teilweise prekären Arbeitsbedingungen der Zusteller dürfte eine Rolle spielen.

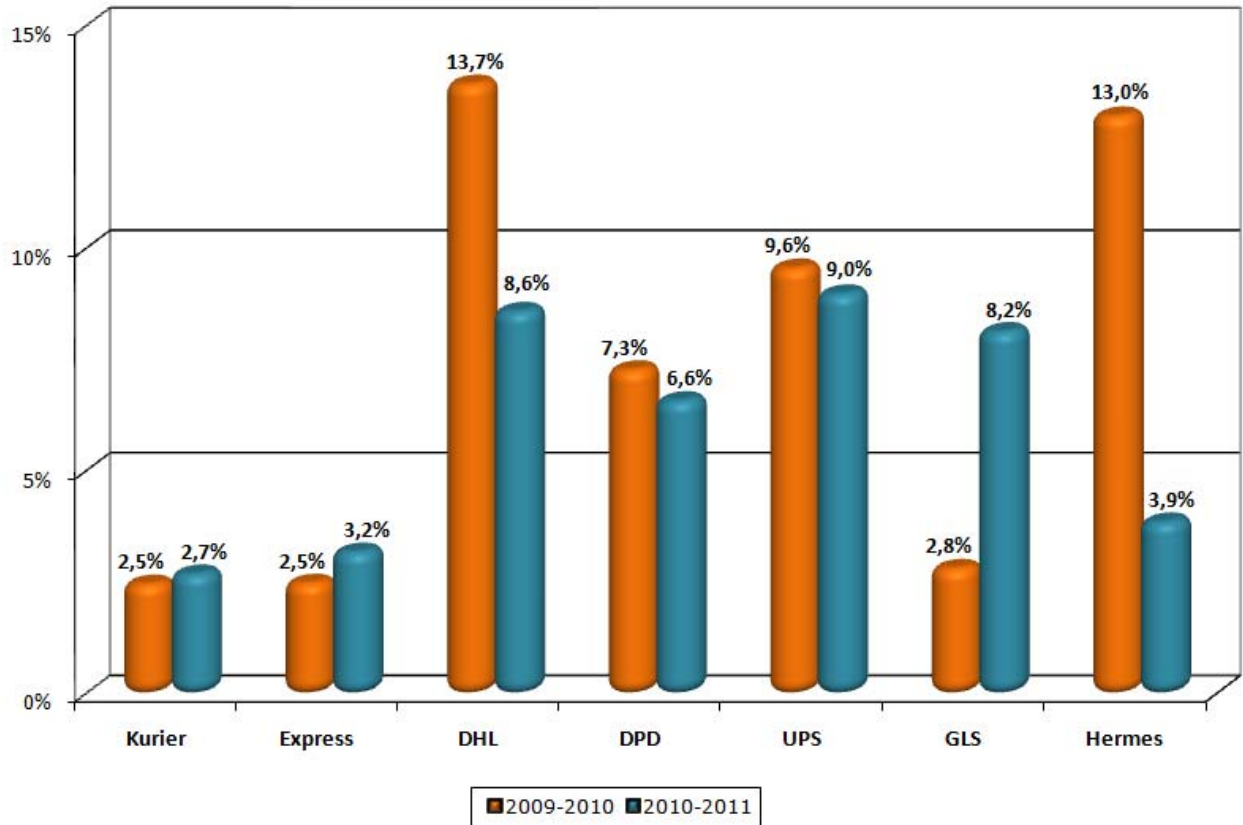


Abbildung 2: Umsatzentwicklung 2009 - 2011 (CAGR)⁶

⁶ Die Wachstumsrate 2009-2010 von DHL liegt deutlich niedriger als in der Grafik ausgewiesen. Grund ist die 2011 erfolgte Umgruppierung des Home Delivery Geschäfts (2-Mann-Handling) aus dem Unternehmensbereich Supply Chain in den Unternehmensbereich Brief, in dem auch die Sparte Paket Deutschland konsolidiert wird. Für das Jahr 2009 liegen keine angepassten Umsatzzahlen vor.

2.2 Sendungen Gesamtmarkt

2011 wurden im deutschen KEP-Markt rund 2,45 Mrd. Sendungen befördert. Gegenüber 2010 entspricht dies einer Steigerung von rund 140 Mio. Sendungen oder 6,1 Prozent. Die Sendungen verteilen sich folgendermaßen auf die Segmente:

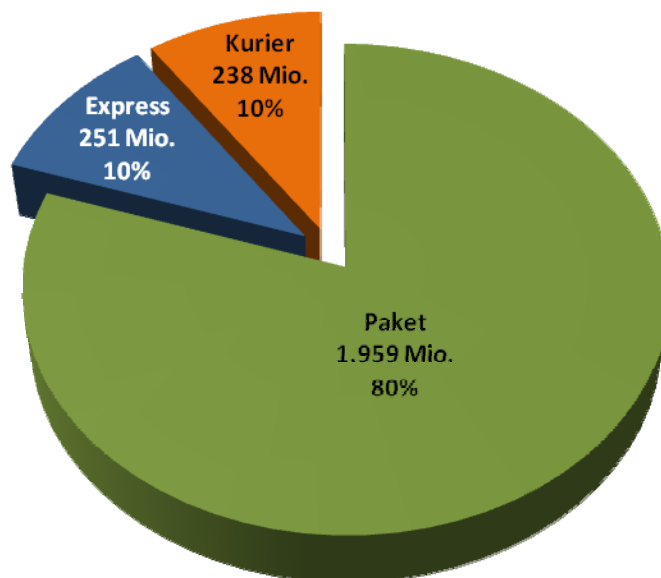


Abbildung 3: KEP-Sendungen 2011

Anders als bei der Betrachtung der Umsätze dominiert hier sehr deutlich der Paketbereich mit 80 Prozent. Expressanbieter und Kurierdienste mit jeweils rund 10 Prozent teilen sich den Rest des Marktes.

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

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 10 Prozent in 2011 eingebrochen.

Demgegenüber konnte vor allem das Paketsegment mit 8 Prozentpunkten auf nunmehr 80 Prozent deutlich zulegen. Der Expressbereich konnte seinen Anteil leicht um 2 Prozentpunkte steigern⁷.

	1999	%	2011	%
Kurier	330	20	238	10
Express	134	8	251	10
Paket	1.195	72	1.959	80
Summe	1.659		2.102	

Tabelle 2: Entwicklung der Sendungsanteile KEP 1999-2011

Der Expressbereich konnte den Marktanteil im Vergleich mit 1999 um 2 Prozentpunkte auf 10 Prozent steigern. Noch höhere Zuwächse gab es im Paketbereich, dessen Anteil am Gesamtmarkt von 72 auf 78,9 Prozent stieg.

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

Insbesondere die Paketdienste - mit Ausnahme von GLS - konnten die beförderte Menge deutlich ausweiten. Auffällig ist der massive Wachstumseinbruch bei Hermes - ein Unternehmen, das bislang regelmäßig zweistellige Wachstumsraten vorweisen konnte. Diese Entwicklung lässt sich sowohl auf das nachlassende Geschäft der Versandhandelsmutter OTTO als auch auf die andauernde Diskussion um die Arbeitsbedingungen der Zusteller zurückführen.

⁷ 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.

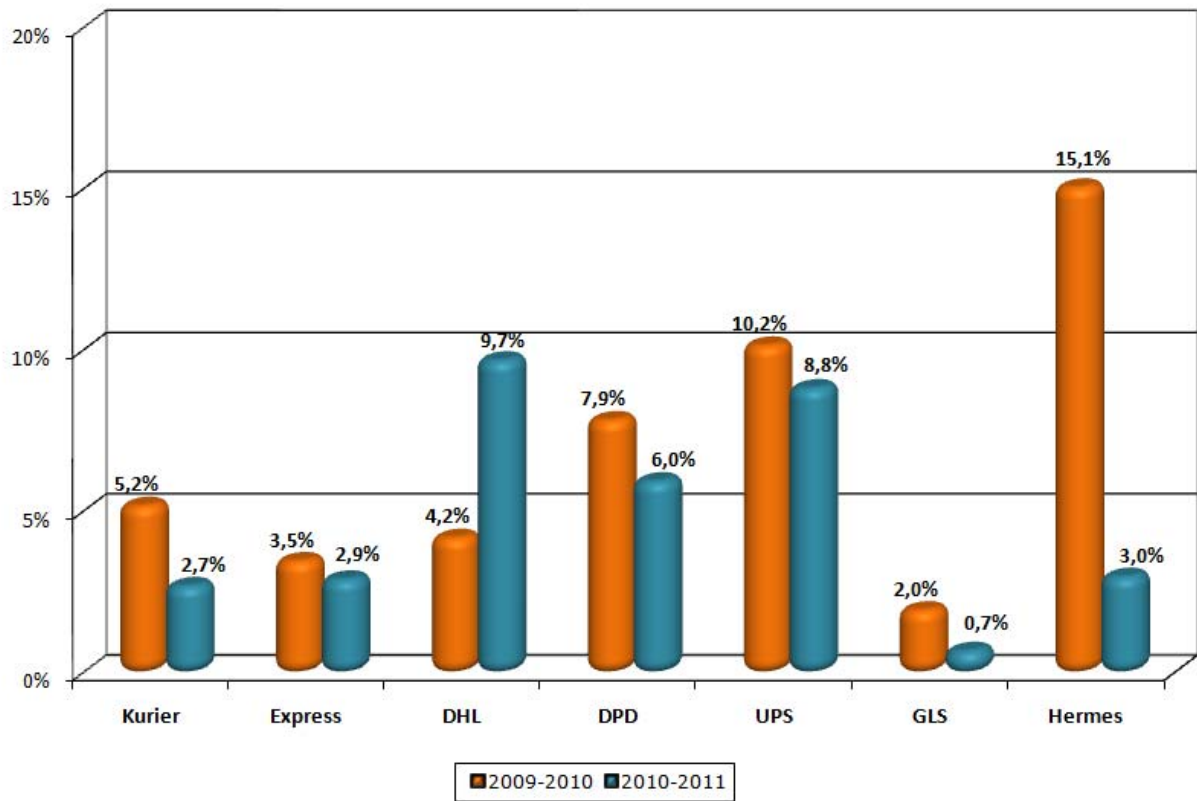


Abbildung 4: Sendungsentwicklung 2009 - 2011 (CAGR)



MRU GmbH

Papenhuder Str. 49 · 22087 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