

Die Gewinner der Globalisierung

VON HELMUT BÜNDER

Der Kompromiß von Hongkong hält die Welthandelsrunde in Gang – und die Logistikbranche in Laune. Die Aussicht auf einen erfolgreichen Abschluß der Gespräche in der Welthandelsorganisation (WTO) beflügelt einen Wirtschaftszweig, der zu den großen Gewinnern der Globalisierung zählt. Zollsenkungen und der Abbau von nichttarifären Handelshemmnissen wirken wie ein Konjunkturprogramm für Unternehmen, die ihr Geld mit dem internationalen Güterumschlag verdienen.

Nicht nur der stetig wachsende Weltmarkt sorgt für einen anhaltenden Boom. Auch im Inland sichert die Auslagerung von Produktion an Partner- und Zulieferunternehmen neues Geschäft.

Deshalb liegen die Wachstumsraten der Logistik regelmäßig deutlich über dem gesamtwirtschaftlichen Wachstum. In den vergange-

nen Jahren kam sie im Durchschnitt auf Umsatzsteigerungen von acht Prozent. Davon stammten gut fünf Prozent aus der allgemeinen Konjunktur und dem zunehmenden Welthandel, während drei Prozent dem Trend zum Outsourcing zu verdanken waren. Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht in Sicht. Branchenkenner prognostizieren mindestens bis 2010 goldene Jahre mit Zuwächsen von sieben Prozent und mehr.

Solche Aussichten machen den Unternehmen Appetit auf teure Zukäufe, und sie liefern den Stoff für neue Börsenphantasie. Davon hat etwa der Schweizer Luft- und Seefrachtspezialist Panalpina profitiert, als er seine Aktien vor einigen Wochen mehrfach überzeichnet an die Börse bringen konnte. Vor allem aber war 2005 für die Logistikbranche das Jahr der Übernahmen: Die Deutsche Bahn kauft den amerikanischen Konkurrenten Bax Global, der Schweizer Logistikkonzern Kühne + Nagel übernimmt die französische ACR Logistics, und die Deutsche Post schluckt den britischen Logistikriesen Exel. Die Reihe wird sich fortsetzen. Denn Chancen haben in diesem Geschäft auf Dauer nur die ganz Großen. Wer international mitspielen will, muß mit seinem Netz weltweit und möglichst engmaschig vertreten sein. Selbst die niederländische Post TNT ist dafür zu klein, sie hat ihre Logistiksparte nun zum Verkauf gestellt. Als aussichtsreichster Interessent gilt der amerikanische Paketdienst UPS, der sich ein Logistikstandbein aufbauen will.

Wie das geht, hat die Deutsche Post vorgemacht. Mit den sicheren Monopolgewinnen aus der Briefsparte im Rücken finanziert Vorstandschef Klaus Zumwinkel zum Ärger der privaten Konkurrenz eine einzigartige Einkaufstour. Die Schweizer Spedition Danzas, DHL und das amerikanische Luftfrachtunternehmen Airborne waren nur einige der Stationen. Den vorläufigen Höhepunkt markiert die Exel-Übernahme für 5,6 Milliarden Euro, durch die das frühere Bundesunternehmen zum führenden Logistikkonzern der Welt avanciert. Gemessen an der Zahl ihrer Beschäftigten – rund eine halbe Million Menschen arbeiten welt-

weit für den gelben Riesen –, ist die Post zugleich zum größten deutschen Unternehmen avanciert.

Ein anderes Staatsunternehmen, die Deutsche Bahn, eifert der Poststrategie fleißig nach. Die zunächst am Widerstand der Politik gescheiterte Verlagerung der Konzernzentrale nach Hamburg steht für die internationalen Ambitionen. Mit dem Kauf der Großspedition Schenker hatte die Bahn 2002 den Sprung von der Schiene in das globale Frachtgeschäft gewagt; die Verstärkung durch Bax Global, einen Konzern mit zwei Milliarden Euro Umsatz und mehr als 10000 Mitarbeitern, ist der konsequente nächste Schritt. Gleichzeit-

ig versucht Bahnchef Hartmut Mehdorn ins Hafengeschäft vorzudringen. Der Einstieg bei der Hamburger Betreibergesellschaft HHLA sicherte ihm eine Schlüsselposition

Chancen in der Logistik haben auf Dauer nur die ganz Großen.

für das Seefrachtgeschäft. Den Rivalen Kühne + Nagel aus der Schweiz hat er durch den Kauf von Bax Global schon überrundet. In der Rangliste der Logistikkonzerne steht die Bahn nun hinter der Posttochter DHL und Nippon Express aus Japan auf dem dritten Platz.

Daß zwei deutsche Unternehmen die Spitzenpositionen bekleiden, spricht für den Logistikstandort Deutschland. Die gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur, eine führende Position in der Logistik-Zulieferindustrie und die Drehscheibenfunktion im Zentrum der erweiterten EU bieten einen Standortvorteil, auf dem sich aufbauen läßt. **Schon jetzt liegt der Umsatz der deutschen Logistikwirtschaft bei 160 Milliarden Euro im Jahr. Höhere Erlöse verzeichnen nur der Fahrzeugbau, die Elektrotechnik und der Maschinenbau. Gemessen an der Zahl der Beschäftigten, steht die Logistik nach Branchenangaben mit 2,5 Millionen Mitarbeitern sogar unangefochten auf dem ersten Platz.** Etwa zwei Drittel von ihnen arbeiten allerdings immer noch in Industrie und Handel, wo sie den Warenfluß im Unternehmen organisieren, Lager verwalten oder Fahrzeuge der unternehmenseigenen Flotte steuern. Doch immer mehr Industrie- und Handelsunternehmen reduzieren ihre eigenen Logistikaktivitäten und vergeben sie an die Spezialisten, die es besser und preiswerter können. Auf sie entfällt ungefähr die Hälfte des Logistikumsatzes, Tendenz stark steigend.

Aber der Boom hat auch seine Schattenseiten, zumindest für die Beschäftigten. Immer häufiger übernehmen Logistikunternehmen die komplette Warenwirtschaft von der Lagerhaltung bis zur Auslieferung an Einzelhandel oder Endverbraucher. Bisweilen werden dabei auch gleich Teile der Wertschöpfungskette mit ausgelagert. Zwar sind so in der Kontraktlogistik viele Tausend neue Arbeitsplätze entstanden. Nicht selten allerdings entpuppt sich das Jobwunder als Nullsummenspiel: Die Auftraggeber streichen die Arbeitsstellen, die bei den Logistikern neu entstehen – häufig zu schlechteren Konditionen als zuvor. Nur unter dieser Voraussetzung geht die Rechnung für beide Seiten auf.