

Lenkungskreis 'Güterverkehr'
im Deutschen Verkehrsforum

Positionspapier

**Deutschland
braucht Logistik**

**Strategie für einen attraktiven
Logistikstandort Deutschland**

März 2005



**DEUTSCHES
VERKEHRSFORUM**

Klingelhöferstr. 7
10785 Berlin
Tel. 030 / 26 39 54-0
Fax. 030 / 26 39 54-22

www.verkehrsforum.de
info@verkehrsforum.de

1. Deutschland braucht Logistik

Logistik als unverzichtbarer Wirtschaftsfaktor

Die Logistikbranche ist ein Wirtschaftszweig mit höchster Bedeutung für Deutschland. Mehr als zwei Millionen Mitarbeiter erwirtschaften 150 Milliarden Euro Bruttoumsatz, also rund sieben Prozent Anteil am BSP.

Der Logistiksektor macht räumliche Arbeitsteilung überhaupt erst möglich und ist somit *die* Schlüsselbranche der Volkswirtschaft. Ohne diesen Wirtschaftszweig wäre Arbeitsteilung im In- und Ausland nicht möglich – sie bildet das Grundraster der Globalisierung. Zudem ermöglicht Logistik den Unternehmen, sich auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren und die Wertschöpfungstiefe zu optimieren. Effiziente und wettbewerbsfähige Logistik ist damit unverzichtbarer Bestandteil der internationalen Arbeitsteilung. Gerade für die Exportnation Deutschland ist hochwertige Logistikdienstleistung unverzichtbar.

Logistik als Vorreiter für Innovation

Der Logistiksektor treibt innovative Technologien und Konzepte voran und lässt sie in die Prozesse der Kunden einfließen. Stets nahe am Kunden ist die Branche beständiger Vorreiter bei der Anwendung und schnellen Umsetzung zahlreicher Schlüsseltechnologien – z. B. Radio Frequency Identification (RFID), Echtzeitmanagement von Logistikketten oder vollautomatisierte Lagersysteme. Logistik sichert so hochwertige Kernkompetenzen im Entwicklungs- und Produktionsstandort Deutschland.

Logistische Dienstleister verzahnen Produktion, Transport und Distribution, steigern die Effizienz der Prozessketten und vernetzen so alle Beteiligten zu einer Wertschöpfungspartnerschaft.

Logistik als Magnet für Schlüsselindustrien

Zukunftsträchtige Schlüsselindustrien werden nicht zuletzt durch einen leistungsfähigen Logistiksektor in Deutschland gebunden. Erst die Mehrwertdienste der Logistik ermöglichen den Unternehmen, an globalen Entwicklungen teilzuhaben – ohne Kernfunktionen mit hoher Wertschöpfung in Deutschland aufzugeben. Beispiele hierfür sind der Flugzeugbau, die Automobilindustrie und der Versandhandel.

Die Zukunftsfrage für den Industriestandort ist eng mit der Attraktivität des Logistikstandortes Deutschland verknüpft. Ein leistungsfähiger Logistiksektor verbessert die Wettbewerbsposition der deutschen Industrie im globalen Wettbewerb.

2. Logistik braucht Standortqualität

Logistikunternehmen im Qualitäts- und Kostenwettbewerb

Logistikprozesse sind im Zeitalter der Globalisierung nur noch in geringem Umfang auf lokale, regionale oder nationale Märkte beschränkt. Der harte Wettbewerb findet in einer weitgehend durchrationalisierten Weltwirtschaft statt. Dort entscheidet in hohem Maße die Standortqualität über den Erfolg einzelner Unternehmen, aber auch ganzer Volkswirtschaften. Mit

zunehmender Dynamik der Weltkonjunktur steigen die Anforderungen an den Logistikstandort selbst.

Der deutsche Logistiksektor behauptet sich in diesem engen Marktumfeld und expandiert stetig in neue Wirtschaftsräume und Marktsegmente. Die hohe Dienstleistungsqualität macht deutsche Unternehmen auch im Ausland zu geschätzten Partnern der verladenden Wirtschaft; sie können sich gegenüber lokalen Wettbewerbern durchsetzen.

Allerdings macht sich der steigende Kostendruck der Industrie auch in diesem Segment bemerkbar. Der Leistungs- und Qualitätswettbewerb wird immer mehr von reinen Kostenaspekten begleitet oder sogar dominiert. Die Logistikunternehmen Deutschlands, werden den Leistungs- und Qualitätswettbewerb für sich entscheiden können, laufen jedoch Gefahr, den Kostenwettbewerb zu verlieren.

Standortbedingungen entscheiden den Wettbewerb

Die Logistikbranche Deutschlands – wettbewerbsfähig, innovativ, kreativ und produktiv – ist in besonderem Maße auf attraktive Rahmenbedingungen am Standort Deutschland angewiesen. Die Logistikunternehmen profitieren von einem entscheidenden Standortvorteil Deutschlands: seiner zentralen Lage für die Bedienung der europäischen Wirtschaftsräume. Attraktivität gewinnt der Logistikstandort Deutschland zusätzlich durch die Innovationskraft der Unternehmen, die qualifizierten und motivierten Arbeitskräfte sowie die spezifischen Aus- und Weiterbildungsangebote in der Logistik.

Den genannten Vorteilen stehen jedoch Defizite bei anderen Standortfaktoren entgegen.

⇒ Harte Standortfaktoren verbessern

Zu den „harten“ Faktoren, die verbessert werden müssen, gehören in erster Linie eine zukunftsgerechte Infrastruktur, wettbewerbsfähige fiskalische Rahmenbedingungen und die Flexibilisierung des Produktionsfaktors „Arbeit“.

Eine nachfragegerechte und vernetzte sowie qualitativ hochwertige Infrastruktur für alle Verkehrsträger ist das essentielle Element, auf das ein optimaler Logistikstandort angewiesen ist. Dieser wichtige Wettbewerbsvorsprung Deutschlands darf nicht durch Investitionsstau gefährdet werden, sondern muss den zunehmenden Anforderungen ständig angepasst werden.

Insbesondere „harte“ fiskalische Faktoren wie Steuern, Abgaben und Lohnnebenkosten schlagen direkt negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit des Logistikstandorts Deutschland durch. Hier ist der Staat gefordert, durch Flexibilität und Senkung der fiskalischen Lasten die Effizienzbemühungen der Logistikunternehmen zu unterstützen.

⇒ Weiche Standortfaktoren verbessern

Attraktive Marktbedingungen müssen aber auch über „weiche“ Faktoren geschaffen werden, wie z.B.

- das Image und die Akzeptanz der Logistikbranche in der Öffentlichkeit,
- das Zusammenwirken mit Politik und Verwaltung bei der Standortentwicklung,
- der Abbau von bürokratischem Aufwand bei der Standortentwicklung.

Um zu einer wirksamen Förderung des Logistikstandortes zu gelangen, braucht die Branche einen stärkeren Rückhalt durch die deutsche Politik auf allen Ebenen – Bund, Länder und Kommunen. Der Logistikstandort Deutschland kann nur attraktiv gestaltet werden, wenn ein Umdenken der politischen Entscheidungsträger hinsichtlich der Bedeutung der Logistik einsetzt.

3. Logistik und Öffentliche Hand – Partner für Erfolg

Logistik ist kein „Störfaktor“, sondern ein wichtiger und zukunftssträchtiger Entwicklungsfaktor. In den Regionen werden Angebot und Nachfrage mit globalen Wirtschaftsprozessen vernetzt und das lokale Wirtschaftswachstum damit wesentlich vorangebracht. Notwendig ist daher ein klares Bekenntnis der Politik zur Logistikbranche als Wachstumsträger und Garant für Arbeitsplätze.

Findet dieses Umdenken auf allen Ebenen der politischen Entscheidungen nicht statt, besteht die reelle Gefahr, dass in- und ausländische Logistikdienstleister in anderen EU-Staaten investieren. Dann würden dort Arbeitsplätze geschaffen, wo die Logistikunternehmen von Politik und Gesellschaft als Wachstumsträger mit offenen Armen empfangen werden.

Logistik als Partner lokaler Wirtschaftsentwicklung

Die Öffentliche Hand hat bei der Planung, Entwicklung und Gestaltung des Standortes für Logistikunternehmen einen wesentlichen Anteil. Sie ist erster Ansprechpartner für den potenziellen Investor vor Ort. Logistikunternehmen ziehen globale Wachstumsfaktoren an und machen sie für den lokalen Standort nutzbar. Sie sind damit ein wichtiger Partner für Länder und Kommunen.

Gemeinsame Standortentwicklung und Vermarktung

Logistikbranche und Öffentliche Hand sind somit gefordert, partnerschaftlich zusammenarbeiten, so wie es in den Logistikinitiativen einzelner Bundesländer bereits erfolgreich geschieht. Um den Standort Deutschland weiter zu bringen und zu gestalten braucht es

- eine möglichst unbürokratische Standortentwicklung und –gestaltung unter enger Kooperation der Partner sowie
- die gemeinsame Vermarktung des Logistikstandortes in der Öffentlichkeit und in der Wirtschaft.

Beides fördert die Ansiedlung in- und ausländischer Unternehmen und die weitere Konzentration des Logistiksektors in Deutschland.

Strategie für einen attraktiven Logistikstandort Deutschland

- ➔ **Infrastruktur nachfragegerecht gestalten**
- ➔ **global vermarkten**
- ➔ **lokal informieren**
- ➔ **Investitionen politisch unterstützen.**