

# Primärerhebung auf den Märkten für Kurier-, Express- und Paketdienste

im Auftrag der



Bundesnetzagentur

Hamburg, im Februar 2009

### **Haftungsausschluss**

Die vorliegende Studie wurde von der MRU GmbH im Februar 2009 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.

### **Projektteam:**

Horst Manner-Romberg  
Wolf Symanczyk  
Michael Ströh  
Helmut Deecke  
Irene Bastron  
Anne Marwig

### **MRU GmbH**

Kanalstraße 38  
22085 Hamburg  
Germany  
Phone: +49 40 220 40 00  
Fax: +49 40 2272 5810  
Internet: [www.m-r-u.de](http://www.m-r-u.de)  
E-Mail: [info@m-r-u.de](mailto:info@m-r-u.de)

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung .....</b>	<b>10</b>
1.1	Hintergrund .....	10
1.2	Methodik .....	12
1.3	Abgrenzung des Marktes.....	14
<b>2</b>	<b>Der KEP-Markt 2006 - 2007 .....</b>	<b>18</b>
2.1	Marktsegmentierung.....	18
2.2	Umsätze und Sendungen Gesamtmarkt.....	25
2.3	Umsätze und Sendungen nach Marktsegmenten.....	30
2.3.1	<i>Kurierdienste</i> .....	30
2.3.2	<i>Expressdienste</i> .....	32
2.3.3	<i>Paketdienste</i> .....	33
2.4	Prognose 2008 .....	35
2.5	Erwartungen 2009 und 2012 .....	37
<b>3</b>	<b>Basisdaten der befragten Unternehmen .....</b>	<b>39</b>
3.1	Firmengründung.....	39
3.2	Geografische Verteilung der Firmen.....	41
3.3	Netzwerkanschluss .....	44
3.4	Servicegebiet .....	48
<b>4</b>	<b>Weitere Ergebnisse der Erhebung.....</b>	<b>50</b>
4.1	Beschäftigtenstruktur.....	50
4.2	Fuhrpark .....	55
4.3	Betriebskostenentwicklung .....	57
4.4	Problembereiche.....	58
4.5	Kundengruppen .....	60
4.6	Preisniveau .....	62
4.7	Synergien zum Briefmarkt .....	64
<b>5</b>	<b>Sonstige Unternehmen .....</b>	<b>67</b>
<b>6</b>	<b>Appendix: TOP 20-Unternehmen.....</b>	<b>69</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1-1: Vergleich des KEP-Marktes mit dem Transportmarkt (1995-2007) .....	10
Abbildung 2-1: Grundlegende Marktsegmentierung.....	22
Abbildung 2-2: Umsätze im KEP-Markt 2007 .....	25
Abbildung 2-3: KEP-Sendungen 2007 .....	27
Abbildung 2-4: Umsatz und Sendungen im deutschen Kuriermarkt 1999 - 2007 .....	31
Abbildung 2-5: Umsatz und Sendungen im deutschen Expressmarkt 1999 - 2007 .....	32
Abbildung 2-6: Umsatz und Sendungen im deutschen Paketmarkt 1999 - 2007 .....	34
Abbildung 3-1: Jahr der Firmengründung.....	40
Abbildung 3-2: Geografische Verteilung der Unternehmenstypen 2 und 3 .....	41
Abbildung 3-3: Geografische Verteilung der Unternehmenstypen 1 und 2 .....	43
Abbildung 3-4: Netzwerkanschluss der Unternehmenstypen 2 und 3 zusammen.....	45
Abbildung 3-5: Netzwerkanschluss Typ 2 und Typ 3 getrennt ...	46
Abbildung 3-6: Europäische Aktivitäten der KEP-Anbieter.....	48
Abbildung 4-1: Entwicklung der Beschäftigung 2006 - 2007 .....	51
Abbildung 4-2: Beschäftigtenstruktur der Unternehmenstypen 2 und 3 aggregiert (2007) .....	52
Abbildung 4-3: Beschäftigtenstruktur Typ 2 versus Typ 3 (2007) .....	53
Abbildung 4-4: Betriebskostenentwicklung nach Unternehmenstypen .....	57
Abbildung 4-5: Problembereiche nach Unternehmenstypen .....	58
Abbildung 4-6: Die wichtigsten Kundengruppen nach Unternehmenstypen .....	60

Abbildung 4-7: Entwicklung des Preisniveaus der  
Transportleistungen ..... 62

Abbildung 4-8: Brieflizenzen nach Unternehmenstypen ..... 64

Abbildung 4-9: Angebot von Briefservices ..... 65

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 2-1: Kurierfahrer und TOP20.....	23
Tabelle 2-2: Umsätze im KEP-Markt 1999 – 2007 .....	26
Tabelle 2-3: Umsatzentwicklung im KEP-Markt 1999 - 2007 (Mio. Euro).....	26
Tabelle 2-4: Entwicklung der Sendungs-Anteile KEP .....	28
Tabelle 2-5: Erwartungen 2009 und bis 2012 .....	37
Tabelle 3-1: Jahr der Firmengründung.....	40
Tabelle 3-2: Geografische Verteilung der KEP-Unternehmen .....	42
Tabelle 4-1: Entwicklung des Preisniveaus der Transportleistungen.....	63

## Executive Summary

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

Der deutsche KEP-Markt hat sich auch in 2006 und 2007 weiter dynamisch entwickelt. Mittlerweile repräsentiert der Markt – ohne Briefpostleistungen - ein Umsatzvolumen von 16,8 Mrd. Euro bei einem Absatzvolumen von 2,1 Mrd. Sendungen<sup>1</sup>.

Bemerkenswert ist das Wachstum der Branche: Im Vergleich zu 2006 stieg der Umsatz um 7,7 Prozent und seit 1999 wurde ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 6,8 Prozent erreicht.

Zum Vergleich: Der Anstieg des Bruttoinlandsprodukts lag im Zeitraum 2006 auf 2007 bei nur 2,5 Prozent.

Des Weiteren sind knapp 259.000 Menschen in der Branche beschäftigt. Dies sind deutlich mehr als im Briefsegment, in dem 2006 knapp 197.000 Personen für die Deutsche Post oder die Lizenznehmer tätig waren<sup>2</sup>. Wichtiger noch: Von 2006 auf 2007 stieg die Beschäftigung im Gesamtmarkt um 7,5 Prozent.

Aber die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung des vergangenen Jahres ist auch nicht spurlos an der KEP-Branche vorbeigegangen. So lässt sich für 2008 eine deutliche Abschwächung erkennen. Erwartungsgemäß wird das Umsatzvolumen des Marktes „nur“ um 3,6 Prozent auf 17,36 Mrd. Euro gestiegen sein.

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

---

<sup>1</sup> Im Vergleich mit anderen Studien zum deutschen KEP-Markt weist die hier vorliegende Untersuchung für 2007 einen um 2,85 Mrd. Euro höheren Umsatz sowie eine um 128 Mio. niedrigere Sendungszahl aus. Dies liegt in den durch die Erhebung ermittelten Umsätze für Kurierfahrer (Typ 1) und Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen (Typ 2), die zudem überhaupt erstmalig erfasst werden konnten, begründet. Die Umsätze beider Gruppen wurden in anderen Untersuchung entweder nur eingeschätzt oder nicht berücksichtigt.

<sup>2</sup> Die Angabe zur Zahl der Beschäftigten im Briefsegment enthält allerdings keine Subunternehmer.

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.

KEP-Dienstleistungen sind in Deutschland flächendeckend vorhanden; selbst in den strukturschwächeren Regionen ist ein breites Angebot verfügbar. Die Dienstleister präsentieren sich als international tätige Unternehmen – 87 Prozent der Firmen bieten Transporte in zahlreiche europäische Länder an. Wichtigste Zielregionen sind die Nachbarländer Deutschlands sowie Großbritannien und Italien.

Dies wird unter anderem durch die weit verbreitete Kooperation zwischen den Unternehmen möglich. Eine Besonderheit des deutschen Marktes ist, dass sich mindestens drei Anbieter als reine Netzwerkbetreiber etabliert haben, die ihren Kunden, den KEP-Diensten, täglich die flächendeckende Zustellung von Expresssendungen in Deutschland und im Ausland anbieten („Overnight-Service“). Für die einspeisenden KEP-Firmen ist dieses Angebot hoch attraktiv: sie können ihr herkömm-



liches Serviceangebot aufwerten und ihren Kunden bspw. eine flächendeckende Zustellung garantieren, die sie mit eigenen Mitteln nicht abbilden könnten.

KEP-Unternehmen bedienen ein breites Klientel: Industrie, Medien und Verlage, der Versandhandel, die Werbebranche und andere Dienstleistungsunternehmen zählen zu den wichtigsten Nachfragern.

Gleichzeitig sind KEP-Unternehmen selbst aber auch zu einem wichtigen Nachfrager geworden. Mit insgesamt 211.000 Fahrzeugen, die jährlich teilweise sechsstellige Kilometerstrecken zurücklegen, sind die Unternehmen bspw. für die gesamte Automobilbranche hochinteressant.

Folgerichtig stellen die fahrzeugabhängigen Kosten, vor allem aufgrund der Benzinpreisentwicklung, eines der größten Probleme der gesamten Branche dar. Bis zu 90 Prozent der Befragten benennen den Kraftstoff als – mit Abstand - größten Kostentreiber der letzten fünf Jahre.

Nach den Problembereichen gefragt, nannten die Teilnehmer der Befragung vor allem zwei Bereiche: Wettbewerb bzw. Preisverfall und behördliche Auflagen. Wie intensiv das erstgenannte Problem das Geschäft beeinflusst, zeigen die Antworten zur Entwicklung der Preise. Nahezu zwei Drittel der am Markt tätigen Firmen konnten von 2006 auf 2007 nicht einmal einen Inflationsausgleich durchsetzen.

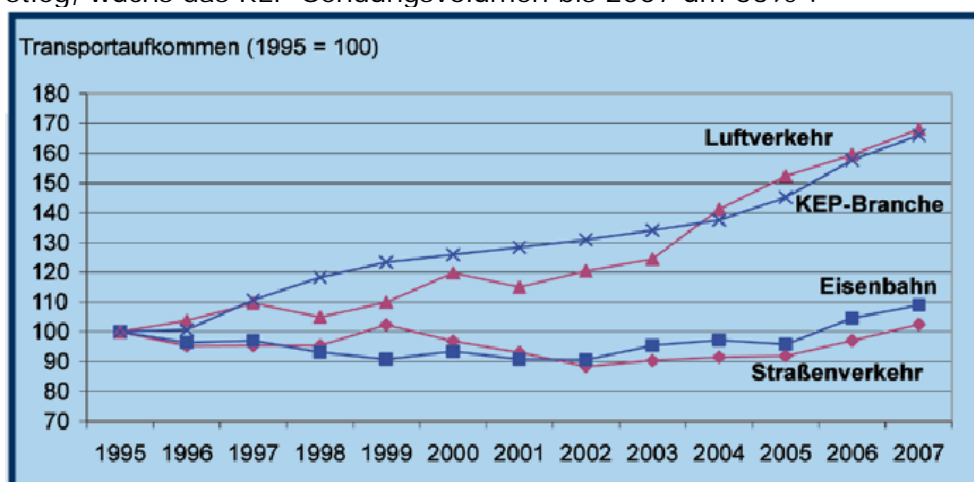
Obwohl heute vielfach vom Express- und Postmarkt die Rede ist, gibt es - vermeintlich - kaum Synergien zwischen dem KEP- und dem Briefmarkt. Nur 8 Prozent der befragten Unternehmen bieten derzeit Briefservices an. Diese wenigen im Briefsektor tätigen Firmen beschränken zudem ihre Tätigkeit überwiegend auf Teile des Brief-Wertschöpfungsprozesses, wie bspw. Briefkastenleerungen. Allerdings stammen gleichzeitig die stärksten Konkurrenten der Post aus dem KEP-Markt: Hermes (primeMail), TNT (TNT Post) sowie der DPD mit dem Produkt *ParcelLetter*.

Zudem planen rund ein Viertel der KEP-Dienste, die bereits eine Lizenz haben, intensiver in das Briefgeschäft einzusteigen.

# 1 Einleitung

## 1.1 Hintergrund

Die Bedeutung der KEP-Branche als Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor wurde in den vergangenen Jahren in verschiedenen Untersuchungen der relevanten Verbände belegt. Im Vergleich mit anderen Sektoren des Transportmarktes wird die wachsende Bedeutung der KEP-Branche deutlich. Während etwa das Transportaufkommen im Straßenverkehr in den Jahren 1995 bis 2007 stagnierte und im Schienengüterverkehr nur leicht stieg, wuchs das KEP-Sendungsvolumen bis 2007 um 66%<sup>3</sup>.



**Abbildung 1-1: Vergleich des KEP-Marktes mit dem Transportmarkt (1995-2007)**

Ein ähnliches Wachstum in diesem Zeitraum weist lediglich die Luftfracht auf, die aber in hohem Maße von den steigenden Aufkommen der KEP-Branche profitierte.

Vor dem Hintergrund der sich dynamisch verändernden KEP-Märkte hat die Bundesnetzagentur deshalb im Herbst 2008 eine Studie in Auftrag gegeben, um ein klares Bild der gegenwärtigen Situation des deutschen KEP-Marktes zu erhalten. Mit dieser Untersuchung knüpft die Bundesnetzagentur an mehrere ähnliche Untersuchungen aus der Vergangenheit an.

<sup>3</sup> Vgl.: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hrsg.), Verkehr in Zahlen 2007/2008; MRU GmbH, Der deutsche KEP-Markt 2006 – mit einer Abschätzung für 2007, Kurzstudie für den BIEK, 2008.

Bereits in den Jahren 1995, 1996 und 2000 hat die MRU im Auftrag des damaligen Bundesamts für Post und Telekommunikation bzw. der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post den deutschen KEP-Markt untersucht.

Das Ziel der vorliegenden Studie, die vor allem auf einer breiten Befragung der Marktteilnehmer basiert, besteht in der Bereitstellung von Grundlagen-Material für die Bundesnetzagentur, um auf kurzfristige Anforderungen adäquat reagieren zu können und ggf. gezielt weitere Untersuchungen darauf aufbauen zu können.

## 1.2 Methodik

Der bisherige Kenntnisstand des Marktes besagte, dass der größte Teil der Umsätze (und auch Volumina) durch die 20 größten Anbieter erwirtschaftet bzw. abgewickelt wird („80/20 Regel“). Deshalb – und um ein möglichst breit spezifiziertes Bild des Marktes zu erhalten – erfolgte die Befragung der KEP-Unternehmen im Rahmen einer zweistufigen Herangehensweise.

Die bekannten, 20 größten Unternehmen des Marktes, wurden im Rahmen von Expertengesprächen interviewt bzw. den Entscheidern wurden Fragebögen zugesendet.

Die Befragung aller sonstigen KEP-Anbieter („Restmarkt“) erfolgte unter Einschaltung eines auf online-gestützte Befragungen spezialisierten Unternehmens. Die Vorteile einer Online-Befragung - gegenüber einer schriftlichen Ansprache - liegen vor allem in der besseren Abdeckung des breiten und heterogenen Anbieterspektrums im Restmarkt.

Der Fragebogen wurde in enger Abstimmung mit der Bundesnetzagentur entwickelt und von der Behörde freigegeben.

Da bislang keine umfassende und vollständige Liste von KEP-Unternehmen in Deutschland existiert, wurde die Grundgesamtheit aus unterschiedlichen Quellen (z. B. Verbänden, Berufsgenossenschaften, Archiv der MRU, Website der BNetzA) zusammengestellt. Insgesamt konnte dadurch ein Sample von etwa 3.000 Firmen erstellt werden.

Diesen Unternehmen wurde eine E-Mail geschickt, in der sie zur Teilnahme an der Befragung eingeladen wurden und ein persönliches Passwort erhielten. Der Fragebogen war nur durch dieses Passwort zugänglich, eine wiederholte Teilnahme somit ausgeschlossen.

Ein besonderes Augenmerk wurde bei der vorliegenden Untersuchung auf die Vermeidung von Doppelzählungen gelegt. Aufgrund des Untersuchungsaufbaus und der Fragebogenstruktur konnte dieses Problem jedoch weitestgehend eliminiert werden<sup>4</sup>. In der Befragung wurden die

---

<sup>4</sup> Doppelzählungen von Umsätzen und Sendungen sind grundsätzlich bei Unternehmen möglich, die eigene Aufträge abwickeln und darüber hinaus für Netzwerke bzw. die TOP 20 tätig sind. Die im letzteren Zusammenhang erzielten Umsätze bzw. beförderten Sendungen würden sowohl bei den Netzwerken als auch bei den für sie fahrenden Unternehmern gezählt werden und die Ergebnisse verfälschen.

selbst erbrachten Umsätze und Transporte von den bei anderen Anbietern eingespeisten Sendungen/Umsätze separat erfasst. Im Rahmen der Gesamtmarktdarstellung wurden lediglich die selbst erbrachten Umsätze/Transporte berücksichtigt.

Hierbei ist allerdings eine Besonderheit zu berücksichtigen. In den vergangenen Jahren hat sich in Deutschland eine neue Gruppe von Serviceanbietern etabliert, die sogenannten Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen.

Diese Firmen erledigen bspw. die Auslieferung der Sendungen mehrerer anderer KEP-Dienste in einem bestimmten Regionalgebiet. Zweifelsohne ist es wenig sinnvoll, die zur Auslieferung übernommenen Sendungen im Rahmen der Gesamtmarkt Betrachtung nochmals zu berücksichtigen. Dies wäre eine typische Doppelzählung.

Bezüglich der durch die Auslieferungen erzielten Umsätze handelt es sich nach Einschätzung der Verfasser dieser Studie jedoch um einen eigenständigen Wertschöpfungsprozess, der in die Gesamtmarkt Betrachtung einfließen muss.

### 1.3 Abgrenzung des Marktes

Die Abgrenzung des Marktes gestaltet sich vor allem aufgrund der hohen Dynamik der Marktentwicklung, sowohl auf der Unternehmens- als auch auf der Produktseite, als sehr komplex.

Um die Kontinuität der langfristigen Aussagen zu gewährleisten, wurde der Markt im Rahmen der aktuellen Untersuchung in die Segmente

- Kurierdienste
- Expressdienste
- Paketdienste

gegliedert<sup>5</sup>.

Mit der vorstehenden Gliederung kann u. a. die langfristige Entwicklung des Marktes seit dem Jahr 2000 - dem Datum der letzten KEP-Studie im Auftrag der BNetzA - aufgezeigt und Vergleiche ermöglicht werden, etwa im Hinblick auf die Entwicklung der Umsatz- und Sendungsvolumina in den verschiedenen Segmenten.

Als handhabbarer Ansatz bietet sich die Aufspaltung des Marktes in einerseits die führenden Unternehmen, andererseits den Restmarkt an.

Wie schon im vorigen Abschnitt erwähnt, erwirtschaften die 20 größten Unternehmen auch den überwiegenden Teil des Marktumsatzes („80/20-Regel“). Dieser Teil des Marktgeschehens ist deutlich transparenter als die Aktivitäten im Restmarkt. So gibt es etwa durch Veröffentlichungen der Unternehmen, wie Geschäftsberichte, Präsentationen oder Pressemitteilungen, Informationen über Strategie und Organisation der großen Anbieter.

Über alle anderen Anbieter, den „Restmarkt“, sind wesentlich weniger Informationen verfügbar. Untersuchungen aus der Vergangenheit haben in der Regel Teilaspekte des Restmarktes behandelt. So liefert etwa eine Studie des BdKEP<sup>6</sup> erste Indikationen, dass innerhalb der Branche tiefgreifende Veränderungen statt finden.

---

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> Vgl.: BdKEP, „Direktkuriere im Aufwind“, 2007.

## Definition KEP

### **K – Kurierdienste**

Charakteristisch 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.

Um die Strukturen des Restmarktes noch deutlicher nachzeichnen zu können, wurde im Vorfeld der Untersuchung deshalb eine weitergehende Typisierung der Anbieter im sogenannten Restmarkt entwickelt.

Durch Expertengespräche konnte nachgewiesen werden, dass sich grundsätzlich vier Gruppen unterscheiden lassen:

### **Typ 1: Einzelkurier-Unternehmer**

Hierbei handelt es sich um selbstfahrende Unternehmer, die entweder selbst akquirierte Aufträge bearbeiten oder als Subunternehmer für andere KEP-Unternehmen im Abhol- und Zustellverkehr bzw. für Direktfahrten tätig sind.

### **Typ 2: Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen**

Hierbei handelt es sich um Unternehmer, die mit mehreren Fahrzeugen selbst akquirierte Aufträge abwickeln oder als Subunternehmer für andere KEP-Unternehmen tätig sind. Überwiegend treten diese Firmen kaum werblich am Markt auf.

### **Typ 3: Kurier-, Express- oder Paketdienstunternehmen**

Hierbei handelt es sich um Unternehmen, die als Anbieter von Kurier-, Express und Paketdienstleistungen (werblich) am Markt auftreten. Hinzugezählt werden auch Vermittlungszentralen und Netzwerkanbieter.

### **Typ 4: Sonstige**

Darüber hinaus bieten zahlreiche Unternehmen im Transportmarkt die sogenannten KEP-Services als Ergänzung und/oder Abrundung ihres Hauptgeschäftes an. Hierunter fallen z. B. Briefdienste, Speditionen, Güterkraftverkehrsunternehmen und alle anderen Anbieter, wie bspw. Last- und Minitaxi-Unternehmen, die nicht unter Punkt 1-3 einzuordnen sind.

Die vorliegende Untersuchung liefert erstmals weit reichende Strukturinformationen zu den Unternehmen des Typs 2, den Transportunternehmern mit mehreren Fahrzeugen. Andere Studien haben diese Firmen bisher weitgehend vernachlässigt.

Ihren Ursprung hat die (bisher unterschätzte) Gruppe von Anbietern in der Ende der 90er Jahre geführten Debatte um die sogenannte Scheinselbstständigkeit<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Die gesetzlichen Regelungen wurden mehrfach überarbeitet. Nachdem 1999 zunächst anhand von einzelner Umstände eine Einstufung vorgenommen wurde, ist nunmehr in § 7 SGB IV geregelt worden, dass es entscheidend darauf ankommt, ob die Tätigkeit nach Weisungen eines Auftraggebers ausgeführt wird bzw. ob eine Eingliederung in die Organisation des Auftraggebers erfolgt ist. Wichtige Kriterien sind daher nach wie vor die Arbeitszeitgestaltung und die Möglichkeit, die Tätigkeit auch durch Dritte auszuüben.



Seinerzeit wurde zahlreichen Unternehmen vorgeworfen, ihre „selbstständigen“ Kurierfahrer und Subunternehmer de facto wie abhängig Beschäftigte arbeiten zu lassen, um so die Zahlung von Sozialversicherungsbeiträgen zu vermeiden.

Um von vornherein jeden Anschein der Beschäftigung von Scheinselbstständigen zu vermeiden, änderten insbesondere die großen KEP-Dienste ihre Strukturen. Fortan wurden nicht mehr einzelne Personen als Subunternehmer unter Vertrag genommen, sondern ganze Betriebe.

Aktuell finden sind insbesondere bei den TOP 20-Firmen Tausende solcher Subunternehmerfirmen tätig, die wiederum zigtausend Fahrer beschäftigen, sei es als Festangestellte oder als Selbstständige.

## 2 Der KEP-Markt 2006 - 2007

### 2.1 Marktsegmentierung

Grundsätzlich ist im deutschen KEP-Markt zwischen KEP-Unternehmen und KEP-Unternehmern zu unterscheiden<sup>8</sup>.

#### **KEP-Unternehmen**

Der Versuch, die Zahl der im deutschen KEP-Markt tätigen Unternehmen zu beziffern, ist mit großen Schwierigkeiten behaftet.

1. Die für die Gewerbeausübung notwendigen Genehmigungen bieten kaum eine Hilfe, da für KEP-Unternehmen in Deutschland keine durchgängig einheitliche Registrierungspflicht besteht. Je nach Ausgestaltung des Dienstleistungsangebots müssen die Firmen z. B. eine Brieflizenz oder eine Güterkraftverkehrslizenz oder beides haben.
2. Die Handelskammern können ebenfalls keine komplette Auflistung liefern.
3. Selbst das statistische Bundesamt hat kaum valide Daten zum KEP-Markt, insbesondere da die Kategorie „KEP“ keine rechtliche Marktabgrenzung darstellt.
4. Auch die berufsständischen Organisationen verfügen nur über unvollständige und/oder wenig gepflegte Verzeichnisse.
5. Selbst die diversen Verzeichnisse bei gewerblichen Auskunfteien und Anbietern sind weder vollständig noch fehlerfrei. Dort werden neben Kurierfirmen auch nicht selbstständig am Markt auftretende Tochterunternehmen, rechtlich selbstständige Filialen und reine Verwaltungsgesellschaften mit angeführt, ohne dass diese gesondert kenntlich gemacht werden.

Aufgrund dieser Gegebenheiten existiert bislang auch kein umfassendes und vollständiges Verzeichnis der Unternehmen in Deutschland.

---

<sup>8</sup> Die letztere Bezeichnung hat sich für die im Markt tätigen selbstständigen Kurierfahrer durchgesetzt.

Für die vorliegende Untersuchung wurde deshalb der folgende Ansatz verfolgt: Um ein möglichst umfassendes Verzeichnis zu erhalten, wurden mehrere Adressverzeichnisse – unter anderem von den berufsständischen Organisationen - zusammengeführt und nach verschiedenen Kriterien bereinigt:

- Dubletten und Personengesellschaften wurden entfernt.
- Firmen ohne Marktauftritt wurden aussortiert (keine Festnetz-Telefonnummer, kein Internetauftritt, keine E-Mail-Adresse).
- Die verbleibenden Adressen wurden auf Plausibilität geprüft; so wurde etwa nach branchenfremden Schlüsselwörtern gesucht.

Letztlich konnte so eine bereinigte Adressdatei zusammengestellt werden, die insgesamt 2.848 Unternehmen umfasst. Diese Zahl ist als Untergrenze der im Markt tätigen Unternehmen anzusehen, da KEP-affine Anbieter, wie bspw. Güterkraftverkehrsunternehmen, die Expressdienste anbieten, nur teilweise berücksichtigt wurden. Zudem fehlen in der Aufstellung diverse weitere Anbieter, wie bspw. die in den ländlichen Gegenden häufig anzutreffenden Mischbetriebe, die primär als Taxiunternehmen tätig sind, aber gleichzeitig auch Botenfahrten anbieten.

### **KEP-Unternehmer/Kurierfahrer**

Auch die Ermittlung der Zahl der in Deutschland tätigen Kurierfahrer ist mit Schwierigkeiten behaftet.

Bezüglich der selbstständigen Kurierfahrer existieren in der Bundesrepublik unterschiedliche rechtliche Rahmenbedingungen, die eine homogene Segmentierung erschweren. So sind motorisierte Einzelfahrer bei der Berufsgenossenschaft für Fahrzeughaltung (BGF), Fahrradkuriere bei der Großhandels- und Lagerei-Berufsgenossenschaft (GroLaBG<sup>9</sup>) und KEP-Unternehmen („Typ 3“) bei der Verwaltungsberufsgenossenschaft (VBG) gemeldet.

Bei der VBG besteht keine Möglichkeit, die registrierten Unternehmen nach Transportunternehmen und anderen Dienstleistungsanbietern zu unterscheiden. Fahrradkuriere und Transportunternehmen sind mit kei-

---

<sup>9</sup> Mit Beginn 2008 fusionierte die GroLaBG mit der BG für den Einzelhandel (BGE) und heißt seither Berufsgenossenschaft Handel und Warendistribution (BGHW).

ner gesonderten Kennung versehen und damit innerhalb der beiden Berufsgenossenschaften nicht zu identifizieren. Die VBG fasst die bei ihr registrierten Firmen im Bereich Dienstleistungen zusammen, in dem aber nicht zwischen KEP-Anbietern, wie bspw. Vermittlungszentralen, und anderen Dienstleistern, wie bspw. Unternehmensberatungen, unterschieden werden kann.

Bei der BGF besteht dagegen die Möglichkeit, grundsätzlich zwischen selbstfahrenden Unternehmern und Unternehmen mit angestellten Fahrern zu unterscheiden. Bei der Berufsgenossenschaft für Fahrzeughaltung müssen sich Unternehmen (auch selbstständige Kraftfahrer) im „genehmigungsfreien Güterkraftverkehr zur Beförderung von Gütern aller Art mit Kfz bis 3,5 t zul. Gesamtgewicht und Anhängern“ anmelden. Sofern die Fahrer/Unternehmen sich nicht von vornherein selbst anmelden, werden sie aufgrund des erteilten Gewerbescheins seitens der Berufsgenossenschaft erfasst. Allerdings erschweren mögliche Fehlangaben die Abschätzung der Zahl der Beschäftigten. Grund dafür ist, dass bis zum 31.12.2008 die Zahl der Arbeitnehmer bei den registrierten Unternehmen nur über ein selbst auszufüllendes Formular erhoben wurde. Seit Januar 2009 werden die im Rahmen der Sozialabgaben-Berechnung vorliegenden Angaben an die Berufsgenossenschaft gemeldet.

Im Rahmen dieser Untersuchung konnten die Angaben der BGF als Basis genutzt werden<sup>10</sup>. In 2007 waren insgesamt 45.997 Unternehmen registriert. Diese Zahl umfasst sowohl selbstfahrende Unternehmer als auch Unternehmen, die ihrerseits Kraftfahrer beschäftigen. Eine Unterscheidung zwischen diesen beiden Gruppen kann wie folgt geschehen: Selbstfahrer sind bei der BGF als „Unternehmen ohne Lohnsumme“ (=keine Arbeitnehmer/Aushilfskräfte), also als Unternehmen ohne Beschäftigte, registriert.

Bei der Berufsgenossenschaft waren für das Jahr 2007 25.759 solcher Unternehmen, sprich Einzelfahrer registriert. Die BGF-Unternehmen ohne Lohnsumme können mit dem Typ 1 dieser Untersuchung, dem Einzelkurier, gleichgesetzt werden.

---

<sup>10</sup> Bereits in den ersten Untersuchungen der Bundesnetzagentur zum KEP-Markt (in den 90er-Jahren des letzten Jahrhunderts, seinerzeit noch als Bundesamt für Post und Telekommunikation bzw. Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post), wurde auf die Zahl der bei den Berufsgenossenschaften gemeldeten Fahrer abgestellt.

Darüber hinaus klassifiziert die BGF die im genehmigungsfreien Güterkraftverkehr tätigen Firmen nach „Unternehmen mit Lohnsumme“ (=mit Arbeitnehmern/Aushilfskräften). Innerhalb dieser Gruppe wiederum unterscheidet die BGF zwischen „reinrassigen“ (=ausschließlich im KEP-Bereich tätigen) und sonstigen Unternehmen. Mischbetriebe, die daneben z. B. auch einen Handel oder genehmigungspflichtigen Güterkraftverkehr oder Sonstiges betreiben, werden nicht im KEP-Bereich berücksichtigt, sondern der Kategorie „Sonstiges“ zugeordnet.

Insgesamt hat die BGF 20.238 Unternehmen mit Lohnsumme registriert. 8.908 Firmen davon sind nach Auskunft der BGF nicht ausschließlich im Bereich Transporte tätig<sup>11</sup>.

Die weiteren 11.330 Unternehmen mit Lohnsumme entsprechen dem Unternehmenstyp 2, dem Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen. Mit dieser Segmentierung kann die Zahl der im KEP-Markt tätigen Kurierunternehmer vergleichsweise trennscharf bestimmt werden<sup>12</sup>.

Eine weitere Besonderheit betrifft die in Deutschland tätigen Fahrradkuriere. Diese Kuriere, die nahezu ausschließlich für KEP-Unternehmen („Typ 3“) tätig sind, werden bei der BGHW, erneut ohne Einzelkennung, erfasst. Als einzig valide Information lässt sich deshalb nur auf die Auskunft des Bundesverbands der Fahrradkuriere (bdf) zurückgreifen, der die Zahl der Bike-Kuriere mit 4.500 bis 5.000 beziffert.

Last but not least: Über die Zahl der festangestellten Kraftfahrer im KEP-Markt, die zweifelsohne eine beachtliche Größe erreicht, gibt es nahezu keine Informationen. Auf der Basis der Ergebnisse der hier vorliegenden Untersuchung werden jedoch erstmalig grundsätzliche Einschätzungen zu dieser Gruppe möglich (vergl. Kapitel 4.1.).

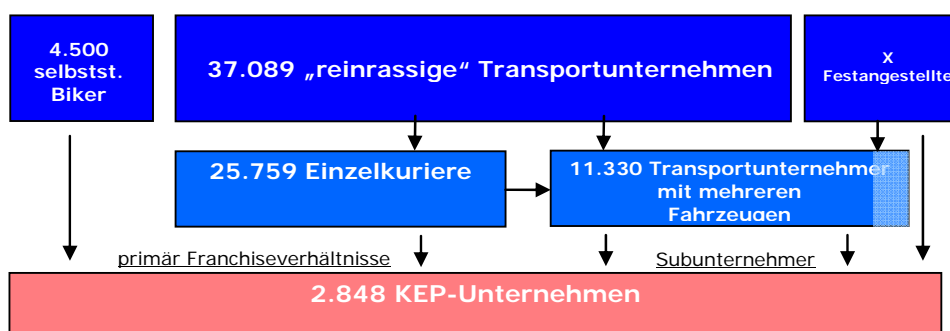
Die nachstehende Grafik veranschaulicht die komplexe Struktur der Beschäftigungsverhältnisse im deutschen KEP-Markt.

<sup>11</sup> Diese Unternehmen sind Mischbetriebe, die darüber hinaus z. B. einen Handel oder genehmigungspflichtigen Güterkraftverkehr oder Sonstiges betreiben. Hierbei kann es sich sowohl um Lkw-Fahrer handeln, die für Typ 3 Firmen tätig sind, als auch um Auslieferungsfahrer im Bereich Pharmazeutika oder Sonstiges.

<sup>12</sup> Grundsätzlich können auch typische KEP-Unternehmen („Unternehmenstyp 3“) zu den Firmen zählen, die bei der BGF als Mitglieder mit Lohnsumme registriert sind. Diese Firmen sind nach Auskunft der Berufsgenossenschaften allerdings nur vereinzelt bei der BGF gemeldet; überwiegend haben sich die Firmen des Typs 3 bei der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG) angemeldet. Aus diesem Grund wurde für die Abschätzung der Zahl der Unternehmen des Typs 3 auf die oben benannte bereinigte Adressliste zurückgegriffen.

Für die 2.848 KEP-Unternehmen (inkl. der TOP 20) sind 25.759 motorisierte Einzelkuriere, überwiegend als Franchisenehmer, tätig. Ein großer Teil dieser Kuriere ist in den Ballungszentren aktiv und dort an Vermittlungszentralen, wie bspw. die Hamburger Kurier AG, angeschlossen.

Zusätzlich zu den selbstständigen motorisierten Kurierfahrern gibt es zwischen 4.500 und 5.000 Fahrradkuriere. Diese sind durchgehend selbstständig und als Subunternehmer oder als Franchisenehmer für KEP-Firmen (Typ 3) tätig.



**Abbildung 2-1: Grundlegende Marktsegmentierung**

Neben den Einzelfahrern sind 11.330 Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen als Subunternehmer der KEP-Firmen tätig. Diese sind überwiegend - aber nicht nur - in den nicht städtischen Räumen unterwegs.

Zudem beschäftigen die Unternehmen des Typs 3 auch eine unbekannte Zahl von Festangestellten. In Bezug zu der Gesamtzahl der Beschäftigten bei KEP-Firmen sind diese aber in der Minderheit.

Die Transportunternehmer beschäftigen ebenfalls Festangestellte. Wie die Befragung ergab, ist ihr Anteil an den Beschäftigten der Unternehmen des Typs 2 überraschend hoch.

### **Kurierfahrer und TOP 20**

Seit Jahren wird in der Branche über die Zahl der Kuriere diskutiert, die für die großen der Branche, insbesondere als Subunternehmer der Paketdienste, tätig sind. Die vorliegende Untersuchung kann in dieser Frage erstmalig für Klarheit sorgen.

Aus den im Rahmen der Erhebung gewonnenen Informationen ergibt sich, dass knapp 3.900 Subunternehmer (Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen) für die TOP 20 Firmen tätig sind. Diese Transportunternehmer beschäftigen wiederum mehr als 28.000 Fahrer.

Ausgehend von der im Rahmen der Erhebung festgestellten Quote von festangestellten Fahrern bei Transportunternehmern mit mehreren Fahrzeugen lässt sich die Zahl der für die TOP 20 tätigen selbstständigen Kuriere mit rund 6.700 beziffern.

Bringt man diese Zahl in Abzug von der Gesamtzahl der selbstständigen Kuriere (25.759), errechnen sich 19.046 selbstständige, motorisierte Kuriere, die **nicht** für die TOP 20 Firmen tätig sind (2007). Sie sind für die rund 7.800 im Markt tätigen sonstigen Unternehmen (Typ 2 ohne Netzanschluss<sup>13</sup> und Typ 3) als Subunternehmer oder Franchisenehmer tätig (vgl. Tabelle).

<b>25.759</b>	<b>Einzelfahrer</b> (lt. BGF)			
<b>28.205</b>	Fahrer über Typ 2 für TOP 20 tätig	bei	<b>3.898</b>	Subunternehmer
<b>21.492</b>	davon fest angestellte Fahrer	bei	<b>3.898</b>	Subunternehmer
<b>6.713</b>	davon selbstständige Kuriere für TOP 20 tätig			
<b>19.046</b>	<b>"echte" Kuriere</b>	bei	<b>7.810</b>	<b>KEP Firmen</b> (Typ 2 und Typ 3)

**Tabelle 2-1: Kurierfahrer und TOP20**

Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von selbstständigen Kraftfahrern, die aufgrund ihrer Tätigkeit bzw. der Art der durchgeführten Transporte zum KEP-Markt gerechnet werden müssen. Dies sind bspw. Fahrer mit einer Güterkraftverkehrslizenz, die als Subunternehmer/ Franchisenehmer für KEP-Unternehmen tätig sind. So setzt bspw. allein die Hamburger Hansetrans-Gruppe „650 Fahrzeuge – vom Fahrrad bis zum 7,5-Tonner“<sup>14</sup> – ein. Des Weiteren gibt es nach Auskunft des Bundesverbands der Kurier-Express-Post-Dienste (BdKEP e. V.) zahlreiche Gewer-

<sup>13</sup> Vergleiche Kapitel 3.3.

<sup>14</sup> Quelle: Website des Unternehmens

betreibende anderer Gewerke, die ebenfalls als Kurierfahrer tätig sind, ohne den entsprechenden Gewerbeschein beantragt zu haben.

Da die Zahl der so tätigen Unternehmer nicht quantifizierbar ist, wurden sie im Rahmen der vorliegenden Untersuchung nicht berücksichtigt.

### **Zuordnungen**

Um Umsätze und Sendungen – im Sinne der Kontinuität der Befragungen und einer besseren Handhabbarkeit – den Segmenten Kurier, Express und Paket zuordnen zu können, wird der Markt in der vorliegenden Untersuchung wie folgt gegliedert:

1. Einzelkuriere und Transportunternehmer bilden aufgrund ihrer hohen Service-Identität das Kuriersegment.
2. Die Expressumsätze der großen Paketanbieter (DHL und GLS) sowie der Firmen des Typs 3, wurden zum Expresssegment zusammengefasst<sup>15</sup>.
3. Die fünf großen Paketdienste (bzw. deren jeweiliger Paketanteil) DHL, DPD, GLS, Hermes und UPS bilden das Paketsegment. Zwar gibt es auch kleinere Paketdienstanbieter in Deutschland. Deren Aufkommen ist aber zum einen verschwindend gering, zum anderen wird dieses auch häufig bei den fünf großen Diensten eingespeist.

---

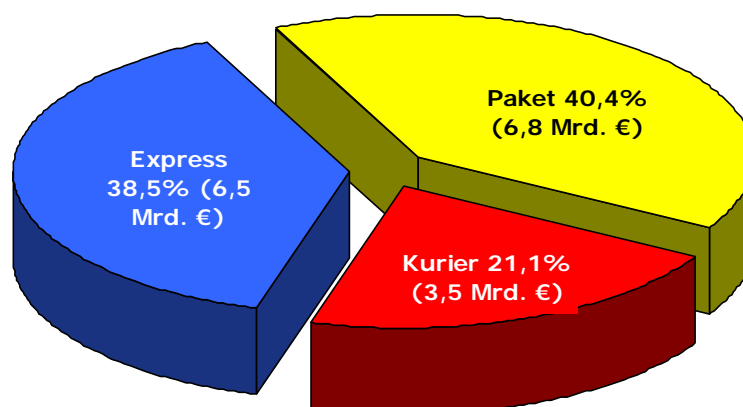
<sup>15</sup> Zudem sind in dieser Größenordnung die – ansonsten nicht separierbaren – Kurierumsätze der festangestellten Kurierfahrer bei Typ 3 Firmen enthalten.



## 2.2 Umsätze und Sendungen Gesamtmarkt

Der deutsche KEP-Markt hatte 2007 ein Umsatzvolumen von rund 16,8 Mrd. Euro<sup>16</sup>. Im Vergleich zu 2006 ist dies eine Steigerung von 1,2 Mrd. oder 7,7 Prozent<sup>17</sup>. Wie bereits in den vergangenen Jahren ist der KEP-Bereich damit überdurchschnittlich gewachsen. Zum Vergleich: Das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts lag im gleichen Zeitraum bei nur 2,5 Prozent.

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



**Abbildung 2-2: Umsätze im KEP-Markt 2007**

Der Paketbereich macht mit über 40 Prozent des Umsatzes den größten Teil des KEP-Marktes aus, dicht gefolgt vom Expressbereich mit rund 38 Prozent. Ein gutes Fünftel der Umsätze wird durch Kurierdienste erwirtschaftet.

<sup>16</sup> Im Vergleich mit anderen Studien zum deutschen KEP-Markt, insbesondere der Kurzstudie des BIEK, weist die hier vorliegende Untersuchung einen um 2,85 Mrd. Euro höheren Umsatz aus. Dies liegt in den durch die Erhebung festgestellten Umsätze für Kurierfahrer (Typ 1) und Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen (Typ 2), die zudem überhaupt erstmalig erfasst werden konnten, begründet. Die Umsätze beider Gruppen wurden für die BIEK Untersuchung lediglich eingeschätzt.

<sup>17</sup> Unter Einbeziehung der Umsätze des Briefmarktes hatte der deutsche KEP- und Post-Markt ein Volumen von 25,7 Mrd. Euro in 2006 bzw. 26,9 Mrd. Euro in 2007, wobei das Briefgeschäft stagnierte.

Die Anteile der drei Segmente am Gesamtmarkt haben sich von 2006 auf 2007 leicht verschoben. Der Umsatzanteil der Expressdienste stieg um knapp zwei Prozentpunkte zu Lasten der Paketsparte, während der Anteil der Kurierdienste konstant blieb.

Im Langzeitvergleich haben sich die jeweiligen Anteile nur vergleichsweise leicht verändert. Wie die folgende Tabelle zeigt, war das Umsatzvolumen des Kurierbereichs mit 21,5 Prozent 1999 etwas höher als in 2007, ebenso wie die Paketumsätze (41,5 % zu 40,4 %).

	<b>1999</b>	<b>%</b>	<b>2006</b>	<b>%</b>	<b>2007</b>	<b>%</b>
<b>Kurier</b>	2.126,90	21,5	3.275,00	21,1	3.540,00	21,1
<b>Express</b>	3.667,00	37,0	5.721,10	36,8	6.444,60	38,5
<b>Paket</b>	4.116,00	41,5	6.553,00	42,1	6.765,30	40,4
<b>SUMME</b>	<b>9.909,90</b>		<b>15.549,10</b>		<b>16.749,90</b>	

**Tabelle 2-2: Umsätze im KEP-Markt 1999 – 2007**

Die stärkste Veränderung zeigte der Expressbereich. In der Langzeitbetrachtung erhöhte sich der Anteil um 1,5 Prozent auf 38,5 Prozent in 2007.

	<b>1999</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>1999-2007</b>
<b>Kurier</b>	2.126,9	3.275,0	3.540,0	66,4%
<b>Express</b>	3.667,0	5.721,1	6.444,6	75,7%
<b>Paket</b>	4.116,0	6.553,0	6.765,3	64,4%
<b>Summe</b>	<b>9.909,8</b>	<b>15.549,1</b>	<b>16.749,9</b>	<b>69,0%</b>

**Tabelle 2-3: Umsatzentwicklung im KEP-Markt 1999 - 2007 (Mio. Euro)**

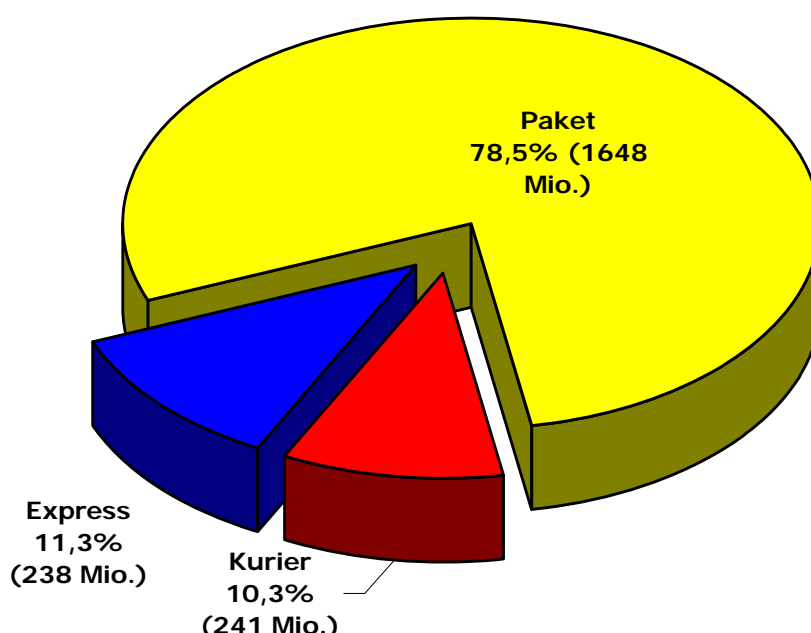
Wie die vorstehende Tabelle zeigt, wuchs das Gesamtumsatzvolumen im deutschen KEP-Markt von 1999 bis 2007 um 69 Prozent.

Das Kuriergeschäft zeigte mit einem Umsatzzuwachs von 66,4 Prozent im Vergleich mit der Gesamtmarktentwicklung eine leicht schlechtere Performance. Eingedenk des starken Einbruchs zur Jahrtausendwende und angesichts der starken Substitution durch elektronische Medien kann die Entwicklung jedoch als bemerkenswert gut bezeichnet werden. Die Zunahme von nationalen und internationalen Direktverkehren hat diesen Rückgang – in Bezug auf den Umsatz - aber überkompensiert.

Der Expressbereich hat sich hervorragend entwickelt; die laufende Marktbeobachtung lässt aber erkennen, dass das innerdeutsche Geschäft zunehmend durch die Konkurrenz der Paketdienste unter Druck gerät. Die in der Regel realisierten Paketlaufzeiten von E+1 für die Majorität des Aufkommens, insbesondere im Verkehr zwischen den deutschen Ballungszentren, hat zahlreiche Versender dazu veranlasst, auf die preiswerte Transportlösung umzuschwenken.

Darüber hinaus profitieren die Expressanbieter aber auch weiterhin von der zunehmenden Globalisierung, der daraus resultierenden steigenden Nachfrage nach internationalen Sendungen, und realisieren im Ergebnis ein Umsatzwachstum im Marktdurchschnitt.

2007 wurden im deutschen KEP-Markt gut 2,1 Mrd. Sendungen befördert<sup>18</sup>. Gegenüber 2006 ist dies eine Steigerung um etwa 80 Mio. Sendungen oder knapp 4 Prozent. Die Sendungen verteilen sich folgendermaßen auf die Segmente:



**Abbildung 2-3: KEP-Sendungen 2007**

<sup>18</sup> Im Vergleich mit anderen Studien zum deutschen KEP-Markt, insbesondere der Kurzstudie des BIEK, weist die hier vorliegende Untersuchung eine um 128 Mio. niedrigere Sendungszahl aus. Dies liegt in den durch die Erhebung festgestellten Ergebnissen für Kurierfahrer (Typ 1) und Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen (Typ 2) begründet. Die entsprechenden Werte beider Gruppen wurden für die BIEK Untersuchung lediglich eingeschätzt.

Im Gegensatz zu den Umsätzen dominiert hier sehr deutlich der Paketbereich mit 78,5 Prozent. Expressanbieter und Kurierdienste mit gut 11 Prozent bzw. 10 Prozent teilen sich den Rest des Marktes.

Im Vergleich zu 2006 gibt es kaum Verschiebungen zwischen den Bereichen. Während der Anteil der Express- und Kuriersendungen leicht stieg, ist der Anteil der Pakete leicht gesunken.

Wie die nachstehende Tabelle zeigt, haben sich beim Verhältnis der Segmente zueinander seit 1999 signifikante Änderungen ergeben.

Der Kurieranteil ist dramatisch von seinerzeit 20 auf nur noch rund 10 Prozent in 2007 eingebrochen.

	<b>1999</b>	<b>%</b>	<b>2006</b>	<b>%</b>	<b>2007</b>	<b>%</b>
<b>Kurier</b>	330,0	19,9	198,9	9,8	216,0	10,3
<b>Express</b>	134,3	8,1	223,7	11,1	237,8	11,3
<b>Paket</b>	1.194,6	72,0	1.598,8	79,1	1.648,2	78,4
<b>Summe</b>	<b>1.658,9</b>		<b>2.021,4</b>		<b>2.102,0</b>	

**Tabelle 2-4: Entwicklung der Sendungs-Anteile KEP**

Der Expressbereich konnte den Marktanteil dagegen deutlich steigern. Im Vergleich mit 1999 stieg die Quote um mehr als drei Prozentpunkte auf 11,3 Prozent. Noch höhere Zuwächse gab es im Paketbereich, dessen Anteil am Gesamtmarktvolumen von 72 auf 78,4 Prozent stieg<sup>19</sup>.

Die Sendungszahl im Kurierbereich ist im Zeitraum 1999 bis 2007 um 34,5 Prozent eingebrochen. Gleichzeitig legte die Zahl der Expresssendungen um mehr als 77 Prozent zu.

Bezüglich des Kuriersegments gibt es deutliche Anzeichen dafür, dass es sich im nicht um einen kontinuierlichen Rückgang, sondern um einen Einbruch zu Beginn dieses Jahrtausends handelte. Seither sind die Sendungszahlen wieder angestiegen. Ausgehend von einer vom BdKEP<sup>20</sup> durchgeführten Untersuchung, legte das Segment von 2005 bis 2007

<sup>19</sup> Die Werte aus der Untersuchung 1999 wurden angepasst.

<sup>20</sup> BdKEP, „Direktkuriere im Aufwind“, 2006/2007.

um rund 80 Mio. Sendungen zu. Allein von 2006 auf 2007 lag der Anstieg bei 8,6 Prozent.

Für das Expresssegment lässt sich dagegen eine Abschwächung des bisher starken Wachstums erkennen. Während die Sparte von 1999 bis 2006 jährliche Zuwächse beim Sendungsvolumen von 7,6 Prozent erreichte, schwächte sich die Größenordnung von 2006 auf 2007 um 1,3 Prozentpunkte auf 6,3 Prozent ab.

Bei den Anbietern des Paketmarktes zeigt sich, dass ein verlangsamtes Wachstum von 2006 auf 2007 zu verzeichnen war.

## 2.3 Umsätze und Sendungen nach Marktsegmenten

### 2.3.1 Kurierdienste

Im Kuriergeschäft gab es in den letzten Jahren einen deutlichen Strukturwandel. Insbesondere in der Folge der Terroranschläge des 11. September und dem damit verbundenen Einbruch der wirtschaftlichen Entwicklung sowie einer weitreichenden Substitutionsentwicklung, hat sich das Geschäft der Kuriere grundlegend verändert.

Bildeten bis zur Jahrtausendwende nahezu ausschließlich klassische Kurierfahrten den Geschäftsschwerpunkt der Kuriere, hat insbesondere die elektronische Substitution (E-Mail, SMS, Bild- und Datenfernübermittlung) das Geschäft grundlegend gewandelt.

Heutzutage stehen die nationalen und internationalen Direktfahrten im Vordergrund. Bei diesen Direktverkehren wird in der Regel nur eine Sendung zu einem Vielfachen des Stadtkurierpreises transportiert.

Eine für den Bundesverband der Kurier-Express-Post-Dienste (BdKEP e. V.) in 2006 durchgeführte Untersuchung<sup>21</sup> hat die auffälligen strukturellen Veränderungen innerhalb der Kurierbranche beschrieben. Während das Geschäft der mittelständischen Kuriere noch vor wenigen Jahren primär durch Stadtfahrten und den klassischen Overnightdienst geprägt war, stellen diese Services nicht mehr die Hauptgeschäftsaktivitäten der Kurierdienstbranche dar. Stadtfahrten machen der BdKEP-Untersuchung zufolge nur noch ein Fünftel des Gesamtumsatzes der durch kleinere und mittlere Unternehmen geprägten Branche aus.

Seither hat sich das Geschäft noch weiter in diese Richtung entwickelt. So gaben die Befragten an, dass über die Hälfte aller Fahraufträge (55 Prozent) nationale Direktfahrten waren. Ein weiteres Viertel waren internationale Direktverkehre und nur gut 20 Prozent der Aufträge klassische Stadtfahrten.

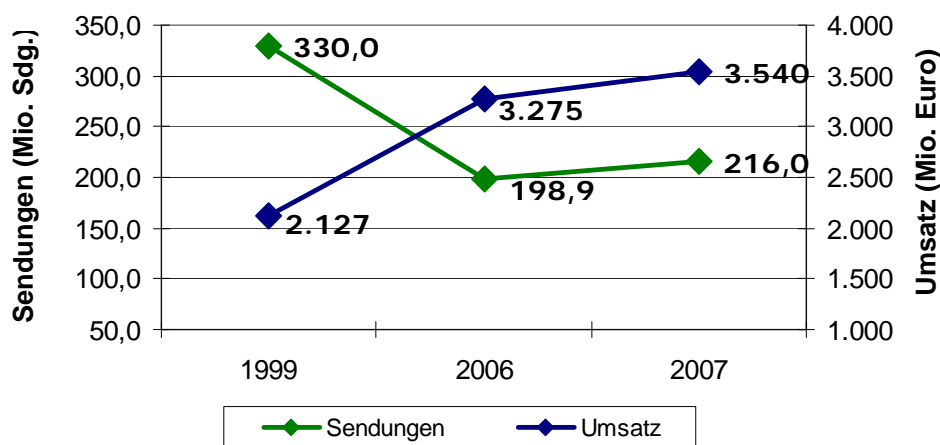
Dabei ist besonders bemerkenswert, dass sich trotz der starken Marktpräsenz der Integrators die Kuriere gerade im internationalen Direktverkehr behaupten konnten. Ein Grund dafür: Die internationalen Direktku-

---

<sup>21</sup> BdKEP, „Direktkuriere im Aufwind“, 2006/2007.

riere schließen die Versorgungslücken des sich im Aufbau befindlichen osteuropäischen KEP-Marktes. Dieser ist bisher nicht flächendeckend von den großen Express- und Overnight-Unternehmen erschlossen worden. Bestätigung erfährt diese Entwicklung in der folgenden Abbildung.

Der um die Jahrtausendwende beobachtete Einbruch ist von den Anbietern offenbar gut verkraftet worden.



**Abbildung 2-4: Umsatz und Sendungen im deutschen Kuriermarkt 1999 - 2007**

Wie die Grafik zeigt, konnten aufgrund des Strukturwandels trotz rückläufiger Volumina deutliche Umsatzsteigerungen erreicht werden. So zeigt allein die Auswertung des rechnerischen Durchschnittsumsatzes, wie stark sich die Verschiebung vom Stadtgeschäft hin zu mehr „long-distance“ Verkehren ausgewirkt hat. Lag der durchschnittliche Umsatz pro Sendung 1999 noch bei 6,45 Euro, stieg dieser Betrag 2006 und 2007 aufgrund der hochpreisigen Direktverkehre auf 16,47 Euro bzw. 16,39 Euro an.

In welche Richtung sich die Durchschnittspreisentwicklung fortsetzen wird, bleibt abzuwarten. Denn die zunehmende europäische Integration hat nicht nur zu mehr internationalen Direktfahrten geführt, sondern in einigen Regionen auch zu verschärftem Preiswettbewerb.

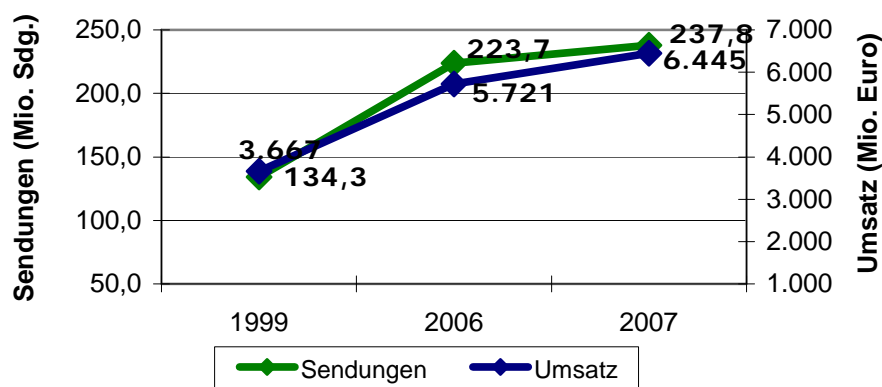
So klagen insbesondere die Kurierbetriebe in den östlichen grenznahen Regionen über die Konkurrenz durch Kurierfahrer aus den benachbarten Staaten. Diese bieten ihre Transportleistungen teilweise zu einem Bruchteil der deutschen Preise an.

### 2.3.2 Expressdienste

Grundsätzlich ist zunächst anzumerken, dass der Expressbereich das am stärksten heterogene Segment des KEP-Marktes darstellt. Das Anbieter-spektrum reicht vom typischen Overnightdienst bis hin zur klassischen Spedition, die garantierte 24 Stunden Transporte anbietet. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden allerdings nur Anbieter berücksichtigt, die ihren Geschäftsschwerpunkt im KEP-Markt haben. Die Angaben der sonstigen anderen Anbieter (Typ 4) wurden nicht mit berücksichtigt.

Wie schon erwähnt, leiden die Expressdienste heutzutage wesentlich stärker unter der Konkurrenz der Paketdienstleister als früher.

Seit der Jahrtausendwende haben sich die Laufzeiten der Pakete deutlich verringert und der Anteil der E+1-Zustellungen ist gestiegen.



**Abbildung 2-5: Umsatz und Sendungen im deutschen Expressmarkt 1999 - 2007**

Dadurch haben sich die Leistungsmerkmale der beiden Produkte Express und Paket angenähert, wodurch die Substitution von Expresssendungen durch Pakete begünstigt wird. Insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nutzen viele Verlagerer deshalb verstärkt Paketservices, um ihre Kosten zu senken.

Wie die vorstehende Grafik zeigt, hat der Expressmarkt aber dennoch sehr deutlich zulegen können.

Der durchschnittliche Umsatz ist jedoch von 27,30 Euro in 1999 auf 25,60 Euro in 2006 gefallen. Hier spiegelt sich der harte Preiswettbe-



werb in der Branche wider. Es war den Unternehmen nicht einmal möglich, einen Inflationsausgleich durchzusetzen. 2007 erholte sich der Stückumsatz wieder und stieg auf 27,10 Euro.

Die Anbieter profitieren andererseits von der zunehmenden internationalen wirtschaftlichen Verflechtung und realisieren so ein stetiges Wachstum. Außerdem lassen sich die auch im globalen KEP-Geschäft zu beobachtenden Tendenzen nachvollziehen. So verzeichnen beispielsweise internationale Expresstransporte in der Regel überdurchschnittliche Zuwächse. Im Durchschnitt lag die Wachstumsrate des Expressmarktes zwischen 1999 und 2006 bei 6,6 Prozent und das Umsatzvolumen stieg um über 50 Prozent von 3.667 Mio. Euro auf 5.721 Mio. Euro. Allein von 2006 auf 2007 legte der Markt um starke 12,6 Prozent auf knapp 6,5 Mrd. Euro zu.

### **2.3.3 Paketdienste**

Wie erwähnt, teilen fünf Anbieter den Paketmarkt unter sich auf. Kleine Anbieter spielen keine Rolle. Insgesamt hat sich das Segment sehr positiv entwickelt und präsentiert sich als ein fester Wachstumsträger des KEP-Marktes.

Allerdings haben sich frühere Einschätzungen zum Einfluss des eCommerces auf die Paketvolumina als zu optimistisch erwiesen. So ging die Deutsche Post AG 1999 von einem zusätzlichen Sendungswachstum von 500 Mio. Paketen bis 2005 aus. Tatsächlich lag sogar das Gesamtwachstum der Paketsendungen unter dieser Marke.

Wie die nachstehende Grafik zeigt, stieg der durchschnittliche Umsatz je Sendung von 1999 bis 2007 von 3,45 Euro um 19 Prozent auf 4,10 Euro. Das allgemeine Preisniveau wuchs im gleichen Zeitraum um knapp 14 Prozent.

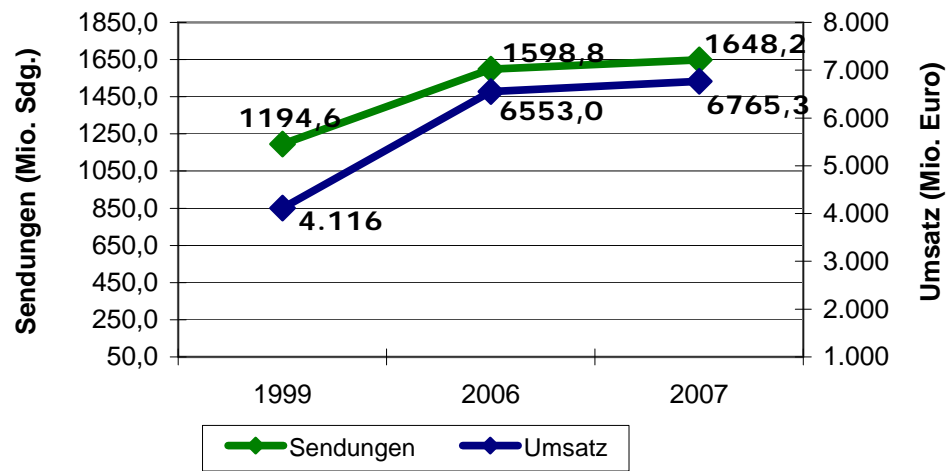


Abbildung 2-6: Umsatz und Sendungen im deutschen Paketmarkt 1999 - 2007

## 2.4 Prognose 2008

Eingedenk der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung weltweit ist die Geschäftsentwicklung der KEP-Dienste in 2008 von großem Interesse. Folgerichtig beschäftigte sich ein gesonderter Fragenkomplex mit den Tendenzen 2008<sup>22</sup>. So wurden die Teilnehmer zu ihren Erwartungen bezüglich der Geschäftsentwicklung in 2008 befragt – eine Frage, die nahezu alle gerne beantworteten (Rücklauf 99 Prozent).

Erneut zeigten sich dabei deutliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Teilnehmergruppen. Während dreißig Prozent der Top 20- Firmen die Erwartung äußerten, dass die Geschäftsentwicklung „viel besser“ oder „besser“ als 2007 verläuft, waren im Kreis der typischen KEP-Dienste insgesamt mehr als 45 Prozent der Teilnehmer dieser Ansicht.

Ganz anders dagegen die Situation bei Kurierfahrern und Transportunternehmern mit mehreren Fahrzeugen. In dieser Gruppierung erwarteten nur 19,3 Prozent eine positivere Geschäftsentwicklung in 2008. 41 Prozent dieser Befragten waren der Meinung, das Geschäft würde gleichbleibend verlaufen, und mehr als 36 Prozent gingen sogar von einer schlechteren Entwicklung aus („schlechter“ oder „viel schlechter“).

Besonders interessant in diesem Zusammenhang ist die Entwicklung der wichtigsten Kennzahlen, wie Absatz und Umsatz. In diesem Zusammenhang wurden die Teilnehmer nach konkreten Einschätzungen zum Geschäftsjahr 2008 befragt.

Insgesamt ergeben die Antworten ein nachvollziehbares Bild. Für den Paketmarkt wird bei einem um 1,9 Prozent gesteigerten Sendungsvolumen (1,68 Mrd. Sdg.) ein um 7 Prozent gesteigerter Umsatz (7,24 Mrd. Euro) erwartet.

Für den Expressbereich 2008 wird ein um 0,3 Prozent auf 6,46 Mrd. Euro gesteigerter Umsatz erwartet. Die Teilnehmer der Befragung gehen dabei von einer verstärkten Nachfrage nach preiswerteren Transporten sowie gleichzeitig einem verschärften Preiswettbewerb aus. Der Volumenanstieg soll erwartungsgemäß bei bis zu 12 Prozent liegen (~256 Mio. Sdg.).

<sup>22</sup> Die Befragung begann im Oktober 2008, so dass die Teilnehmer selbst noch über keine endgültigen Jahresverkehrszahlen verfügten. Zudem konnte damit in der Befragung die Beschleunigung der degressiven Wirtschaftsentwicklungen nicht berücksichtigt werden.

Ausgehend von den für das Jahr 2007 ermittelten Werte (216,1 Mio. Sdg., 3,54 Mrd. Euro) wurden deshalb von den Verfassern der Studie deshalb eine Einschätzung der Steigerungsraten von 2 Prozent bei Sendungen und 3,5 Prozent bei Umsätzen zugrunde gelegt. Daraus ergibt sich ein Segmentumsatz von 3,66 Mrd. Euro bei 220,4 Mio. Sendungen.

Insgesamt ergibt sich daraus ein KEP-Marktvolumen 2008 von 17,36 Mrd. Euro (+3,64 %) bei 2,16 Mrd. Sendungen (+2,75 %).

## 2.5 Erwartungen 2009 und 2012

Die Teilnehmer wurden auch zu ihren Erwartungen bezüglich der längerfristigen Geschäftsentwicklung befragt. Trotz der sich zum Zeitpunkt der Befragung abzeichnenden Wirtschaftskrise schätzen die im KEP-Markt tätigen Firmen die zukünftige Entwicklung überwiegend positiv ein.

38 Prozent gehen davon aus, dass sich in diesem Jahr die Geschäfte besser entwickeln als 2008 („besser“ bzw. „viel besser“). Bis 2012 rechnen deutlich mehr Marktteilnehmer mit einer wirtschaftlichen Erholung. Knapp 48 Prozent gehen davon aus, dass ihre Geschäfte 2012 besser laufen werden als 2008.

Diese Einschätzung spiegelt sich auch bei den Teilnehmern wider, die in noch diesem Jahr von einer gleichbleibenden Geschäftsentwicklung ausgehen. Rund 23 Prozent sind dieser Meinung. Auf die Frage nach dem Geschäftsverlauf in den nächsten fünf Jahren geht die Zahl auf 18 Prozent zurück.

Immerhin ein Drittel der Teilnehmer erwartet für 2009 eine Verschlechterung. Für den Zeitraum bis 2012 verringert sich dieser Anteil auf rund ein Viertel.

	besser	gleichbleibend	schlechter
<b>Gesamt 2009</b>	38%	23%	33%
<b>Typ 1 2009</b>	34%	24%	40%
<b>Typ 2 2009</b>	30%	26%	42%
<b>Typ 3 2009</b>	51%	21%	21%
<b>Typ 5 2009</b>	35%	30%	0%
<b>Gesamt 2012</b>	48%	18%	26%
<b>Typ 1 2012</b>	39%	18%	40%
<b>Typ 2 2012</b>	46%	19%	29%
<b>Typ 3 2012</b>	61%	17%	14%
<b>Typ 5 2012</b>	40%	20%	0%

**Tabelle 2-5: Erwartungen 2009 und bis 2012<sup>23</sup>**

Bemerkenswert sind die Unterschiede zwischen den Unternehmenstypen in den Einschätzungen. So geht nur rund ein Drittel der selbstständigen

<sup>23</sup> Die Werte ergeben aufgrund fehlender Angaben nicht immer 100 Prozent. Dies gilt insbesondere für die TOP20-Firmen.

Kurierfahrer von einem verbesserten Geschäft in 2009 aus, während mehr als die Hälfte der KEP-Firmen („Typ 3“) diese Erwartung haben.

Auffällig ist des Weiteren, dass man den Selbstfahrern („Typ 1“) eine pessimistische Grundstimmung attestieren muss. So übersteigt die Zahl derer, die von einer Verschlechterung ausgehen, sowohl für 2009 als auch bis 2012 die Zahl derjenigen, die von einem verbesserten Geschäft ausgehen.

Auch im Vergleich mit den anderen Unternehmenstypen ist diese Gruppe sowohl hinsichtlich der Geschäftsentwicklung in 2009 als auch bis 2012 stark ausgeprägt. Nur bei den Unternehmern mit mehreren Fahrzeugen ist die negative Einschätzung für 2009 noch ausgeprägter (42 %).

### 3 Basisdaten der befragten Unternehmen

Nach wie vor sind die Strukturen des KEP-Marktes und seiner Anbieter - im Vergleich zu anderen Märkten - sehr intransparent. Dabei spielt zweifelsohne eine große Rolle, dass es – im Gegensatz zum lizenzierten Briefbereich – keine gesetzlich verankerte Auskunftspflichtung der am Markt tätigen Unternehmen gibt<sup>24</sup>.

Neben Umsatz- und Sendungsmengen befasste sich deshalb der Fragebogen auch mit diversen Details zur Unternehmensstruktur, wie bspw. den Beschäftigten, Kooperationen und Verflechtungen usw. Ergebnisse werden in den folgenden zwei Kapiteln behandelt.

#### 3.1 Firmengründung

Befragt nach ihrem Gründungsdatum benannten die meisten Unternehmen ein Datum vor der Jahrtausendwende. Auch wenn die mit Abstand größte Zahl der Unternehmen länger als drei Jahre im Markt ist, handelt es sich dennoch um einen vergleichsweise jungen Markt. Erst seit Mitte der Siebzigerjahre treten typische KEP-Unternehmen im Markt auf und erst in den Achtzigerjahren kommt es in nennenswertem Umfang zu Gründungen. Seit Anfang der Neunzigerjahre entwickelt sich die Branche dann dynamisch<sup>25</sup>.

Während KEP-Unternehmen (Typ 2 und Typ 3) bereits als etabliert gelten können, lassen sich bei den Kurierfahrern (Typ 1) eher Fluktuationstendenzen erkennen.

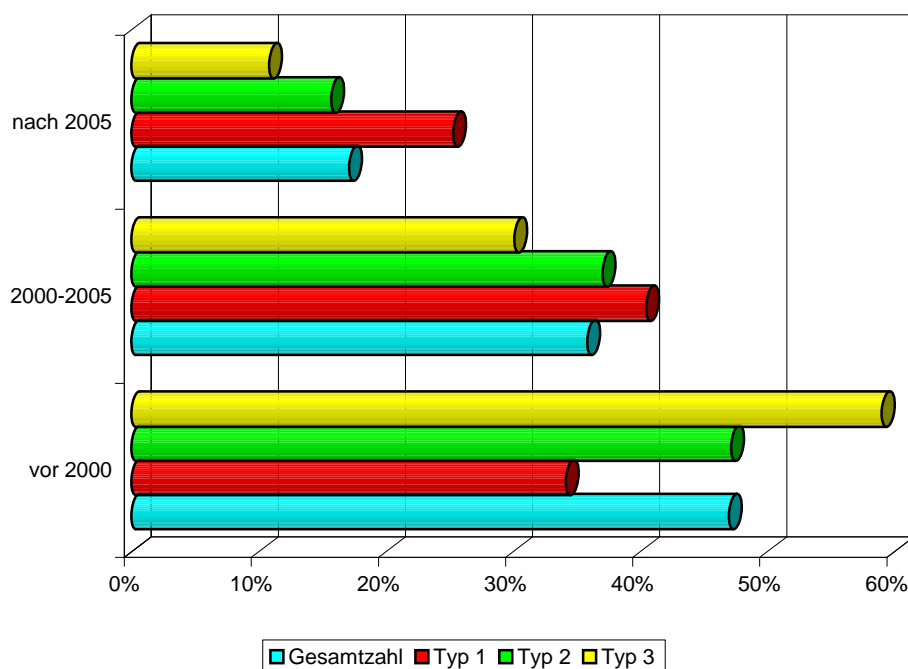
Insgesamt zeigt sich jedoch, dass nur wenige im KEP-Markt tätige Unternehmen sich noch in der für Firmen kritischen Phase der ersten drei Jahre befinden.

Bezüglich der Kurierfahrer wird die Situation durch die vergleichsweise niedrigen Markteintrittsschranken begünstigt: ein Fahrzeug und der entsprechende Gewerbeschein reichen aus, um sich selbstständig zu machen.

---

<sup>24</sup> Im Postbereich kann die Bundesnetzagentur Auskünfte von den Lizenznehmern gemäß §45 PostG verlangen.

<sup>25</sup> Ältere Studien beziffern die Zahl der am Markt tätigen Unternehmen mit 4.320.



**Abbildung 3-1: Jahr der Firmengründung**

Neben den Selbstständigen, die als Vollzeitkräfte im Markt ihrer Tätigkeit nachgehen, ist die Arbeit als Kurierfahrer nach wie vor eine attraktive Alternative, um z. B. das Studium zu finanzieren, oder – ähnlich wie bei Taxen - die Zeit zwischen zwei Festanstellungen zu überbrücken.

	Gesamtzahl	Typ 1	Typ 2	Typ 3
<b>vor 2000</b>	47%	34%	47%	59%
<b>2000-2005</b>	36%	41%	37%	30%
<b>nach 2005</b>	17%	25%	16%	11%

**Tabelle 3-1: Jahr der Firmengründung**

Durch eine vertiefende Untersuchung sollte überprüft werden, ob und ggf. inwieweit ein Zusammenhang zwischen der Entwicklung der Arbeitslosenquote und der Zahl der selbstständigen Kurier besteht.

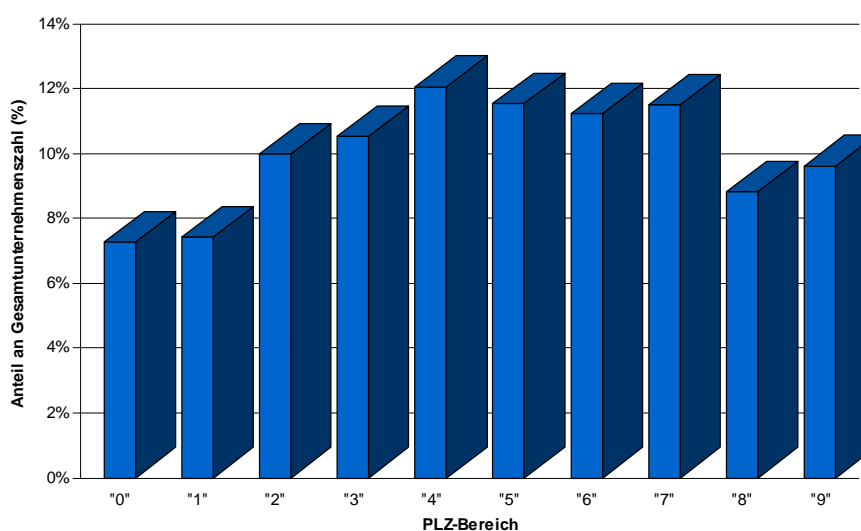


### 3.2 Geografische Verteilung der Firmen

Wenig überraschend ist zunächst die Verteilung der befragten Unternehmen auf die Postleitzahl-Regionen in der Bundesrepublik. In den bevölkerungsreichsten Regionen sind gleichzeitig auch die meisten Unternehmen ansässig. Eine auffallend hohe Konzentration lässt sich diesbezüglich jedoch in keinem Bundesland feststellen.

Wie bereits in den seinerzeitigen Erhebungen der Bundesnetzagentur 1996 und 2000 festgestellt<sup>26</sup>, existiert in Deutschland eine flächendeckende Nachfrage nach KEP-Dienstleistungen und ein grundsätzlich entsprechendes Angebot.

Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass Deutschland durch eine flächendeckende Wirtschaftsinfrastruktur gekennzeichnet ist. Demgegenüber zeigt sich in Ländern wie bspw. Großbritannien und Frankreich, dass der weitaus größte Teil des Bruttosozialproduktes in der Region rings um die jeweilige Hauptstadt erwirtschaftet wird.



**Abbildung 3-2: Geografische Verteilung der Unternehmenstypen 2 und 3**

<sup>26</sup> Vgl.: MRU GmbH, „Untersuchung der Entwicklung von Umsatz und Sendungszahlen von 1995 auf 1996 im Markt der Kurier- und Expressdienste in Deutschland“, 1996. bzw. MRU GmbH, „Der KEP-Markt in Deutschland - Entwicklung von Umsatz und Sendungszahlen 1997 bis 1999“, eine Studie im Auftrag der RegTP, 2000.

Folgerichtig zeigt sich dort eine hohe Anbieterkonzentration, während selbst in kleinen und kleinsten Gemeinden Deutschlands sowohl Verlager mit einem hohen KEP-Sendungsaufkommen als auch Dienstleister zu finden sind, die diese Volumina zur Beförderung übernehmen.

In der folgenden Tabelle sind die aktuellen Erhebungsdaten den Ergebnissen aus der letzten Studie gegenübergestellt.

PLZ-Bereich	2000	2007
0	8 %	7 %
1	9 %	7 %
2	14 %	10 %
3	12 %	11 %
4	11 %	12 %
5	11 %	12 %
6	12 %	11 %
7	10 %	12 %
8	6 %	9 %
9	7 %	10 %

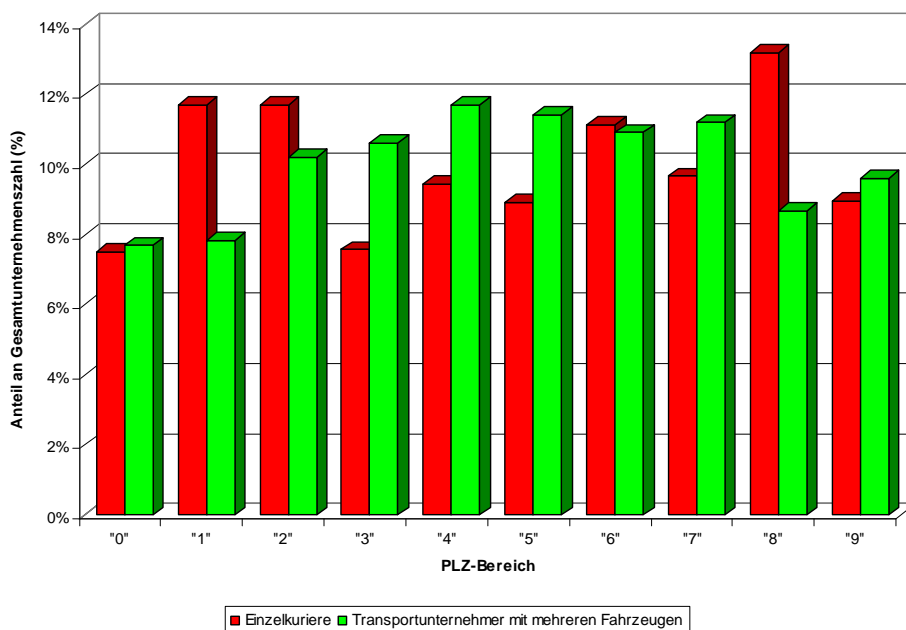
**Tabelle 3-2: Geografische Verteilung der KEP-Unternehmen**

Aus den Werten lässt sich ablesen, dass seit 1999 die Präsenz der Anbieter in einigen PLZ-Bereichen stagnierte, während in der PLZ-Region 2, mit den Stadtstaaten Hamburg und Bremen, die Anbieterdichte um mehrere Prozentpunkte zurückging. An Gewicht gewonnen haben dagegen Bayern und Baden-Württemberg.

Interessant ist zudem die regionale Verteilung bei den Unternehmenstypen 1 und 2. Deutlich zeigt sich das - im Verhältnis zur Bevölkerungsverteilung - überproportionale Auftreten der Einzelkuriere in den großen Städten.

In den Postleitzahl-Regionen 1, 2, 6 und 8 ist auch ein größerer Anteil von Einzelkurieren als von Transportunternehmern mit mehreren Fahrzeugen gemeldet.

In den anderen Regionen ist dieses Verhältnis umgekehrt. Hier wirkt sich möglicherweise das hohe Aufkommen an Kurier- und anderen begleiteten Direktfahrten in den städtischen Ballungsräumen aus. Anhand der Auswertung der Adressdaten lässt sich feststellen, dass Städte wie Hamburg, Berlin, München und Frankfurt a.M. die „Kurier-Hauptstädte“ Deutschlands sind.



**Abbildung 3-3: Geografische Verteilung der Unternehmenstypen 1 und 2**

Hier zeigen sich deutliche Unterschiede zu den Erhebungen der Bundesnetzagentur im Briefmarkt<sup>27</sup>. So spielen nach Feststellung des Regulierers Briefdienste in den Bundesländern Bayern und Hessen nahezu überhaupt keine Rolle.

Analog zur Briefmarktuntersuchung der Bundesnetzagentur lässt sich allerdings vermuten, dass in den neuen Bundesländern, insbesondere in den strukturschwachen Postleitzahl-Regionen 0 und 1, ein enger Zusammenhang zwischen der Arbeitslosenquote und der Zahl von Kurierfahrern besteht (hohe Arbeitslosenquote → überproportional hohe Zahl von selbstständigen Kurierfahrern).

<sup>27</sup> „Elfte Marktuntersuchung für den Bereich der lizenzpflichtigen Postdienstleistungen“, BNetzA, September 2008.

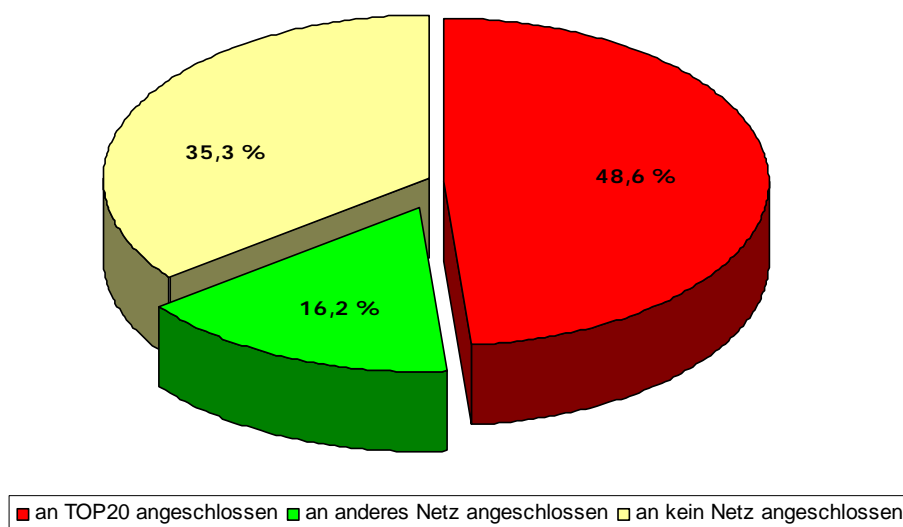
### **3.3 Netzwerkanchluss**

Nach wie vor ist das Vorhandensein von z. T. weit verzweigten Kooperationen, insbesondere im mittelständischen Bereich, eines der signifikanten Merkmale des deutschen KEP-Marktes. Die MRU GmbH hat bereits im vergangenen Jahrzehnt auf dieses – im europäischen Umfeld kaum anzutreffende – Merkmal des deutschen Marktes aufmerksam gemacht. Die Ausgestaltung der Kooperationen hat sich in den Jahren seit der letzten Marktuntersuchung deutlich verändert.

Zum einen hat die Zahl der Netzwerke abgenommen. Anbieter wie Nightline, OPC, Euro Topline und Overbruck sind entweder vom Markt verschwunden oder haben ihr Geschäftsmodell grundlegend verändert. Des Weiteren sind neue Anbieter in den Markt eingetreten und die bestehenden Netzwerke haben sich expansiv entwickelt. Letztere Entwicklung wurde dadurch begünstigt, dass Netzwerkanbieter, wie bspw. Profex, Ilonexs und die KEP AG, sich geöffnet haben und nicht nur Sendungen fester Kooperationspartner befördern, sondern auch einzelne Sendungen regional tätiger KEP-Dienste zur Auslieferung übernehmen.

Zudem haben die Netzwerke der fortschreitenden europäischen Integration Rechnung getragen und sich zunehmend intensiv um die Anbindung an ausländische Partner bemüht.

Nur ein gutes Drittel der Teilnehmer fährt ausschließlich eigene Aufträge. Als Grund für die Zusammenarbeit mit den Netzwerken wurde von den Befragten vor allem die Möglichkeit genannt, ein größeres Servicegebiet anbieten zu können (66,5 %). Weitere wichtige Motive waren die Erweiterung des eigenen Angebots um zusätzliche Services (64,8 %) und die Option für bestimmte Dienstleistungen – wie etwa internationale Sendungen – günstigere Preise anbieten zu können (50 %).



**Abbildung 3-4: Netzwerkanschluss der Unternehmenstypen 2 und 3 zusammen**

Knapp die Hälfte der befragten Transportunternehmer und KEP-Unternehmen arbeiten mit den Anbietern der TOP 20-Liste zusammen. Mit dieser Aussage werden mehrere unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen zusammengefasst.

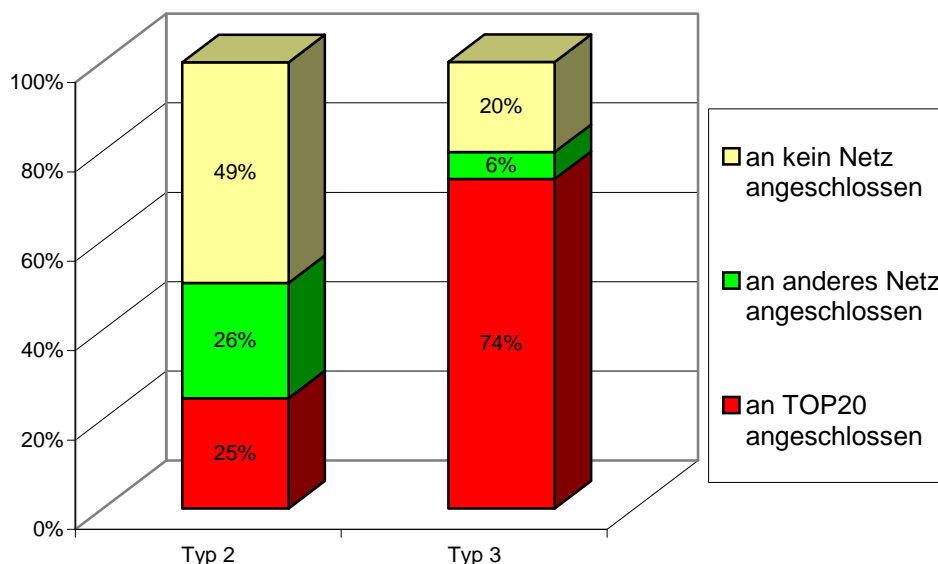
Typisch für Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen (Typ 2) sind Subunternehmerverhältnisse, entweder bei einem der marktführenden Paketdienste, oder aber bei einem KEP-Unternehmen (Typ 3).

Wie die nachstehende Grafik zeigt, ist knapp die Hälfte der Typ 2 Unternehmen an überhaupt kein Netz angeschlossen. Ihre Sendungen akquirieren diese Firmen von festen Auftraggebern oder aus Frachtenbörsen, die bspw. über das Internet erreicht werden.

Die verbleibende Hälfte der Unternehmer ist jeweils hälftig an TOP 20-Unternehmen bzw. sonstige KEP-Unternehmen oder andere Netzwerke angeschlossen.

Signifikant anders stellt sich die Situation bei den KEP-Unternehmen (Typ 3) dar. Während nur 20 Prozent der Unternehmen ohne Netzwerk- anbindung tätig sind, belegt die Untersuchung eindrucksvoll den – u. a. durch die Öffnung der Netzwerke eingetretenen - Konzentrationsprozess der Branche. Rund drei Viertel der Unternehmen kooperieren mit

den Anbietern der TOP 20-Liste und lediglich 6 Prozent sind an andere Netze angeschlossen.



**Abbildung 3-5: Netzwerkanschluss Typ 2 und Typ 3 getrennt**

Der hohe Kooperationsgrad der KEP-Unternehmen dokumentiert den Wandel der Netzwerke. Diese sind nicht mehr exklusiv ihren festen Partnern oder Gesellschaftern vorbehalten, sondern stehen auch anderen Unternehmen offen. Die Betreiber der Netzwerke haben erkannt, dass ein höherer Auslastungsgrad handfeste ökonomische Vorteile bringt. Durch die Realisierung von economies of scale<sup>28</sup> kann die Höhe der Stückkosten in signifikantem Maße gesenkt und damit die Konkurrenzfähigkeit erhöht werden.

Gleichzeitig können die Unternehmen, die ihre Sendungen einspeisen, ihr Serviceangebot durch den Netzzugang aufwerten, indem sie bspw. die Nachfrage nach flächendeckenden Overnightservices in Deutschland befriedigen können. Dieses Argument gilt umso mehr, wenn es um internationale Services geht.

Ein weiterer Vorteil für einspeisende Unternehmen ist die offenbar daraus resultierende geringere Abhängigkeit von wenigen Kunden. Während bei den Unternehmen des Typs 2 ohne Netzanschluss durchschnittlich 13

<sup>28</sup> dt.: steigende Skalenerträge

Kunden 80 Prozent des Umsatzes erbringen, sind dies bei den Unternehmen, die an ein TOP 20-Netzwerk angeschlossen sind, bereits 63 Kunden.

Bei KEP-Unternehmen (Typ 3) ist dieser Zusammenhang ebenfalls – wenn auch nicht so ausgeprägt – zu beobachten. Ohne Netzanschluss stehen bei ihnen 75 Kunden, mit TOP 20-Anschluss 82 Kunden für 80 Prozent des Umsatzes.

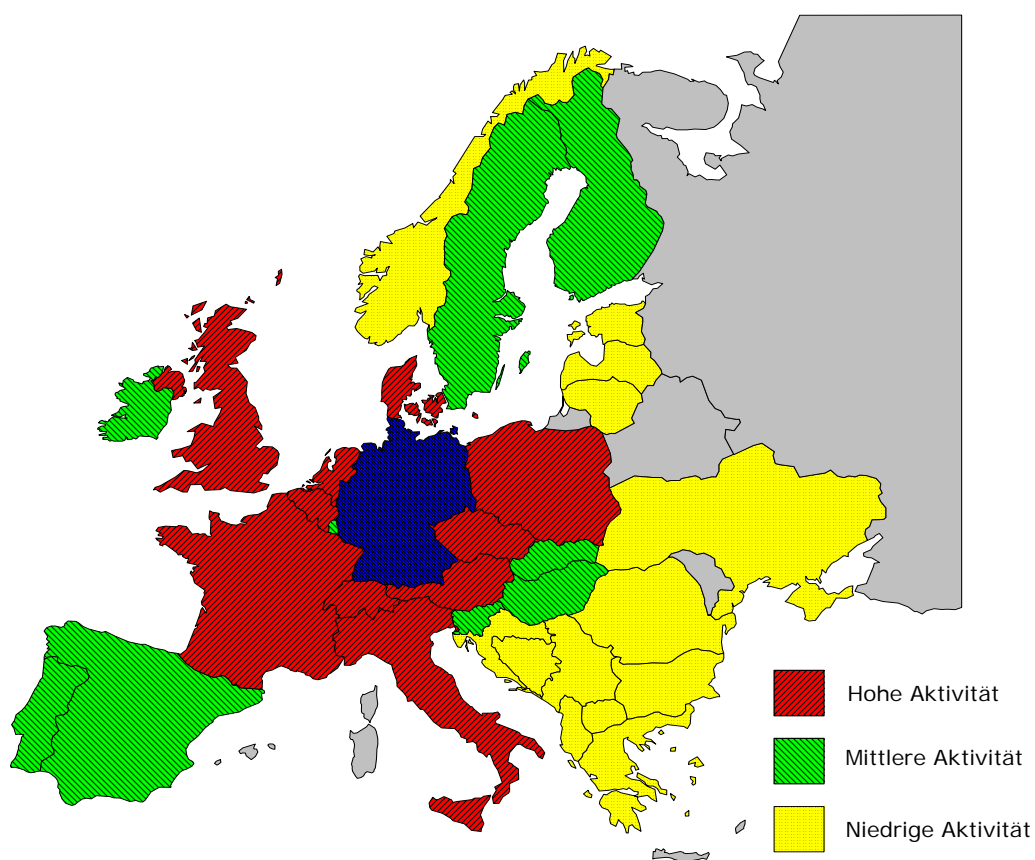
In diesem Zusammenhang ist hervorzuheben, dass es zahlreiche Unternehmen gibt, die als Full-Service-Anbieter am Markt auftreten können, da sie gleichzeitig an mehrere unterschiedliche Netze angebunden sind. Ein typisches Beispiel dafür ist ein Kurier-Expressunternehmen in einer Kleinstadt in Baden-Württemberg, das Kurier- und Expresssendungen in einem Regionalraum von ca. 150 km selbst befördert. Sonstige Overnight-Sendungen für Kunden in anderen Bereichen Deutschlands werden über eines der TOP 20-Netze befördert, schwergewichtige nationale Sendungen über eine der Speditionskooperationen und internationale Expresssendungen über ein internationales Expresssystem. Zudem ist das Unternehmen noch an eine internationale Luftfrachtkooperation angeschlossen, sodass auch solche Sendungen befördert werden können.

### 3.4 Servicegebiet

Das Servicegebiet ist die Fläche, die ein Unternehmen regelmäßig und mit eigenen Beschäftigten abdeckt.

Befragt wurden die Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen und die KEP-Unternehmen<sup>29</sup>. Während das Servicegebiet der Transportunternehmer in der Regel stark von den jeweiligen Hauptauftraggebern abhängt, bestimmen die angebotenen Services die versorgte Fläche beim Unternehmenstyp 3.

Grundsätzlich lässt sich konstatieren, dass Direktkurriere zu einem großen Teil ausschließlich regional tätig sind, während bei Express- und Paketsendungen ein bundesweiter Service erwartet wird.



**Abbildung 3-6: Europäische Aktivitäten der KEP-Anbieter**

<sup>29</sup> Auf eine Befragung der Selbstfahrer (Typ 1) wurde verzichtet, da diese generell Fahrten zu allen Fahrtzielen (auch im Ausland) übernehmen, solange der Auftraggeber bereit ist, den entsprechenden Preis dafür zu bezahlen.



Während 80 Prozent der Transportunternehmer über ihre Region hinaus in ganz Deutschland aktiv sind, bieten – bemerkenswerte - knapp 59 Prozent auch Transporte in weitere europäische Länder an. Bei den KEP-Unternehmen beträgt diese Quote schon knapp 87 Prozent.

Sofern die Unternehmen Transporte in weitere europäische Länder erledigen, wurde im Rahmen der Untersuchung nachgefragt, um welche Länder es sich dabei handelt. Die Antworten wurden nach dem Anteil der jeweils dort aktiven Befragten wie folgt gruppiert.

- Gruppe „niedrige Aktivität“: 0 bis 20%
- Gruppe „mittlere Aktivität“: 20 bis 30%
- Gruppe „hohe Aktivität“: 30% und höher

Wenig überraschend ist die hohe Aktivität in allen Nachbarländern (außer Luxemburg), in Großbritannien und Italien. Bemerkenswert ist allerdings, dass die Schweiz in der tatsächlichen Reihenfolge der Nennungen nur auf dem siebten Platz steht. Als Erklärung bietet sich hier an, dass die im Warenverkehr noch bestehenden Zollformalitäten viele Unternehmer und Unternehmen – insbesondere im Bereich Direktfahrten - davon abhalten, die Schweiz anzusteuern.

Ebenso verwundert – gerade im Vergleich zu Polen - die geringe Aktivität in den baltischen Staaten – vor allem angesichts der dortigen dynamischen wirtschaftlichen Entwicklung der letzten Jahre.

Wie die Antworten des Weiteren zeigen, decken Unternehmen mit höheren Umsätzen eher ein größeres Servicegebiet ab als Unternehmen mit niedrigen Umsätzen. So fahren nur knapp 43 Prozent der Transportunternehmer mit Umsätzen bis 250.000 Euro ins Ausland. Bei Umsätzen zwischen 250.000 und 500.000 Euro sind dies schon 65 Prozent und bei über 500.000 Euro mehr als 70 Prozent.

## 4 Weitere Ergebnisse der Erhebung

### 4.1 Beschäftigtenstruktur

Bisher liegen nur wenige Analysen zur Beschäftigungssituation im KEP-Markt vor. Eine der wenigen Studien, die sich mit diesem Thema befasst, ist die KEP-Studie des Bundesverbands der internationalen Express- und Kurierdienste (BIEK)<sup>30</sup>. Diese Untersuchung betont den starken Beschäftigungseffekt, den die KEP-Branche als Arbeits- und Auftraggeber in Deutschland hat.

Mit der hier vorliegenden Untersuchung erfolgt eine Einschätzung der Beschäftigungsstruktur im KEP-Markt auf Basis der Erhebungsdaten.

Die TOP 20-Unternehmen beschäftigten in 2007 etwa 95.400 Personen. In dieser Zahl sind alle Beschäftigten enthalten, d. h. auch Subunternehmer. Im Restmarkt, bei den sonstigen KEP-Unternehmen (ohne Typ 4), waren weitere rund 163.500 Beschäftigte tätig. Insgesamt sind folglich über 258.900 Personen in der KEP-Branche tätig. Dies sind deutlich mehr als bspw. im Briefsegment, in dem in 2006 knapp 197.000 Personen für die Deutsche Post oder die Lizenznehmer arbeiteten<sup>31</sup>.

Von 2006 auf 2007 stieg die Beschäftigung im Gesamtmarkt um 7,5 Prozent. Die Zahl der Erwerbstätigen bei den Unternehmen des Typs 2 entwickelte sich leicht überdurchschnittlich.

Die im Rahmen der Untersuchung erhobene Beschäftigtenzahl deckt sich weitgehend mit den vom Bundesverband der Kurier-Express-Post-Dienste (BdKEP e. V.) veröffentlichten Schätzungen. Der Verband hat die Zahl der im KEP-Markt Beschäftigten für 2007 mit 250.000 beziffert.

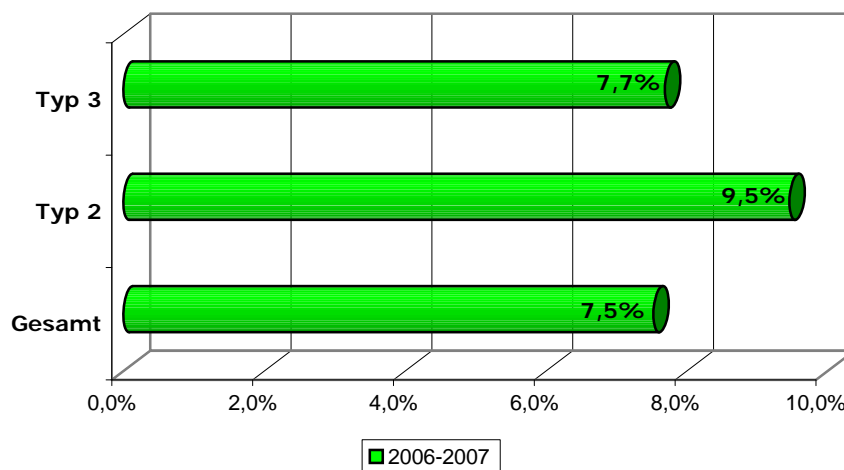
Die vom BIEK veröffentlichte Untersuchung benennt eine Zahl von 183.500 primär Beschäftigten im KEP-Markt.

Die Differenz lässt sich aus dem neuen und umfassenderen Erhebungsansatz der vorliegenden Untersuchung erklären. Die jetzige Erhebung erlaubt erstmalig einen fundierten Überblick über den Bereich der Einzelkurierfahrer und der Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen. Demgegenüber steht zu vermuten, dass die von der Kölner Wirt-

<sup>30</sup> BIEK, „Wirtschaftliche Bedeutung der KEP-Branche“, KEP-Studie 2008/2009.

<sup>31</sup> Bundesnetzagentur, „Elfte Marktuntersuchung für den Bereich der lizenzpflichtigen Postdienstleistungen“, 2008, S. 65. Die Angabe zur Zahl der Beschäftigten im Briefsegment enthält allerdings keine Subunternehmer.

schafts- und Verkehrsberatung KE-Consult im Auftrag des BIEK durchgeführte Untersuchung diese Unternehmer/Unternehmen nicht mit einbezieht<sup>32</sup>. Durch die neu gewonnenen Erkenntnisse aus der Primärerhebung können die Beschäftigten beider Gruppen mit einbezogen werden. Einmal mehr zeigt sich hier die bisher unterschätzte Bedeutung der Unternehmen des Typs 2.



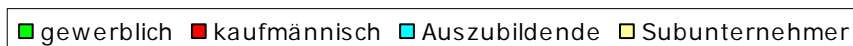
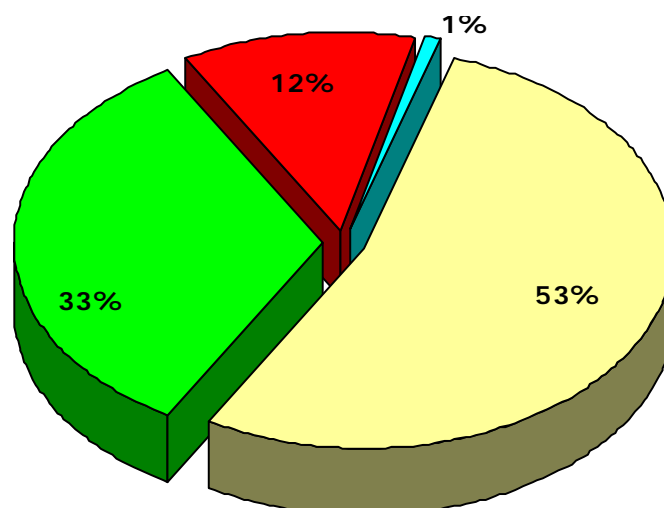
**Abbildung 4-1: Entwicklung der Beschäftigung 2006 - 2007**

In der auf der nächsten Seite folgenden Abbildung ist die Verteilung der Beschäftigten der Unternehmenstypen 2 und 3 auf die verschiedenen Arbeitsbereiche zu sehen.

Mit der jetzt durchgeführten Studie lässt sich belegen, dass rund die Hälfte der im KEP-Markt Beschäftigten als Subunternehmer tätig sind, während ein weiteres Drittel dem gewerblichen Bereich zugeordnet ist.

Wie erwartet, stellen die kaufmännischen Mitarbeiter nur einen kleinen Teil der Erwerbstätigen. Zudem findet sich auch die Bestätigung der häufig bemängelten ungenügenden Ausbildung im KEP-Bereich; den Umfrageergebnissen zufolge sind nur 1 Prozent der Beschäftigten Auszubildende.

<sup>32</sup> In der Studie des BIEK wird zusätzlich noch primär indirekte Beschäftigung bei Vorleistern und sekundäre Beschäftigung durch Konsumausgaben der primär Beschäftigten berücksichtigt. In dieser Untersuchung wird ausschließlich auf die direkte Beschäftigung bei den KEP-Diensten abgestellt. Eventuelle weitere Beschäftigungseffekte werden nicht berücksichtigt.



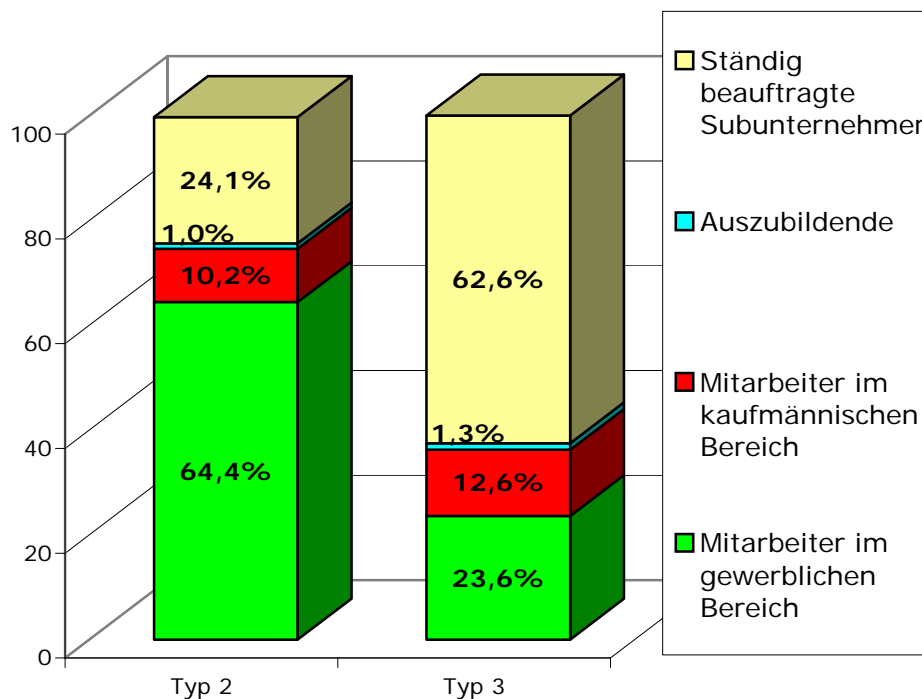
**Abbildung 4-2: Beschäftigtenstruktur der Unternehmenstypen 2 und 3 aggregiert (2007)**

Über die Beschäftigungsstruktur innerhalb der TOP 20-Firmen lässt sich aufgrund der fehlenden Auskunftsbereitschaft der Teilnehmer keine fundierte Aussage treffen. Die Unternehmen schwiegen sich über die Zusammensetzung ihrer Beschäftigten aus. Und im Desk Research ließen sich in der Regel nur die Gesamtzahl der Beschäftigten, jedoch keine Einzelwerte ermitteln.

Demgegenüber erlauben die im Rahmen der Studie gegebenen Antworten einen tiefen Einblick in die unterschiedliche Beschäftigtenstruktur beim Unternehmenstyp 2 und 3.

Überraschend – und entgegen bisherigen Vermutungen – beschäftigen die Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen überwiegend Festangestellte – und zwar auch als Fahrer (insgesamt 74,6 %). Subunternehmer sind dagegen von geringerer Bedeutung (24,1 %). Bisherige Einschätzungen gingen davon aus, dass es analog zu den KEP-Firmen Typ 3 einen ähnlich hohen Anteil von Subunternehmern gibt.

Die KEP-Firmen (Typ 3) setzen vor allem auf Subunternehmer (62,6 %), während gewerbliche Mitarbeiter in nur vergleichsweise geringem Umfang beschäftigt werden.



**Abbildung 4-3: Beschäftigtenstruktur Typ 2 versus Typ 3 (2007)**

Damit ist das Verhältnis Subunternehmer zu Festangestellten bei diesen beiden Unternehmensformen nahezu diametral entgegengesetzt.

Bei beiden Unternehmenstypen ist gut jeder zehnte Beschäftigte im kaufmännischen Bereich tätig. Auszubildende spielen hier wie dort keine Rolle.

Hier bleibt abzuwarten, ob die Einführung der vergleichsweise neuen Ausbildungsberufe eine Verbesserung herbeiführen wird<sup>33</sup>.

Über die Zahl der festangestellten Kraftfahrer im KEP-Markt gibt es bislang nahezu keinerlei Informationen. Auf der Basis der Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung kann jedoch erstmalig eine vorsichtige Einschätzung dieser Gruppe vorgenommen werden.

Wie sich aus der Erhebung ergibt, beschäftigen die Transportunternehmer mit mehreren Fahrzeugen (Typ 2) und KEP-Unternehmen (Typ 3)

<sup>33</sup> Seit 2005 gibt es die speziell auf die Anforderungen der KEP-Branche zugeschnittenen Ausbildungen zum „Postverkehrskaufmann / Postverkehrskauffrau“ bzw. zum „Servicefahrer/ Servicefahrerin“.

zusammen rund 87.000 gewerbliche Mitarbeiter. Weitere rund 20.000 gewerbliche Mitarbeiter sind bei den TOP 20 Firmen beschäftigt<sup>34</sup>.

Diese Größenordnung von insgesamt mehr als 107.000 Mitarbeitern umfasst aber nicht nur Kraftfahrer, sondern auch bspw. Lagerarbeiter usw.

Da keinerlei weiterführende Informationen betreffs des Verhältnisses zwischen Kraftfahrern und sonstigen gewerblichen Mitarbeitern verfügbar sind, kann der Anteil der angestellten Kraftfahrer nur eingeschätzt werden.

Ausgehend von einer Quote zwischen 50 bis 80 Prozent ergibt sich eine Zahl zwischen 53.500 und 85.600 Kraftfahrern, die als Festangestellte bei den in der vorliegenden Studie berücksichtigten Unternehmen beschäftigt sind.

---

<sup>34</sup> Quelle: Guestimate MRU

## 4.2 Fuhrpark

KEP-Unternehmen bieten eine große Bandbreite an Fahrzeugen auf: Fahrräder, Motorroller, Motorräder, Pkw, Kombis, Transporter mit 2,8 t oder 3,5 t Gesamtgewicht bis hin zu Lkw (7,5 t und mehr) sind im Einsatz.

Die verschiedenen Fahrzeugtypen haben sich allerdings in unterschiedlichem Maße durchgesetzt. Wurden in den beiden letzten Jahrzehnten des vergangenen Jahrtausends Fahrradkuriere noch als Exoten belächelt, gehören sie heute wie selbstverständlich in das Bild jeder Großstadt. Zudem haben die Werbung und die Modewelt die Fahrradkuriere „entdeckt“. Nach wie vor gilt der Coca-Cola Werbespot mit dem Fahrradkuriere als legendär und sogenannte Messenger-Bags zählen zur Standard-Ausrüstung modebewusster Großstädter.

Demgegenüber haben sich Motorroller und Motorräder im deutschen Kuriermarkt kaum durchsetzen können. Während in vielen Ländern – etwa in Spanien, Italien und in den Großstädten Großbritanniens – die motorisierten Zweiräder fest zum Stadtbild gehören, sind sie in Deutschland kaum anzutreffen. Möglicherweise spielt die angesichts der hiesigen Witterungsverhältnisse notwendige Schutzkleidung der Motorradkuriere eine entscheidende Rolle.

Ganz anders stellt sich die Situation bei Kombis und Transportern dar. Insbesondere die sogenannten Sprinter sind heutzutage ein fester Bestandteil der KEP-Services.

Die TOP 20-Unternehmen setzen insgesamt rund 90.000 Fahrzeuge ein. In dieser Zahl sind auch die Fahrzeuge der Subunternehmer enthalten. Die Zahl der von KEP-Unternehmen und Transportunternehmern eingesetzten Fahrzeuge kann mit weiteren rund 121.000 Fahrzeugen beziffert werden. Insgesamt sind folglich mindestens 211.000 Fahrzeuge auf Deutschlands Straßen für Firmen aus der KEP-Branche unterwegs.

Im Schnitt setzen die befragten Unternehmen des Typs 2 und 3 18 Fahrzeuge pro Tag ein. Knapp die Hälfte davon sind eigene Fahrzeuge. Fahrräder sind bei den befragten Unternehmen von untergeordneter Bedeutung. Nur knapp 9 Prozent der Anbieter setzen Fahrräder ein. Ins-

gesamt wird die Zahl der Fahrradkuriere in Deutschland auf 4.500 bis 5.000 beziffert<sup>35</sup>.

Zwischen den Unternehmenstypen zeigen sich wiederum deutliche Unterschiede. Korrespondierend zur Beschäftigung von Festangestellten bzw. Subunternehmern setzen die Transportunternehmer vorwiegend auf eigene Fahrzeuge (durchschnittlich 8 von 9), während für die KEP-Unternehmen vor allem Fremdfahrzeuge im Einsatz sind (durchschnittlich 18 von 26).

Der Anteil der eigenen Fahrzeuge bei den TOP 20 Firmen lässt sich aufgrund der fehlenden Angaben nicht bestimmen. Hier fehlen insbesondere die Daten von DHL und UPS. Im Desk Research ließ sich in der Regel nur die Zahl der insgesamt genutzten Fahrzeuge ermitteln. Allerdings deutet einiges darauf hin, dass die Zahl der eingesetzten Subunternehmer deutlich höher ist als die Zahl der eigenen Fahrzeuge.

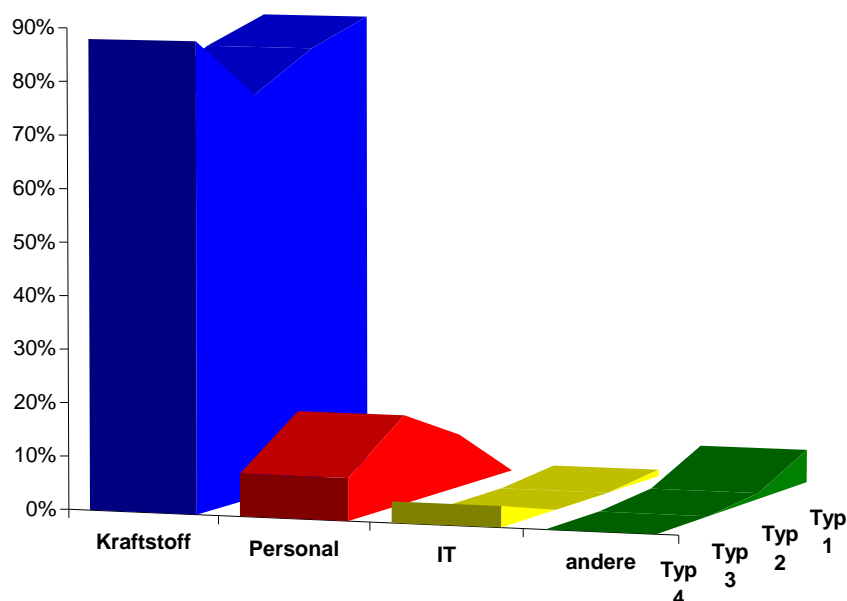
---

<sup>35</sup>Angabe des Bundesverbands der Fahrradkurierdienste.



### 4.3 Betriebskostenentwicklung

Bei der Entwicklung der Betriebskosten zeichnet sich ein klares Bild ab. Alle Unternehmenstypen benennen den Kraftstoff als größten Kostentreiber der letzten fünf Jahre. Mit deutlichem Abstand folgen auf dem zweiten Platz die Personalkosten. Alle anderen Kostenarten spielen (in der Befragung) keine Rolle.



**Abbildung 4-4: Betriebskostenentwicklung nach Unternehmenstypen**

Wenig überraschend nennen insbesondere die Einzelkuriere und sonstigen Unternehmen die Benzinpreisentwicklung als größten Kostentreiber. Die KEP-Unternehmen klagen weniger stark über die Kraftstoffpreise. Dies verwundert nicht weiter, da die Mehrzahl ihrer Beschäftigten - die Subunternehmer - den benötigten Treibstoff selbst bezahlen müssen. Trotzdem haben auch bei ihnen die Treibstoffpreise die mit Abstand meisten Nennungen<sup>36</sup>.

<sup>36</sup> Teilweise kann die Summe der Angaben kleiner als 100 Prozent sein. Einige Teilnehmer machten zu der Frage keine Angaben.

#### 4.4 Problembereiche

Die Unternehmen wurden gefragt, welche Problembereiche ihren Service am stärksten beeinträchtigen würden. Auch an dieser Stelle fielen die Antworten eindeutig aus<sup>37</sup>. Insgesamt war bei dieser Frage die sehr hohe Resonanz auffällig. 97 Prozent der Befragten äußerten sich zum Thema. Offensichtlich gibt es bei den Unternehmen ein hohes Mitteilungsbedürfnis bzgl. der Problembereiche.

Bei allen Unternehmenstypen stehen ganz klar zwei Problembereiche im Vordergrund: Wettbewerb bzw. Preisverfall und behördliche Auflagen. Während vor allem kleinere Unternehmen den Wettbewerb/Preisverfall als wichtiges Problem sehen, ist dies bei den TOP 20-Firmen am wenigsten ausgeprägt.

Die häufige Nennung der „behördlichen Auflagen“ ist besonders bemerkenswert, da dies über die Antworten aller Unternehmenstypen hinweg die mit Abstand zweithäufigste Nennung war.

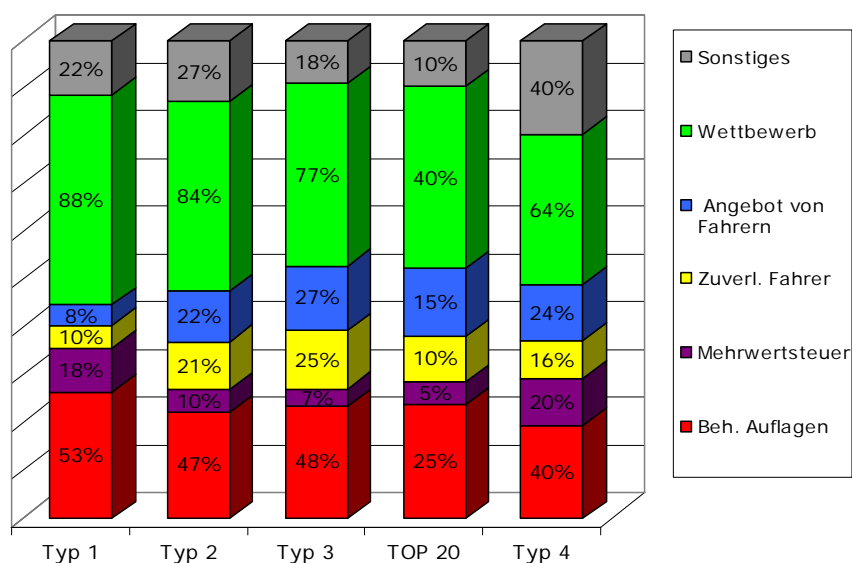


Abbildung 4-5: Problembereiche nach Unternehmenstypen

Selbst wenn bei Einzelkurieren in diesem Zusammenhang noch vermutet werden könnte, dass das allgemeine, mit der Gewerbeausübung verbundene Prozedere wie Gewerbeanmeldung, Berufsgenossenschaft, Handelskammer usw. als Belastung empfunden wird, weist die Häufig-

<sup>37</sup> Die Summen der Angaben liegen über 100 Prozent, da Mehrfachnennungen hier möglich waren.

keit der Antworten bei KEP-Unternehmen (Typ 3) und Top 20- Firmen darauf hin, dass hier echter Handlungsbedarf besteht.

Auch wenn es hierzu keine weiteren spezifizierenden Aussagen gibt, so ist den Verfassern der Studie aus der laufenden Marktbeobachtung bekannt, dass überproportional viele Unternehmen mittlerweile die von Berufsgenossenschaften und Handelskammern, berufsständischen Organisationen usw. verlangten Auskünfte und Auflagen als zu zeitaufwendig und belastend empfinden.

In diesem Zusammenhang ist ein Hinweis auf die Ankündigung der Bundesregierung angebracht, den bürokratischen Aufwand für Unternehmen verringern zu wollen.

Mit steigender Unternehmens- und Umsatzgröße klagen die Firmen zunehmend über fahrerbezogene Probleme. Diese betreffen deren Qualifikation und Zuverlässigkeit, aber auch das (mangelnde) Angebot an Fahrern.

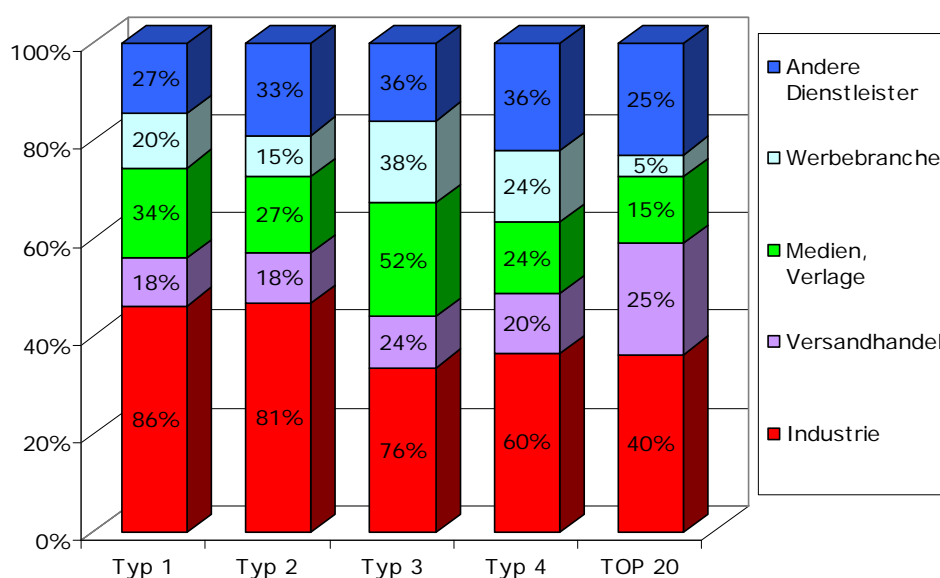
Diese Nennung kann zunächst verwundern, insbesondere bei den Einzelkurieren. Wir vermuten, dass hier Fahrer geantwortet haben, die bei Kurierzentralen tätig sind und ihre Kollegen bewertet haben.

Zahlreiche weitere Probleme wurden unter dem Punkt „Sonstiges“ subsummiert. Hier benannten die Firmen Themen, wie vor allem schlechte Zahlungsmoral der Kunden, hohe Lohnnebenkosten, Scheinselbstständigkeit, schlechte Auftragslage und eine restriktive Kreditvergabe der Banken.

#### 4.5 Kundengruppen

Auch bei dieser Frage gab es erneut eine sehr hohe Beteiligung der Befragten (97 %).

Befragt nach den umsatzstärksten Kundengruppen ergeben die Antworten der Teilnehmer ein klares Bild. Für alle Unternehmenstypen ist die Industrie derzeit mit Abstand die wichtigste Kundengruppe. Auf dem zweiten und dritten Platz folgen Medien und Verlage sowie andere Dienstleistungsbranchen. Für die Top 20 und die KEP-Unternehmen ist auch der Versandhandel ein wichtiger Auftraggeber. Letzterer ist vor allem im Paketbereich einer der wichtigsten Kunden<sup>38</sup>.



**Abbildung 4-6: Die wichtigsten Kundengruppen nach Unternehmenstypen**

Mit wachsendem Umsatz steigt die Bedeutung der Industrie als wichtigster Kunde noch weiter an. Auch Firmen, die ein Servicegebiet über Deutschland hinaus anbieten, haben überdurchschnittlich oft die Industrie als wichtige Kundengruppe angegeben. Viele Kunden aus dem sekundären Sektor setzten offensichtlich grenzüberschreitende Verkehre bei ihren Transportunternehmen voraus.

<sup>38</sup> Die Summen der Angaben liegen über 100 Prozent, da Mehrfachnennungen hier möglich waren.

Dieses Ergebnis dokumentiert den Strukturwandel im Kuriersegment. Denn ältere Untersuchungen zeigten, dass Medien/Verlage und die Werbebranche die mit Abstand wichtigsten Auftraggeber für Kurierfahrer und deren Vermittlungszentralen waren, also eine ähnlich starke Rolle spielten wie heutzutage die Industrie.

Als Ursache dieser Entwicklung ist vor allem die elektronische Substitution zu benennen. So stellten Filme und Filmmaterial, Clippings, Druckvorlagen, Andrucke sowie natürlich Texte und Textentwürfe einen immens großen Teil der von Stadtkurieren beförderten Sendungen dar.

Diese gesamte Palette bzw. deren Transport ist durch den Einsatz moderner Technologie, insbesondere durch das Internet, abgelöst worden. Diese Informationen werden heute als Dateien elektronisch übertragen und die Nachfrage nach entsprechenden Transporten ist eingebrochen.

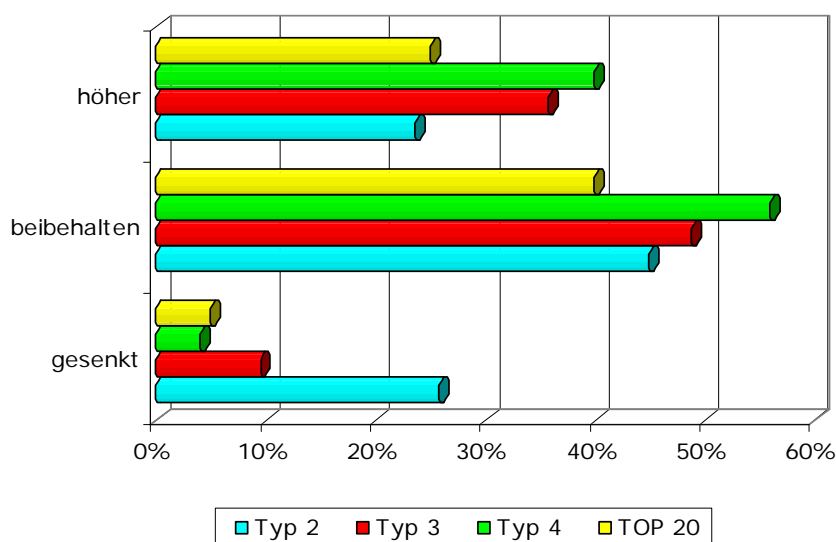
#### 4.6 Preisniveau

Die Antworten auf diesen Fragenbereich belegen eindrucksvoll, welchem starken Preisdruck die Unternehmen 2006 und 2007 ausgesetzt waren.

Fast die Hälfte der Unternehmen hat die Preise konstant halten müssen und gut 15 Prozent der Befragten mussten die Preise sogar senken<sup>39</sup>. Nur ein knappes Drittel der Befragten gab an, die Preise für Transportleistungen erhöht zu haben.

Das heißt, knapp zwei Drittel der am Markt tätigen Firmen konnten noch nicht einmal den Inflationsausgleich realisieren und mussten insofern eine rückläufige Entwicklung verkraften.

Umsatzzuwächse konnten diese Firmen ausschließlich mit Absatzsteigerungen erzielen. Sofern es nicht gelang, die Zahl der abgewickelten Sendungen zu steigern, mussten die betroffenen Unternehmen schrumpfende Umsätze akzeptieren. Diese Ergebnisse bestätigen den seit längerem im Markt zu beobachtenden starken Preisdruck, der sich angesichts der Ende 2008 eingetretenen allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung noch deutlich verschärft hat.



**Abbildung 4-7: Entwicklung des Preisniveaus der Transportleistungen**

<sup>39</sup> Teilweise kann die Summe der Angaben kleiner als 100 Prozent sein. Einige Teilnehmer haben keine Angaben gemacht.

Im Rahmen der Untersuchung konnte des Weiteren festgestellt werden, dass insbesondere Unternehmen mit hohen Umsätzen ihre Preise erhöht haben bzw. dies durchsetzen konnten.

	<b>gesenkt</b>	<b>konstant</b>	<b>höher</b>
Typ 2	26%	45%	24%
Typ 3	10%	49%	36%
Typ 4	4%	56%	40%
Top 20	5%	40%	25%

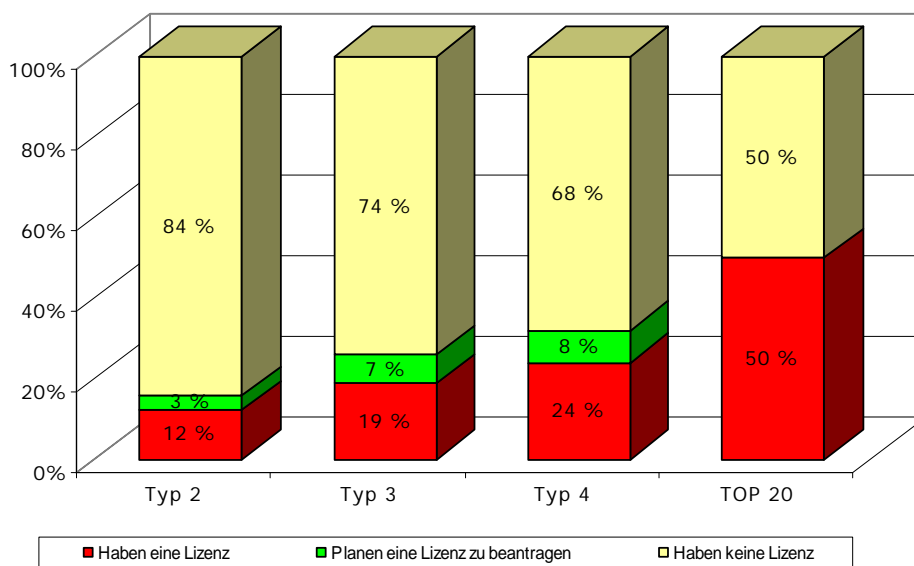
**Tabelle 4-1: Entwicklung des Preisniveaus der Transportleistungen**

So haben nur 20 Prozent der Unternehmen mit Umsätzen bis 250.000 Euro ihre Preise erhöht. Bei Firmen mit Umsätzen zwischen 250.000 und 500.000 Euro sind dies schon über 30 Prozent und bei Umsätzen über 500.000 Euro über 40 Prozent der Befragten.

Der Vollständigkeit halber sei darauf hingewiesen, dass Unternehmen des Typs 1 nicht nach der Entwicklung ihrer Preise befragt wurden. Zwar erfolgt die Preisverhandlung zwischen Kurierzentralen und Kunden offiziell unter Einbeziehung der Fahrer. De facto werden die Preise aber nur zwischen den Zentralen und den großen Verladern ausgehandelt. Wollen einzelne Kuriere für diese Preise nicht fahren, bekommen sie auch die entsprechenden Aufträge nicht. Der Einfluss der Fahrer auf die Preise ist somit sehr gering.

#### 4.7 Synergien zum Briefmarkt

Ein weiterer wichtiger Punkt dieser Primärerhebung ist die Untersuchung der Synergieeffekte jener Unternehmen, die sowohl im Brief- als auch im KEP-Markt tätig sind. Hierzu wurde zunächst gefragt, ob die Unternehmen für den Briefbereich eine Lizenz der Bundesnetzagentur haben.



**Abbildung 4-8: Brieflizenzen nach Unternehmenstypen**

Die überwiegende Zahl der Befragten hat keine Lizenz und plant auch nicht eine Lizenz zu beantragen. Immerhin lassen die Antworten erkennen, dass ein Teil der Unternehmen in den drei Gruppen Typ 2, 3 und 4 in der Zukunft eine Lizenz beantragen will.

Von den Unternehmen, die bereits eine Lizenz halten, planen 24 Prozent die Intensivierung des Briefgeschäfts. Entsprechend wollen 76 Prozent ihre Aktivitäten nicht intensivieren.

Wenn Anbieter stärker im Briefsektor tätig werden wollen, so fokussiert sich das Interesse auf Standardbriefe bzw. hochpreisige und sonstige Services. Das Interesse am Massengeschäft bzw. der Direktwerbung scheint kaum eine Rolle zu spielen (12,5 Prozent) <sup>40</sup>.

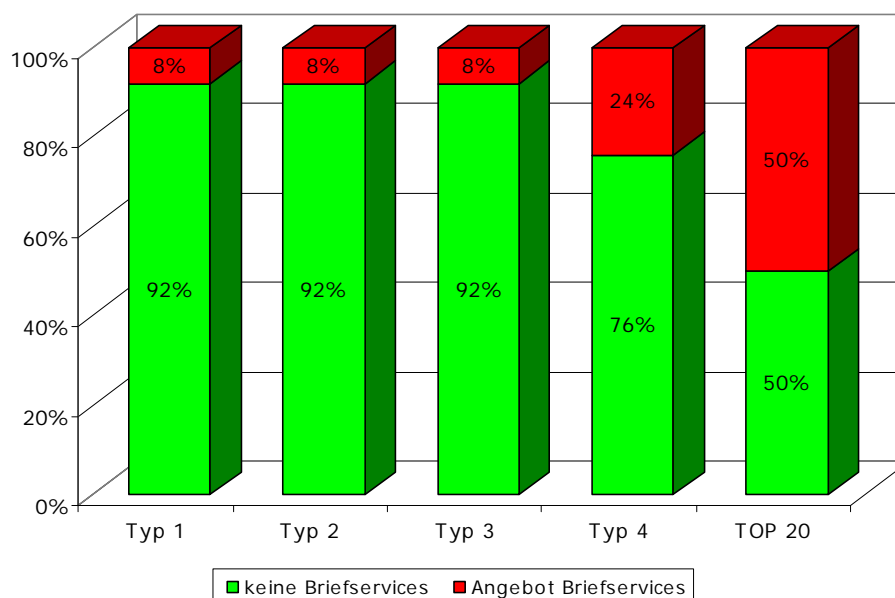
<sup>40</sup> Aufgrund der geringen Fallzahl sind hier lediglich qualitative Aussagen möglich.



Bezüglich der TOP 20-Unternehmen, die nicht an der Umfrage teilgenommen haben, wurde die Liste der Lizenznehmer der Bundesnetzagentur herangezogen. Bei diesen Firmen kann also nicht beantwortet werden, ob diese planen, zukünftig eine Lizenz zu beantragen. Wir gehen davon aus, dass dies zumindest kurzfristig nicht der Fall ist.

Weiterhin wurde nach Aktivitäten im Briefbereich und deren Art gefragt sowie nach der Zahl möglicherweise vorhandener Annahmestellen.

Erwartungsgemäß gibt es bei KEP-Anbietern vergleichsweise wenig Synergien zum Briefgeschäft. Die folgende Abbildung zeigt den Anteil der Befragten, die Briefservices anbieten.



**Abbildung 4-9: Angebot von Briefservices**

Nur 8 Prozent der Einzelfahrer (Typ 1) führen Briefservices aus. 92 Prozent der Transportunternehmer (Typ 2) verneinten die Frage nach Aktivitäten im Briefbereich. Bei den KEP-Firmen (Typ 3) überwiegt ebenfalls die Zahl der Unternehmen, die keine Briefservices anbieten (92 %).

Die Hälfte der TOP 20-Firmen besitzt eine Brieflizenz; allerdings bieten nicht alle Firmen Briefservices aktiv an bzw. offerieren diese Services ausschließlich über Tochterunternehmen.

Bei den Unternehmen von Typ 1 bis Typ 3, die angegeben haben, im Briefsektor tätig zu sein, zeichnet sich zudem ab, dass diese nicht als Full-Service-Anbieter aktiv sind, sondern nur Teile des Wertschöpfungs-

prozesses als Subunternehmer erbringen. Den Antworten zufolge entfällt der größte Teil der Umsätze auf die Briefkastenleerung<sup>46</sup>.

Bei den sonstigen Firmen (Typ 4) geben zwar ein Viertel der Befragten an, Briefdienstleistungen anzubieten. Hier wirkt sich jedoch die geringe Stichprobengröße dieser Gruppe aus, denn 24 Prozent entsprechen nur 6 Unternehmen, bei denen es sich zudem noch um Briefdienste handelt.

Die mangelnden Synergien zum Briefgeschäft werden zusätzlich dadurch bestätigt, dass keines der befragten Unternehmen (Typ 2 und 3) Annahmestellen für Briefe unterhält. Nur fünf der Befragten gaben an, überhaupt Annahmestellen vorzuhalten. Diese waren allerdings ausschließlich für Pakete vorgesehen.

## 5 Sonstige Unternehmen

Aufgrund der geringen Fallzahl beschränkt sich die Auswertung des Unternehmenstyps 4 auf qualitative Aussagen. Im Gegensatz zur gleichmäßigen Verteilung der Antworten auf die Unternehmenstypen 1 bis 3 gab es bei den sonstigen Unternehmen nur 25 Rückläufer. Bei diesen Firmen handelt es sich vorwiegend um Speditionen; allerdings fanden sich auch einige Briefdienste unter den Teilnehmern.

Eine Abschätzung der Gesamtzahl dieser Unternehmen in Deutschland ist nicht möglich („Graubereich“) und wurde auch nicht im Abschnitt „Marktsegmentierung“ berücksichtigt.

Allein das extrem unterschiedliche Spektrum in Bezug auf die Zahl der Speditionen in Deutschland verdeutlicht das Problem:

- Nach Auskunft des Bundeskartellamts waren 1997 insgesamt ca. 50.000 Speditionen tätig.
- Der Sparkassenverband beziffert die Zahl der in 2007 aktiven Speditionen mit 19.400.
- Andere Studien beziffern die Zahl der in Deutschland tätigen gewerblichen Straßen-Güterverkehrsunternehmen mit 45.000 kleineren und kleinsten Firmen.

Wesentlich für die hier vorliegende Untersuchung ist dabei die Tatsache, dass diese Firmen – oder ein großer Teil davon – Services erbringen, die zum KEP-Markt, insbesondere zum Expressgeschäft, gezählt werden können und müssen. So bieten bspw. nahezu alle Speditionen heutzutage Transporte mit Laufzeiten von maximal 24 Stunden an und erfüllen damit eines der klassischen Expressspezifika.

Da keinerlei Kennzahlen dieser Unternehmen in die Untersuchung eingeflossen sind, werden die Absatz- und Umsatzangaben dieser Studie nicht nur nach unten abgesichert; allein aus der hohen Zahl der Anbieter ergibt sich ein erhebliches zusätzliches Marktpotenzial.

Des Weiteren waren per Juni 2008 insgesamt 1.411 Lizenznehmer im Briefbereich registriert. Die Kennzahlen dieser Briefdienste sind ebenfalls nicht berücksichtigt worden. Da auch diese Anbieter teilweise Express-

und Paketservices erbringen, existieren weitere KEP-Volumina, die ebenfalls nicht in dieser Studie berücksichtigt worden sind.

Last but not least: Die Zahl der branchenaffinen Zustell- und Lieferdienste (z. B. Apothekenbelieferungen, „Essen auf Rädern“ usw.) liegt nach Auskunft der BGF bei ca. 11.000 Firmen. Da kaum weitergehende Strukturinformationen bekannt sind, blieben die Werte dieser Unternehmen ebenfalls ohne Ansatz.

Die Antworten der Teilnehmer, die sich als Typ 4 eingestuft haben, zeigen, dass diese Firmen in allen abgefragten Geschäftsfeldern aktiv sind, wobei ein Schwerpunkt auf Kurier- und sonstigen Diensten liegt.

Als wichtige Kundengruppen wurden vor allem Industrie und andere Dienstleister genannt. Mit Ausnahme der Banken/Versicherungen sind aber auch alle anderen Branchen vertreten.

Auch bei den Problembereichen zeigt der Unternehmenstyp 4 keine Unterschiede zu den sonstigen Ergebnissen. Wie bei den anderen Typen werden Wettbewerb und Preisverfall sowie behördliche Auflagen als größter Problembereich benannt.

Ein Blick auf die Umsätze und die Beschäftigten zeigt die Heterogenität der Befragten auf.

Das Spektrum der Umsätze reicht von 47.000 Euro bis 5 Mio. Euro pro Jahr.

Die Beschäftigtenzahlen liegen zwischen drei und mehreren Hundert Personen.

## 6 Appendix: TOP 20-Unternehmen

Der größte Teil der Umsätze und auch Volumina wird durch die 20 größten Anbieter im KEP-Markt erwirtschaftet. Zu den TOP 20-Unternehmen gehören unter anderem die Unternehmen DHL, UPS, GLS, TNT, Hermes und DPD. Bei einem Gesamtumsatz im KEP-Markt 2007 von 16,75 Mrd. Euro beträgt der Anteil der 20 größten Anbieter mit 12,48 Mrd. Euro rund 75 % und bei den Sendungsmengen haben die TOP 20-Unternehmen mit 1,94 Mrd. Stück einen Marktanteil von rund 92 %. Direkt sind bei den TOP 20-Unternehmen mehr als 94.000 Mitarbeiter beschäftigt.