



Die großen Frachtjumbos bekommen künftig mehr zu tun

## Vor neuen Höhenflügen

**Luftfracht** Der Gütertransport per Flugzeug wird bis 2010 weiterhin mit hohen Zuwachsraten rechnen können – trotz einiger nicht von der Hand zu weisenden Risiken. Zu den Antriebskräften zählen der asiatische Markt und Premiumdienste wie Spezialfracht und Expresssendungen.

VON MICHAEL CORDES

**D**ie Luftfrachtextperten erweisen sich als ziemlich hartnäckig, was die zukünftige Entwicklung in ihrem Markt betrifft. Da gerät eine bis dato erfolgsverwöhnte Branche ins Schlingern wegen der Folgen der Terroranschläge in den USA und der anhaltend schlechten weltwirtschaftlichen Lage; da werden nach Jahren ständiger Zuwächse plötzlich ein stagnierendes Aufkommen, ja sogar Verluste vermeldet.

Hinzu kommt: Der Ölpreis steigt und steigt und verteuert die Frachtraten,

und der drohende Krieg lähmt schon seit Monaten die Wirtschaft. Dennoch: die Stimmung in der Branche bleibt positiv. Die Experten gehen davon aus, dass der Einbruch 2001 eine Eintagsfliege war. Der Grund für den Optimismus ist sicher auch darin zu sehen, dass bis 2010 die Prognosen für die Luftfracht trotz der derzeit schwächelnden Konjunktur in vielen westlichen Ländern positiv ausfallen. Das bestätigt auch eine gerade veröffentlichte Studie, die Lufthansa Cargo in Auftrag gegeben hat.

„Die Aussichten für den globalen Luftfrachtmarkt sind exzellent – keiner kann das ernsthaft bezweifeln“, verkündet dann auch Stefan H. Lauer, Vorstandsvorsitzender der Lufthansa Cargo AG, angesichts der vorliegenden Ergebnisse ein wenig überschwänglich. Sollten die Vorhersagen eintreffen, bekämen Flughäfen, Fluggesellschaften und Luftfrachtpeditionen in der Tat eine Menge zu tun. Aber nicht nur für die Akteure der fliegenden Fracht wären solche Zahlen erfreulich. Denn



Werner Klöpper

### ■ Interview

## Der Kostendruck steigt

■ **Verkehrsrundschau:** Was stimmt Sie so optimistisch, dass der Luftfrachtmarkt tatsächlich in den nächsten Jahren boomt?

**Andreas Otto:** Von einem Boom kann nicht die Rede sein – hohe Zuwächse hat die Luftfracht eigentlich immer. Die hohen Zuwächse ab 2004 kommen daher nicht überraschend. Ähnliche Zahlen hatten wir bereits vor einem Jahr prognostiziert, damals mit durchschnittlichen Wachstumsraten bis 2010 von 5,7 Prozent, jetzt etwas höher mit 6,0 Prozent. Ursache dafür ist der immer weiter voranschreitende Welthandel, von dem diejenigen, die diese Güter befördern, profitieren.



Peter Hamel

Andreas Otto, Vorstand Lufthansa Cargo

**Otto:** Bis Ende 2001 sind bei uns noch 97 Prozent aller Buchungen manuell gelaufen, also über das Telefon. Hier bestehen noch gigantische Spielräume. Auf solche automatisierten Abläufe müssen die Spediteure ihre Strukturen entsprechend einstellen.

■ **Muss der Spediteur sich also mit seiner IT nach Lufthansa Cargo richten?**

**Otto:** Die heutigen Kommunikationssysteme basieren alle auf Internettechnologie. Da sind keine außergewöhnlichen Investitionen in IT-Systeme notwendig. So kann sich in die Buchungsplattform GF-X, die wir empfehlen, jeder einklinken, der Teilnehmer ist.

■ **Der Ölpreis steigt. Lufthansa Cargo hat deshalb zuletzt mehrfach die Preise angehoben. Zudem droht Krieg im Irak. Spielt bei Ihren Vorhersagen auch eine gehörige Portion Zweckoptimismus mit?**

**Otto:** Nein. Sie müssen allerdings unterscheiden zwischen unserer kurzfristigen Prognose für dieses Jahr und der langfristigen bis 2010. Bei der Vorhersage für das laufende Jahr gehen wir je nach Region von stagnierenden Märkten aus, bestenfalls von einer leichten Erholung. In diesen für die Luftfracht eher geringen Zunahmen sind die von Ihnen aufgeführten Risikofaktoren bereits berücksichtigt. Was die Langfristprognose angeht, vertrauen wir den globalen Trends und sind der Auffassung, dass diese Einschätzung realistisch ist.

■ **Wie ändern sich die Anforderungen an die Expeditionen durch das Wachstum?**

**Otto:** Zum einen werden auch die Expeditionen von dem Wachstum profitieren. Unabhängig davon wird aber der Kostendruck auf alle Beteiligte in der Supply Chain weiter zunehmen.

■ **Können Sie ein Beispiel nennen?**

■ **Die Forcierung der Zusammenarbeit mit großen Expeditionen und Speditionskooperationen bei den Luftfrachtgesellschaften: Ist das ein weiterer Trend?**

**Otto:** Als global tätiges Unternehmen können wir eine Menge erreichen mit Partnern, die ebenfalls global aufgestellt sind. Um beispielsweise das Ungleichgewicht im Verkehr mit Amerika auszugleichen – nach Amerika sind die Kapazitäten gut ausgelastet, von Amerika nach Europa hingegen ist die Tonnage deutlich geringer –, sind wir auf global agierende Spediteure angewiesen, die uns dieses Aufkommen beschaffen können. Neben unseren globalen Partnerschaften kommen aber auch kleinere Unternehmen dort zum Zuge, wo wir unsere Mittelstandsprogramme fahren. Die sind zum Teil innovativer und flexibler als die Großunternehmen. Deshalb wollen wir mit ihnen weiterhin kooperieren.

■ **Wie hoch ist der Anteil der acht großen globalen Partner?**

**Otto:** Unser Ziel ist es, etwa 50 Prozent mit den Großen und Mittelgroßen abzuwickeln. Da sind wir noch nicht ganz, aber auch nicht weit davon entfernt. (cd)

die Luftfrachtkonjunktur gilt seit jeher auch als Barometer für die Weltwirtschaft. Brechen für die Frachtjumbos sonnige Zeiten an, gilt das als ein Indiz dafür, dass demnächst die Weltwirtschaft erblüht – und damit im Übrigen auch das Transportgewerbe.

Derzeit jedoch ist es vor allem die politische Lage, die der Branche Sorge bereitet. Der Krieg im Irak: Kommt er oder kommt er nicht? Nach Bushs Ultimatum am vergangenen Dienstag ist so gut wie sicher, dass es kommt. Und wenn er kommt, wie lange wird er dauern?

Von dieser Unsicherheit sind auch die Prognosen geprägt, die Lufthansa Cargo für das laufende Jahr aufgestellt hat. Der von der Airline entwickelte Index AirDex weltweit zeigt für 2003 gegenüber dem Vorjahr zwar eine leichte Aufwärtstendenz. Die resultiert jedoch einzig aus den positiven Entwicklungen in Asien – mit Ausnahme von Japan – und in Kanada. Die Aussichten für Europa und die USA werden hingegen skeptisch.

tisch beurteilt. In Deutschland geht es demnach erst im vierten Quartal 2003 wieder aufwärts. In Frankreich, Großbritannien und Italien prägt ebenfalls Stillstand das Bild. Der Index für die USA sagt eine leichte Erholung im Verlauf des Jahres voraus. Andreas Otto, Vorstandsmitglied von Lufthansa Cargo, begründet die skeptischen Werte damit, dass die Risiken eines Irak-Krieges oder eines erhöhten Ölpreises bereits in diese Werte eingeflossen seien (s. Interview Seite 15).

Harald Eisenächer, Leiter der Marketing-Abteilung bei Lufthansa Cargo, bezeichnet die Auswirkungen eines Krieges auf die Luftfracht letztlich als „nicht absehbar“. Einen negativen Einfluss auf die Entwicklung des AirDex habe zudem die Konsumzurückhaltung in Westeuropa sowie die Turbulenzen an den Aktienmärkten, die für Unsicherheit bei den

## Im hohen Ölpreis sind die Folgen eines Irak-Krieges bereits berücksichtigt

Verbrauchern und Investoren sorgen. Eisenächer zeigt sich jedoch überzeugt, dass die Luftfracht die erste Industrie sein wird, die nach Beendigung eines möglichen Krieges wieder anzieht.

Bestätigt werden die Prognosedaten auch von Wolf-Dietrich von Helldorff, Mitglied der Geschäftsleitung von Kühne & Nagel Deutschland und dort für die Luftfracht zuständig: „Derzeit ist Luftfracht kein Wachstumsmarkt.“ Was den Irak-Krieg angeht, zeigt sich von Helldorff nicht so skeptisch. Er glaubt nicht, dass die Luftfracht im größeren Ausmaß darunter zu leiden hat – vorausgesetzt, der Krieg dauert nicht zu lange. Optimistisch äußert er sich ebenfalls zur Entwicklung des zuletzt von Woche zu Woche gestiegenen Ölpreises. Lufthansa Cargo hatte daraufhin sowohl im Februar wie auch ein zweites Mal im März einen Treibstoffaufschlag auf die Frachtraten erhoben. Von Helldorff ist der Meinung, dass sich die Möglichkeit eines Krieges bereits in den hohen Preisen für Rohöl widerspiegelt und daher bei Beginn der militärischen



Das Kisten- und Kastengeschäft verliert an Bedeutung

Auseinandersetzungen nicht mit spürbar weiteren Ölpreissteigerungen zu rechnen sei. Mittel- und langfristig, so seine Einschätzung, wachse der Luftfrachtmarkt zwischen fünf und acht Prozent, je nach Relation.

Genauere Zahlen hat Lufthansa Cargo jetzt von dem Beratungsunternehmen MergeGlobal, Arlington (USA), berechnen lassen und in seinem Bericht Trends & Forecasts vorgestellt. Danach soll das Aufkommen 2004 weltweit um 6,8 Prozent hochschnellen. Zwischen 2005 und 2010 wird das Wachstum durchschnittlich 6 Prozent pro Jahr betragen. Damit läge der jährliche Zuwachs zwar unter den Werten zwischen 1995 und 2000 (6,7 Prozent), aber höher als von 2000 bis 2005 (2,8 Prozent).

Am meisten Aufwind bekommt die Luftfrachtkonjunktur in Asien. Im kommenden Jahr rechnet MergeGlobal mit einem Zuwachs von 8,3 Prozent. Ab 2005 schwächt sich das Wachstum leicht ab, ist aber mit einem Plus von 7,3 Prozent per anno immer noch beachtlich. Demnach verdoppelt sich nahezu das Frachtaufkommen in dieser Region zwischen 2002 und 2010 von 6,2 Millionen Tonnen auf 11,0 Millionen Tonnen.

Mit diesem Tempo kann der nordamerikanische Markt, der zweitgrößte weltweit, nicht mithalten – was aber angesichts der durch die Terroranschläge verursachten Schocks nicht weiter verwunderlich ist. So soll das Aufkommen erstmals 2006 wieder das Niveau des Jahres 2000 überschreiten. Zwischen 2005 und 2010 prognostizie-

ren die MergeGlobal-Experten einen Zuwachs von 5,0 Prozent pro Jahr. Für Europa (ohne Deutschland) wird für diesen Zeitraum mit genau den gleichen Zuwachsraten gerechnet. Allerdings fällt die Prognose für 2004 (+ 5,3 Prozent) deutlich höher aus.

In Deutschland boomt der Markt nach einem Minus von 0,9 Prozent im abgelaufenen Jahr mit einem Plus von 6,9 Prozent im Jahr 2004. Mit jährlichen Zuwachsraten von 6,1 Prozent zwischen 2005 und 2010 wird der Luftfrachtsektor in Deutschland im Vergleich zu den anderen europäischen Staaten oder Nordamerika spürbar stärker zulegen. Dabei gewinnt der asiatisch-pazifische Raum immer mehr an Bedeutung. War 2002 Nordamerika mit einem Anteil von 34,3 Prozent der wichtigste Markt (Asien/Pazifik: 34 Prozent), wird 2010 Asien/Pazifik die Rolle übernehmen mit einem Anteil von 37,3 Prozent (Nordamerika: 31,3 Prozent). Auch Zentral- und Südamerika gewinnt an Bedeutung (von 5,6 auf 6,5 Prozent).

„Damit kehren wir 2004 zum Wachstumspfad zurück“, fasst Eisenächer die Ergebnisse zusammen. Im asiatischen Markt werden vor allem China und Hongkong die Staaten sein, in denen die größten Steigerungsraten erzielt werden. Auch Dirk Steiger, Geschäftsführer des auf Luftfracht spezialisierten Beratungsunternehmens Aviainform GmbH in Frankfurt, geht von zweistelligen Wachstumsraten für China aus. Aber auch Taiwan, Singapur und Japan zählt er zu den expandierenden Märkten.

MergeGlobal hat die Märkte jedoch nicht nur nach Regionen untersucht, sondern auch nach Produktarten unterteilt in General Cargo, Express und Special Cargo, wozu beispielsweise Frischware oder Gefahrgüter gehören. 1996 betrug der Anteil von General Cargo noch 83,7 Prozent. Special Cargo kam auf 12,5 Prozent. Express Cargo fristete mit 3,8 Prozent ein Nischendasein.

Seitdem haben sich jedoch die Anforderungen gewandelt und mit ihnen die Proportionen. General Cargo verliert an Bedeutung (2002: 64,3 Prozent), während die anderen beiden Produktgruppen (Special Cargo: 24,6 Prozent; Express: 11,1 Prozent) immer stärker nachgefragt werden. Ein Trend, der weiter anhält. Im Jahr 2008 soll der Anteil von General Cargo 52,4 Prozent betragen, während Special Cargo auf fast ein Drittel (31,9 Prozent) zulegt und Express immerhin 15,7 Prozent des gesamten Kuchens auf sich vereint. Anders ausgedrückt: Zwischen 2002 und 2008 verdoppelt sich das Aufkommen bei Express und Special Cargo, während General Cargo in diesem Zeitraum nur um insgesamt 15,7 Prozent zulegt. „Eine Entwicklung, wie wir sie derzeit auch bei uns beobachten können“, sagt Eisenächer. Der Trend zu kundenspezifischen Lösungen werde immer größer, so der Lufthansa-Manager. Dennoch geht er davon aus, dass

## Der Trend zu immer mehr kundenspezifischen Lösungen hält auch in der Luftfracht an

General Cargo das wichtigste Segment bleiben wird. Lufthansa werde seinerseits auf diese Umstrukturierungen reagieren. Die nach Produktgruppen segmentierten, zeitdefinierten Leistungen werden wir ausbauen und verfeinern, verriet Eisenächer, ohne jedoch konkreter zu werden.

Von Helldorff zeigt sich skeptisch, dass die so genannten Premium-Produkte tatsächlich so boomen werden. „Da lügt man sich ein bisschen in der Tasche“, meint er. Jede „08/15-Sendung“

## Hintergrund

### Kostenexplosion durch verschärfte Sicherheitsbestimmungen

Die Folgen der Anschläge vom 11. Septembers hat die Luftfracht zuallererst in Form eines sinkenden Aufkommens zu spüren bekommen. Doch das ist noch längst nicht alles. Wer die Widerstände der amerikanischen Zollbehörden bei der Abfertigung von Seefrachtcontainern Anfang des Jahres beobachtet hat, der kann sich leicht ausrechnen, dass sich auch in der Luftfracht die Sicherheitsbestimmungen weiter verschärfen werden.

Zu Recht, denn ein hoher Sicherheitsstandard dürfte im Interesse aller Beteiligten sein. Was würde beispielsweise passieren, wenn ein Passagierflugzeug mit Tonnage abstürzt, weil in der Fracht eine Bombe explodiert? Auch wenn über solche konstruierten Fälle in der Branche nur ungern spekuliert wird, wäre davon auszugehen, dass

Beiladungen in Passagierflugzeugen nur noch unter strengsten Auflagen ermöglicht würden – bis hin zum Szenario, dass keine Beiladung mehr erlaubt wird.

BSL-Experte Wollf-Dietrich von Helldorff bezeichnet die Gewährleistung der Sicherheit in der Luftfracht daher auch als ein „großes ungelöstes Problem“. Er geht davon aus, dass die Sicherheitsbestimmungen künftig weiter verschärft werden. Dass für deren Ausgestaltung letztlich die nationalen Regierungen zuständig sind, macht die Sache für die Beteiligten nicht einfacher. Von Helldorff befürchtet, dass Airlines und Speditionen erheblich in IT-Systeme investieren werden müssen und die Beachtung der Sicherheitsregelungen die Abwicklung verzögern könnte. Maßnahmen, die mit erheblichen Kosten für alle Beteiligten verbunden wären. (cd)

werde mittlerweile mit einem neuen Namen versehen. „Lebensmittel oder sensible Güter sind aber auch früher schon transportiert worden – nur nicht unter einer eigenen Bezeichnung.“

Er kann nicht erkennen, dass es bei den Airlines einen Trend dahin gibt, nur noch mit den großen Speditionen zusammenzuarbeiten. „Natürlich wird mit einem Top-Kunden anders umgegangen als mit einem kleinen Spediteur“, aber das stuft von Helldorff, der auch Vorsitzender des Fachausschusses Luftfrachtspedition im Bundesverband Spedition und Logistik (BSL) ist, als „normales Geschäftsgebaren“ ein. Zwar bestimmen die zehn größten Luftfrachtspeditionen in Deutschland mit einem Marktanteil von 69,5 Prozent das Geschehen. Aber die restlichen 30,5 Prozent sind aus Sicht der Airlines auch nicht zu vernachlässigen.

Allerdings haben es kleinere Speditionen generell schwer, sich am Markt zu behaupten: „Da bleiben häufig nur Nischen wie Obst oder Zeitungen übrig“, sagt Steiger.

Bleibt die Frage, welche Voraussetzungen Speditionen dazu erfüllen müs-

sen und ob sich ein solcher Einstieg überhaupt lohnt. „Um in der allgemeinen Luftfracht tätig zu sein, ist ein globales Netzwerk absolut zwingend, um am Quell- und Zielort über einen Ansprechpartner zu verfügen“, legt von Helldorff die Messlatte ziemlich hoch. Aber das bedeute nicht, dass man gleich mit eigenen Niederlassungen vertreten sein müsse. Agenten reichten dazu auch aus. Als weitere Notwendigkeiten nennt er ein Tracking- und Tracingsystem sowie geschultes Personal.

Während man bei den Straßentransportunternehmen auf die Frage, ob sich mit ihrer Tätigkeit noch Geld verdienen lässt, zumeist ein Kopfschütteln erntet, beantwortet von Helldorff die Frage für die Luftfracht kurz aber bestimmt mit „Ja“. Steiger stimmt dem zwar zu, gibt aber zu bedenken, dass sich die Investitionen der Airlines rechnen müssen. „Die Profitmarge zur Erneuerung ihres Flugmaterials ist bei vielen Fluggesellschaften gering“, sagt Steiger und verweist auf die Pleiten in den USA. Ein Zeichen dafür, dass es trotz aller Zuversicht auch Risiken im Luftfrachtmarkt gibt. ■