

# Logistik-Indikator

## Ergebnisse 2006-Q4 bis 2017-Q2

Prof. Dr. Stefan Kooths

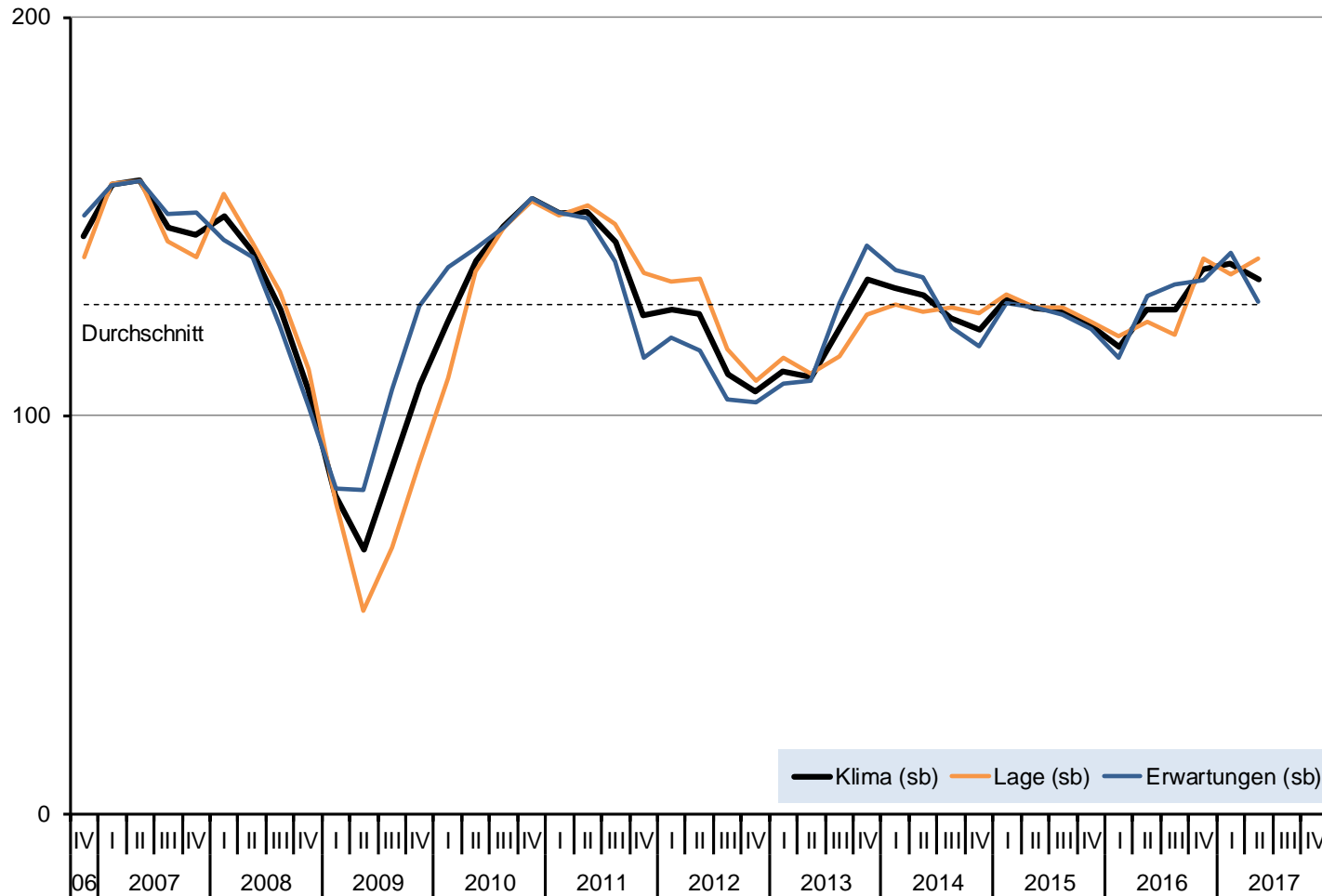
Dr. Ulrich Stolzenburg

Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel, Prognosezentrum



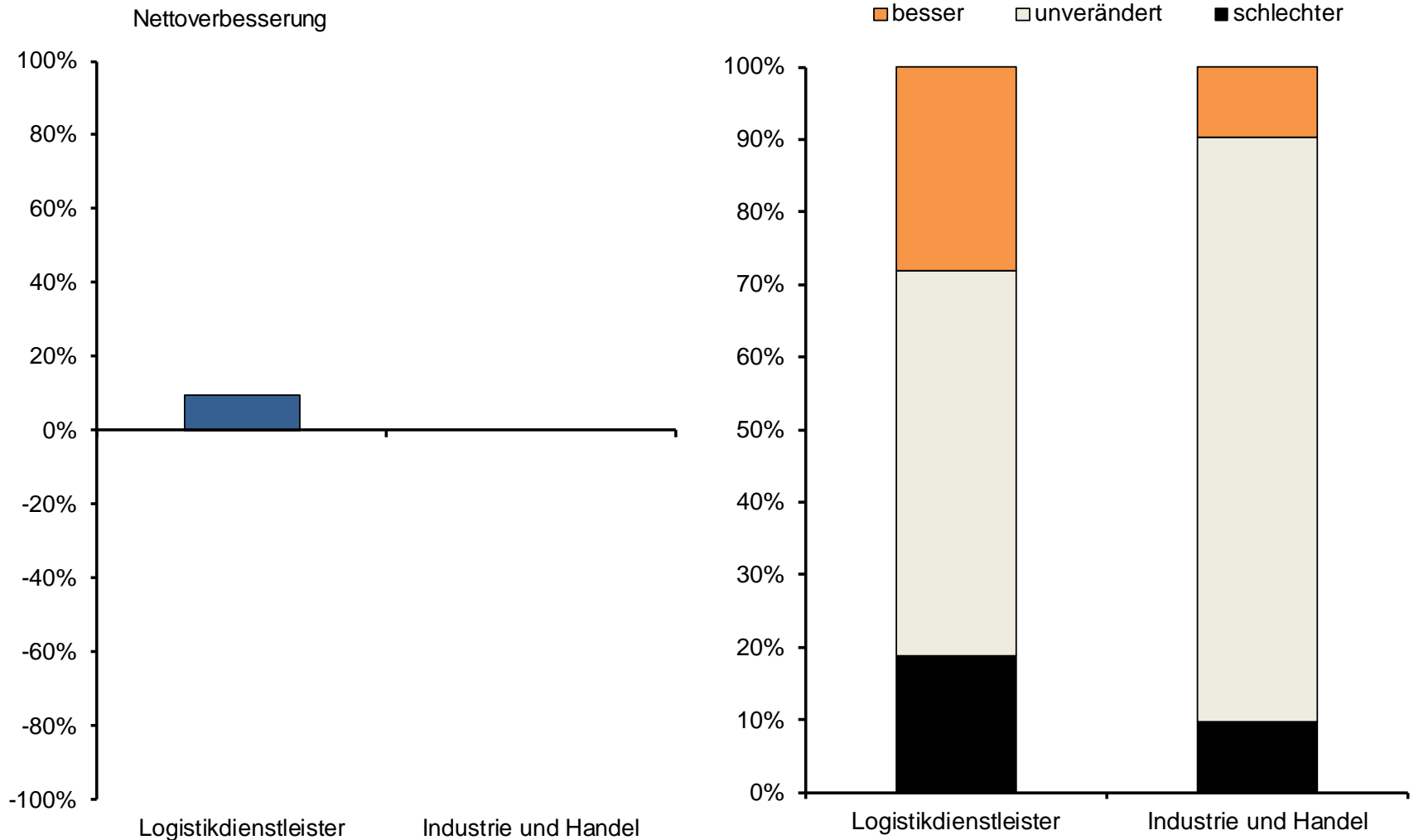
*Methodik auf Schlussfolie*

# Gesamtindikator

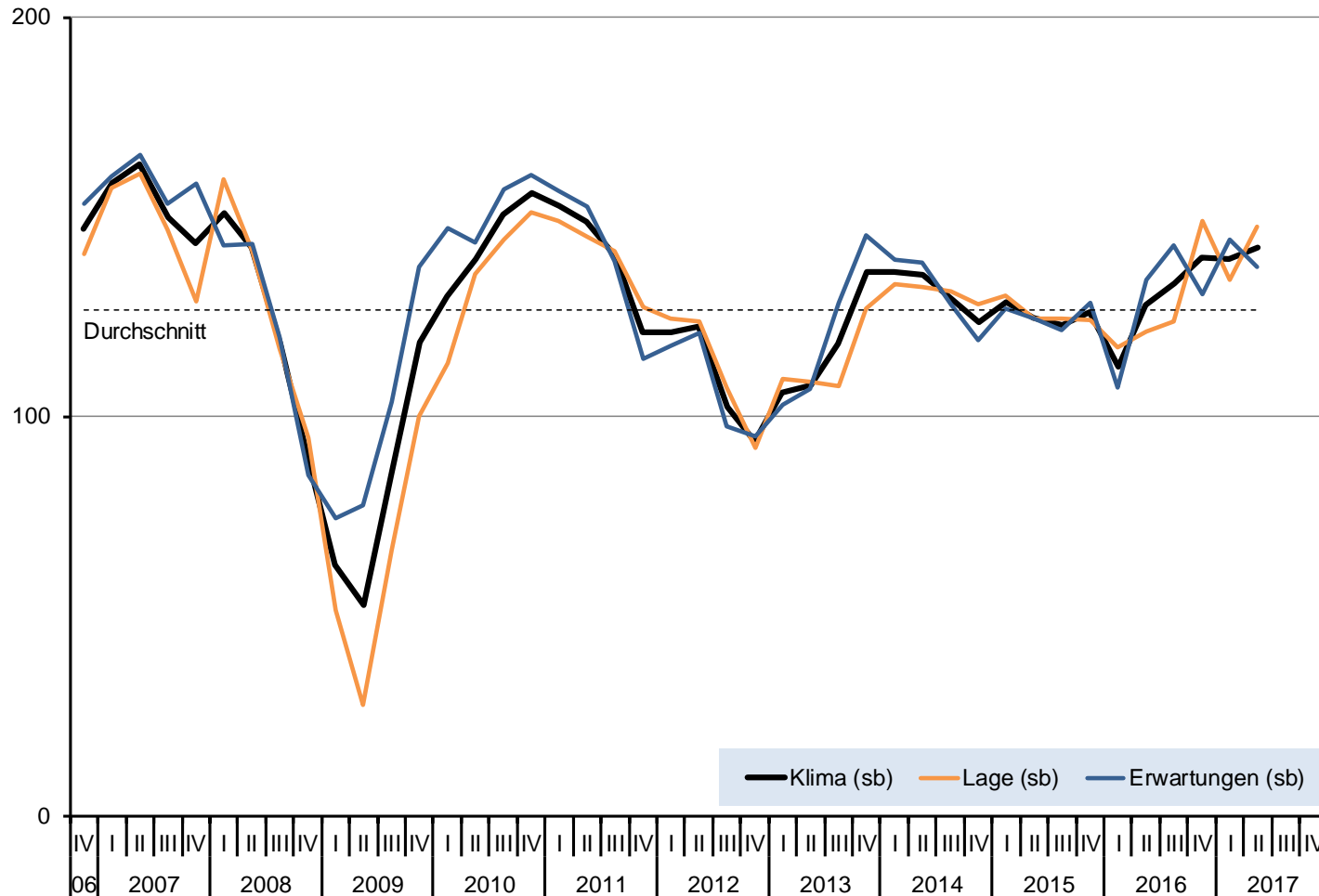


# Geschäftstendenz

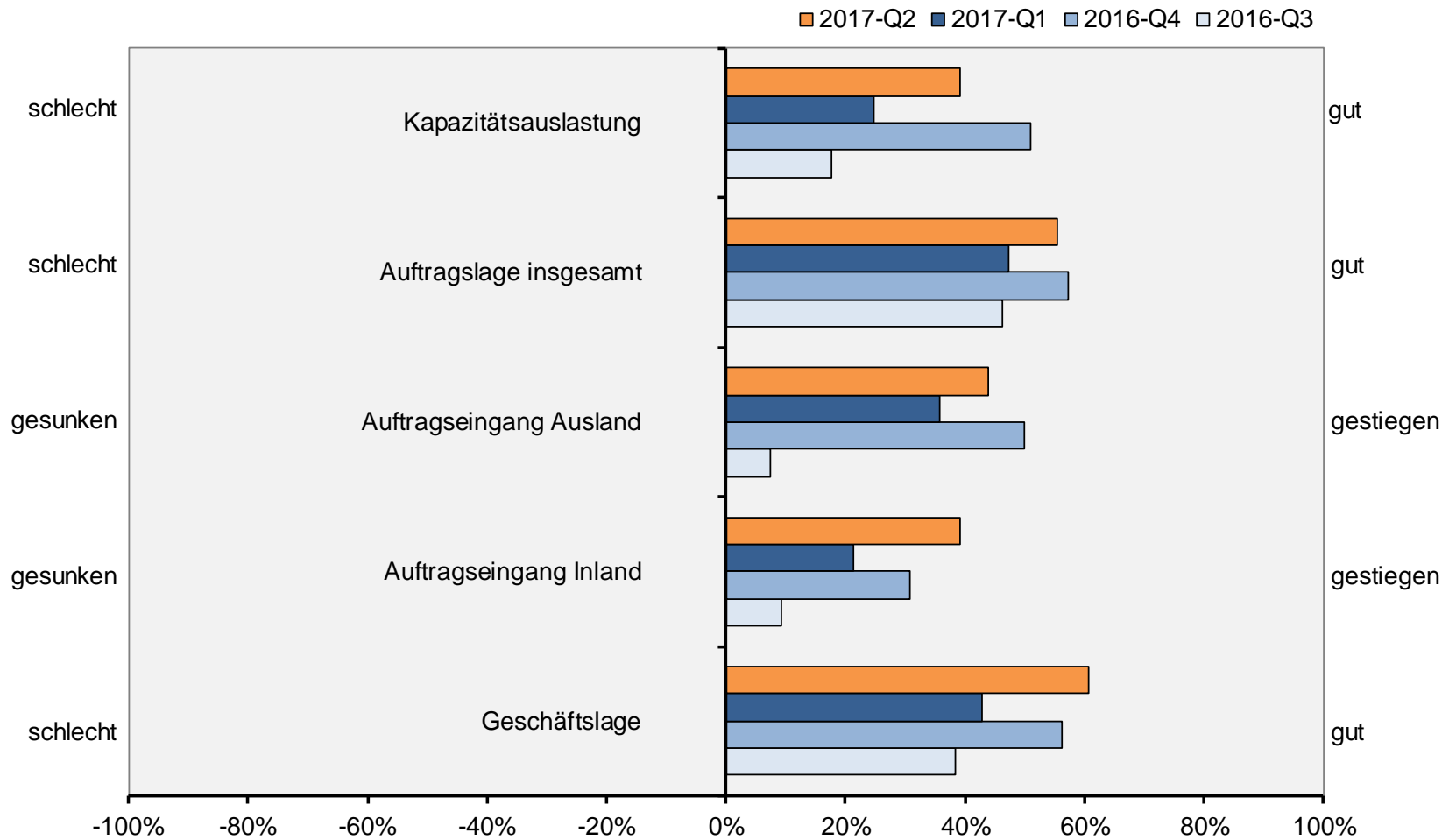
Ausblick auf das nächste Quartal



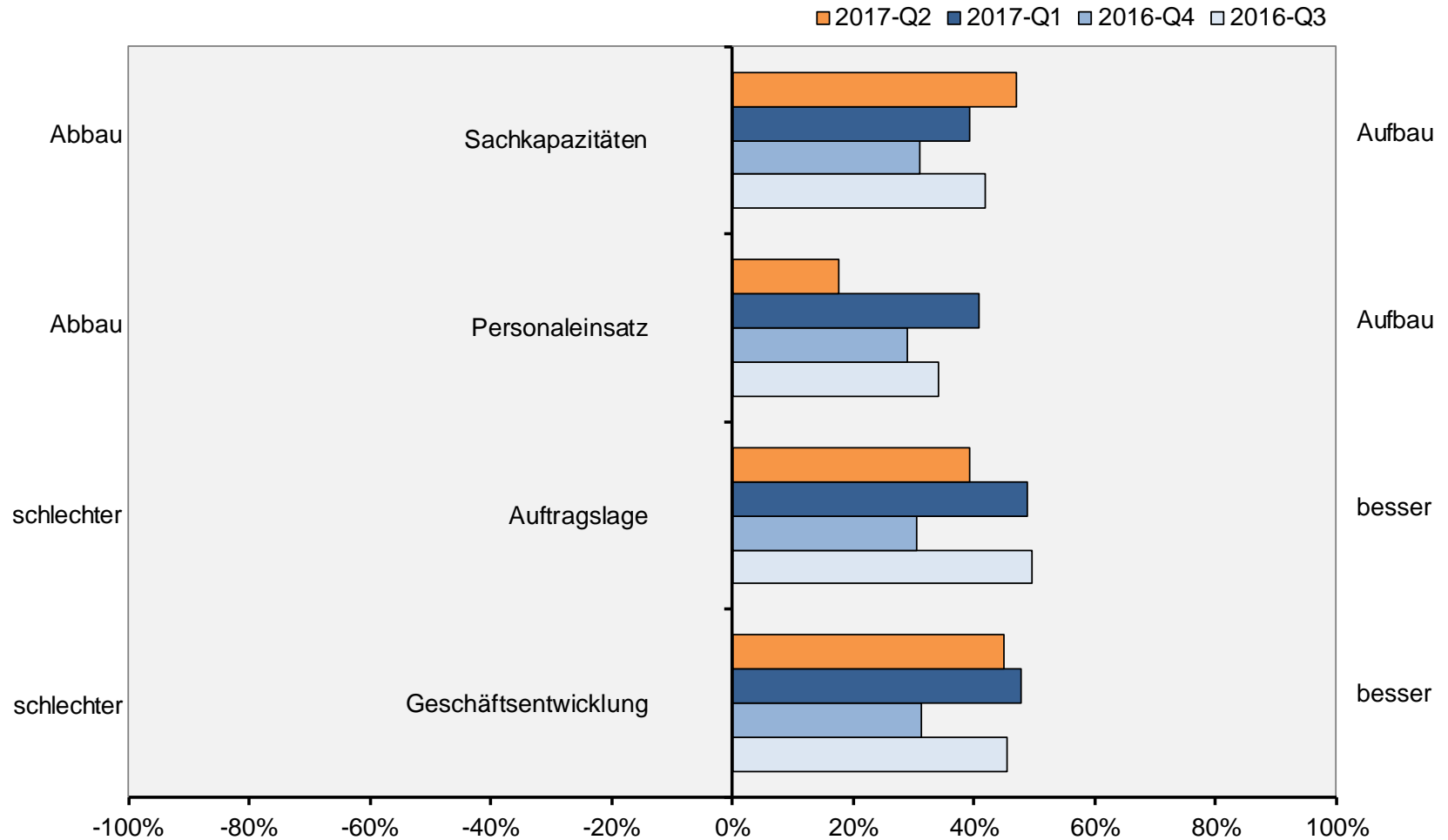
# Teilindikator „Logistikdienstleister“



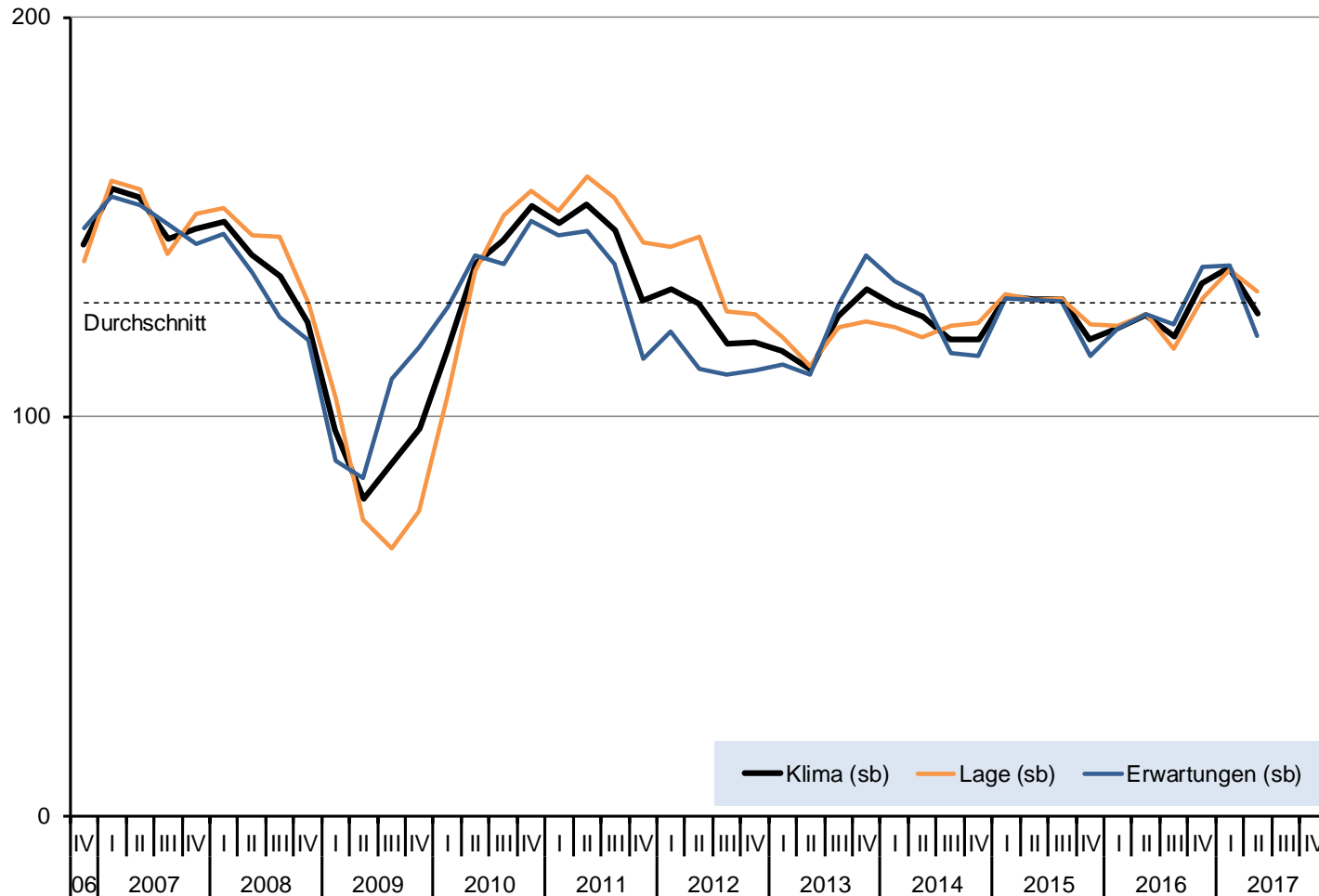
# Logistikdienstleister: Lagebeurteilung



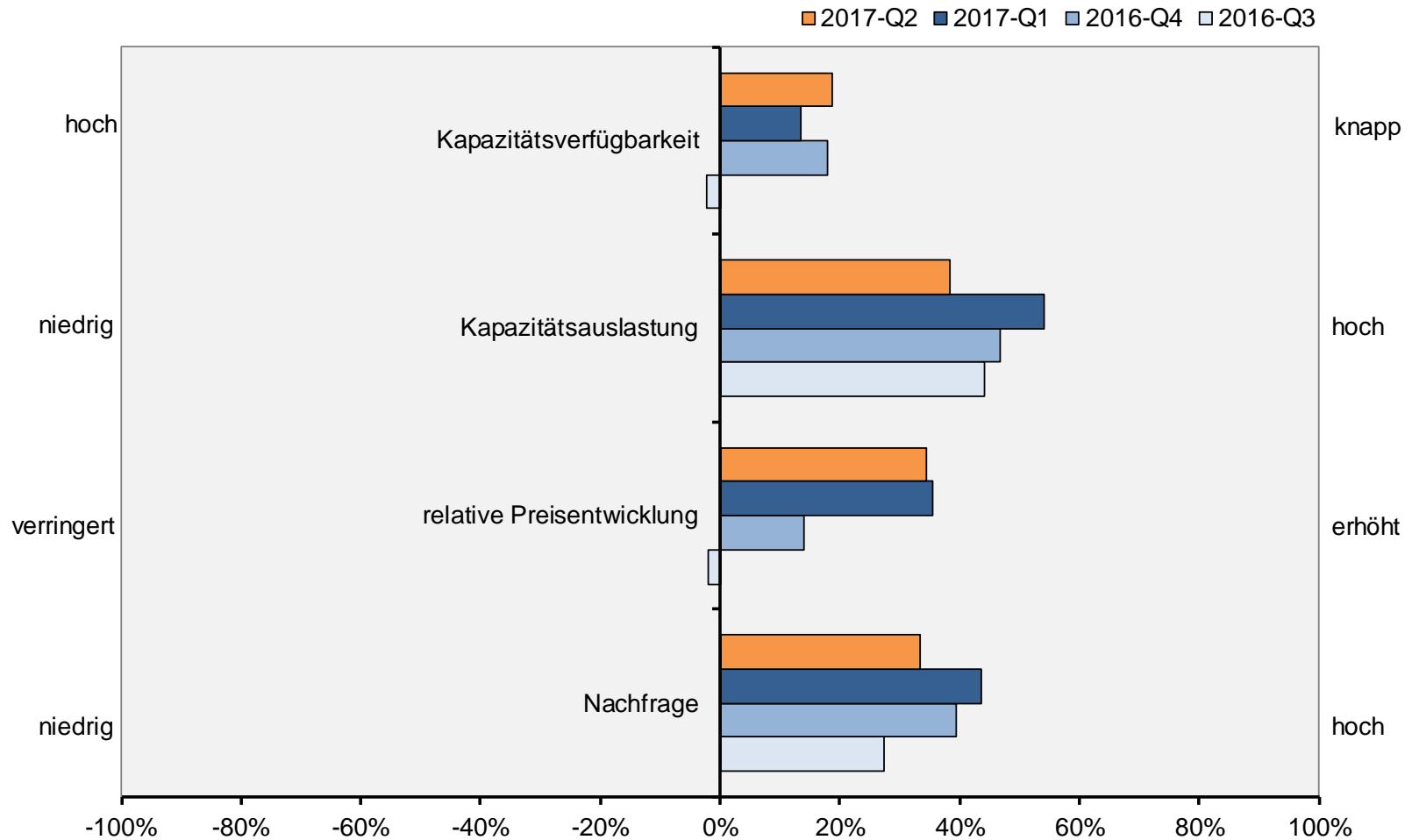
# Logistikdienstleister: Erwartungen



# Teilindikator „Industrie und Handel“

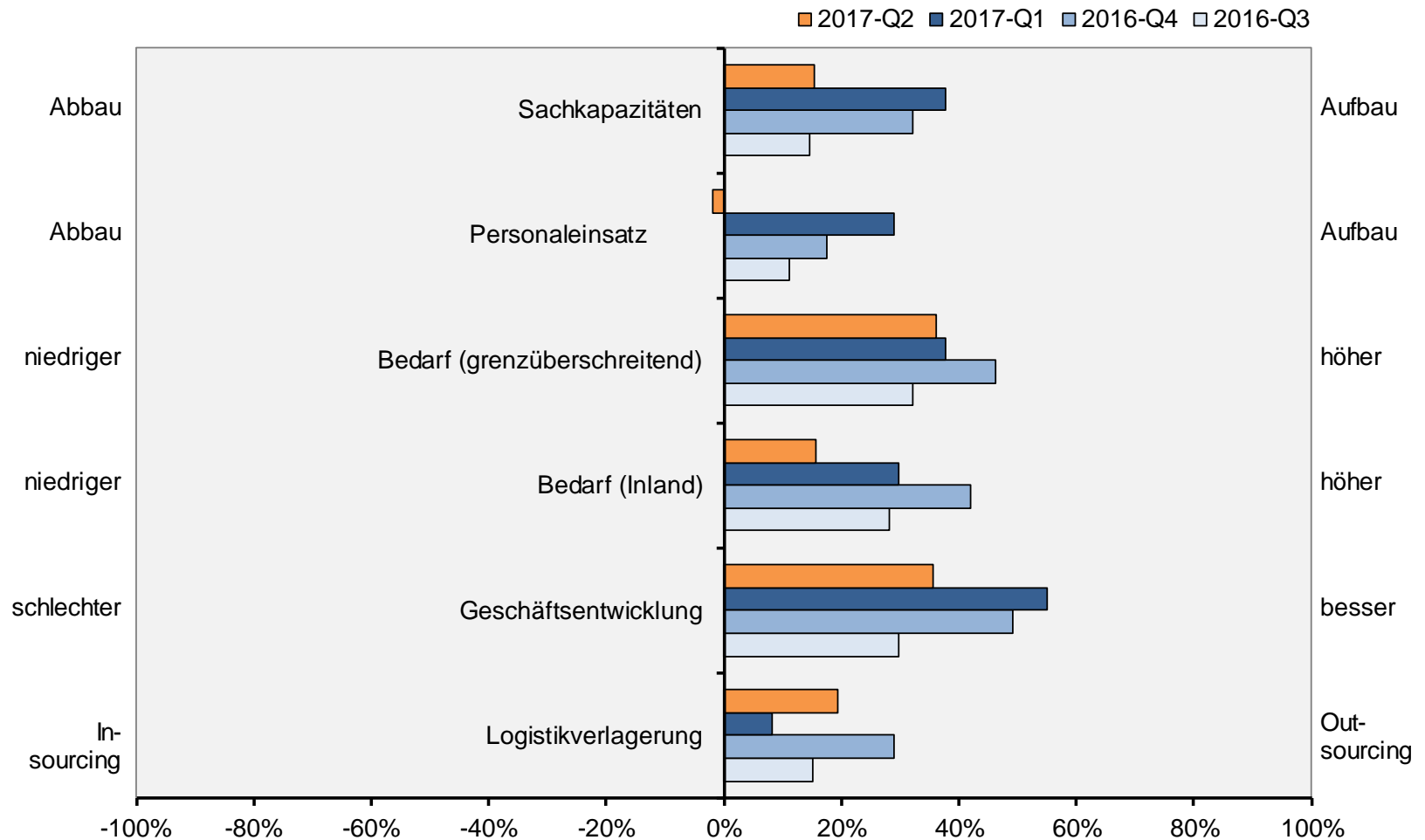


# Industrie und Handel: Lagebeurteilung

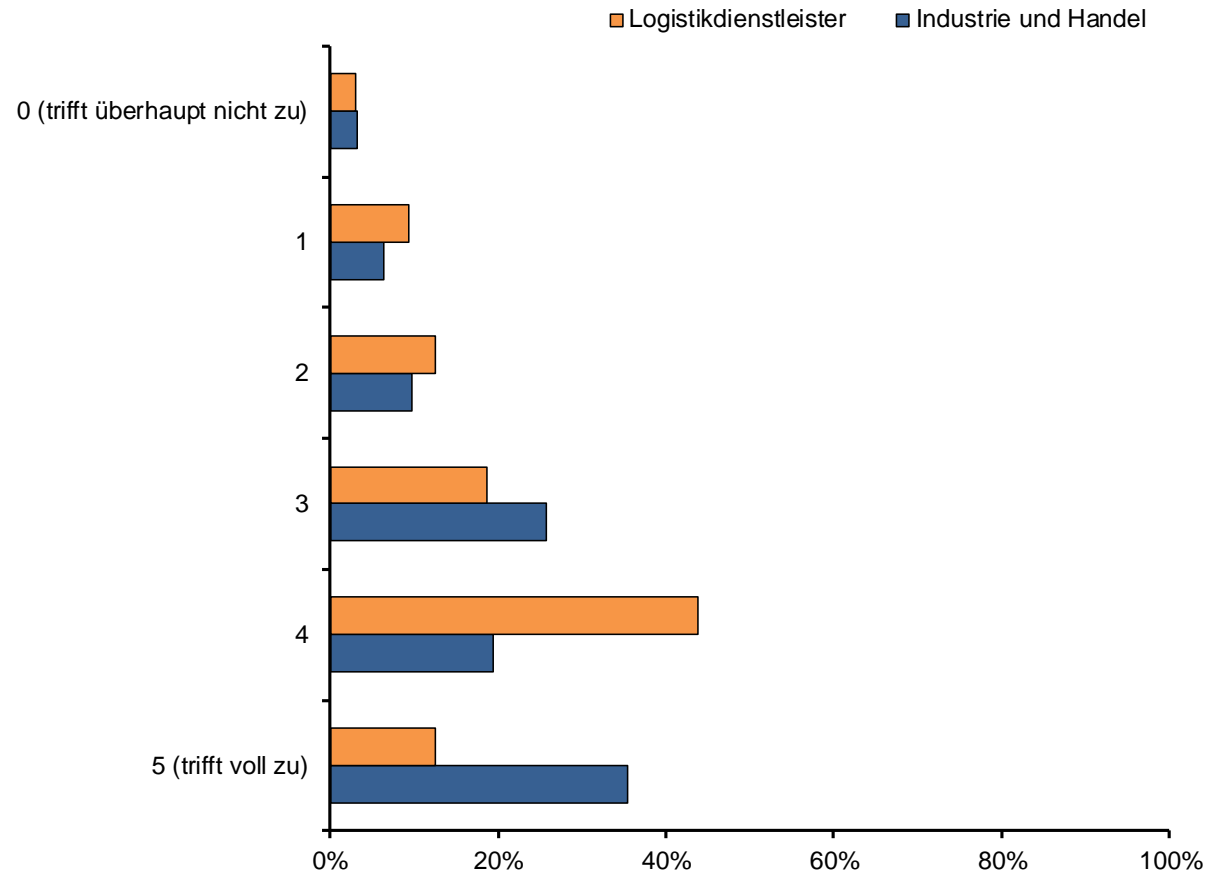




# Industrie und Handel: Erwartungen

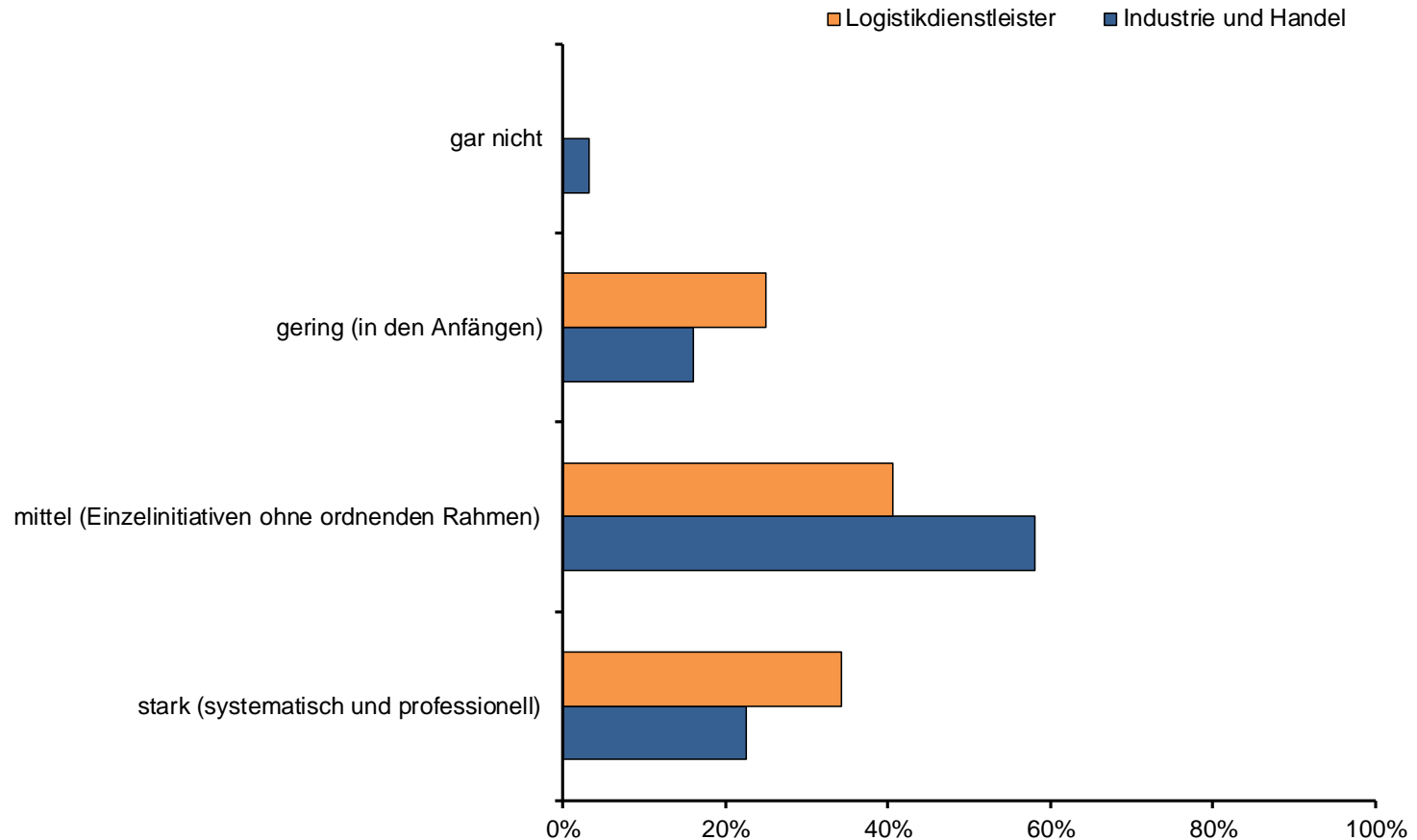


# Notwendigkeit von digitalem Marketing



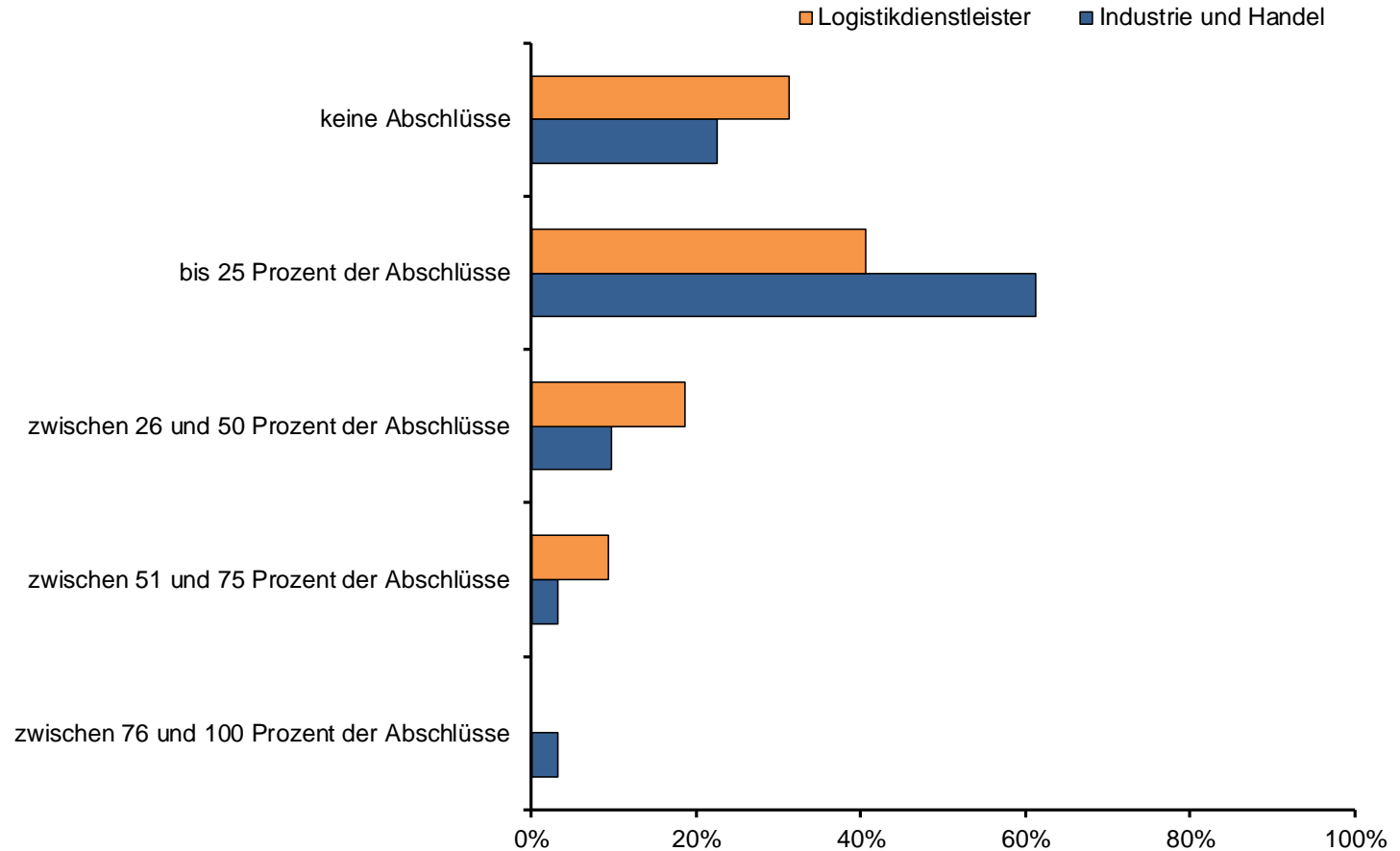
„Digitalisierung bedeutet unter anderem, dass Interessenten und Kunden auf zahlreichen digitalen Kanälen unterwegs sind und dort abgeholt werden müssen.“ – Trifft diese Aussage auf Ihr Unternehmen/Geschäftsmodell zu?

# Anwendung von digitalem Marketing



Wie stark ist digitale Kundenbindung / digitales Marketing bislang in Ihrem Unternehmen ausgeprägt?

# Geschäfte über digitale Plattformen



Wie hoch ist der Anteil Ihrer Geschäftsabschlüsse, der ausschließlich über digitale Plattformen erfolgt?

# Methodische Erläuterungen

- Der Logistik-Indikator wird vom Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel im Auftrag der Bundesvereinigung Logistik e.V. berechnet. Er basiert auf der quartalsweisen Expertenbefragung der jeweils 100 größten deutschen Unternehmen, für die Logistikleistungen als Anbieter (Logistikdienstleister) bzw. als Anwender in Industrie und Handel eine besondere Rolle spielen. Die Befragung läuft jeweils in der ersten Hälfte des letzten Quartalsmonats. Das Fragendesign zielt auf die konjunkturelle Beurteilung der mit Logistikleistungen verbundenen ökonomischen Aktivitäten innerhalb der Grenzen der Bundesrepublik Deutschland ab.
- Für sämtliche Fragen stehen drei Antwortalternativen zur Wahl, die sich jeweils als positiv-expansiv, durchschnittlich-neutral und negativ-kontraktiv kennzeichnen lassen. Aus den Antworten wird zunächst der Saldo der positiv-expansiven Antworten gebildet (positiv-expansive abzüglich negativ-kontraktive Antworten) und auf den Durchschnitt aller Befragten bezogen (diese Anteilswerte werden mit jeder Veröffentlichung des Indikators separat berichtet). Anschließend werden die zu den jeweiligen Teilbereichen „Lagebeurteilung“ und „Erwartungen“ gehörenden Anteilswerte gemittelt und auf den Zahlenbereich 0 (entspricht 100 % negativ-kontraktiver Antworten) und 200 (entspricht 100 % positiv-expansiver Antworten) skaliert (bei einem Indikatorwert von 100 halten sich expansive und kontraktive Antworten die Waage). Der Durchschnitt aus den so entstehenden Lage- und Erwartungsindikatoren bildet den Klimaindikator für die Angebots- und Anwenderseite. Durch eine gleichgewichtete Zusammenfassung beider Marktseiten entsteht der Gesamtindikator, getrennt nach Lage, Erwartungen und Klima.
- Sämtliche quartalsbezogenen Fragen beziehen sich auf eine jahreszeitlich übliche Einschätzung. Zusätzlich werden alle berichteten Zahlen und resultierenden Indikatorwerte mit einem statistischen Standardverfahren zur Saisonbereinigung (Census-X12-ARIMA) von dem verbleibenden saisonalen Muster bereinigt.