



Nordisk Logistikbarometer 2008

- En rapport om utmaningar och trender på den nordiska logistikmarknaden



Förord

Logistikmarknaden i Norden präglas av ett starkt förändringstryck. Allt fler globala logistikföretag stärker sin nordiska närvaro och bidrar till hårdare konkurrens. Snabba tekniska framsteg skapar förutsättningar för nya, avancerade logistiktjänster. Samtidigt påverkas den nordiska konjunkturen av problematiska händelser i omvärlden, bland annat av höga bränslepriser och global finansiell turbulens.

För att bidra till förståelsen av de utmaningar och trender som präglar den nordiska logistikmarknaden publicerar Posten Logistik för första gången en Nordisk Logistikbarometer. Här presenteras marknadstrender och nyckeltal för den nordiska logistikmarknaden tillsammans med resultat från undersökningar med nordiska logistikköpare kring aktuella ämnen.

Rapporten visar att över hälften av de nordiska företagen inte ser något utrymme för miljöeffektiva transporter om dessa samtidigt leder till prisökningar och längre leveranstider. Den hårda konkurrensen inom branscher som detaljhandel, industri och grossist kräver istället transportlösningar som kombinerar leveransprecision med kostnads- och miljöeffektivitet. Att öka miljöhänsynen i hela verksamheten blir därmed allt viktigare för såväl logistikköpare som logistikleverantörer.

I rapporten framkommer också att det egna hemlandet och övriga nordiska länder är i fokus för de nordiska företagens planerade expansion. Detta gäller framför allt för företag i Sverige och Norge, medan danska och finska företag även har planer för de baltiska, östeuropeiska och ryska marknaderna. Företagens tillväxtplaner kommer på några års sikt att påverka både hur flöden och kraven på den nordiska logistikmarknaden kommer att utvecklas.

Vi hoppas att den Nordiska Logistikbarometern ska öka intresset för vår hemmamarknad och för de utmaningar som branschens aktörer har att hantera.

Trevlig läsning!

Henrik Højsgaard, vd Posten Logistik

September 2008

Innehåll

Mångsidig utmaning sätter logistiken på prov	5
ISO-certifiering vanligt miljökrav	7
Norden i centrum för nyetableringar	8
Fördjupning: detaljhandel - logistikchefen har ordet	10
Fördjupning: grossist - logistikchefen har ordet	11
Fördjupning: industri - logistikchefen har ordet	12
Den nordiska logistikmarknaden i siffror	13
Drivkrafter och trender på den nordiska logistikmarknaden	14
Bilaga, frågor	15

Om undersökningen

Undersökningens första del bygger på telefonintervjuer med nära 1 800 slumpmässigt utvalda logistikköpare i Norden. Samtliga intervjuade företag har en årlig omsättning på minst 10 miljoner kronor. Såväl större som mindre logistikköpare finns representerade från främst detaljhandels-, grossist- och industribranschen.

Undersökningen genomfördes av Cliente mellan den 15 maj och den 18 juni 2008. För datainsamling svarade GFK Sverige.

Undersökningens andra del bygger på djupintervjuer med tre logistikchefer på företag som är verksamma inom branscherna detaljhandel, grossist och industri. Personerna som har intervjuats är Rolf Andersson (chef Clas Ohlson Distribution Center, 22/8), Leif Christensson (logistikchef Ahlsell, 27/8) och Johan Jemdahl (Head of Distribution Logistics, LM Ericsson 18/9).

Sammanfattning

I den här rapporten presenterar Posten Logistik trender och nyckeltal beträffande den nordiska logistikmarknaden. Rapporten bygger dels på intervjuer med nära 1 800 nordiska företag, dels på fördjupade samtal med tre tongivande representanter för branscherna grossist, detaljhandel och industri, samt på Postens egna beräkningar och omvärldsanalyser. Syftet med rapporten är att bidra till ökad kunskap om den utveckling och de utmaningar som präglar den nordiska logistikmarknaden.

- **Pris och leveransprecision utmaningar i miljöarbetet** – Mer än hälften av de nordiska logistikköparna ser inget utrymme för miljöeffektiva transporter om de samtidigt innebär prisökningar och längre leveranstid. Utrymmet upplevs som minst av danska logistikköpare, medan svenska logistikköpare ser större möjligheter.
- **ISO-certifiering viktigast för logistikköparna** – Var fjärde nordisk logistikköpare, 27 procent, kräver ISO-certifiering från sin logistikleverantör. Att logistikleverantören har en hållbarhetsredovisning och använder miljöeffektiva drivmedel efterfrågas av ungefär var femte respondent.
- **Stora expansionsplaner för Norden** – Närmare fyra av tio nordiska logistikköpare planerar att genomföra nyetableringar som kommer att påverka deras logistik under de närmaste fem åren. Av expansionsplanerna berör 58 procent företagens hemländer och 19 procent övriga Norden. I danska och finska företags tillväxtplaner finns också Baltikum, Ryssland och Östeuropa.
- **”Miljöarbete handlar mer om att vi måste börja tala med varandra och mindre om radikala åtgärder och stora investeringar”**, säger Rolf Andersson, chef Clas Ohlson Distribution Center, i ett samtal om miljöeffektiva transporter.
- **”Pressade marginaler kommer att kräva mer framförhållning, och med bättre planering kan transporterna bli både smartare och billigare”**. Så beskriver logistikchefen på Ahlsell, Leif Christensson, den viktigaste logistiktrenden inom grossistbranschen.
- **”Vi går mot mer regionaliserade supply-chain-strukturer. Det är varken kostnadseffektivt eller miljöeffektivt att transportera gods över hela världen”**, säger Johan Jemdahl, Head of Distribution Logistics, LM Ericsson.

Mångsidig utmaning sätter logistiken på prov

Drygt vartannat nordiskt företag ser inget utrymme för miljöeffektiva transporter om de samtidigt leder till prisökningar eller längre leveranstid. För bibehållen konkurrenskraft krävs istället transportlösningar som kombinerar leveransprecision med kostnads- och miljöeffektivitet. Det visar Posten Logistik intervjuer med närmare 1 800 nordiska företag inom branscherna detaljhandel, grossist och industri.

Konkurrenskraft med fler komponenter

Såväl detaljhandels- som grossist- och industribranschen präglas idag av komplexa försörjningskedjor med krav på både snabb och träffsäker distribution. Parallellt ökar kraven på att begränsa den klimatpåverkan som produktion, transport och försäljning ger upphov till.

Eftersom företagens konkurrenskraft är beroende av såväl välfungerande logistik som kostnads- och miljöeffektivitet i transporterna, kan de i många fall motstridiga kraven skapa utmaningar och avvägningsproblem. Ett exempel är systemet med så kallade "rullande lager" eller "just-in-time", som reducerar både lager- och kapitalkostnader. Samtidigt kräver systemet ofta dagliga leveranser, vilket medför att antalet körsträckor ökar. Detta kan också innebära större utsläpp.

I intervjuundersökningen har Posten Logistik frågat företag i branscherna detaljhandel, grossist och industri om hur de ser på utrymmet för åtgärder som förbättrar transporternas miljöeffektivitet men som också innebär prishöjningar och längre leveranstid. Undersökningen visar att många uppfattar utrymmet som mycket begränsat.

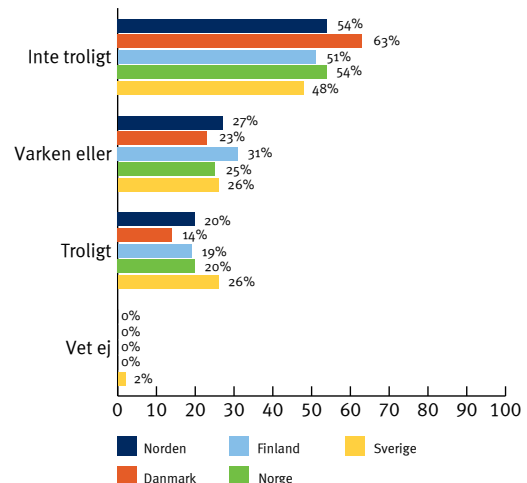
Litet utrymme för pris- eller leveranstidsökningar

Fler än hälften av de tillfrågade företagen, 54 procent, anser att det inte är troligt att de skulle ersätta sina befintliga transporter med miljöeffektiva alternativ om det innebar en förlängd leveranstid med 24 timmar. Andelen som anser att det är troligt uppgår bara till 20 procent. Drygt var fjärde nordisk logistikköpare, 27 procent, svarar "varken eller".

Utrymmet för miljöeffektiva transporter som skulle medföra prisökningar upplevs som lika begränsat. En närmast lika stor andel, 53 procent, menar att det inte är troligt att de skulle ersätta sina befintliga transporter med miljöeffektiva lösningar om det medförde ett prispåslag med 10 procent.

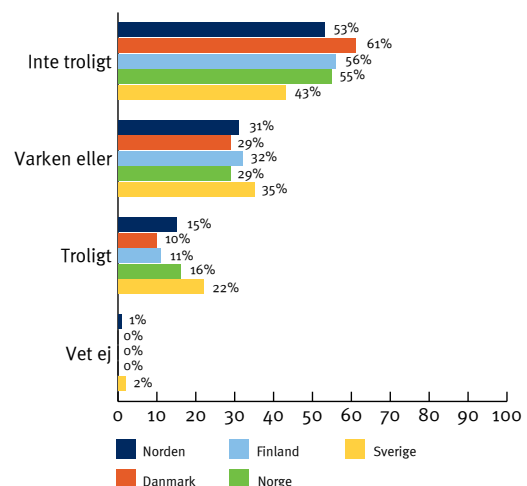
Av företagen är det 15 procent som anser att en sådan prisökning vore acceptabel, medan vart tredje, 31 procent, svarar "varken eller".

Hur troligt är det att du skulle ersätta era befintliga transporter med miljövänliga, om det innebar en förlängd leveranstid med 24 timmar?



Bas: Samtliga.

Hur troligt är det att du skulle ersätta era befintliga transporter med miljövänliga, om det innebar ett prispåslag med 10 procent?



Bas: Samtliga.

Minst utrymme i Danmark, störst i Sverige

Logistikköparnas uppfattning om utrymmet för miljöeffektiva transporter, som samtidigt kostar mer och tar längre tid, skiljer sig åt mellan de nordiska länderna.

Minst upplevs utrymmet vara i Danmark, där drygt sex av tio företag, 63 procent, menar att det inte är troligt att de skulle skifta till miljöeffektiva transporter om detta innebar att leveranstiden förlängdes med 24 timmar.

I Sverige är motsvarande andel 48 procent. Även när det gäller prispåslag som en följd av miljöeffektiva transporter, syns acceptansen vara störst i Sverige.

Logistikleverantörernas dilemma

Undersökningsresultatet speglar den verklighet som många företag har att bemästra. Miljöeffektivitet i såväl produktion som transport är en viktig del av konkurrenskraften. Att utveckla hållbara transporter på bekostnad av kostnadseffektivitet eller distributionshastighet i transportledet upplevs samtidigt som affärsmässigt svårgörigt.

Undersökningsresultatet tydliggör också den skillnad som en kompetent och effektiv logistikleverantör kan göra. Den logistikleverantör som förmår kombinera miljöeffektivitet med låg transportkostnad och hög leveransprecision bidrar på ett tydligt sätt till sin kunds konkurrenskraft.

På dagens nordiska logistikmarknad finns flera exempel på åtgärder och logistiklösningar som möter den mångfaldiga utmaningen. Satsningar på bränslesnål körning, som reducerar såväl kostnaderna för bränsle som utsläppen av koldioxid, ligger väl i linje med logistikköparnas behov. Detsamma gör åtgärder som kan förbättra transporternas fyllnadsgrad, det vill säga att öka godsmängderna per ekipage. Med en högre fyllnadsgrad minskar både utsläpp och bränsleförbrukning per transporterad godsenshet utan att leveranstiden behöver påverkas.

Givet den plats som miljöhänsyn har i både logistikköparens och logistikleverantörers konkurrenskraft, kommer sannolikt integrationen av hållbarhetsarbetet i övrig verksamhet att bli både viktigare och vanligare.



ISO-certifiering vanligt miljökrav

När nordiska logistikköpare ställer miljökrav på sina logistikleverantörer är ISO-certifiering det vanligaste kravet. Mer än vart fjärde företag kräver ISO-certifiering medan vart femte vill se ett miljöalternativ i produktportföljen och att logistikleverantören använder miljöeffektiva drivmedel.

Att öka verksamheternas miljöeffektivitet är viktigt för de nordiska företagen i undersökningen. Vad beträffar transporterna, som till stora delar utförs av externa logistikleverantörer, blir de miljökrav som företagen ställer på sina logistikpartners centrala för att uppnå målen.

ISO-certifiering i fokus

Det miljökrav som flest nordiska logistikköpare ställer är kravet på ISO-certifiering. Vart fjärde tillfrågat företag, 27 procent, ställer krav på att logistikleverantören är ISO-certifierad.

I Sverige är andelen störst. 35 procent av de svenska logistikköparna vill se ISO-certifiering. Motsvarande andelar i Norge och Finland är 25 respektive 26 procent, medan det i Danmark är något mindre vanligt. Av de danska logistikköparna ställer drygt var femte, 21 procent, krav på ISO-certifiering.

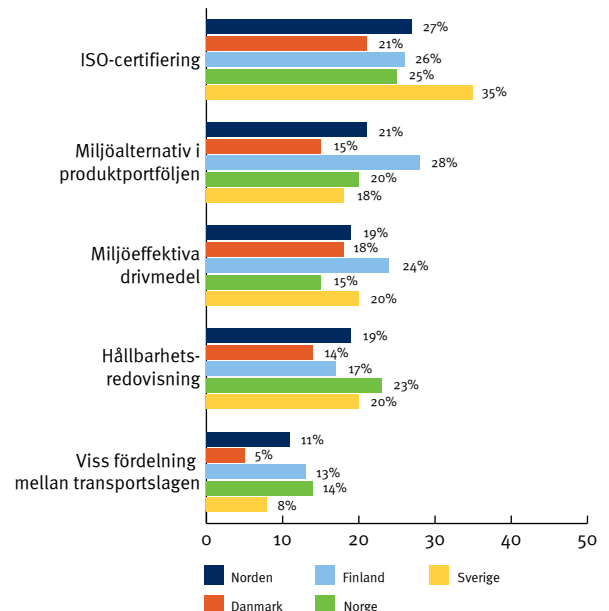
En viktig anledning till att ISO-certifiering är ett vanligt miljökrav är sannolikt att en certifierad logistikleverantör förpliktigt sig att styra hela miljöarbetet enligt vissa kvalitetssäkrade processer. För att certifieras enligt ISO 14001 krävs exempelvis att företaget identifierar sin miljöpåverkan, och att miljömålen både sätts och följs upp på ett systematiskt sätt.

Krav på särskilt miljöalternativ vanligt i Finland

Att ställa krav på att logistikleverantören har ett miljöalternativ i sin produktportfölj är särskilt vanligt i Finland. Nästan var tredje finsk logistikköpare, 28 procent, ställer detta krav. I Norden som helhet vill var femte logistikköpare, 21 procent, se ett miljöalternativ i produktportföljen.

Miljöeffektiva drivmedel för transporter, till exempel etanol och biogas, är också viktigt för flera logistikköpare. Vart femte tillfrågat företag, 19 procent, ställer krav på miljöeffektiva drivmedel. En lika stor andel vill se att logistikleverantören kan visa upp en hållbarhetsredovisning vid anbudslämnandet. Detta är särskilt viktigt för logistikköparna i Norge. Närmare vart fjärde norskt företag, 23 procent, kräver en hållbarhetsredovisning.

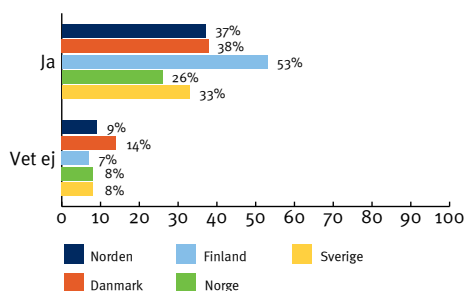
Vilka krav ställer ni på era logistikleverantörer när det gäller miljövänliga transporter?



Bas: Samtliga.

Norden i centrum för nyetableringar

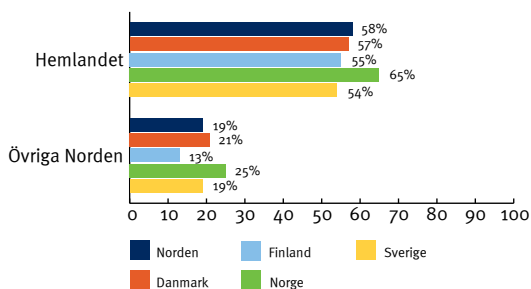
Planerar ert företag att genomföra några nyetableringar eller nysatsningar som påverkar er logistik under de närmaste fem åren?



Bas: Samtliga.

Svar: "Ja" + "Vet ej".

Var någonstans planerar ni att genomföra er nyetablering/nysatsningar?



Bas: Planerar nyetableringar och/eller nysatsningar.

Svar: "Hemlandet + "Övriga Norden".

Nästan fyra av tio nordiska logistikköpare planerar att genomföra nyetableringar under de närmaste fem åren. Av dessa företag har nästan 80 procent expansionsplaner som berör Norden.

En stor andel av de godsvolymer som idag transporteras i Norden färdas enbart inom och mellan de nordiska länderna. Den framtida riktningen och storleken på de nordiska varuflödena bestäms därför i stor utsträckning av de nordiska företagens affärs- och tillväxtstrategier.

Fyra av tio planerar nyetableringar

Av de tillfrågade nordiska företagen är det nästan fyra av tio, 37 procent, som inom de närmaste fem åren planerar att göra nyetableringar eller nysatsningar som kommer att påverka deras logistik.

Expansionsplanerna är vanligast förekommande bland finska företag. Över hälften av de finska respondenterna, 53 procent, har för avsikt att genomföra någon form av nyetablering. Minst vanliga är planerna på nyetableringar i Norge, där 26 procent av företagen tänker genomföra nysatsningar de närmaste fem åren.

Fokus på hemlandet

Av de nordiska företag som planerar nyetableringar är intresset störst för det egna hemlandet, det vill säga det land där företaget har sitt säte. I samtliga fall är hemlandet föremål för över hälften av företagens expansionsplaner.

Störst fokus på hemlandet tycks finnas bland norska företag. Drygt sex av tio norska respondenter som planerar nysatsningar, 65 procent, har för avsikt att genomföra dem i Norge. Av de danska företagen planerar 57 procent för expansion i Danmark. I Sverige och Finland är motsvarande andel för inhemska nysatsningar 54 respektive 55 procent.

...och på övriga Norden

Förutom det egna hemlandet tycks de övriga nordiska grannländerna vara särskilt intressanta för företagen med expansionsplaner. Vart fjärde norskt företag, 25 procent, med avsikt att genomföra nysatsningar har planer för nyetableringar i Sverige, Danmark eller Finland. Motsvarande andel i Sverige och Danmark är 19 respektive 21 procent. Minst nordiskt fokus har företagen i Finland, där endast 13 procent har för avsikt att göra nysatsningar i ett annat nordiskt land.

Fortsatt inomnordisk dominans

Resultatet indikerar att de inomnordiska transporterna fortsatt kommer att dominera den nordiska logistikmarknaden. En bidragande orsak kan vara att många nordiska företag ser Norden som en sammanhängande marknad, och att nysatsningar i nordiska grannländer därför blir ett naturligt steg i företagets expansion.

Av detta följer sannolikt att nordiska företag allt mer kommer att efterfråga transporttjänster som har nordisk räckvidd och logistikpartners som kan hantera all transport inom den nordiska regionen.

Danska och finska företag växer österut

Utöver hemlandet och övriga nordiska länder är Östeuropa och Ryssland av stort intresse för framför allt danska och finska företag. Bland danska företag som har för avsikt att genomföra nysatsningar planerar vart femte, 20 procent, för nyetableringar i Östeuropa (exklusive Baltikum).

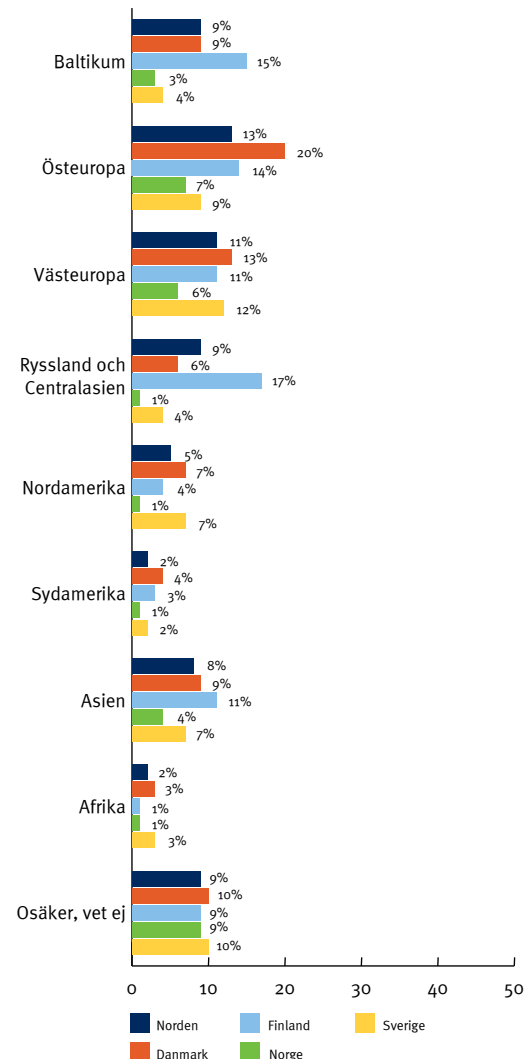
Flera av de tillfrågade företagen i Finland har expansionsplaner för Baltikum, Ryssland och Centralasien samt Östeuropa. Närmare var femte finsk respondent, 17 procent, har för avsikt att genomföra nyetableringar i Ryssland och Centralasien inom de närmsta fem åren. Andelen finska företag som har för avsikt att växa i Baltikum uppgår till 15 procent, medan 14 procent planerar för expansion i Östeuropa.

Nya utmaningar för nordiska logistikleverantörer

De danska och finska företagens expansionsplaner pekar på att varuflödena till och från Ryssland och Östeuropa kommer att växa. I takt med att de ryska, baltiska och östeuropeiska marknaderna vidareutvecklas kommer sannolikt också företag i övriga nordiska länder att ägna större uppmärksamhet åt dessa regioner.

Framöver kan denna utveckling komma att ställa nya krav på nordiska logistikleverantörer. Flera kunder kan utöver kravet på nordisk räckvidd komma att förvänta sig att företagen, antingen på egen hand eller genom internationella partnerskap, kan erbjuda samma höga servicekvalitet i de östeuropeiska och ryska transporterna som i de inomnordiska.

Var någonstans planerar ni att genomföra er nyetablering/nysatsning?



Bas: Planerar nyetableringar och/eller nysatsningar.
Svar: Samtliga exklusive "Hemlandet" och "Övriga Norden".

Fördjupning: detaljhandel – logistikchefen har ordet

”Miljöarbete handlar mer om att vi måste börja tala med varandra och mindre om radikala åtgärder och stora investeringar.”

Intervju med Rolf Andersson, chef Clas Ohlson Distribution Center

Vilka trender och förändringar inom din bransch tycker du är viktigast utifrån ett logistik- och transportperspektiv?

För det första handlar det om vår tillgänglighet. Med ett demand chain-system och ett garanterat sortiment som måste finnas på plats när kunden kommer till butik, är det mycket viktigt att vårt inflöde fungerar fläckfritt och att transporterna är punktliga. För det andra kräver vår kundservice en väl utvecklad informationslogistik som gör att Clas Ohlson kan vara kunden till hands både före, under och efter köpet. För det tredje handlar det om miljön. Vi har ett glasklart uppdrag att begränsa vår miljöpåverkan, vilket i allra högsta grad berör logistiken.

Hur tror du att era logistikbehov kommer att se ut 2015?

Behovet av samordning kommer att öka. Med den tillväxt och expansion till nya marknader som vi ser framför oss kommer både volymer och lagerpunkter att öka. Detta kommer att ställa ännu högre krav på vår informationslogistik.

Vilken geografisk marknad kommer att vara i fokus för er verksamhet under de närmaste fem åren?

Den brittiska. Vi kommer att öppna två till fyra butiker i Storbritannien under verksamhetsåret 2008/09.

CLAS OHLSON

Hur kan transporternas miljöeffektivitet utvecklas utan att pris och leveranshastighet behöver försämras?

Miljöarbete handlar mer om att både logistikköpare och logistikleverantörer måste börja tala med varandra, och mindre om radikala åtgärder och stora investeringar. Till exempel finns det stor potential i att transportköparna börjar samordna sina transporter med gemensam tredjepartslogistik, vilket redan förekommer. Bättre samordning måste också vara möjlig mellan transportföretagen.

Dessutom finns det många enkla åtgärder som kan göra stor skillnad, till exempel ecodriving och att ha rätt lufttryck i däcken. Tillsammans med Posten Logistik arbetar vi för att höja fyllnadsgraden i ekipagen och att maximalt utnyttja de terminaler som finns runt om i landet och som ligger nära våra butiker.

”Vi har ett glasklart uppdrag att begränsa vår miljöpåverkan, vilket i allra högsta grad berör logistiken.”



Fördjupning: grossist – logistikchefen har ordet

”Pressade marginaler kommer att kräva mer framförhållning, och med bättre planering kan transporterna bli både smartare och billigare.”

Intervju med Leif Christensson, logistikchef Ahlsell

Vilka trender och förändringar inom din bransch tycker du är viktigast utifrån ett logistik- och transportperspektiv?

Den viktigaste trenden är det generella behovet av bättre planering. I snart tio år har det funnits utrymme, till exempel inom byggbranschen, att vänta med en produktbeställning till sista dagen och samtidigt vara säker på att materialet är på plats dagen efter. Självklart har detta kostat mycket pengar, men hittills har det varit viktigare att godset har varit på plats precis när det har behövts.

Men nu går vi mot minskade marginaler, vilket ökar incitamentet att faktiskt tänka till. Pressade marginaler kommer att kräva mer framförhållning, och med bättre planering kan transporterna bli både smartare och billigare. Genom att planera bättre kan man till exempel öka fyllnadsgraden i transporterna. En förändring av detta slag måste ske på branschnivå. Ett enskilt företag kan inte ensamt driva på för bättre planering och mer framförhållning, men kostnads- och miljöskäl kommer att bidra till en förändring.

Hur tror du att era logistikbehov kommer att se ut 2015?

Specialistkunskap och stort logistiskt kunnande kommer fortsatt att ha stort värde. Även framöver kommer det att finnas många företag som inte har logistik som ”core business”.

Vilken geografisk marknad kommer att vara i fokus för er verksamhet under de närmaste fem åren?

Vi kommer att vidareutveckla den befintliga verksamheten i Norden och ur logistiksynpunkt kommer stort fokus att riktas på Norge.

Hur kan transporternas miljöeffektivitet utvecklas utan att pris och leveranshastighet behöver försämras?

Kapaciteten på järnvägarna måste öka, särskilt för den långväga godstrafiken. Idag är det omöjligt att möta kundernas krav på flexibla och snabba leveranser och samtidigt transportera gods på järnväg.

Mer framförhållning skulle också göra stor skillnad. Bättre planering kan till exempel öka fyllnadsgraden, och på så vis även miljöeffektiviteten.



Foto: Ahlsell

”Kapaciteten på järnvägarna måste öka, särskilt för den långväga godstrafiken.”



Foto: Ahlsell

Fördjupning: industri – logistikchefen har ordet

”Vi går mot mer regionaliserade supply-chain-strukturer. Det är varken kostnadseffektivt eller miljöeffektivt att transportera gods över hela världen.”

Intervju med Johan Jemdahl, Head of Distribution Logistics, LM Ericsson

Vilka trender och förändringar inom din bransch tycker du är viktigast utifrån ett logistik- och transportperspektiv?

För det första är det miljöfrågorna, vars tyngd har ökat markant under de senaste åren. Samtidigt tror jag inte att de har fått fullt genomslag än, inte minst eftersom efterfrågan på miljöklassificerade transporter än så länge är begränsad. Detta kommer sannolikt att komma framöver.

För det andra är det fördyringen av transporter, som hänger samman med bland annat de höga bränslepriserna. Generellt ökar också kostnadsmedvetenheten och fokus på marginaler under perioder med lägre BNP-tillväxt.

För det tredje går vi mot mer regionaliserade supply-chain-strukturer. Det är varken kostnadseffektivt eller miljöeffektivt att transportera gods över hela världen.

Hur tror du att era logistikbehov kommer att se ut 2015?

Vi kommer fortsatt att ha stora och förmodligen ökande logistikbehov. Dessa kommer dock vara mer regionala och lokala jämfört med idag. Vi arbetar redan idag med att minska vår flygandel och det är något vi kommer att fortsätta med. Målet är att en större del av våra transporter ska gå på marken. Även graden av intermodalitet kommer att öka.

Vilken geografisk marknad kommer att vara i fokus för er verksamhet under de närmaste fem åren?

LM Ericsson är ett globalt företag med kunder i över 200 länder. För oss är flera geografiska marknader ständigt i fokus.

Hur kan transporternas miljöeffektivitet utvecklas utan att pris och leveranshastighet behöver försämrast?

Jag tror att det finns en stor potential i att transportörerna börjar samarbeta, vilket skulle kunna öka fyllnadsgraden. Det rullar en hel del tomma lastbilar på vägarna idag. För att detta ska kunna genomföras behövs samtidigt ett

system som kan samordna logistikflödena. Inspiration kan ju hämtas från telekombranschen, där operatörerna är vana vid att använda varandras infrastruktur.

Dessutom kan de vagnparker som idag inte är miljöeffektiva stegvis fasas ut. Att byta sin vagnpark till enbart miljöeffektiva fordon ser inte jag som ett sätt att kunna ta ett högre pris, utan snarare som ett sätt att vidmakthålla och ta marknadsandelar.

Sedan måste vi tillsammans med transportörerna fortsätta med att förbättra vår planering för att skapa det utrymme för längre ledtider som långsammare transporter ger upphov till. Jag tror inte att man kan både ha och äta kakan.

”Målet är att en större del av våra transporter ska gå på marken. Även graden av intermodalitet kommer att öka.”

Den nordiska logistikmarknaden i siffror

Transporter med nationell karaktär

Beroende på bland annat de nordiska ländernas geografiska läge och inriktningen på respektive lands tjänste- och varuproduktion, präglas de nationella transportsektorerna av vissa särdrag.

Hela 40 procent av frakterna i Norge görs på inrikes vattenvägar. I övriga Norden är vägtransporter dominerande. Särskiljande för Finland är handeln med Ryssland, som medför att omkring 15 procent av Finlands internationella vägtransporter går till Ryssland.

Den danska transportsektorn utmärks i sin tur av att 50 procent av transporterna utgörs av transit. Med andra ord har hälften av det i Danmark transporterade godset varken sitt ursprung eller sin slutdestination i Danmark.

Nordisk omsättning närmare 700 miljarder kronor

Enligt Postens uppskattningar omsätter den totala nordiska logistikmarknaden närmare 700 miljarder kronor, beräknat på omsättningen hos samtliga nordiska företag som arbetar med transportverksamhet.¹

Av den totala logistikmarknaden beräknas den nordiska marknaden för styckegods utgöra omkring 20 procent. Med styckegods avses det gods som inte kräver någon särskild transportbehållare, till exempel tankbil eller pipeline, och som styckewis kan transporteras med lastbil, flygplan eller i container.

Denna marknad beräknas omsätta cirka 135 miljarder kronor.



De fem största logistikleverantörerna i respektive land.²

Tjänsterna pall, paket och systemtransporter står för omkring hälften av den nordiska marknaden för styckegods. Systemtransporter utmärks av att logistikleverantören nattetid transporterar gods enligt en förutbestämd tidtabell. Tillsammans uppskattas pall, paket och systemtransporter omsätta omkring 70 miljarder kronor.

Stora logistikaktörer i Norden

De tyska logistikleverantörerna Schenker och DHL samt danska DSV är de största aktörerna på den nordiska logistikmarknaden vad avser total omsättning i Norden. Respektive logistikbolag omsätter mellan 20 och 30 miljarder kronor i Norden, och uppskattas ha omkring en femtedel var av marknadsandelarna på den nordiska marknaden för styckegods.

Posten Logistik är en av de fem största logistikleverantörerna i Norden.

Den tyska staten är en stark aktör på den nordiska logistikmarknaden. Schenker är ett helägt statligt bolag och den tyska staten har också genom Deutsche Post en 34-procentig ägarandel i DHL.



¹ Beräkningen baseras på de senast tillgängliga siffrorna (2006).

² Bring är sedan september 2008 Posten Norges nya namn. Posten Logistik blev i februari 2008 ensam ägare till norska Tollpost Globe.

Drivkrafter och trender på den nordiska logistikmarknaden

Vikande konjunktur med oklara effekter

En grundläggande drivkraft på den nordiska logistikmarknaden är den ekonomiska tillväxten i såväl de nordiska länderna som världen i övrigt.

Enligt svenska Konjunkturinstitutets senaste rapport kommer den globala tillväxten under år 2008 och 2009 att ligga strax under 4 procent, det vill säga drygt 1 procentenhet lägre än under det föregående året. Samtidigt förväntas den globala ekonomin återhämta sig under år 2010.¹

Hur den nordiska logistikmarknaden kommer att påverkas av dessa förändringar är oklart. Samtidigt som den förväntade avmattningen kan få negativa effekter, indikerar andra faktorer att efterfrågan på nordiska transporter kommer att vara fortsatt stark.

Ett exempel är distanshandeln, som i Norden omsätter cirka 47 miljarder kronor.² Under de senaste åren har den genomsnittliga nordiska tillväxten varit 18 procent per år,³ och bedömningen är att den nordiska distanshandeln även fortsättningsvis kommer att växa kraftigt.⁴

De senaste tillgängliga siffrorna vad avser den svenska e-handeln, som ligger bakom stora delar av den svenska distanshandels tillväxt, visar att e-handeln ökade med 21 procent under andra kvartalet 2008. Under 2008 förväntas e-handels omsättning att överstiga 20 miljarder kronor, och kommer i så fall att utgöra 4 procent av försäljningen i den totala detaljhandeln.⁵

Smidig hantering av internationellt gods

Hur den nordiska logistikmarknaden utvecklas beror också i stor utsträckning på hur förändrade kundkrav samspelar med teknikutvecklingen.

En växande trend på informationsteknikområdet är att administrativ information, som gäller en specifik internationell godstransport, samlas i en så kallad elektronisk dossier. Informationen är tillgänglig för mottagaren och transportören.

Informationen kan exempelvis gälla exportavgifter, importskatter, fraktkostnader och säkerhetsinformation om de produkter som ingår i transporten.

Eftersom information kan hämtas från den elektroniska dossiern medan godset transporteras, kan administrativa uppgifter tas om hand på förhand. Detta underlättar in- och utförseln av varor och minskar risken för att gods blir liggande.

Kundportaler som förenklar

Såväl antalet som varianterna av webbaserade kundportaler växer på den nordiska logistikmarknaden. Portalerna är ett led i den ökade integrationen mellan logistikleverantörer och logistikköpare, och kan användas för bland annat spårning av gods, tullhantering och beställning av transporter. Portalerna både underlättar logistikinköpen och skapar förutsättningar för bättre kontroll över flödena.

Även logistikköparnas kunder utnyttjar kundportalerna. Tjänster såsom val av utlämningsställe och spårning av gods används ofta.

Nytt förslag på EU-strategi för grönare transporter

Ytterligare en viktig påverkansfaktor på den nordiska logistikmarknaden är nationella och europeiska regleringar.

I juli 2008 lanserade EU-kommissionen ett nytt åtgärds paket som syftar till att skapa bättre förutsättningar för hållbara transporter. Paketet omfattar bland annat ett förslag om ändring av de gällande EU-reglerna för avgifter på tunga godsfordon som använder viss infrastruktur.⁶

Förslaget ska göra det lättare för medlemsstaterna att variera vägavgifterna beroende på den lokala miljöpåverkan (luft- och bullerföroreningar) och den lokala trafikstockning som ett visst fordon ger upphov till.⁷

Innan beslut fattas ska förslaget diskuteras i Europaparlamentet och Europeiska Unionens Råd (Ministerrådet).

1 Konjunkturläget Augusti 2008, Konjunkturinstitutet

2 Avser senaste tillgängliga siffror (2006).

3 Tillväxtsiffran avser åren 2003-2006.

4 EMOTA, Forrester Research, HUI, SDH, Booz Allen

5 E-barometern för Q2-2008, HUI och Posten. Distanshandel omfattar all beställning av varor oavsett beställningssätt. E-handel avser endast beställning av varor via Internet.

6 Direktiv 1999/62/EG, det så kallade Eurovignette-direktivet

7 Meddelande från Kommissionen till Rådet och Europaparlamentet, KOM(2008) 433 slutlig

Bilaga, frågor Nordisk logistikbarometer

Bred intervjuundersökning

Fråga 1: Hur troligt är det att du skulle ersätta era befintliga transporter med miljövänliga, om det innebar en förlängd leveranstid med 24 timmar? Svara på en 5-gradig skala där 1 innebär "Inte troligt alls" och 5 "Mycket troligt".

Fråga 2: Hur troligt är det att du skulle ersätta era befintliga transporter med miljövänliga, om det innebar ett prispåslag med 10 procent? Svara på en 5-gradig skala där 1 innebär "Inte troligt alls" och 5 "Mycket troligt".

Fråga 3: Vilka krav ställer ni på era logistikleverantörer när det gäller miljövänliga transporter?

- a) ISO-certifiering
- b) Viss fördelning mellan transportslagen
- c) Hållbarhetsredovisning
- d) Miljöeffektiva drivmedel
- e) Miljöalternativ i produktportföljen

Fråga 4: Planerar ert företag att genomföra några nyetableringar eller nysatsningar som påverkar er logistik under de närmaste fem åren?

Fråga 5: Var någonstans planerar ni att genomföra er nyetablering/nysatsning?

- a) Hemlandet
- b) Norden
- c) Baltikum
- d) Östeuropa
- e) Västeuropa
- f) Ryssland och Centralasien
- g) Nordamerika
- h) Sydamerika
- i) Asien
- j) Afrika

Djupintervju med logistikchefer på Clas Ohlson, Ahlsell och LM Ericsson

Fråga 1: Vilka trender och förändringar inom din bransch tycker du är viktigast utifrån ett logistik- och transportperspektiv?

Fråga 2: Hur tror du att era logistikbehov kommer att se ut 2015?

Fråga 3: Vilken geografisk marknad kommer att vara i fokus för er verksamhet under de närmaste fem åren?

Fråga 4: Hur kan transporternas miljöeffektivitet utvecklas utan att pris och leveranshastighet behöver försämrats?

Nordisk Logistikbarometer ges ut av
Posten Logistik AB
Kundtjänst: 020-33 33 10
kundtjanst.logistik@posten.se
www.posten.se