



2020

FedEx Customer Sentiment Report

MIT ZUVERSICHT IN DIE ZUKUNFT

Unserer jüngsten Untersuchung zufolge sehen die europäischen Unternehmen den nächsten 12 Monaten überwiegend positiv entgegen. Trotz eines unsicheren Geschäftsumfelds ist der Großteil wachstumsorientiert und international ausgerichtet.

Unsere vier wichtigsten Erkenntnisse

84 %

der KMU blicken der Zukunft ihres Unternehmens mit Zuversicht entgegen

68 %

der KMU sehen eine Möglichkeit, ihre Produkte an Neukunden zu verkaufen - sowohl innerhalb bestehender Märkte als auch bei der Erschließung neuer Märkte



Bei wachstumsstarken Unternehmen ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass sie über die entsprechenden Voraussetzungen für E-Commerce verfügen oder diesen planen (66 % gegenüber 52 % für die gesamte Studie)

77 %

der Kunden exportieren in Märkte außerhalb ihres eigenen Landes

Über die Umfrage

Im August 2020 befragten wir insgesamt 2242 Kunden in 31 Ländern und Gebieten, verteilt auf 7 Industriesektoren, mit einer fast gleichmäßigen Verteilung auf Paket- (43 %) und Frachtversendern (57 %). 92 % der Teilnehmer, die auf die Frage nach der Größe ihres Unternehmens geantwortet haben, beschäftigen weniger als 250 Mitarbeiter (70 % beschäftigen weniger als 50 Mitarbeiter).

Überblick

Wir freuen uns, Ihnen unseren Customer Sentiment Report für das Jahr 2020 zu präsentieren.

Es war für viele von uns ein schwieriges Jahr, geprägt von Beeinträchtigungen und Ungewissheit. Wenn es jedoch eines gibt, was sich in unseren diesjährigen Umfragen immer wieder herauskristallisiert, dann ist es Optimismus.

Wenn Sie das überrascht, ist das durchaus verständlich. Immerhin wurden unsere Umfragen auf dem Höhepunkt der Corona-Pandemie durchgeführt. Zudem war der Ausgang der Handelsbeziehungen zwischen dem Vereinigten Königreich und der EU nach dem Brexit ungewiss.

Doch mehr als 80 % der Befragten gaben an, dass sie der Zukunft ihres Unternehmens mit Zuversicht entgegenblicken. Darüber hinaus glaubt mehr als ein Drittel an ein Wachstum in den nächsten 12 Monaten, während fast 40 % von einem stabilen Geschäftsverlauf ausgehen.

Möglicherweise lässt sich dies zu einem großen Teil auf die Möglichkeiten zurückführen, die viele von Ihnen anstreben - sei es bei der Gewinnung weiterer Kunden, bei der Expansion in neue Märkte oder bei der Einführung neuer Produkte. Zudem ist klar, dass E-Commerce für viele ein Wachstumsantrieb ist. Der Vertriebskanal verzeichnete bereits eine rasche Expansion im gesamten Sektor der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). COVID-19 hat seine Entwicklung weiter beschleunigt.

Besonders erfreulich ist es, dass viele von Ihnen trotz der Herausforderungen, die das Jahr 2020 mit sich bringt, immer noch global aufgestellt sind. Drei Viertel von Ihnen sind Exporteure und viele versenden in mehr als eine Region.

Anhand des vorliegenden Berichts können Sie sich ein Bild davon machen, wie Gleichgesinnte im breiteren KMU-Sektor darüber denken. Gleichzeitig gewinnen Sie einen Einblick in zukünftige Möglichkeiten aus der Sicht dieser Unternehmen. Er lässt uns zudem besser erkennen, wie wir Sie in Zukunft stärker unterstützen können.

Wir möchten uns bei allen Befragten bedanken, die uns mit ihrer Teilnahme dabei unterstützt haben, einen Ausblick auf das Jahr 2021 und darüber hinaus zu erhalten.

Wie sich die Unternehmen auf die Pandemie eingestellt haben

Die überwiegende Mehrheit der Kunden hat infolge von COVID-19 Maßnahmen ergriffen, um ihr Geschäft zu schützen. 89 % gaben an, dass die Sicherheit von Mitarbeitern und Kunden gewährleistet ist.

Aber die Unternehmen haben sich auch auf andere Weise angepasst. Knapp ein Drittel der KMU (31 %) hat die Digitalisierung ihrer internen Prozesse verstärkt, während eine nennenswerte Minderheit nach Möglichkeiten sucht, um ihr Risiko zu streuen. 17 % der KMU bemühen sich um neue Lieferanten, während 12 % dieser Unternehmen ihre Waren inzwischen aus neuen Märkten beziehen.

Und 15 % der KMU geben an, dass sie ihr Geschäft umgestellt haben, was zeigt, dass sie in der Lage waren, schnell auf veränderte Umstände zu reagieren.

KMU blicken der Zukunft optimistisch entgegen

Unternehmen leben von Vertrauen - und zu wissen, dass es bei unseren Kunden sehr viel davon gibt, ist überaus erfreulich. Vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Ungewissheit zeigt sich, dass der Unternehmergeist bei den KMU bemerkenswert stark ausgeprägt ist.

Unsere Umfrage ergab, dass 84 % unserer KMU-Kunden der Zukunft ihres Unternehmens mit Zuversicht entgegenblicken.

Schaut man genauer hin, so rechnen 35 % unserer Kunden in den kommenden 12 Monaten mit einem Wachstum. Ebenso erfreulich ist, dass 38 % der Kunden im gleichen Zeitraum ein beständiges Geschäft erwarten. Und in der heutigen Zeit ist das keine Selbstverständlichkeit.

„Unser Customer Sentiment Report unterstreicht die Stärke, die KMU gegenüber Herausforderungen an den Tag legen“, so Brenda McWilliams, Vice-President, Communication, Brand and Marketing Operations, FedEx Express. „Dass so viele optimistisch ins Jahr 2021 blicken, ist ein positives Zeichen. Diese Zuversicht dürfte den KMU in den nächsten 12 Monaten gute Dienste leisten, wenn sie die neuen Möglichkeiten auf dem Markt nutzen.“

“ **84 %** unserer KMU-Kunden blicken der Zukunft optimistisch entgegen.





58 %

der Kunden sehen
im Verkauf an Neukunden
die Möglichkeit,
in bestehende Märkte
zu expandieren.

“

KMU erkennen Wachstumsmöglichkeiten

Neben einem generellen Gefühl von Zuversicht untermauern viele unserer KMU-Kunden dies, indem sie spezifische Möglichkeiten für ihr Geschäft identifizieren.

Mehr als zwei Drittel (68 %) sehen eine Gelegenheit, an neue Kunden zu verkaufen. Betrachtet man die Zahlen genauer, so sehen 58 % der Kunden Möglichkeiten, in bestehenden Märkten zu expandieren. Fast ein Drittel (30 %) hat Expansionsmöglichkeiten für neue Märkte erkannt.

Und es sind nicht nur die Neukunden, auf die sich KMU konzentrieren. Knapp zwei Drittel (61 %) erkennen eine Möglichkeit, mehr ihrer Produkte an Bestandskunden zu verkaufen.

Einige KMU setzen derzeit auf Innovation und die Entwicklung ihres Angebotes, um in den nächsten 12 Monaten zu expandieren. 27 % der Kunden wollen ein neues Produkt auf den Markt bringen oder verkaufen, während 23 % bestrebt sind, mehr über Online-Kanäle zu verkaufen.

„Ambitionierte Unternehmen sollten aufgeschlossen gegenüber den Möglichkeiten bleiben, die sich ihnen bieten und sich so positionieren, dass sie – sei es durch ihre Produkte, ihre Vertriebskanäle oder ihre internationalen Kompetenzen – schnell handeln können, wenn der richtige Zeitpunkt gekommen ist“, so Brenda McWilliams.

„Schnellere Lieferungen, wirtschaftlichere Alternativen, einfachere Rücksendungen und Lieferungen mit festen Zustellzeiten sind hervorragende Voraussetzungen, um sich von Ihren Mitbewerbern abzuheben.“



Was ein schnell wachsendes Unternehmen auszeichnet

Knapp jeder zehnte Kunde, den wir befragt haben, geht von einer Wachstumsrate von +20 % in den nächsten 12 Monaten aus. Und es gibt einige Gemeinsamkeiten zwischen diesen Kunden, die sie von den anderen unterscheiden:

Bei wachstumsstarken Unternehmen:

- ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass sie über die entsprechenden Voraussetzungen für E-Commerce verfügen oder diesen planen (66 % gegenüber 52 % für die gesamte Studie)
- handelt es sich überwiegend um Exporteure (82 % gegenüber 77 %)
- besteht eine höhere Wahrscheinlichkeit, dass sie Möglichkeiten zur Expansion in bestehenden Märkten und zum Verkauf an dort ansässige Neukunden erkannt haben (66 % gegenüber 58 %)
- bieten sich eher Möglichkeiten für Verkäufe an Neukunden in neuen Märkten (50 % gegenüber 30 %)

KMU sehen in E-Commerce einen Wachstumsantrieb

Durch die Corona-Pandemie hat der E-Commerce einen deutlichen Aufschwung erfahren. Die Hälfte der von uns befragten Unternehmen mit vorhandenem E-Commerce konnte im Laufe der letzten sechs Monate ein Umsatzwachstum über diesen Kanal verzeichnen.

Aus unserer Umfrage geht weiterhin hervor, dass sich die Unternehmen mit vorhandenem E-Commerce im Hinblick auf zukünftiges Wachstum optimistischer zeigen: 43 % gehen davon aus, dass ihr Geschäft in den nächsten 12 Monaten einen Anstieg ihrer Umsätze verzeichnen wird. Im Vergleich dazu gehen lediglich 31 % der Unternehmen ohne E-Commerce von einem Wachstum aus.

Anhand dieser Zahlen lässt sich erkennen, warum der E-Commerce für viele Unternehmen von entscheidender Bedeutung ist. Sie sind auch ein Hinweis darauf, warum mehr als jedes zehnte KMU (12 %) angab, sein erstes E-Commerce-Angebot innerhalb der nächsten sechs Monate lancieren zu wollen.

„COVID-19 hat die Geschäftswelt verändert“, so Chris Hodge, E-Commerce Marketing Manager, FedEx Express. „Es hat die Entwicklung des E-Commerce im KMU-Sektor rapide beschleunigt und das nicht nur aufgrund von Veränderungen im Verbraucherverhalten. Dies ist auch auf ein wachsendes Verständnis für die Anfälligkeit bestehender Systeme im Krisenfall und für die Bedeutung der Stärkung sowie des Ausbaus der Verbindungen zwischen Unternehmen und Kunden zurückzuführen.“

„Wir haben den Aufschwung des E-Commerce aus erster Hand miterlebt, unsere Tools und Services entsprechend angepasst und ergänzt, um die Unternehmen dabei zu unterstützen, bestmöglich von diesem Aufschwung zu profitieren. Für uns geht es vor allem darum, die beiden wichtigsten Aspekte – nämlich Einfachheit und Flexibilität – miteinander in Einklang zu bringen. Wir sind schon sehr gespannt, wie sich das für unsere Kunden auszahlen wird.“



KMU denken global

Unsere Umfrage zeigt, dass die Mehrheit der Kunden Unternehmen mit internationalen Verbindungen bedient. Ein Blick auf die nachfolgende Infografik zeigt, wie wichtig der grenzüberschreitende Handel für den Erfolg der KMU von heute ist und wie Marktvielfalt zu einem integralen Bestandteil der Umsatzgenerierung, des Risikomanagements und der Krisenfestigkeit von Unternehmen werden kann.



77 %

der Kunden exportieren in Märkte außerhalb ihres eigenen Landes

– Davon versenden:

95 % in andere europäische Märkte (in EU- und Nicht-EU-Länder)

58 % in außereuropäische Märkte



– Und viele davon exportieren nicht nur in eine Region

35 % versenden sowohl in europäische als auch in US-amerikanische Märkte

22 % versenden in europäische Märkte, in die Märkte des asiatisch-pazifischen Raums und in die nordamerikanischen Märkte

Weltweite Wachstumsmöglichkeiten

Weltweite Wachstumsmöglichkeiten – Lateinamerika und die Karibik



Javier Orci, Marketing Manager, FedEx Express

Die LAC-Region war durch COVID-19 schwer getroffen. Viele Märkte erholen sich jedoch erstaunlich gut und einige von ihnen – wie z. B. Brasilien – haben die Erwartungen sogar übertroffen.

Dies sind erfreuliche Nachrichten, sowohl für Unternehmen in der Region als auch für europäische KMU, die mit ihnen in Geschäftsbeziehungen eintreten wollen. E-Commerce und B2C haben sich in letzter Zeit am stärksten entwickelt, sodass diese Sektoren ein gutes Potenzial für europäische KMU bieten, wenn sie expandieren.

Vor allem Mexiko könnte den europäischen KMU viele Möglichkeiten eröffnen. Das Land konzentriert sich stark auf Teile für die Automobilindustrie und die Luft- und Raumfahrt. Während diese Sektoren in letzter Zeit schwer in Mitleidenschaft gezogen wurden, beginnt sich vor allem die Automobilindustrie zu erholen.

Weltweite Wachstumschancen – Asien-Pazifik

Masahiro Kiyosawa, Managing Director, Marketing, NPAC, FedEx Express

Asien kann für KMU in Europa zu einem bedeutenden Markt werden, auf den sie sich fokussieren können. Derzeit eröffnen sich große Verkaufsmöglichkeiten in Ländern wie China, Japan, Hongkong SVR, China und Südkorea, und europäische Produkte erfreuen sich in ganz Asien nach wie vor großer Beliebtheit.

Zu den gefragtesten Artikeln gehören hochwertige Luxusgüter, Möbel, Beleuchtungstechnik, Mode, Taschen und Schuhe. Aber es sind nicht nur die großen Marken – speziell im Bereich Mode interessieren sich die Käufer auch für kleinere Hersteller und Designer.

Besonders interessant ist, dass viele Länder in der Region als Einfuhrmärkte wachsen. Dadurch eröffnen sich zahlreiche Möglichkeiten, aber natürlich nimmt auch das Ausfuhrgeschäft in der Region nach wie vor eine Schlüsselrolle ein. Auf dieser Grundlage können asiatische Länder weiterhin wichtige Einfuhrpartner für europäische KMU sein – sei es für Rohstoffe oder für kostengünstigere Fertigwaren zur Verwendung als Komponenten in ihren eigenen Produkten.





Weltweite Wachstumsmöglichkeiten – USA

Amar Sakaan, Marketing Director, FedEx Express

Viele Unternehmen möchten direkt an den Kunden liefern, um die Kosten für den Umweg über einen Zwischenhändler zu vermeiden. Dies könnte also etwas für europäische KMU sein, die noch nicht auf E-Commerce umgestiegen sind.

Zurzeit verzeichnet der Luftverkehrsmarkt höhere europäische Ausfuhren von Rohstoffen in die USA. Hinzu kommen Produkte wie

Chemikalien und andere Erzeugnisse, die einer besonderen Behandlung bedürfen.

Bei der Kundenbetreuung gehören nicht nur der Preis, sondern vor allem auch Vertrauen und Verlässlichkeit zu den wichtigsten Voraussetzungen. Die größten Chancen für europäische KMU dürften daher also denjenigen vorbehalten bleiben, die diesen Ansprüchen gerecht werden können.

Wie FedEx Kunden beim Versand außerhalb der EU unterstützen kann

Gemeinsame Herausforderungen der KMU



Verlässliche Zustellzeiten



Zollabfertigung



Versandkosten



Ungewissheit im Hinblick auf den Brexit-Ausgang

Lösungen von FedEx Express

Ein umfassendes Angebot an zeit- und tagdefinierten Versandoptionen sowie Übernachtzustellung.

Status als Zugelassener Wirtschaftsbeteiligter (AEO) für Eilsendungen und ein Team von Tausenden von Experten, die dafür sorgen, dass die Zollvorschriften eingehalten werden.

Economy-Versandoptionen, um möglichst kostengünstige Lösungen anzubieten.

Eine regelmäßig aktualisierte Rubrik mit Leitfäden, Erläuterungen und den neuesten Informationen über Änderungen der Versandprozesse.

Ausblick 2021: Die Ergebnisse im Einzelnen

Das Gesundheitswesen als zuversichtlichster Sektor:

Die diesjährige Umfrage zeigt, dass der Sektor, in dem ein Unternehmen tätig ist, im Großen und Ganzen nur wenig Relevanz im Hinblick auf die Erwartungen für das kommende Jahr hat. Das Gesundheitswesen als der Sektor, in dem die meisten KMU mit Zuversicht erwarten, dass ihr Geschäft entweder wachsen oder stabil bleiben wird, steht an erster Stelle. Am anderen Ende der Skala erweist sich das Segment Mode/Bekleidung als dasjenige mit der geringsten Zuversicht.

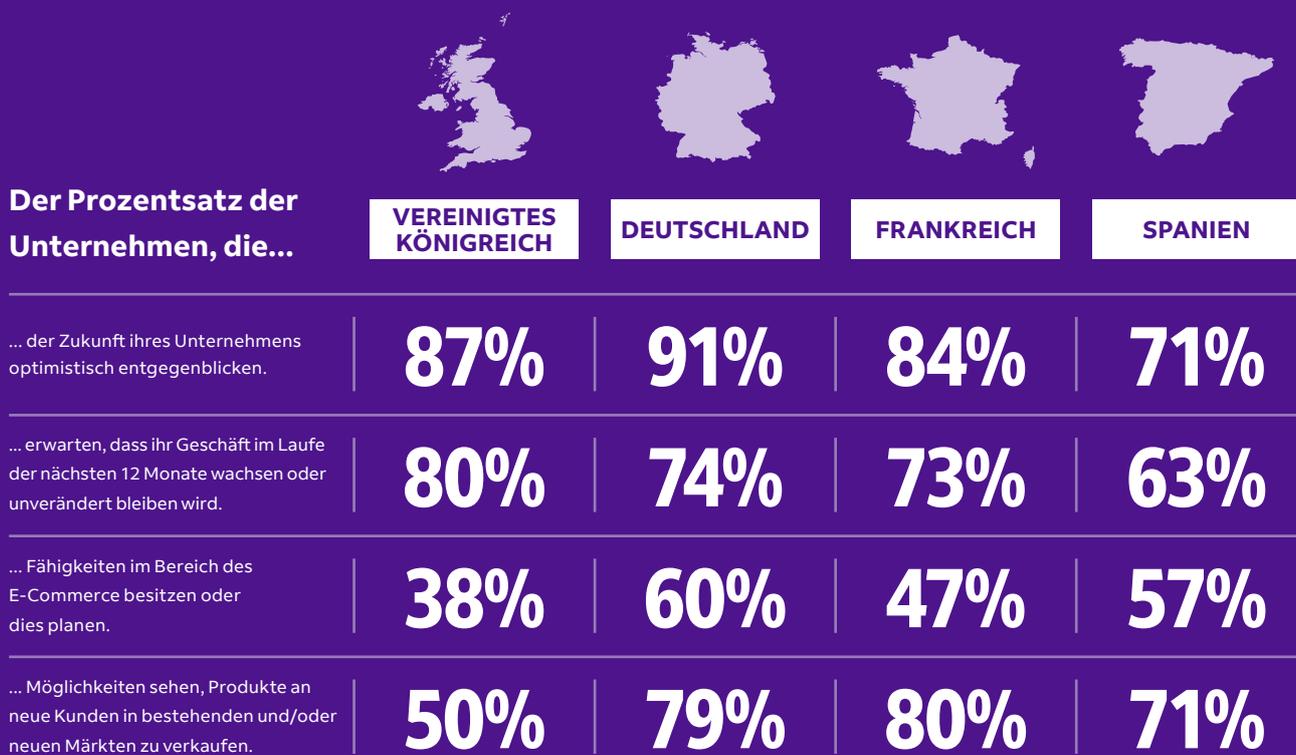
Frachtkunden erwarten Wachstum im E-Commerce:

Etwas mehr als die Hälfte der Frachtkunden (51 %) verfügen über eine E-Commerce-Lösung oder planen dies, 61 % von ihnen erwarten, dass ihre Umsätze im E-Commerce in den nächsten 12 Monaten steigen werden.

Zuversicht ist keine Frage der Größe: Größere Unternehmen genießen nicht mehr (aber auch nicht weniger) Vertrauen als kleinere.



Was denken KMU in den 4 Hauptmärkten?



Weitere Schritte für Ihr Unternehmen

Wie aus den Ergebnissen unseres Berichtes hervorgeht, legen die europäischen Unternehmen trotz eines weltweit unsicheren Marktumfelds eine beeindruckende Zuversicht und ein beachtliches Durchhaltevermögen an den Tag.

Eben dieses Vertrauen kann zum Erfolg führen. Die Tatsache, dass viele Unternehmen Möglichkeiten erkennen, an neue Kunden zu verkaufen – und ihre E-Commerce-Aktivitäten zu entwickeln – spiegelt deutlich das Potenzial wider, das sowohl im nationalen als auch im internationalen Markt noch immer vorhanden ist.

Wir bei FedEx Express verfügen über das Know-how, die Erfahrung und das Fachwissen, um Sie bei der Verwirklichung ihrer Ziele zu unterstützen und das Beste aus den Möglichkeiten herauszuholen, die sich aufgrund unserer Versandkapazitäten bieten. Erfahren Sie mehr auf [fedex.com](https://www.fedex.com).