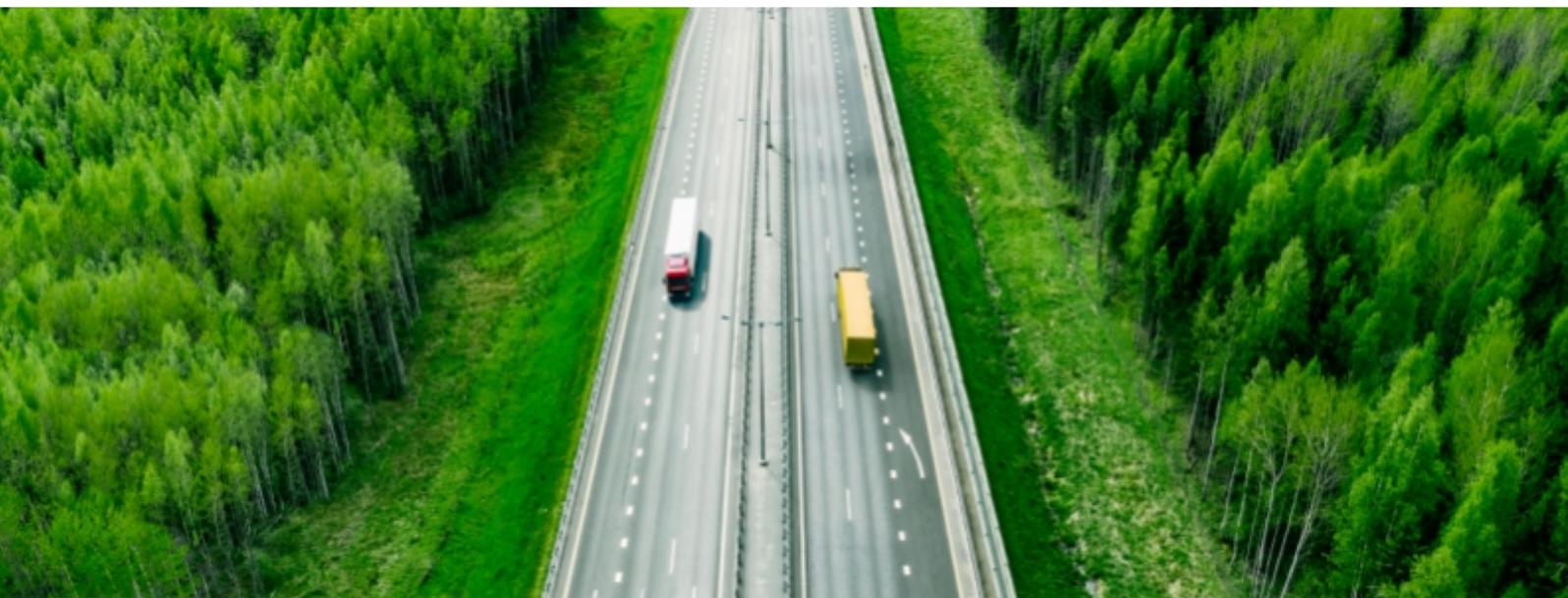


WHITEPAPER

# PREISBILDUNG IM LKW-TRANSPORTMARKT

Herausforderungen und Strategien zur Margensteigerung



## Einleitung



**Der Straßengüterverkehr ist das Rückgrat der europäischen Wirtschaft. Über 70 % aller Gütertransporte werden auf der Straße abgewickelt. Gleichzeitig stehen Transportunternehmen seit Jahren unter erheblichem Druck: steigende Kosten, hohe Wettbewerbsintensität und sinkende Margen prägen den Markt. Trotz zunehmender Herausforderungen gelingt es nur selten, höhere Preise am Markt durchzusetzen.**

**Dieses Whitepaper beleuchtet die Ursachen der Preisbildung im Lkw-Transportmarkt und zeigt auf, wie Transportunternehmen ihre Pricing-Strategie optimieren können, um nachhaltig profitabel zu wirtschaften.**

## Marktmechanismen und Preisbildung



Der Markt ist stark mittelständisch geprägt, mit vielen kleinen Anbietern und entsprechend geringer Marktmacht. Schon leichte Schwankungen bei Angebot und Nachfrage – etwa durch saisonale Effekte – führen daher zu deutlichen Preisbewegungen.

Digitale Frachtbörsen und kurzfristige Ausschreibungen verstärken diesen Effekt: Sie sorgen zwar für Transparenz und schnelle Vermittlung, setzen aber den Preis meist unabhängig von den tatsächlichen Kosten und fördern einen reinen Preiswettbewerb. Zusätzlich nutzen Großkunden und Speditionen ihre gebündelte Marktmacht, um Tarife weiter zu drücken.

Internationale Wettbewerber mit niedrigeren Kostenstrukturen verschärfen die Situation. So werden Transporte zunehmend zur Commodity: austauschbar, preissensibel und kaum differenzierbar, was stabile Margen erheblich erschwert.

## Warum das Preisniveau kaum steigt



- **Kostensteigerungen ohne Weitergabe:** Höhere Ausgaben für Diesel, Maut, Fahrzeuge und Löhne lassen sich nur schwer an Kunden weiterreichen.
- **Hohe Preistransparenz:** Digitale Plattformen machen Angebote sofort vergleichbar und erhöhen den Preisdruck.
- **Internationale Konkurrenz:** Anbieter aus Osteuropa mit niedrigeren Kostenstrukturen drücken das Marktniveau.
- **Geringe Differenzierung:** Viele verkaufen reine „Kilometerleistung“, ohne Mehrwerte wie Service, Qualität oder Nachhaltigkeit hervorzuheben.
- **Fehlende Kundenloyalität:** Schon kleinste Preisunterschiede führen zum Anbieterwechsel und verhindern stabile Partnerschaften.



# Handlungsoptionen für Transportunternehmen

Um aus der Preisfalle herauszukommen, müssen Transportunternehmen aktiv und strategisch an ihrer Preisgestaltung arbeiten. Folgende Ansätze bieten Potenzial:

- 1 KOSTENORIENTIERTE KALKULATION** – Exakte Ermittlung des Mindestkostensatzes pro Kilometer oder Transport sowie transparente Kommunikation dieser Kennzahlen. Nur wer seine eigenen Kosten präzise kennt, kann fundierte Preisentscheidungen treffen und im Dialog mit Kunden belastbar argumentieren.
- 2 DIFFERENZIERUNG UND WERTARGUMENTATION** – Klare Positionierung über Service, Qualität, Nachhaltigkeit und digitale Schnittstellen. Durch Spezialisierung auf Premiumsegmente oder zusätzliche Dienstleistungen lassen sich Mehrwerte herausstellen, die den Preis über die reine Transportleistung hinaus rechtfertigen.
- 3 DYNAMISCHES PRICING** – Flexible Anpassung der Preise an Auslastung, Nachfrage und saisonale Schwankungen. Datenanalyse-Tools ermöglichen eine bessere Prognose von Marktbewegungen und die Optimierung von Erlösen, ähnlich wie in der Luftfahrt oder Hotellerie.
- 4 KOOPERATION UND BÜNDELUNG** – Zusammenschlüsse in Netzwerken oder Verbänden steigern die Auslastung, reduzieren Leerfahrten und erhöhen die Verhandlungsmacht gegenüber Großkunden. Gemeinsame Plattformen können zudem die Sichtbarkeit im Markt verbessern.
- 5 MONETARISIERUNG VON ZUSATZLEISTUNGEN** – Systematische Berechnung von Standzeiten, Nacht- und Wochenendzuschlägen sowie die Einführung klar definierter Service-Level-Modelle. So werden Zusatzaufwände transparent gemacht und nicht mehr unvergütet erbracht.
- 6 LANGFRISTIGE VERTRÄGE** – Rahmenvereinbarungen mit Preisgleitklauseln und partnerschaftliche Modelle mit kontinuierlich transportintensiven Branchen schaffen Planungssicherheit und stabilere Margen. Dadurch lässt sich die Abhängigkeit von kurzfristigen Marktschwankungen deutlich verringern.



## Fazit



**Der Lkw-Transportmarkt ist stark umkämpft und durch eine strukturelle Preisschwäche gekennzeichnet. Wer weiterhin ausschließlich auf den günstigsten Kilometer setzt, wird langfristig keine auskömmlichen Margen erzielen können und bleibt in der Abhängigkeit kurzfristiger Marktbewegungen.**

**Zukünftig wird es entscheidend sein, die eigene Leistung klarer zu differenzieren und Mehrwerte sichtbar zu machen – sei es durch Servicequalität, Zuverlässigkeit, Nachhaltigkeit oder digitale Schnittstellen. Gleichzeitig ermöglicht eine datenbasierte Kalkulation, Kosten präziser zu erfassen und Preisentscheidungen nachvollziehbar zu begründen.**

**Innovative Pricing-Modelle, wie dynamische Tarife oder Service-Level-basierte Abrechnungen, helfen darüber hinaus, den tatsächlichen Wert für den Kunden zu verdeutlichen und sich vom reinen Commodity-Denken zu lösen. Gelingt es, diese Elemente konsequent umzusetzen, können Transportunternehmen den Schritt aus der Preisspirale schaffen und ihre Profitabilität nachhaltig sichern.**

## E.L.V.I.S. AG



Röntgenstraße 4  
63755 Alzenau



Telefon: 06023 507340  
Fax: 06023 5073450



info@elvis-ag.eu  
www.elvis-ag.com



www.facebook.com/  
ELVIS.Ladungsverbund

### Über die ELVIS AG und die ELVIS Teilladungssystem GmbH

Die ELVIS AG (Europäischer Ladungs-Verbund Internationaler Spediteure) ist der führende Verbund von Lkw-Speditionen und Frachtführern Europas und die Interessensvertretung von über 250 Partnerunternehmen. Über seine Partner ist der Verbund an 350 Standorten in Deutschland und in mehr als 30 Ländern Europas vertreten. Primäres Ziel der ELVIS AG ist es, Vorteile für die angeschlossenen Unternehmen zu realisieren, die sich aufgrund von Skaleneffekten und der Zusammenarbeit untereinander ergeben.

Zum Leistungsportfolio des Verbundes zählen der zentrale Einkauf von Waren und Dienstleistungen, der eigene Onlineshop „ELVIS Truckstar“ sowie Beratungslösungen. ELVIS informiert seine Partner frühzeitig über alle Markt- und Branchenveränderungen sowie über relevante politische Entwicklungen und deren Auswirkungen.

Als Dachorganisation fungiert der Verbund als zentraler Ansprechpartner und Interessensvertretung seiner Partner gegenüber Politik und Verwaltung. Mit dem Ziel, praxisrelevante Mehrwerte und Vorteile für die angeschlossenen Unternehmen zu generieren, initiiert und betreut die ELVIS AG zudem regelmäßig Pilotprojekte und Kooperationen mit Hochschulen und wissenschaftlichen Einrichtungen. Zudem bestehen unter dem Dach der ELVIS AG verschiedene operative Netzwerke: ein Part Load Network, ein Full Load Network, ein Volume Load Network, ein Baustoffnetzwerk sowie ein Palettenportal. Die ELVIS AG besteht seit 2006 und verfügt mittels ihrer Partner heute über eine Flotte von mehr als 19.000 Lkw.

