



Digital-Index 2021 der Logistik- und Transportbranche

Status-quo,
Herausforderungen,
Chancen

Einleitung: Handeln ist gefragt

In einer sich schnell veränderten Welt steht auch die Logistik- und Transportbranche immer neuen Herausforderungen gegenüber. Dieser Sektor zeigt sich mit anderen Industriezweigen eng verflochten, so dass er globale ökonomische Entwicklungen widerspiegelt. Bei geringen Margen, hohem Zeitdruck und der Abhängigkeit von Lieferketten steht diese Branche besonders unter Druck: Ausfälle und Fehler in bestimmten Bereichen können verheerende Folgen haben.

Aktuell sieht sich der Bereich Logistik und Transport den Aufgaben gegenüber, das Geschäft zu stabilisieren, das operative Geschäft zu digitalisieren und intelligent auf die neuesten Entwicklungen beim Mobilitätsverhalten zu reagieren. Darüber hinaus stellt die Lieferung von Impfungen die Branche auf die Probe.

Insgesamt zeigt sich, dass viele Herausforderungen in der Logistik und im Transport mit Themen der Digitalisierung und der digitalen Transformation verbunden sind. Ergo lässt sich der digitale Wandel als Schlüssel-Herausforderung dieser Industrie bezeichnen. War der dahingehende Druck bereits zuvor sehr hoch, so fungiert die Corona-Pandemie als Katalysator für Modernisierungen und Innovationen.

Bereits direkt vor COVID-19 identifizierte die Bundesvereinigung Logistik (BVL) die Digitalisierung der Geschäftsprozesse als größten Trend der Branche, gefolgt von der Transparenz in Supply Chains und dem Kostendruck.¹ Folglich investieren im europäischen Vergleich vor allem die deutschen Logistiker kräftig in **Digitalisierungsmaßnahmen**. Laut einer Studie von PricewaterhouseCoopers (PwC) hatten im Jahr 2019 bereits 80 Prozent der deutschen Logistik-Unternehmen auf eine zukunftssichere IT umgerüstet. Immer noch 63 Prozent der Logistiker hatten in Ideen für digitale Geschäftsmodelle beziehungsweise für digitale Dienstleistungen investiert.² All dies zeigt auf, dass die Unternehmen der Branche massiv gefragt sind, die Digitalisierung weiter voranzutreiben.

Dieser Report beschäftigt sich mit dem Status quo im Transport und in der Logistik mit Blick auf die Digitalisierung. Ein spezifisches Augenmerk liegt dabei auf die Auswirkungen von COVID-19. Ferner liegt der Fokus auf dem Vergleich mit anderen Branchen.

Außerdem befassen wir uns mit den aktuellen Herausforderungen der Logistik-Industrie, ehe es zu Beispielen für eine gelingende Digitalisierung in diesem Gewerbe übergeht. Schließlich geben wir eine Einschätzung zu den Chancen der digitalen Logistik ab und zeigen, wie Unternehmen am besten an die **digitale Transformation** anknüpfen.

Die Logistikbranche während COVID-19: Der Digitalisierungsdruck nimmt rasant zu

Die Auswirkungen von COVID-19 haben die weltweite Wirtschaft stark beeinflusst: Während viele Branchen mit ausbleibenden Gewinnen und Restriktionen zu kämpfen haben, profitieren einige Wirtschaftszweige sogar von der Krise. Als ein Bereich, der stark von globalen Verflechtungen und industriellen Entwicklungen beeinflusst ist, spürt auch die Logistikbranche die Folgen der Pandemie deutlich – der Druck hin zur Digitalisierung steigt.

Es droht eine "Zweiteilung" der Branche: Wo die Bereiche Fracht-Transport und Logistik von der Krise wenig beeinflusst sind, gehören der Personenverkehr zu den weltweit am stärksten getroffenen Wirtschaftsbereichen. So zeigte das Barometer von PwC Deutschland für das Jahr 2020, dass der Personenverkehr deutlich an Marktvolumen eingebüßt hat. Wie zu erwarten war, verzeichneten dagegen die Kurier- und Paketdienste aufgrund des florierenden Online-Handels ein signifikantes Plus. Diese Aufteilung zeigt sich auch in großen, diversifizierten Unternehmen.³

Das heißt im Klartext: Was im Personenverkehr verloren geht, gilt es mithilfe der positiven Auswirkungen des Online-Handels wieder einzuholen.

Um auf diese neuen Bedingungen adäquat zu reagieren, führt nur eine konsequente Digitalisierung zum Erfolg. Neue digitale Lösungen sind gefragt, um für Kunden attraktiv zu sein – eben auch im Bereich des Personenverkehrs. Hier katalysiert COVID-19 Entwicklungen, die sowieso schon durch neue Kundenbedürfnisse und neue digitale Transportunternehmen forciert wurden. Neue digitale Marktplätze wie Forto und Freightos weisen den Weg zu mehr Nutzerfreundlichkeit und einer besseren Nachverfolgung des Versands.⁴

Risikomanagement: Auf Schwankungen reagieren

Darüber hinaus sind besonders in der heutigen Zeit ein effektives Risikomanagement und schnelle Reaktionen auf Nachfrage-Schwankungen gefragt. Hier können Innovationen – wie der Einsatz künstlicher Intelligenz – bestimmte Szenarien kalkulierbar gestalten und adäquate Reaktionen darauf forcieren.

So zeigt eine Studie der Bundesvereinigung Logistik aus dem Jahr 2020 die Bedeutung von Innovationen in der Logistikbranche deutlich auf. Mehr als 300 Unternehmen hatten Angaben zu aktuellen und zukunftsweisenden Themen des Sektors gemacht. Hier gaben zum Beispiel 87 % der Befragten an, dass die Digitalisierung die Anforderungen an die Innovationsfähigkeit erhöhe. Bezeichnend ist, dass die Unternehmen mit Blick auf die Folgen von COVID-19 zwar von einer Trendverschiebung hin zum Risikomanagement ausgehen, den Themen Robotik und künstliche Intelligenz für die Business-Analyse aber überraschend wenig Gewicht beimessen. Passend dazu steht die Erkenntnis, dass bei diesen Innovationsthemen in der Logistikbranche noch ein erheblicher Nachholbedarf besteht.⁵

Gerade wenn es um die Optimierung von Prozessen geht, lassen viele Logistik-Unternehmen noch reichlich Potenzial liegen. Ein stärkeres Vorantreiben von KI zur Erstellung valider Vorhersage-Modelle könnte eine angemessene Reaktion auf Unsicherheiten sein, welche die Corona-Pandemie noch verstärkt. Zusätzlich dazu ist Innovationskraft gefragt, um die Bedürfnisse des modernen Kunden schnell, zuverlässig und gut verfolgbar zu erfüllen. Hier führt der Weg nur über eine konsequente Digitalisierung, die eine verstärkte Nutzung der Cloud und von On-Demand-Lösungen berücksichtigt. Auch maschinelles Lernen birgt viele Vorteile in sich, wenn es zum Beispiel um die Optimierung von Lieferwegen geht.

Wie wir sehen konnten, ist es die Aufgabe der Logistik, sich ein Stück weit neu zu erfinden. Es geht darum, sich mithilfe der Digitalisierung an neue Anforderungen, Risiken und ein geändertes Nutzer-Verhalten anzupassen. Der Weg führt zur Logistik 4.0. Werfen wir einen genaueren Blick darauf.

Die Veränderung durch die Digitalisierung: **Logistik 4.0**

Die Themen Digitalisierung und Automatisierung durchziehen viele Wirtschaftszweige – die Logistikbranche bildet da keine Ausnahme. Sie befindet sich in einem Umbruch, der viele Investitionen und Innovationen erfordert. Es geht um die Logistik 4.0.

Dieser Begriff bezieht sich auf die **digitale Transformation** der Logistikbranche. Gemeint ist damit vor allem die Vernetzung logistischer Prozesse, die sich bis zur dezentralen Echtzeitsteuerung von Netzwerken erstreckt. Durch die Logistik 4.0 erhöht sich die Transparenz der Zuliefer- und Versandketten, was wiederum ein besseres Supply Chain Management ermöglicht.

Der Weg führt hin zu mehr Automatisierung, was perspektivisch sogar intelligente Ladung, die ihren eigenen Transport organisiert, ermöglichen kann. Den Schwerpunkt dafür bilden neue, innovative Technologien, mithilfe derer sich zum Beispiel die Lieferqualität sowie die Flexibilität und die Zuverlässigkeit verbessern lassen.⁶

Das Ziel ist es also, mithilfe der Digitalisierung und dem Einsatz moderner Technologie besser aufgestellt zu sein und auch Faktoren wie den Servicegrad zu verbessern. Kurzum: Die Logistik entwickelt sich hin zu einer Branche, welche die **Vorteile der Digitalisierung** und technischer Innovationen voll und ganz nutzt.

Zusammengefasst, stehen diese Faktoren im Vordergrund:

- **Effizienz**
- **Effektivität**
- **Transparenz**
- **Individualisierte Dienstleistungen**
- **Flexibilität**
- **Reduktion von Fehlern⁷**

Die Vorteile einer Logistik 4.0 liegen also auf der Hand. Den Dreh- und Angelpunkt bildet dabei eine vollkommen digitalisierte Supply Chain. Im Mittelpunkt steht es, die Wertschöpfungs- und Lieferketten kompatibel zu machen und zu vernetzen.

Alles in allem geht es bei der Digitalisierung in der Logistik darum, die Qualität der Daten zu sichern beziehungsweise zu erhöhen. Auf diese Weise gelingt es, sich für die Zukunft besser aufzustellen, Abläufe effizienter zu gestalten und eine höhere Attraktivität für Kunden zu erzielen.

Des Weiteren verbessert die Logistik 4.0 die Verhandlungsspielräume, so dass es sich flexibler agieren lässt und sich attraktivere Konditionen erzielen lassen. Darüber hinaus wird es mithilfe der Digitalisierung in der Logistik möglich, Ressourcen weltweit zu beziehen. Dies steigert ebenfalls die Flexibilität und verschafft wirtschaftliche Vorteile, die nicht zu unterschätzen sind. Ebenso wird es möglich, neue Absatzmärkte zu erschließen.⁸

Die Veränderung der Logistik durch die Digitalisierung weist also eine Reihe von Benefits auf – andererseits drohen ohne sie schwere Einbußen und der Verlust der weltweiten Konkurrenzfähigkeit. Die Logistik 4.0 birgt bei einer konsequenten Realisierung also zahlreiche Chancen.

Digitalisierung der Logistik: Die größten Trends und Herausforderungen

Wir haben bereits gesehen, dass der Digitalisierungsdruck zunimmt und die Logistik durch ihre Modernisierung sowie die Nutzung von Innovationen zahlreiche Vorteile erzielen können.

Nun gilt es, einen Blick auf den Status quo zu werfen. Lassen Sie uns erkunden, was die aktuellen Trends bei der Digitalisierung der Logistik sind.

Die Bundesvereinigung Logistik (BVL) weist die größten Trends der Branche aus. Auffällig ist, dass sich dort zahlreiche Themen der Digitalisierung finden. Kurzum: Bei der Digitalisierung der Logistik handelt es sich nicht nur um ein Theorem. Vielmehr ist sie in das Bewusstsein der Unternehmen eingetreten, für die es nun darum geht, sie umzusetzen.

Neben anderen Faktoren kennzeichnet die BVL folgende Digitalisierungsthemen als branchenweite Trends:

- **die Digitalisierung der Geschäftsprozesse**
- **die Erzielung von Transparenz in der Supply Chain**
- **die Vernetzung von Datenkollaborationen**
- **die Nutzung von Plattformen und digitale Ökosysteme**
- **künstliche Intelligenz und Business Analytics**
- **Robotik⁹**

Digitalisierung der Geschäftsprozesse

Insbesondere die Digitalisierung der Geschäftsprozesse steht bei vielen Unternehmen ganz oben auf der Agenda. Hier geht es in erster Linie darum, Umsätze und Kosten zu optimieren. Katalysiert durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie, steht es im Mittelpunkt, von analogen Systemen hin zu daten-gestützten und automatisierten Prozessen zu wechseln. In der Logistik gestaltet sich dieser Wandel vielschichtig, da es nicht nur einen Faktor, sondern die gesamte Lieferkette zu digitalisieren gilt. Dazu gehören zum Beispiel eine durch Sensortechnik optimierte Datenerhebung, ein Informationsaustausch mithilfe von **Cloud Computing** und eine digitale Datenanalyse, durch die Bestände sichtbar werden und die Bedarfsprognosen erstellt.¹⁰

Mehr Transparenz: Die digitale Supply Chain

Doch auch die transparente Supply Chain bildet einen entscheidenden Faktor. Hier ist es die Herausforderung, Daten in Echtzeit abrufbar zu gestalten. Dabei profitieren nicht nur der Sender und der Empfänger von Transparenz: Vielmehr schafft diese Werte für die gesamte Lieferkette. Nach dem Vorbild von Amazon bildet es die Aufgabe, große Datenmengen aufzubereiten und zielgerichtet zur Verfügung zu stellen. Hierfür braucht es moderne Tools.¹¹

Datenkollaborationen: Das bringt der Wissenstransfer

Zudem birgt ein vertikaler Austausch der Daten mit Partnern viel Potenzial für die Digitalisierung in der Logistik. Datenkollaborationen ermöglichen einen Wissenstransfer, zum Beispiel mit Universitäten und Verbänden. So helfen zusätzlich gewonnene externe Daten dabei, Prozesse und den Informationsfluss in Unternehmen effizienter zu gestalten. Letztendlich liefert unternehmensübergreifende Transparenz mehr Transport- und Lieferdaten, aber auch zusätzliche Informationen zum Zustand der Ware sowie detaillierte Zeitpläne.¹²

Das Marktplatz-Prinzip: Plattformen und digitale Ökosysteme

Neue Plattformen und digitale Ökosysteme bilden den Grundstein für die Erschließung neuer Geschäftsmodelle – sie sind somit für die Digitalisierung der Logistik essenziell. Das Ziel: Ein zentraler Punkt für den Verkauf, an dem die Informationen aller Teilnehmenden zugänglich sind. So schafft zum Beispiel eine ganzheitliche Steuerung der Wertschöpfungskette zuvor ungekannte Möglichkeiten.¹³

Vorschau: Das Potenzial von KI und Robotik

Finden die vier zuvor thematisierten Faktoren finden die Themen Robotik und künstliche Intelligenz sowie Business bzw. Predictive Analytics in der Digitalisierung der Logistik bislang zu wenig Beachtung. Hier herrscht noch ein großer Nachholbedarf, wobei es viel ungenutztes Potenzial gibt. Diesem Thema gehen wir im weiteren Verlauf noch nach.

Die Digitalisierung der Logistik: Ein Vergleich

Die Veränderung der Logistik durch die Digitalisierung schreitet voran – in einigen Bereichen mehr, in anderen weniger. Bildet die Logistik 4.0 gleichzeitig Chancen und Herausforderungen, so ist auch der Vergleich mit anderen Branchen interessant. Um den Stand der Digitalisierung der Logistik valide einschätzen zu können, lohnt es sich, ihn mit jenem anderer Branchen zu vergleichen.

Der Digitalisierungsindex des Bundesamtes für Wirtschaft und Energie gibt Aufschluss über das Abschneiden im Vergleich mit anderen Branchen. Wie zu erwarten ist, liegt hier die Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) deutlich vorn. Des Weiteren erzielen die Branchengruppen Fahrzeugbau, Elektrotechnik und Maschinenbau sowie unternehmensnahe Dienstleister Werte, die über dem Durchschnitt der Digitalisierung aller Branchen liegen. Der Bereich Chemie und Pharma liegt dabei ziemlich genau auf dem Branchengruppen-Durchschnitt.¹⁴

Im Bezug auf den Bereich Verkehr und Logistik macht der Index Digitalisierungs-Rückstände ersichtlich. Weist der Durchschnitt aller Branchengruppen den Vergleichswert von 100 aus, liegt der Wert des Verkehrs und der Logistik bei 75,3. Die Digitalisierung liegt hier also relativ deutlich unter dem Durchschnitt – hier herrscht also noch einiges an Nachholbedarf. Zum Vergleich: Die IKT erzielt hier einen Wert von 273, während das sonstige produzierende Gewerbe mit 55,6 Punkten auch nicht allzu weit vom Bereich Verkehr und Logistik entfernt liegt.¹⁵

Dies bedeutet de facto, dass die Logistik im Vergleich zu anderen Branchen nicht so weit digitalisiert ist, wie man es vielleicht annehmen könnte. Tatsächlich wäre für einen Bereich, der mit zahlreichen anderen Sektoren interagiert und von internationalen Verflechtungen und Kollaborationen abhängig ist, von einem höheren Grad der Digitalisierung auszugehen. Die positive Nachricht: Dieser Umstand zeigt auch auf, dass für die Logistik noch viel Potenzial besteht. Durch ihn gilt es umso mehr, von Innovationen und neuen digitalen Prozessen zu profitieren.

Europäischer Vergleich: Vorsprung der deutschen Logistiker

Positiv dastehen lässt die deutsche Logistik der Vergleich mit der europäischen Konkurrenz. Kurzum: Die deutschen Logistikunternehmen investieren deutlich mehr in Digitalisierungsprojekte. Was den branchen-internen Vergleich betrifft, schreitet die Digitalisierung der Logistik in Deutschland also bereits gut voran.

So hat der “European Private Business Survey 2019” der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC zum Beispiel zum Ergebnis, dass 80 % der deutschen Logistikunternehmen in eine zukunftssichere IT investieren, während dies bei den europäischen Mitbewerbern nur 50 % sind. Des Weiteren hatten 63 % von ihnen Ideen für digitale Geschäftsmodelle entwickelt – gegenüber 45 % der europäischen Konkurrenz. Bei der agilen Zusammenarbeit mit Stakeholdern zeigt sich ein ähnliches Bild: 54 versus 34 %. Nur bei der Einleitung eines Kulturwandels ist die europäische Konkurrenz mit 26 % gegenüber 20 % in Deutschland leicht überlegen.¹⁶

Insgesamt betrachtet, gibt es für die Digitalisierung der Logistik noch einiges an Handlungsbedarf. Gleichwohl lässt sich konstatieren, dass deutsche Logistikunternehmen im Vergleich zur europäischen Konkurrenz bereits viele Digitalisierungsprojekte fahren. Gegenüber anderen Branchen zeigt sich jedoch, dass die Logistik nicht besonders weit digitalisiert ist. Das heißt im Klartext: Die Unternehmen sind gefragt, stärker voran zu gehen und Potenziale mehr zu nutzen.

Schauen wir uns an, wo genau Handlungsbedarf herrscht und wie es sich darauf angemessen reagieren lässt.

Handlungsbedarf: Hier herrscht noch viel Potenzial

Dass bei der Digitalisierung der Logistik viel Handlungsbedarf besteht, leuchtet ein. Die Vorteile und Chancen liegen auf der Hand. So verbinden laut einer Studie der Bundesvereinigung Logistik 37 % der Logistiker mit der Digitalisierung sehr hohe Chancen, während nur 2 % darin sehr hohe Risiken sehen. Insgesamt überwiegt die positive Sicht die negative deutlich. Dies betont die Relevanz dieses Themas.¹⁷

Handlungsbedarf besteht – je nach Ausgangslage – in allen Bereichen. So lassen sich zum Beispiel die Geschäftsprozesse durch neue digitale Lösungen noch weiter optimieren oder verstärkt Datenkollaborationen nutzen. Hier wollen wir uns aber vor allem auf die zuvor ausgemachten Schwachstellen fokussieren, da hier das größte Potenzial liegt. Diese bestehen im Wesentlichen aus der Nutzung künstlicher Intelligenz und Business Analytics sowie aus der Robotik.

Künstliche Intelligenz und Business Analytics

Unbestreitbar ist, dass es sich bei KI und Business Analytics um absolute Zukunftsthemen handelt. Für diesen Trend zeigt die Studie der Bundesvereinigung Logistik aber eine sehr geringe Anpassungsfähigkeit der Unternehmen auf. Dessen Relevanz wurde aber als tendenziell hoch bewertet. Somit zeigt sich hier ein besonders hoher Nachholbedarf.¹⁸

Im Großen und Ganzen versteht man unter künstlicher Intelligenz maschinelles Lernen – Maschinen finden selbst aktiv Lösungen und müssen nicht dafür programmiert werden. Durch Dateninputs sind sie dazu in der Lage, eigenständig Algorithmen zu entwickeln. Beim Deep Learning führt das bis hin zur Analyse von Bildern und Videos, dem Verarbeiten von Sprache und dem Zusammenfügen von Daten.

Richtig spannend wird es, wenn die Erstellung von Prognosen gefragt ist.¹⁹ Auch hierzu ist KI in der Lage und kann – richtig eingesetzt – hohe Wettbewerbsvorteile liefern.

In der Logistik lässt sich KI in vielen Bereich einsetzen. Hier einige Beispiele:

- **Transport: selbstfahrende Fahrzeuge und Tourenplanung**
- **Lager: intelligente Greifroboter und Slotting-Prozesse**
- **Produktion: autonome Transportroboter und Predictive-Modelle²⁰**

Besonders in Bezug auf Vorhersage-Modelle und Business-Analysen kann KI von unschätzbarem Wert sein. Es zahlt sich also aus, verstärkt auf diesen Faktor zu setzen. Logistik-Unternehmen sind gefragt, die Vorteile von KI zu erkennen und damit den nächsten Schritt der Digitalisierung zu gehen.

Robotik

In der BVL-Studie schätzen die Befragten die Relevanz der Robotik als niedrig ein, gleichzeitig weisen sie der Logistik hier eine geringe Anpassungsfähigkeit zu. Nicht zu bestreiten ist, dass die Robotik insbesondere für die Produktion eine große Rolle spielt.²¹

Insgesamt lassen sich Roboter für viele verschiedene Aufgaben einsetzen, wobei sie die Produktivität erheblich steigern. Im Zuge der Digitalisierung und des Aufkommens der Logistik 4.0 erfahren Roboter eine immer höhere Bedeutung – bis hin zur Automatisierung von Prozessen. Im Wesentlichen lässt sich dabei zwischen Industrierobotern, die Prozesse präzise selbstständig ausführen und kollaborativen Robotern (Cobots), die Menschen bei Aufgaben unterstützen, unterscheiden.²²

In der Logistik bieten sich diese Einsatz-Möglichkeiten an:

- **Wearables in der Lagerlogistik**
- **Lieferroboter**
- **Roboter in der Produktionslogistik**
- **autonome Transport- und Prozess-Steuerung²³**

Für die Digitalisierung der Logistik ist die Robotik also von einfachen unterstützenden Tätigkeiten bis hin zu komplexen Vorgängen wie der Automatisierung von Prozessen wichtig. Zweifelsohne kann sie zahlreiche Prozesse erleichtern sowie die Produktivität und Effizienz steigern. Besonders in Bezug auf Zukunftslösungen wie autonomen Transporten gilt es, der Robotik eine erhöhte Aufmerksamkeit zu widmen.

Sechs Schritte: Mit Vorhersagen zum Business-Plan

Hat die Corona-Pandemie auch in der Logistikbranche für viel Diskontinuität gesorgt, sind Vorhersage-Modelle zunehmend schwierig geworden. Wird bei "Predictive Analytics" typischerweise von einem gewissen Grad an Sicherheit ausgegangen, gestalten die Schwankungen aus dem Jahr 2020 die Verwendung von Daten für Vorhersage-Modelle zunehmend schwierig. Mehr als je zuvor sind nun komplexe Prognosen gefragt, die auf vielen verschiedenen Szenarien aufbauen und sich in einen validen Geschäftsplan umwandeln lassen. Zu diesem Ziel identifiziert die Unternehmensberatung McKinsey sechs Schritte:

- 1. Eine "Erholungsstrategie" aufbauen:** Der Fokus sollte zunächst auf den notwendigen unternehmerischen Kompromissen wie einer Steigerung der Margen liegen, ehe es zu der Verteilung des Kapitals und den wichtigsten Kennzahlen für das kommende Jahr übergeht.
- 2. Die richtigen Faktoren für Modelle verwenden:** Business-Experten sollten beurteilen, ob die ausgewählten Faktoren sinnvoll sind und mit den Erfahrungen der Führungskräfte übereinstimmen.
- 3. Ziele setzen und kommunizieren:** Angesichts der Fluktuation im Jahr 2020 können einige Ziele neu erarbeitet werden. Es empfiehlt sich, sich weniger an nicht beeinflussbaren Ergebnissen zu orientieren und Variablen langfristig auszurichten.
- 4. Die erste Version des Budgets und Business-Plans erstellen:** Hier sollten die internen und externen Faktoren möglichst vollständig berücksichtigt sein. Das Modell bestimmt über das Finanzbudget. Womöglich beginnt die Planung mit High-Level-Marktdaten.
- 5. Regelmäßige, bessere Überprüfungen einsetzen:** Im Vordergrund sollte ein Verständnis dafür stehen, was sich in welcher Weise und wo auf den Umsatz auswirkt.
- 6. Sicherstellen, dass Änderungen erfolgen:** Wo es viele neue Prozesse und Ansätze gleichzeitig zu implementieren gilt, bringt eine komplexe mathematische Modellierung nicht allein die Lösung. Für viele Unternehmen wird es darum gehen, ihre Arbeitsweise umzustellen.²⁴

Gute Beispiele: So sehen Digitalisierungsstrategien aus

FEs gibt einige Vorreiter, die eindrucksvoll aufzeigen, wie die Veränderung der Logistik durch die Digitalisierung vonstatten gehen kann. Prominente Beispiele aus der Branche haben einen hohen Lehrwert und weisen den Weg zur Logistik 4.0.

DHL und der Weg zum Technologieführer

Der Paketdienst DHL hat vorgemacht, wie man die digitale Transformation geschickt einleitet. Mittlerweile konnte sich der einstige Staatsbetrieb zu einem sehr wettbewerbsfähigen Technologieführer entwickeln. So finden sich hier unter anderem Ideen der Shareconomy – die geteilte Nutzung von Gütern und Dienstleistungen – wieder. Beispielsweise wird die DHL-App “My Ways” in Schweden genutzt. Diese ermöglicht es Berufstätigen, Pakete für die Nachbarn abzuholen. Somit lassen sich etwa abends auf dem Heimweg gleich mehrere Pakete mitnehmen, so dass zahlreiche Fahrten vermieden werden und Zeit eingespart wird.²⁵

Im Rahmen seiner “Strategie 2025 Delivering excellence in a digital world” plant der Konzern, gut zwei Milliarden Euro in die Digitalisierung zu stecken. Durch die digitale Transformation soll mehr Transparenz und Einfachheit her. Die Konzernstrategie 2025 sieht zum Beispiel Folgendes vor:

- **Sendungsverfolgung via Matrixcode**
- **Briefankündigung per E-Mail**
- **digitale Briefinhalte durch verschlüsselte E-Mail**
- **Live-Tracking von Paketen**
- **mobilen Briefmarken²⁶**

Gezieltes Tracking: Die Sendungsverfolgung bei Hellmann

Wie es funktionieren kann, zeigt auch das Beispiel des Full-Service-Dienstleisters Hellmann Worldwide Logistics. Dieser setzt Tracking-Tools ein, die es ermöglichen, Frachttransporte in Echtzeit zu verfolgen. Auf einer web-

basierten Plattform stehen zahlreiche Informationen zu den Transporten zur Verfügung, zum Beispiel zu Zwischenstopps und Verladezeiten. Zudem hält das Tool Analysemöglichkeiten bereit, durch die sich zum Beispiel optimale Routen ermitteln lassen. Die einzelnen Tools heißen Smart Ocean (Seefracht), SmartAir! (Luftfracht) und Smart Visibility-Tracker (universell einsetzbar).²⁷

Auf diese Weise setzt Hellmann in einer Vorreiter-Manier die Digitalisierung der Logistik um. Wo immer schnellere und präzisere Entscheidungen notwendig werden, weisen die dargebotenen Analyse-Möglichkeiten einen hohen Wert auf.

Darüber hinaus gibt es einige weitere Beispiele wie Amazon, das den Kunden in den Mittelpunkt der Prozesse gerückt hat oder Zalando, wo Maßstäbe für die Reserve-Logistik gesetzt werden.²⁸

Die digitale Transformation zu Ende denken: So lassen sich Entscheidungen optimieren

Wir haben bereits gesehen, dass der Digitalisierung eine wichtige Wirkung in Bezug auf Entscheidungen zukommt. Durch sie lassen sich Prozesse beschleunigen, validere Prognosen treffen und mehr Effizienz erreichen. Die Digitalisierung der Logistik gestaltet die Branche agiler sowie flexibler und lässt sie zuvor ungenutzte Potenziale entfalten. Kurzum: Der Unternehmenserfolg und Wachstum werden langfristig gesichert.

So oder so kommt der Entscheidungsfindung eine Schlüsselrolle zu. Gerade dort, wo wir Prozesse überdenken, Entwicklungen vorantreiben und neue Strategien entwerfen, setzt die Digitalisierung an. Wo Entscheidungen mit neuen digitalen Lösungen als Innovationstreiber verknüpft sind, müssen wir auch den Raum, in dem Entscheidungen entstehen, im Blick nehmen. Es steht also außer Frage, sich an dieser Stelle mit Meetings zu befassen.

Bei einem Meeting handelt es sich um einen Raum – um nun virtuell oder vor Ort –, in dem Führungskräfte und Experten zusammenkommen. Kann eine formale Sitzung viele verschiedene Formen haben, so geht es im Grund immer um Lösungen.

Die Bedeutung von Meeting Management

Verbringen Führungskräfte einen Großteil ihrer Arbeitszeit in Sitzungen, wird ein erfolgreiches **Meeting Management** immer wichtiger. Umso wichtiger wird dies vor dem Hintergrund, dass Meetings oft eine Quelle von Frustration sind oder gar als verschwendete Zeit angesehen werden. Gründe liegen in einer unzureichenden Struktur, unkoordinierten Abläufen und einer mangelnden (erschweren) Vorbereitung der Teilnehmenden. Auch lässt sich die Auswahl der Teilnehmenden in vielen Fällen optimieren.

Es erscheint also nur logisch, sich stärker auf Meetings so fokussieren. Deutlich wird dies, wenn man bedenkt, wie viel wertvolle Arbeitszeit Führungskräfte für Sitzungen investieren. Wichtig ist es demnach, die **Meeting-Kultur zu transformieren**. Schließlich findet hier im Wesentlichen die Entscheidungsfindung statt.

Darüber hinaus sollten auch Meetings als wichtiges Führungs- und Entscheidungsinstrument von Innovationen profitieren. Damit man sie nicht mehr mit Frustration verbindet, müssen Sitzungen produktiver, effizienter und strukturierter ablaufen. Folglich erfährt hier eine effektive **Meeting Management Software** eine hohe Bedeutung. Sie erleichtert die Vorbereitung, beschleunigt Entscheidungen und sorgt für mehr Zufriedenheit.

Ebenso ist die Meeting Management Software wichtig, wenn es darum geht, Transparenz – ein wichtiger Digitalisierungsfaktor – herzustellen. Durch sie lassen sich Entscheidungen nachvollziehen, Protokolle effizient erstellen und Aufgaben nachvollziehbar zuweisen.

Umso frappierender wird all dies durch die Entwicklung, dass Entscheidungen zunehmend virtuell getroffen werden. Durch den Trend zum Remote-Working, den die Folgen von COVID-19 noch verstärken, sind virtuelle Meetings umso mehr entscheidend. Dies bedeutet, dass hoch funktionale Software Lösungen und ein effektives Meeting Management mehr und mehr gefragt sind.

Fazit: Nun die richtigen Schritte gehen

Wir haben gesehen, dass die Logistik unter einem hohen Digitalisierungsdruck steht. Als Branche, die mit vielen anderen Sektoren interagiert, bekommt sie die Auswirkungen von weltweiten Entwicklungen wie COVID-19 deutlich zu spüren. Besonders durch solche Umstände sind Innovationen und Anpassungen gefragt. Zudem lassen sich durch gute Prognose-Modelle und ein agiles Vorgehen, künftige Entwicklungen ein Stück weit antizipieren.

Die Logistik hat ein großes Potenzial zur Digitalisierung, das sie erst sehr eingeschränkt nutzt. Insbesondere in den Bereichen KI und Robotik herrscht Nachholbedarf. Wie eine geschickte Digitalisierung aussehen kann, zeigen Beispiele aus Konzernen wie DHL.

In Zeiten des vermehrten Remote-Working geht es auch bei der Logistik darum, sich flexibel und gut organisiert aufzustellen. Fungieren Meetings als Entscheidungsinstrument und finden verstärkt virtuell statt, so steht es im Mittelpunkt, darauf zu reagieren. Da es in diesem Bereich um sehr viel Kapital geht, bringen dedizierte Meeting Management Lösungen wie eine innovative Software enorme Vorteile.



Wir helfen Ihnen dabei, neue Maßstäbe zu setzen

Wir bei Sherpany wissen, dass Sitzungen ein integraler Bestandteil Ihres Unternehmenserfolgs sind. Unsere Mission ist es nicht nur, Ihnen die Werkzeuge an die Hand zu geben, um den gesamten Sitzungen-Prozess auf die sicherste Art und Weise zu optimieren: Wir wollen auch, dass jede Ihrer Sitzungen zählt. Wir möchten, dass in Ihren Sitzungen jeder Teilnehmende hoch engagiert und bereit ist, sein Fachwissen einzubringen, um Ihrer Organisation zu helfen, optimale Entscheidungen zu treffen. Wir möchten, dass Ihre Sitzungen ein flexibler Bereich sind, der sich Ihren Bedürfnisse und denen Ihrer Mitarbeitenden anpasst – und nicht umgekehrt. Wir möchten, dass Ihre Sitzungen ein kreativer Bereich sind, in dem große und ehrgeizige Ideen entstehen. Wir möchten, dass Sie die beste und leistungsfähigste Sitzungskultur haben, um neue Maßstäbe zu setzen. Lassen Sie im Jahr 2021 zusammen an der Optimierung Ihrer Sitzungen arbeiten.

Um mehr darüber zu erfahren, wie Sherpany Ihnen helfen kann, Ihre Ziele zu erreichen, kontaktieren Sie uns bitte:

Maximilian Sturm

maximilian.sturm@sherpany.com

Marcus Folger

marcus.folger@sherpany.com

Quellen

1. <https://www.bvl-trends.de/wp-content/uploads/2020/07/BVLD20-TUS-Auswertung-1.pdf>
2. <https://www.pwc.de/de/transport-und-logistik/wie-die-digitalisierung-in-der-logistikbranche-gelingt.htm>
3. <https://www.pwc.de/de/transport-und-logistik/transport-and-logistics-barometer.html>
4. <https://www.pwc.de/de/transport-und-logistik/transport-and-logistics-barometer-lichtblicke-trotz-covid-19.pdf>
5. <https://www.bvl-trends.de/wp-content/uploads/2020/07/BVLD20-TUS-Auswertung-1.pdf>
6. <https://www.mm-logistik.vogel.de/was-ist-logistik-40-alles-zum-thema-digitalisierung-logistik-a-692722/>
7. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/logistik-40-54203>
8. <https://www.mm-logistik.vogel.de/was-ist-logistik-40-alles-zum-thema-digitalisierung-logistik-a-692722/>
9. <https://www.bvl-trends.de/trend/>
10. <https://www.bvl-trends.de/trend/digitalisierung-der-geschaeftsprozesse/>
11. <https://www.bvl-trends.de/trend/transparenz-in-der-supply-chain/>
12. <https://www.bvl-trends.de/trend/vernetzung-datenkollaboration>
13. <https://www.bvl-trends.de/trend/plattformen-digitale-oekosysteme/>
14. <https://www.de.digital/DIGITAL/Navigation/DE/Lagebild/Indikatorentool/indikatorentool.html>
15. <https://www.de.digital/DIGITAL/Navigation/DE/Lagebild/Indikatorentool/indikatorentool.html>
16. <https://www.pwc.de/de/transport-und-logistik/wie-die-digitalisierung-in-der-logistikbranche-gelingt.htm>

17. <https://www.bvl-trends.de/wp-content/uploads/2020/07/BVLD20-TUS-Auswertung-1.pdf>
18. <https://www.bvl-trends.de/wp-content/uploads/2020/07/BVLD20-TUS-Auswertung-1.pdf>
19. <https://www.bvl-trends.de/trend/kuenstliche-intelligenz-business-analytics/>
20. <https://www.bvl-trends.de/trend/kuenstliche-intelligenz-business-analytics/>
21. <https://www.bvl-trends.de/wp-content/uploads/2020/07/BVLD20-TUS-Auswertung-1.pdf>
22. <https://www.mecalux.de/blog/roboter-lager>
23. <https://www.bvl-trends.de/trend/robotik/>
24. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/a-fresh-approach-to-logistics-forecasting-in-2021>
25. <https://www.mm-logistik.vogel.de/was-ist-logistik-40-alles-zum-thema-digitalisierung-logistik-a-692722/>
26. <https://trans.info/de/deutsche-post-dhl-praesentiert-neue-digitaldienste-175860>
27. <https://www.pressebox.de/inaktiv/hellmann-worldwide-logistics-gmbh-co-kg/Cargo-Fluege-in-Echtzeit-verfolgen-Hellmann-entwickelt-neues-Tracking-Tool-SmartAir/boxid/1034515>
28. <https://www.mm-logistik.vogel.de/was-ist-logistik-40-alles-zum-thema-digitalisierung-logistik-a-692722/>