

DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND DER DIGITALE STATUS QUO IM DEUTSCHEN TRANSPORT- UND LOGISTIKGEWERBE



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SUMMARY

Das deutsche Transport- und Logistikgewerbe hat sich im Branchenvergleich einen digitalen Vorsprung herausgefahren und landet hinter den Finanzdienstleistern und der IT- und Kommunikationsbranche auf Platz drei. Zu diesem Ergebnis kommt der „Digitalisierungsindex Mittelstand“. In der zweiten Auflage der Benchmark-Studie von techconsult im Auftrag der Deutsche Telekom, für die insgesamt fast 2.000 Unternehmen befragt wurden, liegt die Branche mit einem Digitalisierungsindex von 61 Punkten weit über dem Durchschnitt. Sie legt gegenüber dem Vorjahr um vier Punkte zu. Besonders bemerkenswert: Die Zahl der Unternehmen, die die Digitalisierung in ihre Geschäftsstrategie integriert haben, hat sich im Lauf nur eines Jahres mehr als verdoppelt. Mehr als die Hälfte der Unternehmen will damit ihre Marktposition festigen und bewertet die Transformation als wichtige Voraussetzung für ihren künftigen Erfolg. Auf allen digitalen Handlungsfeldern sind die Firmen ein gutes Stück vorangekommen. Besonders augenfällig ist die Weiterentwicklung bei den Themen Kundenbeziehungen und Produktivität im Unternehmen. Die Studie zeigt: Die Digitalisierung lohnt sich. Selbst Einzelmaßnahmen werfen einen digitalen Mehrwert ab und wirken sich positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Die Digital Leader, die mit ihrer digitalen Transformation besonders weit vorangekommen sind, sind deutlich zufriedener mit ihren Unternehmenskennzahlen als der Rest der Firmen.

INHALT

- Ausgangslage: Die Zeit ist günstig für Veränderungen
- Die Digitalisierung wird Teil der Geschäftsstrategie
- Der Digitalisierungsgrad im Transport- und Logistikgewerbe
- Der digitale Mehrwert
- Transformation zahlt sich aus
- Fazit und Empfehlungen
- Auf einen Blick: die Digitalisierung des Transport- und Logistikgewerbes

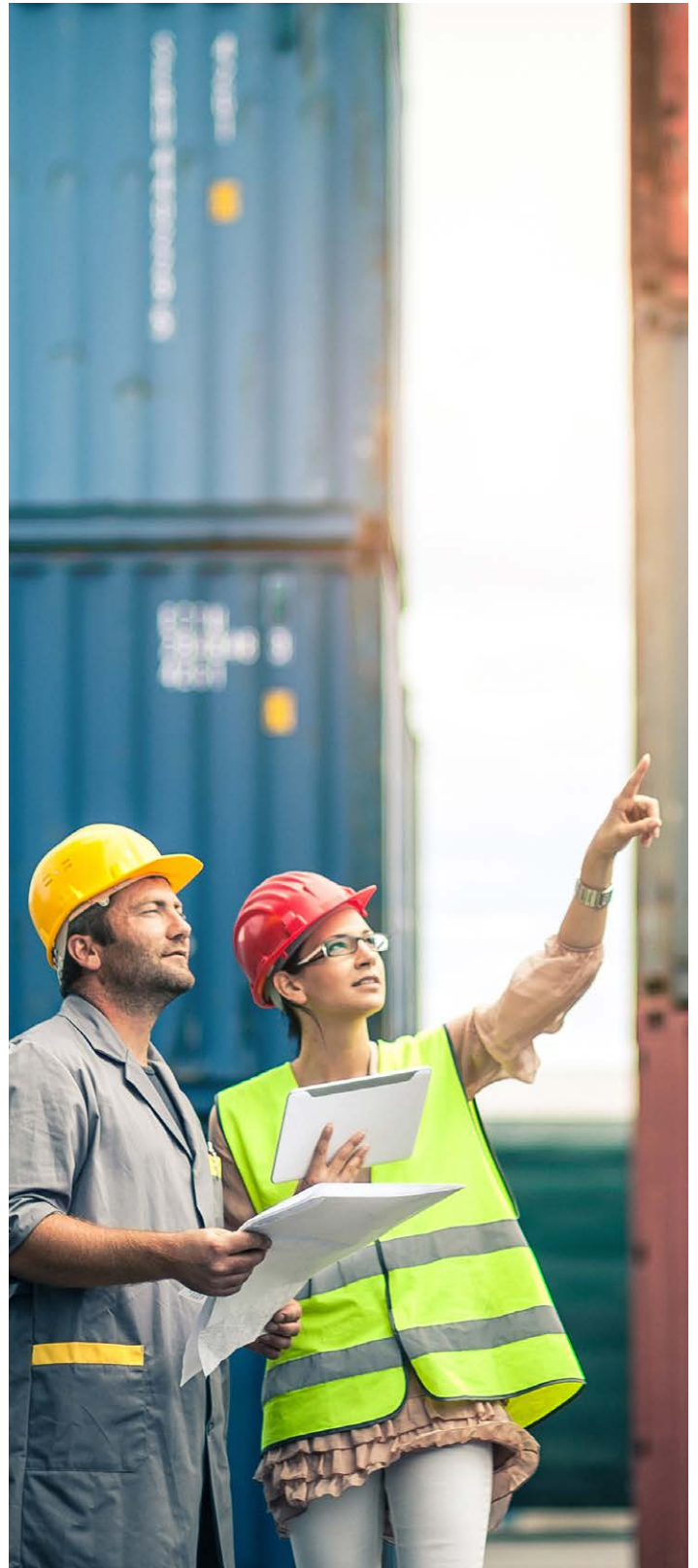
DIGITALISIERUNGS

INDEX

AUSGANGSLAGE: DIE ZEIT IST GÜNSTIG FÜR VERÄNDERUNGEN

Steigende Nachfrage, hohe Auftragsbestände: Der [Logistik-Indikator](#), den das ifo Institut im Auftrag der Bundesvereinigung Logistik quartalsweise berechnet, fasst die Lage für die Logistik so zusammen: „Das Geschäftsklima ist günstig, die Geschäftslage gut, der Personalbedarf nimmt zu – und die Preise werden voraussichtlich steigen. Die Logistik ist auf solidem Kurs.“ Und beim Thema Digitalisierung anderen Branchen voraus; in der Branchenrangliste des Digitalisierungsindex Mittelstand liegen die Logistiker auf Platz drei. Vernetzte Logistikketten sind in vielen Unternehmen bereits üblich. Dennoch muss die Branche ihre Digitalisierungsmaßnahmen weiter verstärken, um Wettbewerber oder neue disruptive Wettbewerber wie Startups in Schach zu halten.

Was sich Logistiker vom Einsatz digitaler Technologien versprechen? Vor allem wollen sie die Kosten senken, die Transportkette beschleunigen und deren Fehleranfälligkeit reduzieren. Konkrete Maßnahmen setzen an ganz verschiedenen Stellen der Wertschöpfungskette an: Im Lager unterstützen schon vereinzelt smarte Datenbrillen bei der Zusammenstellung der Sendungen. Neue Entwicklungen legen die Vermutung nahe, dass die Unternehmen für den Transport der Güter künftig verstärkt Drohnen einsetzen werden. Digitale Angebote rund um den Versand – wie die transparente Nachverfolgbarkeit der bestellten Produkte – erhöhen die Kundenzufriedenheit. Ein lückenlos vernetzter Fuhrpark beschleunigt das Liefertempo und reduziert die Zahl der Ausfälle. Einen deutlichen Schub versprechen sich viele Unternehmen zudem von digitalen Fahr- und Assistenzsystemen.



DIE DIGITALISIERUNG WIRD TEIL DER GESCHÄFTSSTRATEGIE

Den eingeschlagenen Weg der Digitalisierung setzt die Logistikbranche mit großer Konsequenz fort. Der Anteil der Unternehmen, die eine Digitalisierungsstrategie verfolgen, hat sich im Lauf eines Jahres mehr als verdoppelt. Bei 52 Prozent ist die digitale Transformation fester Bestandteil der Geschäftsstrategie. Weitere 26 Prozent haben einzelne digitale Projekte aufgesetzt.

BEISPIELE FÜR DIE DIGITALE UMSETZUNG:

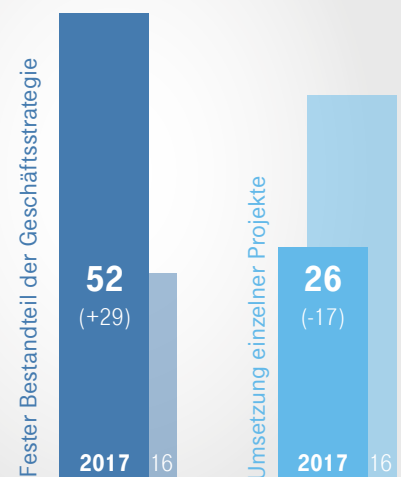
Die digitale Sendungsverfolgung von Waren punktet gleich zweifach: Das Unternehmen kann seine internen Prozesse besser überwachen und effizienter gestalten. Sie bietet aber auch den Kunden mehr Transparenz, weil diese jederzeit nachvollziehen können, wo sich ihre Sendung befindet. Geht eine Ware verloren, lassen sich schneller Lösungen finden. 63 Prozent der Branche setzen solche digitalen Lösungen schon ein, 11 Prozent planen ihren Einsatz.

Mobile Lösungen sind für die Mitarbeiter in 53 Prozent der Unternehmen bereits Alltag; 25 Prozent wollen sie einsetzen. LKW-Fahrer bleiben auf diese Weise stets mit der Zentrale in Verbindung; neue Infos können schnell weitergeleitet werden.

Echtzeit-Fuhrparküberwachung: Die Hälfte der Unternehmen (50 Prozent) steuert damit seine Fahrtwege effizienter und kann die Waren tracken. Gleichzeitig erhöht das digitale System die Sicherheit des Fuhrparks. Bei einem Diebstahl reagiert das Unternehmen schneller. 18 Prozent wollen die Echtzeit-Fuhrparküberwachung ebenfalls einsetzen.

WELCHE ROLLE SPIELT DIE DIGITALISIERUNG IN DER LOGISTIKBRANCHE

(in Prozent; Zu- und Abnahme in Prozentpunkten)



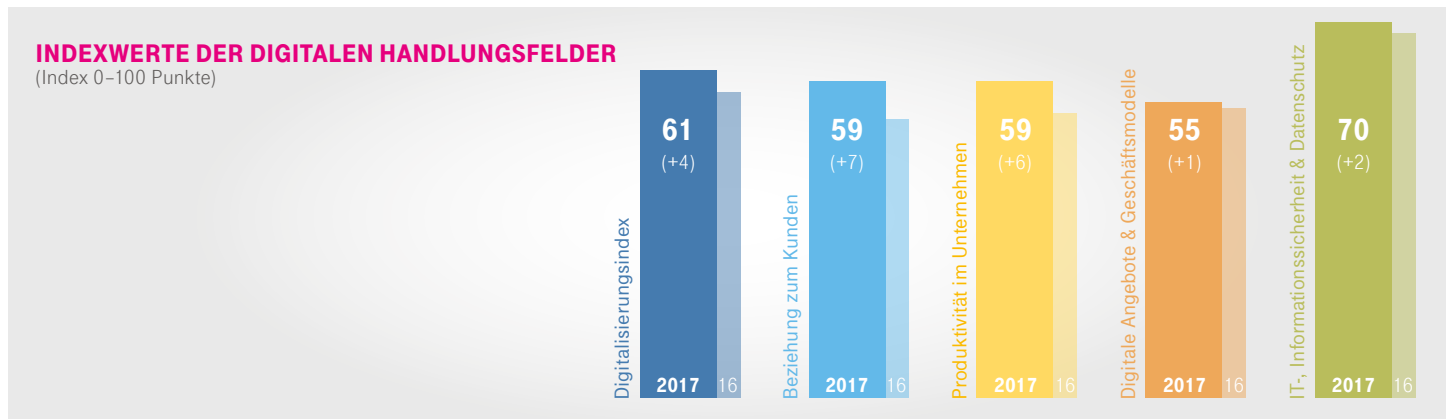
DER DIGITALISIERUNGSGRAD IM TRANSPORT- UND LOGISTIKGEWERBE

Der **Digitalisierungsindex Mittelstand** analysiert die Transformationsbemühungen der Branche auf folgenden Handlungsfeldern:

- Kundenbeziehungen und Services
- Produktivität im Unternehmen
- Digitale Geschäftsmodelle
- IT-Sicherheit und Datenschutz

Mit einem Indexwert von 61 Punkten gehören die Transport- und Logistikbetriebe zu den am stärksten digitalisierten Branchen.

Die Unternehmen legen gegenüber dem Vorjahr im Index vier Punkte zu. Weit überdurchschnittliche Zuwächse verbuchen sie auch auf dem Handlungsfeld „Kundenbeziehungen“ (Plus: sieben Punkte) und Produktivität (Plus: sechs Punkte). Ihren Fokus legt die Branche aber nach wie vor auf das Thema Sicherheit und Datenschutz. Mit einer sicheren IT-Landschaft wollen die Unternehmen Cyberattacken vorbeugen und Sicherheitslücken schließen. Ein Indexwert von 70 Punkten bildet eine gute Basis für die Digitalisierung der übrigen Handlungsfelder.



DER DIGITALE MEHRWERT

I. VERBESSERUNGEN IM BEREICH PRODUKTIVITÄT

Um ihre Ausfallquoten zu reduzieren und Reparaturkosten sowie Zeitverluste zu reduzieren, setzen die Unternehmen auf die vorausschauende Wartung. Diese basiert auf der Maschine-zu-Maschine-Kommunikation. Die Fahrzeuge teilen der Zentrale mit, wenn es technische Probleme gibt oder ein Wartungstermin ansteht. Die Servicemitarbeiter können so schneller reagieren.

Auswirkung auf den Geschäftserfolg: 92 Prozent der Unternehmen, die ihren Fuhrpark vorausschauend warten, sagen, dass dies die Umsatzentwicklung positiv beeinflusst.

Die Automatisierung von Frachtpunkten und die verbesserte Kommunikation zwischen den Fahrzeugen und der Logistikinfrastruktur steigert die Effizienz. Die Unternehmen können ihre Transporter viel schneller be- und entladen.

Auswirkung auf den Geschäftserfolg: 83 Prozent der Unternehmen, die vernetzte Objekte und Fahrzeuge zentral steuern, sprechen von einer besseren Umsatzentwicklung.

Cloud-Lösungen sind auch die Basis für den mobilen Zugriff auf wichtige Geschäfts- und Kundendaten – beim mobilen Zugriff ist die Branche mit einem Indexwert von 66 Punkten übrigens der Spitzenreiter.

Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: 79 Prozent der Firmen, die mobile Geschäftsanwendungen einsetzen, registrieren einen positiven Einfluss auf den Umsatz. Bei 81 Prozent der Unternehmen erhöht sich die Effizienz der internen Prozesse. 78 Prozent der Firmen sagen, dass Cloud-Lösungen die Verfügbarkeit und Performance der IT-Leistungen optimieren. 76 Prozent schätzen die Skalierbarkeit der Cloud-Anwendungen.

II. NEUE DIGITALE ANGEBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE

Die boomende Branche Logistik investiert verstärkt in die Digitalisierung und entwickelt neue Geschäftsmodelle, um sich im Wettbewerb besser zu positionieren. Drohnen, autonome Fahrsysteme und künstliche Intelligenz verändern die bisherigen Geschäftsprozesse in bislang nicht erlebtem Ausmaß. So setzen bereits heute viele Lager fahrerlose Staplersysteme und Lagerroboter ein. Weniger spektakulär, aber ebenfalls sehr effektiv, sind Online-Buchungs- und Optimierungsplattformen, über die die Unternehmen Transporte effizienter und kostengünstiger abwickeln. 25 Prozent der Unternehmen veredeln ihre Produkte bereits mit vernetzten und intelligenten Funktionen (Smart Products). Über ein Drittel der Unternehmen individualisiert seine Produkte und Services mithilfe von Daten und schneidet sie auf die Bedürfnisse der Kunden persönlich zu. Es ist davon auszugehen, dass transparente und vernetzte Supply Chains zu neuen Geschäftsmodellen führen werden, weil die Unternehmen mit der Digitalisierung stärker auf die Kundenwünsche eingehen können.

Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: Cloud-Anwendungen bilden die Basis, um neue digitale Services anzubieten. 70 Prozent der Transport- und Logistikunternehmen, die solche Cloud-Lösungen nutzen, bemerken einen positiven Einfluss auf die Entwicklung neuer Ideen und Innovationen, die das eigene Geschäft verändern.

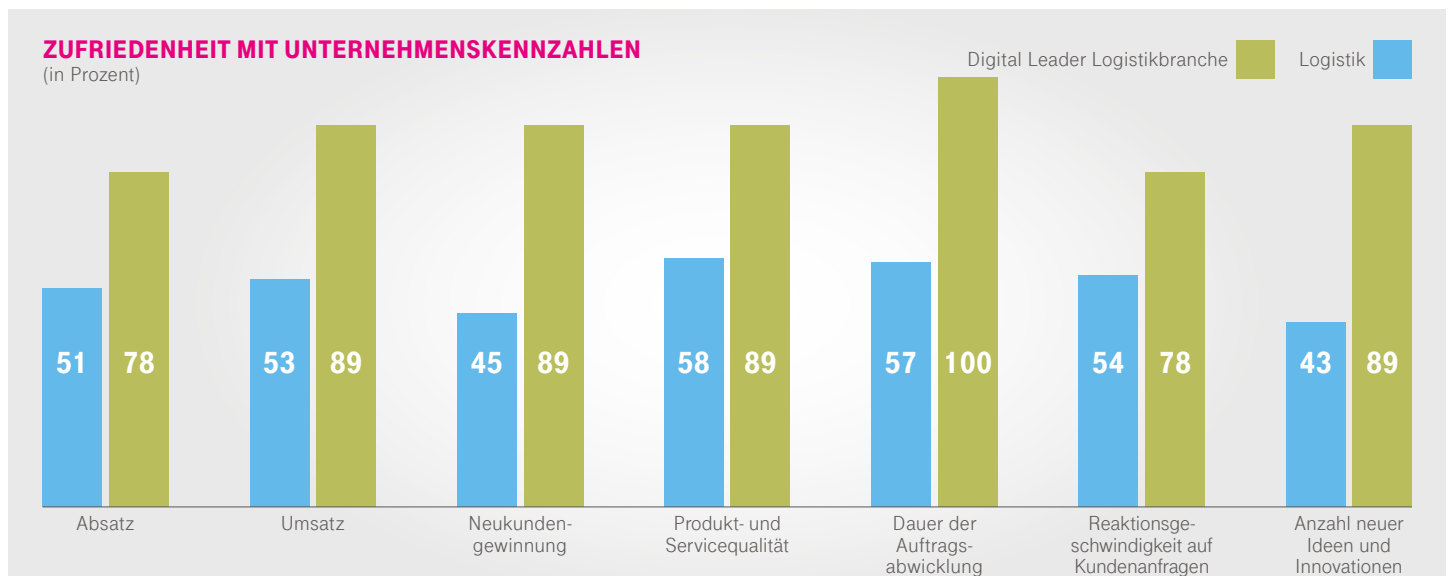


TRANSFORMATION ZAHLT SICH AUS

II. WER EINEN HOHEN DIGITALISIERUNGSGRAD BESITZT, IST ZUFRIEDENER MIT SEINEN UNTERNEHMENSKENNZAHLEN

Selbst in digitalen Vorzeigebereichen wie dem Transport- und Logistikgewerbe gibt es Digital Leader, die ein besonders hohes Digitalisierungstempo fahren und sich entsprechend früh transformiert haben. Sie erreichen einen Digitalisierungsindex von 89 Punkten und bewegen sich auf allen vier Handlungsfeldern um die 90 Punkte-Marke herum. Das gilt selbst für den Bereich der digitalen Angebote und Geschäftsmodelle, der den Unternehmen aller Branchen in der Regel die größten Schwierigkeiten bereitet.

Die digitale Konsequenz der Digital Leader zahlt sich aus: Sie sind mit den wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen wie Absatz, Umsatz, dem Gewinnen neuer Kunden oder der Produkt- und Servicequalität deutlich zufriedener als der Rest der Branche – und zwar um bis zu 46 Prozentpunkte. Sprichwörtlich hundertprozentig glücklich sind die Top-10-Prozent der Digitalisierer mit dem Tempo ihrer Auftragsabwicklung.



FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

Ohne Zweifel: Die Digitalisierung ist in der Transport- und Logistikbranche längst der Businessstreiber. Mithilfe neuer digitaler Technologien koordinieren viele Unternehmen ihren erheblichen Organisationsaufwand schon jetzt wesentlich effizienter. Sie haben vernetzte Prozesse aufgesetzt, ihre Lager optimiert und erschließen sich neue Transportwege und -möglichkeiten. Ihren Kunden bieten sie mehr Transparenz, in vielen Unternehmen wissen diese heute ganz genau, wo sich ihre Sendung zu jedem Zeitpunkt befindet. Die gute Konjunkturlage bildet gepaart mit der hohen Bereitschaft zur

digitalen Transformation eine ausgezeichnete Basis, um den Wandel engagiert voranzutreiben. Gerade neue digitale Geschäftsmodelle erhöhen die Wettbewerbsfähigkeit und sind eine wichtige Voraussetzung dafür, nicht von Konkurrenten abgehängt zu werden. Die Branche hat bereits einen hohen Bedarf an zusätzlichen IT-Kräften angemeldet, denn sie sieht, dass sich die digitale Konsequenz für die Unternehmen auszahlt. Die Digital Leader äußern sich viel zufriedener mit ihren Unternehmenskennzahlen als die übrigen Unternehmen und dienen diesen heute vielfach als Vorbilder.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

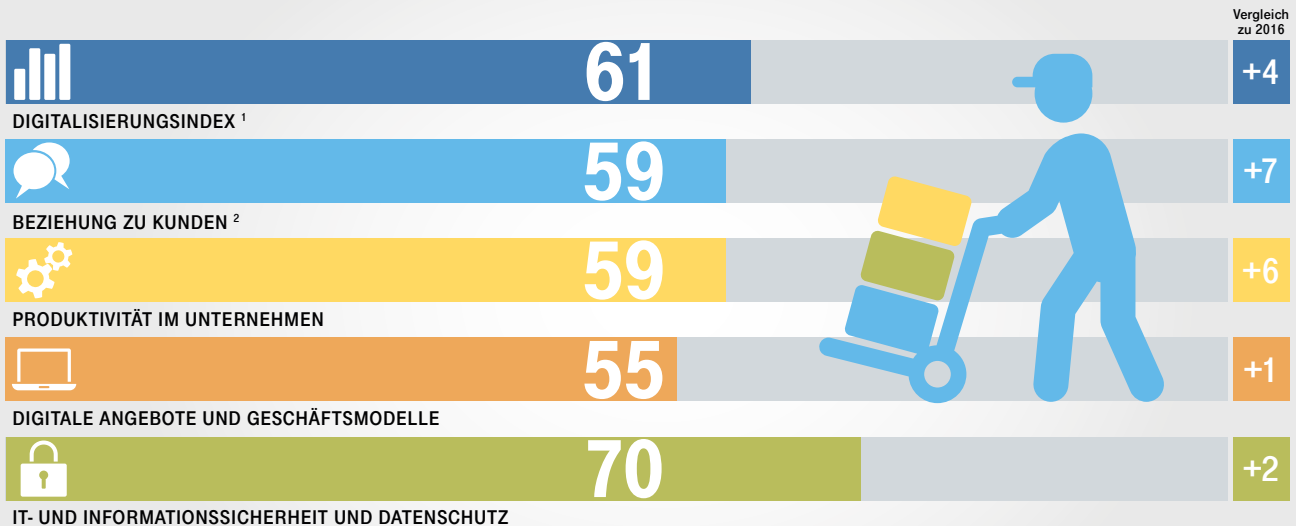
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

Das kostenfreie Online-Tool findet sich auf dem Studienportal www.digitalisierungsindex.de. Der Self-Check erlaubt auch den Wettbewerbsvergleich mit Unternehmen derselben Größe und Branche.

AUF EINEN BLICK: DIE DIGITALISIERUNG DES TRANSPORT- UND LOGISTIKGEWERBES

Digitalisierungsindex Mittelstand

SO DIGITAL IST DIE LOGISTIKBRANCHE



¹ Durchschnittlicher Digitalisierungsgrad der Logistik- und Transportbranche laut Digitalisierungsindex Mittelstand, max. 100 Punkte erreichbar

² Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern

WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, September 2017

Digitalisierungsindex Mittelstand

WELCHE AUSWIRKUNGEN HABEN DIGITALE MASSNAHMEN AUF DIE TRANSPORT- UND LOGISTIKBRANCHE?

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung



92%

der Unternehmen, die ihren Fuhrpark vorausschauend warten, steigern damit ihren Umsatz



81%

der Unternehmen arbeiten dank Cloudnutzung effizienter



100%

der Top-Digitalisierer sind mit dem Tempo ihrer Auftragsabwicklung zufrieden, im Durchschnitt nur 57 Prozent

WIE DIGITAL SIND SIE? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK AUF WWW.DIGITALISIERUNGSINDEX.DE

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand, Telekom Deutschland und technconsult, September 2017

ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo des Logistik- und Transportgewerbes und ist ein Teilbereich der Gesamtstudie [„Digitalisierungsindex Mittelstand“](#). Diese von techconsult im Auftrag der Telekom durchgeführte Studie untersucht, wie sich mittelständische Unternehmen der Digitalisierung stellen und wie weit sie dabei bereits gekommen sind. Dazu wurden knapp 2.000 Unternehmen aller Branchen befragt, wie sie selbst ihre Digitalisierungsbemühungen in den Bereichen Kundenbeziehung, Produktivität und Geschäftsmodell bewerten. Auf dem Studienportal www.digitalisierungsindex.de ist ein kostenfreies Online-Tool verfügbar, das es interessierten Unternehmen ermöglicht, den eigenen digitalen Reifegrad zu ermitteln und sich mit den Studienergebnissen zu vergleichen.

KONTAKT:

Deutsche Telekom AG
Corporate Communications

Tel.: 0228 181 – 4949
E-Mail: medien@telekom.de

WEITERE INFORMATIONEN FÜR MEDIENVERTRETER:

www.telekom.com/medien
www.telekom.com/fotos

ÜBER DIE DEUTSCHE TELEKOM

Die Deutsche Telekom ist mit über 165 Millionen Mobilfunkkunden sowie 28,5 Millionen Festnetz- und 18,5 Millionen Breitbandanschlüssen eines der führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Der Konzern bietet Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und internetbasiertes Fernsehen für Privatkunden sowie ICT-Lösungen für Groß- und Geschäftskunden. Die Deutsche Telekom ist in mehr als 50 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit mehr als 218.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte der Konzern einen Umsatz von 73,1 Milliarden Euro, davon hat der Konzern rund 66 Prozent außerhalb Deutschlands erwirtschaftet.

ÜBER TECHCONSULT

Als Research- und Analystenhaus ist techconsult seit über 25 Jahren der Partner für Anbieter und Nachfrager digitaler Technologien und Services. Analysen auf der Anwenderseite erlauben einen Einblick in die Problemfelder und Zukunftsvisionen der Unternehmen. Für ein realitätsnahes Bild sorgen dafür über 20.000 Interviews/Jahr mit Business- und IT-Entscheidern. In Verbindung mit dem permanenten Screening von Produkten und Serviceleistungen der Anbieter erfolgt die erfolgsorientierte Strategie- und Umsetzungsberatung. Auf digitalen Plattformen stellt techconsult Business- und IT-Entscheidern seit vielen Jahren themen-spezifische Assessment-Tools zur Problemfeld- und Positionierungsanalyse zur Verfügung. Die techconsult GmbH wird vom geschäftsführenden Gesellschafter und Gründer Peter Burghardt am Standort Kassel mit einer Niederlassung in München geleitet und ist Teil der Heise Gruppe.



ERLEBEN, WAS VERBINDET.