

Branchenkolloquium „Digitalisierung – Treiber für die Logistikbranche?“

Körner: Logistiker brauchen mehr Mut bei Digitalisierung

Berlin, 8. Juni 2016 – „Die Logistikbranche in Deutschland braucht beim Thema Digitalisierung mehr Mut, denn die Affinität, in den digitalen Wandel zu investieren, ist geringer als bei anderen Branchen. Heute ermöglicht die Digitalisierung auch kleinen Unternehmen Versuche und Tests, die nicht teuer sind“, so **Ivo Körner**, Geschäftsführer Vertrieb Branchenkunden, Vice President Enterprise Sales DACH IMT, IBM Deutschland GmbH und DVF-Präsidiumsmitglied, auf dem Branchenkolloquium der COMMERZBANK AG und dem Deutschen Verkehrsforum (DVF).

Der IBM-Vertriebschef motivierte die Branche, sich mehr bei der Einführung der Digitalisierung in ihren Unternehmen zu engagieren. Beispielhaft nannte Körner Cloud-Computing, das Möglichkeiten für Projekte schaffe, die vorher unmöglich waren, und für die Unternehmen sogar die Datensicherheit erhöhe.

Laut **Prof. Dr. Ulrich Müller-Steinfahrt**, Leiter des Instituts für angewandte Logistik (IAL), Hochschule Würzburg-Schweinfurt, stehe die Logistikbranche beim Digitalisierungsindex 2015 auf den unteren Rängen. Die Logistiker sollten Daten nicht als Belastung verstehen, sondern als Quelle für Wertschöpfung.

Die Branche stehe vor einem schwierigen Transformationsprozess, erklärte **Thomas Jarzombek, MdB**, Mitglied im Ausschuss „Verkehr und digitale Infrastruktur“ und internetpolitischer Sprecher der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag. „Es gibt aber gerade in Berlin viele Start-ups mit neuen Ideen. Etablierte Unternehmen und Start-ups sollten zusammen arbeiten und gemeinsame Geschäftsmodelle aufbauen. Der Staat wiederum darf die Start-up-Szene nicht zu sehr regulieren und mit Abgaben belegen.“

Körner ergänzte, dass die traditionellen Logistikunternehmen damit anfangen müssten, ihre Mitarbeiter zu qualifizieren, auch damit sie eine mögliche Scheu vor der Digitalisierung abbauen. Und neue Unternehmen sollten aktiv auf die Suche nach Partnerschaften gehen.

Das Wissen und die Einbindung der Mitarbeiter sei bei der Einführung von intelligenten Systemen im Unternehmen sehr wichtig, so **Dr. Clemens**

Das **Deutsche Verkehrsforum** ist die einzige verkehrsträgerübergreifende Wirtschaftsvereinigung in Europa. Unsere rund 170 Mitgliedsunternehmen wollen die Verkehrsbedingungen verbessern sowie die Mobilität in Deutschland und Europa sichern.

Beckmann, Executiv Vice President, Innovation Brief, Deutsche Post DHL. Zudem empfahl Beckmann, Digitalisierungsprojekte klein aufzubauen, da ein Systemwechsel auf einmal für ein gesamtes Unternehmen zu komplex werden kann.

„Die Digitalisierung ist ein Game-Changer und wird die Logistik und die Mobilitätsbranche fundamental ändern“, brachte DVF-Geschäftsführer **Thomas Hailer** die aktuelle Branchensituation auf den Punkt. „Es gibt viele Beispiele, wie tief die Digitalisierung bereits in den Logistiksektor eingedrungen ist und wo neue Projekte getestet werden. Autonomes Fahren, gerade im Bereich der Hafelogistik, die Verknüpfung von Informationsketten der jeweiligen Beteiligten am Logistikprozess wie Zoll, Lieferanten und Kunden oder das Forecasting zur Belieferung etwa von Drogeriemärkten sind nur einige Beispiele. Wichtig ist es jetzt, dass die Politik die rechtliche und tatsächliche Möglichkeit schafft, diese Entwicklung voran zu bringen. Dazu benötigen wir vor allem mehr Datensicherheit, bessere Datenverfügbarkeit, Ausbau der Datennetze jetzt mit 4G und später 5G sowie Datenschutz mit Augenmaß.“

„Durch Auswertung von Datensätzen, Erkennung von Mustern und Kombination von Daten aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen können wichtige Erkenntnisse zur Kundengewinnung und –bindung, zur Kostenreduktion und zu neuen Geschäftsmodellen gewonnen werden,“ führte **Holger Werner**, Bereichsvorstand Mittelstandsbank Ost, Commerzbank AG, weiter aus. Besonders interessant werde es, wenn Daten von außerhalb des Unternehmens, etwa Staudaten oder aus sozialen Netzwerken, in die Analysen einbezogen würden. „Zeit ist dann dabei kein kritischer Faktor mehr, denn die Sammlung und Auswertung der Daten erfolgt in Echtzeit“, so Werner weiter.

Man solle genau prüfen, wo welche Ware in welchem Zeitraum geliefert werden müsse, das gab **Jörg Frommeyer**, Vorsitzender des Vorstandes, COLO21 AG, zu bedenken. Die Luft im Sendungsvolumen müsse geringer werden und das Aufkommen dürfe sich nicht weiter atomisieren, sonst werde die Infrastruktur auf Dauer überlastet. Dank der Digitalisierung gebe es viele Möglichkeiten, die Lieferungen zu bündeln, indem genau segmentiert werde, welche Produkte wie schnell geliefert werden müssten.

Andreas Hämmerle, Chief Financial Officer, MTH Retail Group Holding GmbH, beleuchtete die Kostenseite im Online-Handel und kam zur Schlussfolgerung, dass die Logistik noch mehr an der Reduzierung ihrer eigenen Kostenstruktur arbeiten müsse. Denn beim Online-Handel zahle weder der Kunde noch der Online-Händler die Transportkosten. Diesen Posten würden meistens die Verkäufer schultern.