

Trends und Strategien in Logistik und Supply Chain Management

Studie zeigt Status einer nachhaltigen und digitalen Transformation

Die neue Ausgabe der Studie „Trends und Strategien in Logistik und Supply Chain Management“ liegt vor. Damit bekommen die Akteure des Wirtschaftsbereiches Logistik einen Wegweiser, der besonders in den unübersichtlichen Zeiten der Corona-Krise nützlich sein kann. Die Studie wurde erarbeitet von der BVL.digital GmbH in Zusammenarbeit mit und unter wissenschaftlicher Leitung von Prof. Dr. Dr. h. c. Wolfgang Kersten vom Institut für Logistik und Unternehmensführung an der TU Hamburg. Der Fokus lag auf den Themen digitale Transformation, Data Analytics und Nachhaltigkeit.

Rund 300 Logistiker wurden im Zeitraum zwischen dem 5. Februar und dem 11. März befragt – 16 Prozent davon aus dem Bereich Handel, der Rest zu gleichen Teilen aus Industrie und Logistikdienstleistung. Die Analysen beziehen sich vergleichend auf die vorangegangene Ausgabe der Studie aus dem Jahr 2016. Die Studie thematisiert die nachhaltige und digitale Transformation in Logistik und Supply Chain Management, bei der sowohl die Wertschöpfung als auch das Geschäftsmodell angepasst werden. Dabei liegt ein zentraler Erfolgsfaktor in der ganzheitlichen Berücksichtigung der Dimensionen Mensch, Technik und Organisation.

Interaktive Website erleichtert Einordnung

Auf der Website www.bvl-trends.de stehen die Studienergebnisse ab sofort zur Verfügung. Um sie zu veranschaulichen und die Einordnung zu erleichtern, finden sich dort passend zu den anhand der Befragung ermittelten Trends auch Praxisberichte und Statements von Experten, Podcasts, Auszüge aus Webinaren oder Inhalte von großen Logistikveranstaltungen wie dem Deutschen Logistik-Kongress. Außerdem stehen im Datacenter nützliche interaktive Grafiken zur Verfügung, zum Beispiel zu den Treibhausgasemissionen pro Land in Europa oder zur globalen Risikolandschaft 2020. „Die Erstellung der Website war ein kollaboratives Projekt, da wir von vielen Seiten aus dem BVL-Netzwerk wertvollen Input erhalten haben. Die Besucher der Website haben so die Möglichkeit, die Trends in ihren unterschiedlichen Facetten multimedial zu entdecken“, sagt Dr. Christian Grotemeier, Geschäftsführer von BVL.digital.

Befragte sehen mehr Chancen, weniger Risiken

„Die Studienergebnisse weisen unter anderem auf einen gewissen Handlungsdruck hin, beispielsweise bei der digitalen Transformation der Geschäftsmodelle – die Umsetzung ist nicht so weit vorangeschritten, wie wir erwartet hätten“, sagt Prof. Wolfgang Kersten über die Studie. Einige weitere Kernaussagen sind: Beinahe alle Logistiker verbinden mit der Digitalisierung hohe Chancen, aber auch Risiken. Während die Chancen leicht höher beurteilt werden, werden die Risiken etwas geringer eingeschätzt als noch im Jahr 2016. Die Befragten versprechen sich von der Digitalisierung sowohl Kostensenkungen als auch Erlössteigerungen und erwarten steigende Anforderungen an die Innovationsfähigkeit.

Die drei Top-Trends sind wie schon in 2016 Digitalisierung der Geschäftsprozesse, Transparenz in der Wertschöpfungskette und Kostendruck. Der Trend Nachhaltigkeit ist ebenfalls unter den Top-Ten, und fast die Hälfte der Unternehmen schätzt ihre entsprechende Anpassungsfähigkeit als hoch ein.

Umsetzungsstand der Digitalisierung relativ niedrig

Bei der Betrachtung des Status der Digitalisierung in den Unternehmen fällt auf, dass der Stand der Umsetzung relativ niedrig ist, trotz der hohen Relevanz, welche die Befragten diesem Trend einräumen. Das gilt insbesondere für Assistenzsysteme wie beispielsweise Pick-by-Vision/AR, welches rund ein Fünftel der Befragten umgesetzt hat. Letzter beim Umsetzungsstand trotz mittlerer Relevanzbewertung sind die autonomen Lkw/Pkw.

Bei den Zukunftstechnologien aus dem Bereich Datenanalyse besteht bei den Logistikern noch Nachholpotenzial. Beispielsweise wird Predictive Analytics zwar eine recht hohe Relevanz zugesprochen, der Umsetzungsstand bewegt sich dabei jedoch unter 50 Prozent.

Ein Fokus auf die Digitalisierung von Geschäftsmodellen lässt sich bei den Befragten derzeit nicht feststellen: 38 Prozent haben kein digitales Service-Angebot, jeweils mehr als die Hälfte haben keinen Geschäftszweig für digitale Dienstleistungen und Güter beziehungsweise kein digitales Geschäftsmodell. Im Vergleich zu 2016 ergeben sich kaum Unterschiede: 62 Prozent (2016: 58 Prozent) planen, ihr Angebot um digitale Services zu erweitern, 44 Prozent (2016: 39 Prozent) wollen ihr Geschäftsmodell um einen digitalen Geschäftszweig erweitern und 43 Prozent wollen ihr bestehendes Geschäftsmodell in ein digitales transformieren.

Nachhaltigkeit in der Verantwortung von Politik und Kunden

An der vertiefenden Untersuchung zur Nachhaltigkeit haben sich rund 100 Logistiker beteiligt, die zu je einem Drittel in Industrie, Handel und Logistikdienstleistung tätig sind. Im Ergebnis stellt sich unter anderem heraus, dass diese die größte Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Politik (82 Prozent) und den Endkunden (76 Prozent) sehen. Aber auch den Logistikdienstleistern (71 Prozent) und den Verladern aus Industrie und Handel (73 Prozent) wird eine hohe Verantwortung zugeschrieben.

Während den Befragten zum Beispiel die Relevanz einer Umrüstung der Lkw-Flotte auf alternative Antriebe schon bewusst ist, steht die Umsetzung noch am Anfang. Auf die Frage, welche Antriebstechnologie sich zukünftig durchsetzen wird, zeigt sich die Mehrheit vom Elektroantrieb für die Kurzstrecke und Wasserstoff für die Langstrecke überzeugt.

Rund ein Viertel der Befragten Logistikdienstleister erhält „mindestens häufig“ Anfragen für nachhaltigere Logistik und schätzt die Tendenz als steigend ein. Der gleiche Anteil an den befragten Verladern fordert bei sehr vielen Transportaufträgen Nachhaltigkeit von seinen Dienstleistern. Die Krux zeigt sich in der ökonomischen Dimension: Nur vier Prozent der Befragten schätzen die Bereitschaft ihrer Kunden, für Nachhaltigkeit einen Aufpreis zu bezahlen, als hoch oder sehr hoch ein.

Noch Potenzial bei Advanced Data Analytics

Rund 80 Logistiker beteiligten sich an der vertiefenden Betrachtung zu Advanced Data Analytics (ADA). ADA umfasst Methoden zur wertschöpfenden Analyse von Daten, die prädiktive und präskriptive Auswertungen ermöglichen, z.B. durch Text Mining oder maschinelles Lernen. Etwa ein Drittel der Befragten gab an, ADA nutzbringend einzusetzen. Obwohl beispielsweise maschinellem Lernen oder automatisierten Entscheidungen eine hohe Relevanz beigemessen werden, wird lediglich Descriptive Analytics (Statistik) in der Mehrheit der Unternehmen eingesetzt (61 Prozent).

Die größten Motivatoren, ein ADA-Projekt zu initiieren, sind die wertschöpfende Nutzung von Daten sowie der Wunsch nach mehr Transparenz bzw. mehr Verständnis für einen Bereich. Die drei hauptsächlichen Ziele sind es, Entscheidungen, interne Abläufe sowie bestehende Produkte und Services zu optimieren. Für die Umsetzung werden in vielen Fällen Experten eingebunden. Die Relevanz der technischen Erfolgsfaktoren wird hoch eingeschätzt, die der organisatorischen Faktoren geringer. Darin zeigt sich eine typische Schwäche – der bislang zu geringe Fokus auf die Organisation.

Die Studienergebnisse und alle weiteren Informationen finden sich online unter www.bvl-trends.de. In einem Video auf der Startseite spricht Prof. Wolfgang Kersten über die Beweggründe und gibt eine erste Einordnung der Ergebnisse. Studie und Website werden ab jetzt monatlich ergänzt, aktualisiert und mit Ergebnissen zu weiteren Trends ausgebaut.

Ansprechpartner:

Anja Stubbe

stellv. Pressesprecherin

Bundesvereinigung Logistik (BVL)

Tel.: 0421 / 173 84 23

stubbe@bvl.de; www.bvl.de/presse

Die 1978 gegründete **Bundesvereinigung Logistik (BVL) e. V.** ist eine gemeinnützige, neutrale und überwiegend ehrenamtliche Organisation. Als Plattform für Manager der Logistik in Industrie, Handel und Dienstleistung, für Wissenschaftler und Studierende bildet sie mit heute rund 11.300 Mitgliedern eine Brücke zwischen Wirtschaft und Wissenschaft und ist Podium für den nationalen und internationalen Gedankenaustausch zwischen Führungskräften aus Logistik und Supply Chain Management.