



DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND 2018

DER DIGITALE STATUS QUO IM DEUTSCHEN TRANSPORT- UND LOGISTIKGEWERBE



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SUMMARY

Transport, Verkehr und Logistik zählen wie schon in den Vorjahren weiterhin zu den digitalen Vorreitern der deutschen Wirtschaft. Die Branche erreicht 61 von 100 Indexpunkten und liegt damit sechs Punkte über dem Wert des gesamtwirtschaftlichen Durchschnitts. Die Digital Leader unter den Logistikern, also die zehn Prozent der Top-Digitalisierer der Branche, erreichen gar einen Indexwert von 91 Punkten. Weil sie auf ihrem Transformationsweg erheblich beschleunigt haben, sind sie mit ihren Geschäftskennzahlen wie Umsatz und Gewinn noch zufriedener als die übrigen Betriebe der Branche. Zu diesem Ergebnis kommt der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“. Diese Benchmarkstudie hat techconsult zum dritten Mal im Auftrag der Deutschen Telekom erstellt.

Ein Grund für das vergleichsweise hohe Digitalisierungstempo der Logistiker: Sie nutzen die Chancen der digitalen Transformation konsequent, um sich langfristig im in der Regel harten brancheninternen Wettbewerb zu behaupten. Konkret bedeutet das: Speditionen verfolgen mit M2M-Lösungen ihre Transportgüter, Logistikunternehmen nutzen zunehmend intelligente Sensorik, greifen über mobile Endgeräte auf ihre Daten zu oder erproben Prognose-Tools – und sehen in der Digitaltechnik noch große Potenziale, die es zu heben gilt. Erste Pilotprojekte mit Zustellrobotern oder autonom fahrenden Lkw zeigen, dass der Mittelstand die digitale Zukunft sehr ernst nimmt.

INHALT

- Die Transportbranche hat die Bedeutung der Transformation verinnerlicht
- Der digitale Reifegrad des Transport- und Logistikgewerbes
- Digitalisierung erhöht den Umsatz
- Digitalisierung lohnt sich
- Digitale Kompetenz als Wachstumsmotor
- Fazit

DIGITALISIERUNGS INDEX



METHODIK

Um den aktuellen digitalen Status quo mittelständischer Unternehmen zu ermitteln, befragte techconsult im Auftrag der Deutschen Telekom wie schon in den beiden Vorjahren auch im Sommer 2018 knapp 2.500 kleine und mittelständische Unternehmen verschiedener Branchen. Der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“ analysiert die Transformationsfortschritte auf folgenden Handlungsfeldern:

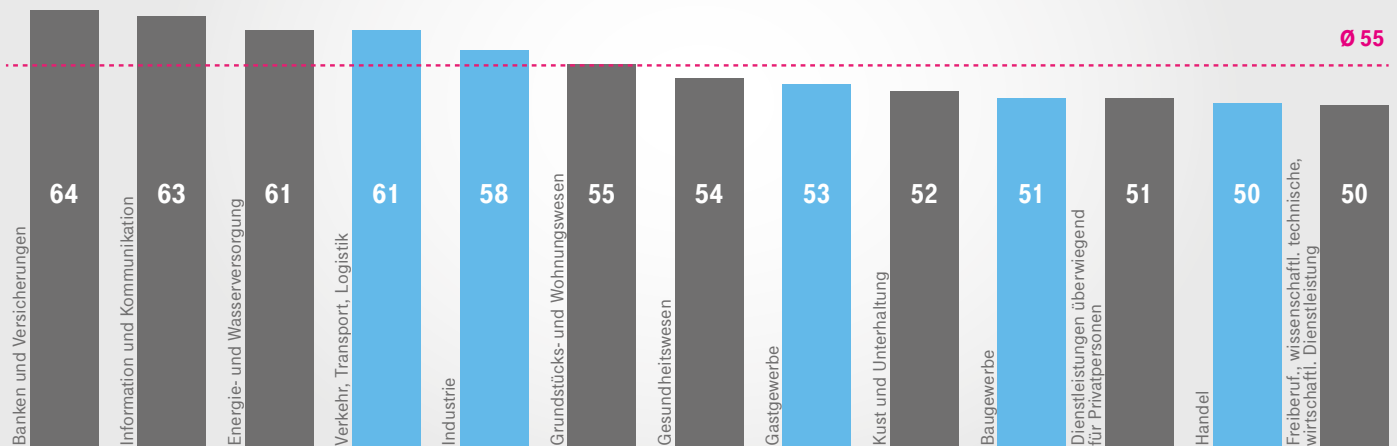
- Kundenbeziehungen und Services
- Produktivität im Unternehmen
- Digitale Geschäftsmodelle
- IT-Sicherheit und Datenschutz

Gesonderte Auswertungen liegen für folgende Branchen vor: Handwerk, Handel, Logistik, Gastgewerbe, Baugewerbe und Industrie.

DER DIGITALISIERUNGSGRAD IST NICHT IN ALLEN BRANCHEN GLEICH WEIT FORTGESCHRITTEN

DIGITALISIERUNGSINDEX MITTELSTAND: BRANCHENVERGLEICH

(in Punkten, max 100 Pkt. erreichbar)



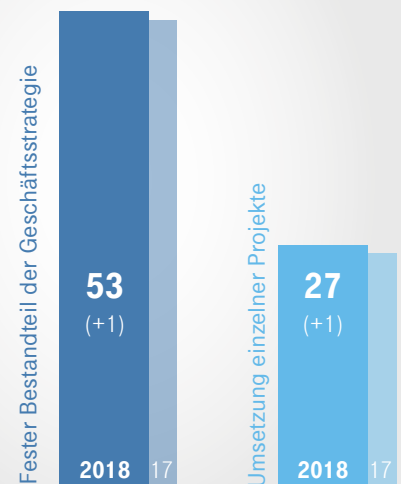
BEDEUTUNG DER TRANSFORMATION VERINNERLICHT

Sensorik ist das digitale Schlüsselsystem der Branche: Mittelständler überwachen Fuhrparks in Echtzeit und tracken ihre Warensendungen rund um den Erdball. Sensoren melden ihnen, welche Temperatur in den Containern herrscht, schlagen Alarm, wenn Unbefugte sich am Transportgut zu schaffen machen und unterstützen bei der intelligenten Routenplanung. Für die Branche ist es schlicht notwendig, sich mit den Herausforderungen und Möglichkeiten der Digitalisierung auseinanderzusetzen. Das zeigt eine Entscheidung von Lufthansa Cargo aus dem Frühjahr 2018: Das Unternehmen verlangt künftig eine Gebühr für papierbasierte Frachtbriefe. Der Grund: Papier hat keine Schnittstellen und gegenüber digitalen Varianten eine geringere Informations- und Servicequalität – seine Weiterverarbeitung ist deshalb teurer.

Wer sein eigenes Unternehmen digital auf Vordermann trimmt und den kulturellen Wandel vorantreibt, sollte diese Veränderungen auch ganz bewusst in seiner Geschäftsstrategie verankern. 53 Prozent der Befragten haben genau dies getan – gegenüber dem Vorjahr ein Plus von immerhin einem Prozentpunkt. Dabei zeigt die Studie einen deutlichen Zusammenhang mit der Unternehmensgröße. Bei Unternehmen mit 50 und mehr Mitarbeitern ist die Digitalisierung bei 62 Prozent der Befragten Teil der Geschäftsstrategie, bei kleineren Unternehmen mit bis zu 49 Mitarbeitern bei lediglich 34 Prozent. 27 Prozent der Unternehmen setzen einzelne Digitalisierungsprojekte um, 13 Prozent befinden sich in der Planungsphase. Sieben Prozent sind digitale Zauderer und stehen auf der Bremse: Sie scheuen die Investitionskosten oder haben Angst, die Datenhoheit zu verlieren.

WELCHE ROLLE SPIELT DIE DIGITALISIERUNG IN DER LOGISTIKBRANCHE

(in Prozent; Zu- und Abnahme in Prozentpunkten)



DER DIGITALE REIFEGRAD DER TRANSPORT- UND LOGISTIKBRANCHE

Schon in den Vorjahren hat sich die Transportbranche einen digitalen Vorsprung herausgefahren und liegt mit 61 Indexpunkten (sechs Indexpunkte über dem gesamtwirtschaftlichen Durchschnitt) vorn.

I. HÖHERE PRODUKTIVITÄT

Produktiver arbeiten: Das war das Hauptziel der Unternehmen im vergangenen Jahr. Im Index legten sie in diesem Bereich einen Punkt zu und liegen jetzt bei 60 Punkten.

Besonders weit ist die Branche beim Thema Versand- und Transportüberwachung von Waren in Echtzeit: 45 Prozent haben dafür digitale Lösungen implementiert, weitere 37 Prozent arbeiten daran. 40 Prozent der Befragten haben ihre Fahrzeuge vernetzt und können sie so zentral steuern und überwachen. Weitere 40 Prozent sind in der Umsetzungsphase.

Signifikant verbessert hat sich seit dem Vorjahr auch das Thema Business Intelligence und Analytics: 37 Prozent werten Unternehmensdaten systematisch aus (2017: 26 Prozent). Weitere 40 Prozent befinden sich in der Umsetzungsphase. 40 Prozent warten ihre Maschinen und Anlagen vorausschauend (2017: 31 Prozent), 35 Prozent arbeiten an der Predictive-Maintenance-Umsetzung.

Auch das Internet der Dinge macht das Transportwesen intelligenter und erfolgreicher. Mit den Verkehrsdaten ihrer vernetzten Lkw können die Betriebe ihre Routen besser planen, behalten mit Sensordaten verderbliche Fracht genauer im Auge. 35 Prozent der befragten Unternehmen nutzen bereits die IoT-Technologie, weitere 29 Prozent arbeiten an der Nutzung von intelligenten und vernetzten Produkten und Geräten.

Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: 87 Prozent haben ihre internen Prozesse verbessert, weil sie ihre Produktionsanlagen oder Fahrzeuge vernetzen und so zentral steuern können. Ebenfalls 87 Prozent haben dadurch ihre Kosten optimiert. 88 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass sich die Qualität ihrer internen Prozesse verbessert hat, weil sie mobil auf ihre Geschäftsanwendungen wie zum Beispiel die Auftragsverwaltung zugreifen können.

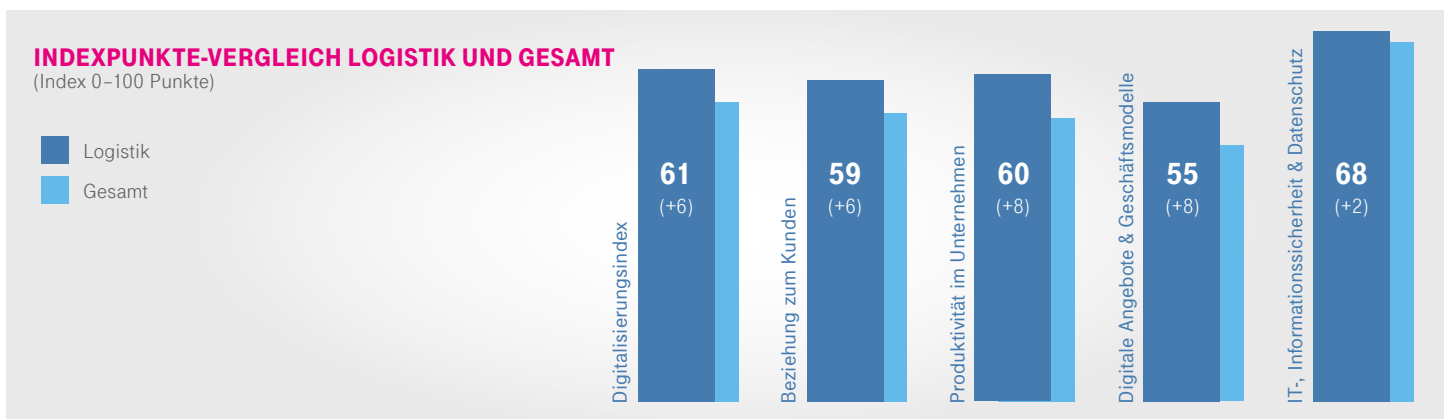
II. DIGITALE ANGEBOTE UND GESCHÄFTSMODELLE

Mit digitalen Angeboten und Geschäftsmodellen tun sich Unternehmen aller Branchen am schwersten. Schließlich geht es in diesem Bereich nicht nur darum, die vorhandenen Prozesse zu digitalisieren. Vielmehr müssen die Unternehmen dafür ihr traditionelles Geschäftsmodell überdenken. Logistiker beweisen hierbei besonderen unternehmerischen Mut und erreichen mit 55 Indexpunkten auf diesem Feld acht Punkte mehr als der gesamtwirtschaftliche Durchschnitt.

Mit Onlinebuchungs- und Optimierungsplattformen können die Unternehmen ihre Transporte kostengünstiger abwickeln. Teilweise veredeln sie ihre Angebote mit vernetzten und intelligenten Funktionen und bieten ihren Kunden damit smarte Produkte.

Bei der Umstellung des Vertriebsmodells auf Onlinekanäle nimmt die Branche mit 30 Prozent eine Vorreiterrolle ein. 35 Prozent arbeiten noch an der Umstellung.

Mittels App einen Fahrdienst rufen oder auf dem Smartphone überprüfen, ob es zu Verspätungen im Nahverkehr kommt: Das machen daten- und dienstebasierte Services möglich. Ein weiteres Beispiel ist das datengestützte Dokumentenmanagement, das eine papierlose Transportabwicklung ermöglicht und die Disposition sicherer und effizienter macht. 36 Prozent der Betriebe bieten solche Services bereits an, weitere 38 Prozent sind an diesem Thema schon dran.



Auch Big Data ist ein großes Thema für die Branche: Mit der Vernetzung ist das Datenvolumen stark angestiegen. Die Daten aus Fahrzeugen, von mobilen Endgeräten, von Fördertechnik sowie von Sensoren in Umschlagshallen, Lagern und Fahrzeugen liefern ein lückenloses Bild der Logistikprozesse und schaffen mehr Transparenz in der Lieferkette. 24 Prozent haben Big Data Analytics im Einsatz, 32 Prozent der befragten Unternehmen sind an der Umsetzung.

Big Data Analytics und viele andere digitale Technologien setzen die Cloud voraus. Viele mittelständische Unternehmen haben mit ihr gute Erfahrungen gemacht.

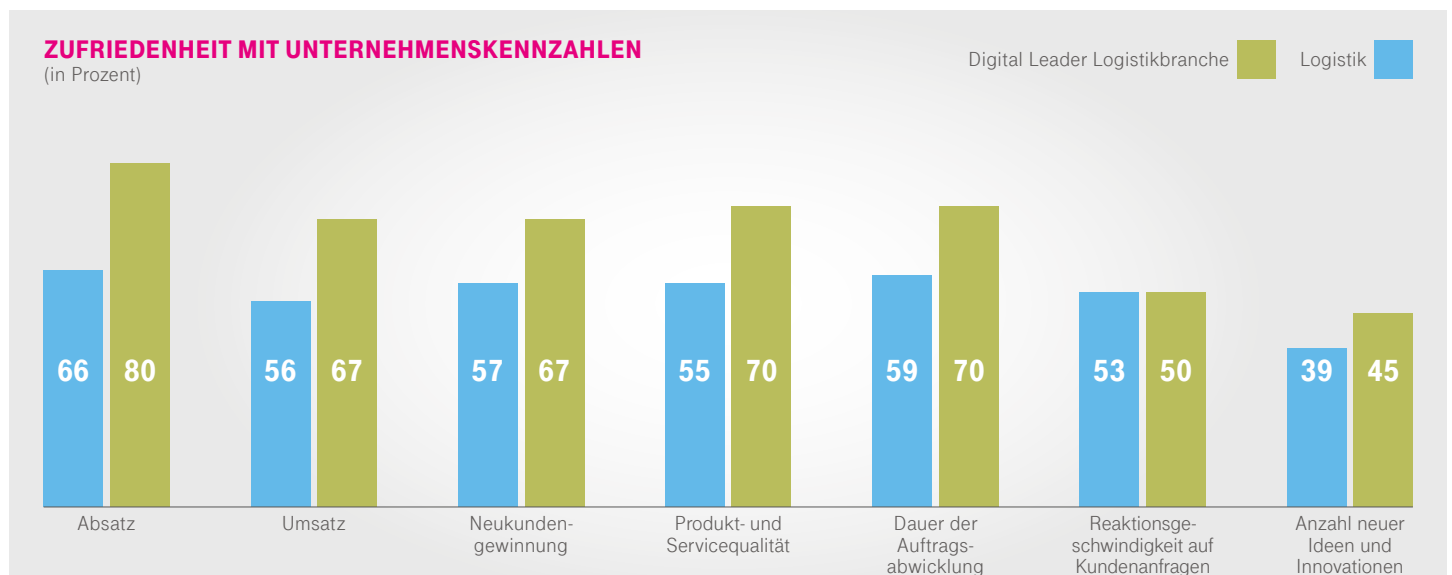
Auswirkungen auf den Geschäftserfolg: 89 Prozent der befragten Unternehmen haben mit der Cloud effizientere interne Prozesse und eine flexiblere Organisation geschaffen. 87 Prozent haben so ihre Kosten optimiert.

Obwohl Cloud-Dienste Unternehmen produktiver machen, nutzen sie erst 32 Prozent der Befragten vollständig. Selbst dieser Wert bedeutet indes einen erheblichen Anstieg: 2017 bezogen erst 20 Prozent der befragten Unternehmen IT-Infrastrukturen wie Rechen- oder Speicherleistungen aus der Cloud.

DIGITALISIERUNG ERHÖHT DEN UMSATZ

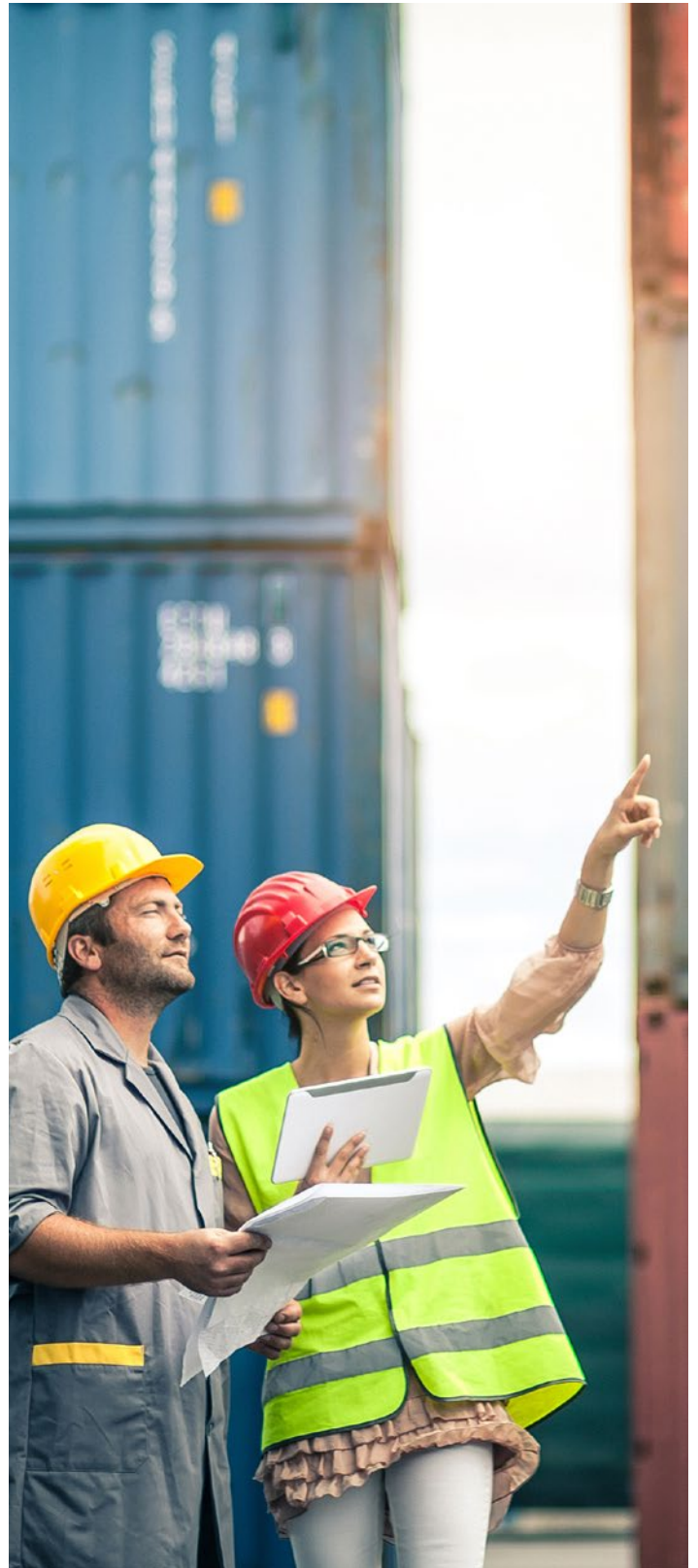
Dass sich Digitalisierung lohnt, zeigt nicht zuletzt ein Blick auf die Digital Leader unter den Logistikern: Sie liegen mit 91 Indexpunkten 30 Punkte über dem Durchschnitt der Branche – und sind auch mit ihren Unternehmenskennzahlen viel zufriedener. So konnte unter den digitalen Vorzeigeunternehmen jeder zweite Betrieb seinen Umsatz um mindestens zehn Prozent steigern. Im Branchendurchschnitt kann dies nur jedes fünfte Unternehmen von sich behaupten.

Ein ähnliches Bild beim Absatz: 80 Prozent der Digital Leader sind damit zufrieden, aber nur 66 Prozent der übrigen Mittelständler des Transport- und Logistikgewerbes. Digitalisierung, so zeigt die Studie, macht schneller: So sind 70 Prozent der Digital Leader mit der Dauer der Auftragsabwicklung zufrieden – im Branchendurchschnitt beträgt der Anteil 59 Prozent.



DIGITALE TRANSFORMATION LOHNT SICH

Klar ist: Digitalisierung gibt es nicht geschenkt. Wer von den Vorteilen eines lückenlos vernetzten Fuhrparks profitieren will, muss erst einmal investieren. Auch Fahr- und Assistenzsysteme, Roboter, Augmented-Reality-Lösungen oder gar autonome Fahrzeuge oder eine Supply Chain, die dank digitaler Lösungen transparenter wird, gibt es nicht zum Nulltarif. Der „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“ aber zeigt: Investitionen in solche digitalen Lösungen lohnen sich. Heißt: Der Nutzen übersteigt die getätigten Kosten. Bei 37 Prozent der befragten Unternehmen ist das bereits der Fall. Noch deutlicher wird dies bei den Top-Digitalisierern: Hier sprechen sogar 55 Prozent von einem digitalen Mehrwert. Bei weiteren 45 Prozent halten sich Kosten und Nutzen zumindest schon die Waage. Klar ist: Bei wem sich die digitale Transformation schon heute auszahlt, gehört auf jeden Fall zu den digitalen Tempomachern und ging die Transformation früh und konsequent an.



DIGITALE KOMPETENZ ALS WACHSTUMSMOTOR

Wer mit digitalen Innovationen wettbewerbsfähig bleiben oder sich gar zum modernen Vorzeigeunternehmen entwickeln möchte, braucht Mitarbeiter mit digitalem Know-how und Transformationswillen. Denn keine noch so gute IT-Abteilung kann ein Unternehmen allein in die digitale Zukunft führen. Auch diese Erkenntnis hat sich bei den Transport- und Logistikunternehmen früher durchgesetzt als in anderen Branchen. Viele Betriebe haben darauf bereits reagiert und in die digitale Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investiert. Das Ergebnis: Heute halten 44 Prozent der Befragten ihre Mitarbeiter für optimal qualifiziert, um die digitale Transformation des Unternehmens voranzutreiben. Im Gesamtdurchschnitt aller Branchen sind es nur 35 Prozent.

Gleichwohl haben natürlich auch die Beschäftigten der Transport- und Logistikbranche Schulungsbedarf in Sachen digitaler Kompetenz. Darunter sind sowohl die Fähigkeiten im Umgang mit neuen Technologien als auch eine positive Haltung gegenüber digitalen Neuerungen zu verstehen. 58 Prozent der befragten Unternehmen stufen den kontinuierlichen Aufbau digitaler Kompetenzen als entscheidenden Erfolgsfaktor ein. Das sind elf Prozent mehr als im Gesamtdurchschnitt. Die Konsequenz: Jedes zweite Unternehmen der Branche schult das digitale Know-how von Führungskräften und ausgewählten Mitarbeitern. Schwerpunkte legen die Unternehmen dabei auf Kenntnisse zu Datensicherheit und Datenschutz sowie IT-Sicherheit und auf den sicheren Umgang mit digitalen Geräten und Anwendungen. Die Unternehmen erwarten aber auch ein Verständnis für Daten – und die Bereitschaft auf jedwede Veränderung künftig schnell zu reagieren.

AUFBAU DIGITALER KOMPETENZEN IN DER LOGISTIK

(In Prozent)

Wir schulen unsere Führungskräfte oder ausgewählte Mitarbeiter zum digitalen Kulturwandel

51

Wir bieten interne Schulungsmaßnahmen an

50

Wir informieren unsere Mitarbeiter kontinuierlich über unsere Digitalisierungsstrategie und entsprechende

44

Wir nutzen das Intranet zum Aufbau von Communities und den internen Wissensaustausch

30

Wir bieten externe Schulungsmaßnahmen an

29

Wir führen digitale Testprojekte durch, um durch „Learning by doing“ die praktische Umsetzung voranzutreiben

22

Keine solche Vorbereitung

18

FAZIT

Wie in den Vorjahren zählt das Transport- und Logistikgewerbe in der Studie „Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“ erneut zu den Tempomachern. Diesen Vorsprung dürfte die Branche so schnell nicht einbüßen, hat doch mehr als jedes zweite Unternehmen die Digitalisierung inzwischen in seiner Geschäftsstrategie implementiert. Auch die Zahl der Betriebe, die ihre Mitarbeiter digital weiterbilden wollen, um im Unternehmen auf breiter Basis digitale Kompetenz aufzubauen, ist höher als in vielen anderen Branchen

des deutschen Mittelstands. Heißt: Viele Logistiker wissen, dass sich die Digitalisierung mittel- und langfristig für sie auszahlt. Dass sie aber in neue digitale Technologien und in die Weiterbildung ihrer Beschäftigten investieren müssen, wenn sie ihren Kunden erfolgreich neue digitale Dienstleistungen anbieten möchten.



WO STEHT IHR UNTERNEHMEN? MACHEN SIE DEN SELF-CHECK

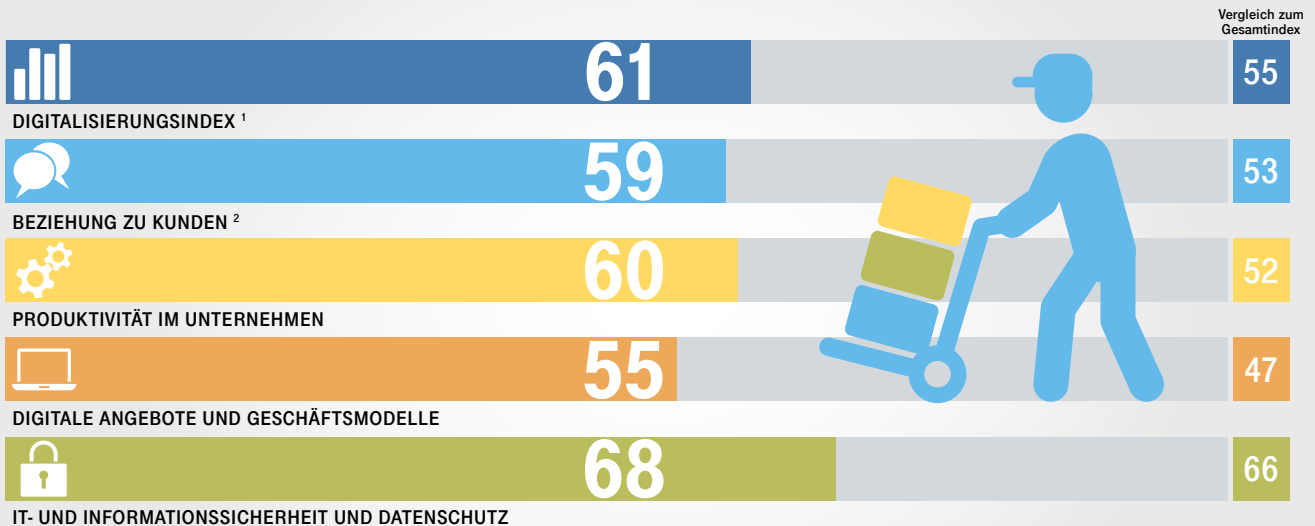
Die Ergebnisse des Digitalisierungsindex bilden die Basis für den Self-Check, mit dessen Hilfe interessierte Unternehmen den eigenen Digitalisierungsgrad in wenigen Minuten ermitteln können.

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 2018

SO DIGITAL IST DIE LOGISTIKBRANCHE



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

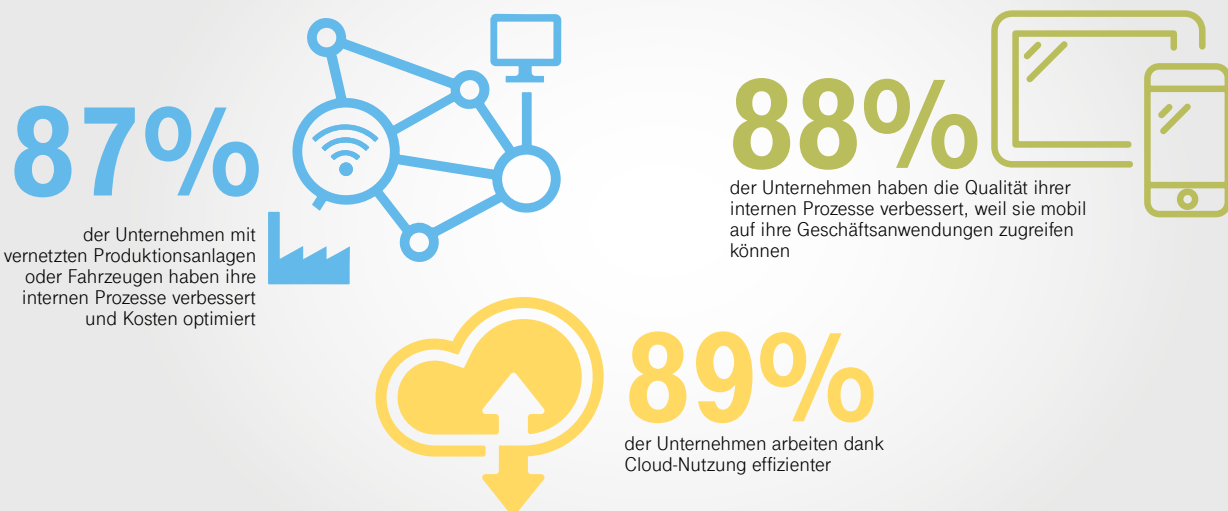
² Digitalisierungsgrad in verschiedenen Handlungsfeldern

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

Digitalisierungsindex Mittelstand 2018

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

Basis: Unternehmen mit digitaler Umsetzung



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

ÜBER DEN DIGITALISIERUNGSINDEX

Die vorliegende Branchenstudie analysiert den digitalen Status quo des Logistik- und Transportgewerbes und ist ein Teilbereich der Gesamtstudie [„Digitalisierungsindex Mittelstand 2018“](#). 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 2.500 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 – 49494

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 168 Millionen Mobilfunkkunden sowie 28 Millionen Festnetz- und 19 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 rund 218.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017 erzielte der Konzern einen Umsatz von 74,9 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.

Stand: November 2018



ERLEBEN, WAS VERBINDET.