

A green background with a pattern of small, light green dots. Overlaid on this is a network diagram consisting of several larger, darker green dots connected by thin, light green lines, forming a complex web-like structure.

STÜCK GUT REPORT 2024

INHALT

03 VORWORT	S. 3
04 DIE BEDEUTUNG DER STÜCKGUTLOGISTIK	S. 4–5
05 NG.NETWORK TRENDRADAR STÜCKGUT 2024	S. 6–9
06 MEGATRENDS IM STÜCKGUT: MARKTANALYSE	S. 10–13
07 HANDLUNGSFELDER	
Fachkräftemangel: Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit! Andreas Rinnhofer, INN-ovativ	S. 14–15
Logistik im digitalen Zeitalter: Erfolgsstrategien für den Mittelstand im Stückgutbereich Prof. Dr. Nils Finger, CBS International Business School	S. 16–18
Digitalisierungsinitiative: die digitale Glaskugel bei NG.network Steffen Landsiedel, NG.network	S. 19
Effizienzsteigerung durch präzise Planung Sabrina Strätz, EIKONA	S. 20–21
CSR bei Logistik- und Transportunternehmen Jessica Kölmel & Dirk Lohre	S. 22–24
Nachhaltige Kundenbindung: Verantwortung und Erwartung Stephan Opel, NG.network	S. 25
Emissionstransparenz im Stückgut: Realität oder Wunschdenken? Tobias Bohnhoff, shipzero	S. 26–27
Drive low — Load high. Optimierte Logistik durch Elektro-Lowliner Christian Mascarenhas, Designwerk	S. 28–29
Schmale Margen und gewinnbringende Investitionen: Kosten und Chancen im Stückgut Stephan Opel, NG.network	S. 30–31
08 FAZIT	S. 32

VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

die Logistikwelt sieht sich mit immer neuen Herausforderungen konfrontiert. Manche davon lassen sich auf einen einzelnen Schlüsselmoment zurückführen. Ein solcher Dominostein, der eine Kette an Konsequenzen globalen Ausmaßes verursachte, war beispielsweise die Blockade im Suezkanal. 2021 wurden so die Komplexität und Fragilität unserer Supply Chains überdeutlich. Der Ursprung anderer Herausforderungen ist diffuser und weniger konkret, wie die Auswirkungen der Covid-Pandemie, der Klimakatastrophe oder des demografischen Wandels. Diese Events und ihre Konsequenzen gehen auf eine Vielzahl von scheinbar unzusammenhängenden Entscheidungen und Geschehnissen zurück. Und auch sie hinterlassen deutliche Spuren im Alltag von Logistiker:innen, sei es in Form der Mengenschwankungen oder Versorgungsengpässe, des Fachkräftemangels oder der steigenden Kosten.

Doch die Logistik ist innovativ: Mit jeder neuen Herausforderung und jedem identifizierten möglichen Ursprung derer entstehen kreative Ideen und Lösungsansätze. Der NG.network Stückgutreport beschäftigt sich mit den Megatrends in der Stückgutlogistik — und zeigt zusammen mit Expert:innen nicht nur Handlungsfelder, sondern auch —empfehlungen auf.

Als Geschäftsführer des Stückgutnetzwerks NG.network freue ich mich deshalb besonders, Ihnen die erste Ausgabe des NG.network Stückgutreports präsentieren zu dürfen.

Stephan Opel, Geschäftsführer NG.network



Die Bedeutung der Stückgutlogistik — jetzt und in Zukunft

Die Stückgutnetzwerke in Deutschland sind **Hidden Champions**. Vielen ist nicht bewusst, was dieses in der Logistik relativ kleine Segment zu leisten vermag: Eine Lieferung in 24 Stunden an jede Adresse in Deutschland, ein Transport von allem, was auf eine Palette passt (und darüber hinaus), die schnelle Reaktion auf Kundenbedürfnisse, die lückenlose Informationsbereitstellung über Ort, Status und Inhalt der Sendung etc. Stückgutnetzwerke bieten ihren Kunden die Flexibilität, die in den volatilen Zeiten für eine wettbewerbsfähige Marktpositionierung notwendig ist. Auch wenn die Anforderungen der Kunden perspektivisch noch weiter steigen (wovon rund 85 % der Befragten ausgehen, siehe S. 11), die Stückgutunternehmen begegnen diesen Anforderungen proaktiv — und werden das auch zukünftig tun.

Insbesondere **Reaktionsfähigkeit und Schnelligkeit** in den Prozessen sowie **Informationsbereitstellung und Transparenz** sind gefordert, damit die Produktion planmäßig läuft — und die (Grund-) Versorgung aufrechterhalten wird.

Dafür investieren die Stückgutunternehmen kontinuierlich in operative Produktivitätssteigerungen und die Digitalisierung der Abläufe, um die **Leistungsfähigkeit** der Netzwerke zu sichern. Gewiss ist dies auch ein Grund, dass trotz der aktuell angespannten wirtschaftlichen Lage und der vorsichtigen Prognosen die Mehrheit der Befragten (knapp 74 %) mit einem eher höheren Sendungsvolumen in Zukunft rechnen.

Erfreulich ist, dass im Stückgut nicht nur innovative Logistikunternehmen zu finden sind. Auch agieren sie **mutig und zukunftsorientiert**, wenn es um neue Technologien sowie den Einsatz von Automatisierungslösungen und künstlicher Intelligenz zur Optimierung der Prozesse geht. Im Bereich der Nachhaltigkeit zeichnen sich Faktoren wie die Erfassung konkreter Emissionsdaten und die Investition in

Fahrzeuge mit alternativen Antrieben als Schlüssel zur Realisierung der Nachhaltigkeitsstrategien des eigenen Unternehmens und der der Kunden ab. So entstehen zudem neue Angebote und das Leistungsportfolio wächst.

NG.network ist aufgrund seiner besonderen Struktur aus starken regionalen Partnern und großen Gesellschaftern ein extrem leistungsstarkes, resilientes Netzwerk. Das Zusammenspiel von **regional verwurzelten** mittelständischen und **weltweit vernetzten** großen Unternehmen stellt einen wichtigen Erfolgsfaktor dar. Die anti-fragile Struktur ermöglicht es dem System, auch bei präzedenzlosen Ereignissen Kunden, Partner und Mitarbeitende durch schwierige Situationen zu bringen.

Jetzt wird ein nächster Schritt in der Erfolgsgeschichte der Logistik allgemein und insbesondere im Stückgutsegment angegangen: In einem volatilen, unsicheren, komplexen und mehrdeutigen Umfeld (auch **VUCA**-Welt genannt) kommt jedes Unternehmen an die Grenzen der Leistungsfähigkeit. Und zu einer Erkenntnis: Nicht alle Herausforderungen können allein gelöst werden. Nicht nur, dass es zu viele Dimensionen zu berücksichtigen gibt (in der Theorie zum Supply Chain Management wird oft von 14 gesprochen). Auch können unternehmenszentrierte Entscheidungen zu einer Eigendynamik führen, die die Herausforderungen eher vergrößert (der Bullwhip-Effekt ist ein altbekanntes und immer noch unterschätztes Phänomen).

Folgerichtig ist es notwendig, dass Anstrengungen auf dem Weg zu effizienten und kostengünstigen Prozessen, zu neuen Angeboten und Dienstleistungen für die Kunden sowie zu klimaneutralem Transport und Logistikimmobilien **kooperativ** und in gemeinsamer Abstimmung zwischen allen Akteuren in der gesamten Logistikkette erfolgen müssen. Darunter fällt nicht nur die

Zusammenarbeit zwischen Logistikunternehmen, Industrie und Handel. Unternehmen im Stückgutsegment sollten im Hinblick auf Innovationen gleichermaßen enger zusammenarbeiten. Insbesondere mittelständische Unternehmen haben vor dem Hintergrund der niedrigen Margen wenig Spielraum bei den Investitionen und müssen sich bei Entscheidungen über den Erfolg sicher sein. Dies kann über gemeinsame Projekte gelöst werden. Als Plattform dafür bieten sich **Stückgutkooperationen** wie NG.network an.

Der NG.network Stückgutreport 2024 zeigt eindrücklich, dass Bemühungen im Bereich der Digitalisierung und Automatisierung sowie Anstrengungen in Richtung nachhaltiges Wirtschaften trotz der aktuell schwierigen wirtschaftlichen Lage gemeinsam verstärkt werden können — und müssen. Es ist jetzt an der Zeit, mit Partnern, Dienstleistern und Kunden ins Gespräch zu kommen, um die Ziele gemeinsam erreichen zu können. Denn die Relevanz der Stückgutlogistik wird in Zukunft noch zunehmen. Und die Welt wird nicht weniger VUCA, sondern mehr.

Wenn Sie nicht schon vorher dieser Überzeugung waren, lassen Sie sich vom Inhalt der folgenden Seiten überzeugen.

Ihr
Christian Kille



Prof. Dr.
Christian Kille

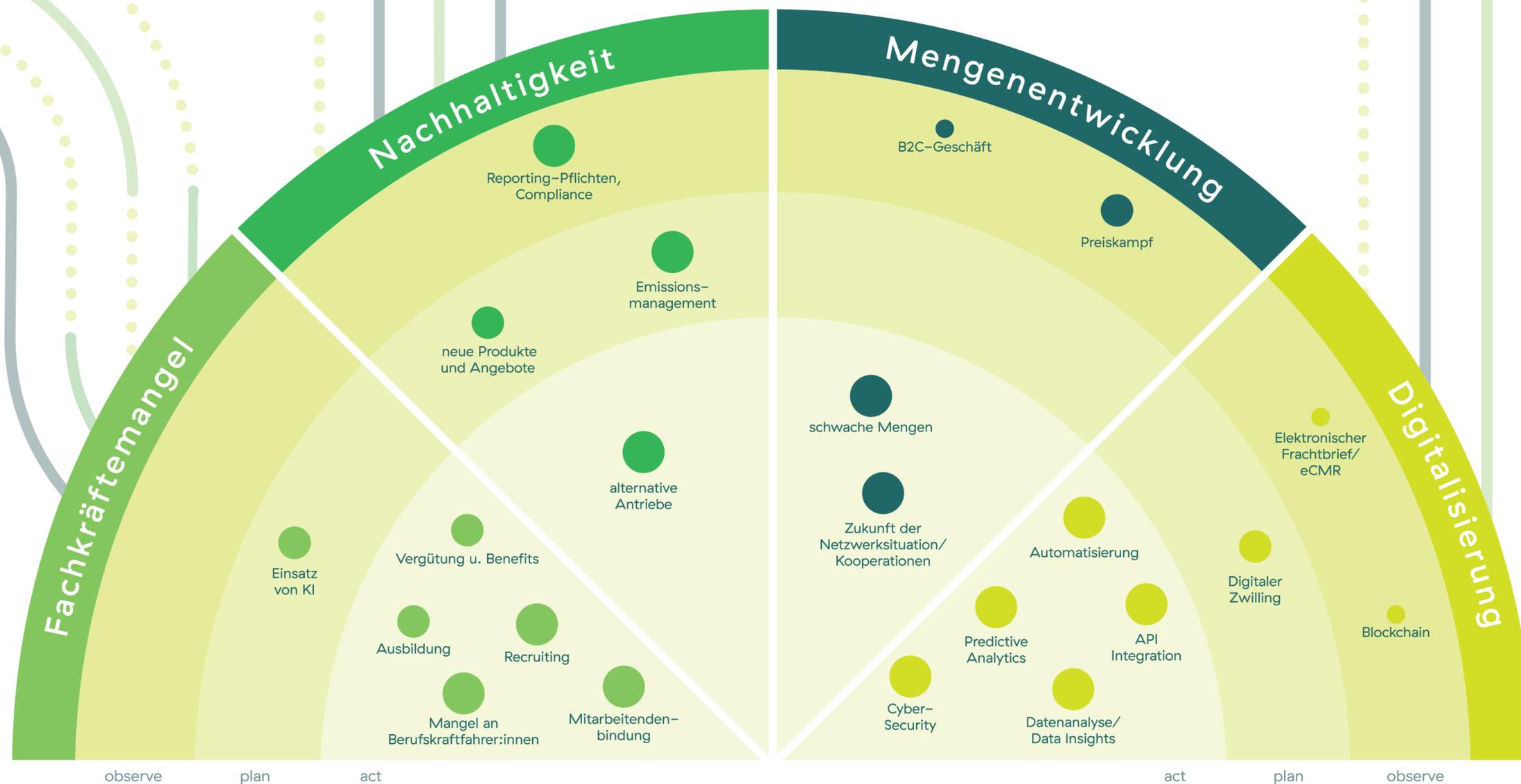
ist seit 2011 Professor für Handelslogistik und Operations Management an der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt und aktuell Leiter des Studiengangs Bachelor Betriebswirtschaft. Weiterhin ist er Gastdozent bei der TU München für Vorlesungen in Singapur, Marktanalyst der Bundesvereinigung Logistik e.V., Mitglied in der Jury der „Logistik Hall of Fame“ und des „Logix Deutscher Logistikimmobilien Award“ (Vorsitzender).

Kontakt:
Technische Hochschule THWS
Institut für Angewandte Logistik (IAL)
Münzstr. 12 | 97070 Würzburg
+49 (0) 151-11231233
E-Mail: christian.kille@thws.de



Das NG.network TRENDRADAR 2024

Das NG.network TRENDRADAR 2024



Die aktuellen Megatrends in der Logistik stehen fest: Mengenentwicklung, Fachkräftemangel, Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Diese Trends sind weder schnelllebig noch trivial, im Gegenteil: Sie haben deutliche und nachhaltige Auswirkungen für die Logistik.

Doch wie groß ist ihr Impact, also ihre Auswirkung auf den deutschen Stückgutmarkt, wirklich? Und bei welchen Themen ist es höchste Zeit zu handeln? Im NG.network Trendradar 2024 wird eine Auswahl an zu den Megatrends gehörenden Themen mit Fokus auf Netzwerksteuerung und -entwicklung analysiert und kategorisiert. Die Kategorisierung beruht dabei nicht nur auf Experteneinschätzungen. Zusätzlich wurde eine qualitative Trendforschung durchgeführt, bei der zahlreiche Quellen, zum Beispiel Fachmedien und Statistiken, untersucht, ausgewertet und in die Entwicklung des Trendradars integriert wurden.

Automatisierung

Im kaufmännischen und strategischen Bereich, aber auch bei der Planung spielt die Automatisierung bereits eine nicht zu unterschätzende Rolle. Für NG.network trifft das beispielsweise aber auch für die Netzwerkplanung zu, für die eine KI ausgefeilte Simulationen erstellt.

Einsatz von KI

Künstliche Intelligenz, kurz KI, ist 2024 auf dem Vormarsch. Auch im Stückgut wirken sich die neuen Tools in vielen Bereichen aus: Perfekt trainierte Algorithmen erledigen beispielsweise schon heute zahlreiche Aufgaben innerhalb der Disposition. Der Aufwand für die Mitarbeitenden wird reduziert, und Jobs werden von künstlich intelligenten „Kollegen“ übernommen. In Zeiten des Fachkräftemangels geht es keinesfalls um den Wegfall, sondern vielmehr das Füllen von Stellen. So verändern sich auch die Berufsbilder: Soziale Fähigkeiten, die keine KI erlernen kann, sowie das nötige technische Know-how gewinnen an Bedeutung.

Datenanalyse

Daten sind das neue Gold! Daten werden gemessen, verkauft, geleakt. In der Logistik genau wie in anderen Wirtschaftsbereichen sind Daten vor allem dann wertvoll, wenn sie durch eine Analyse aufgewertet und zu Insights, also Erkenntnissen, umgewandelt werden. Die Visualisierung von Daten kann zudem helfen, Trends und Muster erkennbar zu machen. Wie zum Beispiel über die NG.Boards, über die alle Netzwerkpartner aussagekräftige, über Power-BI visualisierte Statistiken einsehen können. Im Stückgut werden so die exaktere Planung und ein lückenloseres Monitoring möglich. Die NG.network-Zentrale ist durch den Einsatz der digitalen Lösung Supply Chain Suite zum Beispiel viel näher am Betrieb – und kann rechtzeitig unterstützend eingreifen.

Neue Produkte und Angebote

Auch das Produktportfolio von Logistikdienstleistern bleibt nicht unverändert. Kundenbedürfnisse wandeln sich; so ist beispielsweise die Nachfrage nach belastbaren und sendungsbezogenen Emissionsdaten, aber auch nach „grünen“ oder emissionsneutralen Produkten in den letzten Jahren stark gestiegen. Andere Leistungen werden jedoch mit der voranschreitenden Digitalisierung obsolet, wie etwa der Lieferscheintransfer als Zusatzleistung. Dieses Thema findet also nicht nur im Megatrend Nachhaltigkeit statt, entfaltet aber besonders in diesem Kontext aktuell eine große Bedeutung.

Preiskampf

Mit den sinkenden Mengen entsteht ein höherer Wettbewerb zwischen Logistikdienstleistern. Es kommt zu Dumping-Preisen, die das Preisniveau drücken. Wer sich an diesem Preiskampf beteiligt, hat langfristig mit Einbußen in der Qualität und damit auch Wirtschaftlichkeit zu rechnen. Abhilfe, um Kosten zu sparen, schaffen frühzeitige Planung durch Predictive Analytics und die Optimierung interner Prozesse.

Ausbildung

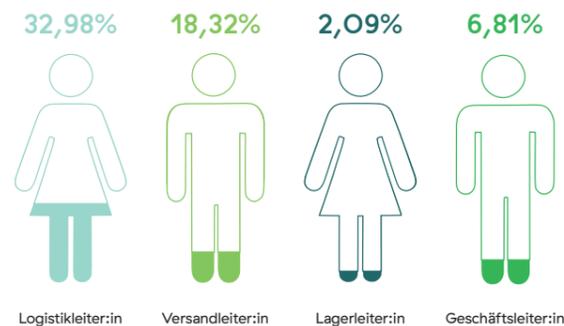
In der Logistik bleiben viele Ausbildungsplätze unbesetzt. Das ist kein Problem, welches nur die Logistik betrifft; generell entscheiden sich nicht ausreichend viele junge Menschen für eine Ausbildung oder einen Lehrgang. Es spricht vieles dafür, dass dieses System grundlegend verändert und umfassend modernisiert werden muss, um sein Bestehen zu sichern. Im speziellen Fall der Logistik sind auch Initiativen zur Verbesserung von Image und Attraktivität für Arbeitnehmer:innen und im Speziellen für junge Leute empfehlenswert.

Megatrends im Stückgut: Marktanalyse

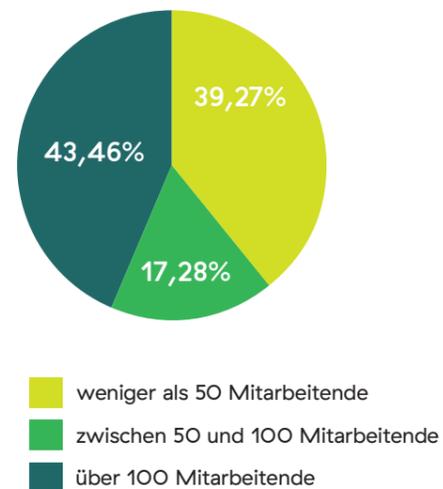
Die Umfrage

Wie blickt der Markt auf die Megatrends der (Stückgut-) Logistik – und wie gehen Unternehmen, vor allem in den verladenden Industrien mit Logistikorientierung, mit den Herausforderungen und Konsequenzen um? Mit einer breitgefächerten Umfrage, im Rahmen derer 191 Logistiker:innen und Stückgutkunden der Gesellschafterbetriebe befragt wurden, fängt NG.network aktuelle Einblicke zum Status quo und der perspektivischen Entwicklung ein. Während Einschätzungen über Skalenbewertungen abgefragt wurden, konnten die Teilnehmenden konkrete Erfahrungen in Freitextfeldern teilen.

Position (Grafik 1)



Unternehmensgröße (Grafik 2)



Die Auswertung zeigt: Allen Themen wird Relevanz zugesprochen – und perspektivisch steigt diese größtenteils. Das Potenzial einiger Lösungsansätze scheint noch unerkannt; allerdings sind die Herangehensweisen vielfältig.

Die Teilnehmenden: eine Stichprobe aus dem Markt
Knapp 60 % der Befragten haben aktuell eine Leitungsposition inne (siehe Grafik 1). Die restlichen 40 % sind im operativen Geschäft oder kaufmännischen Bereich tätig. 43,46 % arbeiten in Unternehmen mit über 100 Mitarbeitenden; 56,55 % gehören Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitenden an (siehe Grafik 2). Auch mit Blick auf die Branchen ergibt sich ein ausgewogenes Bild (siehe Grafik 3). Zu kleineren Anteilen finden sich die Bau- und Textilbranche, Papier- und Druckindustrie sowie weitere Branchen im Datenpool.

Branche (Grafik 3)



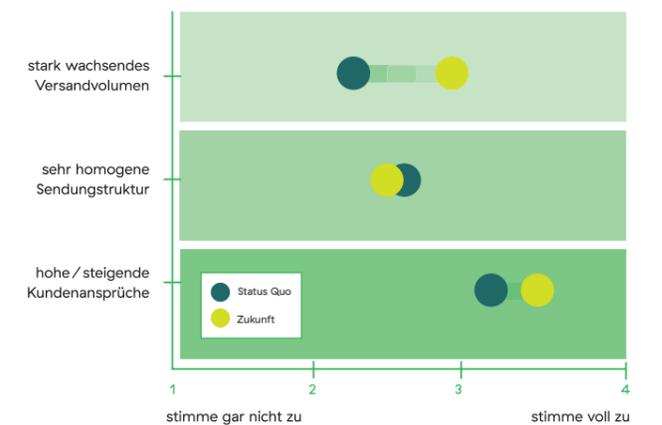
Mengen: Status quo und Ausblick

Entsprechend der aktuellen Marktlage herrscht in den Unternehmen der Umfrageteilnehmer:innen derzeit ein **mittelmäßig bis wenig stark** wachsendes Versandvolumen. Perspektivisch wird aber ein leichtes Wachstum erwartet (siehe Grafik 4). Der Markt erholt sich langsam.

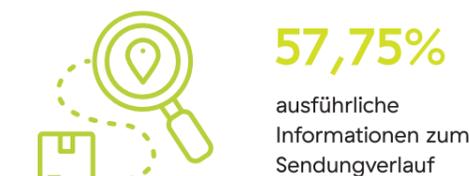
Sendungsstruktur: Status quo und Ausblick

Stückgut ist heterogen. Im Netzwerk werden aller Art Waren bewegt. Aus der Perspektive der verladenden Unternehmen sind die Güter allerdings uniform; die Befragten bewerten die Sendungsstruktur im Unternehmen als **eher** homogen (siehe Grafik 4).

Mengen (Grafik 4)



Bestellverhalten (Grafik 5)

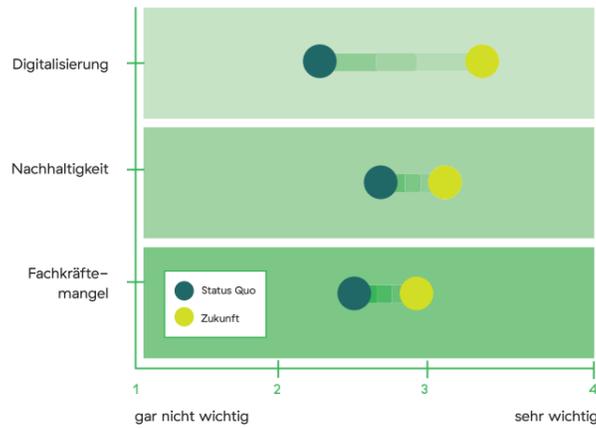


Kundenansprüche: Status quo und Ausblick

Next- oder sogar Same-Day-Lieferungen, Rund-um-die-Uhr-Kundenservice, das Ganze zu günstigen Preisen: Die Kunden werden anspruchsvoller (siehe Grafik 5). Das bestätigt auch die Umfrage; die Befragten geben an, dass die Kundenansprüche derzeit **eher stark** und zukünftig weiter ansteigen werden. Über 80 % stellen fest, dass Bestellungen kurzfristiger werden. 67 % fügen hinzu, dass weiterhin kürzere Lieferzeiten erwartet werden. Knapp 58 % führen die Erwartungshaltung der Kunden, ausführlichere Informationen zum Sendungsverlauf zu erhalten, an; 52 % zählen hier auch die Avisierung auf. Mehr als die Hälfte (54 %) findet, dass die Bestellmengen kleiner werden. Das Interesse an nachhaltigeren Lieferoptionen scheint eher gering (20,3 %).

Und wie reagieren die Logistikdienstleister? Einige der Befragten sind sich sicher: Nicht oder unzureichend auf diese Veränderungen zu reagieren, wäre **katastrophal**. Andere loben den kompetenten und flexiblen Umgang, zum Beispiel durch kurzfristigere oder auch taggleiche Abholung. Vor allem der Kundenservice der Dienstleister sei gefragt, der als offen und hilfsbereit gelobt wird. Durch die schwachen Mengen sollten aber auch genügend Kapazitäten überbleiben, um sich mit den neuen Anforderungen auseinanderzusetzen, so die ernüchternde Erkenntnis einiger.

Relevanz der Trendthemen (Grafik 6)



Nachhaltigkeit: Status quo und Ausblick

Genau wie der Fachkräftemangel ist auch die Nachhaltigkeit kein Thema, das allein die Logistik oder auch nur die Wirtschaft betrifft. Die soziale Verantwortung in diesem Bereich erstreckt sich über alle Industrien, die Politik bis hin in das Private. Und während das Thema aktuell für die Befragten bei strategischen Entscheidungen und in den operativen Prozessen im Unternehmen bereits eine **eher große** Rolle spielt, ist es nicht überraschend, dass die Bedeutung perspektivisch noch weiter steigt (siehe Grafik 6).

Drei Viertel geben die Reduktion und das Recycling von Abfällen (75,4 %) als wichtige Strategie an, um nachhaltiger zu agieren, gefolgt von der nachhaltigen Materialbeschaffung (57,6 %; siehe Grafik 8). Mit rund 53 % legt etwas mehr als die Hälfte Wert darauf, dass gesetzliche Nachhaltigkeitsstandards im eigenen Unternehmen und bei Partnern eingehalten werden. Mit dem Inkrafttreten des CSRD wird sich das ändern müssen. Knapp 44 % sprechen sich für den nachhaltigen (Um-)Bau von Gewerbeimmobilien, zum Beispiel auch durch den Einsatz von Photovoltaik, aus. 31 % sprechen sich für den Einsatz von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben aus. Jeweils ein Drittel (29,3 %) hält auch eine effizientere Routenplanung und den Einkauf von nachhaltigen oder emissionsarmen Dienstleistungen für vielversprechend. Carbon-Offsetting und andere Kompensationsmaßnahmen scheinen eher unbeliebt (7,9 %), auch im Vergleich zu Aktionen wie der Fassaden- oder Dachbegrünung, der Aufforstung oder Insektenwiesen (15,7 %). Auch im Themenbereich Nachhaltigkeit fällt die Investitionsbereitschaft insgesamt **eher mittelmäßig** aus.

Fachkräftemangel: Status quo und Ausblick

Branchenübergreifend ist der Fachkräftemangel ein herausforderndes Problem. Der Mangel an Fachkräften im eigenen Unternehmen wird von den Befragten demnach als eher groß eingeschätzt. Zusätzlich prognostizieren sie, dass der Fachkräftemangel sich in den kommenden Jahren eher verschärfen wird (siehe Grafik 6).

Knapp 53 % der Befragten glauben, dass flexiblere Arbeitszeiten sich positiv auf den Personalmangel auswirken könnten (siehe Grafik 7). Als Beispiel wird hier auch die Option auf Home-Office aufgeführt. 47 % finden, dass die Aus- sowie Weiterbildung attraktiver werden muss. Auf Platz drei der Maßnahmen landet für die Befragten das Thema Gehalt; weniger als die Hälfte (43,5 %) glauben, dass sich das Problem durch eine attraktivere Vergütung beseitigen ließe. Die stärkere Automatisierung oder Digitalisierung von Prozessen (41,8 %) sowie die verbesserte Sichtbarkeit der Unternehmen (Employer Branding, 40,3 %) landen auf den folgenden Plätzen. Ein Drittel (30,8 %) erkennt auch Potenziale in einem besseren Bewerbungsprozess und optimierten Recruitingmaßnahmen. Auch Sprachkurse führt ein Viertel (25,1 %) als zielführend auf. Die Investitionsbereitschaft der befragten Unternehmen in diesem Bereich wird als eher **mittelmäßig** eingeschätzt, zum Teil, weil die wirtschaftliche Lage priorisiert wird.

Fachkräftemangel (Grafik 7)



52,88%

flexiblere Arbeitszeitenmodelle anbieten



47,12%

Ausbildung / Weiterbildung attraktiver gestalten



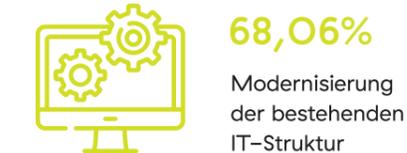
43,46%

attraktivere Vergütung

Nachhaltigkeit (Grafik 8)



Digitalisierung (Grafik 9)



Digitalisierung: Status quo und Ausblick

In Sachen Digitalisierung hängt Deutschland hinterher. Auch die Befragten geben an, dass die Prozesse in den Unternehmen aktuell **eher nicht** vollumfänglich digitalisiert und automatisiert sind. Sie glauben allerdings auch, dass das Thema perspektivisch an Bedeutung gewinnen wird (siehe Grafik 6).

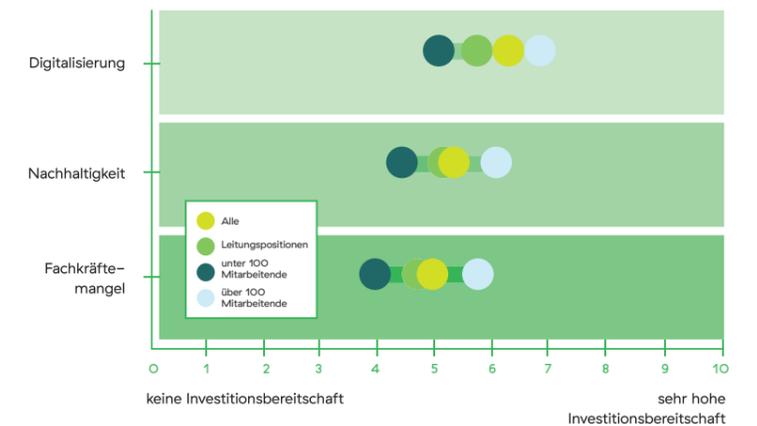
Vor allem die Digitalisierung der Dokumentenverarbeitung sehen knapp zwei Drittel (72,8 %) als zielführende Maßnahme; ähnlich wie die Digitalisierung von kaufmännischen Prozessen (70,7 %) und der Modernisierung der bestehenden IT-Struktur (68,1 %; siehe Grafik 9). Auch dem Datenschutz (57,6 %), Notfallkonzepten und Back-up-Systemen (53,4 %) schreibt die Mehrheit der Befragten eine hohe Relevanz zu. Trotz, dass 46,6 % Investitionen in neue Maschinen und Systeme als wichtige Maßnahme sehen, fällt die Investitionsbereitschaft **mittelmäßig** hoch aus. Ein Viertel (25,7 %) sieht im Einsatz von KI große Potenziale, ein Fünftel (21,5 %) in der Datenanalyse, um Optimierungspotenziale aufzudecken. Nur knapp 13 % setzen auf eigene Forschung.

Investitionsbereitschaft: kleine, mittlere und große Unternehmen

Bei der Korrelation der Investitionsbereitschaft in den unterschiedlichen Themenbereichen mit der Unternehmensgröße bestätigt sich eine Vorahnung. Die Investitionsbereitschaft bei größeren Unternehmen (über 100 Mitarbeitende) ist in allen drei Bereichen konsequent **deutlich höher** als bei kleineren oder mittleren Unternehmen (unter 100 Mitarbeitende; siehe Grafik 10). Den kleineren Playern fehlt schlicht die nötige Finanzkraft, um Herausforderungen proaktiv zu begegnen; die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens steht im Vordergrund.

Diese fehlende Fähigkeit zu nötigen Investitionen führt langfristig dazu, dass Unternehmen Wettbewerbsfähigkeit einbüßen. Die Kooperation zwischen kleineren und finanzstarken, größeren Playern stellt einen vielversprechenden Lösungsweg dar. Im Verbund der NG.network profitieren die mittelständischen Partner so zum Beispiel von der Investitions- und Innovationskraft der großen Gesellschafterunternehmen.

Investitionsbereitschaft (Grafik 10)



Fachkräftemangel:

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit!

Wenn es um die Bedeutung für die deutsche Wirtschaft geht, ist die Logistik ganz vorne mit dabei. Laut Bundesverband Spedition und Logistik (DSLVL) hatte der deutsche Logistikmarkt im Jahr 2023 ein Gesamtvolumen von 327 Milliarden Euro. Rund 3,3 Millionen Menschen sind in diesem Sektor beschäftigt. Nach Automobilindustrie und Handel ist die Logistik der drittgrößte Wirtschaftsbereich Deutschlands.

Doch die Branche ächzt unter dem Druck des Fachkräftemangels. Mit dem Ausscheiden der „Baby-Boomer-Jahrgänge“ aus der Arbeitswelt verschärft sich die Situation weiter. Schätzungsweise verliert die Logistik jährlich allein 30.000 Fahrer:innen. Gleichzeitig ist die Zahl junger Menschen, die sich für den Wirtschaftszweig interessieren, vergleichsweise gering.

Angesichts dieser schwierigen Bedingungen wird der Ruf Richtung Politik und Verbänden laut. Doch die (Er-)Lösung dauert in der Regel länger, als viele Unternehmen warten können. Statt auf bessere Zeiten zu hoffen, muss man also selbst aktiv werden. Und individuelle Strategien finden, um die Folgen des Fachkräftemangels abzumildern.

Employer Branding einerseits und Mitarbeitendenbindung andererseits sind hier wesentliche Maßnahmen. Dafür stehen innovative Tools zur Verfügung, welche die Unternehmensprozesse optimieren können. Vor allem aber braucht es ein modernes Mindset. Nur wenn Unternehmen ihr Personal als einen wichtigen Erfolgsfaktor sehen und darauf ausgerichtet sind, qualifizierte Talente zu binden, können sie wettbewerbsfähig bleiben.

Es gilt: Das Personal ist das wertvollste Kapital eines Unternehmens.

Der erste Eindruck zählt

Bei großem Bedarf an Mitarbeitenden und gleichzeitig enormem Personalmangel ist ein positiver erster Eindruck als Arbeitgeber entscheidend. Außerdem ist es wichtig, möglichst viele potenzielle Bewerber:innen zu erreichen und deren Aufmerksamkeit zu halten. Zum Beispiel online.

Mehr als 90 Prozent der Jobsuchenden nutzen das Internet, um sich über aktuelle Stellenangebote zu informieren. Insbesondere junge Menschen decken ihren Bedarf an Informationen über Online-Angebote ab. Soziale Medien haben dabei einen großen Stellenwert. Um das Unternehmen für potenzielle Mitarbeitende interessanter zu machen, dürfen daher Kampagnen bei Facebook, Instagram und Co nicht mehr fehlen.

Ein authentischer und offener Einblick schafft Vertrauen: Mit Videos, Interviews oder Berichten über aktuelle Projekte und Erfolge können sich Betriebe als attraktiver Arbeitgeber positionieren und ihre Stärken zeigen.

Auch auf der Suche nach Berufskraftfahrer:innen sollte man das Potenzial dieser Kanäle unbedingt ausnutzen. Denn das Smartphone stellt auf Tour die zentrale Verbindung zu Familie und Freunden dar und wird daher intensiv genutzt.

„Barrierefreiheit“ für Bewerber:innen

Auch beim ersten Kontakt mit dem Unternehmen — dem Bewerbungsverfahren — spielt das Smartphone eine zentrale Rolle. Man will den Kandidat:innen möglichst keine Steine in den Weg legen. Fahrer:innen

sind viel unterwegs und haben selten die Möglichkeit, Papierformulare auszudrucken oder Unterlagen per Post oder E-Mail zu senden. Für ein barrierefreies und benutzerfreundliches Bewerbungserlebnis bieten sich mobile-first Bewerbungsformulare von digitalen Recruiting Tools an.

Diese lassen sich auf einem kleinen Bildschirm leicht navigieren und ausfüllen. Die erforderlichen Angaben sollten sich auf die wesentlichen Informationen beschränken, die für die erste Beurteilung der Bewerber:innen notwendig sind. Die HR-Abteilung profitiert so ebenfalls von einem schnelleren und effektiveren Prozess.



Was wir von Lego lernen können

Wo zu wenig Fachpersonal verfügbar ist, muss man gezwungenermaßen andere Ressourcen in Erwägung ziehen. In der Transport- und Logistikbranche ist die Suche verstärkt darauf ausgerichtet, Quereinsteiger:innen ins Boot zu holen. Infolgedessen gewinnt ein detailliertes Onboarding zunehmend an Bedeutung. Leider haben das viele Unternehmen noch nicht erkannt. Die Einarbeitung verläuft dann typischerweise so: Ein neuer Mitarbeitender, ob fachlich vorgebildet oder nicht, wird einer erfahrenen Angestellten an die Seite gestellt, die den Neuling anlernen und für den Job fit machen soll. Das Problem: Oftmals verfügen erfahrene Kolleg:innen zwar über bestes Fachwissen, nicht immer jedoch auch über das nötige didaktische Geschick und die zeitlichen Ressourcen.

Noch dazu sind Lehrunterlagen meist nur rudimentär vorhanden. Ihren Stellenwert verdeutlicht ein Gedankenexperiment: Stellen Sie sich vor, der neue Mitarbeitende erhält eine Kiste mit Lego-Bausteinen und die Aufgabe, daraus einen Lkw zu bauen. So entsteht nach viel Rumprobieren ein mehr oder weniger brauchbares

Modell. Aber muss man sich wundern, wenn das Ergebnis nicht den eigenen Vorstellungen entspricht? Die simple Lösung von Lego: Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, mit der alle Altersklassen wahre Bauwunder vollbringen können. Auch wenn die Erstellung solcher Anleitungen einen einmaligen Mehraufwand bedeutet — es lohnt sich in jedem Fall. Denn die präzise Erklärung aller Prozessschritte minimiert Fehler. Und sie hilft neuen Mitarbeitenden, schneller produktiv zu werden. Nebenbei wirkt sich das positiv auf die Zufriedenheit im Team sowie das Unternehmensimage aus.

Recruiting und Onboarding neu denken

In Sachen Personal haben sich die Anforderungen für Unternehmen in den letzten Jahren drastisch verändert. Das ist kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken! Im Gegenteil: Es gilt, Strategien zu überdenken und an die modernen Bedingungen anzupassen. Unternehmen, die innovative Ansätze verfolgen, das Potenzial belastbarer Onboarding-Prozesse realisieren und gezielt in deren Entwicklung investieren, haben einen klaren Wettbewerbsvorteil. Denn nur wer flexibel bleibt und sich kontinuierlich weiterentwickelt, kann langfristig erfolgreich sein. Dazu das passende Zitat von Friedrich Schiller: „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit!“

Andreas Rinnhofer

brennt seit Beginn seines 20-jährigen Berufslebens für die Logistik. Als Speditionsleiter war ihm der Aufwand für den ständig wiederkehrenden Schulungsbedarf von Quereinsteiger:innen ein Dorn im Auge. So entwickelte der heutige Geschäftsführer von INN-ovativ GmbH & Co. KG die digitale Schulungsplattform SPEDIFORT.

Kontakt:

INN-ovativ GmbH & Co. KG | +49 (0)8033 97892-0 | E-Mail: info@inn-ovativ.com
www.inn-ovativ.com | www.spedifort.com | unternehmer.spedijobs.com

INNOVATIV

spedijobs

SPEDIFORT®



Logistik im digitalen Zeitalter: Erfolgsstrategien für den Mittelstand im Stückgutbereich

Die Logistik befindet sich in einer tiefgreifenden digitalen Transformation, beschleunigt durch diverse Treiber, zum Beispiel Nachhaltigkeit, steigende Kundenerwartungen und Resilienz. Die Transformation verändert Dienstleistungen, Prozesse und ganze Geschäftsmodelle und betrifft alle Segmente der Logistik, von globalen Lieferketten bis hin zu spezialisierten Bereichen wie der Stückgutlogistik. Und sie ist eine Top-Priorität, um in den unsicheren und komplexen Märkten nachhaltig erfolgreich zu bleiben. Für mittelständische Unternehmen birgt sie sowohl spezifische Chancen als auch konkrete Herausforderungen, die es gemeinsam mit Partnern zu meistern gilt.

In diesem Kontext sollen sich mittelständische Logistikunternehmen unter anderem mit folgenden Bereichen auseinandersetzen:

1. Bessere Customer Experience und stärkere Kundenorientierung:

Digitalisierung kann den Kundenservice verbessern, beispielsweise hinsichtlich Planung und Kommunikation. Vielversprechende Ansätze betreffen die automatisierte Avisierung sowie den Einsatz von Chatbots und Robotic Process Automation (RPA).

2. Prozessdigitalisierung und -automation:

Neben RPA gibt es weitere Möglichkeiten, operative und administrative Prozesse in allen Bereichen zu optimieren. Da Mittelständler oft mit begrenzten Budgets und limitiertem Digital-Know-how agieren, ist Automatisierung, etwa in der Lagerverwaltung, mit Hilfe von Partnerunternehmen enorm wichtig.

3. Stärkere Zentralisierung:

Eine zentrale Steuerung steigert die Effizienz und damit die Profitabilität im Landverkehr. Vor allem im Stückgut, wo es um eine präzise und optimierte Konsolidierung und Distribution kleinerer Frachten geht. Darüber hinaus kann auch im eigenen Unternehmen eine Zentralisierungsstrategie forciert werden, unter anderem, um mit zentraler Power die digitale Transformation zu meistern.

4. Daten sind Gold:

Technologien wie Sensorik und Data Science ermöglichen Stückgutunternehmen, besser auf Veränderungen zu reagieren. Entscheidungen werden idealerweise End-to-End durch Echtzeittracking unterstützt. Weitere Potentiale lassen sich beispielsweise mit KI-gestützten Prognosemodellen heben, die angesichts steigender Unsicherheiten immer wichtiger werden.

“

In Stückgutnetzwerken spielt der Aspekt der digitalen Transformation eine besonders wichtige Rolle, da dort die Gesamtnetzwerkbetrachtung mit oberster Priorität behandelt wird. Es gilt, gemeinsam praktikable und zielführende Optimierungsmaßnahmen zu beschließen und umzusetzen.

Stephan Opel
Geschäftsführer NG.network

”

Natürlich gibt es Charakteristika im Stückgutbereich, die bei der Digitalisierung und Auswahl von Lösungen berücksichtigt werden müssen. So ergeben sich etwa aus der heterogenen Sendungsstruktur besondere Anforderungen an eine (digitale) Planung, Steuerung, Durchführung und Kontrolle. Digitalisierung als Mittel zum Zweck hilft in diesem Kontext folgende Ziele zu realisieren:

1. Intensivierung von Kooperation:

Selbstverständlich ist im Stückgutbereich Zusammenarbeit entscheidend. Neben einer intensiveren, gemeinsamen Netzwerksteuerung bietet beispielsweise eine Offenheit für Kooperationen mit neuen Partnern wie Hochschulen neue Innovations- und Optimierungspotentiale.

2. Erhöhung von Transparenz:

Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten Lieferkette ist wichtiger denn je. Eine lückenlose IT-gestützte Nachverfolgung von Sendungen optimiert nicht nur interne Prozesse, sondern auch den Kundenservice. Vor allem, wenn Verbesserungen auf Basis der gewonnenen Daten implementiert werden.

3. Effizientere Prozesse:

Um Fehler und manuelle Brüche zu minimieren, sollten alle Prozesse möglichst effizient und so weit wie möglich digital und automatisch laufen. Ein digital gestütztes Prozessmanagement und -reengineering bietet klare Wettbewerbsvorteile.

Prof. Dr. Nils Finger

begann seine Karriere in der Logistik mit einer IHK-Ausbildung zum Kaufmann für Spedition und Logistikdienstleistung. Mittlerweile lehrt und forscht er an der CBS International Business School und unterstützt Führungskräfte und Unternehmen mit Lösungen zu wichtigen Herausforderungen wie Talent-Management oder Supply Chain Resilienz.

CBS

INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL

Kontakt:
CBS International Business School
Bahnstraße 6-8 | 50996 Köln
+49 (0) 221 93 18 09-835
E-Mail: n.finger@cbs.de | www.cbs.de

Die Digitalisierung ist ein fortlaufender Prozess. Unabhängig vom eigenen digitalen Reifegrad sollten Unternehmen im Stückgutbereich folgende praktische Empfehlungen in Betracht ziehen, um den Betrieb bestmöglich „future-fit“ zu machen:

1. Structure follows Strategy:

Am Anfang stehen zentrale Fragen: Warum ist eine Beschleunigung der Digitalisierung unabdingbar, und was sind die Ziele (Arbeitsplatzsicherheit, Nachhaltigkeit, Resilienz ...)? Hierbei bedarf es einer offenen und vertrauensvollen Kommunikation mit Stakeholdern. Strategie bedeutet auch, zu entscheiden, welche Möglichkeiten aus der Vielzahl an Optionen ausgeschlossen werden.



2. Auch die längste Reise beginnt mit dem ersten Schritt:

Anstatt zu viele Bereiche auf einmal anzugehen, bedarf es einer klaren Roadmap und schrittweisem Vorgehen. Es empfiehlt sich, mit Pilotprojekten in Bereichen zu starten, die den größten Hebel auf Kundenservice oder Kosteneffizienz haben.

3. Nicht nur in Technologien, sondern auch in Menschen investieren:

Natürlich verlangt das neue Zeitalter nach neuen Skills. Unternehmen müssen daher in moderne Talentakquise und Weiterbildung investieren. In dem Zuge müssen Führungskräfte die Unternehmenskultur aktiv ändern und Mitarbeitende befähigen, neue Technologien zu adaptieren. Wo ein vollumfängliches Innovationsmanagementsystem nicht darstellbar ist, sollte eine Kultur der kontinuierlichen Innovation gefördert werden, in der stetig neue Trends und Tools analysiert und für den eigenen Betrieb geprüft werden.

4. Denken Sie an Sicherheit und Skalierbarkeit:

Agilität ist heute entscheidend – das sollte man auch bei den IT-Investments bedenken. Neben einer cloud-basierten Infrastruktur sollte man auch die Potentiale von sogenannten Low- und No-Code-Systemen bedenken, um Projekte schneller, flexibler und effizienter zu vollenden. Neben Datenschutz und Cybersecurity braucht das Management regelmäßig Zeit für Lessons Learned und um Fortschritte sowie Veränderungen zu analysieren. Und: Es empfiehlt sich, Flexibilität im Kopf und in der Strategie zu bewahren.

Märkte und Kundenanforderungen werden sich in den kommenden Jahren noch rasanter verändern. Unternehmen müssen die digitale Transformation als oberste strategische Priorität fokussieren. Meine Empfehlung: Identifizieren und nutzen Sie unbedingt die Potentiale Ihres Unternehmens. Trotz wirtschaftlicher Herausforderungen müssen Logistiker gemeinsam und durch gezielte Investitionen in Mensch und Maschine ihre Zukunftsfähigkeit sichern.

Digitalisierungsoffensive: die digitale Glaskugel bei NG.network

Bei NG.network kommt ein maßgeschneidertes Softwaretool zum Einsatz. Die Supply Chain Suite umfasst zahlreiche Funktionen, auf die Zentrale und Betriebe entsprechend ihrer Berechtigungen Zugriff haben, und wird stetig erweitert.

Zum einen unterstützt das Tool dank Predictive Analytics bei der Mengenplanung. Basierend auf einem umfangreichen Datenpool, der Netzwerkdaten zurückgehend bis 2016 beinhaltet, wurde ein Algorithmus trainiert, der nun verlässliche Prognosen zur Mengenentwicklung liefert. Die Betriebe sehen so frühzeitig, wie viele Sendungen auf sie zukommen; die Zentrale hingegen kann die Mengenschwankungen und

–entwicklung genau beobachten. Über Simulationen kann dann auch geprüft werden, beispielsweise welche Gebietszuschnitte und Hauptlaufrouuten am effizientesten sind.

Zum anderen ist das Tool auch in Sachen Monitoring – also hinsichtlich Performance und Qualität – unabdingbar. Betriebe und Zentrale können die Kennzahlen, zum Beispiel rund um Avisierung, Restanten und Produktivität, jederzeit abrufen. Je nach Statistik werden sie teils mehrfach pro Tag aktualisiert. Über ein Frühwarnsystem können zudem Maßnahmen frühzeitig angestoßen werden, falls sich Schwachstellen im Netzwerk abzeichnen.

Steffen Landsiedel

ist bei NG.network für Logistik- und IT-Projekte verantwortlich. Somit stellt er die Schnittstelle zwischen der Zentrale, den IT-Dienstleistern und den Netzwerkpartnern dar. Nach seiner Ausbildung zum Speditions- und Logistikkaufmann bei der ehemaligen System Alliance war er erst im Bereich Marketing/Vertrieb zuständig; seit 2020 liegt sein Fokus jedoch in der IT.

Kontakt:
Industriestraße 5 | 36272 Niederaula
+49 6625 107 0 | E-Mail: mail@ng.network

NG.network



Effizienzsteigerung durch präzise Planung

Zeit ist Geld — seit Benjamin Franklin das Sprichwort 1748 prägte, hat es nicht an Aktualität und Relevanz verloren. Vor allem in der Logistik ist Zeit aber noch viel mehr: Zeit ist Kundenzufriedenheit, umweltschonendes Handeln, Wertschätzung. Ein gutes Avisierungstool ermöglicht präzise Planung, steigert so die Effizienz und spart nicht nur Zeit, sondern zahlt auch auf die eben genannten Werte ein. Warum Avisierung im Stückguttransport so wichtig ist, liegt auf der Hand: Nur wer weiß, wann mit der Ankunft dringend benötigter Ware zu rechnen ist, kann die Weiterarbeit planen. Insbesondere im B2B-Bereich hängen sämtliche Anschlussprozesse in der Lieferkette von der pünktlichen Zustellung ab. Ein smartes Tool wie die EIKONA Avisierung, das den Wareneingang immer rechtzeitig ankündigt und passende Termine vereinbart, ist also Gold wert.

Erfolgreich automatisch avisieren

Früher war eine umfassende Avisierung nur per Telefon möglich, mittlerweile decken gute Tools aber alle Kanäle ab und erreichen Kunden per E-Mail, SMS oder mittels eines automatischen Sprachanrufs. Diese Art der Automatisierung entlastet praktisch nebenbei die Mitarbeitenden im Service und umgeht Sprachbarrieren elegant.

Hierfür arbeitet die Software mit einem integrierten Sprachcomputer, der mobile Nummern oder Festnetznummern anruft — je nachdem, welche Kundeninformationen vorliegen. Die Inhalte, die im Gespräch kommuniziert werden, können über eine Text-to-Speech-Engine in jeder beliebigen Sprache vorkonfiguriert werden. Waren früher noch einige Vollzeitkräfte einzig damit beschäftigt, die bevorstehende Lieferung von Ware anzukündigen und Zeitfenster für die Anlieferung zu vereinbaren oder Abstellgenehmigungen einzuholen, ist der Aufwand mittlerweile deutlich minimiert. EIKONA Logistics schätzt, dass dank der automatisierten Lieferankündigungen manuelle Telefonavisierungen um bis zu 70 Prozent reduziert werden können.

Rückruf garantiert

Wird der Empfänger beim ersten Versuch nicht erreicht, läuft die automatische Avisierung dank der kaskadierenden Funktion noch zwei weitere Male ab. Der jeweilige Zeitpunkt kann hierbei frei bestimmt werden, so dass beispielsweise 24 und 48 Stunden nach der ersten Avisierung ein weiterer Versuch erfolgt. Es können auch andere Kommunikationskanäle genutzt werden: Wurde der Empfänger übers Festnetz nicht erreicht, können die nächsten Versuche über Mail oder Mobilfunk erfolgen. Erst wenn alle Möglichkeiten fehlgeschlagen sind, wird ein Negativ-Status generiert und die Avisierung erfolgt auf manuellem, herkömmlichem Weg. Hier kann eine Callcenter-Software mit einem integrierten Gesprächsleitfaden und Schnittstellen zu den beteiligten Systemen (TMS, Track & Trace etc.) unterstützen.

Sabrina Strätz

arbeitet seit 14 Jahren bei EIKONA Logistics. Als Head of Marketing ist sie mit der Produktpalette bestens vertraut und kommuniziert die vielseitigen Angebote des fränkischen Unternehmens nach außen. EIKONA Logistics schafft mit der EIKONA Logistics Cloud modulare Lösungen entlang der digitalen Supply Chain, die alle Beteiligten miteinander verbinden. Diese werden seit 2001 in Volkach für Logistikdienstleister, Handels- und Industrieunternehmen entwickelt. Als IT-Managed Services Provider stellt EIKONA Logistics dazu auch die geeignete Infrastruktur.

Kontakt:
EIKONA AG
Am Alten Bahnhof 8 | 97332 Volkach
+49 (0) 93 81 71 77 8-716
E-Mail: s.straetz@eikona.de



Perfekt informiert und kundenfreundlich abgestimmt

Echtzeitinformationen sind bekanntlich der Schlüssel zum Erfolg. Ein gutes Avisierungstool teilt dem Empfänger daher automatisch mit, dass die Sendung unterwegs ist. Für die Lieferung werden dann verschiedene Zeitfenster angeboten. Insbesondere für B2C-Kunden, die für die Warenannahme zu Hause sein müssen, ist das praktisch. Die Regeln, nach denen das Portal arbeitet, sind granular konfigurierbar. So wird sichergestellt, dass die Zeitfenster nicht nur zu den Prozessen der Kunden, sondern auch zu denen des liefernden Unternehmens passen.

Ein Portal, das ohne Login 24/7 verfügbar ist, ermöglicht eine einfache und bequeme Zeitfensterbuchung. Wird der stets aktuelle Sendungsstatus dem Empfänger über den kompletten Transportweg hinweg angezeigt, ist er immer up-to-date — egal, ob es um eine große Lieferung im B2B-Bereich geht oder um eine einzelne B2C-Zustellung an Familie Mustermann. Geofence-basierte oder zeitgesteuerte Fahreravise komplettieren den Prozess kurz vor Eintreffen der Ware. So wird sichergestellt, dass alle jederzeit auf dem Laufenden sind und den Zustellprozess maximal mitbestimmen können. Das verbessert Planungsmöglichkeiten, ist effizient und kundenfreundlich.

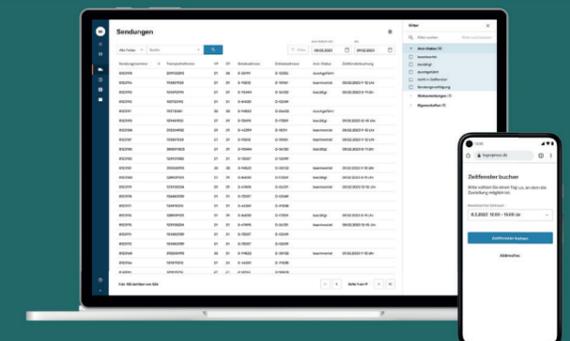
Die letzte Meile — aber bitte nur einmal

Kann eine Lieferung nicht beim ersten Versuch zugestellt werden, ist das nicht nur lästig, sondern auch umweltschädigend und teuer — schließlich muss „die letzte Meile“ ein weiteres Mal gefahren und die Ware bis dahin zwischengelagert werden. Um die Passgenauigkeit von Zeitfenstern für die Zustellung weiter zu erhöhen, können Zustellerfolge protokolliert und wichtige Kundeninformationen hinterlegt werden.

Diese Daten und Informationen können dann für eine KI-gestützte Zustelloptimierung genutzt werden. Nicht nur die Kunden profitieren von genaueren Zustellfenstern, auch die Speditionen sparen Zeit, Geld und Emissionen.

Automatische Avisierung: eine entscheidende Stellschraube

Über eingebaute Schnittstellen lässt sich ein gutes Avisierungstool problemlos in die vorhandenen Systeme integrieren, ist flexibel konfigurierbar und mehrsprachig, passt also perfekt zu den Anforderungen Ihres Unternehmens. Automatische Avisierungen lohnen sich für alle Transportunternehmen im Stückgutbereich, die gleichzeitig Mitarbeitendenressourcen sparen und den Kundenservice sowie die Planungsmöglichkeiten verbessern wollen. Denn wenn Lieferungen zum Wunschtermin vereinbart werden und Avisierungen zuverlässig beim Empfänger ankommen, steigert das die Zustellerfolgsquote. Das spart nicht nur Zeit und Geld, sondern steigert die Effizienz, zahlt auf die Kundenzufriedenheit ein und ist umweltfreundlicher.



CSRD

bei Logistik- und Transportunternehmen

Einige Logistikdienstleister erstellen bereits Berichte über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten, teils lediglich zu Umweltbelangen, teilweise zu allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (ESG = Environmental, Social, Governance). Bis jetzt waren sämtliche Aktivitäten in diesem Zusammenhang freiwillig, doch dies ändert sich nun. Für viele Unternehmen wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung zukünftig verpflichtend sein, auch im Stückgutsegment. Der Grund: Die EU-Richtlinie 2022/2464/EU, bekannt als Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

Die bisherige Nachhaltigkeitsberichterstattung

Bisher gibt es kein Regelwerk für Nachhaltigkeitsberichte, das inhaltlich oder strukturell verbindlich einzuhalten ist. Manche Berichte behandeln die dargestellten Themen deshalb eher beliebig. Will ein Unternehmen sich jedoch an einem weltweit akzeptierten Standard orientieren, gilt aktuell die Global Reporting Initiative (GRI) als Richtlinie. Die GRI gibt einen Rahmen zur Orientierung vor und hält Unternehmen an, über Aspekte aus allen drei Dimensionen zu berichten. Dafür schlägt die GRI Kennzahlen vor.

Eine Verpflichtung, sich dem Berichtsstandard der GRI zu unterwerfen, gibt es nicht. Sämtliche veröffentlichten Berichte sind freiwillig und damit Ausdruck eines überwiegend seriösen Engagements im Bereich Nachhaltigkeit, ob nun intrinsisch oder über Marktanforderungen initiiert.

CSRD: die Rahmenbedingungen

Mit der Verabschiedung der „CSRD-Richtlinie“ wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung auf eine neue Ebene

gehoben. Die Richtlinie umfasst bindende Grundlagen und Verpflichtungen. Sie betrifft Unternehmen, welche nach EU-Definition als Großunternehmen zählen. Die Verbindlichkeit wird durch eine Prüfpflicht und ein einheitliches elektronischen Berichtsformat unterstrichen. Allein in Deutschland wird von rund 15.000 Unternehmen ausgegangen, welche unter die Berichtspflicht fallen.

Werden zwei der drei folgenden Kriterien erfüllt, ist das Unternehmen berichtspflichtig:

Bilanzsumme	> 25 Mio. €
Nettoumsatzerlöse	> 50 Mio. €
Anzahl Mitarbeitende	> 250 im Jahresdurchschnitt

Ein hoher Anteil der Akteure auf dem Stückgutmarkt und ein noch größerer Anteil des Marktvolumens in Sendungen fällt zukünftig unter die Berichtspflicht, die mit einem zeitlichen Stufenmodell eingeführt wird. Für die Akteure auf dem Stückgutmarkt sind nur zwei Daten relevant: Im Jahr 2026 muss über die Aktivitäten des Jahres 2025 berichtet werden.

Neben den Logistikdienstleistern, welche direkt der Berichtspflicht unterliegen, werden auch kleinere Unternehmen indirekt betroffen sein. Denn die Richtlinie umfasst die vor- und nachgelagerten Teile der Wertschöpfungskette. Anders ausgedrückt: Kleinere Player müssen sich darauf einstellen, ihren Verladern Nachhaltigkeitsinformationen zu liefern.

Inhalt und Form

Die CSRD-Richtlinie verweist auf die European Sustainability Reporting Standards (ESRS), in denen beschrieben wird, wie und wozu die Unternehmen zu berichten haben. Aktuell liegt ein erstes Set an branchenübergreifenden Standards vor. Es beinhaltet fünf Umwelt- und vier soziale Themen sowie ein Governance-Thema. Um relevante Aspekte zu identifizieren, muss eine sogenannte doppelte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt werden.

Der Prozess verfolgt das Ziel, den Berichtsumfang und -inhalt individuell festzulegen. Die Themen der ESRS werden aus zwei Perspektiven, also doppelt, analysiert. Über alle wesentlichen Aspekte muss berichtet werden.

- Aus Sicht des Unternehmens (Inside-Out-Perspektive): Wie wirken sich die Tätigkeiten auf die Umwelt und die Menschen aus (sowohl positiv als auch negativ)? Beispiel: „Belästigt der Lärm des nächtlichen Umschlags mögliche Anwohner oder befinden wir uns in einem reinen Industriegebiet?“
- Aus Sicht der Unternehmensumwelt (Outside-In-Perspektive): Mit welchen Risiken und Chancen ist das Unternehmen konfrontiert? Beispiel: „Wie beeinflussen die politischen Entwicklungen rund um alternative Antriebe unsere unternehmerischen Tätigkeiten?“



Jessica Kölmel

ist seit 2024 Projektmitarbeiterin Beratungsprojekte bei der FORLOGIC GmbH, Stuttgart. Beratungsschwerpunkt ist das Thema Nachhaltigkeit, insbesondere in den Bereichen Carbon Footprinting und CSRD. Davor Abschluss im Studiengang Master in Transport- und Logistikmanagement (M. Sc.) an der Hochschule Heilbronn.

Kontakt:
FORLOGIC GmbH
Hedelfinger Str. 25 | 70327 Stuttgart
+49 (0) 7131 2074 267
E-Mail: jessica.koelmel@forlogic.de
www.forlogic.de



Offensichtlich wesentliche Aspekte

Zwar ist das Ergebnis individuell von der Branche, der Unternehmensstruktur und den Tätigkeiten abhängig, jedoch lassen sich für Logistikdienstleister mit Blick auf die Haupttätigkeiten bereits unumgängliche Themen identifizieren.

Bei der Stückgutabwicklung wie bei allen transportbasierten Logistikleistungen stellen die THG-Emissionen eindeutig einen wesentlichen Aspekt dar. Eine Quantifizierung, Bestimmung und Überwachung von THG-Emissionen ist erforderlich, um Maßnahmen zur Emissionsreduzierung einzuleiten.

Dafür wird von den ESRS eine THG-Bilanz nach der ISO-Norm 14064-1 und dem Greenhouse Gas Protocol verlangt. Darin finden sich die bekannten Scopes 1 bis 3. Die Scope 3-Emissionen bilden bei Logistikdienstleistern meist den größten Anteil an THG-Emissionen (= Emissionen des Fremdfuhrparks).

Auch in der sozialen Dimension finden sich bei der eigenen Belegschaft und der von Auftragnehmern relevante Themen. Im Bereich der Arbeitsbedingungen lassen sich die Themen Gesundheit, Sicherheit und Work-Life-Balance des Fahrpersonals als wesentlich identifizieren. Ein Risiko aus der Unternehmensumwelt ist beispielsweise der anhaltende Fachkräftemangel.

Fazit

Mit der CSRD-Richtlinie und den EU-Standards wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung sicher formal umfangreicher, aber eben auch inhaltlich anspruchsvoller und verbindlicher. Für die berichtspflichtigen Unternehmen stellen die Vielzahl an Themen, Anforderungen und Kennzahlen sowie die notwendigen Prozesse eine große Herausforderung dar. Es ist wichtig, frühzeitig in den Prozess einzusteigen, die internen Verantwortlichkeiten zu klären und eine Informationsbasis zu schaffen. Zudem sollten einzelne Prozesse, wie beispielsweise die doppelte Wesentlichkeitsanalyse, noch vor der eigentlichen Prüfung extern abgestimmt werden.

Prof. Dr. Dirk Lohre

ist seit 2006 Professor für Verkehrslogistik und logistische Dienstleistungen an der Hochschule Heilbronn und dort Direktor des Instituts für Nachhaltigkeit in Verkehr und Logistik (INVL). 2010 hat Dirk Lohre die Logistikberatung FORLOGIC gegründet, wo er mittlerweile Vorsitzender des Beirates ist. Forlogic ist überwiegend in der Beratung zu Fragen des Landverkehrs aktiv.

Kontakt:
Hochschule Heilbronn
Max-Planck-Str.39 | 74081 Heilbronn
+49 (0) 7131 504252
E-Mail: dirk.lohre@hs-heilbronn.de

Besucheranschrift:
Bildungscampus Nord
Gebäude S / Etage 3 / Raum 14
74076 Heilbronn



Nachhaltige Kundenbindung: Verantwortung und Erwartung

Nachhaltigkeit und Digitalisierung gehen Hand in Hand. Logistikdienstleister können nur dann grüne Produkte anbieten, wenn diese digital lückenlos nachvollziehbar sind. Und grüne Produkte sind nicht nur gefragt, sondern unerlässlich: Unsere Kunden setzen sich — genau wie die Logistik — mit ihren gesellschaftlichen Verantwortungen und Verpflichtungen auseinander.

Die Dienstleister benötigen allerdings verlässliche politische Vorgaben beziehungsweise Rahmenbedingungen, sowohl auf nationaler als auch europäischer

Ebene. Ebenso spielt die Abhängigkeit von Lieferanten eine nicht zu unterschätzende Rolle. Und viele Kunden sind auch noch gar nicht darauf eingestellt, diese mehrwertige Leistung zu bezahlen. Aktuell wird die ökologische Nachhaltigkeit oftmals den Preisen hinten angestellt. Das wird sich mit dem steigenden Druck sowie der Einführung der neuen Gesetze und Richtlinien ändern.

Stephan Opel

ist Geschäftsführer der NG.network und begleitete den Markenlaunch sowie den Wandel von der System Alliance Netzwerkgesellschaft zur neuen Firmierung. Zuvor hatte der gebürtige Troisdorfer bereits ähnliche Positionen bei verschiedenen Logistikunternehmen inne.

Kontakt:
Industriestraße 5 | 36272 Niederaula
+49 (0) 6625 107 0 | E-Mail: mail@ng.network

NG network





Emissionstransparenz im Stückgut: Realität oder Wunschdenken?

Der Stückguttransport birgt zahlreiche Herausforderungen – auch in Bezug auf die Emissionstransparenz. In einer zunehmend klimabewussten Welt fordern Kunden und Gesetzgeber detaillierte Einblicke in die CO₂-Bilanz einer Lieferung. Die Komplexität der Transportnetzwerke und die Vielzahl an beteiligten Akteuren erschweren diesen Nachweis. Doch es gibt Lösungen, um eine präzise und transparente Emissionsberichterstattung im Stückgut zu gewährleisten.

Fragmentierte Fracht, fragmentierte Daten

Eine der größten Hürden für Emissionstransparenz im Stückguttransport ist die Fragmentierung der Transportketten. Ein Transport umfasst oft zahlreiche Sendungen, mit Be- und Entladungen an mehreren Zwischenstationen, die von verschiedenen Dienstleistern abgewickelt werden. Diese Vielzahl an Akteuren führt zu einem erheblich höheren Koordinationsaufwand. Partner nutzen zumeist unterschiedliche Systeme zur Erfassung von Transport- und Auftragsdaten sowie zur Berechnung von CO₂-Emissionen. Oft sind relevante Stammdaten in der Lieferkette verstreut – oder liegen nicht vor. Fehlende einheitliche Standards resultieren in unnötiger Komplexität und einem großen Datenwirrwarr.

Ein weiteres Problem ergibt sich aus der Allokation der sendungsbezogenen Emissionen Tür-zu-Tür. Eine Sendung kann über mehrere Hubs und Transportmittel abgewickelt werden. Die präzise Zuweisung der emittierten CO₂-Emissionen entsprechend der Transportabschnitte und beteiligten Parteien ist komplex. Ungenauigkeiten in den bereitgestellten Daten erschweren die exakte Zuweisung der Emissionen pro Sendung.

Zusätzlich gibt es Unsicherheiten beim Datenaustausch. Viele Logistikpartner befürchten, sensible Informationen preiszugeben oder Wettbewerbsvorteile zu verlieren. Diese Zurückhaltung führt zu Datenlücken und mindert die Glaubwürdigkeit der Emissionsberichte ganzheitlich.

Klarheit im CO₂-Dschungel: Lösungen für mehr Transparenz

Daten sind sowohl die Lösung als oft auch das Problem, da sie häufig nur unvollständig vorliegen. Daher ist es sinnvoll, das Thema Emissionstransparenz iterativ anzugehen. Eine ISO-konforme Emissionsberichterstattung lässt sich auch ohne maximale Datentiefe erreichen.

Exkurs: Berechnungsmethoden von Logistik-emissionen

Methoden zur Berechnung von CO₂-Emissionen unterscheiden sich je nach Datenverfügbarkeit und -tiefe. Eine der gängigsten Methoden ist die Verwendung von Emissionsfaktoren, die auf globalen Durchschnittswerten für Entfernungen, Frachtvolumen oder sogar Frachtraten basieren. Diese Methode ist schnell und einfach, jedoch unpräzise. Wer langfristig nur auf Durchschnittswerte setzt, wird Reduktionsmaßnahmen in den Daten kaum sichtbar machen können.

Eine genauere Methode setzt auf granulare Datenmodelle, die verschiedene Transportabschnitte, Verkehrsträger und weitere Parameter wie Leerfahrten, Auslastung, Streckenführung und Kraftstoffart berücksichtigen. Solche Modelle liefern realistischere Ergebnisse und ermöglichen es zudem, stückgutspezifische Herausforderungen zu adressieren – sowohl für Transport- als auch Hub-Emissionen. Beides muss für eine konforme Berichterstattung nach ISO 14083, einem internationalen Standard für die Quantifizierung von THG-Emissionen von Transportvorgängen, abgedeckt werden. Die präziseste Berechnungsmethode basiert auf Primärdaten zum genauen Kraftstoffverbrauch des Verkehrsträgers. Diese Methode berücksichtigt wichtige Einflussfaktoren wie Leerlaufzeiten, Verkehr, Wetter und Fahrstil. Und ermöglicht fundierte Erkenntnisse zur Emissionsreduktion.



Stückgutnetzwerke wie NG.network spielen ebenfalls eine Schlüsselrolle, da sie erhebliche Potenziale zur Effizienzsteigerung bieten und somit zur Reduzierung von Emissionen beitragen. Die Konsolidierung von Sendungen innerhalb solcher Netzwerke ermöglicht höhere Auslastungen und effizientere Transporte. Diese Bündelung der Nachfrage schafft Planungssicherheit für Investitionen in eine umweltfreundlichere Flotte und die Optimierung der Netzwerkstrukturen.

Emissionstransparenz im Stückguttransport ist kein unerreichbares Ziel, sondern eine machbare Realität – wenn die richtigen Schritte unternommen werden. Die Transformation hin zu einer nachhaltigen Logistik mag Zeit in Anspruch nehmen, doch die notwendigen Werkzeuge und Strategien sind bereits vorhanden.

Um die Transparenz in fragmentierten Transportketten zu verbessern, sind gemeinsame Standards für die Datenerfassung und Emissionsberechnung unerlässlich. Klare Regeln, die festlegen, welche Daten offengelegt werden müssen und wie sie genutzt werden dürfen, schaffen Vertrauen im Datenaustausch zwischen Logistikpartnern. Diese Voraussetzungen erfüllt zum Beispiel shipzero. Die branchenweite Emissionsdatenplattform bietet nicht nur eine standardisierte Berichterstattung der CO₂-Emissionen, die für Konsistenz und Vergleichbarkeit sorgt. Sie garantiert auch eine neutrale Governance und unterstützt die reibungslose Datenintegration. Und fungiert als vertrauenswürdige dritte Instanz, die den Datenaustausch moderiert und sensible Informationen schützt, während die notwendige Transparenz gewährleistet wird.

Die Königsklasse: Nachweise und grüne Transportprodukte

Für Stückgutlogistiker ist es schwierig, belastbare Nachweise für Reduktionsmaßnahmen zu erbringen – insbesondere, wenn eine Partei die Kundenbeziehung hält und die Maßnahmen der Speditionspartner weder vollständig nachvollziehen noch kontrollieren kann. In diesem Kontext gewinnen Ausgleichssysteme (Book & Claim) zunehmend an Bedeutung. Hierbei erwirbt der Auftraggeber Emissionszertifikate, die garantieren, dass eine bestimmte Menge CO₂ eingespart wurde, auch wenn der eigentliche Transport nicht emissionsarm erfolgte. Dieses System ermöglicht es Logistikern, grüne Produkte einfacher einzuführen und effizienter in ihrem Netzwerk umzusetzen, während der Transporteinkäufer die Einsparungen für sein Scope-3-Reporting geltend machen kann.

Tobias Bohnhoff

ist Co-Founder und CEO der shipzero GmbH. Als studierter Geograph und Innovationsmanager beschäftigt er sich seit jeher intensiv mit der digitalen und datengesteuerten Transformation von Industrien. Er engagiert sich zudem als EU-Klimapakt-Botschafter.

Kontakt:
St. Annenufer 2 | 20457 Hamburg
E-Mail: info@shipzero.com





Drive low — Load high.

Optimierte Logistik durch Elektro-Lowliner

Als Bindeglied zwischen Industrie und Handel erzielen Logistikunternehmen einen enormen Mehrwert für die nationale Wirtschaft — und sind stets angehalten, ihre Unternehmen zu optimieren. Ein Beispiel ist die maximale Nutzung der gesetzlich zugelassenen Fahrzeugdimensionen. Je mehr Fracht auf eine Fuhre passt, desto besser für den Umsatz und die CO₂-Bilanz. Gleichzeitig steigen die Anforderungen auf politischer und rechtlicher Seite. Der CO₂-Ausstoß des Straßenschwerverkehrs muss EU-Vorgaben entsprechend bis 2045 um 90 Prozent reduziert werden. Gerade verpflichten sich also große und kleine Player zu mehr Nachhaltigkeit: Fahrzeughersteller, Transportunternehmen, deren Kunden und natürlich die Politik.

Was bedeutet das in der Praxis?

In der Systemlogistik im deutschsprachigen Raum spielen Volumentransporte eine wichtige Rolle. Deren hohe Ladekapazität lässt Zulieferer im Automobilssektor beispielsweise durch eine niedrige Ladehöhe bis zu 33 Prozent mehr Ladungsträger auf gleicher Grundfläche unterbringen. Um die größere Innenraumhöhe zu erreichen und trotzdem innerhalb der gesetzlich vorgeschriebenen maximalen Gesamthöhe von vier Metern zu bleiben, sind die Zugfahrzeuge, als X-Low oder Lowliner bekannt, deutlich niedriger.

Wie passt das zu den neuen Sattelzugmaschinen mit alternativen Antrieben?

Egal ob wasserstoff- (FCEV) oder batterieelektrisch-angetrieben (BEV): Die meisten Alternativen zum Verbrenner benötigen mehr Bauraum für den Antriebsstrang als die Diesel-Fahrzeuge. Eine Lösung bietet ein flaches Hochvoltbatteriesystem zwischen den Achsen: Der E-Lkw ermöglicht so eine Aufsattelhöhe von 937 mm. Und damit den Betrieb mit einem Megatrailer mit tiefer Ladehöhe sowie einer lichten Ladehöhe von drei Metern.

Kann ein Elektro-LKW mit Standard Diesel-LKW mithalten?

E-Lkw bieten mittlerweile Unternehmen, Fahrer:innen und Kunden zahlreiche Vorteile, die sowohl ökonomische als auch ökologische Aspekte umfassen. Gegenüber konventionellen und anderen alternativen Antrieben fällt die hohe Energieeffizienz ins Gewicht. Gegenüber einem FCEV kommen beim BEV in der Fahrzeugklasse N3 der schweren Lastwagen über vier Mal mehr der ursprünglich aufgewendeten Energie am Reifen und damit auf der Straße an. Damit geht eine starke Reduktion des CO₂-Ausstoßes einher: abhängig vom verfügbaren Strommix um über 80 Prozent.



Zudem profitieren Unternehmen, die früh in die Elektromobilität einsteigen, von einem positiven Imagegewinn und — je nach Land — von Steuer- und Lenkungsabgaben sowie Mauten. Eine aktuelle Statistik der European Automobile Manufacturers' Association (ACEA) bestätigt den Trend zur Elektromobilität: Die Neuzulassungen von schweren Diesel-LKW mit über 18 Tonnen Gesamtzuggewicht stagnierte in der ersten Jahreshälfte 2024 gegenüber den Vorjahreszahlen in der EU. Im gleichen Zeitraum hingegen stiegen die Zulassungen äquivalenter Fahrzeuge mit Elektroantrieb um rund 55 Prozent.

Ein besonders langlebiges Beispiel

Am Beispiel des Elektrolastwagens von Designwerk Technologies werden die Vorteile klar. Der E-Lkw zeichnet sich durch eine spezielle flache Lithium-Eisenphosphat-Batterie (LFP) aus und macht damit die besonders niedrige Aufsattelhöhe möglich.

Die LFP-Technologie ermöglicht zudem eine sehr hohe Lebensdauer von über 3.000 Ladezyklen — damit wird über die Lebenszeit des Fahrzeugs mehr Laufleistung möglich als der klassische Verbrennungsmotor bietet. Außerdem besteht die Zellchemie aus besonders unkritischen, großindustriellen Materialien und ist so in jedem Fall die umweltfreundlichste Wahl. Mit einer installierten Batteriekapazität von 340 Kilowattstunden sind Reichweiten von bis zu 260 Kilometern möglich. Unternehmen mit volumensensitiver Fracht profitieren demnach von einer leisen, emissionsarmen und effizienteren Logistik.

Der Einsatz von Megatrailern in Kombination mit voll-elektrischen Lowlinern stellt insgesamt ein erhebliches Optimierungspotenzial für die Logistikbranche dar. Insbesondere Unternehmen, die auf Volumentransporte spezialisiert sind, erschließen ökologische und ökonomische Vorteile. Durch die niedrige Aufsattelhöhe und die innovative LFP-Batterietechnologie bieten E-Lowliner eine echte nachhaltige Lösung, die nicht nur aktuellen ökologischen Anforderungen gerecht wird, sondern auch in ökonomischer Hinsicht überzeugt.



Christian Mascarenhas

ist Kommunikationsexperte mit mehr als 20 Jahren Erfahrung. Nachhaltigen Transport praktiziert der Oldtimer-Liebhaber im Alltag mit Fahrrad und der Schweizer Bahn. Seit 2021 leitet der gebürtige Münchner Marketing und Kommunikation bei der Designwerk Technologies AG in Winterthur als Head of Marketing and Communication.

Kontakt:

Antonia Robaina | Kommunikation & Marketing
 Wülflingerstrasse 147 | CH-8408 Winterthur
 +41(0) 44 956 20 37 | E-Mail: antonia.robaina@designwerk.com





Schmale Margen und gewinnbringende Investitionen: Kosten und Chancen im Stückgut

Die Kosten steigen und die Mengen schwinden, der Markt bleibt schwach und der Preisdruck hoch. Der Blick in die Fachmedien, aber auch das Gespräch mit Marktbegleitern macht deutlich: Die Lage im Stückgut ist angespannt.

Das ist kein Bauchgefühl, sondern ein Fakt, den der Bundesverband Spedition und Logistik e. V. (DSLVL) dank des Kostenindex Sammelgut exakt beziffern kann. So errechnet sich für das erste Halbjahr 2024 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Kostenanstieg von 3,9 %. Der Trend der letzten Jahre bleibt somit ungebrochen: 2023 verzeichnete der Kostenindex ein neues „Rekordniveau“¹, 2022 einen „Steigflug“², 2020 einen „Kostenschub“³. Während die Energiekosten im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückgingen, sieht der DSLVL vor allem Maut- und Personalkosten als aktuell treibende Kräfte⁴. Auch Finanzierungs- und Fahrzeugeinsatzkosten dürfen in diesem Zusammenhang nicht unterschätzt werden.

Es klingt widersprüchlich, trotz steigender Kosten und sinkender Margen zu Investitionen zu raten. Aber der Markt ist im Wandel. Abgehängt wird, wer nicht mutig voraus- oder zumindest mit der Veränderung geht. Deshalb tätigt NG.network zusammen mit ihren Gesellschaftern weiter Investitionen und forscht an innovativen Lösungen. Die größten Hebel, um Prozesskosten einzusparen sowie die Wirtschaftlichkeit im Stückgut zu verbessern, stellen dabei weiterführende Digitalisierung und Automatisierung dar.

¹ „DSLVL-Kostenindex im 2. Halbjahr 2022 auf Rekordniveau“, Pressemitteilung, DSLVL. 04.04.2023

² „Stückgutkosten weiter im Steigflug“, Pressemitteilung, DSLVL. 31.03.2022

³ „DSLVL-Index Sammelgutspedition: Personal- und Sachaufwendungen sorgen für Kostenschub um 4,1 Prozent“, Pressemitteilung, DSLVL. 26.03.2020

⁴ „Mautanstieg sorgte für Kostenschub – Stückgutkosten wuchsen um weitere 3,9 Prozent“, Pressemitteilung, DSLVL. 05.09.2024

Digitale Planung gegen Ressourcenverschwendung

Auf manchen Ebenen haben Digitalisierung sowie Automatisierung von Prozessen direkten Einfluss, um Kosten zu senken. NG.network testet zum Beispiel die KI-gestützte Optimierung von Hauptläufen innerhalb des Netzwerks. Eine verbesserte Fahrzeugauslastung in Verbindung mit einer Optimierung der Touren und Verkehrspläne hat eine enorme Auswirkung auf die Kostensituation.

Auch durch die verstärkte Einbindung von digitalen Hilfsmitteln in der strategischen Planung, also in der Netzwerksteuerung und -optimierung, können Prozesse verbessert und gestrafft werden. Die Anwendung von Predictive Analytics auf Stückgutmengen im Netzwerk, also die Vorhersage von Mengenentwicklungen durch speziell trainierte Algorithmen, erlaubt eine genauere Planung von nötigen Kapazitäten und verhindert Ressourcenverschwendung. Speditionsbetriebe können beispielsweise schon frühzeitig planen, welche Anzahl von Transportunternehmern für die anfallenden Warenströme disponiert werden müssen und können diese Fahrzeuge zielgerichtet und mit hoher Auslastung einsetzen. Indem das gleiche Prinzip auch auf Kundenebene angewendet wird, können Kundenbedürfnisse schon frühzeitig antizipiert werden.

Unser Kollege, die KI

Angesichts des Mangels an Fachkräften bei gleichzeitig steigenden Personalkosten bietet die Digitalisierung zusätzliche Chancen. Denn Mitarbeitende können durch die zielgerichtete Automatisierung von manuellen Prozessen entlastet werden. Repetitive und langwierige Aufgaben werden durch die digitale Unterstützung entweder einfacher und schneller absolviert – oder aber direkt an die Technik ausgelagert. Im Kundenservice sind

bereits vielfältige Lösungen im Einsatz, zum Beispiel in der direkten Kundenkommunikation (Chatbots, E-Mail, Chatplattformen) oder bei der automatischen Avisierung und Zeitfensterbuchung. Zukünftig wird sich auch die Disposition durch die voranschreitende Digitalisierung grundlegend verändern; der Prozess wird durch die automatische Tourenplanung günstiger. Das Personal aus der Disposition kann sich dann verstärkt um die Betreuung von Mitarbeitenden und Fahrer:innen kümmern, was wiederum die Stellen attraktiver machen und die Arbeitsqualität heben kann.



Die Kosten der Digitalisierung

Natürlich entstehen an der Digitalisierungsfront beim Aufbau einer entsprechenden Struktur, also beim Programmieren, Testen und Ausrollen gewinnversprechender Softwarelösungen, Kosten. Zu einem Teil verlagern sich Prozess- und Personalkosten in Entwicklungs- und IT-Kosten. Im ersten Schritt werden sich diese Kosten amortisieren; mittel- und langfristig aber wird die Software dafür sorgen, dass Kosten ganzheitlich sinken. Indem möglichst viele entsprechende Qualifikationen im eigenen Haus aufgebaut und Programmierungsschritte in das eigene Team verlagert werden, können aber bereits von Anfang an Kosten reduziert und Entwicklungen beschleunigt werden.

Neue Produkte und Kundenerwartungen

Die Digitalisierung in der Produktentwicklung, aber auch in der direkten Ausprägung zum Kunden, charakterisiert ein modernes Stückgutportfolio. Neue serviceorientierte Produkte entstehen, andere Leistungen werden obsolet. Während also der Lieferscheintransfer keinen gewinnbringenden Service mehr darstellt, tragen digitale Zusatzleistungen rund um Sendungsverfolgung oder Mengenprognosen zur Kundenbindung bei.

Stephan Opel

ist Geschäftsführer der NG.network und begleitete den Markenlaunch sowie den Wandel von der System Alliance Netzwerkgesellschaft zur neuen Firmierung. Zuvor hatte der gebürtige Troisdorfer bereits ähnliche Positionen bei verschiedenen Logistikunternehmen inne.

Kontakt:
Industriestraße 5 | 36272 Niederaula
+49 (0) 6625 107 0 | E-Mail: mail@ng.network

NG•network

FAZIT

Die Zukunft des Stückguts

Dem aktuellen Preisdruck standzuhalten, ist sicher keine leichte Aufgabe. Auch wer hervorragend arbeitet und hochwertige Qualität sowie Stabilität liefert, kann nicht mit allen Preisen mithalten. Beim Versuch büßt man nicht nur Wirtschaftlichkeit, sondern langfristig auch die Chance ein, nötige Investitionen in den relevanten Handlungsfeldern zu tätigen.

Die Handlungsfelder sind dabei vielseitig und komplex sowie untereinander vernetzt. In vielen Bereichen ist die Digitalisierung ein bedeutender Faktor, wie auch dieser Report zeigt. Zum Beispiel in Sachen Mitarbeitendengewinnung, -führung und -bindung in Form der Digitalisierung des Recruiting- und Bewerbungsprozesses gefolgt von der Automatisierung repetitiver Aufgaben zur Entlastung des Personals. Aber auch wenn es darum geht, Nachhaltigkeitsmaßnahmen nachvollziehbar zu machen und Berichtspflichten zu belegen. Natürlich umfasst ökologische Nachhaltigkeit im Stückgut aber auch ganz konkret, welche Fahrzeuge im Einsatz sind. Die Auswahl an nachhaltigeren Alternativen wird dabei immer größer — und die Lösungen leistungsstärker.

Langfristig werden sich Investitionen in diesen Bereichen aber nicht nur amortisieren, sondern zu einer Ergebnisverbesserung beitragen. Denn sie haben einen deutlichen positiven Einfluss auf die Mitarbeitenden- und Kundenbindung. Durch die Prozessoptimierung können Ineffizienzen, die sich auch wirtschaftlich auswirken, beseitigt werden. Nicht allein die Kosten-, sondern auch die Qualitätsführerschaft stehen deshalb für NG.network an oberster Stelle. In diesem Zusammenhang bestehen weiterhin große, noch nicht ausreichend realisierte Potenziale in der Kollaboration zwischen Marktteilnehmern. Die voranschreitende Konsolidierung des Markts wird jedoch ihr Übriges dazu beitragen, dass Mitbewerber näher zusammenrücken — und die Zukunft im Stückgut gemeinsam aktiv gestalten.

IMPRESSUM

Herausgeber:
NG.network GmbH
Industriestraße 5 | 36272 Niederaula
+49 6625 107 0 | E-Mail: mail@ng.network
www.ng.network

V.i.S.d.P. Stephan Opel

Konzept und
Umsetzung: Mainblick – Agentur für Strategie und Kommunikation GmbH
Rößdorfer Straße 19a, 60385 Frankfurt am Main | www.mainblick.com

Redaktion und
Projektleitung: Marie-Luise Müller
Für die Inhalte der Expertenbeiträge zeichnen die jeweiligen Autor:innen verantwortlich.

Umfragedurchführung: Lukas Geipert

Layout: Sandra Rehberg, Milena Gwinner

Copyright: © NG.network GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Besonderer Dank gilt den NG.network-Gesellschaftern Hellmann, Gebrüder Weiss, Streck und Zufall für die Unterstützung bei der Durchführung der Umfrage.

Bildrechte: S. 2: iStock, alex_ugalek, „Luftaufnahme eines schweren Lastwagens auf einer schmalen Kurvenstraße“ | S. 3: mainblick, Stephan Opel | S. 4: iStock, 1933bkk, „Gestapelt von Paketboxen mit Elektrostapler Palettenheber im Lagerhaus. Versand Lagerlogistik“ | S. 5: oben: iStock, Marcus Lindstrom, „Einzelner LKW in einem Lager“, Mitte: Prof. Dr. Christian Kille | S. 15: Andreas Rinnhofer | S. 16 und 17: iStock, Marcus Lindstrom, „Luftaufnahme eines LKW an der Laderampe eines Lagerhauses“ | S. 18: Nils Finger | S. 19: oben: iStock, FotografieLink, „Panorama-Hochgeschwindigkeitstechnologie im Großstadtkonzept, heller abstrakter Hintergrund. Geschwindigkeits-Konzept“, unten: Steffen Landsiedel | S. 20: Pixabay, TheDigitalArtist, „Netzwerk, Internet, Technologie“ | S. 21: oben: Sabrina Strätz. Unten: EIKONA Logistics | S. 22–23: oben: iStock, deepblue4you, „Das fehlende Teil, um das Puzzle zu vervollständigen“. | S. 23: Jessica Kölmel | S. 24: Mitte: Dirk Lohre. Unten: iStock, Martin Barraud, „Domino fallen in einer Reihe“ | Seite 25: oben: iStock, ezyPIX, „Transport / Drohne / LKW“. Unten: mainblick, Stephan Opel | Seite 26: iStock, Fahroni, „Luftaufnahme eines Wasserstoff-LKWs, der auf der Autobahn im grünen Wald fährt. Nachhaltiger Transport. Blauer LKW fährt auf Asphaltstraße im Wald. Wasserstoff-Brennstoffzellen-Fahrzeug. Emissionsfreies Auto“ | S. 27: Tobias Bohnhoff. | S. 28: Designwerk. | S. 29: oben: Christian Mascarenhas. Unten: Designwerk | S. 30: iStock, Giorez, „Die Bürogebäude mit buntem Abschluss Sonnenschutz“ | S. 31: mainblick, Stephan Opel | Seite 32: pexels, Kelly, „Aerial Photo of Empty Meandering Road In Between Forest“



S

F