



ILLUSTRATION: BJÖRN JAGDMANN

## Das große Videotreffen

Gerade in der Zeit der Pandemie ist bei Unternehmen der Bedarf an Informationsaustausch hoch. Die **transport logistic Online** mit ihrem vielfältigen Konferenzprogramm lieferte umfangreiche Fachinformationen. In Company-Sessions präsentierten Unternehmen ihre Angebote und Projekte. Bei den Teilnehmern kam beides gut an.

Von Robert Kümmerlen

Nichts war wie sonst, dennoch waren Nutzen und Informationsgehalt groß. Rund 8.500 Teilnehmer der transport logistic Online nutzten die Möglichkeit zum fachlichen Austausch mit Branchenvertretern sowie Politik und Wissenschaft. Grund genug für die Veranstalter, ein positives Fazit zu ziehen.

„Diese Online-Ausgabe der transport logistic war ein wertvoller Beitrag für die Branche in einer schwierigen Zeit“, sagt Stefan Rummel, Geschäftsführer der Messe München, und sieht das diesjährige, pandemiebedingte Konzept durch die gute Resonanz und das positive Feedback bestätigt. „Zwar konnte die Online-Ausgabe die reale Messe nicht ersetzen“, räumt Rummel ein, „aber wir haben der Branche damit die Möglichkeit gegeben, wieder zusammenzukommen, Kontakte zu knüpfen und sich fachlich über die aktuellen Themen

Rund 8.500 Teilnehmer nutzten die Angebote der diesjährigen transport logistic Online - Kontaktknüpfung inklusive.

auszutauschen.“ Dieses Angebot sei von der Branche dankbar angenommen worden. Das zeige sich unter anderem an den zahlreichen Diskussionsbeiträgen während der Sessions.

Die Themen bildeten das ab, was die Logistikwirtschaft derzeit am meisten bewegt. Außer den Folgen der Coronapandemie und den sich daraus ergebenden strategischen Änderungen für das Lieferkettenmanagement sind das Klimaschutz und neue Geschäftsmodelle. Bei letzteren sind vor allem Plattformen von großer Bedeutung.

Es entstehen immer mehr logistische und industrielle B2B-Plattformen. Dadurch wächst die Vielfalt, die das Charakteristische der sogenannten Silicon Economy ist. Zentraler Bestandteil dabei sind Open-Source-Komponenten. „Mit ihnen entstehen föderale Plattformen und ermöglichen Supply-Chain-Ökosysteme. Diese sind ein B2B-Gegenentwurf zu C2C- und B2C-Monopolisten“, sagt Michael Schmidt, Strategieentwickler

beim Fraunhofer IML. In der Silicon Economy stehen Unternehmen alle Komponenten und Bausteine, also Soft- und Hardware, frei zur Verfügung. Damit können sie wiederum eigene Plattformen aufbauen. Sie können auch spezielle Algorithmen oder Bauanleitungen für IT-Komponenten verwenden. Das Ziel der Silicon Economy ist, dass durch diesen gemeinschaftlichen Ansatz sicherere und bessere Lösungen herauskommen, als wenn einzelne Marktakteure Inselösungen schaffen. Vor allem Mittelständler könnten davon profitieren.

Für jedes Unternehmen der Branche ist es wichtig, über derartige Trends informiert zu sein. „Die Branche entwickelt sich trotz oder gerade wegen der Pandemie rasant weiter, also müssen wir in Bewegung bleiben, potenzielle Geschäftsmöglichkeiten nutzen und neue Partnerschaften schließen“, sagt Emile Hoogsteden, verantwortlich für Marketing beim Hafendienstleister Rotterdam. „Die diesjährige Online-Ausgabe der

transport logistic war die beste denkbare Möglichkeit, genau das zu tun.“

Stark nachgefragt waren der Messe München zufolge nicht nur die Beiträge im Konferenzprogramm, sondern auch die Company-Sessions. Dabei gaben Unternehmen Einblicke in Produktangebot und Entwicklung sowie Projekte und Strategien. „Die positive Resonanz auf unsere Company Session hat unsere Erwartungen übertroffen“, sagt Michael Krainthaler, Vorstandsmitglied LKW Walter.

Die durchschnittliche Teilnehmerzahl bei den Unternehmenspräsentationen lag bei 501. Zahlreiche Teilnehmer nutzten auf der Onlineplattform die Möglichkeit, Termine anzufragen und sich miteinander zu vernetzen. So kamen an den drei Veranstaltungstagen 2.994 Kontaktaufnahmen zustande, teilt der Veranstalter mit.

In zwei Jahren können diese Kontakte wieder persönlich geknüpft werden. Die nächste transport logistic ist vom 9. bis 12. Mai 2023 als Messe geplant - so, wie man sie sonst kannte.

### DVZ Der Podcast

Im DVZ-Podcast ziehen DVZ-Chefredakteur Sebastian Reimann und Robert Kümmerlen ein persönliches Fazit zur diesjährigen transport logistic Online. Klimaschutz, Digitalisierung und die Folgen der Coronakrise bestimmten den breiten Themenmix. [www.dvz.de/podcast](http://www.dvz.de/podcast)

## Kosten der Kupplung treiben Branche um

Belastung schreckt Osteuropäer ab

**SCHIENE** Das Bundesverkehrsministerium dämpft Hoffnungen der Eisenbahnen und Güterwagenhalter auf Übernahme der Kosten für die Umrüstung des Wagenparks auf die Digitale Automatische Kupplung (DAK). Es sei ein „kluges Finanzierungsmodell erforderlich“, sagte Stephan Bull als Vertreter des Bundesverkehrsministeriums (BMVI) auf einer Videokonferenz zu Innovationen im Schienengüterverkehr, die der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) während der online abgehaltenen Messe transport logistic organisiert hatte. „Mit Förderung allein wird es nicht gelingen“, betonte Bull. „Es

wird auch einen Eigenanteil geben müssen.“ Das BMVI finanziert das Projekt von Juni 2020 bis Dezember 2022 mit rund 13 Millionen Euro.

Die Kosten der Umstellung des Wagenparks werden europaweit auf bis zu 8,6 Milliarden Euro geschätzt. Die hohe Belastung schreckt insbesondere Eisenbahnen und Wagenhalter in Osteuropa ab. Sven Wellbrock, Chief Operating Officer Europe des Schienenlogistik- und Transportmittelvermieters VTG, wies darauf hin, dass es in Europa keine weißen Flecken bei der Umstellung auf die DAK geben dürfe. Andernfalls sei das Geschäftsmodell in Gefahr. (ici)

## Digitalisieren und automatisieren

Kapazitäten der Binnenterminals wachsen

**HINTERLAND** Bei der Abwicklung von Containertransporten zwischen den Seehäfen und dem Hinterland gibt es nicht erst seit der Suezkanal-Blockade Schwierigkeiten. Die Welt werde größer, volatil und unberechenbarer, und das schaffe Probleme, sagte Andreas Schulz, Vorsitzender der Geschäftsführung der Deutschen Umschlaggesellschaft Schiene-Straße (DUSS) bei einem Fachforum zum Thema „Strukturwandel im Containerverkehr der europäischen Seehäfen“ auf der Messe transport logistic. Sein Unternehmen setzte daher auf Neubau und Erweiterung

von Terminals, Digitalisierung der Prozesse in der Kette und Automatisierung der Umschlagtechnik. Die DUSS hat für 14 Terminals aktuelle Ausbaupläne, mit denen die Kapazität bis 2030 um 40 Prozent gesteigert werde.

Kapazitätserweiterung, um mehr und schneller umschlagen zu können, ist das Eine. Kurzfristige Erleichterungen bringen jedoch zusätzliche Zugangebote beispielsweise aus den Westhäfen, so Frank Erschkat, Geschäftsführer von TFG Transfracht. Es könne durch zusätzliches Wagenmaterial noch einiges abgefahren werden. (jpn)

## CO<sub>2</sub>-arme Logistik ist möglich

Viele Unternehmen testen neue Wege

**KLIMASCHUTZ** Während die Wirtschaft in der EU ihre Treibhausgasemissionen seit 1990 insgesamt vermindern konnte, steigt der CO<sub>2</sub>-Ausstoß der Transportwirtschaft weiter. Dennoch antworteten die Teilnehmer einer Diskussionsrunde auf die Frage „CO<sub>2</sub>-Einsparungen in der Logistik – ein Ding der Unmöglichkeit?“ eindeutig mit Nein.

Serge Schamschula, Senior Partner Manager bei der Transporeon GmbH, sieht viele Möglichkeiten, den Hebel anzusetzen. Spediteure und Transportunternehmen könnten zum Beispiel die Disposition und Transportabwicklung optimieren,

umweltschonende Fahrzeuge anschaffen und ihre Fahrer schulen. Für Industrie, Handel und Logistikdienstleister sieht Schamschula besonders viel Potenzial im multimodalen Verkehr. Dadurch seien CO<sub>2</sub>-Einsparungen von zwei Dritteln möglich.

Praktiker berichteten über ihre Erfahrungen. Rhenus Logistics setzt unter anderem auf nachhaltigere Lagerhäuser sowie Lkw und Schiffe mit alternativen Antrieben. Die Deutsche Telekom arbeitet gemeinsam mit 21 Unternehmen aus Handel und Logistik daran, durch einen digitalen Lieferschein viel Papier zu sparen. (fh)



FOTO: MESE MÜNCHEN; ILLUSTRATION: DVZ

# Die digitale Zukunft der Logistik auf dem Schirm

Die **transport logistic** musste nicht nur virtuell stattfinden – die Digitalisierung mit all ihren Facetten und Folgen war auch Kernthema des Branchenevents. Es ging aber auch um aktuelle Herausforderungen wie Kapazitätsknappheit. Der Tenor: Es verändert sich vieles – aber nicht nur zum Schlechten.

**Informations-Hub Landingpage**  
Ausführliche Berichte von der Konferenz sowie weiterführende Podcasts und Interviews auf dem Roten Sofa der DVZ gibt es online:  
[www.dvz.de/tl2021](http://www.dvz.de/tl2021)

## Gestörtes Kundenverhältnis

Verlader, Spedition und Carrier diskutieren beim DVZ-Panel Marilog

**SCHIFFFAHRT** Was tun, um die angespannten Beziehungen zwischen Linienreedern und ihren Kunden zu verbessern? Diese Frage erörterten diese Teilnehmer des DVZ-Panels marilog: Jan Tiedemann, Senior Analyst Liner Shipping and Ports bei Alphaliner, Poul Hestbaek, CEO bei Hamburg Süd, Bodo Knop, Geschäftsführer der Verlader-Einkaufsgesellschaft Xstaff, und Jan Harnisch, Global COO bei Rhenus Air & Ocean.

Eine künstliche Verknappung der Kapazitäten habe es nicht gegeben, betonte Tiedemann in seiner Keynote. „Die Carrier haben die Kapazität in der ersten Coronaphase angepasst, sie haben diese aber ebenso wieder erhöht und somit reagiert, als die Nachfrage gestiegen ist.“ Natürlich profitierten sie von den exorbitanten Frachtraten. Allerdings seien auch die Charraten über alle Schiffsgrößen sehr stark konjunkturell geprägt.

Mit den operativen Herausforderungen wie fehlendem Frachtraum, erheblichen Verspätungen und nicht verfügbaren Containern haben allerdings nicht nur Verlader und Spediteure zu kämpfen. „Wir sind auch nicht zufrieden“, betonte Hestbaek. Obleich Maersk und Hamburg Süd bei der Zuverlässigkeit auf Platz eins

und zwei liegen, seien deren Schiffe zu weniger als 50 Prozent pünktlich. „Das ist eindeutig nicht gut.“ Allerdings seien alle fahrbereiten Schiffe unterwegs. Wenn dann Frachtraum angefragt würde, stiegen die Spotraten. Über die Höhe entscheide allerdings der Markt, so Hestbaek.

### Kreative Lösungen

Trotz der Herausforderungen haben die Marktteilnehmer kreative Ansätze entwickelt, um die Boxen dennoch zu transportieren. „Im März letzten Jahres haben wir für eilige Ware aus China Lkw eingesetzt“, berichtete Knop. Zudem konnte auf das Charterschiff „Laila“ zurückgegriffen werden. Eine andere Möglichkeit sei der Transport über die Schiene mit China Rail. „Man muss auf alle Möglichkeiten zurückgreifen, um die Warenverfügbarkeit zu gewährleisten.“

Eine künstliche Verknappung der Kapazitäten hat es nicht gegeben, so Jan Tiedemann in seiner Keynote.

Erforderlich seien dafür der enge Austausch mit den Reedern, eine gute Prognose und ein gegenseitiges Commitment.

„Ich glaube, das Hauptproblem ist Kommunikation“, sagte Harnisch. Zudem entstehe der Eindruck, dass die Carrier keine richtige Kontrolle über ihr Geschäft hätten. Ein Beispiel dafür sei, dass die Zusicherung von Plätzen für FAK (Freight All Kinds) nicht eingehalten und lediglich eine Entschädigung in Höhe von 200 US-Dollar gezahlt werde, während der Wert des Containers bei 8.000 Dollar liege. Bessere Prognosen könnten hier helfen. Die Spediteure seien jedoch mit Leerbuchungen – zum Teil bei mehreren Reedereien auf unterschiedlichen Abfahrten – nicht ganz unbeteiligt. „Ich glaube, dafür bekommen wir jetzt ein wenig den Denkkittel“, sagte Harnisch.

Das zu verändern, sei jedoch keine technische Frage, sondern eine des Verhaltens, meint Tiedemann. Die Carrier hätten durchaus versucht, Qualitätsinitiativen auf die Beine zu stellen, beispielsweise mit besseren Transitzeiten und garantierten Lieferzeiten. Die Verlader seien allerdings nicht dazu bereit gewesen, für ein besseres Produkt 10 Prozent mehr zu bezahlen. (cb/ol)

ANZEIGE

**DVZ**  
Deutsche Verkehrs-Zeitung

**transport logistic Online 2021**  
(04.-06. Mai)  
mit freundlicher Unterstützung von:

**DP WORLD**

## Aufbruch in eine neue Ära

Diskussion zur Zukunft der Logistik zeigt Handlungsfelder auf

**VISION** Die Logistikbranche wird in zehn Jahren die maßgebliche Wirtschaftsmacht in der Welt sein. Diese These stellte Ralf Jahncke, Chef des Beratungshauses Transcare, während der vom Deutschen Verkehrsforum (DVF) ausgerichteten Podiumsdiskussion „Next Generation Logistics“ auf - und er fand Zustimmung bei den übrigen Teilnehmern. Zuvor hatte er mit Jan Kaumanns, CEO der Transportplattform Rio, Cargobeamer-Chef Hans-Jürgen Weidemann und Klaus Dohrmann, dem Vice President Innovation Europe & Trend Research bei Deutsche Post DHL, darüber diskutiert, welche Trends und Techniken die Logistik der Zukunft bestimmen werden.

Einen ersten Denkanstoß vor der Diskussion gab Prof. Raimund

Klinkner, Vorsitzender des DVF-Präsidiums, in seinem Impulsvortrag. Er skizzierte, wie die Logistik im Jahr 2030 aufgestellt sein dürfte. Dabei ging es neben den Möglichkeiten, die eine deutlich weiterentwickelte Technik bieten wird, vor allem um die intelligente Verknüpfung der Verkehrsträger, um schlaue Algorithmen sowie um die integrierte Nutzung von Daten. „Die Logistikketten enden nicht an den Ländergrenzen. Daher sind einheitliche Datenstandards erforderlich“, machte Klinkner den Zuhörern deutlich.

Doch wie sollen die Akteure konkret miteinander verbunden werden? Ein praktikabler Ansatz ist die Zwischenschaltung von Frachtplattformen, über die Daten

konsolidiert werden können. Das sieht Jahncke als durchaus gute Lösung an: „Plattformen sind Werkzeuge, um den Einsatz der Assets zu optimieren.“ Das wäre möglich, wenn es zu jeder Sendung einen Datensatz gäbe, der über die jeweilige Plattform gezogen werde. Die Steuerung könne noch effektiver werden, wenn jede physikalische Bewegung in Echtzeit gesteuert würde und die Prozesse dadurch extrem transparent würden.

Laut Rio-CEO Kaumanns ist das Handling der Daten dabei nicht das Problem. „Es geht nicht darum, alle Daten anzuzeigen, sondern nur die relevanten Daten.“ Damit hat er dann auch die Aufgabe der Frachtplattformbetreiber für die nächste Zeit definiert. (ben)

## Covid treibt die Digitalisierung

Die Cargo-Abfertiger erhalten eine wichtige Drehscheibenfunktion

**LUFTFRACHT** Die Covidkrise hat der Aircargo-Branche nicht nur einen Digitalisierungsschub gebracht. Das haben die Redner auf der Air Cargo Europe im Rahmen der transport logistic 2021 unterstrichen.

Bei der Podiumsdiskussion „Future of Air Cargo“, die von der DVZ-Schwesterpublikation „Air Cargo News“ organisiert wurde, sagte Guillaume Halleux, Chief Officer Cargo bei Qatar Airways, dass die Geschwindigkeit, mit der die Kunden begonnen haben, digitale Buchungen anzunehmen, „unsere eigene Vorstellung übersteigt“. Die Airline hatte ihre Kapazitäten im Januar auf der Drittanbieter-Plattform Webcargo gelistet. Die Lockdowns und die Arbeit von zu Hause an

vielen Orten hätten dazu beigetragen, dass solche digitalen Lösungen vermehrt angenommen werden.

„Covid ist mit Sicherheit ein Treiber dafür, und die Tatsache, dass ein Teil unserer Belegschaft von zu Hause aus arbeitet, hat definitiv einen Schub in Richtung Digitalisierung gegeben“, sagte auch Thomas Mack, Leiter der globalen Luftfrachtpedition bei DHL. Der Ausbruch von Covid - und der Boom im E-Commerce - hätten ferner dazu geführt, dass die Branche die Bedeutung der Bodenabfertiger in der Luftfrachtlieferkette neu bewerte. Er sagte, dass der Anstieg des Volumens die Notwendigkeit unterstreiche, die digitalen Verbindungen zu den Abfertigern zu verbessern, um den reibungslosen

Fluss der Fracht durch die gesamte Luftfrachtlieferkette zu gewährleisten. „Wir werden jetzt auf die Bodenabfertiger zugehen und sehen, ob wir Lösungen im Hinblick auf die Automatisierung finden können“, sagte Mack.

„Ein RFI-Etikett zum Beispiel, mit dem wir automatisiert nachverfolgen können, wo sich die Fracht befindet und wie sie abgerufen wird, ist eines der dringenden Themen.“

Wilson Kwong, Geschäftsführer des Hongkonger Frachtabfertigers Hactl, sagte, dass Automatisierung und Digitalisierung wichtige Entwicklungsbereiche für Abfertiger seien. Zugleich machte er klar, dass menschliche Interaktion auch in Zukunft für viele Aufgaben erforderlich sein werde. (db/sr)

## Gemeinsame Konzepte

Der Innenstadthandel muss sich nach der Krise neu erfinden

**E-COMMERCE** Eine einzelne Lösung, um die Innenstadtlogistik zu entzerren und die Städte nach der Coronakrise neu zu beleben, gibt es nicht. Darüber waren sich alle Referenten am letzten Mittwoch in der DVZ-Session „Der Handel in den Städten muss sich neu erfinden“ im Rahmen der transport-logistic-Konferenz einig. Die Akteure und Logistikdienstleister müssen stattdessen gemeinsame Konzepte entwickeln. Auch das Zusammenspiel aus verschiedenen Lösungen, wie Last-Mile-Hubs, einer geräuscharmen Nachtlogistik, Lastenrädern und Ladezonen, könnte die Innenstadtlogistik gestalten, resümierten die Referenten.

Unter Moderation von Robert Kümmerlin, Mitglied der DVZ-Chefredaktion, diskutierten Ulrich Balke, Director Consulting KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Ulrich Binnebösel, Logistikexperte vom Handelsverband Deutschland (HDE), Alexander Handschuh, Sprecher Deutscher Städte- und Gemeindebund, Carsten Hansen, Leiter Innenstadtlogistik Bundesverband Paket & Expresslogistik, und Werner Gliem, Senior Team Leader Supply Chain & Logistics Solutions Jones Lang LaSalle,

über neue Lösungen in den Städten. Um die Zusammenarbeit der Logistikdienstleister langfristig zu fördern und das veränderte Konsumverhalten sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich zu bewältigen, seien Anreize nötig, betonte Hansen. Die Regelungen in den Städten dazu landesweit einheitlich festzulegen, sei jedoch nicht realistisch, merkte Balke an. Stattdessen müsse ein „Dialog von allen Beteiligten“ erfolgen, ergänzte Handschuh.

Kommunen könnten „Alternativen im ÖPNV und in der Logistik“ schaffen, fügte Binnebösel hinzu. Auch die Umstellung auf eine geräuscharme Nachtlogistik werde die Verkehre entzerren. Und: Die Logistik könne einen Beitrag leisten, indem sie kleinteiliger werde, sagte Binnebösel. Dazu werden weitere Flächen und „neue Planungsgrundlagen in den Städten benötigt“, so Hansen.

Eine Lösung dafür könnte schon in der Planungsphase geschaffen werden, bemerkte Gliem. „Bei der neuen Quartiersgestaltung muss Logistik mitgedacht werden. Bei Bestandsquartieren müssen Lösungen im Dialog gefunden werden.“ So könnte die Logistik attraktiv in das Stadtbild integriert werden. (fho)

## Schutz durch digitale Zwillinge

Neue Instrumente dienen der Sicherung der Lieferketten

**RISIKOMANAGEMENT** Die Coronakrise und die Folgen für die Lieferketten haben vielen Unternehmen die Bedeutung des Risikomanagements klargemacht. Zugleich hat sich gezeigt, dass nicht alle Risiken vorhersehbar und planbar sind. Experten sprechen von der Wahrscheinlichkeitsfalle. Es ist nicht möglich, alle Risiken zu identifizieren und deren Eintrittswahrscheinlichkeit zu ermitteln.

Ein Grund sind die komplexen Verflechtungen in den Lieferketten. Und selbst wenn mittels ereignisorientiertem Risikomanagements Schwachstellen identifiziert werden, unterschätzen Unternehmen oft die Folgen. Das kann beispielsweise beim Ausfall eines Rohstofflieferanten der Fall sein. Darauf wies Prof. David Francas von

der Hochschule Heilbronn hin. Er war Teilnehmer der Konferenz „Covid-19 und die Supply Chain der chemisch-pharmazeutischen Industrie“.

Der Experte für logistische Informationssysteme empfiehlt, für die Risikoermittlung stärker vorhandene Supply-Chain-Daten zu nutzen, die unter anderem standardmäßig in ERP- und anderen Planungssystemen hinterlegt sind. Statt zu versuchen, Risikoereignisse zu prognostizieren, sollte vielmehr im Vordergrund stehen, wie verwundbar eine Lieferkette ist und welche finanziellen Auswirkungen ein Risiko hat. Mit den Supply-Chain-Daten lässt sich ein digitales Modell erstellen. „Damit können dann Risikoszenarien und Gegenmaßnahmen simuliert werden“, sagt

Francas. Entscheidend sei das, was passiert, wenn ein Glied einer Lieferkette ausfalle. Warum ist egal.

Nach Francas Auffassung wird es im Rahmen des Risikomanagements zu einer Neubewertung des Kompromisses zwischen Kosteneffizienz und Risiko kommen. Kosteneffizienz wird stark über Bestandsreduzierung und Lieferantenmanagement beeinflusst. Zur Risikominimierung tragen maßgeblich Sicherheitsbestände, Dual-Sourcing und Back-up-Kapazität bei. Um hierbei die richtige Balance zu finden, kann auch wiederum ein digitaler Zwilling hilfreich sein - bis hin zur Detailbewertung bezüglich Investitionen. Ziel ist, dass die Risikoeindämmung kosteneffizient und an der richtigen Stelle erfolgt. (rok)

## Datenfluss zum Lkw muss digital werden

Praktiker fordern einen einheitlichen Standard

**STRASSE** Im Straßengüterverkehr gibt es noch beträchtliche Effizienzpotenziale, wenn Frachtführer enger digital an die jeweiligen Transportmanagementsysteme angebunden werden. Dazu seien aber möglichst einheitliche Datenstandards notwendig, waren sich die Teilnehmer an der von Timocom organisierten Konferenz zur digitalen Anbindung von Carriern einig.

„Derzeit gibt es über 500 Telematiklösungen, aber wir brauchen einen einheitlichen Kommunikationsstandard“, sagte Maximilian Schäfer, CEO der digitalen Spedition Instafreight. „Man kann derzeit gar nicht so viele Schnittstellen bauen, wie es Systeme gibt.“

Eine engere Anbindung der Carrier würde dazu beitragen, dass Lieferketten weiter optimiert werden, begründet Jeroen Eijssink, Europa-Chef von C.H. Robinson, das Anliegen. Zudem könnten freie Kapazitäten und verfügbare Ladungen besser miteinander verbunden werden. „Und es geht um Prozesseffizienz.“ Aber: Während in den USA eine hohe Bereitschaft vorhanden ist, Informationen und Daten zu teilen, sei man in Europa eher noch vorsichtig, hat er beobachtet.

Letztlich müssen die Speditionen noch viel Überzeugungsarbeit bei ihren Frachtführern leisten. Den Transportunternehmen müsse deutlich gemacht werden, welcher Mehrwert durch einen einfacheren Datenfluss entsteht, beispielsweise über eine konstante Auslastung, ergänzte Andreas Schmidt, CEO der deutschen Hegelmann-Organisation.

Hegelmann versuche zum einen, die Carrier mit digitalen Komplettlösungen abzuholen. „Wir setzen aber auch monetäre Ansätze - wer Daten teilt, wird bei der Auftragsvergabe bevorzugt.“ Diese Strategie verfolgt auch Instafreight. Neben der Überzeugungsarbeit bei kleineren Frachtführern „bringen wir das Thema bei festen Partnern auch in die Verhandlungen ein“.



**Wir setzen auch auf monetäre Ansätze - wer Daten teilt, wird bei der Auftragsvergabe bevorzugt.**

Andreas Schmidt, Hegelmann-Group

Und wie sieht es mit Apps aus? In den USA, wo beispielsweise C.H. Robinson auf bestimmten Relationen nur mit wenigen Carriern zusammenarbeite, sei dies einfacher möglich als in einem fragmentierten europäischen Markt, schränkte Eijssink ein. Dort funktioniere dies vor allem mit festen Partnern, aber „wir nutzen auch andere Plattformen“. Für Instafreight-Chef Schäfer sind Apps nur für Fahrer und Transportunternehmer im Festeinsatz möglich, nicht aber im Spotmarkt. „Wir können keinem Fahrer 20 Apps auf seinem Handy zumuten.“

Frachtenplattformen billigt Schmidt ein großes Potenzial im Datenschungel zu. Grundvoraussetzung sei, dass „sie wirklich unabhängig bleiben“ und nicht einseitig auf Verloader, Spediteure oder Transportunternehmen ausgerichtet sind. (la)

# Start-ups im Fokus

Entscheider-Talk, innovative Business-Ideen und Livemusik: Bei der **Digital Innovators Hour** live aus dem DVZ-Studio in Hamburg wurde den Zuschauern ein gleichermaßen informatives wie unterhaltsames Programm geboten



Tim-Oliver Frische übernahm bei allen drei Terminen der Digital Innovators Hour die Moderation.

Von Frederic Witt

Ein „bisschen Late Night“ kündigte Moderator Tim-Oliver Frische für die Digital Innovators Hour auf der diesjährigen transport logistic an. Und so unterhaltsam, wie man es sonst von einigen TV-Formaten kennt, führte er dann in der vergangenen Woche durch die drei Veranstaltungen mit Interviews, Pitches und Livemusik.

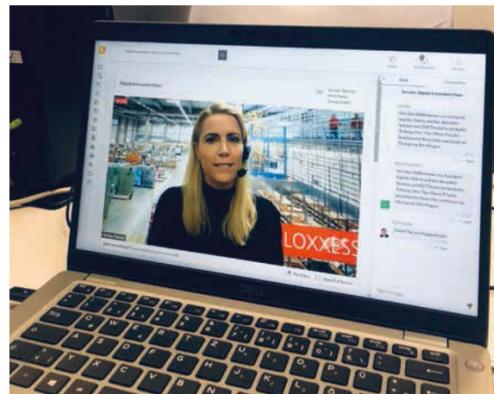
In den ersten 30 Minuten der Digital Innovators Hour begrüßte Frische mit Hochschulprofessor Christian Kille, Otto-Vorstand Kay Schiebur oder Loxxess-Vorständin Christina Thurner hochkarätige Gäste aus der Welt der Logistik. Kille stellte in diesem Rahmen die Kernergebnisse einer neuen Studie zur Zusammenarbeit von etablierten Logistikunternehmen mit Start-ups vor. Schiebur und Thurner hingegen gaben den Zuschauern einen ganz persönlichen Einblick in ihren Werdegang in der Logistik, ihre hellsten und dunkelsten Stunden in der digitalen Transformation und erzählten von ihren Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Start-ups. Thurner, die seit kurzem gemeinsam mit ihrem Bruder den Vorstand der Loxxess AG bildet, verriet, dass auch schon wichtige unternehmerische Entscheidungen unter dem Weihnachtsbaum getroffen wurden.

**Auf uns hat die Welt gerade noch gewartet!**

Das Motto der zweiten Hälfte der Digital Innovators Hour lautete an allen drei Tagen „Auf uns hat die Welt gerade noch gewartet!“. Elf Start-ups stellten in kurzen, fünfminütigen Pitches ihre Ideen vor. Die jungen Unternehmen erhielten für ihre Vorträge von Johannes Berg, Geschäftsführer des Digital Hub Logistics, durchweg positives Feedback. Neben der Nachhaltigkeit, die sich in allen Ideen der Start-ups wiederfand, gab es zwei Fokusthemen. Die Start-ups Expozed1, Brownfield24 und Spacefill präsentierten unterschiedliche Lösungsansätze für die schwierige Situation auf dem Logistikimmobilienmarkt.

Auch für die Citylogistik und den wachsenden E-Commerce-Markt wurden innovative Ideen vorgestellt. Niklas Tauch von Liefergrün fragte, warum das Thema Last-Mile-Delivery so unsexy geworden ist? Er will mit seinem Unternehmen einen emissionsfreien Transport auf der letzten Meile anbieten. Auch Ducktrain, hervorgegangen aus der Start-up-Schmiede Startport, will die Prozesse auf der letzten Meile optimieren und automatisieren.

Beschlossen wurde jeder Messtag schließlich mit Livemusik. Das Trio „Lounge Jazz“ begleitete die Besucher der transport logistic Online in den Feierabend.



Christina Thurner (Bild oben) gab bei der Digital Innovators Hour Einblick in ihren Werdegang. Elf Start-ups stellten in fünfminütigen Vorträgen ihre Ideen vor. Tim-Oliver Frische moderierte an allen Abenden vom blauen Blue-Rocket-Sofa aus dem DVZ-Studio in Hamburg.



## Die Spedition der Zukunft ist hybrid

**VERGLEICH** Wem gehört die Zukunft im Speditionswesen, klassischen oder digitalen Speditionen? Diesen Blick in die Glaskugel wagte Ulrich Müller-Steinfahrt, Professor am Institut für angewandte Logistik an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt, auf der transport logistic. Und weil der Kunde ja bekanntlich immer recht hat, durfte Frank Iden, für Logistik verantwortlicher Geschäftsführer der Hettich-Gruppe, seine Einschätzung aus Verladersicht kundtun.

Die drei wichtigsten Vorteile digitaler Speditionen seien aus seiner Sicht die Minimierung von Fehlern bei digitalen Prozessen, eine größere Transparenz in der Lieferkette und digitalisierte Datensätze, die zur internen Optimierung genutzt werden können. Nicolaus Schefenacker, CEO und Mitgründer von Sennder, hatte den Ausführungen seines Vorredners nicht mehr viel hinzuzufügen. Lediglich die Breite des Netzwerks mit Transportunternehmen in ganz Europa sowie den Nachhaltigkeitsaspekt durch die Minimierung von Leerkilometern fügte er an.

Moderator Müller-Steinfahrt konfrontierte Schefenacker daraufhin mit dem häufigen Vorwurf an digitale Speditionen, kein operatives Know-how und keine Erfahrung im Speditionswesen mitzubringen. Der Sennder-Chef entgegnete, dass dieser Vorwurf anfangs grundsätzlich zutreffend war, aber heute, durch das Rekrutieren von gelernten Fachkräften sowie die Zusammenarbeit mit Kunden und Investoren wie Scania und Siemens, nicht mehr haltbar sei.

Nichtsdestotrotz, hob Müller-Steinfahrt hervor, sei das Wissen und die Erfahrung in klassischen Speditionen über Jahrzehnte gewachsen, und leitete damit über zu Nicola Rackebrandt, geschäftsführende Gesellschafterin bei der Sterac Transport & Logistic GmbH. Sie stellte klar, dass bei Sterac eine konsequente Digitalisierungsstrategie verfolgt werde, um alle standardisierten Prozesse zu automatisieren. Allerdings, betonte sie, erfordere alles, was darüber hinausgehe, Erfahrung und operatives Know-how. Insbesondere bei der Kundenberatung während der Coronakrise sei dies essenziell für das Geschäft gewesen. Eine Antwort auf die eingangs formulierte Frage brachte der Blick in die Glaskugel zwar nicht, aber zumindest die Erkenntnis, dass die Zukunft den hybriden Speditionen gehört, die das Beste aus beiden Welten vereinen. (tb)

## Impressum

**Verantwortlicher Redakteur**  
 Sebastian Reimann  
**Grafik** Björn Jagdmann,  
 Andreas Voltmer (Ltg.)  
**Kontakt** reimann@dvz.de

**DVZ Media Group GmbH**  
 Heidenkampsweg 73-79, D-20097 Hamburg  
 Postfach 10 16 09, D-20010 Hamburg  
 Tel.: +49 40 237 14-100

**Geschäftsführer** Martin Weber  
**Verlagsleiter** Oliver Detje  
**Anzeigenleiter** Florian Böhm  
 Tel.: +49 40 237 14-129  
**Leser- und Abonnentenservice**  
 Tel.: +49 40 237 14-240  
 Fax: +49 40 237 14-333  
 leserservice@dvz.de

**Druck** Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG, Kassel; Gerichtsstand ist Hamburg.