



**HERZIG®**  
MARKETING FÜR LOGISTIK

Digitale Transformation in der Transportbranche.

# Freund oder Feind?

Umfrage gemeinsam durchgeführt von HERZIG und VVWL

## Vorwort

Die Digitalisierung bremst hauptsächlich kleine Spediteure aus. Diese Erkenntnis ist nicht neu. Bereits im vergangenen Jahr zeigte die erste Umfrage von HERZIG Marketing und dem Verband Verkehrswirtschaft und Logistik Nordrhein-Westfalen e.V. (VVWL), dass gut zwei Drittel der Transportunternehmen nur bedingt mit dem digitalen Wandel mithalten können. Weitere 13 Prozent gaben sogar an, dies nur schwer bis gar nicht zu schaffen. Das Problem dabei: Die digitale Transformation macht keine Pause, sondern sie schreitet rasant voran. Grund genug für uns, ein weiteres Mal nachzufragen: Was hat sich in den letzten 12 Monaten bei den Spediteuren verändert? Welche Digitalisierungsprojekte wurden oder werden angepackt und welche nicht? Kurz: Wo stehen sie heute?

Dazu haben wir uns Unterstützung geholt. Die Berliner Online-Spedition InstaFreight verfügt über umfassende Erfahrungen aus unterschiedlichen Digitalisierungsprojekten zwischen Dienstleistern und Verladern und hat ihr Know-how bei der Erarbeitung des Fragenkataloges sowie der Auswertung eingebracht. Die Umfrage selbst fand im August und September 2018 statt. Dazu hatten wir 2.456 Unternehmen eingeladen, 12,2 Prozent haben teilgenommen.

Die Ergebnisse der Befragung liegen nun vor und sind in diesem Whitepaper zusammengefasst. Sie zeigen: Beim Thema digitale Transformation geht die Schere zwischen kleinen Logistikdienstleistern mit weniger als zehn Mitarbeitern und größeren Mittelständlern zunehmend auseinander. Denn mehr als die Hälfte der kleinen Unternehmen hat bisher noch kein Digitalisierungsprojekt umgesetzt und plant es auch nicht. Der Grund: Über 80 Prozent davon sehen keine Notwendigkeit dafür. Das überrascht. Steigen doch auf der anderen Seite die Kundenanforderungen. So wird etwa die genaue Angabe der erwarteten Ankunftszeit (ETA, Estimated Time of Arrival) flächendeckend über die gesamte Flotte schon bald nicht mehr Kür, sondern Pflicht sein.

Doch machen Sie sich selbst ein Bild, inwieweit die digitale Transformation die Logistik verändert und in Zukunft weiter verändern wird. Das Whitepaper liefert dazu interessante Einsichten. Sollten Sie darüber hinaus noch Fragen haben, sprechen Sie uns gerne an.



Heike Herzig



Marcus Hover

## Management Summary

Die Logistik ist nach der Automobilwirtschaft und dem Handel der größte Wirtschaftszweig Deutschlands. Doch während etliche Branchen den digitalen Wandel vorantreiben, treten viele Transportunternehmen auf der Stelle. Vor allem kleine Logistikdienstleister tun sich mit der Digitalisierung ihrer Prozesse nach wie vor schwer.

So haben 85 Prozent der Befragten aus kleinen Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten ihre Einstellung zum digitalen Wandel in den vergangenen 12 Monaten nicht verändert. Der überwiegende Teil von ihnen (72 Prozent) sieht in der Digitalisierung auch keine Chancen für das eigene Unternehmen. Anders sieht es bei größeren Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern aus: 84 Prozent der Befragten mit unveränderter Einstellung sehen die digitale Transformation als Chance.

Entsprechend gering bzw. groß ist auch die Erfahrung der Befragten mit Digitalisierungsprojekten. Während mehr als die Hälfte (54 Prozent) der Unternehmen mit 1 bis 10 Mitarbeitern bisher kein Digitalisierungsprojekt umgesetzt hat, ist dies bei nur 8 Prozent der Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern der Fall. Insgesamt verfügen schon mehr als zwei Drittel der Befragten (67 Prozent) über Erfahrungen mit Digitalisierungsprojekten – und zwar überwiegend in der Disposition (knapp 80 Prozent) und der Buchhaltung (knapp 70 Prozent). Digitalisierungsprojekte im Vertrieb spielen dagegen bei Unternehmen aller Größenordnungen die geringste Rolle.

Zugleich möchte der Großteil der Befragten (62 Prozent) die Digitalisierung der eigenen Unternehmensprozesse weiter vorantreiben, insbesondere in der Disposition, der Buchhaltung und im Bereich Services. Für die Befragten, die keine Digitalisierungsprojekte planen, stellen Komplexität und Zeitmangel unüberwindbare Hürden dar. Weitere Gründe für die Zurückhaltung sind Kosten und der mangelnde Erfolg vorheriger Projekte. Letzteres ist insbesondere bei Unternehmen mit 1 bis 25 Mitarbeitern der Fall (22 bis 29 Prozent).

## Statements



*„Chancen, Risiken, selbst die Frage nach der schieren Notwendigkeit der Digitalisierung werden insbesondere abhängig von der Unternehmensgröße vollkommen unterschiedlich in der Logistik bewertet.“*

Marcus Hover, VVWL



*„Neben den vielen operativen Themen darf die Digitalisierung des Marketings nicht vergessen werden, schließlich ist die Effizienz des Vertriebs nicht ganz unwichtig für den Erfolg.“*

Heike Herzig, HERZIG



*„Die Umfrage zeigt, dass kleine Frachtunternehmen die Vorteile der Digitalisierung weniger stark wahrnehmen. Deshalb hat es sich InstaFreight zum Ziel gemacht, insbesondere kleine und mittlere Frachtunternehmer dabei zu unterstützen, auch in Zukunft die Anforderungen im Markt erfolgreich zu bewältigen.“*

Philipp Ortwein, Managing Director InstaFreight

## Studiendesign

2.456 Unternehmen (davon rund 1.800 Mitgliedsunternehmen des VVWL) wurden eingeladen. 301 (12,2 Prozent) Unternehmen haben die Umfrage beantwortet. Erhebungszeitraum der online Befragung: 13.08. bis 20.09.2018.

Zur besseren Einschätzung der Umfrageergebnisse wurden die Teilnehmer zusätzlich nach der Anzahl ihrer Mitarbeiter, ihres Fuhrpark und ihres Tätigkeitsbereiches gefragt. Die Angabe zur Unternehmensgröße/Mitarbeiterzahl ermöglichte eine detailliertere Betrachtung der grafisch dargestellten Ergebnisse.

### **Unternehmensgröße/Mitarbeiterzahl:**

Klein = 1 – 10 Mitarbeiter (78)

Mittel = 11 – 100 (138)

Groß = > 100 (71)

### **Eigener Fuhrpark:**

270 ja / 31 nein

### **Tätig in den Bereichen:**

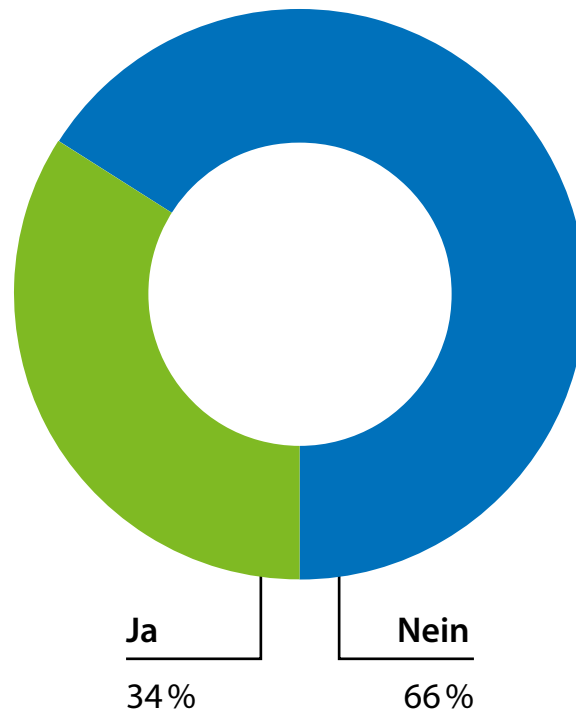
Komplettladung = 202

Teilladung = 112

Stückgut = 55

## Einstellung zur Digitalisierung

Hat sich Ihre Einstellung zur Digitalisierung in den letzten 12 Monaten verändert?



### Anmerkung

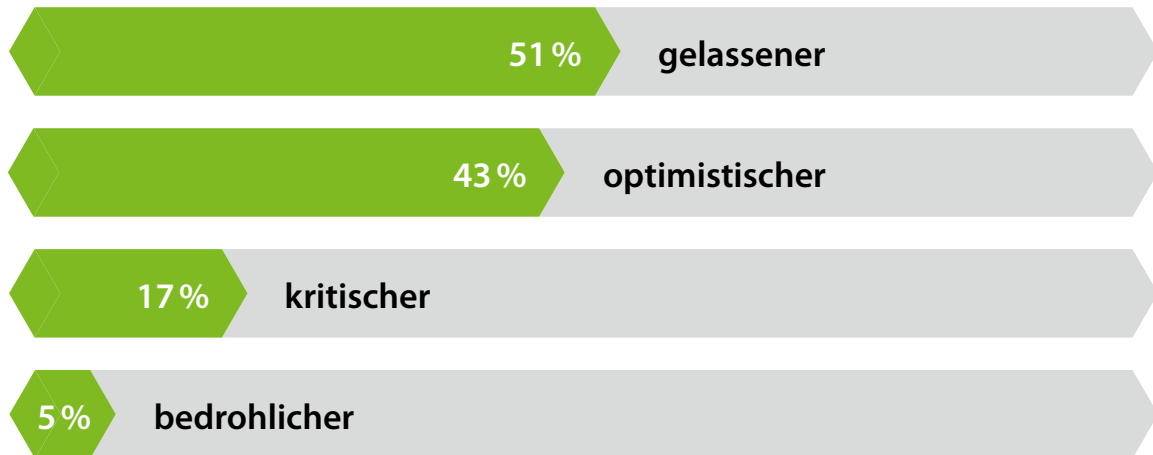
Trotz großem Wandel im Markt hat sich die Einstellung der Frachtführer nur bei einem Drittel der Teilnehmer verändert.

Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:

Dies gilt insbesondere für kleine Unternehmen mit 1 bis 10 Mitarbeitern, von denen sich bei nur 15 Prozent die Meinung zur Digitalisierung geändert hat.

## Einstellung zur Digitalisierung

### Ich sehe die Digitalisierung jetzt:



### Anmerkung

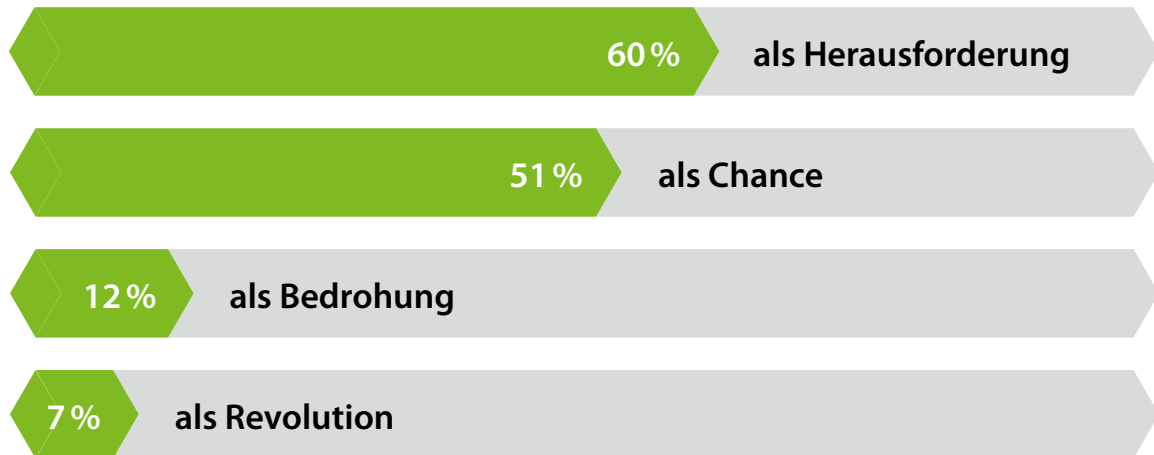
#### Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:

Bei dem Drittel, dessen Einstellung sich gewandelt hat, fand eine Veränderung zum Positiven statt („optimistischer“ und „gelassener“). Dies ist wieder besonders offensichtlich bei den kleinen Unternehmen, da 75 Prozent der Teilnehmer dieser Kategorie die Digitalisierung nun gelassener sehen.

Insgesamt sehen nur 18 Prozent die Digitalisierung kritischer und 5,5 Prozent erachten sie bedrohlicher als vor einem Jahr.

## Einstellung zur Digitalisierung

### Ich sehe die Digitalisierung weiterhin:



### Anmerkung

Die Teilnehmer, deren Meinung sich nicht geändert hat, erachten die Digitalisierung weiterhin als Chance und Herausforderung.

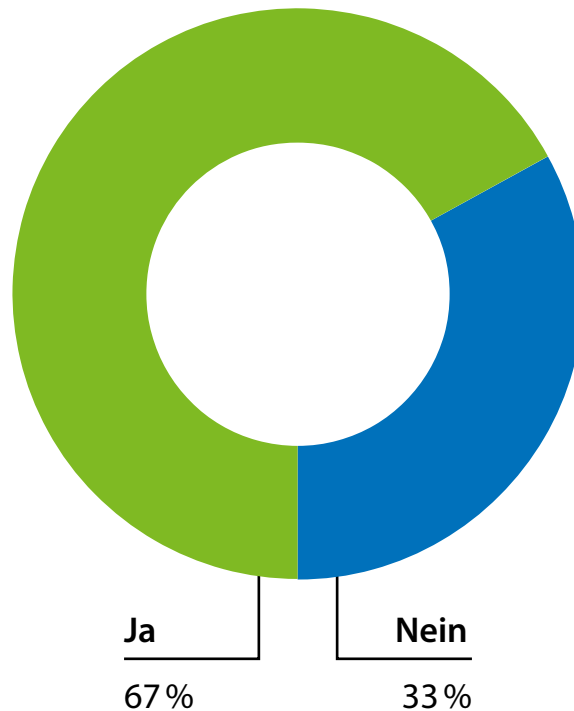
#### Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:

Bei kleinen Unternehmen sehen 28 Prozent eine Chance in der Digitalisierung, bei größeren Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern sind es deutlich mehr, nämlich 84 Prozent. Besonders unter mittelgroßen Unternehmen (11 bis 50 Mitarbeitern) wird die Digitalisierung von drei Vierteln der Teilnehmer als Herausforderung wahrgenommen.



## Status Quo – Digitaler Stand

**Haben Sie bereits Digitalisierungsprojekte umgesetzt oder setzen Sie zurzeit welche um?**



### Anmerkung

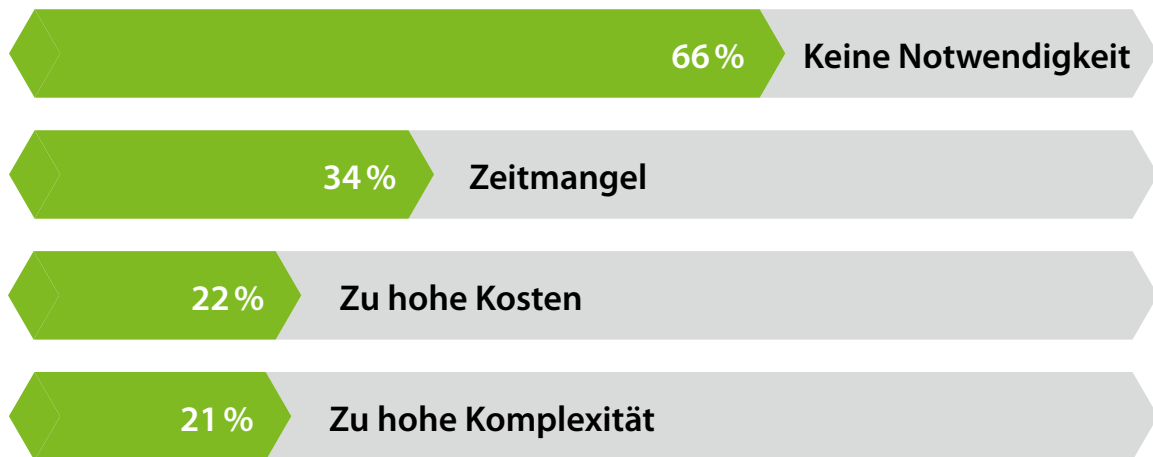
Der Großteil (67 Prozent) der Befragten hat bereits Erfahrung mit Digitalisierungsprojekten. Dabei ist ein deutlicher Unterschied zwischen kleinen und größeren Unternehmen erkennbar.

**Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:**

Während 54 Prozent der Unternehmen mit 1 bis 10 Mitarbeitern bisher kein Digitalisierungsprojekt umgesetzt hat, ist dies bei nur 8 Prozent der Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern der Fall.

## Status Quo – Digitaler Stand

### Warum haben Sie bisher keine Digitalisierungsprojekte umgesetzt?



#### Anmerkung

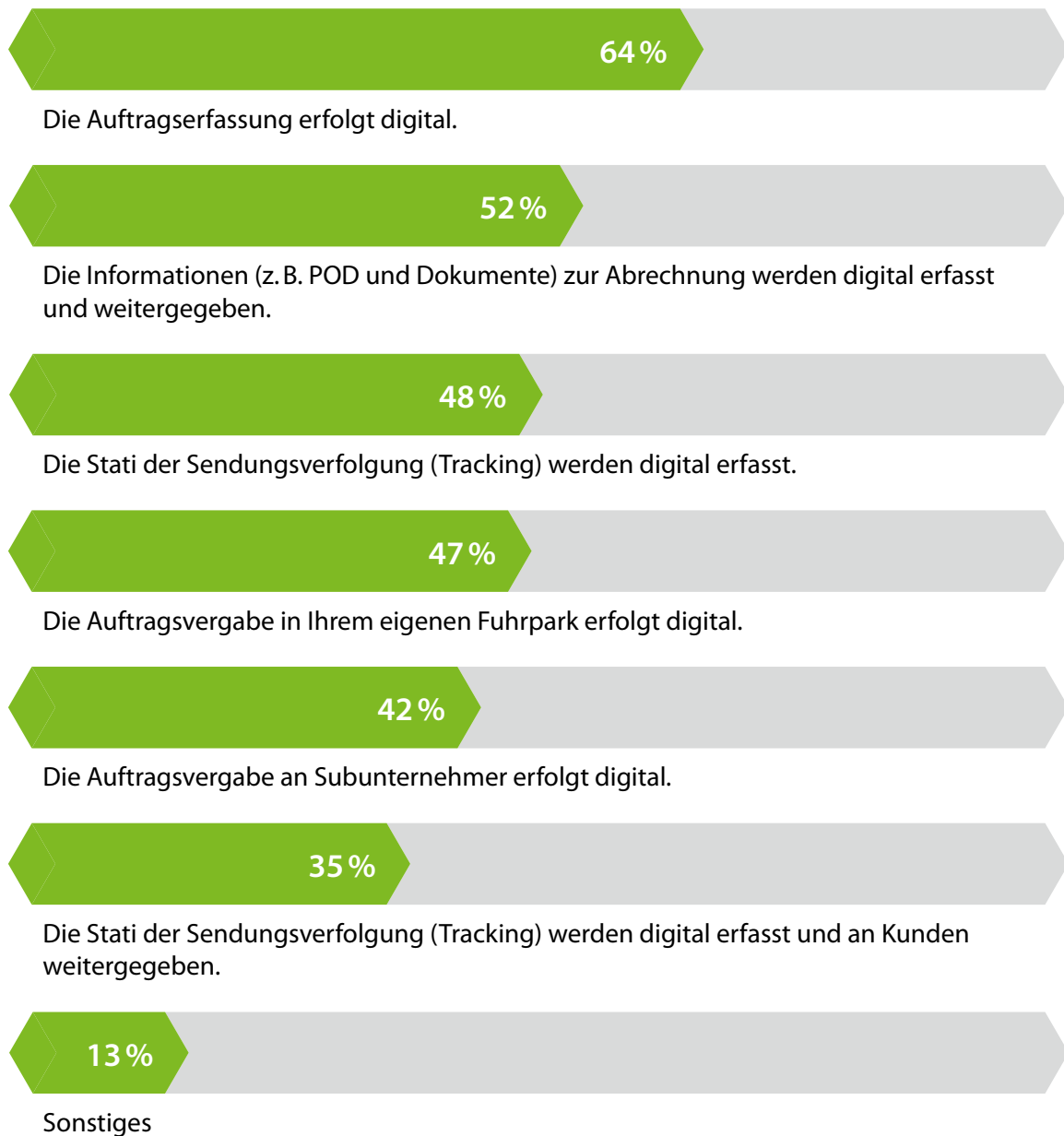
Überraschend ist, dass insgesamt 66 Prozent der Transportunternehmen, die aktuell keine Digitalisierungsprojekte umsetzen, keine Notwendigkeit für diese sehen.

#### Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:

Insbesondere kleine (81 Prozent) und mittlere Unternehmen (60 bis 64 Prozent) empfinden so. Größere Unternehmen nennen vor allem Komplexität, Kosten (jeweils 50 Prozent bei Unternehmen mit 51 bis 100 Mitarbeitern) und Zeitmangel (50 Prozent der Unternehmen mit über 100 Mitarbeitern) als Gründe.

## Wie gestaltet sich die aktuelle Digitalisierung

### Welche Prozesse haben Sie bereits digitalisiert?



Anmerkung →

# Wie gestaltet sich die aktuelle Digitalisierung

## Anmerkung

Die Auftragserfassung (64 Prozent) und -vergabe (42 bis 47 Prozent) erfolgt größtenteils digital.

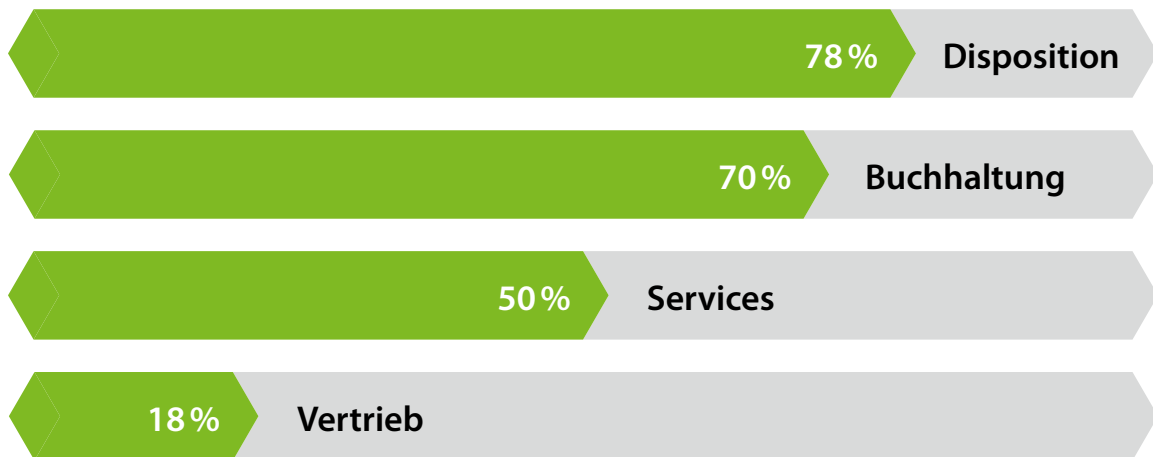
### Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:

Wie erwartet, gibt es jedoch große Unterschiede bei dem Grad der Digitalisierung nach der Unternehmensgröße. Unter den kleinsten Unternehmen haben 22 Prozent die Auftragserfassung und 21 Prozent die Informationen zur Abrechnung digitalisiert, während dies bei 68 Prozent bzw. 58 Prozent der größten Unternehmen bereits der Fall ist. Generell werden bereits bei 52 Prozent der befragten Unternehmen die Informationen zur Abrechnung digital erfasst.

Insgesamt werden bei 48 Prozent der Unternehmen die Status der Sendungsverfolgung digital erfasst, was jedoch bei nur 9 Prozent der Unternehmen mit 0 bis 10 Mitarbeitern der Fall ist. Die Weitergabe der Status der Sendungsverfolgung an die Kunden erfolgt allerdings nur bei 35 Prozent der Betriebe digital.

## Wie gestaltet sich die aktuelle Digitalisierung

### In welchen Bereichen haben Sie Digitalisierungsprojekte umgesetzt?

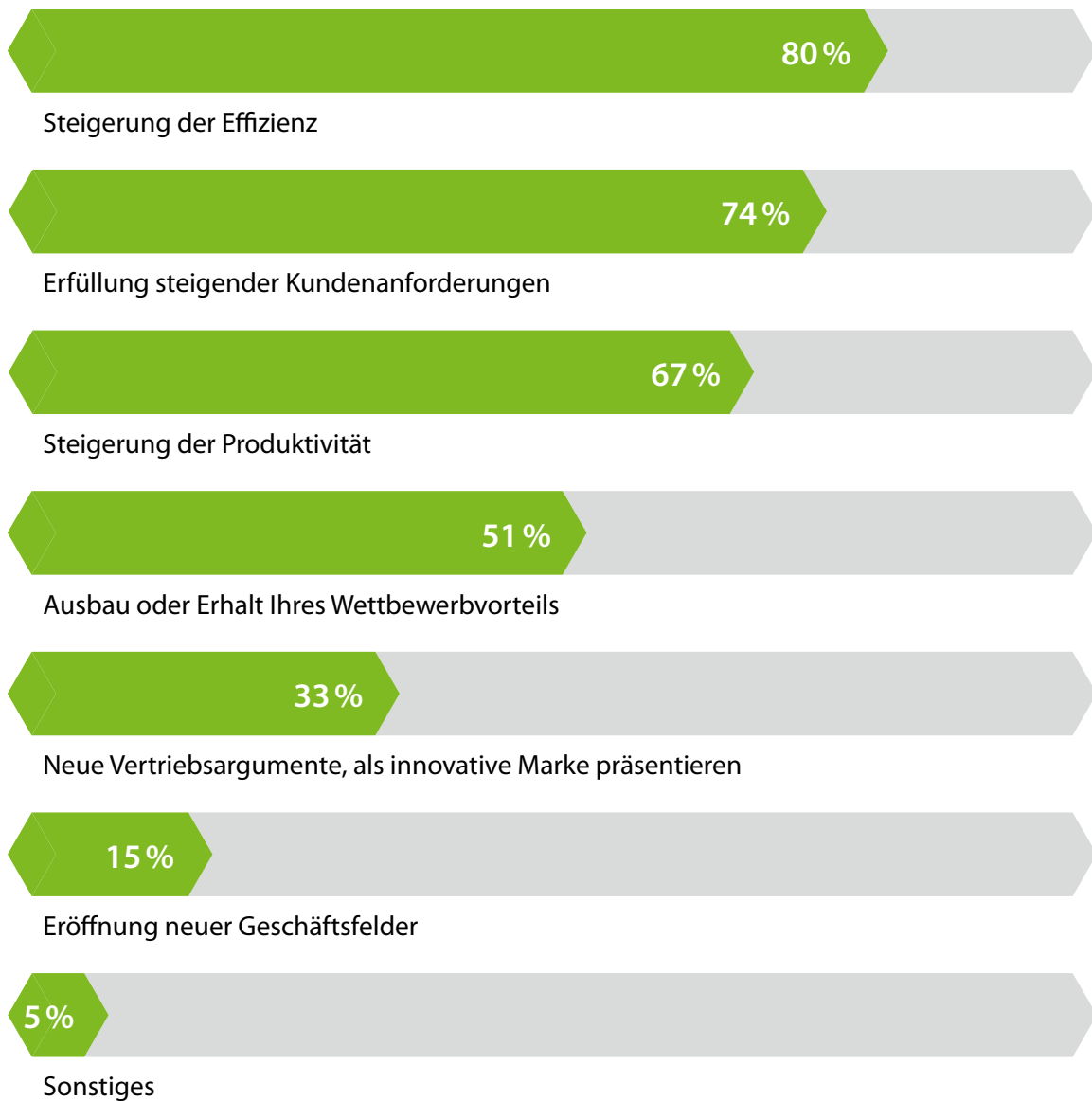


#### Anmerkung

In Disposition (78%) und Buchhaltung (70%) werden die meisten Digitalisierungsprojekte realisiert. Bei Unternehmen aller Größen spielen Digitalisierungsprojekte im Vertrieb die geringste Rolle.

## Wie gestaltet sich die aktuelle Digitalisierung

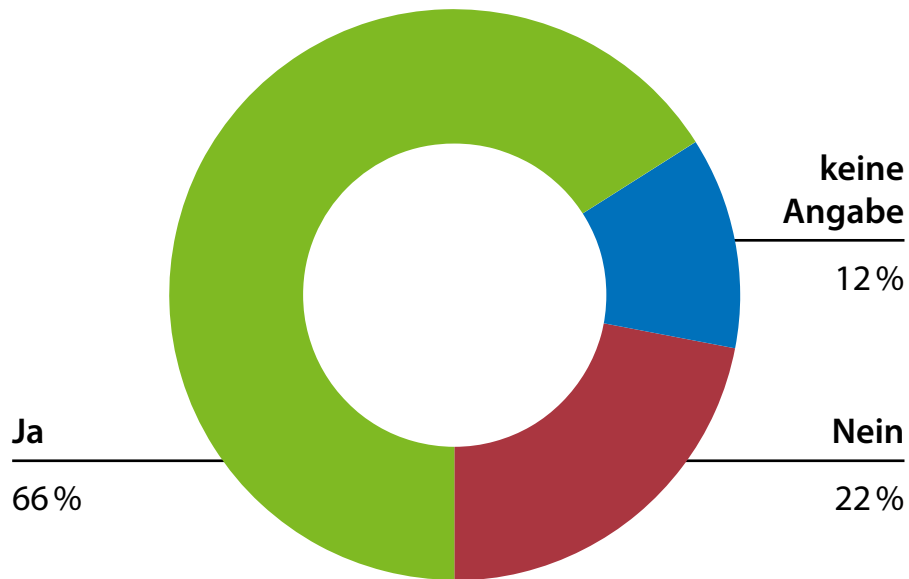
### Was ist / war das Ziel Ihrer Digitalisierungsprojekte?



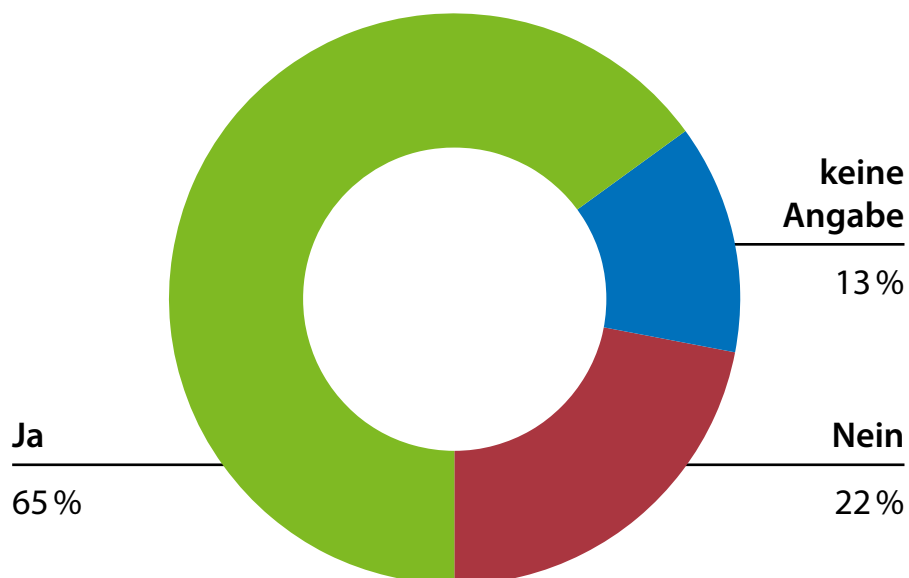
## Vorteile der Digitalisierung

Bringt Ihnen die Digitalisierung in den folgenden Bereichen Vorteile?

Vereinfachte Kommunikation mit Verladern

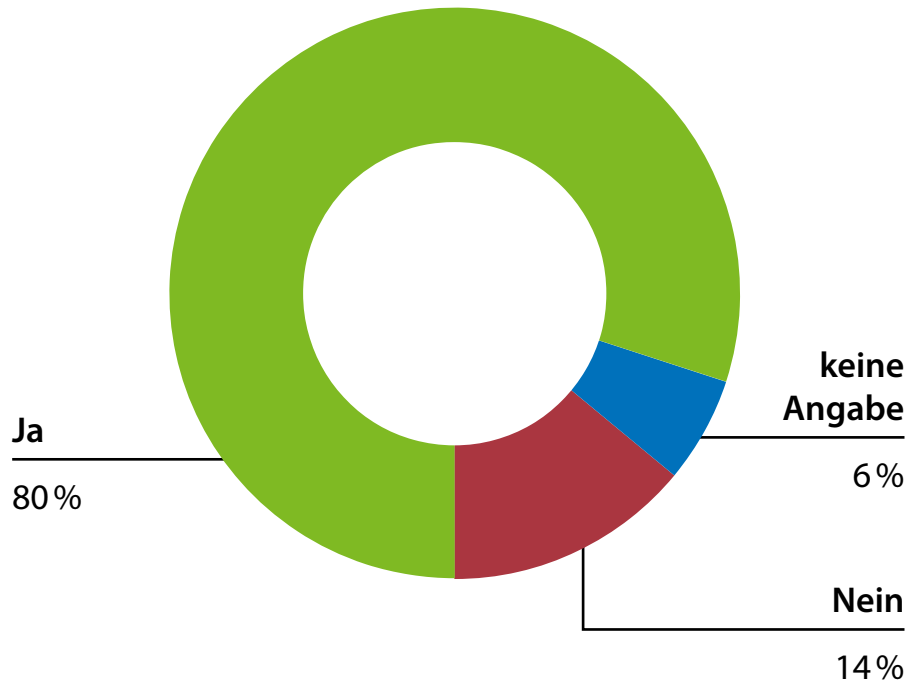


Vereinfachte Zusammenarbeit zwischen allen Dienstleistern

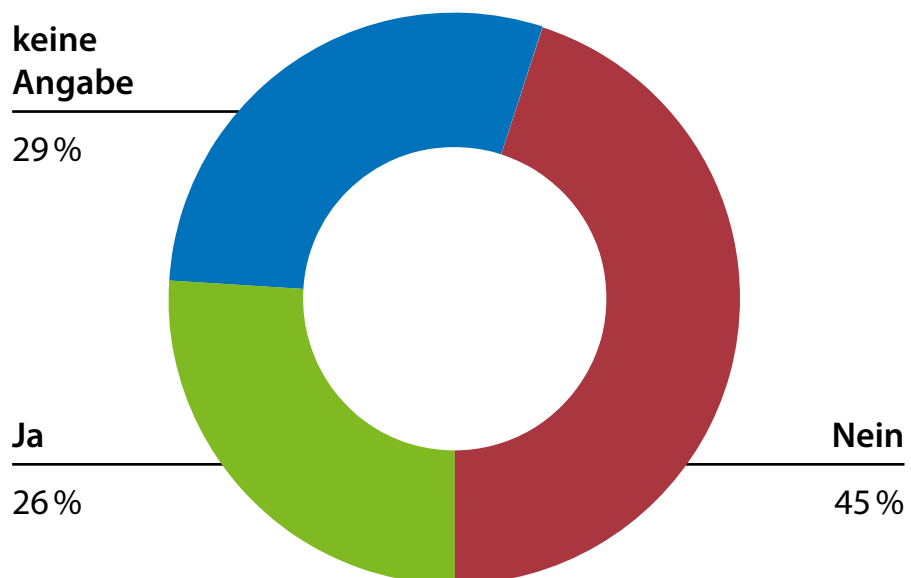


## Vorteile der Digitalisierung

### Vereinfachte Abwicklung bei Disposition und Abrechnung



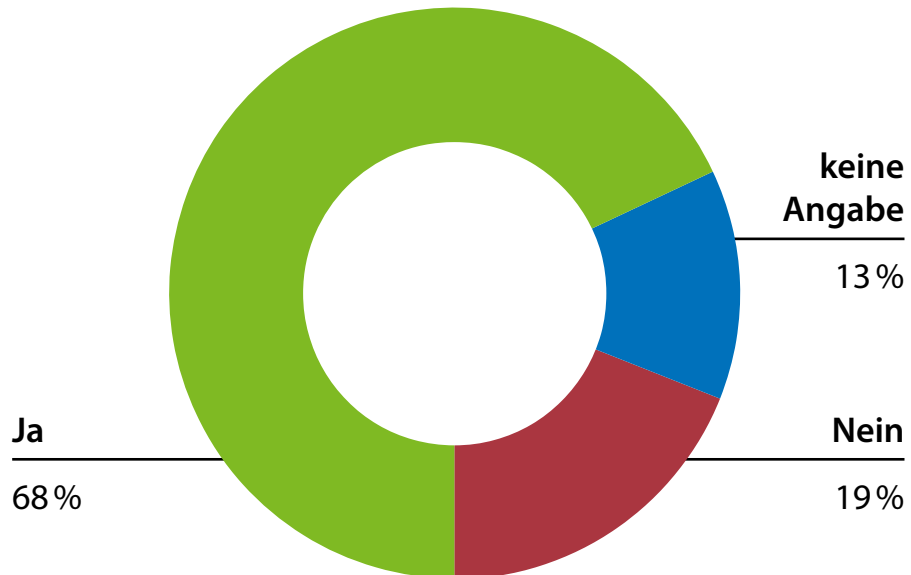
### Eroberung neuer Geschäftsfelder



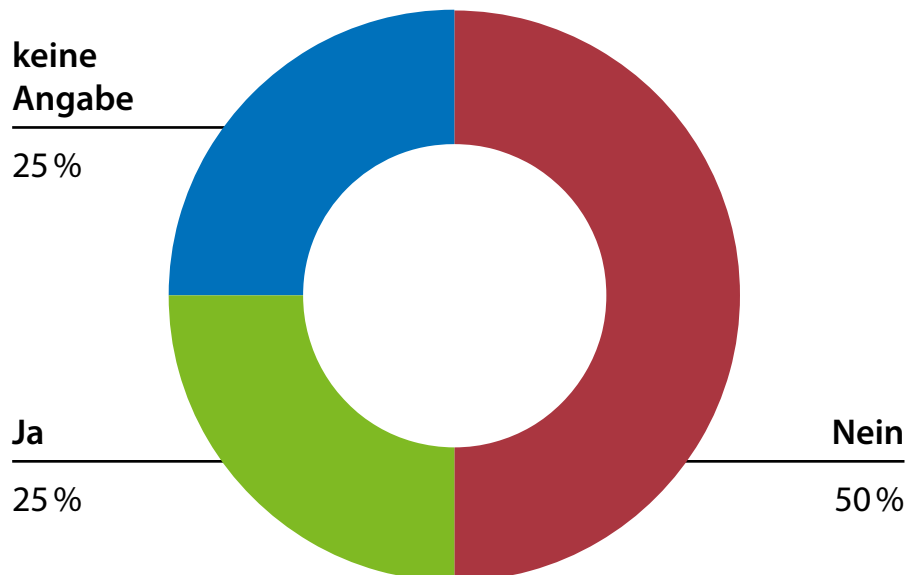


## Vorteile der Digitalisierung

### Steigerung der Produktivität



### Erhöhung des Umsatzes



Anmerkung →

# Vorteile der Digitalisierung

## Anmerkung

Vor allem in der Disposition bietet die Digitalisierung Vorteile: 66 Prozent der Befragten betrachten die vereinfachte Kommunikation mit dem Verlager als Pluspunkt. Insbesondere mittelgroße Unternehmen sehen darin einen großen Vorteil (63 bis 67 Prozent). Darüber hinaus empfinden die Teilnehmer die vereinfachte Zusammenarbeit mit Dienstleistern (65 Prozent) sowie die vereinfachte Abwicklung in der Disposition und bei der Abrechnung (80 Prozent) als Fortschritt. Letzteres ist auch der größte Vorteil bei kleinen Unternehmen (31 Prozent Zustimmung).

Die Steigerung der Produktivität wird als ein weiterer wichtiger Vorteil gesehen (68 Prozent).

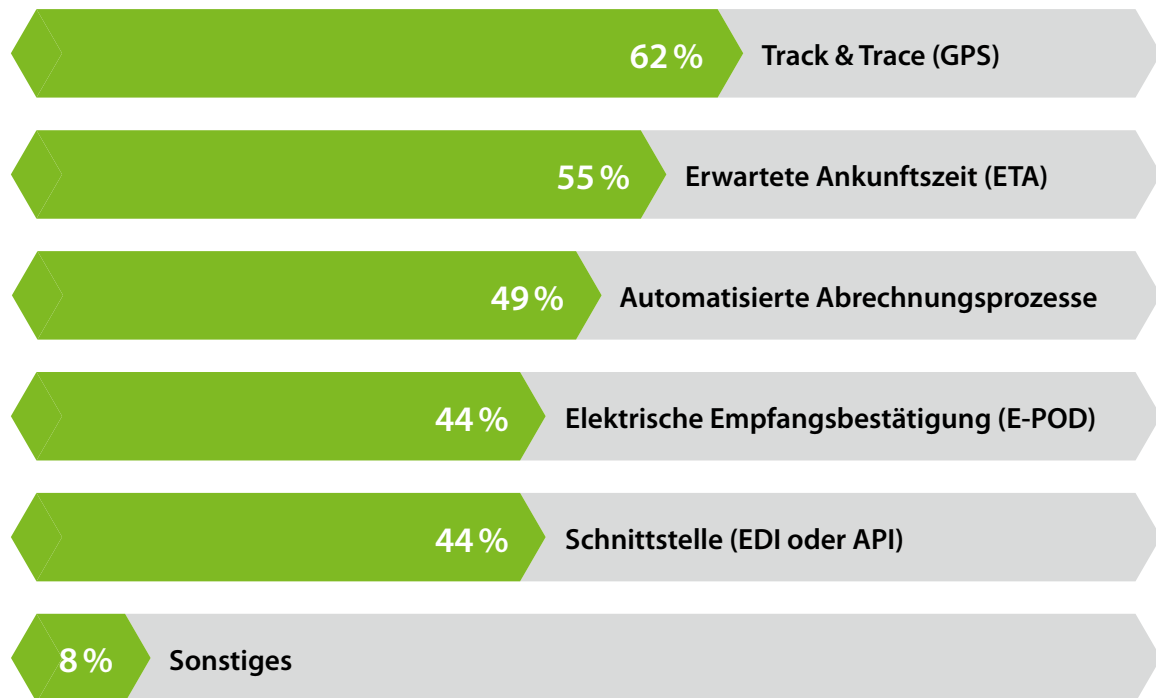
Überraschend ist, dass die Umsatzsteigerung und Erschließung neuer Geschäftsfelder in der Branche eine untergeordnete Rolle zu spielen scheinen. Insgesamt 50 Prozent sehen hierin keinen Vorteil. Auch hier zeigt sich ein Unterschied in der Unternehmensgröße.

### **Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:**

31 Prozent der großen Unternehmen (über 100 Mitarbeiter) erachten diese als Vorteile, während kleinere und mittlere Unternehmen dies nicht so stark sehen (neue Geschäftsfelder: 7 bis 18 Prozent, Umsatzsteigerung: 12 bis 22 Prozent).

## Vorteile der Digitalisierung

### Welche Kundenanforderungen spüren Sie verstärkt / vermehrt?



#### Anmerkung

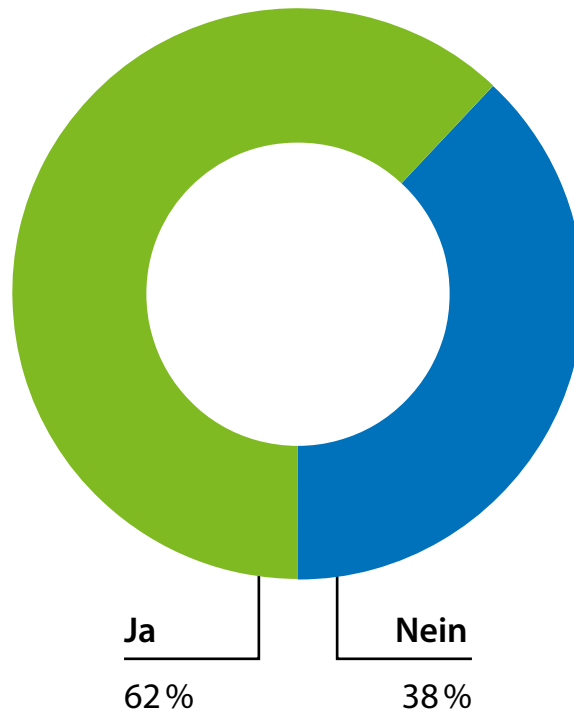
Über 60 Prozent der Frachtführer erfahren den Wunsch nach Track&Trace verstärkt als Kundenanforderung sowie 55 Prozent die erwartete Ankunftszeit (ETA). Fast gleich gewichtet werden der Kundenwunsch nach EDI-Schnittstellen, elektrischen Empfangsbestätigungen und automatisierten Abrechnungsprozessen (45 bis 50 Prozent).

#### Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:

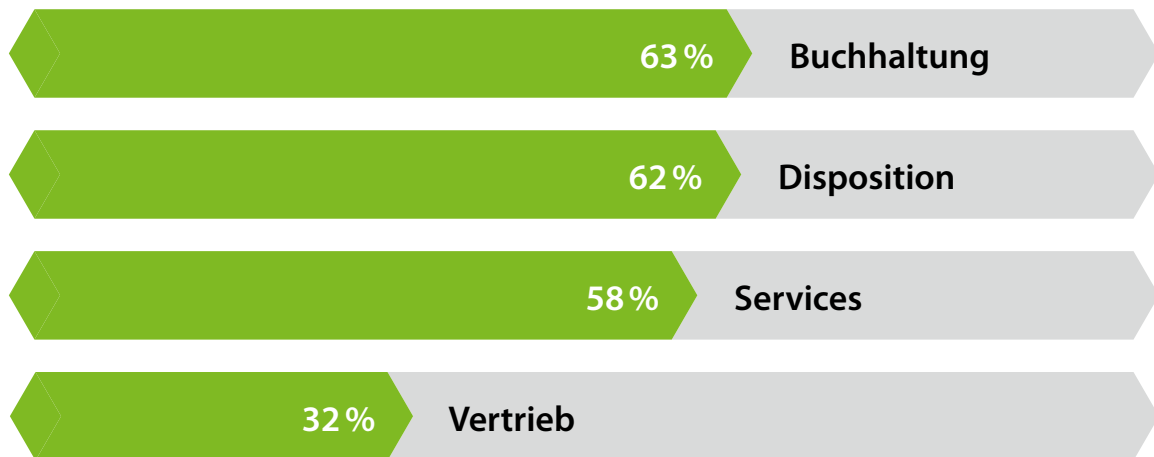
Dabei ist bemerkenswert, dass kleine Unternehmen nur selten (8 Prozent) den Kundenwunsch nach einer EDI-Schnittstelle wahrnehmen, während dies der am stärksten verspürte Kundenwunsch bei großen Unternehmen (über 100 Mitarbeiter) ist. Kleine Unternehmen nehmen den Wunsch nach der ETA am stärksten wahr (24 Prozent).

## Ausblick

### Planen Sie (weitere) Digitalisierungsprojekte?



### In welchen Bereichen planen Sie Digitalisierungsprojekte?



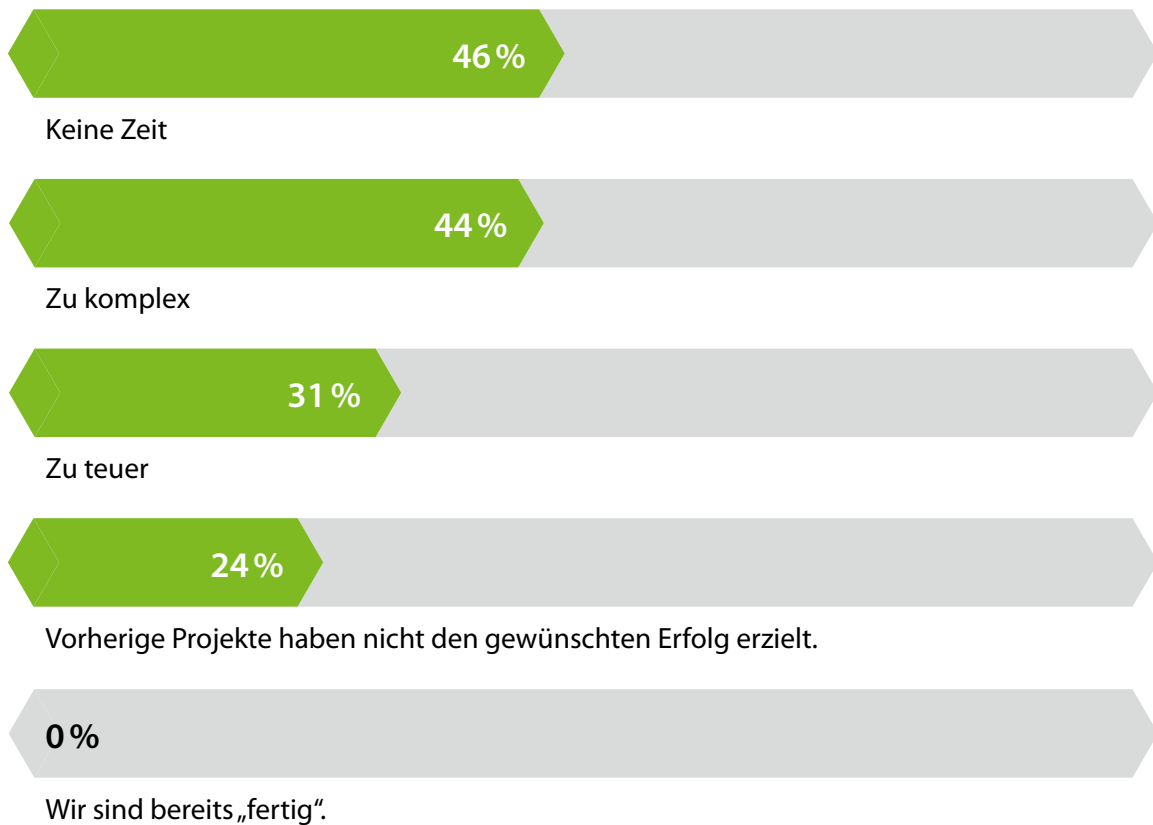
#### Anmerkung

Ein Großteil der Befragten möchte weitere Projekte umsetzen (62 Prozent), insbesondere in der Disposition, der Buchhaltung und im Bereich Services.

Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:

Auch kleine Unternehmen sind an Digitalisierungsprojekten in diesen Bereichen interessiert (Disposition: 44 Prozent, Buchhaltung: 56 Prozent und Services: 25 Prozent).

### Warum planen Sie keine (weiteren) Digitalisierungsprojekte?



Anmerkung →

# Ausblick

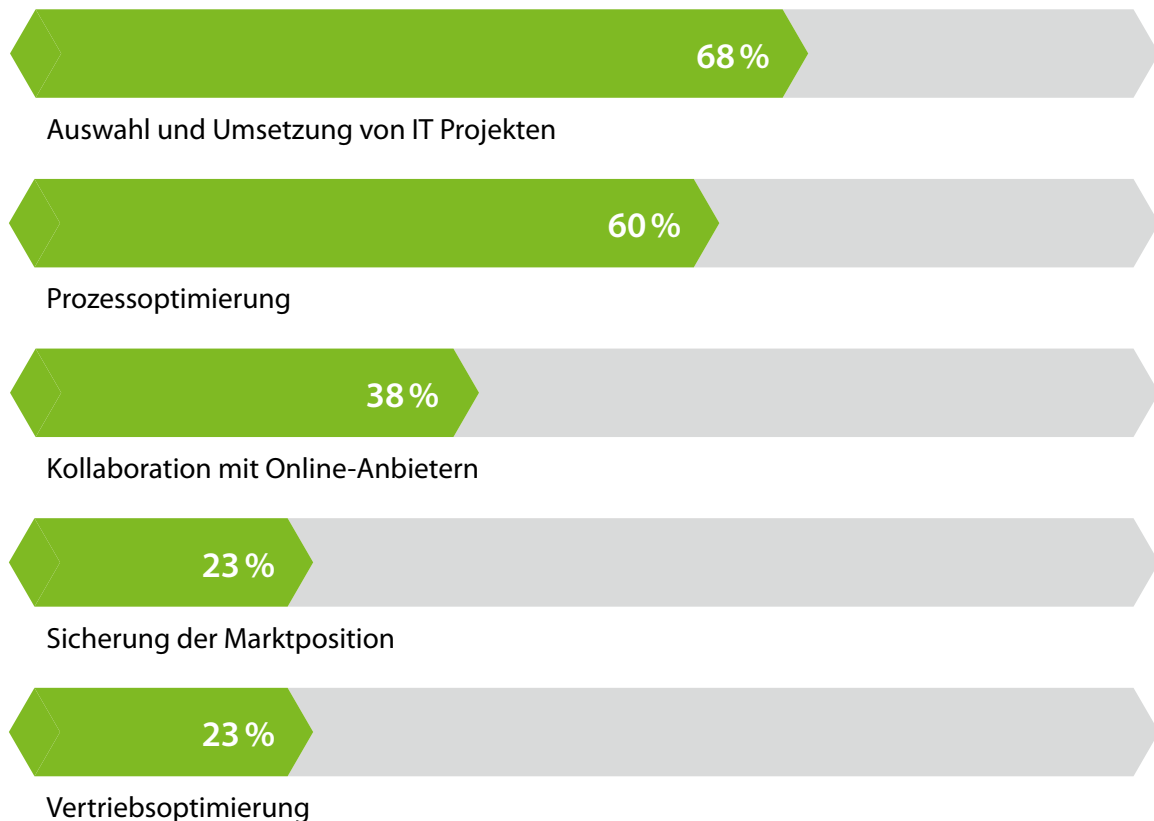
## Anmerkung

Die Befragten, die keine (weiteren) Digitalisierungsprojekte planen, scheitern anscheinend an der nötigen Zeit und Komplexität. Weitere Gründe sind Kosten und dass vorherige Projekte nicht den erwünschten Erfolg erzielt haben.

### **Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:**

Letzteres ist insbesondere bei Unternehmen mit 1 bis 25 Mitarbeitern der Fall (22 bis 29 Prozent). Die Projekte mittlerer und größerer Unternehmen scheinen jedoch den gewünschten Erfolg erzielt zu haben, da dies nicht als Grund genannt wird.

### Bei welchen der folgenden Themen benötigen Sie Unterstützung?



#### Anmerkung

##### Eine detaillierte Betrachtung der Daten ergab:

Obwohl gerade kleine Unternehmen keine weiteren Projekte aufgrund vorheriger negativer Erfahrungen durchführen wollen, möchten nur 23 Prozent der Unternehmen mit 1 bis 10 Mitarbeitern Unterstützung. Insgesamt wünschen sich lediglich 40 Prozent der Befragten Unterstützung beim Thema Digitalisierung.

Während mittlere Unternehmen (11 bis 50 Mitarbeiter) sich vor allem Unterstützung bei der Prozessoptimierung (44 bis 50 Prozent) wünschen, haben größere Unternehmen (über 50 Mitarbeiter) vor allem bei der Auswahl und Umsetzung von IT-Projekten Bedarf. Dies ist auch von kleinen Unternehmen (44 Prozent) gewünscht. Überraschend ist, dass sich 61 Prozent der großen Unternehmen (ab 100 Mitarbeiter) Unterstützung bei der Kollaboration mit Online-Anbietern wünschen.



## Fazit

Die Befragten verstehen den Begriff Digitalisierung sehr unterschiedlich: Die einen reduzieren das Thema auf die Verwendung digitaler Werkzeuge, die anderen interpretieren Digitalisierung als ganzheitlichen Hebel für die Transformation des Unternehmens, als Chance für neue Geschäftsfelder und die Einbindung aller Beteiligten in die Lieferketten (Supply Chain).

Insgesamt ist der digitale Wandel bei einem Großteil der Betriebe bereits angekommen. Dennoch gibt es in Bezug auf die Integration sowie die Weitergabe von Informationen entlang der Lieferkette noch viel Arbeit. So bieten beispielsweise erst 35 Prozent der Transportunternehmen ihren Kunden eine digitale Sendungsverfolgung. In puncto Prozesseffizienz ist also noch viel Luft nach oben.

Abhängig von der Größe bewerten die befragten Unternehmen Chancen, Risiken und selbst die Frage nach der schieren Notwendigkeit der Digitalisierung vollkommen unterschiedlich. Das ist verständlich, denn kleinere Unternehmen verfügen oftmals über zu wenig Risikokapital, um sich digitalen Experimenten hinzugeben. Dies gilt umso mehr, als dass die Anforderungen und Wünsche der Kunden an Unternehmen mit bis zu 10 Mitarbeitern offensichtlich noch keinen großen Innovationsdruck zur Vernetzung und automatisierten Informationsweitergabe auslösen. Dabei wünschen sich auch kleinere Unternehmen Erleichterung in der Arbeit, vor allen Dingen bei der Disposition und in der Buchhaltung. Das ist auch bitter nötig: Der Mangel an fähigen Disponenten ist fast genauso groß wie der an qualifizierten Fahrern. Standardisierte – und damit nicht nur bei allen Kunden einsetzbare, sondern in erster Linie auch bezahlbare – Lösungen könnten der überwiegend mittelständisch geprägten Logistik viel Stress ersparen und gleichzeitig die Effizienz der gesamten Verkehrswirtschaft erhöhen.

Hier sehen wir die Aufgabe von Beratern, Verbänden und IT Anbietern zu mehr Information, Hilfe und vor allen Dingen pragmatisch einsetzbaren Standardlösungen.

## Beratungs- und Unterstützungsangebote

Gemeinsam bieten der VVWL und HERZIG Beratung und Unterstützung bei der aktiven Bewältigung des digitalen Wandels an. Sprechen Sie uns einfach an.



Der Verband Verkehrswirtschaft und Logistik NRW bietet Unterstützung bei der

### **Digitalisierung von Prozessen, Auswahl und Umsetzung**

Ihr Ansprechpartner beim VVWL ist Sven Heinz. Sie erreichen ihn unter der Telefonnummer 0251 6061-444 und per E-Mail: [heinz@vwwl.de](mailto:heinz@vwwl.de)



MARKETING FÜR LOGISTIK

HERZIG Marketing, die Fachagentur für die Transportbranche, berät und unterstützt bei der

### **Digitalisierung des Vertriebs und Sicherung der Marktposition**

Ihr Ansprechpartner ist Werner Geilenkirchen, bei HERZIG verantwortlich für Strategie, Marketing und Brand Management sowie Lehrbeauftragter für Logistikmarketing. Sie erreichen ihn unter der Telefonnummer 02234 989905-0 und per E-Mail: [wg@herzigmarketing.de](mailto:wg@herzigmarketing.de)



InstaFreight, die digitale Spedition für B2B Kunden bietet

### **Unterstützung bei der Kollaboration mit Online Providern**

Ihr Ansprechpartner ist Fabian Krapp, [fabian.krapp@instafreight.de](mailto:fabian.krapp@instafreight.de)

# Impressum

## **Digitale Transformation in der Transportbranche. Freund oder Feind?**

Ergebnisse der Umfrage von HERZIG Marketing Kommunikation GmbH dem  
Verband Verkehrswirtschaft und Logistik NRW, 2018

© HERZIG Marketing Kommunikation GmbH

Hansaring 61 – 50670 Köln

Mail: [hh@herzigmarketing.de](mailto:hh@herzigmarketing.de)

Fon: +49 (0)22 34 / 98 99 05 - 0

Fax: +49 (0)22 34 / 98 99 05 - 1

Geschäftsführerin: Heike Herzig

Prokurist: Werner Geilenkirchen

Amtsgericht Köln HRB 61229

Ust-Id-Nr.: DE 256322169

[www.herzigmarketing.de](http://www.herzigmarketing.de) | Marketing für Logistik

Nachdruck, auch in Auszügen, nur mit Genehmigung von HERZIG Marketing  
Kommunikation GmbH.

**HERZIG®**

MARKETING FÜR LOGISTIK