

Angriff der digitalen Plattformen

Transport und Logistik im Umbruch – VSL geht der Transformation und ihren Folgen auf den Grund

350 Milliarden

EURO IST DER
GESCHÄTZTE WERT
DER TRANSPORTE IN
EUROPA PRO JAHR



Der Verband Spedition und Logistik Baden-Württemberg (VSL) beleuchtet die Risiken und Chancen digitaler Plattformen für die Branche. Dazu nahm er bei einer Veranstaltung im Gebäude der Südwestmetall in Stuttgart die Digitalisierung unter die Lupe. Mit „Angriff digitaler Plattformen auf den Transport- und Logistiksektor“ war die Veranstaltung überschrieben, bei der es sowohl um die Chancen als auch die damit verbundenen Risiken des Transformationsprozesses ging.

VSL-Präsident Karlhubert Dischinger zeigte sich sicher, dass die Logistik auch zukünftig noch gebraucht wird. „Es wird sich aber einiges ändern“, erklärte er vor vollen Reihen. Er sei überzeugt, dass sich Anregungen für die eigene Praxis mitnehmen lassen. Er sei selbst im Silicon Valley gewesen und möge sich gerade deswegen nicht den üblichen Bedenkensträgern anschließen. Dennoch mahnte Dischinger: „Ich war schon einmal vor 15 Jahren in den USA. Alles, was wir damals gesehen haben und von dem wir dachten, das kommt bei uns nicht, ist heute da.“ Ob Telematik, Flotten mit mehreren Tausend Lkw oder fremdsprachige Fahrer – alles das sei heute Realität geworden. Es gelte daher, sich auf die kommenden Veränderungen rechtzeitig einzustellen.

Die vier Wellen der künstlichen Intelligenz (KI) hatte sich der Wirtschaftspsychologe Steven McAuley vom Thinktank Tinybox mit Sitz in San Francisco auf die Agenda geschrieben. Die aktuelle dritte Welle, die sogenannte Wahrnehmungs-KI, verändere die Art und Weise, wie wir leben und arbeiten. „Wir sind oft nicht gut darin, schnell zu entscheiden, ob etwas gut oder schlecht ist – machen das aber trotzdem jeden

Tag“, erklärte er. Dabei gehe es ohnehin nicht mehr um die Frage, ob KI komme – „sie ist schon da“. Lösungen zur Mustererkennung sind bereits im Einsatz. Diese sind vor allem in der Qualitätskontrolle gut einsetzbar. „Künstliche Intelligenz eliminiert nervige Prozesse“, erklärte McAuley.

Know-how ist vorhanden

Das Know-how sei in Deutschland vorhanden. Nur tue man sich schwer damit, Produkte daraus zu entwickeln, weil immer gleich alles vom Start weg 100-prozentig sein müsse. In China hingegen gebe es einen „Good-enough“-Standard. Dann werde losgelegt und die Lösung agil weiterentwickelt. „Beim autonomen Fahren würde ich zwar davon abraten, in anderen Bereichen ist dieses Vorgehen aber durchaus lohnenswert“, erläuterte McAuley. Warum aber scheitert KI? Daran arbeite er gerade. Oft stehe keine geeignete Strategie dahinter und es fehlten die geeigneten Mitarbeiter. Zudem empfiehlte er, in andere Branchen zu schauen und von deren KI-Erfahrungen zu profitieren.

Dabei würden gerade die Deutschen so viele strukturierte Daten sammeln wie keine andere Nation. „Diese schlummern dann aber in Datensilos“, beklagte er. Dabei sei es schlichtweg falsch, dass es in Deutschland nicht das nötige Know-how gebe. Als Beispiel führte der KI-Experte das Start-up Dorabot mit Sitz im chinesischen Shenzhen an. Das Unternehmen arbeite an einer Lösung, bei der Roboter Lkw ausladen. „Der Chef ist ein Deutscher, der auch die Idee dazu hatte. Das Marketing geschieht in den USA. Den Rest machen die Chinesen vor Ort“, berichtete McAuley.

Er selbst sieht sich dabei keinesfalls als KI-Befürworter. „Als Wirtschaftspsychologe interessiert mich aber, wie Menschen damit umgehen.“ Denn das Bild der künstlichen Intelligenz in der Gesellschaft sei eher negativ geprägt – unter anderem durch Hollywood-Filme wie die mit dem Killerroboter Terminator. Dabei sei die Auswertung des Nutzungsverhaltens beim Streamen von Filmen oder Onlineshopping viel effizienter als jede Kundenbefragung. „Kundenbefragungen sind super, aber Menschen sagen leider nicht immer die Wahrheit“, sagte McAuley. Vieles sei, ohne dass es der Allgemeinheit bewusst wäre, ohnehin schon Realität. Beim autonomen Fahren denkt er hingegen, „dass es noch länger dauern wird, als wir das aktuell glauben“.

Eigene Ideenschmiede

Uwe Nestel, Vorstand der SVG Süd, beleuchtete ebenfalls die Start-up-Szene – und das sowohl in Deutschland als auch im Silicon Valley. Im März habe er die erste Reise unternommen, an deren Ende die SVG Garage als eigene Ideenschmiede entstanden sei. Das Besondere an den USA ist für ihn die gänzlich andere Kultur mit wenig Bürokratie und einer entsprechenden Geschwindigkeit. Kooperation und Teilen würden dort großgeschrieben – „das müssen wir in Europa noch lernen“. Auch die Fehlerkultur sei eine andere. „Dort darf man auch mal scheitern“, berichtete Nestel. Ebenfalls anders gehandhabt werde das Thema Finanzierung. Wer dort erfolgreich sei, investiere auch wieder in andere Start-ups. „Da braucht es keine Höhle des Löwen“, sagte er. Und zudem seien die Summen ganz andere.

Klaus Schäfer vom Versicherer Kravag Logistik zeigte auf, dass es aber auch hierzulande eine entsprechende Start-up-Szene gibt. Sein Unternehmen habe vor zwei Jahren damit begonnen, zunächst einen Mitarbeiter auf die Suche zu schicken. Mittlerweile sind es bereits acht Personen, die sich bei Kravag um dieses Thema kümmern. Demnach gibt es etwa 9.000 Start-ups in Deutschland. Wobei sich Kravag „auf skalierbare digitale Lösungen“ konzentriere. Mit der Logistik-Plattform Wedolo sorge der Versicherer „seit nunmehr zwei Monaten“ für eine entsprechende Vernetzung.

Denn immerhin rund 100 der Start-ups sind im Bereich Transport und Logistik unterwegs – und mit 35 davon arbeitet Kravag bereits zusammen, berichtete Schäfer. Kravag werde zwar ein Versicherer bleiben, aber die Art und Weise der Abwicklung werde sich ändern. Als Beispiel führte Schäfer eine automatisierte Schadenabwicklung an. Anhand eines Fotos ermittle die Lösung dann mittels KI den Schaden und frage den Versicherten, ob er lieber einen Betrag X am nächsten Tag auf dem Konto haben möchte – oder aber einen Vorschlag für eine Werkstatt benötige.

Den Weg von den USA nach Europa wiederum geht das Start-up Uber, das nun auch die Transportlogistik aufmischen will. Nichts weniger als „die Digitalisierung der Zukunft und der Logistik“ hat sich Carlos Lloret von Uber Freight auf die Fahnen geschrieben. „Frachttransport ist ein neues Geschäftsfeld für Uber – und in Europa sind wir erst seit ein paar Monaten aktiv“, erklärte er.

Seiner Einschätzung nach kommen auf dem Uber-Portal Verladern und Transporteurern zusammen. Ziel sei es, Transparenz zu schaffen und damit „Reibungsverluste zu minimieren“. Denn letztlich stehe der Lkw-Transport vor einigen Herausforderungen: „Die Kosten steigen, es wird immer schwieriger, Fahrer zu finden – und gleichzeitig wollen die Verladern immer weniger zahlen.“

Marius Müller unverblümt zugab, ist der Weg zum Erfolg in diesem Segment ein steiniger – und im Fall von Cargonexx keine reine Erfolgsgeschichte. Auch wenn das 2016 gegründete Unternehmen mittlerweile rund 60 Mitarbeiter beschäftigt, Müller ist, trotz aller Stolpersteine, vom Erfolg überzeugt. Bei einem Markt von rund 350 Milliarden Euro an Transporten in Europa werde zudem nicht eine einzige Plattform das Rennen machen, ist er sich sicher.

Über Freight startet durch

Über Freight spreche gerade Verladern alle Größen an, damit sie ihre Sendungen einstellen. Danach sind die Transporteure an der Reihe, die ihre Fahrzeugkapazitäten anbieten. „Als Carrier kann ich mir Sendungen nach unterschiedlichen Kriterien anzeigen lassen – und anhand der historischen Präferenzen bietet das System entsprechende Angebote an“, berichtete Lloret. Sowie eines, brauche man es nur zu bestätigen. Zu guter Letzt kann der Nutzer noch eine Bewertung über die Zusammenarbeit mit bis zu fünf Sternen abgeben. Und: Jede Woche gebe es einen Zahlungslauf. „Das heißt, in weniger als sieben Tagen ist das Geld da.“

Apropos Geld: Dank Algorithmen und Massendaten kenne Über Freight den üblichen Marktpreis für die jeweilige Region, und das in Echtzeit. In Europa ist das Unternehmen zunächst in der Beneluxregion und in Deutschland aktiv. So ganz lasse sich das System aus den USA nämlich nicht auf Europa übertragen. Herausforderungen seien unter anderem die vielen Sprachen, die je nach Land unterschiedlichen Regularien sowie das ebenfalls uneinheitlich geregelte Thema Compliance. In den USA sei das alles etwas standardisierter.

Um ebenfalls eine digitale Plattform, allerdings aus Deutschland, handelt es sich bei Cargonexx. Und wie Marketingleiter

Text: Carsten Nallinger | Fotos: Uber

DIE REAKTIONEN

- Spediteur René Große-Vehne: „Eigentlich wollen Cargonexx und Über Freight Spediteure werden – wir erledigen dann den Transport und die machen den Gewinn“
- Frank Huster, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Speditions- und Logistikverbandes (DSLVL): „Wir müssen uns den Veränderungen stellen. Und auch wenn die Digitalisierung

SAF TIRE PILOT

- sicher ans Ziel auch bei Einfährschäden
- reguliert den Reifendruck
- reduziert den Reifenverschleiß

