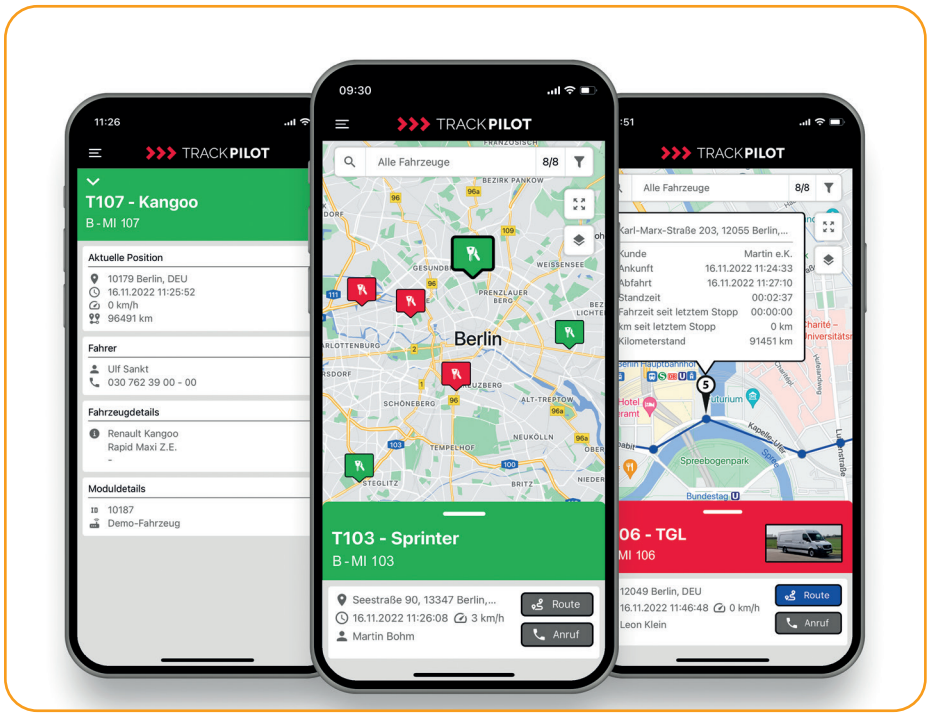
Digitalisierung in der Verkehrswirtschaft

*Von Johannes Willmund **

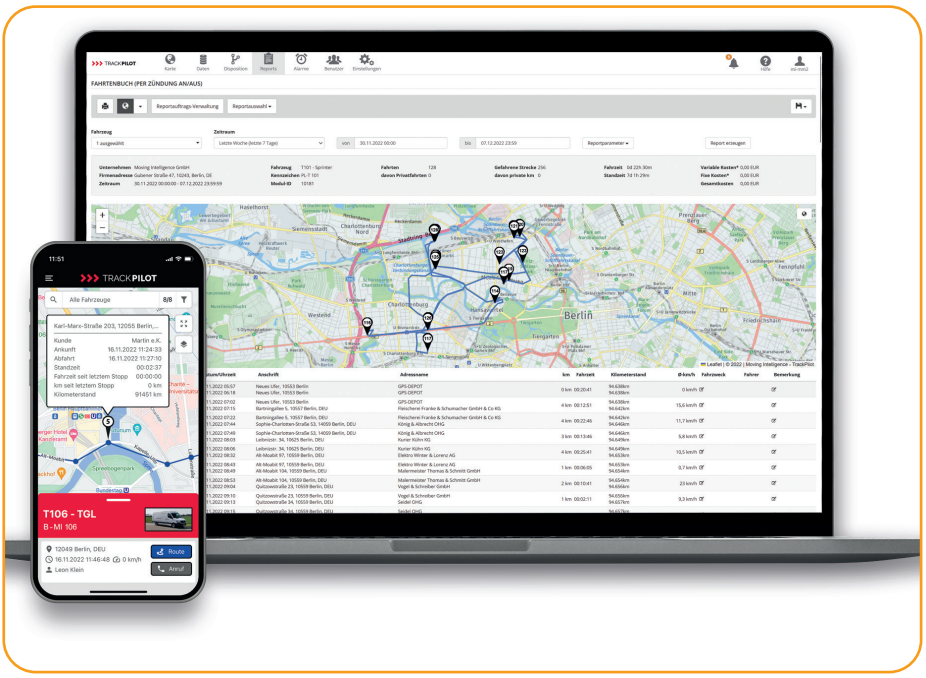
Auch wenn sich das Kerngeschäft der Verkehrswirtschaft, nämlich der Transport von Personen und Gütern von A nach B, naturgemäß nicht digitalisieren lässt, besteht in der Branche großes Digitalisierungspotenzial. Wer im wettbewerbsintensiven Transportmarkt langfristig bestehen will, dem bietet z. B. moderne Unternehmenssoftware zahlreiche Möglichkeiten, administrative, zeit- und arbeitsintensive Prozesse so schlank wie möglich zu gestalten und den Kundenservice durch digitale Angebote zu verbessern. Bevor der Digitalisierungsprozess in Angriff genommen wird, sollten einige Punkte beachtet werden, damit die Umsetzung erfolgreich gelingt.



Vorauszuschicken ist, dass es kaum noch ein Unternehmen geben dürfte, das völlig ohne digitale Anwendungen arbeitet. Oftmals werden aber schrittweise begonnene Prozesse nicht oder nur schwerfällig (meist auf Druck der Auftraggeber) konsequent fortgeführt, man begnügt sich mit dem Status quo. Das aber kann verhängnisvolle Folgen im Wettbewerb haben, so dass Digitalisierungsprozesse das Tagesgeschäft permanent begleiten (sollten). Doch wie und wo fängt man an, z. B. bei der Einführung einer neuen Unternehmenssoftware?

❖ Plan und Ressourcen

Zuerst sollte ein Projektplan erstellt werden, in dem unter anderem die wichtigsten Meilensteine, die Projektdauer und die verantwortlichen Mitarbeiter festgelegt werden. Im Unternehmen sollte dafür gesorgt werden, dass die involvierten Mitarbeiter genügend Zeit für die intensive Beschäftigung mit einem neuen Produkt freigeschaufelt bekommen. Denn die Auswahl, Bewertung und ggf. der Test einer neuen Software im hektischen Tagesgeschäft ist in der Regel nicht möglich.



❖ SaaS-Software

Auch sollte über das Budget gesprochen werden. Denn wer von digitaler Unterstützung profitieren möchte, muss zunächst investieren. Gerade im Softwarebereich sind die in Form von hohen Erstinvestitionen bestehenden Hürden in den letzten Jahren jedoch stark geschrumpft. An die Stelle von mächtigen Softwareinstallationen mit Lizenzkosten deutlich im fünfstelligen Bereich sind längst attraktive SaaS-Lösungen gerückt. Bei diesen Software-as-a-Service Angeboten loggt sich der Anwender über den Internetbrowser in die Systeme ein. Software und Datenbanken werden vom Anbieter auf eigenen Cloud-Servern bereitgestellt, gewartet und geupdatet. Damit sind SaaS-Lösungen flexibel und ortsungebunden und lassen sich sehr einfach auch in die in den letzten Jahren zunehmenden Home-Office Arbeitsmodelle integrieren.

Die Software ist sofort verfügbar und einsatzbereit. Kosten für IT-Experten,

die vor Ort komplexe Serverinstallationen durchführen, entfallen. SaaS Lösungen werden sich immer weiterverbreiten und sind aus dem Büroalltag nicht mehr wegzudenken. Gerade bei neuen, schnellwachsenden Anbietern mit aggressiver Preispolitik sollte aber auf jeden Fall abgeklärt werden, inwieweit Datenschutz und DSGVO-Konformität zu 100% gewährleistet sind.

❖ Schneller Return on Invest

SaaS-Software wird meistens als Abonnement angeboten. Pro Einheit, also z. B. pro Benutzer oder pro Fahrzeug wird ein monatlicher Betrag in Rechnung gestellt. Häufig kann darüber hinaus zwischen verschiedenen Tarifen ausgewählt werden, die sich in Funktions- oder Leistungsumfang unterscheiden.

Davon profitieren auch kleine Unternehmen mit wenigen Fahrzeugen, für die hohe Erstinvestitionen in Lizenzen oder Installation schwer zu stemmen wären. Bei kleinen Monatsbeträgen hingegen übersteigt der Nutzen von solchen digitalen Lösungen sehr schnell die getätigten Investitionen.

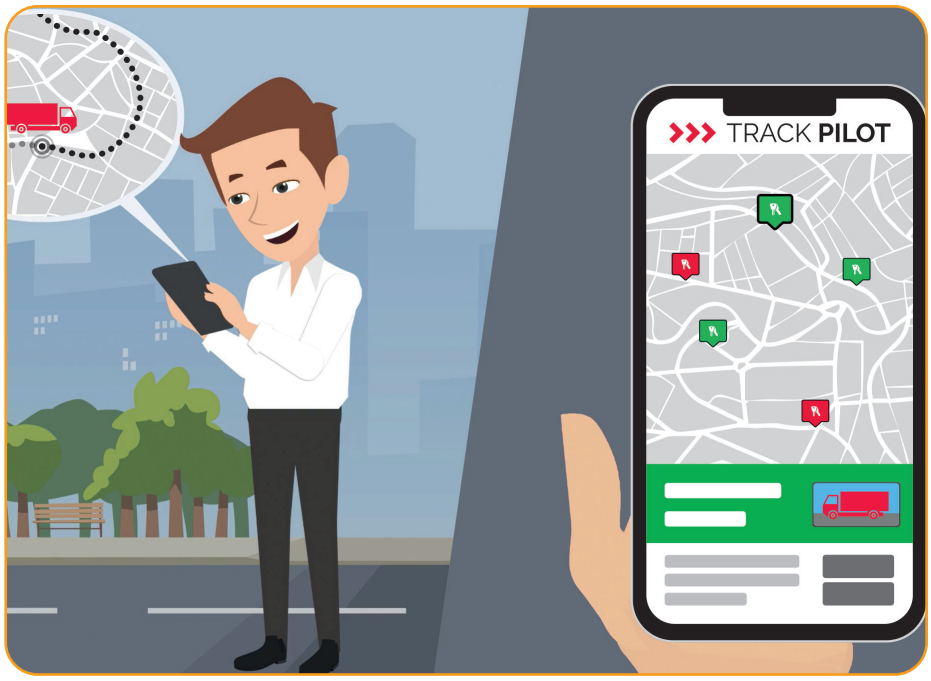
❖ Systemeinführung

Wenn die Kostenstruktur geklärt und die Entscheidung für ein System gefallen ist, beginnt der wichtigste Schritt: Die Einführung des Systems im Unternehmen. Je stärker die Mitarbeiter bereits im Vorfeld über das Vorhaben informiert und ggf. sogar in den Auswahlprozess involviert wurden, desto wahrscheinlicher ist ein schneller Umsetzungserfolg. Viele Lösungsanbieter bieten Anwendertrainings, Webinare oder individuell zugeschnittene Vor-Ort-Schulungen an um das digitale Know-how von Mitarbeitern und Führungskräften auszubauen. Es empfiehlt sich, von derartigen Angeboten Gebrauch zu machen. Je schneller die Systeme sicher angewendet werden, desto eher kann von Effizienz und Einsparungen profitiert werden.

Weniger Stress und mehr Effizienz in Büro und Disposition: Mit moderner Flottenmanagement- oder Tourenplanungssoftware können viele lästige und zeitaufwändige Tätigkeiten auf ein Minimum reduziert werden

❖ Mitarbeiter einbeziehen

Auch sollte ein positives Bewusstsein im Unternehmen dafür geschaffen werden, dass Digitalisierung mit Veränderungen einhergeht. Teilweise bedarf es hier eines gewissen Einfühlungsvermögens. Wenn sich z. B. der Versandleiter, der die Tourenplanung seit 20 Jahren nach Bauchgefühl macht, auf einmal mit dem Test oder der Einführung einer neuen SaaS-Tourenplanungssoftware befassen soll, ist eine Abwehrhaltung wahrscheinlich. Auch Fahrer könnten empfindlich reagieren, wenn ihnen mitgeteilt wird, dass ihre Fahrzeuge ab jetzt mit GPS-Ortungssystemen ausgerüstet sind. Wertschätzende Kommunikation und echte Vorteile für die betroffenen Mitarbeiter sorgen hier für Akzeptanz und Verständnis.



Auch unterwegs immer auf dem Laufenden: Moderne SaaS-Lösungen sind browserbasiert und auch für die Nutzung auf Smartphone & Co. optimiert.

Fazit

Für Unternehmen im Bereich Transport und Logistik gibt es zahlreiche Ansatzpunkte für konkrete Digitalisierungsmaßnahmen. Moderne Web-Lösungen stehen für Kosten sparende Effizienz und machen den Transformationsprozess besonders einfach. Dennoch sollten realistische Vorab-Planungen die Basis eines jeden Projekts sein. Digital kompetente und geschulte Mitarbeiter sind der wichtigste Faktor in jedem erfolgreichen Digitalisierungsprozess und sollten von Beginn an über diese Planungen informiert sein.

Meinungen aus der Praxis:

Rünzel Krankentransport, Aktive Disposition:

„Das TrackPilot Ortungssystem hat uns schon unwahrscheinlich geholfen. Früher musste man im Gefühl haben, wie lange eine Fahrt dauert und welcher Fahrer gerade wo in der Stadt ist. Wenn z. B. eine Fahrt in Steglitz reinkommt, sehe ich sofort auf dem Bildschirm, wer dort in der Nähe ist und wen ich da hinschicken kann. Wir nutzen TrackPilot seit über 10 Jahren und könnten gar nicht mehr ohne arbeiten.“

Silvio Opalka Transporte, Potsdam, Remote-Tachodownload:

„Mit aktuell fünf LKWs ist unser Fuhrpark noch recht überschaubar. Dennoch war das Tachodatenmanagement in der Vergangenheit ein lästiges Thema, das uns jeden Monat viel Zeit gekostet hat. Im November 2022 haben wir unsere Fahrzeuge mit den downloadfähigen Telematikgeräten von Moving Intelligence ausgestattet. Um Download und Speicherung müssen wir uns jetzt gar nicht mehr kümmern. Über Lenkzeitverstöße oder besondere Vorkommnisse werden wir nun per E-Mail informiert. Wir sparen viel Zeit, die wir für andere Dinge verwenden können.“

DewiBack Handels GmbH Berlin, Temperaturüberwachung & Tourenplanung

„Mit dem TrackPilot Ortungs- und Tourenplanungssystem können wir den Kunden früh Auskunft geben und besser über den Warenverbleib informieren. Das ging früher alles übers Telefon. Heute spart uns die Live-Ortung viel Zeit und Aufwand bei der Kommunikation. Doch der ganz entscheidende Vorteil ist für uns die integrierte Temperaturüberwachung. Wir haben jederzeit alle Werte im Blick und werden sofort informiert, wenn gewisse Grenzwerte erreicht werden. Das versetzt uns in die Lage, zu reagieren bevor es zum Totalausfall bei einem Aggregat kommt oder sogar Ware verdirbt.“

Andreas Breuer, Moving Intelligence GmbH

„Unser Slogan „Knowledge in Motion.“ also „Wissen in Bewegung.“ beschreibt sehr gut, was wir für unsere Kunden tun. Wir reichern mobile Prozesse mit Daten an und versetzen Unternehmen damit in die Lage, die Abläufe in Fuhrpark und Logistik besser zu verstehen und weiteres Potenzial zu erkennen. Egal ob im Tagesgeschäft oder auf strategische Sicht – Schnelle Informationen und exakte Daten helfen unseren Kunden dabei, die richtigen Entscheidungen zu treffen.“

*** Johannes Willmund,**
Bereichsleitung Vertrieb & Marketing
Marketing Moving Intelligence GmbH
Tel. 030 762 39 00 52
jwillmund@movingintelligence.de