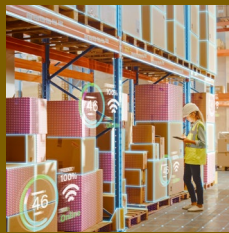




Lieferketten neu denken

Zeitenwende im Supply Chain Management:
Was nicht funktioniert und was hilft



Logistik-Spezial

Themenspezial
VerkehrsRundschau 12 | 2024



Ihre Aufgaben, unsere Lösungen

DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT wächst wieder. So stieg laut dem Statistischen Bundesamt das Bruttoinlandsprodukt (BIP) im ersten Quartal um 0,2 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Außerdem hat sich im Mai die Stimmung in der deutschen Exportindustrie laut Ifo-Institut aufgehellt – von minus 1,5 Punkte im April auf plus 0,3 Punkte im Mai.

Dazu passt, dass die Logistikweisen um Professor Christian Kille – ebenfalls im Mai – ihre Prognose für den Wirtschaftsbereich Logistik für 2024 auf nominal plus 1,2 Prozent und minus 3,0 Prozent real für das Jahr 2024 leicht nach oben angepasst haben. Vergangenen Herbst waren diese noch von nominal plus 0,8 Prozent und real minus 3,5 Prozent ausgegangen. Kurz gesagt: „Die deutsche Wirtschaft arbeitet sich schrittweise aus der Krise heraus“, macht Clemens Fuest, Präsident des Ifo-Instituts, der deutschen Wirtschaft Hoffnung.

Sich entspannt zurücklehnen können die Unternehmen aber nicht. Auch und gerade nicht im Lieferketten-Management und ihrer Logistik. Denn die Globalisierung wird noch diverser und Lieferketten (Supply Chains) werden dadurch noch komplexer. Das zeigt das Interview mit Professor Thomas Wimmer, Vorsitzender des Vorstands der Bundesvereini-

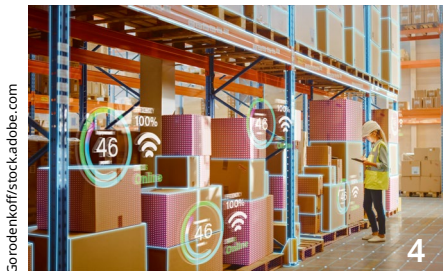
gung Logistik (BVL), auf Seite 8 in diesem Logistik-Spezial. Die gute Nachricht: Die Karten werden so in der Logistik (wieder einmal) neu gemischt – mit neuen Chancen für Dienstleister. Wer die Stärken und das Alleinstellungsmerkmal seines Unternehmens kennt, das Ohr am Kunden hat und diesem proaktiv Lösungen für dessen Probleme bieten kann, hat ein gutes Blatt auf der Hand. Gute Nachricht ist auch: Es gibt mittlerweile etliche technologische Neuerungen, die die Unternehmen bei ihren anstehenden Herausforderungen im Lieferkettenmanagement unterstützen können. Im Übrigen nicht nur die großen Industrie- und Handelsbetriebe, sondern auch die Mittelständler aus Transport, Spedition und Logistik. Welche davon im Pilot bei Unternehmen in den vergangenen Jahren erfolgreich waren und welche nicht, zeigt nun eine neue Studie der Kühne Logistics University (KLU) und SAP Business Consulting – mit interessanten Erkenntnissen (siehe Seite 4). Es wäre schön, wenn auch Sie durch das vorliegende Logistik-Spezial im harten Alltagsgeschäft einen kleinen Vorsprung generieren.

**Viel Vergnügen bei der Lektüre
Ihre Redaktion**

Logistik-Spezial

Themenspezial

VerkehrsRundschau 12 | 2024



Gorodenkoff/stock.adobe.com

4 Ist der Hype vorbei?

„Was funktioniert im digitalen Supply Chain Management wirklich?“ Das zeigt die neue Studie von SAP Business Consulting und Kühne Logistics University (KLU) – mit erstaunlichen Ergebnissen

8 Lieferketten neu denken

Die deutsche Wirtschaft ist im Umbruch. Was das für das Supply Chain Management und die Logistik in Zukunft heißt, erklärt Thomas Wimmer, Vorsitzender des Vorstands der Bundesvereinigung Logistik (BVL), im Interview

9 Hankook

Nachhaltige Produktion: Null CO₂ bis 2050

10 Aparkado

Was lange währt, wird endlich gut: Sichere Lkw-Parkplätze via App



BVL



Hankook

Impressum:

Verlag: TECVIA GmbH,
Verlag Heinrich Vogel, Corporate Publishing,
Aschauer Straße 30, 81549 München
Telefon: +49 (0) 89/20 30 43-12 78
Redaktion: Gerhard Grünig (verantwortlich),
Eva Hassa

Projektkoordination: Andrea Volz, Manuela Vogel
Layout: Sabine Spanner; Dierk Naumann
Titelfotos: jan_S/stock.adobe.com; Gorodenkoff/stock.adobe.com; Gefo/stock.adobe.com (KI-generiert); Hankook
Druck: F&W Druck- und Mediacenter GmbH,
Holzhauser Feld 2, 83361 Kienberg

Nachdruck, auch auszugsweise, und elektronische Verarbeitung nur mit ausdrücklicher Genehmigung der TECVIA GmbH.

Für unverlangt eingesendete Manuskripte und Bilder übernimmt die Redaktion keine Haftung. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung der Autoren wieder. Diese muss nicht mit der Auffassung der Redaktion übereinstimmen. Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.



shutterstock.com

Vor zehn Jahren starteten viele Betriebe mit großer Euphorie in die Digitalisierung und Automatisierung

Ist der Hype vorbei?

Ob Big Data, Internet of Things, Blockchain oder aber künstliche Intelligenz und 3-D-Druck. In den vergangenen Jahren legten Unternehmen im Supply Chain Management viele spannende Pilotprojekte auf. Doch welche dieser Neuerungen funktionieren tatsächlich und welche nicht? Das zeigt eine Studie von SAP Business Consulting und der Kühne University Logistics (KLU).

DIE EINFÜHRUNG DIGITALER Technologien für das Lieferkettenmanagement wird zwar oft gepriesen, hat aber häufig noch nicht die erwarteten Ergebnisse gebracht. Das zeigt die Studie „Was funktioniert wirklich im digitalen Supply Chain Management?“, die SAP Business Consulting und Kühne Logistics University (KLU) soeben veröffentlicht haben. Die Studienautoren Jörg Wilke, Leiter Business Consulting Supply Chain Management bei SAP, und Kai Hoberg, Professor für Supply Chain und Operations Strategie an der KLU, zeigen darin aber auch auf, welche der vielen technologischen Neuerungen der vergangenen zehn Jahre, wie etwa Big Data, künstliche Intelligenz, Sensorik & Co. in Pilotprojekten im digitalen Lieferkettenmanagement durchaus erfolgreich umgesetzt

wurden, welche nicht und was dafür mögliche Erfolgstreiber und Erfolgshemmer waren.

Wenig digitale Pioniere

Unter Leitung von Jörg Wilke hatte SAP Business Consulting das Thema „Digitales Lieferkettenmanagement“ vor zehn Jahren in einer Studie schon einmal untersucht und Supply-Chain-Verantwortliche in großen Firmen aus der Automobil-, Hightech-, Konsumgüterindustrie (FMCG) und dem Maschinenbau befragt. Der Unterschied zwischen den Ergebnissen von 2014 und heute ist frappierend. „Die Euphorie in den Unternehmen war damals groß“, erinnert sich Wilke. „Sie waren auch bereit, mit diesen Neuerungen zu experimentieren und in diese zu investieren, weil sie sich

dadurch zum Beispiel bessere Analysen und Prognosedaten erhofften.“ Interessante Pilotprojekte waren da etwa der 3-D-Druck im FMCG, Social-Media-Daten für Prognosen, Minifabriken, die superschnelle Stücklistenauflösung oder die Drohnen-Zustellung auf der letzten Meile – all das wurde seinerzeit diskutiert und getestet.

Für die Folgestudie der KLU und SAP Business Consulting wurden nun, zehn Jahre später, (alte und neue) IT- und Supply-Chain-Verantwortliche erneut befragt – in der Automotive-, Hightech-, Halbleiter-, Konsumgüterindustrie und dem Maschinenbau und dieses Mal auch aus der Logistik-, Halbleiter-, Pharma- und Handelsbranche. Ziel war es, herauszuarbeiten, welche Technologiestrategien die Unternehmen im Supply Chain Ma-

nagement (SCM) heute verfolgen, aber auch welche der Technologien, etwa 3-D-Druck, KI, Blockchain, Digitaler Zwilling, Internet of Things (IoT), Sensorik, selbstfahrende Fahrzeuge (AGVs) und Drohnen in Pilotprojekten erfolgreich waren und welche nicht.

Wichtigstes und überraschendstes Ergebnis der Studie ist: „Der Digitalisierungs-Hype ist vielerorts abgeklungen und einem gesunden Pragmatismus gewichen“, resümiert Kai Hoberg von der Kühne Logistics University (KLU) (siehe Interview rechts). So haben viele Firmen, wie die Studie zeige, die Einführung digitaler Technologien zurückgeschraubt oder verzögert und weniger Firmen als erwartet führen digitale Technologien überhaupt ein, um etwa die Prozesse zu verschlanken oder zu optimieren. Nur einige digitale Pioniere, etwa in der Hightech-Industrie und im Online-Handel, sogenannte Early Adopters, investieren schnell in digitale Innovationen und setzen diese ein, um sich Wettbewerbsvorteile zu verschaffen – auch auf die Gefahr hin, damit zu scheitern.

Was bremst, was hilft

Ob und wie gut letztlich eine Lösung implementiert werden konnte, hänge aber nicht von der Unternehmensgröße ab, betont Hoberg. Vielmehr zeige die Studie, dass sich generell traditionelle Unternehmen schwerer mit der Umsetzung solcher Neuerungen tun. „Das hat ein gutes Stück mit dem Mindset zu tun.“ Zudem hätten die Firmen vielfach, wie die Studie zeige, die Komplexität der Anwendungsfälle ein gutes Stück unterschätzt und auch oft ein falsches Verständnis der Fähigkeiten und Grenzen digitaler Technologien.“

„Die meisten Unternehmen gehen das Thema technologische Neuerungen heute also sehr pragmatisch an“, ergänzt Wilke. Sprich: Viele konzentrieren sich mittlerweile der Studie zufolge auf Technologien, die klar definierte Probleme angehen und schnelle Ergebnisse liefern. Sie setzen also insbesondere Projekte auf, die ihnen helfen, die Zuverlässigkeit der Auftragsabwicklung zu verbessern, Unterbrechungen der Lieferkette zu minimieren, oder aber Kunden einen unmittelbaren Mehrwert bieten.

„Sehr weit in der Umsetzung sind die Firmen, auch in der Logistikbranche, beim Thema Transparenz in der Lieferkette dank ‚Internet of Things‘ (IoT – dt. Internet der Dinge) und beim ‚Track &

Trace‘ von Paletten und Behältern mittels Sensorik“, sagt er. Ebenfalls sehr weit seien sie in puncto „Automatisierung“ der Produktion und produktionsnahen Logistik mittels Robotik und AGVs. Zudem setzten die Unternehmen, auch in der Logistikbranche, mittlerweile vielfach „Digitale Plattformen“ ein, teilweise auch selbst entwickelt, an die zum Beispiel Kunden und/oder Lieferanten angebunden seien. „Da passiert schon sehr viel. Da sind die Firmen sehr weit“, betont Wilke.

Viel Aufwand, wenig Nutzen?

Was ihn überrascht hat: „Die ‚Blockchain‘-Technologie kam in unserer Studie relativ schlecht weg. So gab es in den Unternehmen nur sehr wenige Pilotprojekte und die wurden alle nicht weiterverfolgt“. Grund dafür sei aber nicht gewesen, dass die Technologie nicht ausgereift sei, weiß er aus den Gesprächen mit den SCM-Verantwortlichen, sondern weil sich der Business-Case nicht gerechnet habe. „Der Nutzen der Blockchain war im ausgewählten Anwendungsbe-

Digitalisierung: Die häufigsten Probleme in den Betrieben



Kai Hoberg, Professor für Supply Chain und Operations Strategie an der Kühne Logistics University (KLU), Hamburg

LAUT IHRER NEUEN STUDIE, DIE DIE KÜHNE LOGISTICS UNIVERSITY (KLU) ZUSAMMEN MIT SAP BUSINESS CONSULTING ERSTELLT HAT, IST IM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT UND DER LOGISTIK DER DIGITALISIERUNGS-HYPE EIN GUTES STÜCK ABGEKLANGEN. WARUM?

Das liegt daran, dass vielfach die Unternehmen die Komplexität bestimmter Technologien unterschätzt haben. Vielfach fehlen vielerorts aber auch die dafür erforderlichen Fachkräfte wie etwa Data-Scientists und Wirtschaftsinformatiker mit Datenbank-Expertise. Da gibt es ja mittlerweile einen regelrechten Entgelte-Wettbewerb um solche Talente. Und last, not least wurden viele digitale Projekte auch aufgrund des inkonsistenten Datenmanagements in den Unternehmen häufig nicht erfolgreich umgesetzt, wie unsere Studie zeigt.

SIE SPRECHEN VON INKONSISTENTEM DATENMANAGEMENT. WORAN HAKT ES DA IN DEN BETRIEBEN KONKRET?

Das ist ein Riesenthema in den Unternehmen. Vielfach werden die Daten in unterschiedlichen Systemen vorgehalten und auch nicht in einer gemeinsamen strukturierten Form. Die Daten dann in eine gemeinsame Datenbasis zusammenzubringen, ist eine enorme Aufgabe. Und das ist vor allem dann ein Problem, wenn man jetzt auf künstliche Intelligenz (KI) setzen will. Denn KI funktioniert nur, sehr vereinfacht formuliert, wenn man konsistente Daten hat, auf die man zugreifen kann. Ein KI-gestütztes Preis-Prognose-System kann man nur entwickeln, wenn das Unternehmen zum Beispiel solche Daten in der Vergangenheit schon erhoben hat und entsprechend auch in einem System, einem sogenannten Data-Cube, zusammenführen kann. Stammdaten-Management macht man zwar nicht gerne, ist aber absolutes Muss, wenn Digitalisierung gelingen soll.

SIE HABEN IN IHRER STUDIE AUCH UNTERSUCHT, WAS PILOTPROJEKTE IM DIGITALEN LIEFERKETTENMANAGEMENT ERFOLGREICH GEMACHT HAT. WAS WAREN DA DIE WICHTIGSTEN „LEARNINGS“ DER UNTERNEHMEN?

Pilotprojekte waren zumeist dann erfolgreich, wenn sie ein sehr konkretes und klar umrissenes Problem adressiert haben. Da sollte man vorher sehr genau den Scope definieren, realistische Annahmen an die eigenen Fähigkeiten und Mitarbeiterkapazitäten haben und mit einem nicht zu großen ersten Wurf starten – wenn dieses „Minimum-Viable“-Produkt funktioniert, kann man gut weitermachen. eh



SAP Business Consulting

„EINERSEITS IST DIE ERWARTUNG IN KÜNSTLICHE INTELLIGENZ SEHR HOCH, ANDERERSEITS SIND AUCH VIELE KI-PROJEKTE GESCHEITERT.“

Jörg Wilke, Leiter Business Consulting Supply Chain Management bei SAP

reich der Projekte im Vergleich zu dem hohen Aufwand, den die Betriebe durch die neue Technologie haben, einfach zu gering.“ Dies sei zwar nicht repräsentativ, gleichwohl erscheint die sehr fokussierte und sorgfältige Planung derartiger Use-Cases hier besonders erfolgskritisch. Und auch beim „Digitalen Zwilling“ hätten die Unternehmen, sagt er, eine ähnliche Erfahrung in puncto „Aufwand-Nutzen-

Verhältnis“ gemacht, mit der Folge, dass diese Technologien im Bereich der Lieferkettensteuerung bislang erst in wenigen Unternehmen eingesetzt und genutzt werden.

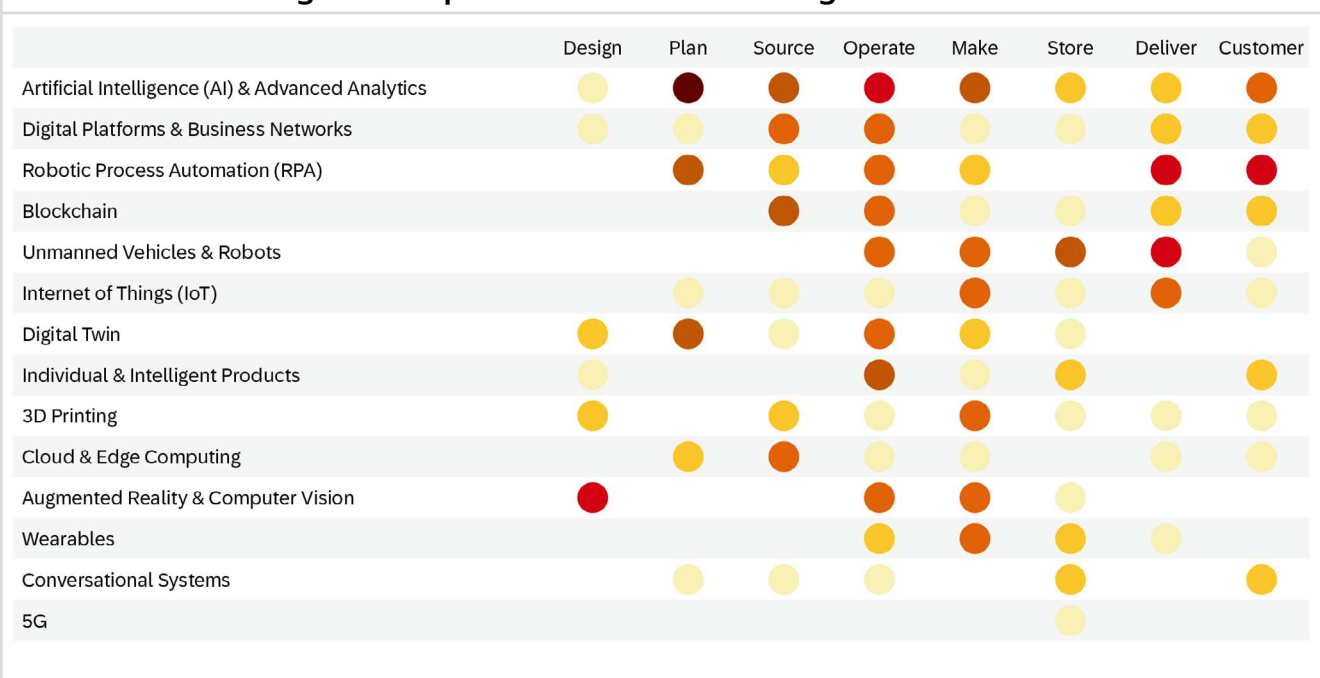
„Selbst bei künstlicher Intelligenz (KI) zeigt sich noch ein sehr gemischtes Bild“, fasst Wilke die Studienergebnisse zusammen. „Einerseits ist die Erwartung in Firmen da sehr hoch, viele sehen in Zukunft in dieser Technologie sehr viel Potenzial.“ Andererseits seien viele KI-Projekte gescheitert, etwa in den Bereichen Forecast und Planung, weil Betriebe den Aufwand und die Komplexität von KI unterschätzten und daher einen zweiten Anlauf starten wollen.

Und wo sehen Firmen aktuell in Sachen KI die größten Potenziale? „Ganz klar im Bereich ‚sprachgesteuerte Chatbots‘ in der Kundenkommunikation“, sagt Hoberg. So würden Firmen diese heute schon vielfach einsetzen, mit denen ihre Kunden interagieren können, um sich etwa über den Status ihrer Bestellung zu informieren. Zudem nutzen vermehrt Hersteller KI, um im Zusammenspiel mit dem Endkunden für diesen noch passgenauere Produkte zu entwickeln. So können Kunden dank spezieller Handy-

Apps im Onlineshop eines Baumarktes, weiß er, die passende Farbe auswählen und mit ihrem Handy über automatisierte Bestellabwicklung ordern. „Unternehmen können also mittels KI sehr viel automatisieren und so ihre Prozesse verschlanken.“ Nicht nur in Industrie und Handel, betont er, sondern auch in der Transport- und Logistikbranche.

„KI wird daher ein Gamechanger im SCM und der Logistik“, betont Hoberg. Dank KI lassen sich viele Prozesse neu aufstellen und Entscheidungen mit niedrigerer Granularität planen, etwa genaue Prognosen bezogen auf Produkt- und Standortebene anstatt nur auf Produktfamilie und Region. Nicht unterschätzen sollte man aber das erforderliche Know-how beim Aufbau von KI-Assistenten. Denn nur auf der Basis sehr guter und konsistenter Datenmodelle liefert KI gute Ergebnisse. Die Notwendigkeit sehr guter Data-Scientists kann man also nicht oft genug betonen. Auch das Changemanagement ist laut den Studienautoren wichtig. Denn der neue digitale Kollege soll ja in den Arbeitsalltag integriert werden. Zu lernen und zu verstehen, wann man dessen Empfehlungen vertrauen sollte und wann Vorsicht angebracht ist, kann herausfordernd sein. eh

Anwendungsschwerpunkte von SC-Technologien in der Prozesskette



Grafik: Kühne Logistics University und SAP Business Consulting

Die Grafik zeigt, in welchen Bereichen und wie stark (tiefrot) Firmen SC-Technologien schon einsetzen

DIE 100 JAHRE MAN DIESEL EDITION.



Der MAN TGX. Simply my Truck.

100 Jahre Diesel von MAN – das sind Generationen von Lkw, die bis heute immer wieder neue Meilensteine setzen. Der MAN TGX „100 Jahre MAN Diesel“ ist ein echter Jahrhundert-Truck, der mit seinem Auftritt begeistert und mit seiner Performance fasziniert. Sichern Sie sich ein Exemplar dieses limitierten Sondermodells:

www.man.eu/100-jahre-man-diesel

100 DIESEL
JAHRE MAN



Lieferketten neu denken

Die deutsche Wirtschaft erfindet sich aufgrund der Wirtschaftskrise ein gutes Stück neu. Wie sich vor diesem Hintergrund in Zukunft die Lieferketten verändern, erklärt Thomas Wimmer, Vorsitzender des Vorstands der Bundesvereinigung Logistik (BVL).

PROFESSOR MARCEL FRATZSCHER zufolge erleben wir in Deutschland derzeit gleich drei Transformationen: eine Transformation der Globalisierung, eine technologische und eine nachhaltige Transformation. Müssen wir Lieferketten deshalb jetzt neu denken, wie er es fordert?

Ich bin seit gut 35 Jahren in der Logistik tätig. Das Neudenken von Lieferketten war und ist bei uns Tagesgeschäft. Man denkt Lieferketten immer neu, ist ständig auf der Suche nach „günstigen“ Lieferanten – nicht nur im Sinne des Preises, sondern auch im Sinne der Stabilität, Warenverfügbarkeit oder Terminalsicherheit. Das Neudenken wurde aber seit drei, vier Jahren extremer. Viele global agierende Firmen haben sich darauf verlassen, in China zu sourcen, weil es einfach, günstig und zuverlässig war. Inzwischen fragen wir uns, ob dies noch richtig ist – angesichts der weltpolitischen Diskussionen, der Bildung politischer Lager und der Beeinträchtigungen im internationalen Warenverkehr. Wenn wir Lieferketten heute neu denken, müssen wir uns fragen: Woher erhalten wir in Zukunft gleichwertige Waren mit ähnlich hoher Zuverlässigkeit und zum wettbewerbsfähigen Preis?

IST ALSO „NEARSHORING“ die Lösung?

„Nearshoring“ – und damit meine ich das Erschließen von Lieferquellen in Europa – wird auch in Zukunft nicht die allgemeingültige Lösung sein. Denn in Europa sind die Faktorkosten im Sourcing drei bis sieben Mal so hoch wie in Asien. Trotz kürzer werdender Liefer-



Professor Thomas Wimmer, Vorsitzender des Vorstands der Bundesvereinigung Logistik (BVL)

ketten und damit sinkender Logistikkosten und anderer Vorteile. Das sieht Kollege Fratzscher auch so. Er geht sogar davon aus, dass wir in Zukunft eine diversere Globalisierung haben, weil die Firmen in mehr und noch verschiedenen Ländern einkaufen werden. Dadurch werden neue, andere, vielfältigere Lieferketten nötig.

WARUM?

Werden Wechselwirkungen in Systemen ganzheitlich betrachtet, ist vieles möglich. Bestellt etwa ein Produzent Gussteile in Indien, ist die Chance groß, diese in hervorragender Qualität zum günstigen Preis zu erhalten. Die Frage ist nur, wann diese zuverlässig zur Verfügung stehen. Das hängt zum Beispiel von der Verkehrsinfrastruktur, der Zollabwicklung und

den Seewegen ab. Also braucht man höhere Bestände, um die Resilienz in der Lieferkette sicherzustellen.

ALSO WEG VON der Just-in-time-Logistik hin zur Just-in-case-Logistik?

Wie so oft gibt es nicht das eine richtige Konzept, unsichere Zeiten verlangen flexible Lösungen, um die optimale Lieferkette sowohl mit Blick auf Effizienz als auch auf Zuverlässigkeit zu gestalten. Es gilt, seine Lieferketten zu kennen, um sich jeweils agil zwischen einer Just-in-case- oder einer Just-in-time-Lösung zu entscheiden. Das heißt, insbesondere dann, wenn die grundsätzliche Verfügbarkeit oder die Lieferzeit schlecht vorherzusagen ist, ist es klug, auf ein Bevorratungs-Modell zurückzugreifen. Voraussetzung da-

für ist, einen vollständigen Überblick über den Zustand der Lieferketten zu haben. Das ist zum Beispiel über einen Digital Control Tower möglich.

FÜR WELCHE NEUERUNGEN in den Lieferketten müssen sich Logistikdienstleister jetzt also rüsten?

Höchstmögliche Transparenz in Lieferketten braucht digitale Prozesse, um spätestens möglich auf Veränderungen reagieren zu können. Agile Logistiksysteme brauchen digitale Tools, um schnell und sicher leisten zu können. Und digitale Systeme brauchen Cybersecurity, um störungsfrei funktionieren zu können. Damit haben wir die wichtigsten Trends, aus denen Neuerungen wie KI-Anwendungen resultieren. Die Logistikwelt bleibt spannend. eh

Hankook steht auch für nachhaltige Logistik

Unternehmen sind auch in der Transportbranche gefordert, umweltfreundliche Lösungen anzubieten. Hankook hat sich dem Thema Nachhaltigkeit bereits seit Jahren verschrieben. Das Engagement umfasst auch Aktivitäten in der Logistik-Branche. Manfred Zoni, Vertriebsdirektor und Head of Sales Truck & Bus Products bei der Hankook Reifen Deutschland GmbH, erklärt die Beweggründe.

Über Hankook

Hankook fertigt weltweit innovative Hochleistungsradialreifen im Premium-Segment für Pkw, SUV, Geländewagen, Leicht-Lkw, Wohnmobile, Lkw, Busse und den automobilen Motorsport (Rundstrecke/Straßenkurse/Rallye). Das Unternehmen investiert kontinuierlich in Forschung und Entwicklung, um seinen Kunden stets höchste Qualität in Verbindung mit technologischer Exzellenz zu bieten. Die Europa- und Deutschland-Zentralen des Reifenherstellers befinden sich in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main. Weltweit beschäftigt das Unternehmen 20.000 Mitarbeiter und liefert seine Produkte in über 160 Länder. Das Unternehmen ist seit 2023 exklusiver Reifen-Lieferant und offizieller technischer Partner der ABB FIA Formula E World Championship. Führende Automobilhersteller vertrauen in der Erstausrüstung auf Bereifungen von Hankook. Mehr Informationen unter: www.hankooktire.com



Manfred Zoni, Vertriebsdirektor und Head of Sales Truck & Bus Products bei der Hankook Reifen Deutschland GmbH



(v.l.n.r.) Herr Alexander Zang (Head of External Business and Process Innovation Germany, Samsung SDS), Herr Holger Guse (LKW Senior Sales Manager, Hankook Reifen Deutschland), Herr Tobias Bansa (Manager Process Innovation, Samsung SDS), Herr Robert Luck (LKW Sales Manager & Key Account Fleets Germany, Hankook Reifen Deutschland).

WELCHE ZIELE VERFOLGT HANKOOK BEIM THEMA NACHHALTIGKEIT?

Wir haben schon früh die strategischen Weichen für unser soziales Engagement gestellt und wollen mit unserem Unternehmen und unserer Produktion bis 2050 das Netto-Null-Ziel erreichen. Auf unserem Weg zur Nachhaltigkeit wurden wir als erster Reifenhersteller mit einer ISCC PLUS-Zertifizierung (International Sustainability & Carbon Certification) ausgezeichnet.

UNTERSTÜTZT HANKOOK BEI SEINEM WEG AUCH PARTNER?

Hankook bietet seinen Kunden im Truck- und Bussegment mehr als nur Bereifungslösungen. Natürlich stehen bei den Produkten Qualitätsmerkmale wie Sicherheit, Laufleistung, Widerstandsfähigkeit, Runderneuerbarkeit und Traktion weiter im Mittelpunkt, aber es geht um mehr.

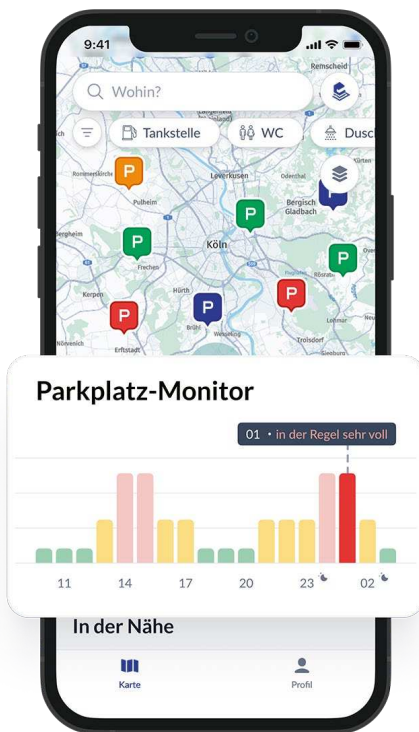
Ziel ist es, gemeinsam mit Partnern neue innovative Technologien voranzutreiben, die dazu beitragen, die Transportbranche von morgen nachhaltiger zu machen.

GIBT ES HIERFÜR AUCH KONKRETE BEISPIELE?

Natürlich. Ein Beispiel ist das Gemeinschaftsprojekt „Smart Green Logistics“ zwischen Samsung SDS und H2 Delivery, bei dem wir für die Bereifung sorgen. Nach einer erfolgreichen Testphase 2021 sind seit November 2023 wasserstoffbetriebene Lkw im Regelbetrieb auf Hankook-Reifen unterwegs. Ziel ist es, bis 2030 auf den Strecken 150 Lkw einzusetzen. Wir schätzen das Vertrauen, dass die Spezialisten für grünen Wasserstoff im Bereich Nutzfahrzeuge in unsere Produkte setzen. Dies ist eines der Beispiele die Transportbranche ein Stück weit nachhaltiger zu machen.

LKW.APP digitalisiert die Lkw-Parkplatzlandschaft

Der Parkplatzmangel für Lkw-Fahrer bleibt ein Verkehrsdesaster im Schatten. Doch es gibt Licht am Ende des Tunnels. Mit dieser App könnte das Problem schon bald der Vergangenheit angehören.



©Aparcado

LKW.APP: Erfolgreiche Parkplatzsuche durch Digitalisierung

DER PARKPLATZMANGEL FÜR LKW-FAHRER ist kein neues Phänomen, aber seine Auswirkungen verschärfen sich zunehmend. Fahrer verbringen oft wertvolle Zeit damit, nach freien Parkplätzen zu suchen, was zu Verzögerungen bei Lieferungen führt und ihre Lenk- und Ruhezeiten beeinträchtigt. Stress und Schlafmangel erhöhen das Risiko von Unfällen und gefährden die Gesundheit der Fahrer.

Doch damit soll Schluss sein. Denn das Kölner Start-up „Aparcado“ arbeitet mit Hochdruck daran, die europäische Parkplatzlandschaft zu digitalisieren. Das Resultat ist die LKW.APP – eine App, mit der Fahrer nun die Auslastung von Parkplätzen in ganz Europa einsehen können.

Dies gelingt den Entwicklern durch die Verarbeitung großer Mengen an historischen Geodaten, die eine Prognoserechnung der Parkplatzauslastung ermöglicht. Hinzu kommen die Meldungen der Auslastung durch die Nutzer vor Ort, woraus eine präzise Live-Verfolgung der Parkplatzzufülle entsteht. Verschiedene Filterfunktionen erlauben den Nutzern zudem, innerhalb ihrer Lenkzeit genau den Stellplatz zu finden, den sie brauchen.

Aber kann Digitalisierung lösen, was schon so lange nicht lösbar erschien? Die Zahlen sprechen für sich, denn mit über 50.000 Downloads erleichtert die App bereits die Parkplatzsuche von zahlreichen Fahrern in ganz Europa. Durch die Anzeige der Auslastung von bereits über 14.000 europaweiten Parkplätzen profitieren sie von einer wachsenden Zahl an geeigneten Stellplätzen, die sie stets beobachten können.

Zitat Roland Moussavi, CEO und Co-Founder von Aparcado:

„Der Straßengüterverkehr, und insbesondere der Langstreckentransport, hängt bei der Digitalisierung noch hinterher. Deshalb digitalisieren wir die europäische Lkw-Parkplatzlandschaft, damit die Vorteile der Digitalisierung nun endlich auch bei den Lkw-Fahrern ankommen.“

Leicht macht sich das Start-up die Weiterentwicklung der LKW.APP dabei nicht. Der Anspruch ist, die App „so nah wie möglich am Fahrer“ und dessen Bedürfnissen zu entwickeln. Dafür sucht das Team regelmäßig auf Autohöfen und Raststätten den direkten Kontakt, um die Funktionen auf ihren Arbeitsalltag zuzuschneiden. Auch ein installierter Beraterstab aus langjährigen Fahrern schaut den Entwicklern mit strengem Blick über die Schultern und testet jede Funktion vor der Veröffentlichung.

Das Parkplatzproblem darf nicht länger einfach ausgesessen werden, denn es ist auch eine Frage des Respekts. Die enorme Wichtigkeit der Lkw-Fahrer als tragende Säule der europäischen Logistik steht in keinem Verhältnis dazu, wie lange die Thematik bereits ungelöst belassen wurde. Die LKW.APP möchte das Parkplatzproblem daher endgültig vom Platz fegen. Auch Transportunternehmen können Teil der Lösung werden, indem sie die kostenlose App ihren Fahrern ans Herz legen. So können sie aktiv zur Verbesserung der Lage beitragen und zudem dank kürzerer Parkplatz-Suchzeiten ihrer Fahrer von der Senkung ihrer Transportkosten profitieren.

<https://lkw.app>



Aparcado: Das Start-up hinter der LKW.APP