

Wie wichtig sind Apps für die Logistik?

Welche Rolle spielen Business Apps, vor allem in den Bereichen Logistik, Außenwirtschaft und Supply Chain Management? Dies hat die Studie „Global Trade Management Agenda 2017“ untersucht, die das Softwareunternehmen AEB in Zusammenarbeit mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Stuttgart durchgeführt hat.

Über die Studie

Die Studie „Global Trade Management Agenda 2017 – Apps in der Logistik und Außenwirtschaft sowie Top-Aufgaben im globalem SCM“ basiert auf einer branchenübergreifenden Umfrage unter 330 Experten aus dem Umfeld Logistik, Außenwirtschaft und Supply Chain Management. Die Teilnehmer arbeiten in Unternehmen unterschiedlicher Größe aus verschiedenen Ländern, davon fast 49 % aus Deutschland. Etwa 67 % der Befragten haben eine Leitungsfunktion inne (Unternehmens-, Abteilungs- oder Team- bzw. Projektleitung). Das Softwareunternehmen AEB und die DHBW Stuttgart führen die Umfrage seit 2013 jährlich durch.

Für die Studie wurden 330 Experten aus dem Umfeld Logistik, Außenwirtschaft und Supply Chain Management befragt. Das Ergebnis: Neun von zehn Experten sind der Meinung, dass Business Apps ein entscheidender Wettbewerbsfaktor in Logistik und Außenwirtschaft sind. Und nach Einschätzung der meisten Teilnehmer (86,7 %) wird die Bedeutung von Business Apps in diesem Bereich weiter zunehmen.

„Die Ergebnisse zeigen, dass das Thema hochrelevant ist und erst am Anfang einer dynamischen Entwicklung steht“, betont Dirk H. Hartel, Studiengangsleiter für Logistikmanagement an der DHBW Stuttgart. „In diesem Punkt sind sich die Befragten einig, obwohl Business Apps in vielen Unternehmen noch nicht genutzt werden.“

Derzeit noch geringe Nutzung

Tatsächlich gaben nur 17,6 % der Befragten an, Apps im Bereich Supply Chain Management, Logistik oder Außenhandel einzusetzen. Weitere 21,1 % der Studienteilnehmer planen jedoch die Einführung mobiler Anwendungen. Gemeinsam mit den Bereichen Administration, Vertrieb und Marketing gehört die Logistik damit zu den Vorreitern in Sachen App-Nutzung. Dagegen spielen Apps im Controlling (4,7 %) sowie in der Beschaffung (10,2 %) derzeit keine wesentliche Rolle.

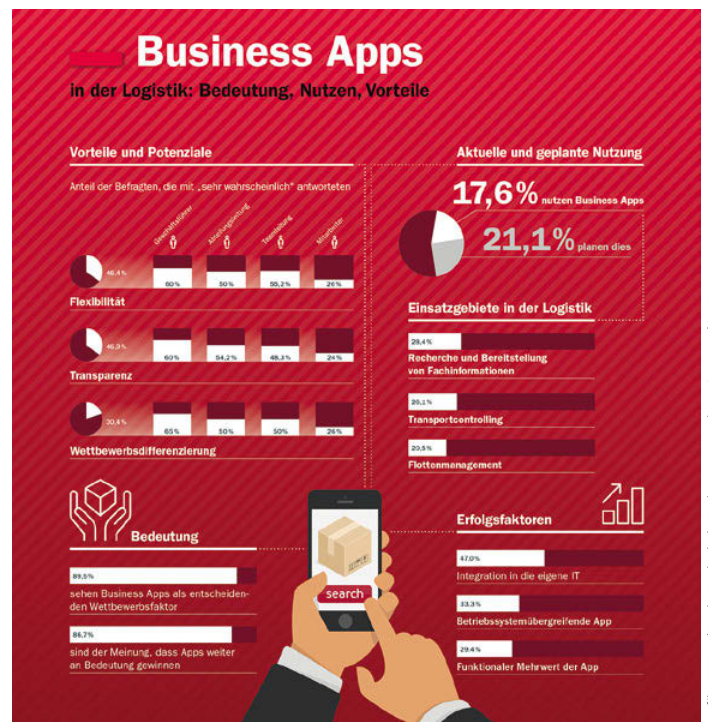
Aktuell kommen Apps in der Logistik am häufigsten zur Recherche und Bereitstellung von Fachinformationen zum Einsatz (28,4 %). Zudem sind sie im Transportmanagement relativ weit verbreitet: Mehr als ein Viertel der Befragten (26,1 %) nutzt sie für das Transportcontrolling, rund ein Fünftel im Flottenma-

agement (20,5 %). Weitere 20,4 % der Logistiker verwenden Apps im Behältermanagement. In anderen logistischen Anwendungsgebieten – etwa Auftragsmanagement, Personalplanung oder Verladen – sind die mobilen Helfer dagegen deutlich seltener im Einsatz. Für alle Anwendungsgebiete gilt, dass jeweils rund ein Drittel der Befragten zukünftig Apps einsetzen will.

Die Studie untersuchte auch die Nutzung von Apps im Bereich Außenhandel. Hier ist das Terrorlisten-Screening das beliebteste Anwendungsfeld: 29,4 % der Befragten nutzen dafür bereits Apps, 33,8 % planen dies. Besonders selten werden mobile Applikationen bei der Exportkontrolle eingesetzt, 36,8 % wollen das jedoch ändern. Auch im Zollmanagement zeichnet sich eine stärkere Verbreitung von Business Apps ab. Zwar setzt zum Beispiel erst ein Fünftel der Unternehmen Apps zur Tarifierung ein, aber rund die Hälfte hat dies in Zukunft vor.

Transparenz und Flexibilität – die wesentlichen Vorteile

Transparenz (46,9 %) und Flexibilität (46,4 %) sind für nahezu jeden zweiten Befragten wesentliche Vorteile von mobilen Anwendungen. Nur 30,4 % halten es hingegen für „sehr wahrscheinlich“, dass Apps zur Wettbewerbsdifferenzierung beitragen.



Transparenz und Flexibilität sind wichtigste Vorteile von Business Apps.

Besonders optimistisch blicken die Befragten aus der Geschäftsführung auf das Thema Business Apps: Diese Gruppe hält es deutlich häufiger für „sehr wahrscheinlich“, dass Apps bei der Realisierung der genannten Vorteile helfen. Mitarbeiter ohne Führungsfunktion stehen den mobilen Anwendungen wesentlich skeptischer gegenüber. „Die Einschätzung der Geschäftsführung ist dabei nicht nur als strategischer Zweckoptimismus zu beurteilen, sondern fußt häufig auf persönlicher Erfahrung“, sagt Dr. Ulrich Lison, Portfoliomanager und Mitglied der Geschäftsleitung bei AEB, der gemeinsam mit Prof. Dr. Hartel die Studie durchgeführt hat. Die oberste Führungsebene nutzt Business Apps derzeit am intensivsten (rund 80 % gegenüber 64 % im Durchschnitt). Die Studie fragte auch die Top-3-Erfolgsfaktoren für den App-Einsatz ab. Für die Teilnehmer ist hier die Integration in die unternehmenseigene IT am wichtigsten: Knapp jeder Zweite (47 %) nannte dies als Erfolgsfaktor. Für 33,3 % ist eine betriebssystemübergreifende App wichtig, 29,4 % stellten den Mehrwert durch eine App in den Vordergrund.