



Unser Anspruch: der Beste sein

Exklusivinterview mit Tom Schmitt, Mitglied des Vorstandes der Schenker AG, verantwortlich für das Ressort Commercial DB Schenker (CCO) and Contract Logistics

Herr Schmitt, wieviel Spedition steckt noch in dem Namen Schenker?

Tom Schmitt: Wir blicken auf eine lange Tradition zurück. Unser Unternehmensgründer Gottfried Schenker hat 1872 in Wien das Unternehmen gegründet. Was Gottfried Schenker vor 145 Jahren angefangen hat, bestimmt heute immer noch, worum es geht: Handel möglich machen. Für mich ist das keine Frage des Begriffs. Wir können das Spedition oder integrierte Logistik nennen, 1872 haben wir damit begonnen, Sender und Empfänger mit Pferdekutsche zu verbinden. Heute unterstützen rund um den Globus rund 66.000 Mitarbeiter an rund 2.000 Standorten in 130 Ländern Industrie und Handel beim globalen Güteraustausch. Dabei sind wir einer der größten und besten – über Land, in der Luft, auf See oder in Gebäuden. Wir leben Spedition – wir werden weltweit Menschen immer verbinden und Geschäfte ermöglichen und sogar leichter machen. Wie auch immer wir das nennen.

In der Logistikbranche wird viel über Digitalisierung diskutiert. Wie weit ist Schenker in dieser Hinsicht?

Tom Schmitt: Durch die Digitalisierung erleben wir zurzeit den größten Umbruch in der globalen Logistik seit Erfindung von Flugzeugen und Containerschiffen. Deshalb wird dieses wichtige Zukunftsthema bei uns auf Vorstandsebene global gesteuert. Wir wollen Innovationsfähigkeit zu einer Kernkompetenz von DB Schenker ausbauen. Insgesamt rund 100 Mitarbeiter in drei neuen Abteilungen bringen Innovationen und digitale Lösungen voran. Darunter auch ein Team, das auf der Basis von Datenanalysen neue Geschäftsmodelle entwickelt. Gleichzeitig schließen wir uns mit führenden Digital-Unternehmen zusammen und werden schneller durch innovative Kooperationen. Zum Beispiel haben wir eine mehrjährige Kooperation mit der Online-Frachtenbörse uShip über eine exklusive Zusammenarbeit in Europa geschlossen. Auch mit Cisco, dem weltweit größten Konzern für Kom-

munikationstechnologie, arbeiten wir gemeinsam am „Warehouse of the Future“, in dem wir innovative Logistiklösungen in realer Umgebung testen und anwenden.

Sind die digitalen Supply Chains eher ein Segen für Logistikunternehmen oder doch etwas, bei dem man notgedrungen mitmachen muss?

Tom Schmitt: Die Diskussion erinnert mich ein wenig an die 80er Jahre, als es um das Thema „Qualität“ und die Frage ging, ob wir uns das leisten können. Was folgte war, dass die besten Unternehmen sowohl Qualität als auch Kosten verbessert haben. So empfinde ich das heute mit der unabwendbaren Digitalisierung der Supply Chains. Um auch morgen für unsere Kunden attraktiv zu sein, müssen wir uns jetzt an die Spitze der digitalen Innovation setzen, neue Angebote, Marktplätze, Plattformen und Geschäftsmodelle entwickeln. Viele Innovationen sind auch schon im erfolgreichen Praxiseinsatz bei unseren Top-Kunden. Zum Beispiel Roboter, automatisierte Verpackungssysteme und Glass-Picking in der Lagerlogistik. Beim Glass-Picking setzen wir sogenannte Augmented Reality-Technik ein, die den Mitarbeitern beim Zusammenstellen von Lieferungen wichtige Informationen einblenden. Praktische Forschung zu Zukunftsfragen der Logistik betreiben wir zusammen mit dem Fraunhofer Institut und der TU Dortmund im „DB Schenker Enterprise Lab for Logistics and Digitization“ in Dortmund. Dort haben wir zum Beispiel intensiv erprobt, wie wir in großen Materiallagern 3D-Drucker einsetzen können.

Im Warehouse sind selbstfahrende Systeme und Roboter mittlerweile etablierte Größen. Auf Ihrer to do list für 2016 stand u.a. der Rollout des Carry Pick-Systems von Swisslog. Welche Branchen/Anwendungen haben Sie diesbezüglich für diese Lösung gewinnen können?

Tom Schmitt: Unser Roboter-Lager für den größten skandinavischen Online-Spielwarenhändler Lekmer bei Stockholm, das seit dem Jahr 2015 in Betrieb ist, entwickelt sich außerordentlich erfolgreich. Die innovative Anwendung unterstützt diesen E-Commerce-Kunden bei seinem Wachstum im Markt nicht zuletzt dadurch, dass das Lager mit wenig Aufwand mitwachsen kann. Auch andere Industrien im Bereich der Kontraktlogistik könnten von dieser automatischen Warenlager-Lösung profitieren. Zum Beispiel die Konsumgüter-, Elektronik- oder Automobilbranche. Ebenfalls interessant sind Industrie bzw. B-to-B-Kunden, die andere Firmen beliefern. Von Un-

ternehmen dieser vier Branchen sagt kaum eines, dass Logistik ihr Kernbereich ist. Unsere Kunden erwarten deshalb von uns innovative Lösungen von höchster Qualität.

Ein weiterer Automatisierungsschub wird in den nächsten Jahren im Lkw-Geschäft erwartet. Was kommt danach?

Tom Schmitt: Autonomes Fahren im Landtransport von Lkw ist auch für uns ein wichtiges Thema. Wir haben ein gemeinsames Projekt mit dem Hersteller MAN gestartet, bei dem es darum geht, die Umsetzbarkeit des autonomen Fahrens zu untersuchen und daraus Schlüsse für die Weiterentwicklung dieser Technik zu ziehen. Zunächst beim Windschattenfahren auf der Autobahn, dem sogenannten Platooning. Aber auch das autonome Fahren in unseren Logistik-Terminals steht auf der Agenda. Ich denke, entlang der Logistikkette wird sich die Implementierung von Sensorik und Big Data konsequent fortsetzen. Die Auswertung der Datenmassen macht es uns dann möglich, Logistikketten anzupassen, wo es nötig ist.

Welche Entwicklungen treiben derzeit die Geschäfte eines Logistikdienstleisters am meisten an? Ist es noch immer der E-Commerce, oder sind andere Geschäftsmodelle und Services rund um die Supply Chain (z.B. Light Manufacturing oder IT-Leistungen) für Sie interessanter?

Tom Schmitt: Ein moderner Logistiker muss viel mehr können als Dinge von A nach B zu transportieren oder zu lagern. Daher bieten wir seit mehreren Jahren verstärkt auch Dienstleistungen an, die viele auf den ersten Blick nicht bei einem Logistiker vermuten würden. Wir stanzen Dämm-Matten für Fahrzeuge, montieren Antennen, fertigen ganze Armaturenbretter vor oder reparieren im großen Stil Computer und Mobiltelefone. So erledigen wir für den Computer-Hersteller Dell/Wyse in ganz Europa außer England die Reparatur- und Retouren-Logistik. Unsere Fachleute reparieren Computer, tauschen Module und Chips aus. Weltweit arbeiten heute mehr als 3.000 hoch spezialisierte Mitarbeiter auf allen Kontinenten in diesem Bereich der technischen Dienstleistungen. Eindeutig ein Wachstums- und Zukunftsmarkt.

Einer Ihrer europäischen Wettbewerber erstellt Big Data-Analysen und vermarktet die daraus gewonnen Erkenntnisse in Form von Frühzeitprognosen (z.B. über die Entwicklung europäischer Warenströme). Was halten Sie davon? Gibt es bei Schenker etwas Vergleichbares?

Tom Schmitt: Ich denke, ohne die umfassende Auswer-

tung von Daten wird es in Zukunft nicht mehr gehen. Dabei schauen wir konkret, welchen Anwendungen davon am besten profitieren können. Im Lab Dortmund haben wir zum Beispiel den Prototyp einer Software entwickelt, die Verspätungen bei der Anlieferung von Waren in Logistiklagern prognostizieren kann und automatisch Vorschläge macht, wie dann Engpässe zum Beispiel durch Anpassung der Schicht-Pläne der Lager-Mitarbeiter verhindert werden können. Dafür haben wir eine Datenbank unter anderem mit Verkehrsdaten, Ferienplänen und Infos über Materialbestände gefüttert und erfolgreich getestet. Wir können so Kunden bei Abweichungen schneller informieren und die Auswirkungen durch rasches

Reagieren minimieren.

Welche Großprojekte werden Sie im laufenden Jahr wahrscheinlich am meisten beschäftigen?

Tom Schmitt: DB Schenker ist ein profitabler Global Player der Logistik, aber darauf ruhen wir uns nicht aus. Wir wollen schneller, effizienter und schlagkräftiger werden und unsere Wachstumspotentiale mit innovativen Produkten nutzen. Unser Anspruch ist „Primus“ zu sein, der „Beste“ für unsere Kunden, egal ob für große, kleine oder mittlere Unternehmen. Das verstehen wir übrigens nicht als Ziel für das laufende Jahr, sondern als Marathon ohne Ziellinie.



Tom Schmitt ist Mitglied des Vorstands DB Schenker und verantwortlich für Contract Logistics. Nach dem Studienabschluss in London und Boston begann er seine berufliche Laufbahn bei British Petroleum in London und Cleveland. Tom Schmitt hatte verschiedene Führungspositionen inne, unter anderem als Senior Engagement Manager für die Unternehmensberatung McKinsey in Atlanta und Österreich, als Präsident und Vorstandsvorsitzender für Fed Ex Global Supply Chain Services in Memphis und der AquaTerra Corporation in Toronto.



*Added Value:
Technische
Dienstleistung
sind ein Wachstums-
markt
(Foto: Deutsche
Bahn/DB
Schenker)*