

PRESSEMITTEILUNG

German Angst bremst Digitalisierung in der Logistik

Whitepaper der Kölner Agentur Get the Point beleuchtet die Psychologie des digitalen Wandels

Köln, 29. August 2018 - Die Angst vor Veränderung ist in vielen Logistikunternehmen das größte Hindernis bei der Umsetzung digitaler Prozesse und Geschäftsmodelle. Die Gründe für das große Zögern und Zaudern hat die Kölner Agentur für Positionierung und Markenbildung Get the Point jetzt in einem Whitepaper beleuchtet. Es macht deutlich, warum sich Deutschlands Logistiker so schwer damit tun, den Schritt in die digitale Welt zu machen.

„Die Macht der Psychologie bestimmt nicht nur Börsenwerte. Sie beeinflusst in erheblichem Maße auch die Bereitschaft, sich von alten Denk- und Handlungsmustern zu verabschieden und mit seinem Unternehmen neue Wege zu gehen“, sagt Clemens Meiß, geschäftsführender Gesellschafter von Get the Point. Die Agentur, die mit einer jährlich erscheinenden Studie regelmäßig einen Zustandsbericht der Markenarbeit in der Logistik liefert, ist der Frage nachgegangen, warum die digitale Transformation in Deutschlands drittgrößter Branche nur zögerlich vorankommt.

Angst und Mut als entscheidende Faktoren

Die Branche tue sich schwer damit, Kontrolle und Macht zu teilen und sich in einer neuen Werteökonomie zurechtzufinden, die das Teilen von Daten und Informationen zur Grundlage erfolgreichen Wirtschaftens mache, so die Experten. „Die Zeiten des Abgrenzungsmisstrauens, das den Konkurrenten als Fressfeind betrachtet und zu einem ängstlichen Hüten von Informationen führt, sind endgültig vorbei“, sagt Meiß. Dennoch sei die Logistik weit davon entfernt, den Schritt zu mehr Transparenz in ihrem Geschäft zu machen.

Wie groß die Zurückhaltung der Branche beim Thema Digitalisierung ist, hatte eine Studie der Bundesvereinigung Logistik (BVL) 2017

GET THE POINT.

Positionierung Markenbildung

offenbart: danach gaben knapp 50 Prozent der befragten Logistikdienstleister an, dass eine Digitalisierung nicht geplant sei; und gerade einmal 3,3 Prozent sagten, dass sie ihr Geschäftsmodell umfassend digital transformiert hätten.

„Wir wollten wissen, was hinter diesem Ergebnis steckt und sind dabei auf den wichtigsten Punkt gekommen: Es ist die Psychologie des Wandels, der direkt Einfluss auf das Veränderungstempo der Branche nimmt“, so Meiß. Angst und Mut würden darüber entscheiden, ob die digitale Transformation in Logistikunternehmen gelinge oder nicht. Meiß: „Es ist die German Angst, die das Digitalisierungstempo in der Branche bremst.“

Mit dem Whitepaper wollen die Kölner eine Lücke in der öffentlichen Branchendiskussion zur Digitalisierung schließen. So würden die meisten Texte, Vorträge und Strategiepapiere das Thema digitale Transformation nur von der technischen Seite beleuchten; psychologischen Aspekte im Top-Management würden dabei allerdings weitestgehend ausgeblendet.

Das Whitepaper „Digitalisierung in der Logistik. Die Psychologie eines Wandels. Kann kostenlos heruntergeladen werden unter <https://www.getthepoint.de/download/>.

Pressekontakte:

Clemens Meiß
Get the Point GmbH
Luxemburger Straße 83
50674 Köln
+49 221-205315-10
meiss@getthepoint.de

Reinhard Pfeiffer
3F Kommunikation
An der Reeperbahn 6
28271 Bremen
+49 421 691069-60
info@3fkommunikation.de