



MOBILISIERUNG DES LIEFERPERSONALS:
**STAND DER MOBILITÄT
IN TRANSPORT UND
LOGISTIK**

JAHRESBERICHT 2021

WIE MOBILE TECHNOLOGIE
T&L-ABLÄUFE MODERNISIEREN KANN

WILLKOMMEN



Wer in der Transport- und Logistikbranche (T&L) arbeitet, wird nicht überrascht sein zu hören, dass sich die Branche in den letzten 12 Monaten stark verändert hat. Einige Bereiche haben sich außergewöhnlich gut entwickelt, während andere schnell reagieren mussten, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Mit einem geschätzten Wert des globalen Logistikmarktes von 12,97 Mrd. USD bis 2027 und einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) von 6,5 % von 2020 bis 2027 ist es ein klares Anliegen, wettbewerbsfähig zu bleiben und die Nachfrage zu bewältigen.¹ Dies hat dazu geführt, dass die Branche derzeit eine der schnellsten digitalen Transformationen der Neuzeit erlebt. Ob es sich um sensorgestützte Telematik handelt, die minutengenaue Informationen über jede kritische Komponente an und in einem Fahrzeug liefert, oder um digitale Frachtvermittlung, die Leerkilometer reduziert und die Fahrzeugauslastung erhöht - Technologie macht die Logistik schlanker, schneller und effizienter.

Bei all dem Modernisierungsdruck wird einem Aspekt der erfolgreichen digitalen Transformation oft nicht die notwendige Priorität eingeräumt: den Mitarbeitern. Damit die neuen Technologien und Arbeitsweisen den gewünschten Return on Investment (ROI) bringen, benötigen Unternehmen die richtigen Werkzeuge sowie Systeme, die integriert sind und miteinander kommunizieren.

Haben die Mitarbeiter die richtigen Werkzeuge? Sind die Systeme ihrer Organisation wirklich verbunden und integriert? Wie haben sie die Herausforderung einer globalen Pandemie gemeistert - und wo sehen sie die Zukunft des Sektors?

Um diese Fragen zu beantworten, hat SOTI, der Marktführer für Business-Mobility-Lösungen, mit den Menschen gesprochen, die an der Spitze der Entwicklung stehen, um ihre Bedürfnisse zu verstehen. Wir befragten 550 globale IT-Entscheider aus der Transport- und Logistikbranche aus Nordamerika, Südamerika, Europa und Ozeanien. Die Studie wollte wissen, wie sich die Branche ihrer Meinung nach in den nächsten 12 Monaten entwickeln wird, wie bereit ihre Unternehmen für die geplanten Veränderungen sind und wie sie sich den Herausforderungen stellen wollen.

Wo es möglich war, haben wir die Antworten zwischen den Ländern und mit denen aus der letztjährigen Studie verglichen, um Veränderungen auf dem Markt aufzuzeigen.

Es wird deutlich, dass Transport und Logistik eine Branche ist, die sich in einem tiefgreifenden Wandel befindet. Die Daten zeigen, wo es Chancen gibt, wo Lücken zu schließen sind und wo die Branche investieren muss.

Wir nehmen an, dass Sie diese Einblicke nützlich finden werden.

Shash Anand, Vizepräsident für Produktstrategie, SOTI

1. <https://finance.yahoo.com/news/global-logistics-market-worth-12-095400478.html?>

INHALT

EINFÜHRUNG	2
METHODIK UND STICHPROBE	4
DER STAND DER TECHNIK IN DER TRANSPORT- UND LOGISTIKBRANCHE	5
VERÄNDERTE GESCHÄFTSMODELLE UND DIE HERAUSFORDERUNG DER PANDEMIE	6
DIE GEFAHREN VON AUSFALLZEITEN	7-8
MOBILE TECHNOLOGIE UND DIE ZUKUNFT DER TRANSPORT- UND LOGISTIKBRANCHE	9
STRUKTUREN AUFBRECHEN ODER AUSGEBREMST WERDEN	10
NÄCHSTE SCHRITTE	11



METHODIK UND STICHPROBE

550 Interviews wurden von Arlington Research mit Hilfe einer Online-Methode unter IT-Managern, IT-Direktoren, dem Senior Management und C-Level Executives (alle Disziplinen) durchgeführt, die in der Transport- und Logistikbranche in acht Ländern arbeiten. Alle Befragten sind mindestens 18 Jahre alt und arbeiten in Unternehmen mit 50 oder mehr Mitarbeitern weltweit. Die Feldforschung wurde zwischen dem 18. und 30. März 2021 durchgeführt.

Die 550 Interviews wurden auf acht Märkte aufgeteilt: USA (100 Befragte), Kanada (50 Befragte), Mexiko (50 Befragte), Großbritannien (100 Befragte), Deutschland (100 Befragte), Schweden (50 Befragte), Frankreich (50 Befragte) und Australien (50 Befragte).

WICHTIGSTE ERGEBNISSE



99 % geben an, dass sie mit technischen oder Systemschwierigkeiten zu kämpfen haben, die die Versandarbeiten auch außerhalb der Saison verzögern.



98 % geben an, dass sie mit technischen oder Systemschwierigkeiten zu kämpfen haben, die die Sendungen in einer normalen Woche verzögern.



80 % geben an, dass ihr Unternehmen in den nächsten 18 Monaten erhebliche Investitionen in neue Technologien wie mobile Geräte, Wearables und IoT-Geräte und -Lösungen plant.



76 % stimmten zu, dass sie neue Wege für die Abwicklung von Rücksendungen von Verbrauchern erforschen.



75 % der Befragten gaben an, dass ihr Unternehmen in den letzten 12 Monaten erheblich in neue Technologien investiert hat.



72 % glauben, dass ihre Systeme und Technologien nicht integriert sind.



71 % waren der Meinung, dass eine Mobile-First-Technologie in fünf Jahren der Schlüssel für die Zustellung auf der letzten Meile sein wird.



70 % gaben an, dass die Reduzierung von Ausfallzeiten mobiler Geräte im Außendienst ein wichtiges Anliegen für ihr Unternehmen ist.



DER STAND DER TECHNIK IN DER TRANSPORT- UND LOGISTIKBRANCHE

Die Transport- und Logistikbranche befindet sich in einem rasanten Wandel. Die Digitalisierung erhöht die Effizienz und Transparenz, reduziert Ausfallzeiten, verringert Leerkilometer und ermöglicht den Transport von mehr Waren zu geringeren Kosten und mit weniger Emissionen.

Angesichts dieser Vorteile ist es nicht überraschend, dass 75 % der Befragten angaben, dass ihr Unternehmen in den letzten 12 Monaten erheblich in neue Technologien investiert hat. Diese Zahl steigt auf 81 % in Großbritannien und 78 % in Deutschland. Und das ist die gleiche Angabe wie im Jahr 2020. Klar ist, dass Investitionen in der Branche keine impulsive Reaktion auf die Pandemie sind, sondern ein Trend, den der Bericht „State of Mobility in Transportation and Logistics“ bereits seit zwei Jahren in Folge aufzeigt.

Betrachtet man die Gründe für diese Investitionen etwas genauer, so ist es nicht die offensichtliche Antwort der veralteten Technologie, denn die Studie zeigt, dass weniger als die Hälfte (45 %) der Befragten dies als Problem ansahen. Stattdessen ist es die Ausfallzeit von mobilen Geräten.

Laut 70 % der Befragten ist die Reduzierung der Ausfallzeiten mobiler Geräte im Außendienst ein wichtiges Anliegen für ihr Unternehmen. Diese ist in Deutschland mit 73 % am höchsten, dicht gefolgt von Großbritannien mit 71 %. Angesichts der Tatsache, dass die Reduzierung von Ausfallzeiten so weit oben auf der Liste der Anliegen von Unternehmen steht, ist es wenig überraschend, dass 80 % der Befragten angeben, dass ihr Unternehmen in den nächsten 18 Monaten erhebliche Investitionen in neue Technologien wie mobile Geräte, Wearables und IoT-Geräte und -Lösungen plant. Diese Zahl stieg auf 82 % in Nordamerika und 81 % in Europa.

Mit Blick auf die Zukunft gab mehr als ein Drittel der Befragten an, dass die Verbesserung der betrieblichen Effizienz und die Reduzierung von Kosten und Ausfallzeiten als die wichtigsten Vorteile identifiziert werden, die mobile Technologie für Unternehmen bieten kann, die ihre Rentabilität in den nächsten fünf Jahren steigern wollen. In Nordamerika war diese Zahl sogar noch etwas höher.

Angesichts dieses Wunsches, in neue Technologien zu investieren und die betriebliche Effizienz zu verbessern, ist es besorgniserregend, dass 72 % der Befragten glauben, dass ihre Systeme und Technologien nicht integriert sind. Darüber hinaus geben 45 % an, dass aktualisierte Informationen nicht weitergegeben werden oder dass die Mitarbeiter mehrere Systeme manuell aktualisieren. Bei Kaufentscheidungen werden Technologien nicht berücksichtigt, die ältere Betriebssysteme und Formfaktoren unterstützen oder die Flexibilität für On-Premise- und Cloud-Bereitstellungen bieten. Diese Einkaufsüberlegungen müssen wohlüberlegt sein, und die Umfragedaten zeigen, dass die Beschäftigten in der Branche dies als geschäftliche Anforderung erkennen.

Die Branche befindet sich unbestreitbar an einem Wendepunkt und ist reif für eine Zäsur. Die Verlagerung zum E-Commerce hat zugenommen, und die Pandemie stellt noch größere Anforderungen an die Branche. Viele Unternehmen haben richtig erkannt, dass Technologie helfen kann, die Effizienz zu verbessern und viele der Probleme zu lösen, mit denen sie konfrontiert sind, aber wenn die Systeme noch nicht integriert sind, werden dabei weiterhin Schwierigkeiten auftreten. Investitionen in Technologie sind wichtig, aber auch die Automatisierung und die Beseitigung von manuellen und papierbasierten Prozessen, die zu Verzögerungen im Betrieb und zu Ausfallzeiten bei geschäftskritischen Geräten führen können.



VERÄNDERTE GESCHÄFTSMODELLE UND DIE HERAUSFORDERUNG DER PANDEMIE

Schon vor der Pandemie waren die Geschäftsmodelle dabei, sich rapide zu ändern. Um Kaufbarrieren zu überwinden, haben viele E-Commerce-Anbieter ein „Try-and-Return“-Modell eingeführt. Dies ermöglicht - und ermutigt - die Verbraucher sogar, einfache und billige Produktrücksendungen zu nutzen, um Haushaltsgegenstände, Kleidung und andere Konsumgüter an- und auszuprobieren.

Rund drei Viertel der Befragten (76 %) stimmten zu, dass sie neue Wege erforschen, wie sie Rücksendungen von Verbrauchern effektiver handhaben können. Interessanterweise lag dieser Wert in einem Jahr, in dem ein Anstieg der E-Commerce-Transaktionen zu verzeichnen war, auch in der letztjährigen SOTI-Studie bei 76 %.

Zwei Drittel der Befragten (67 %) sind sich außerdem darüber im Klaren, dass es sich negativ auf das Geschäft auswirkt, wenn ein Händler einen Kunden zum Behalten eines Artikels auffordert, statt ihn zurückzusenden. Diese Zahl lag in Nordamerika sogar bei 71 %. Infolgedessen arbeiten 72 % der Transport- und Logistikfachleute mit Einzelhändlern zusammen, um den Retourenprozess für ihre Kunden zu verbessern. In Nordamerika sind es 77 % und in Großbritannien 75 %.

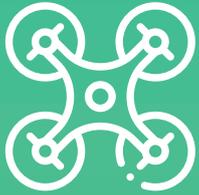
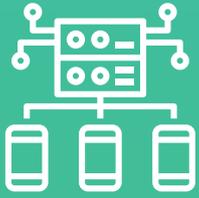
Das letzte Jahr hat weitere Änderungen im E-Commerce-Prozess mit sich gebracht. Mehr als ein Drittel der Befragten (37 %) gab an, dass eine erhöhte Nachfrage nach Lieferungen oder Rücksendungen, sowie zusätzlicher Zeitdruck durch Abo-Modelle für Verbrauchsgüter festgestellt wurde, was dazu führte, dass 99 % der Befragten gern eine Technologie implementieren wollten, um die Geschwindigkeit ihrer Abläufe zu erhöhen. In Großbritannien, den USA und Australien sind es sogar 100 % der Befragten, was das Engagement und den Willen zur Effizienzsteigerung durch Technologie auf globaler Ebene zeigt.

Es ist klar, dass die Komplexität der Lieferkette auch nach der Pandemie nicht geringer werden wird. Tatsächlich bewerten Regierungen in Europa, den USA und anderswo die Risiken in der Lieferkette neu und suchen nach Wegen, wie sie kürzer, vielfältiger und widerstandsfähiger gestaltet werden können.

Außerdem steht die Branche unter erheblichem Druck, den Sektor umweltverträglicher zu gestalten, wobei es dafür durchaus bereits Anreize gibt. Der Straßengüterverkehr ist für mehr als 24 % des weltweiten CO₂-Ausstoßes verantwortlich.² Wenn die Länder ihre Verpflichtungen aus dem Pariser Klimaabkommen erfüllen wollen, müssen sie den Straßengüterverkehr nachhaltiger gestalten.

Um diesem Druck zu begegnen, muss die Branche die zu füllenden Lücken identifizieren und entsprechend digitalisieren. Wenn es den Unternehmen gelingt, die mobile Technologie mit einer integrierten geschäftskritischen mobilen Strategie zu kombinieren, werden sie zweifellos Leistungssteigerungen verzeichnen.

2. <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/risk/articles/covid-19-managing-supply-chain-risk-and-disruption.html>



98 % DER BEFRAGTEN GEBEN AN, DASS SIE MIT TECHNISCHEN ODER SYSTEMSCHWIERIGKEITEN ZU KÄMPFEN HABEN, DIE DIE SENDUNGEN IN EINER NORMALEN WOCHE VERZÖGERN.



70 % GABEN AN, DASS DIE REDUZIERUNG VON AUSFALLZEITEN MOBILER GERÄTE IM AUSSENDIENST FÜR SIE EIN WICHTIGES ANLIEGEN IST.



DIE GEFAHREN VON AUSFALLZEITEN

Eine britische Untersuchung aus dem Jahr 2019 fand heraus, dass Ausfallzeiten von Lieferfahrzeugen 3,3 Milliarden USD* pro Jahr kosten.³ In einer durchschnittlichen Flotte fallen jedes Jahr allein durch Unfälle 20 % der Fahrzeuge ungeplant aus.⁴ Und das, bevor unvorhergesehene mechanische und Systemausfälle zum Tragen kommen.

Mit dem steigenden Frachtaufkommen und dem Druck auf die Flotten, die Emissionen zu senken, ist die Notwendigkeit, Ausfallzeiten zu reduzieren, dringlicher denn je. Die Alternative ist, mehr Fahrzeuge auf der Straße zu haben. Die Kehrseite ist, dass dadurch die Personalkosten, die Emissionen und die Belastung des Straßenverkehrs steigen.

Was oft weniger wahrgenommen wird, sind die Auswirkungen von Systemausfällen auf das Geschäft, die zu Effizienzverlusten und ungeplanten Kosten führen. Wenn mobile Geräte nicht verfügbar sind, dann sind auch die Systeme, die auf diesen Geräten laufen, nicht verfügbar. Dazu gehören Routenplanungssoftware, Apps für die Bezahlung von Maut und Dienstleistungen, Telematik-Dashboards und mehr.

Auf dem Gebiet der mobilen Strategie ist keine Zeit für Ausfallzeiten. Dennoch geben 98 % der Befragten an, dass sie in einer normalen Woche mit technischen oder Systemschwierigkeiten zu kämpfen haben, die die Auslieferung verzögern. In Großbritannien, Schweden und Kanada steigt dieser Wert auf 100 %.

Da 70 % der Befragten die Reduzierung von Ausfallzeiten mobiler Geräte im Außendienst als wichtigstes Geschäftsanliegen ansahen, untersuchte die Studie die Hauptursachen für Ausfallzeiten und Verzögerungen bei der Auslieferung. Fast ein Drittel der Befragten erklärte, dass die fehlende Möglichkeit der Fahrer auf den internen IT-Support zuzugreifen die häufigste Ursache für Ausfallzeiten und dadurch entstandene Verspätungen ist. Es fehlt an Möglichkeiten, sich per Fernzugriff in die Geräte der Fahrer einzuwählen, um Probleme mit mobilen Geräten zu lösen, sowie an Schulungs-Apps, die Fahrer in die Lage versetzen, sich unterwegs selbst zu helfen. In Nordamerika stieg dieser Anteil auf über ein Drittel.

3. <https://www.commercialfleet.org/news/van-news/2019/04/02/van-downtime-costing-business-24bn>

4. <https://www.automotive-fleet.com/341694/managing-the-cost-of-unscheduled-vehicle-downtime>

*Im Artikel wird der Wert mit 2,4 Mrd. GBP angegeben, wurde jedoch für diesen Bericht mit einem Wechselkurs von 1 GBP = 1,38 USD in US-Dollar umgerechnet.



Die Studie ergab, dass die meisten Unternehmen pro Mitarbeiter 3,3 Arbeitstunden pro Woche verlieren, wenn sie sich mit technischen oder Systemschwierigkeiten (Geräteausfallzeiten) befassen, die Lieferungen verzögern. Im Laufe eines Monats ist dies unbestreitbar eine beträchtliche und kostspielige Verschwendung von Ressourcen für eine Branche, die bereits mit weitreichenden Veränderungen und erhöhtem Aufkommen zu kämpfen hat. In Kanada betrug die durchschnittliche Anzahl der Ausfallstunden pro Mitarbeiter und Kalendermonat 17, der weltweite Durchschnitt lag bei 14 Stunden.

LAND/REGION	DURCHSCHNITTLICHE ANZAHL DER AUSFALLSTUNDEN PRO MITARBEITER UND ARBEITSWOCHE	DURCHSCHNITTLICHE ANZAHL DER AUSFALLSTUNDEN PRO MITARBEITER UND KALENDERMONAT
GLOBAL	3	14
NORDAMERIKA	4	16
EUROPA	3	14
USA	3	15
KANADA	4	17
MEXIKO	3	11
UK	3	15
DEUTSCHLAND	3	15
SCHWEDEN	4	15
FRANKREICH	3	12
AUSTRALIEN	4	15

Berechnung = durchschnittliche Anzahl der Ausfallstunden pro Woche multipliziert mit 52 (Wochen) und dividiert durch 12 (Kalendermonate)

Bei der Frage nach der Ursache für die Ausfallzeiten der Mitarbeiter erklärte fast ein Drittel der Befragten, dass aktualisierte Informationen, die nicht automatisch über die Systeme hinweg ausgetauscht werden, ihr Hauptproblem sind. In Verbindung mit der Tatsache, dass 72 % angaben, dass ihre Systeme und Technologien nicht integriert sind, wird deutlich, dass IT-Entscheider aus dem T&L-Sektor weniger Probleme mit Investitionen in neue Technologien haben, aber mit der Integration dieser.

Dies bestätigen 24 % der Befragten, die vorhandene und ältere Systeme als Hauptursache für Probleme angaben. Es ist klar, dass die Möglichkeit, ältere und neuere Geräte miteinander zu verbinden und sicherzustellen, dass sie miteinander kommunizieren, entscheidend für die Reduzierung von Ausfallzeiten ist.



MOBILE TECHNOLOGIE UND DIE ZUKUNFT DER TRANSPORT- UND LOGISTIKBRANCHE

Wohin wird dieser technologische Innovationsschub führen? Die großen Unternehmen der Branche investieren stark in neue Technologien, wobei die Zustellung per Drohne laut einer aktuellen Studie bis 2024 das am schnellsten wachsende Segment dieses Marktes sein wird.⁵ Auf der CES 2021, der Messe für Verbrauchertechnologie, haben Verizon und UPS bereits eine Zusammenarbeit angekündigt, um Zustelldrohnen in Florida zu testen.⁶

Die Drohnentechnologie ist nicht die einzige technologische Innovation, die die Logistikbranche im kommenden Jahrzehnt umkrempeln wird. In Stockholm, Schweden, hat der Online-Essenslieferdienst Foodora einen automatisierten, selbstfahrenden Droiden eingeführt, der Essensbestellungen in der ganzen Stadt ausliefert. In Großbritannien hat der Online-Lebensmittelhändler Ocado 10 Millionen Pfund in die Entwicklung selbstfahrender Fahrzeuge investiert, die direkt an die Haustür eines Kunden liefern können.⁷

Es ist wenig überraschend, dass 44 % der Befragten auf die Frage, wo sie in Zukunft investieren wollen, angaben, dass sie ihre Mehrausgaben für Technologien einsetzen wollen, die Lieferungen schneller machen. In Nordamerika stieg dieser Anteil sogar auf 49 %. Mehr als ein Drittel (36 %) plant, die Investitionen in fortschrittliche Datenanalyse und -messung zu erhöhen, in Nordamerika sind es ganze 40 %. 36 % der Befragten sind an Investitionen in mobile Apps interessiert, wobei diese Zahl in Nordamerika geringfügig auf 37 % ansteigt.

Autonome Fahrzeuge wurden von einem Viertel der Befragten (25 %) gewählt, während 15 % angaben, in Drohnentechnologie für Lieferzwecke investieren zu wollen.

Interessanterweise waren 71 % auf die Frage, was in fünf Jahren bei der Zustellung auf der letzten Meile wichtig sein wird, der Meinung, dass Mobile-First-Technologie dabei eine Schlüsselrolle spielen wird. Weitere 50 % gaben an, dass Mobile-First-Technologie, die die Geschwindigkeit des Lieferprozesses erhöht, entscheidend sein wird. Fast die Hälfte (47 %) ist der Ansicht, dass eine verbesserte Information für Kunden hinsichtlich Paket-Tracking in Echtzeit bedeutend sein wird, während 37 % autonome Fahrzeuge und fortschrittliche Datenanalytik wählen.

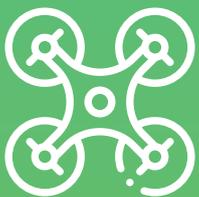
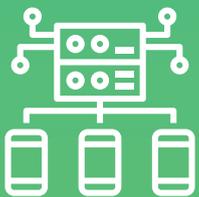
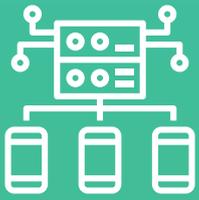
Obwohl die Drohnentechnologie ein heißes Thema in den Medien ist, sind nur 20 % der Befragten der Meinung, dass sie in den nächsten fünf Jahren eine wichtige Rolle bei der Zustellung auf der letzten Meile spielen wird, in Nordamerika sind es nur 19 %.

Jede dieser Technologien wird entweder auf mobilen Geräten laufen oder Daten und Eingaben von diesen beziehen. Daher müssen Unternehmen unbedingt sicherstellen, dass ihre Geräte und Plattformen für die Technologien, die sie in Zukunft einsetzen wollen, gerüstet sind. Vergangene und zukünftige Investitionen müssen ineinandergreifen können, damit Unternehmen sich bei Bedarf sicher anpassen können.

5. <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/03/25/2006020/0/en/The-Drone-Delivery-Market-Forecast-to-2024-Drone-Deliveries-Will-Be-the-Fastest-Growing-Application-Within-the-43-Billion-Global-Drone-Market.html>

6. <https://www.gpsworld.com/verizons-skyward-and-ups-announce-connected-drone-delivery-at-ces-2021>

7. <https://www.theguardian.com/business/2021/apr/16/ocado-looks-to-kerb-to-kitchen-robot-deliveries-in-10m-oxbotica-deal>



BREMSENDE STRUKTUREN AUFBRECHEN ODER AUSGEBREMST WERDEN

Es ist klar, dass die Entscheidungsträger im Bereich der T&L-Technologie vor der schwierigen Aufgabe stehen, einen unmittelbaren Nutzen in Form von verbesserter betrieblicher Effizienz und reduzierten Kosten zu schaffen und sich gleichzeitig auf die Herausforderungen und Möglichkeiten zu konzentrieren, die auf sie zukommen.

Diese Untersuchung zeigt, dass der Druck zur Verbesserung der betrieblichen Effizienz und zur Kostensenkung durch Ausfallzeiten behindert wird, die sowohl Führungskräften als auch Mitarbeitern ein ständiger Dorn im Auge sind. Sie haben keine Zeit für Ausfallzeiten, aber auch nicht immer die Unterstützung, die sie brauchen, um ihre Arbeit effizient zu erledigen. Viele haben keinen strukturierten IT-Support zur Ferndurchführung der notwendigen Reparaturen an mobilen Endgeräten, während der Fahrer am Straßenrand festsetzt.

Und schließlich macht die T&L-Branche Fortschritte mit Investitionen in Technologie, aber es wird nicht immer in die richtigen Bereiche wie Integration und Fernwartung investiert. Technologie, sowohl neue als auch ältere, muss mit der Fähigkeit zur zukünftigen Skalierung zusammenarbeiten.

Die Einführung einer intelligenten mobilen Strategie, die die Verbindung aller Komponenten berücksichtigt, ist unerlässlich. Ob App-Entwicklung, Mobilitätsmanagement, Diagnose, Business Intelligence, Sicherheit, IoT oder Zusammenarbeit - jedes Teil des Puzzles muss integriert werden und miteinander kommunizieren. Und je mobiler, desto besser!

Unternehmen, die investieren, werden alte, bremsende Strukturen aufbrechen und die Chancen der Zukunft nutzen. Unternehmen, die dies nicht tun, laufen Gefahr, vom Markt gedrängt zu werden - möglicherweise sogar ganz.



NÄCHSTE SCHRITTE

Technologische Entscheidungsträger stehen jetzt an einem Scheideweg. Das Innovationstempo wird weiter zunehmen. Ihr nächster Schritt ist die Einführung intelligenter mobiler Technologie, die speziell für die T&L-Branche entwickelt wurde, um ihre Innovationen in dieser Branche zu beschleunigen.

Mit dem richtigen Partner und der richtigen Technologie können T&L-Organisationen ihre Abläufe verbessern und zukunftssicher machen.

SOTI ist ein Marktführer für mobile und IoT-Technologie für den Transport- und Logistiksektor. SOTI's Experten für mobile Technologie helfen bei der Entwicklung, Beschaffung und Erstellung von mobilen Lösungen, die benötigt werden, um Ausfallzeiten zu reduzieren und die Integration im gesamten Unternehmen zu verbessern. Der Fokus liegt auf der Steigerung der Effizienz innerhalb des Unternehmens, aber noch viel wichtiger ist es, das Vertrauen der Kunden in die Marke zu stärken.

ÜBER SOTI

SOTI ist nachweislich führend in der Entwicklung innovativer Lösungen, die die Kosten und Komplexität geschäftskritischer Mobilität und des IoT reduzieren. Tausende von Unternehmen auf der ganzen Welt verlassen sich bei der Sicherung, Verwaltung und Unterstützung ihrer mobilen Geschäftstätigkeiten auf uns.

In den zwei Jahrzehnten seines Erfolgs hat das Unternehmen starke Partnerschaften mit führenden Anbietern mobiler Betriebssysteme und Geräteherstellern aufgebaut. Diese Beziehungen erlauben uns einen beispiellosen Einblick in neue Technologie- und Industrietrends, bevor sie ihre Wirkung entfalten.

Eine klare Vision und hoher Fokus auf Forschung und Entwicklung haben SOTI zum Marktführer bei der Bereitstellung innovativer Lösungen für Geschäftsmobilität gemacht. SOTI unterstützt Unternehmen dabei, die grenzenlosen Möglichkeiten neuer Mobilitätslösungen auszuschöpfen.



UM MEHR ZU ERFAHREN:

Für weitere Informationen darüber, wie SOTI Ihrem T&L-Unternehmen helfen kann, klicken Sie [hier](#).

Um mehr über die SOTI ONE Plattform zu erfahren, klicken Sie [hier](#).

Um herauszufinden, wie SOTI mit der neuesten T&L-Technologie helfen kann, klicken Sie [hier](#).

SOTI ist ein bewährter Anbieter und Branchenführer für die Vereinfachung von geschäftskritischen Mobility- und IoT-Lösungen, indem er diese intelligenter, schneller und zuverlässiger macht. SOTI unterstützt Unternehmen auf der ganzen Welt dabei, ihre Mobility zu unendlichen Möglichkeiten zu führen.

soti.de