

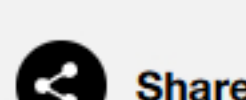
# Digitale Transformation: Logistiker experimentieren, aber skalieren nicht

Strategy& und die BVL zeigen in ihrer gemeinsamen Studie, dass nur 10% aller Logistiker erfolgreich digitale Technologien skalieren.

Zur Studienseite >

Download

Pressemittteilung | München, 05. November 2025



## Ergebnisse im Überblick

- Obwohl 96% aller Logistikunternehmen inmitten ihrer digitalen Transformation stecken, skaliert bislang nur jedes zehnte erfolgreich
- Der Fokus der Branche liegt vor allem auf internen Effizienzgewinnen, die Erschließung innovativer Geschäftsfelder bleibt oft aus
- GenAI gilt als wichtiger Hebel, je nach Marktsegment erwarten Unternehmen Profitabilitätssteigerungen von 1,4 bis 4,4 Prozentpunkten
- Allerdings haben bisher nur 3% die Technologie unternehmensweit integriert
- Zudem sind viele Logistiker im Blindflug unterwegs – jedes vierte Unternehmen hat keine Erfolgsmessung etabliert

Zur Studienseite >

Die Transport- und Logistikbranche steckt in einem Digitalisierungsparadox: Während 96% aller Unternehmen angeben, ihre digitale Transformation angestoßen zu haben, schaffen es lediglich 10%, neue Technologien in der Breite zu optimieren und zu skalieren. Das geht aus der Studie **"Transport und Logistik im Wandel: Stand der digitalen Transformation 2025"** von Strategy&, der globalen Strategieberatung von PwC, und der Bundesvereinigung Logistik (BVL) hervor. Demnach stufen rund zwei Drittel der 115 befragten Logistikdienstleister, vorrangig aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ihren eigenen digitalen Reifegrad als niedrig bis mittel ein. Zwar verfügen 69% der Unternehmen über strategische Leitplanken zur Digitalisierung, doch nur knapp ein Drittel schafft es, diese auch operativ in den Geschäftsalltag zu überführen. Die Folge: Der erhoffte Mehrwert für Geschäft und Kunden bleibt für die Mehrheit der Branche trotz steigender Ausgaben bislang aus.

## Fokus auf Effizienz verschleppt Innovation

Viele Logistiker setzen laut Studie vor allem Maßnahmen um, die sich durch Effizienzgewinne direkt im Betrieb auszahlen. So automatisieren 76% der Unternehmen ihre Abläufe, etwa bei der Tourenplanung, im Lager oder in der Verwaltung. Etwas mehr als die Hälfte nutzt Business-Intelligence-Lösungen, die zum Beispiel eine effektive Kapazitätssteuerung ermöglichen. Und 44% investieren in ihre IT- und Cloud-Infrastruktur. Langfristig zahlen sich digitale Investitionen aber nur aus, wenn sie auch Innovationsprojekte finanzieren. Besonders großes Transformationspotenzial sieht die Branche hierbei in GenAI. Je nach Marktsegment rechnen Unternehmen mit Profitabilitätssteigerungen von 1,4 bis 4,4 Prozentpunkten. Allerdings offenbart sich auch hier das Digitalisierungsparadox: Zwar beschäftigen sich nahezu 80% aktiv mit GenAI, aber nur 3% haben die Technologie unternehmensweit integriert und skaliert.

„Logistikunternehmen setzen große Hoffnungen in GenAI als Hebel für ihre digitale Transformation. Bislang kommt die Technologie aber vor allem dort zum Einsatz, wo es erprobte Lösungen gibt, etwa in Funktionen wie Finanz- und Rechnungswesen, und Marketing und Vertrieb. Allerdings müssen eigene Use Cases für die logistischen Kernprozesse stärker in den Fokus rücken. Viele unserer Befragten halten Anwendungsfälle im Bereich Tourenplanung und Routenoptimierung oder der Analyse von Kunden- und Wettbewerbsdaten für hochrelevant. Wer solche Potenziale erschließt, kann sich einen realen Wettbewerbsvorteil sichern.“

Sebastian Pieper, Director bei Strategy& Deutschland

## Transformation braucht Führung – nicht nur Technologie

Die größten Hürden der digitalen Transformation sind laut Studie nicht technischer, sondern organisatorischer Natur. Etwas weniger als die Hälfte der Unternehmen identifiziert fehlende strategische Prioritäten als zentrales Hindernis. Rund ein Drittel scheitert an Vorbehalten der eigenen Belegschaft. Als Erfolgsfaktoren nennen 70% eine klare Strategie, 49% ein klares Bekenntnis der Führungskräfte und 41% konsequentes Change Management. Bemerkenswert ist, dass viele Unternehmen ihre Digitalisierung im Blindflug antreten. Etwa ein Viertel der Logistiker hat bislang keine Erfolgsmessung etabliert und besitzt keine Transparenz über die Realisierung geplanter finanzieller Effekte. Fast jedes fünfte Unternehmen stellt zudem erhebliche Lücken zwischen geplanten und realisierten Effekten fest. Um diese Lücken zu schließen, sollten Logistiker laut Studie ihre digitale Transformation konsequent an den Geschäftsanforderungen ausrichten und eine strategische Programmleitung etablieren, die Entscheidungen vorantreibt, ein aktives Risikomanagement leistet und den Business Case im Blick hat.

„Der Wirtschaftsbereich Logistik ist ein zentrales Bindeglied unserer globalen und hochvernetzten Wertschöpfungsketten. Logistiker agieren in einem herausfordernden Marktumfeld, das durch steigende Kundenanforderungen an Effizienz, Geschwindigkeit und Digitalisierung geprägt ist. Um sich in diesem Kontext zu behaupten, müssen sie effizienter arbeiten und zugleich Innovationen vorantreiben. Digitale Technologie ist ein Schlüssel, um beides erfolgreich anzugehen – allerdings nur, wenn sie richtig eingesetzt, klug gesteuert und kontinuierlich kontrolliert wird.“

Christoph Meyer, Geschäftsführer der BVL

„Schon heute zeichnet sich dabei ein Gefälle innerhalb der Branche ab. Während digitale Vorreiter klare Roadmaps verfolgen und von signifikanten Effizienz- und Umsatzsteigerungen profitieren, riskieren die reaktiv handelnden Unternehmen ohne formalisierte Strategie, den Anschluss zu verlieren. Besonders für kleine bis mittelgroße Unternehmen wird das zum existenziellen Risiko. Ihnen droht eine strategische Lücke – denn ohne Skalierung bleibt Digitalisierung ein Kostenfaktor, statt zum Wettbewerbsvorteil zu werden“, sagt Christoph Meyer, Geschäftsführer der BVL.

## Transport und Logistik im Wandel

Zur Studienseite >

Registrierung für den Download

## Über Strategy&

Strategy& ist die globale Strategieberatung von PwC. Wir entwickeln individuelle Geschäftsstrategien für weltweit führende Unternehmen, basierend auf differenzierenden Wettbewerbsfähigkeiten. Wir sind die einzige Strategieberatung als Teil eines globalen Professional Services Netzwerks. Unsere Expertise kombinieren wir mit Technologie und erarbeiten daraus eine passende Strategie, die effizient umsetzbar ist. "Strategy, made real" heißt für uns, den digitalen Wandel voranzutreiben, die Zukunft mitzugestalten und Visionen Wirklichkeit werden zu lassen. 4.500 Strategieberater:innen und mehr als 365.000 PwC Mitarbeiter:innen in 136 Ländern tragen hierzu mit hochwertigen, branchenspezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei.

## Ihr Ansprechpartner



Jan-Philipp Loch  
Senior Communications and Thought Leadership Expert, Strategy& Deutschland

Kontakt  
+49 (0) 151 5769 3175



Folgen Sie uns LinkedIn Instagram