

Aufschwung in Südostasien

Indonesien, Malaysia, die Philippinen, Singapur, Thailand und Vietnam gehören als führende Volkswirtschaften zum Verband Südostasiatischer Nationen (ASEAN). So unterschiedlich der Entwicklungsstand dieser Länder auch sein mag – sie alle besitzen enormes Wachstumspotenzial. Gemeinsam mit den weniger stark entwickelten ASEAN-Ländern, Brunei, Kambodscha, Laos und Myanmar, bilden sie die siebtstärkste Volkswirtschaft der Welt. Ihre Bevölkerung ist größer als die Nordamerikas oder der Europäischen Union, und die Zahl der Erwerbstätigen wird nur von China und Indien übertroffen.

In Südostasien leben fast 650 Millionen Menschen. Viele von ihnen gehören der wachsenden Mittelschicht an, die im Jahr 2020 voraussichtlich die 400-Millionen-Grenze überschreiten wird – das entspräche einer Verdopplung gegenüber 2012. Sie sind jung und technikversiert und haben ein höheres Einkommen zur Verfügung. Damit stellen sie ein attraktives demografisches und zunehmend digital-wirtschaftliches Kapital dar.

Allerdings gibt es noch einige Schwierigkeiten. So ist beispielsweise die Online-Zahlungsabwicklung in den meisten ASEAN-Staaten noch nicht genügend ausgebaut. Dem Bericht e-Conomy SEA zufolge verwendet nicht einmal jeder zweite Internetnutzer digitale Zahlungsdienste.

Kompliziert ist auch das Thema Transportlogistik. Schon allein Indonesien besteht aus 17.000 Inseln, die über eine Fläche verstreut sind, die größer ist als die EU. Hier muss der Transport auf unterschiedlichen Wegen erfolgen. Trotz der vielen geografischen Hindernisse gab es jedoch in Indonesien in den letzten Jahren enorme Verbesserungen. Dadurch konnte das Land im Logistics Performance Index, der alle zwei Jahre von der Weltbank herausgegeben wird, 17 Plätze aufholen und liegt jetzt auf Rang 46 von 168.

Mehrere Akteure der Branche haben eigene Lösungen entwickelt. Der E-Commerce-Riese Lazada hat in Indonesien ein eigenes Lagernetz und eigene Zustellverfahren aufgebaut, um pünktlich liefern zu können. Das Technologie-Start-up Shipper hat eine zentrale Logistikplattform geschaffen, über die Abhol- und Lieferdienste angeboten werden. Und das Start-up Waresix mit Sitz in Jakarta bietet über seine Software einen On-Demand-Lagerservice an.

Immer mehr Unternehmen expandieren in der Region Südostasien – und ebenso die Logistikunternehmen wie Nippon Express und Deutsche Post DHL Group. In dieser florierenden Region werden diejenigen die Nase vorn haben, die es schaffen, Produkte zuverlässig und schnell zu befördern, meint Ben Xia, Executive Vice President und Head of APAC der Interroll Gruppe. „Wenn die beförderten Pakete eine gewisse Anzahl, beispielsweise 5000 pro Tag, überschreiten,

sind die Arbeiter dem einfach nicht mehr gewachsen. Das beobachten wir derzeit in der Region“, fährt er fort. „Hinzu kommt die Zustellung am Tag der Bestellung – ein Service, den chinesische Kunden mittlerweile erwarten und der jetzt auch in Südostasien immer üblicher wird. Für all das bedarf es automatisierter Systeme.“

Es überrascht kaum, dass die intensivsten Nutzer von E-Commerce in der Region die Millennials sind, und E-Commerce ist der mit Abstand am schnellsten wachsende Sektor der Region. Dem Bericht e-Conomy SEA zufolge wird der Sektor, der aktuell einen Wert von 38 Milliarden US-Dollar aufweist, bis 2025 die 150-Milliarden-Marke knacken – 2015 waren es noch 5,5 Milliarden.

Mit zunehmendem E-Commerce steigt auch die Nachfrage nach Logistikdienstleistungen. Die Zahl der täglichen Lieferungen innerhalb Südostasiens hat sich von 800.000 im Jahr 2015 auf mehr als 3 Millionen im Jahr 2018 erhöht, so die TMO Group. Ein Großteil dieser Aktivität ist in Indonesien zu verzeichnen, dem größten E-Commerce-Markt der Region. Allein das Logistikunternehmen JNE liefert durchschnittlich 4 Millionen Pakete pro Monat aus.

Mit dem Anstieg der Lieferungen wird auch mehr Lagerraum benötigt. CBRE Research hat errechnet, dass pro Milliarde US-Dollar E-Commerce-Umsatz eine Vertriebsfläche von rund 16 Fußballfeldern erforderlich ist.

Interroll ist seit 1988 in Südostasien tätig. Damals eröffnete das Unternehmen ein Werk in Singapur. Mit dem Bau einer Produktionsstätte in Thailand im Großraum Bangkok expandierte das Unternehmen 1993 weiter in der Region. Aufgrund steigender Nachfrage wurde die Produktion in Thailand 2019 an einen größeren Standort verlagert – rund 60 km von Bangkok entfernt. In dem neuen Werk werden Förderrollen, RollerDrive, Fließlager und Trommelmotoren hergestellt. Im Zuge der Expansion wurde auch eine Produktionslinie für die Modulare Fördererplattform (MCP) eingerichtet.

Im Laufe der Jahre hat Interroll auch in anderen asiatischen Märkten lokale Betriebsstätten eröffnet: Japan (2000), China und Südkorea (2005), Australien (2008) sowie eine neue Zentrale für Asien in Shanghai (2014). In Vietnam, Malaysia und Indonesien und auf den Philippinen ist die Nachfrage nach den Produkten des Unternehmens ebenfalls deutlich gestiegen.