**Tiefkühllogistik: Corona-Auswirkungen treiben Lagerautomatisierung**

* **Wichtigstes Argument für neue Projekte bleibt der Arbeitskräftemangel**
* **Nachhaltigkeit und Digitalisierung gewinnen als Entscheidungskriterien an Bedeutung**

**(Marchtrenk, 18. Oktober 2021) Während der Corona-Pandemie erreichten Intralogistik-Spezialist TGW vermehrt Anfragen zur Automatisierung von Tiefkühllagern. Die wachsende Beliebtheit von gefrorenen Lebensmitteln und der Trend zum Selbstkochen sind aber nicht die wichtigsten Gründe, warum Unternehmen Automatisierungsprojekte initiieren. Sie leiden vor allem unter dem enormen Arbeitskräftemangel in der Branche.**

Die Folgen der Pandemie bringen Lebensmittelhändler und Logistikdienstleister dazu, vermehrt über die Automatisierung von Tiefkühllagern nachzudenken – und konkrete Projekte zu planen. Diese Erfahrung machte in den vergangenen Monaten die TGW Logistics Group. „Der wachsende Appetit der Verbraucher nach Tiefkühlgemüse oder -pizza und die Tatsache, dass während der Lockdowns mehr Menschen als zuvor selbst kochten, sind Trends, die die Durchsätze erhöhen. Der wichtigste Grund für Automatisierungsprojekte ist aber der sich verschärfende Mangel an Arbeitskräften in diesem Logistikbereich“, betont Michael Schedlbauer, Industry Manager für den Lebensmittelbereich bei TGW. Ganz oben auf der Liste der wichtigsten Argumente der Unternehmen rangieren TGW zufolge auch Nachhaltigkeitsziele, steigende Energiekosten und die Digitalisierung.

Sowohl in den USA als auch in Europa sind die Kühllager derzeit gut gefüllt. Der Verband Deutscher Kühlhäuser und Kühllogistikunternehmen (VDKL) berichtet beispielsweise, dass die Kühlhäuser der Verbandsmitglieder 2020 mit einer durchschnittlichen Gesamtauslastung von 81,4 Prozent um 1,3 Prozent voller waren als noch im Jahr 2019 (80,1 Prozent) – und insgesamt so gut belegt wie zuletzt vor 18 Jahren.

**Arbeitskräftemangel als Automatisierungstreiber**

Die größte Herausforderung der Branche sind die harten Arbeitsbedingungen bei -25 Grad Celsius oder kälter. Lagerkräfte bevorzugen Jobs in nicht gekühlten Distributionszentren, obwohl sie in vielen Ländern nicht nur regelmäßige Aufwärmpausen, sondern auch gesetzlich geregelte Zuschläge für ihre Arbeit bekommen. „Inzwischen gibt es Anlagen in Westeuropa, in denen fast ausschließlich Menschen aus der Ukraine oder anderen osteuropäischen Ländern tätig sind“, erläutert Schedlbauer. Neue Mitarbeiter zu finden, zu schulen und zu halten kostet die Unternehmen viel Zeit und Geld. Der Business Case für ein manuelles Kühllager ist dadurch im Vergleich zu einer nicht gekühlten Anlage schlechter. „Deshalb sind Investitionen in Automatisierungsprojekte in diesem Logistikbereich noch rentabler als in anderen“, betont Retail-Experte Schedlbauer.

**Bis zu zwei Drittel der Energiekosten einsparen**

Investitionen in automatisierte Anlagen relativieren sich, wenn Unternehmen die Gesamtbetriebskosten (Total Cost of Ownership) betrachten. Mit einem automatisierten Lager, das viel kompakter als eine manuelle Lösung konzipiert ist, lassen sich bis zu zwei Drittel der Energiekosten einsparen. Daten von TGW zeigen, dass sich zudem die Produktivität nahezu verdoppeln und die Prozessqualität signifikant steigern lässt.

Hohe Energieeinsparungen und Emissionsreduktionen lassen sich zudem erzielen, wenn Unternehmen mehrere Verteilerzentren zentralisieren. TGW-Kunde COOP legte beispielsweise in der Schweiz drei Distributionszentren zu einer einzigen Anlage in Schafisheim zusammen. Das Ergebnis: Die Eidgenossen sparen mit ihrer optimierten Supply Chain pro Jahr bis zu 10.000 Tonnen Kohlendioxid ein. „Da sich viele Unternehmen ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele gesetzt haben, kommen sie um Automatisierung nicht herum. Auch Logistik-Insourcing und Zentralisierung bleiben sicher zwei wichtige Zukunftstrends“, prognostiziert Schedlbauer.

Auch anspruchsvollere Kundenerwartungen bewegen sowohl Handelsunternehmen als auch ihre Kontraktlogistikdienstleister dazu, zu automatisieren und zu digitalisieren. Immer mehr Verbraucher wollen wissen, woher die angebotenen Produkte stammen und wie die Lieferkette aussieht. Innovative Lebensmittelproduzenten und -händler bieten daher an, die komplette Supply Chain digital nachzuverfolgen – beispielsweise bei Fisch vom Kutter bis ins Tiefkühlregal. „Ermöglicht wird lückenlose Rückverfolgbarkeit auch durch die Software-Lösungen, die in automatisierten Lagern eingesetzt werden“, erläutert Schedlbauer.

**Langfristige Investments in automatisierte Lagerstrukturen**

TGW geht davon aus, dass künftig noch mehr Unternehmen und auch Anleger in automatisierte Tiefkühllager investieren. Ein Beispiel hierfür ist der TGW-Kunde NewCold. „Zum einen sind die Kapitalkosten derzeit niedrig. Zum anderen gilt selbst unter Pandemie-Bedingungen die Aussage: Gegessen und getrunken wird immer. Deshalb versprechen auch langfristige Investments in neue, automatisierte Lagerstrukturen eine sichere Rendite“, so das Fazit von Retail-Fachmann Schedlbauer.

[www.tgw-group.com](http://www.tgw-group.com)

**Über die TGW Logistics Group:**

Die TGW Logistics Group ist ein international führender Anbieter von Intralogistik-Lösungen. Seit mehr als 50 Jahren realisiert der österreichische Spezialist automatisierte Anlagen für seine internationalen Kunden: von A wie Adidas bis Z wie Zalando. Als Systemintegrator übernimmt TGW dabei Planung, Produktion und Realisierung von komplexen Logistikzentren – von Mechatronik über Robotik bis hin zu Steuerung und Software.

Die TGW Logistics Group hat Niederlassungen in Europa, China und den USA und beschäftigt weltweit mehr als 3.800 Mitarbeiter. Im Wirtschaftsjahr 2020/2021 erzielte das Unternehmen einen Gesamtumsatz von 813 Millionen Euro.

**Bilder:**

Abdruck mit Quellangabe und zu Presseberichten, die sich vorwiegend mit der TGW Logistics Group GmbH befassen, honorarfrei. Kein honorarfreier Abdruck für werbliche Zwecke.

**Kontakt:**

TGW Logistics Group GmbH

A-4614 Marchtrenk, Ludwig Szinicz Straße 3

T: +43.(0)50.486-0

F: +43.(0)50.486-31

E-Mail: tgw@tgw-group.com

Pressekontakt:

Alexander Tahedl

Communications Specialist

T: +43.(0)50.486-2267

M: +43.(0)664.88459713

alexander.tahedl@tgw-group.com

Martin Kirchmayr

Director Marketing & Communications

T: +43.(0)50.486-1382

M: +43.(0)664.8187423

martin.kirchmayr@tgw-group.com