EIN BLICK

März 2020:
Digitalisierung der Lieferkette darf nicht nur nach Kosten bewertet werden

Nahezu gebetsmühlenartig wird in den vergangenen Jahren die Bedeutung und die Möglichkeiten der Digitalisierung für Einkauf und Supply Chain Management wiederholt. Regelmäßig profiliert sich der Einkauf auch nicht mehr ausschließlich als Kostendrücker oder gar Bestellbüro, sondern vielmehr als strategische Einheit mit eigenem Wertbeitrag zum Unternehmensergebnis.

Allerdings stehen aus unserer Sicht die althergebrachten Reflexe dem vollen Ausschöpfen der Digitalisierungseffekte noch immer im Wege. Zu häufig werden neue Lösungskonzepte und Technologien vorrangig nach dem kurzfristigen Kostensenkungspotenzial beurteilt – und nicht nach den langfristigen Effizienzeffekten einer systematisch digitalisierten Lieferkette.

Beurteilung der Digitalisierung anhand der entstehenden Kosten greift zu kurz

Unser Beratungsalltag zeigt uns leider immer wieder, dass Kunden die Einführung digitaler Lösungen aus Kosten- und/oder Aufwandsgründen scheuen. Sei es die Einführung umfassender Kollaborations-Plattformen, digitaler Lagerkonzepte oder auch einfacher Tools der Robotic Process Automation (RPA).

Zwar lässt sich in der Regel die Wirtschaftlichkeit der einzelnen Lösung zumindest langfristig sogar noch rechnerisch nachweisen. Allerdings können die isolierten Cases niemals die langfristigen und sich komplementär ergänzenden Effizienzeffekte einer digitalisierten Lieferkette umfassen.

Effekte, die im Übrigen nicht nur auf das Effizienzkonto, sondern auch auf die Konten der Schnelligkeit, der Validität und des Wachstums einzahlen.

Diese Zielfelder müssen ebenfalls Berücksichtigung finden, um das volle Potenzial der Digitalisierung begreifen zu können. Wir müssen verstehen wie die entsprechenden Werkzeuge einzusetzen sind, um neben der Kosten- auch auf der Umsatzseite profitieren zu können. Die digitale Lieferkette als Verkaufsargument.

Dauerhaft schneller, bessere Entscheidungen und höheres Wachstumspotenzial

Das Ziel der digitalen Lieferkette ist die systematische, effiziente und transparente Erzeugung und Verarbeitung von Einkaufs-, Produktions- und Vertriebsdaten.

Welches Unternehmen möchte nicht zu einem Aufpreis verkürzte Lieferzeiten anbieten können? Welches Unternehmen möchte nicht Herkunft, Produktionsweise, Öko-Bilanz und Nachhaltigkeit seiner Produkte über die gesamte Lieferkette nachvollziehen und nachweisen können?

Dass solche Fähigkeiten direkten Kundennutzen bieten und umsatzsteigernd wirken, liegt auf der Hand.

Um solche Fähigkeiten zu erlangen, muss ein Unternehmen in zahlreiche Felder investieren. Nicht jede Investition wird separat wirtschaftlich sein, aber in ihrer Summe werden sie das Geschäft auf ein anderes Niveau anheben können.

Information in der digitalen Lieferkette: Create/Verify – Trace – Share – Process

Im Grunde geht es bei jeder Investition oder Digitalisierungsmöglichkeit darum, Informationen automatisiert und verifiziert zu erheben (Create/Verify), zu verfolgen (Trace), zu teilen (Share) und analytisch zu verarbeiten (Process). Und dass an jeder Stelle der digitalen Lieferkette.

Beispielsweise beginnend bei der Erzeugung eines Lebensmittels könnten durch entsprechende Sensorik Zeit, Ort, Temperatur etc. als Informationen erhoben werden, die durch die weitere Logistikkette und Weiterverarbeitung hindurch permanent überwacht und in der Cloud manipulationssicher fortgeschrieben werden könnten.
Diese Informationen lassen sich dann zwischen Geschäftspartnern in Realzeit nutzenstiftend teilen und zielgerichtet auswerten. So zum Beispiel zur Entscheidungsfindung bei der Bestandsplanung oder Qualitätsbeurteilung.

Notwendige Investitionen nicht nur isoliert im Bereich des Einkaufs

Es ist allerdings offensichtlich, dass entsprechende Strukturen und Investitionen dafür nicht nur im eigenen Unternehmen und auch dort nicht nur im Einkauf notwendig sind.
Es geht hierbei um eine neue Art und Weise des Wirtschaftens. Gängige Paradigmen müssen neu bewertet, Fähigkeiten neu erlernt werden. Daher sind die relevanten Investitionsgebiete breit gestreut.

Beginnend bei der Datengewinnung (Sensorik) über die Technologien (Übertragungswege, Cloud Computing), das Personal (Arbeitsumfeld, Unternehmenskultur, Qualifikation), die Produktion (Autonome Produktionseinheiten, Internet of Things, Smarte Produkte) bis über die Unternehmensgrenzen hinaus (Kollaborationsplattformen, Blockchain) müssen unterschiedliche Fähigkeiten, Technologien, Kulturen und nicht zuletzt Interessen zusammengebracht werden.

Diese Herausforderungen müssen zwangsläufig anhand der entstehenden langfristigen Möglichkeiten bewertet werden – nicht anhand der Kosten im Einkauf.

Befinden Sie sich auf dem Weg zu einer digitalen Lieferkette?

Ob Synchronisation von Systemlösungen oder Auswahl und Implementierung neuer Lösungen, wir als ADCONIA stehen Ihnen gerne mit unserer Expertise im Bereich Digitalisierung und Prozessautomatisierung zur Verfügung. Sprechen Sie uns an.

Autor: Tim Rohweder