

Supply Chain als strategische Waffe

Pflicht und Kür



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Supply Chain Exzellenz

Kundenorientiertes Leistungsangebot bei gleichzeitig schlanken und performanten Prozessen

Die vorrangige Aufgabe im Supply Chain Management wird bislang meist darin gesehen, die Kunden effizient, fristgerecht und in der richtigen Qualität zu versorgen. Doch nur an der „klassischen“ Effizienzschraube zu drehen, reicht in der heutigen Zeit nicht mehr aus, weil die Markt- und Kundenanforderungen immer weiter steigen.

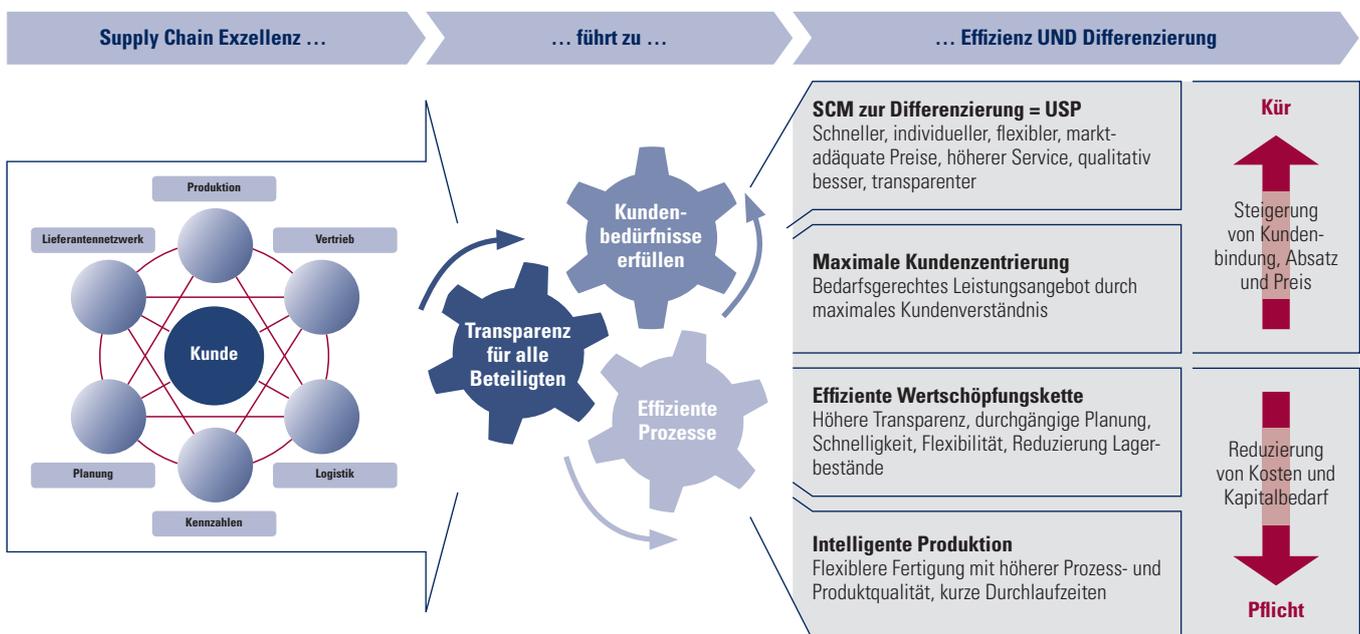
Das führt zu **divergenten Zielsetzungen**:

- Einerseits für den Kunden besser, vielfältiger und individueller werden,
- andererseits in der Leistungserbringung schneller, transparenter und effizienter werden.

Es müssen also innovative und zukunftsfähige Lösungen gefunden werden, um eine kundenzentrierte und performante Wertschöpfungskette mit Alleinstellungsmerkmalen zu schaffen. Die Supply Chain wird so zu einem zentralen **Erfolgsfaktor im Geschäftsmodell** – zu einer strategischen Waffe!

Die aktuellen, strategischen Fragestellungen zur Supply Chain Optimierung lauten also:

- Was sind die konkreten **Bedürfnisse** der verschiedenen Kundengruppen und Abnehmer?
- Durch welches **Leistungsangebot** kann man sich nachhaltige Alleinstellungsmerkmale sichern?
- Welche **Leistungen** müssen in einer vernetzten Welt überhaupt noch **selber erbracht** werden?
- Wie sollen die vor- und nachgelagerten **Wertschöpfungspartner** informativ und prozessual eingebunden werden?
- Wie können die unzähligen **Daten** entlang der Supply Chain bestmöglich monetarisiert werden?
- Welche **Effizienzpotenziale** können in der Wertschöpfungskette noch gehoben werden?
- Wie kann **Komplexität** beherrscht werden?
- In welcher **Reihenfolge** soll man die Vielzahl der Handlungsfelder in der Supply Chain angehen?



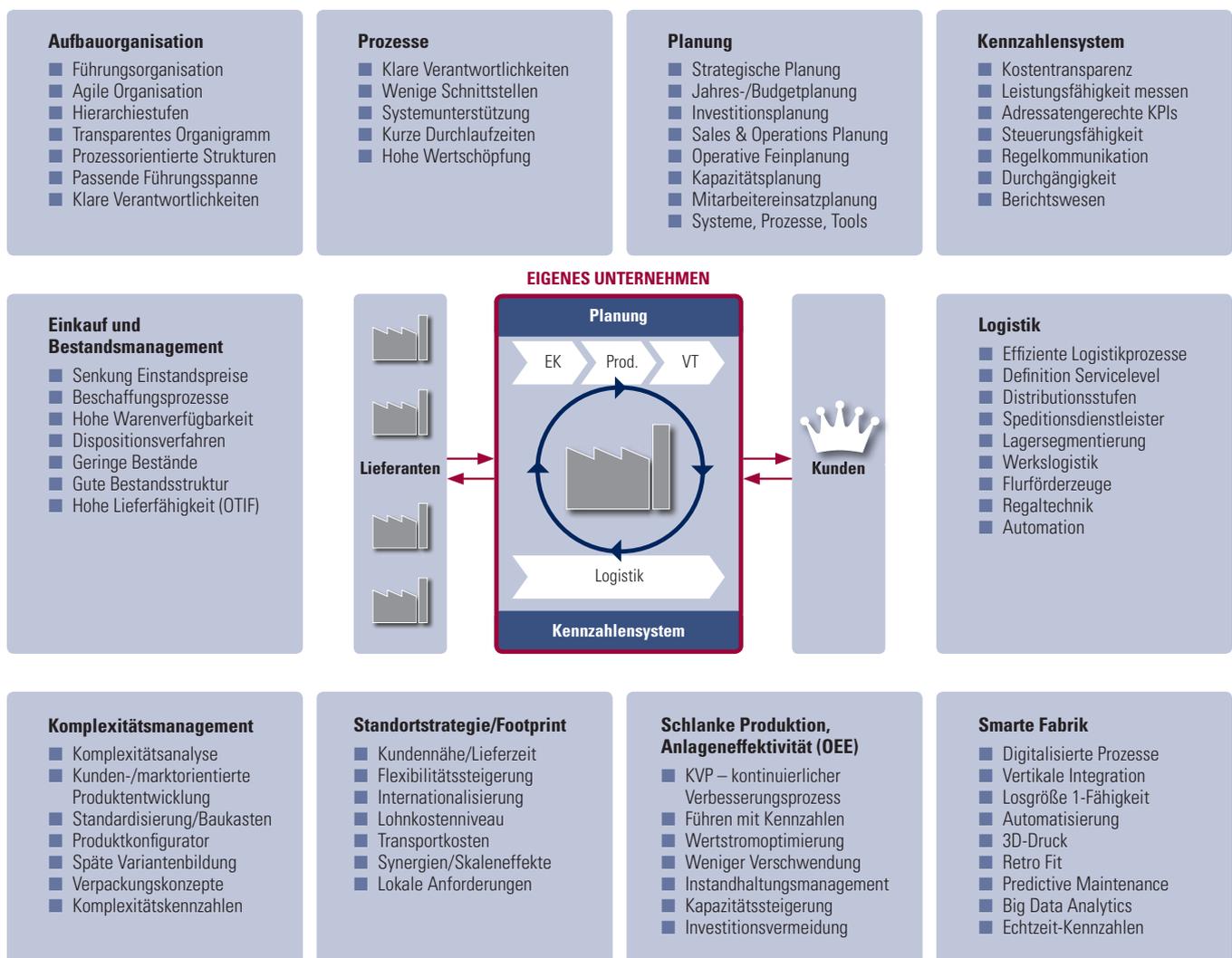
Effizienz als Pflicht

Konsequente Ausschöpfung der Optimierungspotenziale im eigenen Unternehmen

Bevor wertschöpfungsübergreifende Optimierungen mit den vor- und nachgelagerten Lieferanten und Kunden angegangen werden (Kür), sollten zunächst die **Stellschrauben im eigenen Unternehmen** im Fokus stehen (Pflicht).

Aufgrund der Vielzahl der Beteiligten und Schnittstellen im Unternehmen, gibt es auch eine **Vielzahl von** möglichen **Handlungsfeldern**.

Aus eigener Kraft ist es so möglich, alle Unternehmensfunktionen ideal aufeinander abzustimmen und dadurch die eigene Leistungserbringung zu verbessern.



Alleinstellung als Kür

Kundenzentriertes Leistungsangebot, flexibles Wertschöpfungsnetzwerk und strategische Make-or-Buy-Entscheidung

Die Supply Chain muss zukünftig nicht nur effizient sein, sondern immer häufiger auch Alleinstellungsmerkmale im Vergleich zum Wettbewerb aufweisen. Doch wie kann man das erreichen?

Voraussetzung dafür ist die weitestgehende Erfüllung der verschiedenen Kundenbedürfnisse entlang der gesamten **Customer Journey**.

Vor der Festlegung des Leistungsangebots sollten jedoch zwei Fragen beantwortet werden:

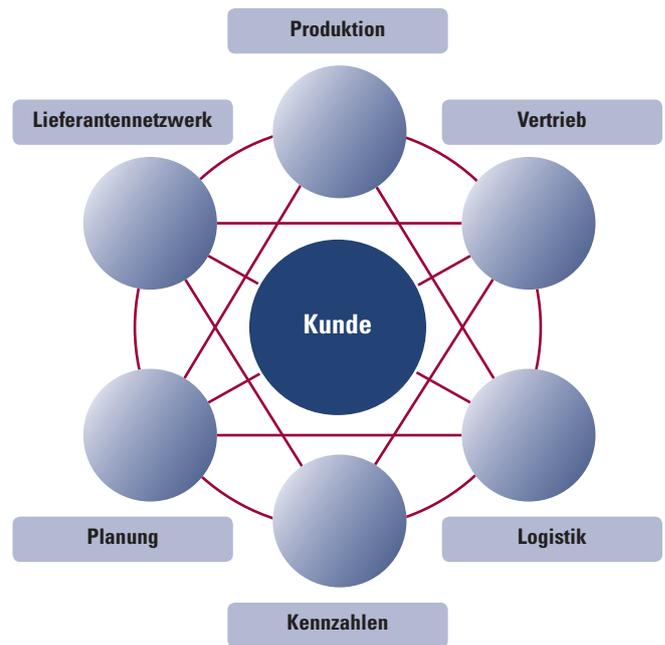
- Wie stark ist das Differenzierungspotenzial?
- Wie hoch ist der Nutzen für das eigene Unternehmen?



Alleinstellungsmerkmale erreicht man nur, wenn man sich vom Wettbewerb abhebt. Profilerungsleistungen (SOLLEN) machen dabei nicht nur die **Kunden glücklich**, sondern sind auch für das eigene **Unternehmen profitabel**. Durch eine hohe Effizienz kann man sich auch in gewissem Ausmaß Differenzierungsleistungen erlauben, die nur eine geringe oder gar keine Kostendeckung aufweisen (KÖNNEN).

In Zeiten der Digitalisierung ergeben sich **neue Möglichkeiten zur Wettbewerbsdifferenzierung**. Durch smarte Produkte, immer günstigere Sensortechnik, hohe Serverkapazitäten und Rechnerleistungen, Plattformtechnologien, Big Data Analytics und künstliche Intelligenz sowie eine Vielzahl von ausgeklügelten Softwarelösungen und Apps können die unzähligen Daten entlang der Supply Chain immer besser genutzt wer-

den, um kunden- und bedarfsgerechte Services anbieten zu können. Zudem löst sich die klassische, starre Wertschöpfungskette immer mehr in Richtung eines flexiblen Wertschöpfungsnetzwerks auf, in dem allen Beteiligten zeitgleich dieselben Informationen zur Verfügung stehen.



Vor diesem Hintergrund muss die strategische Make-or-Buy-Frage in einer vernetzten Welt noch einmal neu beantwortet werden:

- Was ist die eigene, nicht kopierbare Kernkompetenz in der Wertschöpfungskette?
- Welche Leistungen soll das Unternehmen zukünftig selbst anbieten bzw. in das Lieferantennetzwerk outsourcen?
- Welche externen Partner sollen mit ihrem Spezialisten-Know-how die Angebotspalette kundenorientiert erweitern?
- Muss weiter in eigene Werke investiert werden oder können Produktionsdienstleister schnell, flexibel und mit modernem Anlagenpark die erforderlichen Kapazitäten zur Verfügung stellen?
- Wie kann der Datenaustausch innerhalb des Lieferantennetzwerks organisiert werden? Wer bekommt wann und wie welche Informationen?



Ihr Nutzen

Leistungsfähigkeit, Gewinn und Kundenbindung steigern

Der Nutzen einer performanten und kundenzentrierten Supply Chain liegt auf der Hand: Nur ein begeisterter Kunde bleibt einem Unternehmen langfristig treu, kauft mehr und ist weniger preissensibel. Die Folge sind nachhaltig höhere Umsätze und Deckungsbeiträge. Dabei leisten sowohl die „Pflicht“ (Effizienz) als auch die

„Kür“ (Alleinstellungsmerkmale) wichtige Ergebnisbeiträge. Die relevanten Stellhebel müssen „nur“ erkannt und in der richtigen Reihenfolge angegangen werden.

Nutzen auch Sie in Ihrem Unternehmen die Supply Chain als **strategische Waffe!**

Bauzulieferer

- **Herausforderung:** Mindestbestellmengen erhöhen Beschaffungskosten und Restbestände, Lieferzeiten von 1-2 Tage erfordern frühzeitige Planung durch Handwerker
- **Lösung:** Bedarfsgerechte Einzelkommissionierung mit Auslieferung auf die Baustelle noch am selben Tag
- **Nutzen:** Schnelle Lieferzeit, hohe Verfügbarkeit, keine Wartezeiten auf Baustelle, geringe Restmengen, geringer Planungsaufwand für Handwerker

Food-/Pharma-Produzent

- **Herausforderung:** Klassische Paketdienstleister treffen den Kunden nicht bei angegebener Lieferadresse an
- **Lösung:** Schnelle und bedarfsgerechte Lieferung zum Kunden mit Nutzung flexibler Logistikdienstleister auf der „letzten Meile“
- **Nutzen:** Schnelle Lieferung exakt nach Kundenwunsch (Ort, Zeit), Bequemlichkeit

Handelsunternehmen

- **Herausforderung:** Fehlende Ware im Regal und kurzfristige Bestellungen/Abrufe vom Kunden, zudem geringe Flächenproduktivität
- **Lösung:** Verwertung der Kassendaten mit Analyse von Warenkörben und Abverkäufen
- **Nutzen:** Frühzeitige Information vom POS über nachgefragte Produkte und Nachliefermengen, Umsatzsteigerung durch hohe Warenverfügbarkeit und passendes Sortiment

W&P hat unsere Supply Chain optimiert und noch effizienter gemacht

Dr. Stefan Karrer, COO, Papierfabrik August Koehler SE (führender Hersteller für Spezialpapiere)

Möbelproduzent

- **Herausforderung:** Einzelteile und kleine Losgrößen können nur mit hohem Aufwand und Lagerbestand produziert werden (alte Maschinen mit langen Rüstzeiten)
- **Lösung:** Automatisierte, verkettete Produktion mit Losgröße-1-Fähigkeit
- **Nutzen:** Hoch effiziente Produktion mit kurzfristiger Verfügbarkeit auch von Einzelteilen, z. B. einer fehlenden Küchenfront beim Einbau der Küche

Maschinenbauer

- **Herausforderung:** Hoher Zeichnungsaufwand beim Kunden, hoher Prüfaufwand im Unternehmen
- **Lösung:** Online-3D-Konfiguration auf Basis eines modularen Baukastensystems
- **Nutzen:** Sofortige Ausgabe von 3D-Zeichnungen mit allen dazugehörigen Daten für den Kunden, kein manueller Bearbeitungsaufwand mehr beim Kunden und im Unternehmen

Servicegeschäft

- **Herausforderung:** Ausfallzeiten beim Kunden aufgrund fehlender Ersatzteile und zu langer Lieferzeiten
- **Lösung:** Datenbasierte Algorithmen zur Vorhersage von Ausfällen auf Basis von Produkten mit Sensortechnik
- **Nutzen:** Vorablieferung von Ersatzteilen an Lagerstandorte in Kundennähe, geringe Warte- und Ausfallzeiten für die Kunden

Wieselhuber hat mit uns unser Lager optimiert und uns dadurch noch leistungsfähiger gemacht

Olaf Heinrich, CEO, DocMorris (Online-Versandapotheke)

Unser Ansprechpartner für Sie



Daniel Fuchsberger

Mitglied der Geschäftsleitung
Operations

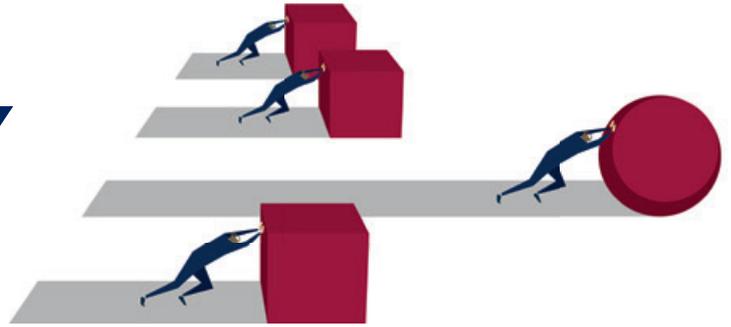
Telefon: +49 (0)89 / 286 23 242
E-Mail: fuchsberger@wieselhuber.de

Weiterführende Information in:

- Supply Chain Audit
- Operations
- Digitalisierung
- Komplexitätsmanagement
- Unternehmensorganisation 2020+



Perspektiven eröffnen – Zukunft gestalten



STRATEGIE

Dr. Wieselhuber & Partner ist das erfahrene, kompetente und professionelle Beratungsunternehmen für Familienunternehmen und Sparten bzw. Tochtergesellschaften von Konzernen unterschiedlicher Branchen.

INNOVATION & NEW BUSINESS

DIGITALISIERUNG

Wir sind Spezialisten für die unternehmerischen Gestaltungsfelder Strategie, Innovation & New Business, Digitalisierung, Führung & Organisation, Marketing & Vertrieb, Operations, Mergers & Acquisitions, Finance und Controlling, sowie die nachhaltige Beseitigung von Unternehmenskrisen durch Corporate Restructuring und Insolvenzberatung. Weiterhin bündeln wir unsere Kompetenzen unabhängig von Branche und Funktion in unseren Fokusthemen Familienunternehmen, Kraftfeld Kunde, Industrie 4.0, Zukunftsmanagement, Komplexität und agiles Management.

FÜHRUNG & ORGANISATION

MARKETING & VERTRIEB

OPERATIONS

Mit Büros in München, Düsseldorf und Hamburg bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how und zeichnet sich vor allem durch seine Kompetenz im Spannungsfeld von Familie, Management und Unternehmen aus.

CORPORATE RESTRUCTURING

MERGERS & ACQUISITIONS

Als unabhängige Top-Management-Beratung vertreten wir einzig und allein die Interessen unserer Auftraggeber zum Nutzen des Unternehmens und seiner Stakeholder. Wir wollen nicht überreden, sondern geprägt von Branchenkenntnissen, Methoden-Know-how und langjähriger Praxiserfahrung überzeugen. Und dies jederzeit objektiv und eigenständig.

FINANCE

INSOLVENZBERATUNG

Unser Anspruch ist es, Wachstums- und Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und Unternehmenswert unserer Auftraggeber nachhaltig sowie dauerhaft zu steigern.

CONTROLLING



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

info@wieselhuber.de
www.wieselhuber.de