



Dr. Timo Renz (li.) und Oliver Rörig von Dr. Wieselhuber & Partner sehen beim Thema Green und Digital den größten Nachholbedarf.

„Es gibt Hoffnung: Thema angehen, strukturieren, loslegen und ausprobieren“

Von Albert Angerer

Drei New-Normal-Szenarien haben die Referenten Dr. Timo Renz und Oliver Rörig der Münchner Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner in den Mittelpunkt ihres Vortrags gestellt: die Pandemie hat die Welt im Griff – die Welt hat die Pandemie im Griff – die Pandemie verschwindet. Dabei kristallisierte sich heraus, dass die dramatische Entwicklung der Corona-Krise zum Jahresende 2021 den im Sommer von vielen schon sicher geglaubten Weg in Richtung zweites Szenario wieder in eine völlig andere Richtung lenkte.

„Smart Operations: Lean, Green, Digital“ – mit diesem Vortragstitel beschrieben die beiden Referenten treffend den Schlüssel zum Erfolg für Unternehmen in diesen herausfordernden Zeiten. Bereits im Juli 2020 hatte Dr. Wieselhuber & Partner für SWEETS GLOBAL NETWORK Firmenvertreter der Süßen Branche über die Auswirkungen von Corona auf ihre Betriebe befragt. 34 Prozent der Unternehmen fielen dabei in die Gruppe der „Getroffenen“, 45 Prozent wurden als „Robuste“, 12 Prozent als „Gefährdete“ und 14 Prozent als „Erkrankte“ eingestuft.

Beim ersten Szenario habe einerseits die Globalisierung einen starken Dämpfer erlitten, bestes Beispiel seien gestörte Lieferketten und Rohstoffengpässe. Andererseits habe es einen Boost in Bereichen wie Digitalisierung, E-Commerce und effizientes

Einkaufen gegeben. Nachhaltigkeitsgedanken seien angesichts der krisenbedingten Angst und Verunsicherung eher in den Hintergrund gerückt. „Wer denkt daran, eine Tonne CO₂ einzusparen, wenn es darum geht, Menschenleben zu retten“, sagte Renz.

Komplettes Verschwinden der Pandemie nicht vor 2024

Szenario zwei erscheint den Unternehmensberatern für die nahe Zukunft am wahrscheinlichsten, wengleich Renz einräumte, „dass wir noch lange mit der Pandemie leben müssen“. Im vergangenen Sommer habe sich angedeutet, dass Themen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung wieder mehr an Bedeutung gewinnen. Auch für E-Commerce und Omnichannel sei es, wenn auch nicht mehr so steil, weiter nach oben gegangen. Das dritte Szenario, das komplette Verschwinden der Pandemie, erwartet Renz nicht vor 2024.

Beim Blick auf die „Fabrik von heute“ sei man hierzulande laut Rörig „weit weg von einer flächendeckenden nachhaltigen Produktion und Supply Chain“. Die Dienstleistung zu erhöhen und nachhaltig zu fertigen seien Gebote der Stunde. Während die Bemühungen bei Lean relativ weit fortgeschritten seien, gebe es bei Digital und insbesondere Green den größten Nachholbedarf. „Dabei haben wir hier eine irre Innovationsgeschwindigkeit der Methoden und Tools und enorme Effizienzpotenziale“, so Rörig weiter. Dr. Wieselhuber &

Partner unterteilt produzierende Unternehmen bezüglich des digitalen Reifegrads in fünf Gruppen: Beginner (32 %), Lean-Experten (33 %), Technologie-Fans (12 %), Smarte Leader (18 %) und Nachhaltigkeitsleader (5 %).

Jedes Unternehmen müsse selbst erkennen, wo es steht und wo es stehen sollte. Es gelte, die dringenden Elemente anzusteuern, Budgets sinnvoll einzusetzen, quantitativ zu bewerten und konsequent am Ball zu bleiben. Letztlich müssten Umsatz, Kosten und Ergebniswirkung natürlich auch nachgewiesen werden. Oft helfe es auch, Best-Practice-Beispiele von Wettbewerbern zu beobachten. Angesichts einer hoch dynamischen und schwer vorherzusehenden Zukunft sowie eines hohen technologischen Reifegrads wagte Rörig einen optimistischen Ausblick: „Es gibt Hoffnung. Thema angehen, strukturieren, loslegen und ausprobieren – auch wenn einmal Fehler passieren.“

wieselhuber.de



**Buy Experience!
Made in Germany!**

Koenig Backmittel GmbH & Co. KG
www.koenig-backmittel.de

