

19.02.2018 14:05 CET

## Jedes zweite Unternehmen hat keine zukunftsfähige Lieferkettenstrategie – Supply Chain Planning 4.0 ermöglicht deutliche Effizienzsteigerung

**München, Februar 2018:** Die Hälfte aller Unternehmen hält ihre eigene Lieferkettenstrategie für veraltet und nicht geeignet für die künftigen Anforderungen. Daher ist für viele Firmen eine Erneuerung der Prozesse unumgänglich, zumal eine ineffiziente Lieferkettenorganisation die Kosten treibt und an den Erträgen nagt. Die Einführung eines modernen Supply Chain Planning bringt nicht nur mehr Effizienz, sie lohnt sich auch: Schon nach zwei bis vier Jahren machen sich die Investitionen bezahlt und bringen eine interne Rendite von 15 bis 25 Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt die neue Studie "*Supply Chain Planning 4.0*" ([Download](#)), für die die Roland Berger-Experten weltweit über 200 Unternehmen befragt haben.

"Der Sinn von Supply Chain-Planning ist für Unternehmen, den Bedarf der Kunden so genau wie möglich abzuschätzen", erklärt Sven Siepen, Partner von Roland Berger. "Dadurch können Firmen sicherstellen, dass sie das richtige Produkt in der richtigen Menge über den richtigen Lieferweg zur richtigen Zeit erhalten." Der Idealfall wären 100 Prozent genaue Vorhersagen, null Lieferengpässe und eine höchst effiziente und flexible Lieferkette. "Die reale Welt sieht allerdings anders aus", sagt Siepen. "Neue disruptive Technologien, politische und wirtschaftliche Unsicherheiten, der Trend zu immer mehr personalisierten Produkten und andere Faktoren sorgen für unvorhersehbare radikale Veränderungen und machen Prognosen zunehmend schwer. Unternehmen brauchen daher eine hohe Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Dem muss auch das Supply Chain-Planning Rechnung tragen."

## **Die Hälfte der Firmen hat Nachholbedarf**

Laut der neuen Roland Berger-Studie halten zwar zwei Drittel der Unternehmen ihre jetzige Lieferkettenstrategie für effektiv; drei Viertel sagen zudem, sie erfülle die derzeitigen Anforderungen. Doch für die Zukunft sieht sich die Hälfte der Befragten dennoch nicht gut aufgestellt – vor allem bei der Bedarfsplanung. Hier sehen mehr als die Hälfte der Firmen (56%) schon heute Probleme. Dagegen läuft die Produktionsplanung bei drei Viertel der Befragten gut.

"Veraltete Planungsmethoden verursachen operative Ineffizienz – zum Beispiel weil ungenaue Bedarfsprognosen oft kurzfristige Anpassungen erfordern", bemängelt Carsten Bock, Partner bei Roland Berger. "Das belastet die Produktivität, selbst wenn es nicht unmittelbar zu Produktionsausfällen führt."

## **In drei Schritten zur einer optimalen Lieferkettenstrategie**

Daher empfehlen die Roland Berger-Experten ein dreistufiges Verfahren, um ein zukunftsfähiges Supply Chain Planning aufzubauen: Nach einer ersten Phase mit genauer Analyse der derzeitigen Situation und ihrer Schwächen geht es im zweiten Schritt darum, eine Vision für die zukünftigen Lieferkettenprozesse, deren Organisation und die benötigten Systeme zu entwickeln. Im Fokus steht dabei auch die Digitalisierung, denn hier gibt es großen Nachholbedarf: Für 56 Prozent der Befragten ist ihr derzeitiges IT-System nicht geeignet, um Supply Chain-Prozesse effektiv zu unterstützen. Nur bei einem Viertel der Firmen ist die Bedarfsplanung überhaupt digitalisiert.

In der dritten Stufe geht es um die konkrete Umsetzung – ein langsamer Prozess, der Jahre dauern kann, je nach aktuellem Reifegrad des aktuellen Firmensystems. Doch der Aufwand und die Investitionen lohnen sich: "Unsere Erfahrung zeigt, dass sich die Investitionen bei einer internen Rendite von 15 bis 25 Prozent innerhalb von zwei bis vier Jahren amortisieren", so Roland Berger-Partner Siepen.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Kurzfristige Planungsänderungen reduzieren sich um 20 bis 30 Prozent, die Produktionskapazitäten werden besser genutzt, die Zeit bis zur Markteinführung neuer Produkte verkürzt sich und insgesamt wird die Lieferkette agiler und flexibler.

*Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 35 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 52 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 230 Partnern.*

*Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:*

*Roland Berger*

*Claudia Russo*

*Head of Marketing & Communications*

*Germany, Austria and Switzerland*

*Tel.: +49 89 9230-8190*

*E-Mail: [Claudia.Russo@rolandberger.com](mailto:Claudia.Russo@rolandberger.com)*

[www.rolandberger.com](http://www.rolandberger.com)

## Kontaktpersonen



**Eike Kraft**

Pressekontakt

GLOBAL HEAD OF MARKETING & COMMUNICATIONS

eike.kraft@rolandberger.com

+49 89 9230-8920



**Maximilian Mittereder**

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

maximilian.mittereder@rolandberger.com

+49 89 9230-8180



**Silvia Constanze Zösch**

Pressekontakt

PRESS CONTACT GLOBAL PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750