



# Are you ready?

Die Geschwindigkeit, mit der sich unsere Welt verändert, hat ein noch nie da gewesenes Ausmaß angenommen. Gefühlt stündlich werden Innovationen vorgestellt und neue Technologien auf den Markt gebracht. Da hat man ganz schön zu tun, um am Ball zu bleiben. Dieser Wandel treibt auch die Entwicklung der Value Chains weiter voran. Doch was wird noch auf uns zukommen? Wir haben die Experten Siegfried Zwing und Bernd Stöger zum Interview gebeten und auch bei Dieter Dahmen und Gunther Dueck nachgefragt, worauf sich Unternehmen einstellen müssen und wie sie trotz der vielen Unsicherheiten aus der Value Chain einen Wettbewerbsvorteil generieren können.



### Siegfried Zwing

Als Geschäftsführer der redPILOT GmbH arbeitet Siegfried Zwing seit Jahren eng mit Logistikunternehmen zusammen und kennt deren Herausforderungen und Bedürfnisse genau. Er vereint seine langjährige Erfahrung in der Logistik und im Software Engineering, um Logistikunternehmen bei der laufenden Optimierung ihrer Ressourcen zu unterstützen und fit für die Zukunft zu machen.



### Bernd Stöger

Für das Product Management der Bereiche Value Chain Solutions sowie Software & IT der KNAPP AG ist Bernd Stöger, als Executive Product Manager, verantwortlich. Seine langjährige Erfahrung beschert ihm ein umfangreiches Verständnis für den Markt und für den Kunden. So gelingt es ihm ein innovatives Produkt- und Lösungsportfolio zu gestalten, das die technologischen Möglichkeiten ausreizt und den Kundennutzen im Fokus hat.



### Dietmar Dahmen

Als weltweit gebuchter Top-Redner, König der Transformation, Motivator, Innovator und Change-Liebhaber steht Dietmar Dahmen für den kreativen und unerschrockenen Umgang mit Disruption und Digitalisierung.

Welche Trends werden in den nächsten Jahren die Logistik am meisten beeinflussen?

**Zwing:** Im bekannten Themenkreis Digitalisierung, Klimakrise, Work-Life-Balance, Urbanisierung oder Globalisierung sind eine komplett vernetzte *Digitale Welt*, der *Kampf um Ressourcen* sowie der *Energiewandel* sicher die Schlüssel-Megatrends.

**Stöger:** Genau, man könnte auch sagen: *urban, fast and green*. Das Verbraucherverhalten ändert sich, die Erwartungen an das Dienstleistungsniveau steigen. Als Verbraucher möchte ich die Wahl haben, wann, wo und auf welche Weise ich Waren kaufe und erhalte – mit einer nahtlosen Integration von Online- und stationärem Handel. Preis spielt natürlich eine entscheidende Rolle. Aber auch

der ökologische Fußabdruck und soziale Aspekte wie Arbeitsbedingungen bei Herstellern und Händlern beeinflussen Kaufentscheidungen zusehends.

**Zwing:** Dabei werden in den Industrieländern die zur Verfügung stehenden Arbeitskräfte immer mehr zum Engpass. Gleichzeitig verstärken erhöhter Energiebedarf und der Energiewandel den Kampf um Ressourcen massiv.

Welche konkreten Innovationen beeinflussen aus Ihrer Sicht die Value Chain der Zukunft?

**Dietmar Dahmen:** Je schneller sich die Welt ändert, desto schwieriger wird die Vorhersage zukünftiger Bedürfnisse. Daten und Modelle

stammen ja aus der *alten Welt*. Die neue Welt hat andere Regeln. Es ist, als ob wir mit dem LKW ans Meer kommen. Das Model *Räder sind super* ist plötzlich falsch. Die Konsequenz: Erfahrung wird gefährlich! Offen fürs Neue ist die einzige Rettung. Weg mit dem Alten! *Schiffe haben keine Räder!* Wir müssen also auf langfristige Trends schauen. Automatisierung, Urbanisierung, ältere Gesellschaft, Nachhaltigkeit. Die nächste Welle kommt und geht. Langfristige Ziele sind beständig!

Wie werden also die Wertschöpfungsketten der Zukunft aussehen?

**Stöger:** Die Trends zwingen Lieferketten dazu transparenter, reaktionsfähiger und widerstandsfähiger zu werden. Ein Beispiel sind Lieferungen



am selben Tag oder innerhalb einer Stunde nach Bestellung. Die einzige Möglichkeit, die kurze Lieferzeit einzuhalten, ist, in einem Geschäft oder einem Logistikzentrum in der gleichen Gegend den Auftrag abzuwickeln. Ergänzend zur veränderten Logistik zum Konsumenten hin ist das Produktions- und Distributionsnetz im Hintergrund als Rückgrat gefordert sich anzupassen. Um solche Herausforderungen in Chancen umzuwandeln, ist der Einsatz intelligenter Technologie zur Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen ein Schlüsselfaktor.

**Welche Bereiche müssen Unternehmen besonders genau im Auge behalten?**

**Zwing:** Die Komplexität in der Logistik wird weiter steigen. Deshalb benötigen wir Software, die den Fokus auf das Wesentliche legt und Prozesse transparent und einfach beherrschbar macht. Entscheidungsträger müssen laufende Veränderungen bestmöglich verstehen und sich frühzeitig mit den Chancen und möglichen Konsequenzen beschäftigen - auf allen Ebenen.

Streng nach dem Motto *Kosten nicht rückwirkend bedauern, sondern aktiv beeinflussen*, das von einem unserer Kunden geprägt wurde.

**Stöger:** Das Zusammenspiel in der Wertschöpfung wird zum Wettbewerb zwischen Softwaresystemen. Weil die digitalen Ökosysteme Wettbewerbsvorteile einer neuen Art bieten, schotten sie sich gegenüber anderen Systemen ab. Nicht Vernetzung und Kompatibilität sind häufig die Ziele, sondern Exklusivität. Für die Wertschöpfungskette ist das ein Risiko, denn fehlende Kompatibilität verhindert die notwendige Vernetzung.

Die Pandemie hat die Grenzen internationaler Wertschöpfungsketten aufgezeigt. Wie können Unternehmen ihre Lieferketten robuster gestalten?

**Stöger:** Das Risikomanagement der Lieferkette wird zur neuen Priorität und führt zu redundanteren, schlankeren und kürzeren Lieferketten, die schneller und flexibler auf ungeplante Veränderungen reagieren können.

Aber Etabliertes lässt sich oft nicht einfach anpassen. Umso wichtiger ist es, bereits mit den bestehenden Gegebenheiten Reaktionsfähigkeit und Flexibilität zu schaffen und die vorhandenen Ressourcen in einem Unternehmen Tag für Tag optimal zu nutzen.

**Zwing:** Flexibilität wird beispielsweise durch den Aufbau von vielseitigen Tätigkeiten und Kompetenzen sowie durch den Zugriff auf einen großen Ressourcenpool geschaffen. Das lässt sich nicht kurzfristig einführen, sondern nur vorausschauend. In der Regel erhöht dies gleichzeitig die Arbeitszufriedenheit und die Souveränität der Beschäftigten im soziotechnischen System eines Unternehmens.

Aber wie kann man den Zugriff auf einen großen Ressourcenpool mit dem Kampf um Ressourcen in Einklang bringen?

**Zwing:** Indem man auch die Organisation der Mitarbeiterstruktur neu denkt und Mitarbeiter in den Planungsprozess dynamisch integriert.



„Wer eine Lok erfindet, braucht Schienen. Das Auto braucht Straßen. In diesem Sinne sind Technologien wie autonome E-Fahrzeuge, Glasfaser, Precision Farming, Green Energy, G6-Funk und andere erfunden worden. Sie müssen reifen und ihre Infrastrukturen bekommen. Die aber erfordern die größere Anstrengung und einen gemeinsamen Sinn. Haben wir diesen?“

Prof. Dr. Gunter Dueck  
Mathematiker, Innovator & Bestseller-Autor

Beispielsweise sorgt der redPILOT PLANNER mit der teamAPP dafür: Mitarbeiter werden automatisch auf Basis der benötigten Mengen, entsprechend ihrer Kompetenzen, Saldostunden und Kosten, Fahrgemeinschaften sowie dynamischen Schichtmodellen bestmöglich eingeplant. Gleichzeitig können flexible Mitarbeiter ihre Wunschverfügbarkeiten bekanntgeben, welche im Planungsprozess vom System einfach mitberücksichtigt werden – undenkbar in einer nicht digitalen, manuell zu planenden Arbeitsumgebung. Damit schafft man den Zugriff auf viel mehr mögliche Ressourcen in einem insgesamt für die Mitarbeiter viel spannenderen Umfeld.

#### **Und wie wird nun aus der Value Chain ein Wettbewerbsvorteil?**

**Zwing:** Unternehmen müssen mutig und offen für Neues sein. Sie sollten genau hinschauen, wo sich Potenziale verstecken und welche Technologie sie brauchen, um diese voll auszuschöpfen. Digitale Lösungen,

wie von redPILOT, konsolidieren und liefern aussagekräftige Daten, die die Verantwortlichen dabei unterstützen, schnell die richtigen Entscheidungen zu treffen. So können Unternehmen das Tempo, mit dem sie auf Veränderungen reagieren, erhöhen sowie flexibler und resilienter werden.

**Stöger:** Wir haben den Begriff *from supply chain to value chain* als Leitspruch definiert, weil wir ungenutzte Potenziale heben wollen, indem wir uns vom Bedarf, über die Produktion der Waren bis zur Übergabe an den Verbraucher widmen. KNAPP ist der Technologiepartner für das richtige (Re-)Design von Wertschöpfungsketten und wir bauen dazu unser Portfolio laufend aus. So können unsere Kunden zum Beispiel mit intelligenten Lösungen wie redPILOT die Ressourcennutzung langfristig verbessern.



Mehr über redPILOT  
erfahren Sie hier.