



Presseinformation

Fünfte Fachkonferenz EXCHAiNGE: Kuschelkurs führt in die Sackgasse – Supply Chain Management muss jetzt konkrete Ideen liefern

Frankfurt am Main, 26. September 2017 – Zum fünften Mal kamen am 26. und 27. September 2017 rund 190 Entscheidungsträger aus Supply Chain Management, Finanzen, Logistik und Einkauf in Frankfurt zusammen. Im Fokus der „EXCHAiNGE – The Supply Chainers' Conference“ im House of Logistics & Mobility (HOLM) standen Topthemen wie Resilienz und Stabilität, Nachhaltigkeit von Supply Chains und zukunftsfähiges Wirtschaften, digitale Souveränität sowie Kultur zur digitalen Transformation.

„Logistik ist das unmittelbare Nervenkostüm der Wirtschaft – Digitalisierung ist der Treiber“, machte Konferenzmoderator Klaus Krumme (Geschäftsführer des Zentrums für Logistik und Verkehr, Universität Duisburg-Essen) zu Beginn deutlich. Eine der Kernfragen: Kann Effizienz auch in Zukunft vorrangiges Ziel sein? Digitalisierung schaffe die Basis für neue, auch disruptive Geschäftsmodelle und Services. Die Verantwortlichen der Supply Chain seien nun gefordert, Ideen unter einem zusätzlichen Parameter wie Ressourcenschonung zu entwickeln. Dazu gehört laut Krumme ein Kulturwandel, der sich „nicht durch einen Kuschelkurs und nicht ohne einschneidende Veränderung der Organisation“ herbeiführen lässt. Die Dringlichkeit bestätigten die Konferenzteilnehmer via Online-Voting: Danach wird die besondere Verantwortung von Logistik und Supply Chain in den Unternehmen erkannt, aber es fehlt – vor allem im Mittelstand – vielfach noch die Courage für konkretes kollaboratives Vorgehen.

Prof. Dr. Uwe Schneidewind (Präsident, Wuppertal Institut) verwies auf die hohe Bedeutung der Verknüpfung von Informationen. Neue Marktteilnehmer machten dies eindrücklich vor: Unternehmen wie Uber und Amazon seien „im Kern Supply Chainer“. Der vielbeschworene Faktor Effizienz sei „aufgrund vieler Nebenfolgen differenziert zu betrachten“, meinte Schneidewind. Der Güterverkehr mache in Deutschland „ernüchternde Fortschritte“. E-Commerce habe das Verkehrsaufkommen massiv verschärft und überdies zu prekären Anstellungsverhältnissen geführt. Fertige Lösungen gebe es noch nicht. Der Energiewirtschaft bescheinigte Schneidewind große Chancen: „In zehn bis 15 Jahren wird die Branche eine komplett logistische sein.“ In Sachen Automobile müssten hingegen gewaltige Umbrüche gemeistert werden. „Autos, die 23 Stunden am Tag ruhen und Unmengen an Parkraumbereichen beanspruchen, sind volkswirtschaftlicher und ökologischer Wahnsinn.“ Wichtige Fragen: Wer produziert künftig Fahrzeuge? Woher kommen Rohstoffe her, wenn im Jahr 2040 rund eine Milliarde Autos mit Elektroantrieb unterwegs sind? Schneidewind forderte dazu auf, konsequent Sekundärrohstoffe zu sichten.

„Ohne den Mittelstand kommen Große bei der Digitalisierung nicht entscheidend voran“, stellte Prof. Dr. Michael Henke (Institutsleiter, Bereich Unternehmenslogistik, Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik) klar. Er appellierte an die Teilnehmer, Disparität von Machtstrukturen zu hinterfragen und einen größeren Fokus auf Risiken entlang der Supply Chain zu legen. Zu fragen sei generell, welche Werte sich durch Datenökonomie wirklich realisieren ließen. Als große Chance deutscher Unternehmen bezeichnete Henke die zukünftige Entwicklung digital gestützter hybrider Produkte – „das schafft das Silicon Valley in der Form nicht“.

Prof. Dr. Thomas Hanke (stellvertretender Direktor, Institut für Logistik- und Dienstleistungsmanagement, FOM Hochschule Essen) riet in der Session „Resilienz“ dazu, im Umgang mit Unsicherheiten auch auf bekannte Methoden wie Chaos-Theorie und Improvisation zu setzen. Lernerfolge gelte es konsequent weiterzuentwickeln. „Voraussetzung für echte Erfolge und Fortschritt ist freilich die dringend notwendige ernsthafte Auseinandersetzung mit dem Thema Kultur“, befand Henke.

Lösungsmuster für eine Kultur zur digitalen Transformation arbeitete Bettina Bohlmann (Managing Partner, 3p Procurement Branding) mit Unternehmensvertretern und Teilnehmern heraus. Tenor: Vertrauen in Arbeitgeber, Kollegen und Business-Partner ist unabdingbar, aber ebenso der Mut, vermeintliches Herrschaftswissen preiszugeben und damit bewusst zu teilen. Das gesprochene Wort zähle mehr als ein bloßer Standard auf Papier, betonte Markus Frank (Vice President Konzerneinkauf und SCM) bei der WMF Group. SCM-Experte Dr. Bernd Rosenkranz (2016 mit der Peri GmbH Gewinner des Supply Chain Management Awards) berichtete von einer bewusst gelebten Fehlerkultur. Tägliche Shop Floor Meetings hätten sich bei Peri als gutes Kommunikationsmittel für mehr Verständnis erwiesen. Auch Stefan Hentschel (Industry Leader Tech-Industrial, Google Germany) betonte den Wert von Interaktion. Erfolgsentscheidend seien bei Google der Faktor Agilität als Mindset ebenso wie offen einsehbare Mitarbeiterziele und offene Arbeitszonen ohne Einzelbüros zum Abbau von Blockaden – „auch der Google-Vorstand macht hierbei mit“.

In der Session „Nachhaltiges Wirtschaften“ verwiesen Klaus Krumme und Nachhaltigkeitsexpertin Dr. Nadine Pratt auf die notwendige Verbindung von SCM und Kreislaufwirtschaft mit Closed Loops: „Die Supply Chainer müssen die Informationsmacht der Logistik stärken. Es gilt, die Nachfragestrategien konsequent auch in Sachen Nachhaltigkeit zu steuern anstatt lediglich zu reagieren.“

Was machen Start-ups anders? Sie gehen radikaler mit Methoden und dem Faktor Zeit um. Michael Sauer (Co-Founder und Business Development, Motius GmbH) berichtete von offensiver Informationsbeschaffung und Befragungen etwa von Truckern, um neue Impulse für Motius-Kunden zu generieren. Uwe Berndt (Geschäftsführer, Mainblick-Agentur für Strategie- und Kommunikation) übertrug die kritischen Erfolgsfaktoren der „jungen Wilden“ auf traditionelle Unternehmen: „Holen Sie Querdenker, Impulsgeber, Studenten und Start-ups ins Boot, um Ansätze für neue Geschäftsmodelle anders zu denken – aber verlieren sie dabei nie Ihre Metaebene und das eigentliche Ziel aus den Augen.“

Thorsten Hülsmann (Geschäftsführer, Effizienz Cluster Management GmbH) moderierte das brisante Thema der digitalen Souveränität. Noch werden in Lieferketten zu viele redundante und andererseits zu wenig gehaltvolle Daten gespeichert. Bestimmte Daten sind gar nicht verfügbar. Das führt zu Lieferrisiken, Sicherheitsbeständen und erhöhten Prozesskosten. Wie kann es gelingen, die digitale Souveränität der Dateneigentümer zu wahren? Der Industrial Data Space (IDS) bietet – als Erweiterung des Cloud-Gedankens – einen virtuellen Datenraum, der den sicheren Austausch und die einfache Verknüpfung von Daten in Geschäftsökosystemen auf Basis von Standards und mit Hilfe gemeinschaftlicher Governance-Modelle unterstützt. Initiator ist die 2016 gegründete Industrial Data Space Association. Gründungsmitglieder waren unter anderem Allianz, Boehringer, Bosch, Deloitte, Huawei, Schaeffler, Schenker, Siemens, Telekom, VDMA und ZVEI sowie Fraunhofer-

Gesellschaft. „Die Daten verbleiben beim Eigentümer. Sie werden on demand sicher vernetzt und nur dann ausgetauscht, wenn sie von vertrauenswürdigen, zertifizierten Partnern angefragt werden“, sagte Lars Nagel (Managing Director, IDS). Im Extremfall würden nicht die Daten selbst ausgetauscht, sondern nur Analyseverfahren.

Philip K. Diekhöner (Innovation Strategist und Autor mit Standort Singapur) verwies in seiner Abschluss-Keynote auf das hemmende „Beharrungsvermögen“ in Organisationen: Was sich in der Vergangenheit vermeintlich bewährt habe, sollte danach am besten als Status quo Bestand haben. Ein negativ besetztes Mindset, das laut Diekhöner in einer breiten „frozen middle class“ beheimatet ist. In Bezug auf das Generieren von Innovation bedeute das zugleich: „Was als Potenzial nur in der Vorstellung existiert, ist schwer fassbar und wird darum oft gar nicht oder nur ungern angefasst.“ Diekhöner verwies auf Tesla-Vordenker Elon Musk, der bei der Gründung der revolutionären Antriebstechnik für E-Automobile auf keinerlei Banchenerfahrungen zurückgreifen konnte: „Der Blick zurück hätte ihn aufgehalten. Musk hatte eine Idee für die Zukunft. Er vertraute auf sein Gespür und auf sein Vermögen, ein disruptives Geschäftsmodell nicht nur zu durchdenken, sondern dieses auch konkret mit diversen Partnern in einem unsicheren Umfeld umzusetzen.“ Kritische Querdenker, junge Wilde und improvisierende Köpfe sind laut Philipp Diekhöner entscheidend für künftige Unternehmenserfolge. Sein abschließender Rat an die Teilnehmer der EXCHAiNGE: „Wenn Sie Talente einstellen, dann lassen Sie diese auch eigenständig handeln. Sonst verpufft das dringend benötigte Potenzial.“

Supply Chain Management Award 2017

Im Mittelpunkt der Abendveranstaltung am 26. September stand der bereits zum zwölften Mal vergebene Supply Chain Management Award. Der Preis wird von Strategy&, der Strategieberatung von PwC, und Fachmagazin LOGISTIK HEUTE verliehen. Schirmherrin: Dorothee Bär (CSU), Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur sowie Koordinatorin der Bundesregierung für Güterverkehr und Logistik. Die Finalisten Adidas, Airbus, Covestro und Gries Deco stellten während der EXCHAiNGE ihre Konzepte vor. In die Jurywertung floss das Voting der Konferenzteilnehmer ein. Gewinner 2017 ist die Gries Deco Company (Niedernberg), Einzelhandelsunternehmen für Wohnaccessoires und Kleinmöbel hinter dem Markennamen DEPOT. Gries Deco hat eine digitale Supply-Chain-Lösung geschaffen, die Warenbewegungen über Freihandelsgrenzen hinweg konsolidiert und damit die volle Kontrolle über die relevanten Wertschöpfungsschritte gewährleistet. Das digitalisierte Verteilzentrum für Deutschland, Österreich und die Schweiz ist elementarer Dreh- und Angelpunkt. Dr. Petra Seebauer, Herausgeberin LOGISTIK HEUTE, und Harald Geimer, Partner bei PwC Strategy&, überreichten die begehrte Trophäe.

TERMIN – SAVE THE DATE

„EXCHAiNGE – The Supply Chainers’ Conference 2018“ | 25. – 26. September 2018

Weitere Infos: www.exchange.de

Bildmaterial finden Sie unter www.exchange.de / Rubrik Blog/Presse

Für zusätzliche Informationen kontaktieren Sie bitte:

Annika Kagermaier

Marketing / Presse

EUROEXPO Messe- und Kongress-GmbH

Tel. +49 89 323 91-240

annika.kagermaier@euroexpo.de

www.exchange.de

(Zeichenzahl mit Leerzeichen: 9.890)

Der Abdruck der EUROEXPO-Presseinformation ist honorarfrei, Text- und Bildmaterial stehen auf der EXCHAIiNGE-Presseseite unter www.exchainge.de sowie unter www.euroexpo.de. Belegexemplar erbeten an EUROEXPO Messe- und Kongress-GmbH, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Joseph-Dollinger-Bogen 7, 80807 München, oder per E-Mail an annika.kagermaier@euroexpo.de

EUROEXPO Messe- und Kongress-GmbH

Die EUROEXPO Messe- und Kongress-GmbH wurde 1996 gegründet. Heute ist die EUROEXPO Veranstalter der jährlich stattfindenden LogiMAT – Internationale Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement sowie der TradeWorld, die Kompetenz-Plattform im E-Commerce und Omnichannel. Seit 2014 führt die EUROEXPO die ebenfalls jährlich stattfindende LogiMAT China in Nanjing, Jiangsu, China durch. Zudem veranstaltet die EUROEXPO die Konferenz „EXCHAIiNGE – The Supply Chainers' Conference“.