

95% van bedrijven benut voordelen digitalisering in supply chain nog niet optimaal

Toch is ongeveer 8 op 10 zich bewust van kostenvoordeel en verbeterde winstgevendheid door digitalisering (studie DHL)

- **Big data-analyses, applicaties in de 'cloud' en de nieuwste generatie robotica zijn de belangrijkste technologietrends die huidige supply chain zullen veranderen.**
- **Nieuwe technologieën ontwikkelen zich zo snel dat bedrijven het een uitdaging vinden om op de hoogte te blijven van innovaties en best practices.**
- **Ongeveer acht op de tien bedrijven erkent de potentiële kostenbesparende voordelen van informatietechnologieën, maar wijst op organisatorische uitdagingen als hindernissen voor implementatie.**

Brussel, 12 april 2018 – Digitalisering transformeert de supply chain volledig. De revolutie door nieuwe technologieën, zoals de nieuwe generatie robotica, Artificiële Intelligentie (AI), zelfrijdende voertuigen, blockchain, big data-analyses en nieuwe sensoren, is volop aan de gang en daagt bedrijven in de sector uit. 95% van deze bedrijven benut deze technologieën nog onvoldoende in hun bedrijfsvoering en strategieën naar hun supply chain toe. Dat blijkt uit een onderzoeksrapport door Iharrington Group LLC in opdracht van DHL Supply Chain bij 335 supply chain- en operationsprofessionals in verschillende sectoren wereldwijd.

Voordelen digitalisering nog onderbenut

95% van de respondenten geeft aan dat hun bedrijf nog onvoldoende de volledige voordelen benut van de nieuwe fysieke en analytische technologieën, zoals big data-analyses, AI, blockchain en robotica. Het potentieel van deze technologische vernieuwingen blijft dus duidelijk onderbenut in de supply chain van bedrijven.

Big data-analyses zijn volgens de respondenten de belangrijkste informatie-oplossing. 73% geeft aan dat hun bedrijf reeds in deze technologie investeert. Applicaties in de 'cloud' (63%), het Internet of Things (IOT) (54%), blockchain (51%), machine learning (46%) en de deeleconomie (34%) zijn volgens de respondenten ook belangrijke analytische innovaties waarop bedrijven vaak inzetten. Bij de fysieke hardware geldt robotica als belangrijkste ontwikkeling (63%), gevolgd door zelfrijdende voertuigen (40%), 3D-printen (33%), Augmented Reality en drones (28%).

Bedrijven experimenteren wel, maar stuiten soms op belemmeringen

Heel wat bedrijven experimenteren al volop met nieuwe technologie-oplossingen. 39% geeft aan dat hun bedrijf een of meer informatie- of analyse-oplossingen ontwikkelt, maar slechts 31% doet hetzelfde voor fysieke toepassingen. De onderliggende redenen voor de lage implementatiegraad zijn symptomatisch voor traditionele scenario's voor organisatieveranderingen. Voor hardware-technologie-toepassingen beschouwt 68% betrouwbaarheid als de belangrijkste zorg, terwijl 65% weerstand tegen verandering rapporteert binnen hun organisatie, gevolgd door onvoldoende of langdurig rendement op de investering (64%). Ter vergelijking: voor informatie- en analyse-oplossingen stipt 78% van de respondenten aan dat organisatorische verzuiling en legacy-systemen de grootste belemmeringen zijn, gevolgd door een gebrek aan expertise (70%).

Wat zijn de voordelen?

Ook al zijn bedrijven nog niet helemaal mee op de kar van de digitalisering gesprongen, toch ziet bijna acht op tien er de voordelen van in. Bij fysieke toepassingen wijst 82% van de respondenten op de lagere kosten en de verbeterde winstgevendheid die de nieuwe technologieën met zich meebrengen. Wat de op analyse gebaseerde digitalisering betreft, is dit ook bijna acht op tien (77%). Vele bedrijven beseffen dus het potentieel, maar hebben nog tijd nodig om helemaal mee te zijn, zo blijkt uit de studie.

José F. Nava, Chief Development Officer van DHL Supply Chain, verduidelijkt: *“Dit is een belangrijk moment in de supply chain-industrie. Het traditionele model staat voor een ongeziene revolutie door nieuwe hardwaretechnologieën in combinatie met informatie- en analyseoplossingen. Technologie biedt aanzienlijke mogelijkheden om kosten te verlagen en winstgevendheid te verbeteren, maar het betekent ook dat bedrijven die niet meteen mee op de denderende trein van de digitalisering springen, zwaar achterop komen te liggen. Bij DHL zetten we ook volop in op het verfijnen van onze digitaliseringsstrategie. Daarbij focussen we op innovaties die mogelijkheden bieden om echte bedrijfsproblemen op te lossen en nieuwe kansen te benutten. Zo maken we bijvoorbeeld al gebruik van Augmented Reality in magazijnen om met vision picking de efficiëntie van het orderpicken te vergroten. Magazijnrobots verbeteren de picktijden en ondersteunen medewerkers bij repetitieve taken zoals inpakken of intern transport. Softwarerobots nemen specifieke backoffice-processen over. Om maar enkele voorbeelden te noemen.”*

DHL test blockchain

Een groot voorbeeld dat laat zien hoe DHL naar toekomstige technologieën kijkt, is blockchain. In samenwerking met Accenture test DHL een concept dat gericht is op het voorkomen van namaakmedicijnen, waarvan Interpol schat dat het jaarlijks een miljoen mensen doodt. Deze proef neemt blockchain op in de farmaceutische supply chain via een track-and-trace serialisatiesysteem. Dit stelt DHL in staat om op veilige wijze de unieke identificatie van elke eenheid van een farmaceutische verzending vast te leggen terwijl deze zich door de supply



chain beweegt. De technologie staat nog in de kinderschoenen maar is veelbelovend. DHL is alvast enthousiast over de mogelijkheden die dit haar klanten in de toekomst zou kunnen bieden.

Concluderend stelt John Scherders, CEO Supply Chain Benelux: *“Dit onderzoeksrapport biedt organisaties waardevolle inzichten hoe digitalisering de supply chain beïnvloedt en moderniseert. DHL is erop gericht om klanten vandaag te ontzorgen met de logistieke mogelijkheden van morgen.”*

Het volledige onderzoeksrapport “Digitalization and the supply chain: Where are we and what’s next?” kan [hier](#) gedownload worden.

– Einde –

Noot voor media

1. De enquête bestond uit 335 respondenten uit verschillende sectoren zoals de automobielsector, consumenten, biowetenschappen, technologie, engineering en productie. De respondenten waren geografisch verspreid over de hele wereld.

2. Toen respondenten werd gevraagd naar hun toepassing van zowel fysieke als informatie / analytische technologieën, antwoordde slechts 5% dat ze de gehele supply chain aanpakten, terwijl 95% aangaf nog niet de volledige voordelen te realiseren.

3. Toen respondenten werd gevraagd naar waar ze het grootste voordeel verwachtten van fysieke technologieën, rapporteerde 82% lagere kosten en verbeterde winstgevendheid, terwijl 77% hetzelfde zei voor op informatie / analyse gebaseerde digitalisering.

Contactpersoon Media:

Arno Creve, Grayling PR Belgium

Tel. +32 (0)472/99 61 58

E-mail: arno.creve@grayling.com

Over DHL – Het logistieke bedrijf voor de hele wereld

DHL is wereldwijd het toonaangevende merk in logistiek. De verschillende divisies van DHL bieden klanten expertise in nationale en internationale expres- en pakketzendingen, e-commerce- en fulfillmentdiensten, lucht- en zeevracht, transport via de weg en het spoor en industrieel supply chain management. Het wereldwijde netwerk omspant meer dan 220 landen met 360.000 medewerkers en verbindt mensen en bedrijven op een veilige en betrouwbare manier, wat handelsstromen ten goede komt. Met specifieke oplossingen voor groeimarkten en industrieën zoals technologie, life science en gezondheidszorg, energie, automotive en retail; met maatschappelijke verantwoordelijkheid en een ongeëvenaarde aanwezigheid in opkomende markten, is DHL overduidelijk gepositioneerd als ‘het logistieke bedrijf voor de hele wereld’.



DHL maakt deel uit van Deutsche Post DHL Group. De groep boekte in 2017 een omzet van meer dan 60 miljard euro.