

TMG-Checkliste "SCM 4.0"

Die Digitalisierung verändert die Welt der produzierenden Unternehmen nachhaltig und wird zum absoluten Pflichtprogramm – ohne ein funktionierendes SCM 4.0 kann es keine Industrie 4.0 geben. Basierend auf ihrem Beratungsansatz geben die TMG Consultants in der Studie „SCM 4.0“ konkrete Handlungsempfehlungen, um Unternehmen im digitalen Wandel zu unterstützen.

Gesamtunternehmen

STEP 1

Industrie 4.0 ist Chefsache: Die Digitalisierungsstrategie gehört zwingend auf die Agenda des Top-Managements.

STEP 2

Als Ausgangspunkt für die Erarbeitung einer Digitalisierungsstrategie muss jedes Unternehmen eine objektiv-kritische Standortbestimmung vornehmen.

STEP 3

Die Strategie zur digitalen Transformation ist aus der Unternehmensstrategie abzuleiten bzw. mit ihr abzustimmen. Die darin festzuschreibenden Ziele müssen realistisch und erreichbar sein.

STEP 4

Notwendige „Hausaufgaben“ sind zu identifizieren, um von einer soliden Basis aus starten zu können.

STEP 5

Alle Unternehmensbereiche sollten in den Strategieprozess und in die Erarbeitung der Umsetzungs-Roadmap eingebunden werden.

STEP 6

Neue Modelle der Zusammenarbeit müssen erprobt und dann etabliert werden, um die erforderliche interne Vernetzung und Interdisziplinarität zu gewährleisten.

STEP 7

Eine kontinuierliche, offene Kommunikation ist unerlässlich, um alle Mitarbeiter einzubeziehen und auf die Transformations-Reise mitzunehmen.

STEP 8

Auf allen Ebenen müssen die Mitarbeiter und Führungskräfte kontinuierlich für die neue digitale Welt qualifiziert werden.

STEP 9

Unerlässlich ist ferner, geeignete Partner auszuwählen und den Netzwerkgedanken konkret in Kooperationen zu leben.

STEP 10

Bewährt hat sich, eine Kultur des „Trial and Error“ zu praktizieren – vor allem, um Mitarbeiter und Führungskräfte zu ermutigen, auch mal vollkommen neue Wege zu gehen.

Supply-Chain-Management

STEP 1

Zunächst gilt es, den Status der eigenen SCM-Struktur und des Netzwerkes zu bestimmen.

STEP 2

Basierend auf dieser Standpunktbestimmung lässt sich die Lücke zu den in der Digitalisierungsstrategie festgelegten Zielen benennen.

STEP 3

Zur Schließung dieser Umsetzungslücke ist eine Roadmap auszuarbeiten.

STEP 4

Die eigene SCM-Organisation und die Prozesse sind zu überprüfen, ob sie in der bestehenden Form den neuen Anforderungen überhaupt gerecht werden und wo bzw. welche Anpassungen erforderlich sind.

STEP 5

Basistechnologien wie Track & Trace, Big Data Analytics und Cloud-Plattformen ist ein ihrer hohen Bedeutung entsprechender Stellenwert einzuräumen.

STEP 6

Unerlässlich ist, Pilotprojekte auszuwählen und im eigenen Unternehmen voranzutreiben.

STEP 7

Die Mitarbeiter sind in den Innovationsprozess für neue Technologien und Lösungen einzubinden – auch, um die Akzeptanz für die neuen Lösungen zu erhöhen.

STEP 8

Die gesammelten Erfahrungen können als Input in Business-Case-Betrachtungen einfließen, um die neuen Lösungen weiter zu skalieren.

STEP 9

Eigene Erkenntnisse und Erfahrungen liefern eine stichhaltige Grundlage, um Partner in der Lieferkette vom Nutzen der Digitalisierung zu überzeugen und über einen kooperativen Ansatz weitere Pilotprojekte aufzusetzen.

STEP 10

Die Ergebnisse all dieser Maßnahmen sind kurzzyklisch zu überprüfen. Bei Bedarf sind das Vorgehen und/oder einzelne Maßnahmen bzw. Lösungen anzupassen.

