



DAS „BESTE“ NEU DEFINIEREN

Vier Ansätze, mit denen Supply Chain-Führungskräfte Veränderungen in Chancen umwandeln können



Organisationen auf der ganzen Welt erleben derzeit seismische Veränderungen in ihrer Arbeitsweise. Kunden erwarten sich schnelle, bequeme und personalisierte Produkte und Dienstleistungen; Mitarbeiter erwarten sich Arbeitgeber, die ihre Werte teilen, flexible Arbeitsoptionen anbieten und ihnen moderne Technik zur Verfügung stellen; Aktionäre drängen Führungskräfte dazu, die Diversität und Nachhaltigkeit im Unternehmen zu verbessern und neue Umsatzquellen zu finden. Unternehmen müssen all diese Erwartungen erfüllen – und das auch noch, während sie sich mit wirtschaftlicher Unsicherheit, Lieferkettenunterbrechungen und regulatorischen Kontrollen herumschlagen.

Viele sind jedoch bereit, sich diesen Herausforderungen zu stellen. Für sie ist Veränderung nicht mehr nur eine Konstante, sondern eine Chance.





Anstatt mit Veränderungen einfach nur Schritt zu halten, finden führende Unternehmen immer mehr Möglichkeiten, um den Herausforderungen permanent einen Schritt voraus zu sein. Sie schaffen eine Kultur der kontinuierlichen Innovation, um Geschäftsprobleme schnell zu erkennen und zu lösen. Sie durchbrechen die konventionellen Best Practices und gehen mithilfe von Cloud- und anderen fortschrittlichen Technologien neue Wege. Im Grunde genommen definieren sie das „Beste“ neu.

Vor allem die Lieferkettenführungskräfte spielen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, Veränderungen zu bewältigen und neu zu definieren, was das „Beste“ ist. Eine agile und resiliente Lieferkette war noch nie so wichtig wie jetzt. Führungskräfte sollten Unternehmensinvestitionen in neue Technologien einleiten, die tiefere Transparenz und präzisere Kontrolle ermöglichen. Sie müssen in der Lage sein, Unterbrechungen zu antizipieren und vorherzusagen, anstatt nur darauf zu reagieren. Außerdem ist es jetzt Aufgabe von Führungskräften, die richtigen Talente mit den Fähigkeiten anzuwerben, die für eine Innovationskultur erforderlich sind.

Die Fähigkeit von Finanz- und Supply Chain-Führungskräften, sowohl untereinander als auch unternehmensweit zusammenzuarbeiten, ist mittlerweile eine Voraussetzung für eine fundierte Entscheidungsfindung. In diesem E-Book sehen wir uns an, wie Führungskräfte mithilfe von Technik zusammenarbeiten können, um Veränderungen zu bewältigen. Außerdem wollen wir Erfolgsgeschichten von Unternehmen an vorderster Front mit Ihnen teilen, die Best Practices neu definieren.

Vier Ansätze, mit denen Führungskräfte Veränderungen in Chancen umwandeln können

In der heutigen Geschäftswelt hat jeder die Chance, sich auf die Dinge zu konzentrieren, die zwar schon immer wichtig waren, aber erst jetzt im Vordergrund stehen. Menschen erkennen immer mehr, was ihnen am wichtigsten ist: Zeit mit Familie und Freunden, Ein Sinn in ihrer Arbeit, Inklusion, Würde und ein Planet, der auch für ihre Enkelkinder noch da sein wird.

Um diesen veränderten Anforderungen gerecht zu werden, müssen Sie die Best Practices Ihres Unternehmens neu definieren. Insbesondere sollten Sie die folgenden vier Ansätze priorisieren und sie auch wirklich richtig umsetzen.

1

Mitarbeiter motivieren und inspirieren

„The Great Resignation.“ „The Great Reprioritization.“ „The Big Quit.“ Ganz gleich, wie sie alle heißen, es ist klar, dass wir in einer arbeitnehmerorientierten Kultur leben. Unternehmen, die sich auf die neuen Personalanforderungen konzentrieren – also auf Flexibilität, Diversität, Nachhaltigkeit und Technologie –, werden den Kampf um Talente gewinnen.

Seit Anfang der Pandemie haben Mitarbeiter „eine Menge Zeit, um über die Werte nachzudenken, für die sie stehen wollen, und viele haben sogar ihren Karriereweg überdacht“, erklärt Juergen Lindner, Oracle SVP, Global Marketing. Zwischen April und November 2021 kündigten [fast 25 Millionen US-Mitarbeiter ihre Arbeit](#). Das betrifft fast jede Organisation aus jeder Branche über mehrere Geschäftsbereiche hinweg.

„Die ‚Great Resignation‘ wird in der Regel als HR-Thema präsentiert, aber sie ist ehrlich gesagt so viel größer“, fügt Lindner hinzu. „Sie wirkt sich auf Ihre Lieferkette, Ihre Fähigkeit, Kunden zu bedienen, und auf die Erfahrungen Ihrer Kunden mit Ihrem Unternehmen aus.“

AUF EINEN BLICK: Mitarbeiter einstellen, motivieren und binden

Führungskräfte aus den Bereichen Finanzen, Lieferkette, Personalwesen und Kundenerlebnis sollten nun ihre Kräfte bündeln, damit ihr Unternehmen ein bevorzugtes Ziel für eine sich verändernde Belegschaft bleibt bzw. eines wird.

- **Nahezu 90 % der Mitarbeiter**, die in der [AI@Work: 2021 Global Study von Oracle befragt wurden](#), gaben an, dass sich ihre Definition von Erfolg grundlegend verändert habe. Mitarbeiter ziehen heute ihre Work-Life-Balance, psychische Gesundheit, Flexibilität und eine sinnvolle Arbeit einem sicheren Einkommen vor.
- **85 % der Befragten** aus der AI@Work-Umfrage möchten ihre Zukunft mithilfe von Technik neu definieren.
- [Laut IDC](#) werden **bis 2024** zwei Drittel der weltweit tätigen Unternehmen ihre Diversitäts-, Gleichstellungs- und Inklusionsperformance mithilfe von ESG-Metriken und -KPIs messen.

Mitarbeiter wollen nicht nur für Unternehmen arbeiten, die bei Fragen der Nachhaltigkeit und Diversität für dieselben Werte stehen wie sie. Viele haben sich zum Beispiel bereits an flexiblere, virtuelle Arbeitsplätze gewöhnt. Da Unternehmen immer häufiger Homeoffice- oder hybride Arbeitsumgebungen anbieten, verschwinden die physischen Einschränkungen, die in der Vergangenheit die berufliche Mobilität behinderten, allmählich. Kurz gesagt: Der Markt gehört den Mitarbeitern.

Um diese neuen Prioritäten der Mitarbeiter bewältigen zu können, brauchen Arbeitgeber neue Ansätze, darunter für Personalplanung, Corporate Social Responsibility und Technik, die sie Mitarbeitern in Telearbeit, im Bürogebäude und in Fabriken zur Verfügung stellen. COOs müssen mit Führungskräften aus dem Finanzwesen, dem Personalwesen und der Customer Experience-Abteilung zusammenarbeiten, wenn sie wollen, dass ihr Unternehmen ein bevorzugtes Ziel für eine sich ständig weiterentwickelnde Belegschaft wird.

Angesichts der rekordverdächtigen Fluktuation und des Personalmangels (vor allem in der Lieferkette) ist es von entscheidender Bedeutung, dass Sie [die Art und Weise, wie Sie Talente einstellen, motivieren und binden](#), überdenken. Investitionen in die richtige Technik können bei der Gewinnung und Bindung von Personal einen erheblichen Wettbewerbsvorteil darstellen. [Eine kürzlich durchgeführte IDC-Studie](#) zeigt, dass die Unternehmen, die 2020 für den digitalen Wandel in Technik investierten, eine Steigerung der Mitarbeiterproduktivität um 20 % verzeichnen konnten.



Beachtliche 85 % der Befragten einer IDC-Umfrage gaben an, dass eine verbesserte Mitarbeitererfahrung ein besseres Kundenerlebnis und höhere Umsätze ermögliche.

[„The Agility Imperative: Technology’s Role in Finance and Operations“](#) März 2022

Zukunftsorientierte Unternehmen stellen die neuesten, aktuellsten Cloud-Technologien und -Funktionen bereit, um:

- **Karrierewachstum und -entwicklung zu fördern.** Eine neue Gruppe von Cloud-Lösungen bietet innovative Funktionen wie die Fähigkeitenanalyse Ihres Personals, um Schulungen zu empfehlen sowie offene Stellenangebote und Vorteile einfach zu finden.
- **Werte, Zweck und Vision ihrer Organisation zu demonstrieren.** Führungskräfte nutzen Technik, um das ökologische, soziale und das Governance-(ESG-)Reporting zu vereinfachen und Diversität und Inklusion (D&I) im gesamten Tagesgeschäft zu verankern.
- **Talentanforderungen zu modellieren, vorherzusagen und zu erkennen.** Tools wie die Szenarioplanung helfen Arbeitgebern, zukünftige Mängel zu verstehen, entsprechende Pläne zu erstellen und eine gesunde Talentpipeline zu schaffen.
- **Mitarbeitern die neueste Technik zur Verfügung zu stellen.** Künstliche Intelligenz (KI), digitale Assistenten, mobiler Zugriff rund um die Uhr und eine moderne Benutzererfahrung machen Mitarbeiter produktiver und ihre Arbeit ansprechender.
- **die Supply Chain der Zukunft zur Schau zu stellen.** Softwaregesteuerte Fabriken und Lager wurden mit KI-, Roboter-, Drohnen- und Internet of Things-(IoT-)Funktionen neu erfunden, einschließlich intelligenter Produktverfolgungsanwendungen.

[Hearst](#) überdachte seinen Ansatz in Bezug auf viele der oben genannten Aspekte bereits vor der Pandemie. Zur Unterstützung des jüngsten Wachstums betreibt der Medienriese jetzt weltweit 360 Unternehmen mit konsolidierten Finanz-, HR- und Bestandsverwaltungsanwendungen auf der Oracle Cloud. So konnte das Unternehmen die Finanzplanung und Budgetierung verbessern. Außerdem wurde der Onboarding-Prozess automatisiert und die Suche nach sowie die Bewerbung auf interne Stellen erleichtert, was beides zu einer geringeren Fluktuation führte. Darüber hinaus investierte Hearst in eine Weiterbildungslösung, um das Wohlbefinden seiner Mitarbeiter zu verbessern – eine kluge Investition angesichts der Tatsache, dass wir in unserer [Umfrage mit fast 15.000 teilnehmenden Mitarbeitern weltweit](#) entdeckten, dass 52 % von ihnen im vergangenen Jahr mit psychischen Problemen am Arbeitsplatz zu kämpfen hatten und 37 % ihrer psychischen Gesundheit jetzt Priorität einräumen wollen.

Die Mitarbeitererfahrung, von der Einstellung über die Einschulung bis hin zu Diversität und Inklusion (D&I), steht auch bei [Grupo Bimbo](#) im Mittelpunkt. Das weltweit größte Backwarenunternehmen möchte die Technik einsetzen, die die Mitarbeiter von heute gerne nutzen. Grupo Bimbo implementierte eine Cloud-Lösung für das Human Capital Management (HCM), die darauf abzielt, „jeden einzelnen Aspekt unserer Prozesse im Lebenszyklus des Unternehmens zu digitalisieren, beginnend mit der Einstellung und dem Onboarding“, so Global Senior Vice President of Business Technology Juan Pajon. Der Wechsel war Teil eines weltweiten Mehrphasenprojekts zur

Standardisierung von HR-, Finanz-, Lieferketten-, Fertigungsprozessen und -systemen auf der ganzen Welt auf einer einzigen Cloud-Plattform.

Grupo Bimbo hat sich auch ehrgeizige Ziele in Bezug auf Diversität und Inklusion sowie auf Nachhaltigkeitsprogramme gesetzt. Mit Oracle Fusion Cloud Human Capital Management (HCM) kann das Unternehmen Talente aus der ganzen Welt einstellen und sich standortunabhängig die richtigen Qualifikationen an Bord holen. Außerdem erhalten die Supply Chain-Teams von Grupo Bimbo mit Oracle Fusion Cloud Transportation Management Einblicke, mit denen sie die Effizienz der einzelnen Transporte steigern, Kosten reduzieren und den CO2-Ausstoß senken können.

Den Bedürfnissen der heutigen Arbeitnehmer gerecht zu werden – durch Bemühungen um Diversität und Nachhaltigkeit, neue Technologien und vieles mehr –, kann enorme Auswirkungen auf das Geschäftsergebnis Ihres Unternehmens haben. Beachtliche 85 % der Befragten im Rahmen der [IDC-Umfrage](#) gaben an, dass eine verbesserte Mitarbeitererfahrung und mehr Mitarbeiterengagement ein besseres Kundenerlebnis und höhere Umsätze ermöglichen.



JETZT ANHÖREN: HR Happy Hour-Podcast (38 Minuten)



Juergen Lindner von Oracle setzte sich mit den Gastgebern des Podcasts „HR Happy Hour“ zusammen, um die heutigen Personalherausforderungen und Lösungen dazu zu diskutieren.

Podcast anhören



2

Ihr Unternehmen verantwortungsbewusst und nachhaltig verwalten

Nicht nur Mitarbeiter drängen auf ein konsequenteres Engagement ihrer Unternehmen für ökologische, soziale und Governance-(ESG-) Ziele, auch Verbraucher, Aktionäre, Investoren und Aufsichtsbehörden haben die gleichen Erwartungen. Für die Öffentlichkeit sind der Klimawandel, Diversität und Inklusion bereits jetzt die Hauptprioritäten. Daher hängt der Ruf eines Unternehmens auch von der Erfüllung der ESG-Erwartungen ab. Investoren wenden sich zunehmend von fossilen Brennstoffen und anderen nicht erneuerbaren Energiequellen ab und suchen nach umweltfreundlicheren Investitionsmöglichkeiten. Mitarbeiter wollen zudem in einer Organisation arbeiten, die für dieselben Werte steht wie sie (z. B. Umweltschutz, Diversität und Inklusion).

Organisationen, die sich nicht mit ESG-Themen beschäftigen, tun dies auf eigene Gefahr. Sie riskieren einerseits direkte finanzielle Auswirkungen wie Bußgelder, höhere Kapitalkosten und höhere Versicherungsprämien, aber auch Investoren könnten abspringen. Und andererseits drohen ihnen indirekte Folgen wie ein schlechtes Markenimage. Mit der zunehmenden Bedeutung von Diversität und Nachhaltigkeit im öffentlichen Bewusstsein besteht die Gefahr, nicht mehr der bevorzugte Arbeitgeber für Spitzenkräfte oder die bevorzugte Marke für Verbraucher zu sein. Sogar Unternehmensführer selbst riskieren Gehaltsabzüge oder sogar eine Entlassung, wenn sie die Beschwerden von Aktionären über ESG-Probleme ignorieren.

Doch während das Risiko, sich nicht mit ESG zu befassen, beträchtlich ist, ist der Nutzen, wenn man es richtig macht, ebenso groß. Neben der besseren Positionierung zur Verbesserung der Kundentreue und zur Gewinnung der besten Talente erzielen



AUF EINEN BLICK: Oracle engagiert sich für Nachhaltigkeit

Mithilfe unserer eigenen Oracle Cloud haben wir den CO2-Ausstoß gesenkt, Abfälle beseitigt und Millionen an Betriebskosten eingespart. Diese Erkenntnisse nutzen wir nun für unsere Kunden.

- **99,4 % der 2019 außer Betrieb genommenen Geräte** wurden wiederverwendet oder recycelt.
- **Gesamtemissionen seit dem Referenzjahr 2015** um 17,4 % gesenkt.
- **Das Ziel gesetzt**, alle Data Center und Büros bis 2025 mit erneuerbarer Energie zu betreiben und bis 2050 das Netto-Null-Ziel zu erreichen.

Unternehmen aus ihren ESG-Investitionen auch einen erheblichen geschäftlichen Mehrwert, von Umsatzsteigerungen bis hin zu Kosteneinsparungen. In einer kürzlich durchgeführten [McKinsey-Umfrage](#) gaben 22 % der Befragten an, dass sie in den letzten fünf Jahren einen Mehrwert aus Nachhaltigkeitsinitiativen erzielen konnten. Fast doppelt so viele (40 %) erwarten sich in den nächsten fünf Jahren einen Mehrwert.

Ein gutes Beispiel dafür: Durch Verbesserung der Bedarfsprognose und der Bestandskontrolle reduzierte [LiDestri Food and Drink](#) seine Lebensmittelverschwendung um mehr als 2 Millionen US-Dollar pro Jahr – sowohl ein Sieg für die Nachhaltigkeit als auch für den Profit. Mit dem Slogan „Tradition trifft auf Innovation“ setzt der Lebensmittelhersteller auf kontinuierliche Innovation, auch um seinen ökologischen Fußabdruck zu verringern. Neben anderen Fortschritten bei der Fertigung war LiDestri das erste Unternehmen, das ein so genanntes „lebendes Glas“ verwendete, ein bruchsicheres, BPA-freies Kunststoffmaterial, das leichter und zu 100 % recycelbar ist. Und die Vorteile dieser Innovation sind den Kunden nicht verborgen geblieben. Sie stärkte die Kundentreue und das Vertrauen der Kunden in das Unternehmen.

ESG und insbesondere Nachhaltigkeit schaffen auch Gelegenheiten für neue Einnahmequellen. Erneuerbare Energie ist beispielsweise ein zentraler Schwerpunkt eines führenden Erdöl- und -gasunternehmens, das sich für den Aufbau einer sauberen Energiewirtschaft einsetzt. Während der Energiebedarf steigt, nutzt dieser Kunde von Oracle sein auf Erdgas fokussiertes Geschäft, um den CO₂-Ausstoß zu reduzieren, und investiert in alternative Energiequellen wie Solar- und Windenergie. Das Unternehmen verlässt sich auf Oracle Cloud als Technologie-Rückgrat zur Verknüpfung seiner Finanz- und Lieferkettenvorgänge. Mit einer ganzheitlichen Übersicht und einem einheitlichen Datenmodell kann das Unternehmen fundiertere Entscheidungen treffen und die vollständigen Auswirkungen dieser Entscheidungen auf das gesamte Unternehmen verstehen.

Ein Umstieg auf die Cloud ist nicht nur eine kostengünstigere Lösung für die Verwaltung Ihrer Geschäftsanwendungen, sondern auch eine energieeffizientere. Laut einer [Studie von Accenture](#) können Unternehmen ihren Energieverbrauch um 65 % und den CO₂-Ausstoß um mindestens 84 % reduzieren.

IDC-PROGNOSE

Bis 2024 werden zwei Drittel der weltweit tätigen Unternehmen ihre Diversitäts-, Gleichstellungs- und Inklusionsperformance mithilfe von ESG-Metriken und -KPIs messen.

[„The Agility Imperative: Technology’s Role in Finance and Operations“](#) März 2022



Um den Erfolg neuer Geschäftsmodelle und anderer ESG-Initiativen zu maximieren, müssen Finanz- und Supply Chain-Führungskräfte strategische Investitionen tätigen, um:

- **steuerlich verantwortungsbewusst mit ESG-Prioritäten umzugehen.** Da einige ESG-Investitionen keinen unmittelbaren Umsatz generieren, hat Cash Management nun einen noch höheren Stellenwert. Fortschrittliche Technologien bieten aussagekräftige Echtzeiteinblicke in Ihre Liquiditätslage und Prognosen zu dieser. Eine einheitliche Cloud-Lösung ist für eine wirklich ganzheitliche Übersicht unerlässlich. Sie integriert Finanzdaten in ERP- und externe Datenquellen, um kontinuierlich Cash-Prognosen zu erstellen.
- **Finanz-, Nachhaltigkeits- und D&I-Reporting zu integrieren.** Da Aufsichtsbehörden, Investoren und andere zunehmend Ihre ESG-Praktiken einsehen wollen, müssen Sie in der Lage sein, KPIs wie Mitarbeitervielfalt, CO₂-Fußabdruck und ethische Beschaffung sowohl intern als auch extern zu verfolgen und darüber zu berichten. Auch hier ist eine ganzheitliche Betrachtung der Daten unerlässlich, damit eine Single Source of Truth zur Verfügung steht.
- **den CO₂-Fußabdruck Ihrer LKW und anderer Transportmittel zu verstehen.** Da die Lieferkette eines Unternehmens oft mehr als 90 % seines CO₂-Fußabdrucks ausmacht, sollte die Transporteffizienz ein kritischer Schwerpunkt sein – wie auch Tetra Pak im Rahmen seiner Bemühungen, bis 2030 klimaneutral zu werden, entdeckte. Das Lebensmittelverpackungs- und -verarbeitungsunternehmen implementierte das Cloud-Transportmanagementsystem, um einen besseren Einblick in seine Logistik und Lieferkette zu erhalten. Das Unternehmen kann damit seine Umweltbelastung erheblich reduzieren, indem es den Güterverkehr konsolidiert sowie die Fahrzeugauslastung und die Routenplanung verbessert.
- **für eine nachhaltige Zukunft zu planen.** Bei der Planung der nachhaltigen Zukunft Ihres Unternehmens geht es nicht nur darum, sich Ziele zu setzen. Es geht darum, wie Sie den Fortschritt dieser Ziele messen und sicherstellen können, dass Ihre Pläne realistisch und erreichbar sind. Szenariomodellierung und Was-wäre-wenn-Analysen bieten Betriebsplanern und ESG-Dateneigentümern die Flexibilität, Skalierbarkeit und Verantwortung, die sie für die Planung benötigen, und gleichzeitig auch die erforderliche Transparenz und Kontrolle für das externe Reporting.

Oracle Kunden wie Tetra Pak und LiDestri veranschaulichen die Ergebnisse der McKinsey-Umfrage ziemlich gut: Unternehmen, die einen Mehrwert aus Nachhaltigkeitsprogrammen generieren, schaffen das, weil sie sich strategische Prioritäten setzen, diese verfolgen, eine Roadmap mit messbaren Zielen erstellen und verstehen, welche Praktiken sich positiv auf ihre Finanzen auswirken. Mit anderen Worten: Ein ESG-Engagement kann nicht oberflächlich sein, sondern muss als Priorität konsequent angegangen werden.

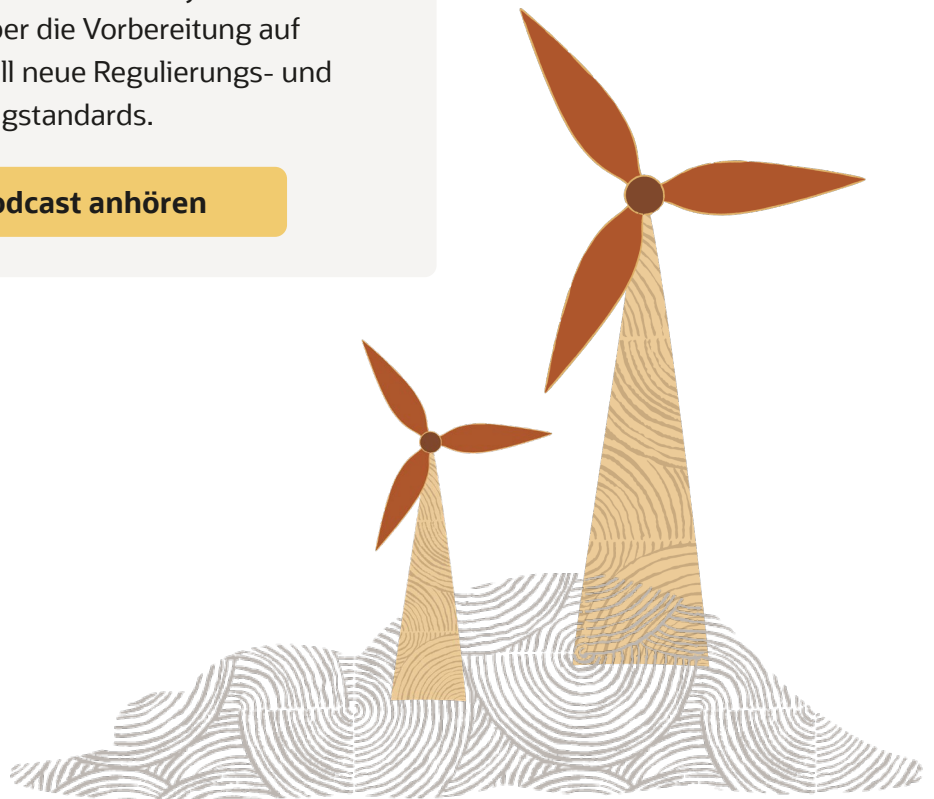


JETZT ANHÖREN: The General Ledger-Podcast (21 Minuten)



Jon Chorley, Chief Sustainability Officer von Oracle, spricht über den Aufschwung und die Bedeutung von Corporate Sustainability und ESG sowie über die Vorbereitung auf potenziell neue Regulierungs- und Reportingstandards.

Podcast anhören



3

Unterbrechungen in der Lieferkette antizipieren und darauf reagieren

Während die COVID-19-Pandemie Lieferkettenprobleme zwar in die Öffentlichkeit rückte, sind Unterbrechungen der Lieferkette nichts Neues. Unternehmen schlagen sich bereits seit Jahrzehnten damit herum – von der Ölkrise der 1970er-Jahre bis zur Frachtkapazitätskrise 2018. Unterbrechungen treten häufig auf und können alle möglichen Ursachen haben – von externen Faktoren wie Naturkatastrophen, Streiks, Hafenstaus und Lieferantenkonkursen bis hin zu den zuvor diskutierten Herausforderungen beim Mitarbeiterengagement wie Personalengpässen und unzufriedenen Mitarbeitern.

Verbraucher wissen zwar, dass Lieferketten komplex sind, das macht sie bei Problemen aber trotzdem nicht geduldiger oder einfühlsamer. Wenn es Organisationen nicht gelingt, ihre Probleme zu überwinden oder sofort zu handeln, wenn diese auftreten, werden sie Gewinneinbußen hinnehmen müssen. Etwa 84 % der [befragten Amerikaner](#) sagen, dass sie bei Verspätungen ihre Bestellung stornieren würden, und 80 % würden bei Verspätungen überhaupt nichts mehr von dieser Marke kaufen.

Da so viel auf dem Spiel steht, müssen Unternehmen konventionelle Lieferkettenansätze und -technologien neu bewerten. Die richtigen Tools können Ihnen helfen, Störungen vorzubeugen oder schnell umzuschwenken, wenn etwas Unvorhergesehenes eintritt, und gleichzeitig die Kosten zu minimieren und Ihre wertvollsten Kunden innerhalb der Bestandsbeschränkungen zu priorisieren.

Nehmen wir zum Beispiel [Western Digital](#) her, das weltweit größte Unternehmen für Datenspeicherung und Netzwerkinfrastruktur. Seine Entscheidung, auf eine cloudbasierte, einheitliche Finanz- und Lieferkettenplattform umzusteigen,

war ausschlaggebend für seine schnelle Reaktionsfähigkeit, als die Pandemie begann. Angesichts einer dramatischen Zunahme der Online-Aktivitäten skalierte Western Digital schnell auf das 15-fache des Volumens von vor COVID, um seinen Kunden auch aus dem Homeoffice einen hervorragenden Service bieten zu können. Trotz der anhaltenden Instabilität der Lieferkette kann das Unternehmen deshalb nun schnell und effizient planen und Lieferungen von einem Lieferanten zu einem anderen oder von einem Standort zum anderen umleiten, je nach den unmittelbaren Prioritäten.

Schnelligkeit ist auch für die [MTN Group](#) ausschlaggebend. Das größte Mobilfunkunternehmen Afrikas bedient 280 Millionen Abonnenten in 21 Ländern. Das Unternehmen muss permanent in der Lage sein, schnell zu reagieren, um seinen Mitbewerbern voraus zu bleiben. Allerdings wurde es durch begrenzte Transparenz in der Lieferkette, ständige Verzögerungen und Fehler sowie

AUF EINEN BLICK: Das sagen Kunden über Lieferkettenunterbrechungen

Heutzutage denkt fast jeder beim Kauf auch an die Lieferkette. Das tun auch 91 % der Amerikaner laut unserer [aktuellen Umfrage](#).

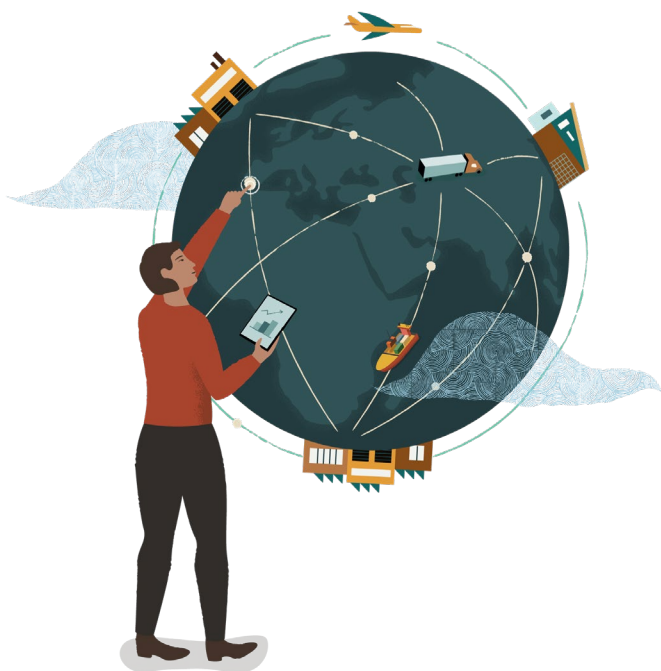
- **87 % sahen sich im Vorjahr** mit Lieferkettenproblemen konfrontiert.
- **84 % gaben an, Verzögerungen** könnten dazu führen, dass sie eine Bestellung stornieren.
- **80 % der Befragten gaben an**, dass sie, wenn es bei ihren Bestellungen zu Verzögerungen kommt, überhaupt nichts mehr von diesen Marken kaufen.

Unterbrechungen in der Lieferkette antizipieren und darauf reagieren (Fortsetzung)

kostspielige manuelle Geschäftssysteme ausgebremst. Um Produkte und Dienste von mehr als 15.000 Anbietern auf der ganzen Welt schnell und effizient zu beziehen, automatisierte und digitalisierte MTN seine Supply Chain-Prozesse auf einer einzigen Supply Chain Management-Plattform. Nach der Implementierung der Oracle Fusion Cloud Supply Chain Management-(SCM-)Anwendungen verkürzte MTN die Beschaffungszyklen um 33 Tage, gewann vollständige Transparenz über seine globale Lieferantenbasis, vereinfachte die Aufnahme von Lieferanten und verbesserte die allgemeine Widerstandsfähigkeit der Lieferkette.

Western Digital, MTN Group und andere zukunftsorientierte Unternehmen sind die Vorreiter neuer, agilerer Best Practices für eine Umgebung, in der ihre Lieferketten sich ständig weiterentwickeln müssen. So müssen sie:

- **auf Unterbrechungen vorbereitet und reaktionsbereit sein.** Durch die Verbindung Ihrer Logistiksysteme mit dem IoT können Sie den Standort jeder Sendung in Ihrer Lieferkette in Echtzeit verfolgen. Mit Chatbots und digitalen Assistenten erhalten Sie Echtzeit-Updates und setzen alternative Maßnahmen, wenn ein Paket auf ein Hindernis trifft. Im Falle einer Naturkatastrophe oder eines anderen unerwarteten Ereignisses können Sie die Modellierung des Logistiknetzwerks nutzen, um Szenarien auszuführen und Ergebnisse miteinander zu vergleichen, um die beste Vorgehensweise zu bestimmen. Wenn Sie auch noch maschinelles Lernen hinzufügen, lernt Ihr Logistiksystem regelmäßig dazu und wird im Laufe der Zeit intelligenter. So können Sie Transitzeiten besser vorhersagen und die Kosten ungeplanter Verzögerungen reduzieren.
- **die tatsächlichen Anlieferungskosten Ihrer Produkte verstehen.** Für einen echten Einblick in die Rentabilität und das Kostenmanagement auf Produktebene ist es unerlässlich, eine transparente Prognose für die gesamte GuV bis hin zur SKU-Ebene zu erstellen. So kann [Kraft Heinz](#) zum Beispiel schnell erkennen, wie sich der Markt verändert, und sofort



Laut einer IDC-Umfrage konzentrieren sich 70 % der Unternehmen auf die Verbesserung der Lieferkettentransparenz, und 80 % suchen nach Lösungen zur Steigerung der Agilität.

[„The Agility Imperative: Technology’s Role in Finance and Operations“](#) März 2022

Unterbrechungen in der Lieferkette antizipieren und darauf reagieren (Fortsetzung)

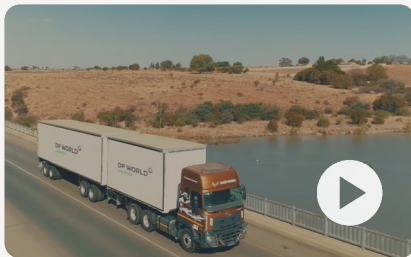
auf neue Produkte und Angebote reagieren. Außerdem kann sein Finanzteam schnellere, ganzheitlichere und detailliertere Einblicke in Absatzprognosen, in tatsächliche Ergebnisse sowie in Logistik- und Fertigungskosten liefern.

- **die Schwachstellen Ihrer Lieferkette beseitigen.** Diversifizieren Sie Ihre Beschaffungsstrategie für den Fall, dass es zu Verzögerungen oder Insolvenzen von Lieferanten kommt. Beurteilen Sie Lieferanten, und minimieren Sie Unterbrechungen durch strukturierte Bewertungen, die Risikoattribute, behördliche Zertifizierungen, Kompetenzen und Nachhaltigkeitspraktiken umfassen.
- **vorausschauende Instandhaltung anstelle von reaktiven Fixes durchführen.** Mit Echtzeit-Alerts können Sie potenzielle Probleme durch den Einsatz von Analysen, IoT und anderen Industry 4.0-Funktionen lösen. [Eine Studie von Deloitte](#) hat gezeigt, dass Ausfälle so um 70 % reduziert, Wartungskosten um 25 % gesenkt und die Betriebszeit von Geräten um bis zu 20 % erhöht werden können.
- **Spitzenkräfte finden und einstellen.** Da Ihre Mitarbeiter die Effektivität der Lieferkette direkt beeinflussen, müssen Sie das Personal mit den richtigen Qualifikationen, Lizenzen und Zertifizierungen zum richtigen Preis einstellen. Eine Recruiting-Lösung, die KI nutzt, kann Ihnen helfen, bestimmte Fähigkeiten schneller zu finden und Bewerbern eine „Easy Apply“-Funktion zu bieten, die eine Bewerbung in nur wenigen Schritten möglich macht.

Obwohl die Pandemie weiterhin globale Lieferketten an ihre Grenzen treibt, veranschaulicht die Art und Weise, wie Organisationen darauf reagieren, die Kraft der Cloud-Technologien bei der Bewältigung von Disruption – von der Erleichterung der Telearbeit bis hin zur Beschleunigung der Reaktion auf schwankende Verbrauchieranforderungen. Dieser Paradigmenwechsel – und die Notwendigkeit einer fortlaufenden Resilienz der Lieferkette angesichts der anhaltenden Veränderungen – wird uns auch weiterhin erhalten bleiben. Künftig werden Führungskräfte jedoch die Gelegenheit ergreifen, klügere Entscheidungen zu treffen.



JETZT ANSEHEN: Erkenntnisse von DP World und Oracle (44 Minuten)



Führungskräfte von DP World und Oracle suchen nach Lösungen für eine bessere Lieferkettenresilienz.

Jetzt Einblicke erhalten



Vier Ansätze, mit denen Supply Chain-Führungskräfte Veränderungen in Chancen umwandeln können

Kunden haben nicht nur wenig Geduld für Fehler oder Verzögerungen, sie erwarten auch mehr vom Käuferlebnis selbst. Sie wünschen sich mehrere Einkaufsoptionen, sowohl in Bezug auf den Ort, an dem sie einkaufen (Online- oder physische Shops, Direktverkäufer), als auch, wie sie einkaufen (Käufe vs. Abonnements und andere „As-a-Service“-Modelle). Außerdem möchten sie wissen, wo sich ihre Lieferung gerade befindet, und zwar auf Schritt und Tritt.

Die Unternehmen von heute müssen ihre gesamte Geschäftskultur weiterentwickeln, um langfristige Kundenbeziehungen zu unterstützen und zu pflegen, und Technologie steht im Mittelpunkt dieses Wandels. Cloubasierte Supply Chain-, Finanz-, Kundenerlebnis- und Analyseanwendungen bieten fortschrittliche Funktionen für Unternehmen:

- **Bieten Sie Ihren Kunden ein müheloses Erlebnis.** Dafür müssen Auftragserfassungs-, Auftragskonfigurations-, Bestandstransparenz-, geplante Fulfillment-, Versand- sowie Rücksendungsprozesse vereinfacht werden, sodass Einkäufer Bestellungen so schnell wie möglich abschließen, erhalten und stornieren können.
- **Versenden Sie Auftragsaktualisierungen bei jedem Schritt des Kaufs.** Durch die Optimierung des Auftragsmanagements können Verkäufer Echtzeiteinblicke bieten, den Lieferfortschritt teilen und negative Überraschungen bei Verzögerungen oder anderen unvorhergesehenen Problemen vermeiden.
- **Entdecken Sie die grundlegenden Treiber der Lieferkette.** Mit Advanced Analytics können Sie Ihre Effizienz steigern, Kosten

senken und die Kundenzufriedenheit gewährleisten.

- **Geben Sie einen Ansprechpartner an.** Wenn Systeme mit einem gemeinsamen Datenmodell für ERP, Lieferkette und CX vereinheitlicht werden, können Kunden Antworten auf all ihre Fragen an einem Ort erhalten. Dieser Ort dient auch als zentraler Hub für Bestellinformationen über alle Kontaktpunkte hinweg, einschließlich Online, Verkaufsstellen und Vertriebsaußendienst.
- **Verbessern Sie die Produktqualität kontinuierlich.** Lösungen wie Software für Produktlebenszyklusmanagement können Feedback zu Produktfehlern in den Bereichen Design, Beschaffung, Bestand, Fertigung und Außendienst sammeln, um Qualitätsmängel schnell aufzudecken und zu beheben.

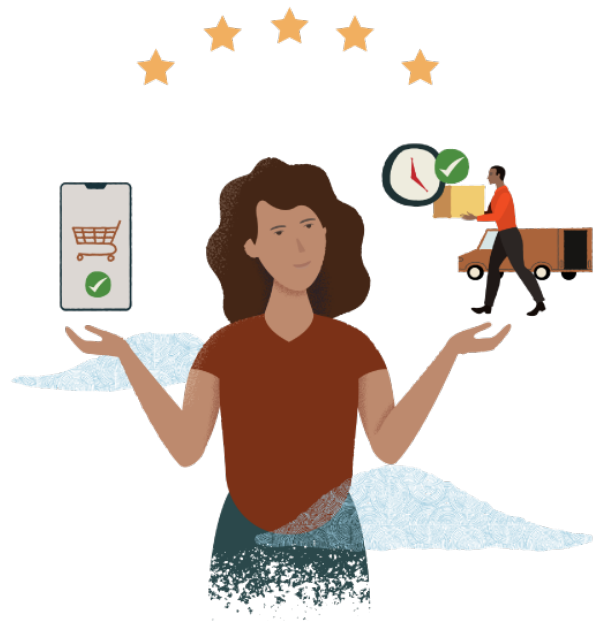
AUF EINEN BLICK: Was braucht man alles, um wertvolle Kunden zu binden?

In einer neuen [Oracle Umfrage](#) sprechen mehr als 1.000 US-Verbraucher über die Erwartungen an ihre Lieblingsmarken.

- **94 % möchten, dass Unternehmen aktiver werden,** um ihre Sorgen bezüglich Lieferkettenunterbrechungen zu lindern.
- **78 % wären eher bereit,** bei einem Unternehmen einzukaufen, das seine Lieferkette mithilfe von KI verwaltet.
- **39 % möchten wann immer möglich in der Lage sein,** vorzubestellen.
- **21 % haben vor, eher Abos/Services/ Erfahrungen als physische Produkte zu kaufen.**

Unter Berücksichtigung der vorstehenden Ausführungen stellt das in Philadelphia ansässige Unternehmen [goPuff](#) Technologie in den Mittelpunkt seiner aggressiven Wachstumsstrategie. Das Unternehmen, das in mehr als 1.000 Städten Lebensmittel und Getränke, Reinigungsmittel, Haushaltswaren, rezeptfreie Medikamente und vieles mehr an Kunden ausliefert, tätigte im Rahmen seiner aggressiven Wachstumsstrategie kürzlich eine Übernahme in Höhe von 350 Millionen US-Dollar. GoPuff fehlte eine nahtlose Verbindung zwischen seinen Bestands-, Einkaufs-, Supply Chain-Management- und Performance-Management-Prozessen. Außerdem wollte das Unternehmen sicherstellen, dass sich seine IT-Mitarbeiter auf die Verbesserung des Kundenerlebnisses konzentrieren können, anstatt sich mit der Verwaltung, den Patches und den Upgrades der Backend-Finanz- und Lieferkettensysteme herumzuschlagen. Mit seinen Finanz- und Lieferkettenprozessen in der Cloud muss goPuff all das nun nicht mehr selbst verwalten, und die neuesten Verbesserungen werden automatisch und häufig bereitgestellt.

Im Rahmen einer IDC-Umfrage gaben 65 % der Befragten an, dass Initiativen zur Verbesserung des Kundenerlebnisses zu höheren Gewinnmargen oder einer verbesserten Markenreputation führten.



[„The Agility Imperative: Technology’s Role in Finance and Operations“](#) März 2022

Andere Unternehmen konnten sich durch die Einführung von servicebasierten und Abonnement-Geschäftsmodellen weiterentwickeln, die wiederkehrende Einnahmequellen bieten und den Wunsch der Verbraucher erfüllen, nur das zu kaufen, was sie brauchen, wann und wie sie es brauchen. Viele Fitnessgerätehersteller haben beispielsweise Streaming-Kurse auf Abruf in ihr Angebot aufgenommen. Abonnement-Geschäftsmodelle boomten während der Pandemie, als die Menschen anfangen, wiederkehrende Bestellungen aufzugeben. Untersuchungen des [Subscription Economy Index](#) zeigen, dass der Abonnement-Geschäftsumsatz in den letzten zehn Jahren um 437 % gestiegen ist.

Darüber hinaus ist die Personalisierung ausschlaggebend. Verbraucher möchten in der Lage sein, das gewünschte Angebot selbst genau zu konfigurieren. Sie wollen sich nicht auf vorkonfigurierte Bundles beschränken. Dieser Wunsch bietet einerseits Chancen, andererseits kann er jedoch auch den Kaufprozess komplizieren, da Unternehmen sich schwertun, komplexe Produkt- und Servicekonfigurationen zu planen, zu verwalten und zu fakturieren.

Vier Ansätze, mit denen Supply Chain-Führungskräfte Veränderungen in Chancen umwandeln können

Alle Kundenerwartungen übertreffen (Fortsetzung)

Das war auch bei [Srixon/Cleveland Golf](#), der Fall, wo konfigurierbare Aufträge 20 % des Geschäfts ausmachten. Der Hersteller von Golfausrüstung unterstützt ein breites Spektrum an Produkten mit einzigartigen Teilen und Materialien. In der Vergangenheit hatten seine Mitarbeiter Schwierigkeiten, Kunden genaue, zuverlässige Produktinformationen und Liefertermine zu übermitteln, da sie große Mengen an Daten zu Artikeln und Teilen manuell zusammenführen mussten. Durch den Wechsel zu einer cloudbasierten Auftragsmanagementlösung automatisierte das Unternehmen diesen Prozess, sodass sich die Mitarbeiter nun auf die Bereitstellung besserer Kundenerlebnisse konzentrieren können. Außerdem verbesserten sich dadurch auch die Lieferzeiten: „Eine Sache, auf die wir wirklich stolz sind, ist, dass wir bereits einen Anstieg von 81,5 % bei unseren termingerechten Lieferungen verzeichnet haben“, so Charles Chamberlain, Srixon/Cleveland Golfs Director of IT.



SCHNELLSUCHE: Innovation von Geschäftsmodellen begrüßen

Erfahren Sie, wie integrierte Cloud-Anwendungen neue Geschäftsmodellinnovationen vorantreiben, einschließlich Serviceabonnementsangeboten.

Infografik ansehen



Zusammenfassung

Letztendlich werden Unternehmen, die den Wandel direkt in Angriff nehmen, auch die sein, die ihn am erfolgreichsten bewältigen. Die oben genannten Oracle Kunden und viele andere Organisationen wie Ihre nutzen vernetzte Cloud-Anwendungen, um für mehr Übersicht Datensilos zu eliminieren, unterschiedliche Lösungen für die Effizienz von Prozessen zu zentralisieren und alltägliche Aufgaben zu automatisieren, damit sie mehr Zeit in strategische Prioritäten investieren können.

Sie können diese Anwendungen in Ihrem eigenen Tempo bereitstellen und nach Bedarf neue Lösungen hinzufügen – von Planungssoftware über Buchhaltungstools bis hin zu erweiterter Logistik. Technologieupdates werden in regelmäßigen Abständen bereitgestellt, damit Sie Ihre Best Practices kontinuierlich weiterentwickeln und Ihre Kunden innovativer bedienen können – das Markenzeichen der Neudefinition von Best Practices.

Egal ob Sie erstklassige Mitarbeiter aufbauen, Unterbrechungen einen Schritt voraus bleiben oder nachhaltiger werden wollen – Oracle kann Ihnen dabei helfen, sich weiterzuentwickeln. Oracle Cloud ist eine vollständige SaaS-Suite mit vollständig vernetzten Anwendungen für Enterprise Resource Planning, Enterprise Performance Management, Supply Chain Management, Human Capital Management und Customer Experience. Eine enge Integration ermöglicht eine einheitliche Planung und Abwicklung in Ihrem gesamten Unternehmen, damit Sie schneller Entscheidungen treffen, Pläne anpassen und Ihre Leistung in Zeiten des Umbruchs steigern können.

Das Tempo dieses Wandels wird in absehbarer Zeit nicht nachlassen. Mit der richtigen Technik werden Sie jedoch in der Lage sein, den Wandel in eine wertvolle Chance umzuwandeln.



Erfahren Sie mehr über die wichtigsten Funktionen, mit denen Sie das „Beste“ in einer Welt des Wandels neu definieren können

[Playbook anfordern](#)



Entdecken Sie neue Studien, Erfolgsgeschichten und zusätzliche Ressourcen

[Seite besuchen](#)

Copyright (c) 2022, Oracle und/oder verbundene Unternehmen. Dieses Dokument dient ausschließlich zu Informationszwecken. Änderungen vorbehalten. Es besteht keine Garantie, dass dieses Dokument fehlerfrei ist, und es werden keine weiteren Garantien oder Bedingungen gewährt, weder ausdrücklich noch stillschweigend, einschließlich der stillschweigenden Garantien und Bedingungen der Marktgängigkeit oder Eignung für einen bestimmten Zweck. Wir lehnen ausdrücklich jegliche Haftung für dieses Dokument ab, und es entstehen weder direkt noch indirekt vertragliche Verpflichtungen aus diesem. Dieses Dokument darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung weder elektronisch noch physisch für irgendeinen Zweck vervielfältigt oder übermittelt werden.

Oracle, Java und MySQL sind eingetragene Marken von Oracle und/oder ihren verbundenen Unternehmen. Weitere Namen können Marken ihrer jeweiligen Inhaber sein.

