

Industrieunternehmen: Der Weg von Komplexität zu Klarheit

Wie Führungskräfte von Industrieunternehmen mit Daten ihre vier komplexesten Herausforderungen bewältigen.



Einleitung

Führungskräfte von Industrieunternehmen stehen heutzutage unter großem Druck. Ihre Aufgabe ist es, die Risiken komplexer Lieferketten zu erfassen und zu minimieren, die weit über den Rahmen ihres eigenen Unternehmens hinausgehen, und gleichzeitig Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Und Sie müssen durch entsprechende Unterstützung den Erfolg ihrer Teams und die Bindung der Kunden gewährleisten.

Das ist durchaus herausfordernd und so stellt sich die Frage, wie Führungskräfte dabei unterstützt werden können. Lassen sich zentrale Entscheidungen auf der Grundlage eines ganzheitlicheren Bildes treffen? Ja, das ist möglich. Können Risiken und Kosten minimiert und gleichzeitig Innovation gefördert werden? Absolut.

Unsere Erfahrungen mit Industrieunternehmen zeigen, dass durch Nutzung der richtigen Daten Fakten für zentrale und gewinnbringende Entscheidungen frei verfügbar werden.

In diesem E-Book berichten wir von einigen dieser Erfahrungen und zeigen einführend, wie durch ein Umdenken bei Daten und durch Partnerschaft mit Tableau die Geschäftstätigkeit transformiert werden kann.

ZENTRALE FAKTOREN:

- 1. Reduktion von Risiken in der Lieferkette**
- 2. Förderung von Nachhaltigkeit durch Reduktion von Ineffizienz und Verlusten**
- 3. Befähigung erfolgreicher Mitarbeiter**
- 4. Kundenerlebnis als Wettbewerbsvorteil**

93 %

der Verantwortlichen für Lieferketten haben angegeben, dass sie Schritte planen, um Ihre Lieferketten sicherer zu machen.

Durch die neuen Anforderungen für intelligente Produktion und Geschäftsmodelle benötigen Führungskräfte eine bessere Informationsbasis.

Für einen Erfolg unter diesen Bedingungen müssen Führungskräfte der C-Ebene zielgerichtet als Protagonisten des Wandels agieren.

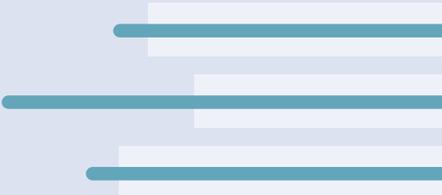
Quelle: [KPMG](#)

Reduktion von Risiken in der Lieferkette

Es ist weitgehend unbestritten, dass der fehleranfälligste Teil des Fertigungsprozesses die Lieferkette ist. Die Vielzahl der damit verbundenen Elemente und Variablen bedeutet auch eine Vielzahl von potenziellen Fehlerquellen. Wenn dann tatsächlich eine Störung auftritt, müssen Sie ausreichend agil sein, um schnell darauf reagieren und die richtige Lösung finden zu können.

Risiken sind bei Lieferketten letztlich unvermeidlich. Die Frage ist, ob sie ermittelt werden können, bevor sie tatsächlich zu Problemen führen.

Aufgrund der Vielzahl beweglicher Komponenten wird für Lieferketten naturgemäß eine große Menge an Daten generiert. Diese Daten sind der Schlüssel für das Aufspüren von Risiken, die andernfalls unentdeckt bleiben. Eine durchgehend transparente Lieferkette gibt Ihnen die Möglichkeit, sowohl Risiken zu ermitteln als auch die potenziellen Auswirkungen von Entscheidungen zu prüfen, bevor sie in die Praxis umgesetzt werden.

Four horizontal lines of varying lengths and colors (white and teal) stacked vertically in the top right corner.

79 %

der Unternehmen mit hochleistungsfähigen Lieferketten erzielen ein größeres Umsatzwachstum als der Durchschnitt der Branche.

Quelle: [LogisticsBureau](#)



RISIKEN VON LIEFERKETTEN

Kundenerfolgsbericht: SCHAEFFLER



PROBLEM:

Für alle Industrieunternehmen weltweit hat die Covid-19-Pandemie zu einer einzigartigen Häufung von Problemen geführt, die die meisten von uns so nicht erwartet haben. Als Hersteller von Präzisionslagern für die Auto- und Luftfahrtindustrie beruht die Reputation der Schaeffler Group auf Sorgfalt und Genauigkeit. Als neue Herausforderung musste Schaeffler deshalb ermitteln, welche Warenlager davon am meisten betroffen sind, um die Folgen für die Lieferkette aufzufangen.



LÖSUNG:

Da die komplexe Lieferkette von Schaeffler auf schnell verfügbaren und präzisen Daten beruht, ermittelte das Business Intelligence-Team in einem ganzheitlichen Ansatz die Risiken, um die damit verbunden sind. Mithilfe von Tableau wurden Daten zu Verbreitung und örtlichem Auftreten von Covid-19 mit den eigenen Lieferkettendaten verknüpft. Dadurch konnte Schaeffler vorab potenzielle Fabrikschließungen und Produktionsunterbrechungen ermitteln und die erforderlichen Schritte zur Minimierung dieses Risikos in die Wege leiten.



ERGEBNISSE:

Durch die Klarheit, die die Verknüpfung der beiden Datenbestände geschaffen hat, konnte Schaeffler dem Risiko vorbeugen und seine Lieferkette trotz der Beeinträchtigungen durch die Pandemie aufrechterhalten. Zeit war ein kritischer Faktor und die Reaktion wurde innerhalb von nur 48 Stunden auf den Weg gebracht.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

Die Prozessreaktion auf Covid 19 erfolgte innerhalb von

48 h.

„Blitzschnelle Reaktion in einer komplexen, vernetzten und dynamischen Welt!“



ANAS AL-REZ
Business Intelligence Lead,
Schaeffler

Förderung von Nachhaltigkeit durch Reduktion von Ineffizienz und Verlusten

Nachhaltigkeit ist für Industrieunternehmen nicht mehr nur ein „Nice to have“, sondern ein absolutes Muss. Das betrifft nicht nur die Kunden, die immer mehr nachhaltige Produkte und Verpackungen verlangen. Mit steigenden Kosten für Rohmaterial und Energie ist eine erhöhte Nachhaltigkeit bei Industrieunternehmen auch eine finanzielle Notwendigkeit.

Die globale Lieferkette zeichnet sich allerdings durch große Ineffizienzen aus. Die Industrieproduktion trägt über 50 % zum weltweiten Bruttosozialprodukt bei. In diesem Sektor wird von jedem ausgegebenen US-Dollar 20 % ineffizient verwendet. Das heißt: 10 % von dem, was weltweit hergestellt wird, geht aufgrund von Ineffizienz und Verlusten verloren.

Nachhaltigkeit ist deshalb auch aus geschäftlichen Gründen sinnvoll, da es hilft, Verluste zu vermeiden. Deshalb muss der Schwerpunkt auf der Reduktion von Kosten und Verbesserung der Effizienz im gesamten Unternehmen liegen. Industrieunternehmen müssen sich dafür an den wirklich relevanten Metriken für Nachhaltigkeit orientieren. Dazu gehören vor allem Output, Effizienz, Betriebszeit und Markteinführungszeit. Dazu sind selbstverständlich Daten erforderlich, glücklicherweise Daten, die Sie ziemlich sicher bereits erfassen. Und genau diese Daten können, wenn sie richtig angewendet werden, bei der Ermittlung von Ineffizienzen, der Realisierung von Kosteneinsparungen und der Einhaltung von Verpflichtungen wie z. B. bei der CO₂-Bilanz Ihres Unternehmens helfen.



96 %

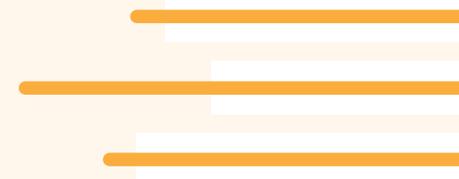
der 100 weltweit größten Unternehmen orientieren sich an Nachhaltigkeit.

Industrieunternehmen verschwenden **10 %** des jährlichen weltweiten Bruttosozialprodukts.

Quelle: [KMPG](#)

Mit Big Data konnte ein Anstieg von **8 %** beim Gewinn und eine Verringerung von **10 %** der Kosten erreicht werden.

Quelle: [Bi-Survey.com](#)



Kundenerfolgsbericht:



PROBLEM:

Bei einem weltweit führenden Chemie- und Konsumgüterunternehmen sind die Geschäftsprozesse nicht immer alle effizient. Bei Henkel gab es zudem das Problem, dass die Analytics-Tools eigentlich nur für einfache Aufgaben geeignet waren. Schon für die Frage, wo Einsparungen in diesem enorm komplexen Unternehmen möglich sind, war ein ganz spezielles Vorgehen erforderlich.



LÖSUNG:

Henkel verwendet Tableau zum Erstellen einer einheitlichen Datenquelle, auf die jeder im Unternehmen für Daten aus einer Reihe vorhandener Datenquellen – Dremio, Oracle und Excel-Cubes – zugreifen und sie nutzen kann. Dadurch hat jeder im Unternehmen die Möglichkeit, Daten auf seinen Verantwortungsbereich anzuwenden.



ERGEBNISSE:

Im Ergebnis konnten Energie und Kosten in Höhe von über 4 Millionen € eingespart werden. Dadurch wurde der Energieverbrauch in der globalen „Laundry & Home Care“-Lieferkette um 20 % gesenkt und die Effizienz der Produktionsanlagen wurde insgesamt um über 10 % gesteigert.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

In 2019 hatte Henkel Energie- und Kosteneinsparungen in Höhe von

4 Mio. €

20 %

weniger Energieverbrauch in der „Laundry & Home Care“-Lieferkette seit 2013

„Je höher die Präzision, die wir mit unseren Daten erreichen können, desto wahrscheinlicher finden wir heraus, wo Einsparungen möglich sind.“



DR. JOHANNES HOLTBRUEGGE
Senior Manager Transformation
Henkel Laundry & Home Care

Befähigung erfolgreicher Mitarbeiter

Führungskräften ist bewusst, dass die große Mehrheit ihrer Mitarbeiter das Beste aus ihren Fähigkeiten machen möchte.

Mitarbeiter sind grundsätzlich an spannenden Aufgaben interessiert, die auch Herausforderungen mit sich bringen können. Darüber hinaus möchten Sie natürlich auch in ihrer Karriere vorankommen. Überholte Prozesse und veraltete Systeme können dabei hinderlich sein. Diese Prozesse, die sich meist über eine gewisse Zeit etabliert haben, werden oft länger nicht überprüft. Unterschiedliche Abteilungen und Geschäftsbereiche arbeiten darüber hinaus manchmal gegeneinander. In vielerlei Hinsicht trägt das Unternehmen oft unbeabsichtigt zu ihrem Scheitern bei.

Da die Fertigung zunehmend serviceorientierter wird, ist es an der Zeit, Daten in Verbindung mit Mitarbeitern neu zu betrachten und zu verstehen. Progressive Industrieunternehmen haben begonnen, Fakten anstelle von Meinungen in den Mittelpunkt der geschäftlichen Diskussionen zu stellen.

Die ungehinderte Verfügbarkeit von Fakten in Unternehmen ist die Voraussetzung dafür, dass alle Mitarbeiter und Führungskräfte auf der gleichen Wellenlänge liegen. Datensilos werden aufgelöst und das Unternehmen erhält sowohl eine einheitliche zuverlässige Datenquelle als auch eine durchgehende Transparenz. Die Führungsebene hat dabei Zugang zum Gesamtbild und kann Daten detailliert aufschlüsseln oder aggregieren, sodass jede Entscheidung sowohl fundiert wie effektiv erfolgt. So stellen Sie sicher, dass wertvolle Mitarbeiter bleiben und mit dem Unternehmen wachsen, da sie das Gefühl haben, dass ihre Entwicklung in guten Händen ist. Von ihrem Einsatz für das Unternehmen ganz zu schweigen.



72 %

der Führungskräfte geben an, dass die Unterstützung der Mitarbeiter durch Daten die Produktivität erhöht hat.

Quelle: [YouGov](#)

92 %

sagen, dass sich langfristig die Qualität der Arbeit verbessert, wenn für Mitarbeiter mit Kundenkontakt mehr datenbasierte Erkenntnisse verfügbar sind.

Quelle: [BusinessWire](#)

Kundenerfolgsbericht: Honeywell



PROBLEM:

Veraltete Systeme und überholte Verfahren können zum größten Leistungshindernis für Teams werden. Im Fall des Global Finance Centre (GFC) von Honeywell haben überholte Verfahren der Datenanalyse dazu geführt, dass es für Extraktion und Transformation von Daten oft Monate dauerte, um auch nur einen Standardvertriebsbericht zu generieren. Dies ist für ein globales Unternehmen mit Produkten von Luftfahrt bis zum Baugewerbe ein großes Problem.



LÖSUNG:

Honeywell hat sein gesamtes Datenmodell geändert, um Selfservice-Analytics zu ermöglichen und Probleme aufgrund von großem Zeitaufwand und fehlender Klarheit zu vermeiden. Mit Tableau-Dashboards ermittelte das Global Finance Centre Einnahmen nach Segment und Kunden, sodass die Führung besser entscheiden konnte, wo sie die Mitarbeiter einsetzt.



ERGEBNISSE:

Die Daten werden nun innerhalb von Stunden und nicht mehr von Monaten analysiert, wodurch Honeywell 10.000 bis 20.000 Personenstunden einspart. Darüber hinaus konnte Honeywell so seine zentralen geschäftlichen Entscheidungen optimieren und die Realisierung seiner Ziele weiter vorantreiben.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

Über 30.000

Benutzer im Unternehmen

Über 10.000

Personenstunden eingespart

„Sie können alle diese Daten nehmen, sie in gute Geschäftserkenntnisse übersetzen und dann mit Ihrer internen Kundengruppe arbeiten, damit sie anhand dieser Erkenntnisse gute Entscheidungen treffen“



PREETHAM SHANBHAG

Executive Director & GM – FP&A Operations & Transformation
Honeywell Technologies Solutions

Kundenerlebnis als Wettbewerbsvorteil

Die Grundlagen der industriellen Fertigung haben sich dauerhaft geändert. In der Vergangenheit stand am Ende des Produktionsprozesses oft eine direkte Transaktion zwischen Kunde und Hersteller. Heute verschwimmen die Grenzen zwischen Produkten und Dienstleistungen.

Käufer verlangen von den Herstellern immer mehr kundenorientierte Dienstleistungen über den eigentlichen Verkauf hinaus. Dieser „Produkt-als-Service“-Ansatz folgt einer Entwicklung, in der das Kundenerlebnis zum neuen Wettbewerbskriterium für Industrieunternehmen wird. Er schafft die Möglichkeit, das Kundenerlebnis zu einem zentralen Alleinstellungsmerkmal zu machen.

Darüber hinaus verlangen B2B-Kunden immer mehr Service und neue Kundenerlebnisse zu ihren bevorzugten Endverbrauchermarken, z. B. im Bereich Entertainment und Einzelhandel aber auch bei Finanzdienstleistungen.

Ansätze wie „Produkt-als-Service“ setzen eine ganzheitliche Betrachtung der Kunden voraus, d. h. es sollten alle über sie verfügbaren Daten genutzt werden. Für ein durchgehend herausragendes Erlebnis, das Kunden bindet, sind Echtzeiterkenntnisse erforderlich. Sie müssen also Ihr Kundenerlebnis an jedem einzelnen Kontaktpunkt analysieren und dabei Problemstellen ermitteln sowie dauerhaft nach neuen Wegen suchen, um Kunden zu begeistern.



86 %

der Hersteller sagen, dass das Kundenerlebnis ein zentraler Wettbewerbsfaktor ist.

Quelle: [Salesforce](#)

Im Bereich des Kundenerlebnisses führende Unternehmen übertreffen Firmen, die hinterherhinken, um fast **80 %**.

Quelle: [Forrester](#)

Eine Steigerung der Kundenbindung um nur **5 %** kann den Gewinn um **25 %** erhöhen.

Quelle: [Bain & Company](#)

Kundenerfolgsbericht:



PROBLEM:

Durch die direkte Verbindung von Fließband zu Showroom ist die Autoindustrie wohl eine der am meisten auf Kundenerlebnis ausgerichteten Branchen. Nissan musste feststellen, dass es angesichts veränderter Märkte und neuer Konsumgewohnheiten nicht mehr so einfach ist, Kunden an sich zu binden. Das Unternehmen schwimmt in Kundendaten, hatte aber Probleme, diese strategisch zu nutzen.



LÖSUNG:

Nissan hat datenbezogene Stellen neu definiert und ein Supportmodell entwickelt, das Datenmanagement, Zertifizierung und Förderung von Benutzern als „Citizen Developer“ priorisiert. Diese Änderung verlangt von der Führungsebene eine entsprechende Orientierung an Daten und ein Verständnis dafür, wie Daten im Unternehmen zur Zielerreichung genutzt werden können.



ERGEBNISSE:

Durch weltweit geteilte Visual Analytics können die Effizienz des Vertriebs, die Produktion, die optimale Fahrzeugbereitstellung, die Online-Kundeninteraktionen und mehr nachverfolgt werden. Damit war Nissan in der Lage, dem Kundenbedarf besser gerecht zu werden und mit einem einheitlichen globalen Ansatz Daten zu erkennen, zu verstehen und zu nutzen.

ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK:

Einsparungen von mehreren Millionen US-Dollar für das Geschäftsergebnis von Nissan

Rückgang von Gewährleistungsansprüchen durch Antizipation von Kundenbedürfnissen und Fahrzeugwartung

„Das durch diese neuartige Nutzung von Daten ausgelöste tiefere Verständnis war die Basis für den digitalen Erfolg von Nissan.“



DANIELLE BERINGER
Regional Data Officer
Nissan North America

Wie Tableau Industrieunternehmen in ganz Europa bei der Gewinnung von Klarheit unterstützt

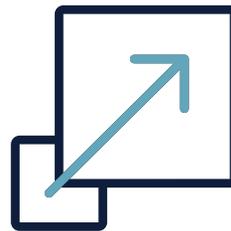
Die Probleme, vor denen Industrieunternehmen stehen, liegen auf der Hand – genauso wie die entsprechende Lösung.

Wenn Sie die Details Ihrer Lieferkette, Ihre Ineffizienzen und Ihre Kunden kennen, werden Ihre Entscheidungen praktische positive Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen haben. **Tableau ermöglicht Transparenz und Klarheit.**



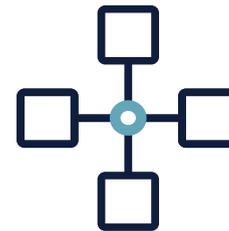
Freier Austausch von Fakten im gesamten Unternehmen

Da Tableau eine Selfservice-Nutzung vom CEO ab ermöglicht, kann jeder Fakten zur Grundlage zentraler geschäftlicher Diskussionen in einer attraktiven visuellen Form machen.



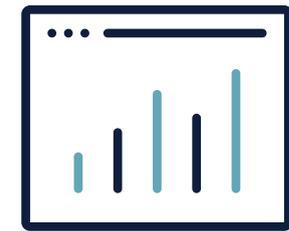
Abstimmung von Aufgaben und Mitarbeitern

Mit Tableau wird eine einheitliche Sprache geschaffen, die das gesamte Unternehmen homogen ausrichtet, unabhängig von dessen Größe und Komplexität.



Auflösung von Datensilos für durchgehende Transparenz

Tableau bietet Führungskräften über eine durchgehende Transparenz und eine einheitliche zuverlässige Datenquelle die Möglichkeit, das Optimale für ihr Unternehmen zu leisten.



Ein Gesamtbild mit allen Aspekten ermöglicht Entscheidungen, die das Gesamtunternehmen im Auge haben

Tableau unterstützt einzelne Abteilungen wie Personalverwaltung, Marketing und Vertrieb für eine erfolgreiche Tätigkeit genauso wie Führungskräfte bei der Beurteilung des großen Ganzen über ein übergreifendes interaktives Dashboard.

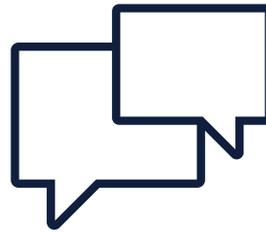
Was sind die nächsten Schritte?

Für jedes Unternehmen gelten für die hier dargestellten vier Problembereiche andere Prioritäten. Wir wollten zeigen, wie verschiedene Firmen diese mit Tableau bewältigen konnten. Vielleicht lässt sich genau das auf Sie übertragen. Dies ist aber nur der Anfang.



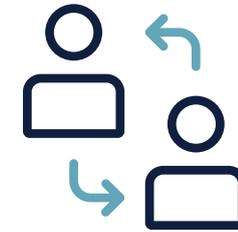
Lernen

Wir laden Sie ein, an unseren Führungskräfte-Briefings oder Webinaren unter tableau.com teilzunehmen. Hier finden Sie eine Fülle an Informationen und Schulungsmöglichkeiten, die zeigen, wie Sie durch Klarheit die Qualität Ihrer geschäftlichen Entscheidungen enorm verbessern können.



Besprechen

Wenn Sie sich direkt darüber austauschen möchten, wie Tableau Sie bei der Lösung Ihrer Herausforderungen unterstützen kann, freuen wir uns auf ein Gespräch mit Ihnen. [Kontaktieren Sie uns einfach](#) und wir vereinbaren einen Termin.



Teilen

Beginnen Sie mit der Zusammenstellung Ihres Teams und beziehen Sie die Führung mit ein. Geben Sie dieses E-Book weiter, initiieren Sie Gespräche und starten Sie durch, um den Weg von der Komplexität zur Klarheit zu ebnen.



www.tableau.com