

Nie war der Bedarf nach Transformation in der Logistikindustrie dringender. Angetrieben vom Tempo der Digitalisierung entsteht eine ganze Palette neuer Möglichkeiten, durch die Kosten reduziert, Produktangebote differenziert und Geschäftsmodelle maßgeblich erneuert werden können. Da innovative Start-Ups die digitale Transformation in der Logistik bisher anzuführen scheinen, müssen traditionelle Firmen ihren wegweisenden Charakter möglicherweise neu festlegen. Neue Geschäftsmodelle basierend auf Big Data, Cloud Services oder Connected Platform Technologien wirbeln das "business as usual" auf und fordern bisherige Marktführer heraus. Transport und Distribution werden beispielsweise mit dem Aufschwung digitaler Märkte oder dem autonomen Transportmanagement konfrontiert.

## Umbruch Traditioneller Geschäftsmodelle.

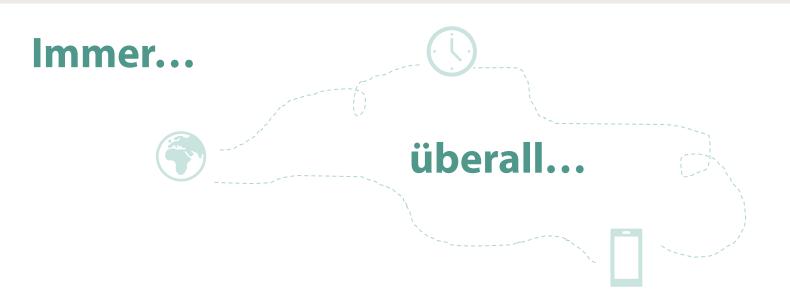
Während sich Logistik-Innovationen in der Vergangenheit meist auf Produktneuerungen fokussierten, legt die Digitalisierung eine starke Betonung auf **Dienstleistungen**. Dies übt einen Einfluss auf so gut wie jeden Bereich des traditionellen Business-Ökosystems großer Logistik-unternehmen aus. Es **fordert nicht nur den Kern des Geschäftsmodells heraus, sondern** zwingt auch Unternehmen dazu, über die Grenzen ihrer Branchen hinauszusehen, um im digitalen Zeitalter mithalten zu können. Daten werden nun zum Unternehmensfokus.

Die **Bedeutung datengetriebener Entscheidungen** nimmt deshalb konstant zu und bietet gleichzeitig Chancen zur Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette. Routenoptimierung in Echtzeit, verbesserte Bedarfsprognosen oder antizipatorischer Versand sind nur einige **Möglichkeiten**, **die Big Data bietet**. Diese sind jedoch nur in Kombination mit intensiven Businessund IT-Anpassungen sowie angemessenen Fähigkeiten in den Bereichen Datenqualität, Wissenschaft, Absicherung, Sammlung und Austausch von Vorteil.

Während Big Data bei der Verbesserung der Kundenzentrierung genutzt werden kann, erhöhen sich auf der Kundenseite die **Erwartungen an Logistikdienstleitungen**.

Echtzeit Status-Tracking von Paketen oder die last-minute Änderung von Abhol-Standorten sind nicht nur ein nettes Feature, sondern werden zunehmend eine Selbstverständlichkeit. Als Antwort auf diese "immer, überall, von allen Geräten aus"-Mentalität wird **Omni-Channel-Logistik eine entscheidende Rolle beim Erzeugen von integrierten Sichtweisen auf alle Kundenkanäle und -inventare spielen.** 

Nahtlose Omni-Channel-Lieferketten bieten schließlich ein immenses Potenzial für Logistikfirmen. Optimierte Inventare oder Agilität in Bezug auf antizipierte Nachfragen sind nur zwei der vielen Beispiele. Letztlich führt alles jedoch dazu, dass Kern-Geschäftsprozesse im Lichte einer integrierten Sichtweise auf Business und IT überdacht werden müssen.



## ... von allen Geräten aus.

Flexibilität, Effizienz und Standardisierung. Neue und innovative Wettbewerber haben ihre Flexibilität und Effizienz besonders in Lagerprozessen stark verbessert. Gleichzeitig werden Marketing und Sales ebenso wie Administration standardisiert, da sich der globale Handel ausweitet und die Komplexität der Geschäftsmodelle mit der ansteigenden Menge an Daten und Technologien zunimmt. Bei dieser Geschwindigkeit fällt es traditionellen Logistikunternehmen jedoch schwer den Überblick zu behalten.

# Unsere vielfältigen Projekte

sind das beste Zeugnis für unsere Kompetenz.

Die Erwartungen an große IT-Programme unserer Kunden aus dem globalen Konzernumfeld und dem großen Mittelstand sind in den vergangenen Jahren mit der zunehmenden Komplexität erheblich gewachsen. Business und IT greifen mehr und mehr ineinander – doch wie können Logistikunternehmen die Anpassung von IT-Programmen an ihre langfristige Geschäftsstrategie und

ihre Umsatzziele managen? Den Überblick zu behalten ist nicht zuletzt deshalb schwierig, weil interne und externe Anforderungen an IT-Programme permanent und teilweise unvorhersehbar auftreten. "Haben wir das angemessene Budget, die Ressourcen und Fähigkeiten, um unser IT-Programm zum Erfolg zu führen?" ist die erste Frage, die sich unsere Kunden stellen.



#### Automobilkonzern

Integrierte
Produktstammdaten
in Entwicklung,
Einkauf,
Produktion und
Vertrieb



#### B2B Handel

Zukunftsfähige und steuerbare IT im Handel und Reduktion von Vendoren-Produkten



#### Heiz- und Klimatechnik

Aufbau und Umsetzung des digitalen Geschäfts- und IT-Transformationsprogramms



#### B2B Baustoffhandel

Aufbau einer strategieorientierten IT-Architektur und Umsetzungs-Roadmap für die langfristige digitale Transformation



#### B2B-Handel

Zukunftsfähige und steuerbare IT im Handel, Reduktion von Vendorenprodukten



Wir beraten Unternehmen bei der Umsetzung ihrer Strategien in nachhaltige IT-basierte Lösungen.

Mit einem differenzierten Serviceportfolio und umfangreichem Partnernetzwerk bieten wir Dienstleistungen an, die von der Zielbilddefinition über Programmsteuerung und Anforderungsmanagement bis zur Organisationsentwicklung reichen.



#### **Gegründet 2008**

Geschäftsführende Gesellschafter: Dr. Bernd Geier Dr. Sinan Perin



#### Team: 50

Diversität im Gesamtteam (m/w): 45/55% 12 unterschiedliche Kulturen



#### Kunden

Global agierende Konzerne, und internationaler Mittelstand



#### Projektvolumen

gesteuerte Gesamt-IT-Vorhaben: >1,5 Mrd € (in 2019/20)



#### **Projektstandorte**

AUT, ESP, FRA, GER, ITA, JPN, KWT, POR, RUS, SUI, SVK, SWE, TZA, USA (in 2018/19)



#### **Branchen**

Im Bereich Handel, Versicherung und Automobil

### Kontaktieren Sie uns gerne jederzeit für Ihre nächsten Schritte!



Josephin Kagerer Consultant Handel

j.kagerer@marenasconsulting.com



Ramona Stöckl

Senior Manager Handel



r.stoeckl@marenasconsulting.com

Für weitere Informationen zu unseren Methoden, Projekten, Kunden und den Teams: www.marenas-consulting.com.