



"Mastering product complexity": Die Produktvielfalt hat sich in den letzten 15 Jahren mehr als verdoppelt. Komplexe Produktions- und Vertriebsprozesse beeinträchtigen Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen

Roland Berger-Studie zeigt: Zunehmende Globalisierung, immer kürzere Produktlebenszyklen und stärkere Anpassung der Produkte an lokale Kundenbedürfnisse führen zu einer hohen Komplexität in Produktion und Vertrieb Automobil- und Konsumgüterindust

(ddp direct) München, November 2012: Der zunehmende Wettbewerb und die starke Expansion in globale Märkte haben dazu geführt, dass sich die Produktvielfalt in den letzten 15 Jahren mehr als verdoppelt hat. Komplexitätsmanagement ist daher ein wichtiger Erfolgsfaktor, denn Firmen müssen ihre Produktions- und Vertriebskosten senken, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Eine Vorreiterrolle haben hier die Automobil- und die Konsumgüterindustrie. Beide Branchen konnten den Komplexitätszuwachs bei Produkten und Komponenten durch intelligente Strategien deutlich begrenzen. Schlechter aufgestellt sind hingegen die Maschinenbau-, Chemie- und Pharmaindustrie. Denn hier haben die Produktvielfalt und die Komplexität bei Produktion und Vertrieb in den letzten 15 Jahren stark zugenommen in der Chemieindustrie sogar um 213 Prozent. Das Einsparpotenzial ist hier sehr groß: Durch ein gezieltes Komplexitätsmanagement könnte die weltweite Chemiebranche ihre Produktkosten um bis zu 49 Milliarden Euro jährlich reduzieren. Maschinenbau-Unternehmen könnten weltweit bis zu 54 Milliarden Euro einsparen, die Pharma-Industrie bis zu 9 Milliarden Euro. Das sind die Ergebnisse der Studie "Mastering product complexity" von Roland Berger Strategy Consultants.

"Die Kundenwünsche sind immer differenzierter, die Produktlebenszyklen immer kürzer", sagt Thomas Kwasniok, Partner von Roland Berger Strategy Consultants. "Das führt zu einer immer größeren Produktvielfalt in verschiedenen Branchen, die die Unternehmen kaum noch bewältigen können. Firmen, die ihre Produktionskosten in Grenzen halten und somit wettbewerbsfähig bleiben wollen, müssen daher auf ein gezieltes Komplexitätsmanagement achten."

Komplexität bedroht Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen

Über alle Branchen hat sich die Produktvielfalt in den letzten 15 Jahren mehr als verdoppelt. Im gleichen Zeitraum hat sich der Produktlebenszyklus um 24 Prozent verkürzt im Konsumgüterbereich hat er sich sogar halbiert. Doch mit diesen Produktionsherausforderungen gehen die verschiedenen Industriesektoren unterschiedlich um.

"Branchen wie die Automobil- und Konsumgüterindustrie haben in den vergangenen Jahren bereits viel unternommen, um der zunehmenden Komplexität aktiv entgegenzusteuern", erläutert Steffen Kilimann, Roland Berger-Experte und Co-Autor der Studie. "Dank Standardisierung und Modularisierung haben sie es zum Beispiel geschafft, den Zuwachs bei Rohmaterialien und Komponenten einzuschränken: auf 27 Prozent der Automobilsektor und auf 35 Prozent die Konsumgüterindustrie."

Immer wichtiger wird auch das Bestandsmanagement. Denn aufgrund der immer kürzeren Produktlebenszyklen ist es für die Firmen schwierig, die richtigen Bestände in der Lieferkette vorzuhalten, um schnell und pünktlich liefern zu können. Hinzu kommt, dass die Kundenanforderungen zunehmend differenzierter werden: "Unternehmen bedienen unterschiedliche Marktsegmente und verschiedene Länder", erläutert Thomas Kwasniok. "Für sie wird es daher immer schwieriger, den Absatz für bestimmte Produkte zu prognostizieren und die Lieferkette entsprechend zu planen. Denn je fragmentierter das Produktportfolio, desto kleiner die Absatzmengen und desto höher die Nachfrageschwankungen."

Großer Nachholbedarf in Chemie, Pharma und Maschinenbau

Nicht alle Industriesektoren haben sich gegen die zunehmende Produktions- und Vertriebskomplexität auf globaler Ebene entsprechend gerüstet. So hat die Produktvielfalt in manchen Branchen in den vergangenen 15 Jahren stark zugelegt, wie etwa in der chemische Industrie (+213%), im Maschinenbau (+116%) und in der Pharmaindustrie (+123%).

"Der starke Komplexitätszuwachs in der chemischen Industrie ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die Produktdifferenzierung hier viel später als in anderen Branchen eingesetzt hat", erklärt Roland Berger-Strategie Kwasniok. "Chemische Unternehmen haben in den letzten Jahren ihre Wertschöpfung erhöht und sich stärker in Richtung Endkundenindustrie integriert. Das bringt eine größere Produktvielfalt mit sich."

Ein entsprechendes Komplexitätsmanagement würde daher in der weltweiten Chemiebranche zu erheblichen Wettbewerbsvorteilen führen. Denn laut Berechnungen der Roland Berger-Experten könnte die Branche jährlich bis 49 Milliarden Euro an Produktkosten sparen. Der internationale Maschinenbau könnte seine Produktions- und Materialkosten jährlich um bis zu 54 Milliarden Euro senken, die Pharma-Industrie um bis zu 9 Milliarden Euro.

Vier Ansätze, um die Komplexität zu meistern

Um diese Vielfalt besser zu steuern und Kosten zu sparen, können Firmen auf vier Hebel setzen: die Optimierung der Produktstruktur, die Segmentierung der Lieferkette, die Integration der Lieferkette, und die Flexibilisierung der Produktion.

- Optimierung der Produktstruktur: Durch Standardisierung und Modularisierung können Unternehmen mit weniger Teilen eine hohe Produktvielfalt erzeugen. Dadurch können sie ihre Prozesse verschlanken und Kosten in Einkauf und Produktion senken. Außerdem können Firmen die Herstellung unterschiedlicher Produkte an das Ende des Fertigungsprozesses verschieben sowie auftragsorientierte Montage- und Verpackungsprozesse realisieren.

- Segmentierung der Lieferkette: Um verschiedene Marktsegmente zu beliefern, müssen Unternehmen auch ihre Lieferkette unterschiedlich aufbauen. So brauchen zum Beispiel Konsumgüterhersteller für Nischenprodukte und neu eingeführte Produkte eine flexiblere Lieferkette, um auf die Marktnachfrage besser reagieren zu können.

- Integration der Lieferkette: Nicht nur interne Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen, sondern auch externe Partner sollten in den Informationsfluss besser eingebunden werden. Denn so werden globale Produktions- und Vertriebsprozesse schneller und effizienter. Zur Integration der Lieferkette gehören auch die Integration globaler IT-Systeme, der Aufbau einheitlicher KPI-Systeme und Anreizsysteme.

- Flexibilisierung der Produktion: Mit zunehmender Produktvielfalt sollten Unternehmen ihre Produktion segmentieren und flexible Fertigungsbereiche einführen. Ebenfalls sollten sie die Durchlaufzeiten in Auftragsabwicklung und Produktion verkürzen, um schneller auf Änderungen in der Nachfrage reagieren zu können.

Die Studie können Sie kostenlos herunterladen unter: www.rolandberger.com/pressreleases

Abonnieren Sie unseren kostenlosen Newsletter unter: www.rolandberger.com/press-newsletter

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Claudia Russo
Roland Berger Strategy Consultants
Tel.: +49 89 9230-8190
E-mail: claudia.russo@de.rolandberger.com
www.rolandberger.com

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/xhnwso>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/wirtschaft/mastering-product-complexity-die-produktvielfalt-hat-sich-in-den-letzten-15-jahren-mehr-als-verdoppelt-komplexe-produktions-und-vertriebsprozesse-beeintraechtigen-wettbewerbsfaehigkeit-der-unternehmen-74122>

Pressekontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

claudia.russo@rolandberger.com

Firmenkontakt

Roland Berger Strategy Consultants

Frau Claudia Russo
Mies-van-der Rohe-Str. 6
80807 München

rolandberger.com
claudia.russo@rolandberger.com

Roland Berger Strategy Consultants, 1967 gegründet, ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Mit rund 2.700 Mitarbeitern und 51 Büros in 36 Ländern ist das Unternehmen erfolgreich auf dem Weltmarkt aktiv. Die Strategieberatung ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 240 Partnern.