

Fünf Herausforderungen für Lagerhaltung und Fulfillment im Jahr 2023

Erkenntnisse
der Umfrage von AutoStore
zum Branchen-Benchmarking





In den vergangenen zwei Jahren mussten Lieferketten von allen Seiten vielem standhalten. Oftmals ging das sogar bis hin zur Belastungsgrenze. Durch wirtschaftliche, politische und soziologische Turbulenzen sowie Umweltfragen lastete unsäglicher Druck auf den gesamten Lieferketten – angefangen bei der Fertigung über den Transport und die letzte Meile bis hin zum Lager. Und natürlich auch auf allen Punkten dazwischen.

Es zeichnet sich ab, dass auch 2023 wieder ein Jahr des Wandels wird. Dieses Mal lauert gleich eine Kombination mehrerer Gefahren: die steigende Inflation, die Gefahr einer Rezession, das Drängen nach mehr Nachhaltigkeit und die stetig wachsenden Erwartungen der Kunden.

Unsere Umfrage zur Marktlage hat eine Reihe von Erkenntnissen darüber geliefert, wie Organisationen auf diese Herausforderung reagieren und sich ihr stellen wollen.

Dass die steigenden Kosten ein zentrales Thema sind, ist dabei wohl kaum überraschend. Erstaunlicher ist da schon die große Anzahl der Befragten, die angeben, dass sie entweder bereits automatische Lager- und Kommissioniersysteme installiert haben oder planen, innerhalb eines Jahres derartige Systeme einzuführen. Bei unserer Umfrage haben wir uns auf Unternehmen mit einem Jahresumsatz von mindestens 25 Millionen US-Dollar konzentriert. Möglicherweise hat also der Entwicklungsstand der befragten Unternehmen die Daten etwas beeinflusst. Dennoch: Es ist phänomenal, dass ganze 88 % der Befragten angeben, entweder bereits ein automatisches Lagersystem zu haben oder diese Technologie innerhalb der nächsten zwölf Monate einführen zu wollen. Diese Ent-

wicklung hat Auswirkungen für alle Unternehmen im Bereich Lagerhaltung.

Der Trend geht eindeutig hin zu effizienteren Abläufen, mehr Flexibilität und mehr Transparenz – um nur einige Punkte zu nennen. Es ist wunderbar, dass die Menschen Lagertechnologie hier als Lösungsansatz in Erwägung ziehen, der ihnen einen Teil der Last abnimmt. Das wiederum bedeutet jedoch auch, dass Lagertechnologie zwar immer noch für einen Wettbewerbsvorteil sorgt, allerdings inzwischen eher eine Notwendigkeit als ein „Nice-to-have“ ist. Investitionen in innovative Lösungen sind wichtig für die Gesundheit eines Unternehmens, wenn es denn weiterhin erfolgreich sein will.

Ebenfalls interessant ist, dass aktuell die großen Herausforderungen im Vordergrund stehen. Eher operative Themen wie genaue Daten, zuverlässige Maschinen und die fehlerfreie Kommissionierung werden gedanklich erst einmal ausgeklammert. In turbulenten Zeiten kann es schnell passieren, dass man von den großen Themen abgelenkt wird – zum Nachteil der „kleinen“. Im Lager kommt es jedoch darauf an, dass der operative Betrieb jeden Tag funktioniert.

Auf den nächsten Seiten haben wir zahlreiche weitere Erkenntnisse für Sie zusammengestellt. Also viel Spaß mit dem Bericht!



Marcus Mogéus
Chief Marketing Officer
bei AutoStore

Inhalt

Einleitung	4
01 Steigende Kosten stellen eine Herausforderung dar	5
02 ESG-Initiativen sind wichtig	9
03 Automatische Lagersysteme sind nicht mehr bloß ein „Nice-to-have“	13
04 Die Raumnutzung ist entscheidend	17
05 Für Unternehmen liegt der Fokus auf den großen Fragen	22
Fazit	26

Einleitung

Wir haben im Dezember 2022 die Gedanken, Meinungen und Erfahrungen von mehr als 300 leitenden geschäftlichen und operativen Entscheidungsträgern in der Branche gesammelt – mit dabei waren CEOs und COOs, genau wie auch Führungskräfte im Bereich Order Fulfillment und Logistik. Unser Ziel war es, herauszufinden, wie sie die nächsten zwölf Monate angehen.

Wir haben uns Unternehmen aller Größenordnungen und aus zahlreichen Branchen angesehen – nämlich FMCG (Fast Moving Consumer Goods) Gesundheit und Pharma, Fertigung, Automobil oder Einzelhandel. So konnten wir einen guten Überblick darüber gewinnen, vor welchen Herausforderungen die Organisationen stehen und was die künftigen Schwerpunktbereiche sind.

In diesem Bericht gehen wir auf die fünf wichtigsten Erkenntnisse aus den Umfragedaten ein. Wir stellen im Bericht immer wieder die zentralen Herausforderungen und Chancen des Jahres 2023 in den Vordergrund, jeweils angereichert mit Kommentaren, praktischen Tipps und nützlichen Erkenntnissen von Experten aus dem jeweiligen Bereich.

Überblick über Umfrage und Teilnehmerfeld

Umfang der Umfrage: 320 Befragte

Personen aus der Führungsriege:
CEO, CTO, COO, CIO

Personen aus dem operativen Bereich:
Leitung der Logistik, Entscheider

Umsatz:
von 50 Mio. USD bis zu
>250 Mio. USD pro Jahr

Regionen:
Nordamerika, Europa, Asien-Pazifik

Branchen: Automobil, FMCG, Fertigung,
Einzel- und Großhandel, Gesundheit und
Pharma

01

Steigende Kosten stellen eine Heraus- forderung dar

(und die lässt sich mit verschie-
denen Strategien bewältigen)

ZENTRALE ERKENNTNISSE

- Energie- (32%) und Arbeitskosten (27%) gehören für Lagerbetreiber zu den größten globalen Herausforderungen.
- Effizienz spielt eine zentrale Rolle: 88 % der Befragten möchten hier mit automatisierten Lagersystemen eine positive Veränderung bewirken.
- Wenn es darum geht, diese Herausforderungen zu bewältigen, stehen Kundenfokus (34 %) und Technologie (31 %) oben auf der Liste.
- 43 % der Befragten geben an, dass Platzeinsparungen und die Nutzung der vorhandenen Fläche für ihr Geschäft von entscheidender Bedeutung sein werden.



Erkenntnisse aus der Umfrage:

Im Hinblick auf die Herausforderungen 2023 überrascht es kaum, dass die steigenden Kosten den Befragten am meisten Sorgen machen. Energie- (32 %) und Arbeitskosten (27 %) stehen hier ganz oben auf den ersten beiden Plätzen.

32 % der Befragten geben an, dass für sie die Energiekosten die größte Herausforderung sind.

27 % der Befragten sagen, die Arbeitskosten seien für sie das größte Problem.

Im Vergleich zu den Teilnehmenden aus Nordamerika und der Region Asien-Pazifik hat die durch den Krieg in der Ukraine verschärfte Energiekrise die Befragten in Europa besonders hart getroffen. Das spiegelt sich auch in den Zahlen wider: 44 % der Befragten in Europa nennen diese Krise als größte Herausforderung. In den anderen beiden Regionen sind es nur 24 %.

Umgekehrt stellen die steigenden Arbeitskosten in Nordamerika (27 %) und der Region Asien-Pazifik (34 %) im Vergleich zu Europa (22 %) ein größeres Problem dar. Diese Zahlen sind ohne Zweifel auch mit dem Punkt verbunden, der auf der Liste der drängendsten Probleme auf Platz sechs gelandet ist: der Mangel an (qualifizierten) Arbeitskräften. Der Arbeitsmarkt war in den letzten drei Jahren unbeständig. Mit Blick auf die Lieferkette stehen Unternehmen nun vor der schwierigen Aufgabe, entweder neue Talente anzuwerben oder sich als Alternative immer mehr der Automatisierung zuzuwenden.

Weiter unten auf der Liste zu finden – doch für viele ebenso beunruhigend – sind die steigenden Immobilienkosten (15 %). Unternehmen müssen für traditionelle Lagerflächen inzwischen mehr Geld ausgeben. Dabei ist offensichtlich, dass wegweisende Entscheidungen in Bezug auf Lager und Fulfillment-Center getroffen werden müssen. Denn es ist entscheidend, dass diese effizient betrieben werden und zugleich auch der Nachfrage und den Erwartungen der Verbraucher entsprechen.

Der Umgang mit der Herausforderung

Wie gehen Unternehmen dieses Problem an?

34 %

der Befragten sehen das Verbessern der Kundenzufriedenheit als wichtigsten Bereich für die weitere Entwicklung.

88 %

der Befragten haben entweder bereits automatische Lagersysteme installiert oder planen, innerhalb der nächsten zwölf Monate derartige Systeme einzuführen.

1. Über das Kundenerlebnis (CX)

Für viele Firmen ist die Steigerung der Kundenzufriedenheit (34 %) der wichtigste Bereich für Weiterentwicklungen in den nächsten zwölf Monaten. Das Thema Geschwindigkeit wird mit 30 % auch oft genannt. Es freut uns sehr, dass die Befragten trotz aller Herausforderungen auf makroökonomischer Ebene nicht aus dem Blick verlieren, worauf es am meisten ankommt: nämlich auf die Kunden. Im Lager müssen in Bezug auf das Kundenerlebnis immer höhere Ansprüche der Verbraucher hinsichtlich Verfügbarkeit, Lieferung und Retouren erfüllt werden.

2. Durch effiziente Lager

Bei den Schwerpunktbereichen auf dem zweiten Platz hinter dem Kundenerlebnis landen Automatisierung und Technologie (31 %) sowie Effizienz und Produktivität der Belegschaft (31 %). Es gibt also eine Notwendigkeit, die Arbeitskosten zu reduzieren und die Abläufe effizienter zu gestalten. Möglicherweise ist das der Grund, weshalb 88 % der Befragten entweder bereits automatische Lagersysteme installiert haben oder planen, innerhalb der nächsten zwölf Monate derartige Systeme einzuführen.

3. Über den Standort

Im Einzelhandel können die kontinuierlich wachsenden Online-Umsätze dazu beitragen, den Kostendruck auszugleichen. In diesem Bereich spielen die Nähe zum Kunden und eine gute Lage in dichten urbanen Regionen – eine immer wichtigere Rolle. Dort sind jedoch die Mietkosten für Lagerfläche erheblich höher. Auch hier gilt also: Die effiziente Raumnutzung ist entscheidend, um Geschwindigkeit, Effizienz und Kundenerwartungen unter einen Hut zu bekommen.

Expertenmeinung

”

Lieferketten sind stark vernetzt. Wie immer in solchen Szenarien gilt auch hier: Wenn man einen Hebel betätigt, hat das immer auch Auswirkungen auf andere wichtige Bereiche. Nehmen wir nur einmal die Immobilienkosten als Beispiel. Natürlich könnte man den Betrieb mitten ins Nirgendwo verlagern und so durch den Standort Unsummen an Miete einsparen.

Doch welche Auswirkungen hätte das auf das Kundenerlebnis? Oder auf die Transportkosten?

Die Unternehmen machen sich zu Recht Gedanken wegen der steigenden Kosten. Die Lösungen dürfen allerdings nur minimale Auswirkungen für den Kunden haben.“



Jon Schechter
Business Development Manager
bei AutoStore in Nordamerika



AutoStore

02

ESG-Initiativen sind wichtig

**... doch nur, wenn sie
wertorientiert sind**

ZENTRALE ERKENNTNISSE

- Zweitwichtigste Priorität 2023 ist die Nachhaltigkeit, die von 31 % der Befragten genannt wird.
- 55 % der Befragten legen den Fokus auf Nachhaltigkeit, um ihre Energieeffizienz zu verbessern.
- Nachhaltigkeitsmaßnahmen müssen einen echten geschäftlichen Nutzen haben, um sich langfristig zu etablieren.
- Um echte Nachhaltigkeit voranzutreiben, müssen Kunden weiter denken als bloß an effizienten Energieverbrauch.



Erkenntnisse aus der Umfrage:

31 %

der Befragten geben an, dass Nachhaltigkeit für Sie 2023 Priorität hat.

Nur 13 %

sagen jedoch, dass sie bei der Auswahl eines Anbieters für automatische Lagersysteme auf Nachhaltigkeit achten.

Neben Investitionen in Technologien und Produktivität der Belegschaft (jeweils 31 %) ist die Nachhaltigkeit die zweitwichtigste Priorität nach der Steigerung der Kundenzufriedenheit (34 %).

Es überrascht, dass trotz der schwierigen finanziellen Situation Nachhaltigkeit so weit oben auf der Liste gelandet ist. Insbesondere auch im Vergleich zu eher operativen Belangen wie beispielsweise Agilität in der Lieferkette (24 %) und dem Verbessern des Durchsatzes (16 %). Antworten finden sich möglicherweise bei einem genaueren Blick auf die Daten.

Auf die Frage, welche ESG-Maßnahmen konkret die Befragten in Angriff nehmen, geben 55 % an, für eine bessere Energieeffizienz sorgen zu wollen. Dies ist der mit Abstand beliebteste Grund. Mit 46 % an zweiter Stelle gelandet ist das Bestreben, für weniger Abfall durch beschädigte oder verderbliche Waren sorgen zu wollen. Dahinter kommt das Wohlbefinden und die mentale Gesundheit der Mitarbeitenden (43 %).

Es ist kein Zufall, dass all diese Bereiche sich direkt auf den Gewinn eines Unternehmens auswirken – nämlich indem Kosten gesenkt, Abfälle reduziert und das Umfeld für die Mitarbeitenden verbessert wird. ESG-Maßnahmen müssen immer mit einem Nutzen verbunden sein, damit sie innerhalb der Organisationen auch wirklich fruchten.

Dieser Trend zeigt sich auch in anderen Datensätzen. Bei der Frage, worauf Unternehmen bei der Auswahl von Anbietern von automatischen Lagersystemen achten, ist Nachhaltigkeit deutlich weiter hinten gelandet (13 %). Wichtiger sind hier Zuverlässigkeit (24 %), Benutzerfreundlichkeit (22 %) und das Datenpotenzial (19 %).

Bedeutet dies zweierlei: 1) Für Unternehmen spielen automatische Lagersysteme keine bedeutende Rolle im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeitsbemühungen (anders als die Auswirkungen der gesamten Lieferkette auf die Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Emissionen). 2) Unternehmen konzentrieren sich auf Geschäftsergebnisse und berücksichtigen Nachhaltigkeit vor allem dann, wenn sie zu den übergeordneten Zielen oder zum Gewinn beiträgt.

Die gute Nachricht ist: Wenn man den Fokus auf Energieeffizienz, optimale Raumnutzung, Automatisierung und Zuverlässigkeit legt, kann dies sowohl unserem Planeten als auch dem Gewinn zugutekommen.

Der Umgang mit der Herausforderung

Wie können Unternehmen Nachhaltigkeit angehen und einen Mehrwert schaffen?

1. Indem die rechtlichen Vorschriften positiv genutzt werden

Egal, ob COP27 oder G20: Aufsichtsbehörden und Regierungen arbeiten darauf hin, dass ESG-Daten von den Unternehmen offengelegt werden müssen. Es ist klar, wo die Reise hingeht. Je schneller die Unternehmen also reagieren, desto besser. Man könnte nun sagen, die Vorgaben seien restriktiv. Allerdings bieten sie auch einen wichtigen Ansatzpunkt für Maßnahmen. Dadurch helfen sie, ESG-Maßnahmen auf absehbare Zeit zu forcieren.

2. Indem sie langfristig planen

Wie die Umfrage zeigt, denken Unternehmen in Bezug auf Nachhaltigkeit vor allem an Energieverbrauch und Effizienz. Wenn es um automatische Lagersysteme geht (mit denen sich ja 92 % der Befragten auseinandersetzen), wird die Langlebigkeit der Anlagen, in die die Unternehmen investieren, von vielen ignoriert.

Oftmals halten günstigere Alternativen 10 bis 15 Jahre. Das bedeutet, dass man schon nach verhältnismäßig kurzer Zeit alles wieder erneuern müsste. Bei Lagertechnologie brauchen Sie jedoch Lösungen, die für die Ewigkeit gebaut sind – also aus modernsten Materialien, deren Nutzungsdauer nicht beschränkt ist.



Expertenmeinung

”

Noch nie gab es so viele Impulse zur Nachhaltigkeit wie heute. Die zunehmenden globalen Herausforderungen rund ums Klima haben in Kombination mit der Weiterentwicklung der regulatorischen Standards dazu geführt, dass Nachhaltigkeitsinitiativen – und auch eine Berichterstattung zur Nachhaltigkeit – für Unternehmen nun Pflicht sind. Durch diese Dynamik entsteht auch mehr Verantwortlichkeit: Die Praktiken der Unternehmen werden genau unter die Lupe genommen. Greenwashing, Greenwashing und das noch düsterere „Green-Hushing“ sind für Unternehmen langfristig wohl eher schädlich. Große Initiativen sind inspirierend – doch es sind die Taten, die dann letztlich zählen. Verhält man sich falsch, muss man mit erheblichen Strafen rechnen.

Entscheidungsträger betonen, dass Nachhaltigkeitsinitiativen vor allem Priorität haben, wenn sie zu den übergeordneten Zielen oder zum Gewinn beitragen. Dennoch ist es fantastisch, dass etwa ein Drittel der Befragten das Thema überhaupt als Priorität für das Jahr 2023 nennen. Ich bin überzeugt, dass eine immer größere Anzahl an Marken der Meinung ist, dass geschäftliche Ziele und Nachhaltigkeitsziele Hand in Hand gehen können. Wir bei AutoStore streben nach Wachstum – und wir möchten zu einer nachhaltigen Welt beitragen. Das erfordert ein Umdenken. Außerdem müssen wir uns selbst eingestehen, dass auch wir in unserer Lieferkette und in unseren betrieblichen Abläufen Verbesserungen vornehmen müssen. Mein Rat an andere Unternehmen ist, ganz praktisch zu denken: „Was kann ich heute tun, um unserem Unternehmen und unserem Planeten langfristig am meisten zu helfen?“



Agnethe Brown Erland
Sustainability Manager
bei AutoStore

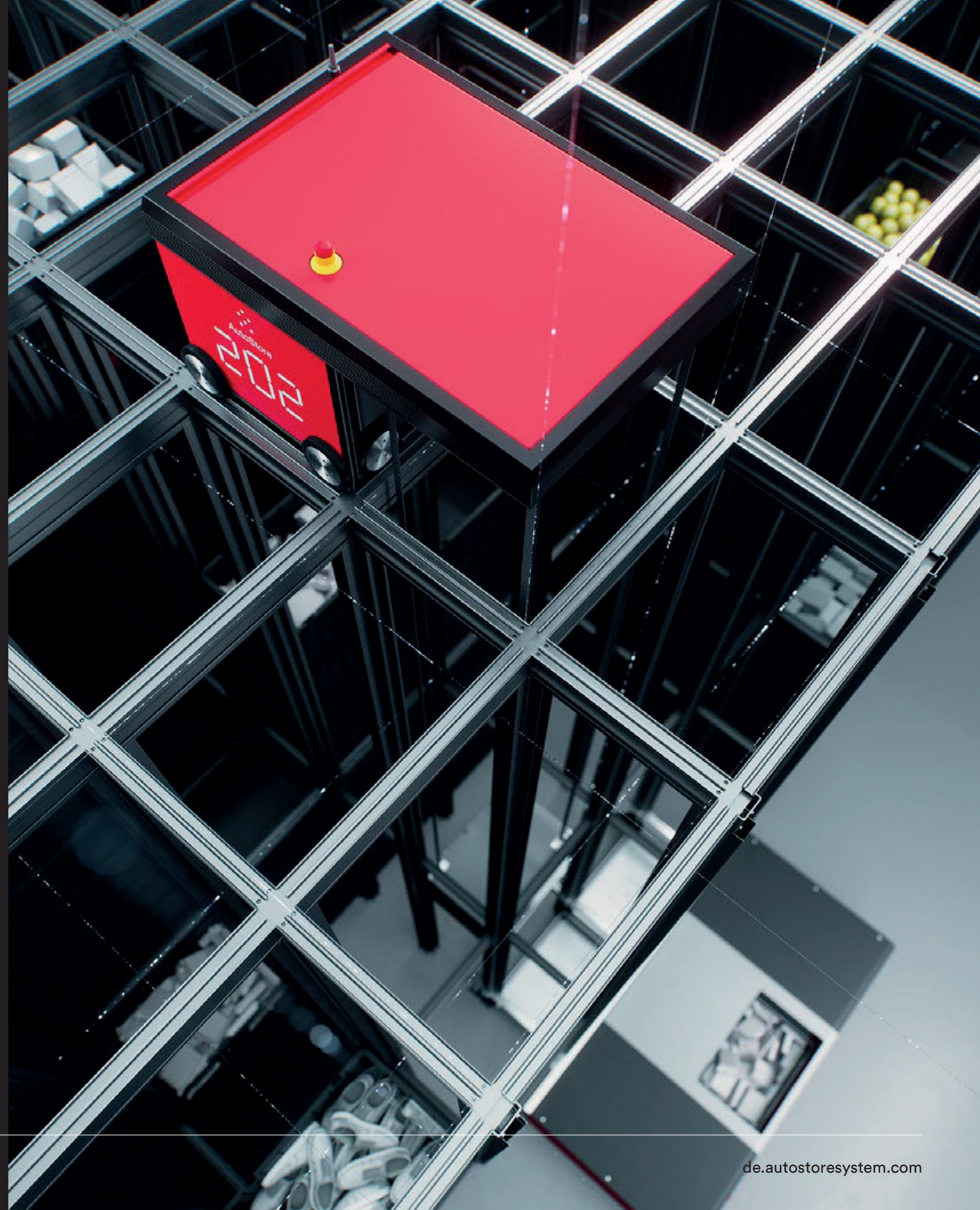


03

Automatische Lagersysteme sind nicht mehr bloß ein „Nice-to-have“

ZENTRALE ERKENNTNISSE

- Nur 2 % der Befragten planen aktuell nicht, automatische Lagersysteme in ihren Lagern einzuführen.
- Auf welche Technologie dann letztlich die Entscheidung fällt, ist gleichmäßig über alle Lösungen verteilt – und zwar sowohl auf ältere Optionen wie Shuttle-Systeme (46 %) als auch auf neuere Lösungen wie AMR (43 %) und Cube Storage (40 %).
- Automatisierung ist nach wie vor ein Wettbewerbsvorteil. Allerdings ist sie inzwischen nicht mehr bloß ein „Nice-to-have“, sondern eine Notwendigkeit.
- Diejenigen, die jetzt nichts unternehmen, müssen schneller handeln, um Schritt halten zu können.

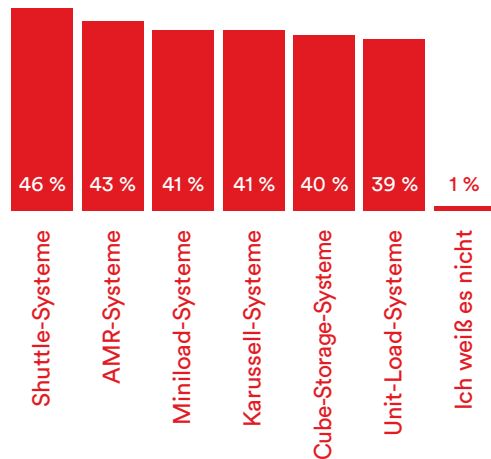


Erkenntnisse aus der Umfrage:

88 %

der Befragten haben entweder bereits automatische Lagersysteme installiert oder planen, innerhalb der nächsten zwölf Monate derartige Systeme einzuführen.

Marktaufteilung nach Art des automatischen Lagersystems. Mehrfachauswahl durch Kunden möglich.



32 % der Befragten aus unserer Umfrage haben bereits automatische Lagersysteme installiert. Doch etwas überraschend planen ganze 56 % der Teilnehmenden, innerhalb der nächsten zwölf Monate derartige Systeme zu implementieren. Das würde bedeuten, dass bis 2024 88 % der Befragten automatische Lagersysteme nutzen. Hinzu kommen weitere 10 %, die sich eigenen Angaben zufolge bereits mit der Technologie auseinandersetzen. Übrig bleiben also nur 2 %, für die automatische Lagersysteme aktuell kein Thema sind. Das ist eine phänomenale Entwicklung.

Die Anzahl der Unternehmen, die bereits über automatische Lagersysteme verfügen, hat im Vergleich zu unseren früheren Zielgruppen-erhebungen nur leicht zugenommen. Die Anzahl derjenigen, die diese Technologien innerhalb der nächsten zwölf Monate einführen wollen, ist jedoch sprunghaft angestiegen.

Das könnte daran liegen, dass die Befragten ihre Investitionen funktionell überbewerten und auch einfache Automatisierungsoptionen wie Sortiermaschinen, Handscanner oder Kartoniermaschinen als automatische Lagersysteme werten. Doch die Daten sind nun einmal so, wie sie sind. Nehmen wir sie also einfach mal so hin. Demzufolge lässt sich feststellen: Automatische Lagersysteme sind keine Zukunftsmusik mehr, sondern schon fester Bestandteil der Gegenwart. Und sie sind auch notwendig, um mit dem Rest der Branche Schritt zu halten.

Wie also investieren Unternehmen in diesem Bereich? Das Interesse der Unternehmen verteilt sich verhältnismäßig gleichmäßig auf die Technologien. Shuttle-Systeme haben die Nase vorn (46 %), dicht gefolgt von autonomen mobilen Robotern (AMR) (43 %). Das von AutoStore angebotene Cube-Storage-System landet auf dem fünften Platz – allerdings mit noch immer 40 % der Stimmen.

Etwas überraschender ist, wie beliebt recht alte Technologien wie Shuttle- (46 %), Miniload- und Karussell-Systeme (jeweils 41 %) nach wie vor sind. Wenn Unternehmen also weiterhin in diese Technologien investieren, würde es sich für diese Firmen enorm lohnen, sich auch Lösungen anzuschauen, die mehr Skalierbarkeit und Flexibilität bieten.

Der Umgang mit der Herausforderung

Dem Trend zufolge ist der Umstieg auf automatische Lagersysteme anscheinend unvermeidlich. Doch was ist die bestmögliche Vorgehensweise?

1. Jetzt handeln – aber auf intelligente Art und Weise

Aktuell gehen zahlreiche Unternehmen davon aus, dass automatische Lagersysteme der Weg in die Zukunft sind. Vor diesem Hintergrund ist wichtig, dass auch Sie Ihre Pläne eher früh als spät in die Tat umsetzen. Doch diese Notwendigkeit, den Wandel zu beschleunigen, muss mit einer strategischen Denkweise verknüpft werden. Denn so ist gewährleistet, dass Sie eine Technologie wählen, die schnell implementiert werden kann, gut skalierbar und auch jahrzehntelang von Nutzen ist.

2. In Software investieren

Für Lagerbetreiber sind automatische Lagersysteme im Hinblick auf Effizienz nur ein Teil des großen Ganzen. Es ist wichtig, dass zusätzlich auch eine gute Lagerverwaltungs-Software im Einsatz ist. Wenn Sie Ihren Wandel auf 20 Jahre alter Technologie aufbauen, die bereits jetzt kurz vor dem Zusammenbruch steht, wird Ihr Unterfangen nicht erfolgreich sein. Sie sollten in diesem Fall zunächst einmal hier investieren und dann darauf aufbauend auch in anderen Bereichen.

3. Für ein Umdenken sorgen

Wenn Sie Ihren Betrieb auf automatischere Abläufe umstellen, geht damit auch ein Fokuswechsel einher, nämlich von Betriebsausgaben hin zu Investitionsausgaben. Das erfordert erhebliche Ausgaben, die von der Finanzabteilung oftmals nicht im Budget eingeplant wurden. Allerdings sind die jährlichen Betriebsausgaben bei den meisten Unternehmen sehr hoch – durch große Summen für Personal und zum Erhalt von alten Lagern. Um hier wirklich voran zu kommen, muss sich also das Konzept innerhalb Ihres Unternehmens ändern.



Expertenmeinung

”

Durch das schnelle Wachstum im E-Commerce-Bereich hat sich die Einstellung der Kunden verändert. Zudem ist für Lieferanten eine ganze Reihe neuer Herausforderungen entstanden.

Im E-Commerce haben Kunden oftmals wenig Geduld, aber hohe Erwartungen. Dies gilt insbesondere in Bezug auf Transparenz und eine genaue Lieferung der richtigen Produkte zum richtigen Zeitpunkt.

Indem sie ihre Lager automatisieren, können Marken für mehr Effizienz in ihren Abläufen sorgen. Das führt dazu, dass sie mehr Waren liefern können – und das auch schneller. Automatisierung hat den zusätzlichen Vorteil, dass sie für eine hohe Energieeffizienz sorgt. Das wirkt sich positiv auf die laufenden Kosten aus und dient auch der Nachhaltigkeit.“



Sarah Adenau

Business Development Manager E-Commerce
bei AutoStore in der DACH-Region

04

Die Raumnutzung ist entscheidend

ZENTRALE ERKENNTNISSE

- Laut 92 % der Befragten ist Raumnutzung entweder „extrem wichtig“ oder „sehr wichtig“ für die jeweiligen Unternehmen.
- Bei der Mehrheit der Befragten (57 %) sind die Kapazitäten aktuell bereits zu 75 % oder mehr ausgelastet.
- Sind automatische Lagersysteme für die Menschen also ein Inbegriff für Automatisierung?
- Transparenz und Flexibilität sind zentrale Aspekte der Lagerhaltung und der gesamten Lieferkette, die es zu optimieren gilt.





Erkenntnisse aus der Umfrage:

Der Raum ist bei Lagern letztlich nicht das Maß aller Dinge. Aber es ist oftmals der Punkt, bei dem Lagerbetreiber versuchen, sich entscheidende Effizienzgewinne und einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen.

49 %

geben an, dass Einsparungen oder Optimierungen bei der Lagerfläche in den nächsten zwölf Monaten eine Priorität für ihr Geschäft sind.

43 %

geben an, dass Einsparungen oder Optimierungen bei der Lagerfläche in den nächsten zwölf Monaten entscheidend für ihr Geschäft sind.

Das spiegelt sich auch in unserer Umfrage wieder: 92 % der Teilnehmer geben an, dass Raumnutzung in den nächsten zwölf Monaten entweder „extrem wichtig“ oder „sehr wichtig“ für die jeweiligen Unternehmen ist.

Und das ist noch nicht alles: Wenn sich Kunden nach Anbietern von automatischen Lagersystemen umschauen, sind ihren eigenen Angaben zufolge Raumeffizienz und Nutzbarkeit der vorhandenen Flächen der drittwichtigste Faktor (20 %) in Bezug auf ihre Kaufentscheidungen. Nur Zuverlässigkeit (24 %) und Einfachheit (22 %) liegen noch etwas weiter vorn.

Auch das Optimieren von vorhandenen Lagerflächen (mehr Kapazität/Dichte) gehört zu den zehn wichtigsten Prioritäten unserer Zielgruppe für das Jahr 2023. Das steht auch in engem Zusammenhang mit der Kostenproblematik aufgrund der Tatsache, dass Lager immer näher bei den Kunden sein müssen, damit deren Anforderungen erfüllt werden können, und dem Streben nach mehr Effizienz.

Dem Diagramm zufolge ist die Auslastung des vorhandenen Raums noch nicht im kritischen Bereich – nur 4 % der Befragten geben an, dass ihr Lager bereits zu 95-100 % gefüllt ist. 57 % sagen, dass sie aktuell bei mindestens 75 % Auslastung sind.

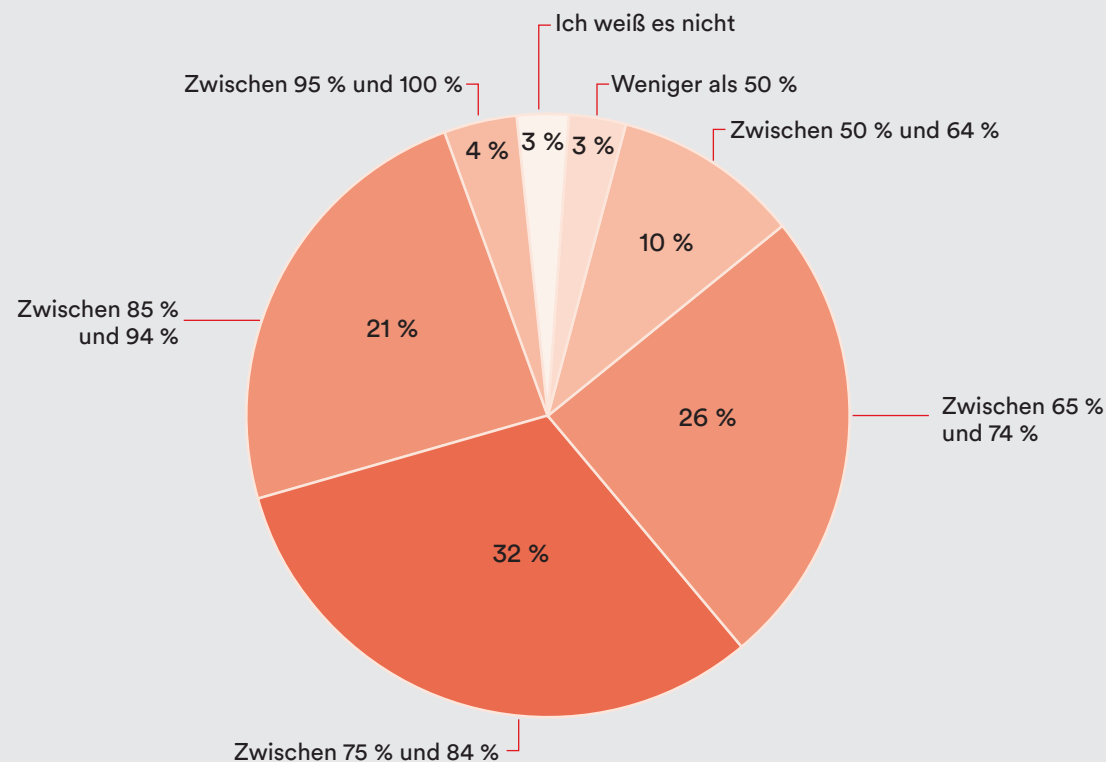
Doch vielleicht vermittelt das Diagramm kein wirklich umfassendes Bild. Denn zunächst einmal kann die Auslastung natürlich bei über 100 % liegen. Unserer Erfahrung nach ist das auch tatsächlich oft der Fall. Hinzu kommt, dass Lagerbetreiber manchmal erst zu spät lernen, die Auslastung zu messen und zu kommunizieren. Und zuletzt sei als anekdotischer Hinweis noch angemerkt, dass unser Team es in den seltensten Fällen mit Lagern zu tun hat, die zu weniger als 75 % ausgelastet sind.

Doch basieren diese Informationen auf harten Fakten aus der Lagerhaltung? Oder handelt es sich um Schätzwerte zu einem ganz bestimmten Zeitpunkt? Die Tatsache, dass für 92 % der Befragten die Raumnutzung von so entscheidender geschäftlicher Bedeutung ist, lässt erahnen, dass die Realität vielleicht nicht so eindeutig ist, wie es das scheinbar doch so rosige Bild vermuten lässt.

Doch egal, wie die Situation letztlich auch ist: Es gibt kaum Zweifel, dass die bessere Nutzung des vorhandenen Raums entscheidend ist, um die Performance über das nächste Jahr weiter voranzutreiben.

Marktsituation zur Raumnutzung im Lager

F: Wie hoch wird Ihren Schätzungen zufolge die durchschnittliche Raumnutzung in Ihren Lagern Ende 2022 sein?



Der Umgang mit der Herausforderung

Fläche ist ein wichtiger geschäftlicher Aspekt. Wie also können Sie gewährleisten, dass der Raum im Lager bestmöglich genutzt wird?

1. Indem Sie nicht nur das Lager selbst im Blick behalten

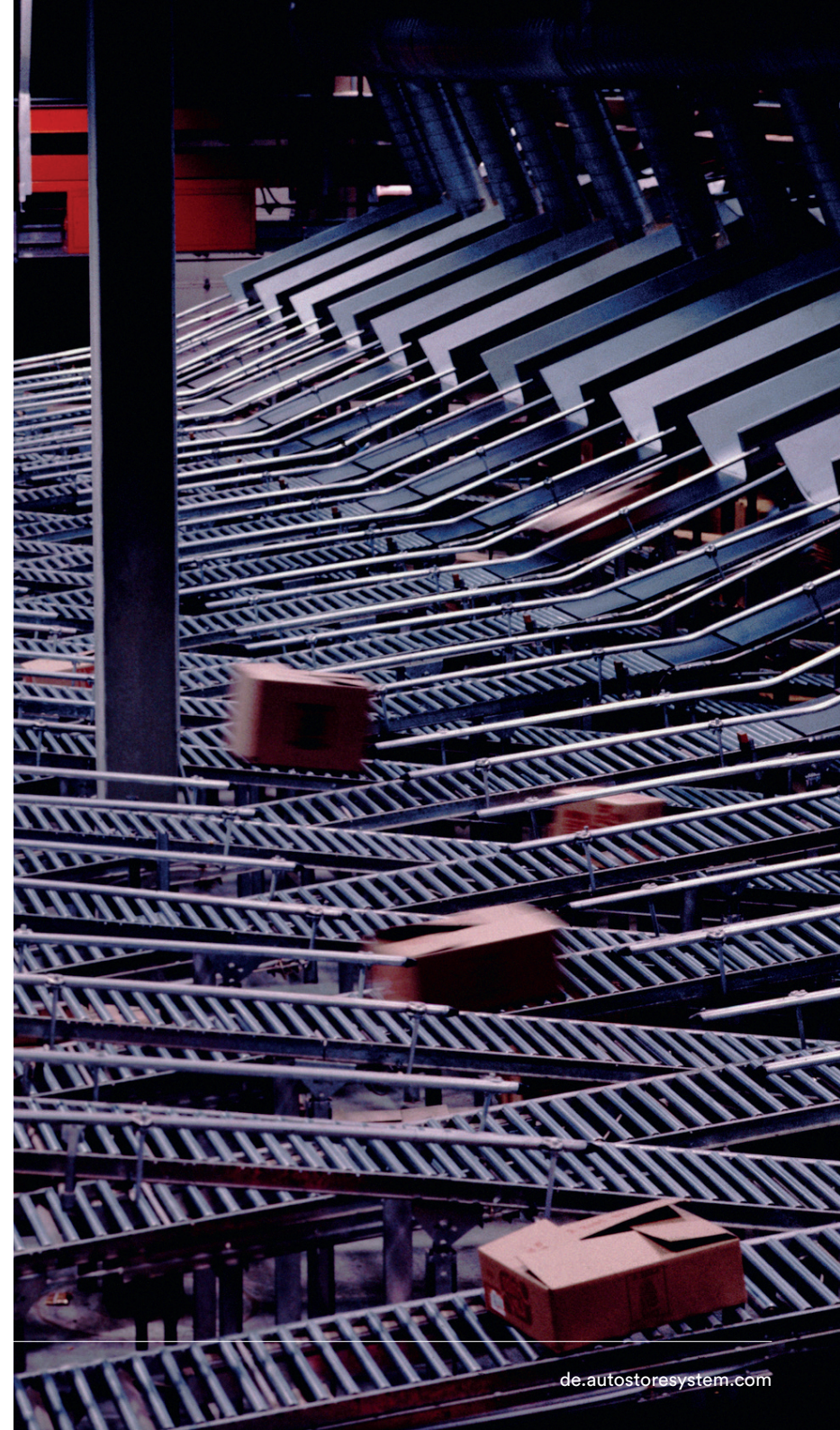
Wie bereits erwähnt, lernen einige Lagerbetreiber erst zu spät, die Auslastung zu messen und zu kommunizieren. Um die eigenen Kapazitäten verstehen und auch steuern zu können, ist es wichtig, dass präzise Daten und Erkenntnisse aus der gesamten Lieferkette vorliegen. Denn ohne diesen Gesamtzusammenhang kann die Kapazitätenplanung allzu oft nur reaktiv statt proaktiv erfolgen.

2. Indem Sie für verschiedene Szenarien planen

Soziale, wirtschaftliche und auch ökologische Störungen treten immer häufiger auf. Vor diesem Hintergrund müssen Lieferkettenexperten und Lagerbetreiber auf unerwartete Situationen vorbereitet sein. Trotz Investitionen in Technologie und trotz genauer Lagerplanungs-Software können Lager nicht auf alle Eventualitäten ausgelegt werden. Doch sie können Reserven für wahrscheinliche Szenarien sicherstellen.

3. Indem Sie mehr mit weniger erreichen

Sowohl die Kundenerwartungen als auch die Kosten für traditionelle Lagerflächen werden immer höher. Viele Unternehmen zieht es derweil in Ballungszentren, wo Fläche besonders teuer ist. Durch die kleinere zur Verfügung stehende Fläche ist in Bezug auf die Lagernutzung ein neuer Ansatz erforderlich. Konkret: ein Ansatz, der realistisch betrachtet nur mit raumsparenden automatischen Lagerlösungen entwickelt werden kann. Wir wissen, dass die Befragten sich bereits mit automatischen Lagersystemen auseinandersetzen und dass Flächeneinsparungen für sie wichtig sind.



Expertenmeinung

”

In den vergangenen drei Jahren ist die Nachfrage in den Lieferketten so stark explodiert und geschrumpft wie noch nie zuvor. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass die Experten auf diesem Gebiet sich Gedanken über die Raumnutzung machen. Aufgrund der knappen Verfügbarkeit von Containern und zahlreichen globalen „Black Swan“-Ereignissen veränderte sich die Position der Unternehmen: Statt „Effizienz“ (also dem „rechtzeitigen“ Liefern von Waren) rückte „Verfügbarkeit“ (also die Fähigkeit, wichtige Aufträge tatsächlich auch zu erfüllen) in den Vordergrund.

Das wiederum führte dazu, dass sich die Lager stark darauf konzentriert haben, die von Kunden benötigten und nachgefragten Waren aufzustocken. Nun sind vor allem die steigende Inflation und die mögliche Rezession in den Schlagzeilen – das Blatt hat sich also wieder gewendet. Viele Unternehmen befinden sich nun in der Zwickmühle, dass sie zwar vorbereitet sein, aber gleichzeitig auch nicht zu hohe Bestände haben wollen.

Die eine richtige Antwort auf diese Problematik gibt es nicht. Am besten gerüstet für die potenziellen Störungen am Horizont sind jedoch die Unternehmen, die über die aktuellsten Daten, die beste Szenarienplanung, die am stärksten optimierten Flächen und die größte Flexibilität verfügen, um schnell und effizient zu handeln, wenn sich das Umfeld verändert. Die Unternehmen befinden sich bereits im Wandel – doch schnelles Handeln ist das Gebot der Stunde.“



Clement Yew

Director of Business Development
bei AutoStore in Südostasien



05

Für Unternehmen liegt der Fokus auf den großen Fragen

... doch auch die „kleinen“ sollten nicht außer Acht gelassen werden

ZENTRALE ERKENNTNISSE

- Nur 10 % der Befragten geben an, dass akkurate Bestände für sie 2023 eine zentrale Herausforderung sind.
- Nur 17 % nannten transparente Bestände als Priorität für dieses Jahr.
- Möglicherweise fokussieren sich die Befragten auf die großen Fragen und vergessen die „kleinen“.
- Eine offene Kommunikation von der Unternehmensleitung bis runter in die Belegschaft kann helfen, den Wandel voranzutreiben.



Erkenntnisse aus der Umfrage:

Nur 10 %

der Befragten geben an, dass akkurate Bestandsdaten für sie 2023 eine zentrale Herausforderung sind.

Es ist keine Überraschung, dass die steigenden Kosten bei den Herausforderungen im Jahr 2023 ganz oben auf der Liste stehen. Ständig gibt es Meldungen zu Inflation, Rezession, Energiekrisen und Arbeitskräftemangel. Unternehmen müssen sich also mit einigen heiklen Themen befassen. Doch zu welchem Preis?

Eine der interessanten Erkenntnisse aus unserer Umfrage ist, welche vergleichsweise niedrige Priorität manchen zentralen betrieblichen Herausforderungen zugeschrieben wird.

Funktionsstörungen und Ausfälle bei den Anlagen (12 %), die Abwicklung von Retouren (11 %), ungenaue Bestände (10 %) und fehlerhaftes Picking (8 %) landen bei den Befragten ganz unten auf der Liste. Bei nur 17 % der Befragten ist die Transparenz in Bezug auf die Bestände unter den fünf größten Prioritäten 2023. 18 % konzentrieren sich auf weniger Fehler in der Kommissionierung.

Vielleicht haben die Befragten das Gefühl, dass diese Punkte im Allgemeinen schon recht gut funktionieren und dass es wichtigere Probleme gibt, auf denen der Fokus liegen sollte. Wir denken jedoch, dass genau diese tagtäglichen Kleinigkeiten für Effizienz und Zuverlässigkeit und – per Assoziation – auch für ein gutes Order Fulfillment und Kundenerlebnis sprechen. All dies ist entscheidend für einen reibungslosen Betrieb.

Doch schnell landen diese operative Bereiche weit unten auf der To-Do-Liste. Lässt man sie jedoch zu lange außer Acht, entstehen ernsthafte Probleme. Und erst, wenn man an diesem unangenehmen Punkt angekommen ist, bemüht man sich dann um eine Lösung. Bei unseren Besuchen vor Ort erzählen uns Lagerbetreiber gerne mal, dass sie eine bestimmte Maschine nicht verwenden können, weil sie unzuverlässig ist. Oder dass sie einen bestimmten Teil der Anlage auf keinen Fall noch einmal implementieren würden, wenn sie ein weiteres Lager eröffnen. All diese Kleinigkeiten sind wichtig. Und auch wenn Sie Lösungen für Energie- und Arbeitskosten finden, werden diese Probleme weiterhin auftreten.

Dabei geht es nicht unbedingt um Prioritäten. Oftmals können aber genau diese Probleme auf einer eher granularen Ebene große Auswirkungen haben, wenn es darum geht, die Folgen von makroökonomischen Bedingungen zu bekämpfen. Also die Punkte, die größtenteils außerhalb Ihrer Kontrolle liegen, beispielsweise steigende Kosten oder ein Arbeitskräftemangel.

Der Umgang mit der Herausforderung

1. Schauen Sie auf Details

Die Bandbreite unter den Teilnehmenden unserer Umfrage war groß und reichte von der oberen Führungsriege bis zu Personen aus operativeren Bereichen. Nun könnte man annehmen, dass Befragte aus dem strategischen Bereich möglicherweise eine andere Sicht der Dinge haben als diejenigen aus der Belegschaft. Schaut man sich die Daten jedoch einmal genauer an, zeigt sich, dass es zwischen den unterschiedlichen Positionen kaum Meinungsunterschiede gibt. Das könnte daran liegen, dass die Vorgaben der Entscheidungsträger bis nach unten „durchsickern“. Es könnte jedoch auch einen anderen Grund dafür geben. Doch egal, was letztlich dahinter steckt: Es wirkt, als würden alltäglichere Probleme in den Hintergrund rücken.

2. Sorgen Sie für offene Kommunikation

Recht häufig erarbeiten strategische Führungskräfte, die obere Führungsriege und andere Führungsteams auf Ebene des Vorstands Vorgaben, ohne die dringenderen Bedürfnisse der Lagerbetreiber zu verstehen. Indem die Kommunikationskanäle zwischen allen Unternehmensteilen offen bleiben, kann sichergestellt werden, dass sowohl kurz- als auch langfristige Anforderungen des Unternehmens erfüllt werden.



Expertenmeinung

”

Es überrascht wohl nicht, dass die Wahrnehmung auf Vorstandsebene und in der Belegschaft nicht deckungsgleich ist. Allerdings sollte angesichts der derzeitigen Herausforderungen in den Lieferketten dafür gesorgt werden, dass diese Lücke zwischen strategischer und operativer Wahrnehmung immer kleiner wird.

Nehmen wir die Automatisierung als Beispiel. Im Hinblick auf die Kapitalrendite (ROI) ist für Unternehmen inzwischen nicht mehr bloß Optimierung in Bezug auf das Vollzeitäquivalent (VZÄ) relevant. Um an genaue Zahlen zu kommen, müssen Führungsriege und Betrieb detailgenau zusammenarbeiten.

Das umfasst unter anderem auch einen Fokus auf höhere Genauigkeit in der Kommissionierung, Bestandsgenauigkeit und das Mitarbeitererlebnis. Diese Faktoren lassen sich jedoch nicht so einfach in Zahlen in einer Excel-Tabelle umwandeln. Und während Themen wie Skalierbarkeit (und dadurch einfachere Projektphasenplanung), Flexibilität (also die Fähigkeit, Aktivitätsspitzen aufzufangen) und eine immer größer werdende Produktpalette schließlich bis in die Chefetage vordringen, zeigt sich, dass klarere Kommunikationswege zwischen Unternehmensführung und Betrieb unabdingbar sind.“



Laurent Cochet

Business Development Director
bei AutoStore in Südeuropa



Fazit

Die Statistiken zeigen, dass Unternehmen ihre Herausforderungen klar sehen, einen Überblick über ihre Schwerpunkte haben und auch wissen, welche Technologie ihnen dabei helfen kann, ihre Ziele zu erreichen.

Oftmals versuchen Unternehmen, all diese monumentalen Herausforderungen auf einmal anzugehen – und stehen sich deshalb in Bezug auf Fortschritt und Innovation selbst im Weg. Unsere Studie hat jedoch gezeigt, dass einige Bereiche mehr Aufmerksamkeit verlangen als andere.

Investitionen in Automatisierung und Technologien sind nicht mehr bloß ein „Nice-to-have“. Es ist absolut notwendig, wenn man als Unternehmen auch 2023 und darüber hinaus am Markt bestehen möchte. Wenn Sie noch nicht gehandelt haben, sollten Sie dies nun tun. Andernfalls werden Sie schnell nicht mehr mithalten können.

Durch Änderungen bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie Anforderungen seitens der Kunden werden alle Unternehmen gezwungen sein, ihre ESG-Performance insgesamt zu verbessern. Wenn Sie hier noch keine robusten Mechanismen oder Initiativen etabliert haben (und zwar konkrete Strategien, kein Greenwashing als Lippenbekenntnis), müssen Sie Ihr Unternehmen 2023 in die Spur bringen.

Die Erwartungen der Kunden sind so hoch wie nie zuvor – und werden auch nicht nachlassen. Ihre Energie- und Arbeitskosten sind für Kunden nicht von Bedeutung. Für sie ist wichtig, dass die Waren schnell und unkompliziert bei ihnen ankommen. Bei all Ihren Lagerentscheidungen sollten Sie stets die Bedürfnisse der Kunden vor Augen haben.

Der Druck auf die Gewinnspannen ist groß. Für ein erfolgreiches Jahr 2023 ist es also von zentraler Bedeutung, mit weniger mehr erreichen zu können. Eine optimale Raumnutzung mithilfe eines automatischen Lagersystems ist nicht die einzige Möglichkeit, wie Sie effizienter werden können. Allerdings hat dieser Faktor solch starke Auswirkungen auf so viele andere Bereiche – Personal, Energie, Kundenerlebnis, Zuverlässigkeit, Transparenz usw. –, dass Sie ihn nur schwer außer Acht lassen können.

Sind Sie bereit, zur Tat zu schreiten?

Setzen Sie sich mit uns in Verbindung →

