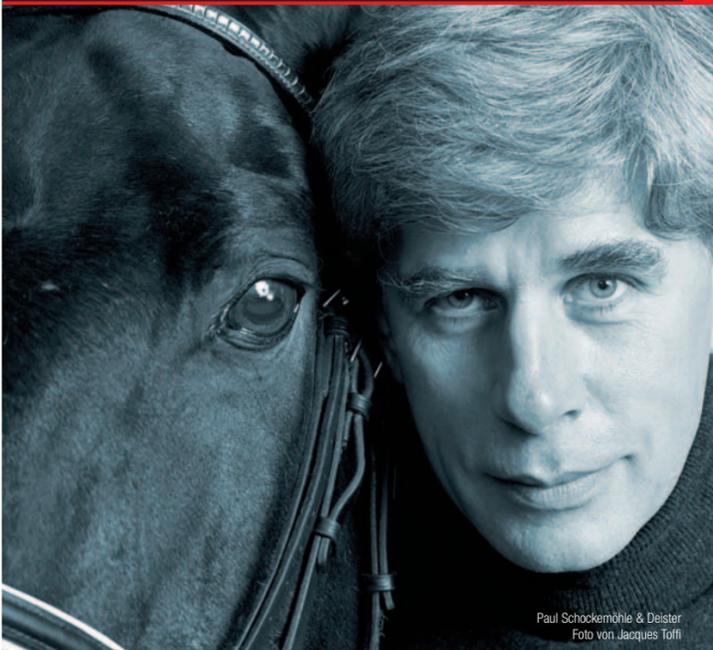


## Ihre Logistik ist unser Steckenpferd



Paul Schockemöhle & Deister  
Foto von Jacques Toffi

Wir bieten Lösungen für Ihre Ideen. Ob Einzeldienstleistung oder ganzheitliche Logistikkonzepte, unser Portfolio umfasst sämtliche Logistikkonzepte von Transport, Lagerung, Konfektionierung, bis hin zur Kommissionierung, Verpackung, Abfertigung und Distribution.

Sprechen Sie mit uns über Ihre Ideen. Wir entwickeln für Sie individuelle und innovative Lösungen.

Mühlen | Holdorf | Hennickendorf/Berlin | Neustadt-Glewe | Gronau  
Dessau | Mannheim | Damme | Bottrop | Krapkowitz/Polen

**Paul Schockemöhle**  
**Logistics GmbH & Co. KG**  
Rienhof 2  
49439 Mühlen  
Tel. 0 54 92. 80 80  
www.schockemoehle.de



# Schöne neue Kommunikationswelt

Web-2.0-Anwendungen beschleunigen den Informationsfluss. Ob auch Lieferketten dank Twitter & Co. reibungsloser laufen, ist noch nicht sicher.



Foto: Siemens Business Services

### STICHWORTE

#### Microblogging

Benutzer veröffentlichen Textnachrichten (Postings), die meist kürzer als 200 Zeichen sind. Die Nachrichten können öffentlich zugänglich oder privat sein und werden chronologisch dargestellt. Bekanntester Microblogging-Dienst ist Twitter.

#### Wiki

Wikis sind Informationssammlungen, bei denen verschiedene Autoren an Texten arbeiten. Ziel ist es, das Wissen aller zusammenzuführen und nutzbar zu machen. Technisch sind Wikis Hypertext-Systeme für Webseiten. Benutzer können mit Hilfe vereinfachter Content-Management-Systeme Inhalte online ändern. Der Begriff Wiki kommt aus dem Hawaiischen und bedeutet „schnell“.

Von Reinald Wolff

Internetfans setzen auf Web 2.0 oder im Kontext von Unternehmen auf Enterprise 2.0. Sie erwarten eine kleine Revolution im Kommunikationsverhalten und im Umgang mit Wissen. Aber braucht die Wirtschaft überhaupt Blogs, Wikis, Twitter und andere „soziale Medien“? Ist sie nicht schon mit Telefon, E-Mail, Intranet und SMS mehr als ausgelastet? Oder ist Supply Chain Management der nächste Kandidat für 2.0-Anwendungen?

Supply Chain Management ist eine prozessbezogene Aufgabe. In komplexen Lieferprozessen wirkt vieles zusammen: klassische Unternehmensfunktionen wie Vertrieb, Einkauf, Planung, Disposition, Produktion, Logistik, aber auch Lieferanten, Dienstleister und Kunden. Gemeinsam bilden sie eher ein verzweigtes Netz als eine linear strukturierte Organisation. Dieses Netzwerk ist nur zum Teil transparent. Der Produzent am Ende der Kette kennt manchen wichtigen Technologiezulieferer gar nicht, obwohl er auf ihn angewiesen ist.

Web-2.0-Techniken erlauben Experimente in begrenztem Maßstab, die genau hier ansetzen: den Netzwerkcharakter von Supply Chains aufnehmen, Inseln von vertrauensgeprägter Zusammenarbeit zwischen räumlich entfernten Partnern schaffen und Offenheit sowie neue Verbindungen („Links“) etablieren. So könnten künftig die Bedürfnisse der Akteure besser aufgegriffen und die Struktur der Supply Chain viel besser abgebildet werden als in vorhandenen Mechanismen wie ERP-Systemen.

**Agilere Supply Chains.** Reaktions-schnelle Lieferketten leben von raschen Informationen. Planungs- oder Bestelldaten müssen aktuell verarbeitet werden. Und es ist wichtig zu verstehen, was hinter plötzlichen ansteigenden oder fallenden Bedarfsmengen steckt. Eine große Rolle spielt dabei Vertrauen. Kann ich mich auf meine Geschäftspartner und deren Auskünfte tatsächlich verlassen? Wie gut verstehen sie, was in ihren eigenen Lieferantenmärkten passiert?

Anders als Telefon oder Fax erreicht ein Blog oder Microblog alle in einem Abschnitt der Supply Chain beteiligten Personen gleichzeitig und ermöglicht einen sehr transparenten Dialog. Wer zum Beispiel als verantwortlicher Manager im Tagesgeschäft nicht aktiv mitmischte, kann sich schnell einen Überblick über den Stand der Dinge verschaffen und gezielt eingreifen. Es sei denn, die Arbeitsgruppe hat beschlossen, ihren Microblog, also den Austausch in der virtuellen Kaffeeküche, vertraulich zu halten. Auch be-

grenzte Öffentlichkeit muss erlaubt sein. Ein Beispiel, wie Microblogging im professionellen Umfeld funktionieren kann, ist [www.communote.com](http://www.communote.com).

**Besser anders arbeiten.** Blogs sind schneller und effektiver als E-Mail-Austausch. Im besten Fall führen sie zu Antworten, die mit klassischen Kommunikationstechniken nicht oder zu langsam zustande kommen. Allerdings muss der inhaltliche Rahmen solcher Blogs klar abgesteckt sein, und es sollten gewisse Spielregeln gelten, zum Beispiel „Jeder Beitrag trägt zur Agilität der Lieferkette bei“. Wo Blogs zu umfangreich sind, geht man zu Microblogs über und verschickt nur knappe Nachrichten und Kommentare. Zur unternehmensübergreifenden, gemeinsamen Bearbeitung von Projekten eignen sich Wikis. Wissen wird so weiterentwickelt. Dass solch ein egalitärer Ansatz auch zu hoher Qualität führt, zeigt Wikipedia. Ideenaustausch und Wissensaufbau sind wichtig, egal ob es um die Verbesserung von Prozessen geht oder um die Einführungsplanung für ein neues Produkt. Wenn E-Mails weniger werden und zeitraubende Internetsuchen seltener, tragen diese neuen Techniken auch zur Produktivität bei.

Alle diese Möglichkeiten, ob Wikis oder Blogs, sind dann besonders sinnvoll, wenn die Beteiligten weit entfernt arbeiten und sich relativ selten treffen können. Der Vertrauensfaktor als Basis jedes offenen Austauschs sollte jedoch nicht unterschätzt werden – und der braucht nach wie vor die persönliche Begegnung.

**Risiken und Hemmnisse.** Die neuen Möglichkeiten werfen jedoch auch Fragen auf, denn Wissen ist Macht. Wie offen will ich mit meinen Erkenntnissen umgehen? Wo gewinne ich mehr, als ich aufgeben, wenn ich meine Einsichten teile? Wie können wir uns als eingegrenzte „Supply Chain Community“ vor Missbrauch des gemeinsa-

men Wissens schützen? Wie lässt sich Datenschutz gewährleisten? Und wie begegnet man der Furcht vor Kontrollverlust in den Führungsetagen?

Außerdem kann der Umgang mit den Medien selbst ein Hemmschuh sein. Wer privat bloggt und twittert tut sich leicht, nimmt es vielleicht aber mit dem inhaltlichen Tiefgang nicht so genau. Anders mag es dem erfahrenen Dispositionsleiter gehen. Die große Chance, viele Talente einzubinden, scheitert manchmal daran, dass wenige sich sehr aktiv beteiligen und viele nur als Zuschauer dabei sind. Hier ist ein Lernprozess nötig, der keine Quantensprünge fordert, sondern klein anfängt.

**Anfangen lohnt sich.** Es braucht den klaren Willen des Managements, Web-2.0-Techniken zu nutzen. Wichtig für einen Start ist ein passendes Anliegen: Welche Aufgabe mittlerer Priorität kommt mit herkömmlichen Verfahren nur schleppend voran? Wo ist es wichtig, viele Akteure mit unterschiedlichen Erfahrungen einzubinden und das Risiko für alle Beteiligten jedoch gering zu halten?

Ein Thema mit dieser Charakteristik kann die Diskussion von Zukunftsszenarien in der Supply Chain sein, zum Beispiel in einem moderierten Blog: Wie (schnell) kommen wir aus der Absatzkrise? Welche Konsequenzen hat das für Produktion, Lieferanten und Vorlieferanten? Wie stellen wir uns am besten darauf ein? Welche Entscheidungen stehen an?

Auch mit Techniken empfiehlt es sich zu experimentieren. Wo bringen Microblogs mehr Qualität und Schnelligkeit in den Informationsaustausch von Lieferkettenpartnern? Und wo erweisen sie sich als Zeitfresser? Schnell zeigt sich, was von den Leuten angenommen wird und was einfach nicht in Gang kommt. Dass die IT-Abteilung ein neues Tool einfach ausrollt, ist der klassische Weg. Doch der führt nicht zum Ziel. Vorleben durch das Management dagegen schon.

Der Einstieg in Web-2.0-Techniken hat Charme – auch in Krisenzeiten. Er kostet nicht viel Geld, vielleicht etwas professionelle Begleitung, benötigt jedoch Zeit zum Erfahrungsaufbau. So bietet sich die Chance, in einigen Jahren über einen neuen Vorteil im Wettbewerb zu verfügen, der nicht so schnell kopierbar ist.

DVZ 20.10.2009  
[www.communote.com](http://www.communote.com)  
[www.scm-blog.de](http://www.scm-blog.de)



Reinald Wolff,  
Unternehmensberater,  
Herrenberg.

**Phiner AG**  
Unternehmensvermittlung • Finanzierung • Beratung

„Die Dinge haben nur den Wert, den man ihnen gibt.“  
Molière

Der Unternehmensverkauf ist eine sehr persönliche Angelegenheit. Vertrauen Sie deshalb nur anerkannten Experten. Wir bieten Ihnen reelle Leistungen, faire Konditionen und dokumentierte Erfolge. Fragen Sie uns!

Phiner AG  
Montenstraße 9, 80639 München  
Kontakt Daten  
Dieter Philipp  
Tel.: +49 (0)89 452 35 49-0, Fax: +49 (0)89 452 35 49-20  
E-Mail: [info@phinet.eu](mailto:info@phinet.eu), [www.phinet.eu](http://www.phinet.eu)

## Ihr Partner für passgenaues Training



**Seminare in den Bereichen**  
**Transport-, Umschlags- und Lagerlogistik**  
**Gefahrgut · Safety & Security · Seeschifffahrt**  
**Führung & Kommunikation**

**Seminare in Bremen:**  
Konsul-Smidt-Straße 11 · 28217 Bremen  
Tel.: +49(0)421 47 87 79 – 0

**Seminare in Hamburg:**  
Kühlbranddeich 30 · 20457 Hamburg  
Tel.: +49(0)40 75 60 82 – 0

**info@ma-co.de · www.ma-co.de**

