

10.4. Rettet die Digitalisierung die Lebensmittel-Lieferketten?

SUPPLY CHAIN. Covid-19 und der Brexit haben viele Branchen europaweit auf unvorstellbare Weise getroffen. Gleichzeitig trug der Einsatz moderner Technologie in großem Maße zu ihrer Rettung bei, schreibt Mike McGrath, Mitgründer und CPO der Online-Plattform Kwayga, in einem BIP-Gastbeitrag.

Aus Verbrauchersicht erreichte Online-Handel während der Corona-Krise einen neuen Höhepunkt. Schließlich waren die Menschen gezwungen, ihre wichtigsten Dinge von zu Hause aus einzukaufen anstatt physisch in Supermärkten und Einkaufszentren.

Die Nutzung von Apps durch die Verbraucher für die Bestellung von Haushaltsgegenständen hat deutlich zugenommen. Dies führte zu einer nie dagewesenen Schnellverfolgung eines neuen Omnichannel-Systems. Die Explosion datenfähiger Smartphones in den Jahren vor Covid-19 hatte bereits zahlreiche Einzelhändler dazu veranlasst, Apps zu nutzen und sie für verschiedene Zwecke einzusetzen. Die Verfügbarkeit von Echtzeitdaten ermöglichte eine noch bessere und schnellere Entscheidungsfindung in der gesamten Liefer- und Wertschöpfungskette.

Lebensmittelindustrie im Krisenmodus.

In Deutschland sieht sich die deutsche Lebensmittelbranche derzeit in der größten Krise seit 70 Jahren. Das sagte kürzlich Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer des Lebensmittelverbandes Deutschland und der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie. Ursachen dafür seien Ernteauffälle, Corona-bedingte Lieferengpässe, der Krieg in der Ukraine sowie eine mögliche Gasknappheit. Und alle sind betroffen: die gesamte Lebensmittel-Wertschöpfungskette, Zulieferbranchen, die Verpackungsindustrie sowie Transport und Logistik.

Im Frühjahr dieses Jahres verdoppelte Russlands Krieg gegen die Ukraine den Preis für eine Tonne Weizen. Aufgrund der russischen Angriffe konnte die Ukraine ihre eingelagerte Ernte bislang nicht exportieren. Gleichzeitig hat Russland bestimmte Beschränkungen für den Export seines Weizens eingeführt.

Weizen ist weltweit keine Mangelware.

Mit Beginn der Erntesaison und angesichts der Wiederaufnahme ukrainischer Exporte werden die Preise in den Sommermonaten wieder um rund ein Drittel sinken. Doch vielen Regierungen in Dürreregionen und der UN-Nothilfeorganisation World Food Programme fehlt das Geld, um zu den anhaltend hohen Preisen Getreide zur Versorgung der Bevölkerung zu kaufen.

Schlechte Ernteprognosen.

In Deutschland hat sich der allgemeine Anstieg der Lebensmittelpreise bereits ausgewirkt. Jetzt sind alle Augen auf die Ernte gerichtet: Sie könnte hierzulande aufgrund von Hitze und Dürre unterdurchschnittlich ausfallen, prognostiziert der Deutsche Bauernverband DBV. Allerdings ist die Situation regional sehr unterschiedlich.

Sollte die diesjährige Sommerernte weltweit geringer ausfallen, könnte Weizen in den kommenden Monaten tatsächlich wieder knapper und somit teurer werden. Deshalb plädiert der DBV dafür, dass jede zusätzliche Tonne zählt, um die Ernährungssicherheit weltweit zu gewährleisten.

Wachsende Nachfrage nach Eigenmarken.

Infolge des Brexits, der Pandemie und des anhaltenden Konfliktes in der Ukraine ist insbesondere für Supermärkte die steigende Nachfrage nach eigenen oder Private-Label-Produkten oder sogenannten Eigenmarken eines der zentralen Probleme. In einem Interview mit PLMA Live (Private Label Manufacturers Association/Verband für Hersteller von Eigenmarken) schätzte Richard Hyman, Partner bei Thought Provoking Consulting, dass der Anteil von Handelsmarken an Regalflächen beziehungsweise Produkten in Supermarktregalen in nicht allzu ferner Zukunft 60 Prozent erreichen könnte. Dieser Anstieg der Nachfrage nach Handelsmarken-Produkten wird durch eine höhere Qualität der verfügbaren Produkte, Inflation der Lebenshaltungskosten, unter Druck geratene Margen und eine jüngere Generation von Käufern angetrieben; Letztere kümmern sich nicht um die Marke, solange das Produkt von hoher Qualität ist.

Das alles setzt die Einkäufer in den großen Supermarktketten unter Druck, neue Lieferanten zu entdecken, um neue Handelsmarken-Produktionen anbieten zu können. Bis vor Kurzem - und in einigen Fällen geschieht dies immer noch - recherchieren Einkäufer in Suchmaschinen online nach neuen potenziellen Handelsmarken-Anbietern. Das ist zeitaufwendig, umständlich und erschwert die Arbeit erheblich.

Marktchance. Mit Blick auf vollständige Transparenz sah Kwayga, eine in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie tätige Online-Plattform, hier eine Marktchance: die Schaffung eines vertraulichen Ökosystems, das Lieferanten und Käufer in Irland, Großbritannien sowie der gesamten Europäischen Union schnell und einfach zusammenbringt.

Digitalisierung als Katalysator. Es ist in der Lebensmittelindustrie in Deutschland, Europa und darüber hinaus bekannt, dass die kontinuierliche Modernisierung, einschließlich Investitionen in die Dateninfrastruktur, unerlässlich ist. Es ist ein erster Schritt, den viele Akteure noch gehen müssen - weshalb Ernährung und Landwirtschaft im Vergleich zu allen anderen Sektoren der Weltwirtschaft immer noch die geringste digitale Durchdringung aufweisen. Die jüngsten Schocks in der Lieferkette und der Aufstieg von Millennials in höhere Führungspositionen dürften dies jedoch schnell ändern.

Bedarfszeiten in Echtzeit nutzen. Die Digitalisierung ist der Schlüsselfaktor für neue Geschäftsmodellinnovationen in der Lebensmittel- und Landwirtschaft. Mit der erweiterten Digitalisierung der Lieferkette werden Einzelhändler, Konsumgüterunternehmen und Foodservice-Unternehmen zunehmend in der Lage sein, Bedarfsdaten in Echtzeit zu nutzen. Dies wird dazu beitragen, die Echtzeitplanung und -transparenz sowie die optimierte Bestandsauffüllung und -bestellung zügig voranzutreiben.

Gleichzeitig werden digitale Versorgungsnetzwerke - die die physische und digitale Welt über Online-Handels-, Versorgungs- und Logistikplattformen verbinden - das Potenzial riesiger Datensätze aus physischen Vermögenswerten und Einrichtungen in Echtzeit erschließen. Einkäufern, Verarbeitern, Händlern und Logistikpersonal werden diese Plattformen dabei helfen, Unterbrechungen der Lieferkette durch größere Handelsnetzwerke, Echtzeit-Transparenz und integrierte Bedarfsplanung zu überstehen.

BIP 3 – 2022, 13. Jahrgang