

Cebra

Zeitschrift für effiziente Beschaffung
rund um Büro und Arbeitsplatz



Office-Papiere

Obwohl die papierlosen Prozesse im Büro zunehmen, bleibt Papier ein unersetzliches Medium der Kommunikation. Die Vielzahl von Papierqualitäten lässt dabei viel kreativen Raum zur Gestaltung.

E-Procurement | Studien, Plattformen und viel Networking **CeBIT 2018** | Chillen, Spirit, Party und was noch? **Gesundheit im Büro** | Veränderte Arbeitswelt erfordert neue Wege beim BGM **Office Gold Club** | Erfolgreiche Markentage unter dem Motto digitaler Fortschritt **Bürowelten** | mauser richtet Smiths Detection ein

Die Wünsche sind groß, aber...

„Trendgeflüster 2016/17“: Onventis hat mit Unterstützung des BME 240 Unternehmen zu ihrer strategischen Planung sowie Investitionen in Einkauf und Beschaffung befragt. Fazit: Die Digitalisierungswünsche sind groß, an der Umsetzung mangelt es scheinbar noch an vielen Ecken.

An der Trendumfrage beteiligten sich größtenteils Führungskräfte und CPO (Chief Procurement Officer) aus allen Branchen, ein Drittel davon aus Großunternehmen mit bis zu hundert Einkäufern und 25 Prozent aus mittelständischen Betrieben mit bis zu zehn Mitarbeitern in Einkauf und Beschaffung. Insgesamt geben 98 Prozent an, dass Digitalisierung für sie ein wichtiges Thema ist, doch die Investitionsbereitschaft zeugt nicht in allen Bereichen von dieser hohen Priorität. Wenn 99 Prozent der Beschaffer das Supplier Networking für relativ wichtig erachten, jedoch 38 Prozent noch gar keine Budgets dafür einplanen, klafft da eine gewaltige Lücke. Dementsprechend ist die Reaktionszeit im Einkauf oft alles andere als agil, was sich besonders bei Marktveränderungen zeigt. So kann über die Hälfte (52 Prozent) erst binnen von Wochen auf Veränderungen im Unternehmen reagieren und nur 26 Prozent innerhalb weniger Tage. Im Wesentlichen haben die langsamen Reaktionszeiten ihre Ursache in der unzureichenden digitalen Prozessunterstützung. „Was heute am Budget für das Netzwerken gespart wird, schlägt sich morgen auf die Beschaffungskosten nieder“, prognostiziert Onventis-CEO Frank Schmidt. Am Ende zahle man beim Einkauf drauf.

Spend Analysis: kein Budget eingeplant

Kaum anders sieht es bei den übrigen elektronisch unterstützten Beschaffungsprozessen aus. Für viele quasi noch ein unbeschriebenes Blatt ist Spend Analysis: Obwohl 83 Prozent der Befragten das Thema für wichtig erachten, hält doch knapp die Hälfte (49 Prozent) noch kein ausreichendes Budget dafür bereit. Hierdurch vergeben die Unternehmen die Chance, durch intelligente Lieferantenganalysen gezielt Potenziale und Risiken zu ermitteln.

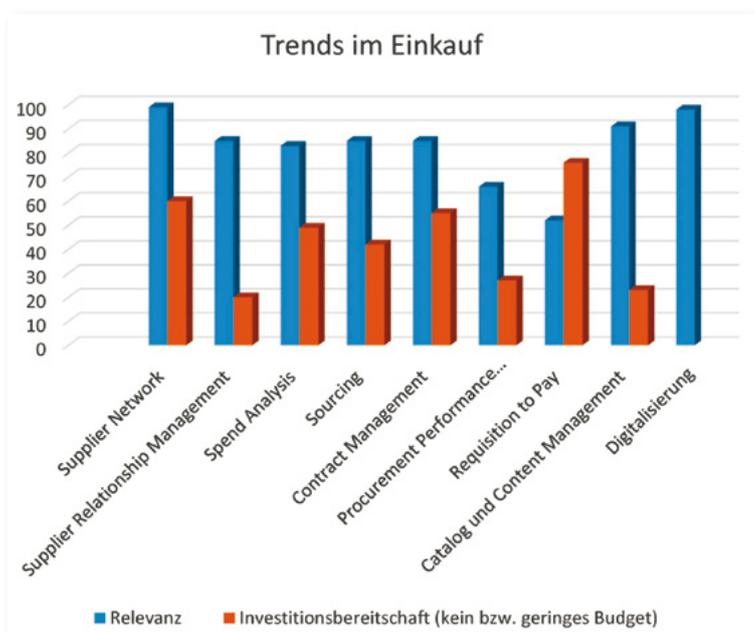
Auch das Supplier Relationship Management (SRM)

ist einem Großteil (85 Prozent) der Umfrageteilnehmer wichtig bis sehr wichtig, trotzdem investieren auch beim SRM noch 20 Prozent überhaupt nicht oder nur unzureichend. In den zurückliegenden Jahren wurde zwar viel für Relationship Management getan, aber vorwiegend mit Fokus auf den Kunden, sprich CRM und Vertriebsunterstützung – die Lieferantenbeziehung wurde dabei teils stiefmütterlich vernachlässigt. „Wer eine partnerschaftliche Lieferantenbeziehung pflegt, der betrachtet seine Lieferanten für ebenso wichtig, wie seine Kunden“, betont der Onventis-CEO. Fast identisch verhält es sich beim Sourcing und Contract Management. Beide Bereiche halten 85 Prozent der 240 befragten Unternehmen für wichtig bis sehr wichtig, doch auch hier hält sich die Investitionsbereitschaft in Grenzen: Für Sourcing steht 42 Prozent der Beschaffer nur teilweise oder gar kein Budget zur Verfügung, für Contract Management hat mit 55 Prozent mehr als die Hälfte keine ausreichenden Mittel an der Hand. „Da besteht noch erheblich Nachholbedarf bei der Digitalisierung des Einkaufs“, so das Fazit von Frank Schmidt. „Nur wer seine Lieferanten und Einkaufsprozesse genau kennt, der kann Risiken reduzieren, Engpässe frühzeitig erkennen und bei Bedarf gezielt gegensteuern.“



Onventis-CEO Frank Schmidt: „Nur wer seine Lieferanten und Einkaufsprozesse genau kennt, der kann Risiken reduzieren.“

www.onventis.de



„Trendgeflüster 2016/2017“ (Grafik Trends im Einkauf, Onventis)