

PRESSEMITTEILUNG

Post-it oder Predictive?

Neue Studie der msg industry advisors ag zeigt Status Quo und Potenziale der Digitalisierung im Einkauf.

München, 25. Oktober 2017. In welchen Branchen sich der Einkauf in Punkto Digitalisierung aktuell als Pionier oder als Schlusslicht im Unternehmen behauptet, zeigt die neue Studie „Vom Post-it zu Predictive: Digitalisierung in Einkauf und Supply Chain Management“ der msg industry advisors ag. In Kooperation mit dem Stiftungslehrstuhl Procurement der Universität Mannheim untersuchte das Beratungsunternehmen, wie sich Einkaufsorganisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz in fünf zentralen Handlungsfeldern der Digitalisierung positionieren. Neben der Wettbewerbsstrategie, der Digital Readiness und dem Einsatz von Predictive Analytics überprüfte die Studie den aktuellen Status Quo von Kollaborationsmaßnahmen und Potenzialermittlung im Einkauf.

Licht und Schatten: Strategie, Digital Readiness und neue Tools

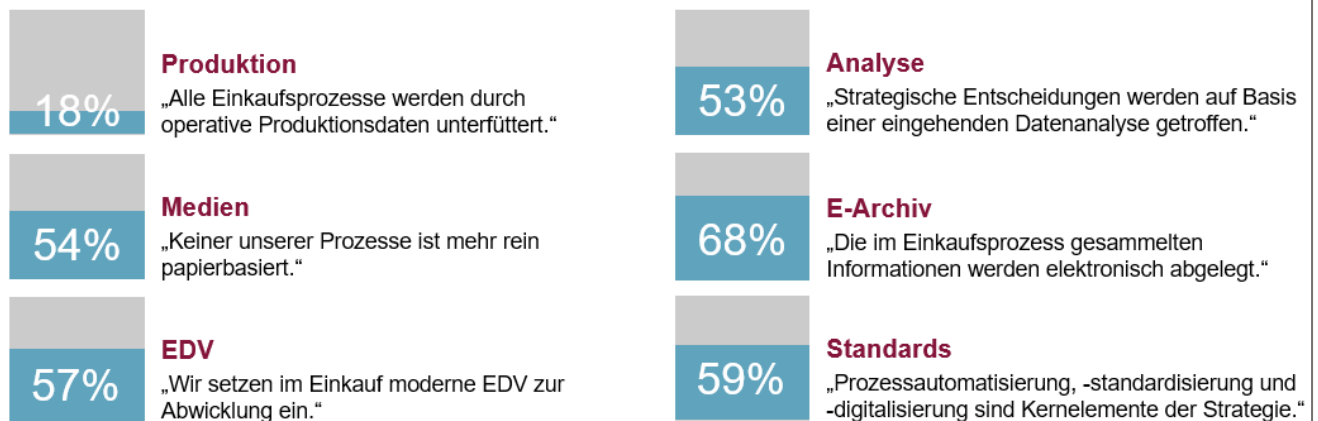
Vor allem Einkaufsentscheider in Fertigungsunternehmen aus der DACH-Region mit mehr als 250 Mitarbeitern erlaubten in diesen Feldern einen Einblick in ihren Entwicklungsstand und ihre Strategien. Über mehrere Branchen wie Maschinenbau, Chemie & Pharma sowie Fast Moving Consumer Goods (FMCG) hinweg veranschaulichen die Studienergebnisse somit, an welchen Ansatzpunkten Handlungsbedarf besteht:

- Unternehmen mit klarer Wettbewerbsstrategie scheinen besser auf die Digitalisierung vorbereitet. Sie weisen einen höheren Grad der Digital Readiness auf und organisieren ihren Einkauf eher proaktiv. Gleichzeitig gibt fast ein Viertel der Befragten an, dass ihr Unternehmen gar keine klare Wettbewerbsstrategie verfolgt.
- Vor allem in deutschen Industrieunternehmen zeigt sich eine deutliche Kluft zwischen Einkaufsabteilungen, die bereits Digitalisierung „leben“ – und solchen, die in dieser Hinsicht noch Aufholbedarf haben: Zwar treffen schon 53% der befragten Führungskräfte

strategische Entscheidungen auf Basis einer eingehenden Datenanalyse. Zugleich können aber nur 18% bestätigen, dass in ihrem Unternehmen alle Einkaufsprozesse durch operative Produktionsdaten gestützt werden.

- Eignen sich Predictive Analytics Tools, um die schwierigsten Aufgaben im operativen und strategischen Einkauf zu lösen? Die Studienergebnisse zeigen, dass deren Implementierung in vielen Unternehmen stockt: 29% sind unschlüssig, ob sie überhaupt in entsprechende Tools investieren sollen.

Zustimmung der befragten Entscheider zu unseren Digitalisierungsthesen^{1,2}



- Die Merkmale konnten jeweils mit 1 = „Trifft überhaupt nicht zu“ bis 5 = „Trifft in sehr hohem Maße zu“ bewertet werden.
- Hohe bis sehr hohe Zustimmung

© msg industry advisors, Studie „Vom Post-it zu Predictive: Digitalisierung in Einkauf und Supply Chain Management“

„Viele Einkaufsorganisationen sind mit einem klassischen Digitalisierungs-Dilemma konfrontiert: Die Entscheider und die Teams wollen die Digitalisierung vorantreiben, verfügen jedoch noch nicht über die dazu notwendigen Technologien“, erläutert Stephan Willigens, Bereichsleiter bei der msg industry advisors ag. „Zudem fehlen vielerorts eindeutige Vorgaben der Geschäftsführung zur Digitalisierungsstrategie. In diesem Fall sollte man die aber nicht abwarten, sondern selbstständig taktische Rahmenbedingungen und mittelfristige Ziele für den Einkauf definieren.“

Zögern bei Zukunftstechnologien

Dass die befragten Unternehmen die Herausforderungen des digitalen Zeitalters noch nicht ausreichend angenommen haben, zeigt sich auch im Umgang mit datengetriebenen Geschäftsmodellen: So würden zum Beispiel nur 12% der Einkaufsentscheider interne Einkaufsdaten in anonymisierter Form zur Verfügung stellen, um im Gegenzug Marktprognosen zu erhalten – zwei Drittel (66%) haben zu dieser Option noch gar keine Meinung.

„Eine ‚Einigelungsstrategie‘ bei der Digitalisierung ist für keinen Unternehmensbereich hilfreich. Aber gerade der Einkauf ist auf einen schnellen, möglichst fehlerfreien Informationsaustausch mit Geschäftsbereichen, Lieferanten und Partnern angewiesen. Vor allem in stark kompetitiven Märkten lautet die entscheidende Frage daher nicht, *ob* man Daten offener austauscht – sondern *welche* dieser Daten erfolgsentscheidend sind“, sagt Stephan Willigens.

Die Studie und eine Management Summary sind erhältlich bei Lisa.Barzen@msg-advisors.com sowie unter www.msg-advisors.com/studie-digitalisierung.

Zeichen inkl. Leerzeichen: ca. 4.100

msg industry advisors ag

Die msg industry advisors ag fokussiert sich auf die Operationalisierung von Unternehmensstrategien und deren Umsetzung in Geschäftsprozessen, der Organisation sowie in den geschäftskritischen Systemen und IT-Architekturen. Der Schwerpunkt liegt auf der Prozess- und der diskreten Fertigungsindustrie. Unabhängig davon, ob es sich um Anpassungen des Geschäftsmodells durch die Digitalisierung handelt, die Effizienzsteigerung zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit, Compliance-Programme zur sicheren Erfüllung regulatorischer Anforderungen, oder die Neuausrichtung globaler Supply Chains.

Das Unternehmen mit Sitz in Ismaning bei München beschäftigt mehr als 50 Berater und ist mit eigenen Standorten sowie Partnerschaften in Europa, USA und Asien vertreten. Die msg industry advisors ag ist Teil der msg Gruppe, eines der führenden IT-Beratungs- und Systemintegrationsunternehmen in Europa. Weitere Informationen unter www.msg-advisors.com.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung:

Kontakt für Medienanfragen:

WYZE Projects GmbH, André Nowak, Notburgastr. 3, 80639 München

Tel. +49 89/ 178 760 81

E-Mail: nowak@wyze.de

Kontakt für Unternehmensanfragen:

msg industry advisors ag, Lisa Barzen, Mergenthalerallee 73 - 75, 65760 Eschborn

Tel.: +49 6196 99845 5547

E-Mail: lisa.barzen@msg-advisors.com

Abdruck honorarfrei. Belegexemplare erbeten.