



Neue BME-Einkaufsstudie: Corona ist der Weckruf für die digitale Transformation im Einkauf

Stuttgart, 26. November 2020 – Wo steht der Mittelstand aktuell in der Digitalisierung? Welche Herausforderungen gibt es für den Einkauf in der Corona-Krise? Wie geht der Einkauf mit dem Megatrend KI um? In der Folgestudie „Einkaufsbarometer Mittelstand 2020“ untersuchte die Onventis GmbH in Zusammenarbeit mit der ESB Business School und dem Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) den Status quo der Digitalisierung und den Einsatz neuer Technologien im Einkauf mittelständischer Unternehmen. Befragt wurden 285 Teilnehmer aus dem Einkauf – davon 56 % Entscheidungsträger. Die Ergebnisse der Studie zeigen: Die Beschaffung im Mittelstand muss digitaler werden und Trends aufgreifen.

Die Corona-Krise hat die Weltwirtschaft fest im Griff. Im Kampf gegen die Folgen der Pandemie nimmt der Einkauf in Unternehmen eine Schlüsselrolle ein. Entstandene Absatzeinbrüche erfordern neben Kostensenkungen auch Ideen für zukunftsfähige Geschäftsmodelle, Vertriebskanäle und Partner. Unterbrochene Lieferketten stellen Risikomanagement, Versorgungs- und Prozesssicherheit in den Mittelpunkt, offenbaren aber gleichzeitig die dort verankerten Schwächen und den Aufholbedarf beim Einsatz neuer Technologien und Services.

„Unsere Key-Findings zur Beschaffungssituation im deutschen Mittelstand zeigen, dass sich im Vergleich zu 2019 kaum etwas verändert hat. Doch gerade in der Pandemie sollte man sich nicht nur auf Ad-hoc-Trends wie die Versorgungssicherheit stützen. Besonders jetzt sind digitale Systeme in Kombination mit dem Vorantreiben neuer Technologien wettbewerbsentscheidend“, bilanziert Frank Schmidt, Geschäftsführer des All-in-One-Procurement-Plattformanbieters Onventis die Studie. „Das Coronavirus ist ein Momentum für die Digitalisierung und der Weckruf für den Einkauf, den strukturellen Veränderungen und geschäftskritischen Auswirkungen mit Mut, technologischer Intelligenz und transformatorischem Führungsgeist zu begegnen“, folgert Prof. Dr. Kämpf von der ESB Business School.

Keine Verbesserung bei der operativen Automatisierung

Die Katalogquote bemisst den Anteil an Bestellpositionen mit Bezug zu existierenden Materialstämmen oder Katalogartikeln. Diese Kennzahl zielt darauf ab, den effizienzsteigernden Automatisierungsgrad der operativen Beschaffungsprozesse einer Organisation ermitteln zu können. Sowohl bei mittelständischen Großunternehmen als auch bei KMUs zeigen die Ergebnisse: Nur ca. 40-50 % der befragten Unternehmen beschaffen mehr als die Hälfte der Bestellpositionen über Materialstämme oder Kataloge. Entsprechend ist bei 50-60 % der Unternehmen der Katalogbezug als nicht zufriedenstellend einzuordnen. Im Vergleich zur Studie 2019 ergibt sich daraus eine tendenziell abfallende Automatisierungsquote im operativen Bereich.

Prozesskostenoptimierung treibt Beschaffungsorganisationen am meisten voran

Moderne und zukunftsfähige Einkaufsabteilungen sind angehalten, sich stets zu aktuellen Markttrends zu informieren und digitale Möglichkeiten zur Prozess- und Kostenoptimierung auszuschöpfen. Die digitale Ausrichtung des Einkaufs prägen in 2020 Themen von der Ausgabenanalyse über Maverick Buying bis zur Kostensenkung. Mit Blick auf die aktuell wichtigsten Treiber zeichnet sich ein deutliches Bild ab: Für ca. 25 % aller befragten Unternehmen stellt die Prozesskostenoptimierung den wichtigsten Treiber der Digitalisierung im Einkauf dar. An zweiter und dritte Stelle folgen Kostensenkung und Automatisierung. Während KMUs primär die Kostensenkung (20 %) als Treiber sehen, werden größere Unternehmen tendenziell von der Automatisierung (16 %) angetrieben.

Sieben Megatrends für den Einkauf der Zukunft

Im Zuge der Corona-Krise hat sich eines sehr klar herausgestellt: Wer sich als Unternehmen nicht weiterentwickelt und agil auf schwierige Situationen reagieren kann, verliert entscheidende Wettbewerbsvorteile. Dasselbe gilt auch für den Einkauf. Umso wichtiger wird es, gegenwärtige Procurement-Trends zu identifizieren, zu evaluieren und anschließend auch konsequent zu implementieren. Bei der Frage nach den eingesetzten Trendthemen setzt die Mehrheit (ca. 30 %) der Teilnehmer auf Nachhaltigkeit und Lieferantennetzwerke. Technologische Trends wie beispielsweise Robotic Process Automation (RPA), Künstliche Intelligenz (KI) oder Internet of Things (IoT) fallen im Vergleich deutlich ab. Das verwundert, weil diese Lösungen in Unternehmen allgemein an Popularität gewinnen. Ihr Einsatz trägt zur gezielten Optimierung operativer Prozesse bei, was wiederum zu positiven Kosteneffekten führt.

KI-Readiness-Check: Deutscher Einkauf nicht bereit für Künstliche Intelligenz

Obwohl Künstliche Intelligenz den Arbeitsalltag im Einkauf grundlegend erleichtern könnten, wird KI in mittelständischen Einkaufsabteilungen als noch nicht einsatzfähig betrachtet. Etwas mehr als die Hälfte aller KMUs und ca. 40 % der mittelständischen Großunternehmen gaben an, dass ihre Organisation noch nicht bereit ist für KI. Lediglich 2-7 % der befragten Unternehmen haben KI in die Unternehmensstrategie aufgenommen oder Künstliche Intelligenz organisatorisch im Unternehmen verankert. In Einkaufsorganisationen besteht ergo noch große Unklarheit darüber, inwiefern Data-Science und KI-Tools aktuell genutzt und skaliert werden können.

Die Beschaffung muss digitaler werden und Trends aufgreifen

Die Ergebnisse des Einkaufsbarometers 2020 zeigen erneut, dass die Digitalisierung leider weit hinter den Erwartungen zurückbleibt – trotz neuer, durch die Pandemie in den Fokus gerückter Anforderungen für Digitalisierungsprojekte. Hinzu kommt, dass sich die mittelständischen Einkaufsabteilungen noch viel zu wenig mit zukunftsweisenden Trends auseinandersetzen. Von einer flächendeckenden Implementierung Künstlicher Intelligenz kann beispielsweise in naher Zukunft ebenfalls nicht ausgegangen werden. Gunnar Schmidt, Bundesvorstand Mittelstand des BME e.V., bestärkt Unternehmen darin, sich digitaler aufzustellen: „Der Einkauf sollte sich in Krisenzeiten nicht nur darauf fokussieren, akute Brände zu löschen, sondern gerade jetzt die Digitalisierung vorantreiben. Nur so kann die Widerstandsfähigkeit des Unternehmens nachhaltig gestärkt werden.“

Die komplette Studie kann bei Onventis angefordert werden unter: onventis.de/einkaufsbarometer

Über Onventis

Onventis ist seit 2000 ein Cloud-Pionier für die digitale Transformation von Einkaufs- und Finanzprozessen. Die Cloud Software Onventis Buyer ist ein All-in-One-Beschaffungssystem, das Unternehmen bei allen Beschaffungsvorgängen unterstützt, um Kontrolle über die Finanzlage, Prozesseffizienz und Kosteneinsparungen unter Einhaltung von Unternehmensrichtlinien und Gesetzen zu erzielen. Onventis Buyer optimiert und automatisiert alle Prozesse von der Beschaffungsquelle bis zur Bezahlung, einschließlich der Zusammenarbeit mit Lieferanten im Netzwerk. Das Onventis Netzwerk verbindet Geschäftsprozesse von Einkäufern und Lieferanten - einfach und sicher. Weltweit wickeln über 1.000 Unternehmen mit ca. 450.000 Anwendern im Onventis-Netzwerk ein jährliches Beschaffungsvolumen von über 10 Milliarden Euro mit mehr als 50.000 Lieferanten ab.

Erfahren Sie mehr darüber, wie Onventis Ihnen helfen kann, Ihre Beschaffung zu optimieren und Kosten zu sparen:

onventis.com

Pressekontakt

Onventis GmbH | Gropiusplatz 10 | 70563 Stuttgart

Alisa Koch | Marketing Manager | a.koch@onventis.de | +49 711 68 68 75 – 58