

Digitalisierung revolutioniert Einkaufsprozesse

«Wer liefert was» - Die fortschreitende Digitalisierung verändert die Beschaffungsprozesse der Wirtschaft. Während operative Abläufe beim Einkauf der KMUs zunehmend automatisiert werden, erhalten die verantwortlichen Fachkräfte eine strategische Position. www.wlw.ch

Wie eine Umfrage des führenden Online-B2B-Marktplatzes «Wer liefert was» in der Schweiz, Deutschland und Österreich zeigt, wird die Rolle der Einkaufsverantwortlichen der KMUs zunehmend wichtiger, wenn es darum geht, Wettbewerbsfähigkeit, Qualität und damit den Unternehmenserfolg dauerhaft zu gewährleisten. «Wer liefert was» hat auf den eigenen länderspezifischen Online-Marktplätzen 1174 User zu den Einkaufstrends der Unternehmen befragt. 27,9 Prozent der Befragten gaben an, ihre Beschaffungstätigkeit sei rückblickend deutlich strategischer geworden. Gleichzeitig sind 25,3 Prozent der Meinung, der Arbeitsbereich sei digitaler geworden. Nur 10,9 Prozent der Befragten nehmen ihren Aufgabenbereich heute als operativer wahr als in der Vergangenheit. «Wir befinden uns mitten in der grössten Veränderung seit der industriellen Revolution. Das Ergebnis zeigt, dass die KMUs nicht stillstehen - das ist gut und notwendig, um die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen aufrechtzuerhalten», sagt Peter F. Schmid, CEO von «Wer liefert was». «Der strategische Ansatz

in Kombination mit dem Aufbau digitaler Kompetenz ist der richtige Weg.»

Beschaffungsbereich Treiber der Digitalisierung
Wenn es um die Rolle des Einkaufs bei der Strategieentwicklung von Industrie-4.0-Lösungen geht, bilden sich zwei interessante Fronten: 23,5 Prozent der Befragten geben an, dass der Unternehmensbereich Beschaffung aktiv an der Gestaltung solcher Lösungen mitwirkt, 15 Prozent behaupten sogar, der Einkauf sei hier der wichtigste Treiber. Auf der anderen Seite geben 22 Prozent an, dass ihr Unternehmen keine Strategien hinsichtlich Industrie 4.0 entwickelt. «Es ist wichtig und sinnvoll, den Einkauf in den Strategieprozess bezüglich der Digitalisierung des Unternehmens mit einzubeziehen. Dass allerdings mehr als ein Fünftel der befragten Unternehmen keine Strategie für den aktuellen Umbruch entwickeln, ist erschreckend. Damit gefährden diese Unternehmen das eigene Überleben und damit Know-how und Arbeitsplätze», so Peter F. Schmid. Auch Bereiche, die auf den ersten Blick weniger Berührungspunkte mit der

Industrie 4.0 hätten, wie der Einzel- und Grosshandel (14,4 Prozent der Umfrageteilnehmer sind Einkäufer aus dem Einzel- und Grosshandel), könnten von der Integration digitaler Prozesse profitieren, klärt Schmid auf, zum Beispiel in der Logistik. «Generell gilt: Die Digitalisierung betrifft alle Unternehmensbereiche. Entscheidend wird sein, wie es die KMUs schaffen, die Möglichkeiten der Digitalisierung für sich selbst zu nutzen und dadurch die eigenen Märkte für Beschaffung und vor allem Vertrieb zu vergrössern.»

Strategische Partnerschaften mit Lieferanten zunehmend wichtiger

Werfen die Befragten einen Blick in die Zukunft, glaubt mehr als jeder dritte Einkäufer (31,7 Prozent), dass gerade strategische Partnerschaften mit Lieferanten zunehmend an Bedeutung gewinnen werden. Gleichzeitig gehen 16,1 Prozent davon aus, dass der persönliche Kontakt zu Lieferanten durch die Digitalisierung abnehmen wird. Schliesslich können operative Einkaufsprozesse heute nahezu komplett mithilfe neuer Technologien und E-Lösungen abgewickelt wer-

ÉVOLUTION DU SECTEUR DES ACHATS

La numérisation révolutionne les processus d'achat des entreprises

Les progrès du numérique modifient les processus d'achat dans le monde économique. Tandis que les processus opérationnels d'achat sont de plus en plus automatisés au sein des PME, les professionnels responsables jouissent d'une position stratégique.

Comme le révèle un sondage de la place de commerce B2B en ligne « Wer liefert was » mené en Suisse, Allemagne et Autriche, le rôle du responsable des achats dans les PME gagne en importance lorsqu'il s'agit d'assurer durablement la compétitivité, la qualité et, par conséquent, le succès de l'entreprise. Sur les places de commerce spécifiques à chaque pays, « Wer liefert was » a interrogé

1174 utilisateurs sur les tendances des entreprises en matière d'achats. 27,9 % des sondés ont déclaré que leurs activités d'achat sont devenues nettement plus stratégiques. 25,3 % sont d'avis que le numérique est davantage présent dans ce domaine. Seuls 10,9 % des personnes interrogées perçoivent aujourd'hui leurs tâches comme plus opérationnelles que par le passé. « Nous connaissons

actuellement la plus grosse évolution depuis la révolution industrielle. Les résultats montrent que les PME ne restent pas immobiles, ce qui est bénéfique et nécessaire pour maintenir la compétitivité des entreprises », déclare Peter F. Schmid, PDG de « Wer liefert was ». « Elles empruntent la bonne voie en combinant une approche stratégique et le développement de compétences numériques. »

Les achats : un moteur de la numérisation

En ce qui concerne le rôle des achats en matière de développement stratégique de solutions pour l'Industrie 4.0, deux tendances intéressantes se dessinent : d'une part, 23,5 % des sondés indiquent que le domaine des achats contribue activement à la création de telles solutions et 15 % prétendent même que les achats en



Peter F. Schmid, CEO von «Wer liefert was»:
Die Umfragen zeigen, dass die KMUs nicht stillstehen.

Peter F. Schmid, PDG de «Wer liefert was» :
les sondages montrent que les PME ne restent pas immobiles.

Hintergrund der Umfrage auf wlv.de:

- Zeitraum der Durchführung: November bis Dezember 2016
- Teilnehmerzahl: 1174
- 42,4 Prozent der Teilnehmer treffen alleine oder mit Kollegen Entscheidungen über Anbieter (Hersteller/Lieferanten/Händler/Dienstleister).
- Die übrigen Teilnehmer sind generell an Lieferantenrecherchen oder deren Auswahl beteiligt.
- 36,5 Prozent der Teilnehmer arbeiten in einem Unternehmen mit 1 bis 9 Mitarbeitern.
- 42 Prozent der Teilnehmer arbeiten in einem Unternehmen mit 10 bis 249 Mitarbeitern.
- Die übrigen Teilnehmer arbeiten in einem Unternehmen mit 250 oder mehr Mitarbeitern.
- Die Teilnehmer gaben folgende Branchen an, in denen sie arbeiten: Elektronik und Elektrotechnik, Oberflächentechnik, Mess-, Regel- und Steuerungstechnik, Kälte-, Klima- und Lüftungstechnik, Verpackungstechnik, Baugewerbe, Maschinen- und Fahrzeugbau, Verkehr und Lagerei, Einzel- und Grosshandel, Energie- und Wasserversorgung, Herstellung von Metallerzeugnissen, Metallerzeugung, Metallbau, Handel mit Kfz, Instandhaltung und Reparatur von Kfz.

den. Da drängt sich die Frage auf, ob die Position des Einkäufers im operativen Geschäft in den KMUs ein Auslaufmodell ist. Dieser Meinung sind 8,3 Prozent der Befragten - und geben an, dass die Digitalisierung den rein operativ tätigen Einkäufer langfristig überflüssig machen wird. «Die Digitalisierung führt dazu, dass sich das Anforderungsprofil der klassischen Einkaufsfunktion verändert. Datenabgleiche und digitale Kompetenz werden zunehmend gefordert sein und führen zu einer steigenden Bedeutung der Rolle des Einkäufers einerseits, aber auch zu einem steigenden Bedarf an ständiger Weiterbildung», sagt Peter F. Schmid.

Einkäufer wird zum Schnittstellenmanager - Qualifikationen im digitalen Bereich gefragt
Dass sich aufgrund des strukturellen Wandels im Beschaffungswesen auch das Berufsbild des zukünftigen Einkäufers grundlegend verändert, er zum strategischen Schnittstellenmanager wird, sehen auch die Einkäufer so. Für 23 Prozent der Befragten muss der Einkaufsnachwuchs daher zunehmend digitaler und internationaler qualifiziert sein. ■

seraient le principal moteur. D'autre part, 22 % des sondés déclarent que leur entreprise n'a développé aucune stratégie en matière d'Industrie 4.0. « Il est important et judicieux d'intégrer les achats dans le processus stratégique de numérisation de l'entreprise. Il est cependant effrayant de constater qu'un cinquième des entreprises interrogées n'a mis aucune stratégie en place par rapport au bouleversement en cours. Ces entreprises mettent ainsi en danger leur propre survie et, par conséquent, leur savoir-faire et l'embauche », déclare Peter F. Schmid. Même des domaines qui, à première vue, n'ont que peu de points communs avec l'Industrie 4.0, comme le commerce de gros et de détail (14,4 % des entreprises sondées sont

des acheteurs du commerce de gros et de détail) pourraient profiter de l'intégration de processus numériques, explique Peter F. Schmid, par ex. dans la logistique. « Bref, la numérisation concerne tous les domaines de l'entreprise. La manière dont les PME se créent les possibilités d'exploiter la numérisation pour elles-mêmes et, par conséquent, d'accroître leurs propres marchés pour l'achat et, surtout, la distribution, est un enjeu majeur. »

Importance croissante des partenariats stratégiques avec des fournisseurs

En ce qui concerne l'avenir, près d'un acheteur sur trois (31,7 %) pense que des partenariats stratégiques avec des

fournisseurs vont de plus en plus gagner en importance. En même temps, 16,1 % pensent que la numérisation va contribuer à une diminution des contacts personnels avec les fournisseurs. Au final, les processus d'achat opérationnels peuvent aujourd'hui être pratiquement tous réalisés à l'aide de nouvelles technologies et de solutions électroniques. Une question se pose dès lors : le poste d'acheteur est-il en voie de disparition dans les PME pour les activités opérationnelles ? 8,3 % des sondés partagent cet avis et avancent qu'à long terme, la numérisation va rendre le poste d'acheteur purement opérationnel superflu. La numérisation entraîne une modification du profil d'exigences de la fonction classique d'acheteur. Les

recoupements de données et les compétences numériques sont de plus en plus demandés et renforcent l'importance du rôle de l'acheteur, mais tout en augmentant le besoin de formation continue », déclare Peter F. Schmid.

L'acheteur devient un gestionnaire d'interfaces ; des qualifications dans le domaine numérique sont requises
Même les acheteurs considèrent que le changement structurel en matière d'achats va profondément modifier le métier des futurs acheteurs et les muer en gestionnaires d'interfaces stratégiques. Pour 23 % des sondés, les futurs acheteurs devront donc disposer de plus en plus de qualifications aux niveaux numérique et international. ■