

Entwicklungen und Tendenzen im eProcurement

Ein Vortrag gehalten am 3. BMÖ-Expertendialog „BEST PRACTICE IM ePROCUREMENT 2016“

Strategische Ausrichtung

„e-procurement“ ? Ist das das Wichtigste in einer Firma? Jeder fühlt sich wichtiger als der Andere. Jede Abteilung glaubt wichtiger zu sein als die andere. Dieses egozentrische Denken beginnt bereits in der Schule. Jeder Lehrer glaubt sein Gegenstand sei der wichtigste. Das „Wichtigersein als der Andere“ wird uns schon früh eingepflanzt. So ist es auch in Betrieben. Jede Abteilung glaubt wichtiger zu sein als die andere. Der Verkauf meint, ohne ihn gibt es keine Einnahmen. Ohne Logistik gibt es keinen Bestand. Ohne Administration keine Regelung. Ohne Einkauf keine Produktion. Usw. Für jede Organisation gilt aber die Regel, dass neue Strategien zwar

- Top down
oder
- Bottom up

entwickelt werden können, deren Umsetzung und Anwendung aber klar Top Down erfolgen muss. Alle müssen sich der Gesamtstrategie unterordnen. So auch das eProcurement.

Organisatorische Veränderungen

„Einkauf 4.0“ ist nur ein Schlagwort. Es kommt von außen in die Firmen. Transformation muss aber von innen heraus passieren. Transformation vom

- "Digitalen Anwender“
zum
- "Digitalen Anbieter“.

Die Transformation im „e-procurement“ können Firmen nicht alleine lösen. Es kann nur im Verbund mit Kunden und Lieferanten erfolgreich werden. Industrie 4.0 ist mehr als eine Automatisierung. Es ist ein

- Verbund, der
- rasch Wissen generieren und
- daraus lernt und das Gelernte sofort anwendet.

Die Supply Chain ist keine Kette mehr. Der Lieferant bestimmt. Er wird nicht mehr vom Käufer gezogen (pull), sondern der Lieferant pusht seinen Kunden.

So entstehen automatisierte Kleinstunternehmen, wie etwa ein Coca Cola Automat, der sich selbst verwaltet und den Zahlungsverkehr bargeldlos über das Mobiltelefon abwickelt. Die Nachfüllung wird automatisch ausgelöst. Die vollautomatische Firma, die völlig personallos arbeitet.

Unwägbarkeiten

In Bezug auf die Sicherheit in solch vernetzten Strukturen stellen sich Fragen wie „Wem gehören die Daten?“ und „Wie agiert der Datenschutz“.

Ethische Probleme, wie

- der Schutz persönlicher Interessen,
- die Gefahr, dass der Lieferant die Handelskette überspringt und selbst agiert und dass
- Sensoren oft mehr Bedeutung haben als die Menschen

sind zu klären.

Veränderungen am Markt eröffnen neue Eintrittsbarrieren und der Machtkampf zwischen Globalisierung versus Regionalisierung schwelt.

Die Vernetzung zwischen Einkäufer und Lieferanten verwandelt eine Partnerschaft in Kooperation und letztlich entstehen wieder Sub-Monopole, wie sie zur Kaiserzeit Österreichs die k. und k. Hoflieferanten waren, die auf ihrem Gebiet die einzig „gesourcten“ Lieferanten für alle Staatsbetriebe waren.

Im Mobiltelefonmarkt gibt es alle 2 bis 3 Monate neue Ausführungen. Der Produktwechsel hat sich beschleunigt. Daneben gibt es mehr Individualität und vor allem spezielle Firmen im Internet fertigen Losgrößen 1. Die höchste Stufe der Individualität bei gleichzeitiger Massenproduktion. Dem stehen in Europa immer höhere Gehälter und eine Überalterung der Menschheit gegenüber.

Technische Veränderungen

Das Internet brachte in den letzten 20 Jahren große Veränderungen. In den nächsten 20 Jahren werden es aber noch mehr Veränderungen sein.

Unsere Gesellschaft wird technologisch von den „BIG 4“ getrieben:

- Apple
- Google (Weltmarktführer bei Websuche und Onlinewerbung)
- Amazon (am Weg zum größten Handelsunternehmen der Welt)
- Facebook (mit seinen Usern wäre es das größte Land der Welt)

Die „BIG 4“ sind wie Meeresungeheuer. Es sind die kapitalstärksten Unternehmen. Apple hat etwa 200 Milliarden \$ Barreserven.

Dieser Vormachtstellung widmen sich die Wettbewerbshüter und sehen in der Konzentration 3 Trends:

- „The winner takes it all“ – die BIG 4 haben eine marktbeherrschende Stellung
- „Kunden süchtig machen“ – wie Drogenhändler fixieren sie ihre Kunden auf der eigenen Plattform
- „Innovation ausbremsen“ – potentielle Konkurrenten werden aufgekauft und geschlossen

Mensch und Technik in Österreich

Laut Statistik Austria benutzten 2015 6,5 Millionen Österreicher einen Computer. In Österreich gibt es nur mehr 12 %, die keinen Computer verwenden. 82 Prozent sind täglich im Internet. Zwischen Männern und Frauen ist kein Unterschied mehr. In manchen Gebieten – wie etwa den sozialen Netzen – sind Frauen stärker vertreten und intensiver in der Nutzung. Im europäischen Vergleich liegt Österreich allerdings nur im Mittelfeld und dabei war Österreich – was die Technologienutzung betrifft – etwa bei der Mobilkommunikation einmal nach Finnland führend. Im asiatischen Raum ist der Umgang mit Internettechnologien noch intensiver und in China wird sogar die Verwendung des Computers bei Kindern gefördert. Waren bei den Kindern unter 8 Jahren vor drei Jahren noch 30% Internetuser, so sind es jetzt mehr als doppelt so viel.

76% der Österreicher nutzen Internet mit mobilen Geräten – Mobiltelefon, iPad, Notebook oder iPhone – außerhalb des Haushalts und außerhalb der Arbeit. 2011 waren es noch 45%. Bei den unter 35-jährigen sind es schon 98% - also flächendeckend und die über 64-jährigen sind zu 50% vertreten.

Der Frauenanteil nimmt zu:

- 2015: 78% Männer 74% Frauen
- 2014: 74% Männer 66% Frauen

Bei den 16-34-jährigen ist kein Unterschied mehr zwischen Frauen und Männern. Ganz im Gegenteil: mehr Frauen nutzen das Mobiltelefon zum Surfen als Männer (97% Frauen, 94% Männer).

3,7 Millionen Österreicher shoppen bereits online – das sind 58% der Bevölkerung. 2003 waren es nur 11%.

Dabei kaufen die meisten (62%) Kleidung und Sportartikel, 55% buchen ihre Reisen, 49% bestellen Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, eLearning-Materialien oder E-Books und 38% erwerben Tickets für Veranstaltungen.

2/3 der NutzerInnen sind täglich in Sozialen Netzen; das sind 2,9 Millionen ÖsterreicherInnen, was 54% der Internetnutzer (16-74 Jahre) entspricht. Und hier sind Frauen ebenfalls stärker vertreten als Männer (67% : 63%).

Trotz allen internationalen Vergleichen, wo Österreich noch nachhinkt kann man von einem gut entwickelten Markt sprechen, dessen Auswirkungen auch Betriebe zu spüren bekommen. So auch im eProcurement. Business Netzwerke (Xing, LinkedIN, ...) können Kontakte zu Kollegen, Konkurrenten und Kunden herstellen und erlauben es immer Up To Date zu sein. Plattformen wie Twitter mit ihren

Suchfunktionen (Hashtags) verschaffen Zugang zu neuesten Trends und Meinungen in der Branche. Soziale Netze liefern ein besseres Bild der Lieferanten, deren Geschäftskultur und deren Bonität. Diskussionsforen und Business-Netzwerke vertiefen den Kontakt zu eigenen Kollegen und zur Branche. Eine Münchner Studie formuliert es sogar so: „Social Media werden die Treiber einer neuen Einkäufer-Generation sein“¹ Die nachwachsende Generation der Einkäufer bringt Veränderungen. Das Problem liegt bei den 40 bis 60-jährigen. Diese sind aber oft in leitenden Funktionen. KPMG hat in einer Studie (2014) festgestellt, dass 73% der Vorstände und Geschäftsführer Deutschlands nicht an eProcurement und deren positiven Wertbeitrag glauben.

Neben den Maschinen wird auch der Mensch digitaler. Nicht nur Maschinen vernetzen sich, auch die Menschen. Industrie 4.0 braucht Fachkräfte mit

- IT-,
- Logistik- und
- Fertigungswissen.

IT wird zum Teil jedes Berufes. Weiterbildung ist demnach ein wichtiges Thema um im Job zu bleiben.

Technologietrends bis 2020

Die wichtigsten Trends der nächsten Jahre sind:

- Big Data
- Industrie 4.0
- Intelligente Netze
- Breitbandausbau
- Wearables

Bedingt durch eine rasante Weiterentwicklung der Batterien und Akkus werden Geräte und Menschen noch mobiler. Das entsteht durch höhere Speicherkapazitäten, schnellere Ladezeiten, öftere Ladungen (bis zu 10.000) und sogenannten Energieflaschen, die wie Mineralwasserflaschen in vollgeladenem Zustand gekauft werden und die leeren werden zurück gegeben.

Schon 2017 wird jeder Mensch (im Durchschnitt) 1,4 mobile Geräte besitzen und die durchschnittliche Übertragungsgeschwindigkeit wird 4,0 Megabits/sec betragen. 2/3 des Verkehrs werden Filme sein. Smartphones werden 3 GB pro Monat übertragen. Das Breitbandnetz wird wachsen. Speziell in Afrika, im Mittleren und Fernen Osten und in den USA.

Breitbandnetze bleiben aber weiterhin ein Problem in Österreich. Ihre Leistungsfähigkeit ist zu gering, um etwa Cloud Services zum Datensichern zu verwenden. Nur 23% der Österreicher nutzten 2014 Speicherplätze im Internet. In Dänemark waren es etwa doppelt so viele.

Bargeld wird mehr und mehr verschwinden und durch Plastikkarten und mobile Apps ersetzt werden. 2012 wurden bereits 80% der privaten Zahlungen in den USA bargeldlos durchgeführt.

Habe ich einleitend gesagt, dass sich jeder Teilbereich einer Gesamtstrategie unterordnen muss, so muss ich jetzt am Ende sagen:

eProcurement hat eine Schlüsselrolle in der unternehmerischen Zukunft. Prozesse und Maschinen werden laufend weiter vernetzt und „Internet of Things“ zieht neben Fabriken auch in Haushalten ein.

Prof. Dr. Johann GÜNTHER

Professor at:

Jiangnan University, Wuhan, China and

Saint Petersburg State University for Telecommunications, Saint Petersburg, Russia,

Visiting Professor at Danube University Krems, Austria

¹ Studie „Procurement meets Social Media“, - h&z Unternehmensberatung AG, München