Pressekontakt:
Davina Zenz-Spitzweg
+49 89 939 49 243
davina.zenz-spitzweg@oliverwyman.com

P R E S S E I N F O R M A T I O N

BME/Oliver Wyman-Umfrage unter europäischen Einkaufschefs

Big Data: Die nächste Revolution im Einkauf

Großes Potenzial, aber erheblicher Nachholbedarf: Die wichtigsten Hürden und Erfolgsfaktoren für Big Data im Procurement

München, 16. Juli 2018 **– Big Data wird immer mehr zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor für Unternehmen jeder Größe. Im Einkauf steht die intelligente Analyse und Interpretation riesiger Datenmengen allerdings noch am Anfang. Zwar ist mehr als jeder zweite Einkaufs- und Supply-Chain-Manager davon überzeugt, dass Big Data bis 2025 zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor für sein Unternehmen wird. Doch bisher haben die meisten noch kein klares Ziel, wie sie den Megatrend zum eigenen Vorteil ausbauen können. Das ergab eine Befragung von 75 europäischen Einkaufschefs durch die Strategieberatung Oliver Wyman in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME). Die Studie zeigt die wichtigsten Erfolgsfaktoren und Herausforderungen von Big Data und Advanced Analytics im Einkauf und Supply Chain Management (SCM).**

Die Zukunft wird von Big Data dominiert – in vielen Bereichen hat die Revolution bereits begonnen. Schließlich erhöhen sich Masse, Umfang und Tiefe der verfügbaren Daten drastisch. Bisher nutzt das Gros der Unternehmen jedoch vor allem traditionelle Daten (Small Data), die strukturiert und klar definiert sind sowie ein überschaubares Volumen aufweisen. Dagegen ist Big Data gekennzeichnet durch große, komplexe, sehr variable und schwach strukturierte Datensätze. „Die intelligente Analyse und Interpretation von großen Datenmengen sowie die Fähigkeit, die richtigen Schlüsse daraus zu ziehen, spielt eine entscheidende Rolle für den künftigen Geschäftserfolg“, erklärt Christian Heiss, Partner und Einkaufsexperte bei Oliver Wyman.

Zwar haben auch die Einkaufsmanager dieses Potenzial bereits erkannt, doch die Umsetzung steht noch am Anfang. Für 55 Prozent der Befragten ist Big Data für ein erfolgreiches Weiterbestehen am Markt im Jahr 2025 nicht mehr wegzudenken. Bei der Einschätzung spielt jedoch die Größe des Unternehmens eine wichtige Rolle. So halten 73 Prozent der Befragten aus Großkonzernen mit mehr als eine Milliarde Euro Umsatz Big Data für absolut erfolgsentscheidend. Bei Unternehmen zwischen 100 Millionen Euro und eine Milliarde Euro Umsatz sind es noch 58 Prozent, in der Umsatzklasse weniger als 100 Millionen Euro dagegen lediglich 43 Prozent. „Die Vorteile von Big Data im Einkauf liegen vor allem in Verbesserungen des Risikomanagements, der Lieferantenforschung, der vorausschauenden Beschaffung sowie der Preis- und Kostenmodellierung“, betont BME-Hauptgeschäftsführer Dr. Silvius Grobosch.

Doch Wunsch und Wirklichkeit klaffen noch weit auseinander. Bisher erfüllen nur vier Prozent der befragten Unternehmen alle notwendigen Voraussetzungen, um Big-Data-Kompetenzen im Einkauf zu entwickeln. Lediglich 21 Prozent haben ein klares Ziel oder eine Vision, nur elf Prozent einen konkreten Umsetzungsplan. Die Gründe dafür liegen vor allem in einer fehlenden internen Unterstützung, sagen drei von vier Führungskräften. Dagegen scheinen die finanziellen Mittel zumindest bei größeren Unternehmen kein Engpass zu sein. Nahezu jeder zweite Großkonzern verfügt über genügend Budget für Investitionen in Big Data, bei Mittelständlern ist es fast ein Drittel. Engpässe gibt es bei kleinen Firmen – hier haben lediglich 15 Prozent ausreichend Geld für die neue Technologie.

Die wichtigsten Hebel für die Nutzung von Big Data sehen die befragten Einkaufs- und SCM-Manager im Aufbau einer geeigneten Datenbasis und IT-Umgebung im Unternehmen. Hinzu kommen die Qualifikation der Mitarbeiter sowie eine bessere Zusammenarbeit mit anderen Bereichen innerhalb der Organisation.

Insgesamt hängt die intelligente Nutzung von Big Data auch von weiteren wichtigen Veränderungen im Einkauf ab. In Zukunft werden nach Einschätzung der befragten Experten vor allem „klassische" Einkäufer, SCM-Mitarbeiter und Ausschreibungen nach heutigen Standards an Wichtigkeit verlieren. Für jeden zweiten wird auch die persönliche Beziehung mit Zulieferern für weniger umsatzstarke Warengruppen deutlich zurückgehen. Dagegen werden im Jahr 2025 eine State-of-the-Art-Datenbasis und ein verbesserter Datenaustausch mit Zulieferern und Kunden zu erfolgskritischen Faktoren aufsteigen.

Künftig wird auch die Zahl der Mitarbeiter in Procurement und SCM stark abnehmen. So erwarten die Befragten den größten Rückgang im operativen Einkauf (-37 Prozent), gefolgt vom strategischen Einkauf (-24 Prozent) und dem Supply Chain Management (-24 Prozent). Gleichzeitig wandelt sich das Anforderungsprofil der Mitarbeiter. Standen bisher Qualifikationen wie Verhandlungsgeschick und Geschäftssinn im Vordergrund, so braucht das Procurement von morgen „Data-driven Performance Manager" mit fortgeschrittenen Analyse- und Data Science Skills.

„Zweifelsohne werden Big Data und Advanced Analytics viele Bereiche des Einkaufs in den nächsten Jahren deutlich verändern. Um auf die Gewinnerseite zu kommen, sind die Procurement Manager gefordert, diesem Thema höchste Priorität einzuräumen", sagt Sören Juckenack, Principal von Oliver Wyman. An erster Stelle sollten klare Ziele und Umsetzungspläne stehen. Außerdem müssen die Beschaffungsabteilungen zunächst den Umgang mit Small Data in den Griff bekommen, bevor sie Big Data beherrschen können. Gleichzeitig sollte der Einkauf schon heute beginnen, seinen Talentpool anzupassen und die Know-how-Lücken bei Big Data schließen – sei es durch Fortbildungen oder Neueinstellungen von Spezialisten. Wer nicht heute beginnt, die Weichen zu stellen, riskiert im Wettbewerb verdrängt zu werden. Wer die Chancen nutzt, wird zu den Gewinnern zählen.

Über die Befragung
An der Befragung nahmen 75 Führungskräfte aus dem Einkauf europäischer Unternehmen teil. Die Befragung fand im Zeitraum April bis Mai 2018 statt.

Pressekontakt Oliver Wyman
Davina Zenz-Spitzweg
Communications Manager DACH
Oliver Wyman
Tel. +49 89 939 49 243
Davina.Zenz-Spitzweg@oliverwyman.com

Über Oliver Wyman
Oliver Wyman ist eine international führende Strategieberatung mit weltweit über 4.700 Mitarbeitern in mehr als 50 Büros in rund 30 Ländern. Wir verbinden ausgeprägte Branchenexpertise mit hoher Methodenkompetenz bei Digitalisierung, Strategieentwicklung, Risikomanagement, Operations und Transformation. Wir schaffen einen Mehrwert für den Kunden, der seine Investitionen um ein Vielfaches übertrifft. Wir sind eine hundertprozentige Tochter von Marsh & McLennan Companies (NYSE: MMC). Unsere Finanzstärke ist die Basis für Stabilität, Wachstum und Innovationskraft. Weitere Informationen finden Sie unter www.oliverwyman.de. Folgen Sie Oliver Wyman auf Twitter @OliverWyman.