

# 10 praktische Tipps für Ihre erfolgreiche Digitalisierungsstrategie im Einkauf



Eine erfolgreiche Digitalisierungsstrategie im Einkauf ist mehr als das Aufschreiben von Buzz-Words auf PowerPoint-Folien. Frank Sundermann, Geschäftsführer von Durch Denken Vorne Consult, hat hierbei mehrere Unternehmen begleitet und gibt Ihnen hier 10 praktische Tipps.

	Check
<p><b>1. Holen Sie sich die Freigabe von Ihrer Geschäftsführung</b> Digitalisierung ist Chefsache. Viele Geschäftsführer haben sich dies auf die Fahnen geschrieben. Wenn Sie als Einkaufsleiter das Thema in Ihrem Bereich vorwärtstreiben wollen, dann treten Sie meistens offene Türen ein. Vielleicht helfen Ihnen die nachfolgenden Punkte, ein erstes Konzept aufzuschreiben.</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>2. Fragen Sie Ihre Einkäufer, was ihnen bei der Digitalisierung helfen kann</b> Ziel der Digitalisierung ist es, dass Daten besser analysiert und Tätigkeiten im Einkauf (teil-)automatisiert werden. Um Ihren Mitarbeitern Ängste zu nehmen, sollten Sie Ihre Einkäufer einbinden und diese zu Wort kommen lassen. Am besten ist ein eintägiger Digitalisierungs-Workshop. So erleben die Mitarbeiter, was sich hinter KI Sourcing, Process Mining, RPA usw. verbirgt.</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>3. Formulieren Sie daraus einen „Digi-Fixstern“</b> Damit Ihr Vorhaben griffig wird, brauchen Sie einen Fixstern, an dem sich alle orientieren können. Für Ihre Digitalisierung im Einkauf könnte ein solcher Fixstern lauten: „Wir wollen bis 2024 keine Bestellung mehr manuell machen.“ Mit dem „Digi-Fixstern“ beantworten Sie auch die Sinnfrage, die jeder versteht.</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>4. Binden Sie die IT ein und sichern Sie sich Kapazitäten</b> Schlussendlich hat Digitalisierung etwas mit Bits &amp; Bytes zu tun. Dafür ist die IT verantwortlich. Deshalb ist es notwendig, dass Sie die Kollegen von Anfang an mit einbinden. Wenn Sie das nicht machen, kann Ihnen passieren, dass diese sagen: „Wir waren nicht dabei, also machen wir nicht mit!“</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>5. Nehmen Sie Ihre bisherigen Prozesse auf (SIPOC)</b> Wenn Sie jetzt auch im Detail erfolgreich sein wollen, ist es wichtig, dass Sie Ihre Ausgangssituation gut kennen. Hierfür empfiehlt sich die Aufnahme Ihrer bisherigen IST-Prozesse. Nutzen Sie dabei auch die Gelegenheit, gewisse Prozesse neu aufzusetzen (z. B. Bestellfreigabe).</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>6. Erst überlegen, was man haben will, dann auf die Softwareanbieter losgehen</b> Der Klassiker ist, dass am Anfang erst mal 2 bis 3 Softwareanbieter angerufen werden, die in einem Termin vorstellen, was sie alles können. Das ist blöd. Denn das, was die können, muss nicht deckungsgleich mit dem sein, was Sie brauchen. Also, erst ein Lastenheft erstellen.</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>7. Berechnen Sie einen Return-on-Invest</b> Die einzige Sprache, die alle Geschäftsführer und Vorstände weltweit verstehen, ist ROI: Return-on-Invest, das heißt: Aufwände intern und extern bestimmen und diese den Vorteilen gegenüberstellen. Die Vorteile sind meistens Prozessbeschleunigungen, die sich mit Zeitersparnis und Stundensatz gut berechnen lassen. Häufig ist es aber auch der Zeitgewinn für strategische Aufgaben, der zu einer Senkung der Materialkosten führt.</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>8. Erstellen Sie einen Zeitplan, wann was eingeführt werden soll</b> Nach der Freigabe durch die Geschäftsführung ist vor der Umsetzung. Machen Sie sich hierfür einen mehrjährigen Zeitplan. Meine Erfahrung ist die, dass es maximal 1 bis 2 Aktivitäten parallel geben sollte (z. B. Einführung eProcurement im operativen Einkauf und Pilotprojekt Data Analytics im strategischen Einkauf).</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>9. Binden Sie Schlüssellieferanten in der Gestaltungs- und Einführungsphase ein</b> Viele Aktivitäten in der Digitalisierung haben etwas mit der Schnittstelle zum Lieferanten zu tun (z. B. eProcurement). Nehmen Sie also einige Schlüssellieferanten mit auf die Umsetzungsreise. Das hilft Ihnen auch später beim Roll-out bei den anderen Lieferanten.</p>	<input type="checkbox"/>
<p><b>10. Schaffen Sie im Einkauf eine Verantwortung für Digitalisierung</b> Wenn Sie Ihre Digitalisierungsstrategie dauerhaft erfolgreich betreiben wollen, sollten Sie auch einen Mr. Digitalisierung im Einkauf aufbauen. Dieser kann am Anfang noch als Projektleiter agieren. Doch die Betreuung der Systeme wird schnell zur ausfüllenden Tätigkeit werden.</p>	<input type="checkbox"/>