

MBI EINKÄUFER IM MARKT

Mit Content von Dow Jones

STRATEGIEN | MÄRKTE | ROHSTOFFE

Montag, 1. Oktober 2018 | Nr. 19

D 14007

MBI Stahl Tag

Big Data im Einkauf – Aus Daten Informationen machen ist die Kunst

„Auch in Zeiten der Digitalisierung kommt es auf den Menschen an.“ Das sagte **Frank Sundermann**, Gründer und Geschäftsführer der Unternehmensberatung Durch Denken Vorne, auf dem MBI Stahl Tag in Frankfurt. Digitale Werkzeuge werden seiner Ansicht nach die Einkäufer künftig noch stärker bei ihrer Arbeit unterstützen, wobei die letzte Entscheidung immer dem Menschen vorbehalten sein werde. „Die Kunst ist es, aus der Vielzahl von Daten Informationen zu machen“, umschrieb Sundermann die Aufgabe des Einkaufs.

Unerlässliche Grundlage für den „Einkauf 4.0“ ist laut Sundermann ein E-Procurement. Solche Programme seien heute ausgereifter als noch vor einigen Jahren, weil sie im Gegensatz zu früheren Versionen die Systeme der Einkaufsabteilungen und die der Lieferanten enger miteinander verzahnten. Zudem würde die Software bereits Künstliche Intelligenz (KI) nutzen. Beispielhaft sei in diesem Bereich die Firma Netfira.

Im ersten Schritt könne sich der Einkauf Google-Alerts einrichten. Damit gelange er an Informationen, die er sonst in der Regel eher nicht bekomme: „Der Lieferant wird Ihnen nicht erzählen, dass er gerade Kurzarbeit eingeführt hat oder beabsichtigt, seine Produktion zu verlegen“, so Sundermann.

Wer mehr wolle, könne etwa auf den Service von Riskmethods zugreifen. Das Softwarehaus scannt für

seine Kunden das Internet, um Risiken für die Lieferkette, beispielsweise Naturkatastrophen oder Streiks, zu identifizieren, bevor diese die Versorgung gefährden können. Eine Variante davon ist Integrity Next: Mit Hilfe der Software können Einkäufer ihre Lieferanten in punkto Nachhaltigkeit kontrollieren. Der Clou dabei: Das Programm wertet soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter aus. „Hochspannend, so etwas gab es bisher nicht“, sagte Sundermann.

Noch einen Schritt weiter ist Scoutbee. Das Würzburger Startup hat eine Plattform entwickelt, die Millionen von Daten automatisch auswertet. Erstmals kommen hierbei systematisch Zolldaten zum Einsatz, erläuterte der Berater. Scoutbee habe Daten über neun Millionen der weltweit 14 Millionen Unternehmen parat: „Damit können Einkäufer zum Beispiel erfahren, wer Tiefziehblech-Lieferant von Benteler ist oder wer Bosch mit Aluminiumprofilen beliefert.“

Technische Parameter auf Knopfdruck

Eine weiteres digitales Hilfsmittel sind laut Sundermann Programme, die dem Einkäufer bei der Kostenanalyse zur Seite stehen. So habe das Schweizer Unternehmen Should-costing eine Software entwickelt, die auf Knopfdruck Daten zu technischen Parametern von Zeichnungsteilen ausspucke.

Mehr: Seite 3



Kollege Roboter wird im Einkauf so schnell nicht das Kommando übernehmen, meint Frank Sundermann. Foto: MBI

Fortsetzung von Seite 1

Sprachassistenten sind noch Zukunftsmusik

Diese könnten mit kaufmännischen Daten im ERP-System kombiniert werden. „Der Einkauf kann dann sehen, ob der vom Lieferanten geforderte Preis gerechtfertigt ist“, führte der Berater aus. Auch Zielpreise seien damit leicht zu ermitteln.

Sundermann erwähnte auch Celonis – Deutschlands einziges „Einhorn“. Mit diesem Begriff werden Startup-Unternehmen bezeichnet, die mehr als eine Milliarde Dollar wert sind. Celonis, eine Ausgründung der TU München, wertet Transaktionsdaten aus und visualisiert diese. Die Software lässt sich nicht nur im Einkauf einsetzen, aber eben auch dort. So könne sich ein Unternehmen anzeigen lassen, in welcher Abteilung und zu welchen Zeiten „Maverick Buying“ auftrete, also das Einkaufen am Einkauf vorbei.

Als „Zukunftsmusik“ bezeichnete Sundermann die automatisierte Warengruppenstrategie, Sprachassistenten im Einkauf und Verhandlungsroboter. Diese Technologien würden derzeit erprobt, es werde aber noch geraume Zeit dauern, bis sie den Praxistest bestanden haben.

Mark Krieger